

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ
БУХОРО ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ**

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН
БУХАРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**

**“СЕРВИС СОҲАСИ ИҚТИСОДИЁТИ” КАФЕДРАСИ
КАФЕДРА «ЭКОНОМИКИ СФЕРЫ СЕРВИСА»**

**“ДАВЛАТ-ХУСУСИЙ СЕКТОР ШЕРИКЛИГИ
АСОСИДА ТУРИЗМ СОҲАСИДА КЛАСТЕРЛАРНИ
ШАКЛЛАНТИРИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ”**

**Республика илмий-амалий анжумани
ТЕЗИСЛАР ТЎПЛАМИ**

**СБОРНИК ТЕЗИСОВ
Республиканской научно-практической конференции**

**“ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ КЛАСТЕРОВ В
ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ НА ОСНОВЕ
ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЕРСТВА”**

**“Дурдона” нашриёти
Бухоро – 2019**

Давлат-хусусий сектор шериклиги асосида туризм соҳасида кластерларни шакллантириш истиқболлари

Дастурий қўмита: и.ф.д. О.Х. Хамидов, и.ф.ф.д. О.С. Қаҳҳоров, и.ф.н. Д. Ш. Явмутов, и.ф.н. С.У. Таджиева, и.ф.д. Б.Н. Навруз-Зода, и.ф.н. Н.С.Ибрагимов, и.ф.н. Ҳ.Р. Ҳамроев, А.Ж. Абдуллоев, и.ф.н. С.С. Рўзиев, и.ф.ф.д. Г.Р. Хидирова, О.Х.Азимов, Б.И. Адизов.

Таҳрир хайъати: и.ф.ф.д. О.С. Қаҳҳоров, и.ф.д. Б.Н. Навруз-зода, О. Жумаев, Г.Т. Зарипов, и.ф.н. Д. Ш. Явмутов, и.ф.н. С.У. Таджиева, и.ф.н. Н.С.Ибрагимов, А.Ж. Абдуллаев, и.ф.ф.д. Г.Р. Хидирова

“Давлат-хусусий сектор шериклиги асосида туризм соҳасида кластерларни шакллантириш истиқболлари” мавзусидаги республика илмий-амалий анжумани тўпламига етакчи олимлар, профессор-ўқитувчилар, катта илмий ходим-изланувчилар, мустақил изланувчилар, магистр ва бакалавр талабалари илмий тадқиқот ишлари доирасида илмий мақолалари ва маъруза тезислари киритилган. Мазкур анжуман давлат-хусусий сектор шериклиги асосида туризм соҳасида кластерларни шакллантириш йўлларини аниқлаш мақсадида Бухоро давлат университетида Иқтисодиёт ва туризм факультети “Сервис соҳаси иқтисодиёти” кафедрасида Давлат илмий-техник дастурлари доирасида бажарилаётган ОТ-Ф1-04(08)-рақамли *“Рақобатбардош туристик ҳудуд ва кластерларни шакллантириш асосида Ўзбекистонда туризмни давлат миқёсида барқарор ривожлантиришнинг стратегик йўналишларини ишлаб чиқиш; Кооперация ва интеграция муносабатлари асосида фермер хўжалиқларида рақобатбардош маҳсулотлар етиштиришнинг мақбул моделларини ишлаб чиқиш”* фундаментал тадқиқотлар лойиҳаси доирасида ташкил этилиб, анжуман материаллари тузилган ва нашр этилган.

Тўплам и.ф.д., профессор Б.Н. Навруз-Зода ва и.ф.н. Ибрагимов Н.С. умумий таҳрири остида чоп этилди.

Тўплам Бухоро давлат университети илмий-техникавий кенгаши томонидан чоп этишга тавсия этилган.

Такризчилар:

1. Азимов Б.Ф. - БухМТИ Менежмент кафедраси доценти, и.ф.н.
2. Мўминов Х.И. –Бухоро Давлат университети “Иқтисодиёт” кафедраси доценти, и.ф.н.

Мазкур тўпламга киритилган мақолалар ва маъруза тезисларининг мазмуни, ундаги статистик маълумотлар, саналарнинг тўғрилигига ҳамда танқидий фикр-мулоҳазаларга муаллифларнинг шахсан ўзлари масъулдир.

1-ШЎЪБА. ДАВЛАТ-ХУСУСИЙ ШЕРИКЛИГИ ШАКЛЛАНИШ МЕХАНИЗМЛАРИНИНГ ИЛМИЙ НАЗАРИЙ ВА МЕЪЁРИЙ ҲУҚУҚИЙ АСОСЛАРИ

ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАШТИРИШ ЖАРАЁНИ

Б.Н.Навруз-Зода, и.ф.д., БухДУ профессори

Туризмга иқтисодийнинг стратегик тармоғи мақомини берилиши, ушбу соҳани инновацион ривожланишга қаратилган янги ташкилий-иқтисодий механизмларини жорий этишини тақозо этади. Бундай механизмларнинг муҳим воситаларидан бири сифатида **кластерлар** хизмат қилади.

Кластер назариясининг асосчиси Майкл Портер ҳисобланади. Унинг фикрига кўра кластер – бу маълум бир соҳада ишлайдиган ва ўзаро бир-бирини тўлдирадиган, географик жиҳатдан ёнма-ён жойлашган ва бир-бирига боғлиқ бўлган компаниялар (етказиб берувчилар, ишлаб чиқарувчилар ва бошқалар) ва улар билан боғлиқ бўлган ташкилотлар (ўқув муассасалари, давлат органлари, инфратузилма ташкилотлари) гуруҳидир. М.Портер мамлакатнинг рақобатбардошлигини халқаро рақобат таъсири остида алоҳида фирмалар эмас, балки кластер – турли соҳалардаги фирмаларнинг бирлашмалари нуқтаи назаридан кўриб чиқиш керак ва бу гуруҳларнинг ички ресурслардан самарали фойдаланиш қобилияти жуда ҳам муҳим, деб ҳисоблайди. Шунингдек, у ушбу афзалликларнинг асосий гуруҳлари сони бўйича “рақобатбардош олмос” (ёки “олмос”) деб номланган мамлакатларнинг рақобатбардошлигини аниқлаш тизимини ишлаб чиқган. Буларга қуйидагилар киради [1]:

❖ **омиллар шартлари**: инсон ва табиий ресурслар, илмий ва ахборот салоҳияти, капитал, инфратузилма, шу жумладан ҳаёт сифатининг омиллари;

❖ **ички талаб шартлари**: талаб сифати, жаҳон бозорида талабнинг ривожланиш тенденцияларига мувофиқлиги, талабнинг ривожланиши;

❖ **ўзаро боғланган ва хизмат кўрсатиш соҳалари** (тармоқ кластерлари): хом ашё ва ярим тайёр маҳсулотларни қабул қилиш соҳалари, асбоб-ускуналарни қабул қилиш соҳалари, хом ашё, ускуналар, технологиялардан фойдаланиш соҳалари.

❖ **фирмалар стратегияси ва тузилиши, тармоқлараро рақобат**: мақсадлар, стратегиялар, ташкил этиш усуллари, компанияни бошқариш, тармоқлараро рақобат.

Туризмни кластер ёндашувида ривожланиш туристик кластерларини шакллантиришни тақозо этади. Туристик кластер – бу туристик хизматларни кўрсатувчи географик бир-бирига яқин жойлашган корхона, ташкилот ва муассасаларнинг бирлашмасидир. Туристик кластерни яратишдан мақсад – синергетик самара ҳисобидан туристик бозорида ҳудуднинг рақобатбардошлигини оширишдан иборат [2]. Бунда синергетик самара кластер таркибига кирувчи корхона ва ташкилотларнинг самарадорлигини ошириш ва инновацияларни рағбатлантириш ҳамда янги йўналишларни ривожлантиришини рағбатлантиришда намоён бўлади.

Кластер ёндашувида туризмнинг мезодаражадаги рақобатбардошлигини ошириш учун кластерлаштириш сиёсатини амалга оширишини тақозо этади. “Туристик кластерларни шакллантириш” деганда, биз туристларнинг кўзлаган сайёҳат мақсадларига биноан уларнинг сайёҳлик эҳтиёжларини қондира оладиган, инфра- ва инфотузилмага эга бўлган, мосланувчан сайёҳлик таклиф тизими билан

характерланадиган стратегик тижорат бирлиги сифатидаги туристик кластерларни ташкил этиш жараёнини тушунамиз.

Минтақавий-иқтисодий, табиий-географик, аграр ва аҳоли жойлашувини ноҳиялаштириш каби, туристик кластерлаштириш ҳам ўзига хос қонуниятларга асосланган жараёндир. Туристик кластерлаштиришнинг моҳияти сайёҳлик салоҳиятга эга бўлган турли ҳудудларни муайян тамойил ва мезонлар оракли, сайёҳлар оқимини ўзига жалб қила оладиган туристик кластерларга бирлаштириш жараёни сифатида намоён бўлади. Бунда туристик кластерлаштиришдан асосий мақсад – сайёҳлик талаб ва таклифнинг уйғун бирлигини маркетинг усулида бошқариш тизимини яратиш ҳамда шакллантирадиган жозибадор туристик кластерларнинг рақобат устунлигини оширишдадир. Ўзбекистон шароитида туристик кластерлаштириш жараёнини қуйидаги 8 та босқичда амалга ошириш мумкин [3]:

Биринчи босқич. Туристик кластер мижозларининг сайёҳат мақсадини аниқлаш. Бу босқичда туристик кластерларнинг асосий мижозлар гуруҳи ва уларнинг сайёҳатдан кўзланадиган мақсадлари аниқланади. Бунда мижозларнинг “ташкил қилинган” ёхуд туристик воситачилар ёрдамида ташриф амалга оширадиган ҳамда “ташаббускор сайёҳлар” ёхуд ўзлари воситачиларсиз сайёҳат қиладиган гуруҳларга ажратиш мақсадга мувофиқ бўлади. Ўзбекистонга четдан келадиган ва мамлакатимиз бўйлаб сайёҳат қиладиган мижозларнинг ташриф мақсадларини “дала тадқиқотлари” усулида сўроқ шаклида аниқлаш мумкин.

Иккинчи босқич. Туристик кластерга кирадиган объектларни танлаш. Бу жараёнда шаклланадиган туристик кластерга киритадиган диққатга сазовор жойлар, туристик масканлар, сайёҳатгоҳлар ва туристик инфраструктураси танлаб олинади. Туристик мажмуанинг объектларини танлаб бўлгач, уларнинг қайси сифат даражаси (диққатга сазовор жой, туристик маскан, туристик ҳудуд)да қарор топганини турли кўрсаткичлар орқали билиб олинади.

Учинчи босқич. Туристик кластерларни шакллантирувчи асосий омилларини аниқлаш ва уларни таҳлил қилиш. Иқтисодий ноҳияларнинг шакллантирувчи таъсирчан омиллари каби, туристик кластерлаштиришнинг ҳам ўзига хос омиллари мавжуд. Улар, фикримизча, қуйидагилардан иборат [4]:

✚ Кластернинг сиёсий нуқтаи назардан барқарорлиги ва одамлар ҳаётига хавф-хатар етказмаслиги.

✚ Кластер ҳудудида диққатга сазовор жойлар ва агротуристик жозибадор масканларнинг мавжудлиги.

✚ Агротуристик ҳудудларда сайёҳлик оқимни вужудга келтирувчи бозор сегментларининг мавжудлиги.

✚ Агротуристик ҳудудлар жойлашган кластерларда доимий яшайдиган аҳолининг ва меҳнат ресурсларининг мавжудлиги.

✚ Агротуристик ҳудудларгача етиб борадиган равон йўлларнинг мавжудлиги.

✚ Яшаш, овқатланиш, кўнгилихушлик илиш учун тегишли инфраструктуранинг мавжудлиги.

Тўртинчи босқич. Туристик кластерлаштиришнинг тамойилларини асослаш. Н.Ибрагимовнинг фикрича, Ўзбекистонда агротуристик кластерлаштириш сиёсатини 4 та тамойиллар асосида амалга ошириш мумкин:

1. Туристик жозибадор жойлараро (масканлараро) мувофилаштириш.
2. Тематик ўхшаш туристик жозибадор жойлар ва масканларни уйғун бирлаштириш.
3. Туристик оқимни сайёҳлар нигоҳидан яратиш ва уни назорат қилиш.

4. Сайёҳатгоҳларни бозор усулида бошқариш.

Бешинчи босқич. **Туристтик кластерлаштиришнинг мезонларини ишлаб чиқиш.** Туристтик кластерлаштириш жараёнида *кўламлик, давомийлик, фойдалилик, хилма-хиллик, узвийлик* каби мезонлар бўйича туристик ҳудудлар асосида жозибador туристик кластерларни яратиш имкони вужудга келади.

Олтинчи босқич. **Рақобатбардош туристик кластерларни ташкил этиш.** Бу босқичда туристик талабига мос келадиган туристик салойихатидан келиб чиқадиган кластерлар тузилади.

Еттинчи босқич. **Туристтик кластер менежменти тизимини ташкил этиш.** Туристтик кластерлаштиришнинг ушбу босқичи дестинацион менежмент констепциясининг туристик таклиф ва талабининг уйғунлаштириш ғоясига асосланади.

Саккизинчи босқич. **Туристтик кластерларни ривожлантириш стратегияларини танлаш.** Бундай стратегиялар **ҳужумкор, химоя, тақлид, қарам, таҳмон** каби стратегиялари бўлиши мумкин.

Шундай қилиб, юқорида тавсифланган саккизта кластер шакллантирувчи босқичларда стратегик тижорат бирлиги сифатидаги туристик кластерларни ташкил этиш ва ривожлантириш имкони вужудга келади.

Адабиётлар:

1. Porter, M. E. Clusters and the new economics of competition. Harvard Business Review, 76(6), 77-90, 1998.

2. Туристские кластеры понятие, цели, структура. <http://www.stihi.ru/2015/05/20/1442>

3. Navruz-Zoda B., Ibragimov N. Ways of Applying Destination Management Concepts to the Development of Internal Tourism in Uzbekistan //International Tourism and Hospitality in the Digital Age. USA. – 2015. – 174-192 pp.

4. Наврўззода Б.Н., Ибрагимов Н.С. “Туристтик ҳуддуларни шакллантирувчи омиллар”. “География фанининг назарий-амалий муаммолари” Республика илмий назарий-амалий конференцияси материаллари. – Бухоро. 2006. 130-133-бетлар.

5. Ibragimov N.S. Destinatsion menejment: davlat miqyosida turizmni bozor usulida boshqarish san’ati (monografiya). Toshkent: "Turon zamin ziyo", 2014, 76-80 bb.

ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИНГ ТУРЛАРИ ВА ШАКЛЛАНИШ ОМИЛЛАРИ

Ибрагимов Н.С. и.ф.н., БухДУ

Туристтик кластерлар бутун дунёда тарқалган бўлиб, кўп ҳолларда ўта ривожланган мамлакатларда кенг қўлланилиши билан бирга, ривожланаётган ва ўтиш даврида бўлган иқтисодиётларда ҳам учрайди. Муваффақиятли фаолият кўрсатаётган ва истиқболли туристик кластерларга қуйидагиларни мисол келтириш мумкин: АҚШ, Калифорния штати Напа водийсида вино туризми кластери; Австралиянинг Квинсленд штатида экотуристтик кластер; Жанубий Африка Республикасида 1999 йили туристик кластерларни ривожлантириш миллий стратегияси қабул қилинган; Мексикада Канкун оромгоҳи кластери; Индонезиядаги Бали ороли кластерлари.

Туризм соҳасида кластерларнинг шаклланиши ва фаолият кўрсатиши умумий қонуниятлар асосида амалга ошириши ҳамда ушбу соҳада намоён бўлиш хусусиятлари аниқланган. Кластерларнинг моҳияти уни ташкил этадиган ўзаро боғлиқ фирмаларнинг қўшилган қиймат занжирида ўз аксини топади. Қўшилган қиймат – маълум корхонанинг фаолияти натижасида маҳсулот ва хизматлар

қийматига кўшган қисмидир. Ишлаб чиқариш фаолиятининг барча шакли кўшилган қийматни яратади. Аниқ кетма-кетликда амал қилиш натижасида улар ташкилот миқёсида кўшилган қиймат занжирини шакллантирадилар. Рақобат устунлигига эришиш учун хўжалик юритувчи субъект ўзининг кўшилган қиймат занжири билан бирга, хизматларни етқазиб берувчи ҳамда истеъмолчилар билан боғловчи ташқи занжирларни ҳам оптималлаштириши керак. Тез суръатларда ривожланаётган кластер ўзида турли кўшилган қиймат занжирларини қамраб олиб, уларнинг йиғиндисини М.Портер “кўшилган қийматлар тизими” (value system) деб атади.

Туристтик кластерларда *кўшилган қийматлар тизими* тўрт турдаги *кўшилган қиймат занжирларини* қамраб олади: хизматларни етқазиб берувчилар (*транспорт компаниялари*), жойлаштириш муассасалари ва бошқа кўшимча хизматлар, туристик маҳсулотларни сотиш каналлари (*инициатив ва ресептив туроператорлар, турагентлар, электрон бронлаш тизимлари ҳамда туристик порталлар*), шунингдек истеъмолчи(турист)лар.

Туристтик кластернинг рақобатбардошлиги ва жозибадорлиги кўшилган қиймат занжирининг ҳар бир бўғинида амалга ошаётган жараёнлар алгоритми ва динамикасини узлуксиз тадқиқ қилишни тақазо этиб, кластерни ташкил этувчи субъектларга барқарор ўсишнинг энг оптимал йўлларини ишлаб чиқишга кўмаклашади.

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

Кластерлар маълум иқтисодий муҳитда фаолият кўрсатиб, кўп ҳолларда уларнинг рақобатбардошлиги айнан шу муҳитга боғлиқ бўлади. Рақобат муҳити кластерларга турлича таъсир қилиб, баъзи ҳолларда уларнинг ривожланишига тўсқинлик қилса, бошқасида, аксинча, ўсишига сабаб бўлади.

Кластерлар давлат ва хусусий сектор ҳамкорлиги тамойили асосида шаклланади ва фаолият кўрсатади. Кластерларнинг шаклланиши ва амал қилишининг бошланғич босқичларида давлат муҳим ўрин эгаллаб, у туристик бизнес намояндалари билан яқин стратегик ҳамкорлик олиб бориши мақсадга мувофиқ. Амалиётда ўз самарадорлигини кўрсатган давлат ва хусусий мулкнинг турли ўзаро ҳамкорлик шакллари, моделлари ва механизмлари мавжуд. Жойларда кластер ташаббусларини ривожлантиришни давлат кластерни ташкил қилувчилар ўртасида *мулоқот платформаларини жорий қилиш, кадрларни қайта тайёрлаш ва кўшимча таълим дастурларини амалга ошириш эвазига маҳаллий иш кучларининг малакасини ошириш, хорижий сайёҳларни жалб қилиш мақсадида ҳудуд брендини яратиш* орқали қўллаб-қувватлайди.

Мавзуга оид илмий мақолаларни ўрганиш натижасида ўзаро ўхшаш бўлмаган турли объектларни кластер деб аталиши маълум бўлди. Кўп мамлакатларда кластер тажрибасини ўрганиш натижасида И.В. Пилипенко унинг *тармоқ ва ҳудудий* шакллари ажратади¹:

¹ Пилипенко И.В. (2005а) Конкурентоспособность и формы организации производства в регионах России. // «Взаимодействие городских и сельских местностей в региональном развитии». Сборник материалов XXII ежегодной сессии экономико-географической секции МАРС, Саратов, 4-6 июня 2005 г. – М.: ИГ РАН, 2005. С. 42-51.

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

- **худудий кластерлар** – маълум худудда географик жиҳатдан зич жойлашган бир-бирига ўхшаш ёки тўлдирувчи маҳсулотларни ишлаб чиқариш ҳамда кластер аъзолари ўртасида маълумот алмашувининг йўлга қўйилганлиги эвазига халқаро даражада рақобатбардошлигини барқарор сақлаб турган ўзаро боғланган корхоналар гуруҳи (*худудий, трансчегаравий ва маҳаллий кластерлар*).

Хуллас, **туристик кластерлар** ибораси **туристик худуддан** кескин фарқ қилиб, институционал тузилмага эга бошқариладиган макон сифатида намоён бўлади ҳамда ўзига ўхшаш бошқа кластерлар билан рақобатлашади. Бизнинг фикримизча, маълум туристик потенциалга эга маконларни, туризм иқтисодиёти тадқиқотчилари томонидан халқаро эътироф этилган маъноларида, яъни унга геоиқтисодий ёндашганда **туристик худуд**, маркетинг томонидан қаралганда **дестинация** ва менежмент томонидан ёндашилганда **туристик кластер** каби ибораларни қўллаш мақсадга мувофиқ.

КЛАСТЕРЛИ ЁНДАШУВ АСОСИДА ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИК КОРХОНАЛАРИНИНГ УСТУВОР ЙЎНАЛИШЛАРИ

**Р.Х.Эргашев -ҚарМIIИ
профессори, и.ф.д.,**

А.Д.Равшанов- ҚарМIIИ доценти, и.ф.н.

Кластер битта соҳага бирлашган ва бир-бири билан узвий алоқада бўлган корхоналар гуруҳи. Иқтисодиётни модернизациялаш ва диверсификациялаш шароитида бозор механизмини ҳисобга олган ҳолда қишлоқ хўжалик корхоналари ўзларининг рақобатбардошлигини ошириш мақсадида кластерга бирлашишга ҳаракат қилишади.

Кластерлаштириш XX асрнинг охири 25 йиллигида оммавий тус олади. Шундан бошлаб, ушбу соҳага нафақат давлат бошқарувчилари, балки илмий-тадқиқот соҳаси билан шуғулланувчиларнинг ҳам қизиқиши орта бошлади. Янада соддароқ қилиб айтганда масалан, пахтачиликда чигит экишдан тортиб то тайёр маҳсулотгача бўлган жараёни ягона технологик занжирга бирлаштирадиган тизимдир.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномасида таъкидлаганидек “Қишлоқ хўжалиги соҳасини бошқариш тизимини ислоҳ қилиш, ер ва сув ресурсларидан оқилона фойдаланиш борасидаги илғор технологияларни жорий этиш, озиқ-овқат хавфсизлигини таъминлаш энг муҳим вазифамиздир. Кейинги йилда кластер усулида пахта етиштиришни камида 52 фоизга етказиш учун 48 та пахта-тўқимачилик кластерини ташкил этиш тўғрисида қарор қабул қилинди ва шу билан бирга, ғалла ва мева-сабзавот кластерлари фаолиятини ҳар томонлама ривожлантириш керак”¹ деб таъкидлаб ўтди.

Қишлоқ хўжалигини барқарор ривожлантириш учун кластерли тузилмаларни шакллантириш - кўшимча янги иш ўринларини яратиш, маҳаллий бюджет даромадларини ошириш, қишлоқ хўжалик корхоналарига янгиликларни тарғиб этиш, қишлоқ хўжалик корхоналарида хўжалик юритувчи субъектларнинг инвестицион ва инновацион фаоллигини ошириш, қишлоқ хўжалик

¹ Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси.
//Халқ сўзи газетаси 2018 йил 29 декабр №271-272 (7229-7230)

хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда расмийлаштириш. Кластерларни ривожлантиришнинг устуворликлари ва вазифаларини белгилаб олиш (ҳар бир ҳудуднинг ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш стратегиясига кластерларни ривожлантириш дастурларини киритиш, бюджет ва бюджетдан ташқари маблағларни ажратиш);

- кластерларни қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш учун давлатнинг илмий тадқиқот ва ИТТКИ (Илмий техника тараққиёти ва конструкторлик ишлари)дан қишлоқ хўжалик корхоналар фаолиятдан самарали фойдаланиш имкониятининг мавжудлиги;
- кластер иштирокчилари ўртасида коммуникацияни расмий ва норасмий ахборот, билим ва касбий тажриба алмашиш асоси сифатида ривожлантириш. Кластерларни умумий бошқариш тамойиллари манфаатдор томонлардан ҳамкорликдаги ҳаракатланиш учун ишонч ва ошқораликни талаб этади. Кластерли ёндашувдан фойдаланиш бизнес ҳаракатларни узоқ вақт режалаштириш ва стратегик башоратлашни кўзда тутати;
- кластерли тузилмаларни ривожлантириш воситаси сифатида давлат буюртмалари ҳамда давлат хусусий ҳамкорликни қўллаб-қувватлаш;
- қишлоқ хўжалик юритувчи субъектларига тажриба алмашиш ва ўз манфаатларини ҳимоя қилиш имконини берувчи ҳудудий кластерларни шакллантиришда ижтимоий бирлашмаларнинг иштироки. Ноинфратузилмавий шарт-шароитлар:
- замонавий технологиялардан фойдаланувчи, рақобатбардош маҳсулотлар ишлаб чиқарувчи, бир ёки бир неча турдаги маҳсулотларни ишлаб чиқаришга ихтисослашган қишлоқ хўжалик корхоналари субъектлари сонининг ортиши;
- қишлоқ хўжалик корхоналари субъектларининг кластерда иштирок этиш заруратини англаб етишлари.

Бизнинг фикримизча, ҳудудий кластерлар доирасида қишлоқ хўжалик корхоналар фаолиятини инфратузилмавий таъминлашнинг устувор жиҳатларидан келиб чиқиб, уларнинг қуйидаги турларини таклиф этиш мумкин:

- инновацион жиҳатдан йўналтирилган – фан ва таълим муассасалари иштирокида ҳудудий иқтисодиётнинг ўхшаш секторлари ичида шаклланади;
- вертикал бирлашган (интеграцияланган) – ишлаб чиқариш жараёнининг ёндаш босқичлари кластер ўқини шакллантирувчи, иқтисодиётнинг муайян секторида (тармоғида) вертикал ишлаб чиқариш занжири шаклланади;
- конгломерат (тасодикий) – минтақанинг иқтисодиёт секторлари ва иқтисодий фаолият турларининг юқори асосланган йиғиндиси шаклланади.

Бошқарувга кластерли ёндашувни татбиқ этишга оид хориж ва маҳаллий тажриба, назария ва услубиятни ўрганиш асосида кластерни татбиқ этиш қишлоқ хўжалик корхоналар фаолиятининг хусусиятларига мос келувчи инфратузилмавий таъминот мавжуд бўлгандагина самарали ҳисобланади, деган хулосага келиш имконини беради.

Аниқланган ва олиб борилган изланишларга кўра, жаҳонда инновацион йўналтирилган кластернинг тараққий этиши жараёнида қишлоқ хўжалик корхоналарни қўллаб-қувватлаш инфратузилмасининг қуйидаги босқичлари ва институтлари фаолият юритмоқда:

1-босқич. Кластернинг доимий иштирокчиларини аниқлаш ва иқтисодий кластерлаштиришнинг ҳудудий стратегияларини ишлаб чиқиш-кластерли ривожлантириш марказлари.

2-босқич. Кластерларни ривожлантиришнинг устувор йўналишлари бўйича лойиҳаларни ишлаб чиқиш ва амалга ошириш-бизнес инкубаторлар, кафолат фондлари, жамоавий фойдаланиш марказлари, технологиялар трансфери марказлари.

3-босқич. Кластерларни ривожлантиришнинг стратегик лойиҳаларини ишлаб чиқиш ва уни амалга ошириш-технопарклар ва ёки технополислар.

4-босқич. Кластерларнинг мустақил тартибга солган ҳолда ривожлантириш-алоҳида иқтисодий ҳудудлар.

Инновацион йўналтирилган кластерларни шакллантириш ва ривожлантиришда тадбиркорлик тузилмалари, фан ва таълим муассасалари ўртасида ҳамкорликни фаоллаштириш асосий аҳамиятга эга бўлади, бу эса биринчи босқичда ташкилотлар-кластерларнинг доимий иштирокчиларини бошқариш тизимини такомиллаштиришни талаб этади. Шунинг учун стратегик ва инновацион менежмент, кластер корхоналарда янгича бошқарув усуллари ва механизмларига оид энг яхши амалиёт намуналарини аниқлаш ва уларни самарали тарғиб этишга кўмаклашиш бўйича мунтазам ишларни олиб боришга ихтисослашган консалтинг инфратузилмавий хизматларига эҳтиёж сезилади. Бунда мустақил йўналиш сифатида ҳудудда иқтисодий кластерлаштириш салоҳияти ва эҳтимолий йўналишларни баҳолаш имконини берувчи жамоавий маркетинг лойиҳаларини ишлаб чиқиш мақсадга мувофиқдир.

Маълумки, ушбу соҳанинг тўлақонли ривожланишида маҳаллий ҳокимиятлар, маҳаллий ўзини ўзи бошқариш органлари кластерларни ривожлантириш ташкилотларини шакллантиришнинг ташаббускорлари сифатида қатнашишлари, шунингдек, кластерларни ташкилий ривожлантириш бўйича чора-тадбирларни ишлаб чиқишлари ва уларни қўллаб-қувватлашлари лозим.

Ҳудудда вертикал бирлашган кластерни шакллантириш якуний маҳсулотни яратишга кўмаклашувчи ишлаб чиқариш, молиявий-иқтисодий, логистик ва бошқа алоқаларнинг мукамал занжири мавжуд бўлишини кўзда тутати. Олимларнинг фикрларига кўра, ушбу кластернинг инфратузилмавий таъминоти ишлаб чиқариш занжири доирасида минтақада турли-туман ишлаб чиқаришларнинг ўзаро таъсирлашуви самарадорлигини оширишга кўмаклашувчи бозор инфратузилмаси институтларига боғлиқдир.

Бизнинг фикримизча, ҳудудда вертикал бирлаштирилган кластернинг таркибида, унинг ривожланиш босқичига боғлиқ ҳолда, бозор инфратузилмасининг қуйидаги институтларини яратиш тизимини фаоллаштириш лозим:

1-босқич. Кластернинг доимий иштирокчиларини аниқлаш ва иқтисодий кластерлаштиришнинг минтақавий стратегияларини ишлаб чиқиш- савдо-саноат палатаси.

2-босқич. Кластерларни ривожлантиришнинг устувор йўналишлари бўйича тажриба лойиҳаларини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш-давлат харидларини автоматлаштириш тизимлари.

3-босқич. Кластерларни ривожлантиришнинг стратегик лойиҳаларини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш – логистик марказлар, онлайн майдонлари.

4-босқич. Кластерларни ўз-ўзини тартибга солиб ривожлантириш ахборот-маркетинг марказлари.

Минтақанинг етакчи корхоналари устувор ўринга эга бўлганда, кластернинг конгломерат тури шаклланади. Худудий хўжаликнинг самарадорлигини оширишнинг асоси сифатида кластер ҳосил қилувчи корхоналар рақобатбардошлигини ошириш учун институционал шароитларни яратиш, ушбу сектор ёки худудда иқтисодий фаолият турини ривожлантиришга кўмаклашувчи институционал инфратузилмани шакллантириш инфратузилмавий таъминотнинг устувор жиҳатига айланди

Конгломерат кластер инфратузилмасининг марказий кичик тизими институционал инфратузилма ҳисобланади, унинг таркибида кластернинг ривожланиш босқичларида турли институтларнинг аҳамияти янада юқори бўлади:

1-босқич. Кластернинг доимий иштирокчиларини аниқлаш ва иқтисодий кластерлаштиришнинг минтақавий стратегияларини ишлаб чиқиш.

2-босқич. Кластерни ривожлантиришнинг устувор йўналишлари бўйича тажриба лойиҳаларини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш.

3-босқич. Кластерларни ривожлантиришнинг стратегик лойиҳаларини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш.

4-босқич. Кластерни мустақил тартибга солиб, ривожлантириш.

Конгломератли кластер доирасида алоқаларнинг юқори самарадорлиги деҳқон ва фермер хўжаликлари уюшмалари ва кенгашлари, жамоатчилик ташкилотлари, палаталар ва ҳ.к. каби тадбиркорлик тузилмаларининг ўзаро таъсирлашувини мувофиқлаштирувчи ва қўллаб-қувватловчи ташкилотларга боғлиқ.

Кластер иштирокчиларининг ички боғлиқлиги доимий олди-сотди битимлари, ходимларнинг ҳаракатчанлиги, ахборот алмашиш ва ҳ.к.лар орқали амалга оширилади. Конгломерат кластер учун хос бўлган ўзаро таъсирлашиш тури кўпинча давлат хусусий ҳамкорлик асосида амалга оширилувчи қўшма лойиҳада иштирок этиш ҳисобланади.

Шу тарзда, кластерлар иқтисодий тизимни мустақил ташкил этишнинг янги турларини намоён этади, кластер сиёсати эса худудий сиёсатнинг муҳим таркибий қисми ҳисобланади, уни амалга оширишнинг замирида лойиҳавий бошқарув ёндашуви ётади.

Олиб борилган тадқиқотлар натижасида худудий кластерларни инфратузилмавий таъминлашни шакллантириш хусусиятлари худудий кластерларни ривожлантириш дастурларида ҳисобга олиниши лозим бўлган ривожлантириш институтларини ташкил этиш (ҳамкорликка жалб этиш) заруратини аниқлаш имконини беради.

Қишлоқ хўжалик корхоналарда иқтисодий кластерлаштириш соҳасида чора-тадбирларни амалга ошириш самарадорлиги етарлича юқори эмаслигининг асосий сабабларидан бири, кластер сиёсатини ўтказишда масъул бўлган давлат ҳокимияти ва бошқаруви органлари ва кластерларни яратишда иштирок этувчи қишлоқ хўжалик корхоналари ўртасида мулоқот даражасининг пастлиги ҳисобланади.

Хулоса сифатида шуни қайд этиш жоизки, қишлоқ хўжалик корхоналарда кластерларни ривожлантиришнинг асосий омиллари бўлиб, ишлаб чиқариш, ташкилий бошқарув, молиявий, сиёсий ва иқтисодий омиллар ҳисобланади. Ушбу омилларни уйғунликда қараш, уларни ўзаро боғлиқликда таҳлил қилиш худудларда кластерлаштириш тизимининг самарали амалга оширилишини таъминлайди. Услубий жиҳатдан ҳам талқин этганда, худудларда мавжуд бўлган ижтимоий-иқтисодий вазият ва уларнинг салоҳиятидан келиб чиқиб, кластерлаштиришни тўғри ва самарали амалга ошириш, қишлоқ хўжалик корхоналарнинг иқтисодий

ривожланишини таъмин этиши ва ишлаб чиқарилаётган маҳсулотларнинг юқори сифатда ишлаб чиқарилишини пировардида эса, уларнинг рақобатдошлигини ошишига хизмат қилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. //Халқ сўзи газетаси 2018 йил 29 декабр №271-272 (7229-7230)
2. З.Ханиязов Кластер ривож учун яхлит қонуний асос зарур. // Халқ сўзи газетаси 2018 йил 6 декабр №251 (7209)
3. Ш. Мустафакулов Кластерли ёндашув асосида ҳудудий инфратузилмани шакллантиришда устувор йўналишлари //Бизнес эксперт журнали №9.2016
4. Бородина М.А. Формирование экономических кластеров в регионе //Вестник Премского университета №2 (5) 2010 стр.41
5. Погонин.А.В. Экономическое развитие региона с учетом кластерного подхода в контексте экономики города //Вестник Премского университета №4 (15) 2012 стр.57

СВЯТЫЕ МЕСТА ХОРЕЗМСКОГО РЕГИОНА РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКСТАН И ИХ РОЛЬ В РАЗВИТИИ ПАЛОМНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В ВЕЛИКОМ ШЕЛКОВОМ ПУТИ

проф. Б.Рузметов, УрГУ

***Аннотация:** Мақолада Хоразм вилоятидаги муқаддас жойларнинг классификацияси ва уларнинг Буюк Ипак йўлида зиёрат туризмни ривожлантиришдаги ўрни таҳлил қилинган ва бу юзадан таклифлар берилган.*

***Аннотация:** В статье изучены священные места Хорезмской области, определена их роль в развитие паломнического туризма в Великом Шелковом пути.*

***Abstract:** This article is explored the sacred places of the Khorezm region, defined their role in the development of pilgrimage tourism in Great Silk Road.*

***Калит сўзлар:** Муқаддас жой, зиёрат туризми, этнографик материал, маданий объект, классификация.*

***Ключевая слова:** Священные места, паломнический туризм, этнографический материал, культурный объект, классификация.*

***Key words:** Sacred place, pilgrimage tourism, ethnographical material, cultural object, classification.*

По инициативе Президента Узбекистана Шавката Мирзиёева в целях продвижения туристских возможностей и потенциала страны, а также международного признания Узбекистана в качестве одного из крупнейших центров паломничества в исламском мире в Бухаре в феврале 2019 года был проведен первый международный Форум по зиёрат туризму, где принимали участия представители более десятки стран мира.

Указом Президента Шавката Мирзиёева внедрена паломническая "Piligrim Visa", которая выдается сроком до двух месяцев иностранным гражданам, приезжающим для совершения паломничества и изучения культурно-исторического, религиозно-духовного наследия и традиций древней узбекской земли.

Сегодня в мире усилился интерес к изучению мест поклонения и паломничества, так как святые места во все времена считались неотъемлемой частью повседневной жизни людей. Данный факт стимулирует этнологов мира к проведению специальных исследований, в которых анализ обрядов и обычаев, связанных со святыми местами поклонения разных историко-этнографических ареалов, включая научное обоснование их местных особенностей, позволит создать научную основу для развития паломнического туризма, связанные с местами паломничества в различных регионах мира, признавая их в качестве своеобразных этноэкологических заповедников.

Подчеркивая важность развития паломнического туризма в Узбекистане, Президент Шавкат Мирзиёев отметил, что: «Узбекистан - страна привлекательная как для путешествий, так и для паломничества. На нашей священной земле обрели вечный покой известные всему миру выдающиеся ученые и мыслители. Их богатое духовно-культурное наследие по-прежнему вызывает огромный интерес во всем мире» [1].

Особое место в данной сфере среди других историко-этнографических регионов нашей страны занимает Хорезмский регион, как «этнографический заповедник» со своей древнейшей историей, неповторимой культурой и священными местами паломничества народа. В этнологии Узбекистана изучение святых мест в качестве объекта культурного наследия и феномена народной культуры позволит собрать сведения относительно их природно-географических, этнических, экологических и социально-экономических функций. Именно поэтому весьма актуальными являются историко-этнологическое изучение мест поклонения Хорезма, в которых нашли воплощение историческое наследие наших предков и современные традиции.

На основе этнографических материалов прослежена трансформация воззрений, связанных со святыми местами Хорезма, под влиянием социально-политических и культурных процессов, происходивших в Центральноазиатском регионе в XX в., а также обосновано их преобразование в объекты этнокультурного самосознания.

На основе историко-этнографических материалов, раскрывающих роль мест паломничества Хорезма в экономической жизни общества в годы независимости, на примере святых мест региона (Пахлавана Махмуда, Султана Вайса, Юсуфа Хамадани и Шейха Мухтар Вали), определены этапы развития паломнического туризма как нового направления туризма, развиваемого на уровне государственной политики республики и в Великом Шелкового пути.

На примере мест паломничества Хорезма показано, что святые места, являясь средоточием духовности и выступая в роли этноэкологических заповедников, в результате табуации обожествляемых объектов (родник, колодцы, дерево) способствовали формированию своеобразной экосистемы;

В ходе освещения в этнологическом ракурсе народных обрядов, проводимых в местах поклонения (дарвешона, курбонлик, садака, мушкулкушод, ис чикариш, чилла саклаш, жаар (зикр)), и народных гуляний (Навруз, тут, кизил гул, хосил) было установлено, что в Хивинском районе в целях поминовения, благотворительности и жертвоприношения, посвященных духам предков, проводится обряд «Авлиёнинг туйи» («Праздник святого»).

Изучения сведений о местах паломничества Хорезмского региона в письменных источниках X-XVI веков на арабском, персидском, тюркском и

европейском языке, показал, что в это время, был создан целый ряд географических и исторических произведений. В произведении Абу Райхана Беруни «Памятники минувших поколений», наряду с описанием обычаев, обрядов и религиозных празднеств разных народов, проводится сравнительный анализ празднеств и обрядов хорезмийцев.

Сведения о наиболее известных святых местах Хорезма содержатся в произведении «Мужам ал-Булдон» («Словарь стран») арабского путешественника Абдуллы Йа'кута ал Хамави. Особого внимания заслуживает труд Мирзо Улугбека «Тарих-и арба' улус» («История четырёх улусов»), написанный на тюркском языке и датируемый XIV в. В нём приводятся ценнейшие сведения о хорезмской святой личности Нажмиддине Кубра, погибшем в борьбе против монголов, известном как «Шохи шухадо» («Шах шахидов»). Посетивший в 1338 г. Хорезма арабский путешественник ибн Баттута в своем произведении «Тухфат ан-нуззар фи гараиб ал-амсар ва аджаиб ал-афсар» («Подарок созерцающим о диковинках городов и чудесах путешествий») приводит первичные сведения о местах паломничества оазиса. Сведения о Нажмиддине Кубра нашли отражение и в сочинении персидско-таджикского поэта Абдурахмана Джамии «Нафахат ал-унс» («Духовения обители святости»).

Описание мест паломничества Хорезма приведены в трудах как Абу-л-Гази Бахадур-хан, Агахи, Мунис, Байани, Камёб и других.

Сведения о святых и местах поклонения содержатся в сочинении ученого Худайберды ибн Кушмухаммада Хиваки «Дил-и гара'иб» («Сердце редкостей»), жившего в Хиве в XIX веке.

Такие сведения встречаются в путевых записях путешественников Арминия Вамбери, Алихана Гафура и Мирзо Ризакули-хана Хидайата-Лолобаши. Посетивший Среднюю Азию во второй половине XIX в. английский священнослужитель Г.Ландселл в своем произведении даёт описание гробницы Пахлавана Махмуда в Хиве и гробницы Нажмиддина Кубра в Куня-Ургенче.

В Хорезме священные места и связанные с ними воззрения формировались веками, и они классифицируются следующим образом:

а) связанные с пророками, упомянутыми в Коране; б) связанные с известными в мире сподвижниками пророка Мухаммеда или их последователями; в) связанные со святыми и их чудотворной силой; г) связанные с шахидами; д) связанные с чилтанамит; е) связанные с именами известных в исламском мире женщин; ж) связанные с именами покровителей разных ремёсел; з) связанные с силами природы.

По нашему мнению, в Хорезме сохранены реликты доисламских верований. Это можно наблюдать в отношении людей к деревьям, источникам, животным, находящимся в святых местах. Это также находит выражение в отношении населения к оросительным сооружениям в степной зоне. Исследование показывает, что воззрения населения оазиса относительно паломничества не имеют кардинальных отличий: люди приходят на могилу святого не только для того, чтобы совершать молитву его духу, а с верой о покровительстве в решении личных или общественных проблем, иногда для сохранения душевного спокойствия.

В Хорезме насчитывается более 500 культовых объектов посещаемых населением. Из них 35 (в ведении республиканских - 15 и областных органов - 20) культовых объектов, действуют как места паломничества. По своей периодизации и по стилю они относятся: III в.: XII-XIV вв.; XV-XVIII вв.; XIX-XX вв.;

При классификации святых мест по степени значимости среди населения и географическому расположению учитываются следующие моменты: святые места республиканского, областного, районного значения и в масштабе махалли либо кишлака.

Хива-жемчужина Востока, музей под открытым небом, основной узел в Великом шелковом пути из покон веков привлекает к себе множество путешественников, туристов и паломников. Среди множества архитектурных памятников старины особое место занимает усыпальница святого Пахлавана Махмуда, почитаемая в исламском мире как историческая святыня.

Пахлаван Махмуд родился в 1247 году. По преданию, это произошло в воротах Хивы, в повозке его отца — переселенца из Гурганджа, старой столицы Хорезма, разрушенной монголами и окончательно обезлюдевшей после ухода переменившей русло Амударьи. Махмуд унаследовал от отца мастерскую и ремесло скорняка. Был наделен огромной физической силой. К тому же он был грамотен, много читал, разбирался в поэзии и сам писал рубай. Но больше всего увлекался Махмуд борьбой - курашом. Еще юношей он стал сильнейшим борцом Хивы, а затем и всего ханства. Не было ни одного торжества, куда бы Махмуда не приглашали принять участие в поединках с сильнейшими из сильнейших, и всякий раз он неизменно выходил победителем. Тогда-то к его имени и прибавилось почтительное — пахлаван, т. е. богатырь. Он- много ездил, побывал в далеких странах, одерживал победы над богатырями в Индии, Афганистане, Пакистане, Иране, Ираке. Предания и легенды приписывают Пахлану Махмуду множество подвигов во славу родного Хорезма.

Известна легенда о том, что Махмуд ездил на такие состязания в Индию, а победив на них, вместо подарка потребовал от местного правителя освободить хорезмийских пленных или рабов. А в Иране профессиональные борцы, прежде чем вступить в поединок с соперником, обращаются с молитвой к покровителю борцов — святому Пахлану Махмуду. Другое предание говорит, что однажды в трудную для Хивы минуту Махмуд возглавил народное ополчение, давшее отпор врагу.

Вообще с именем Махмуда связывают в Хиве многое: один из магистральных ирригационных каналов Хорезма, якобы прорытый им собственноручно, постройку шахид-мазара, якобы возведенного Махмудом в память погибших за родину... Умер Махмуд в 1326 году. После смерти Пахлавана Махмуда духовенство причислило его к лику святых, канонизировав в качестве покровителя Хивы. Считается, что он был похоронен у порога своей мастерской; место это несколько столетий оставалось для хивинцев священным. Первый вариант мавзолея был построен в 1664 году. В 1701-1702 годах Хивинский хан Шохниязхон реконструировал мавзолей, а Мухаммад Рахимхон I (1806-1825 гг. был ханом) начал, а его сын Аллакулихан в 1835 году завершил строительство замечательной красоты усыпальницы, которая радует глаз посетителей и паломников на сегодняшний день.

И все же при внутренней отделке мавзолея, поражающей красотой и многообразием декоративного орнамента, зодчие умело вписали вязью стихи Пахлавана Махмуда.

В создании нынешнего комплекса архитектурных сооружений у захоронения Пахлавана Махмуда принимали участие лучшие мастера и народные умельцы

Хивинского ханства Мулладин Мухаммадмурад, Нур-мухаммад Каландар-оглы, Мухаммаднияз Абдалджаб-бар-оглы и Абдулла Джин.

В последние годы, в связи с обнаружением ряда исторических данных, была выдвинута гипотеза о том, что Махмуд был одним из руководителей разветвленного тайного общества «Футтуват» («Великодушие»), которое ставило своей целью свержение власти монгольских за-воевателей. Гипотеза эта многое объясняет в посмертной славе Махмуда как общественного деятеля: ведь известно, что официальных постов он в Хиве никогда не занимал.

В старинных антологиях Востока Пахлаван Махмуд известен еще и под именем Пурейвали (один из псевдонимов, которыми он пользовался). Ему принадлежит обширный рубайят. Расположенные в определенном порядке, эти рубай образуют нечто вроде цикла, рассказывающего о трудной и прекрасной человеческой жизни.

Как и почти у каждого старинного города, у Хивы был свой святой покровитель. Когда-то им был Сим, сын библейского Ноя. Но уже начиная с XIII века народ называет другое имя — Пахлаван-пир (покровитель богатырей), или просто Пахлаван-ата (отец-богатырь).

В Хиве величественный бирюзовый купол, увенчанный золотым шаром,— мавзолеем Пахлавана Махмуда.

Под псевдонимом Пирьярвали Махмуд создал множество рубайятов созерцательно-философского, социального, духовного содержания.

Над могилой Махмуда, похороненного во дворе его мастерской, был возведен мавзолей, вокруг которого стали хоронить хивинских ханов и членов ханской фамилии.

Кто мир моей души поднимет из руин
Постигнет груз грехов-и сделает своим
Ко многим славным я паломничал могилам
Придёт ли кто к моей, скажи, О Азроил [3].

В настоящее время места паломничества играют определенную роль в повышении экономической стабильности населения и в развитии экономики края. Сегодня святилища превратились в наиболее посещаемые жителями объекты, и они приносят определенный доход государству как результат развития паломнического туризма.

В последние годы в Узбекистане развивается новое направления туризма - паломнический туризм. В Хорезмском регионе имеются широкие возможности для развития этой сферы, но существует и ряд проблем. Необходимо разработать туристические маршруты, реставрировать памятники культуры. Наряду с этим необходимо собирать сведений о местах паломничества в регионе, они могут выполнять роль важных религиозных объектов республиканского и международного значения.

Целесообразно подготовка и издание брошюр из цикла «Места паломничества и поклонения Хорезмского оазиса» (история и архитектура) и «Обряды и обычаи, связанные с местами паломничества Хорезмского оазиса: прошлое и современность». Осуществление таких исследований, с одной стороны, позволит проследить многовековую и насыщенную событиями этнокультуру узбеков оазиса, а с другой - послужит важной научной основой в просветительской деятельности, освещающей самобытность исламской религии в регионе, трансформацию обычаев и обрядов, связанных со святыми местами оазиса.

Наряду с этим для развития этой сферы в Хорезме необходимо изучить потребности паломников на основе специальных социологических опросов.

Все эти меры приведут к развитию паломнического туризма в Хорезме, повышению эффективности этой важной отрасли экономики региона.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев. Ўзбекистонда туризмни янада ривожлантириш масалалари ҳақида. // Халқ сўзи. 2017 йил 4 октябрь. 199 (893)-сон.
2. Landesdell H. Russian Central Asia including Kulja, Bokhara, Khiva and Merv. Vol.2. – London 1885. – P.293. - p.344-347.
3. Избранная лирика Востока., Бедиль, Пахлаван Махмуд, Рубаи перевод с Фарси Александра Наумова, Тошкент, 1991
4. www.xorazm.uz

ДАВЛАТ-ХУСУСИЙ ШЕРИКЛИГИНИНГ МАЗМУН-МОҲИЯТИ ВА ШАКЛЛАРИ

**Тохиров Жавлон Рахимович,
Бухоро давлат университети таянч докторанти**

Бозор иқтисодиёти шароитида умум давлат аҳамиятига эга бўлган йирик ижтимоий-иқтисодий лойиҳаларни амалга оширишда муваффақият қозониш мумкин, агар давлат ва бизнеснинг куч-қудратини бирлаштириш эвазига умумий самарани юзага чиқара олинса. Чунки, давлатнинг иқтисодиётдаги улуши тобора қисқариб борган ҳолда, бизнеснинг улуши тенг равишда ошиб бормоқда. Давлат бюджети барча ижтимоий масалаларни ечиш учун етарли маблағларни ажратишга қурби етмаслигидан бизнеснинг молиявий кўмаки зарур бўлиб қолади. Шу сабабли Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ4947-сонли «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида»ги фармонида кўра: Ўзбекистонни 2017-2021 йилларда ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегиясининг 3.4.бандининг охири хатбошида устувор вазифалардан бири сифатида *давлат-хусусий шериклигини кенгайтириш* деб алоҳида келтириб ўтилган [1].

Илмий адабиётларда олимларнинг ДХШни ташкил этиш масалаларини ўрганишга бағишланган кўплаб тадқиқотлари келтирилган. Хусусан, ДХШнинг илмий-назарий хусусиятлари МДХ олимларидан К.А.Антонова, А.А.Алпатов, О.С.Белокрылова, И.Е. Болехов, Б.Г. Варнавский, Е.А. Дынин, Л.И. Ефимова, В.А. Михеев сингари олимларнинг асарларида кўриб чиқилган.

Иқтисодчи олим К.А. Антонова “Давлат-хусусий шерикчилиги Россия ижтимоий-иқтисодий ривожланишининг омили сифатида” номли асарида ДХШни – давлат ва бизнес ўртасида давлат бошқаруви идоралари ва хусусий тузилмалар орасида шартнома асосида амалга оширилувчи институционал ташкилий иттифок деб атайди [2].

Шунингдек, В.Г. Варнавский, А.В. Клименко ва В.А. Королев ҳаммуаллифлигидаги “Давлат-хусусий ҳамкорлиги. Назария ва амалиёт” номли ўқув қўлланмасида “ДХШ - давлат ва жамоатчилик мулк объектлари, шунингдек, кенг доирадаги иқтисодий фаолият турларида ижтимоий аҳамиятга молик лойиҳаларни амалга ошириш мақсадида давлат ва жамоатчилик идоралари, муассаса ва корхоналари томонидан ижро этилувчи ва кўрсатилувчи хизматларга

нисбатан давлат ва хусусий сектор ўртасидаги ўзаро таъсирнинг юридик жиҳатдан мустақамланган шаклини намоён этади” деб таъкидлашади [3].

Е.А. Дынин эса “ДХШ – ижтимоий неъматлар яратиш ёки ижтимоий хизматлар кўрсатиш учун узоқ муддатли ва ўзаро фойдали асосда жамият (давлат ёки маҳаллий ўзини-ўзи бошқариш)нинг моддий ва номоддий ресурсларини бирлаштириш жараёнидир” деб уқтириб ўтади [4].

Давлат ва хусусий шерикчилиги турли халқаро молия ташкилотлари, хорижий ва миллий иқтисодчи олимлар, мутахассислар томонидан ҳар хил талқин этилади. Жумладан, Иқтисодий ҳамкорлик ва ривожланиш ташкилоти (ИХРТ, ингл. OECD - *Organisation for Economic Co-operation and Development*) ДХШни – ҳукумат ва бир ёки бир нечта хусусий шерикларнинг (ўзаро бажарувчи ёки молиялаштирувчи ташкилот бўлиши мумкин) ўзаро келишуви бўлиб, унга биноан шериклар хизматларни шундай тақдим этилишини таъминлайдики, бунда давлатнинг хизматларни тақдим қилиш ва хусусий инвесторнинг фойда олиш мақсадлари ўзаро муштарак бўлади ҳамда мазкур алоқанинг самарадорлиги хусусий шерикка рискларни қандай тақсимланганлигига боғлиқ [5].

М.Б.Жерард эса ДХШ – бу хусусий капитални ўзига жалб қилишни ва баъзан эса ижтимоий хизматларнинг сифатини ошириш ёки давлат активларини бошқариш учун давлат капиталини ҳам жалб қилишни уйғунлаштиради деб таъкидлайди [6].

Халқаро Валюта жамғармаси томонидан берилган таърифда эса “ДХШ – давлат томонидан анъанавий тарзда таъминланадиган инфратузилмавий активлар ва хизматларни хусусий сектор томонидан тақдим этишга қаратилган келишувдир” деб таърифланади [7].

Ривожланган бозор иқтисодиётига эга мамлакатлар – жаҳон иқтисодиётининг асосий субектларидан бири ҳисобланади. Ушбу мамлакатлар «ривожланган» ёки «саноат жиҳатдан тараққий этган» мамлакатлар деб аталади.

Саноат жиҳатдан тараққий этган мамлакатларга хос бўлган асосий хусусиятлардан бири – даромадларнинг аҳоли қатламлари ўртасида нисбатан текис тақсимланиши ва мамлакат ҳудудининг бир текис ўзлаштирилиши ҳисобланади. Бундан ташқари, ушбу мамлакатлар иқтисодиёти ижтимоий йўналтирилганлиги, хусусан, аҳолининг кам таъминланган қатламларини қўллаб-қувватлаш, илм-фанни ривожлантиришга катта маблағ сарфлаш (ЯИМ га нисбатан 2-3 %) ва унинг ютуқларини ишлаб чиқаришга жорий этилиши, тиббиёт, таълим, маданий соҳаларга сарфланаётган харажатларнинг юқорилиги ва атроф-муҳит муҳофазасига ажратиладиган сарф-харажатларнинг (ЯИМ га нисбатан 3-4 %) юқорилиги билан ажралиб туради [8].

Барча мамлакатларда иқтисодиётнинг давлат сектори мавжуд. Давлат секторини бошқариш мулкчиликнинг давлат шаклига асосланиб, у асосан, қуйидаги учта йўл орқали шаклланади:

- 1) ишлаб чиқариш воситалари эгаларига пул ёки қимматли қоғозлар билан товон тўлаш орқали мулкни миллийлаштириш;
- 2) давлат бюджети маблағлари ҳисобига янги корхоналар, баъзи ҳолларда яхлит тармоқларни барпо этиш;
- 3) давлат томонидан хусусий корпорацияларнинг акцияларини сотиб олиш ва аралаш давлат-хусусий корхоналарини ташкил этиш. [9].

Бу борада олиб борилган изланишларимиз натижасида, давлат секторини шаклланишида тўртинчи йўли ҳам мавжуд деб ҳисоблаб, уни қуйидагича таклиф этмоқчимиз.

4) Хусусий сектор капитали ёки у томонидан ўзлаштирилган бошқа маблағлар ҳисобидан муайян муддатда давлат билан ҳамкорлик асосида давлат-хусусий шерикликни ташкил этиш.

1-жадвал

Секторларнинг қиёсий таҳлил асосида тоифаланиши¹

Давлат сектори	Хусусий сектор	Давлат-хусусий шериклик
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ўз олдиға фойда олшни мақсад қилиб қўймаган, асосан, иқтисодиётни тартибга солиш вазифасини амалға оширадиган турли бюджет ташкилотлари ва муассасаларининг мажмуи; ▪ иқтисодиётни тартибга солиш мақсадида фаолият қилувчи институт (муассаса); ▪ ўз вазифаларини бажариш мақсадида ўзлаштирилган восита ва неъматлар; ▪ чегаралари унинг фуқароларға солиқ солиш қобилияти билан белгиланган жуғрофий ҳудуд; ▪ ҳукмини амалға оширишда қиёсий устунликка эға бўлган ташкилот. 	<ul style="list-style-type: none"> • иқтисодиётнинг даромад (фойда) олиш мақсадида амал қилувчи бирламчи бўғинидир; • айрим кишилар ва гуруҳларға тегишли бўлиб, ёлланма меҳнатдан фойдаланиб даромад топишға қаратилган мулк • индивидуал мулкнинг бир шакли сифатида фуқаро фойда олиш мақсадида ўз мулқидан фойдаланиш ҳуқуқига эға бўлиши; • ишлаб чиқариш фуқаронинг ўз меҳнати ёки ишға ёллаш орқали ҳам бўлиши мумкин; • ишлаб чиқриш воситалари ва истеъмол буюмларига хусусий шахслар томонидан эғалик қилиниши, фойдаланилиши ва ўзлаштирилиши. 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ давлат шериги ва хусусий шерикнинг муайян муддатға юридик жиҳатдан расмийлаштирилган, давлат-хусусий шериклик лойиҳасини амалға ошириш учун ўз ресурсларини бирлаштириш орқали ташкил этилган мулк; ❖ давлатнинг стратегик вазифа ва мақсадларидан келиб чиққан ҳолда белгиланган қонунлар орқали хусусий сектор капитали ёки у томонидан ўзлаштирилган бошқа маблағлар ҳисобидан муайян муддатда давлат билан ўзаро манфаатли ҳамкорлик.

Хусусан, давлат-хусусий шерикликни ташкил этишда хорижда кенг тарқалган ҳамкорликнинг **институционал** (*жамоа кенгашлари, бошқарув кенгашлари, васийлик кенгашлари каби жамоат институтлари ва.ҳ.*) ва

¹ Жадвал маълумотлари муаллиф тадқиқотлари натижалари асосида тайёрланган.

шартномавий (*стипендия дастурлари, гранлар, концессия, узок муддатли ижаралар, инвестицион шартномалар ва.х.*) шаклларида фойдаланилади.

Давлат-хусусий шерикликнинг давлатнинг ижтимоий объектларга нисбатан айрим бошқарув ваколатларини назарда тутувчи, анъанавий давлат хизматларини бажариш учун хусусий секторни жалб қилувчи, миллий ва халқаро, кенг миқёсли ва маҳаллий, аммо ҳар доим ўта муҳим ва давлат учун ижтимоий аҳамияти юқори лойиҳаларин амалга ошириш бўйича давлат ва бизнес иттифоқи, концессия ва операцион лизингга асосланган, транспорт, кўприк, тоннель, касалхона, мактаб ва бошқа ижтимоий инфратузилмалар учун тузиладиган ҳамкорлик, у ёки бу корхонани ташкил қилишдаги риск ва нафларни тақсимлаш бўйича ўзаро муносабатлар, давлат ташкилот ва хусусий компания ўртасида риск ва даромад, масъулият ва мажбуриятларни тақсимлаш бўйича келишув, давлат манфаатлари йўлида стратегик натижаларга эришиш учун амалга ошириладиган ўрта ва узок муддатли давлат-хусусий сектор муносабатлари, ДХШ предмети давлат ва муниципал мулкдан, ҳамда ҳокимият органлари, бюджет сектори томонидан кўрсатиладиган хизматлардан ташкил толувчи давлатнинг хусусий сектор билан кенг иқтисодий фаолият турлари бўйича муносабатлари, хусусийлаштириш мумкин бўлмаган – кўприк, автомобиль магистраль йўллари, труба қувурлари, аэродром, портлари каби стратегик объектларини давлат мулкида қолдириб, хусусий секторга узок муддатли ижарага бериш билан боғлиқ муносабатлар, минтақа учун умумиқтисодий манфаатларга эришиш ва долзарб вазифаларни ечишга қаратилган муҳим муносабатлар, давлатнинг бизнесга ҳукм ўтказиб, иқтисодиётга чуқур аралашувини эмас, балки у билан ҳамкорликда, лойиҳалар бўйича маслаҳатда ишлашини кўзда тутувчи, давлатнинг иқтисодий сиёсатининг умумий мақсадларига эришиш бўйича муносабатлар каби талқинларини учратишимиз мумкин.

АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сонли “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги фармони \\\ lex.uz.
2. Кабашкин В.А. Государственно-частное партнерство в регионах Российской Федерации: учебное пособие / Кабашкин В. А. — М.: Дело, 2010. С.120.
3. Варнавский В.Г., Клименко А.В., Королев В.А. Государственно-частное партнерство: теория и практика: учебное пособие / Варнавский В. Г., Клименко А. В., Королев В. А. — М.: ГУ-ВШЭ, 2010.
4. Дынин Е.А. Риски бизнеса в частно-государственном партнерстве / Дынин Е. А. // Общество и экономика. — 2007. — № 5–6. С.111.
5. Dedicated Public-Private Partnership Units: A Survey of Institutional and Governance Structures, OECD, 2010.
6. Gerrard M.B. What Are Public-Private Partnerships, and How Do They Differ from Privatizations?//Finance & Development. 2001. Vol.38.
7. Public-Private Partnerships. International Monetary Fund, 2004.
8. Vaxabov A.V., Tadjibayeva D.A., Xajibakiyev Sh.X.. Jahon iqtisodiyoti va xalqaro iqtisodiy munosabatlar: darslik. – Toshkent.: Baktria press, 2015. – 71 b.
9. Shodmonov Sh.Sh., G’ofurov U.V.. Iqtisodiyot nazariyas: Darslik.– Toshkent.: IQTISOD-MOLIYA, 2010. - 533 b., 542 b.

БУХОРО ВИЛОЯТИДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИ ЖОРИЙ ҚИЛИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Нарзиев Мирфайз Махмуджонович,
БухДУ таянч докторанти

Жаҳон иқтисодиётининг жадал суръатлар билан ўсиб бориши, глобализация ва тўртинчи саноат революциясининг (*Industry 4.0*)¹ кириб келиши билан, корпорация, ОТМлар, давлат ташкилотлари ва бошқа хўжалик субъектларининг янада бирлашиб ўзаро ҳамкорлик қилишнинг янги шакллари пайдо бўлди. Бунинг яққол мисоли бўлиб, хўжалик юритишнинг самарали шакли сифатида ҳозирда машхур бўлиб бораётган *кластерлар* тузиб, фаолият кўрсатишни мисол келтириш мумкин. Кластерлар олдин саноат тармоқларида шаклланиб, ҳозирги кунда хизмат кўрсатиш соҳасига ҳам кириб келмоқда.

АҚШда саноат кластерлари иқтисодий унумдорлигининг ўсганлигини биринчи бўлиб Маршал деган иқтисодчи-олим ўзининг илмий ишларида 1920 йили қайд қилган. Ундан кейин 1990 йилда профессор Портер ўзининг “Халқларнинг рақобатбардошлик устунлиги” китобида регионларнинг рақобатбардошлилигини кластер концепцияси асосида таҳлил қилиб, ўзининг машхур “*Бриллиант модели*”ни (1–расм) яратган. Бриллиант модели ўз ичига туризмнинг 3 таркибий қисмларини қамраб олади.



Портернинг фикрича, кластер бу: “*бир ҳудудда бир хил соҳадаги корхона ва ташкилотларнинг ҳамкорликда ишлаши*”² дир. Бу ҳамкорлик кластери ўз навбатида самарадорлик, инновация ва рақобатни ривожлантиради. Портернинг кластер теориясига асосланиб, биринчилардан бўлиб АҚШнинг Калифорния штатида “Силликон Оазис” (Silicon Valley³) ташкил этилиб, у юқори техника ва технологиялар соҳасида ишлайдиган бир неча йирик компанияларни, Apple, Cisco, Facebook, Google, HP, Intel, Netflix, Oracle ва Tesla ни ўз ичига олди. Бу кластер илмий тадқиқотлар олиб бориш учун, АҚШнинг машхур Гарвард университети билан ҳамкорликни йўлга қўйган.

¹ <https://www.deutschland.de/en/topic/business/industry-40-german-companies-are-bundling-their-know-how>

² <https://hbr.org/1998/11/clusters-and-the-new-economics-of-competition>

³ <https://www.siliconvalley.com/>

2003 йилдан бошлаб, Европа Иттифоқи кластер тизимининг юқори самарадорлигини тан олиб, Европа давлатларига уни тадбиқ қилишни бошлади. Тадқиқотлар шуни кўрсатадики, кластерларнинг миллий иқтисодиётдаги улуши ўсиб бораётган бўлиб, АҚШ иқтисодиётида бюджет ташкилотларидан ташқари банд аҳолининг 32%и, Швецияда эса 39% аҳоли фаолият олиб бораётган бўлиб ҳисобланади. Давлатда кластер тизимлари қанча кўп ривожланган бўлса, бу мамлакатнинг ҳаёт даражаси ва ташкилотларининг рақобатбардошлиги шунча юқори бўлади.

Украиналик олим М.П. Войнаренконинг фикрича¹, юқори самарали кластерларни ташкил қилиш ва ривожлантириш учун **“5И” шартлари** мавжуд бўлиши керак ва булар:

1) Инициатива (*Ташаббус*) – ташаббускор тадбиркор, давлат мутасадди амалдорлари ва мулк эгалари бўлиб, улар ўзларининг ташкилотчилик қобилиятлари билан, бир неча бизнесменларни жам қилиб, уларнинг қизиқишини ошириб ва амалда кластер тизими бўйича ишлашнинг юқори самарадорли эканини исботлаб, кластерларни ташкил қилиш ва шу билан бирга бутун регион учун фойда келтириш;

2) Информация (*Маълумот*) – билим ва малака алмашиш, маълумотларнинг мавжудлиги, шаффофлик, интернет саҳифаларида ҳамкорликдаги маълумот базаларини яратиш, меҳмонхона хизматларидан фойдаланиш ва брон қилиш бўйича тизимларни жорий қилиб, маълумотнинг тез алмашишини таъминлаш;

3) Интеграция – регионларда давлат ташкилотлари, ОТМлар ва фирмалар билан биргаликда ўзаро ҳамкорликнинг янги шаклларида фойдаланиш;

4) Инновация – меҳмонхоналарнинг рақобатбардошлигини ошириш мақсадида, уларнинг хизматларини кенгайтириш, янги йўналишларини яратиш, сотилишини таъминлаш, молиялаштириш ва бошқариш;

5) Интерес (*Қизиқиш*) – хўжалик субъекти фаолиятининг асосий шarti ҳисобланиб, кластер уюшмалари иштирокчиларининг қизиқишини орттириб, иқтисодий фойда олишни назарда тутди.

Шундай қилиб, туризм соҳасида кластерларни яратиш бу – глобал рақобат шароитида регионлар иқтисодиётини бошқаришнинг самарали йўли ҳисобланиб, туризм кластери қуйидагиларни ўз ичига олади (**2–расм**. Туризм кластери²).

Ҳозирги кунда ҳукуматимиз томонидан республикада туризм соҳасини янада ривожлантиришга қаратилган кенг қамровли ишларнинг олиб борилиши натижасида, туризм бозорида иштирокчиларнинг сони ва таклиф қилинадиган хизматлар кўпайди. Бу эса, ўз-ўзидан иштирокчилар орасида ҳамкорликнинг кластер тизимини шакллантириб ўзаро манфаатли фаолият олиб боришни юзага келтирди.

Хусусан, Бухоро шаҳрида қайта таъмирланиб ишга туширилган “Ориент Стар Варахша” ва яқинда Индонезиянинг “Sahid Hotels and Resorts” меҳмонхоналар занжири билан ҳамкорликда ишга тушадиган “Sahid Zarafshon”³ меҳмонхона

¹ Войнаренко М. П. Кластерные модели объединения предприятий в Украине // Экономическое возрождение России. 2007. № 4 (14).

² Муаллиф ишланмаси.

³<https://telegra.ph/indonezijskaya-kompaniya-sahid-group-beret-v-upravlenie-gostinicu-v-buharskoj-oblasti-11-08>

комплекси, бошқа кўплаб хусусий очилган меҳмонхоналар, ресторан ва кафелар бунга мисолдир.



Бухоро вилоятининг туризм соҳасида кластерларни жорий қилиш истиқболлари кўпқиррали бўлиб, қуйидаги йўналишларда олиб борилиши мумкин:

❖ Хорижий давлатларда кенг тарқалаётган органик маҳсулотлар (Organic products) ва сайёҳларнинг унга бўлган талабини (Healthy lifestyle) инобатга олиб, меҳмонхона ўзининг боғлар ва иссиқхоналарини яратиб, органик маҳсулотларни меҳмонларга етказиш ва у ерлар билан танишиш мақсадида меҳмонларга саёҳатлар уюштириш;

❖ Меҳмонхоналар туристлар учун мўлжалланган автобус ва енгил автомобилларни сотиб олиб, ўзининг кичик автопаркини ташкил қилиши ва янги туристик йўналишларни аниқлаб, туристик мавсум бўлмаган вақтда транспорт хизматларини ҳам кўрсатиши мумкин;

❖ Бухоро вилоятида ҳозирда машҳур бўлган “Етти Пир” зиёратгоҳлари жойлашган туманларнинг таниқли миллий хунармандчилик маҳсулотлари ишлаб чиқарадиган мини цехларни ташкил қилиб, уларга саёҳатлар уюштириш; масалан, Ғиждувон кулолчилиги, Бухоро зардўзлиги ва заргарлиги, темирчилик, миниатюра рассомчилик, ипакчилик, Қоракўлнинг қоракўл терилари ва бошқалар. Меҳмонхона бу мини цехларда ишлаб чиқарилган сувенир маҳсулотларни, ўзининг сувенир дўконида, меҳмонхона бренди асосида сотиши ҳам мумкин бўлиб, бу ўз навбатида қўшимча даромад ва меҳмонхона бренди рейтингининг ошишига сабаб бўлади.

Фойдаланилган адабиётлар ва веб-сайтлар рўйхати

1. “Туризм тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикасининг Қонуни. Ўзбекистоннинг янги қонунлари.-Т.: Адолат, 2019 йил, 18 Июльдаги 549–сонли янги таҳрирда қабул қилинган.

2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018-йил 7-февралдаги "Ички туризмни жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида"ги ПҚ-3514 сонли Қарори.

3. Войнаренко М. П. Кластерные модели объединения предприятий в Украине // Экономическое возрождение России. 2007. № 4 (14).

4. <https://hbr.org/1998/11/clusters-and-the-new-economics-of-competition>

5. <https://telegra.ph/indonezijskaya-kompaniya-sahid-group-beret-v-upravlenie-gostinicu-v-buharskoj-oblasti-11-08>

ДАВЛАТ-ХУСУСИЙ ШЕРИКЧИЛИК МУНОСАБАТЛАРИНИ АМАЛГА ОШИРИШНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

Д.Худайбергенов, УрДУ Туризм кафедраси доценти

Маълумки, республикамиз иқтисодиётини ривожлантириш мақсадида хўжалик юритувчи субъектлар ўртасидаги муносабатларни самарали амалга ошириш лозим. Бу борада республика ҳудудларида замонавий ишлаб чиқариш ва муҳандислик коммуникация тармоқлари бўйича лойиҳаларни яратиш, уни бажариш учун давлат-хусусий шерикчилик муносабатларини амалга ошириш мақсадга мувофиқ. Бу борада республикамизда давлат-хусусий шерикчилик муносабатларини жорий этиш концепцияси ишлаб чиқилди.

Давлат-хусусий шерикчилик муносабатларини амалга ошириш учун мақбул концепция зарур бўлиб, унинг фаолияти самарали шерикчилик тамойиллари асосида ривожланади. Бу борада Ўзбекистон Республикасининг “Давлат-хусусий шерикчилик муносабатлари” тўғрисидаги қонуни қабул қилинган. Давлат-хусусий шерикчилик муносабатлари мамлакатда барқарор иқтисодий-ижтимоий муҳитни таъминлаш мақсадида инфратузилма ва бошқа хизматларни молиялаштириш, лойиҳалаштириш, таъмирлаш, бошқариш ва назорат қилишни таъминловчи давлат ва хусусий сектор ўртасидаги ўзаро манфаатли ҳамкорлик муносабатлари ҳисобланади.

Бугунги кунда давлат-хусусий шерикчилик муносабатлари қуйидаги асосий белгилар ва хусусиятларга эга бўлади:

- давлат инфратузилма ва бошқа хизматларнинг хусусий сектор томонидан таъминланишига қаратилган шартномавий келишув;
- инвестицияларни жалб қилишнинг юқори даражаси;
- инфратузилма ёки хизмат бажарилишининг хусусий сектор томонидан тўлиқ ёки қисман қопланиши;
- инновацияларни ишлаб чиқиш ва қўллаш имкониятларининг юқорилиги;
- таваккалчилик хатари ва олинган фойданинг томонлар ўртасида тақсимланиши;
- молиявий чекловларнинг осонлашуви ва пул маблағларидан самарали фойдаланиш имконияти;
- харажатларни камайтириш ёки натижани максималлаштиришдан келадиган синергетик ҳамкорлик;
- инфратузилма ва хизматларнинг қисқа муддат ичида етказиб берилиш имкониятининг мавжуд эканлиги.

Шунингдек, давлат-хусусий шерикчилик муносабатларининг асосий шакллари бўлиб қуйидагилар ҳисобланади:

- давлат ва хусусий шерик ўртасидаги жамият учун лозим бўлган фаолият ва хизматларни етказиб бериш борасидаги шартнома;

- келишувда кўрсатилган шартларга қараб, давлат ёки муниципал мулкни вақтинчалик сотиб олишни назарда тутувчи ижара ёки лизинг;

- давлат томонидан хусусий шерикга шартномада белгиланган вазифаларни муайян вақт мобайнида бажариш ҳуқуқини беришни белгиловчи имтиёзлар ва объектларнинг самарали фаолиятини таъминлаш мақсадидаги тегишли кафолатларни ўзида намоён этувчи концессия.

- маҳсулотни тақсимлаш юзасидан концессия шартномаларига ўхшаш бўлган битим;

- аффирмаж (қонуний жавобгарликнинг қабул қилувчи ва асбоб-ускуналарни ишлатиш билан боғлиқ хавфлар учун масъул хусусий фирма томонидан қопланиши.

- аутсорсинг (турли хил давлат хизматларини кўрсатиш учун тадбиркорлик фаолияти субъектларининг ҳуқуқлари);

- уставда ёки устав капиталида улушга қараб, давлатнинг қўшма корхона маъмурий-хўжалик ва инвестиция фаолиятида доимий иштироки билан боғлиқ умумий фаолият тўғрисидаги давлат-хусусий шерикчилик қўшма корхоналари.

Дарвоқе, давлат-хусусий шерикчилик муносабатларини амалга оширишда давлатнинг роли муҳим бўлиб, бу самарали давлат сиёсати, ҳуқуқий ва назорат механизмлар, институционал келишув ва молиявий муносабатларни амалга ошириш билан намоён бўлади. Бу ерда давлатнинг молиявий, иқтисодий ёрдами ва унинг кафолати муҳим ҳисобланади.

Давлат-хусусий секторда ҳамкорлик муносабатларини амалга ошириш учун механизми зарур бўлиб, бу давлат хизматларнинг асосий буюртмачиси эканлиги, ҳамкорлик шартларини белгилаши, хусусий сектор учун бошқарув қарорларини қабул қилиш имкониятларини яратиши, шунингдек, доимий мониторингни амалга ошириши ва хизматларни етказиб беришдаги хусусий секторнинг иштироки масаласидан юзага келадиган муносабатлар мажмуаси бўлиб ҳисобланади.

Шунингдек, республикамизда давлат-хусусий шерикчилик муносабатларини амалга оширишнинг устувор мақсадлари бўлиб, барқарор ижтимоий-иқтисодий ривожланиш учун давлат ва хусусий шерикларнинг ўзаро самарали ҳамкорлиги учун етарли шарт-шароитлар яратиш, давлат ва хусусий шерикларнинг ресурсларини бирлаштириб, иқтисодийётга хусусий инвестицияларни жалб қилиш, аҳоли бандлигини таъминлаш ва турмуш даражасини ошириш, товар, иш ва хизматлар сифатини ошириш, инновацион фаолиятни, илмни талаб қиладиган тармоқларни ривожлантириш, ишлаб чиқаришнинг техник даражасини ошириш ва технологик жараёнларни такомиллаштириш, муҳандислик, ишлаб чиқариш, ижтимоий ва транспорт инфратузилмасини ривожлантириш, мулкни, шу жумладан давлатга тегишли бўлган ердан фойдаланиш самарадорлигини ошириш, бюджет маблағларидан самарали фойдаланиш, чет эл молиявий, моддий, интеллектуал ва бошқа ресурслар, замонавий хорижий технологиялар ва бошқарув тажрибасини жалб қилиш ва улардан оқилона фойдаланиш ҳисобланади.

Бироқ, республикамизда давлат-хусусий шерикчилиги қуйидаги соҳаларда амалга оширилиши назарда тутилган:

- фан, техника ва инновациялар,
- тиббиёт;
- таълим, маданият ва ижтимоий хизматлар;
- телекоммуникация;
- транспорт хизматлари;
- йўл сектори;
- уй-жой ва коммунал хизматлар;

- ёқилғи-энергетика ва кимё;
- энергиянинг қайта тикланувчи манбалари;
- механик муҳандислик;
- металлургия;
- қишлоқ ва сув хўжалиги;
- табиатни муҳофаза қилиш;
- қурилиш материалларини ишлаб чиқариш.

Айниқса, таълим соҳасида давлат-хусусий шерикчилик муносабатларини амалга оширишнинг устун жиҳатлари мавжуд бўлиб, бу бевосита таълим соҳасида давлат-хусусий шерикчилик муносабатларидан унунмли фойдаланиш орқали таълим хизматлари бозори вужудга келиб, унда рақобат кураши бошланади. Рақобат курашининг мавжуд бўлиши таълим сифатини таъминлашда асосий омил ҳисобланади. Ҳамда давлат-хусусий шерикчилик муносабатларидан таълим соҳасида фойдаланиш, анъанавий давлат мулки асосидаги бошқарувга қараганда анча мослашувчан бўлади.

Одатда, давлат сектори ўқитувчиларни ёллаш масаласида хусусий секторга нисбатан тўлиқ бўлмаган мустақил бўлади. Бунда ўқитувчилар билан тузиладиган меҳнат шартномасининг мослашувчан эканлиги давлат-хусусий шерикчилик муносабатларини ташкил қилишда муҳим жиҳатлардан бири ҳисобланади. Ҳукумат томонидан очик тендер усули ёрдамида хусусий секторнинг танлаб олиниши эса ҳукуматга таълим сифатига қўйиладиган махсус талабларни белгилаб қўйишга имконият яратади. Давлат-хусусий шерикчилик шартномаси асосида таълим хизматларини тақдим этиш билан боғлиқ таваккалчилик хатарлари давлат ва хусусий сектор ўртасида юқори даражада тақсимланади. Ҳамда таълим хизматларини тақдим этиш ва улардан фойдаланиш билан боғлиқ коррупциянинг камайишига эришилади.

Умуман олганда, давлат-хусусий шерикчилик муносабатларини амалга ошириш ва ривожлантириш ўзига хос хусусиятларга эга бўлиб, ушбу муносабатларни амалга ошириш орқали давлат ва бизнес ўртасидаги алоқалар ривожланади. Мазкур муносабатларни амалга ошириш самарадорлигини янада ошириш учун давлат-хусусий шерикчилик доирасидаги дастлабки босқич бўлган тендер жараёнидаги хусусий шерикларнинг сонини ошириш орқали рақобат механизмини қўллаб-қувватлашга эришиш, давлат-хусусий шерикчилик муносабатларининг юқорида келтирилган 16 та соҳа бўйича амалга оширилишини инobatга олиб, лойиҳаларни баҳолаш ва мониторингини таъминлаш мақсадида алоҳида шаклдаги лойиҳалаш институтлари ташкил қилиш ҳамда давлат-хусусий шерикчилик муносабатларини самарали ташкил этиш борасидаги мутахассис кадрлар тайёрлаш масаласига алоҳида эътибор қаратиш лозим.

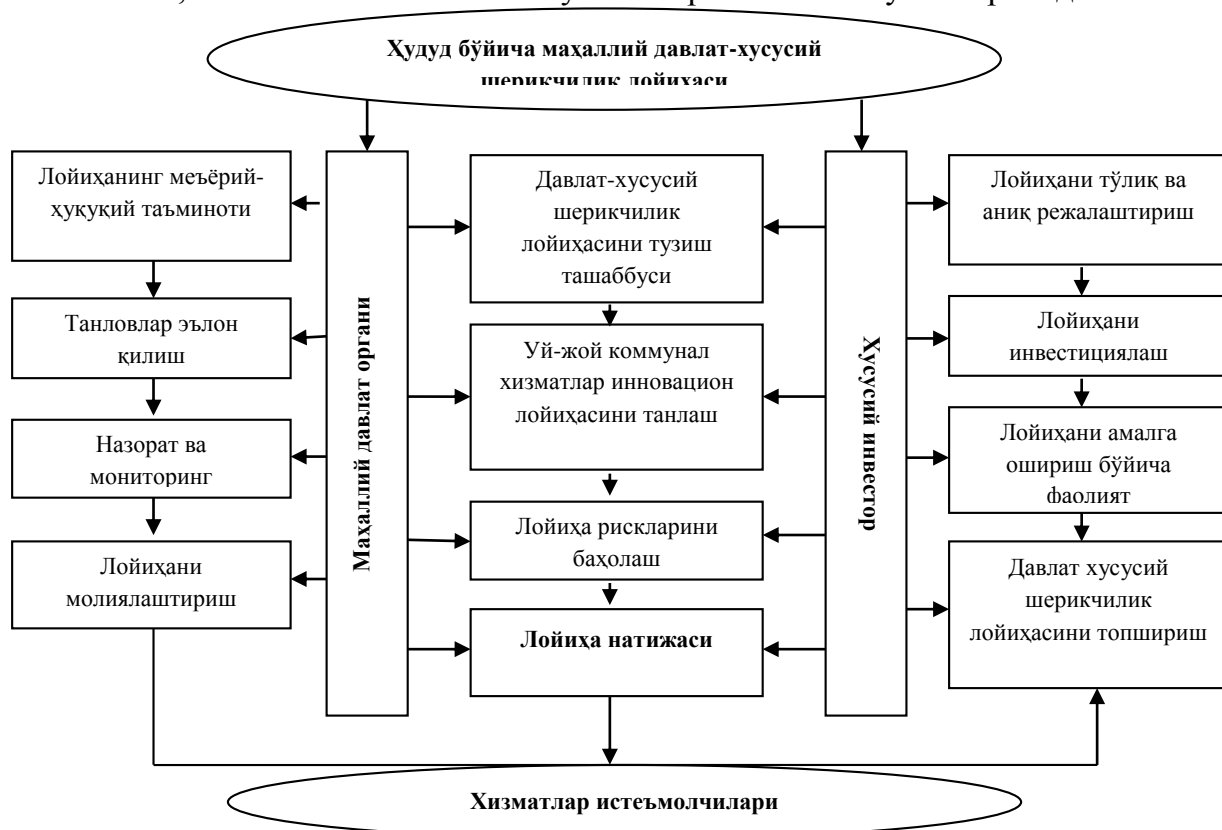
ХИЗМАТЛАР СОҲАСИДА ДАВЛАТ-ХУСУСИЙ ШЕРИКЧИЛИГИ МЕХАНИЗМИНИНГ АҲОЛИ БАНДЛИГИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДАГИ ЎРНИ

**Асракулов Абдурахмон Султонович
Фарғона давлат университети таянч докторанти**

Хизматлар соҳаси корхоналарида бошқарув механизмининг самарадорлиги кўп жиҳатдан маҳаллий ўз-ўзини бошқариш органлари роли ҳамда қарор қабул қилиш жараёнига истеъмолчиларнинг кенг жалб қилинишига боғлиқ. Умумий ҳолатда корхона фаолиятини бошқариш механизмини таркибий жиҳатдан ташкилий ва иқтисодий механизмлар йиғиндиси кўринишида олиниши тўғридир.

Бошқарувнинг ташкилий механизми ўз ичига бошқарув функциялари, бошқарувнинг ташкилий тузилиши, ходимлар, бошқарув техникаси ва технологияси, бошқарув қарорлари, меҳнатни илмий асосда ташкил этиш, бошқарувнинг ҳуқуқий асослари ва бошқаларни бирлаштиради. Бошқарувнинг ташкилий элементларига бошқарув мақсадлари, тамойиллари, функциялари, усуллари, техникаси, технологияси ҳамда ходимлар, бошқарув таркиби ва ахбороти киритилади¹.

Бошқарувнинг иқтисодий механизмлари иқтисодий қонуниятлар, тамойиллар, бошқарув усулларига ҳамда хўжалик фаолиятининг мақсади, фойда, мулкчилик муносабатлари ва бошқа дастакларига таянади. Бошқарувнинг иқтисодий механизми фаолият жараёнида юзага келувчи аниқ ижтимоий-иқтисодий, технологик, ижтимоий-психологик муаммоларни ечишга йўналтирилади².



1-расм. Давлат-хусусий шерикчилик лойиҳасининг амалга оширилиш жараёни ва унда асосий функцияларнинг шериклар ўртасида тақсимланиши

Жаҳоннинг кўпчилик мамлакатларида бугунги кунда уй-жой коммунал хизматлари соҳасида бозор муносабатларини чуқурлаштириш ҳамда ушбу турдаги хизматлар бозорида рақобат муҳитини ривожлантиришда фаолиятни ташкил этишнинг давлат-хусусий шерикчилик механизмдан фойдаланилмоқда. Бозор иқтисодиёти шароитида давлат-хусусий шерикчилик механизми тизимдаги инвестициялар жалб этилиш даражаси, моддий-техника, ходимлар ҳамда молиявий

¹ Основы менеджмента [Текст] : учеб. пособие /М. В. Цыпленкова, И. В. Моисеенко, Н. В. Гуреева, Ю. А. Бондарь. – М. : Изд. дом Акад. естествознания, 2013. – С.1-2.

² Кузнецов, И. А. Механизмы и методы принятия и реализации управленческих решений в современных рыночных условиях / И. А. Кузнецов // Социально-экономические явления и процессы. 2010. № 6. С. 103–106.

салоҳиятни рағбатлантирувчи миллий инновацион тизимининг самарадорлигини оширувчи восита сифатида баҳоланмоқда.

Давлат-хусусий шерикчилик тизими давлат ҳокимияти органларининг диққатини уларнинг асосий функцияларига қаратиш ҳамда фаолиятда юзага келаётган рискларни давлат ва хусусий шериклар ўртасида тақсимлаш имконини беради (1-расм).

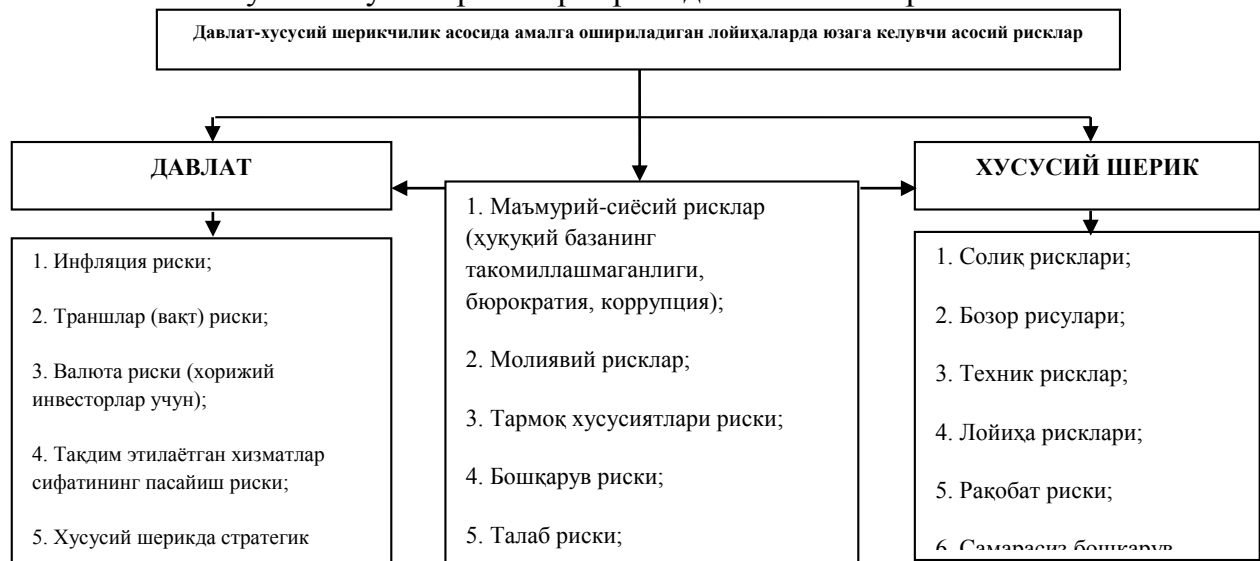
Тадқиқотлар асосида бугунги кунда инвесторларнинг юқори салоҳиятли хизматлар соҳаси бозорига кириб келишига қуйидаги асосий омиллар тўсқинлик қилмоқда:

1. Кўрсатиладиган хизматлар ва етказиб бериладиган ресурслар тарифларини ишлаб чиқиш учун аниқ ва асосланган услубиётнинг мавжуд эмаслиги ҳамда киритилган ресурсларни йўқотиш ёки уларнинг қоплаш муддатларининг чўзилиш рискининг юқори даражадалиги.

2. Давлат ёки маҳаллий ҳокимият органлари томонидан хусусий шериклар олдидаги бюджет мажбуриятларини тўлиқ бажариш кафолатининг мавжуд эмаслиги.

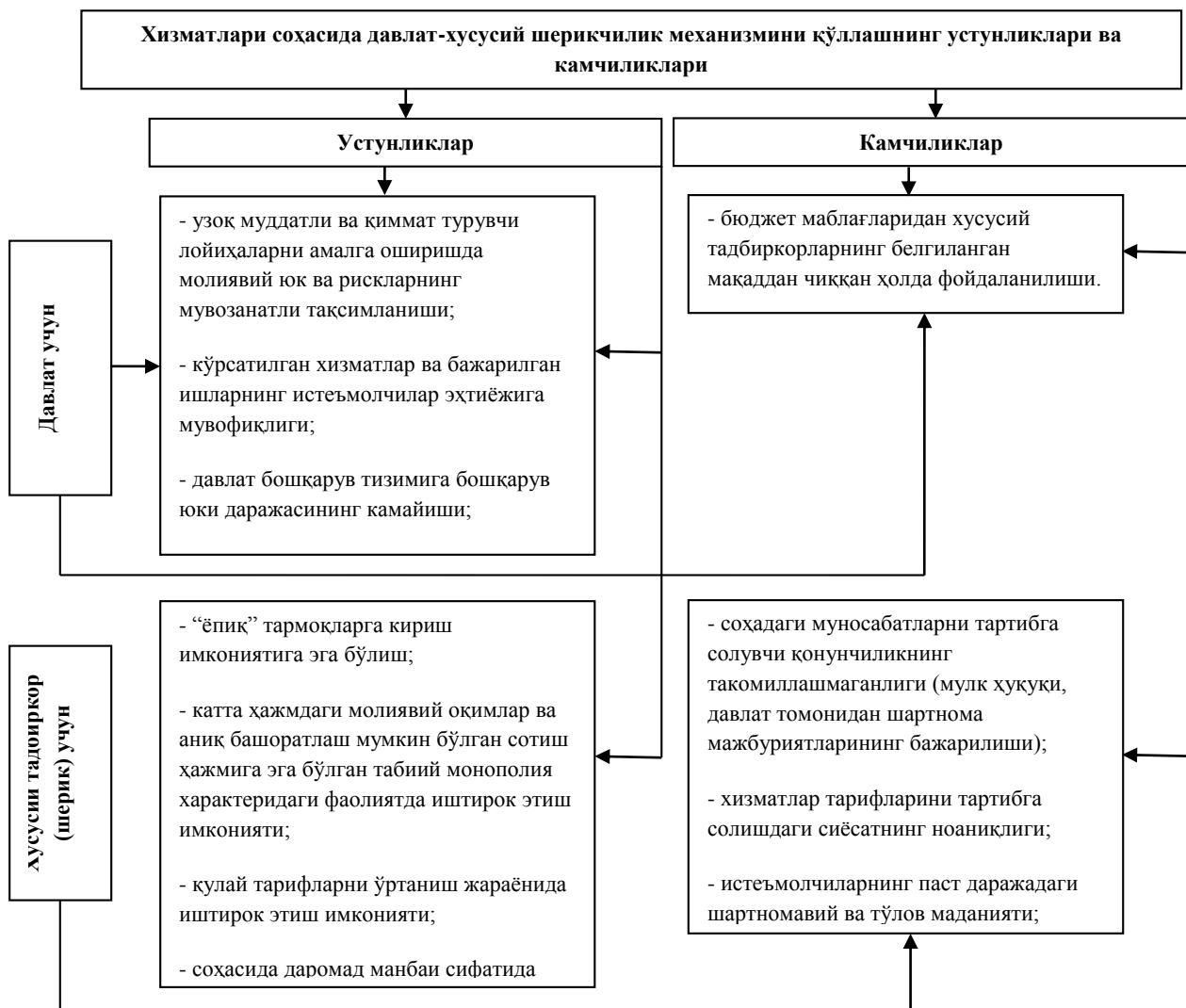
3. Корхоналарнинг дебитор ва кредитор қарздорликларининг юқори даража тўпланиб қолганлиги ва бунинг натижасида улар молиявий ҳолатининг нобарқарор ҳолати.

Хизматлар соҳасида давлат-хусусий шерикчилик механизмини жорий этиш жараёнида давлат ва хусусий шерик учун хатарли бўлган рискларни ҳам ҳисобга олиш лозим. Давлат-хусусий шерикчилик асосида йўлга қўйиладиган фаолиятдаги юзага келиши мумкин бўлган рисклар 2-расмда тизимлаштирилган.



2-расм. Давлат-хусусий шерикчилик асосида йўлга қўйиладиган фаолиятда юзага келувчи рисклар таснифи

Хизматлар соҳасида давлат-хусусий шерикчилик механизмини жорий этиш, бир томондан, хизматлар бозорида табиий монополия даражасини қисқартирса, иккинчи томондан, рақобат муҳитининг ривожланиши натижасида тақдим этилаётган хизматлар сифатининг ортишига олиб келади. Ушбу механизмнинг яна бир афзаллик жиҳати соҳадаги таркибий ўзгаришларни амалга ошириш учун давлат томонидан йўналтириладиган бюджет маблағларининг катта қисми ўрнини хусусий шериклар томонидан фаолиятга киритиладиган инвестициялар қоплайди ва ислохотлар давлатга анча “арзон”га тушади.



3-расм. Хизматлар соҳасида давлат-хусусий шерикчилик механизмини қўллашнинг устунликлари ва камчиликлари

Албатта, ҳар бир қўлланилаётган механизм жорий этилаётган ҳудуднинг ўзига хос хусусиятларидан келиб чиқиб ўзининг устун ва заиф томонларига эга бўлади. Таклиф этилаётган давлат-хусусий шерикчилик механизмининг амал қилиш жараёнида ҳар икки шерик – давлат ва хусусий тадбиркорлик субъектлари учун 3-расмда кўрсатилган устунликлар ва камчиликлар юзага келиши кутилади.

Умуман олганда, юқоридаги фикрлар ва тадқиқот натижаларидан келиб чиққан ҳолда хизматлар соҳаси ва бу тизимда фаолият кўрсатаётган корхоналарда бошқарув тизимини такомиллаштириш ва бу билан корхоналар фаолият самарадорлигини ҳамда тақдим этилаётган хизматлар сифатини яхшилашда замонавий бошқарув моделлари ва механизмларини қўллаш самарали ўзгаришларга олиб келади. Шу билан бирга давлат-хусусий шерикчилик механизми асосида янгидан ташкил этилган ҳамда фаолияти кенгайтирилган иқтисодий субъектларда меҳнат бозорида ишсиз сифатида эътироф этилган меҳнат ресурсларини даромадли ва кафолатланган иш ўринлари билан таъминлаш имконияти кенгайди.

ТУРИСТИК-РЕКРЕАЦИЯ ХИЗМАТЛАРИ КЛАСТЕРЛАРИНИ ШАКЛЛАНТИРИШДА ДАВЛАТ-ХУСУСИЙ ШЕРИКЧИЛИК МЕХАНИЗМИДАН ФОЙДАЛАНИШ

Мирзаев Абдуллажон Топилович
Фарғона давлат университети мустақил изланувчиси,
иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD)

Ўзбекистонда туризм соҳасини жадал ривожлантириш, жумладан, тарихий ва маданий меросга хурмат, халқаро стандартларга тўлиқ жавоб берадиган инфратузилмани яратиш, халқаро муносабатларни мустаҳкамлаш, давлатимизни энг кўп сайёҳлар ташриф буюрадиган мамлакатлардан бирига айлантиришдир. Шу аснода туризмнинг истиқболда ривожланиши ҳамда туризмнинг ЯИМ даги улушини сезиларли таъсир кўрсатиши мумкин бўлган тармоқларига алоҳида эътибор қаратилмоқда. Жумладан, мамлакатимиз рекреацион туризм салоҳияти бўйича дунёдаги етакчи мамлакатлар қаторида туради. Туристлик хизматлар бозорининг ушбу соҳасини ривожлантиришдаги биринчи вазифа – ана шу ресурслардан самарали фойдаланиб, жадал ривожланаётган рекреацион туризм соҳасини ривожлантириш учун бу йўналишнинг назарий асосларини яратиш талаб қилинади.

Туристлик-рекреация корхоналари фаолиятини ва улар таркибидаги хизматларини кенгайтириш ва сифатини ошириш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 5 декабрдаги «Чорвоқ» эркин туристик зонасини ташкил этиш тўғрисидаги ПФ-5273-сонли фармони туристик-рекреация соҳасида амалга оширилаётган ишларнинг намунаси сифатида кўришимиз мумкин. Фармонда белгиланишича, иш ўринлари яратиш, иқтисодиётни диверсификация қилиш, ҳудудларни жадал ривожлантириш, туристик хизматлар ҳисобига валюта тушумларини кўпайтириш, аҳоли даромадлари ва турмуш даражасини ошириш каби энг муҳим ижтимоий-иқтисодий вазифаларни яқин истиқболда ҳал қилиш учун кенг салоҳиятга эга бўлган рекреацион туризм соҳасини ривожлантириш борасида изчил чора-тадбирларни амалга ошириш назарда тутилган¹[1]. Бу борада эркин туристик зона ҳудудида замонавий меҳмонхона мажмуалари, маданий-соғломлаштириш, савдо, кўнгилочар ва туристик аҳамиятдаги бошқа объектларни қуриш, шунингдек, замонавий муҳандислик инфратузилмаси объектларини ташкил этиш таклифлари берилган.

Туристлик-рекреацион хизматлар бозорининг ҳозирги кундаги ҳолатини таркибий жиҳатдан ўрганиб чиқиш, ушбу тизимдаги корхоналарнинг аксарияти кластер шаклида ташкил топмаганлигини, аниқроқ айтадиган бўлсак, асосий хизматлар атрофида шаклланган хизматлар асосан талабдан келиб чиқиб, уюлмаган ҳолда алоҳида мустақил ва стихияли тарзда шаклланганлигини кўрсатади. Чунки барча туристик-рекреация хизматлари атрофида шаклланган инфратузилма тизимлари алоҳида, бир-бири билан боғланмаган ва умумий ташкилланмаган тарзда фаолият олиб борувчи тузилмалар кўринишида шаклланган. Бу тузилмалар қувватларининг асосий хизмат қувватларига боғланмаганлиги, бир томондан, уларнинг қисман ноаниқ бозорга ишлашига олиб келса, иккинчи томондан, рекреантларнинг ушбу маҳсулот ва хизматларга бўлган талабининг қондирилишида қутилмаган узилишлар юз бериши хавфи юқори бўлади. Бундай

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 5-декабрдаги “Чорвоқ” эркин туристик зонасини ташкил этиш тўғрисидаги ПФ-5273-сонли Фармони.”Халқ сўзи” газетаси 2017 йил 6 декабрь, № 245 (6939)

холатлар рекреация объектлари хизматларини таклиф этувчи корхоналарнинг “жозибаторлик” даражаси пасайишига олиб келади.

Туризм кластери маҳаллий (шаҳар) даражада, шунингдек, ҳудудий даражада ташкил этилиши мумкин. Кўпчилик тадқиқотчиларнинг, жумладан, бизнинг фикримизча ҳам, туризмга кластерли ёндашув минтақанинг иқтисодий ўсишига сезиларли ҳисса қўшади. Бугунги кунда турли мамлакатларда туризм соҳасидаги иқтисодий моделлар асосан кластерларнинг мутаносиблигини ошириш учун ишлаб чиқилган. Бу эса бир вақтнинг ўзида тўғридан-тўғри туристик хизматлар кўрсатиш тизими билан биргаликда унга ёндош, тўлдирувчи хизмат соҳаларининг ҳам ривожланишини таъминлайди.

Шу нуқтаи назардан келиб чиқиб, бугунги кунда мамлакатимиз ҳудудларида мавжуд туристик-рекреация хизматларини самарали ташкил этиш учун кластерли ёндашув таклиф этилади.

1-жадвал

Рекреацион хизматлар кластери билан боғлиқликдан кўриладиган афзалликлар¹

Кластер билан алоқадаги элементлар	Кластер билан боғлиқликдан кўриладиган афзалликлар
Ҳудуд администрацияси	<ol style="list-style-type: none"> 1. Солиқ тўловчилар миқдори ортади. 2. Ҳудудларнинг иқтисодий ривожланишини диверсификациялаш орқали тадбиркорлик субъектлари билан алоқалар мустаҳкамланади. 3. Инновацияларни жорий этиш ҳисобига ҳудуднинг ривожланиши тезлашади. 4. Ҳудудларнинг харажатларини стратегик режалаштириш мотивацияси кучаяди. 5. Ҳудуд аҳолисининг турмуш фаровонлиги даражаси яхшиланади.
Кластер таркибидаги ёндош ва қўшимча хизматлар кўрсатувчи корхоналар	<ol style="list-style-type: none"> 1. Такомиллашган инфратузилма шаклланади. 2. Тадқиқотлар ва ишланмалар яратиш учун янги имкониятлар юзага келади. 3. Кластер таркибидаги корхоналар билан ҳамкорликда хизматларни таклиф этиш орқали харажатлар камаяди. 4. Халқаро бозорларга муваффақиятли чиқиш учун имкониятлар кенгаяди. 5. Меҳнат унумдорлиги ва инновацияларни жорий этиш даражаси ортади. 6. Бир-бирини тўлдирувчи активлардан фойдаланувчи корхоналар ўртасидаги ҳамкорлик натижасида билим ва тажриба алмашиш кучаяди. 7. Ресурслар (хом ашё, материаллар, капитал, меҳнат бозори) ва сотиш бозорларига чиқишдаги тўсиқлар камаяди. 8. Молиявий ресурслар (инвестициялар)ни жалб қилишнинг янги имкониятлари юзага келади.
Кластер	1. Маҳаллий маҳсулот ва хизматлар учун бозор кенгаяди.

¹ Рудченко В.Н. Кластеры в туризме: особенности классификации, процесс формирования и методы оценки // Общество. Среда. Развитие. – 2016, № 4. – С. 14.

ривожланаётган минтақа	<p>2. Юқори миграция даражасининг олди олинади.</p> <p>3. Минтақанинг мавжуд ресурсларидан рационал фойдаланишни йўлга қўйилиши ҳисобига унинг барқарор ривожланиши учун шароитлар юзага келади.</p> <p>4. Минтақавий иқтисодиётнинг инфратузилмаси (суғурта, банк соҳаси, транспорт, хизматлар, ишлаб чиқариш ва бошқ.) ривожланади.</p> <p>5. Корхоналарнинг инновацион фаоллиги ортиши натижасида фан ва таълим соҳалари ривожланади.</p> <p>6. Миллий маданият, урф-одатлар ривожланиши кучаяди.</p> <p>7. Маҳаллий аҳоли бандлиги ортиши ҳисобига бюджет даромадлари ортади.</p>
------------------------	---

Туристик-рекреацион хизматлар кластерида, мавжуд шарт-шароитлардан келиб чиқиб, рекреацион хизматларни таклиф этувчи корхоналар кластернинг ядроси сифатида қаралса, ҳудуд администрацияси, кластер таркибидаги ёндош ва қўшимча хизматларни таклиф этувчи корхоналар ҳамда кластер ривожланаётган ҳудуд ёки минтақа кластер билан алоқадаги элементлар сифатида қаралади.

Минтақавий иқтисодиётда сайёҳлик ва рекреацион кластернинг ролини ва кластерларни идентификация қилишнинг дастлабки босқичини аниқлаш учун структуравий ўзгаришлар таҳлили (СЎ) техникаси қўлланилади. Структуравий ўзгаришларни таҳлил қилишда тавсифли статистик моделларнинг кенг тарқалган умумий тўпламидан умумий жадвалли маълумотларни танлаш муҳим аҳамиятга эга. Бу ҳар бир вазиятни тўғри таҳлил қилиш учун аниқ ўзгаришни ва саноат ишлаб чиқариш ҳажмининг ўзгаришига таъсир қилувчи учта компонентни баҳолашни талаб қилади:

1) Минтақадаги i соҳадаги i -сектор учун миллий компонент (t) йил давомида минтақавий индикаторнинг (Q_r) ўсиши миллий кўрсаткичлар (Q_n) ўсишига мутаносиблиги куйидаги формула билан аниқланади:

$$NS_{ir}^t = Q_{ir}^{t-1} \cdot \left(\frac{Q_n^t}{Q_n^{t-1}} - 1 \right), \quad (1)$$

2) Соҳа таркибининг таъсири минтақадаги соҳа таркибининг ўзига хос хусусиятлари билан белгиланадиган ҳудудий индикатор ўсишининг қийматини белгилайди: агар ушбу сектор сезиларли даражада ўсган бўлса, минтақавий кўрсаткичнинг ҳам ўсишини таъминлайди ва бу миллий иқтисодиётнинг муҳим бир элементига айланади:

$$IM_{ir}^t = Q_{ir}^{t-1} \cdot \left(\frac{Q_{in}^t}{Q_{in}^{t-1}} - \frac{Q_n^t}{Q_n^{t-1}} \right), \quad (2)$$

3) Ҳудудий ўзгариш компоненти (RS) реал сектордаги умумий даражага мос келадиган темп бўйича ўсган бўлса, реал ва тахмин қилинган ўсиш ўртасидаги фаркни ифодалайди:

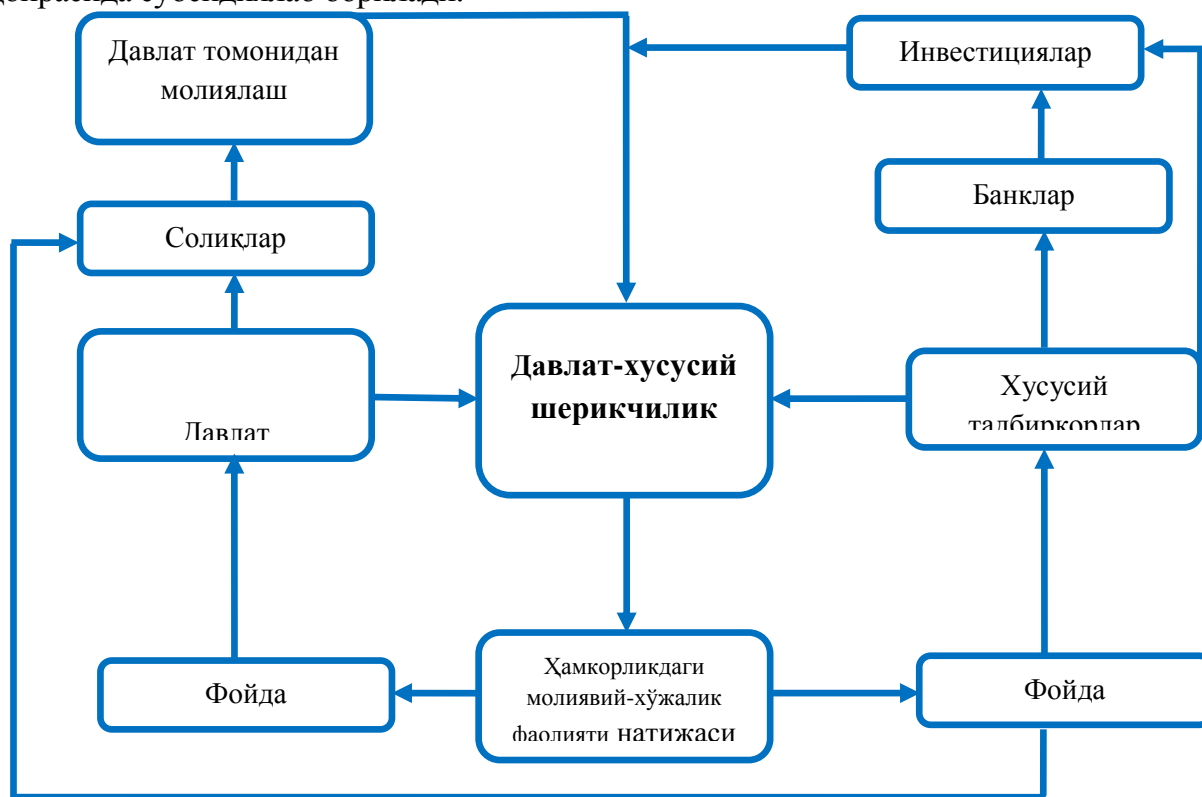
$$RS_{ir}^t = Q_{ir}^{t-1} \cdot \left(\frac{Q_{ir}^t}{Q_{ir}^{t-1}} - \frac{Q_{in}^t}{Q_{in}^{t-1}} \right), \quad (3)$$

4) Минтақавий индикаторнинг биргаликдаги алмашинуви жорий қилинган уч компонент суммаси сифатида аниқланади:

$$NS_{ir}^t + IM_{ir}^t + RS_{ir}^t. \quad (4)$$

Туризм кластери бир қанча афзалликларга эга. Биринчидан, у агломерация самараси билан ажралиб турадиган сайёҳлик корхоналарининг географик жиҳатдан маҳаллийлаштирилган бирлаштирувчиси ҳисобланади. Иккинчидан, туризм кластерида муаммо географик концентрацияни ҳисобга олган ҳолда ифодаланган. Кластерларни аниқлаш учун минтақанинг алоҳида соҳаларида туризмнинг ўзига хос хусусиятларини аниқлаш керак. Бундай таҳлил туристик ва рекреацион комплекснинг рақобатдошлигини, барқарорлигини ва унинг кластер салоҳиятини тавсифловчи шундай учта мезон асосида тузилганки, уларга маҳаллийлаштириш, ихтисослашув ва ишлаб чиқариш коэффициентлари киради.

Шуни эътиборга олган ҳолда, бугунги кунда айрим хорижий мамлакатлар, жумладан, Россия Федерациясида кластерлар фаолиятини ташкил этишда қўлланилган тажрибалардан фойдаланиш таклиф этилади. Бунда кластерларни ташкил этиш ва ривожлантириш мақсадли давлат дастурлари доирасида амалга оширилади ва кластерлар маълум бир давр оралиғида давлат-хусусий шериклик муносабатлари доирасида субсидиялаб борилади.



3.8-расм. Рекреацион хизматлар кластерини шакллантиришда давлат-хусусий шерикчилик механизми¹

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 20 октябрдаги “Давлат-хусусий шерикликни ривожлантиришнинг ҳуқуқий ва институционал базасини яратиш бўйича биринчи навбатдаги чора-тадбирлар тўғрисида”²ги ПҚ-3980-сонли қароридан келиб чиқиб, рекреацион хизматлар кластери давлат ҳамда хусусий шериклар маблағлари иштирокида шакллантирилади. Бунда, биринчидан, кластер молиявий фаолиятида рисклар тақсимланса, иккинчидан, соҳани ривожлантириш борасидаги дастурларнинг амалга оширилишида давлат бевосита иштирок этади. Учинчидан, рекреацион хизматларни яратиш учун сарфланган маблағларнинг қайтиш даражаси нисбатан секин бўлган шароитда тадбиркорлар фаолияти давлат томонидан тўғридан-

¹ Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

² Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 22.10.2018 йил, 07/18/3980/2072-сон

тўғри қўллаб-қувватланади ва давлат тадбиркорлиги ҳам юз беради. Таклиф этилаётган механизмда кластерларни ташкил этиш учун молиявий ресурсларнинг шаклланиши ва тақсимланиш механизми ҳам умумий ҳолда кўрсатиб ўтилган.

СУЩНОСТЬ, НЕОБХОДИМОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ПОЛИТИКИ В РАЗВИТИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

**Кадилова Х.Т. к.э.н., доцент, Сохадалиев А.М. к.э.н., доц.,
Каримжанова Р.М.ст. преподаватель кафедры «Маркетинг»
Наманганский инженерно-технологический институт**

Финансовая политика – составная часть экономической политики, совокупность мероприятий государства по организации и использованию финансов для осуществления своих функций и задач, проявляется в системе форм и методов мобилизации финансовых ресурсов, их распределении между социальными группами населения, отраслями деятельности и регионами страны, в финансовом законодательстве, в структуре государственных доходов и расходов. Финансовая политика взаимосвязана с денежно-кредитной политикой¹.

Рассмотрим еще одно из определений финансовой политики. Под финансовой политикой понимают комплекс мероприятий государства по использованию финансовых отношений, мобилизации финансовых ресурсов, их распределению и использованию на основе финансового законодательства. Финансовая политика государства является лишь средством осуществления его социально-экономической политики и выполняет вспомогательную роль. Именно в рамках социально-экономической политики может разрабатываться и проводиться в жизнь эффективная финансовая политика.

По содержанию финансовая политика предполагает:

разработку общей концепции такой политики, определение ее основных направлений, целей, задач;

создание адекватного финансового механизма – системы установленных государством форм, видов и методов организации финансовых отношений;

управление финансовой деятельностью государства и других субъектов хозяйственных отношений.

Финансовая политика состоит из следующих главных компонентов: налоговой политики, бюджетной политики, денежно-кредитной политики, ценовой политики, таможенной политики, социальной политики, инвестиционной политики, политики в области международных финансов.

Финансовая политика основывается на следующей системе социально-экономических приоритетов: достижение социальной стабильности в обществе, оздоровление государственных финансов, восстановление нормального функционирования кредитной системы, поддержка сбалансированности натурально-вещественных и денежных потоков, достижение финансово-экономической самостоятельности и усиление ответственности регионов в рамках единого государства, создание равных условий в бюджетно-налоговой сфере для регионов, создание условий по пресечению финансовых злоупотреблений и коррупции.

¹ Чжен В.А. Язык бизнеса. Т.: ИПК «Шарк» 1995 год, с.580.

К основным задачам финансовой политики можно отнести: обеспечение условий для формирования максимально возможных финансовых ресурсов, установление рационального с точки зрения государства распределения и использования финансовых ресурсов, организацию регулирования и стимулирования экономических и социальных процессов финансовыми методами, выработку инструментов финансового механизма и его развитие в соответствии с изменяющимися целями и задачами стратегии, создание эффективной и максимально деловой системы оперативного управления финансами.

Важнейшей частью финансовой политики является налоговая политика. Она должна строиться на компромиссе интересов государства и налогоплательщиков – физических и юридических лиц. Интересы государства базируются на принципе достаточности налогообложения. Налоги должны обеспечивать поступление в бюджет такого объема ресурсов, который является достаточным для выполнения принятых на себя государством обязанностей. Одновременно налогообложение не должно подрывать мотивацию к эффективной и легитимной деятельности участников материального производства. Налоговые отношения, как и всякие другие общественные отношения, должны воспроизводиться, и государство не должно угнетать источники и мотивы такого воспроизводства. Только рост национального богатства, выраженный в том числе в повышении индивидуальных доходов, способен обеспечить стабильное увеличение налогооблагаемой базы.

Бюджетная политика Республики Узбекистан сводится: к определению доли валового внутреннего продукта, мобилизуемой в бюджет, установлению оптимальных межбюджетных отношений, оптимизации структуры расходной части бюджета, распределению расходов между бюджетами разных уровней, определению доли республиканского бюджета в общей сумме консолидированного бюджета, управлению государственным долгом, определению источников финансирования дефицита бюджета и т.п.

В условиях современного развития национальной экономики к первоочередным задачам бюджетной политики следует отнести: повсеместную экономию государственных средств, централизацию всех доходов и средств республиканского бюджета на счетах органов Республиканского казначейства, реструктуризацию государственного долга, инвентаризацию внешних и внутренних заимствований и результатов их использования.

В процессе экономического регулирования государство широко использует денежно-кредитную политику.

Основные направления денежно-кредитной политики включают: концептуальные принципы, лежащие в основе денежно-кредитной политики, проводимой ЦБ Республики Узбекистан, краткую характеристику состояния экономики Республики Узбекистан, прогноз ожидаемого выполнения основных параметров денежно-кредитной политики в текущем году, количественный анализ причин отклонения от целей денежно-кредитной политики, заявленных ЦБ Республики Узбекистан на текущий год, оценку перспектив достижения указанных целей и обоснование их возможной корректировки, прогноз основных показателей платежного баланса Республики Узбекистан на предстоящий год, целевые ориентиры, характеризующие основные цели денежно-кредитной политики, заявляемые ЦБ Республики Узбекистан на предстоящий год, включая интервальные показатели инфляции, денежной базы, денежной массы, процентных ставок, изменения золотовалютных резервов, основные показатели денежной

программы на предстоящий финансовый год, варианты применения инструментов и методов денежно-кредитной политики, обеспечивающих достижение целевых ориентиров при различных сценариях социально-экономической конъюнктуры, план мероприятий ЦБ Республики Узбекистан на предстоящий год по совершенствованию банковской системы Республики Узбекистан, банковского надзора, финансовых рынков и платежной системы.

Ценовая политика государства сводится к регулированию цен и тарифов на монопольные товары и услуги. Государство монопольно владеет недрами, землей, водными пространствами, железными дорогами, электропередающими сетями, нефти и газопроводами. Цены во всех остальных отраслях и сферах напрямую зависят от динамики цен на товары и услуги названных отраслей.

Таможенная политика – это органическая часть налоговой и ценовой политики, так как таможенные сборы и пошлины оказывают прямое воздействие на цену товаров и услуг.

Социальная политика государства тесно связана с его действиями в финансовой сфере и сводится к следующим мероприятиям: согласованию между объемами финансовой помощи (трансфертов) субъектам Республики Узбекистан и выполнением ими обязательств по финансированию бюджетной сферы за счет собственных доходов, разработке механизмов компенсации доходов наименее обеспеченных слоев населения, в том числе дифференцированной индексации пенсий и поэтапной индексации ставок и окладов работников бюджетной сферы, реализации пенсионной реформы, обеспечивающей формирование многоуровневой пенсионной системы с устойчивым финансированием, упорядочению системы социальных льгот и выплат с перенесением основной части государственной помощи на малообеспеченные слои населения, регулированию вынужденной миграции.

Важнейшим компонентом финансовой политики является инвестиционная политика, которая предполагает: повышение роли бюджета развития Республики Узбекистан как источника финансового обеспечения государственной инвестиционной политики, создание условий для организованного накопления и инвестирования сбережений населения, развитие ипотечного кредитования, привлечение прямых иностранных инвестиций.

Республика Узбекистан придерживается следующих приоритетов при проведении политики в области международных финансов: интеграция в мировую финансовую систему, усилия по признанию Республики Узбекистан страной с рыночной экономикой, вступление в международные организации (в частности, во Всемирную торговую организацию), повышение устойчивости курса национальной валюты по отношению к иностранным валютам и др.

Для дальнейшего развития социально-экономического развития страны и совершенствования финансовой политики необходимо:

- продолжение реформирования и дальнейшая модернизация страны, безусловное выполнение стратегических задач намеченных Президентом Республики Узбекистан Ш.М. Мирзиёевым по дальнейшему ее развитию на 2019-2021 годы: достижение и обеспечение высоких и устойчивых темпов роста экономики, ее эффективности и макроэкономической сбалансированности, дальнейшее развитие производственной и социальной инфраструктуры, системное осуществление реформ по либерализации экономики, создание исключительно благоприятного инвестиционного климата, обеспечение дальнейшего роста объема

инвестирования в экономику, обеспечение прироста экспорта продукции, качественного изменения его структуры за счет увеличения доли готовой продукции с высокой добавленной стоимостью, дальнейшее ужесточение бюджетно-финансовой и денежно-кредитной политики и режима экономии, сдерживание уровня инфляции, продолжение курса по дальнейшей капитализации и усилению инвестиционной активности банков, увеличение объемов кредитования, направляемых на восстановление и расширение приоритетных направлений структурных преобразований в экономике, модернизацию, техническое и технологическое обновление производства, увеличение объема долгосрочных кредитов, введение новых видов банковских услуг, способствующих привлечению свободных средств населения и хозяйствующих субъектов на долгосрочные депозиты банков, продолжение диверсификации национальной экономики, активное развитие малого бизнеса и предпринимательства, что обеспечить расширение создания новых рабочих мест, продолжение работы по расширению и установлению устойчивых кооперационных связей между предприятиями, активному включению в этот процесс субъектов малого бизнеса и частного предпринимательства, повышение адресности социальной защиты, повышение стимулирующей роли налогов, способствующей дальнейшему развитию производства, обеспечение сбалансированности на внутреннем рынке растущего платежеспособного спроса населения с объемами производства отечественными предприятиями потребительских товаров, расширения их ассортимента и номенклатуры, надежного насыщения ими внутреннего потребительского рынка, дальнейшее увеличение диверсификации структуры экспорта национальной продукции и в целом внешнеторгового оборота, проведение активной инвестиционной политики.

Внедрение вышеупомянутых предложений на наш взгляд будут способствовать совершенствованию финансовой политики и дальнейшему социально-экономическому росту национальной экономики.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ФИНАНСОВОГО РЫНКА

**Кадирова Хадича Тураевна к.э.н., доц.,
Мирзахаликов Бобир Бахтиерович соискатель, Наманганский инженерно-
технологический институт**

В современном рыночном хозяйстве, представленном совокупностью различных рынков, финансовый рынок выступает той созидательной силой, которая способствует не только обслуживанию потребностей участников воспроизводственного процесса, но и более масштабным экономическим преобразованиям в обществе. Наряду с этим он позволяет мобилизовать свободные финансовые ресурсы одних субъектов рынка и направлять их тем субъектам, которые могут ими наиболее эффективно распорядиться.

Растущие потребности реального сектора экономики, углубление социальных преобразований требуют дальнейшего развития финансового рынка, включая формирование его новых сегментов, расширение спектра используемых инструментов, модернизацию нормативно-правовой базы, создание и развитие новых финансовых институтов, а также обеспечения информационной

прозрачности деятельности его участников, вовлечения в него иностранных инвесторов и более широких слоев населения страны.

Успешное разрешение четко обозначенных проблем невозможно без решения целого ряда вопросов научно-теоретического и прикладного характера, системного изучения позитивного зарубежного опыта, объективной оценки современного состояния финансового рынка, правильного определения перспектив его развития в условиях либерализации мировой рыночной экономики. Особую актуальность при этом приобретает исследование национального и регионального аспекта процесса формирования финансового рынка, в частности таких его важных сегментов, как денежный и страховой рынок, рынок ссудного капитала и ценных бумаг и т.д.

Основные проблемы на пути становления региональных финансовых рынков связаны с трудностями разработки и реализации комплексной стратегии формирования финансового рынка страны, в том числе в разрезе его регионов; с недостаточным уровнем интеграции его различных сегментов; недостаточной разработанностью нормативно-правовой базы; низкой информационной прозрачностью финансового рынка; нехваткой высококвалифицированных кадров и мн.др.

Для выявления состояния отечественного финансового рынка необходимо проанализировать деятельность финансовых институтов по мобилизации и распределению финансовых ресурсов, направленную на обеспечение устойчивого функционирования финансового рынка, используемых ими финансовых инструментов и оказываемых услуг, динамику роста их продаж, деятельность созданных акционерных обществ и институтов инвестиционно-финансовой инфраструктуры.

Основная роль в развитии отечественного финансового рынка отводится приоритетным направлениям его совершенствования, включая институциональное обеспечение его развития, формирование благоприятного инвестиционного климата, расширение спектра обращающихся высоколиквидных финансовых инструментов, создание единого информационного пространства и повышение качества инфраструктурного обеспечения его участников.

Успешная реализация этих направлений, а также разработанные новая структура информации об эмитентах и организации сети специализированных агентств, меры по повышению уровня защиты прав инвесторов и информационной прозрачности финансового рынка позволят поднять темпы и повысить качество институционального и функционального развития отечественного и регионального финансового рынка, что позитивно отразится на общем ходе проводимых в стране социально-экономических реформ.

Доверие к национальному финансовому рынку, приток инвестиций на него обеспечиваются путем постоянного повышения прозрачности проводимых операций с финансовыми инструментами, объективной информированности инвесторов о финансово-хозяйственных показателях эмитентов, а также создания равных условий для всех участников рынка. Решению этой задачи должна способствовать адекватная система раскрытия информации о его состоянии и положении основных участников.

Перспективным направлением повышения уровня информационной открытости финансового рынка может стать создание единой информационной базы обо всех выпущенных продуктах, интересующих потенциальных инвесторов.

Решение этого вопроса необходимо для того, чтобы потенциальные инвесторы получили полную и достоверную информацию, дающую возможность принимать взвешенные решения о направлениях инвестирования свободных денежных средств.

Одним из главных направлений дальнейшего развития финансового рынка должна стать работа органов государственного регулирования и самих финансовых институтов по нейтрализации рисков информационной асимметрии, что также предусматривает повышение роли финансовых институтов и инфраструктурных формирований в эффективной обработке и использовании рыночной информации об эмитентах, повышение доверия к ним со стороны населения и инвесторов, расширение доступа субъектов хозяйствования реального сектора к финансовым ресурсам и защиту прав инвесторов.

Повышение уровня информационной прозрачности на рынке ценных бумаг возможно, в основном, за счет создания равных условий в получении информации о рынке ценных бумаг всеми заинтересованными лицами. Этому должны способствовать:

- введение единой системы индексов, позволяющих дать оценку ситуации на рынке ценных бумаг;
- усиление ответственности за предоставление недостоверной и несвоевременной информации;
- формирование единой системы информационного обеспечения деятельности участников рынка ценных бумаг.

Несмотря на наличие эмиссионных проспектов, различных справочников и баз данных о предприятиях - эмитентах ценных бумаг, финансовые структуры, частные и корпоративные инвесторы очень чувствительны к текущей информации о состоянии акционерных обществ, так как именно от нее часто зависит успех их участия на рынке корпоративных ценных бумаг. В связи с этим необходима разработка национальных стандартов по обеспечению информационной прозрачности деятельности эмитентов, основу которых должны составлять принципы полноты раскрытия информации, быстроты ее распространения, ясности, сравнимости и фактической точности данных, предоставляемых инвесторам.

Необходимо более профессиональное освещение различных аспектов инвестиционного потенциала регионов, сильных сторон конкурентоспособных предприятий – эмитентов ценных бумаг с помощью активной и грамотно поставленной информационно-разъяснительной работы среди различных категорий мелких, средних и крупных инвесторов. Создаваемый с ее помощью имидж регионов следует при этом рассматривать как хорошо зарекомендовавший себя товар: он должен быть мгновенно узнаваемым и вызывать у потенциального «покупателя» чувство доверия.

Добиться этого можно за счет показа уникального ресурсного потенциала региона, развитой инфраструктуры, высококвалифицированного рабочего персонала, наличия высокого уровня сбережений и накоплений населения и корпоративных структур, мощной поддержки частного предпринимательства и защиты прав инвесторов со стороны муниципальных органов власти.

В связи с этим, на наш взгляд, к первоочередным задачам по повышению уровня информационной прозрачности финансового рынка следует отнести:

- ускорение процесса прохождения акционерными обществами области процедуры листинга на фондовой бирже, призванной обеспечить объективную оценку их финансового состояния и инвестиционной привлекательности выпускаемых ими ценных бумаг;

- обязательное прохождение всеми эмитентами региона ежегодных аудиторских проверок и информирование о них рядовых акционеров, вышестоящих хозяйственных организаций и органов государственного регулирования фондовой деятельности;

- обеспечение доступа юридических и физических лиц области к материалам электронного мониторинга за деятельностью участников рынка ценных бумаг в режиме реального времени.

Успешная их реализация будет способствовать не только развитию региональной экономики, но и созданию благоприятного общественного фона для устойчивого социального развития регионов.

С обеспечением информационной прозрачности финансового рынка тесно связана проблема повышения уровня защиты законных прав вкладчиков и инвесторов – основных участников рынка, принимающих на себя основной риск вложения финансовых ресурсов. Успешное решение ее невозможно без достижения таких целей, как:

- обеспечение комплексной защиты законных прав инвесторов, вкладывающих свои финансовые ресурсы в те или иные финансовые инструменты;

- повышение уровня координации деятельности различных органов государственной власти, призванных заниматься защитой законных прав инвесторов.

Многие мелкие инвесторы не всегда своевременно могут получить объективную информацию о своих законных правах и ответственности эмитентов в случае противоправных посягательств на их права и законные интересы.

В целях устранения таких недостатков необходимо решение следующих основных задач:

- усиление контроля за исполнением действующего законодательства;

- создание эффективных компенсационных схем защиты прав инвесторов и дальнейшее развитие системы страхования их рисков;

- всестороннее развитие инфраструктуры различных сегментов отечественного финансового рынка;

- оптимизация системы налогообложения доходов стратегических инвесторов.

Для совершенствования действующего в стране механизма защиты прав инвестора, на наш взгляд, необходимо:

- усилить требования к лицензированию профессиональных участников рынка ценных бумаг и институциональных инвесторов, а также к стандартам регистрации проспектов эмиссии и отчетности эмитентов;

- повысить экономическую эффективность контроля за деятельностью эмитентов со стороны саморегулируемых организаций профессиональных участников рынка ценных бумаг, а также органов государственного надзора и контроля.

Успешное претворение в жизнь сформулированных выше рекомендаций по повышению уровня прозрачности национального рынка ценных бумаг и защите

прав инвесторов позволит улучшить инвестиционный климат в стране и его привлекательность в глазах отечественных и иностранных инвесторов.

ПОВЫШЕНИЕ СОЦИАЛЬНОГО ПРЕСТИЖА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ ФИРМ В БУХАРСКОЙ ОБЛАСТИ

**Навруз-зода Л. Б.,
БухГУ, старший преподаватель
Абдурахимов А., БухГУ студент**

Превращение предпринимательских фирм в ключевых производителей в регионах и развитие навыков поддержания фирмы на рыночном пути требует осуществления маркетинговых мероприятий, направленных на повышение их "социального престижа".

Когда мы говорим "социальный престиж" фирмы, мы имеем в виду, что она действует экономически, учитывая не только свои собственные интересы, но и общественные, потребительские, инфраструктурные, территориальные и другие социальные интересы. На наш взгляд, критерием "социального престижа" предпринимательских фирм служат их экономические выгоды.

"Предпринимательство - это экономическое благополучие фирмы" - особенность этой фирмы в том, что она способна удовлетворять различные потребности за счет своих доходов, которые она рассматривает как стимул для реализации своего производственного и предпринимательского потенциала. По шкале удовлетворения потребностей можно выделить следующие экономические выгоды состояния доходов предпринимательской фирмы:

- состояние безвредности - фирма не будет получать выгоду, ни страдать от своей деятельности, ее доход будет только покрывать ее расходы;
- состояние плодородной выгоды - это когда выручка фирмы превышает ее валовые расходы в полном объеме и она направлена на удовлетворение плодородной потребности фирмы;
- состояние коллективной выгоды - выручка фирмы также будет увеличиваться за счет возмещения затрат, развития производства, и эта часть прибыли будет расходоваться в интересах общества фирмы;
- состояние территориальной выгоды - доход предпринимательской фирмы увеличивается от удовлетворения производственных и общественных потребностей, и эта часть дохода будет направлена на развитие территориальной рыночной инфраструктуры;
- состояние социальной выгоды - возросшие доходы от производственных, общественных, территориальных нужд расходуются на благотворительную деятельность, такую как благоустройство микрорайонов, исправление дорог, помощь малообеспеченным слоям населения, ремонт школ и больниц, спонсорство, попечительство.

Экономическую выгоду предпринимательской фирмы можно определить путём количественной оценки, тем самым вычислить уровень своего качества. Для этого показатель "уровень экономической выгоды предпринимательской фирмы" (TFIND) может быть рассчитан по следующей формуле:

$$TFIND = \left(1 - \frac{ПР}{ВД - ПЗ}\right) * 100\%$$

Здесь, ПР – постоянные затраты, ВД – валовой доход, ПЗ - переменные затраты.

Мы рекомендуем предпринимательским фирмам четыре показателя качества, которые представляют их социальное положение по вышеуказанному экономическому стандарту выгоды, статусу и уровням (Таблица №1).

Желательно, чтобы рекомендованные знаки качества были представлены предпринимательским фирмам коммерческими и промышленными палатами в конце года. Эти знаки могут быть выражены на фирменном бланке офиса предпринимательской фирмы, на фирменном бланке фирмы, на визитках руководителей и сотрудников, на этикетках продукции, рекламных текстах и других рекламных мероприятиях.

Таблица №1. Признаки и уровни качества предпринимательских фирм по экономической выгоде

Уровни качества предпринимательских фирм	Знаки качества предпринимательских фирм	Описание знаков качества
Экономически нестабильная предпринимательская фирма	Без знака	–
Предпринимательская фирма с экономическим потенциалом		Бронзовый минарет с тремя корнями
Экономическо развивающая предпринимательская фирма		Серебряный минарет с четырьмя корнями
Экономически стабильная предпринимательская фирма		Золотой минарет с пятью корнями
Экономически развитая предпринимательская фирма		Бриллиантовый минарет с шестью корнями

Знаки качества предпринимательских фирм способствуют развитию здоровой конкуренции в рыночной экономике, среди которых выделяются бронзовые, серебряные, золотые и бриллиантовые второстепенные номинации; оказывают положительное влияние на процесс внедрения иностранных инвестиций и выпуска иностранных номиналов; когда продукт фирмы с продукцией конкурентов будет одинакового качества и цены, покупатель сможет получить более высокую оценку; предпринимательство служит основой для рекомендации руководителя фирмы на высокие должности и проведения различных презентаций.

2-ШЎЪБА. ТУРИЗМ СОҲАСИНИНГ ТЕЗ СУРЪАТЛАРДА РИВОЖЛАНАЁТГАН ШАРОИТДА РАҚОБАТБАРДОШ ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ

РАҚОБАТБАРДОШ ТУРИЗМ КЛАСТЕРЛАРИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ

**Турдибеков Ҳасан Ибрагимович, “Ипак йўли” туризм халқаро
университети доценти, и.ф.н.**

Ривожланган мамлакатларнинг янги постиндустриал ривожланиш босқичига ўтиши иқтисодиётнинг глобаллашуви ва хизмат кўрсатиш тармоқларида рақобат курашининг кескинлашиши тавсифланади. Буни туризм соҳаси ривожланишининг иқтисодий кўрсаткичлари орқали ҳам кузатиш мумкин. 2018 йилда бутун дунё бўйича туристлар сони 1,4 миллиарддан ошди. Жумладан, 2018 йилда Ўзбекистонга ташриф буюрган хорижий туристлар сони 5,35 млн. кишини ташкил этган¹.

Турли йўналишларга ихтисослашган кўп сонли фирмаларва харидорлар мавжудлиги, интеллектуал салоҳиятга асосланган янги хизматларнинг вужудга келиши туризмнинг мураккаб рақобат моделига эга эканлигини тасдиқлайди. Туризм фирмалари ўртасидаги ўзаро муносабатлар тармоқда рақобат муҳитини яратиш ва амал қилишга имкон беради. Аҳоли бандлигининг ортиши, айрим ҳудудлардаги табиий-иқлимий шароитларни ҳисобга олган ҳолда корхоналарнинг йирик туристик мажмуаларга марказлашув тенденцияси ва кичик бизнес субъектларининг йирикроқ ташкилий тузилмаларга боғланиши шубҳасиз истиқболлидир. Шунингдек, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги «Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид кўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги ПФ-5611-сонли Фармони ҳамда Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Туризм тармоғини жадал ривожлантиришга оид чора-тадбирлар тўғрисида»ги ПҚ-4095-сонли Қарорининг қабул қилиниши мамлакатимизда, айниқса туристик марказларда туризм соҳасининг жадал ривожланишига янада улкан имкониятлар очиб беради. Ушбу меъёрий ҳужжатларга мувофиқ, 2019-2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш Концепцияси қабул қилинган бўлиб, у кўра қулай иқтисодий шароитлар ва омилларни яратиш бўйича олиб борилаётган ислохотларнинг самарадорлигини ошириш, туризм соҳасини жадал ривожлантириш бўйича устувор мақсад ва вазифаларни белгилаш, унинг иқтисодиётдаги ўрни ва улушини ошириш, хизматларни диверсификациялаш ва уларнинг сифатини ошириш ҳамда туризм инфратузилмасини такомиллаштиришга қаратилган. Хусусан, 2019-2020 йилларда-туризмни ривожлантириш учун мустаҳкам қонунчилик базани яратишга қаратилган институционал ислохотлар, инфратузилмани модернизациялаш ва мамлакат брендини тарғиб қилиш, 2025 йил якунига қадар 9 миллиондан ортиқ туристларни, шу жумладан узок хориждан 2 миллион туристни жалб қилиш белгилаб қуйилган. Узок истиқболда Ўзбекистон туризми миллий иқтисодиётдаги ютуқлар билан чекланиб қолмасдан, минтақа ва дунё туристик хизматлари бозорига энг рақобатбардош давлатлар қаторида кириб бориши мумкин². Бу ўз навбатида туризм соҳасида туб ўзгаришларни амалга оширишга замин яратади.

¹ <https://uznews.uz/ru/article/13575>

² <http://lex.uz/docs/4143188>

Туризмнинг турли йўналишлари билан бир қаторда Ўзбекистон зиёрат туризмини ривожлантиришда қулай имкониятларга эга. Бу юртда ислом дунёсининг машҳур алломалари яшаган ва ижод қилган. Шу билан бирга Ўзбекистонда бошқа дин конфессиялари вакиллари учун ҳам қадри тарихий ёдгорликлар мавжуд. Зиёрат туризмини ривожлантириш учун дин билан боғлиқ тарихий ёдгорликларнинг мавжудлиги етарли эмас. Туристларни жалб этиш учун яхши реклама, ташвиқот ишларини олиб бориш, қулай виза режимини ўрнатиш, аэропорт ва меҳмонхоналарда ибодат қилиш учун шинам шароитлар яратиш керак. Шу мақсадда ҳукумат томонидан бир қатор ишлар амалга оширилди. Қисқа муддатларда виза режими такомиллаштирилди¹, ҳалол туризм талабларига эътибор кучайиши натижасида 2018 йилда Ўзбекистон ҳалол туризм бўйича “Crescent Rating” ташкилотининг рейтингиди жаҳонда 26 ўринни эгаллади².

Президентимизнинг 2017 йил 27 мартдаги “Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси ҳузурида Имом Бухорий халқаро илмий-тадқиқот марказини ташкил этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарорига мувофиқ Самарқанд вилоятининг Пайариқ туманидаги буюк муҳаддис номи билан аталувчи ёдгорлик мажмуаси ёнида марказ бунёд этилмоқда. Бу марказ келгусида Имом Бухорий мажмуаси билан яхлит комплекс сифатида юртимиздан етишиб чиққан буюк алломалар меросини ўрганиш ва тадқиқ этишга хизмат қиладиган маърифат масканига айланиши шубҳасиз. Бу эса, ўз навбатида, мазкур ҳудудни янада обод этиш, зиёрат туризми имкониятлари кенгайиб бораётганини ҳисобга олган ҳолда, мажмуани халқаро талаблар даражасида реконструкция қилиш ҳамда зиёратчилар учун қулай шароитлар яратишни тақозо этади.

Турист хизматларнинг ривожланиши мижозлар билан чуқур муносабат ўрнатишни таъминлайди. Корхоналарнинг кучли рақобат муҳитида асосий маҳсулот ҳисобига ўсиш имконияти пасайган тақдирда, улар ушбу маҳсулотга кўшимча равишда шундай хизматларни жорий этадиларки, бунинг эвазига улар мижозлар билан доимий муносабатларни ўрнатадилар. Моҳиятан бу назарий асосланган ва амалий жиҳатдан мужассамлашган кластерни ўзида акс эттиради. Иқтисодиётнинг тармоқ тузилиши мамлакат иқтисодиётининг технологик ортда қолганлигини ва қоқоқлигидан далолат бермайди. Бу энг аввало товар ва хизматлар ишлаб чиқаришдаги ўзаро нисбатга боғлиқдир. Чунки хизматлар кўрсатиш моддий ишлаб чиқариш жараёнининг давоми ҳисобланиб, унинг узлуксизлигини таъминлаб беради. Хизматларнинг ўзига хос хусусияти эса уларнинг ўзаро фарқланишига имкон бермайди ва бу жараён яхлит деб ҳисобланади.

Замонавий жамиятда иқтисодий жараёнларнинг ривожланиши макро ва микро даражадаги беқарор омиллар таъсирининг кучайиб бораётганлиги билан тавсифланади. Бу ҳолат компанияларни мавжуд вазиятга мослашишнинг самарали шакллари қидиришга, рақобат курашини олиб боришнинг анъанавий усуллари қайта кўриб чиқишга ундайди. Янги шароитда компаниялар барқарор ривожланишининг асосий шартларидан бири ҳамкорликда фаолият юритишнинг самарали шакллари қўллаш ҳисобланади. Бунда интеграция жараёнларига ёндашувларнинг трансформациялашуви диққатга сазовор.

Иқтисодиёт фанларида кластер тушунчаси янги ёндашув ҳисобланмайди. Унинг асослари XIX асрдаёқ классик мактаблар томонидан ишлаб чиқилган эди.

¹Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 4 июлдаги ПҚ-3836-сон “Ўзбекистон Республикасига хорижий фуқароларнинг кириши тартибини оптималлаштиришга доир кўшимча чора-тадбирлар тўғрисида”ги Қарори. – Халқ сўзи газетаси, 6 июль, 2018 йил

²https://www.crescentrating.com/download/thankyou.html?file=X7UrOM8Y_GMITI-Report-2018-web-version%2081%29.pdf

Ўтган асрнинг 90-йилларидан бошлаб рақобат муҳитининг ўзгаришларинини ҳисобга олиб кластер атамаси янгича талқинда қўлланила бошлади. Бу йўналишнинг юзага келишига М.Портернинг ҳудудларни стратегик ривожлантиришга қаратилган назарий қарашлари имкон берди¹. Ҳозирги пайтда М.Портер тадқиқотларидан тортиб расмий давлат ҳужжатларигача кластер атамасига турлича таърифлар ишлаб чиқилган бўлиб, уларга кўра берилган тушунтиришларда маълум элементларга (инновацион тизим, қўшилган қиймат яратиш кетма-кетлиги ва бошқалар) урғу берилган бўлсада, бу тавсифларда умумий жиҳатлар ҳам мавжуд. Уларга кўра, ҳудудий кластер – бу ўзаро боғлиқ компания ва ташкилотларнинг маълум бир ҳудуд доирасидаги бирлашмаси бўлиб, улар турли фаолият йўналишларига эга бўлсаларда, функционал ўзаро боғлиқ ва бир-бирини тўлдиради. Шундай қилиб кластерни тавсифлашда куйидаги уч белгини ажратиш кўрсатиш мақсадга мувофиқ:

- ҳудудий яқинлик;
- ишлаб чиқарилаётган маҳсулот (хизмат, ресурс, технология)нинг умумийлиги;
- иштирокчиларнинг яқиндан ўзаро алоқадорлиги.

Шу муносабат билан кластер тушунчасининг хизмат кўрсатиш тармоқларидаги, хусусан зиёрат туризми соҳасидаги ўзига хос хусусиятларидан келиб чиқиб таърифлашга ҳаракат қиламиз. Зиёрат туризми кластери ўзаро боғлиқ бўлган хўжалик юритувчи субъектлар гуруҳи бўлиб, аҳолининг зиёрат билан боғлиқ ижтимоий эҳтиёжларини қондириш мақсадида турли ташкилий-иқтисодий тузилмаларда иштирок этувчи хизматлар соҳаси корхоналаридан ташкил топади. Хизмат кўрсатиш тармоқлари сифатида туристларга хизмат кўрсатувчи барча тармоқлар (туристик фирмалар, умумий овқатланиш корхоналари, транспорт-логистика тизими, тарихий обидалар ва музейлар бошқармалари, жойлаштириш хизмати кўрсатувчи корхоналар, чакана савдо корхоналари ва бошқалар) олиб қаралади.

Туризмда кластер масалаларига бағишланган илмий тадқиқотларни таҳлил қилиш давомида шуни алоҳида қайд этиш жоизки, кластер жараёни энг аввало минтақавий туризм масалаларига тааллуқли эканлиги таъкидланган. Зиёрат туризми кластерини асосан мамлакатимизнинг йирик аҳоли манзиллари ва шаҳарларида шакллантириш имкониятлари катта.

Ҳозирги пайтда олиб борилаётган тадқиқотлар кластерларнинг қайси моделга мос бўлиши ва уларни қўллаб-қувватлаш бўйича ҳукумат даражасида қандай чоралар кўриш бўйича ягона ечимни таклиф этиш имконини бермайди. Портернинг фикрига кўра, ҳозирги пайтда энг рақобатбардош тармоқлар кластер тамойилига кўра ривожланади, кластерларнинг шаклланишини қўллаб-қувватлаш эса бутун мамлакат иқтисодиётининг рақобатбардошлигининг ошишига олиб келади².

2009 йилда иқтисодчи олимлар Д.Форея, П.Давид ва Б.Холлар³ томонидан кластерларни шакллантиришда “оқилона” ихтисослашув (smart specialization) концепцияси таклиф қилинган. “Оқилона” ихтисослашув дастлаб юқори технологияли тармоқларга хос ҳисобланган. Кейинчалик бу ёндашув бошқа

¹ Портер М. Конкуренция.-М.: Изд. Дом “Вильямс”. 1993. С 68.

² Портер М. Международная конкуренция. Конкурентное преимущество стран.-М.:”Международные отношения”, 1993.-896 с.

³ Smart Specialization: The Concept / D. Foray, PA David, B. Hall // Knowledge for Growth. Prospects for Science, Technology, and Innovation. Selected papers from Research Commissioner Janez Potochnk's Expert Group. November 2009. P. 20-24.

секторлар ривожланишига туртки берувчи хизматлар соҳасида ҳам яхши натижа беради. Мазкур концепция Европанинг кўплаб давлатларида янги кластерларни шакллантиришда асос асос бўлиб хизмат қилган. “Оқилона” ихтисослашувнинг тармоқлари ёки соҳаларини танлаш фан, таълим, бизнес, ишлаб чиқариш манфаатларини ифодаловчи экспертлар кенгаши томонидан амалга оширилади.

Давлат органлари мазкур концепцияга кўра қуйидаги функцияларни амалга оширади:

- “оқилона” ихтисослашувни келишиш ва танловни амалга ошириш учун зарур шароит яратиш;

- минтақалар томонидан танланган ихтисослик нуқтаи назаридан кластерли ривожланиш мониторингини ўтказиш;

- Танланган “оқилона” ихтисослашув натижасида юзага келган эҳтиёжларни аниқлаш (масалан кадрларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш соҳасида) ва қўллаб-қувватлаш чораларини ишлаб чиқиш.

Бундай ёндашув бошқарувнинг турли воситаларини мос ҳолда қўллаш, уларнинг самарасини ошириш имконини беради.

Зиёрат туризми учун ташкилий-иқтисодий тузилманинг “кластерли тузилма” тушунчасини киритиш мақсадга мувофиқдир. Кластерли тузилма тушунчаси ўзаро алоқадор бўлган хўжалик юритувчи субъектларнинг маҳаллий ва ҳудудий тизими бўлиб, улар турли йўналишларга ихтисослашган ва аҳолининг турли эҳтиёжларини қондиришга хизмат қилади. Мамлакатимиз амалиётида мавжуд бўлган “тармоқли тузилма” эса аксинча, маълум йўналиш бўйича ихтисослашган хўжалик юритувчи субъектларнинг маҳаллий ва ҳудудий тизими бўлиб, улар аҳолининг айрим эҳтиёжларини қондиришга хизмат қилган.

Бугунги кунда иқтисодиёт тармоқларида кластер ёндашувининг назарий асослари ўз аксини топмоқда. Таъкидлашимиз жоизки, зиёрат туризми соҳасида мавжуд ва шаклланаётган кластерларнинг асоси ёки ядроси бизнинг фикримизча туристик корхоналар, умумий овқатланиш корхоналари, жойлаштириш корхоналари, транспорт-логистика корхоналари, диний ташкилотлар, диний-тарихий объектларни муҳофаза қилиш идоралари, маиший хизмат кўрсатиш ва чакана савдо корхоналари, маҳаллий давлат ҳокимияти органлари, ишчи комиссиялар ва корхоналарнинг ўзаро ҳамкорлиги, туризмни бошқаришнинг минтақавий тузилмаларидан иборат бўлиши мақсадга мувофиқ.

ТУРИЗМ СОҲАСИДА КЛАСТЕРНИНГ АҲАМИЯТИ

Бозоров А.Р., Бадалова Н.Ғ. - ҚарДУ магистрантлари

Туризм тармоғида кластер усули бир қатор давлатларда қўлланилиб келинмоқда. Туризм соҳасида кластерни янги йўналиш эканлиги бу соҳада кўпгина ташкилий, илмий тадқиқотларни амалга оширишни тақоза этмоқда. Туризмнинг илмий адабиётларида кластер этноними бир қатор эволюцион ўсишни кўзатиш мумкин: 1962 йилдан бошлаб кластер - туристик марказ; 1968 йилдан бошлаб - рекреацион ҳудуд; 1975 йилдан бошлаб - рекреацион тизим; 1985 йилдан – курорт; 1995 йилдан –туристик дестинация; 2005 йилдан буён эса, туристик кластер каби босқичларни босиб ўтди. Кластерли таҳлил кўпгина фанларда масалан, математика, география, физика, химия, иқтисодиёт, социология, астрономия, статистика, информатика каби фанларда мунтазам қўлланилиб келинади. Туристик-рекреацион кластерда туризмнинг таркибий бўғинларини

дифференциацияси сифатида қараш ўринлидир. Булар икки типли бўлади: биринчи тип-франчайзингли муносабатдаги туристик занжир (бир типдаги отеллар кластери Шератон, Бест Вестерн, Мариотт, Интерконтенталь; ресторанлар занжири масалан Макдоналдс, Максим, Пицца-хат ва бошқалар; транспорт тизимлари занжири Аэрофлот, Люфтганза ва бошқалар) бўлса, иккинчи тип - кластер дестинацияга яъни, туристик пакетни шакллантирувчи ҳудудга асосланади. Кластернинг иккала ҳолатида ҳам фирма ва ташкилотлар қўшимча қиймат занжири кўринишида умумий қийматнинг шаклланишида иштирок этади. Рақобатда устунликка интилиш давомида иштирокчиларнинг қиймат жамғариш тизимидаги барча қўшимча қиймат занжири кластер таъсирида оптималлашиб (Value system-М.Портер) боради. Туристик кластернинг муҳим аломати кооперация ва рақобатнинг уйғунлигидир. Туристик корхоналарнинг кластерга бирикиши уларга катта манфаат келтиради. Рақобат муносабатлари унинг таркибига кирувчи фирмалар ва шунингдек, бошқа ташқи кластерлар фирмаларига нисбатан шаклланади. Хар бир кластер ўзига хос иқтисодий муҳит таъсирида бўлади ва унинг рақобатбардошлиги турли даражада шаклланади. Қўйида кластерлар рақобатбардошлиги «ромб» шаклда тасвирланган. Бугунги кунда туризмда кластерни қўллаш уни дестинация константасининг концепти сифатида ёндошуви асосий ўрин тутди. Дестинация термини туризм луғатида «destination-белгиланган жой» деган маънони англатади.

Кластер объектлари ўртасидаги ўзаро боғланиш алоқалари Дестинация иборасини биринчи марта туристик марказ сифатида Томас Кук қўллаган (1840й). Дунёда биринчи дестинация маркази сифатида Англиянинг Ламфборо шаҳри тан олинади. XX-асрда дестинация Бутунжаҳон туристик ташкилотининг расмий иборасига айланди. Унга кура, «дестинация-меҳмоннинг жисмонан камида бир кечалик ташриф қилган маконда утказган вақти» тушунилади. Яъни, дестинация бир суткалик саёҳат давомида истеъмол қилинадиган ҳордик, кунгил очар томошалар, тунаш каби хизматлардан таркиб топган турмахсулот сингари назарда тутилади. «Макон» ўз ўрнида бозор рақобатбардошлигини белгилаб берувчи жисмоний ва маъмурий принциплари UN WTC БМТнинг Рим конференциясида эътироф этилган (1969 йил) Кластернинг дестинация константаси элементлари қўйидаги аргументлар орқали ифодаланади: табиий (моддий) кенглик; ташриф буюрувчи; ташриф буюрувчи; тунаш; бозор; рақобатбардошлик; таъсурот олиш; образ; манзил қулайлиги; туристик ресурслар; аттракция; туристик хизмат; туристик махсулот.

Туристик-рекреацион кластернинг моҳиятини ўрганиш учун туризмнинг функцияларини, жамиятдаги ижтимоий-иқтисодий ролини ўрганиш зарур. Демак, туризм соҳасининг функциялари туризмнинг классик «туризм + жойлаштириш + кўнгил очиш» базавий учлиги ижтимоийиқтисодий соҳа вазифаларининг қарийб ҳаммасини ўз ичига олади. Кластернинг статистика концептида “туризм” деганда аҳоли миграциясининг яшаш ва иш жойини ўзгартириш билан боғлиқ бўлмаган “кўчишнинг” бир тури тушунилади. Туризмнинг ривожланиши ва оммавий ҳодисага айлана бориши билан саёҳат қилаётган одамларни статистик ҳисобга олиш мақсадида «туризм» тушунчасига берилган дастлабки таърифлар пайдо бўлди. Қўйидагилар туристик марказ ҳисобланиши мумкин (туристик марказ дестинацияси шакллари): шаҳар; аҳоли пунктлари; хизмат кўрсатиш махсус объектлар; дарё, денгиз, кўллар; маъмурий бирлик; табиат манзаралари; миллий парклар, қўриқхоналар; тоғли массив, ноёб ландшафт. Давлатлар томонидан

туризм учун махсус белгиланадиган божхона, солиқ ва бошқа имтиёзли режимлар қаторига кирадиган ва туризмга тегишли бўлган фаолият турларини аниқлаб олишга асос бўладиган мақсадлар кластернинг энг муҳим категорияси ҳисобланади. Туризм дестинациясининг (кластерининг) асосий мақсад ва кўринишлари - хордиқ чиқариш, туристнинг завқ ва янги таассуротлар олиши ҳамда соғломлаштирувчи ва даволовчи, профессионал-бизнес, меҳмондорчилик ва бошқа аргументларидан ташкил топади

Туризм кластерининг асосида икки субтизим ётади: туризм субъекти ва туризм объекти. Туризм субъекти сифатида ўзига хос бўлган туристик хизматлардан фойдаланиб ўз эҳтиёжларини қондириш имкониятларини изловчи тадбир қатнашчиси, яъни турист тушунилади. Таклиф этиладиган хизматлар эса туризм объекти сифатида намоён бўлади. Саёҳат мақсади бўлиши мумкин бўлган ҳамма нарса туризм объекти сифатида тушунилади. Туризм объекти (туризм соҳаси) уч асосий компонентдан иборат: туристик минтақа ёки дестинация (манзил), туристик ташкилот ва туристик корхона. Туристлар учун истеъмол объекти саёҳатдан иборат. У мазкур давр мобайнида эҳтиёжларни қондириши мумкин бўлган маҳсулотлар ва хизматларнинг фойдалилиги (истеъмол самараси) билан белгиланади. Айнан шу фойдалилик саёҳат қилувчиларнинг ўзига хос эҳтиёжларининг қондирилиш даражасидан иборат. Булар қуйидагилар: одатдагидан фарқ қилувчи шароитларда тунаш; туристик фаровонликларни ишлаб чиқариш ва истеъмол қилиш, амалга ошириладиган географик муҳит; фойдаланиладиган меҳнат воситалари (меҳмонхона ва тарихий-маданий марказлар, транспорт ва ҳ.к.). Туристларнинг саёҳат ва доимий яшаш жойидан ташқарида бўлишлари вақтида уларга маҳсулотлар ва хизматларни харид қилишда турли қулайликларни таъминловчи барча фаолиятларнинг йиғиндиси туристик хизматлар деб аталади. Туристик хизмат бир вақтнинг ўзида комплекс ва махсус хусусиятга эга: биринчиси – саёҳатдаги туристнинг хилма-хил эҳтиёжларини қондиришни назарда тутаяди, бунда дестинацион марказнинг қўшимча хизмат кўрсатишга ихтисослашган турли хил социал, маданий ва сервис бўғинлари иштирок этадилар; иккинчиси эса – ўтроқ яшаш пайтидаги хизмат кўрсатишдан умуман фарқ қиладиган ташкиллаштириш ва таркибий тўзилишни (жойлаштириш, ресторан хужаликлари иштирок этиши) назарда тутаяди. Таклиф этиладиган туристик хизматлар, худудлар бўйлаб дестинацион кластерларга тақсимланади. Улардан баъзилари (ахборот берувчи, воситачилик ва ҳ.к.)ни туристлар яшаш жойларидан оладилар, бошқалари (транспорт, ахборот ва бошқ.)ни – саёҳат пайтида, қолганлари (овқатланиш, тунаш, кўнгил очиш, даволаниш ва ҳ.к.ларни) белгиланган туристик жойда оладилар. Олди-сотди ва хизматлар тақдим этиш жараёнларининг вақт ва жой бўйича мос келмаслиги маълум ташкилий қийинчиликлар тўғдиради. Туристик кластер инфраструктурасини таъминловчи моддий-техника базасини яратиш ва қўллаб-қувватлаш туристик хизматлар ва маҳсулотлар ишлаб чиқаришни такомиллаштиради, кластер рақобатбардошлигининг ошишига кўмак беради

Туристик-рекреацион дестинация марказларнинг кластер сифатида ташкил этишда унинг инфраструктуравий тўзилмаларини қуйидаги гуруҳлар бўйича таснифлаш мақсадга мувофиқдир: - туристларни жойлаштириш (меҳмонхоналар, мотеллар, кемпинглар, пансионатлар, туристик базалар, хусусий сектор хонадонлари, палаткалар, кемалар, поездлар, яхталар ва ш.к.); - озиқ-овқат билан таъминлаш (ресторанлар, кафелар, ошхоналар ва ҳ.к.); - бориладиган мамлакат

бўйлаб ҳаракатланиш, бошқа мамлакатларнинг ҳудуди бўйлаб транзит ўтиш; - реклама ва маҳсулотини ўтказиш (фирмаларнинг турмаршрутларни ишлаб чиқиш, транспортда, жойлашиш воситаларида ўрин бронлаштириб қўйиш бўйича хизматлари); - экскурсиялар ўтказиш (таржимонлар, экскурсоводларнинг хизматлари); - туристларнинг ишбилармонлик ва илмий қизиқишларини қондириш (конгресслар, ассамблеялар, илмий конференциялар, симпозиумлар, ярмаркалар, кўргазмалар, ҳам умумий, ҳам махсус мақсадларда ўтказиладиган савдо-сотик тадбирларида иштирок этиш); маданий эҳтиёжларни қондириш (театрлар, кинотеатрлар, музейлар, кўргазмалар, расмлар галереялари, парклар, табиий ва тарихий кўриқхоналар, спорт мусобақалари, тарих ва маданият ёдгорликларини бориб кўриш ва ҳ.к.); - маъмурий-ҳуқуқий талаблар ва расмийликларни назорат қилиш (чегара, божхона, карантин, валюта, милиция хизматлари), шунингдек ҳужжатларни расмийлаштириш (визалар, паспортларни ва ҳ.к.); - туристлар учун турли хил ахборотларни бериш (ер шари у ёки бу минтақасининг туристик ресурслари, у ердаги жойлашиш воситалари, божхона ва чегара расмийликлари, бориладиган мамлакат валютасининг курси, маршрутлар ва ҳ.к.); - ахборот воситалари (газеталар, журналлар, китоб нашрлари); - табиатни, тарихий ва маданий меросни кўриқлаш хизматлари; - умумий ва махсус савдо хизматлари (эсдаликлар, совғалар, миллий хунармандлар маҳсулотларини ва ҳ.к.ларни сотиш); - суғурта ва тиббий хизмат кўрсатиш; - давлат ва жамоат туристик органлари, хорижий юридик шахслар ва фирмаларнинг хизматлари. Юқоридаги фикрлардан кўришиб турибдики, туризм дестинацияси концепти доирасида кластерлаш туризм ва меҳмонхона бизнесининг ривожланишида муҳим ўрин тутгани боис, туристик дестинация таркибига кирувчи барча тўзилмаларни пропорционал тарзда ривожлантириб бориш дестинация марказларининг рақобатбардошлигининг ошишида катта аҳамиятга эга. Туристик кластернинг амалда мавжуд бўлиши, унинг кўп қирралигини исботловчи кўпсонли таърифлари ҳам юқоридаги фикрни тасдиқлаши мумкин. Бугунги кунда мамлакатимиз туристик бизнеси фаолиятида кластерлаш унинг стратегик таҳлили ва рақобатбардошлигини ўрганиш учун назарий-методик ёндашувларни яратиш зарурияти долзарб вазифа бўлиб хизмат қилади.

KLASTER ASOSIDA QISHLOQ TURIZMINI RIVOJLANTIRISH YO'LLARI

Tadjiyeva S.U., Shadiyev A.X., BuxDU

Dam olish vaqti har qanday shaharlik uchun qishloqda yoki dala xovlida hordiq chiqarish juda ham maroqlidir. Bu xayot talabi bo'lib, doimo dala xovlilarni yoki boshqa joylarni ko'p yillar davomida sinalgan va tekshirilgan joylarda dam olish uchun ijaraga olinadi. Qishloq turizmining o'ziga xos tomonlari shundaki, masalan, Sitsiliyaning agrar viloyatlarida ishchi kuchi yetishmasligi tufayli turistlar yoki studentlarni ish haqi to'lamasdan, boshpana va ovqat uchun ishga yollashi mumkin. Bunday «dam oluvchi» usha yerga borib qaytishi uchun mablag' topsa bo'lgani. Yo'l-yo'lakay bir-ikki kun plyajlarda cho'milishi, muzeylarni, yodgorliklarni va boshqalarni ko'rish mumkin.

2018 yil 29 martda davlatimiz rahbarining “Obod qishloq dasturi to'g'risida”gi farmoni¹ qabul qilindi. Farmonga asosan, kelajakda mamlakatimizning boy va qadimiy

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 29 мартдаги “Обод қишлоқ дастури тўғрисида”ги фармони. lex.uz

tarixiga asoslanib, ajdodlarimiz tomonidan mahallalarni obodonlashtirish va bunyodkorlik ishlarini amalga oshirish belgilab berildi. Buning uchun eng bebaho qadriyat va an'ana hisoblangan qadriyatlarimizni izchil davom ettirgan holda keng ko'lamli bunyodkorlik ishlarini barcha hududlarda amalga oshirish orqali qishloq aholisi uchun munosib shart-sharoitlar yaratish va ularning turmush madaniyatini yanada yuksaltirish alohida ahamiyat kasb etadi. Natijada, obod bo'ladigan qishloqlar hududida turizm tashkil qilinadi hamda qishloq turizmi shaklida kelajakda aholining turmush farovonligini oshirish va turistlar bilan mahalliy aholi o'rtasida munosabatlarning yanada yaxshilanishiga xizmat qiladi.

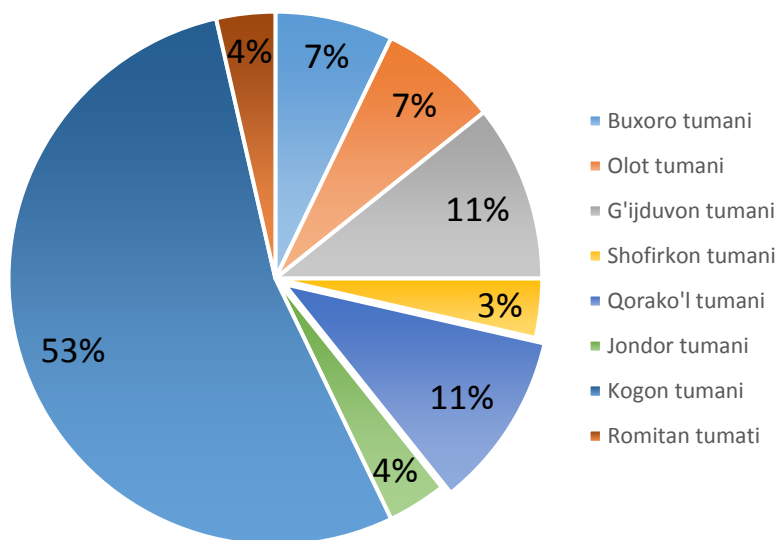
Hozirgi vaqtda qishloq turizmini rivojlantirish uchun birinchi navbatda qishloq joylarda turizm infratuzilmasini, jumladan mehmonxona xizmatlarini rivojlantirish kerakdir.

Buxoro viloyatida joylashgan mehmonxonalarni tumanlar kesimida ko'radigan bo'lsak, Ularni 11,7 % tumanlarda tashkil etilgan (1-jadval).

1-jadval

Buxoro viloyatining tumanlarida mehmonxonalar soni¹

	Jami viloyat bo'yicha (soni)	Shu jumladan tumanlarda soni	Ulushi, %
Mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalari (ob'ektlar) soni	249	29	11,7
ularda:			
Xonalar soni, birlik	2703	250	9,24
joylar soni, birlik	6059	704	11,62



1-chizma. Buxoro viloyatida joylashtirish vositalarining tumanlar kesimida taklifi

Jadval ma'lumotlaridan ko'rishimiz mumkinki, bugungi kunda mehmonxonalar industriyasi nafaqat Buxoro shaxrida, balki tumanlarda xam rivojlanib kelmoqda. Mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalari (ob'ektlar) soniga nisbatdan 11,7% tumanlarda joylashgan. Agar tumanlar kesimida tahlil qiladigan bo'lsak, asosiy qismi (53%) Kogon tumanida joylashgandir (1-chizmalar). Bizning fikrimizcha,

¹ Buxoro Turizmni rivojlantirish departaminti ma'lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan

Bahauddin Naqshband diniy majmuasi yaqinida. Buxorodan 10 kilometr shimoli-sharqda Qasri Orifon qishlog'ida joylashgan Hazrat Bahouddin Naqshband ziyoratgohi nafaqat yurtdoshlarimiz, balki butun dunyo musulmonlari uchun tabarruk qadamjoldandir.

Turistik klaster o'z ichiga tadbirkorlik strukturasi majmuini, hokimiyat va davlat idoralari organlarini, jamoat tashkilotlarini, turizm industriyasi korxonalarini oladi.

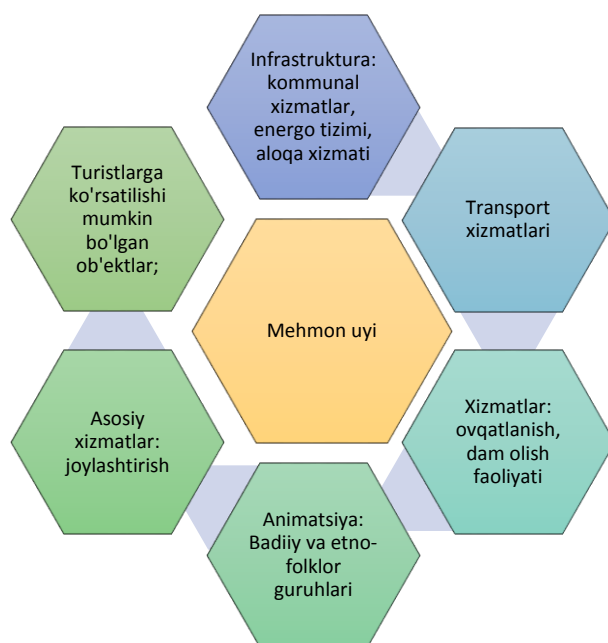
Turistik klasterning o'ziga xos xususiyatlari quyidagilar:

-turistik klasterter subyektlari orasida mehnat taqsimotining mavjudligi;
-ma'lum bir hududda joylashgan turistik resurslardan birgalikda foydalanish (turistik klaster obyekt);

- tur paket tuzuvchilar orasida tarkiblarga ko'ra vertical (turizm industriyasi ichki maxsulot zanjiri) va gorizontal (turistik klaster qatnashchilari orasida) aloqalarning mavjudligi;

- turistik klaster ishlab chiqishning yagona maqsadi, klaster subyekt va obyekt o'rtasidagi raqobatni kuchaytiruvchilarning borligi.

Turizm mahsulotini shakllantirish iqtisodiyotning turli tarmoqlari va biznes tuzilmalari o'rtasidagi o'zaro munosabatlar jarayonidan iborat. Shu sababli, turistik klaster tarkibiga sayyohlik kompaniyalari, transport tashkilotlari, yakka tartibdagi va jamoa turar joylari, ovqatlanish korxonalarini, muzeylar kiradi. Klasterning asoslari biznes birliklarining geografik yaqinligi hisoblanadi.



2-chizma. Qishloq turizm klasterini shakllantirish

Klaster, bir-birlariga ta'sir o'tkazish, bir-birlarini mahsulotni takomillashtirishni qo'llab-quvvatlash, innovatsiyalar va global raqobat bilan shug'ullanadigan firmalar o'rtasidagi hamkorlikni rivojlantirish orqali birlashadigan tizimdir. Iqtisodiy jihatdan qishloq aholisining vaqtinchalik sayyohlik joylarini sotishdan daromadlarini ta'minlashi kerak; ijtimoiy jihatdan bu qishloq aholisi uchun yangi ish joylari bo'lib, qishloqni rivojlantirish uchun juda zarurdir.

Qishloq turizmining o'ziga jalb etadigan sayyohlik mahsulotini yaratish, shakllantirish va amalga oshirish uchun ko'plab odamlar va ko'plab soha vakillari o'rtasida umumiy maqsadga bog'liq bo'lgan sa'y-harakatlardir. Klaster yaratishning afzalliklari, turistik mahsulotlarni yaratish va tatbiq qilish orqali qishloq xo'jaligini

kompleks rivojlantirishga olib keladigan turli xil tadbirkorlar - mulkdorlar, mahalliy hunarmandlar, xizmat ko'rsatish sohasi vakillari, jamoat va mahalliy boshqaruv organlari - uyushmalar shakllantiriladi. Qishloq turizmi xo'jalik yurituvchi sub'ektlarining vazifasi nafaqat sayyohlik mahsulotini shakllantirish, balki qishloq turizmini yanada rivojlantirish, o'qitish, marketing, moliyalashtirish va qo'llab-quvvatlashdir. Ushbu modelga ko'ra, qishloq turistik majmui ishtirokchilarining har biri ma'lum turdagi aniq vazifani bajaradi - qishloq turistik mahsulotini shakllantirish va sotish jarayonida, shuningdek, klaster a'zolari bir-biri bilan chambarchas bog'liq bo'ladi. Masalan, mehmon yillarining egalari - tunash xizmatlarini taqdim etadilar va (qisman) ovqatlanish xizmatlarini, agrar-turistik faoliyat turlarini xo'jalik asosida sotishlari mumkin. Boshqa qo'shimcha xizmatlarni ko'rsatishni taqiqlash mumkin emas: transport, ekskursiya xizmatlari va boshqalar, lekin asosiy e'tibor asosiy xizmatlarni ko'rsatishga qaratilishi kerak. Mahalliy hokimiyat organlari va mahalliy boshqaruv organlari qishloq turizmining rivojlanishini qo'llab-quvvatlashlari kerak. Bundan tashqari, ularning vakolatlari qishloq joylarida sayyohlik joylardagi binolarni standartlashtirish va attestatsiyadan o'tkazish, mahsulot va xizmatlarning sifatini baholash va muayyan standartlarga muvofiqlikni baholashni o'z ichiga olishi kerak. Fuqarolarning mulklari va manfaatlarini birlashtirgan holda tashkil etilgan kredit uyushmalari qishloq turizm korxonalarini rivojlantirish uchun mablag' bilan ta'minlanadi.

Shunday qilib, qishloq turizmining xo'jalik yurituvchi sub'ektlari rivojlanishi tufayli qishloqning ijtimoiy-iqtisodiy muammolarini bartaraf etish mumkin. Shu bilan birga, mahalliy turizm, sayyohlik, madaniy muassasalar vakillari va davlat tashkilotlari vakillarining sa'y-harakatlarini muvofiqlashtirish va muvofiqlashtirish zarur bo'lib, ular qishloq turizmining sayyohlik mahsulotini shakllantirish va joriy etish, mamlakat, mintaqalar va umuman davlatning rivojlanishini qo'llab-quvvatlashga qaratilgan. Qishloq turizmi taraqqiyotining klaster modeli ish bilan ta'minlovchi ko'paytirgich, daromad multiplikatori va ishlab chiqarish multiplekatorini yaratishi mumkin.

3-ШЎЪБА. ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ВА БАРҚАРОР РИВОЖЛАНИШИНИ ТАЪМИНЛАШНИНГ ИЛМИЙ- НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ

CLUSTER FORMATION AND DEVELOPMENT IN REGIONAL ECONOMIC SYSTEMS

**Tairova.M.M docent in Economics department of BSU
Temirova D. A. undergraduate of BSU**

The growing demands of products' consumers, the transience of the goods' life cycle lead companies to search for ways to improve competitiveness.

The world experience of developed countries proves the effectiveness and regularity of the emergence of different types of clusters. Recently, the formation of clusters has become one of the important parts of state policy in the field of regional development in many countries of the world. As one of the most effective tools for the development of small and medium enterprises, the cluster arouses the growing interest of economists and government in different countries. The development of new technologies and logistics has led to the fact that the transfer of information, the movement of financial flows have become almost instantaneous, and the transportation of goods cheap and fast. Regarding the most important factors, achieving and maintaining superiority over competitors don't only depend on innovation and education, but also the interconnections between enterprises, which provides the conditions for creating network structures - clusters.

The enterprises and organizations that make up the cluster are independent business entities, and competition within the cluster is no less important driving force for the development of the cluster as a whole than cooperation. An important distinguishing feature of the cluster in the general model of production-cooperation of business entities is the factor of innovation orientation.

Clusters, as a rule, are formed where "breakthrough" advancement is made or expected in the field of technics and production technology and subsequent entry into new "market niches".

In this regard, many countries - both economically developed and just beginning to shape a market economy - are actively using the "cluster approach" in supporting the most perspective areas and forms of entrepreneurial activity, in the formation and regulation of their national innovation systems.

Cluster industries are grouped based on the degree of intersectoral circulation of products and knowledge, and including:

- technology flows due to the acquisition of products and intermediates in other industries, as well as the interaction between their manufacturers and users;
- technical interaction, expressed in patenting, patent development, use of scientific results in several related industries, as well as in joint research projects;
- staff mobility between cluster segments in order to disseminate the best management achievements.

In world practice, a trend has emerged that is characteristic of large companies-focusing on strategic areas of activity with the delegation of the production of intermediate products and key services to other enterprises, including small ones. For this reason, the creation of clusters has a powerful impact on small businesses, contributing to its industrial and innovative orientation and the achievement of a qualitatively new level

of technology, organization and production management in all other areas of economic activity.

The benefits for business from the development of the cluster in general are to increase efficiency and reduce costs in current activities and market development, increase flexibility and innovative potential when creating new products and technologies.

Enterprises benefit from cluster membership through:

- increase the efficiency of the supply system of raw materials, components, and more successful application of subcontracting
- availability and quality of specialized service;
- access to various financial resources (for example, sources of risk financing for new technology companies in the information technology cluster);
- accessibility and quality of opportunities for research and development;
- the availability of specialized and productive human resources;
- building a network of formal and informal relations to transfer market and technological information, knowledge and experience;
- creating a system for identifying collective benefits and dangers, forming a common vision and a productive strategy for cluster development;
- creating a system of relations between business and government.

Optimization of all stages of development, production and sales is possible with the close cooperation of raw materials and production enterprises with scientific and technical centers and companies selling ready products and solutions. As a result of such close interaction, synergy occurs, which allows obtaining competitive advantages in the market. Innovative clusters help to achieve such a synergistic effect in most sectors of the economy. In the framework of the formation of modern economic systems, great attention is paid to the formation of territorial innovation clusters. World experience shows the high efficiency of cluster technology in increasing the competitiveness of enterprises. The cluster approach implies that a separate sector of the national economy cannot be considered separately from the rest, and contributes to the development of close ties between the supplying sectors and consumer sectors.

Thus, geographical proximity is important not for the dissemination of formalized scientific knowledge, but for the dissemination of less formal implicit knowledge. The long-term decrease in transport and communication costs has an ambiguous effect on geographic concentration. On the one hand, the importance of geographical proximity is partially reduced for the successful interaction of firms. On the other hand, the transfer of implicit knowledge continues to be based primarily on personal contact, and low transport and information costs contribute to the further division of labor on a global scale and regional specialization.

ОСНОВЫ ЛОГИСТИЧЕСКОГО ПОДХОДА В УПРАВЛЕНИИ ТУРИСТСКОЙ КОМПАНИЕЙ

**Асадов Ф. Ш. Магистрант БухГУ
Муротова Н.У. Студентка 3 курса БухГУ**

Логистика является одним из основных факторов в конкурентной борьбе. Успех в конкурентной борьбе между компаниями и сетями единой цепочки создания стоимости, между странами и экономическими регионами определяется уровнем компетенции в логистике. Исследования, проведенные в компаниях

туристской отрасли, доказывают положительную взаимосвязь между эффективной логистикой и успехом в предпринимательской деятельности.

Исключительное значение, которое имеет логистика сегодня объясняется как современными представлениями о логистике, так и состоянием развития систем создания стоимости и экономических структур.

Современное представление о логистике можно сформулировать следующим образом: логистика представляет собой концепцию управления для разработки, организации, управления и реализации эффективного и экономически выгодного движения объектов (услуг, информации, финансов и персонала) в системах создания стоимости в рамках одной или нескольких компаний. Из более детального определения логистических объектов как потоков продукта, информации, денег и персонала следует, что логистика является общей важной темой для всех отраслей и относится к общему сектору предоставления услуг и области общественного управления. Новый логистический подход или логистическая деятельность не ограничиваются только отдельными функциями компаний, например перевозка, грузоперевозка, складирование и коммиссионирование, а затрагивает все функции и процессы комплексной системы создания стоимости. Например, разработка и развитие структуры новых туристских продуктов значительно влияют на дальнейший технологический процесс и сроки разработки, которые, в свою очередь, воздействуют на сроки и надежность предоставления услуг туристам.

Логистическое измерение всех процессов по созданию стоимости необходимо использовать осознанно, чтобы с помощью эффективных и экономически выгодных объектных потоков лучше соответствовать всем требованиям, всем рынкам сбыта и лучше отвечать всем пожеланиям клиентов, а, следовательно, усилить свои позиции в конкурентной борьбе.

Современное понимание логистики как концепции управления отвечает новым и изменившимся условиям предпринимательской деятельности. Логистику можно рассматривать как продукт, возникший в результате практической предпринимательской деятельности. Особенно сильный толчок этому процессу развития давала и дает до сих пор глобализация экономики и вызванная ею интенсификация конкурентной борьбы. Одновременно выросли и требования клиентов к срокам, надежности и гибкости туристского продукта при сохранении низких затрат на логистику. Все эти факторы выдвинули на передний план в деятельности туристских компаний менеджмент объектных потоков. На сегодняшний день, уже недостаточно просто производить продукт высокого качества. На уровне одинаково высокого качества продукта решающим в конкурентной борьбе будет сочетание с таким же высоким качеством логистики. Понимание логистики как концепции управления помогло достигнуть такого уровня развития, при котором можно предположить, что продолжавшийся продолжительное время поиск ответа на вопрос, что такое логистика, завершен. Поддержание стандартов обслуживания потребителя, обеспечение заданного уровня качества, дистрибьюции турпродукта и послепродажного сервиса является первоочередной задачей логистического менеджмента любой туристской компании. Таким образом, логистические решения играют определяющую роль в операциях по доставке товара требуемого качества в указанное время и место и по доведению услуг до потребителя.

ҚИШЛОҚ АҲОЛИСИ ДАРОМАДЛАРИНИ ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ

С.М.Ғуломжонова - ТДАУ Андижон филиали талабаси

Мамлакат иқтисодиётининг муҳим тармоқларидан бири бўлган қишлоқ хўжалигида амалга оширилаётган ислохотлардан кўзда тутилган асосий мақсад халқ хўжалигининг ҳамда республика аҳолисининг қишлоқ хўжалиги маҳсулотларига бўлган талабларини янада тўлароқ қондириш билан бирга соҳанинг самарадорлигини ошириш, меҳнат унумдорлигин кўрсаткичларини талаб даражасига кўтариш, қишлоқда мавжуд бўлган ишчи кучидан самарали фойдаланиш ва натижада қишлоқ аҳолиси даромадларини ошириш ҳамда уларнинг турмуш фаровонлигини юксалтиришдан ҳам иборатдир.

Қишлоқда хўжалик юритиш механизмининг мутлақо янги асослари, қишлоқ хўжалигини молиявий таъминлаш ва суғурталаш, ишлаб чиқарилган маҳсулот ва қишлоққа берилган қишлоқ хўжалик техникаси, ёқилғи, минерал ўғитлар учун ўзаро ҳисоб-китобларнинг янги тизими ишлаб чиқилди ва жорий қилинди. Бу тармоқ мамлакат аҳолисининг озиқ-овқат маҳсулотларига, қайта ишлаш саноати тармоқларининг эса хомашёга бўлган талабини қондиради. Озиқ-овқат маҳсулотларининг 90 фоизга яқини аграр тармоқда тайёрланади. Республика президентининг “Фермер, деҳқон хўжаликлари ва томорқа ер эгаларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилиш, қишлоқ хўжалиги экин майдонларидан самарали фойдаланиш тизимини тубдан такомиллаштириш чоратадбирлари тўғрисида”¹ги фармони ердан самарали фойдаланишни янада кучайтиришга замин яратди.

Маълумки, қишлоқ хўжалигидаги меҳнат унумдорлиги ва ишлаб чиқариш самардорлиги кўрсаткичларини ниҳоятда паст эканлигининг асосий сабабларидан бири бу соҳада ортиқча ишчи кучини мавжудлигидир. Демак, самарадорликни ошириш ва меҳнат унумдорлигини юқори даражага кўтариш йўлларида бири бу соҳадаги ортиқча ишчи кучини иқтисодиётнинг бошқа соҳаларига қайта тақсимлашдан иборатдир. Республика вилоятларида бу ишни амалга ошириш мавжуд жамоа ва далаат хўжаликларини ширкат, деҳқон ва фермер хўжаликларига айлантиришдан бошланади. Натижада, айтиб ўтилганидек соҳада банд бўлган ортиқча ишчи кучи ишдан бўшатила бошланди. Андижон вилоятида шундай тадбирларни амалга ошириш натижасида 48 минг кишини ишлаб чиқаришнинг бошқа соҳаларига қайта тақсимлаш зарур бўлди. Бу вилоят иқтисодиётида банд бўлганларнинг деярли 6 фоизини ташкил этади.

Албатта, ишлаб чиқаришдан шунча ишчи кучини қисқартирилиши меҳнат бозоридаги вазиятни кескинлаштирилиши шубҳасиздир. Бундай вазиятни олдини олишнинг асосий йўлларида бири юқорида таъкидланганидек, вилоятда кичик бизнес тараққиёти учун кенг йўл очиш, хусусий тадбиркорликни ривожлантириш учун барча имкониятларни яратишдан иборат.

Ҳозирги кунда аҳолини озиқ-овқат маҳсулотларига талаби ошган сари қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқаришнинг ижтимоий таркиби ҳам тубдан ўзгарди. Унда нодавлат секторининг улуши 98 фоизга етиб, қишлоқ хўжалигида 66 мингдан ортиқ фермер хўжаликлари фаолият кўрсатмоқда. Айни пайтда шунга ҳам эътиборни қаратиш лозимки, ерларни ноқонуний ажратиш ва улардан хўжасизларча фойдаланиш ҳолатларига йўл қўйилмоқда, жумладан, 2018

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 9 октябрдаги ПФ-5199-сон фармони.

йилда 2 638 та ҳолатда 16 447 гектар майдондан ноқонуний фойдаланилган ҳамда 1 502 та ҳолатда 28 427 гектар экин ерлари ноқонуний ажратилган.¹

Ўзбекистонда қишлоқ хўжалигида амалга оширилаётган институционал ва таркибий ўзгаришлар натижасида шаклланган хўжалик юритиш субъектлари ҳамда тармоқда улар ўртасидаги ҳуқуқий, ташкилий ва иқтисодий муносабатларнинг мунтазам равишда такомиллаштириб борилишини тақозо этишдан келиб чиққан ҳолда агрокластерларни барпо этиш борасида янги йўналишни амалга ошириш бугунги кунда аграр сиёсатининг муҳим вазифаларидан бирига айланиши лозим.

Агрокластерларни ташкил этиш зарурияти, тамойиллари, босқичлари, ривожлантириш йўллари ва самарадорлигини баҳолашда кенг қамровли ёндашув талаб этилади. Жумладан, авваламбор, назарий жиҳатдан бир хил гуруҳлар объектларини иқтисодий-географик жойлашувига кўра, кўп ўлчовли статистик жараёнлар жамланмаси таҳлиллари амалга оширилади. Методологик жиҳатдан эса, кластерлар ҳудудий-тармоқ мажмуаси назарияси, тизимли ёндашув, ишлаб чиқаришни ташкил этиш тамойиллари ва иқтисодий ўсиш концепцияларининг ўзаро алоқаларини акс эттиради. Ниҳоят, амалий жиҳатини, кластер иштирокчилари – қишлоқ хўжалиги ва унинг маҳсулотларини қайта ишлаш ва сотиш билан шуғулланувчи хўжалик юритувчи субъектлар фаолиятини ривожлантиришни стратегик бошқаришдан фойдаланиш ва эришилган натижалари ташкил этади.

Қишлоқ хўжалик корхоналари ишлаб чиқариш жараёнини таъминлаш учун катта молиявий маблағ зарур бўлиб, уларни ҳозирги вақтда тўлиқ таъминлаш имкониятига эга эмас. Хатто молиявий ёрдам миқдори ошганда ҳам, бу хўжаликларнинг рентабеллиги ўз-ўзидан ошишига олиб келмайди. Шунинг учун аграр секторда фаолият юритаётган хўжалик субъектларига тармоқ хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда давлат томонидан қўллаб-қувватлаш билан бир қаторда, корхонада молиявий ресурслардан самарали фойдаланиш ҳамда даромадларни шакллантиришни тўғри ташкил этиш муҳим аҳамиятга эга.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 9 октябрдаги ПФ-5199-сон фармони.
2. Вазирлар Маҳкамасининг Фермер хўжаликлари ва бошқа қишлоқ хўжалиги корхоналарига фаолият юритиш учун берилган ер участкалари майдонларини мақбуллаштиришга қўйиладиган талаблар. 2019 йил 9 январдаги 14-сонли Қарори

ТУРИСТИК КЛАСТЕРНИНГ ИККИ ТОМОНЛАМА ТАБИАТИ

**Зебинисо Наврўз-зода,
БухДУ иқтисодиёт кафедраси катта ўқитувчиси**

Туризм соҳасини иқтисодиётнинг стратегик тармоғига айлантиришнинг муҳим шартларидан бири ҳудудларнинг сайёҳлик салоҳиятидан самарали фойдаланиб, жойларда туристик бизнесини комплекс ривожлантиришга эришиш ҳисобланади. Яъни, ҳудуд ва бизнес ўртасида ҳамкорликни ривожлантириш билан боғлиқ ташкилий ва иқтисодий чора-тадбирларни кўриш тақозо этади. Алоҳида туристик ҳудудларда сайёҳлик бизнесини ташкил этишнинг самарали ва туристик оламда

¹ Вазирлар Маҳкамасининг Фермер хўжаликлари ва бошқа қишлоқ хўжалиги корхоналарига фаолият юритиш учун берилган ер участкалари майдонларини мақбуллаштиришга қўйиладиган талаблар. 2019 йил 9 январдаги 14-сонли Қарори

шуҳрат қозонган шакли сифатида *туристик кластерларни* яратиш ва ривожлантириш хизмат қилади.

Кластер нима?

“Кластер” сўзи инглизча “*cluster*” сўзидан келиб чиқган бўлиб, ўзбек тилида “гала-гала”, “қатор-қатор”, “тўплаш”, “тўда” каби маъноларни билдиради. Азалдан “кластер” деганда “маълум хусусиятларга эга бўлган мустақил бирлик сифатида кўриб чиқилиши мумкин бўлган бир хил элементларнинг бирлашмасини [1] назарда тутилардики, ушбу бирлашманинг хусусиятлари унинг таркибий қисмидаги элементларидан фарқ қилади. Агар кластерни бир бутунлик сифатида ўзимизга тасаввур қилсак, уни шакллантирадиган ички қисмларининг йиғиндиси ушбу бутунликка нисбатан камроқ ёки, тескар, бутунлик сифатидаги кластер унинг таркибий қисмларининг йиғиндисидан кўпроқ натижа беришга қодир бўлган ўзгача ташкилий-иқтисодий атама сифатида тавсиф бериш мумкин.

Бугунги кунда “кластер” тушунчасининг турли ёндашуви бўйича турлича талқинлари мавжуд. “Кластер” атамасининг иқтисодий жиҳатига Гарвард университети профессори Майкл Портер эътибор қаратиб, унга “*бу маълум бир соҳада ўзаро боғлиқ компаниялар ва муассасаларнинг географик концентрацияси*” [2] деб таъриф берилган. М. Портернинг кластерга берган ушбу таърифида “*географик концентрация*” ибораси эътиборга молик деб ҳисоблаймиз. Чунки, кластернинг ўзига хос хусусияти бир хил соҳадаги корхона ва ташкилотларни ҳамкорликда ишлашининг муваффақияти, айнан уларнинг географик яқинлигидан боғлиқ бўлиб қолади. Бу ерда бир хил соҳадаги корхона ва ташкилотларнинг горизонтал интеграцияси ҳақида сўз кетади. Улар вертикал тарзда боғланган бир тармоқдаги ёки тармоқлараро корхона ва ташкилотлар биланам ҳамкорликни йўлга қўйиб ишлашлари ҳам мумкин. Яъни “кластер” хўжалик юритишнинг шакли сифатида, биричи навбатда бизнес юритувчи субъектларининг ҳудудий бирлигини яратилишини тақозо этади. Бундай ҳудудий бирлик бўлмаса, кластернинг синергетик самараси юзага чиқмайди ва бундай хўжалик юритиш шаклини тармоқ ёки тармоқлараро ҳамкорлик дейиш мумкин бўлади.

“Туристик кластер” – бу туризм соҳасида хизмат кўрсатувчи корхона, ташкилот ва муассасаларининг бирлашмасидир. Ушбу иборанинг турли талқинлари мавжуд. Бир гуруҳ олимлар туристик кластерни тор маънода – “*минтақавий туристик-рекреацион тизим сифатида*” [3], бошқалари уни кенг маънода – “*ҳудуднинг манфаатларини, мустақиллигини, рақобатбардошлигини ва барқарор ривожланишини кучайтиришга йўналтирилган минтақавий бошқарув механизми сифатида*” [4] кўриб чиқади.

Туристик кластерларни иккита узвий жиҳатини ажратиш мумкин:

1. *Географик жиҳати* - бир ҳудудда бир хил соҳадаги корхона ва ташкилотларнинг ҳамкорликда ишлаши.

2. *Иқтисодий жиҳати* - ҳудудлардаги компаниядари ва муассасаларининг қўшимча қиймат яратувчанлик занжири билан ўзаро боғланганлиги.

Туристик кластернинг географик жиҳати туристик ҳудуд билан боғлиқдир. Чунки, туризм соҳасида кластерларни яратиш ва ривожлантиришда кластерларнинг айнан ҳудудий томони муҳим аҳамият касб этади. Турист сайёҳатга чиқиш олди, дастлаб сайёҳат ҳудуди ёхуд туристик дестинациясини шакллантиради-да, кейин бевосита сайёҳатга чиқади. Туристик ҳудуд ёхуд туристик сайёҳат мақсадини амалга оширишга мўлжалланган сайёҳатгоҳ, фикримизча, кластерларни

яратишнинг бирламчи асосини ташкил қилиши лозим. Агар туристик фирмалар миждозларнинг талаб-эҳтижларини ўрганмасдан, уларнинг мўлжалланган сайёҳат масканларининг кенглигини билмасдан туристик маршрутларини шакллантирилса, бундай туристик бизнес муваффақиятга эриша олмайди. Туризм бизнесда омадга эришиш учун маркетинг усуллардан фойдаланиб туристик талабни шакллантириш лозим бўлади. Бундан келиб чиқиб, туристик кластерларни яратишда бўлажак туристлар нигоҳидан сайёҳат ҳудудида туристик хизматларининг мажмуасини шакллантириш керак бўлади.

Кластернинг иқтисодий жиҳати туристик хизматларини кўрсатадиган асосий ва қўшимча ташкилотларининг бир-бири билан иқтисодий ҳамкорлиги ва ушбу ҳамкорликдан манфаатдорлигини ифодалайди. Гап бирта географик территорияда йиғилган туристик хизмат кўрсатувчи субъектларининг қўшилган қиймат занжирида уланиши ҳақида кетияпти. Яъни туристик кластерларни яратиш жараёнида кластерга киритиладиган ҳар бир корхона, ташкилот ва муассаса қўшилган қиймат яратишга қодир бўлиши керак. Акс ҳолда, у кластер ичида иқтисодий манфаат келтирмайдиган, ортиқча хўжалик юритувчи субъект бўлиб қолади.

Шундай қилиб, туристик кластер икки томонлама табиатга эга бўлган, бир томондан ҳудудий туристик талабни шакллантириш ва иккинчи томондан қиймат яратиш занжирини яратиш билан боғлиқ бўлган туристик бизнесни ташкил этишнинг инновацион шакли ҳисобланади.

Адабиётлар:

1. Кластер — Википедия. www.wikipedia.org [30.11.2019].
2. Porter, M. E. Clusters and the new economics of competition. Harvard Business Review, 76(6), 77-90, 1998.
3. Лысикова О.В. Саратовский туристско-рекреационный кластер: предпосылки создания и развития. Елец. Елецкий гос. ун-т им. И.А. Бунина. 2009.
4. Петрова О.Н. Кластер как инструмент обеспечения конкурентоспособности туристского комплекса региона. Региональная экономика: теория и практика. 2010. №13(148). С.45-51

ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИСТИК-РЕКРЕАЦИЯ ХИЗМАТЛАРИ ФАОЛИЯТИНИ БОШҚАРИШДА КЛАСТЕРЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ МЕХАНИЗМЛАРИ

Мирзаев Абдуллажон Топилович
Фарғона давлат университети мустақил изланувчиси,
иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD)

Мамлакатимизда туризм соҳасини ривожлантириш бошқа мамлакатларга караганда айрим устунликларга эга бўлиб, улардан фойдаланиш асосида туризм соҳасини қисқа вақт ичида ривожлантириш имкониятлари мавжуд. Бугунги кунга қадар туристик-рекреацион хизматлари ва туристик-рекреация фаолиятини бошқаришни ривожлантириш масаласи қисман ўрганилган бўлиб, бу борада комплекс ёндашувлар мавжуд эмас. Ўзбекистон Республикасини 2017-2021 йилларда ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегиясида ҳам «туризм индустриясини жадал ривожлантириш, туристик хизматларни диверсификация

қилиш ва сифатини яхшилаш, туризм инфратузилмасини кенгайтириш»¹ муҳим йўналишлардан бири сифатида белгилаб берилди. Туристтик-рекреация хизматлари фаолиятини бошқариш тизимини ривожлантириш асосида туристик-рекреацион хизматлар ҳажмининг қисқа давр ичида ўсиб бориши, бир томондан мамлакатда ички туризм истеъмоли ҳажмининг ортишига олиб келса, иккинчи томондан, рекреация хизматларини экспорт қилиш ҳажми ортиши ҳисобига экспорт ҳажмида туристик хизматлар улушининг ортиб боришига ижобий таъсир кўрсатади.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрдаги ПФ-4861-сон «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»²ги, 2017 йил 5 декабрдаги ПФ-5273-сон ««Чорвоқ» эркин туристик зонасини ташкил этиш тўғрисида»³ги, 2018 йил 3 февралдаги ПФ-5326-сон «Ўзбекистон Республикаси туризм салоҳиятини ривожлантириш учун қулай шароитлар яратиш бўйича қўшимча ташкилий чора-тадбирлар тўғрисида»⁴ги, 2019 йил 5 январдаги ПФ-5611-сон «Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги фармонлари, 2018 йил 7 февралдаги ПҚ-3514-сон «Ички туризмни жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарори ҳамда мазкур соҳага тегишли бошқа меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган вазифаларни амалга ошириш соҳани янада ривожланишига асос бўлади.

Жаҳон мамлакатларининг иқтисодий ривожланиш жараёнида сўнгги йилларда алоҳида тармоқ ёки соҳаларни кластерли ёндашув асосида ривожлантирилиши тадқиқотлар соҳаси бўлган масалани кўриб чиқишда бугунги кун ҳолати доирасидаги тадқиқотларни талаб қилади. Шунинг эътиборига олган ҳолда, мамлакатимиз ҳудудларида туристик-рекреация фаолиятини бошқариш тизимидан самарали фойдаланиш йўналишларидан бири бўлган туристик-рекреацион хизматлар кластерларини шакллантириш асосида хизматлар бозорини ривожлантириш истиқболли йўналиш сифатида эътироф этилмоқда.

М.Портер фикрича⁵, кластерларнинг муваффақиятли ривожланиши барқарор ривожланиш стратегиясини қўллашни талаб қилади, яъни гуруҳлар – турли хил манфаатдор томонларнинг бирлаштирилиши, иқтисодийнинг рақобатбардош устунлигига эришишга йўналтирилган соғломлаштиришнинг янги ташкилий шаклидир. Кластер сиёсатининг мақсади – бизнес ва минтақанинг ривожланиши учун истиқболли имкониятлар яратишдир. Шундай қилиб, кластерга бирлашган ҳар бир гуруҳ 5-10 йил давомида узоқ муддатли бизнесни ривожлантириш стратегиясига таъсир қилади.

Умумий ҳолда кластерлар турларини уларнинг асосий элементларидан келиб чиққан ҳолда 1-жадвалдаги кўринишда таснифлаш мумкин.

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида»ги 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сон Фармони. Ўзбекистон Республикасининг қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 йил, 6-сон, 70-модда.

² Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрдаги ПФ-4861-сонли «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида» ги Фармони. Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2016 й.

³ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 5-декабрдаги «Чорвоқ» эркин туристик зонасини ташкил этиш тўғрисидаги ПФ-5273-сонли Фармони. «Халқ сўзи» газетаси 2017 йил 6 декабрь, № 245 (6939)

⁴ Қонун ҳужжатлари маълумотлари миллий базаси, 06.02.2018 й., 06/18/5326/0657-сон; 18.04.2018 й., 06/18/5420/1081-сон, 12.10.2018 й., 06/18/5552/2038-сон.

⁵ Porter M. The competitive advantage of nations. - New York: The Free press. 1990. - P.270 p.

Кластер турлари¹

Кластер тури	Кластернинг асосий элементлари
Дискрет кластер	Кичик ва ўрта корхоналар
Туристтик кластер	Турли тармоқ корхоналари
Логистик-транспорт кластерлари	Сақлаш, юкларни етказиб бериш, инфратузилмани ривожлантириш
Инновацион кластер	Янги секторлар, янги корхоналар ва маҳсулот (хизмат) лар
Жараёнли (процессли) кластерлар	Жараён (процесс) тармоқлари корхоналари
Горизонтал ёки вертикал кластерлар	Умумий технологиялар ва кластер ядросидан фойдаланиш асосида саноат тармоқлариаро бирлашув
Сунъий кластерлар	Ҳукумат, ҳудудий давлат бошқаруви топшириғи билан ташкил этилади
Табиий (стихияли) кластерлар	Шароитдан келиб чиқиб бир маҳсулот ёки хизматни яратиш мақсадидаги бир ёки бир неча тармоқ корхоналарининг ўз имкониятларини бирлаштириш натижасида шаклланади
Минтақавий ёки тармоқ кластерлари	Алоҳида тармоқ ёки ҳудуд доирасида шаклланади
Пайдо бўлувчи, ривожланувчи, эскирган кластерлар ва ҳаказо	Кластернинг ҳаётийлик цикли бошқичига боғлиқ
Маҳаллий, ҳудудий (минтақавий), миллий ва трансмиллий кластерлар	Кластер кўламига боғлиқ ҳолда шаклланади
Бизнес тизимлар томонидан бошқарилувчи, давлат ҳокимияти органилари томонидан бошқарилувчи ва ҳоказо	Бошқарув даражаси бўйича шаклланади

Маълум бўлишича, Майкл Портер саноатдаги кластер назариясини қўллашни таклиф қилди, аммо бугунги кунда ушбу назария минтақавий туризмнинг ривожланиб келаётган янги соҳаларини ривожлантириш бўйича стратегиялар нуқтаи назаридан фаол ривожланмоқда. Туризм кластери ядро атрофида яратилган туристик фирмаларнинг бизнесини ташкил этиш, улар фаолиятини бошқариш, сайёҳлик маҳсулотини яратиш билан боғлиқ фаолиятини юзага келтириб, ушбу фирмалар меҳмонхона ва овқатланиш, трансфер, савдо, ўйин-кулги ва шу турдаги бошқа хизматларни сотиб олади.

Туристтик- рекреацион хизматлар фаолиятини бошқариш жараёнида шаклланган кластерларда, мавжуд шарт-шароитлардан келиб чиқиб, рекреацион хизматларни таклиф этувчи корхоналар кластернинг ядроси сифатида қаралса, ҳудуд

¹ Рудченко В.Н. Кластеры в туризме: особенности классификации, процесс формирования и методы оценки // Общество. Среда. Развитие. – 2016, № 4. – С. 13.

администрацияси, кластер таркибидаги ёндош ва қўшимча хизматларни таклиф этувчи корхоналар ҳамда кластер ривожланаётган ҳудуд ёки минтақа кластер билан алоқадаги элементлар сифатида қаралади.

Туристик-рекреацион хизматлар кластерининг шаклланиши, юқорида айтиб ўтилганидек, бир томондан, асосий хизматларни таклиф этувчи рекреация корхоналарининг ривожланиши учун қулай шароитлар яратса, иккинчи томондан, кластер билан алоқадаги элементлар учун ҳам бир қатор устунликлар яратиб беради.

Тадқиқотимиз объекти бўлган туристик-рекреация фаолиятини бошқариш жараёнини самарали ташкил этиш ва улар таклиф этаётган хизматларга талабни кенгайтиришда ҳам, бизнинг фикримизча, алоҳида кластерларни шакллантириш ёки қисман шаклланган кластерларни оптимал даражада тўлдириш ушбу объектларнинг қисқа давр ичида яширин талабни аниқ талабга айлантириб, уни қондириш учун мавжуд салоҳиятини тўлиқ сафарбар этиш имконини оширади. Бу эса, ўз навбатида, туристик-рекреацион хизмат корхоналарини бошқариш, аниқроғи, кластер ядроси ҳисобланган корхоналар даромад даражасининг ортишига олиб келади.

Юқоридаги ҳолатлар ҳамда ривожланган мамлакатлардаги рекреацион хизматлар кластерлари фаолиятидаги илғор тажрибаларни ҳисобга олган ҳолда биз томонимиздан мамлакатда алоҳида таркибий тузилишга эга рекреацион хизматлар кластерини шакллантириш таклиф этилади (1-расм).

Таклиф этилаётган кластер туристик-рекреация хизматлари билан боғлиқ бўлганлиги учун унинг ядросида рекреация объектлари туради.

Таклиф этилаётган кластернинг асосий хизматларни таклиф этувчи таркиби қуйидаги тузилмалардан иборат:



1-расм. Рекреацион хизматлар кластери таркиби¹

Рекреация объектлари (кластер ядроси):

- кластер администрацияси (кластер фаолиятини мувофиқлаштирувчи тузилма); ихтисослашган санаторийлар; санаторий-профилакториялар; пансионатлар; туристик

¹ Тадқиқотлар асосида муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

уйлар; реабилитация (ижтимоий рекреация) марказлари; тиббий-диагностика марказлари; тематик боғлар; турфирмалар.

Жойлаштириш объектлари:

- меҳмонхоналар; мотеллар; кемпинглар; хостеллар; тураржойлар (меҳмон уйлари).

Овқатланиш ва гастрономик хизматлар:

- ресторанлар; кафе ва барлар; кафетерийлар; ошхоналар.

Савдо ва маиший хизмат корхоналари:

- савдо марказлари (озик-овқат, ноозик-овқат, сувенирлар ва бошқ.); савдо ярмаркалари; дорихоналар ва фитобарлар; маиший хизмат марказлари; алоқа ва ахборот хизматлари.

Маданий хизматлар кўрсатиш:

- кинотеатрлар; концерт заллари; амфитеатрлар; дискотекалар, караокелар; музейлар; кутубхоналар; интернет кафелар; ландшафтлар; аттракционлар.

Спорт-соғломлаштириш хизматлари:

- чўмилиш ҳавзалари; сауналар; спорт иншоотлари (стадион, теннис корти, спорт заллари ва бошқалар); маслаҳат хизматлари.

Техник хизматлар кўрсатиш:

- транспорт воситалари ижараси; транспортларга техник хизмат кўрсатиш; транспорт воситалари учун тураргоҳлар.

Молиявий хизмат кўрсатиш муассасалари:

- минибанклар; суғурта; валюта айирбошлаш шаҳобчалари.

Хулоса ўрнида айтиш жоизки, туристик-рекреацион хизматлар кластерини юқорида таклиф этилаётган таркибда ташкил этилиши хизматлар бозорини ҳудуд миқёсида тўлақонли қамраб олиш имконини беради. Бироқ, биринчи навбатда, кластерни шакллантиришда мулкий масъулиятни тўғри тақсимлаш, яъни кластернинг таркибий тизими қайси фаолият ким томонидан олиб борилишини аниқ юклатилиши кластер тизимларининг мутаносиб фаолият олиб боришида муҳим ўрин тутаяди.

Адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида»ги 2017 йил 7 февралдаги ПФ-4947-сон Фармони. Ўзбекистон Республикасининг қонун ҳужжатлари тўплами, 2017 йил, 6-сон, 70-модда.

2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрдаги ПФ-4861-сонли “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида” ги Фармони. Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2016 й.

3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 5-декабрдаги “Чорвоқ” эркин туристик зонасини ташкил этиш тўғрисидаги ПФ-5273-сонли Фармони.”Халқ сўзи” газетаси 2017 йил 6 декабрь, № 245 (6939)

4. Porter M. The competitive advantage of nations. - New York: The Free press. 1990. - P.270 p.

5. Рудченко В.Н. Кластеры в туризме: особенности классификации, процесс формирования и методы оценки // Общество. Среда. Развитие. – 2016, № 4. – С. 13.

4-ШЎБА. ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАР АСОСИДА РИВОЖЛАНГАН МАШХУР ТУРИЗМ ХУДУДЛАРИНИНГ РИВОЖЛАНИШ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ

КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ЗОНЫ ПОЛУОСТРОВА КАМЧАТКИ

**Адашова Татьяна Алексеевна, ФГАО ВО «Российский университет дружбы
народов» (РУДН)**

**Роготень Наталья Николаевна, ФГБОУ ОВО «Московский педагогический
государственный университет»**

Индустрия туризма в современном мире приобретает все большую значимость в экономике стран мира, а грамотная политика продвижения туристических возможностей становится сферой их приоритетных государственных интересов. Однако далеко не всегда наличие разнообразных культурно-исторических достопримечательностей и богатых природно-рекреационных ресурсов могут быть эффективно использованы для развития туристской сферы. Так, к примеру, РФ, занимая 9-е место в рейтинге стран по наличию природных богатств находится на 59-м месте по привлекательности туризма [1]. Скромными пока остаются и показатели посещаемости страны иностранными туристами.

В настоящее время в России, в числе основных методов развития туристической отрасли, интерес вызывает так называемый кластерный подход. Объединенные в единый комплекс туристические объекты: рестораны, гостиничные комплексы, торгово-развлекательные и досуговые центры и пр. повышают конкурентоспособность территории, создавая тем самым масштабный мультипликативный эффект: продвижение и более успешную продажу туристского продукта, активизацию деятельности смежных с туризмом и рекреационными услугами организаций, стимулирование развития инноваций и новых направлений деятельности, благоприятное влияние на формирование привлекательного туристического имиджа.

В РФ идея кластеризации нашла отражение в Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма 2011-2018 гг.». Предполагалось создать на территории РФ 16 новых туристских кластеров. Однако, как оказалось, вследствие слабой концептуальной проработки проекта осуществить задуманное в полном объеме не получилось. Поэтому как отмечают эксперты, пока подводить итоги рано, поскольку развитие туристско-рекреационных кластеров - это долгий и сложный проект, отдача от которого может происходить длительный период.

В качестве одного из перспективных вариантов создания туристического кластера рассматривается территория Камчатского края, которую в 2015 г. объявили территорией опережающего развития. Принятию такого решения способствовала уникальная комбинация рекреационных и природных ресурсов, благодаря которым там сформировалась развитая сеть особо охраняемых природных территорий (ООПТ) разного уровня (федерального, регионального, местного) - 18 % территории края. На сегодняшний день это 3 федеральных заповедника - Корякский (1995 г.), Кроноцкий (1934 г.), Командорский (1993 г.), из них два последних – биосферные. К числу ООПТ относятся 19 государственных

заказников («Южно-Камчатский» - заказник федерального значения, остальные - регионального), 5 природных парков (из них парк «Вулканы Камчатки», вошел в 1996 г. в список Всемирного Культурного и Природного Наследия ЮНЕСКО) и 2 санаторно-курортные зоны («Курорт Паратунка», «Малкинские минеральные воды»). Огромный туристический потенциал, включающий разнообразные объекты природного наследия (вулканы и ледники, Долину гейзеров, термальные и минеральные источники, разнообразную, не тронутую цивилизацией флору и фауну) позволяет предлагать разнообразный туристский продукт. Главным образом это туры экологической направленности с возможностью развивать горнолыжный, экстремальный, лечебно-оздоровительный, научно-познавательный, этнографический и другие виды туризма.

Однако, следует признать, что хорошо узнаваемый бренд Камчатки и наличие даже самых уникальных природных достопримечательностей не гарантирует стабильный рост туристских показателей. По оценке специалистов доля туризма составляет всего около 2% ВВП края. Несмотря на прилагаемые усилия за последние годы посещаемость туристами приблизилась к 200 тыс. человек (172,4 тыс. российских и 25,4 тыс. иностранных туристов, 2018 г.) [2]. Тогда как самый высокий показатель - около 300 тыс. пришелся на середину 80-х годов. При этом не следует забывать, что до 1989 г. Камчатка в силу своей военно-стратегической значимости была закрыта для иностранных гостей и ставка делалась на отечественных туристов, которым выделялись дотационные путевки. В настоящее время подобной практики нет и продвижение туристских дестинаций в первую очередь связано с заинтересованными в посещении полуострова туристами.

Развитие сферы туризма на Камчатке сдерживает и ряд объективных факторов – отдаленность от центральных районов страны (расстояние из Москвы до Петропавловска-Камчатского составляет более 10 тыс км.), где проживает основная часть населения и наличие, по сути, лишь воздушного транспорта, преимущественно осуществляющего доставку туристов. Поэтому принимая во внимание географическую близость и геополитическую заинтересованность России в развитии плодотворного сотрудничества со странами динамично развивающегося АТР, некоторые перспективы связывают с привлечением иностранных туристов из этого региона. Приветствуя въездной круизный туризм по распоряжению Правительства РФ с 2014 г. все российские порты открыты для захода иностранных судов, а с 2018 г. зарубежным гостям, посещающим Дальний Восток предоставляется упрощенный порядок въезда, в том числе и по электронным визам.

Для более эффективного развития туристско-рекреационной деятельности реализуются масштабные инфраструктурные проекты, которые в дальнейшем, как ожидается позволят существенно увеличить туристический поток, создаются современные курортные зоны. Начиная с 2017 г., в соответствии со Стратегией развития Камчатского края до 2020 года (принятая в 2010 г.) и реализуемой в настоящее время программой «Развитие внутреннего и въездного туризма в Камчатском крае» проводится большая работа по созданию там туристско-рекреационного кластера. Обязательное условие достижения поставленной стратегической цели - рациональное использование природно-рекреационного и культурно-исторического наследия. Туристический кластер стоимостью почти 40

млрд. руб. планируется создать в районе вулканов Вилючинский, Мутновский и Горелый с возможностью выхода в Вилючинскую бухту.

Отрадно, что на сегодняшний день инвесторы готовы вложить около 15 млрд. рублей на строительство туристической инфраструктуры и создание экологических маршрутов. В соответствии с реализуемым проектом кластер будет включать 12 объектов, основной из которых - геопарк «Вулкан Мутновский». В настоящее время ведется масштабная работа по созданию парка - курорта мирового уровня «Три вулкана». В районе сопки Горячей предполагается проложить около 17 км горнолыжных трасс с двумя канатными дорогами и построить гостиницы, рассчитанные на тысячу номеров. По самым смелым прогнозам реализация кластерного проекта позволит максимально раскрыть потенциал Камчатки и в целом повысить внимание к региону, привлечь новых туристов (около 170 тыс. к 2024 г. и увеличить их численность до 460 к 2037 г.) [2], существенно увеличив доходы в экономику края.

Литература:

1. Kabirov I.S. Rating of the attractiveness of countries in the sphere of tourism [Электронный ресурс]. – URL: https://www.researchgate.net/publication/319009127_Rejting_privlekatelnosti_stran_v_s_fere_turizma (время обращения 29.11.2019 г.)
2. Официальный сайт Центр кластерного развития Камчатского края [Электронный ресурс]. – URL: <http://cluster-kamchatka.ru/> (время обращения 28.11.2019 г.)

МОДЕЛЬ СОЗДАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО КЛАСТЕРА

Бозаров Элёр Бобокулович, КарГУ

Кластеры функционируют в определенной экономической обстановке (среде), от которой во многом зависит их конкурентоспособность. Экономическая обстановка оказывает разное воздействие на кластеры, в одних случаях препятствуя их развитию, в других, наоборот, способствуя росту.

Кластеры образуются и функционируют на принципах государственно-частного партнерства. Государство играет важную роль в процессе формирования туристского кластера и его развития, особенно на начальном этапе, но делает это в тесном, более того, стратегическом альянсе с туристическим бизнесом. Существуют разные формы, модели и механизмы взаимодействия государственного и частного секторов, показавшие эффективность на практике. Государство помогает развитию кластерных инициатив на местах путем создания платформы для диалога разных акторов кластера, повышения квалификации местной рабочей силы через реализацию программ дополнительного образования и переподготовки кадров, создания бренда региона для привлечения иностранных посетителей и др.

Туристический кластер подразумевает комплексное развитие территории. Для начала проводится анализ туристического потенциала, выявляются его сильные и слабые стороны. На основании полученной информации проводятся работы по строительству и реконструкции инфраструктуры: создаются новые дороги, вкладываются средства в ремонт и расширение действующих аэропортов и вокзалов. Производится реставрация объектов, которые могут привлекать туристов в регион.

Впервые идея создания кластеров была озвучена в программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации», которая действовала в период с 2011 по 2018 год. В новой целевой программе планируется выделить почти 250 миллиардов рублей на развитие инфраструктуры. Участники гостиничной индустрии позитивно оценивают кластерный подход. [1]

От развития инфраструктуры выигрывает как бизнес, так и путешественник. Только комплексный подход позволит сделать туристический кластер привлекательным и конкурентоспособным.

Уже стало общим местом утверждение, что в России есть на что посмотреть, но отсутствие инфраструктуры, гостиниц, отвечающих всем современным требованиям, значительно снижает турпоток. Сравнение по ценам также очень часто оказывается в пользу отдыха за рубежом. Исправить эту ситуацию призвана федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации» на период с 2019 по 2025 год. Она предусматривает активное строительство 45 туристических кластеров по всей территории страны. [1]

По замыслам авторов программы, в перспективе все туристические кластеры объединятся в 15 крупных проектов, которые смогут поднять развитие туризма в России на качественно новый уровень. Например, в проект «Черноморское побережье» войдут кластеры в Краснодарском крае и Крыму. Проект «Каспий» объединит кластеры, расположенные в Астраханской области, Калмыкии и Дагестане. На продвижение возможностей отдыха в России планируется потратить сумму в 4 миллиарда рублей. На эти деньги запланировано проведение выставок, пресс-туров, создание тематических сайтов и другие мероприятия по продвижению. [1]

Новая федеральная целевая программа предусматривает создание более 30 тысяч рабочих мест в туристической отрасли. Но эксперты уже сейчас отмечают проблему дефицита квалифицированных кадров. Конкуренция в индустрии гостеприимства очень жесткая, а значит требования к персоналу достаточно высокие. Например, много усилий прилагается для развития въездного туризма. Значит персонал должен на хорошем уровне владеть английским языком. В противном случае взаимодействие с иностранным путешественником невозможно. Эксперты отмечают, что средний заработок в туристической сфере очень часто ниже средней зарплаты по региону, особенно для персонала на низовых позициях. Также заработок в туристической отрасли носит сезонный характер. Поэтому многие соискатели рассматривают ее как временную, что приводит к серьезной текучке кадров, не мотивирует персонал прилагать усилия к овладению новыми навыками. [1]

В заключение рассмотрим еще одну форму государственно-частного партнерства на примере туристского кластера ЮАР. ЮАР, обладающая богатым туристским потенциалом - протяженной береговой линией, природным и культурным разнообразием, комфортными климатическими условиями, аттрактивными ландшафтами, превратилась в перспективное туристское направление. Однако в конце 90-х гг. рыночная конъюнктура ухудшилась: рост числа международных туристских прибытий прекратился. Перед угрозой потери туристских рынков государство и частный сектор перешли к стратегии партнерства и выступили с совместной инициативой создания туристских кластеров, которые рассматривались как один из инструментов повышения конкурентоспособности

страны на мировом туристском рынке. Было принято решение об образовании одного кластера на национальном уровне, двух тематических и четырех локальных кластеров.[2]

На основе опыта рассмотренных вышеупомянутых стран можно внедрить такие аспекты при государственно-частном партнерстве как:

- строительства и реконструкция инфраструктуры
- создание новых дорог
- ремонт и расширение действующих аэропортов
- ремонт и расширение действующих вокзалов
- реставрация объектов культуры и другие.

Внедрение передовых элементов опыта развитых стран при государственно-частном партнерстве будет содействовать развитию туристического сектора Республики Узбекистан.

Литература:

1. Пилипенко И.В. Конкурентоспособность стран и регионов в мировом хозяйстве: теория, опыт малых стран Западной и Северной Европы. - М.; Смоленск: Ойкумена, 2005.
2. The Cluster Consortium Strategy in Action Report, 1999.

5-ШЎБА. ТУРИСТИК ЗОНА, ТУРИСТИК КЛАСТЕР, ОЧИҚ ИҚТИСОДИЙ ЗОНАЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШНИНГ ХОРИЖ ТАЖРИБАЛАРИ

HINDISTONNING TURISTIK ERKIN IQTISODIY HUDUDLARI

Hamroyev H.R. - Bux.DU, dostent

Hindistonda - 35ta shtat va boshqa yirik ma'muriy bo'linmalar mavjud bo'lib, ularning barchasi o'zining ko'plab va rang-barang turistik destinastion joylari bilan mashhur. Chunki bu davlat dunyoning eng qadimiy stivilizastiya o'choqlaridan biri hisoblanadi. Bu yurt ko'plab podsholiklar, dinlarni ko'rgan va ularning har biri o'z izini qoldirib ketgan. Bundan tashqari, tabiati juda boy flora va faunaga ega bo'lgan tropik o'lkada joylashgan mamlakatdir. Shuning uchun Hindiston turistik resurs jihatidan dunyoning eng katta imkoniyatli davlatlaridan biri hisoblanadi. Hozircha mamlakatning kambag'alligi tufayli bu imkoniyatlarni sekin – astalik bilan realizastiya qilib borilmoqda.

Hindiston hozircha o'z taraqqiyoti jihatdan Evroosiyo kontinentining ikki giganti (Yevropa Ittifoqi va Xitoy) dan ancha orqada. Biroq, ekspertlar 20-30 yil ichida Hindiston jahon miqyosidagi iqtisodiy gigantga aylanishini prognoz qilishmoqda. Demak, hozirdan bu yo'nalishni rivojlantirish ustida ish olib bormoq kerak.

Bu mamlakatda erkin iqtisodiy hududlar (bundan keyin – EIH) rivojlanayotgan davlatlar ichida birinchilardan paydo bo'ldi. "Kandla" da yigirmanchi asrning oltmishinchi yillarida EIH yaratildi. Bu hudud uncha muvaffaqiyat bilan ishlay olmadi. Buning sabablari: hudud uchun joy noto'g'ri tanlangan, mamlakatdagi iqtisodiy barqarorlik yetarli emas edi, infrastrukturaga e'tibor kam bo'lgan va boshqalar.

Yigirmanchi asrning saksoninchi yillarida Mumbay yaqinida "Santa - Kruz" eksport hududini yaratishda "Kandla" EIHdagi muvaffaqiyatsizliklarini inobatga olib, Janubiy Koreya va Tayvan tajribasi chuqur o'rganildi. Uni yaratishda maxsus komissiya ishladi, juda qulay va infrastruktura bilan yaxshi ta'minlangan joy tanlandi. Ammo, xorijiy investorlar nazarida Hindiston hukumati investorlar uchun qattiqqo'l, ko'p to'siqlar qo'yuvchi mamlakat sifatida imijga ega bo'lganligi hamda hudud uchun sezilarli, arziydigan imtiyozlar berilmaganligi uchun ham kutilgan natijani bermadi. Hindistonda bu muvoffaqiyatsizlikka qaramay yana EIHlar yaratildi va oxiri oqibat muvoffaqiyat qozonildi. Bu hududlar quyidagi to'rtta EIH edi: "Madras", "Falta", "Nonda", "Kachin".

Bu muvoffaqiyatlarga tayanib EIHlarni yanada rivojlantirish uchun hukumat maxsus dastur e'lon qildi. EIHlar dasturi ilk marta Hindistonda 2000 - yilning aprel oyida tadbiiq qilingan. Hindistonda EIHlarning 13ta funkstional turlari va hamda hozirda joriy etilayotgan 60dan ortiq EIHlar bor. Dastur EIHlar davlat sektori, xususiy va aralash sektorda tashkil topishini, hukumat tomonidan kafolatlanishini ta'minlaydi. Keyingi paytda yana 3ta yangi EIH yaratildi, ular Indorda (Madhura Pradesh), Kalkuttada (Manikanchan – Tuz ko'li) va Jaypurda.

Hindistonda qabul qilingan maxsus dasturga binoan:

- Import sohasida listenziya talab qilinmaydi;
- Ayrim soliiq turlaridan umuman ozod qilinadi;
- Qo'l mehnatiga asoslangan ishlab chiqarish va savdo – sotiqliq, xizmat ko'rsatish sohaslariga ko'plab imkoniyatlar va shart – sharoitlar yaratildi.

Yigirma birinchi asr boshida insoniyat internet asriga kirib kelishi bilan programmashtirishga ixtisoslashgan hududlar ham paydo bo'la boshladi. Hozirgi

paytda Bangolur shahrida Hindistonning "Selikon velli" si ham muvaffaqiyatli faoliyat olib bormoqda. Bu mamlakatning internetda dasturlar yaratishda dunyoga oldingi o'rinlarga chiqishida bu vodiya faoliyat yuritayotgan olimlarning o'rni katta, deb qayd qilishadi.

Mamlakat uchun kelajagi juda ham porloq bo'lgan tarmoq – turizmga kelsak, Hindiston turizmni rivojlantirish uchun mamlakatning yuragi bo'lgan uchta hamda chekka, ammo turizmni rivojlantirish nuqtai nazaridan eng qulay uchta shtati tanlab olindi. Bu shtatlar mamlakatning alohida imtiyozlarga ega bo'lgan turistik erkin iqtisodiy hududlari deb e'lon qilindi. Davlatda muammolar ko'p bo'lganligi uchun hamda byudjetda katta mablag' va imkoniyatlar bo'lmaganligi uchun bor kuch va resurslarni shu oltita hududga konstantiya qilishga harakat qilindi. Bu shtatlar quyidagilar edi: Kerala, Radjaxiston, Goa, Madhiya Pradesh, Kashmir va Uttar Pradesh shtatlari edi.

Bu shtatlar mamlakatning eng go'zal tabiatga ega bo'lgan, terretoriya jihatidan uncha katta bo'lmagan hamda aholisi nisbatan siyrakroq (Uttar Pradesh bundan mustasno) bo'lgan shtatlar edi. Bularning ayrimlarida ichki turizm anchagina rivojlangan edi. Jumladan, Goa shtati shunday shtatlardan biri edi. Himolay tog'larida joylashgan va iqlim jihatdan mamlakatning qolgan qismidan ancha farq qiladigan Kashmir shtati ham mahalliy aholining sevimli dam oladigan joylaridan biri edi.

Hindistonda turizmning rivojlanishining ayrim ko'rsatgichlari:

- Hindiston o'zining tabiiy manbalari jihatidan 14 – o'rinda va dunyo yodgorliklari ro'yxatiga olingan madaniy yodgorliklari, boy hayvonot va o'simlik dunyosiga egaligi jihatidan 24 – o'rinni egallaydi;

- 2009 – yil BTTning navbatdagi 18–sessiyasida bu tashkilotga keyingi 19 yil davomida a'zolik muddati kengaydi;

- Xorijiy turizmdan keladigan daromad 2018 yilda 2017 yildagiga nisbatan 10.9 foiz miqdoriga o'sgan.

Mamlakatning investisiya imkoniyatlari turizmning quyidagi tarmoqlariga oshib bormoqda: mehmonxona industriyasiga; xizmat ko'rsatish sohasiga; sayohat va turizmga; davolanish turizmiga; milliy turizm markazlariga; hayvonot dunyosi turizmiga; ko'ngilochar parklar tizimiga.

Hindistonda eng tez rivojlanayotgan turizm turlariga quyidagilar kiradi: qishloq turizmi; sog'liqni saqlash turizmi; dengiz bo'ylab sayohat turizmi; sarguzasht turizmi; sog'lomlashtirish turizmi; madaniy turizm; ziyorat turizmi; sport turizmi.

Endi Hindistonning oltita maxsus turistik hududlarga to'xtalib o'tamiz. Ularning ichida eng mashhuri va katta muvoffaqiyat qozona bilgani **Goa** hisoblanadi.

Mamlakatning aholi soni jihatidan eng kichiklardan biri, terretoriya jihatidan eng kichik shtat hisoblanadi. Hindiston yarim orolining g'arbiy qismida joylashgan. Maydoni 3,7 ming kv.km. Shtatning shimolidan janubigacha 105 km, g'arbdan sharqqacha esa 65 km.ni tashkil etadi. Aholisi asosan, konkanilar (shtat aholisining 61,2 %) maratxi (27,25%) tashkil etadi. Ma'muriy markazi - Panaji shahri hisoblanadi. Eng katta shahri Vasko-da- Gama.

2003 yilgi yangi industrial loyiha ostida Goa turistik EIHiga quyidagi rag'batlar va subsidiyalar berildi:

- ❖ ish o'rinlari yaratish subsidiyasi;
- ❖ Investisiya kiritish rejasi;
- ❖ Akstiyadorlarni mablag' bilan ta'minlash;
- ❖ Subsidiya rejalariga bo'lgan qiziqish;
- ❖ Patent masalasida rag'batlar;

- ❖ Mahalliy xom ashyo materiallarini iste'molini kengaytirish rejasi;
- ❖ Imtiyozli xaridlar.

Goa shtatiga mahalliy va keyingi yillarda xorijiy turistlar oqimi yildan yilga oshib bormoqda. Goaga birinchi navbatda dengiz bo'ylarida joylashgan go'zal plajlarga kelishadi. O'ziga xos madaniyati, arxitektura yodgorliklari ham kishilarni o'ziga jalb qiladi.

Hozirgi kunda **Kashmir** uch davlat o'rtasida bo'lingan, uning bir qismi Pokistonga, bir qismi Xitoyga va bir qismi Hindistonga qaraydi. Uning to'liq maydoni 202.2 ming kv.km.ni tashkil etadi, shundan faqat 101.4 ming kv.km Hindistonga tegishli va u Jammu va Kashmir provinstiyalariga bo'lingan. Aholisi esa 10,1 mln. kishidan iborat.

Kashmir – hind tojining eng qimmatli durlaridan biri sanaladi. Bir marta bu o'lkaga kelgan kishi unutilmas reallikni hayotga tatbiq etilishi ekanligini tushunadi. Bunda siz go'zal hind tabiatining viqorli tog' cho'qqilari bilan birga uyg'unlashib ketganini ko'rasiz. Kashmirni Hindistonning Venestiyasi deb ham atashadi, chunki bu yerda sokin ko'l va kanal suvlarida suzib yuruvchi o'nlab mehmonxonalarni ko'rish mumkin. Shixxare qayiqlarida sayr qilish o'ta ajoyib romantik sayohatdir.

Kashmir turizmining rivojlanishiga Hindistonning Pokiston bilan kelishmovchilik tufayli bo'lib turadigan harbiy to'qnashuvlar salbiy ta'sir qilmoqda. Shunga qaramay turizm jadal sur'atlar bilan rivojlanib bormoqda. Ayniqsa mahalliy xalqning bu o'lkaga kelishi o'sib bormoqda.

Kerala mamlakatning eng ilg'or shtatishtati hisoblanadi, masakan, aholisi savodxonlik bo'yicha mamlakatda birinchi o'rinni egallaydi (90%). Bu omil ham region iqtisodiyoti rivojiga o'z ijobiy ta'sirini o'tkazmoqda.

Turizm shtat iqtisodiyotining eng muhim tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Kerala shtati turistlarni birinchi navbatda o'z plajlari bilan jalb qiladi, undan tashqari bu erdagi qo'riqxonalar, o'ziga xos milliy teatri hamda an'anaviy tibbiy klinikalar ham ularni o'ziga jalb qiladi. YuNESKO tomonidan bu milliy teatr og'zaki va nomoddiy boylikning durdonasi deb e'lon qilingan. Hozirgi paytda bu teatrn sankskrit madaniyatidan qolgan yagona tirik yodgorlik deyishmoqda.

Malabar qirg'oqining tropik iqlimi, boy va va rang - barang o'simlik dunyosi, o'ziga xos madaniyat va an'analar shtatga ko'plab xorijiy turistlarni ham o'ziga rom qilmoqda. "National Geographic Traveller" jurnali Keralani dunyodagi 10ta jannatmakon yurtning biri va "inson o'z hayotida ko'rishi kerak bo'lgan" 50 joydan biri deb baho bergan.

Kerala yigirmanchi asrning 80-yillarigacha turistlar uchun noma'lum yurt bo'lgan. Turistlar faqat mamlakat shimoliga kelishgan. Hozir esa 550 kilometr ga cho'zilgan Araviya dengizi qirg'oqlari, regiondagi tropik o'rmonlar, ko'llar, poytaxt va boshqa shaharlardagi ko'plab qasr va xramlar millionlab turistlarni o'ziga jalb qilmoqda.

Uttar Pradesh - Hindistonning shimoliy qismidagi shtat. Himolay tog'larining janubiy etagida joylashgan. Maydoni: 240,9 ming kv.km. Uttar-Pradesh Hindistonning aholi soni bo'yicha birinchi o'rinni egallaydigan shtatdir. Uning aholisi 200 million kishini tashkil etadi (2011 yil). Ma'muriy markazi Laknau, eng yirik shahri esa Kanpur, eng mashhur turistik shaharlari esa Agra va Varanasi hisoblanadi.

Iqlimi tropik musson iqlimi bo'lib hisoblanadi. Temperatura yanvardagi 4-5 gradusdan may oyida 41-45 gradusgachani tashkil etadi. Yillik yog'in 700 - 1200 mm. Qurg'ochilik ham bo'lib turadi. Eng yirik daryolari: Gang va uning irmoqlari. Sug'orish kanali ko'p. Haydalmagan erlarda palmazorlar va butali, sero't savannalar bor. Balandliklar darajasiga qarab yog'ingarchilik ham turlicha yog'adi. Shtat territoriyasining

ekin ekilmaydigan erlarining asosiy qismi savannalardan iborat. Iyul - avgustda daryolar to'lib oqadi, yog'ingarchilik ko'p bo'lganligi uchun suv toshqinlari ko'p bo'lib turadi va undan shtat har yil 100 mln. AQSh dollaridan zarar ko'radi. O'rmonlar shtat territoriyasining 12,8 foizini tashkil etadi va uning asosiy qismi Himolay etaklarida joylashgan.

Uttar – Pradesh mamlakatning hozirgi zamon tarixida, ayniqsa mustaqillikni qo'lga kiritishda katta rol o'ynagan.

Uttar Pradesh – qadimgi hind madaniyati markazi hisoblanadi. Shtatda turizm ancha rivojlangan. Shtatda jahon ahamiyatiga va milliy ahamiyatga ega bo'lgan ko'plab turistik joylar mavjud. Ularning eng mashhurlari Agra-Jaypur-Deli uchburchagida joylashgan. Agra o'zining Toj-mahali bilan hamda qizil Forti bilan mashhur. Unga yaqin joyda “o'lik shahar” Fatexpur-Sikri joylashgan(16 asr). Bu shahar qariyb 20 yil imperator Akbarga poytaxt bo'lib xizmat qilgan, keyinchalik ma'lum sabablar tufayli odamlar tomonidan tashlab ketilgan. Shtatning sharq qismida Gang daryosi yoqalab induist va buddistlarning qator muqaddas shaharlari – Kanpur, Olohobod, Varanasi shaharlari joylashgan. Bu shaharlar millionlab induist va buddistlarni o'ziga chorlaydi.

Radjaxiston (lug'aviy ma'nosi rojalar mamlakati) – territoriya jihatidan (342,2 ming kv.km.) Hindistonning eng katta shtati hisoblanadi. 1949 yil Radjputan viloyatida bazasida shtat tashkil etilgan. Ma'muriy markazi va eng yirik shahri Jaypur. Aholisi 68,6 mln.kishi (2011 yil ma'lumoti bo'yicha). Hindiston shtatlari ichida 8 – o'rinda. Aholining asosiy qismi radjaxistonliklardir.

Shtat territoriyasida o'rmonlar kam maydonni tashkil etadi, ammo shtatning flora va faunasi juda boy hisoblanadi. Hindistonning ko'pgina rayonlarida yo'qolib ketgan turlar shtatning cho'llarida ko'plab uchraydi. Shtatda to'rtta milliy park mavjud: Jaysalmer yaqinidagi “Cho'lining milliy parki”- maydoni 3162 kv.km. Park ko'plab qushlarning qo'nim joyi hisoblanadi. Umuman u Tar cho'lining go'zal ekosistemasining namunasi hisoblanadi. Savay - Madxopur okrugidagi Rantxambor milliy parki – yo'lbarzlarga mo'ljallangan Hindistonning eng yaxshi parklaridan biri hisoblanadi. U 1973 yilda tashkil etilgan. Alvar okrugida joylashgan Sariska milliy parki – maydoni 866 kv.km. Jaypurdan 107 km uzoqlikda joylashgan. Bu ham yo'lbarzlarga ixtisoslashgan milliy parkdir.Bxaratpur okrugidagi Keoladeo - maydoni 29 kv.km. Kamyob qushlarni asrashga ixtisoslashgan milliy park, u turistlarni va ornitolog olimlarni o'ziga jalb qiladi. Churu okrugidagi Tal-Chxapar milliy parki qushlarning migrastiya yo'liga joylashgan bo'lib, uning maydonida kamyob daraxt va o'simliklar juda ko'p.

Shtatga birinchi navbatda tarixiy obidalarni hamda milliy parklarni ko'rishga kelishadi. Shtatning arxitektura yodgorliklari: Jaypurning pushtirang yodgorliklari, Mevardagi Chittorgarxa qoldiqlari, Udaypur ko'lidagi shahar, Bikaner va Koti knyazlarining qasrlari, Ambardagi qasr-qo'rg'on, Marvardagi Mehrangarx qasri, Jaysalmerdagi oltin qasr.

Madhiya – Pradesh Hindistonning qoq markazida joylashgan shtat bo'lib, aholisi 73 million kishini tashkil etadi. Ma'muriy markazi Bxopal shahri.

Iqlimi tropik, yozda issiq va quruq, qishda sovuq va quruq. Musson yog'ingarchilik juda ko'p yog'adi (1000dan 2150 mm.gacha). Flora va faunasi juda boy va rang-barangligi bilan ajralib turadi. Shtat territoriyasida 9ta milliy park va 25ta qo'riqxona tashkil etilgan.

Shtat ma'muriyati turizmni rivojlantirishga katta e'tibor berib kelmoqda. Oldingi paytlarda jinoyat ko'p bo'lganligi uchun shtat mamlakatda birinchilardan bo'lib 2013 yilda turizm polistiyasini tuzib, kriminal muhitni ancha yaxshilashga erishdi. 2016 yilda

shtat territoriyasida dunyoda birinchi bo'lib 25 gektar maydonda oq yo'lbarslarning safari-parki tashkil etildi. Shtat territoriyasida YuNESK Oning jahon durdonasi ro'yxatiga kirgan Kxadjuraxo masjidi, Sanchining oyog'i bo'lgan buddizm monumenti va Bximbetki tog'dagi g'orlar joylashgan. Bundan tashqari, shtatda Gvalior, Indaur, Bxopal, Uddjayn kabi turistik markazlar ham bor. Shtatga eng ko'p tarixiy obidalarini va milliy parklarni ko'rishga kelishadi.

Xullas, Hindiston sekin – asta turizm dunyosiga o'zining shu olti shtatini turizmga ixtisoslashtirish orqali kirib kelmoqda hamda boshqa shtatlarda ham turistik resurslariga tayanib, ularda turizmni rivojlantirish uchun bu shtatlar tajribasidan foydalanmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Словарь географических названий зарубежных стран / отв. ред. А. М. Комков. - 3-е изд., перераб, и доп. - М.: Недра, 1986. - С. 160.
2. District Census Handbook: Sikkim. — Government of India, 2011.
3. Sakshena R. N. *Goa: Into the Mainstream* (Abhinav Publications, 2003). p. 5.
4. http://www.stateofkerala.in/kerala_facts/kerala.
5. <https://ru.wikipedia.org/wiki/>

КАНАДАДА ВЕЛОТУРИЗМНИНГ РИВОЖЛАНИШ ҲОЛАТИ (ОНТАРИО ПРОВИНЦИЯСИ МИСОЛИДА)

Рахмонов Шухрат Шавкатович – “Ипак йўли” туризм халқаро университети магистранти,

Тураева Умида Рустамовна – “Ипак йўли” туризм халқаро университети магистранти

Канада давлати Шимолий Америкада жойлашган бўлиб, худудининг катталиги бўйича дунёда иккинчи ўринда туради. Атлантика, Тинч ва Шимолий Муз океани сувлари билан ювилиб турилади ва дунёдаги энг узун қирғоқ чизиғига эга давлат ҳисобланади. Канада ўзининг табиий ландшафти, тоғ-чанғи курортлари, миллий парклари билан бутун дунёдан туристларни ўзига жалб қилади. 2012 йилда мамлакатга 16 миллион турист ташриф буюрган бўлса¹, 2017 йилда 20 миллион 798 минг турист ташриф буюрган². Канада давлати 10 та провинция ва 3 та худудга (территория) бўлинган (1-жадвал).

1-жадвал

Канада провинциялари ва худудлари (территория)

№	Провинция номи	Худуд (территория) номи
1	Британия Колумбияси	Юкон
2	Альберта	Шимолий-ғарбий худуд
3	Саскачеван	Нунавут
4	Манитоба	
5	Онтарио	
6	Квебек	
7	Нью-Брансуик	
8	Шахзода Эдуард ороллари	

¹TIAC. The Canadian Tourism Industry - A Special Report (2012) (англ.) // The Tourism Industry Association of Canada.)

²UNWTO Tourism Highlights 2018 Edition, page 17

9	Янги Шотландия	
10	Ньюфаундленд и Лабрадор	

Онтарио провинцияси Канаданинг марказий қисмида жойдашган провинция бўлиб, аҳоли сонининг кўплиги жиҳатидан Канада провинциялари ичида биринчи ўринда туради. Провинцияда 30 дан ортиқ миллий парк ва кўриқхоналар, 50 мингдан ортиқ кўллар, умумий узунлиги 55 минг км.ни ташкил этадиган дарёлар мавжуд. Саёҳат қилиш учун турист учун чексиз имкониятлар яратилган Онтарио провинцияси мамлакатнинг велотуризм ривожланган марказларидан бири саналади. Онтарио ҳукумати велотуризмни мамлакат ва маҳаллий аҳолининг ижтимоий-иқтисодий ривожланишига ижобий таъсир кўрсатишини инобатга олган ҳолда, ушбу туризм тури учун қулай инфратузилма яратиш ҳамда велотуризмни ҳудудда ривожлантириш бўйича истикболли режалар ишлаб чиққан. Шундай мақсадли дастурлардан бири “Туризмнинг ҳаракат дастури” (“Tourism Action Plan”), “Онтарио туризми учун стратегик асос” (“Strategic Framework for Tourism in Ontario”) ҳамда “Онтарио велосипедда ҳаракатланиш стратегияси” (“#CycleON: Ontario's Cycling Strategy”) негизида ишлаб чиқилган “Велотуризм дастури: велосипедда тур” (“The Cycling Tourism Plan: Tour by Bike”) номли ҳудудда велотуризмни ривожлантиришга қаратилган дастур ҳисобланади. Ушбу дастурнинг асосий мақсади Онтариода мавжуд туристик салоҳиятдан янада самарали фойдаланиш ва ҳудудни велотуризмнинг ривожланиши бўйича лидерга айлантиришдан иборат. Шунингдек, дастур ҳудудга хос бўлган мавжуд велотуризм маҳсулотларини халқаро даражага олиб чиқиш, бунда туризм индустрияси, ҳукумат ва транспорт ташкилотларининг ҳамкорлигини янада кучайтиришни назарда тутди. Ушбу дастур яратилишидан олдин 2013 йилда 20 йиллик истикболда Онтариода велотуризмни ривожлантириш бўйича “Онтарио велосипедда ҳаракатланиш стратегияси” (“#CycleON: Ontario's Cycling Strategy”) ҳам ишлаб чиқилган. Стратегия ҳудудни велотуризм учун қулай масканга айлантириш бўйича 5 та устувор йўналишни ўзида мужассамлашган эди.

Булар:

1. Велотуризм инфратузилмасини яхшилаш
2. Велотуризм имкониятларини яратиш ва кўтариш
3. Велотуризмда хавфсизликни таъминлаш
4. Велотуризмни ривожлантириш ҳисобига соғлом, фаол ва иқтисодий жиҳатдан бой жамиятни шакллантириш
5. Велотуризмни рағбатлантириш

Онтариода велотуризмни ривожлантириш учун амалга оширилаётган ислохотларни янада кучайтириш мақсадида ишлаб чиқилган “Велотуризм дастури: велосипедда тур” ҳудудда ушбу туризм турини ривожлантиришга асосланган муҳим дастур ҳисобланади. Ушбу дастур ўз таркибига 4 та устувор йўналишни қамраб олган.

Булар:

1. Велотуризм маҳсулотининг жозибадорлигини ошириш ва ривожлантириш;
2. Велотуризмда стратегик маркетинг;
3. Велотуризм инфратузилмасини ривожлантириш;
4. Велотуризмнинг иқтисодий таъсирини ўрганиш.

Велотуризм маҳсулотининг жозибадорлигини ошириш ва ривожлантириш йўналиши велотуризмни ривожлантириш мақсадида ҳукумат ва

туризм индустрияси ўртасида ўзаро ҳамкорликни кучайтириш, ҳудудлар бўйлаб (асосан қишлоқ жойларда) жозибадор велотуризм маҳсулотларини ишлаб чиқишни кўзда тутиб, ўз таркибига қуйидагиларни қамраб олади.

Велотуризмда стратегик маркетинг йўналиши Онтарионинг табиий гўзаллиги, унинг ўзига хос жиҳатлари ва велотуризм маҳсулотларини реклама қилишни ўз таркибига олади. Шунингдек, қуйидаги вазифалар ушбу йўналишда мустаҳкамлаб қўйилган:

Велотуризм инфратузилмасини ривожлантириш йўналишида велотуризм учун қулай шарт-шароитлар яратиш белгиланган. Бунда веломаршрутларнинг ўзаро бир-бири билан боғланганлигини ўрганиш, йўлларнинг талабга жавоб беришини таъминлаш, велотуристларни ахборот берувчи манбалар (хариталар, йўриқномалар ва ҳ.к.лар) билан таъминлаш келтирилган.

Велотуризмнинг иқтисодий таъсирини ўрганиш йўналиши велотуризмнинг ҳудуд иқтисодий ривожланишига кўрсатадиган таъсирини Туризмнинг иқтисодий таъсир модели (Tourism Research Economic Impact Model) асосида ўрганиш ҳамда Туризм тадқиқот амалиёти платформаси (Tourism Research Community of Practice) велотуризмга алоқадор барча маълумотларни, статистикаларни тўплаши, уларни таҳлил қилиши ва велотуризмнинг иқтисодий таъсирини кўпайтириш йўлларини ишлаб чиқиш белгиланган.

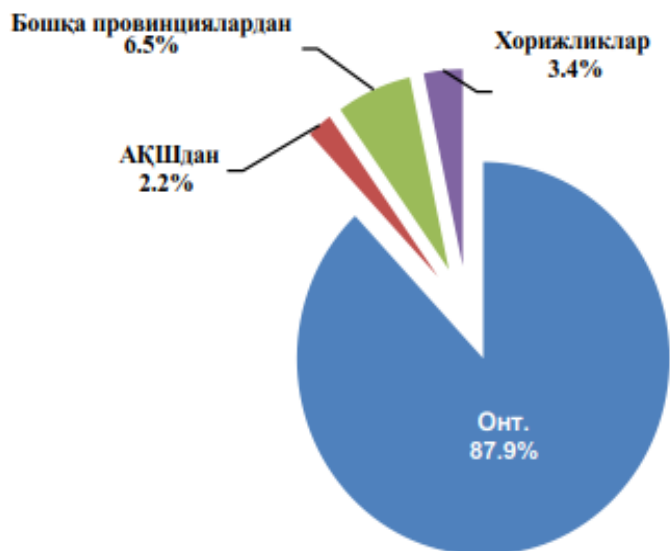
Онтарио туризмни ривожлантириш фонди (The ministry's Tourism Development Fund (TDF)) ва Онтариода нишонлаш фонд дастури (Celebrate Ontario funding program) билан ҳамкорликда ҳудуддаги велотуризм маршрутлари лойиҳалари, ушбу туризм тури учун қулай шарт-шароитлар яратиш, Онтариога кўплаб велотуристларни жалб қилиш мақсадида турли фестивал ва тадбирлар ўтказадилар (2-жадвал).

2-жадвал

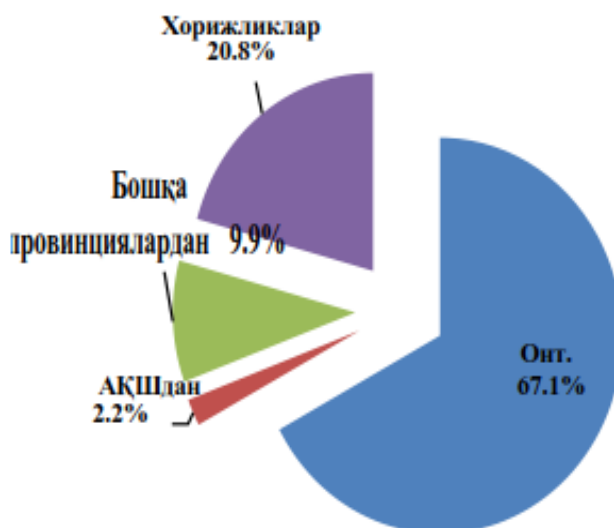
Онтариода велотуристларни жалб қилиш мақсадида ўтказиладиган тадбирлар

Онтариода нишонлаш фонд дастури ҳомийлигидаги тадбирлар	Онтарио туризмни ривожлантириш фонди ҳомийлигидаги тадбирлар
Bike Train Ontario	The Kingston Bike Festival
The Voyageur Cycling Route	Minden Bike Tour
The Welcome Cyclists program	The Toronto Triathlon Festival
Ontario Bike Summit Conference	Ontarion Cycle Tourism Forum

Велотуризм Онтарио иқтисодиёти, маҳаллий аҳоли яшаш даражаси сифатининг ошишига катта ижобий таъсир кўрсатмоқда. Буни ҳудудга ташриф буюрган велотуристлар сони ва улардан тушган даромадлар мисолида кўришимиз мумкин.



1-диаграмма. Онтариога ташриф буюрган велотуристларнинг келиб чиқиши



2-диаграмма. Онтариога ташриф буюрган велотуристлардан тушган даромадлар

Статистик маълумотларга кўра, 2016 йилда Онтариога 1,7 миллион велотуристлар ташриф буюрганлар ва улар ҳудудга ташриф буюрган жами туристларнинг 1,2 фоизини, улардан тушган даромадлар эса 428 миллион АҚШ долларини – Онтариога туризмдан тушган умумий даромаднинг 1,8 фоизини ташкил этган. Шунингдек, Онтариога ташриф буюрган велотуристларнинг 3.4 фоизини хорижий туристлар (тушган даромаднинг 20.8 фоизи), 2.2 фоизини АҚШликлар (тушган даромаднинг 2.2 фоизи), 6.5 фоизини Канаданинг бошқа провинциясидан бўлган туристлар (тушган даромаднинг 9.9 фоизи) ташкил этган (1-2-диаграммалар).

Хулоса қилиб айтганда, провинцияда велотуризмни ривожлантиришга қаратилаётган эътибор, ишлаб чиқилган велотуризм стратегиялари ва дастурлари, кенг масштабдаги йирик велоспорт мусобақалари, турли мураккаблик даражасидаги маршрутлар ҳудудда ушбу туризм турининг жадал ривожланишига ижобий таъсир кўрсатмоқда.

ЎЗБЕКИСТОНДА ЭКОЛОГИК ТУРИЗМНИНГ РИВОЖЛАНИШИ ВА ХОРИЖ ТАЖРИБАСИ

Абдиев Алимардон Чоршанбиевич

Қарши ДУ. и.ф.н.

Пирназаров Ж., Нуримов Й.

Қарши ДУ Туризм 3-босқич талабалари

Ҳозирги вақтда экотуристлик маҳсулотга хорижий ва маҳаллий туристлар орасида эҳтиёж катта. Мутахассисларнинг фикрига кўра, Марказий Осиё табиат қўйнига қилинадиган сайёҳатчилар учун ўзига хос «Макка» бўлиб қолиши мумкин. Экологик сайёҳат – бизнинг мамлакатимизда янги ва келажаги порлоқ йўналишлардан бири ҳисобланади. Аммо бугунги кунга келиб, у маълум хусусиятларга эга бўлиб, экологик мувозанатни сақлаб туrolмайди. Бу экотурларнинг кўпи табиат ресурсларидан бир тарафланма фойдаланиш бўлиб, унга қайтаришни уйламайди. Масалан, шаҳарликлар табиат қўйнига сайёҳатларининг 90% бу бир кунлик, яқин орадаги худудни кўриш билан боғлиқ. Дам олувчилар санитар қоидаларга риоя қилмайдилар. Бу ўз навбатида сувни, артоф муҳитни ифлосланишига олиб келади. Бу каби «экотуристлар» дарахтларни синдирадилар, қушларни инини бузадилар, кўриқладиган ҳайвонларни отишдан лаззат оладилар, ўрмон ва бўтазорларни куйдириш хавфи туғилади. Шу каби ҳолларни ҳисобга олиб, бизнинг экотурларимизни баъзан «қозон-туризми» деб аташ мумкин, чунки бунда экологик тафаккурдан кўра, истемолчилик туйғуси устун туради.

Маҳаллий аҳоли туризмга камдан-кам ҳолда жалб қилинади, воҳаланки бу икки тамонга ҳам фойда келтириши мумкин туристлар қатор сервисга эга бўлар эдилар (жойлаштириш, овқатлантириш, гиднинг хизмати) маҳаллий аҳолига эса кўшимча молиявий даромад бўлади. Муҳими натижада иккала тараф ҳам атроф-муҳитни ва табиатни сақлашга манфаатдор бўладилар.

Ҳисобларга қараганда, Ўзбекистондаги туристлик ташкилотларнинг атиги 15% экологик туризм билан шуғулланади. Кўп ҳолларда бу ихтисослашган фирмалар, тор экотур бозор сегментларида фаолият кўрсатадилар (саффари, ов, балиқ овида). Бундан ташқари айрим компаниялар ўз турларида табиат билан боғлиқ ҳар хил йўналишларни тақдим этади (оромгоҳлар, тарихий обидалар, диний туризм, дарё ва кўллар, тоғларга саёҳат қилиш) Ўзбекистонда экосайёҳатчи бу шаҳарда яшовчи аҳоли бўлиб, ўз вақтини табиат бағрида, яъни шаҳардан ташқарида ўтказишни назарда тутаяди. Бундай сайёҳатнинг давомийлиги одатда 5-7 кундан иборат бўлади. Кўп ҳолларда эса бу бир кунлик тур бўлиб, шанба ва якшанба кунларига мўлжалланади. Бу турнинг таркиби оилалилар 60%, корхона жамоалари 30%, ҳар хил ташкилотлар 10% ни ташкил қилади..

Ҳозирги кунда экологик туризмга ҳар қачонгидан ҳам талаб катта. Бу дунёнинг барча давлатларига тегишли бўлиб, фаол дам олишнинг бир тури, унга кўра инсон уз соғлигини тиклабгина колмай балким, бир қанча эстетик ҳиссиётлар олади. Ҳозирги кунда экологик туризм энг ривожланган дам олиш тури бўлиб, бу спорт тури ҳам ҳисобланиб, туризмнинг энг ривожланган соҳасига айланмоқда. Экотуризмнинг мақсади ҳозирги ва келажак авлодларнинг экологик хавфсизлиги ва барқарор ривожланишини таъминлаш учун табиатдан туристик йўналишда оқилона фойдаланишдан иборат.

Экологик туризм деб тан олиш учун қуйидаги қонидларга риоя қилиш керак: кўрсатилган хизмат йўналиши экологик бўлиши шарт, туристларларга хизмат кўрсатадиган транспорт экологик тоза, фойдали экологик тоза овқат, унинг таркибида маҳаллий маҳсулотлар бўлиши, малакали гидлар, сайёҳларни қизиқарли ва экологик тоза табиий ва маданий жойларга бошлаб бориш керак.

Экотуризм маърифий-маънавий тушунчалар остида экотуристларнинг экзотик табиий ҳудудларга, уларнинг ҳайвонот ва ўсимликлар дунёсига, табиий ҳудудларнинг тарихий ёдгорликларига, археологик топилмаларига, геологиясига, палеонтологик қолдиқларига саёҳатлари каби табиат билан боғлиқ мажмуаларни қамраб олади.

- Экотуризм индустриясини шакллантириш учун махсус қонунларни ишлаб чиқиш ва уларнинг ҳуқуқий механизмларини яратиш;
- Экотуристлик фан, таълим ва амалиётнинг назарий асосларини ишлаб чиқиш;
- Аҳолининг экологик онги ва маданиятини экотуризм орқали ўстириш, экотуризм йўналишидаги таълим ва тарбия йўлга қўйиш;
- Экотуризм бўйича мутахассисларни ўқитиш ва қайта тайёрлаш;
- Экотуристлик объектларни ҳар томонлама баҳолаш ва уларнинг кадастрини бериш;
- Экотуризм мониторинги ва истиқболни олиб боришни йўлга қўйиш;
- Миллий давлат ҳудудларини экотуризм бўйича районлаштириш;
- Давлатларнинг ва халқаро жамиятнинг экотуризмга оид тактик режа ва стратегик тадбирларини оммавийлаштириш;
- Биологик хилма-хилликни сақлаш.

Қайд қилинган вазифаларни бажаришда қуйидаги экотуристлик тамойилларни, яъни экологик муносабатларни туризм орқали тартибга солишга йўналтирилган қонидларга қаттиқ, маъсулият билан риоя қилиш талаб қилинади.

- Экотуризмда табиатни муҳофаза қилиш ва барқарор ривожлантириш масалаларининг устиворлиги;
- Экотуризмнинг тарихий, маданий ва бошқа туризм турлари билан боғланганлиги;
- Туризм ва сервис соҳаси йўналишидаги барча таълим муассасаларида экотуристлик ўқув киритилишининг мақсадга мувофиқлиги;
- Маҳаллий аҳолининг экологик онги ва маданиятини ўстиришда экотуризмни жалб қилиш зарурияти;
- Табиатдан оқилона фойдаланиш ва табиатни муҳофаза қилишнинг мазмунини экотуристлик маршрутларда акс эттириш;
- Давлат, жамият, маҳаллий бошқарув идораларнинг экологик туризмдан манфаатдорлиги;
- Экотуризмда экологик ижтимоий-иқтисодий манфаатдорликнинг ягоналиги;
- Экотуризмда миллий ғурур ва ифтихорни шакллантиришнинг зарурлиги.

Тур дастурига асосан экотурлар қуйидагиларга бўлинади: ботаник, зоологик, геологик, эколого-этнографик, археологик, ва эколого-маданий агротурлар ёки қишлоқ яшил турлари; спелеологик, сувли, тоғли, ва бошқалар. Табиатнинг гўзаллиги-экотуризмни ривожланиши учун муҳим, лекин етарлича шарт эмас. Бугунги кунда дунё туризм бозорида жиддий рақобат мавжуд, аммо бу бозорга кириш осон эмас, бу ерда ўзига хос хусусиятлар ва қийинчиликлар мавжуддир.

Ривожланган давлатларда Европа ва Америка туристлари ўз юртларида ҳам тез-тез саёҳат қилиб турадилар. АҚШ нинг миллий боғлари экотуристлар билан

тўла, айрим миллий боғларда саёҳат қилиш учун олдинроқ буюртма бериш лозим. Ошиб борувчи талаблар туфайли «Ёввойи» ҳудудларда нозик экологик мувозанатни сақлаб туриш қийин. Янги рекреацион ҳудудларни барпо этиш зарурияти пайдо бўлмоқда.

Экотуристлар асосан табиат аслича сақлаб қолинган жойларга боришни истайдилар, лекин бизнинг сайёрамизда бунақа жойлар кундан-кунга камайиб бормоқда. Саёҳларимизга инсон томонидан ўзгартирилган табиатдан баҳра олишга тўғри келади, дам олиш кунлари табиат бағрига ёки яқин далаларга сайрга чикқанингизда шу манзарага дуч келасиз.

Бутунжаҳон туристлик ташкилоти мутахассисларининг фикрига кўра, экотуризм бозори узоқ муддатли ўсишга қаратилади. Бу юқори технологик давлатларининг ташқи муҳитга бўлган қизиқиши билан боғлиқ, айниқса индустриянинг кам ривожланганлиги ёки унинг йўқлиги ва умуман табиати бузилган давлатларни тиклашга туристларнинг кўшган ҳиссасини айтиб ўтиш керак.

Хозирги пайтдаги экотурист гуруҳининг таркиби кўйидагича бўлади: авваломбор, бу 35-40 ёшли кишилар, яъни бу ёшдаги одамлар «Ёввойи» табиатда сайёҳат қилиш учун соғлигини ва молиявий томондан ўзини таъминлай оладилар. Табиат ҳаммани ўз бағрига жалб этади, саёҳлардан 60% оилали одамлар, чунки уларни табиатнинг аҳволи ва оиланинг келажаги баравар равишда қизиқтиради.

Экспертларнинг таҳлил қилишича, экотуристларнинг кўпчилиги-бадавлат одамлар ёки уларнинг даромадлари ўртача даромаддан ортиқ. Туризмнинг экотурлари қиммат турмахсулотга киради. Дунёда инсон оёғи тегмаган ва табиат ўз аслини сақлаб қолган жойлар кам қолган, бундай жойларни саёҳат қилиш чегараланган ва у ерларни саёҳат қилиш жуда қиммат туради.

Экотуризм катта ҳаражатлар ва вақт билан таснифланади, сайёҳат вақти бир ҳафта билан чегараланмайди. Кўпинча у 8-12 кун давом этади ва бир неча бор такрорланади. Бундай сайёҳатларнинг сабаби сайёҳатчи ўзини доимий қулайликлардан узоқроқда, табиатнинг кўйида ҳис қилишни хоҳлайди. Шундай қилиб экотуризмнинг бозори кенг, унинг асосий сегментлари қуйидагилардан иборат:

- актив туристлар, уларнинг 2/3 қисми дам олишнинг фаол турлари билан боғлиқ, шу жумладан табиат кўйида;
- ёввойи табиатни ёқтирганлар уни асл ҳолатда сақлаб қолишга ўринадилар.
- автотуристлар транспорт воситаси билан сайёҳат қилишни ёқтирганлар, кўпинча бу саҳролараро сайёҳат, саффарии, тоғли ёки тошли жойларда;
- саргузаштли туризм, улар ҳам табиий туризмнинг бир қисми бўлиб ҳисобланади. Чунки сайёҳат давомида инсон табиат билан бирга бўлиб унинг ёввойи ва оғир шароитларига дуч келади ва ҳокоза.

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В ЕВРОПЕ

С.К.Файзиева, БухГУ

На сегодняшний день важной составляющей индустрии туризма является питание гостей. Знакомясь с достопримечательностями города, экскурсанты одновременно хотят знать об особенностях национальной кухни. Гастрономия является значимым ресурсом территории, источником формирования ее идентичности.

Поиск новых путей организации питания базируется на исследовании гастрономической составляющей туристского продукта, на основных принципах брендинга территории, формирующих туристский имидж местности, на процессе создания впечатления о товаре в сознании потребителей. Местную кухню можно рассматривать как туристский ресурс территорий, позволяющий создать новые туристские продукты, открыть новые грани туристской дестинации. Она может быть использована для понимания социального и экономического стиля жизни дестинации. Связь гастрономии и туризма способствует увеличению притока туристов, способствует удлинению пребывания туристов, увеличивает прибыль от туризма.



Питание в туризме является важнейшей отраслью, которая оказывает существенное влияние на социальное и экономическое развитие страны. Важно поддержания и продвижения различных вариантов питания, что позволяет сохранить региональную идентичность территории и повысить ее туристскую привлекательность. Туризм взаимосвязанный с ресторанным бизнесом, поддерживает местных производителей, продвигает идею важности высокого качества и экологической безопасности питания. Местная кухня способствует возникновению у туристов ощущения места, чувства дома, комфорта и безопасности.

Гастрономический туризм в мире приобретает большую популярность. Люди покупают специальные гастрономические туры с целью глубоко познакомиться с кухней какой-либо страны.

Путешествуя по Европе и изучая культуру и традиции разных стран, нельзя обойти такую важную деталь, как национальная кухня. Улитки и фуа-гра во Франции, пицца и паста в Италии, паэльля в Испании — все это просто необходимо попробовать

В отпуске грешно думать о диетах, калориях, правильном режиме дня и питания. Мы едем в незнакомые страны и города за новыми ощущениями, затем, чтобы получить положительные эмоции и удовольствие. Наряду с посещением интересных мест и покупкой сувениров, мы, конечно, хотим попробовать деликатесы и изыски "заморской" кухни.

Даже те, кто побаивается есть лягушек и улиток, скорее всего, не устоит перед искушением попробовать их во Франции. Если вы убеждены, что пицца —

это вредный для здоровья фастфуд, будучи в Италии, обязательно закажите в Неаполе пиццу "Маргарита" и вы будете есть ее весь оставшийся отпуск. Тот, кто равнодушен к пиву — распробует тот или иной сорт в Германии и, приехав на родину, будет искать в ресторанах и кафе именно его.

А те, кто во время отпуска не хочет терять время на поиски самого лучшего ресторана в городе, могут заказать гастрономический тур или выбрать себе несколько дегустационных экскурсий. Как правило, они могут длиться от одного до нескольких дней. Во время таких туров обычно в первой половине дня вы смотрите главные достопримечательности, а после обеда едете в города или районы, которые особо славятся местной кухней: пробуете там традиционные местные блюда и посещаете винные погреба или заводы, конечно, с дегустациями напитков.

Такие туры особенно популярны во Франции, Германии, Италии, Португалии, Испании. Преимущество их также состоит в том, что во время поездки вы увидите не только мегаполисы с их бешеным ритмом, но и окунетесь в атмосферу размеренной жизни провинции, например, заедете в баварскую деревушку, которая расположилась у подножия живописных Альп, точно как в рекламе шоколада "Милка".

Во Франции дегустационные туры включают в себя посещение таких регионов, как Шампань, Бордо, Бургундия, названия которых говорят сами за себя.



Любители сладкого также могут порадовать себя чем-то особенным во время путешествий. Например, в Барселоне расположен кондитерский магазин-бутик известного каталонского мастера Ровира, который предложит вам свои произведения шоколадного искусства, а профессиональный гид расскажет о тонкостях приготовления и компонентах уникальных десертов. Экскурсии проводятся небольшими группами: от двух до тринадцати человек.

Лучшие вина Испании. Винодельческий район Приорат (100 км от Барселоны) — один из двух регионов Испании, наряду с Риохой, где производят вина стандарта DOCa — высочайшей категории согласно испанской классификации винодельческих регионов. Там вас ждет экскурсия по винному заводу Puig Priorat, где наряду с погребами и помещениями для обработки винограда, находятся лаборатория, кухня и дегустационный зал.

Гастрономические туры по Германии, конечно, включают в себя посещение признанной пивной столицы Германии — города Мюнхена, где находится одна из самых старейших пивоварен — придворная пивоварня баварских герцогов "Хофбройхаус", а также множество других известных ресторанов и баров. Например, ресторан Zum Franziskaner, открытый еще в 1966 году, расположен в самом центре города, в 10 минутах ходьбы от Мюнхенской резиденции.

Здесь вы можете попробовать традиционные баварские блюда: жаркое из молодого поросенка, медальоны из филе телят, утку на гриле с тушеной капустой — и все это в сочетании с самым вкусным пивом!

Мода на гастрономические туры активно развивается в последние годы. Самыми большими любителями этого развлечения зарекомендовали себя немцы, англичане, американцы и японцы. Гастрономический туризм является синтезом экологии, культуры и производства.

Гастрономический туризм хорошо организован во Франции, Италии, Испании, в Японии, где существует развитая сеть винно-гастрономических туров.

В России такой вид туризма пока только зарождается, и подобных туров в чистом виде еще нет, поэтому элементы гастрономических туров включают в основные программы. В России кулинарный туризм пока редкое явление: нет продуманных гастрономических маршрутов, число россиян, готовых платить деньги за подобное путешествие, очень мало. Однако больше людей осознают перспективность этого направления турбизнеса. В перспективе в России главным образом будет развиваться «зеленый» гостротуризм.

Покупателям гастрономических туров нужно заранее определиться с концепцией поездки. Можно просто поехать в страну, славящуюся вековыми кулинарными традициями, и ознакомиться с ее достопримечательностями - как съедобными, так и всеми остальными. А можно посетить яркие и аппетитные гастрономические фестивали, которые периодически проводятся в самых разных уголках планеты. Например, сентябрь - время Устричного фестиваля в Ирландии и Октоберфеста в Мюнхене, в июле традиционно проходит праздник испанской национальной еды Сан-Фермин и Бонтон - фестиваль тунца в Италии, а в ноябре заядлые гастрономические туристы отправляются во Францию на Божоле Нуво - праздник молодого вина или на фестиваль белых трюфелей в Сан-Миниато.

Заключение

Каждая страна имеет особенности в гастрономическом туризме. В странах Европы развита национальная кухня, которая привлекает туристов.

В каждой стране есть региональные отличия в местной кухне, свой неповторимый набор блюд и технологий их появлению и развитию гастрономического туризма в последние годы способствует множество факторов, таких как:

- рост популярности телевизионных кулинарных программ и шоу во всем мире;
- приобретение мировой известности шеф - поварами лучших ресторанов, на волне появления моды ресторанного бизнеса: посещение модного заведения питания - это поддержание имиджа и статуса в обществе;
- доступность, привычность и обыденность посещения ресторанов для части населения, искушенной в вопросах питания, таким образом, добавить ему новизны можно, лишь попробовав что-то действительно оригинальное;

- обеспокоенность населения проблемами экологичности и качества продуктов питания;
- увеличение затрат на питание и отдых как следствие растущих доходов населения;
- рост популярности здорового образа жизни;
- осознание предприятиями продуктового производства и туристскими организациями огромного потенциала и прибыльности кулинарного туризма в мире .

Понятно, что многие гастрономические заведения, находящиеся в отдаленных регионах, в каких-нибудь горных или степных деревушках, способствуют поддержанию экономики этой местности и расширению туристских маршрутов страны. Ведь многие туристы приезжают сюда большей частью не для того, чтобы полюбоваться красотами природы этого уголка, а именно для посещения хорошего ресторана. Поэтому во многих регионах для привлечения клиентов построили шикарные гостиницы при ресторанах.

На основании выше сказанного, можно сделать вывод: гастрономический туризм называют путешествиями со вкусом, ведь кулинарные изыски иной раз лучше всего помогают понять культуру того или иного народа.

Изменяются характер и структура туризма. Новые технологии дают возможность гибко и сегментировано организовать проведение отпуска, конкурентоспособного с традиционным предложением. На смену массовому, стандартному и комплексному туризму приходят его новые виды, сделанные на заказ, исходя из спроса.

МИРОВОЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ С УЧЕТОМ РЕГИОНАЛЬНЫХ ОСОБЕННОСТЕЙ

**Эгамбердиев Ф.Т., д.э.н., проф.,
НУУз им.Мирзо -Улугбека**

**Ким Т.В., PhD по экономическим наукам,
НУУз им.Мирзо -Улугбека**

В процессе углубленной глобализации и в условиях расширения международных культурных связей, индустрия туризма является одной из самых развивающихся ускоренными темпами сфер в мире. По данным Всемирной туристической организации (ВТО), «туризм занимает четвертое место в мировом экспорте товаров и услуг, а по доходности – третье место. К началу 2017 года его доля в мировом ВВП составляла 10,4% (8,3 трлн. \$)»¹. В условиях модернизации экономики туризм является высокодоходным сектором экономики, способствующим интенсификации мирового рынка товаров и услуг, обеспечению занятости населения и развитию тесных связей между различными странами и регионами мира. На сегодняшний день, создание и внедрение инновационных технологий в эффективную организацию экономической деятельности по туризму, является одним из важных условий формирования инновационной экономики.

По данным Всемирной туристской организации ООН (ЮНВТО), если в 1950 году число туристов во всем мире составляло 25 млн., а оборот туристской индустрии – 2,1 млрд. долл. США, то в 2012 году число международных прибытий

¹<http://www.unwto.org>

в мире достигло 1,035 млрд. чел, а годовой оборот в сфере туризма превысил 1,3 трлн. долл. В 2015 году число прибытий составило уже 1,184 млн., а в 2016 году туристы совершили 1 млрд. 235 млн. международных поездок., В 2017 году число международных прибытий составило 1,323 млрд и на конец 2018 года-1,4 млрд.¹

Особое внимание в развитии международного туризма уделяется следующему:

Во-первых, развитие сферы туризма в различных регионах и странах мира отличается по структуре, по темпам прироста, по уровню государственной политики в области туризма.

Во-вторых, всемирный процесс глобализации, способствующий международной интеграции регионов, стран, народов в политической, социально-экономической, научно-технической, гуманитарной и других сферах жизнедеятельности, оказывает огромное влияние на уровень предоставляемых туристских услуг.

В то же время, существует ряд факторов, которые как положительно, так и негативно, сказываются на развитии как международного, так и внутреннего туризма. Важнейшими из них являются:

- мировые, региональные финансово-экономические кризисы;
- международные, региональные, внутригосударственные политические кризисы;
- межконфессиональные, межэтнические конфликты;
- различный уровень социально-экономического развития отдельных регионов, стран;
- наличие в странах необходимой законодательной базы развития туризма;
- состояние и уровень использования странами, регионами своих туристских ресурсов;
- уровень государственной поддержки туризма в тех или иных странах, формирование и эффективное функционирование в них соответствующих организационных структур управления туризмом, туристских предприятий.

Туризм становится динамично развивающейся отраслью не только в экономиках развитых, но и развивающихся стран. Эта сфера деятельности способствует развитию более тесных контактов между представителями разных стран и регионов мира, при этом, обеспечивая высокий уровень занятости во многих странах граждан различной специальности.

Несмотря на сохраняющуюся экономическую и политическую нестабильность в мире, туризм демонстрирует устойчивую тенденцию к росту. В сферу туристской деятельности все активнее вовлекаются новые страны и регионы со своим туристским потенциалом и традициями.

Международные туристские прибытия по регионам мира за 1990-2018 гг.²

Показатели (млн.чел)	1990 г.	1995 г.	2000 г.	2005 г.	2010 г.	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Мир	435	527	674	809	951	1,189	1,235	1,323	1,400
Европа	261,5	304,5	386,6	453,2	489,4	607,7	619,7	671	713

¹ Отчёт ЮНВТО за 2018 год

² Составлено автором на основе статистических данных барометра ЮНВТО,2018 год

Азия и Тихоокеанский регион	55,9	82,1	110,4	154	205,5	279,2	302,9	324	343
Америка	92,8	108,9	128,2	133,3	150,2	192,6	200,9	208,7	217
Африка	14,8	18,7	26,2	34,8	50,4	53,5	58,2	62	67
Ближний Восток	9,6	12,7	22,4	33,7	54,7	53,3	53,6	58,1	64

Анализируя данные таблицы 2.5, можно сделать заключение о том, что в период с 1990 по 2018 гг., количество международных прибытий составляло 435 млн. чел. и 1,400 млрд чел. соответственно и наблюдается тенденция к увеличению, почти на один миллиард человек. Как показывают данные, лидирующую позицию занимает Европа.

И в Европе и в Америке стал наблюдаться определенный рост числа прибытий. Одной из причин данного изменения, на наш взгляд, может быть постепенное преодоление в Европе последствий мирового финансово-экономического кризиса, разразившегося в 2008 году.

Однако по прогнозам UNWTO до 2030-го года ожидается дальнейшее сокращение роли Европы и Америки в общем числе прибытий по всему миру.

При этом, за период с 1990-по 2018 гг., поступательно возрастает число туристских прибытий в страны Азиатско-Тихоокеанского региона, который в настоящее время занимает второе место по данному показателю среди всех туристских регионов.

Несмотря на серьезные проблемы в социально-экономическом, политическом развитии многих стран Африки и Ближнего Востока, наличие здесь очагов террористической опасности, инфекционных заболеваний, неуклонно растет число туристов, посещающих эти регионы

Рассматривая основные региональные характеристики международных туристских потоков, можно отметить, что для Европы они традиционно развивались по двум направлениям: первый – это высокоразвитые страны Западной Европы, имеющие богатое культурно-историческое наследие; второй – страны Средиземноморья, Южной Европы, с теплым климатом, широким выбором культурно-исторических объектов.

Изучение данного вида международного туризма позволяет сделать два базовых вывода.

1. Поездки в рамках выездного туризма происходят, как внутри региона, так и за его пределами.

2. Европа продолжает оставаться лидирующим регионом.

3. Региональный анализ свидетельствует о том, что лидерами в Европе являются: Германия, Великобритания, Италия, Франция и Россия.

Среди стран, определяющих выездной туризм в регионе АТР необходимо выделить: Китай, Японию, Республику Корея и Австралию.

Из вышесказанного можно сделать вывод, что на фоне устойчивого роста туристских потоков по всему миру наиболее быстрыми темпами увеличивается число туристских прибытий в развивающихся странах, что является благоприятной тенденцией в том числе и для Республики Узбекистан. Стратегической задачей для нашей страны выступает здесь привлечение части этих потоков в Узбекистан и его отдельные регионы. В то же время, для того, чтобы выгоды от прибытия

посетителей получили, кроме столицы и древних городов, все области и Республика Каракалпакстан, в Узбекистане необходимо разработать национальную модель управления развитием туризма, сочетающее отраслевой, региональный и, возможно, зональный (горы, оазисы, пустынные территории) подходы к составлению программ развития туристской индустрии на общенациональном, региональном и местном уровнях.

O'ZBEKISTONDA ERKIN IQTISODIY HUDUDLARNI TASHKIL QILISHNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

**Boltayeva Mohichehra Sharipovna,
Yandashov Sobit, Buxoro Davlat Universiteti**

Mamlakatimizda erkin iqtisodiy zonalar tashkil etish va ular faoliyatiga doir munosabatlar bir qator huquqiy hujjatlar asosida tartibga solinadi. 1996-yil 25-aprelda qabul qilingan “Erkin iqtisodiy zonalar to’g’risida”gi O’zbekiston Respublikasi qonuni, 1998-yil 30 aprelda qabul qilingan “Chet el investitsiyalari”, “Chet ellik investorlar huquqlarining kafolotlari va ularni himoya qilish choralari to’g’risida ”gi va boshqa bir qator hujjatlar bilan tartibga solinadi. Hududlarni o’rgangan holda jahon tajribasiga tayanib, 2008 – yildan boshlab EIHlar barpo etish ishlari qayta boshlandi.

2017-2021 yillarda O’zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo’nalishi bo’yicha Harakatlar strategiyasida makroiqtisodiy barqarorlikni mustahkamlash, iqtisodiyot tarmoqlari va hududlarga xorijiy, avvalo, to’g’ridan-to’g’ri xorijiy investitsiyalarni faol jalb qilish, davlat mulki xususiylashtirilgan ob’ektlar bazasida xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish, viloyat, tuman va shaharlarni kompleks ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishga doir ko’plab vazifalar belgilangan. Mamlakatimizda erkin iqtisodiy zonalar, texnoparklar va kichik sanoat zonalarini faoliyati samaradorligini oshirish, yangilarini tashkil etish borasida olib borilayotgan ishlar bunda muhim ahamiyat kasb etmoqda.

O’zbekistonda EIH barpo etish bosqichlarini 4 ga bo’lish mumkin:

I bosqich- 2008 yilda Navoi xalqaro aeroporti bazasida birinchi Navoi erkin industrial zonasi tashkil etildi. Birinchi Prezidentimiz Islom Karimov tashabbuslari bilan 2008-yilda tashkil etilgan mazkur erkin iqtisodiy zonada bugungi kunda Xitoy, Singapur, Janubiy Koreya, Hindiston, Italiya, Birlashgan Arab Amirliklari, Buyuk Britaniya kabi davlatlar bilan hamkorlikda avtomobil sanoati uchun zarur ehtiyot qismlar, energetika tizimida foydalaniladigan kabel, raqamli telemoslamalar, maishiy elektron texnikalar va boshqa xaridorgir mahsulotlar ishlab chiqarilmoqda.



1-rasm. “Angren” va “Jizzax” EIH

II bosqichda amalga oshirilgan tajriba natijasida Angren hamda Jizzax EIH tashkil etish borasida qaror qabul qilindi. Shu davr mobaynida mamlakatda 90 dan ortiq mamlakatning xorijiy kapitali ishtirokida tashkil etilgan 4 mingdan ortiq korxonalar tashkil etilgan. Aynan shu davr mobaynida o'zbek-xitoy sanoat parki ham tashkil qilindi.

III-bosqich. Davlatimiz rahbarining 2016 yil 26 oktyabrdagi «Erkin iqtisodiy zonalar faoliyatini faollashtirish va kengaytirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida»gi farmoniga muvofiq ushbu zonalar uchun yanada qulay shart-sharoitlar yaratildi. Ayni shu davrga kelib O'zbekistonda yana to'rtta EIH qurish to'g'risida qaror qilindi. «Urgut», «G'ijduvon», «Qo'qon» va «Hazorasp» erkin iqtisodiy zonalarini shular jumlasidan.



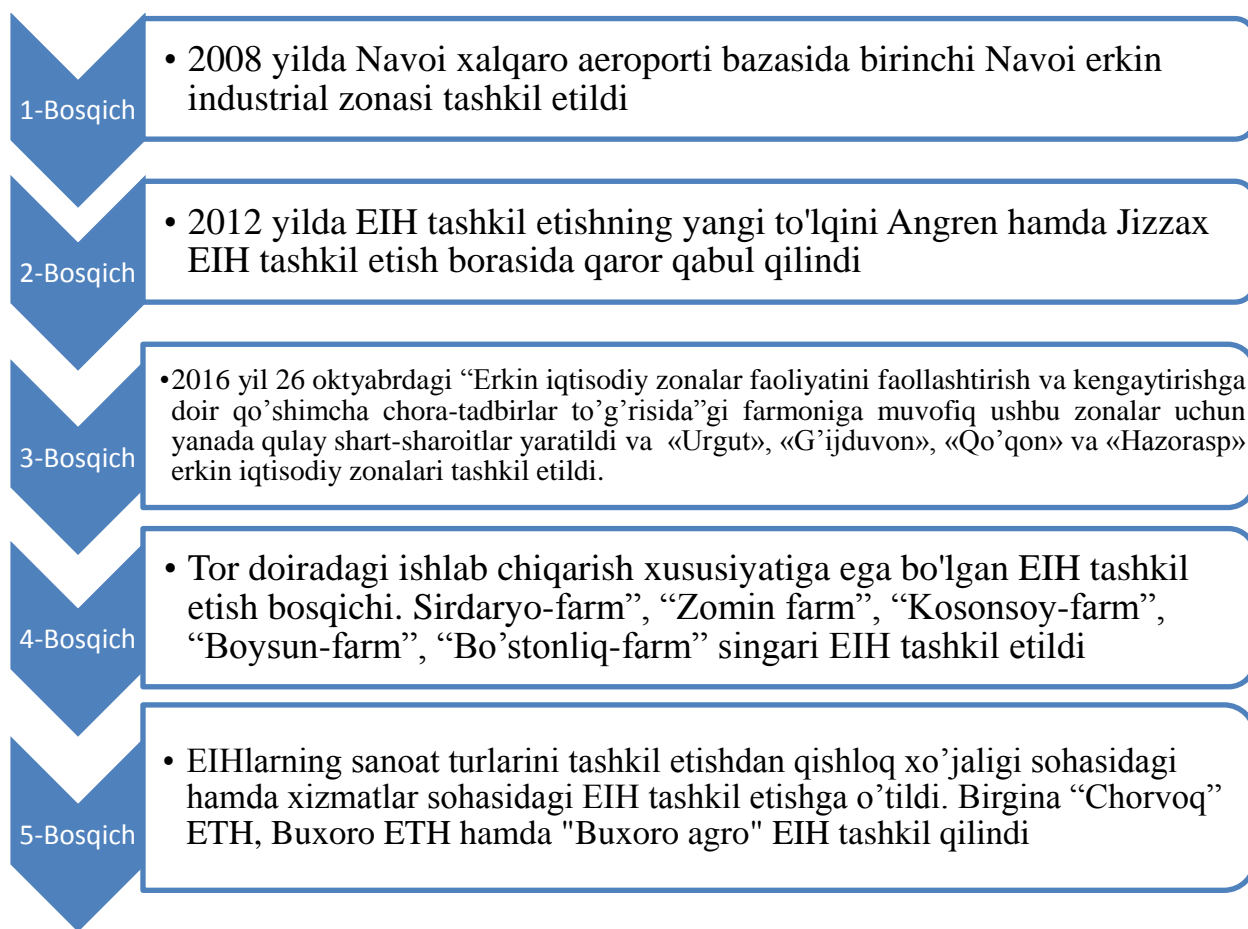
2-rasm. "Qo'qon" va "G'ijduvon" EIH

IV bosqichda tor tarmoqli ishlab chiqarishga ixtisoslashgan EIHlar "Sirdaryo-farm", "Zomin farm", "Kosonsoy-farm", "Boysun-farm", "Bo'stonliq-farm" singari EIH tashkil etish borasida 3 may 2017 yilda Prezident farmoni imzolandi. EIHlarni tashkil qilishda asosiy e'tibor ishlab chiqarish salohiyati va bo'sh ish o'rinlarini yaratishga qaratilmoqda. 2017 yil 10 aprelda O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «Erkin iqtisodiy zonalar faoliyatini tashkil etish chora-tadbirlari to'g'risida»gi 196-sonli qarori qabul qilindi.

Ushbu qaror O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 12 yanvardagi «Erkin iqtisodiy zonalar faoliyatini faollashtirish va kengaytirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida» 2016 yil 26 oktabrdagi PF-4853-sonli hamda «Urgut», «G'ijduvon», «Qo'qon» va «Hazorasp» erkin iqtisodiy zonalarini tashkil etish to'g'risida»gi PF-4931-sonli farmonlarini ijro etish yuzasidan qabul qilindi. Mazkur qarorga muvofiq, Samarqand, Buxoro, Farg'ona va Xorazm viloyatlari hokimliklari, O'zbekiston Respublikasi Yer resurslari, geodeziya, kartografiya va davlat kadastri davlat qo'mitasi, Davlat arxitektura va qurilish qo'mitasi, Iqtisodiyot vazirligi hamda Tashqi iqtisodiy aloqalar, investitsiyalar va savdo vazirligining «Urgut», «G'ijduvon», «Qo'qon» va «Hazorasp» erkin iqtisodiy zonalarini tarkibiga kiruvchi hududlar chegarasini belgilash to'g'risidagi taklifi ma'qullandi.

Bunday hududlarning tashkil etilishi asnosida mahalliy aholini ish bilan ta'minlash, davlat byudjet tuShumini oshirish hamda xorij sarmoyalarini jalb qilish maqsadlari yotadi. Qabul qilingan farmon yuzasidan viloyatlarda tegishli mutasaddi organlari tomonidan harakatlar boshlangan va bugungi kunda izchil davom etmoqda.

EIIZ rezidentlari yer, mol-mulk, foyda, obodonlashtirish va ijtimoiy infratuzilmani rivojlantirish soliqlari, yagona soliq to'lovi (kichik korxonalar uchun), Yo'l jamg'armasi va Moliya vazirligi huzuridagi byudjetdan tashqari umumiy ta'lim maktablari, kasb-hunar kollejlari, akademik listeylar, tibbiyot muassasalarini rekonstruktsiya qilish, mukammal ta'mirlash, jihozlash jamg'armasiga majburiy ajratmalardan belgilangan tartibda ozod etilgan.



3-Rasm. O'zbekistonda EIH tashkil etish bosqichlari¹

Ya'ni, investitsiyalar hajmi 3 milliondan 10 million evrogacha bo'lsa, 7 yilga, 10 dan 30 million evrogacha 10 yilga, foyda solig'i va YaST stavkalari 5 yil muddatga 50 foizga, 30 million evrodan ortiq bo'lsa, 15 yilga, foyda va YaST stavkalari 10 yilga 50 foizga pasaytiriladi.

Imtiyozning amal qilish muddati yuridik shaxs EIIZ qatnashchilari reestriga kiritilgan sanadan boshlab hisoblanadi. U imtiyozni qo'llash huquqiga ega bo'lgan oydan boshlab amal qilish muddati tugagunga qadar foydalanadi. Imtiyozni qo'llash huquqi to'g'ridan-to'g'ri investitsiyalarning belgilangan hajmiga erishilgan paytdan boshlab vujudga keladi².

2018 yildan boshlab EIH tashkil etish borasida yangi beshinchi bosqichga o'tildi. EIHlarning sanoat turlarini tashkil etishdan qishloq xo'jaligi sohasidagi hamda xizmatlar sohasidagi EIH tashkil etishga o'tildi. Birgina "Chorvoq" ETH ni tashkil etish uchun 17 mlr. so'm mablag' ajratildi.

Bugungi kunda mamlakatimizda 14 ta erkin iqtisodiy zona faoliyat yuritmoqda. «Navoiy», «Angren», «Jizzax», «Urgut», «G'ijduvon», «Qo'qon» va «Hazorasp» erkin iqtisodiy zonalarida umumiy qiymati 486 million dollarga teng 62 loyiha amalga oshirilgan, 4 ming 600 dan ortiq ish o'rni yaratilgan. Farmastevtika sohasiga ixtisoslashgan «Nukus-farm», «Zomin-farm», «Kosonsoy-farm», «Sirdaryo-farm», «Boysun-farm», «Bo'stonliq-farm», «Parkent-farm» singari 7 yangi erkin iqtisodiy zonani rivojlantirish bo'yicha izchil ishlar olib borilmoqda.

¹ Bozor pul va kredit jurnali №8 2018 18-betdagi ma'lumotlar asosida muallif tomonidan tuzildi.

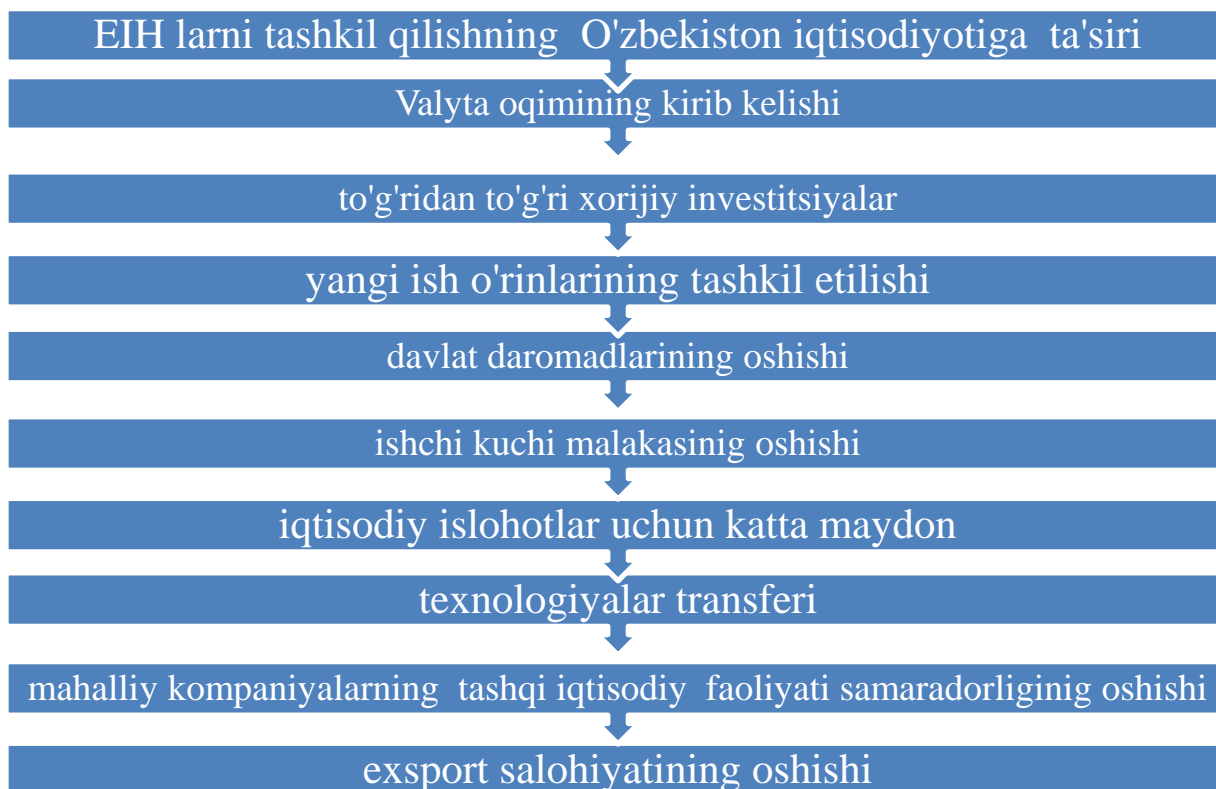
² Создание специальных экономических зон в Республике Узбекистан. Аналитический доклад (под ред. Б.Шарипова) – ПРООН, Ташкент, 2008 г.

Erkin iqtisodiy zonalardagi natijalar qoniqarli emasligi, ularni yanada rivojlantirish uchun tartib-taomillarni soddalashtirish, investor va tadbirkorlarni jalb etishni kengaytirish zarurligi ta’kidlandi.



4-rasm. “Urgut” va “Xazorasp” EIH

Erkin iqtisodiy zonalarda investitsiya loyihalarini amalga oshirishni jadallashtirish, xorijdan yuqori texnologik uskunalarni xarid qilish uchun O‘zbekiston tiklanish va taraqqiyot jamg‘armasi mablag‘i hisobidan 100 million dollar miqdorida chet el valyutasidagi kredit liniyasi ochilgan. Kichik sanoat zonalarida direktivalar tashkil etilgan. Kredit olish va bank xizmatlaridan foydalanishda muammo bo‘lmasligi uchun har bir zonaga muayyan tijorat banki birlashtirilgan. Bozor talablari va import nomenklaturasini o‘rganish asosida tadbirkorlar uchun takliflar, istiqbolli loyihalar ro‘yxati shakllantirilgan. Kichik sanoat zonasida ishlaydigan sub’ektlar 2 yil barcha soliqlardan ozod etilgan.



5- rasm. EIHlarnig mamlakat iqtisodiyotiga ta’siri.

Umuman olganda hozirgi kungacha EIH territoriyasida qiymati 1.5 mlr dollarlik 70ta investitsion loyihalar amalga oshirilib, shularning teng yarmi to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalardir. Ushbu projeklarning amalga oshishi natijasida yana qo‘shimcha 5000 ish o‘rinlari tashkil etildi. Istiqbolda amalga oshirilishi rejalashtirilgan qiymati 1.5 mlr dollarlik 200ta loyihaning amalga oshirilishi natijasida yana qo‘shimcha

22ming ish o'rinlari tashkil etiladi. Loyihada 400mln. Dollar to'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiyalar kiritilishi kutilyapti.¹

2019 yil aprel oyida O'zbekiston hamda Janubiy Koreya biznes forumi bo'lib o'tdi. Ushbu forumda Angren EIHni Koreyaning Incheon EIH tasarufiga o'tkazish va koreyaning 12 mlr dollarlik investitsiyalarini jalb qilishga kelishildi. Angren EIH neft gaz, energetika, kimyo, tog' kon, mashinasozlik, logistika, engil va to'qimachilik sanoati, raqamli medesina hamda sanoatning boshqa tarmoqlarini rivojlantirishni ko'zda tutgan. "Bo'stonliq farm" EIH da ham zaruriy dori vositalari ishlab chiqarishga Koreyaning "Incheon" EIH investitsiyalari jalb qilinmoqda.

Incheon EIH Janubiy Koreyaning biznes logostik markazi sifatida 2003 yilda tashkil qilingan. Bu yerda turizm, biznes va logistika markazini tashkil qilish maqsad qilingan edi. Hozirgi kundfa Incheon Koreyaning haqiqiy biznes-logistika markaziga aylangan. Qisqa vaqt ichida ushbu EIH yaxshi samara bergan.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ИНДИИ

Г.А.Солиева - Наманганский инженерно-технологический институт, (PhD)

Туризм является важной и при этом очень динамично развивающейся отраслью индийской экономики. Согласно прогнозам, за ближайшие 5-6 лет туристический поток в страну может увеличиться в два-два с половиной раза. Индия привлекает туристов с очень разными интересами – любители пляжного отдыха и подводного плавания давно облюбовали пляжи Гоа, желающие оздоровиться – спа-центры на юге Индии, любители истории путешествуют по многочисленным маршрутам по всей стране, а перед любителями экстрима открываются бесчисленные возможности – в горах, на воде и на суше. Отдельную категорию туристов составляют разнообразные искатели истины, посещающие религиозные центры-*ашрамы* различных вероучителей. Развиваются также медицинский, спортивный и гастрономический туризм.

Индия расположена в Южной Азии и занимает большую ее часть. Она протянулась от Гималаев с севера и до Индийского океана на юге на 3,2 тыс. км, от пустыни Тар на западе до устья р. Ганг на востоке на 2,9 тыс. км. Помимо материковой части к территории Индии относятся Лаккадивские, Андаманские и Никобарские острова. Площадь Индии составляет 3,288 млн. км.² (7 место в мире). Особенностью экономико-географического положения Индии является относительная изолированность и удаленность территории, что неблагоприятно сказывается и на развитии туризма. Кроме этого к числу неблагоприятных факторов развития можно отнести низкий уровень развития страны, относительно поздний старт на мировом туристическом рынке и другие.

Особенностью Индии является то, что практически вся территория страны находится в жарком поясе (экваториальный и субэкваториальный). Климат Индии на юге - ближе к экваториальному, на севере - к горному субтропическому. Смена сезонов определяется муссонами. Жаркий, сухой сезон продолжается с апреля по июнь - средняя температура +38-46°C; с конца июля до октября длится сезон дождей - температура +38°C. Самый прохладный период - декабрь-январь, температура +10-23°C. Наиболее благоприятный период для посещения Индии

¹ Постановление Президента Республики Узбекистан от 10.07.2018г. №ПП-3843 «О мерах по созданию свободной экономической зоны «Бухоро-Агро».

после сезона муссонных дождей. С октября по март длится прохладный сезон, это время считается туристическим сезоном. А самые лучшие месяцы для путешествия по Индии - ноябрь и декабрь.

Столицу Индии Дели часто называют «Мавзолеем Востока» - так много здесь сосредоточено мемориальных сооружений легендарных правителей и государственных деятелей многих эпох. К разряду культовых сооружений относятся мавзолей Адхам Хана, дарга (место поклонения) Кутбуддина Бахтияра Каки, гробница султана Шамсуддина Илтутмышы (1235 г.), дарга мусульманского святого Ни-замуддина Чишти Аулийи (1325 г.), архитектурный ансамбль усыпальницы султана Гури (1230 г.), гробница Фирузшаха Туглака, усыпальница Сафдард-жунга, гробница единственной женщины-правительницы Востока - султанши Разин (1241 г.), шедевр могольской архитектуры - гробница Хумаюна (Хумаюн-ка-Макбара, 1565 г.), мавзолеи Джаханара-Бегам и Мухаммад-Шаха (1719-1748 гг.), мавзолеем президента Закир Хуссейна (1973 г.) около исламского университета Джамия-Миллия, а также целый комплекс усыпальниц в Садах Лоди. По обилию музеев город может поспорить с любой столицей мира. Стоит посетить Национальный музей, Национальную галерею современного искусства, Археологический музей Красного Форта, Национальный музей естественной истории, Мемориальный музей Дж. Неру «Тинмурти-Хауз» (1929-30 гг.) неподалеку от дипломатического района Чанакьяпури, Мемориал Индиры Ганди со знаменитой «хрустальной рекой» (1988 г.), Музей национальных ремесел, Международный Музей кукол, Национальный детский музей и аквариум во Дворце Детей, музей Тибет-хауз на Лоди-Роуд, неплохой Музей ВВС в аэропорту им. Индиры Ганди, Академию изящных искусств «Лалит Кала Академии», Музей прикладных промыслов в большом выставочном центре Прагати Майдан, Академию музыки и танца с оригинальным Музеем музыкальных инструментов, уникальный Музей туалетов Сулабх и Делийский зоопарк (1959 г.) - один из самых крупных и богатых в мире. Тысячи торговых точек и традиционных восточных рынков расположены в районе улиц Баба-Кхарак-Сингх, Чандни-Чоук, Кониат-Плейс, Хари-Баоли, к югу от университета, около ворот Лахора, в районе Урду-базара и т. д. Здесь можно купить практически всё, а знаменитая атмосфера восточного базара придает таким покупкам особое очарование. И при всем при этом, Дели - достаточно зеленый город. Здесь множество очаровательных садово-парковых комплексов и небольших зеленых зон - Могольские сады в Президентском дворце, Рошанарские и Шалимарские сады с павильоном Шиш-Махал (Зеркальный) к северо-западу от «старого Дели», парки Коронации, Будда Джайнати, им. Неру, Панча-Шила-парк, сады Кудсия (XVIII в.), сады Махатаб-багх в Красном форте и др.

Кроме этого, в Индии действует более 460 различных музеев, главными среди которых являются музеи Мадраса - правительственный музей и Национальная картинная галерея. В Нью-Дели - Национальный музей. В Варанаси - Музей Сарнат. В Калькутте - Музей Индии (коллекция экспонатов по археологии и естественной истории); технологический музей Бирла. В Бомбее - Музей Западной Индии. Кроме этого, в Индии огромное количество памятников истории и архитектуры. В Нью-Дели - несколько индуистских храмов, главными среди которых являются Балкеш и Лакшминараси. В Калькутте - мемориал Виктории в парке Майдан; Радж-Бхаван (дом правительства); собор св. Павла; ботанический сад. В Агре - всемирно знаменитый мавзолеем Тадж-Махал; Жемчужная мечеть,

построенная в XVII веке; мраморный мавзолей Джахангри-Махал. В Бомбее - парк Виктория Гарднз, в котором расположен зоопарк; пещеры Канхери с наскальными барельефами II-IX веков; несколько храмов VII века. В Варанаси (одна из главных святынь индуистов) - 1500 храмов, самым священным среди которых является Золотой Храм (Бишешвар). В Патна (священный город сикхов, так как тут родился их теперешний гуру) - множество сикхских храмов; мечеть 1499 года. В Дели - Красный форт (1648); Великая мечеть; Зал общественных приемов Великих Моголов, мраморные стены которого украшены драгоценностями; дворец Ранг-Махал; Жемчужная мечеть; башня XII века Кутб-Минар; зоопарк. В Амритсаре (главная святыня сикхов) - Золотой Храм, окруженный священным водоемом бессмертия (сикхи купаются в водоеме, чтобы получить духовное очищение).

Не зря в Индии есть древнее изречение, в переводе с санскрита означающее «Гость – это бог». Вот какой прием стремятся оказать туристам индийцы.

Перед поездкой рекомендуется также ознакомиться с индийскими таможенными правилами, при этом, если планируются многочисленные перемещения внутри страны, важно иметь в виду, что они могут незначительно отличаться от штата к штату.

подавляющее большинство туристов попадает в Индию по воздуху. Существуют регулярные рейсы в разные точки Индии из нескольких российских городов, которые осуществляют как отечественные, так и зарубежные, в первую очередь, азиатские, компании, кроме того, в туристический сезон организуются чартеры к морю.

Передвигаться между городами внутри страны можно самолетами, а также поездами и автобусами, при этом стоимость билета на самолет и на поезд в вагон первого класса может быть одинаковой. Как правило, наиболее оптимальным с точки зрения затрат и комфорта оказывается ездить в вагонах 2 класса с кондиционером. Такие вагоны состоят из отдельных купе по 4 или 6 спальных мест. Билеты лучше приобретать заранее.

Для поездок на небольшие расстояния иностранные туристы, как правило, предпочитают использовать такси или более бюджетные моторикши (крытые мотоциклы с прицепом). В случае, если стоимость поездки не оговорена заранее с оператором (служба т.н. prepaid taxi), договариваясь с водителем следует снижать цену, проще говоря, торговаться. При наличии определенных навыков можно «сбить» стоимость поездки в несколько раз. Это объясняется тем, что порой водители, желающие заработать на иностранных туристах, сильно завышают цены, а также могут специально поехать окольным путем, либо «нарезать круги», чтобы поездка казалась долгой. Для того, чтобы не оказаться в такой ситуации, важно заранее поинтересоваться у окружающих, сколько может стоить поездка по необходимому маршруту, и какое время она должна занимать. Рассчитывая необходимое для поездки время, следует учитывать загруженность индийских дорог, большое количество автомобильных пробок в крупных мегаполисах и в целом небольшую (порядка 40 км в час) среднюю скорость движения, что также объясняется большой плотностью транспортного потока.

Что касается наземного общественного транспорта, несмотря на то, что он очень хорошо развит, туристы не часто пользуются им, предпочитая со стороны наблюдать за его порой очень живописным передвижением. В ряде крупных индийских городов работает метро, занимающее одно из первых мест в мире по количеству ежедневно перевозимых пассажиров. Индийское метро отличается

жестким контролем безопасности (при входе происходит 100% досмотр багажа пассажиров на рентген-аппарате) и наличием отдельных вагонов для женщин, вход в которые для мужчин карается штрафом. Как правило, женские вагоны располагаются в голове состава. В наземном транспорте также существует разделение на мужские и женские места, хоть за его соблюдением и следят гораздо менее внимательно, обычно мужчины могут занимать места справа, а женщины слева от прохода.

Многие государственные и частные компании предлагают также арендовать автомобили, при чем эта услуга оказывается весьма бюджетной. Однако, поскольку в Индии левостороннее дорожное движение и очень специфическая дорожная ситуация, можно не привыкшим к азиатской манере езды водителям рекомендовать взять в аренду автомобиль с водителем. Удобной опцией оказывается возможность арендовать машину с водителем-гидом для поездок между городами, многие фирмы готовы по интернету помочь клиенту составить маршрут такого путешествия, заранее забронировать жилье требуемого класса по всем точкам маршрута, подобрать подходящий автомобиль и встретить клиента прямо в аэропорту. Такой пакет туруслуг оказывается сравнительно недорогим, а количество фирм, предлагающих подобные услуги в интернете, очень велико.

Еще один важный для каждого туриста момент – возможность оставаться на связи. Иностранцы могут приобрести сим-карты индийских операторов. Важно знать, что сделать это можно только при наличии паспорта, при этом придется заполнить весьма подробную анкету и даже приложить к ней фотографию. Многие операторы не предусматривают возможность пополнения баланса за пределами штата, которым сим-карта была приобретена. Что касается возможности выйти в сеть интернет, беспроводной интернет доступен практически во всех крупных туристических центрах, в селениях поменьше распространены своеобразные интернет-кафе с очень неплохим качеством связи.

Индийская кухня бесконечно богата и разнообразна, ее отличительной чертой является непривычное для европейца обилие специй. Тем, кто не может употреблять слишком острую пищу, следует заранее и весьма настоятельно предупредить об этом официанта или повара. В туристических центрах без всяких трудностей можно приобрести европейские блюда и продукты.

ЎЗБЕКИСТОН ЗИЁРАТ ТУРИЗМИ РИВОЖИДА ХОРИЖИЙ ҲАМКОРЛИК (Индонезия, Малайзия ва Сингапур мисолида)

**Усаров Сирожиддин Рахматуллаевич,
Самарқанд давлат университети таянч докторанти**

Бугунги кунда туризм давлатларга маблағ келтириши жиҳатидан иқтисодий ривожланишида, аҳолининг каттагина қисмини туризм орқали доимий ва мавсумий иш билан банд қилиш имконияти мавжудлиги кўра ижтимоий ҳаётида, маданий мерос объектларини, урф-одатларни сақлаш ва уни жаҳонга кенг танитишга таъсир кўрсатиши ҳисобига маданий ҳаётида муҳим ўрин эгаллай бошлади. Ўзбекистон туризмнинг кўплаб йўналишларини ривожлантириш учун катта салоҳиятга эга давлатлардан биридир. Айниқса, мамлакатнинг ислом тамаддуни тарихидаги муносиб ўрни бу ерда зиёрат туризми йўналишини ривожлантириш учун каттагина имконият ҳисобланади. Шу ўринда таъкидлаш керакки, бизда зиёрат туризми

сифатида қабул қилинган туризм йўналиши жаҳонда кўпроқ “мусулмон туризми” ёки “ҳалол туризм” сифатида талқин этилади. Шунга кўра, зиёрат туризми тушунчасини кенг ва тор маънода тушуниш мумкин. Тор маънода зиёрат туризми диний туризмнинг бир йўналиши бўлиб, аслида дунё динларида тарихан мавжуд бўлган. Бир пайтлар европалик христиан пилигримлар катта йўл босиб, Яқин Шарқдаги “муқаддас замин” зиёратини (паломничества) амалга оширган¹, буддавийларда бўлса олис ҳудудларда қурилган қадимий машхур муқаддас будда ибодатхоналарини зиёрат қилиш одатлари мавжуд, муқаддас ислом динида ҳаж зиёрати диннинг фарзларидан бири бўлса, қолаверса динда ўтган аждодлар мангу қўним топган масканлар зиёрати даъват этилади.

Кенг маънода зиёрат туризми жаҳонда мусулмон туризми тушунчасига тўла мос келиб, мусулмон кишилар томонидан амалга оширилган туризм саёҳатларини англатади ва мусулмонларнинг туризм мақсадида давлатлардаги диний эътиқоддан қатъий назар туризмнинг турли йўналишларида сайёҳатга бориши тушунилади. Бунда мусулмон туристларга уларнинг диний эътиқодлари асосида туризм хизматларни ташкил этиш ва кўрсатиш энг асосий фактор ҳисобланади. Шунинг учун бугун катта эътибор қаратилаётган ва истиқболли бўлган зиёрат туризми тушунчасини кенгроқ маънода тушуниш лозимдир. Қолаверса, Ўзбекистонда зардўштийлик, буддавийлик, христианлик дини билан боғлиқ археологик топилмалар ва тарихий мерос объектларининг мавжудлиги нуқтаи назаридан ёндашилса туризмнинг бу йўналиши зиёрат туризми сифатида қабул қилиниши асосли эканлиги тасдиқлайди.

Сўнгги йилларда жаҳонда мусулмон туристлари оқими йил сайин ўсиб бораётганлиги кузатилмоқда. 2017 йилда 131 млн², 2018 йилда бўлса 140 млн³ нафар мусулмон сайёҳлари туризми амалга оширилган бўлиб, 2020 йилда бу рақам 158 млн кишига (умумий туристик сигментнинг 10%), туризми бозори 220 млрд АҚШ долларига⁴, 2026 йилга борганда 230 млн нафарга, туризм бозори 300 млрд АҚШ долларига етиши⁵ башорат қилинмоқда.

Туризмнинг ушбу йўналишида Жануби-Шарқий Осиё мамлакатлари, биринчи навбатда Малайзия, Индонезия, Сингапур етакчилик қилиб келмоқда. Шу маънода Ўзбекистонда зиёрат туризми йўналишида ушбу мамлакатлар билан ҳамкорлигини ривожлантириш икки жиҳатга кўра истиқболли ҳисобланади.

Биринчидан, мусулмон аҳолиси сони бўйича жаҳонда биринчи ўринда турадиган Индонезияда 229 млндан ортиқ (аҳолининг 87,20%, дунё мусулмонларининг 12,70%), Малайзияда 16 млн ортиқ киши исломни ўз диний эътиқоди сифатида билади. Умуман минтақадаги давлатлар миқёсида олганимизда Филиппинда 8 млнга яқин, Камбоджада 3 млндан ортиқ, Таиландда 3 млн, Сингапурда 800 мингга яқин аҳолиси мусулмон ҳисобланади⁶. Шу жиҳатдан олиб қараганда, минтақа давлатлари мусулмон аҳолисини зиёрат туризми йўналишида жалб қилиш Ўзбекистон учун самарали ҳисобланади.

¹ Христов Т.Т. Религиозный туризм: учеб. пособие. 2-е изд., испр. – М.: Издательский центр «Академия», 2005. – С.10.

² Global Muslim Travel Index 2018 // By Mastercard-Crescentrating. GMTI 2018. – P.3.

³ Global Muslim Travel Index 2019 // By Mastercard-Crescentrating. GMTI 2019. – P.18.

⁴ Global Muslim Travel Index 2018 // By Mastercard-Crescentrating. GMTI 2018. – P.3.

⁵ Global Muslim Travel Index 2019 // By Mastercard-Crescentrating. GMTI 2019. – P.18.

⁶ Muslim Population By Country 2019 // <http://worldpopulationreview.com/countries/muslim-population-by-country/> (Access date: 26.11.2019)

Иккинчидан, минтақанинг Индонезия, Малайзия, Сингапур каби давлатлари мусулмон туризми йўналишида тўплаган тажрибасидан Ўзбекистонда туризмнинг ушбу йўналишини ривожлантиришда фойдаланиш ҳам муҳим аҳамият касб этади. Чунки, “Global Muslim Travel Index (GMTI)” нинг 2019 йил учун рейтингига кўра Индонезия ва Малайзия давлатлари биринчи ва иккинчи ўринларни банд этган бўлса, энг асосийси аҳолисининг бор йўғи 15% яқини исломга эътиқод қиладиган Сингапур мусулмон туристларни жалб қилиш ва уларга ўз эътиқодлари талаблари даражасида туристик хизматни йўлга қўйиш бўйича Ислом Ҳамкорлик Ташкилотига аъзо бўлмаган давлатлар ичида ушбу рўйхатни бошқармоқда. Ҳолбуки, Сингапур кўп сонли мусулмон туристларини зиёрат ундайдиган дунёга машхур исломий мерос объектларига ҳам эга эмас. Ушбу давлатларнинг бу соҳадаги эришган натижалари биринчи навбатда туризмга индустрия даражасида эътибор қаратилганлигида деб ҳисоблаш керак.

Ўзбекистон Республикасида мусулмон, айниқса зиёрат туризми йўналишида мазкур давлатлар орзу қиладиган даражада катта салоҳиятидан фойдаланиб, ушбу йўналишни ривожлантириш ва жаҳонда ўз мавқеини ошириш кўп жиҳатдан халқаро ҳамкорлик билан ҳам чамбарчас боғлиқдир. Чунки мамлакатнинг шу йўналишдаги халқаро мавқеи биринчи навбатда бу борада ишлаб чиқилган халқаро меъёрларнинг жорий қилинишини талаб этади. Айтиш керакки, шу ўн йилликнинг бошларидан туристик хизматни кўрсатувчилар мусулмон туристлари эҳтиёжларини (диний талабларга мувофиқ) “Halal Travel 1.0” асосида таъминлаб келган. Унда асосан ҳалол озиқ-овқат вариантлари, покиза таҳоратхоналар ва ибодат қилиш масканлари кўзда тутилган¹.

Замонамизда технологик инновацияларнинг айниқса, рақамли технологияларнинг шиддат билан ривожланиши мусулмон туризмида янги босқичнинг бошланишига олиб келаётганлиги “Halal Travel 1.0” дан янги “Halal Travel 2.0” босқичига ўтиш жараёни бошланишига сабаб бўлди. Сабаби замонавий рақамли технологиялар бугун тобора бошқалар қатори мусулмонлар ҳаётининг ажралмас қисмига айланиб бормоқда. Жорий қилиниш босқичида бўлган “Halal Travel 2.0”нинг 2019 йилда 17 тенденцияси санаб ўтилди. Бу эса зиёрат туризми йўналиши замон талаблари асосида ривожланиш йўлида эканлигини яна бир бор тасдиқлайди. Ҳозирда мусулмон туризми халқаро рейтинги 130 йўналиш асосида шакллантирилаётганлигининг ўзи Ўзбекистон олдида шу йўналишда халқаро даражада эътироф этилишида нечоғлик масъулиятли вазифалар турганлигини кўрсатиб турибди.

Тўғри, охириги икки-уч йил давомида Ўзбекистонда зиёрат туризмини ривожлантириш учун катта ишлар амалга оширилди. Туризмни ривожлантириш давлат кўмитаси бу ишларда асосий ролни бажариб бермоқда. Кўмита Сингапурнинг “CrescentRating International” агентлиги билан ҳамкорлик ўрнатиши Ўзбекистонда зиёрат туризмини халқаро даражага кўтариш йўлида муҳим кадам бўлди². Ушбу агентлик кўмагида зиёрат туризмини республикада ривожлантириш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқилди, унинг асосида халқаро аэропортларда

¹ Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019: Indonesia and Malaysia Take the Top Positions in the Fast Growing Muslim Travel Market // <https://newsroom.mastercard.com/asia-pacific/press-releases/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-gmti-2019-indonesia-and-malaysia-take-the-top-positions-in-the-fast-growing-muslim-travel-market/>

² Global Muslim Travel Index: Узбекистан поднялся в рейтинге зиёрат-туризма 12.04.2019 // <https://uzbektourism.uz/ru/newnews/view?id=283>

ибодат қилиш учун шароитлар яратилди. Шунингдек, зиёрат туризми йўналишида биринчи марта Малайзиянинг MS 2610:2015 “Muslim friendly hospitality services – Requirements” стандарти намунасида Ўзбекистоннинг O‘z DSt 3334 - “Туризм хизматлари. Мусулмон меҳмондўстлиги. Талаблар” стандарти қабул қилиниб, унда мусулмон саёҳатчиларига тақдим этиладиган маҳсулотлар ва хизматларнинг ишончлилигини сақлаш учун қафолат тизимини яратишда туризм соҳаси иштирокчилари учун ислом қоидаларига асосланган талаблар ўз аксини топди¹.

Ўзбекистондаги зиёрат туризми йўналишида қилинаётган ишлар самараси халқаро даражада мамлакатнинг ўрни ўсиб боришини таъминлаётганлигини таъкидлаш керак. Жумладан, “GMTI” 2018 йил учун рейтингда Ўзбекистон 47.7 кўрсаткичи билан 32 пағонани эгаллаган бўлса, 2019 йил учун рейтингда кўра 55 балл билан 22 ўринни қайд этди.

Шундай қилиб, Ўзбекистоннинг Индонезия, Малайзия ва Сингапур давлатлари билан туризм соҳасидаги ҳамкорлиги мамлакатга иқтисодий манфаатли бўлиши билан бирга, энг асосийси зиёрат туризминини ривожлантиришга, шу йўналишда халқаро мавқеини мустақкамлашга кўмак беради. Айниқса, бунда биринчи навбатда ҳамкорликда зиёрат туризми йўналиши менежменти ва маркетинги соҳасида кадрлар тайёрлашни йўлга қўйиш, туризм мутахассисларининг зиёрат туризми йўналишида малака ошириш ишларини ташкил қилиш республикадаги бугунги ислохотларнинг самарадорлигини оширишга катта ижобий таъсир кўрсатади.

ТУРИЗМДА ТРАНСПОРТ ИНФРАТУЗИЛМАСИНИ ДАВЛАТ-ХУСУСИЙ ШЕРИКЛИГИ АСОСИДА БОШҚАРИШНИНГ ХОРИЖ ТАЖРИБАСИ

Якубова Шамшинур Шухратовна
ҚарДУ, “Иқтисодиёт ва сервис” кафедраси
катта ўқитувчиси, и.ф.н.
Жураев Шохрух, ҚарДУ талабаси

Транспорт инфратузилмаси туризмнинг ривожланишида ўзига хос ўринга ва аҳамиятга эгадир. Давлат транспорт инфратузилмасини бошқариш ва ривожлантиришда муҳим ўрин эгаллайди, зеро у барча мамлакатларда асосий транспорт ресурсларининг мулкдори ва эгаси ҳисобланади, шунингдек, транспорт инфратузилмасига сармоя киритувчи асосий инвестор ва транспорт тармоғининг стратегик ривожланиши учун масъул ҳисобланади. Жамоат транспорти юқори даромад келтирмайди, аммо шу билан бирга, маҳаллий аҳолининг турмуш даражаси ва сифатини белгилаб берувчи ижтимоий аҳамиятга молик бўлган ҳамда катта ҳажмдаги капитал қуйилмаларни талаб этадиган тармоқлардан биридир. Шунини таъкидлаш керакки, маҳаллий транспорт тармоғи хорижий туристларга саёҳатлар учун қўшимча имкониятлар ва хизмат турлари тақдим этиши ёки этмаслиги ҳам мумкин. Мамлакатнинг транспорт потенциалини янада кучайтириш ва уни самарали бошқаришда турли давлатлар қуйидаги йўналишлардаги механизмлардан фойдаланадилар:

1) давлат аҳамиятидаги корхоналарга ташқи сармояларни жалб қилиш мақсадида транспорт мажмуаси корхоналарини концессия, ижара шартномалари

¹ Туризм хизматлари. Мусулмон меҳмондўстлиги. Талаблар. Расмий Нашр. Ўзбекистон стандартлаштириш, метрология ва сертификатлаштириш агентлиги. Тошкент // O'z%20DSt%203334%20Уз.htm

ёки давлат ва хусусий сектор ҳамкорлигининг турли шакллари асосида қисман ёки тўлиқ хусусийлаштиришни амалга ошириш; 2) транспорт мажмуасини комплекс тарзда давлат томонидан молиялаштириш ва тартибга солиш; 3) давлат тасарруфидаги корхоналарни бошқаришда хусусий компанияларни жалб қилиш, уларга транспорт объектларини бошқариш ҳуқуқини тақдим қилмаслик шарти асосида; 4) юқоридаги бир неча механизмлардан биргаликда фойдаланиш.

Масалан, фуқаролик авиацияси секторини бошқаришнинг америкача моделида аэродромга эгалик ҳуқуқи давлат тасарруфида бўлади ва давлат мажбурий равишда йилига 1 млрд. доллар миқдорида инвестициялар киритиши лозим¹. Шунини айтиш керакки, АҚШ аэропортлар сони ва авиайўловчиларнинг миқдори бўйича жаҳонда етакчи ўринда туради².

Транспорт мажмуасини бошқаришнинг Европа моделида эса аэропортларга эгалик қилиш давлат (регионал, муниципал) ва хусусий секторнинг турли улушларидан таркиб топади (1-жадвалга қarang).

1-жадвал

Аэропортларни бошқаришнинг турли мулк шакллари ўртасида тақсимланиши³

Мамлакат	Аэропорт / шаҳар	Федерал (миллий) мулк	Регионал (муниципал) мулк	Хусусий мулк
Австрия	Швехат/Вена		40%	60%
Буюк Британия	Хитроу/Лондон			100%
	Бирмингем/Бирмингем		49%	51%
	Манчестер/Манчестер		100%	
Германия	Шенефельд/Берлин	26%	74%	
	Тегель/Берлин			
	Бранденбург/Берлин			
	Франкфурт/Франкфурт Майнда	18%	53%	29%
	Мюнхен/Мюнхен	26%	74%	
Италия	Фьюминичино/Рим			100%
	Марко Поло/Венеция	29%	38%	33%
Франция	Шарль де Голль/Париж	52%		48%
Швейцария	Клотен/Цюрих		100%	
Россия	Внуково/Москва		75%	25%
	Домодедово/Москва			100%
	Шереметьево/Москва	83%		17%
	Минеральные Воды/Минеральные Воды		100%	

¹ Зарубежный и отечественный опыт управления городским пассажирским транспортом в рыночных условиях: учебное пособие/ под общей редакцией В.А. Персианова. – М.: ГУУ, 2006. – 63 с.

² Ярошевич Н.Ю. Особенности развития аэропортовых комплексов в системе международных воздушных перевозок // Вестник, 2010, №4, с. 78-85

³ Жадвал муаллифлар томонидан интернет ресурслари маълумотлари асосида тузилди: <http://avia.biz.ua/news/experts/24946-hempton-linn-osobennosti-upravleniya-i-privatizatsii-aeroportov-v-ssha/>

Бунда асосан хусусий аэропортлар ўз фаолиятида юқори натижаларга эришадилар. Европа аэропортлари бюджетига келиб тушадиган тушумнинг 50-60%и аэропорт фаолиятига тегишли бўлмаган хизматлардан, қолган 40%и аэропорт фаолиятидан келиб тушади. Ваҳоланки, МДХга аъзо давлатларда, хусусан, Россияда бу кўрсаткич атиги 6-8%ни ташкил қилади¹.

Аҳоли ўртасида йўловчиларни ташишда шаҳар транспортининг оммавийлиги турли мамлакатларда ўзаро фарқ қилади; масалан АҚШда умумий саёҳатларда унинг улуши 15-20%ни, Япония ва Францияда – 20-30%ни, Буюк Британия ва Германияда – 30-40%ни, Россияда эса камида 75%ни ташкил қилади. Хорижий туристлар ҳам ўз саёҳатларида жамоат транспортдан фойдаланишни афзал кўрадилар. Бироқ ҳар қандай давлат ёки шаҳар ҳам туристларга саёҳатнинг қулай схемаларини, комфортабелли ва хавфсиз транспорт воситаларини, қизиқарли маршрутларни таклиф эта олмайди. Бу борада туристларнинг маҳаллий транспорт тизими ҳақида тўлиқ ахборотга эгаллиги, йўл ҳужжатларини расмийлаштириш жараёни ва шаҳар йўловчи транспортининг самарали бошқарилиши муҳим аҳамиятга эгадир. Ривожланган мамлакатларда мазкур тармоқда давлат назоратидан чиқариш, хусусийлаштириш ва давлат дотацияларини камайтириш жараёнлари жадаллашмоқда. Бундан асосий мақсад ШЙТнинг эксплуатация харажатларининг давлат бюджети эмас, балки маҳаллий бюджетлар ҳисобидан (ҳамда йўловчилар томонидан тўланадиган йўл ҳақлари ҳисобига) қопланишига ўтиш ҳисобланади.

Масалан, туризмнинг рақобатбардошлиги ва транспорт инфратузилмасининг ривожланганлиги борасида етакчи ўринда турган мамлакатларда ШЙТнинг эксплуатация харажатларини давлат дотациялари асосида қоплаш даражаси нолга тенг. Шу билан бирга, ҳукумат органларининг транспорт корхоналари фаолиятини маъмурий назорат қилишнинг қонуний жиҳатдан белгиланган қуйидаги вазифалари сақлаб қолинган: тенг ҳуқуқли рақобатбардош шароитларни таъминлаш, табиий монополиялар фаолиятини тартибга солиш, хавфсизликнинг барча талабларига мувофиқликни таъминлаш. ШЙТнинг ижтимоий аҳамияти юқорилигига қарамасдан, бу тармоқда ҳам хусусийлаштириш, давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусий-давлат ҳамкорлиги жадаллашмоқда. Масалан, буюк Британияда барча автобус компаниялари (Лондон компанияларидан ташқари) хусусий компаниялар ҳисобланади. Лондон шаҳри метроси муниципалитетнинг мулки ҳисобланади, бироқ 2002 йилдан бошлаб уни ҳам хусусий компания бошқариб келмоқда.

Ривожланган мамлакатларда транспорт инфратузилмасини бошқаришда қуйидаги асосий йўналишларни ажратиш кўрсатиш мумкин:

- транспорт корхоналарини монополиядан чиқариш, давлат назоратидан чиқариш ва хусусийлаштириш; - мавжуд транспорт тармоқларини модернизация қилиш, уларнинг ўтказиш қобилиятини ошириш, юқори тезликда ҳаракатланишни ривожлантириш; - товар ва хизматлар таннархида транспорт харажатларини камайтириш; - транспортнинг ва ёқилғининг янги турларини ривожлантириш; - йирик шаҳарларда транспорт воситаларининг миқдорини камайтириш; - жамоат транспортини устувор соҳа сифатида ривожлантириш.

Ривожланаётган давлатларда эса бу соҳада асосий эътибор транспорт имкониятларини кенгайтириш, автомобил ва темир йўллари тармоқларини жадал

¹ <http://avia.biz.ua/news/experts/24946-hempton-linn-osobennosti-upravleniya-i-privatizatsii-aeroportov-v-ssha>

ривожлантириш, янги ва замонавий услубдаги аэропортларни қуриш, маҳаллий авиакомпанияларни қўллаб-қувватлашга қаратилади.

Хулоса қилиб айтадиган бўлсак, глобаллашув, транспорт воситаларининг тараққий этиши, жаҳонда туристик аҳамиятга молик ҳудудларнинг кенг жойлашганлиги шароитида мамлакатимизнинг туризм бизнеси жаҳон туризм индустриясининг ажралмас қисмига айланиб бормоқда. Шу сабабли бу соҳада рақобатбардошликни ошириш мақсадида жаҳон тажрибасидан фойдаланиш муҳим ўрин тутди. Туризмда транспорт инфратузилмасини ривожлантиришнинг асосий йўналишлари ва соҳадаги хорижий мамлакатларнинг тажрибасини ўрганиш, туризмни ривожлантиришда умумий бўлган ҳудудий муаммоларнинг ҳал қилиниши Ўзбекистонда туристик мақсадлар учун транспорт хизматларини янада такомиллаштиришнинг асосий йўналишларини белгилаш имконини беради.

6-ШЎЪБА. ДАВЛАТ-ХУСУСИЙ ШЕРИКЛИГИ АСОСИДА ШАКЛЛАНГАН ИҚТИСОДИЙ МУНОСАБАТЛАРНИНГ БАРҚАРОРЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШ МЕХАНИЗМЛАРИ

ХИЗМАТЛАР СОҲАСИДА КЛАСТЕРЛАР ФАОЛИЯТИНИ БОШҚАРИШДА ДАВЛАТ-ХУСУСИЙ ШЕРИКЧИЛИК МЕХАНИЗМИНИНГ ЎРНИ

**Жўраева Нодирахон Қурбоновна
Фарғона политехника институти тадқиқотчиси**

Уй-жой коммунал хизматлари соҳасида “уй-жой коммунал хизматлари маҳаллий кластери” фаолияти соҳа хизматлари истеъмолчи ҳамда истеъмолга тақдим этилаётган коммунал ресурсларни ишлаб чиқариш ва тақсимоли жараёнидаги табиий монополияни ҳисобга олган ҳолда кластернинг ядроси ҳисобланган, давлат-хусусий шерикчилик тамойилида ташкил этилган корхона томонидан кластернинг таъминот тизимлари ҳамда хизмат кўрсатувчи ва пудратчилари томонидан етказиб берилган ресурслар ва хизматларни истеъмолчиларга мавжуд талаб асосида етказиб беришга асосланади. “Уй-жой коммунал хизматлари маҳаллий кластери” алоҳида ҳудудларда яшовчи истеъмолчиларнинг ушбу йўналишдаги барча эҳтиёжларини қондиришни кўзда тутди ва умумий ҳолда унинг таркиби ва фаолият йўналишларини 1-расмда кўриш мумкин.

Кластернинг марказий субъекти ҳисобланган корхонанинг шакли шериклар – маҳаллий давлат бошқаруви вакиллари, хусусий тадбиркорлар ҳамда истеъмолчилар вакиллари иборат таъсисчиларнинг қўшган улушидан келиб чиқиб ширкат ёки ҳиссадорлик корхонаси шаклидан иборат бўлади. Корхонанинг бошқарув тизими томонидан қабул қилинадиган қарорлар стратегик аҳамиятга эга бўлган ушбу соҳанинг истеъмолчилари, фаолиятни ташкил этиш ва амалга ошириш функциясини бажарувчи хусусий тадбиркор ҳамда фаолият учун зарурий маблағ ва мулкни тақдим этувчи давлат органлари вакиллари иштирокида қабул қилинади. Қабул қилинадиган қарорларни ишлаб чиқишда ҳар учала шерикнинг иштирок этиши амалга ошириладиган фаолият натижаси бўлган хизматларини ишлаб чиқариш, тақсимлаш ва истеъмол қилиш жараёнидаги барча субъектларнинг манфаатларини ҳисобга олинишини таъминлайди.

“Маҳаллий уй-жой коммунал хизматлари кластери”нинг бугунги кунда амалиётда мавжуд бўлган кўп хонадонли уйларга хизмат кўрсатувчи хусусий уй-жой мулкдорлари ширкати фаолиятдан асосий фарқи – корхона ўз фаолиятига бозор муносабатларини чуқурроқ киритади, кичик хусусий оператор сифатида асосий коммунал ресурслар (электр энергияси, иссиқлик энергияси, табиий газ ва ичимлик суви)ни етказиб берувчилардан улгуржи баҳоларда харид қилган ҳолда чакана баҳоларда, яъни белгиланган тарифлар асосида аҳолига бугунги кунда коммунал ресурслар етказиб берилаётган баҳоларда истеъмолчиларга тақдим этади. Албатта, бу жараёнда зарурий тармоқ ва жиҳозлар, қурилма ва иншоотларни қуриш корхона учун молиявий жиҳатдан нисбатан қимматга тушади ва ушбу воситаларни қуриб учун корхонага жуда катта ҳажмдаги молиявий ресурслар зарур бўлади. Айнан мана шу жараёнда давлат-хусусий шерикчилик механизми орқали жараённи молиялаштириш учун зарур бўлган молиявий ресурсларнинг бир қисмини таъминлайди.

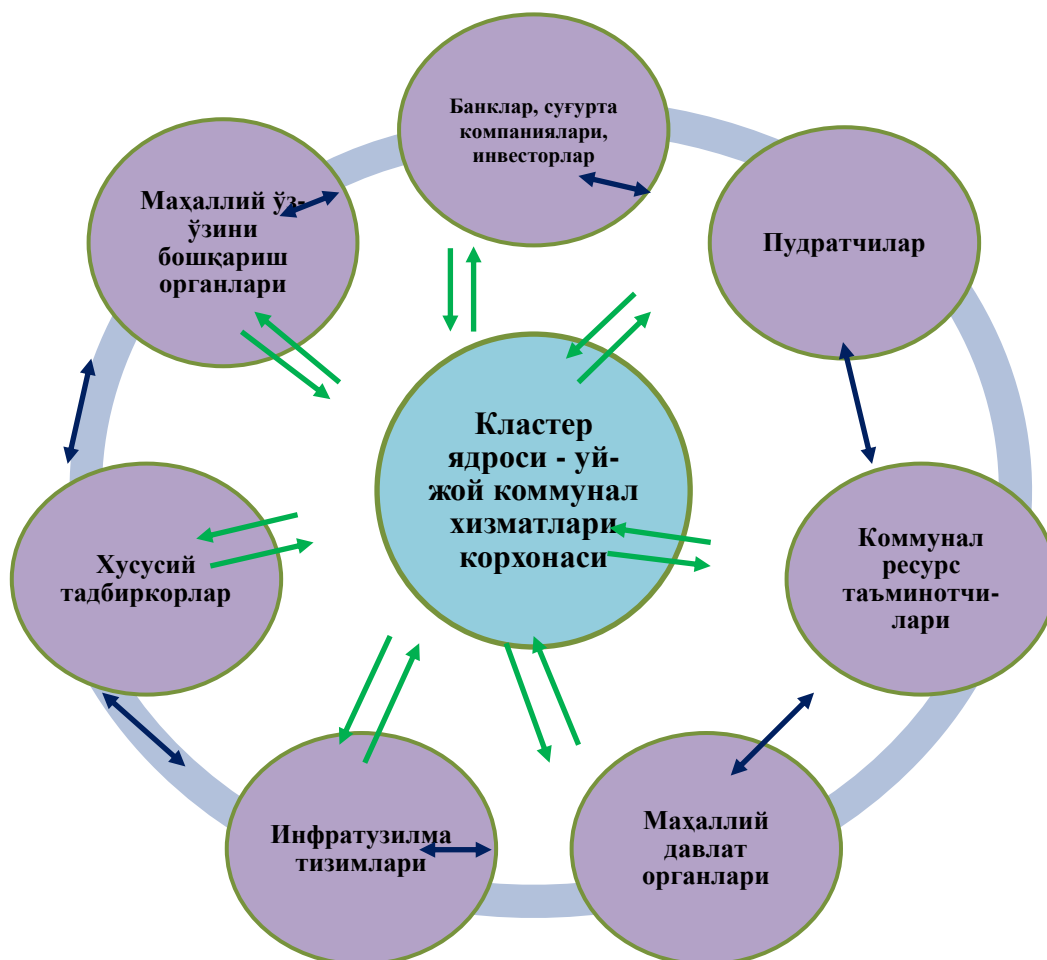
Бошқача айтганда, давлат-хусусий шерикчилик механизми асосидаги маҳаллий уй-жой коммунал хизматлари кластерининг учта асосий жараёнида давлатнинг иштироки муҳим ҳисобланади:

1. Етказиб берилаётган коммунал ресурслар учун истемолчиларнинг реал тўлов қобилиятини ҳамда ушбу ресурсларни ишлаб чиқарувчиларнинг харажатларини ҳисобга олган ҳолда улгуржи ва чакана баҳоларни – тарифларни ишлаб чиқиш жараёнидаги иштирок.

2. Кластернинг асосий бўғини – ядроси ҳисобланган корхона томонидан зарурий жиҳоз, тармоқ, иншоот ва тизимларни яратиш жараёни учун молиявий ресурсларни киритиш жараёнидаги иштирок.

3. Яратилган ва истемолчиларга етказиб берилаётган хизматлар сифатини белгиловчи сифат меъёрлари ва стандартларини ишлаб чиқиш ҳамда унга амал қилинишини назорат қилиш жараёнидаги иштирок.

Давлат томонидан кластер фаолиятига алоқадор бўлмаган ҳолда ижтимоий дастурлар орқали аҳолининг ижтимоий ҳимояга муҳтож қатламларига меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларда белгиланган ҳолатлар учун давлат бюджетидан зарурий субсидиялар ажратилиши давлатнинг кластер билан боғланмаган ҳолдаги соҳа фаолиятига билвосита таъсир ҳисобланади.



1-расм. “Маҳаллий уй-жой коммунал хизматлари кластери”ни ташкил этувчи субъектлар¹

“Маҳаллий уй-жой коммунал хизматлари кластери”ни ташкил этувчи субъектлар қуйидагилардан иборат:

¹ Муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

1. Кластер ядроси - уй-жой коммунал хизматлар корхонаси истеъмолчиларга уй-жой коммунал хизматлари кўрсатади.

2. Банклар, суғурта компаниялари, инвесторлар – кластер иштирокчилари фаолияти учун зарур бўлган молиявий ресурсларни таъминлаб беради.

3. Пудратчилар – уй-жой коммунал хизматлари корхонаси фаолияти учун зарур бўлган бинолар, иншоотлар, тизимлар, тармоқларни куради, мукамал таъмирлайди ва янгилайди.

4. Коммунал ресурс таъминотчилари - уй-жой коммунал хизматлари корхонасига асосий турдаги коммунал ресурслар (электр энергияси, иссиқлик энергияси, табиий газ ва ичимлик суви)ни улгуржи баҳоларда етказиб беради.

5. Маҳаллий давлат органлари – фаолиятни амалга ошириш учун давлат мулкани давлат-хусусий шерикчилик тамойили асосида уй-жой коммунал хизматлари корхонасига беради, зарурий ҳолларда таъсисчи сифатида маҳаллий бюджет маблағларини қўшимча инвестиция қилади, коммунал ресурсларнинг улгуржи ва чакана баҳолари – тарифларни белгилашда корхона фаолиятини ривожлантириш йўналишидаги қарорлар қабул қилишда иштирок этади.

6. Инфратузилма тизимлари - уй-жой коммунал хизматлари корхонаси фаолиятини ташкил этиш учун зарур бўлган турли хизматларни таъминлаб беради.

7. Хусусий тадбиркорлар - уй-жой коммунал хизматлари корхонаси фаолиятини ташкил этади, амалга оширади, молиявий ресурсларни инвестиция қилади, умуман олганда, корхона фаолиятини амалга оширади.

8. Маҳаллий ўз-ўзини бошқариш органлари - уй-жой коммунал хизматлари корхонасининг хизмат кўрсатилаётган ҳудуддаги истеъмолчилар билан алоқасини таъминлайди, коммунал ресурсларнинг улгуржи ва чакана баҳолари – тарифларни белгилашда корхона фаолиятини ривожлантириш йўналишидаги қарорлар қабул қилишда иштирок этади.

Кластернинг марказий ташкил этувчиси бўлган давлат-хусусий шерикчилик тамойили асосида ташкил этиладиган корхона аҳоли пунктнинг табиий-географик жойлашуви, истеъмолчилар сони, зарурий тармоқлар ҳажми ва бошқа бир қатор омилларни ҳисобга олган ҳолда 50-100 хонадон ташкил этилади.

Кластер таркибидаги корхона, ташкилот ва муассасалар фаолиятини ташкил этиш зарурий боғланишларни тўғри ташкил этиш ва ушбу боғланишлар асосида кластер ичидаги иштирокчилар ҳамда истеъмолчилар ўртасидаги муносабатлар тизимини шакллантиришни талаб этади. Ушбу муносабатларни тўғри ташкил этилишини таъминлаш мақсадида тадқиқот давомида уй-жой коммунал хизматлари соҳасида давлат-хусусий шерикчилик механизми асосида “маҳаллий уй-жой коммунал хизматлари кластери”ни ташкил этиш модели ишлаб чиқилди ва ушбу моделдан жараённи ташкил этишда фойдаланиш тавсия этилади.

Ушбу модел кластер таркибидаги ички ва ташқи муносабатлар тизимини кўрсатиб, ҳар бир иштирокчининг кластер фаолияти давомидаги бошқа тизим ва корхоналар билан тўғри ва тескари алоқалари ҳамда ҳар бир жараённинг ҳуқуқий асослари (қонунлар, меъёрий ҳужжатлар, стандартлар ёки шартномалар) аниқ кўрсатилган.

Юқоридаги тизимни амалиётга жорий этиш учун бугунги кунда давлатнинг уй-жой коммунал хизматлари соҳасидаги сиёсатини амалга оширишга масъул ҳисобланган Ўзбекистон Республикаси Уй-жой коммунал хизмат кўрсатиш вазирлиги томонидан қуйидаги йўналишлардаги кенг камровли тадбирларни амалга ошириш талаб этилади:

- аҳоли яшайдиган ҳудудларни хатловдан ўтказган ҳолда ҳудудларнинг табиий-иқлим шароитларини ҳисобга олиб, “маҳаллий кластерлар” ва унинг таркибидаги уй-жой коммунал хизматлари корхоналарини ташкил этиш имкониятларини баҳолаш;

- уй-жой коммунал хизматлари истеъмолчилари, яъни аҳоли орасида ташкил этилиши белгиланган тизим фаолияти ва афзалликлари тўғрисида кенг тарғибот фаолиятини амалга ошириш;

- янги тизим фаолиятининг меъёрий-ҳуқуқий асосларини такомиллаштириш учун зарурий ҳуқуқий меъёрий ҳужжатлар лойиҳаларини ишлаб чиқиш ҳамда ҳукумат даражасида кучга киришини таъминлаш;

- янги тизим корхоналарини ташкил этиш жараёнида тендер ва танловларни холис ўтказилишини таъминлаш;

- ташкил этиладиган янги тизим корхоналарида моделда таклиф этилган давлат-хусусий шерикчилик механизмларининг тўлақонли амал қилишини назорат қилиш ва зарурий ҳолларда мувофиқлаштириш.

ДАВЛАТ-ХУСУСИЙ ШЕРИКЧИЛИГИ- ХУСУСИЙ ТАЪЛИМ ХИЗМАТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ИННОВАЦИОН ВОСИТАСИ СИФАТИДА

**Шарипов Ботирали Рохаталиевич
Юлдашев Қодиржон Мамаджонович
Нам.МТИ“СИЧТЭИ”кафедраси доцентлари**

Мамлакатимизда 2017-2021-йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясидаги устувор йўналишлардан бири бу “Ижтимоий соҳани ривожлантириш” йўналишидир. Бу йўналишнинг муҳим қисмларидан бири “Таълим ва фан соҳасини ривожлантириш” бўлиб, унда мактабгача таълим муассасаларини, умумий ўрта, ўрта махсус ва олий таълим муассасаларининг сифатини яхшилаш ҳамда уларни ривожлантириш чора-тадбирлари туради. Бу борада нодавлат таълим муассасаларини ривожлантириш таълим муассасалари ўртасидаги соғлом рақобат муҳитини яратади. Бу борада хусусий мулк дахлсизлиги яъни хусусий мулкни давлат томонидан кафолатли химояланганлиги муҳим ўрин тутди. Давлат-хусусий шерикчилик механизми тамойилларини ижтимоий соҳаларга жорий этишда хорижий мамлакатлар тажрибасини, иқтисодий таълимотлар тарихини ўрганиш, таҳлил қилиш ва улардан фойдаланиш мамлакатимизни янада ривожлантиришда муҳим аҳамият касб этади. Ҳаракатлар стратегияси”нинг 1.2 бандида келтирилган “Мамлакатни ижтимоий-сиёсий ва ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш бўйича вазифаларни амалга оширишда ўзаро манфаатли ҳамкорликнинг самарасини оширишга қаратилган давлат-хусусий шерикчиликнинг замонавий механизмларини жорий этиш” йўналишига мос келади. Чунки ижтимоий соҳа объектларини давлат бюджети маблағлари ҳисобидан молиялаштиришни қисқартиришнинг асосий манбаи бўлиб хусусий сектор вакиллари бу жараёнга фаол жалб қилиш орқали эришиш мумкинлигидир. Ҳозирги кунда долзарб масала сифатида мактабгача таълимни бошқаришнинг замонавий механизмларини жорий этиш, тарбия ва ўқув жараёнини такомиллаштириш, мактабгача таълим муассасаларининг инфратузилмаси ва моддий-техник жиҳозланишини яхшилаш бўйича комплекс чора-тадбирларни амалга ошириш назарда тутилмоқда. Ўзбекистон Республикаси Президентининг

2017-йил 15- сентябрдаги "Нодавлат таълим хизматлари кўрсатиш фаолиятини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида"ги қарори нодавлат таълим муассасаларини ривожлантириш масалалари долзарб эканлиги кун тартибига қўйди ва ечимини топиш бўйича йўналишини белгилаб берди. Юқоридаги муаммоларнинг аксарияти Давлат-хусусий шерикчилик механизмини мамлакатимиз миллий иқтисодиётининг ижтимоий соҳа объектларида жорий этиш йўли билан ўз ечимини топади. Бу эса бозор муносабатларини тараққий этишида Ўзбекистоннинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш мақсадларига эришишнинг муҳим шарт ҳисобланади. Шунинг учун Президентимиз томонидан замонавий ва ҳаммабоп мактабгача таълим муассасаларини ташкил этиш мақсадида таълим тизимига давлат-хусусий шерикчилик механизмини жорий этиш масаласи кўп бора таъкидланиб келинмоқда. Давлат-хусусий шерикчилик механизмини жорий этишнинг аҳамияти ижтимоий соҳа харажатларини режалаштириш ва сарфлаш шаффофлигини ошириш чораларини кўриш, фаолиятининг очиқлиги ва уларнинг мустақиллигининг оширилиши давлат-хусусий шерикчиликни йўлга қўйиш учун асос бўлиб хизмат қилади. Шунингдек, ижтимоий соҳаларда хизмат кўрсатиш нархларининг мақбуллиги ва арзонлигини таъминлаш мақсадида инвесторларга кенг солиқ имтиёзлари ва имтиёзли кредитлар тақдим этилади. Давлат-хусусий шерикчилик асосида янги турдаги мактабгача таълим муассасалари умумтаълим мактабларининг ташкил этилиши, 2018 йил 1 январдан бошлаб, 5 йил давомида хусусий боғчалар умумтаълим мактаблари томонидан табиий газ ва электр энергияси учун сарфланадиган маблағнинг ярми давлат бюджети ҳисобидан қопланиши кўзда тутилган. Давлат-хусусий шерикчилик механизмини таълим тизимига самарали жорий этиш мақсадида бу борада ривожланган давлатлар тажрибасини ўрганиш мақсадга мувофиқдир. Америка Қўшма Штатларида давлат-хусусий сектор ҳамкорлиги масалалари Н. Anthony, Р. Felipe ва J. Guáqueta лар илмий изланишларида ўз ифодасини. Америка Қўшма Штатларида давлат-хусусий сектор ҳамкорлиги натижасида таълим соҳасидаги хусусий секторнинг ролини ошириш, давлат норматив-ҳуқуқий базасини яратиш таълим хизматлари танлови ошишини ва таълимнинг сифат жиҳатидан натижалар яхшилангалигини айтиб ўтиш жоиз. Бу эса Америка Қўшма Штатларида давлат-хусусий сектор ҳамкорлиги натижасида таълим муассасалари ўртасида рақобатни янада ривожлантириш орқали таълим сифатини ошганлигида намоён бўлади. [1]. Мамлакатимизда эса давлат-хусусий шерикчиликнинг шаклланиши ва уни ривожлантириш масалалари Н. Юсупов ва Ф. Карабаевлар ининг назарий-услубий масалаларини тадқиқ қилган бўлсалар, [2] А. Низамов эса "Таълим муассасаларининг ижтимоий ҳамкорлигида давлат-хусусий шерикчилик модели"ни жорий этиш бўйича илмий изланишлар олиб бормоқдалар [3]. Умумий ўрта таълим сифатини тубдан ошириш, интеллектуал, эстетик ва жисмоний баркамол авлодни шакллантиришни ҳамда ёшларга таълим беришни янги сифат даражасига кўтариш, шу жумладан, чет тилларни, информатика ҳамда математика, физика, кимё, биология каби муҳим ва талаб юқори бўлган бошқа фанларни чуқурлаштириб ўрганиш масалалари долзарб ҳисобланади. Бу борада ривожланган давлатлар тажрибаси шуни кўрсатмоқдаки, давлат ва нодавлат таълим муассасалари ўртасида соғлом рақобат фуқароларнинг сифатли таълим олишга бўлган ҳуқуқини рўёбга чиқаришга хизмат қилишини кўрсатмоқда. Шунинг учун ҳам бир қатор ривожланган хорижий мамлакатларда нодавлат таълим секторининг умумий ўрта таълимдаги улуши юқори бўлиб, Германияда 12 фоизни, Францияда 17 фоизни, АҚШда 18 фоизни, Буюк Британияда 20 фоизни, Испания, Ирландия ва

Голландияда 30 фоизни ташкил этади. Мамлакатимизда ҳам кейинги йилларда хусусий таълим муассасаларини ривожлантиришга алоҳида аҳамият берилмоқда. Хозирги кунда республикада 43 та нодавлат умумий ўрта таълим мактаби тегишли лицензияга эга бўлиб, халқ таълими тизимидаги 9680 та мактабга нисбатан уларнинг улуши 0,4 фоизни ташкил этади. Нодавлат умумий ўрта таълим мактабларининг аксарият қисми (27 та) Тошкент шаҳрида жойлашган, Қорақалпоғистон Республикаси, Бухоро, Жиззах, Қашқадарё, Навоий, Сирдарё, Сурхондарё ва Тошкент вилоятларида бирорта нодавлат мактаби ташкил этилмаган. Маълумотлардан шуни кўриш мумкинки, нодавлат таълим муассасалари энди ривожланаётган бўлсада, бу борада ҳали қатор ишларни амалга ошириш зарур.

Фаолият кўрсатаётган нодавлат таълим муассасаларидан 20 таси бошланғич таълим (1-4-синфлар), қолган 23 таси умумий ўрта таълим (1-9-синфлар) босқичларига мўлжалланган, улардаги 330 та синфда 6 мингга яқин ўқувчи таълим-тарбия олади (давлат мактаблари контингентига нисбатан 0,12%).

Бизнинг фикримизча давлат-хусусий шерикчилик механизми таълим тизимининг сифати ва самарадорлигини оширишнинг бир усули бўлибгина қолмай таълимни молиялаштиришнинг инновацион воситаси ҳамдир.

Давлат-хусусий шерикчилик механизмини жорий этилиши иштирокчиларга қандай самара беради деган савол туғилади.

Давлат-хусусий шерикчилик механизмидан давлат манфаатлари учун келадиган самарадорлик қуйидагилардан иборат:

1. Давлат-хусусий шерикчилик механизми орқали бюджет маблағларини тежаш имконияти ортади.
2. Давлат ижтимоий соҳани молиялаштиришда инновацион воситалардан фойдаланади.
3. Мамлакат таълим тизимида хусусий капитал маблағларини тизимга жорий этиш имконияти ортади.
4. Хусусий молиявий қўйилмаларни хусусий таълим муассасаларини молиялаштиришга жалб этиш орқали харажатлардан самарали фойдаланиш имконияти ортади.
5. Хусусий таълим муассасаларининг рақобатбардошлиги ортади, замонавий рақобатбардош таълим хизматлари ривожланади.

Давлат-хусусий шерикчилик механизмидан таълим тизимига келадиган самарадорлик қуйидагилардан иборат:

1. Мамлакат таълим тизимида замонавий рақобатбардош кадрлар тайёрлаш самарадорлиги ортади.
2. Хусусий таълим муассасалардаги педагогик кадрлар ва мутахассисларни молиявий қўллаб-қувватлаш имкониятлари ортади.
3. Хусусий таълим муассасаларини замонавий жихозлаш имконияти юзага келади.
4. Хусусий таълим муассасаларидаги инновацион ғояларни жорий этиш имкониятлари юзага келади.
5. Хусусий таълим муассасаларини моддий-техника таъминоти мустаҳкамланиб, ходимларнинг меҳнатдан манфаатдорлиги ортади.

Давлат-хусусий шерикчилик механизмидан хусусий секторга келадиган самарадорлик қуйидагилардан иборат:

1. Хусусий сектор вакилларининг молиявий ресурслардан фойдаланиш самарадорлиги ортади.

2. Давлат шерикчилик лойиҳаларини амалга ошириш натижасида уларнинг фойда олиш имконияти ортади.
3. Хусусий секторни молиялаштириш самарадорлиги ортади.
4. Хусусий секторнинг рақобатбардошлигини ошириб, уларда инновацион ғояларни амалга ошириш имкониятлари ортади.
5. Хусусий секторда хайрия маблағларига бўлган эҳтиёжлар қондирилади.

Хулоса қилиб шуни айтиш мумкинки, нодавлат таълим муассасаларини ривожлантириш орқали қуйидаги ижобий натижаларга эришилади:

1. Таълим муассасалари ўртасида соғлом рақобат муҳити шаклланади.
2. Ёшларни интеллектуал салоҳиятидан фойдаланиш имкониятлари ортади ва эркин фикрлайдиган баркамол авлодни тарбиялаш имкониятлари мустаҳкамланади.
3. Таълим муассасаларида хизматлар маркетингини ривожлантириш орқали етук кадрлар тайёрлаш имкониятлари ортади.
4. Таълим муассасалардаги молиявий ресурслардан самарали фойдаланиш тизими йўлга қўйилади.

Ижтимоий соҳаларда хусусан таълим тизимида Давлат-хусусий шерикчилик механизмини жорий этиш орқали давлат ижтимоий соҳа объектларига давлат бюджети маблағларидан харажатларини қисқартириш имкониятига эга бўлади. Давлат-хусусий шерикчилиги ижтимоий соҳа объектларини молиялаштиришнинг инновацион воситаси сифатида давлат бюджети учун манфаатлидир. Шунингдек ижтимоий соҳа объектларида ўртасида соғлом рақобатни йўлга қўйиш орқали кўрсатилаётган хизматлар сифатини оширишга эришилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Harry Anthony Patrinos Felipe Barrera-Osorio Juliana Guáqueta. The Role and Impact of Public-Private Partnerships in Education. 2009. The International Bank for Reconstruction and Development //The World Bank. pp 53
2. Юсупов Н.А ва Карабаев Ф.Э. Теория и практика государственно-частного партнерства. Учебный модуль. Под редак. А.Э.Шайхова. -Т.: 2013. -113 с.
3. А. Низамов. “Таълим муассасаларининг ижтимоий ҳамкорлигида давлат-хусусий шерикчилик модели”. Монография. Т.: ЎМКХТТКМО ва УҚТ институти. 2017. -110 б.
4. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. — СПб.: Питер, 2006. — 464 с:
5. 2017-йил 15-сентябр Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Нодавлат таълим хизматлари кўрсатиш фаолиятини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори //, 2017-йил 15-сентябр //from/LexUZ
6. <https://www.uzdaily.uz/ru>

ИШ БИЛАН БАНДЛИК НАЗАРИЯСИ

Г.А.Зуфарова – ТДАУ Андижон филиали и.ф.н., доцент

Иш билан бандлик мураккаб муаммо эканлиги ва шу билан бирга макроиқтисодий ва ижтимоий ривожланишнинг асосий воситаларидан бири эканлиги бозор иқтисодиётига ўтаётган мамлакатларда бу масалани назарий ва амалий жиҳатдан янада чуқурроқ тадқиқ этишни тақозо этади.

Маълумки, иш билан бандлик назарияси тадрижий ривожланишнинг узок йўлини босиб ўтди ва шунинг учун ҳам тадқиқот воситалари, усуллари ва концептуал

ёндашувлар хилма-хиллиги билан тавсифланади. Бу муаммога нисбатан назарий қарашлар жаҳон иқтисодий тафаккури таркибида турли илмий мактаблар ва йўналишларда ўз аксини топган. Масалан, янги классик мактаблар ва йўналиши, монетар сиёсат тарафдорлари, институтчионал – социологик йўналиш, иш билан бандликнинг шартнома назарияси тарафдорлари мактаби ва бошқалар.

Умуман олганда, меҳнат ресурсларини иш билан бандлиги ижтимоий иқтисодий фаннинг муҳим тушунчаларидан бири бўлиб ҳисобланади. Иш билан бандлик – бу ишчи кучи концепциясининг уч категориясидан биридир. Бандлик ҳақида сўз юритилганда энг аввало “бандлик” категориясининг моҳияти ва аҳамияти тўғрисида баъзи бир фикрларни келтириб ўтиш ўринли бўлади деб ҳисоблаймиз. Юқорида таъкидлаб ўтганимиздек, “иш билан бандлик” ижтимоий-иқтисодий категория сифатида узоқ вақтдан бери иқтисодчи олимлар диққат марказида бўлиб келган. Лекин шу пайтгача ушбу категориянинг умумий қабул қилинган таърифи илмий адабиётларда категориянинг умумий қабул қилинган таърифи илмий адабиётларда учрамайди. Шу ўринда бандлик муаммолари билан узоқ йиллардан бери шуғулланиб келаётган россиялик иқтисодчи олим, профессор В.Г.Костаковнинг куйидаги фикрларини келтириб ўтиш жоиздир, яъни “ҳар қандай таъриф ҳам мукамал бўла олмайди”. Лекин айтилган пайтда, берилган таъриф “у ёки бу жараённинг ўзига хос бўлган энг характерли белгиларини очиб бериши керак”¹. В.Г.Костаков бандликни “аҳоли турли гуруҳлари меҳнатидан ижтимоий фойдали фаолиятнинг турли соҳалари, ўқиш ва яқка тартибдаги хўжаликда (уй ва шахсий таморқа хўжалиги) фойдаланишни ифодалайдиган, ижтимоий меҳнат тақсимотига асосланган ижтимоий иқтисодий жараён”² сифатида таърифлайди. Маълумки ҳар қандай жараённи тавсифловчи ўзига хос кўрсаткичлари мавжуд бўлади. Биз кўриб чиқаётган иқтисодий категория, яъни бандликни ҳам тавсифловчи кўрсаткичлар мавжуд. В.Г.Костаков улар жумласига ишловчиларнинг ижтимоий ишлаб чиқариш (иқтисодиёт) тармоқлари бўйича тақсимланиши, ижтимоий сафарбарлиги, ишловчилар меҳнатидан фойдаланишнинг самарадолиги каби кўрсаткичларни киритади.

Иш билан бандлик тушунчасининг моҳияти тўғрисида яна бир россиялик олим А.А.Никифоровнинг фикрини келтириб ўтиш ўринли бўлади. Унинг таърифлишича “бандлик жамиятнинг иқтисодий позициялари нуқтаи назаридан қараладиган бўлса-бу меҳнатга лаёқатли ёшдаги аҳолининг ижтимоий маҳсулот ёки миллий даромад яратишдагим фаолиятидир”³. Бандликни шакллантиришнинг услубияти ҳақида А.А.Никифорова куйидаги фикрни билдиради, яъни “барча ҳоҳловчиларга ва ижтимоий ишлаб чиқаришда меҳнат қилиш қобилиятига эга бўлганларга бундай имкониятни (яъни фаолият кўрсатиш имкониятини.З.Г.) бериш охир оиқатда тўлиқ бандликка олиб келади”⁴.

Шу ўринда айтиб ўтиш лозимки, бандлик муаммолари, бандликни шаклланиши масалалари Ўзбекистонлик олимларнинг ҳам илмий ишларида ўз аксини топган. Масалан, Л.П.Максакова “аҳоли бандлиги” категориясини “ишлаб чиқариш тарихий

¹ В.Г.Костаков. “Прогноз занятости населения”. Методологические основы. М.: “Экономика”, 197 с.5.

² Шу манба

³ А.А.Никифорова. Рынок труда: занятость и безработица. –М.: “Международные отношения”.1991.с.29

⁴ А.А.Никифорова. Рынок труда: занятость и безработица. –М.: “Международные отношения”.1991.

конкрет усули хусусиятлари билан белгиланувчи муносабатлар тизими сифатида” кўриб чиқади, ҳамда бандликни “жамиятнинг ўз меҳнат салоҳиятини, ҳар бир жамият аъзосининг эса меҳнатга бўлган индивидуал қобилиятини амалга ошириш усули” сифатида таърифлайди.¹

Яна бир қатор иқтисодчи олимларнинг фикрича иш билан бандлик деганда, фуқароларнинг шахсий ва ижтимоий эҳтиёжларини қондириш билан боғлиқ бўлган, қонунчиликка зид бўлмаган, ҳамда уларга даромад келтирадиган фаолиятлари тушунилади².

Бизнингча, юқорида келтирилган фикрларга асосланган ҳолда, иш билан бандликни меҳнат қилиш қобилиятига эга бўлган жамият аъзоларининг жамият ва унинг ҳар бир аъзоси учун зарур бўлган ижтимоий маҳсулот сифатидаги миллий бойликларни яратишда ўз қобилиятини ва меҳнат салоҳиятларини амалга ошириш жараёни деб таърифлаш мумкин.

Иш билан бандлик жамият ижтимоий иқтисодий ривожланишининг муҳим сектори бўлиб ҳисобланади ва иқтисодий тизим фаолиятининг иқтисодий ва ижтимоий натижаларини ўзида мужассамлайди. Яъни иш билан бандлик соҳасида бўладиган ва амалга ошаётган у ёки бу жараёнлар жамиятдаги иқтисодий ижтимоий ҳодисаларга ҳам бевосита таъсир кўрсатади.

Бандлик даражаси, яъни иш билан банд бўлганларнинг меҳнат захираларининг умумий сонига нисбатан, уни тавсифловчи муҳим кўрсаткичдир. Бандлик даражаси жамият меҳнат фаолиятининг умумлашган кўрсаткичи бўлиб ҳисобланади. Бу кўрсаткич турли мамлакатларда ва ҳудудларда турлича бўлиб, у ёки бу мамлакатнинг ижтимоий – иқтисодий ривожланиш даражасини ҳам ифодалайди. Бандлик кўрсаткичи меҳнатга лаёқатли аҳолидан фойдаланишнинг миқдор ва сифат даражаси, мамлакатда мавжуд иқтисодий вазиятни, тадбиркорлик ва молиявий фаолликни, аҳолини турмуш даражаси ва даромадлари ҳамда унинг тўловга қобил бўлган талабларини твсифлайди. Демак, иш билан бандлик аҳоли турмуш фаровонлигини оширишнинг асосий омилларидан бири бўлиб, олинadиган иш ҳақи ва даромаднинг миқдорини, бинобарин аҳолини ўз – ўзини социал ҳимоялаш даражасини ҳам белгилайди.

Аҳолининг турмуш даражасининг ошиши эса иқтисодиётнинг самарали ишлашига ҳамда меҳнатнинг самарадорлигига бевосита боғлиқдир. Фақат шундагина бандлик даражасини пасайгани ҳолда кишиларда замонавий ҳаёт стандартларини таъминлаш учун моддий асос пайдо бўлади. Бир сўз билан айтганда, бандликнинг шундай даражасига эришиш керак бўладики, у ҳар бир жамият аъзосининг муносиб турмуш кечиришини таъминлай оладиган даражада даромад келтирсин. Бундай даромад эса жамият аъзоларининг сихат – саломатлигини таъминлаши, уларни шахс сифатида янада камол топиши, маълумот даражасини ва касбий маҳоратини ошириши учун имкониятларни кенгайтиради. Фикримизча, мана шундай бандликни самарали бандлик дейиш асосли бўлади.

Иш билан бандликни назарий ҳамда услубий асослари ҳақида сўз кетганда баъзи иборалар ҳақида тўхталиб ўтишни ўринли деб ҳисоблаймиз. Бизнинг назаримизда, иш билан бандлик тушунчасини “меҳнат ресурсларига” нисбатан қўллаш аниқроқ бўлар эди, яъни “аҳоли бандлиги эмас” балки “меҳнат ресурслари бандлиги”.

¹ Максакова Л. П. Проблемы обеспечения занятости трудовых ресурсов Республики Узбекистан переходной период к рынку. Автореферат дисс. На соиск. Уч.степен. док.экон.наук. -Т.: 1995.с 15.

² Экономическая теория: Учебник для студентов высших учебных заведений// Кол.авт.:К.Х.Абдурахманов изд. Т.: «Шарқ». 1999.640 с.

Адабиётлар рўйхати:

1. В.Г.Костаков. “Прогноз занятости населения”. Методологические основы. М.: “Экономика”, 197 с.5.
2. А.А.Никифорова. Рынок труда: занятость и безработица. –М.: “Международные отношения”.1991.
3. Максакова Л П. Проблемы обеспечения занятости трудовых ресурсов Республики Узбекистан переходной период к рынку. Автореферат дисс. На соиск. Уч.степен. док.экон.наук.-Т.: 1995.с 15.
4. Экономическая теория: Учебник для студентов высших учебных заведений// Кол.авт.:К.Х.Абдурахманов изд. Т.: «Шарқ». 1999.640 с.

АГРАР СОҲАНИ ИННОВАЦИОН РИВОЖЛАНТИРИШ

Рустамова Дилсабо Джураевна, ТДАУ Андижон филиали “Агробизнес ва инвестицион фаолият” кафедраси катта ўқитувчиси, и.ф.н.

Аграр соҳада мавжуд муаммоларни ҳал этиш, хусусан қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ҳажмини кўпайтириш ва сифатини ошириш фақат инновацияларни жорий этиш асосида амалга оширилиши мумкин. Лекин инновацияларни қишлоқ хўжалигига жорий этиш жуда кўп омилларни ҳисобга олишни назарда тутди. Ушбу омиллар қишлоқ хўжалик корхонаси фаолият кўрсатиш шароитларига боғлиқ ҳолда инновацион ечимларни талаб этади. Қишлоқ хўжалигини инновацион ривожлантириш учта ўзаро боғлиқ йўналишларга эга:

- инновация ва инсон омили, таълимни, илмий-тадқиқот соҳасини устивор ривожлантирганда, инновацион маҳсулотларнинг маълумотлар базаси, фермерларга ахборот-консалтинг хизматлари яратилгандагина уларнинг ўзаро таъсири самарали бўлади;

- биологик характердаги инновациялар, тупроқ унумдорлигини ошириш, қишлоқ хўжалиги экинлари ҳосилдорлигини ва ҳайвонлар маҳсулдорлигини ўстиришни таъминловчи янги ишланмаларни ишлаб чиқиш ва ўзлаштириш билан боғлиқ; бу ўзига хос йўналиш фақат қишлоқ хўжалигига хосдир;

- технологик характердаги инновациялар, меҳнат унумдорлигини ва фаолият самарадорлигини кескин оширишга имкон берадиган энерго- ва ресурс тежовчи техникаларни ва илмий сиғимли технологияларни қўллаш асосида АСМ тармоқлари техник-технологик салоҳиятини такомиллаштиришни таъминлайди. Бунда АСМ тармоқларини янги техника асосида технологик модернизация қилиш тўғрисида гап бормокда.

Аграр соҳага инновацияларни жорий этиш учун иқтисодий, технологик, ҳуқуқий, ташкилий-бошқарув, ижтимоий-психологик омилларни ҳаракатга келтириш лозим. Ҳозирда республикамиз АСМни ривожлантиришнинг асосий йўли - инновацияни ривожлантиришдир.

Қишлоқ хўжалигини ривожлантиришнинг инновацион моделини амалга оширишнинг стратегик йўналишларига қуйидагиларни киритиш мумкин.

1. Инновацион циклнинг барча босқичларида бизнес-лойиҳаларни узлуксиз молиялаштиришни таъминловчи молиявий институтларни яратиш.
2. Инновацион инфраструктурани шакллантириш.
3. Қишлоқ хўжалигига маслаҳат бериш тизимини ривожлантириш.

4. АСМни маҳсулот ва технологик инновациялар асосида модернизациялаш.

Юқоридагиларни эътиборга олиб, мамлакатимиз ҳукумати томонидан қатор тадбирлар амалга оширилмоқда. Хусусан, мева-сабзавот маҳсулотларини етиштириш ва уларни қайта ишлаш бўйича илмий-тадқиқот ва ўқув ишлари, уруғчиликни ривожлантириш, кўргазмалик далаларни ташкил этиш ва замонавий техника ва технологияларни жорий қилиш ишларини амалга оширилган.

Қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини етиштиришни кўпайтириш ва уларни қайта ишлашни ривожлантириш мақсадида Халқаро қишлоқ тараққиёти фонди ҳамкорлигида тайёрланган Мева- сабзавотчилик ва Чорвачилик йўналишидаги иккита лойиҳанинг умумий суммаси 60 млн.АҚШ доллари миқдорида амалга оширилган.

Чорвачилик илмий-тадқиқот институти томонидан Республикамиз шароитида шахсий ёрдамчи, деҳқон ва фермер хўжаликларида 10, 25 ва 50 бошга мўлжалланган фермаларда меҳнат сарфини 20- 30 фоизга камайишига ва сигирларнинг йиллик ўртача сут миқдори 4000 кгдан юқори бўлишига эришиладиган экологик тоза сут ишлаб чиқариш технологияси ишлаб чиқилди.

Қашқар беданинг курғокчиликка, шўрга чидамли янги нави яратилди, унинг кўк поя ҳосили ўртача 350-450 ц/га тенг бўлди.

Қорақўлчиликда селекция-наслчилик ишларини тўғри йўлга кўйиш ҳамда олимлар билан ҳамкорликда олиб борилган амалий ишлар натижасида қорақўл сур кўйларининг "Бухорои-шариф" завод типини ҳамда Навоий вилояти "Конимех" қорақўл наслчилик заводида қора рангли қовурғасимон типини "Саржал" завод типини яратилди.

Паррандачилик илмий маркази томонидан бройлер жўжаларнинг самарали озиклантириш ва жадал ўстириш технологияси (35-40 кунда тирик вазни 1,8-2,2 кг) ишлаб чиқилди.

Паррандачилик хўжаликларида маҳаллий ноанъанавий озуқа турлари ва биологик актив кўшимчалар асосида паррандалар учун иктисодий самарали озиклантириш рационлари ишлаб чиқилди ва жорий қилинди.

АСМда бозор муносабатларининг вужудга келиши даврида илмий-техника ва жорий этиш бизнеси пайдо бўлди ва ривожлана бошлади. Илмий ишланмалар, илғор тажриба, агар унга нисбатан талаб мавжуд бўлса, сотилиши мумкин бўлган товарга айланади. Илмий ишланмалар кўпроқ амалий натижаларга йўналтирилади ва тижорат аҳамиятига эга бўлади. Инновация жараёнида камида ишлаб чиқарувчи (мулкдор) ва истеъмолчи (харидор) ёки энг кўпи билан воситачи (сотувчи) фаолият кўрсата бошлайди. Соҳада илмий-техника маҳсулоти бозорини шакллантириш жараёни кечмоқда ва у такомиллашиб бораёпти. Илмий-техника фаолиятининг устувор йўналишлари ўзгармоқда. Агар режали-тақсимлаш тизимида устувор йўналиш ишлаб чиқаришни жадал ривожлантириш асосида белгиланса, бозор тизимида асосий эътибор илмий-техника маҳсулоти истеъмолчисининг манфаатларига қаратилади.

Кейинги йилларда қишлоқ хўжалигини ислоҳ қилиш ва бозор механизмларини жорий этиш бўйича қатор ишлар амалга оширилди. Давлат харид нархлари қарийб 3 баробарга кўпайтирилгани натижасида манфаатдорлик ошди. Пахтачилик ва ғаллачилик ҳашар эмас, чинакам даромад манбаига айланди.

Янги технология ва инновацияларни жорий қилиш, меҳнат унумдорлиги ва иш ҳақини ошириш мақсадида 76 та пахта-тўқимачилик кластерлари ташкил этилди.

Жорий йилнинг ўзида 25 минг гектар пахта майдонларида сув тежовчи янги суғориш тизими жорий қилинди. Фойдаланишдан чиққан 1 миллион 100 минг гектар ерни қайта ишга киритиш бўйича саъй-ҳаракатлар бошланди.

Қишлоқ хўжалигида сувдан тўғри фойдаланиш ҳам жуда муҳим масала. Таҳлилларга кўра, Ўзбекистонда экин майдонларига миллиардлаб куб метр сув йўналтирилса-да, унинг фақат 60 фоизи экинларга етиб боради, 40 фоизи суғориш тизимларида ва суғориш жараёнида йўқотилади.

Жорий йилнинг ўзида 25 минг гектар пахта майдонларида сув тежовчи янги суғориш тизими жорий қилинди. Қишлоқ хўжалигини янада ривожлантириш мақсадида фойдаланишдан чиққан 1 миллион 100 минг гектар ерни қайта ишга киритиш бўйича саъй-ҳаракатлар йўлга қўйилди.

6 сентябрь куни Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев қишлоқ хўжалигини 2020-2030 йилларда ривожлантиришнинг устувор йўналишларига бағишланган йиғилиш ўтказди.

2020–2030 йилларда Қишлоқ хўжалигини ривожлантириш стратегияси лойиҳаси жамоатчилик муҳокамаси учун эълон қилинди. Хужжат қишлоқ хўжалигига мўлжалланган ерларни аукцион орқали бериш, ижара шартномаларини фақатгина суд орқали тўхтатиш, пахта ва буғдой учун давлат буюртмасини бекор қилиш, агросаноат секторида давлат-хусусий шерикчиликни (ДХШ) жорий этиш ҳамда илм-фанни ривожлантиришни кўзда тутди.

МАМЛАКАТ ИЖТИМОЙ-ИҚТИСОДИЙ ТАРАҚҚИЁТИНИНГ АСОСИЙ ОМИЛЛАРИ

С.М.Ғуломжонов-ТДАУ Андижон филилали талабаси

Шуни таъкидлаш жоизки, ҳар бир мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий тараққиёти даражасидан келиб чиқиб шаклланган социал табақалар ва қатламлар томомила турлича бўлиши мумкин. Уларнинг сони табиий бойликлар ва ўлканинг иқтисодий тарихи, меҳнат тақсимоти ва ихтисослашуви жараёнида эришилган даража, давлат сектори бажарувчи вазифаларнинг нисбий миқёси, мулк, шу жумладан ўтмишдан мерос мулкчилик характериغا боғлиқ бўлади.

Ўзбекистон иқтисодий ислохотларнинг дастлабки босқичида ижтимоий табақалашув жараёнларининг кучайишига олиб келган асосий сабаблар қуйидагилардан иборат бўлади:

- Барқарор даромад (иш ҳақи, пенсия нафақа) ҳисобига кун кечирганлардан тижорат фаолияти билан шуғуллана оладиган ва қўшимча даромад ҳисобига яшай оладиганлар томон даромадларнинг қайта тақсимланиши юзага келтирган юқори инфляция даражаси;

- Иқтисодда демонополлаштиришнинг бошланиши. Оқибатда иқтисоднинг монополлашган секторларидан монополлаштирилмаган секторлари томон силжиш юз берди;

- Меъёрий ва қонуний ҳужжатларда шаффофликни мавжуд эмаслиги корхона, ташкилот ва молиявий муассалар раҳбарлари томонидан хўжалик мустақиллигини суистеъмол этиш ҳолларининг мавжудлиги.

- Қонунчилик ва солиқ тизимининг ишлашидаги камчиликлар натижасида расман ҳисобга олинмайдиган фаолият турлари билан шуғулланган ва солиқ тўлашдан “бош тортган” шахслар ҳисобига тақсимлаш ҳолатлари юзага келди. Бу эса “хуфёна иқтисод”нинг шаклланиши учун замин яратади;

- Ишлаб чиқариш ҳажмларининг пасайиши, бюджет даромадларининг қисқариши ва шу билан бирга бюджет ҳисобига кун кечирувчи ижтимоий соҳа ишчи-хизматчилари иш ҳақини ҳимоялаш имконининг пасайиши;

- Нафақа, субсидия ва пенсиялар даражасини сақлаб туриш учун етарли бюджет маблағлари ва ижтимоий таъминот фондларининг йўқлиги;

- Янги пайдо бўлаётган бозор муносабатларига аҳоли турли қатламларининг турли даражада ва турли тезликда мослашуви, баъзи қатламларнинг умуман мослашиб олмаётганлиги.

Ўзбекистонда қўлланилаётган социал ҳимоя чораларини чуқур таҳлил қилиш, уларнинг турли табиий камчиликлардан ҳоли эмаслигини кўрсатади. Чунки бу даврда дотация ва имтиёзлар муҳтожлик даражасини ҳисобга олмаган ҳолда барча аҳоли қатламларига баробар таалуқли қилиб қўйилди.

Кўзда тутилган чора-тадбирларни амалга оширишда маҳаллар ролига алоҳида урғу берилди. Барча нафақалар ва моддий ёрдам фақат маҳаллар орқали кўрсатиладиган бўлди.

Демак, Ўзбекистон фуқароларини ўзини-ўзи бошқариш тизимида маҳаллалар алоҳида ўрин эгаллайди. Маҳаллада қадимдан бир жиҳатдан, инсонларни бирга яшаш тамойиллари белгилангаки, тасдиқланган ва тартиблаштирилган, ахлоқий устунлар, анъаналар ва жамоат афкори шаклланган. Ўзга жиҳатдан эса, маҳалла ва унинг ўзини-ўзи бошқариш ташкилотлари орқали давлатнинг оила, давлат ҳокимияти қарорларининг назорати ва ижроси амалга оширилган, маданият, таълим ва тартибни сақлаш вазиятларда ўз ҳудудларида тартиб сақланганда, низолар, хўжалик ва кундалик ҳаёт масалаларини ҳал этганида маҳалла кўмиталари давлат манфаатларининг ифодачиси сифатида ўзлигини намоён этади. Улар бажараётган қатор Мустақил вазифалар ўзга давлатларда одатда давлат ҳокимияти ва тартибни сақлаш ташкилотлари томонидан амалга оширилади. Шунинг учун Мустақил Ўзбекистон ташкил этилган кундан бошлаб маҳалла мақомининг кўтарилиши халқ ҳокимиятининг дарҳақиқат демократик шакллариغا ўтиш серҳаракат ва кучли ижроия ҳокимият шаклланишининг муҳим қадамларидан ҳисобланади. Маҳалла кўмиталари ҳар қандай ўзга давлат ташкилотларидан кўра кўпроқ даражада аҳоли манфаатлари ва ҳуқуқларини ҳимоялаш муаммоларини самарали тартиблаштириш, ҳайрия ва социал ёрдам фондларини таъсис этиш, аҳолига турли шаклдаги ижтимоий мадад бериш, кичик тадбиркорлик ва бизнесни ривожлантиришга кўмак бериш, ўзларига тобе ҳудудларда ҳаёт кечириш учун лозим бўлган ишлаб чиқариш, маиший хизмат, маданият ва маънавиятга оид инфратузилмаларни яратишга қодир. Бундай инфратузилмаларни яратиш, уларни самарали ишлашни таъминлаш натижасида кишиларни биргаликда яшаш турмуш тарзи билан бирга ўзаро ҳамжиҳатлик ва бир –бирига ёрдам бериш каби юксак инсоний фазилатлар ҳам такомиллаша боради.

Республикада ҳозирги кунда мазкур ҳудудий- демографик бирикмалар 10 мингдан ортиқ бўлиб, уларга мамлакатнинг деярли бутун аҳолиси бирлашган. 2017 йил маълумотларига кўра вилоятда ўта муҳтож оилалар улуши 7,1 фоизни, муҳтож оилалар улуши эса 10,9 фоизни ташкил этди. Шу ўринда айтиб ўтиш керакки, 1997 йилдан бошлаб ёрдамга муҳтож ва ўта муҳтож оилаларни аниқлаш ва уларга мақфсадли социал ёрдам кўрсатиш ишларини амалга оширишда “маҳалла” механизмига алоҳида аҳамият берилди бошлади. Мақсадли социал ёрдамнинг туб моҳияти шундан иборатки, маҳалла фаоллари йиғини жамғарма маблағларини асосан моддий жиғатдан ҳақиқатдан ҳам ёрдамга муҳтож бўлган оилалар ўртасида

тақсимлайдилар.

Социал ёрдам сифатида у ёки бу оиллага бериладиган маблағни ажратишдан аввал маҳалла вакиллари моддий ёрдамга муҳтож оиланинг барча даромадларини пухта ўрганиб чиқадиладар. Яъни, фуқароларнинг аризаларига биноан оилаларнинг даромади ва уларнинг мулкӣ аҳволи, моддий фаровонлиги оилаларни даромадлари билан бирга, шу оила даромадларини шакллантиришда оиланинг нечта аъзоси иштирок этиши, яъни уларнинг нечтасини иш билан банд ва оила аъзоларининг нечтаси ўзларининг қаромоғида эканлиги ҳам аниқланади. Шуниси аҳамиятлики, текширув жараёнида оила даромадларидан ташқари яна иккита энг зарур маълумот олинади. Шу ўринда “боқимандалик” тушунчасига изоҳ бериб ўтиш ўринли деб ҳисоблаймиз. Одатда боқимандалик икки турга ажратилади, яъни а) оила миқёсидаги “боқимандалик” б) давлат миқёсидаги “боқимандалик”.¹ Оила миқёсидаги боқимандалик деганда оила даромадига қарам бўлган, оила жамғармасига кўшимча даромад келтирмайдиган ёки қисман даромад келтирадиган оила аъзолари тушунилади. Давлат миқёсидаги боқимандалик деганда бутунлай давлатни ижтимоий истеъмол жамғармаларидан таъминладиган оила шахслар гуруҳлари тушунилади, яъни оиланинг даромад миқдори даражасини холис баҳолаш мақсадида маҳалла вакиллари текшириш ўтказадилар. Демак, камбағалликни олидини олиш, оила даромадларини оширишнинг асосий йўли оиллага даромад келтирувчиларнинг улушини ҳамда уларнинг даромадларини оширишдир. Шу ўринда юқорида айтилганлардан, ҳамда монография ишининг ва айнан мазкур бобнинг мавзусидан келиб чиқиб, социал ҳимоя ва иш билан бандлик тўғрисида, ҳамда бандлик, даромадлар ва муҳтожликнинг ўзаро алоқадорлиги тўғрисида сўз юритадиган бўлсак, аввало куйидаги жадвални келтириб ўтиш ўринли деб ўйлаймиз.

Адабиётлар рўйхати:

1. Мирзиёев Ш. Танкидий таҳлил, катъий тартиб- интизом ва шахсий жавобгарлик - ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қоидаси бўлиши керак. Т.: «Ўзбекистон», 36-б.
2. Файзиев Н. Оиладаги боқимандаликни тугатиш. Иқтисод ва ҳисобот. 1996.

МАКРОДАРАЖАДА ИШЧИ КУЧНИ ТАҚСИМЛАШ ВА ҚАЙТА ТАҚСИМЛАШ

**Г.А.Зуфарова- ТДАУ Андижон филиали “Агробизнес ва инвестицион фаолият”
кафедраси доценти, и.ф.н.**

Макроиктисодиёт даражасида ишчи кучини тақсимлаш ва қайта тақсимлаш жараёнида давлат асосан рағбатлантирувчи ва жиловлаб турувчи чораларни амалга ошириши керак. Қишлоқ хўжалигида ишчи кучининг ўсиши жиловлаб турувчи механизмга ва унинг муайян қисмини иқтисодиётнинг бошқа соҳалари учун бўшатиб олишга муҳтож. Давлатимиз раҳбари Ш.Мирзиёевнинг бандлик масаласини ҳал қилишнинг бутун тизимини ўзгартириш бўйича комплекс раҳбарияти, ҳокимлар ва уларнинг биринчи ўринбосарлари шахсий маъсулиятини оширишни муҳим вазифа сифатида қайд этганлари ҳам бежизга эмас². Шу билан боғлиқ ҳолда 2017 йилда бандлик соҳасида давлат сиёсатини янада

¹ Файзиев Н. Оиладаги боқимандаликни тугатиш. Иқтисод ва ҳисобот. 1996.

² Мирзиёев Ш. Танкидий таҳлил, катъий тартиб- интизом ва шахсий жавобгарлик - ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қоидаси бўлиши керак. Т.: «Ўзбекистон», 36-б.

такомиллаштириш, банд бўлмаган аҳолини, айниқса, ёшларни ишга жойлаштириш бўйича чора-тадбирлар самарадорлигини ошириш, меҳнат ҳуқуқларини ҳимоя қилиш ва меҳнат муҳофазасини кучайтириш, аҳоли бандлигини таъминлаш бўйича мувофиқлаштирилган самарали ишларни амалга оширишда давлат ва хўжалик бошқаруви органлари, маҳаллий ижро ҳокимияти органларининг масъулиятини тубдан кучайтиришга хизмат қилувчи қатор қарор¹ ва фармонлар² қабул қилинди.

Ўзбекистон республикасида қишлоқ хўжалиги соҳаси ҳозирда мавжуд миқдордаги ишчи кучига эҳтиёж йўқ. Бўшатиб олинган ишчи кучини умуман, иқтисодиётнинг ривожланиб бораётган инфратузилмасида, шунингдек, қишлоқ хўжалик ишлаб чиқаришида, хусусан, самарадорлик нуқтаи назаридан хусусий мулкка асосланадиган қайта ишлаш саноатини ривожлантириш йўли билан ишга солиш зарур. Шунингдек, ўрта махсус ўқув юртларини тамомлаб чиқаётган ёш мутахассисларни ишга жойлаш ҳам бугунги куннинг муаммоси бўлиб турибди. Хусусий сектор асосан тажрибали мутахассисларни ишга олишни хоҳлайди. Бинобарин, бу ўринда ёш мутахассисларга талабнинг йўқлиги вақт ўтиши билан уларнинг ўз мутахассислиги бўйича ишлашга бўлган рағбатни сўндиради. Ўрта махсус ўқув юртларини битирган ёшларни ишга жалб этадиган корхона ва ташкилотларнинг давлат томонидан рағбатлантирилиши ушбу муаммонинг ечимига хизмат қилиши мумкин. Солиқ соҳасида маълум имтиёзлар бериш ана шундай рағбатлантириш чораси бўлиши мумкин. Шунда корхона ва ташкилотлар ўрта махсус ўқув юртларини битириб чиққанларни танлов асосида саралаб олиши мумкин. Кўпчилик мутахассисликлар бўйича ўқув юртларига қабул қилинадиганлар сонини қайта кўриб чиқиш керак. Ихтисослик бўйича асосий машғулотларни бевосита корхона ва ташкилотларга ўтказиш талабаларнинг бўлғуси касблари билан олдиндан танишишига ёрдам беради. Ҳозирги кунда таълим ишлаб чиқаришдан узилиб қолган бўлиб, фақат назарий характерга эга. Азалдан олинган таълим биринчи навбатда амалиётда қўллаб келинган ва, шунинг оқибати ўлароқ, иқтисодий жиҳатдан самарали бўлиб келган. Таълим амалиётда қўллансагина фойдали бўлади.

Ишчи кучидан макроиқтисодиёт даражасида фойдаланиш энг аввало, иқтисодий жиҳатдан самарали бўлиши керак. Бошқача қилиб айтганда, у меҳнат унумдорлиги доимо ошиб бориши билан боғлиқ бўлиши керак. Иш ҳақи тўлаш меҳнат унумдорлиги ўсишига эришиш учун биринчи даражали аҳамиятга эга.

Бир вақтлар Г.Форд бу борада шуни намуна кўрсатиб, ўз корхоналарида ходимларни мотивациялашга ёндашишнинг анъанавий усуллари қўллаган эди. Ходимни ишлашга ундайдиган асосий нарса-ўз меҳнатидан иложи борича кўп моддий неъмат олиш истагидир. Ишчининг меҳнатидан фойдаланиш унинг меҳнат унумдорлигини ошириш йўли билан моддий неъматлар олиши учун кенг имконият яратиб бериш принципига асосланган бўлиши керак. Кичик ва хусусий бизнесни ривожлантириш учун ишчи кучидан фойдаланиш учун яхши рағбатлантирувчи чора бўлиб хизмат қилади. Ўзбекистон иқтисодиётини эркинлаштириш натижасида кичик ва хусусий бизнесни кенг ривожлантириш қонунчилиги базаси яратилди. Турган

1 Ўзбекистон Республикаси Президентининг 06.05.2017 й. «Аҳоли бандлигини таъминлаш бўйича олиб борилаётган ишлар натижадорлиги ва самарадорлигини оширишда маҳаллий ижро ҳокимияти ва иқтисодий қўшма корхоналарнинг ҳудудий органлари раҳбарларининг шахсий масъулиятини ошириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги N ПК.-2960-сон Қарори.

2 Ўзбекистон Республикаси Президентининг 24.05.2017 й. «Бандлик соҳасида давлат сиёсатини янада такомиллаштириш ва меҳнат органлари фаолияти самарадорлигини тубдан ошириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги N ПФ-5052-сон Фармони.

гапки, бутун иқтисодиётдаги таркибий ўзгаришлар ва илғор технологияларни жорий этиш текис кечмагани туфайли ишчи кучидан самарал фойдаланиш муаммолари тўхтовсиз туғилиб тураверади. Иқтисодчиларнинг вазифаси мавжуд ресурслар шароитида ишчи кучи имкониятларидан тўлақонли фойдаланишдан иборат. Бунинг учун тез ўсиб бораётган меҳнат ресурсларини, биринчи навбатда ёшларни иш билан таъминлаш мақсадида кўп меҳнат талаб этадиган ишлаб чиқаришларни ривожлантириш зарур. Республикада иш билан бандлик сиёсатидага максимал даражада амал қилинмоқда, лекин ушбу сиёсат оқилона юритилиши учун меҳнат бозори янада самарали ишлаши керак. Бундан буён меҳнат ресурсларини самарасиз тақсимлашга ҳамда паст меҳнат унумдорлигига асосланган тўлиқ иш билан бандликни сақлаб туришнинг иложи йўқ.

Меҳнат ресурсларидан тўла-тўқис ва самарали фойдаланиш учун давлат ишчи кучини шакллантирувчи барча таркибий воситаларига таъсир ўтказиши керак. Бу йўлдаги хал қилувчи қадам давлат корхоналарини хусусийлаштириш, шунингдек, хусусийлаштирилган корхоналарда акциялар пакетларининг давлатга қаршли улушини камайтиришдан иборат. Инвестициялар жалб этиш, биринчи навбатда, давлатнинг ички ресурсларидан, жумладан, хусусий жамғармалардан инвестициялар жалб этиш чораларини кучайтириш иқтисодиётимиз учун қудратли ички имкониятдир. Бу эса, аҳоли орасида пул жамғариш жараёни кечаётганлигидан далолат беради.

Ҳозирги замон ишчи кучи бозорини ташкил қилиш зарурати қуйидаги объектив шарт-шароитлар билан белгиланади:

1) Ишчи кучини шакллантириш, тақсимлаш ва қайта тақсимлаш ҳамда бандлик жараёнларини тартибга солиш хаддан ташқари юқоридан ташкил қилинган бўлиб, экстенсив ижтимоий ўсишни ифодалайди. Бир неча ун йилликлар давомида ўтказиб келинган «Барча Республикалар учун умумий бўлган ягона бандлик сиёсати» Ўзбекистоннинг худудий хусусиятларини, демографик жараёнларни, ишлаб чиқарувчи кучларни жойлаштиришнинг миллий-этник, ижтимоий омилларини ҳисобга олмади, бандликни таъминлашга иқтисодий ўсишни таъминлаш омили сифатида эмас, балки шунчаки мақсад сифатида қараб келинди. Натижада аҳоли бандлиги муаммоси долзарб муаммога айланиб қолди.

2) Ўзбекистонда бозор муносабатларининг ривожланиб бориши иқтисодиётдаги туб таркибий ўзгаришлар билан бормоқда. Натижада ишлаб чиқаришнинг ишчи кучига бўлган эҳтиёжи ҳам тухтовсиз ўзгариб бормоқда. Бунда ишчи кучига талаб ва таклифни, меҳнат бозорига кириб келаётган аҳолининг асосий тоифалари меҳнат жараёнига қираётган ёшларни, ишлаб чиқаришдан бўшаётган ишчилар, мутахассисларни олдиндан ишламаётган, ишга жойлашишга муҳтож бўлган аҳолини ҳисобга олиш зарур.

3) Турли мулкчиликни шакллантираётган шароитда хусусийлаштириш жараёнлари иш жойларини муқобил танлашни кенгайтириш, турли мулк шаклларидаги корхоналар бўйича ишчиларнинг жойлаштирилишини кучайтиришни зарур қилиб қўяди.

4) Республика халқ хўжалиги меҳнат ресурслари билан ортиқча таъминланган, бу ерда иш вақтини тежаш қонуни талабларга риоя қилинмайди. Бозор муносабатларига ривожланиб боришида корхоналар индивидуал харажатларини ижтимоий зарур даражагача пасайтиришга мажбурлаш орқали бу қонунни ҳаракатлантиради.

Адабиётлар рўйхати:

1. Мирзиёев Ш. Танкидий тахлил, катъий тартиб- интизом ва шахсий жавобгарлик - ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қондаси бўлиши керак. Т.: «Ўзбекистон», 36-б.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 06.05.2017 й. «Аҳоли бандлигини таъминлаш бўйича олиб борила ётган ишлар натижадорлиги ва самарадорлигини оширишда маҳаллий ижро ҳокимияти ва иқтисодий қом плексининг ҳудудий органлари раҳбарларининг шахсий масъулиятини ошириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги N ПК.-2960-сон Қарори.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 24.05.2017 й. «Бандлик соҳасида давлат сиёсатини янада такомиллаштириш ва меҳнат органлари фаолияти самарадорлигини тубдан ошириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ПФ-5052-сон Фармони.

7-ШЎБА. ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИЗМНИ ДАВЛАТ МИҚЌСИДА БАРҚАРОР РИВОЖЛАНТИРИШДА ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИ ЖОРИЙ ҚИЛИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

ZOMIN TURISTIK ZONASIDA TURIZMNI KLASTER USULIDA RIVOJLANTIRISH YO'LLARI.

Qambarov J. X. – i.f.n., dotsent , Komiljanov Sh. I. – talabas, To'ychiyeva Sh. A. – talabasi, Farg'ona politexnika instituti

Mamlakatda turizmni milliy iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish, hududlarni jadal rivojlantirish, yangi ish o'rinlarini yaratish, aholining daromadlari va turmush darajasini oshirish, mamlakatning investitsiyaviy jozibadorligini oshirishni ta'minlovchi strategik tarmoqlardan biri sifatida rivojlantirish bo'yicha kompleks chora-tadbirlar bosqichma-bosqich amalga oshirilmoqda.

Viza rejimining liberallashtirilishi, chet el fuqarolarini ro'yxatga olish tartibining soddalashtirilishi, turizm tarmog'ini rivojlantirish uchun imtiyoz va preferensiyalar berilishi milliy turizm salohiyatini ichki va tashqi bozorlarda samarali targ'ib qilish imkonini berdi.

Shu bilan birga, o'tkazilgan tahlillar turizm tarmog'ini tartibga soluvchi normativ-huquqiy asosning nomukammalligi, alohida turizm xizmatlarini ko'rsatish qoidalarining, shuningdek chet el fuqarolarining toifalari, bo'lish muddatlari va maqsadlari bo'yicha dunyo amaliyotida keng qo'llaniladigan alohida viza rejimlarining mavjud emasligini ko'rsatmoqda.

Shuningdek, joylashtirish vositalari va infratuzilma obyektlarining, ayniqsa turizm mavsumida yetishmasligi, turli transportlarda yo'lovchilarni tashish tizimining yetarli darajada muvofiqlashtirilmaganligi, shuningdek, turistlarni mavjud turizm salohiyati to'g'risidagi ma'lumotlar bilan ta'minlashni tashkillashtirish darajasining pastligi, ichki turizmni, mamlakat hududlaridagi madaniy meros obyektlarining va ziyoratning o'ziga xosliklarini targ'ib qilish bo'yicha marketing kampaniyalarining samarasizligi turizmni jadal rivojlantirishga salbiy ta'sir qilmoqda.

Turizmni, avvalambor, xususiy sektorda rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish, ko'rsatilayotgan xizmatlarning raqobatbardoshligini va sifatini oshirish, milliy turizm mahsulotini dunyo bozorida faol va kompleks ravishda targ'ib qilish, shuningdek, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisiga 2018-yil 28-dekabrda qilgan Murojaatnomasida bildirilgan takliflarni amalda tatbiq etish maqsadida hamda 2017 — 2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasida belgilangan vazifalar bo'yicha 2019 — 2025-yillarda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish Konsepsiyasi 2019- yil 6-yanvar kuni tasdiqlandi. [1]

Konsepsiyaga muvofiq O'zbekiston Respublikasining xilma-xil hamda yilning turli fasllarida jozibador va raqobatbardosh turistik mahsulotlari, shu jumladan mamlakat hududlarida tematik turistik zonalari va klasterlarni yaratish orqali hamda turizmning istiqbolli turlari (ziyosat, ma'rifiy, ekologik, etnografik, gastronomik, sport, davolovchi-sog'lomlashtiruvchi, qishloq, sanoat, ishbilarmonlik va boshqalarni) hisobga olgan holda, yangi turizm dasturlarini ishlab chiqish edi.

Shu belgilangan vazifalar ijrosini ta'minlash maqsadida yurtimizning turli turizmga salohiyati keng hududlarda turizm klasterlarini tashkil etishimiz mumkin.

Masalan, bunday salohiyatli hududlarimizdan biri Jizzax viloyati Zomin tumani bo'lsa, ikkinchisi Farg'ona viloyati Shohimardon turizm hududini o'rganib chiqishimiz mumkin.

Bu hududlar shunday turizm salohiyatiga egaki, ular hatto Shvetsariya tog'li turizm hududlari bilan tenglasha olishadi. Ular o'zlarining eski tizimi bo'yicha ishlashni to'xtatib yangicha ya'ni turizmni klaster usulida rivojlantirish yo'liga o'tishlari kerak. Shunda barcha turizm sohasi ishtirokchilari teng miqyosda daromad olishishga erishishadi.

Bu hududlarda kichik tadbirkorlar dam olish maskanlarini, sanatoriyalarni ochishgan. Ular bir-birlari bilan tun-u kun raqobatda. Endi turizmni klaster usulida rivojlantirish orqali ko'proq daromadga erishish mumkin.

O'zbekistondagi barcha restoranlar, mehmonxonalar, kurortlar va boshqa turizm sohasi ishtirokchilari o'zlarining malakasini bir biriga AKT texnologiyalari orqali bo'lishish bilan ichki va tashqi turizmni yangi bosqichga olib chiqishlari mumkin. Ular bir birini kamchiliklarini to'ldirish orqali hududda kichik bir klaster sistemasini yarata olishlar mumkin.

Masalan, Jizzax viloyatining Zomin tumani yuqorida aytib o'tilganidek chet el kurortik zonalaridan kam joyi yo'q. Bu hududni salohiyatidan kelib chiqib hududda tibbiyot turizmini, tog' sporti turizmini va ekoturizmni yanada rivojlantira olishimiz mumkin. Bu hududda joylashgan mehmonxonalar faqatgina mehmonlarni joy bilan ta'minlab qolmasdan turistlarni boshqa hududlarga olib borish xizmatini qo'shishi mumkin. Buning natijasida mehmonxona odatiy usul bilan rivojlanmasdan noan'anaviy usulda rivojlanishga erishadi.

Har bir mehmonxona o'ziga alohida tibbiy davolanish mutaxxasisini yollab ishlatmeydida, alohida bir katta binoda tibbiy muolaja olish istagida bo'lganlar uchun jahon talablari darajasida xizmat ko'rsatadigan muassasa tashkil etiladi. Muolaja tugagandan keyin mehmonlar yana boshqa turizm xizmatlaridan foydalanishlari mumkin bo'ladi.

Zomin hududida ajoyibotlar shunaqangi ko'pki, bulardan yana biri qish mavsumida bu yerda chang'i sporti uchun ham imkoniyatlar kengligidir. Hududda ko'lining borligi va uning muzlashishi natijasida muz ustida chang'i uchish sportini tashkil qilsa bo'ladi.

Hududda aerodromning borligi, yana bir xizmat turini rivojlantira olishimizga yordam berishi mumkin. Ya'ni vertolyot orqali tog' hududini aylanib chiqish, parashutdan sakrash, yuqori cho'qqilarga chiqish xizmatlarini taklif etish orqali biz ko'plab turistlarimizni hayron qoldirish va ularda yana bu yerga qaytib kelish istagini tug'dirishimiz mumkin.

Mehmonxonadan aerodromgacha va aerodromdan mehmonxonagacha bo'lgan transport xizmatlari sifatli darajada tashkil qilish yoki tog' yon bag'rlari orqali otda sayr qilish xizmatini tashkil qilsa bo'ladi, chunki pastdan teppaga qarab ko'tarila borarkansiz sizda juda ham hayratlanarli manzaralarni ko'rish. sof tozza havodan bahra olish imkoniyati bo'ladi. Va yo'l-yo'lakay kabob tayyorlash orqali turistlarga ajib bir sayrni tashkil qilish mumkin.

Zomin hududida shunday oshpazlar borki, ular ham o'zlarini mahoratlari bilan maqtana olishadi. Chet ellik mehmonlarni tandir kabob tayyorlash jarayoniga qiziqishlarini aytmasa ham bo'ladi. Yerni ostiga butun go'shtni osib qo'yib, 3 soatdan keyin juda ham totli taom tayyor bo'lishi mumkinligini o'ylab ko'rishmagan bo'lishsa kerak.

Albatta, bu ishlarni kuchli strategik reja orqali amalga oshirish kerak bo'ladi. Har bir bosqichda yoki xizmat turini amalga oshirishda barcha kerakli xizmatlarni hisoblab, qandey va qay usulda daromad olish kerakligi va turistlar uchun qulay vaqtlar, xavfsiz xizmat va qulay narxlarni taklif eta olish talab etiladi.

Buning barchasini malakali mutaxassislar jalb qilish orqali uddalashimiz mumkin. Hozirda yetishib chiqayotgan kadrlardan talab qilinayotgan talab ham shu rivojlangan davlatlar turizmi qatoriga O'zbekiston turizmini ham olib chiqishdir. Demak, biz ular bilan raqobat qilishimiz uchun o'sha yerlarda yoshlarimizni amaliyot qilishini yoki malaka oshirib kelishiga imkoniyat yaratishimiz kerak bo'ladi.

Foydalanilgan adabiyotlar.

1. 2019 — 2025-yillarda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish konsepsiyasi.
2. Александров А.Ю. Международный туризм. Учеб. Изд. Гриф. Мо. -М.: аспект. Пресс, 2008
3. <https://www.spot.uz/ru/2018/05/17/tourism-cluster/>

ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ТАДРИЖИЙ ЎЗГАРИШЛАРИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ

**Абдуллаев Диёржон Нодиржон ўғли –
Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети, тарих фанлари
бўйича фалсафа доктори (PhD)**

Жаҳонда глобаллашув жараёнлари юз бераётган hozirgi даврда мамлакатларнинг тараққиётида ҳар бир соҳа каби туризмнинг ўрни ва нуфузи юқори босқичга кўтарилмоқда. Туризм тармоғи - шахсни ривожлантириб, одамларнинг маънавий ва жисмоний талабини қондиришга мўлжалланган бўлади; туризм маълумот алмашиш ва ўрганишнинг самарали усули ҳисобланади; туризм йирик ижтимоий ва иқтисодий муаммоларни ечишга ёрдам беради. Чунки, у иқтисодиёт ва жамият ҳаётининг бошқа муҳим томонларини ривожлантириш ва дарomad олишнинг юқори самарадор тармоғи ҳисобланади. Дунё аҳолисининг тафаккури, дунёқараши, қизиқишлари ҳамда дарomadлари ўсиб бораётганлиги натижасида давлатларнинг тарихи, ҳудуднинг гўзал масканлари, қадимий обидаларини томоша қилиш, халқларнинг урф-одатларини, қадрият ҳамда анъаналарини яқиндан билиш ҳамда маданий дам олишлари учун саёҳатлар уюштириш жараёни одат тусига кириб бормоқда.

Туризм соҳаси жуда катта иқтисодий салоҳият касб этиши ҳамда иқтисодиётнинг ўсишида таянч соҳалардан бири эканлиги ойдинлашмоқда. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев таъкидлаганидек, "...иқтисодий ўсиш – бу, биринчи навбатда, янги корхоналарни куриш ва кенгайтириш, йўл-транспорт, ишлаб чиқариш ва инфратузилмани ривожлантириш, янгилиш ўринларини яратиш, инфляция ва нархларни жиловлаш ҳамда одамларни иш билан таъминлаш деганидир..." . Дарҳақиқат, давлат раҳбари томонидан билдирилган ушбу таърифни туризм соҳаси мисолида кўриб таҳлил қилсак, бир қатор янгилик ва ривожланиш ҳолатини кузатишимиз мумкин. Масалан, туризм соҳасига маҳаллий ва хорижий инвесторларни жалб этиш орқали инфратузилмани такомиллаштириш, бунинг натижасида янги туристик корхоналарни барпо этиш, йўл-транспорт тизимини такомиллаштириш, туризм соҳасига оид маҳсулотларни ишлаб чиқариш орқали жаҳон туризм бозорига кириб бориш имконияти яратилади,

туристик инфратузилмани тўла-тўқис шакллантириш орқали шу соҳада янги иш ўринларини яратиш имконияти шаклланади.

Туризм соҳасини ривожлантириш мақсадида мамлакатимизда бир қатор қарорлар, фармонлар ва давлат дастурлари қабул қилинмоқда. Жумладан, 2018 йилнинг ўзида 4 та Ўзбекистон Республикаси Президенти фармони, 6 та қарори, 1 та фармойиши, 15 та Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг қарори, 2 та фармойиши ва 1 та давлат органларининг қўшма қарори ҳамда 4 та давлат дастури қабул қилинди. 2016йилдан бошлаб янги сайланган Президентнинг илк қарори туризм соҳасини ривожлантиришга қаратилган бўлса, 2019 йилгача 14 та Президент қарори ва 9 та фармони қабул қилинди. Шунингдек, Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича Ҳаракатлар стратегиясида“ туризм индустриясини жадал ривожлантириш, иқтисодиётда унинг роли ва улушини ошириш, туристик хизматларни диверсификация қилиш ва сифатини яхшилаш, туризм инфратузилмасини кенгайтириш” ҳамда “одамларнинг экологик хавфсиз муҳитда яшашини таъминлаш” юзасидан муҳим вазифалар белгилаб берилган. Таҳлилларга қараганда, 2017 йилнинг 9 ойи мобайнида юртимизга қарийб 1 миллион 800 минг нафар сайёҳ келган бўлиб, бу 2016 йилнинг шу давридагига нисбатан 17 фоизга ошган. Мамлакатимизда сайёҳлик хизматлари экспорти ҳам шунчага ортиб, қиймати 1 миллиард 86 миллион долларга етганлигини эътироф этиш лозим. 2018 йилда маҳаллий туристларнинг сони 18,1 миллиондан, хорижий туристларнинг мамлакатимизга ташрифи эса 5,3 миллиондан ортгани туризм соҳасидаги кескин ижобий ўзгаришлар ўз самарасини бераётганлигини кўрсатмоқда. Шунингдек, Ўзбекистон Республикаси Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси маълумотларига кўра, 2019 йилда маҳаллий туристлар сони 18 миллиондан ортиши, хорижий туристлар сони эса 6 миллионга етиши тахмин қилинмоқда. Албатта, 2016-2019 йиллар мобайнида Туризм соҳасида кенг кўламли ишлар амалга оширилди. Белгиланган вазифалар натижали амалга оширилиши билан бир қаторда туризм соҳасида яна қилинадиган ишлар, режалар бисёр. Бу борада Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев“...бизда туризм кўпинча қадимий шаҳарларимиз, тарихий-маданий ёдгорликлар доирасида чекланиб қолмоқда. Ваҳоланки, мамлакатимизнинг бетакрор табиати, миллий қўриқхоналар, тоғли ҳудудларда туризмни ривожлантириш учун катта салоҳият мавжуд. Айниқса, тиббиёт туризми, зиёрат туризми ва экотуризмни ривожлантириш нафақат иқтисодиёт, балки ижтимоий соҳалар ривожига ҳам катта туртки беради. Бугунги кунда соҳада фаолият кўрсатувчи персоналнинг тайёргарлик даражаси, кўрсатилаётган хизматлар сифати жуда юқори, аммо хорижий мамлакатлардаги туризмга оид стандартлар даражасига етиш учун соҳани янада ривожлантириш кераклиги барчага аён. Масалан, ҳозирги кунда республикамиз туризм соҳасидаги харажатлари ЯИМга нисбатан фоизда олганда 2018 йил 1 январь ҳолатига кўра 1% ни ташкил этган холос, Қозоғистонда ушбу кўрсаткич 4,2%, Арманистонда 3,8%, Тожикистонда 2,9%, Россияда 2,7% ҳамда Қирғизистонда 1,8% ташкил этган. Мамлакат ичида туризм соҳасидаги харажатларни таҳлил қиладиган бўлсак, 2018 йил 1 январь ҳолатига кўра Ўзбекистон 1,4% ташкил этган бўлса, Грузия-5,0%, Тожикистон-4,0%, Украина-3,3%, Озарбайжон-2,8%, Қирғизистон-2,7%, Россия-2,6%, Қозоғостон-2,2%, Арманистон-1,9% ни ташкил этган. Ушбу кўрсаткич бўйича Филиппин-14,6%, Мексика-9,9% ҳамда Германия давлати 9,9% билан етакчилик қилмоқда.

Туризм соҳасини янада ривожлантириш учун юқоридаги таҳлиллар асосида давлат даражасида хорижий сайёҳлар учун сифатли хизматларни таклиф этиш жараёнига илғор технологиялар, билимларни жалб этиш аҳоли бандлигини ошириш ишларига ҳам ёрдам беради. Республикамизда фаолият олиб бораётган туризм фирма ва ташкилотлари томонидан замонавий ахборот технологияларидан самарали тарзда фойдаланиб, сайёҳатбоп масканларни интернет рекламалари орқали намоён этилиши мамлакатимизга туристлар оқимининг ошишига олиб келади. Ўзбекистоннинг туризм ва экотуризм борасида катта ютуқларга эришишида ноёб табиий объектлар, бой маданий-тарихий мерос, ўзбек миллий маданиятининг қадимий анъаналари, туризм инфратузилмаси, меҳмонхоналар ва хизмат кўрсатиш тизимини ривожлантириш катта имкониятлар яратади. Миллий туристик индустрия арзон ва сифатли хизматни йўлга қўйса, рақобатбардошлиги даражаси ортади.

Юқоридагилардан хулоса қилиб айтиш мумкинки, Ўзбекистонда туризм соҳасини янада ривожлантириш учун қуйидаги йўналишлар бўйича иш-режалар амалга ошириш мақсадга мувофиқ бўлади:

- мамлакатнинг туристик соҳаси рақобатбардошлигини таъминлайдиган муаммоларни аниқлаш ва унинг илмий асосланган йўналишларини топиш;
- ватанимиз тарихини сайёҳларга кўрсатиш мақсадида туризм соҳаси билан шуғулланувчиларга, фирма, ташкилот ҳамда муассасаларга тарихчиларни бириктириш, уларга тарихимизни кенг ўргатиш, шунингдек, тарихий обида ва туристик зиёратгоҳлар, музейларни талаб даражасига келтириш ҳамда уларни асраб авайлаш;
- туризм соҳасига кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик билан шуғулланувчилар ва ҳомийларни жалб этиш, уларнинг нуфузини ошириш, кенг имкониятлар ҳамда имтиёзлар яратиш;
- туристик соҳа учун кадрлар тайёрлаш тизимини янада такомиллаштириш, соҳага оид таълим муассасасини ташкил этиш, хорижий тилларни ўқитиш бўйича янги ёндашувларни ишлаб чиқиш ва “профессинал гид” касбинини йўлга қўйиш;
- ватанимиз туризм салоҳиятини хорижий мамлакатларда янада кенг тарзда тарғибот-ташвиқот қилиб, ушбу мамлакатлардан келадиган сайёҳлар сонини кўпайтириш, сайёҳларга қулайлик яратиш мақсадида ривожланган мамлакатлардаги каби енгил автомобилларни ижарага берувчи марказларни ташкил қилиш;
- Туризм соҳасини эркинлаштириш, хусусийчилик тизимини яратиш, меҳмонхоналарни кўпайтириш, шу билан бирга, бу йўналишда хусусий жойлаштириш объектлари ва меҳмон уйлари ташкил этиш;
- сайёҳлар ташриф буюрадиган жойларда дамолиш шохобчалари, турли савдо расталари ҳамда сувенир дўконларни шунингдек, аэропортларда фаолият юритадиган “Tax free”, “Duty free” тизимидаги савдо шохобчаларини туристик шаҳарларда ҳам очиш, бепул Wi-Fi зоналар ташкил этиш;

Хулоса ўрнида таъкидлаш керакки, Ўзбекистонда туризм соҳасини ривожлантириш ва соҳага инвестицияларни жалб этиш учун ҳозирги кунда мавжуд барча имкониятлар етарли. Уларни тўғри ва мақсадли йўлда сафарбар этиш ва жаҳон ҳамжамияти учун барча йўналишларда очиқ эшиклар мамлакати сифатида ҳаракат қилиш йўлини танлади. Бу борада амалга оширилаётган ишлар туризм соҳаси ривожланишига, иқтисодийтимиз барқарорлиги, инвестицион муҳитнинг жозибadorлиги ва шу орқали халқ фаровонлигининг ортишига хизмат қилади.

ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИЗМ СОҲАСИНИ БАРҚАРОР РИВОЖЛАНТИРИШДА ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИ ЖОРИЙ ҚИЛИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Жумаева Шоира Бердияровна

Тошкент вилояти Чирчиқ давлат педагогика институти докторанти.

Марданова Рисолат Рустамжон қизи

Тошкент вилояти Чирчиқ давлат педагогика институти талабаси

Бугунги кунда туризм жахон иқтисодиётининг сердаромад ва жадал ўсувчи тармоғи сифатида тарърифланиб, туристик хизматларга бўлган талаб кундан-кунга ўсиб бориши натижасида жахон ялпи маҳсулотининг 10 фоизини ташкил этмоқда. Шунингдек, яратилаётган иш ўринларининг ҳар еттинчиси туризм соҳасидаги иш ўринларига тўғри келади. “Учинчи дунё” мамлакатлари бўйича пул маблағлари тушумининг 50 фоизи ва иш билан бандлик даражасининг 80-90 фоизи туризм соҳасига тегишли. [1] Шу сабабли дунёнинг кўпгина мамлакатлари туризм соҳасини ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратмоқда. Статистик маълумотларга кўра сўнгги йилларда халқаро туристлар оқими 4 баробар, валюта тушими эса 25 баробарга ошган. Рақобатбардош туризмни йўлга қўйиш, халқаро туризм бозарида ўз мавқеига эга бўлиш учун мамлакатлар ўзаро беллашмоқдалар.

Глобаллашув жараёни натижасида туризм сердаромад соҳа бўлиш билан бир қаторда айрим туристик ҳудудларда муаммолар ҳам вужудга келмоқда. Жумладан, экологик муаммолар (табиатнинг ифлосланиши, экотизмнинг бузилиши), ижтимоий (бандлик масаласи, гиёҳвандлик), иқтисодий ва бошқалар. Шунга қарамасдан, XXI асрда айнан туризм соҳаси умуминсоний қадриятларни шакллантирувчи энг самарали усулларида бири бўлиб қолмоқда. Туризм дунёдаги хилма-хилликнинг бирлигини шакллантириб, унда ҳамманинг эркин ривожланиши ва ҳар кимнинг эркин фаолияти учун замин яратувчи соҳадир [1, Р. 45].

Сўнгги йилларда кўпгина мамлакатларда рақобатбардош иқтисодий стратегияларни ишлаб чиқишда кластерли ёндашув асосий воситага айланди. Кластер стратегияси мавжуд ва потенциал кластерларни аниқлашга, уларнинг рақобатбардошлигини, ишбилармонлик ва инвестицион фаолликларини оширишга қаратилган комплекс ёндашувдир. Аналитикларнинг фикрига кўра Финландияда ана шундай сиёсатнинг қўлланилиши, мамлакатнинг барқарор ривожланишига замин яратди. (2003-2005 йиллар) Кластерли ривожлантириш концепцияси бугунги кунда Ўзбекистон замонавий иқтисодиётида ҳам кенг қўлланилмоқда. Жумладан, қишлоқ хўжалиги, ишлаб чиқариш каби соҳаларга кластерли ёндашувлар кенг татбиқ этилмоқда. Хусусан, туризм индустриясининг барқарор ривожланишида ҳам кластерли ёндашув муҳим роль ўйнайди. Айниқса, сайёҳлик фаолиятини йўлга қўйиш ва моделлаштиришнинг истиқболли йўналишларидан бири бу кластерли ёндашувдир. Яъни, фаолияти бир хил бизнес соҳасида юритадиган корхоналар, фирмалар, ташкилотлар ва муассасаларнинг интеграциялашган гуруҳлари кластерли ёндошувни вужудга келтиради. Бундай фолият асосан ривожлаган давлатларга хос бўлиб, бугунги кунда ўтиш давридаги давлатлар томонидан ҳам кенг қўлланилмоқда.

Кластер назариясининг асосий концепцияси муайян мақсадни амалга ошириш учун индивидуал элементларни бир бутунга бирлаштиришдир. Рақобат бозори кучайиши натижасида кластерли тизим вужудга келади.

Туризм индустриясида кластер куйидаги соҳаларни ўз ичига олади:

- табiiй ва маданий меърос объектлари (сайёхлик қадриятлари);
- сайёхларга хизмат кўрсатиш билан боғлиқ инфратузилма объектлари;
- таълим муассасалари(кадрлар тайёрлаш);
- туризм соҳасидаги бошқарув органлари;
- лойиҳа ва илмий муассасалар.

Туристтик кластер ривожланиши учун унинг иштирокчилари ўзаро бирлашишлари, давлат эса айрим бизнес структураларини эмас, балки ҳудудий кластер иштирокчиларининг қизиқишларини ўз ичига олган лойиҳаларни қўллаб қувватлаши лозим.

Кластер тизими жаҳон иқтисодиётида рақобатбардошликни ошириб, минтақавий, трансчегаравий ва маҳаллий кластерларни ўз ичига олади. Жумладан, ҳудудий кластерлар таркибига кирувчи фирмаларнинг самарали фаолиятига замин яратади. Бунинг асосий сабаби шундаки, уларнинг ҳамкорликдаги фаолияти мувофиқлаштирилиб, ахборот алмашинуви ва инновацияларни жорий этиш масалалари осонлашади, хизмат кўрсатувчи инфратузилмалардан фойдаланиш ҳамда кадрлар тайёрлаш масалалари тизимли ҳал этилади. Жумладан, мамлакатимизда Тошкент вилояти бўйлаб экотуризм кластерини, Самарқанд, Бухоро ва Хива шаҳарларида тарихий-маданий сайёхлик туризми кластерини ривожлантириш имкониятлари юқори.

Минтақавий кластерларни шакллантириш махсус солиқ тизими ва инвестициялар, хизмат кўрсатиш ҳамда мувофиқлаштирувчи тузилмалар билан боғлиқ янги фирмаларни яратиш учун қулай шарт-шароитни вужудга келтиради. Масалан, Қозоғистон ва Ўзбекистон ўзаро ҳамкорликда Буюк Ипак Йўли йўналишида туристик лойиҳаларни кенгайтириш орқали сайёхлар учун янги имкониятларни яратиш билан бир вақтда туристлар оқимининг ошишига эришиш мумкин. Ўзбекистонда сайёхлик республика табиатининг хилма-хиллиги ва ўзига хослиги, маҳаллий халқнинг бой тарихи, маданий анъаналари, ўзига хос тарихий обидалари, камхаражатлиги, хавфсизлиги ва қулайлиги билан ажралиб туради. Жумладан, Германиянинг Bild нашриёти томонидан чоп этилган “Кейинги йил саёхатлари учун энг яхши йўналишлар” мақолада Best in Travel рейтингига (Lonely Planet томонидан ишлаб чиқилган) кўра 2020 йил саёхат йўналишида Ўзбекистон “Нархлар ва сифат уйғун регион” номинациясига сазовор бўлди. Шунингдек, Буюк Ипак Йўли мамлакатлари Тохоку япон региони, Американинг Мэн штати, Австралиянинг Лорд-Хау вулқонли ороллари каби машҳур туристик йўналишлардан кўра жозибадор деб топилди.[2]

Сўнгги йилларда мамлакатимизда туризм соҳасини ривожлантириш мақсадида амалга оширилаётган ислохотлар натижасида жаҳон туризми бозорида Ўзбекистон ўз мавқеини мустаҳкамлаб бормоқда. Виза тизимининг ислох этилиши, янги авиарейслар, фестивалларнинг ташкил этилиши юртимизга ташриф буюрувчи туристлар сонининг ошишига хизмат қилмоқда. Жумладан, статистик маълумотларга кўра, 2017 йилга келиб Ўзбекистонга 2 миллион 700 минг, 2018 йилда 5 миллион 300 мингдан ортиқ туристлар ташриф буюрган, 2025 йилга келиб хорижлик сайёхлар сонини 9-10 миллион нафарга ошириш режалаштирилган.

Хулоса қилиб айтиш мумкинки, Ўзбекистонда туризм соҳасида туристик кластернинг кенг миқёсда татбиқ этилиши туристик-рекреацион ресурслардан тўлиқ фойдаланиш замирида янги туристик фирмалар очилишига, мавжудларининг янада фаоллашувига туртки беради ва янги турдаги туристик маҳсулотларнинг яратилишига асос бўлади [3]/

ФЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР

1.<http://vavilon.ru/statistika-v-turizme/>

2.<http://sputnik.uz/>

3.Болтабоев М.Р., Тухлиев И.С., Сафаров Б.Ш., Абдухамидов С.А. Туризм: назария ва амалиёт. -Т.: “Barkamol fayz mediya” нашриёти 2018 й.70-б.

НАМАНГАН ВИЛОЯТИДА МЕВА САБЗАВОТЛАРНИ ИШЛАБ ЧИҚАРИШ ВА СОТИШДА МАРКЕТИНГ СЕГМЕНТАЦИЯСИ

Каримжанова Раънохон Махмудовна
Наманган мухандислик-технология институти “Маркетинг”
кафедраси катта уқитувчиси

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017-йил 7-февралдаги ПФ-4947-сон Фармони билан тасдиқланган “2017-2021-йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси”да “қишлоқ хўжалигини модернизация қилиш ва жадал ривожлантириш бўйича асосий вазифалар белгилаб берилган. Жумладан, “замонавий агротехнологиялар асосида юқори ҳосилдорликка эга булган, эртапишар ҳамда ширин таъмга эга пакана ва ярим пакана дарахтларни экиш орқали интенсив боғ ва узумчиликни ривожлантириш ва дуне бозорларида ҳаридоргир экспортбоп мева- сабзавот маҳсулотлари ишлаб чиқариш ҳажмини ошириш вазифалари белгилаб берилган.”¹ Жаннамакон юртимиз қадимдан мевали боғлари, узумзорлари билан машҳур бўлган. Мустақиллик йилларида улар янада кенгайтирилди. Интенсив боғлар барпо этилди. Хусусан 2012-2017 йиллар давомида қарийб 57,1 гектар янги боғ, жумладан, 235 минг гектардан ортик майдонда интенсив боғ, 338 минг гектар узумзорлар яратилди. Янги боғлар ташкил этишда интенсив тез ҳосилга кирувчи пакана ва ярим пакана пайвандтагларга уланган мевали дарахтлар кўчатлари экилишига алоҳида эътибор қаратилмоқда. Бу навлар иккинчи йилданоқ мева бера бошлайди. Биргина ярим пакана олманинг ҳар тупидан ўртача 45-50 килограмдан ҳосил олиш мумкин.

Наманган вилоятининг тупроқ иқлим шароити мева етиштириш учун қулайлиги билан бошқа вилоятлардан фарқ қилади. Тупроғи буз тупроғ бўлиб, бу тупроғлар шўрланмаган, шу билан бирга унумдордир. Вилоят аҳолисини арзон, сифатли мева-сабзавот ва чорвачилик маҳсулотлари билан таъминлашни янада яхшилаш мақсадида Вазирлар Маҳкамасининг 2017 йил 30 февралдаги 01-02-10-39-сонли қарорига асосан ишлар олиб борилмоқда.

Хусусан, 2018 йилда барча хўжаликларда 272,4 минг тонна картошка, 765,8 минг тонна сабзавот, 88,5 минг тонна полиз, 260,9 минг тонна мева, 125,0 минг тонна узум, чорвачилик маҳсулотларидан 136,3 минг тонна гўшт, 691,9 минг тонна сут, 501,0 млн. дона тухум етиштирилиб, бу турдаги маҳсулотларни 2017 йилга нисбатан 7,0 фоиздан 20,0 фоизгача кўпайтириш кўзда тутилган.

Жорий йилнинг якуни билан 547,9 минг тонна сабзавот (ўсиш суръати 108,1%), 206,4 минг тонна картошка (107,9%), 181,7 минг тонна мева (108,5%), 60,1 минг тонна полиз (105,7%), 96,8 минг тонна узум (109,1%), 111,4 минг тонна гўшт (105,6%), 537,6 минг тонна сут (107,1%) ва 372,8 млн. дона тухум (114,7%) ишлаб чиқарилиб, белгиланган прогноз параметрлари бажарилди.

¹ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сонли Фармони

Бунинг ҳисобига вилоятда 3448,2 млрд.сўмлик ялпи қишлоқ хўжалиги маҳсулоти яратилиб, ўсиш суръати 105,8 фоизга таъминланди.

Республикада бозор товарлар билан тўйиниб бозорнинг барқарор тузилмаси ва инфратузилмаси шаклланиб келмоқда, хўжалик субъектларининг мустақиллиги кенгайиб, тадбиркорликнинг ривожланишига қулай муҳит яратилмоқда. Буларнинг ҳаммаси бозор муносабатларининг объектив қонунийлик ва демократик асосларининг кучайиб бориши ва натижада бозорнинг янги босқичига ўтиш учун шарт шароит яратилаётганидан далолат беради. Бозорнинг бу янги босқичи харидор бозори ва сифат бозори булиб,бу босқичда тўла мазмундаги товар истеъмолчилар тасаввурига мос келадиган тушунчалар билан баҳоланади.

Товарни истеъмолчи сифатли деб қабул қилган тақдирда унинг харид қилиш содир булади.

Бугунги кун деҳқон ва фермер хўжаликлари олдига фақат қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини ишлаб чиқаришни эмас, балки ишлаб чиқариш ресурсларидан туғри фойдаланган ҳолда ўз маҳсулотларини сақлаш, ташиш ва истеъмолчиларга етказиб бериш вазифасини қўймоқда. Бу жараёнларда деҳқон ва фермер хўжаликлари,биринчи навбатда, ўз маҳсулотинингмижозлари кимлар эканлигини ҳамда шу миқдорлар талабларини қандай қондириш кераклигини аниқлаши лозим. Маркетинг фаолиятини натижалари бозор сегментлари соҳасида қарор қабул қилиш маркетинг режасини ва унинг алоҳида усулларини ишлаб чиқиш, товар ва уларнинг рақобатбардошлигини оширишга мўлжалланган.

Бозорни сегментлаш бу мазкур бозордаги истеъмолчиларни алоҳида гуруҳларга бўлиш жараёни. Алоҳида гуруҳларнинг ҳар бири бозорда талабнинг узига хос хусусиятларини кўрсатади.

Сегментлаш жараёнининг асосий вазифаси товар ва хизматларга талабни шакллантиришнинг мўлжалланган йуналишларини акс эттирадиган истеъмолчиларни ажратиш деган белгилар мажмуи ҳисобланади, бу эса корхоналар учун мазкур сегментда мавжуд бўлган талабга мувофиқ ўз таклифини тўғри мавқелантириш имкониятларини очади.

Сегмент бу фарқловчи тавсифномаларга эга булган товар ёки хизматнинг узига хос талабини кўрсатувчи маркетинг воситаларининг муайян тўпламига бир хил таъсир этувчи истеъмолчилар гуруҳи.

Юқоридагилардан келиб чиқиб айтишимиз мумкинки маркетинг сегментацияси истеъмолчилар талабини қондиришга табақалашган ҳолда ёндашиб қишлоқ хўжалиги маҳсулотларининг сифати ва миқдорига кўра ҳар хил талаб қўядиган истеъмолчиларни гуруҳларга ажратган ҳолда таҳлил қилиб бориш орқали бозорни ўрганиш деб таърифлашимиз мумкин.

Бугунги кунда Наманган вилоятида истеъмол бозорлари учун озиқ- овқат маҳсулотлари ишлаб чиқаришда деҳқон хўжаликларининг хиссаси юқори бўлиб умумий ишлаб чиқарилаётган қишлоқ хўжалик маҳсулотлари улушида 75 фоизни ташкил қилади. Қишлоқ хўжалигида ишлаб чиқарувчилар сонининг кўп бўлиши тармоқда рақобат кураши ва товарларни сотиш жараёнларида ўзига хос қийинчиликлар туғдиради. Аксарият ҳолларда фермер ва деҳқон хўжаликлари ўз маҳсулотининг истеъмолчилари кимлар эканлиги, истеъмолчилар ҳажми базис даврдагига нисбатан қандай ўзгариб борганлигига эътибор қаратишмаслиги сабабли ўз маҳсулотлари истеъмолчилари тўғрисида етарли ахборот ололмайдилар

Истеъмолчиларни сегментларга ажратиш қайси истеъмолчилар гуруҳи учун маҳсулотлар таклиф қилишини аниқлаш орқали уларнинг талабларидан келиб чиқиб ишлаб чиқаришни ташкиллаштиришни билдиради.

Истеъмолчиларни гуруҳлашда ҳар бир деҳқон ва фермер хўжалиги ўз имкониятларини ҳам тўғри баҳолаши лозим, яъни фермер маҳсулотига истеъмолчи қанча ҳақ тўлай олиши, ишлаб чиқариш, сақлаш ва ташиш сарфлари каби омилларни ҳисобга олиши лозим.

Қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари бозорларида истеъмолчиларни сегментлашда уларни ижтимоий ҳолати, дини, миллий менталитети, ёши каби омиллардан келиб чиққан ҳолда гуруҳларга ажратиш мумкин. Бундан ташқари истеъмолчиларни бир қисмини ишончини қозониш орқали ҳам сегментларга ажратиш мумкин.

Бозор иқтисодиёти шароитида ишлаб чиқарувчилар ўз маҳсулотларини сотиш тизимини белгилаб боришда базис йилдаги маълумотларни ўрганиб чиқиши, яъни товарларини ҳарид қилган мижозлар гуруҳини таҳлил қилиши лозим.

Қишлоқ хўжалигида кенгайтирилган такрор ишлаб чиқаришни ривожлантиришда иқтисодий механизмлар (солиқ юқини камайтириш, божхона имтиёзлари, мажбурий тўловлар имтиёзлари)ни қўллаш маҳсулот ҳажми ва ассортиментини кўпайишига имконият яратиб, нафақат ички бозор, балки ташқи бозорлар учун ҳам товарлар таклиф қилиш имкониятини беради. Иқтисодий механизмларни қўллаш орқали деҳқон ва фермер хўжаликларида кўшимча тармоқлар ривожланиб, сифатли ҳамда янги маҳсулот турлари ишлаб чиқаришга замин яратилади. Бугунги кунда республикамиз қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари бозорида маркетинг тамойилларидан тўлиқ фойдаланилмаётганлиги сабабли ҳам истеъмолчилар ва ишлаб чиқарувчилар ўртасида ахборот алмашинуви етарли даражада эмас.

Қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари бозорида истеъмолчиларни турли сегментларга ажратиб олиш ишлаб чиқариш технологиясига ҳам боғлиқ. Фермер ва деҳқон хўжаликлари озик-овқат ҳамда саноат учун хомашё ишлаб чиқаришда фойдаланган технологиялар барча истеъмолчилар гуруҳини қизиқтиради.

Хулоса қилиб айтишимиз мумкинки, барча соҳалар каби қишлоқ хўжалигида ҳам ишлаб чиқариш турларини кенгайтириш, янги маҳсулотлар учун истеъмолчиларни гуруҳларга ажратиш яъни сегментлаш бўлажак мижозларни самаралироқ ўрганиш орқали бозорда мавжуд бўлган муқобил имкониятлар орасидан тўғри танловни амалга ошириш имкониятини яратади.

Фойдаланган адабиётлар:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги ПФ-4947-сонли Фармони.

2. А.Солиев “Маркетинг, бозоршунослик”.-Тошкент: “ART-FLEX”, 2008.-416б.

3. Ш.Эргашходжаева “Саноат маркетинги”. Ўқув қўлланма

ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАР КЛАСТЕРЛАРИНИ БОШҚАРИШДА САМАРАЛИ МЕХАНИЗМЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ ЙЎЛЛАРИ

Хонкелдиева Гўзал Шеровна
Фарғона политехника институти доценти,
иқтисодиёт фанлари доктори

Ривожланган мамлакатлар тажрибаси хизматлар соҳасини, хусусан, туризм соҳасини ривожлантириш эркин бозор қонуниятлари асосида тўлақонли шакллана олмаслигини кўрсатади. Шу сабабли туризм саноати ривожланган мамлакатларда миллий иқтисодиётнинг макроиқтисодий барқарорлигини таъминлашда айнан туризм соҳасини минтақаларнинг мавжуд салоҳиятидан, яъни устунликларидан келиб чиқиб мақсадли дастурлар асосида ривожлантиришга давлат даражасида алоҳида эътибор қаратилмоқда.

Ушбу мамлакатларда мамлакат ҳудудидаги нисбий устунликка эга бўлган, туристик салоҳияти юқори бўлган минтақаларни алоҳида аҳамият берилган ҳолда давлат ҳамда хусусий шерикчилик ҳамкорлиги асосидаги мақсадли дастурлар ёрдамида ривожлантирилиб, ҳудудда туризм хизматлари соҳасида фаолият олиб боровчи табиркорларга монетар ҳамда фискал йўналишда имтиёзлар ва энгилликлар берилган.

Ушбу мақсадли дастурларни амалга оширишдан олдин мамлакатда ривожлантирилиши кўзда тутилган туризм соҳасини ривожлантириш Концепцияси ишлаб чиқилиб, унинг асосида соҳани ривожлантириш бўйича аниқ мақсадли дастурлар тайёрланган ва амалга оширилган. Шу асосда мамлакат минтақаларида туризмнинг турли йўналишларини ривожлантириш имкониятига эга бўлган.

Ўзбекистон Республикасида мавжуд имкониятлардан келиб чиққан ҳолда туризм саноатини ривожлантиришда хорижий мамлакатлар тажрибасидан фойдаланиш қисқа давр ичида соҳанинг алоҳида йўналишларини тез суръатлар билан ривожлантириш имконини беради.

Жаҳонда глобаллашув шароитида туризм индустриясини ривожлан-тириш, туризм хизматларини кўрсатиш ҳажми ва сифат даражасини ошириш, мамлакатлар иқтисодиётига қўшаётган ҳиссасини кўпайтиришга қаратилган қатор илмий изланишлар олиб борилмоқда. Бу жараёнда туризм компанияларининг самарали маркетинг стратегияларини ишлаб чиқиш, уларнинг ташқи бозорлардаги рақобатбардошлигини ошириш механизминини яратиш, фаолият юритиш самарадорлигини баҳолаш, соҳа бошқарувини оптималлаштириш, минтақаларда туризм хизматлари самарадорлигини ошириш услубиётини такомиллаштиришга алоҳида эътибор қаратилмоқда. Бунда туризм хизматларини стандартлаштириш ва сифатини ошириш учун жаҳон андозаларига мос таснифини амалга ошириш, инновацион маркетинг стратегияларидан самарали фойдаланиш муҳим масалалар қаторига киритилган¹.

Ўзбекистонда ҳам туризм барқарор равишда ривожланиб, 2017 йилда мамлакатимизга қарийб 2,7 млн., 2018 йилда 5,3 млн. дан ортиқ турист ташриф буюрган бўлиб, 2025 йилда республикаимизга келадиган хорижий туристлар сонини 7,0 млн. га ва туризм экспортидан келадиган йиллик даромадни эса 2 млрд. АҚШ долларига етказиш кўзда тутилган. Туризм соҳасига тўғридан-тўғри

¹ Эштаев А.А. «Глобаллашув шароитида туризм индустриясини бошқаришнинг маркетинг стратегияси» (Ўзбекистон Республикаси туризм тармоғи мисолида). Иқтисодиёт фанлари доктори(Doctor of Science) диссертацияси автореферати. -5 б.

инвестицияларни жалб этишни кучайтириш зарур-лигига тўхталган ҳолда Президент Ш.Мирзиёев «Туризм учун босқичма-босқич ҳамма шароитларни яратяпмиз, инвесторларга, ишбилармонларга кенг имкониятлар беряпмиз. 2019 йил туризм ривожда туб бурилиш йили бўлади»¹, деб таъкидлайди. Дарҳақиқат, «яқин келажакда туристик хизмат-лар соҳасини жадал ривожлантириш, туристик хизматларни диверсификация қилиш ва сифатини яхшилаш, туризм инфратузилмасини кенгайтириш орқали туризм соҳасини иқтисодиётнинг етакчи стратегик секторига айлан-тириш»² устувор вазифалардан бири сифатида белгилаб олинганлиги сабабли туризм секторининг инвестицион жозибадорлиги ва фаоллигини оширишни тадқиқ этиш бўйича таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқиш муҳим аҳамият касб этади.

Шуни эътиборга олган ҳолда, мамлакатимиз ҳудудларида туристик фаолиятдан самарали фойдаланиш йўналишларидан бири бўлган туризм хизматлар кластерларини шакллантириш асосида хизматлар бозорини ривожлантириш истиқболли йўналиш сифатида эътироф этилмоқда.

А.Александрованинг халқаро сайёҳлик тадқиқоти натижаларига кўра, туризм соҳасида кластерларни ривожлантириш унинг самарадорлигини оширишини исботлади³. Туристик маҳсулотни ишлаб чиқариш ва сотиш билан шуғулланадиган корхоналар ва иқтисодиёт тармоқлари ўртасида технологик алоқаларни (асосан, бизнес алоқаларини) ташкил этиш зарурати туризм кластерини ривожлантиришда асосий туртки бўлади. Туризм кластерлари минтақанинг асосий туризм ва рекреацион ресурслари асосида шакллантирилади. Туристик маҳсулотлар ва хизматларни ишлаб чиқариш ва етказиб бериш билан бевосита шуғулланувчи корхоналар ва ташкилотлар билан бир қаторда сайёҳлик кластери вакиллари, тадқиқот институтлари, таълим муассасалари, касаба уюшмалари, жамоатчилик вакиллари ва бошқалар туризм мажмуи иштирокчилари сифатида кластер таркибида иштирок этадилар.

Кластернинг вазифаси нафақат туристлар учун қулай шароитларни яратиш, балки уларнинг хавфсизлигини таъминлаш, туристик салоҳият ривожланишининг инновацион ечимларини излаш, турмаҳсулотлардан самарали фойдаланиш ва уларни такомиллаштириш учун янги техника ҳамда технологияларни жалб қилган ҳолда зарур тузилмаларни шакллантиришдан иборат. Фикримизча, инвестицияларнинг ўсиши туристик кластерлар ДХШ каби устувор йўналишлар асосида истиқболда ҳудудларнинг туризм соҳасида кўрсатиладиган хизматлар миқёсини кенгайтиришга, туристик инфратузилмани ривожлантиришга ва ривожланиш учун жалб қилинмаган инвестиция салоҳияти турларини рўёбга чиқаришга ёрдам беради.

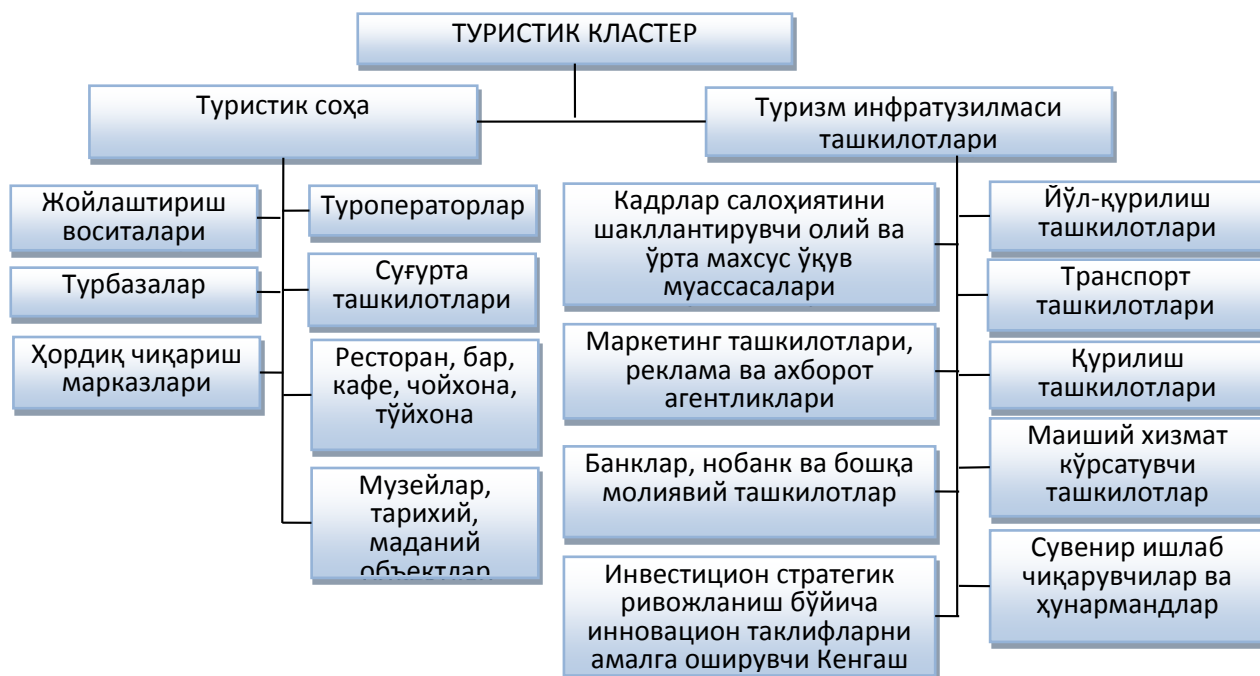
Ҳудудий туристик кластерни ривожлантириш концепцияси ҳудудий туристик мажмуанинг инвестицион жозибадорлигини белгиловчи ҳудудий иқтисодиётнинг барча йўналишларини ривожлантириш бўйича тадбирларни ўз ичига олиши юқоридаги иқтисодий таҳлил, ижтимоий сўровномалар билан бир қаторда эксперт

¹ <https://zamin.uz/uzbekiston/47759-shavkat-mirziyev-2019-yil-turizm-rivojida-tub-burilish-yili-buladi.html>

² Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини ривожлан-тиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида” ги ПФ-4947-сон Фармони//lex.uz

³ Aleksandrova, A. 2007. Tourism clusters: contents, borders, operating mechanism // Contemporary problems of service and tourism. No 1. P. 51- 61.

ва бошқа, жумладан, эконометрик усуллари билан истиқболда ривожланиш вариантлари, ҳамда мулкчилик тизимида ДХШ шакллари билан тўлдирилиши лозим. Ушбу концепция ҳудудда туризм соҳасининг рақобатбардошлиги ва юқори самарадорлигини таъминлаш, ташқи молиявий ресурсларни жалб қилиш учун қулай инвестиция муҳитини яратишга йўналтирилиши керак.



1-расм. Ўзбекистонда ҳудудий туристик кластернинг таркибий тузилмаси¹

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018 йил 20 октябрдаги “Давлат-хусусий шерикликни ривожлантиришнинг ҳуқуқий ва институционал базасини яратиш бўйича биринчи навбатдаги чора-тадбирлар тўғрисида” ги ПҚ-3980-сонли қароридан келиб чиқиб, туризм хизматлар кластери давлат ҳамда хусусий шериклар маблағлари иштирокида шакллантирилади. Бунда, биринчидан, кластер молиявий фаолиятида рисклар тақсимланса, иккинчидан, соҳани ривожлантириш борасидаги дастурларнинг амалга оширилишида давлат бевосита иштирок этади. Учинчидан, туризм хизматларини яратиш учун сарфланган маблағларнинг қайтиш даражаси нисбатан секин бўлган шароитда тадбиркорлар фаолияти давлат томонидан тўғридан-тўғри қўллаб-қувватланади ва давлат тадбиркорлиги ҳам юз беради.

ДХШнинг аҳамиятлилигини ҳар бир иштирокчи учун аниқлагандан кейин, муайян хизмат кўрсатиш соҳаси ёки корхонаси учун ДХШ меҳа-низмининг самарадорлиги аниқланади. Мазкур ҳисоб комплекс ва бирламчи кўрсаткичлардан шаклландувчи интеграл балл баҳолаши асосида амалга оширилади. Кўрсаткичлар тизими ўлчанувчи ва аниқ бўлиши керак.

Ҳудудларда ДХШ асосида туризмни комплекс ривожлантириш соҳада инвестицион фаолликни оширишда амал қилиниши лозим бўлган бир қатор асосий тамойиллар шакллантирилган. Хулоса қилиб айтганда, туризм секторида ДХШ механизми қанчалик зиддиятсиз ва унинг қонуний базаси сифатли бўлса, туризм

¹ Олланазаров Б.Д. “Туристтик хизматлар соҳасида инвестицион фаолликни ошириш стратегияси ва устувор йўналишлари”. Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси автореферати. -24 б.

соҳасида у инвестицион жозибадорликни ошириш омили сифатида самарали қўлланилади.

Адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини ривожлан-тиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида” ги ПФ-4947-сон Фармони//lex.uz

2. Эштаев А.А. «Глобаллашув шароитида туризм индустриясини бошқаришнинг маркетинг стратегияси» (Ўзбекистон Республикаси туризм тармоғи мисолида). Иқтисодиёт фанлари доктори(Doctor of Science) диссертацияси автореферати. -5 б.

3. Олланазаров Б.Д. “Туристтик хизматлар соҳасида инвестицион фаолликни ошириш стратегияси ва устувор йўналишлари”. Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси автореферати.

4. <https://zamin.uz/uzbekiston/47759-shavkat-mirzиеev-2019-yil-turizm-rivojida-tub-burilish-yili-buladi.html>.

5. Aleksandrova, A. 2007. Tourism clusters: contents, borders, operating mechanism // Contemporary problems of service and tourism. No 1. P. 51- 61.

ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАР КЛАСТЕРЛАРИНИ БОШҚАРИШДА САМАРАЛИ МЕХАНИЗМЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ ЙЎЛЛАРИ

**Хонкелдиева Комила Равшанжон қизи
Фарғона давлат университети тадқиқотчиси**

Жаҳон иқтисодиётидаги бугунги интеграциялашув жараёнида миллий иқтисодиётнинг барча тармоқларини ривожлантириш учун ички бозордаги талаб билан бир қаторда ташқи бозорлардаги талабни ҳам эътиборга олган ҳолда иш олиб бориш долзарб масалалардан ҳисобланади. Янги шаклланаётган, шу билан бирга, яхши ривожланмаган тармоқ ва соҳаларни шакллантириш ёки ривожлантиришда хорижий мамлакатлар тажрибасидан фойдаланиш мамлакатимиз иқтисодиёти тармоқларининг ривожланиш даврини маълум даражада қисқартириш, самарадорликка эришишда вақтдан ўзиш имконини беради. Туризм дунёнинг кўпгина давлатларида ривожланишнинг энг муҳим йўналишларидан бири ҳисобланади. Жаҳон сайёҳлик кенгашининг маълумотларига кўра, саёҳатлар (WTTC) туризм йўналишини шакллантиришда асосий улуш қўшиб келмоқда.

Бутунжаҳон туристик ташкилотининг маълумотларига кўра, 2017 йилда жаҳон бўйича халқаро сайёҳлар ташрифи 7 % га ошган. 2010 йилдан бери 7 йил давомида ушбу кўрсаткичнинг ўсиш суръати йилига 4 фоизни ташкил этади.

Ўрта ер денгизи йўналиши бўйлаб Европа давлатларига сайёҳлар ташрифи 2017 йилда 2016 йилга нисбатан 8% дан кўпроқни ташкил этган. Айтиш мумкинки, бу натижа минтақа учун юқори баҳоланишни белгилайди. Африка қитъасида эса айнан шу йиллар нисбатига кўра мутаносибликда рекорд натижа - яъни 8%, Осиё ва Тинч океани минтақасида 6%, Яқин Шарқ минтақасида 5% ҳамда Америка минтақасида 3% га ўсганлиги қайд этилган.

2017 йил туризм соҳасининг кўплаб йўналишларида ўсиш кўрсаткичига эришилганлигини ўтган йилларда камайиб кетган ташрифларнинг мустаҳкам қайта тикланиши билан тавсифлаш мумкин. Натижада жаҳон иқтисодиёти маълум даражада ривожланиб, кўплаб минтақаларда анъанавий туризм хизматлари бозорлари ташкил этилди. Жумладан, Бразилия ва Россияда туризм

ташрифларининг бир неча йиллар давомидаги пасайиши ортидан кучли ўсиш даражасига эришилди ва мамлакатда туризм талаби қайта шакллантирилди.

Халқаро сайёҳлар жадал суръатларда ортиб бориши натижасида туризм соҳаси иқтисодий ривожланишнинг асосий омили сифатида мустақамланиб бормоқда. Сайёҳлик дунёнинг учинчи экспорт сектори сифатида иш ўринларини яратиш ва бутун дунё халқларининг фаровонлиги учун муҳимдир. Бутунжаҳон туризм ташкилотининг бош котиби Зураб Пололикашвилининг сўзларига кўра, “Биз ўсишда давом этаётганимиздек, ушбу ўсиш ҳар қайси мезбон халқнинг ҳар бир аъзосига фойда келтириши ва барқарор ривожланиш мақсадларига мос келиши учун биргаликда курашиш керак¹”.

Бозор иқтисодиёти шароитида ва бозор муносабатлари ривожланиши натижасида Ўзбекистонда туризм соҳасини ривожлантириш учун қулай шарт-шароитлар юзага келаётганлиги, туризмнинг республика иқтисодиётига янада интеграциялашуви мамлакат иқтисодиётида муҳим аҳамият касб этмоқда. Жаҳон иқтисодиёти тажрибасидан маълумки², 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.

Бу ривожланишда туризм соҳаси ҳам муҳим ўрин тутди. Айниқса, хорижий сайёҳларнинг аксарияти Ўрта ер денгизи минтақаси, шу билан бирга, бошқа турли минтақаларнинг туризм учун етарли салоҳиятга эга ҳудудларига туризмнинг айнан ушбу йўналишидаги хизматларни истеъмол қилиш учун ташриф буюрганлар.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 22 декабрдаги Олий Мажлисга Мурожаатномасида “Ҳозирги кунда миллий иқтисодиётга юқори даромад келтирадиган истиқболли тармоқлардан бири – бу туризмдир. Ўзбекистон туризм соҳасида улкан салоҳиятга эга бўлган давлат ҳисобланади. Юртимизда 7 минг 300 дан ортиқ маданий мерос объектлари мавжуд ва уларнинг аксарияти ЮНЕСКО рўйхатида киритилган. Шу билан бирга, мамлакатимизнинг бетакрор табиати, гўзал дам олиш зоналари имкониятларидан фойдаланиб, янги туристик йўналишлар очиш мумкин. Бу соҳага жаҳон брендларини фаол жалб этган ҳолда, биз зиёрат туризми, экологик, маърифий, этнографик, гастрономик туризм ва бу соҳанинг бошқа тармоқларини ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратишимиз зарур. Бу борада давлат-хусусий шериклик муносабатларини қўллаш соҳани таракқий эттиришда кенг имкониятлар очишини ҳисобга олишимиз лозим...³”- дейилган эди.

Мамлакатимиз Европа ва Осиёни боғловчи йўлнинг чорраҳасида жойлашган. Ушбу ҳолат мамлакатимизнинг ташқи сиёсати стратегик йўналишини кенгайтириш, Евросиё иқтисодий ва маданий алоқаларини таъминлашда муҳим роль ўйнайди.

Экспортга йўналтирилган иқтисодиётни ривожлантиришнинг асосий йўналишларидан бири – туризм индустриясидир. Туризм бу ишбилармонлик соҳасининг муҳим хусусиятларидан бири бўлиб, хорижий туристлар оқимини

¹ UnWTO Wourld tourism Barometer.

² Kamilova F.K., Kamilov Z. K. Xalqaro turizm bozori. Darsik / T.: TDIU, 2009 y. -68 b.

³ Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёвнинг Олий Мажлисга мурожаатномаси. “Халқ сўзи” газетаси. 2017 йил. 22 декабрь.

доимий жалб қилади¹. Бунинг натижасида республикамизга зарур бўлган валюта тушуми таъминланади.

Халқаро туризмни замонавий, илмий асосланган ҳолда амалга ошириш ғоясини рўёбга чиқариш XIX асрнинг 40-йилларига тўғри келган бўлиб, бу жараён саноатнинг ривожланиши ва ишлаб чиқаришнинг такомиллашуви билан боғлиқдир². Бу вақтга келиб, туристик саёҳатлар поездлар, автомобиллар ва пароходларда амалга оширила бошланди, улар аввалги транспорт воситаларидан тубдан фарқ қилиши билан характерлидир.

Инсонларнинг меҳнат қобилиятини сақлаш ва ривожлантиришга қаратилган ижтимоий стратегиянинг муҳим соҳаларидан бири бўлган туризм иқтисодий томондан ўзини сезиларли даражада ўнглаб олган мамлакатларда кишиларни оламни кенгроқ билиш мақсадида дунёнинг турли бурчакларига жалб қила бошлади.

Туризм ижтимоий-иқтисодий ривожланишнинг ўзига хос катализатори сифатида транспорт, алоқа, савдо, қурилиш, қишлоқ хўжалиги, халқ истеъмоли молларини ишлаб чиқариш ва иқтисодиётнинг бошқа шу каби муҳим секторларининг ривожланишига катта таъсир кўрсатади. Мутахассисларнинг айтишига қараганда, XXI аср туризм асрига айланади³.

Ўзбекистон Республикасида кейинги йилларда олиб борилган иқтисодий ислохотларнинг чуқурлаштирилиш жараёни, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик учун яратилаётган кенг имкониятлар, хизматлар соҳасига берилаётган алоҳида эътибор туфайли туризм соҳасида ижобий ўсиш натижалари кўзга ташланмоқда.

Мамлакатларнинг туризм соҳаси ва салоҳияти бевосита уларнинг ривожланганлик даражаси, ижтимоий-иқтисодий, табиий шароити яъни, табиий комплекслар, техник инфратузилмаларнинг ривожланганлиги саноат тармоғи, хизмат кўрсатиш тизими, маданият, санъат ва илм-фаннинг ривожланганлиги билан, яъни бир сўз билан айтганда, мамлакатларнинг табиий, ижтимоий, маданий, иқтисодий ва географик ўрни билан боғлиқ. Масалан, Туркия давлатининг географик ўрни, яъни унинг Европа, Осиё ва Африка билан туташ ҳудудда жойлашганлиги унда бу фаолиятнинг ривожланиши учун бош омил бўлган. Шу боис бу ҳудудларда дам олиш уйлари, туристлар базалари, спорт лагерлари, санаторийлар, саноат, транспорт, савдо ва алоқа муассасаларининг яхши йўлга қўйилганлиги рекреацион фаолиятнинг ривожланишига асос бўлади.

Туризм индустрияси яхши ривожланган айрим мамлакатларда рекреацион туризм соҳаси иқтисодиётнинг йирик ва мустақил тармоғи бўлиб, банд аҳолининг 10-15 % ини ўзига қамраб олади.

Бугунги кунда дунё бўйлаб туристик фаолиятнинг ривожланишига ҳудудлардаги минтақавий беқарорлик, миллий, диний адоватлар, сиёсий тўқнашувлар, терроризм, экстремизм қабиларнинг авж олганлиги ўз салбий таъсирини кўрсатмоқда. Юқоридаги омиллар билан бирга экологик туризм аҳамиятини ҳам ҳисобга олиш лозим. Экологик туризм тижорат туризмидан фарқли равишда кишиларнинг маънавий, руҳий қувватини қайта тиклашда муҳим аҳамият касб этади.

¹ Квартальнов В.А. “Международный туризм”. Учебник. - М, Финансы и статистика. 2007г.

² Адилова З.Д., Содиқов Т.Б. Халқаро туризм бизнеси. Ўқув қўлланма. –Тошкент, 2010. 6-бет

³ Александрова А. Ю. Международный туризм: Учебное пособие для ВУЗов. М.: Аспект Пресс, 2007.-136 с.

Туризм ривожланган мамлакатлар тажрибасидан кўриниб турибдики, мамлакатимизда мавжуд туристик салоҳиятдан келиб чиқиб, янги объектларни шакллантириш ҳамда мавжуд объектлар фаолиятини ривожлантиришда ҳудудлар хусусиятлари ҳамда уларнинг ўзига хос жиҳатларини эътиборга олган ҳолда хорижий мамлакатларнинг ушбу соҳадаги тажрибаларидан фойдаланиш кўп қулайликларни яратади. Бугунги кунда Ўзбекистонда туристик фаолиятдан самарали фойдаланиш механизмларини яратишда қуйидаги йўналишларда хорижий мамлакатлар тажрибаларидан фойдаланиш мақсадга мувофиқ:

1. Туристик объектлардан фойдаланишда юзага келадиган муносабатларни тартибга солувчи ҳуқуқий-меъёрий базани такомиллаштириш;

2. Туристик фаолиятни ривожлантиришда давлат бошқаруви функцияларини белгилаш ҳамда бозор механизмларининг самарали ишлаши учун керакли бўлган шароитларни яратиш, устувор аҳамиятга молик ижтимоий-иқтисодий масалаларни ҳал этишнинг яхлит концепциясини ишлаб чиқиш.

Бунда туристик фаолиятни давлат томонидан тартибга солишнинг асосий мақсад ва вазибаларини қуйидагича белгилаш мумкин:

туризмнинг аҳолини тарбиялаш, таълим олиш ва соғломлаштиришга қаратилган фаолиятини рағбатлантириш;

туристларнинг дам олиш, эркин ҳаракатланиш ва бошқа ҳуқуқлари таъминланиши учун керакли шарт-шароитлар яратиш;

туристик намойиш объектлари, маданий ва табиий салоҳиятдан самарали фойдаланишни ташкил этиш;

туризм соҳасидаги барча корхоналар учун бир хил бўлган иқтисодий шарт-шароитларни яратиш;

хусусий мулк дахлсизлигини таъминлаш ва мулкдорлар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш;

соҳада самарали ва соғлом рақобатни юзага келтириш ва ривожлантиришга қаратилган ҳуқуқий базани мустаҳкамлаш;

аҳолининг ижтимоий муҳофазага муҳтож қатламларининг туристик хизматлардан фойдаланишлари учун шароитлар яратиш.

3. Туризм хизматлари кластерини шакллантириш бўйича замонавий тажрибаларни маҳаллий шароитга мослаган ҳолда жорий этиш орқали объектлардан самарали фойдаланиш механизмини такомиллаштириш;

4. Рекреацион спектрда жойлашган ҳудудларнинг салоҳиятидан келиб чиқиб, рекреацион туризм зоналарининг инвестицион жозибадорлигини ошириш мақсадида зарурий имтиёз ва енгилликлар жорий этиш;

5. Туристик кластерларни ташкил этишда давлат-хусусий шерикчилик механизмини қўллаш (бюджет субсидияларидан фойдаланиш).

Соҳани ривожлантиришда юқорида кўрсатиб ўтилган хорижий тажрибаларни қўлланилиши мамлакатимизда туризм хизматлари бозорини юқори суръатларда ривожлантириш имконини беради.

Адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёвнинг Олий Мажлисга мурожаатномаси. “Халқ сўзи” газетаси. 2017 йил. 22 декабрь.

2. Kamilova F.K., Kamilov Z. K. Xalqaro turizm bozori. Darsik / T.: TDIU, 2009 y. -68 b.

3. Квартальнов В.А. “Международный туризм”. Учебник. - М, Финансы и статистика. 2007г.

4. Адилова З.Д., Содиков Т.Б. Халқаро туризм бизнеси. Ўқув қўлланма. – Тошкент, 2010. 6-бет

5. Александрова А. Ю. Международный туризм: Учебное пособие для ВУЗов. М.: Аспект Пресс, 2007.-136 с.

ТОШКЕНТ ВИЛОЯТИ БЎСТОНЛИҚ ТУМАНИНИНГ ТУРИЗМ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Жумаева Шоира Бердияровна

Тошкент вилояти Чирчиқ давлат педагогика институти докторанти

Йўлдашев Умирзоқ Хамза ўғли

Тошкент вилояти Чирчиқ давлат педагогика институти талабаси

Туризм индустрияси XX асрнинг сўнгги чорагида хизмат кўрсатиш соҳасининг энг муҳим тармоқларидан бирига айланди ва унинг аҳамияти кун сайин ортиб бормоқда. Замонавий туризм индустрияси – иқтисодиётнинг тез ривожланаётган ва сердаромад тармоқларидан биридир. Унинг ҳиссасига дунёдаги ялпи даромаднинг қарийб 10 фоизи тўғри келади¹. Бутун дунё туризм ташкилоти маълумотларига кўра, дунё бўйича банд аҳолининг 8 фоизи туризм соҳасида фаолият юритади. Шунингдек, туризм соҳасига ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш тармоқларига ажратилган инвестицияларнинг 7 фоизи, умумий истеъмол харажатларининг 11 фоизи тўғри келади². Туризмнинг ривожланиши ҳар қандай мамлакат иқтисодий инфратузилмасининг шаклланишига сезиларли ижобий таъсир кўрсатади ва валюта тушумлари ҳажмининг ўсишига олиб келади.

Ўзбекистон Республикаси ҳам дунёнинг бошқа мамлакатлари каби туризм соҳасида ўзига хос имкониятлар ва салоҳиятга эга. Сўнгги йилларда ушбу соҳани жадал ривожлантириш мақсадида кенг кўламли ислохотлар амалга оширилмоқда. Жумладан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрдаги “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПФ-4861-сонли, 2018 йил 3 февралдаги “Ўзбекистон Республикаси туризм салоҳиятини ривожлантириш учун қулай шароитлар яратиш бўйича қўшимча ташкилий чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-5326-сонли фармонлари ва 2018 йил 7 февралдаги “Ички туризмни жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-3514-сонли қарорининг қабул қилиниши ҳамда виза тизимининг ислох этилиши мамлакатимиз туризм индустриясини янада ривожланишига йўл очиб берди. Статистик маълумотларга кўра, 2017 йилга келиб Ўзбекистонга 2 миллион 700 минг, 2018 йилда 5 миллион 300 мингдан ортиқ туристлар ташриф буюрган. Жумладан, Тошкент вилояти қулай географик шароити ҳамда бой тарихий маданий мероси билан республикамизда туризм соҳасини ривожлантиришда муҳим ўрин тутади. Бугунги кунда вилоятда маҳаллий ва хорижий туристларга хизмат кўрсатувчи жами 120 та корхона фаолият кўрсатмоқда: улардан 15 таси туристик операторлар, кунига 2440 та туристга хизмат кўрсатиш имкониятига эга бўлган 45 меҳмонхона, 71 санаторий ва дам олиш масканларидан иборат. Туризм хизматлари экспортнинг жами 44,6 миллион АҚШ долларини ташкил этади, бу эса ўсишнинг 109,2 фоизини

¹ Якубов Ў., Ваҳобов Ҳ. Рекреацион география асослари. Ўқув қўлланма. – Т., “Fan va texnologiya”, 2012. –107-б.

² Ўша жойда, 106-б.

ташкил этади. Тошкент вилояти республикада экотуризм, зиёрат, тиббиёт, спорт туризми каби йўналишлар бўйича етакчи ўринда туради. Айниқса, экотуризм бўйича Тошкент вилоятида Бўстонлик тумани муҳим ўринга эга.

Бўстонлик тумани 1955 йил 19 апрелда ташкил этилган бўлиб (1962 й. 24 декабрда Юқори Чирчиқ туманига қўшиб юборилган, 1968 йил 25 декабрда қайта тузилган), шимолда Қозоғистон Республикасининг Жанубий Қозоғистон вилояти, шарқда Қирғизистон Республикасининг Талас вилояти, жануби-шарқда Наманган вилоятининг Поп тумани, шимоли-ғарбда Тошкент вилоятининг Қибрай тумани, жанубда Юқори Чирчиқ, Паркент, Оҳангарон туманлари билан чегарадош.¹

Бўстонлик тумани туризм соҳасида катта истиқболларга эга бўлиб, Ўзбекистондаги энг йирик рекреация (дам олиш) зонаси-“Чорвоқ—Чимён, Паргос—Оқгош” ҳамда “Оқгош” (баландлиги 1140 м), “Хумсон” (1150 м), “Товоқсой” (800 м) каби санаторийлар, “Кристалл” пансионати, “Чимён” рекреация комплекси, болалар оромгоҳлари фаолият олиб бормоқда.

Чирчиқ дарёси воҳаси қадимдан одамлар томонидан ўзлаштирилиб, Писком, Угом каби дарё бўйларидаги ғорлардан қадимги одамлар маконлари, тош қуроллар ва қоятош расмлари топилган. Туманда сайёҳлар диққатини жалб қилувчи 180 дан ортиқ маданий мерос объектлари мавжуд.²

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.М.Мирзиёев томонидан 2017-йил 5 декабрь куни имзоланган «Чорвоқ» эркин туристик зонасини ташкил этиш тўғрисидаги фармон Бўстонлик туманининг туристик салоҳиятини оширишда муҳим аҳамиятга эга. Мазкур фармонда Тошкент вилоятининг сайёҳлик салоҳиятини ривожлантириш, ҳудудда ички ва ташқи туризмни ривожлантириш учун қулай шароитларни яратиш, замонавий инфратузилмаларни ривожлантириш ҳамда туристик, меҳмонхона ва транспорт хизматлари сифатини яхшилашга қаратилган чора-тадбирларни амалга ошириш белгиланган.³ Шунингдек, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017-йил 16-августдаги «2018-2019-йилларда туризм соҳасини ривожлантириш бўйича биринчи навбатдаги чора-тадбирлар тўғрисида»ги қарорига кўра Бўстонлик туманида тоғ кластерларини босқичма-босқич ташкил этиш режалаштирилган.⁴

Бўстонлик туманида туризм индустриясини ривожлантиришга хорижий инвесторларни жалб этишга ҳам катта эътибор қаратилмоқда. Жумладан, Франциянинг Консорциум компанияси билан тузилган инвестицион шартномага кўра 750 минг АҚШ доллари Бўстонлик туманининг туристик ҳудудини ривожлантиришга йўналтирилади.⁵ Бу эса Бўстонлик туманининг туристик салоҳияти янада оширишга, аҳолини иш билан таъминлаш ҳамда ҳудуд инфраструктурасини янада ривожлантиришга хизмат қилади.

Хулоса қилиб айтганда, Бўстонлик тумани яқин келажакда Ўзбекистон Республикасидаги энг йирик реакриацион зонага айланиш имкониятига эга ҳудуд ҳисобланиб, туризм индустриясини ривожлантириш нафақат Бўстонлик тумани, балки бутун Ўзбекистон иқтисодиётининг барқарор ривожланишида муҳим рол ўйнайди.

¹ Ўзбекистон миллий энциклопедияси – Б ҳарфи. 866-б.

² Ўзбекистон миллий энциклопедияси – Б ҳарфи. 867-б.

³ «Чорвоқ»%20эркин%20туристик%20зонаси%20ташкил%20этилади%20-%20Газета.uz.html

⁴ www.mf.uz/uz/uz/novosti-uzbekistana

⁵ <https://invest.gov.uz/ru/news/konsortsium-frantsuzskih-kompanij-zajmetsya-blagoustrojstvom-bostanlykского-rajona/>

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Якубов Ў., Ваҳобов Х. Рекреацион география асослари. Ўқув қўлланма. – Т.: “Fan va texnologiya”, 2012. –144-б.
2. Ўзбекистон миллий энциклопедияси – Б ҳарфи.
3. www.Газета.uz
4. Чорвоқ»%20эркин%20туристик%20зонаси%20ташқил%20этилади%20–%20Газета.uz.html
5. www.mf.uz/uz/uz/novosti-uzbekistana
6. <https://invest.gov.uz/ru/news/konsortsiium-frantsuzskih-kompanij-zajmetsya-blagoustrojstvom-bostanlykskogo-rajona/>

ЎЗБЕКИСТОНДА КИЧИК БИЗНЕС ВА ХУСУСИЙ ТАДБИРКОРЛИКНИ МОЛИЯВИЙ ИНСТИТУТЛАР ТОМОНИДАН ҚЎЛЛАБ-ҚУВВАТЛАНИШИ

Юлдашов Кодиржон Мамаджанович
НамМТИ, «СИЧТЭИ» кафедраси доценти,
Холмирзаев Абдулхамид Ҳафизович
НамМТИ, «СИЧТЭИ» кафедраси ассистенти

Ўзбекистонда иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш йўналишларидан бири кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш ҳисобланади. Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни миллий иқтисодиётда етакчи ўринни эгаллаши, пировардида, мамлакат ялпи ички маҳсулотининг ҳажмини оширишга меҳнат ресурсларининг аҳамиятли қисмини иш билан банд қилишга хизмат қилади.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик тараққиётини таъминлаш ва унинг барқарор суръатларда ривожланишига эришиш учун катта миқдордаги молиявий маблағлар зарур. Ўзбекистонда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни молиявий маблағлар билан таъминлаш ва молиявий қўллаб-қувватлаш иқтисодиётни модернизациялаш шароитида долзарб масалага айланиб бормоқда. Мамлакатимизда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари ўз фаолиятини молиявий маблағлар билан таъминлашда маълум бир қийинчиликларга дуч келмоқдалар. Ўз ички маблағлари етарли бўлмаган кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари эса ташқаридан, кредитлар кўринишида молиявий ресурсларни жалб этишга мажбур бўлмоқдалар. Ушбу молиявий ресурсларнинг қандай шартлар асосида ва қандай нархда жалб этилиши кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликнинг келгусида оладиган даромадига бевосита ўз таъсирини кўрсатиши, табиий. Шундай экан, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик тараққиётини молиялаштириш масаласи унинг молиявий равнақини таъминлашда муҳим омил бўлиб хизмат қилиши зарур. Ушбу ҳолат молиявий ресурсларнинг чекланганлиги шароитида алоҳида аҳамият касб этади. Инқирозга қарши чоралар дастури амалга оширилаётган шароитда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик тараққиётининг молиявий жиҳатлари алоҳида аҳамият касб этмоқда. Ушбу ҳолат, ўз навбатида, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни молиявий қўллаб-қувватлашни ташқил этиш ва такомиллаштириш масаласи юзасидан чуқур, махсус илмий тадқиқотлар олиб боришни талаб этади.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантиришда муҳим омил ушбу соҳани молиялаштириш муаммосидир. Мазкур муаммони ижобий ҳал этиш орқали хусусий сектор субъектларининг мамлакат иқтисодиётини барқарор ривожлантиришдаги ўрни ортиб боради.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни тараққий этиш суръатлари кейинги йилларда барқарор бўлишига қарамасдан ушбу корхоналарнинг кўламлари унчалик катта эмас. Аксарият ҳолларда ушбу корхоналар бозорда муайян мавқени эгаллаган бўлсалар-да, ишлаб чиқаришни кенгайтиришда молиявий ресурсларнинг етишмаслиги муаммосига дуч келмоқдалар. Ушбу муаммо фикримизча, бир томондан мамлакатда молиявий ресурсларнинг умумий тақчиллиги билан боғлиқ бўлса, иккинчи томондан, хусусий секторда фаолият кўрсатаётган тадбиркорларнинг аксарият ҳолларда молия бозорида иштирок этиш иш кўникмаларига эга эмасликлари, ҳамда мамлакатимизда молия бозорининг етарли даражада ривожланмаганлиги ва такомиллашмаганлиги билан боғлиқдир.

Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари аксарият ҳолларда бошланғич капитал етишмаслиги туфайли қатор қийинчиликларга учрайди. Фикримизча, қонунчиликда назарда тутилган кафилликни тўлов қобилитига эга юридик ва жисмоний шахслар, фуқаролар ўзини-ўзи бошқариш органлари ҳам беради. Бошланғич капитални жалб қилиш мақсадида, гаров пули, ушлаб қолиш, кафолат, олдиндан пул бериш кабилардан ҳам фойдаланиш мумкин. Бир вақтнинг ўзида, тадбиркорлик фаолияти субъекти кредит шартномалари бўйича мажбуриятларни таъминлаш мақсадида ўз мол-мулкидан, шу жумладан, ашёлари ва мулкӣ ҳуқуқларидан, ўзи олган кредитни тўлай олмаслик хавфи суғуртаси тўғрисидаги суғурта полисидан ҳам фойдаланса бўлади.

Оилавий бизнес ва хунармандчиликни ривожлантириш, бошланғич капитал ҳамда ишлаб чиқаришни модернизация қилиш мақсадида узоқ ва ўрта муддатли кредитларни ажратиш механизмлари қайта кўриб чиқилиб, ҳозирги давр талабларига мослаштирилди.

Мамлакатимизда қабул қилинган бир қатор меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларга мувофиқ, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари учун турли имтиёз ва қулайликлар берилди, имтиёзли кредитлаш тизими соддалаштирилди.

Бизнинг фикримизча, хусусий секторнинг тараққий этишига тўсиқ бўлаётган асосий ташкилий-қонуний масалаларни ҳал этмасдан туриб хусусий тадбиркорликнинг ривожини, жумладан, уни молиялаштиришнинг самарадорлигини таъминлаб бўлмайди. Мазкур муаммоларни ҳал этиш учун қуйидагиларни таклиф қиламиз:

1. Хусусий сектор тараққиётини таъминлаш орқали давлатнинг иқтисо-дий мавқеини мустаҳкамлашга қаратилган, хусусий тадбиркорлик субъектлари ўртасида ўзаро мувофиқлашган, давлатнинг аралашувини чекловчи ҳамда хусусий тадбиркорликни молиялаштириш самарадорлигини ошишига хизмат қилувчи мукамал қонуний-меъёрий ҳужжатларни қабул қилувчи махсус мустақил ташкилот ва экспертлар гуруҳи ташкил этиш лозим ва уларнинг иш фаолияти давомийлигини таъминлаш керак;

2. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози ва мамлакатимизда иқтисо-диётнинг эркинлашуви билан боғлиқ бўлган объектив реалликни ҳисобга олган ҳолда хусусий сектор тараққиётини таъминлашга хизмат қилувчи уни самарали молиялаштириш механизмини ишлаб чиқиш ва амалиётга жорий этиш лозим. “Хусусий сектор тараққиётини самарали молиялаштириш механизми” деб ном олган бу механизм шу секторда фаолият кўрсатувчи барча хўжалик юритувчи субъектларда уларнинг кенгайтирилган тақдор ишлаб чиқариш эҳтиёжлари учун зарур бўлган молиявий ресурслар билан таъминлашнинг асосий омили бўлиши керак. Бундай шароитда мулк шаклидан қатъий назар хусусий секторда фаолият

кўрсатаётган барча хўжалик юритувчи субъектларга молиялаштиришни ташкил этиш масалаларига нисбатан тенг ҳуқуқларнинг берилиши муҳим аҳамиятга эга;

3. Хусусий сектор тараққиётини самарали молиялаштириш механизмида молиялаштиришнинг манбалари бўлиб қуйидагилар хизмат қилмоғи мақсадга мувофиқ: а) хусусий секторда фаолият кўрсатаётган хўжалик юритувчи субъектларнинг фойдаси (асосан, тақсимланмаган фойдаси); б) хусусий сектор корхоналарининг амортизация ажратмалари; в) хусусий сектор корхоналари барқарор пассивларининг ўсган қисми; г) хусусий сектор корхоналарида иқтисод қилинган ёки тежаб-тергалган маблағлар; д) хусусий сектор корхоналарининг ички хўжалик резервлари; е) хусусий сектор корхоналари томонидан қимматбаҳо қоғозларни эмиссия қилиш орқали олинган маблағлар; ё) тижорат банклари ва бошқа кредит уюшмаларидан олинадиган кредитлар; ж) давлат бюджетининг маблағлари (умумдавлат аҳамиятига эга бўлган ижтимоий-иқтисодий муаммоларни ҳал қилишга қаратилган марказлаштирилган маблағлар ва инвестицион мақсадлар учун ажратиладиган молиявий ресурслар); з) халқаро (жумладан, молиявий) ташкилотлар ва хорижий инвесторлардан турли кўринишларда (кредитлар, заёмлар ва бошқа) олинадиган маблағлар; и) ҳомийлик ёки қайтариб бермаслик шарти билан ташқаридан бериладиган бошқа маблағлар.

Юқоридагилардан кўришиб турибдики, хусусий сектор тараққиётини самарали молиялаштириш механизмида молиявий манбалар сифатида фойдаланиши лозим бўлганларнинг таркиби амалиётда жуда ранг-баранг бўлиши мумкин. Ана шуни ҳисобга олган ҳолда хусусий секторда фаолият кўрсатувчи хўжалик юритувчи субъект уларнинг у ёки бу кўринишига устуворлик бермаслиги керак. Аксинча, уларнинг барчасидан бир вақтнинг ўзида максимал равишда самарали фойдаланишга ҳаракат қилмоқ лозим. Фақат шундагина хусусий сектор тараққиётини самарали молиялаштириш ўзининг том маъносига эга бўлади;

4. Хусусий сектор тараққиётини самарали молиялаштириш истиқбол-ларини белгилашда молиялаштириш манбаларининг, умумий кўринишда, давлат инвестиция ресурсларидан; хорижий инвестициялардан; хусусий секторда хўжалик юритувчи субъектлар инвестицион ресурсларидан; шахсий, жалб қилинган ёки қарзга олинган ресурслардан; давлат ва республика субъектлари даражасида ҳамда хусусий секторда хўжалик юритувчи субъектлар даражасида; ташқи ва ички манбалар; рискли ва рисксиз манбалар; капитал қуйилмалар ва ишлаб чиқариш захираларидан иборат эканлигини ҳам идрок этиш алоҳида аҳамиятга эга. Буларни тўла-тўқис идрок этмасдан туриб, республикамизда хусусий сектор тараққиётини самарали молиялаштириш истиқболларини белгилашнинг сира иложи йўқ. Чунки айнан ана шулар хусусий сектор тараққиётини молиялаштиришнинг оптимал таркибини аниқлаб беришга хизмат қилади;

5. Хусусий секторда молиялаштиришнинг асосий манбаларини шу секторда фаолият кўрсатувчи хўжалик юритувчи субъектларнинг ўз маблағлари, тижорат банкларининг кредитлари ва тўғридан-тўғри хорижий инвестициялар ташкил этмоқда. Бу ерда мавжуд бўлган муаммо ушбу манбаларнинг қай бирига устуворлик бермоқ лозим, уларнинг қайси бири самаралироқ ҳисобланади, уларнинг қайсисидан фойдаланиш бозор иқтисодиётининг талабларига кўпроқ жавоб беради, каби масалаларга аниқлик киритишдан иборат. Муаммонинг мураккаблиги шундаки, юқоридаги саволларнинг ҳеч бирига, кўпчилик ўйлаганидек, аниқ жавоб беришнинг иложи йўқ. Бу муаммонинг ечими хусусий секторда фаолият кўрсатаётган хўжалик юритувчи субъектда мавжуд бўлган

конкрет шароитга, унинг олдида қандай вазифаларнинг қўйилганлигига ва уларни қай муддатларда бажариш лозимлигига ва бошқаларга бевосита боғлиқ. Ана шулар эътиборга олинмаган бўлса, конкрет шароитда қайси молиялаштириш манбасидан фойдаланиш тўғрисида қарор қабул қилинаётган пайтда юқоридаги ҳолатларни ҳисобга олиб, ҳар бир молиялаштириш манбаининг афзалликлари (қулайликлари) ва камчиликлари ҳисоблаб чиқиши ва фақат шундан сўнггина тегишли қарорни қабул қилиш мақсадга мувофиқ;

Бизнинг фикримизча, хусусий сектор тараққиётини самарали молиялаштириш механизми, энг аввало, қуйидаги меъзонларга жавоб бермоғи лозим: а) яратилиши лозим бўлган механизм хусусий секторни молиялаштиришнинг мавжуд механизмига муқобил бўлиши керак; б) бу механизм хусусий сектор тараққий топган мамлакатларда ўзини оқлаган механизмларга асосланиши зарур; в) хусусий сектор тараққиётини самарали молиялаштириш механизми республикамизнинг ҳозирги ривожланиш босқичидаги имкониятларига тўғри келиши мақсадга мувофиқ; г) бу механизм хусусий секторнинг тараққиёт манфаатларига хизмат қилиши керак; д) унда давлат томонидан тегишли қафолатларнинг бўлиши кўзда тутилмоғи лозим.

Ана шу меъзонлар асосида яратилиши лозим бўлган хусусий секторни самарали молиялаштириш механизмининг амалиётга жорий этилиши, бизнинг назаримизда, хусусий секторнинг тараққий этишига кўпроқ ва кенгроқ имконият яратади, уларда рисклилик даражасини пасайтирган ҳолда молиялаштиришга ёрдам беради. Бизнингча, бу механизм ўз ичига мамлакатнинг марказий ҳукуматини, тегишли давлат бошқарув органларини, Ўзбекистон Республикасининг хусусий секторини ривожлантириш корпорациясини, кредитларни қафолатлаш корпорациясини, тегишли молиявий институтларни ва хусусий секторнинг ўзини қамраб олиши керак;

Бундай тадбирларни амалга ошириш мамлакатимизда хусусий секторни янада ривожлантиришга ва аҳолини турмуш даражасини оширишга хизмат қилади.

8- ШЎЪБА. ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ МУАММОЛАРИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ

ГАСТРОНОМИК ТУРИЗМ ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИГА САЙЁҲЛАР ОҚИМИНИ КЕНГАЙТИРИШ ОМИЛИ СИФАТИДА

**Кадиров Ариф Махмудович
БухДУ проректор**

Замонавий сайёҳ 20 йил олдинги саёҳатчидан жуда катта фарқ қилади. Янги авлод сайёҳлари атроф-муҳитга ғамхўрлик, саёҳат пайтида соғлом турмуш тарзини олиб бориш имконияти, ташриф буюрган ҳудуднинг турмуш тарзи ва маданий анъаналарида иштирок этиш истаги ва бошқаларга кўпроқ эътибор беришни хоҳлайди.

Албатта, юқорида айтиб ўтилганлар ва ушбу мақолада муҳокама қилинганларнинг барчаси оддий сайёҳнинг қизиқувчанлик, маданий ва маърифий мақсадлар учун бошқа давлатларга саёҳат қилиш каби хусусиятларини очиб беради.

Муайян ҳудудга ташриф буюрувчилар қизиқишни шакллантирадиган кўплаб диққатга сазовор жойлар мавжуд. Ўзбекистон - бой маданий меросга эга бўлиб, унинг ноёб меъморий ёдгорликлари, манзарали кўчалари, аҳолисининг ғоят меҳмондўстлиги ва қадимий шарқнинг сеҳрли нафаси барчани ўзига маҳлиё этади. Бугунги кунда давлатимиз туризм соҳасини ривожлантиришга катта эътибор қаратмоқда. Сўнгги бир неча йил ичида қулай сайёҳлик инфратузилмасини яратиш, хавфсизликни таъминлаш ва сайёҳлар учун минтақанинг жозибадорлигини ошириш борасида улкан ишлар амалга оширилди. Тошкент, Бухоро, Самарқанд ва Хива каби тарихий сайёҳлик йўналишлари сезиларли даражада ўзгарди, янада қулай, равшан ва кўркем бўлди. Бундан ташқари, ҳукуватимиз вакиллари республиканинг бошқа ҳудудларида бой тарих ва маданиятга эга янги марказларини яратиш учун кўплаб ҳаракатларни амалга оширмоқдалар. Қадимий архитектура ёдгорликлари кўли гул усталар ёрдамида ўз жилосига қайтмоқда, унутилган анъаналар тикланмоқда, меҳмонхоналар ва музейлар қурилмоқда, транспорт йўллари ётқизилмоқда.

Буларнинг барчаси бугун ўз самарасини бериб, диёримизга сайёҳлар оқими йилдан-йилга кўпайиб бормоқда. Шу билан бирга, халқаро тажриба шуни кўрсатадики, туризмдан максимал иқтисодий фойда олиш учун давлат асосий йўналиш ва инфратузилмани ривожлантириш билан бир қаторда, чет эллик меҳмонларга қизиқиш уйғотадиган ва Ўзбекистонга ташриф буюриш истагини уйғотадиган янги йўналишларнинг пайдо бўлишини рағбатлантириши керак.

Бизнинг минтақамизга нисбатан гастрономия, яъни овқатланиш ана шундай йўналишлардан бирига айланиши мумкин. Мен ушбу мақоладагастрономик туризмнинг истиқболлари ҳақида фикр юритмоқчи эдим. Ўзига хос, бой ўзбек таомлари ва турли-туман фойдали, кимёвий қўшимчаларсиз табиий маҳсулотлардан тайёрланишини назарга оладиган бўлсак, гастрономик туризм бизнинг минтақамизда катта ютуқларга эга.

Гастрономик туризм бу чет эллик сайёҳ учун бошқа давлатлар ёки қитъаларнинг ўзига хос бўлган таомларини татиб кўриш, ошхоналарнинг ноодатий хусусиятлари, ошпазлик анъаналари билан танишиш саёҳати ҳисобланади.

Бугунги кунда гастрономик туризм (баъзан озиқ-овқат туризми деб аталади) туристик оқимларни жалб қилишда муҳим йўналишни ташкил этадиган давлатлар сирасига Франтсия, Италия, Япония ва АҚШни киритиш мумкин. Аммо Ўзбекистон, Хорватия, Ветнам ёки Мексика каби мамлакатларда, қайсики озиқ-овқат жамият ҳаётида жуда муҳим рол ўйнашига қарамай,, сайёҳларни жалб қилиш учун тўлиқ фойдаланилмайди.

Ҳукумат бу соҳага умуман эътибор бермаяпти, дейиш мумкин эмас. Ўзбекистоннинг пазандалик ва гастрономик анъаналари билан боғлиқ фестиваллар ва тақдимотлар, шубҳасиз, ушбу соҳани ривожлантиришга ёрдам беради. Масалан, Ипак ва зираворлар фестивалининг ўзи маълум даражада Бухоронинг гастрономик жозибадорлигини ошириш усулидир. Аммо, менинг фикримча, кўрилаётган чоралар янада кенгроқ бўлиши керак ва уларнинг мақсади минтақага ташриф буюриш учун асосий сабаб бўлган мустақил категория сифатида ўзбек ошхонасига кизиқишни уйғотиш зарур. Шунини таъкидлаш керакки, ҳозирги вақтда, умуман олганда, гастрономия асосий сайёҳлик дастурларига ёқимли қўшимча ҳисобланади, гарчи бу жуда муҳим, аммо шунга қарамай - қўшимча фактор.

Сўнгги йиллар динамикаси шундан далолат берадики, Ўзбекистоннинг сайёҳлик марказларида миллий ошхоналар сони йилдан-йилга кўпайиб бормоқда. Ноёб таомларнинг сони юзлаб турларга эга. Сайёҳларнинг бизнинг ошхонамизга кизиқиши тобора ортиб боришига амин бўлмоқдамиз. Ўзбек ошхонасини оммалаштириш нафақат мамлакатимизга ташриф буюрган сайёҳларнинг шарҳлари, балки дунёдаги кўплаб ўзбек ресторанлари, шунингдек, машҳур ошпазлар томонидан ёзилган миллий таомлар рецептлари билан машҳур китоб нашрлари орқали амалга оширилади.

Юқорида айтилганларнинг барчаси шунини кўрсатадики, гастрономик туризмнинг алоҳида йўналишини шакллантириш борасида Ўзбекистон учун катта куч талаб этмайди. Жараён аллақачон анъанавий миллий ошхонанинг улкан салоҳияти туфайли ўз-ўзидан ривожланиб бормоқда. Фақатгина уни тўғри йўналишга йўналтириш ва гастрономик туризмни ташқи туристик хизматлар бозорида марказлаштирилган ва дастурий равишда оммалаштириш учун шарт-шароитларни таъминлаш керак.

“ТурСтат” таҳлилий агентлиги маълумотларига кўра, бугунги кунда Ўзбекистон Россия фуқароларини гастрономик туризмга жалб қилиш жиҳатидан МДХ ва қўшни давлатлар орасида этакчи бешликка киради. Бизнинг ошхонамизнинг бой анъаналарини инобатга олган ҳолда, менинг фикримча, давлатимиз нафақат рус балки бутун дунё сайёҳлари орасида биринчи бешталикда бўлиш учун барча имкониятларга эга.

Бугунги кунда, Ўзбекистоннинг йирик сайёҳлик агентликларининг кўпчилиги ўз дастурларида гастрономик саёҳатларни киритишган. Аммо бу йўналишни ҳали энг кўп сайёҳ жалб қилувчи йўналиш деб айта олмаймиз. Туризм бизнесининг ушбу соҳаси имкониятларини тўлиқ очилишини таъминлаш учун ҳукумат ушбу жараённи тизимлаштириш ва динамикасини таъминлашга қаратилган бир қатор чора-тадбирларна амалга ошириши керак.

Улар орасида:

- гастротномик туризмни ташқи бозорларда марказлаштирилган равишда оммалаштириш (тақдимотлар, конференциялар, кўрғазмалар, элчихоналардаги тадбирлар, даврий нашрларда реклама, оммавий ахборот воситалари, интернет тармоқлари ва бошқалар);

- хусусий бизнес томонидан гастрoномик саёхатларни энг кулай тарзда ўтказишни таъминлайдиган инфратузилма яратилишини рағбатлантириш;
- туристик хизматларнинг ушбу тоифасини тан олишга ҳисса қўшадиган ягона брендни яратиш ва илгари суриш;
- ушбу хизмат турини таклиф қилувчи туристик агентликларни қўллаб-қувватлаш (молиявий енгиллик, гастрoтуризм брендини оммалаштиришга йўналтирилган маркетинг харажатларини қоплаш ва бошқалар);
- маҳаллий маҳсулотни маркалаш ва уларнинг келиб чиқиш жойини белгилаш орқали ҳимоя қилиш ва танитиш;
- ушбу соҳада етук мутахассисларни етказиб беришга алоҳида эътибор қаратиш;
- озиқ-овқат хавфсизлигини кафолатлайдиган самарали сертификатлаш тизимини яратиш;
- мамлакатга сайёҳлар оқимини таъминлашга қодир бўлган чет эллик меҳмонлар (элчихона ходимлари, туризм соҳаси раҳбарлари ва бошқалар) таклифи билан мамлакатдаги фестиваллар, конференциялар ва бошқа тадбирлар сонини кўпайтириш.

Давлат ушбу соҳани ривожлантиришга маблағ сарфлашга тайёр бўлган манбаларга қараб ушбу рўйхатни тўлдириш мумкин. Бундан ташқари, ушбу бандларнинг баъзилари аллақачон амалга оширилмоқда ва аста-секин гастрoномик туризм соҳасида фаолликни оширишга ҳисса қўшмоқда, аммо тўлиқ самараси учун бир вақтнинг ўзида барча йўналишларда кенг кўламли чора-тадбирларни амалга ошириш мақсадга мувофиқдир.

Сўнгги бир неча йил ичида мамлакатимизда юз бераётган ўзгаришларни кузатар эканман, шуни таъкидлашни истардимки, гастрoномик туризм соҳасида жадал ривожланиш чораларини кўриш вақт масаласидир ва бу унчалик узoқ эмас.

Фойданилган адабиётлар рўйхати

1. Ш.М. Мирзиёев. Эркин ва фаровон, демократик Ўзбекистон давлатини мард ва олижаноб халқимиз билан бирга қураимиз. Тошкент: Ўзбекистон, 2016.
2. Ш.М. Мирзиёев. Танқидий таҳлил, қатъий тартиб-интизом ва шахсий жавобгарлик – ҳар бир раҳбар фаолиятининг кундалик қондаси бўлиши керак. Тошкент: Ўзбекистон, 2017.
3. А.Б. Бгатов. Безопасность в туризме. Россия. 2010.
4. Е.Л. Писаревский. Основы безопасности туризма. Россия. 2010.

Фойданилган интернет сайтлари

1. <http://www.uza.uz>
2. <http://www.gov.uz>
3. <http://mice-uzbekistan.uz>

ОСОБЕННОСТИ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

**Доцент СамИСИ Мусаева Ш.А.,
и.о. доц Усмонова Д.И
студент гр. Ик-219 Усманов Ф.Ш.**

Узбекистан как одна из ключевых стран на Великом шелковом пути, с многовековой истoрией, неповторимой культурой и традициями, привлекает все большее внимание зарубежных туристских фирм и туристов. К примеру, 9-10 июля текущего года в Самарканде проведено заседание Совета стран СНГ по туризму,

также Самарканд стал членом всемирной федерации туристических городов (WTCF).

Предоставляемые льготы для иностранных инвесторов и предпринимателей в Узбекистане, особенно в сфере международного туризма, привлекли внимание, как крупных гостиничных сетей, так и небольших фирм, осуществляющих менеджмент отелей.

Анализ современного состояния туристской системы показывает, что наблюдается рост основных показателей туризма, как следствие принятых кардинальных мер по реформированию отрасли, реконструкции материально-технической базы и совершенствованию сервисного обслуживания туристов. Это можно проследить по данным приема туристов за период 10 месяцев 2019 года.

Таблица 1.

Динамика роста приема туристов в Республике Узбекистан за 10 месяцев 2019 года

Месяцы	Прием туристов по годам, чел.		Изменение, %	Отклонение от среднего, +/-	
	2018 г	2019 г		2018г.	2019г.
январь	266194	437265	164,26	-175738	-122426
февраль	264392	393493	148,83	-177540	-166198
март	441134	549454	124,55	-798	-10237
апрель	434962	544386	125,16	-6970	-15305
май	441500	496751	112,51	-432	-62940
июнь	472907	613475	129,72	30975	53784
июль	506105	597665	118,09	64173	37974
август	584434	692271	118,45	142502	132580
сентябрь	503305	613784	121,95	61373	54093
октябрь	504390	658366	130,53	62458	98675
Всего	4419323	5596910	129,4	-	-

Таблица составлена по данным Государственного комитета Республики Узбекистан по туризму, www.uzbektourism.uz.

Из приведенных данных можно сделать вывод о высоких темпах развития туризма в нашей стране. Так за 10 месяцев текущего года количество въезжающих в Узбекистан составило около 4420 тысяч человек, что на 29,4% больше чем за тот же период 2018 года. Вместе с тем в стране сохраняются значительное влияние фактора сезонности. Так в рассматриваемый период первые два месяца наблюдается большое отличие от средних показателей. В 2019 году даже в мае отклонение от средних значений составляет около 63 тысячи человек.

В соответствии с Указом Президента Республики Узбекистан от 5 января 2019 года, № УП-5611 «О дополнительных мерах по ускоренному развитию туризма в Республике Узбекистан» утверждена Концепция развития сферы туризма в Республике Узбекистан в 2019 — 2025 годах, которая предусматривает развитие туристской инфраструктуры и формирование доступной и комфортной туристской среды.[1]

Развитие индустрии туризма непосредственно связано с необходимостью роста повышения производительности труда в отрасли и повышения эффективности использования человеческих ресурсов. Это связано с высокой

трудоёмкостью туристических услуг и долей живого труда в организации обслуживания туристов.

Как известно, обобщающим показателем эффективности использования рабочей силы является производительность труда. В широком смысле производительность труда — это его результативность, то есть максимум продуктов труда при минимуме трудовых затрат. Результативность труда определяется количеством продукции (материальных благ, услуг), произведенной и реализованной в единицу времени, или же обратной величиной — количеством времени, затрачиваемого на производство и реализацию единицы продукции. Таким образом, производительность труда - это степень эффективности целесообразной деятельности людей, отражающая способность производить за единицу рабочего времени определенный объем потребительных стоимостей. Сложность и значимость категории производительности труда привлекает многих отечественных и зарубежных учёных экономистов. [2] В настоящее время предложено множество различных определений производительности труда, которые отражают различные аспекты использования человеческих ресурсов и специфику отраслей экономики..

Вместе с тем, определение производительности труда для сферы туризма и гостеприимства ещё не нашло достаточного отражения в литературе. Кроме того не совсем точно и полно представлены показатели производительности труда для предприятий данной отрасли.

Производительность труда работников туризма может иметь три показателя:

- производительность труда в стоимостной оценке;
- производительность труда в натуральном выражении;
- комплексный показатель динамики эффективности труда.

Производительность труда в стоимостной оценке - это выработка работников туристского предприятия. Она измеряется отношением выручки от реализации туристского продукта к среднесписочной численности работников за соответствующий период. Например, производительность труда в натуральном выражении показывает, сколько туристов обслуживает один среднесписочный работник туристского предприятия, фирмы. Она измеряется отношением численности туристов к среднесписочной численности работников.

Однако эти показатели сами по себе не могут охарактеризовать интенсивность труда. Их необходимо сопоставить с выработкой предыдущего периода, то есть получить индексы, характеризующие динамику. Вышеприведенные показатели производительности труда могут иметь разные тенденции и направления изменения, которые вызываются факторами, независимыми от трудовой активности человека (изменение цен, тарифов, увеличение численности туристов, покупающих путевки по льготным ценам, и др.). Поэтому для объективной оценки динамики производительности труда работников туристской индустрии используется комплексный показатель динамики эффективности труда, который означает уровень эффективности использования рабочей силы в этой отрасли. Он представляет собой среднегеометрическую величину произведения индексов изменения двух рассмотренных выше показателей, исчисленных за один и тот же период.

Специфика труда в гостиничном бизнесе заключается в том, что производительность труда в большой степени зависит от размеров туристического потока, то есть от сезонности туристического бизнеса. В этом случае

производительность не зависит от квалификации и способностей работника. По этой же причине гостиничное предприятие ограничено в темпах роста производительности труда. Мы считаем, что показатели производительности труда необходимо разделить на две большие группы:

Показатели трудовых затрат, то есть показатели, характеризующие затраты труда на обслуживание гостиницы за определенный период времени. В эту группу показателей можно отнести уровень использования штатных сотрудников за отчетный период, продолжительность рабочей недели, наличие и использование временных (сезонных) сотрудников, плановый и фактический фонд времени на одного работника, соотношение рабочего и административного персонала и т.д.;

Показатели интенсивности труда, которые характеризуют уровень использования человеческих ресурсов. Данная группа включает такие показатели, как количество обслуженных человеко-дней или ночёвок, стоимостные показатели на одного работника, средняя продолжительность пребывания туристов, объем оказанных услуг на одного работника и т.д.

Первая группа отражает объем потребности предприятия в человеческих ресурсах и структуру трудовых затрат, тогда как вторая группа оценивает характер использования человеческих ресурсов.

Использование данного подхода способствует повышению объективности и достоверности оценочных показателей, что позволит разработать реальные мероприятия по росту производительности труда. В научном и методическом плане необходимо глубокое изучение внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на производительность труда.

На повышение эффективности труда большое влияние оказывает ритмичность работы гостиницы и рост объема реализации услуг. Это влияние происходит двояким способом. Во-первых, повышение ритмичности и объемов реализации услуг способствует сокращению перерывов в работе и тем самым повышению интенсивности труда, а во-вторых, численность административного персонала увеличивается более медленными темпами, чем общий рост выручки от реализации услуг туризма, то есть соотношение рабочего и административного персонала изменится в пользу первого.

Мы считаем, что использование предложений по совершенствованию оценки производительности труда будет способствовать разработке путей повышения эффективности трудовых ресурсов в туристских предприятиях.

Литература.

1. Указ Президента Республики Узбекистан от 5 января 2019 года, № УП-5611 «О дополнительных мерах по ускоренному развитию туризма в Республике Узбекистан». www.lex.uz.
2. Ирматова З.Б. Корхоналарда меҳнат унумдорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар ва уларни аниқлашни такомиллаштириш йўллари. Научный электронный журнал «Экономика и инновационные технологии», №1, январь-февраль 2015 г. – с. 1-10.

MEHMONXONALARDA MARKETING FAOLIYATINING ASOSIY YO'NALISHLARI

Tadjiyeva S.U., i.f.n., BuxDU

Muvaffaqiyatli ish olib borish uchun mehmonxona mulohazali muloqot strategiyasiga ega bo'lishi va mijozlar guruhlari, kontakt va auditoriyalar bilan aloqada bo'lishi kerak. Aloqa jarayoni uzluksiz va samarali bo'lishi kerak. Zamonaviy mehmonxona aloqalarining murakkab tizimini boshqaradi, shuning uchun marketing kommunikatsiyalari dasturi aslida savdolarni ilgari surish va reklama qilish tizimi va marketing miksning muhim elementidir. Rag'batlantiruvchi tizimning asosiy komponentlari quyidagilardir:

- Reklama - pulli kanallardan foydalangan holda xizmatlar haqida ma'lumot tarqatish;
- Propaganda - ommaviy aloqalar shaklida tovarlar va xizmatlar to'g'risida axborot tarqatishning erkin kanallaridan foydalanish, bu esa qulayliklarni oshirish va jozibador imidj yaratishga olib keladi;
- Sotuvlarni rag'batlantirish - xizmatlar ko'rsatishni kuchaytirish uchun rag'batlantiruvchi chora-tadbirlar va texnikalar tizimini shakllantirish.
- Shaxsiy sotuv.

Marketing kommunikatsiyalari tizimi turli xil usullar bilan ishlaydi: yarmarkalar, ko'rgazmalar, savdo prezentatsiyalar, reklama nashrlari, namoyishlar, tanlovlar, maxsus reklama va boshqalar.

Marketing kommunikatsiyalari jarayonida kommunikatorlar (axborotni jo'natuvchilar), oluvchilar (axborot oluvchilar), dolzarb axborot, aloqa tizimi mavjud.

Marketing kommunikatsiyalari tizimida reklama uchun alohida o'rin berilgan. Reklama - axborotni uzatish turlaridan biri va mehmonxona marketing kompleksining elementlaridan biri, shuningdek mehmonxona reklama beruvchisining nodatsiz taqdimot va g'oyalar va xizmatlarni ilgari surishning pullik shakli. Reklama, mehmonxona xizmatlarini amalga oshirishning yakuniy maqsadiga erishish uchun mo'ljallangan vositalar, metodlar va metodlardan iborat. Mehmonxonada reklama vositalarining keng va har xil usuli mavjud: reklama nashrlari, davriy nashrlar, tashqi reklama, televizion, kino, radio reklama, ko'rgazma, konferentsiya, yarmarkalar, bevosita pochta orqali reklama va boshqalar.

Mehmonxona xizmatlarini Schartz A. va Dorf D. tomonidan mehmonxona xizmatlarini targ'ib qilish bo'yicha tadqiqotchilarning fikriga ko'ra, mehmonxona reklamasi - ushbu mehmonxonani targ'ib qilayotgan ommaviy axborot vositalari va boshqa aloqa vositalari orqali amalga oshiriladigan pullik, bir tomonlama va shaxsiy bo'lmagan murojaat. Mehmonxona vakolatli va samarali reklama uning yaxshi obro'sini saqlab qolishi, savdo-sotiqni qo'llab-quvvatlashi, uni keng jamoatchilikka ma'lum qilishlari mumkin¹.

Reklama ta'sirining ob'ekti, masalan, moliyaviy va sanoat ishbiarmon doiralari vakillari, sportchilar, ijodiy kasb-hunar vakillari va iste'molchilarning boshqa guruhlari uchun maxsus mehmonxona taklifi talab qilinadigan umumiy va maxsus iste'mol guruhlari bo'lishi mumkin. Umumiy jamoatchilik uchun reklama odatda ommaviy axborot vositalarida, radio, televizor, bosma reklama, mashhur matbuot orqali amalga oshiriladi. Iste'molchilarning tor doirasi uchun mo'ljallangan mehmonxona xizmatlari reklamasi maxsus nashrlar orqali, pochta orqali va maqsadli nashrlar yordamida amalga

¹ Scharz A., Dorf D.C. Contemporary hotel business promotion procedures and practices. - New Jersey: Prentice-Hall. Inc., 1992. -275 p.

oshiriladi. Ta'sir qilish uslubi nuqtai nazaridan ratsional va hissiyotli reklama alohida ahamiyatga ega. Ratsional reklama muhimdir. U potentsial iste'molchilarning ongiga murojaat qiladi, argumentlarni da'vo qiladi va aytilganlarning taassurotlarini kuchaytirish uchun uning dalillarini suratlar bilan birga ko'rsatadi. Ehtiyojni his qilish iste'molchiga bo'lgan ongli ravishda ta'sir o'tkazishga qaratilgan.

Mehmonxona uchun reklama kampaniyasini rejalashtirayotganda, reklama orqali erishish kerak bo'lgan maqsadni aniqlab olish kerak, keyin unga erishish yo'llarini aniqlab olish kerak. Reklama kampaniyasining bosh rejasi batafsil ishlab chiqilishi kerak.

Reklama sohasidagi marketing maqsadlari quyidagilardan iborat: potentsial iste'molchilarga mehmonxona xizmatlari to'g'risida ma'lumotlar, ularning narxlari va xususiyatlari; mehmonxonaning xizmatlaridan foydalanish haqida o'ylashga majburlash, ularning foydasiga bahslashish; mehmonxona xizmatidan foydalanishga majbur bo'ldi.

Reklama maqsadlari aniq belgilanishi va agar iloji bo'lsa, ularning erishish darajasi aniq o'lchov yoki kamida baholashga ta'siri bo'lishi uchun miqdoriy jihatdan ifoda etilgan bo'lishi kerak.

Mehmonxona reklama maqsadlariga quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- yangi xizmat yoki tovar belgisi yaratish;
- xizmat yoki brend obrazini takomillashtirish;
- mehmonxona brendining biznesmenlar orasida mashhurligini oshirish;
- mavsumiy mavsumda mehmonxonani yuklash darajasini oshirish;
- yangi bozor segmentiga mansub iste'molchilarning qiziqishi.

Marketing yondashuvidan foydalanib, mehmonxona xizmatlari uchun iste'mol bozorining quyidagi elementlarini belgilanadi:

- mehmonxona xizmatlari;
- qatnashuvchilar;
- vositachilar;
- potentsial iste'molchilar;
- mutlaqo iste'molchi emas (bir sababga ko'ra yoki boshqa mehmonxona xizmatlarini sotib olish imkoniga ega bo'lmagan, lekin ularni baholashi mumkin bo'lgan shaxslar);

maslahatchi (o'rtacha iste'molchi uchun tavsiyanomalar etarli darajada og'ir bo'lishi kerak bo'lgan shaxslar);

- Institutsional tashkilotlar (davlat va ijroiya organlari).

Maqsadli auditoriya turli iste'molchilar, vositachilar, maslahatchilar va boshqa mavzular o'rtasida aniqlanadi.

Marketing sohasidagi xulq-atvorni tanlash, reklama maqsadlarini tanlash, auditoriya va reklama siyosati maxsus hujjatda - reklama kampaniyasi rejasida qayd etilgan reklama kampaniyasi tushunchasida aks etadi.

Rossiyalik olim Volkovning fikriga ko'ra, reklama kampaniyasi rejasi quyidagi elementlardan iborat bo'lishi kerak:

- hal etilishi kerak bo'lgan muammo yoki maqsadli masalalar;
- maqsadli auditoriya va reklama maqsadi;
- reklama kampaniyasining umumiy yo'nalishi va mavzusi;
- ommaviy axborot vositalaridan foydalanish rejasi va jadvali;
- reklama va savdoni rivojlantirish samaradorligini baholash;
- reklama byudjetini ishlab chiqish.

Savdoni ilgari surish - reklamadan, targ'ibotlardan farq qiluvchi, iste'molchi xaridlari va dilerlik samaradorligini rag'batlantiruvchi marketing faoliyati: ko'rgazmalar,

namoyishlar, takrorlanmas mahsulotlarni sotishning turli xil urinishlari. Bugungi kunda savdoni rivojlantirish bo'yicha tadbirlarni o'tkazish tobora rivojlanib bormoqda va potentsial xaridorlarni jalb qilishning samarali va nisbatan arzon usulidir. Savdoni rag'batlantirish zarur bo'lgan hollarda qo'llaniladi:

- qisqa muddatda sotuvlarni ko'paytirish;
- xaridorning ma'lum bir brendga, kompaniyaga sadoqatini ta'minlash;
- bozorga yangilik kiritish;
- boshqa reklama vositalarini qo'llab-quvvatlash.
- savdoni rivojlantirishning afzalliklari:
- potentsial xaridorlar bilan shaxsiy muloqot qilish imkoniyati;
- savdo tanituv vositalarining katta tanlovi;
- xaridor qimmatbaho narsalar va kompaniya haqida ko'proq ma'lumotga ega bo'lishi mumkin;
- impuls sotib olish ehtimolini oshirish imkoniyati.

Shu bilan birga, shuni yodda tutish kerak:

- sotishning oldi-sotdi savdosining o'sishiga qisqa muddatli ta'sir ko'rsatadi;
- boshqa turdagi reklama shakllarini qo'llab-quvvatlash; reklamani talab qiladi;
- kompaniyaning obrazini rag'batlantiruvchi unsurlarning past sifati zaiflashishi mumkin.
- savdoni rivojlantirish topshiriqlarini echish turli vositalar yordamida amalga oshiriladi.

Savdoni rag'batlantirish bo'yicha chora-tadbirlar mavjud, ular to'g'ridan-to'g'ri ushbu savdo do'konida savdolari ko'paytirishga qaratilmaydi, balki kompaniyaga o'z mahsulotiga bo'lgan talabni bevosita oshirib boradigan imidjini yaratish va rivojlantirishda. Bunday tadbirlar ko'rgazma, diskoteka, tungi klublarda va boshqalarda o'tkaziladi. Umuman olganda, savdoni ilgari surish orqali siz har qanday mahsulotni targ'ib qila olasiz, ammo sotishdan tushgan eng yuqori natijalarga bozor tanituvda yoki turg'unlik bosqichida bo'lgan mahsulotlar bilan erishiladi. Savdoni oshirish bo'yicha tadbirlar samaradorligi, shaxsiy sotuvlardagi kabi, xodimlarning ish sifati bilan belgilanadi va nafaqat muvaffaqiyatli tanlov shakllari va yaxshi rejalashtirilgan kompaniya tomonidan belgilanadi. Savdo xodimlariga qo'yiladigan talablar shaxsiy sotuvlarni amalga oshirish talablariga o'xshashdir. Savdoni rivojlantirish bo'yicha tadbirlar kompaniyaning o'zi va tajribasi, malakali mutaxassislari, savdo xodimlari banki bo'lgan ushbu sohada ixtisoslashgan reklama kompaniyalari tomonidan amalga oshirilishi mumkin. Shaxsiy savdo - marketingning boshqa turidir. F. Kotlarning ta'rifi bo'yicha shaxsiy sotuvni sotish maqsadida bir yoki bir necha potentsial xaridor bilan suhbatda mahsulotning og'zaki taqdimoti tushuniladi. Savdolarining ushbu shakli bosqichda eng samarali hisoblanadi:

Iste'molchilarning afzalliklari va e'tiqodlarini shakllantirish;

- sotuv hujjatining bevosita komissiyasi¹.

Buning sababi shundaki, shaxsiy savdo texnikasi quyidagi xususiyatlarga ega:

- ikki yoki undan ortiq shaxslar o'rtasida to'g'ridan-to'g'ri, o'zaro va o'zaro aloqani qamrab oladi;

- rasmiy sotuvchi-xaridordan mustahkam do'stlikka qadar turli xil munosabatlarni o'rnatishga yordam beradi. Tajribali sotuvchi mijoz bilan uzoq muddatli aloqa o'rnatishga intiladi;

- xaridorning ma'lum darajada u bilan suhbatlashishga majburligini his qiladi, u tinglash va javob berishga ko'proq ehtiyoj sezadi.

¹ Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник - М.: Юнити-Дана, 2012 г. – 1071 с

Shaxsiy sotish jarayonida sotuvni ilgari surish elementlari bo'lishi mumkin: kuponlar, tanlovlar, bonuslar, turli takliflar, imtiyozlar va boshqalar. Ko'pchilik mutaxassislar, shaxsiy sotishning bir qator afzalliklariga qaramay, o'z kamchiligini qayd etadi - savdolarni reklama orqali shaxsiy sotuvlar orqali amalga oshirishning qisqa davomiyligi. Bu erda haqiqat donasi bor, ammo xizmat ko'rsatish sohasida bu nuqson kam gap. Shaxsiy sotuvlarning samaradorligi asosan sotuvchi tomonidan belgilanadi. Shuning uchun firma kompaniyaning savdo apparatini boshqarishni tashkil qilish uchun ko'p vaqt, kuch va pul sarflaydi.

F.Kotlarning fikriga ko'ra, tashviqot ommaviy axborot vositalarida savdo haqidagi muhim ma'lumotlarni tarqatish orqali mahsulot, xizmat yoki jamoat harakatiga sotishni shaxsiy jihatdan rag'batlantirish deb ta'riflanadi. Propaganda jamoatchilik fikri (jamoatchilik aloqalari) ni tashkil qilish kontseptsiyasida keng tushunchaning ajralmas qismi hisoblanadi¹.

Marketing kommunikatsiyalari kompleksini ishlab chiqish va amalga oshirish jarayonida katta ahamiyatga ega bo'lib, o'tkazilayotgan tadbirlarning samaradorligini baholash hisoblanadi. Turli bozorchilar turli baholash usullarini taklif qilishadi. Marketing kommunikatsiyalari samaradorligini baholash usullari quyidagilar:

- ✓ sotuvlar bilan marketing kommunikatsiyalari majmuasining narxi o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik usuli;
- ✓ tomoshabin usulini bilish;
- ✓ savdolarni ilgari surish tadbirlarining samaradorligini baholash usuli;
- ✓ kompaniya va uning mahsulotlarini bilish darajasini aniqlash usuli [30].

Mehmonxona korxonasi zamonaviy marketingi raqobatbardosh mehmonxona xizmatlarini rivojlantirish va ularga jozibador narxlar yaratishdan ko'ra ko'proq narsani anglatadi.

Mehmonxonalar yaxshi o'ylangan kommunikatsiya strategiyasiga ega bo'lishi va mijozlar guruhlarini, kontaktli auditoriya va keng jamoatchilik bilan aloqada bo'lishlari kerak.

Booking.com – mehmonxonalarni bronlash industriyasida dunyoda peshqadimlik qiluvchi sayt bo'lib hisoblanadi. Ushbu saytga 1966 yilda Amsterdamda asos solingan, keyinchalik 2005 yilda Priceline (NASDAQ: PCLN) kompaniyasi tomonidan 133 mln AQSH dollarida sotib olingan va Yevropa bozoriga o'z diqqatini qaratgan.

Booking.com – mehmonxonalarda xonalarni sotish bo'yicha peshqadimlik qiluvchi yevropalik tizim (2008 yildagi pul aylanmasi 2,8 mlrd yevro), 20 mln dan ortiq foydalanuvchilarni har oy jalb qiladi. Bu kompaniya foydalanuvchilari lyuks mehmonxonalardan tortib eng narxi past mehmonxonalargacha keng ko'lamli tanlovni taklif qiladi.

Ushbu sayt ma'lumotlar omborida 184 davlatlardagi taxminan 320 ming mehmonxonalar mavjud, saytdan 43 ta til versiyasidan foydalanish mumkin. Dunyoda mustaqil mehmonxonalarni rezervlash sohasi sifatida eng mashhur bronlash sistemasidir. Booking.com foydalanuvchilarga eng arzon narxlarni taklif etadi².

Joylashtirish vositalari xizmatidan foydalangan turistlar o'z baholarini 10 balli shkala asosida qoldirishlari mumkin. «Zarafshan Grand» mehmonxonasi ham ushbu saytda 2018 yilda ro'yhatdan o'tgan bo'lib, hozirgi kunda uning reytingi 8,1 ballni tashkil

¹ Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник - М.: Юнити-Дана, 2012 г. – 1071 с

² <https://ru.wikipedia.org/wiki/Booking.com>

etadi. Joyalshtirish vositalari reytingi quyidagi mezonlar asosida tuziladi va «Zarafshan Grand» mehmonxonasi quyidagi raqamlarni qo'lga kiritgan:

- tozalik - 8,3;
- shinamlik – 7,9;
- joylashuv – 7,9;
- qulayliklar – 7,9;
- personal – 8,3;
- sifat va narx nisbati – 7,9
- Wi – Fi xizmati – baholanmagan.

Umuman olganda, «Zarafshan Grand» mehmonxonasi xizmatlari turistlar qoldirgan fikrlariga ko'ra yomon emas (6 ta fikr). Lekin mijozlar tomonidan qoldirilgan fikr mulohazalarga mehmonxonaga tomonidan qaytar aloqa yo'lq.

ҚОРАҚАЛПОҒИСТОН РЕСПУБЛИКАСИДА ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИШИНИНГ ҲОЗИРГИ ҲОЛАТИ

**Убайдуллаев Кайрулла и.ф.д.,
Алымов Атабек Керимбергенович,
Кусекеев Байрам Каллибекович
Қорақалпоқ давлат университети**

Ўзбекистон Республикаси Президенти таъкидлаганидек, «...юртимиз бой ҳайвонот ва ўсимлик дунёси, бетакрор ландшафт манзараси, миллий анъаналар ва таомлар ошхонаси билан сайёҳлар эътиборини қозониб келади».¹ Дарҳақиқат, мустақиллик йилларида мамлакатимизда экологик туризмни ривожлантириш, табиий сув ҳавзалари худудида ҳаваскорлик ва спорт мақсадидаги балиқ овлаш, янгидан ўрмонзорлар барпо этиш учун махсус техника ва замонавий технологияларни сотиб олиш, экологик туризм инфратузилмаларини ташкил этиш, муҳофаза этиладиган худудларга кириш, маданий-маърифий ва рекреация тадбирларини ўтказиш бўйича чора-тадбирлар амалга оширилди. Бундан ташқари, олимларимиз томонидан экологик туризмнинг барқарор ривожланишини таъминлаш, бошқариш механизмини такомиллаштириш, табиатдан туристик йўналишда оқилona фойдаланиш бўйича бир қатор илмий тадқиқотлар олиб борилган. Аммо, Қорақалпоғистон Республикасида истиқболли соҳалар сифатида экотуризмнинг чўл, дашт ва ов туризми каби йўналишларини ҳамда меҳмонхона хўжалиги ва ресторан бизнесини ривожлантиришда катта имкониятлар борлиги, унинг такрорланмас ҳайвонот ва ўсимлик дунёси, қадимий, бой маданий мероси бўлган ноёб археоэкологик қалъалар ва бошқа объектларга эгаллиги, аҳоли бандлиги ва даромадларини ошириш имкониятларининг мавжуд.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Туризм тармоғини жадал ривожлантиришга оид чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарорига мувофиқ, 2019-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасида меҳмонхоналар куришининг мақсадли параметрлари, меҳмонхоналар ташкил этиш бўйича истиқболли инвестиция лойиҳалари рўйхати, замонавий ахборот технологиялари татбиқ этиладиган маданият объектлари ва муассасалари рўйхати тасдиқланди.

Юртимизда туризм соҳасини ривожлантиришга қаратилаётган эътибор, хусусан, Мўйноқ туманида олиб борилаётган кенг кўламли бунёдкорлик ишлари

¹ Шавкат Мирзиёев. Туризмни янада ривожлантириш масалаларига бағишланган йиғилиш материаллари// Халқ сўзи, 2017 йил 4 октябрь, 1-бет.

натижасида бугун Қорақалпоғистон Республикаси туристик салоҳияти тез суръатларда ривожланиб бораётган худудлардан саналади.

Қорақалпоғистон Республикасида туристларни жалб қилиш мумкин бўлган объектлар рўйхатида жами 196 маданий мерос ва зиёрат объектлари хатловдан ўтказилган. Уларнинг 131 таси археологик объектлар бўлса, 25 таси архитектура объектлари ва 40 таси диққатга сазовор жойлардир.

Бугунги кунда тўртта йўналиш бўйича туризм йўналиши мавжуд. Улардан биринчиси «Тарихий-маданий туризм» йўналиши бўлиб, бунда туристлар И.В.Савицкий номидаги Қорақалпоқ давлат санъат музейи, Қорақалпоғистон Республикаси тарихи ва маданияти давлат музейи, Эллиққалъа тумани Археология музейи, Мўйноқ тумани экология музейи, Қонликўл тумани 90-йиллар музейи, Қорақалпоқ давлат университети қошидаги Бердақ музейи, “А.Шамуратова” уй музейига ташриф буюришлари мумкин.

Иккинчи йўналиш “Зиёрат туризми” йўналишида Хўжайли тумани Миздакхан археологик комплекси, Қўнғирот тумани Довут ота зиёратгоҳи, Беруний тумани Султон Увайс бобо зиёратгоҳи, Мўйноқ тумани Ҳаким ота мақбараси, Амударё тумани Шайх Жалил бобо мақбараси, Эллиққалъа тумани Норинжон бобо мақбараси, Чимбой туманидаги Кунхожа ва Бердақ шоирлар мақбараларига боришлари мумкин бўлади.

“Экологик туризм” йўналишида эса, Мўйноқ тумани Орол денгизи, Судочье кўли, Очиқ осмон остидаги кемалар музейига, Беруний тумани Қўйи Амударё биосфера резервати, Қўнғирот тумани Устюрт текислиги (конъён), Борсакелмес шўр кўли (туз кони)га ташриф буюрадилар.

Шунингдек, “Археологик туризм” йўналишига Чилпиқ, Аязқалъа, Тупроққалъа, Гяур қалъа, Джампиқ қалъа, Ийшан қалъа, Қизил қалъа, Кат қалъа, Джамбас қалъа археологик объектлари киритилган.

Ўтган 2018 йилда Қорақалпоғистонга жами 43 минг 475 нафар туристлар ташриф буюрган бўлиб, шундан 15 минг 274 нафари хорижий сайёҳлар бўлган. Хорижлик сайёҳлар сони олдинги йилга нисбатан (8 минг 246 нафарга) 85 фоизга ошган. Сайёҳларнинг асосий қисми Франция, АҚШ, Италия, Россия, Германия, Корея, Буюк Британия, Хитой ва Япония давлатларидан ташриф буюрган.

Сайёҳларга имкон қадар сифатли хизмат кўрсатиш бўйича бир қатор ишлар амалга оширилмоқда. Ҳозирда Қорақалпоғистон Республикасида 29 та меҳмонхона, 4 та ўтов уйлардан ташкил қилинган кемпинглар ва 4 та меҳмон уйлари фаолият олиб бормоқда. Улардан жами ўринлар сони 1 263 тани ташкил қилади.

Қорақалпоғистонда туризм инфратузилмасини ривожлантириш мақсадида ўтган 2018 йилнинг ўзида 9 та туристларни жойлаштириш воситалари ишга туширилди ва 8 та туроператорлик субъектлари ташкил қилинди. Шунингдек, 5 та ресторанлар ва умумий овқатланиш объектлари қурилди.

Сўнги пайтларда республикамизга ташриф буюраётган сайёҳларнинг кўпчилиги экотуризм йўналиши, яъни Орол ва унинг ўрнида амалга оширилаётган ишларни кўришни хоҳлашмоқда. Сайёҳларнинг ушбу истагини амалга ошириш мақсадида ўтган 2018 йилнинг ўзида 6 та йўл танламас автотранспорт воситалари олиб келинди. Ҳозирда 10 та ана шунда йўл танламас автотранспорт воситалари сайёҳларга хизмат кўрсатмоқда.

Нукус халқаро аэропорти, Нукус темир йўл вокзали, И.В.Савицкий номидаги Қорақалпоқ давлат санъат музейларида бепул “WI-FI” зоналари ташкил этилди.

Қорақалпоғистонга ташриф буюраётган туристларга янада қулайликлар яратиш мақсадида 5 та миллий ва хорижий валюталарда пул айирбошлаш шохобчалари (банкоматлар) ўрнатилди ва уларда Visa Card, Master Card ва бошқа халқаро тўлов воситаларидан фойдаланиш имконияти яратилди.

Қорақалпоғистонга ташриф буюраётган сайёҳлар талабларини инобатга олган ҳолда Нукус шаҳрининг туристик харитаси ишлаб чиқилди ва туристик ахборот марказлари орқали бепул тарқатилиши йўлга қўйилди.

Қорақалпоғистон Республикасининг туристик салоҳиятини кенг тарғиб этиш мақсадида 27 та хорижий оммавий ахборот воситалари жалб қилинди. Шунингдек, республика ҳудудларида 56 та тарғибот-реклама баннерлари ўрнатилди. Сайёҳларга кўрсатилаётган хизматлар сифати ва кўламини кенгайтириш мақсадида сайёҳлар учун махсус сим карталар сотиш, туристик буклет, флаер ва китобчалар ишлаб чиқиб тарқатиш хизматлари йўлга қўйилди.

Юртимизга келган туристларнинг саёҳатларини янада мазмунли ўтказиш ва кўпроқ қолишини таъминлаш учун ҳудудларда маданий-кўнгилочар ва бошқа оммавий тадбирлар ўтказиб келинмоқда. Масалан, Мўйноқ туманида “СТИХИЯ” электрон мусиқа фестивали, “Орол балиқларидан 99 тур таомлар” гастрономик халқаро фестивали ва “Орол ва Мўйноқнинг қайта тикланиши” мавзусида ўтказилган халқаро экофестиваллар шулар жумласидандир.

Қорақалпоғистон Республикасида 2019 йилда туризм салоҳияти ва инфратузилмасини янада ривожлантириш мақсадида қиймати 75,515 млрд.сўмлик, шу жумладан 36,06 млрд.сўм ташаббускорлар маблағлари, 41,755 млрд. сўм банк кредитлари ҳисобига 26 та лойиҳаларни амалга ошириш кўзда тутилган. Мазкур лойиҳалар ижроси натижасида ҳудудимизда 130 та янги иш ўринлари яратиш режалаштирилган.

2018 йилда Қорақалпоғистонга дунёнинг 108 давлатидан сайёҳлар ташриф буюрган. Улардан аксарияти Франция, АҚШ, Италия, Россия Федерацияси, Германия, Жанубий Корея, Хитой, Япония давлатлари фуқароларидир.

Республикада 2019 йил 1 июль ҳолатига жойлаштириш воситалари сони 41 тани ташкил қилади (29 та меҳмонхона, 4 та ўтов уйлар ва 8 та меҳмон уйлари). Жами 590 та хонада 1 минг 226 ўрин мавжуд. Туристтик синфга мансуб 8 та автобус, 11 та йўл танламас автотранспорт воситалари сайёҳларга хизмат кўрсатмоқда.

ZIYORAT TURIZMNING RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI BUXORO HUDUDI MISOLIDA

**Navruz-zoda L.B., BuxDU katta o'qituvchi,
Najmiddinov S.N., BuxDU talaba**

Sharqda "Ziyorat" - "muqaddas joylarga tashrif buyurish" degan ma'noni anglatadi. Buxoro hududida mashhur muqaddas joylar juda ko'p bo'lib, ularning 660 ta madaniy meros obyekti mavjud. Ularning aksariyati arxeologik obyektlar, monumental san'at asarlari, arxitektura yodgorliklaridir. Shuningdek, bu hududning o'ziga xos jozibadorligi o'zining ko'p sonli madaniy meros obyekti borligi va shularning ichidan butun dunyoda tanilgan "Yetti Pir" ning mavjudligi hududning turistik salohiyati yuqoriligini ko'rsatadi. Hozirgi kunda hududda turistlarning kelish oqimi oshayotganligi va kelgusida bu raqamlar shiddatli oshishi bo'yicha ko'plab amaliy ishlar qilinmoqda. Xususan, Buxoroda ziyorat turizmiga oid amalga oshirilayotgan chora-tadbirlardan biri, I-Xalqaro ziyorat turizmi forumi o'tkazilganligi va joriy

yilda Buxoro deklaratsiyasini imzolashga erishilganligi vohani naqadar turistik makon sifatida e'tirof etilishini anglash mumkin. Shu o'rinda alohida qayd etish lozimki, Prezidentimiz tomonlaridan sohaga oid qabul qilingan farmon va qarorlar turizmni jadal rivojlantirishda muhim huquqiy asos vazifasini bajarmoqda. Xususan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 19 maydagi PQ-2980-sonli "2017-2019 yillarda Buxoro viloyati va Buxoro shahri turizm salohiyatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarorlari esa hududda sayyohlik industriyasini rivojlantirishda nihoyatda muhim dasturilamal bo'lib xizmat qilmoqda [1].

Ma'lumki, yurtimizda turizmni takomillashtirish yo'lida amalga oshirilayotgan istiqbolli islohotlar xorijiy sayyohlar uchun qulay shart-sharoitlar yaratish bilan birga, mintaqa turizmi salohiyatini takomillashtirishga ham katta hissa qo'shadi. Shuningdek, jahon hamjamiyatida mamlakatimizning o'zining munosib o'rniga ega bo'lishida turistik bozori ham ahamiyat kasb etadi. Nufuzli xalqaro tashkilotlar va olimlarning tadqiqotlari kelajakda turizm bozori eng barqaror o'sish imkoniyatiga ega bo'lgan yo'nalish sifatida asoslab berilgan. Johon turizm tashkiloti (JTT) prognozlariga ko'ra, 2030 yilga kelib, sayohat qiluvchilar soni 1.5 mlrd kishidan ortiq bo'lib, tushadigan daromad hajmi 5.0 trln. dollar bo'lishi kutilmoqda [2]. Bu ko'rsatkichlar o'z navbatida yurtimizda turistlarning soni oshishiga o'z ta'sirini ko'rsatmasdan qolmaydi.

Shu bilan birga, qaysi davlat bo'lishidan qat'iy nazar turistlarning sonini oshishi bevosita turistik infrastrukturani rivojlantirish bilan bog'liqdir. Shu o'rinda Buxoro hududida ham keng ko'lamli ishlar amalga oshirilayotgaliqini quyidagi statistikalarda ko'rishimiz mumkin.

Ayni paytda Buxoro viloyatida 3873 o'ringa ega, 124 ta (shu jumladan 108 tasi Buxoro shahrida) mehmonxona faoliyat ko'rsatmoqda. 2017 yilda 22 ta yangi mehmonxona ishga tushdi. 2018 yilda 1600 o'rinli 30 ta yangi mehmonxona (2020 yil yakuniga 190 taga yetkaziladi) quriladi. "Buxoro palas", "Varahsha" va "Zarafshon" mehmonxonalari rekontruksiya qilinmoqda[3].

Viloyatda jami 660 ta obyekt mavjud bo'lib, ular ro'yxatga olingandir. Shundan: 105 tasiga sayohatchilar tashrif buyurishadi. Yuqorida aytib o'tilgan barcha ko'rsatkichlar amalga tadbiq etilgandan so'ng, uning natijasi turistlar sonining oshishi va ular iste'mol qilgan servisdan qoniqishi orqali bilishimiz mumkindir.

Ushbu jadvaldan ko'rinib turibdiki, turistlarning kelish oqimi 2017 yilda 81422 kishi tashkil etgan bo'lsa, 2018 yilda bu ko'rsatkich 2 barobardan ham ziyodligi, ya'ni 203100 kishi tashkil etishi ko'rsatilgan. Shuni inobatga olish kerakki, 2019 yilda hududda tashrif buyuruvchilar soni 244500 tadan oshishi kutilmoqda. Umuman olganda, bu ko'rsatkichlar ko'plab muammolarimizga yechim topishga yordam beradi.

Ayni paytda turistik infrastrukturani rivojlantirish, yanada takomillashtirish borasida keng ko'lam amaliy ishlar olib borilmoqda. Shu bilan birga yuqorida ta'kidlab o'tilgan statistik ma'lumotlar yildan yilga o'sib borayotganligini hozirgi Buxoro hududidan yaqqol namoyon bo'ladi.

Joriy yilda o'zining buyuk mutafakkirlari, betakror obidalari, muqaddas qadamjolari bilan jahonga mashhur Buxoro shahri yana bir yirik anjumanga mezbonlik qildi, ya'ni 21-23-fevral kunlari Buxoroda Birinchi Xalqaro ziyorat turizmi forumi o'tkazildi. Nufuzli anjumanga soha mutaxassislari, sayyohlik kompaniyalari vakillari, taniqli olimlar va boshqalar qatnashdilar. Tadbirdan ko'zlangan maqsad Ziyorat turizmini rivojlantirishda, xalqaro hamkorlikni kengaytirish, bu sohaga to'g'ridan-to'g'ri investitsiyalarni jalb qilish, O'zbekistonni dunyodagi eng katta ziyoratchilik turizm markazlaridan biri sifatida e'tirof etish va halol jahon standartlarini joriy qilishdir. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev

tashabbuslari bilan tashkil etilgan ushbu forumda mahalliy va xorijiy olimlar, dinshunoslar, turizm sohasi mutaxassislari ishtirok etdi. [4].

Musulmon dunyosida mashhur bo'lgan «Yetti pir» silsilasini tashkil etuvchi avliyolar qadamjolari obod qilindi. Hozirda bu maskanlarda ziyoratchilar uchun yanada qulayliklar yaratilmoqda. Buxoroda ilk bor tashkil etilayotgan xalqaro «Ziyorat turizmi» forumi qatnashchilari G'ijduvon, Shofirkon, Vobkent, Romitan va Kogon tumanlarida joylashgan ushbu qadamjolarini ziyorat qildilar. Ziyorat turizmining o'ziga xos talablari bor. Shuni inobatga olib, anjumanning islom diniga e'tiqod qiluvchi qatnashchilariga tegishli qulayliklar, masalan, ibodat amallarini amalga oshirish bo'yicha zarur qulayliklar ham nazarda tutilgan.

Forum doirasida turizm sohasida yangi yo'nalishlarni o'zlashtirish, qiziqarli sayyohlik mahsulotlarini shakllantirishga doir ko'rgazmalar tashkil etildi, xorijlik mehmonlar va turizm tarmog'ida faoliyat yuritayotgan ishbilarmonlar bilan o'zaro hamkorlik aloqalarini kengaytirish yuzasidan muzokaralar o'tkazildi.

Mazkur forum O'zbekiston Prezidenti Shavkat Mirziyoyev tashabbuslari bilan mamlakatning xalqaro maydondagi ziyorat turizmi bo'yicha mavqeini oshirish maqsadida o'tkazildi. Tadbir Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi, Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Din ishlari qo'mitasi, O'zbekiston musulmonlar idorasi, "Vaqf" xayriya jamg'armasi, Tashqi ishlar vazirligi, Buxoro viloyati hokimligi, ISESCO (Ta'lim, ilm-fan va madaniyat bo'yicha islom tashkiloti) va UNWTO (Butunjahon turistik tashkiloti) hamkorligida tashkil etildi. Ziyorat turizmi bo'yicha I Xalqaro forum doirasida Bosh vazir o'rinbosari Aziz Abduhakimov xorijiy mutaxassislar bilan qator ikki tomonlama uchrashuvlar o'tkazdi. Jumladan, Tatariston Respublikasi Bosh vazir o'rinbosari Vasil Shayxraziyev, Dehli markaziy masjidi bosh imomi Said Buxoriy, Misr Vakillik palatasining Ijtimoiy hamdardlik, oila va nogironlar qo'mitasi raisi Abdulhadiy Al-Kasabiy, MATTA (Malayziya turistik kompaniyalar va turoperatorlar uyushmasi) vitse-prezidenti Oqil Yusuf, Gunadarma universiteti rektori, O'zbekistonning Indoneziyadagi turistik brend elchisi Eko Shri Margianti va Tri Ways Traveland Tour (Singapur) xalqaro kompaniyasi bosh menejyeri Ahmad Hamid bilan muzokaralar o'tkazildi [5].

Ikki tomonlama uchrashuvlar davomida mamlakatning turistik imkoniyatlari va salohiyati targ'ibotiga yo'naltirilgan hamkorlik masalalari va qo'shma loyihalar muhokama qilindi. Shuningdek, O'zbekistonning islom olamida ziyorat turizmining eng yirik markazlaridan biri sifatida xalqaro e'tirof etilishi masalasiga urg'u berildi.

"Imom Al-Buxoriy, Imom At-Termiziy, Abu Mansur Moturidiy, Abdulxoliq G'ijduvoniy, Bahouddin Naqshband, Burhoniddin Marg'inoniy kabi islom dini rivojiga ulkan hissa qo'shgan buyuk allomalar, Muhammad Xorazmiy, Ahmad Farg'oniy, Abu Nasr Forobiy, Abu Rayhon Beruniy, Abu Ali Ibn Sino, Mahmud Zamaxshariy, Mirzo Ulug'bek, Ali Qushchi kabi jahon ilm-fani tarixida o'chmas iz qoldirgan olim va mutafakkirlarning vatani sifatida O'zbekiston zamini butun dunyodan islom sivilizatsiyasining muhim markazlaridan biri sifatida sayyohlarni chorlab kelmoqda. So'zimizning yaqqol dalili sifatida bir necha asrlardan buyon islom madaniyati poytaxti sifatida namoyon bo'lib kelgan "Qubbatul Islom" - Buxoro shahri Islom hamkorligi tashkiloti Ta'lim, fan va madaniyat masalalari bo'yicha Islom tashkiloti (ISESCO) tomonidan Buxoro boshqa shaharlar qatorida Islom madaniyatining poytaxti deb e'lon qilinganligini ta'kidlash joiz", - dedi Bosh vazir o'rinbosari. Xalqaro forum doirasida O'zbekistonning ziyorat turizm markazlaridan biri sifatida tan olinishiga doir Buxoro deklaratsiyasini imzolashga bag'ishlangan tantanali marosim bo'lib o'tdi. Unda vazirlik va idoralar, xalqaro toifadagi mehmonlar va tadbir ishtirokchilari, shu bilan birga, mahalliy va xorijiy OAV vakillari ishtirok etishdi [5].

Shuni inobatga olish kerakki, Buxoro deklaratsiyasining imzolanishi O'zbekiston tarixidagi muhim va unitilmas kundir. Ekspertlarning fikricha, bu hujjatning imzolanishi respublikada sayyohlik infratuzilmasining rivojlanishiga va umuman turistik oqimning yanada ko'payishiga kuchli turtki beradi.

Buxoro shahrida bo'lib o'tgan xalqaro miqyosdagi forum bu yo'nalishdagi birinchi yirik tadbir bo'ldi, kelgusida bunday tadbirning muntazam ravishda o'tkazilishi O'zbekistonda ziyorat turizmini rivojlantirish va mamlakatni chin ma'noda ziyorat turizmining yirik markazlaridan biriga aylantirish yo'lida xizmat qiladi, degan umiddamiz. Asosiysi - bu yo'nalishdagi ishlarni forum doirasi bilan cheklanib qolmay, undan keyin ham tizimli ravishda davom ettirish va sezilarli amaliy natijalarga erishish.

Buxoro yoshlar markazida o'tkazilayotgan forumda viloyatning hunarmandlari va hududda joylashgan tur operatorlar o'zlarining mahsulotlarini chet el soyyohlarga namoyish etdilar. Shuningdek, maskur mahsulotlar va sohalardagi mahorat darslari xorijiy mehmonlar e'tiborini tortmoqda. Ushbu forum yakunidan so'ng xorijiy sayyohlar ko'hna Samarqand tomon yo'l olishdi.

Umuman olganda, O'zbekistonda 7 mingdan ortiq tarixiy obidalar mavjud bo'lib, 200 dan ortig'i YuNESKO ro'yxatida. Islom madaniyati obidalarini asrab-avaylash va tarixiy obidalarga boy davlat sifatida O'zbekiston 9-o'rinni egallab turibdi [6]. Buxoro hududdi esa o'zining jozibali, tarixiy va madaniy meros obyektlari o'zining o'tmishdagi umumiy ma'no anglatuvchi tushuncha beradi. Buxoroda hukumat tomonidan turizmni rivojlantirish bo'yicha ko'plab imkoniyatlar ajratilmoqda va turistlar uchun esa sifatli, tez xizmat ko'rsatish sohasi rivojlantirilmoqda. Xususan, ziyorat turizmi uchun ajratilayotgan imkoniyatlar ko'plab tashrif buyurayotgan turistlar tomonidan ijobiy fikrlar bildirilmoqda.

Buxoro hududida ushbu forumni o'tkazilganligi, kelgusida musulmon mamlakatlaridan tashrif buyurayotgan turistlar sonini oshirish va vohaning ziyorat turizmi bo'yicha naqadar turistik salohiyatiga ega ekanligini namoyon etishdir. Shu bilan birga, vohani turistik salohiyatini oshirishda va infrastrukturani yaxshilashda quyidagilarga e'tibor qaratish lozim:

- Buxoroda ziyorat turizmini rivojlantirish bo'yicha ko'plab aniq va batafsil ma'lumotlarga ega bo'lgan kitoblarni va ularni turli tillarda tarjimasini ham chop etish lozim;
- Buxoro hududida maqsadli xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish va tur firma mahsulotlarini takomillashtirish borasida ommabop tanlovlar o'tkazish kerak: Misol uchun "Eng yaxshi tur paket" nominatsiyasi bo'yicha tanlov;
- Buxoroning madaniy-meros obyektlari oldida turli xil musobaqalarni va taqdirlash marosimlarini o'tkazish;
- Buxoroda turizmni rivojlantirishda kadrlar muhim ahamiyat kasb etadi. Shuningdek, hududda malakali kadrlar bilan ta'minlash maqsadida Buxoro davlat universitetining Turizm fakultetida "Xalqaro va mintaqaviy turizm" institutinin tashkil etilishi lozim;
- Buxoroda kelish qulayligini ta'minlashda chet el aeroportlardan to'g'ridan-to'g'ri Buxoro xalqaro aeroportiga kelish imkoniyatini amalga oshirish lozim.

Yuqorida keltirilgan ko'rsatkichlar va takliflarni inobatga olgan holda, Buxoroda turistlarning soni keskin oshishi orqali hududdagi turistik infrastruktura rivojlanishiga, aholining turmush darajasi oshishiga va barcha sohalarni parallel ravishda rivojlanishiga o'z hissasini qo'shadi.

ADABIYOTLAR

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 19 maydagi PQ-2980-sonli "2017-2019 yillarda Buxoro viloyati va Buxoro shahri turizm salohiyatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori

2. Xidirova G.R. "Buxoro Davlat Universiteti ilmiy axboroti" jurnali. "Mintaqaviy turizmni rivojlantirish ilg'or tajribalari" maqola. -2018 yil 4-son.-241-b.
3. Buxoro viloyati Turizm rivojlantirish departamenti ma'lumotlari. - 2018 yil
4. Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi matbuot xizmati ma'lumotlari. Elektron manba
[<https://uzbektourism.uz/uz/newnews/view?id=48>]
5. Kun.uz jurnalisti Lola Rahmonboyevaning maqolasi. Elektron manba
[<https://kun.uz/uz/news/2019/02/25/buxoro-deklaratsiyasi-ziyosat-turizmi-xalqaro-forumi-yakunlari>]
6. <https://www.trt.net.tr/uzbek/turk-dunyosi/2019/02/22/buxoroda-o-tayotgan-birinchi-ziyosat-turizmida-tashrif-buyuruvchilar-soni-ortmoqda-1150771>

O'ZBEKISTONDA YOSHLAR TURIZMINI RIVOJLANTIRISH YO'LLARI

Akhrorova Nilufar Uktamovna, magistrant, BuDU

***Annotation:** Uzbekistan is presently going through the pillars of developing tourism sustainably with the help of extended opportunities issued by the authority. Nowadays, it is one of dominant missions to diversify types of tourism in the country, especially, youth tourism should be developed to a great extent. This article is intended to show the current issues on youth tourism in the country together with its possible solutions.*

***Annotatsiya:** Hukumat tomonidan joriy etilgan keng miqyosdagi islohotlar bois O'zbekistonda turizmni barqaror rivojlantirish yo'llari amalga oshirilmoqda. Bugungi kunda mamlakatda turizm turlarini xilma-xillashtirish eng asosiy vazifalardan biridir, shu jumladan, yoshlar turizmini keng qamrovli rivojlantirish maqsadga muvofiq. Maqolada mamlakatdagi yoshlar turizmi borasidagi muammolar va uning ehtimoliy yechimlari berilishi maqsad qilib olingan.*

***Key words:** youth tourism, tourism infrastructure, diversification of tours.*

***Tayanch so'zlar:** yoshlar turizmi, turizm infratuzilmasi, turlar xilma-xilligi.*

Hukumat tomonidan yaratilgan so'nggi o'zgarishlar va imkoniyatlar asosida, O'zbekistonning turistik salohiyati va imkoniyatlari keng imkoniyatlar orqali butun dunyo sayyohlik sektori e'tiborini jalb qilmoqda. Raqamlar bilan ifodalaganda buni aniq ko'rish mumkin: yurtimizga tashrif buyurgan sayyohlar soni miqdori 2017-yilga nisbatan 2018-yilda 2,3 barobarga oshgan (2017-yilda 2847,9 ming nafar, 2018-yilda esa 6433 ming nafar) [1]. Bu bir vaqtning o'zida O'zbekistonda ushbu sohani rivojlantirishga qaratilgan islohotlar sayyohlikning ko'plab sohalarida o'z yutuqlarini namoyish qilayotganidan dalolat beradi.

Ta'kidlash kerakki, turizmning eng istiqbolli sohalaridan biri bo'lgan "Yoshlar turizmi" hisoblanadi va uning birmuncha rivijlanishiga qaramasdan, hozirgi davrdagi o'sish darajasi yuqori emas. Jahon turizmi tarkibiga nazar soladigan bo'lsak, turizmning boshqa turlari qatorida Yoshlar turizmi mazkur industriyaning asosiy tarmoqlaridan biriga aylanib ulgurdi. UNWTO ma'lumotlariga ko'ra, faqatgina 2010-yilda yoshlar tomonidan 190 millionta xalqaro sayohatlar amalga oshirilgan, 2020-yildan keyin esa bu raqam har yili taxminan 300 millionni tashkil etadi [2]. Bundan tashqari, boshqa segmentlarga qaraganda kishi boshiga kam mablag' sarflanishi mumkinligiga qaramasdan, ommaviy sayohat qilinganda tushadigan tushumning yuqori ekanligi ham ko'rsatib o'tilgan. UNWTO prognozicha, 2020-yilga qadar yosh sayohatchilar soni 370

millionga yetadi va sayohat uchun qilinadigan umumiy xarajatlari 400 milliard AQSh dollarini tashkil qilishi mumkin [3].

Yuqorida keltirilgan raqamlarni inobatga olgan holda aytish mumkinki, O'zbekistonda yoshlar turizmining barqaror rivojlanishi ko'plab sohalarda, masalan, iqtisodiyot va turizm, ta'lim, xorijiy va qo'shni davlatlar yoshlari o'rtasidagi hamkorlik bilan birgalikda taraqqiy etishiga olib kelinishi mumkin. Shubhasizki, bu o'z navbatida, mamlakatda barqaror turizmni rivojlantirish ustunlariga olib kela oladi. Yoshlar turizmining go'llab-yashnashi uchun keng imkoniyatlarni yaratishga qaratilgan ko'plab vazifalarni amalga oshirish zarur. Fikrimizcha, avvalo, yoshlar sayohati ommaviy tus olishi uchun quyidagi imkoniyatlar shakllantirilishini inobatga olish maqsadga muvofiq:

- Yoshlar va talabalar uchun turar joy, turmahsulotlar, muzey chiptalarini maxsus va hamyonbop narxlar joriy etish;
- Sayohatni samarali va to'g'ri rejalashtirishga yordam beradigan qulay transport infratuzilmasi va bronlashtirish tizimini shakllantirish;
- Ijtimoiy tarmoqlarda mamlakatda yoshlarning ommaviy sayohati g'oyalarini ilgari surish;
- Boriladigan destinatsiyalar haqida ma'lumotlarning yaroqliligini va yangilanganligini muntazam ravishda ta'minlash;
- Yangilikka ishtiyoqmand yoshlar uchun mamlakatimizning hali ochilmagan destinatsiyalarida yoshlar budjetiga mos turli xil ekstremal turlar shakllantirish;
- Muhimrog'i, turfa xildagi sayohatlar orqali mamlakat bo'ylab ommaviy yoshlar sayohatini amalga oshirish.

Mazkur imkoniyatlarni yaratish orqali biz O'zbekistonda yoshlar turizmining yuqori darajada rivojlanishiga erishishimiz mumkin. Shu o'rinda savol tug'iladiki, barqaror taraqqiyotga qanday yetishishimiz mumkin? Aniqki, mamlakat ichida yoshlar turizmi rivoji uchun, avvalo, uchun yosh avlodning ehtiyojlari va talablarini to'liq anglashimiz, rivojlanishga to'siqlik qilayotgan omillarni aniqlash, talablarga mos turlar shakllantirib taklif etishimiz zarur, shu bilan birgalikda mamlakat ichidagi yuzaga kelgan ommaviy yoshlar sayohati mamlakat chegaralaridan o'tib, xorij va qo'shni davlat yoshlarini ham jalb qilishiga olib keladi, bu esa barqaror Yoshlar turizmi rivojiga olib keladi.

Demak, to'siqlarni aniqlab olish zarur. Yoshlar turizmining mamlakatdagi joriy rivojlanishiga to'sqinlik qiluvchi asosiy omillar bu – *mablag'* va *infratuzilma*. Aksariyat yosh sayohatchilar oliy o'quv yurtlari, kollej va litseyda o'qiyotgan talabalardir. Daromad manbai bo'yicha kollej, litsey o'quvchilari ota-onalarining daromadiga butunligicha tayanadi, ammo OTM talabalar esa qisman (ya'ni kam miqdorda bo'lsa ham stipendiya olishadi). Shuningdek, ular sayohat qilish uchun pullarini uzoq vaqt davomida tejashadi. Sayohatlari xarajati miqdori o'z-o'zidan ota-onalarning daromadi va ularning mablag'lari miqdoriga bog'liq bo'lishi mumkin va bu ko'rsatkichdan yuqori bo'lishi mumkin emas. Bu yorlarni cheklangan budjeti bilan ularning ehtiyojlariga erishish uchun sayohatlar narxini arzonlashtirishga yo'naltiradi. Shu sababli, xarajatlarni kamaytirish uchun turar joy va transport uchun imtiyozli narxlar bo'lishi kerak. Bunday narxlarni chegirmalar, mavsumiy yoki mavsumdan tashqari chiptalarni taklif qilish orqali o'rnatish mumkin.

Ta'kidlash joizki, oliy o'quv yurtidagi talabalar Samarqand, Buxoro, Xiva va Toshkent singari taniqli shaharlarga, o'z guruhdoshlari bilan arzon narxlar shakllantirib ko'pincha o'zlari mustaqil ravishda rejalashtiradilar. Tarixiy joylardan tashqari, yoshlar kamroq taniqli joylarga, tog'larga yoki ba'zi chekka tabiiy joylarga sayohat qilishni

xohlashadi. Yoki qorli tog'larda yoki cho'llarda ekstremal tadbirlarni taklif qilish, tabiiy qo'riqxonalar ularni to'g'ridan-to'g'ri jalb qilishi mumkin. Biroq noqulay yo'l sharoitlari va qimmat narxdagi turar joylar talabalar uchun qiyinchilik tug'diradi. Misol keltiradigan bo'lsak, Samarqanddagi Mingarcha nomli tabiiy maskan o'zining go'zal tabiati va toza atmosferasi bilan yoshlarning e'tiborini tortadigan yuqori imkoniyatlarga ega, afsuski, to'la shakllantirilmagan infratuzilma, xususan, transport tizimi, yo'llarning holati va yashash uchun joy yo'qligi ushbu sayohlik yo'nalishni yoshlarning ko'proq kashf etadigan joylarga tashrif buyurish istagiga to'sqinlik qiladi. O'zbekistonda shunga o'xshash imkoniyatlarga ega bo'lgan juda ko'plab joylar mavjud, ammo shart-sharoit va tunash uchun qulayliklar yetarlicha shakllantirilmagan. Bunday holda, tegishli infratuzilmani shakllantirish juda muhim rol o'ynaydi.

Mazkur sektorning xalqaro assotsiatsiyalar bilan kengaytirilishi O'zbekistonda turizm turlarini diversifikatsiyalashga olib keladi va O'zbekiston sayyohlik bozorining kelajagini kafolatlaydi. Boshqa mamlakatlarning yosh onglarini jalb qilish uchun Yoshlar festivallari, Barqaror Yoshlar Turizmi konferentsiyalari, Yoshlar Turizm Uyushmalarini tashkil etish orqali yoshlarni birlashtirish maqsadga muvofiqdir. Bu orqali biz dunyoning chet ellik yoshlari orasida mamlakatimizning salohiyati va imkoniyatlarini sayyohlik yo'nalishi sifatida tarqatish, bilim almashish, global yoshlar turizmining O'zbekistonga doimiy tashriflarini tashkil etishimiz mumkin. Statistika ko'ra, 2018-yilda ta'lim va turizm maqsadida O'zbekistonga kelganlar soni mos ravishda 0,2% va 7,1% ni tashkil etdi [1]. Ushbu ko'rsatkichning o'sishi ayniqsa MDH mamlakatlari tomonidan kelgan sayohatchilar sonida kuzatilgan, bu esa mazkur bozorlarni nishonga olish orqali yoshlar turizmini ko'paytirish mumkinligini anglatadi.

Mamlakatimiz barqaror yoshlar turizmini rivojlantirish uchun uzoq yo'lni bosib o'tishiga qaramay, imtiyozlar yanada foydali bo'lishi mumkin. Iqtisodiy istiqbol nuqtai nazaridan, birinchi navbatda, bu mavsumiylik muammolarni hal qilishga yordam beradi, ya'ni turizm sektoridan hukumat iqtisodiyotiga tushadigan daromad doimiy bo'lishi mumkin. Ikkinchidan, bu kam ma'lum bo'lgan joylarning kashf etilishi va tarqalishiga va mamlakatimizdagi turistik faoliyatni diversifikatsiya qilishga yordam beradi. Ichki yoshlar turizmi barqaror shakllantirilsa, u global yoshlar turizmi sifatida xalqaro sayohatlarga aylanishi mumkin. Ijtimoiy istiqbolga kelsak, mamlakatimizda yoshlarning g'ayratlari va istaklari rivojlanayotgan shaklda shakllanishi mumkin, ular o'z mamlakatlari haqida ko'proq ehtiyotkorlik bilan qarashlari, dunyoqarashlarini kengaytirishlari, xalqaro nuqtai nazardan bilimlar almashishlari mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Туризм в Узбекистане. То'plam. O'zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish qo'mitasi. 2018. – 19-22 b.
2. The power of youth travel, UNWTO and WYSE, Volume II. Global Edition. 2012. – 6 b.
3. Global Report on The Power of Youth Travel, UNWTO, Volume thirteen. Global Edition. 2016. – 10 b.

QISHLOQ HUDUDIDA AGROTURIZMNI SHAKLLANTIRISHNING O'ZIGA XOS JIHATLARI

Butanova Dilnoza, UrgDU o'qituvchisi

Barchaga ma'lumki, turizm hozirda daromadli iqtisodiyot tarmoqlaridan biriga aylanmoqda. Shu tufayli turizmni rivojlantirish mamlakat iqtisodiyotining yuksalishiga

yordam beradi. Turizmning turli turlarini keng ommalashtirish bunda turizmdan keladigan daromad manbaini oshiruvchi vosita hisoblanadi. Bu borada bugungi kunda agroturizmning ahamiyati yuqori darajada.

Agroturizm – bu qishloqlarda amalga oshiriladigan turizm turi sifatida namoyon bo'ladi.

Avvalambor shuni ta'kidlash zarurki, bu turizmning mohiyatini aniqlashtirishda qishloq atmasining mohiyatini yoritish zarur hisoblanadi. "Qishloq" atamasi aniq ta'rif talab qiladigan atama hisoblanadi. Turli mamlakatlarda bu turlicha izohlanadi.

"Qishloq"ning ta'rifi ko'lami va mazmuni jihatdan farq qiladi. Ular turli mamlakatlarda turli mamlakatlarda turlicha ta'riflanadi. Lane (1994)¹ hududlarning qishloq sifatida ta'riflashning 3 ta asosiy jihati borligini ta'kidlaydi.

1. Aholi zichligi va hududlarning o'lchami.

Asosan qishloq hududlari kam aholi zichligi, dala va o'rmon muhiti yetakchi bo'lgan muhit hisoblanadi.

2. Hududdan foydalanish va iqtisodiyot.

Qishloq hududlari an'anaviy agrar sanoatlar yoki tabiiy resurslarning kelib chiqishiga asoslangan iqtisodiyotlar bilan ta'riflanishi mumkin. Ammo iqtisodiy faoliyatdagi qishloq va shaharning bir-biridan farqi turli mamlakatlarda turlicha hisoblanadi.

3. An'anaviy ijtimoiy tuzilishlar.

Qishloqlarda qadimiy va an'anaviy ijtimoiy tuzilishlarning saqlanib qolganligidir.

Bunda asosan kosmopolitanga qaraganda mahalliy bo'lgan madaniyatlar mavjudligi.

Qishloq hududlaridagi an'anaviy jamiyat munosabatlarining saqlanib qolganligi bu yerda turizm rivojini yuzaga keltiruvchi aloqador bir necha jihatlarni yuzaga chiqaradi;

- Turistlar qadriyatlar xazinasining bir qismi bo'lgan turli xil, an'anaviy hayot tarzlarini ko'rish yoki tajriba qilishni xohlaydilar;
- Agar e'tiborli tarzda boshqarilsa, turizm bu kabi an'anaviy, ijtimoiy va ma'daniy strukturalarning qayta tiklanishiga hissa qo'sha oladi.

Qishloq talablariga ko'ra ajratilgan hududlar qishloq hududlari sifatida e'tirof qilanadi.

Endilikda "qishloq turizmi" va "agroturizm" kategoriyasiga ta'rif beradigan bo'lsak, quyidagicha yondashiladi. Qishloq hududlarida amalga oshiriladigan turizm faoliyatini ta'riflash uchun bir-biridan farq qiluvchi ko'plab atamalar bor: agroturizm, dehqonchilik turizmi, qishloq turizmi, erkin turizm, alternativ turizm, ekoturizm va boshqalar.

Umumiy jihatdan e'tirof etilganda qishloq turizmi atamasi qishloq hududlarida amalga oshiriladigan barcha turizm faoliyatlari uchun qo'llanilishi belgilangan. Qishloq turizmining tarixiy taraqqiyotiga nazar tashlaydigan bo'lsak, XVII asrda dastavval Yevropa mamlakatlarida ba'zi amaldorlarning qiziqarli dam olishlari uchun shakllantirildi. Bunda asosan qishloq turlarining asosiy namoyondasi bo'lib "Grand Tour" ni keltirish mumkin. XIX asrdan boshlab qishloq turizmi o'rta qatlam vakillarini ham qamrab ola boshladi. 1840-yillardan boshlab, temir yo'l qurilishi yanada uzoq va jozibador qishloq joylariga yanada qulayroq va xavfsizroq kirish imkonini berdi.

¹ Butler, R. (1998) Tourism and Recreation in Rural Areas.

XX asrda esa qimmatbaho yerlardan samarali foydalanish maqsadida turistik obyektga aylantira boshlagan.

Bugungi kunda qishloq turizmi ommaviy turizm turlaridan biriga aylanmoqda. Insonlar tamonidan sof jamiyat munosabatlariga qiziqish yuksak darajaga yetayotganligi buning asosiy sababi hisoblanadi. Umuman olganda shahar tashqarisida dam olish va rekratsion harakatlarning turli xil ko'rinishlari namoyon bo'ladi.

Qishloq turizmining xususiyatlari¹

An'anaviy faoliyatlar	Yangi faoliyatlar
Dam olish	Bellashuv
Oilaviy	Individual
Passiv	Aktiv
Past narx	Yuqori narx
Yangi texnologiyalarsiz	Yuqori texnologiyalar

Qishloq turizmining o'sishiga xizmat qiluvchi omillar quyidagilarda namoyon bo'ladi:

- Qishloq joylarida an'anaviy tarzda o'tkaziladigan faoliyatlar katta o'sishga zamin yaratadi;
- Faoliyatni rivojlantirishga qaratilgan faoliyatlar taklifni o'stirishga yordam beradi;
- Atrof – muhitga keng jamoatchilikning qiziqishi ham turizm rivojiga samarali ta'sir ko'rsatadi;
- Qishloq hududlarida joylashgan faoliyat turlariga talab va qiziqishning o'sishi.

Umuman olganda qishloq turizmini qishloq joylarida shakllantirish qishloq hayoti farovonlashishiga zamin yaratadi. Shuningdek qishloq infratuzilmasi yaxshilanishiga asos bo'ladi va qishloqlarda ishsizlik darajasi kamayishiga olib keladi. Agroturizmning rivoji mamlakat qishloq xo'jaligi yuksalishida reklama vaifasini bajaradi.

XIZMATLAR SOHASINING RIVOJLANISHIDA INNOVATSIYALARNING O'RNINI

Djurayeva Dilnoza Davron qizi
BuxDu, Iqtisodiyot kafedrasining tayanch doktoranti

Taraqqiyotning bugungi bosqichi yuqori malakali kadrlar tayyorlash bilan birga, ilmiy tadqiqot faoliyatining takomillashuvi, intellektual va moddiy resurslarni iqtisodiyotning rivojlanishiga ijobiy ta'sir ko'rsatish, yirik ilmiy amaliy dasturlar innovatsion loyihalarni ta'lim, fan, amaliyotning bir biri bilan uzviy aloqadorligida paydo bo'lishini isbotladi. Jamiyatning bugungi holatini innovatsiyalarsiz tasavvur qilib bo'lmaydi. O'zining zamonaviy ma'nosiga ega bo'lgan "yangi innovatsiya" va "innovatsiya" so'zlari lotinchadan tarjima qilinganda *yangi usullar, mexanizmlar, urf-odatlar*ni joriy etish ma'nolarini anglatadi. Amerikalik tadqiqodchi Doktor Jonson 18-asrdagi sanoat inqilobi davrida, "...ushbu davrda biz farqlar singari innovatsiyalarni izlamoqdamiz" degan edi. Innovatsiyalar iqtisodiyotni rivojlantirishda asosiy o'rin egallashini hozirgi kunda yuqori iqtisodiy ko'rsatkichlarga erishgan mamlakatlar misolida ham ko'rsa bo'ladi. Innovatsiyalar bo'lmasa iqtisodiyot o'smaydi, o'sgan

¹ Butler,R. (1998) Tourism and Recreation in Rural Areas. 216 bet

taqdirda ham rivojlanish darajasi past sur`atlarda bo`ladi, mehnat unumdorligi pasayadi, bu esa insonlarning hayot darajasini pasayishiga olib keladi.

Respublikamizda iqtisodiyotni tubdan isloh qilish jarayonida xizmatlar sohasini shakllantirish, rivojlantirish va qayta barpo etish, hamda innovatsiyalarni ushbu sohada qo`llash, undan oqilona foydalanish hozirgi zamonning dolzarb masalalaridan biri hisoblanadi.

Demak, innovatsiya – bu yangi texnologiyalarda mujassamlashgan yangi bilimlar, nau- xau, ishlab chiqarish omillarining yangi kombinatsiyalarini qo`llash bilan bog`liq, bu shuningdek yuqori bozor salohiyatiga ega bo`lgan yangi vazifalarni bajara oladigan yangi mahsulotlar yaratish yoki destruktiv jarayonlarning salbiy oqibatlarini yo`qotish maqsadini o`z oldiga qo`ygan faoliyat yoki faoliyat natijasidir. Bugungi kunda biz innovatsiyalarni texnologik yangiliklar deb atashimiz ham mumkin. Ba`zi adabiyotlarda ushbu so`zlar sinonim deyilgan.

Innovatsiyalarning 10 ta amri mavjud bo`lib:

- Maqsad
- Jamoani ilhomlashtirish
- Diqqatni iste`molchiga qaratish
- Har kimga o`xshamasdan o`z bilimiga ega bo`lish
- Hamma narsani shubha g`alviridan o`tkazish
- Sinergiya
- Jarayonni yaratish
- Har qanday xatarni oldindan ko`ra bilish
- O`zgarishlarning yetakchisi bo`lish
- Tashabbuskorlik

Innovatsiyalarni paydo bo`lishining ikki yo`nalishi mavjud:

- Bozor ehtiyoji, ya`ni qandaydir Tovar yoki xizmatga bo`lgan talab. Boshqacha aytganda bu bozor ehtiyojlariga beriladigan javob yoki marketing variant hisoblanadi. Masalan, bunday o`zgarishlar tarkibiga ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirishga yoki mahsulotga „tovar“ ko`rinishini berishga yordam beruvchi o`zgarishlarni kiritish mumkin.
- «Kashfiyotchilik» (intellektual faoliyat)- bu odamning bozorda mavjud bo`lmagan talabni qondirishga yo`naltiriladigan yangi mahsulotni yaratish borasidagi intellektual faoliyatidir. Boshqacha aytganda, bu yangi bozorni yaratish faoliyatidir. Rivojlanishning innovatsion tipi (ing.Innovation model of development) –ijtimoiy ishlab chiqarishda yangi ilg`or texnologiyalarga urg`u berish, yuqori texnologiyalar asosida mahsulotlar ishlab chiqarish, mikro va makroiqtisodiy jarayonlarda ilg`or tashkiliy va boshqaruv qarorlarini qabul qilish – texnopark, texnopolis, kam energiya talab etadigan texnologiyalardan foydalanish siyosati, ishlab chiqarish faoliyatini intellektuallashtirish, iqtisodiyotni soflashtirish va servislashtirish bilan tavsiflanadi.

Innovatsiya kontsepsiyasini ishlab chiqishda XX asr boshlarida klassik siyosiy iqtisodchilar Y. Shumpeter, R. Makkonel kabi olimlarning ishlari asos bo`lgan.

Iqtisodiyotni rivojlantirishda innovatsiyalarning o`rni to`g`risidagi qarashlari va shu sohadagi ilmiy ishlar bo`yicha A.I.Tatarkin, A.G.Granberg, V.M.Yurev, Glazyev, Y.M.Buxvald, P.Druker, F.Kuk, A.M.Muhammedyarov, S.D. Valentey, D.Bell, P. Romer, G.B.Kleyner va boshqa olimlarning ishlarida kuzatish mumkin.

Zamonaviy iqtisodiy rivojlanishda xizmatlar sohasida 2/3 qismgacha va ayrim hollarda undanda yuqori YaIM ga to`g`ri keladi. Dunyoning rivojlangan mamlakatlarida

xizmatlarning umumiy qismi YaID 70-76 % ni va mamalakatning ish bilan band aholining 66-76 % xizmatlar sohasida faoliyat olib bormoqda. Rossiyada xizmatlar sohasining YaIMdagi umumiy ulushi 58,6. Bugungi kunda O'zbekistonda xizmatlar sohasini rivojlantirish uchun muhim shart uning innovatsion rivojlanishidir. Bu mamlakatni dunyo bozorida mustahkam o'rinni egallashiga va xizmatlar raqobatbardoshligini oshirishga, iqtisodiyotni diversifikatsiyalashga olib keladi. Jamiyatning geometrik progressiya asosida talablarini oshirishini innovatsiyasiz qanoatlantirib bo'lmaydi. Bu nafaqat xizmatlar sohasini rivojlantiradi, balki iqtisodiyotning yalpi sektorlarini yaratishdir. Mamlakatning turg'un rivojlanishini global bozorda raqobatbardoshligiga to'g'ridan to'g'ri bog'langan bunga ilmiy texnik progresiz erishib bo'lmaydi. Bundan esa uzirsiz va o'sayotgan texnologik innovatsiyalar va yangiliklar oqimi zarurligi kelib chiqadi. Innovatsion jarayonni ta'minlash uchun quyidagi bosqichlarni amalga oshirish zarur. Kadrlar ta'minoti, moliyaviy ta'minot, infarmatsion tashkiliy ta'minot. Ijtimoiy iqtisodiy samaradorlikka innovatsion faoliyat natijasida erishiladi va ilmiy tadqiqot natijalarini qo'llanishini tijoratlashtirish samaradorligini aks ettiradi.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, yuqori sifatli va raqobatbardosh mahsulotlarni ishlab chiqarishni ta'minlaydigan samarali innovatsion loyihalarni ishlab chiqishga ahamiyat qaratishimiz kerak. Shuningdek xorijiy kompaniya va firmalarning investitsion mablag'lari, grant va homiylari orqali innovatsion loyihalarni moliyalashtirish ham muhim ahamiyatga ega. Demak bu muammolar yechimini topish uchun innovatsion faoliyatni mukammal tizimini ishlab chiqarish zarur va buning uchun aniq strategik maqsad bo'lishi kerak. Shunga muvofiq xizmat ko'rsatish tarmoqlarini innovatsion mahsulotlar va ularni bozorga kiritishga e'tibor berishimiz zarur va shart. Ilmiy tadqiqotlar, innovatsion mahsulotni ishlab chiqarish, innovatsion mahsulotlarni tayyorlash, innovatsion mahsulotlarni bozorga kiritish orqali ijtimoiy iqtisodiy samaradorlikka erishiladi, ishlab chiqilgan jarayonni tezlashtiradi, ishlab chiqarish samaradorligini oshiradi, texnika va texnologiyalarning zaruriy darajasi hosil qilinadi.

Adabiyotlar ro'yxati:

1. Большой бухгалтерский словарь. Под редакцией А.Н.Азрилияна. - М.: Институт новой экономики, 1999. С.150.
2. Климентьева Анна Юрьевна. Ресурсное обеспечение инновационного развития регионов России и оценка его эффективности //Статья подгото при поддержке гранта РФФИ № 16-29-12883
3. Р.Ишмухаммедов, М.Мирсолиева «Ўқув жараёнида инновацион таълим технологиялари» методик қўлланма. Тошкент 2014
4. Managing for Innovation in Hospitality. By Mike Piters. 2005. New York. Haworth Hospitality Press. 43 p.
5. Алабугин А.А. Совершенствование методологии управления развитием предприятий сферы услуг //
6. Д. Д.Джураева, «Массовая культура и человеческий потенциал». Учёный XXI века- научный журнал- 2017. Ст-99

**MAMLAKATIMIZDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA
MEHMONHONALARNING O'RNI**
**Akramov Shohruh Shuhratjon o'g'li, Soliyeva Dilobarxon Fozilovna, Sapohonova
Gulbahorxon Fozilovna
Farg'ona Politexnika instituti**

Davlatimiz rahbarining 2016-yil 2-dekabrda "O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi farmoniga muvofiq, sayyohlik mamlakatimiz iqtisodiyotining strategik tarmog'i sifatida belgilandi. Prezidentning 2017-yil 16-avgustdagi qarori bilan 2018-2019-yillarda turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar dasturi tasdiqlandi.

Joriy yil fevral oyining o'zida Prezidentning shu sohaga doir 4 ta muhim hujjati qabul qilingani davlatimizning turizm rivojiga yuksak e'tibordan dalolat bo'ldi. Ushbu hujjatlar bilan sohada yig'ilib qolgan muammolarni hal etish, turizm salohiyatini oshirish bo'yicha ustuvor vazifalar belgilandi, ichki turizmni yanada rivojlantirishga ko'plab imtiyozlar, yengilliklar berildi. Shavkat Mirziyoyev turizmning iqtisodiyotdagi o'rnini alohida ta'kidlab, mamlakatimizda bu boradagi ahvol va sohani rivojlantirish bo'yicha ko'rilayotgan choralar samaradorligini birma-bir tahlil qildi.

Mamlakatimiz hozirgi kunda jadal sur'atlar bilan rivojlanib borayotgan davlatlar qatoriga kiradi. Qaysi soxani olmang, unda tub islohotlar ulkan o'zgarishlar amalga oshirilmoqda. Bularning barchasi mamlakat rivoji uchun xizmat qiladi. Hozirgi kunda hamma soxalar qatori turizm soxasini rivojlantirishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Chunki turizmni rivojlantirsak bizning mamlakatimiz ko'plab xorijiy sayyohlar, ekspertlar nazariga tushadi. Ularning yurtimizga kelishi ortgan sari mamlakatimiz iqtisodiyotida ulkan o'zgarishlar yuz beradi.

Bizning mamlakatimiz juda jannatmakon yurt hisoblanadi. Yurtimizda ko'plab tarixiy obidalarga boy yurt hisoblanadi. Qo'qondi latif, ko'xna Samarqand, Buxoro, Xorazm, Xiva kabi shaxarlarimiz hamisha chet ellik turistlarni o'ziga jalb etib kelmoqda. Bu yerda turstlarni kelishlari, yurtimizda mehmon bo'lishlari uchun hamma sharoitlar yaratilmoqda. Misol tariqasida oladigan bo'lsak, sentabr oyida Qo'qon shaxrida o'tkazilgan birinchi "Xalqaro hunarmandchilik festivali" ham butun dunyo xalqlarining bizning mamlakatimiz tarixiga, hayot tarziga va faoliyatiga qiziqishlarining yorqin dalilidir. Ushbu festivalda dunyoning turli mamlakatlardan mehmonlar, ishtirokchilar tashrif buyurishdilar. Ular mamlakatimizning o'n ikki viloyatida kelgan hunarmandlar, kulollar, san'at shaydolari va so'z ustalarining namoyishlaridan bahramand bo'lib, yurtimizdagi yangiliklardan kop narsalar o'rganib, ularning yurtimizga bo'lgan qiziqishlari yana ortdilar.

Qolaversa, mamlakatimizda turistlarning kelishlari uchun yaratilayotgan sharoitlar qatorida eng muhimlaridan biri ularning yotoqxonalar bilan ta'minlash ekanligini hisobga olib, bu bilan bog'liq muammolarini hal etish uchun juda ko'plab ishlar amalga oshirilmoqda. Chunki yurtimizga kelayotga turistlar 1-2 kunlik mehmonlar hisoblanishmaydilar. Ularning ko'pchilik qismlari bir necha o'n kunlarga kelishadi. Shuning uchun ularni xizmat ko'rsatish soxasi jahon talablariga mos keladigan turar joylar bilan ta'minlash muhim tadbirlardan biri hisoblanadi.

So'ngi yillarda mehmonhona sanoatida yangi texnologiyalar qo'llanilishining kengayishini bu yerda ish joylari qisqarishiga olib keldi. Bu esa, o'z navbatida, mehnatni tashkil etishning muqobil usullari qo'llanishiga, boshqaruvda ijodiy yondashuvlarning ko'payishiga olib keladi. Xizmatlar ko'rsatish soxasida mijozlarning talablariga javob

beradigan hodimlarni to'g'ri tanlash juda muhim. Ko'pgina hodimlar mijozlar bilan bevosita aloqa qiladi va tashkilotning asosiy maqsadlariga erishish jarayoniga o'z-o'zidan jalb etiladi, xizmat ko'rsatish sifati esa nafaqat ularning mahoratiga, balki onglilik darajasiga ham bog'liq bo'ladi. Xizmatlar ko'rsatish sohasida mijozlarni qanoatlantirish hodimlarning hushmuomilaligi, jonkuyarligi bilan ham erishish mumkin. Odamlarni samarali boshqarish esa hodimlarni boshqarishning muhim funksiyasiga aylanadi.

Mehmonxona sektori turizm iqtisodiyoti ichidagi eng yirik va doim mavjud bo'ladigan sub-sector hisoblanadi. Turistlar umumiy sarflarining deyarli uchdan bir qismini aynan boshpana uchun sarflaydilar.

Ushbu soha juda diversifikatsiyalashgan. Ya'ni joylashuv obyektlari – katakichikligiga, xizmat ko'rsatish stiliga, joylashgan joyiga, unga kim egalik qilishiga, xizmatlarning assortiment darajasiga ko'ra juda ko'plab turlarga bo'linadi. Shuningdek, ular bir paytning o'zida B&B (bed and breakfast), o'z-o'ziga xizmat ko'rsatiladigan xonalar, transportda joylashishni (masalan, kema yoki poyezdlarda) o'z-ichiga olishi mumkin. Shunday ekan, ularning har biri uchun alohida menejment usullarini qo'llash kerak bo'ladi. Masalan, European Center Parks kabi tabiatda xordiq chiqarishga ixtisoslashgan obyektlar bilan MICE (meeting, incentives, conventions and exhibitions) turdagi konferensiya va rasmiy tadbirlar uchun mo'ljallangan mehmonxona obyektlarini boshqarish turli yondashuvlarni talab etadi

Mehmonxona xizmati nafaqat turistik *mahsulot*, balki turistik *tajribaning* natijasi hisoblanadi. Ya'ni boshpana – xona va yotoq mebeliga o'xshash moddiy aktivlardan kengroq narsadir. Masalan, aeroport mehmonxonasi bilan Karibdagi Sandals uylari o'rtasida farq mavjud.

Aeroport mehmonxonasi o'z menejmentiga qanday yondashadi?

- Ularning mijozlari aeroportga yaqin bo'lgani uchun shu yerga joylashadi. Eksklyuziv xizmatlardan foydalanish shart emas bu yerda

Sandals uylari esa nafaqat boshpana, balki keng assortimentli ko'ngilochar xizmatlarni ko'rsatadi. Chunki mijoz u yerga aynan shuning uchun boradi.

Yuqoridagilardan ko'rinib turibdiki, mamlakatimizda turizm sohasini rivojlantirish uchun mehmonhonalarning roli benihoya katta. Chunki yurtimizga har qanday maqsadda tashrif buyurgan turistlar hoh ular qisqa muddatga, hoh uzoq muddatga kelsin eng avvalo ularni sifatli, hamyonbop hamda jahon talablariga to'liq javob beradigan yuqori sifatli turar joylar bilan ta'minlash muhim ahamiyat kasb etadi. Bu borada bizda yuqori darajada mukammal sharoitlar bilan ta'minlangan mehmonhonalarni ko'paytirish juda muhim ahamiyat kasb etadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Mamlakatimizda turizmni rivojlantirish to'g'risidagi Prezidentimiz farmoni “Farg’ona haqiqati gazetasi” 2016 yil, dekabr
2. “Korxonalar iqtisodiyoti va menejmenti asoslari”, ma’ruzalar matni Farg’ona 2018 yil.

**СПА МЕҲМОНХОНАЛАРИНИ БАРПО ЭТИШ ИМКОНИЯТЛАРИ ВА
ЎЗИГА ХОС ЖИҲАТЛАРИ (Фарғона вилояти мисолида)**

**ЎзМУ профессори Ф.Т.Эгамбердиев
мустақил изланувчиси Х.Ё.Ёқубжонова**

Ҳозирги кунда мамлакатимизда туризм саноатига стратегик сектор даражасида эътибор берилётган бир вақтга унинг ҳудудлардаги имкониятларини тадқиқ этиш устувор вазифаларимиздан биридир. Шу нуқтаи назардан Ўзбекистон

Республикаси Президентининг 2019 йил 13 августдаги “Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармониға мувофиқ;

✓ жойлардаги салоҳиятли ҳудудларни ўрганиш асносида туризм инфратузилмаси объектларини ривожлантириш ҳудудларини ташкил этиш;

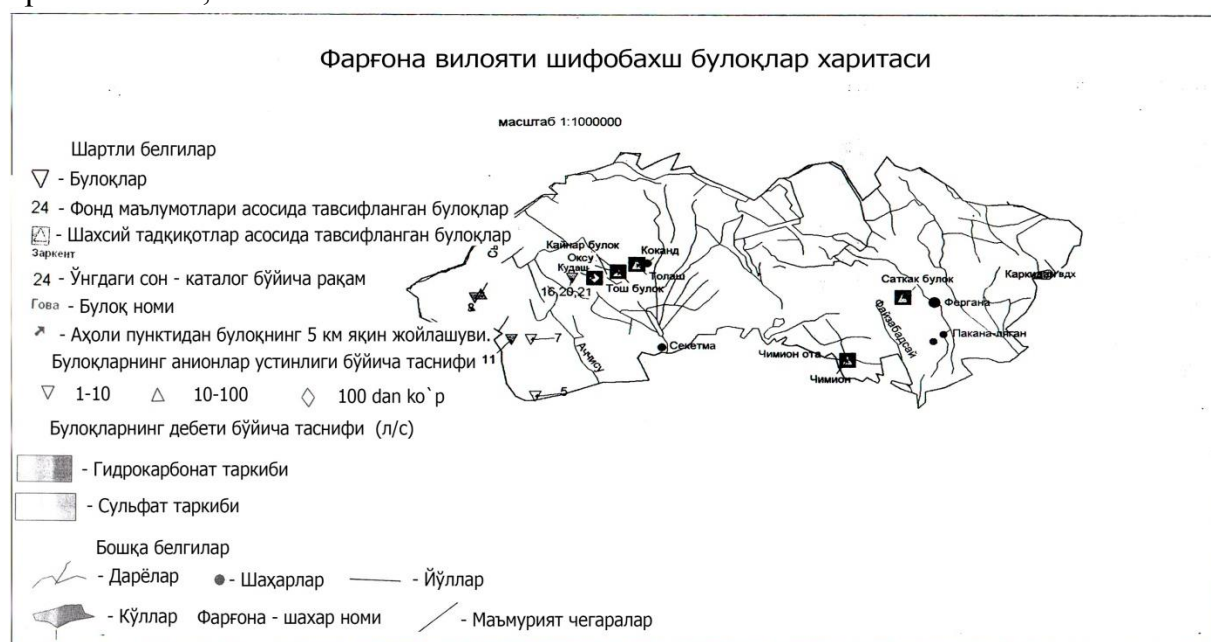
✓ туризм инфратузилмаси объектларини жойлаштириш учун салоҳиятли ҳудудларда режалаштириш ва лойиҳалаштириш ишларини ташкил этиш мақсадида, Фарғона вилоятида ЮНЕСКО томонидан илмий томондан тадқиқ этилган йирик типдаги шифобахш булоқлар негизида ҳудудда экологик туризмни ривожлантиришнинг устувор йўналишларидан бири сифатида экологик **SPA(Sanitas pro Aqua) меҳмонхоналарини**(минерал, шифобахш сувларда даволаниш)барпо этиш лойиҳаси истиқболли лойиҳадир. Ушбу лойиҳани тақлиф этишга асос ҳудуддаги шифобахш хусусиятга эга бўлган булоқлардир.

СПА сўзи бу сув билан боғлиқ физиотерапия усули. Баъзида гидротерапия (грек. *hýdōr*, сув+ *therapeía*, даволаш(сув, дарё, кўл, ёмғир)фойдаланиш бальнеотерапия(лат. *balneum* —+ грек. *therapeía* —«даволаш»), талассотерапия(*thalassa* —денгиз; *therapeía* —даволаш)ҳаттоки псаммотерапия (грек. *psammo* — кум, *therapeía* — даволаш) каби маънодош тушунчалардан ҳам кенг фойдаланилади.

СПА сўзининг келиб чиқиши, Европада шуҳрат қозонган Белгия курорти номи билан боғлиқ бўлиб, вақт ўтиши билан бу сўз, бальнеологик процедуралар ёки тегишли йўналишдаги ходисаларга мурожаат қилиш учун халқаро даражада ишлатила бошланди.

Дунёда дастлабки СПА-курортлар ва машҳур шаҳарлар - бу минерал ва шифобахш сувлари, тузли, доривор сувлар билан даволайдиган; Франциядаги Вичи ва Эвиан, Италиядаги Абано-Терме ва Бельгиядаги Спа дам олиш масканларидир. Ушбу масканлар ҳудуд иқтисодиётида муҳим роль ўйнайди.

Ҳозирги кунда дунёдаги кўплаб меҳмонхоналар ўзларининг СПА марказларига эга. Меҳмонхоналарда иссиқ шифобахш ванналар тақлиф этадиган курорт тармоғи мавжуд. Биз истиқболда бундай марказларни Фарғона вилоятида ярата оламиз;



Ушбу харитада акс этган булоқ сувлари ҳар томонлама илмий томондан асосланган, айти кунда минтақа аҳолиси ва бошқа вилоятлардан ташриф буюрган сайёҳларга маълум қадар хизмат кўрсатиб келмоқда. Истикболда инвестиция дастурига киритиб, минтақани экотуризмни ривожлантиришнинг устувор йўналишларидан бири сифатида келтириб ўтилган шифобахш булоқ мавжуд ҳудудларда (SPA (Sanitas pro Aqua) меҳмонхоналарини барпо этиш имконияти мавжуд. Бу эса минтақанинг экотуристтик салоҳиятини халқаро даражага олиб чиқишга кенг йўл очиб беради. Кўплаб меҳмонхоналар соғлиқни яхшилашнинг ушбу туридан фойдалансалар, бу ҳудудни экотуристтик салоҳиятини янада оширади.

Грузия иқтисодиётини таҳлил қилар эканмиз, мамлакатда кўплаб топилган минерал ва термаль булоқлар ҳисобига 50 га яқин халқаро даражадаги соғломлаштириш масканлари барпо этилган, булар давлат бюджетига салмоқли ҳисса қўшади.¹ Фарғона вилояти ҳудудларида экотуризмнинг барқарор ривожлантиришнинг имтиёзли томони шундаки, минерал термал булоқлар ҳисобига тиббий туризм ва экотуризмни уйғунлаштирган ҳолда жадал ривожлантириш имкониятлари мавжуд.² Саёҳатларни деярли бутун йил давомида ташкил этиш мумкин. Ҳудуддаги шифобахш булоқларнинг муфассал таснифи келтирилган махсус қўлланманинг инглиз тилидаги вариантларини ишлаб чиқиш лозим бўлади.³ Ҳудуддаги туристларни таклиф этилаётган меҳмонхоналар хизматлари ичида даволаниш марказларининг бўлиши уларни ҳар томонлама муваффақият сари ундайди. Чунки ҳар қандай хорижий турист меҳмонхонанинг қўшимча сервис хизматларини синчиклаб ўрганади.

Сайёҳ саёҳат қилиш асносида

Кумда даволаниш; (кумли ванналар)

Минерал сувда даволаниш; (шифобахш иссиқ ванналар) қабул қилиш имкониятларига эга бўлади.

Ушбу сервис хизматлари сайёҳларга яна қулайлик туғдиради; Бунинг учун бундай ҳудудларда

-Меҳмонхоналарни барпо этиш;

-Маҳаллий ва хорижий инвесторларга имтиёзлар бериш;

-Рекреацион курорт марказларини барпо этиш лозим бўлади.

TURMAHSULOTNI LOYIHALASHDA TURISTIK TADBIRLARNING AHAMIYATI

**To'xtamishiev Aziz Qaxramonovich, "Ipak yo'li" turizm xalqaro universiteti
Nimatov Ibragim Xudayarovich, "Ipak yo'li" turizm xalqaro universiteti
Qobulov Ikromjon Ramazan o'g'li, "Ipak yo'li" turizm xalqaro universiteti**

О'zbekistonda turizm yosh sohalardan biri bo'lib, yildan yilga rivojlanib bormoqda. Buning isboti sifatida 2018- yili yurtimizga tashrif buyurgan turistlar soni 5,3 mln kishini tashkil etganligi va undan oldingi ko'rsatkich 2,8 mln kishini tashkil etganligidir⁴.

¹ Р.Мамадалиев., Дунё мамлакатлари, Т; "Муҳаррир нашриёти" 2012. 70-бет.

² Н.Ҳоқубжонова, Ecotourism in the economy of the regions, №3(31), forum-nauka.ru

³ Ҳ.Ёқубжонова., Ўзбекистонда экотуризмни ривожлантириш омиллари ва ундан самарали фойдаланиш йўллари., Бизнес эксперт, №2, 2017. 28 бет

⁴ <https://uzbektourism.uz/uz/newnews/view?id=813>

Hozirgi kunda turizmning tadbirlar ko'rinishidagi turi tobora ommalashib bormoqda, vaholanki ko'plab sayyohlar tadbirlarga cheklangan turlarning mavjudligi to'g'risida etarli ma'lumotga ega emaslar. Sayyohlik bozori talabining yuzaki tahlili shuni ko'rsatadiki, bugungi kunda tadbirlarga, festival tadbirlariga qiziqish tobora ortib bormoqda, bunda sayyoh oddiy sayohatdan, hattoki boy ekskursiya dasturiga qaraganda tadbirlar ko'rinishidagi turlardan ko'proq ijobiy his-tuyg'ularni oladi. Xo'sh, tadbirlar ko'rinishidagi turizmi nima?

Tadbir turizmini er yuzining barcha burchaklarida bo'lib o'tadigan sayyoh uchun qiziqarli voqea bilan bog'liq sayohat deb atash mumkin. Ushbu tadbir har qanday shaklda bo'lishi mumkin: an'anaviy bayram, ko'rgazma-yarmarka, karnaval, kinofestivallar, musiqa festivallari, gul ko'rgazmalari, moda namoyishlari, sport tadbirlari va boshqalar.

Tadbirlar turizmi har doim ko'p miqdordagi ijobiy his-tuyg'ular, yorqin taassurotlar, sport, madaniyat va san'at dunyosidagi eng katta voqealarning jonli guvohi bo'lish uchun ajoyib imkoniyatdir. Bunday sayohatlar hayotdagi eng yorqin daqiqalardan biri sifatida xotirada qoladi.

Qoida tariqasida, har qanday sayyohlik safari biron bir ko'ngil ochish turiga ega. Odamlar unutilmas taassurotlar, hayajonlar va, albatta, ijobiy his-tuyg'ular uchun sayohatga chiqishadi. Shuning uchun dam olish, ko'ngil ochish bilan birgalikda boshqa sayyohlik maqsadlari orasida ustunlik qiladi va dunyodagi eng katta oqimlarni hosil qiladi. Sport, ishbilarmonlik va madaniy hayotning mintaqaviy yoki global miqyosdagi ta'sirchan, yorqin va betakror voqealariga tashrif buyurish turizmi asosidir.

Turizm bilan bog'liq bo'lishi mumkin bo'lgan ko'plab turli xil tadbirlar (sport, festivallar, musobaqalar, shoular, karnavallar va boshqalar) soni har yili ko'payib boradi va bunday sayohatlar muntazam bo'lib boradi. Butun dunyoda turizmning ushbu turi katta talabga ega. Masalan, sayyohlar ommasini o'ziga jalb qiladigan eng mashhur xorijiy ta'tillar:

- Oktoberfest (Oktoberfest) - dunyodagi eng katta pivo festivali. Bu Bavariya poytaxti Myunxenda bo'lib o'tadi, sentyabrning uchinchi dam olish kunida boshlanadi va 16 kun davom etadi. - "Pomidor festivali" (La Tomatina), har yili Ispaniya sharqidagi Bunyol shahrida bo'lib o'tadi. Barcha Ispaniya festivallarida bo'lgani kabi, bu bayramona mushaklar, musiqa, raqslar va bepul dasturxon bilan o'tkaziladi. Ammo pomidor festivali Bunyolga ko'plab sayyohlarni jalb qiladigan o'ziga xos xususiyatga ega, bu bayramning avj nuqtasi - shahar maydonida bo'lib o'tgan pomidor jangi bo'lib hisoblanadi.

- Braziliya karnavali (Carnaval do Brasil) - har yili Braziliyada Pasxadan 40 kun oldin bo'lib o'tadigan va Lentning boshlanishini nishonlaydigan festival. Braziliya karnavali bu mamlakatning eng katta milliy bayramidir va Evropada ham, Lotin Amerikasining boshqa mamlakatlarida ham karnavallardan bir oz farq qiladi.

Sport tadbirlariga bag'ishlangan sayohatlar ham mashhur, (Xokkey bo'yicha Jahon chempionati; UEFA Chempionlar Ligasi finali; Formula-1 avtoulavi) musiqa festivallari va musiqiy tanlovlar (Shveytsariyadagi Qor va simfoniya festivali; Stokgolm jaz festivali; Samarqand "Sharq taronalari"), Kino va teatr festivallari (Kann festivali (Frantsiya) va Spierlart teatr festivali, Myunxen (Germaniya)).

Tadbir sayohatlariga bo'lgan katta talabni odamlar kundalik hayotdan charchashlari, dam olishlari imkonoyat yaratib berish bilan izohlanishi mumkin. Bunday sayohatga chiqqan odamlar, shubhasiz, unutilmas onlarni umr bo'yi eslab qolishadi.

O'zbekiston turizm bozorida mamlakatga kiruvchi turistlar uchun mo'ljallangan sayohatlarni minglab turoperatorlik firmalar tomonidan taqdim etilishini

ko'rishimiz mumkun, lekin ularning tur dasturlarida tadbir ko'rinishidagi dasturlari diyarli taklif etilmayotganligini ko'rishimiz mumkun.

Bu turizm turiga O'zbekistonda yaqin-yaqindan etibor bera boshlandi. Shuning uchun hozirgi kunga qadar sayyohlarni jalb qila oladigan tadbirlar juda ko'p emas.

O'zbekistonda tadbirlar ko'rinishidagi turizmining rivojlanishiga to'sqinlik qiladigan ko'plab omillar mavjud, bular:

1. Turizm infratuzilmasining kamchiliklari;
2. Turizm infratuzilmasining kamchiliklari;
3. Voqealar taqvimini tuzishga kam e'tibor;
4. Mahalliy aholining kam ishbilarmonlik va investitsion faolligi;
5. Malakali kadrlarning etishmasligi;
6. Turistik mahsulotlarni ilgari surishning samarasiz tizimi;
7. O'zbekiston rezidentlari va chet el fuqarolari uchun yuqori narxlar va mintaqalarning mavjud emasligi.

Yuqorida aytib o'tilgan voqea turizmini rivojlantirish muammolariga qaramay, O'zbekistonda turizmning ushbu turini rivojlantirish istiqbollari mavjud. O'zbekistonda yuzlab sayyohlarni jalb qila oladigan ko'plab qiziqarli bayramlar, festivallar mavjud.

O'tmishda ham, hozirda ham biror hududning rivojlanishida savdo karvonlarining o'rni be'qiyos hisoblanadi. Hozirda faqat karvon yo'li atamasi o'rniga "tranzit" atamasi keng qo'llaniladi. Bu bilan nima demqochiman? O'sha biz bilgan "Buyuk Ipak yo'li"ning kattagina qismi aynan bizning mamlakatimiz orqali o'tgan va unda yurtimiz boshqa mamlakatlar uchun bir "darvoza" vazifasini o'tagan. Hozirda "Ipak yo'li"da juda ko'p maqsadlarda foylanib kelinmoqda. Jumladan kino sohasida, qo'shiqchilik sohasida. Mana endi shulardan alohida holatda turizm sohasida ham yangilik qilish maqsadida undan foydalanish imkoni yuzaga keldi. Oldin birov qilmagan, birov bosmagam yo'ldan yana bir turizm sohasi uchun yangi bir yo'nalish ochish mumkun.

Bunda O'zbekiston turizmi uchun yangi bir festival "Karavon" festivalini tashkil etish va uni har yili o'tkazish va O'zbekistonning tarixdagi o'rnini yana bir bor yodga olish mumkun. Bunga asos qilib ko'plab davlatlar tajribalarini ko'radigan bo'lsak. Masalan, Marokash davlatida o'tkaziladigan noan'anaviy yugurish festivalini aytish mumkun. Bunda qatnashuvchilar 6 kun davomida 250 km masofani qum maydonda yugurib o'tishlari zarur. Aynan mana shunday tadbirga qatnashish uchun dunyoning har tomonidan xorijiy turistlar tashrif buyuradi va unda qatnashish uchun \$3100 atrofida pul to'lashadi. Yoki yana bir misol sifatida Ispaniya davlatini olsak bo'ladi. Yevropada faqatgina shu davlatda cho'l mavjud. Yevropa bo'ylab turistlar mana shuni ko'rish va uni his qilish uchun ham Ispaniyaga tashrif buyurishadi. Yaratganga shukrona keltirib aytishimiz kerakki, vatanimiz tabiiy resurslarga boy davlat. Unda tog'-u cho'llar, daryo-yu ko'llar behisob va ulardan foydalanish imkoniyati ham mavjud. Festival haqida ozmuncha gapiradiga bo'lsam, bu jaroyon tarixga qaytish. Ya'ni XV va XVI asrlarda savdo karvonlari va xon va amirlarning olis masofalarga karvon orqali safar qilish manzarasini aks ettirish. Bu jaronni amalga oshirishda nimalar e'tiborga olinadi:

1. Karvon o'tadigan yo'llarni geografik jihatidan o'rganish;
2. Xavsizlik qoidalariga amal qilish;
3. Birinchi kunlarda qatnashuvchi ishtirokchilarga amaliy va nazariy ko'nikmalar berish (otda yurish, qayerda to'xtash borasida);
4. Ishtirokchlarning joylashuvi va ovqatlanishini ta'minlash;
5. Karvon tarkibida tibbiyot hodimlarining bo'lishini ta'minlash;
6. Favqulotda Vaziyatlar Vazirligining hodimlarining bo'lishini ta'minlash;

7. Karvon to'laligicha yayov va ot-ara va tuyalarda amalga oshirilishi lozim;
8. Festivalning jozibali va ta'sirchanligini hisobga olgan holatda karvon tarkibida yovvoyi hayvonlarning ishtorikini tashkil etish (bunda xavfsizlik birinchi o'ringa olinga holatda bo'ladi).
9. Karvonda qadim zamon xon-amirlarini, cho'ri va kanizaklarini, karvon xavfsizligini ta'minlash maqsadida qo'riqchi otliq-piyoda soqchilarni tasvirlash talab qilinadi.

Bu "Karavon" festivalini kuzgi va bahorgi turistik mavsumlarda Buxoro va Samarqandgacha bo'gan cho'l xududlarida tashkil qilish mumkun.

Ushbu tur o'rtacha 25-50 yoshdagi kishilarga mo'ljallangan bo'lib, ko'plab chet ellik fuqarolar uchun qiziqarli bo'ladi, chunki festivalda ishtirokchilar uchun ko'plab sahna ko'rinishlari, o'yinlar va ko'ngilochar dasturlar bo'ladi. Shuningdek, ishtirokchilar usha davrga to'shib qolgandek bo'lishadi.

Shunday qilib, bu turizm turini O'zbekistonda rivojlantirish uchun sayyohlik salohiyati mavjud. Tur operatorlari nafaqat yirik xorijiy bayramlar va festivallarga, balki o'zimizga ham e'tibor berishlari kerak. Mintaqaviy tadbirlar asosida ishlab chiqilgan turizm mahsulotlari ham raqobatbardosh va iqtisodiy jihatdan samarali bo'lishi mumkin.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. <https://uzbektourism.uz/ru/newnews/view?id=617>
2. <https://uzbektourism.uz/uz/newnews/view?id=813>
3. <https://www.crescentrating.com/download/thankyou.html?file=X7UrOM8YG MITI-Report-2018-web-version%281%29.pdf>
4. <https://uznews.uz/ru/article/13575>
5. <http://lex.uz/docs/4143188>

ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

БухГУ, преподаватель **Б.С. Исомов.**
БухГУ, студент **Рустамов Ж.Р.**

Как известно, «процесс планирования является попыткой представить себе картину будущего. Это процесс, который предполагает знание настоящего состояния дел и тенденций развития, которые помогают предвидеть будущее, а также овладение методикой, позволяющей смоделировать переход настоящего положения в будущее прогнозируемое состояние.»^{1} Планирование как последовательность основных функций организации включает в себя ниже следующие:

- маркетинговый анализ (анализ новых видов деятельности в соответствии с требованиями конкуренции и рынка);
- технико-экономическое обоснование (анализ новых видов специализации деятельности предприятия, его организации и соответствия технологии);
- финансовый анализ (анализ экономической эффективности новых видов деятельности).

Следовательно качество планирования определяется следующими важными условиями: компетентность руководства фирмы на всех уровнях управления; Квалификация, опыт, навыки специалистов, работающих в функциональных подразделениях; наличие баз данных и предоставление компьютерной техники. Планирование предусматривает: обоснованный выбор целей; определение

политики; разработка мероприятий и мер; способы достижения целей; обеспечить основу для последующих долгосрочных решений. Планирование направлено на эффективное использование всех видов ресурсов, включая возможности фирмы, для предотвращения и устранения ошибок. Планирование включает следующие определения:

- конечные и промежуточные цели;
- задачи, которые необходимо решить для достижения целей;
- пути и средства их решения;
- требуемые ресурсы, ресурсы и способы распространения.

Известно что, стратегия (от греческого «стратегии») буквально означает «общее искусство особой власти», а в переводе на гражданский язык - искусство верховного руководства. Стратег - лидер с высоким авторитетом. По словам Аноффа, стратегия, по сути, представляет собой набор правил для решения, каким образом организация может управлять своей деятельностью. В настоящее время стратегия предприятия определяет цель, средства и границы его действий. Стратегическое планирование это выбор основных целей деятельности фирмы и определение конечного результата, который может быть достигнут, с учетом средств и методов достижения целей и предоставления необходимых ресурсов. Принцип долгосрочного планирования - от прошлого к будущему, а стратегическое планирование - от будущего к настоящему, поэтому разработанные стратегии будут влиять на будущие решения сегодня. Для успешного ведения дел необходимо не только уметь предоставлять качественные услуги, но и знать, кому они необходимы, почему, для каких целей. Для этого необходимы маркетинговые исследования. Все усилия предприятия в рамках комплекса маркетинга должны быть направлены на реализацию стратегии позиционирования. Например, если фирма решила превзойти конкурентов по уровню обслуживания, необходимо составить программы обучения персонала, мотивировать сотрудников, а также осуществлять рекламу, подтверждающую превосходство такого обслуживания. {2}

Обычно стратегическое планирование охватывает период 10-15 лет, влияя на функционирование всех систем управления с долгосрочными последствиями, и основывается на огромных ресурсах. Целью стратегического планирования является всестороннее научное обоснование проблем, с которыми фирма может столкнуться в будущем, и на этой основе разработка показателей эффективности фирмы в течение планового периода. Следующее является основой для разработки планов:

- выявление факторов, влияющих на развитие соответствующих направлений, анализ перспектив развития фирмы;
- анализ конкурентной позиции фирмы, задачей которой является выявление конкурентоспособности продукции фирмы на разных рынках и конкуренция с оптимальными стратегиями для всех видов деятельности, а также определение возможностей для повышения конкурентоспособности;
- выбор стратегий на основе анализа перспектив фирмы в различных видах деятельности и определения приоритетности конкретных видов деятельности с точки зрения эффективности предоставления ресурсов;
- определение новых и более эффективных видов деятельности, определение ожидаемых результатов и анализ тенденций для диверсификации деятельности.

Ныне системный подход является предпочтительным в области планирования туризма. Он фокусируется на всех аспектах туристической деятельности (компоненты туристического рынка, их взаимосвязи), а также на политических, экономических, социальных аспектах и их взаимодействии. Данный подход основан на концепции туристических продуктов (полный спектр туристических услуг, включая проживание, услуги, транспорт, развлечения и другие услуги). В планировании туризма концепция туристических продуктов очень удобна, поскольку процесс ее создания является положительным по двум причинам. Во-первых, необходимо обеспечить оптимальное использование доступных ресурсов, чтобы сделать туристический продукт привлекательным и конкурентоспособным. Во-вторых, обязательным условием для производства туристических продуктов является сотрудничество всех заинтересованных сторон (руководящих органов, управляющих гостиниц, туристических агентств и туроператоров, транспортных компаний, руководителей банков)

В Узбекистане стратегическое планирование туризма направлено на определение целей развития туризма и способов его достижения. Одновременно стремятся максимизировать прибыль от развития туризма с учетом экономического, социального и культурного контекста и необходимости обеспечения стабильного баланса между спросом и предложением туристов. В отношении любого туристического направления необходимо определить соответствует ли уровень развития предложения по размещению росту численности туристов. В процессе планирования менеджер должен убедиться, что рынок создает привлекательные и конкурентоспособные туристические продукты для массового маркетинга. Прежде чем приступить к разработке планов, необходимо ознакомиться с существующими процедурами, которые требуют изучения и анализа туристических предложений и туристического спроса.

Использованная литература:

1. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме. М.: Экономика, 1993. 137 стр.
2. Академия рынка: маркетинг/А.Дайан, Ф. Букерель, Р. Ланкар и др. М.: Экономика, 1993. 64 стр.
3. Фредерик Диманше и другие. Туризм в России. М. 2015 г. 45 стр.

TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA MUZEYLARNING O'RNI

Jabborova Fotima Abdig'ani qizi, Shaxrisabz shahar Amir Temur nomli moddiy madaniyat tarix muzeyi sektor mudiri

Bugungi kundagi turizmni rivojlantirishda muzeylarning o'rni va ahamiyati oshib bormoqda. Bu esa o'z navbatida madaniy turizm atamasini yuzaga kelishiga olib keldi. Madaniy turizm - bu sayyohlikning shakli bo'lib, uning maqsadi tashrif buyuradigan joyning madaniyati va madaniy muhitini, shu jumladan landshaftni, aholining an'analari va ularning turmush tarzini, badiiy madaniyat va san'atning turli shakllarini tanishtirishdan iborat. "Madaniy turizm" atamasi nisbatan yaqinda – XX asrning 80-larida paydo bo'lgan bolib, u XX asrning 70-laridan beri butun dunyoda juda mashhur bo'lgan "meros turizmi" atamasidan kelib chiqqan. O'shandan beri "madaniy turizm" atamasi barcha tarixiy, harbiy, adabiy ahamiyatga ega bo'lgan diqqatga sazovor joylar

bilan tanishishni o'z ichiga olgan bo'lsa-da, san'at va arxitektura¹ kabi badiiy meros bilan uzviy bog'liq xolatda rivojlangan. Yaqinda madaniy turizm doirasida yangi filial paydo bo'ldi. U bugungi kunga kelib mustaqil yo'nalish muzey turizmi sifatida mashxurdir.

Muzey turizmi - bu muzey xizmatlariga oid mahsulotlarini ishlab chiqarish va sotish bo'yicha muzeylarning o'ziga xos faoliyati: eksponatlar yaratish, ichki va tashqi ekskursiyalarni tashkil etish sanaladi. Turizmدا ushbu yo'nalish nisbatan yaqinda paydo bo'ldi. Uning yuzaga kelishiga asosiy sabab 1990-yillarning o'rtalarida G'arb davlatlari shuningdek Rossiyada muzeylar o'z taqdirini o'zi belgilashi yani rivojlanishning yangi yo'llarini qidirish, budjetdan tashqari mablag' yig'ish uchun yangi manbalarni izlash, turistlarni jalb qilish² kabi holatlar kuzatila boshlandi.

Sayyohlar orasida muzeylarga tashrif buyurishga bo'lgan qiziqishni qayta tiklashning dolzarbligi ularning tashqi ko'rinishini va ichki makonini o'zgartirishdir, bu esa tashrif buyuruvchilarni o'ziga jalb qiladi. Shu bilan bir qatorda muzey interaktiv ekspozitsiyalarni yaratish, muzey ma'lumotlarini idrok etishning passiv-tafakkurli shakllarini va bolalar muzeyi kabi yo'nalishlarning paydo bo'lishiga yordam beradi. Bolalar muzeyida bolalar o'yin shakllari orqali yoki ertak belgilar bilan muloqot qilish orqali atrofdagi dunyoni bilishadi va uni o'rganishadi. Ushbu turdagi muzeyning namunasi sifatida Pragadagi o'yinchoqlar muzeyi yoki Shvetsiyadagi bolalar muzeyini aytishimiz mumkin. Bunday muzeylar ota-onalar va bolalar orasida katta qiziqish uyg'otadi, turli mamlakatlardan sayyohlarni jalb qiladi. Ammo bugungi kunda O'zbekistonda birorta ham bolalar muzeyi mavjud emas. Xuddi shunday yangicha ko'rinishdagi muzeylarni yurtimizda ham joriy qilish, muzeylar faoliyatini yanada rivojlantirish lozim. Bunday o'zgarishlar orqali ham ichki ham tashqi turizm oqimini shakllantira olamiz.

Agar keyingi 10-15 yilga nazar solsak butun dunyoda muzey qurilishi sohasida katta o'zgarishlar yuz berganini ko'rishimiz mumkin. Bugungi kunda ko'plab shaharlarda mavjud muzeylarni kengaytirish va qayta qurish loyihalari ko'rib chiqilmoqda, sayyohlarni jalb qilish maqsadida qadimiy va ultramodernlardan san'atni saqlaydigan va representatsiya qiluvchi yangi muzeylar tashkil etilmoqda. Muzeylarni, shu jumladan muzey qurilishini rivojlantirishga katta mablag' sarflanmoqda. Zamonaviy globallashuv jarayonlariga integratsiya qilingan yirik zamonaviy korporatsiyalar singari muzeylar ham yagona bir yirik tashkilot sifatida shakllantirilmoqda³. So'nggi yillarda barpo etilgan ko'plab badiiy muzeylarda asosiy e'tibor binolarga qaratilmoqda. Muzey binosi muzey talablariga to'laqonli ravishda javob bermog'i lozim. Chunki binoning o'zi eng avvalo turistlarni jalb qiluvchi birinchi manba bo'lib xizmat qiladi.

Bugungi kunda sayyohlar muzeyiga tashrif buyurishi uchun yangi bir loyiha ishlab chiqildi - bu hayoliy muzey kontseptsiyasidan foydalanish. Xayoliy muzey madaniy makonda san'atning mavjudligini aniqlaydigan, madaniyatdagi vizual omilning ro'li va ahamiyatini tubdan o'zgartiradigan muzeydir. Bu yerda kontseptual g'oya zamonaviy muzeyning avvalgi elitizmni rad etadigan barcha ochiq muassasa ekanligi bilan bog'liq xolatsa asoslanadi. Bunday muzeyning eng yorqin namunasi 1997 da

¹ Гордин В.Э., Матецкая М.В. Культурный туризм как стратегия развития города: поиск компромиссов между интересами местного населения и туристов. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/gordin.htm.

² Романчук В.А. Музейный туризм. Учебно-методическое пособие. – Санкт-Петербург, 2010 – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://history.spbu.ru/userfiles/Romanchuk.PDF>

³ Захарченко И.Н. Художественный музей как храм современной культуры. . – [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/zaharchenko3.htm

ochilgan, Bilbao shahridagi Guggenheym muzeyidir. Uning arxitektori Frenk Geri bo'lib, u binoning qurilishini haqiqiy texnogen kashfiyotga aylantirdi va dunyo uchun kompyuter dizaynining salohiyatini namoyish etdi. Kompyuter dasturi yordamida Geri kelajakdagi muzeyning uch o'lchamli modelini yaratdi va shu dastur yordamida bino qurilishi davom etdi. Muzey rasmlari dastur tomonidan avtomatik ravishda tartibga asoslangan holda yaratilgan. Ushbu ajoyib dastur hatto binoning alohida elementlarini ishlab chiqaradigan mashinalarda ham ishlatilgan. Ramkaning aniqligi shunchalik balandki, montaj vaqtida elementlarning odatiy moslashuvi hatto talab qilinmadi. Guggenheym muzeyining hech qanday detallar takrorlanmaydi, ularning har biri noyobdir.

Muzey ochilishi bilanoq mashxurlikka erishdi. Muzeyga shu qadar ko'p mehmon tashrif buyurdiki u o'z xo'jayinlariga kattagina daromat olib keldi. Bunday mashhurlikning asosiy qobiliyati, shubhasiz, binoning asl me'morchiligiga tegishli: muzeyda hech qanday xona takrorlanmaydi va ichki makon doimiy o'zgaruvchan makon bo'lib, vitrajlar bilan bezatilgan oynalar umumiy manzaraga qo'shimcha taassurotlar qo'shadi. Bilbao shahridagi Guggenheym muzeyi juda katta maydonni egallaydi 24 ming kvadrat metr. Unda turli xil me'moriy shakllar yagona bir markaz atrofida to'plangan¹.

Muzeyning yaratilish tarixi juda qiziq. Muzey nomi mashxur ishbilarmon, "mis ko'mir qiroli" va oltin qazib oluvchi Sulaymon Robert Guggenheym bilan bog'liq. U 1937-yil 58 yoshida nafaqaga chiqadi va san'at asarlarini yig'a boshlaydi. Ammo Robert Guggenheym rasmlarni ham haykaltaroshlik ishlarini ham unchalik yaxshi tushunmasdi. Shuning uchun taniqli nemis baronessasi, rassom va san'atshunos Xill Ribey fon Enreynvaysenga yordam so'rab murojaat qildi. Natija esa hammaga ma'lum bo'lgan juda ajoyim kolleksiya yig'ilishiga olib keldi. U esa o'z navbatida Guggenheym muzeyi tashkil etilishi uchun asos bo'lib xizmat qildi. Muzey esa bugungi kunda eng ko'p turistlar tashrif buyuradigan muzeylar 10 taligiga kiritilgan.

Agar jahon tajribasiga qaraydigan bo'lsak turizmni rivojlanishiga muzeylarning o'rni beqiyos ekanligini ko'ramiz. Masalan, Fransiyaga tashrif buyurgan sayyohlarning deyarli ko'pchiligi Luvr muzeyini ko'rish uchun boradi. Yoki Rossiyaning Ermitaj muzeyini olaylik. Har yil mingdan ortiq kishi Ermitajni tomosha qiladi.

Shunday qilib, turizmni rivojlantirishda muzeylar va muzey binosining o'ziga xos shakli katta ahamiyat kasb qiladi degan xulosaga kelish mumkin. Muzeylarni qurishda ishlatiladigan me'moriy yechimlar tashrif buyuruvchilarni binoning yangiligi va dizayni bilan hayratga soladi. Muzeylarni yaratish bo'yicha innovatsion yechimlar va g'ayrioddiy loyihalar shaharning madaniy hayotini qayta tiklash uchun xizmat qiladi. Yangi muzeylarni qurish yoki mavjudlarini takomillashtirish kelgusida shaharning o'ziga xos belgisi bo'lishi mumkin.

REKLAMANING TURIZMDAGI ASOSIY XUSUSIYATLARI

Bozorova Sitora Kodirovna,

BuxDU Iqtisodiyot va Turizm fakulteti 2-bosqich magistranti

2018-yil 6-fevralda "Kirish turizmini rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida" PQ – 3509 – sonli Prezident qarori qabul qilingan bo'lib, uning 9 – bandida turistlar uchun yo'nalishni mo'ljalga olishni yengillashtirish maqsadida chet tillaridagi (ingliz, rus va boshqa tillarda) ko'rsatkichlarni o'rnatish tashabbusi bilan chiqqan xo'jalik yurituvchi

¹ BOCARD-3D-Проектирование без границ. Музей Гуггенхайма в Бильбао. – [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.bocad.ru/program/sample.html>

sub'ektlarga ushbu ko'rsatkichlarda ular tomonidan ishlab chiqariladigan mahsulotlar (xizmatlar va ishlar)ning reklamasini joylashtirish huquqi beriladi, bunda reklama sohasiga oid qonunchilik talablariga rioya qilinishi ta'minlangan holda joylashtirilayotgan reklamani umumiy maydoni ko'rsatkich maydonining 40 foizidan ko'p bo'lmasligi lozimligi vazifasi yuklatilgan. Turizm sohasi nazariyotchilari oldida esa, turistik reklama kabi tayanch tushunchalarni ilmiy jihatdan o'rganish masalasi dolzarb bo'lib qolmoqda. [1]

Turizm shunday tushunchaki, uni reklamasiz tasavvur qilishning iloji yoq. Turizm sektori tabiiy resurslar, madaniyat, meros va boshqalarni targ'ib qilish uchun javobgardir, bu esa har bir tashrif buyuruvchiga ularning boradigan joyi bilan tanishishga yordam beradi. Turistik reklama turistga shaxsan tashrif buyurishdan oldin bu joy bilan tanishishga yordam beradi. Turizmدا reklama bu nafaqat turistlarni jalb qilish, balki aniq bir ijobiy turistik imidjni shakllantirish hisoblanadi.

Reklama – bu aloqa qilishning o'ziga xos usuli bo'lib, uning asosiy maqsadi har qanday mahsulot yoki xizmatga e'tiborni jalb qilishdir. Ishlab chiqaruvchi o'zi ishlab chiqarayotgan mahsulotini va umuman korxonaning muhim ma'lumotlarini badiiy shakllar, hissiy rang berish va boshqa reklama fokuslaridan foydalangan holda ta'kidlashi kerak. Noto'g'ri reklama turistik biznesda yo'qotishlarga olib kelishi mumkin. Ijobiy reklama muvaffaqiyatga kafolat bermaydi, lekin, albatta, uning imkoniyatlarini oshiradi. Turizm industriyasida reklama uchta asosiy rol ni o'ynaydi:

- sayyohlarni belgilangan joyga tashrif buyurishlari va turistlar bu joy haqida bilishlari kerak bo'lgan barcha narsalar haqida xabardor qilish.
- sayyohlarni belgilangan joyga borishga ishontirish.
- sayyohlarga ularning boradigan joyi va barcha buyurtmalarni qaerga qo'yish kerakligini eslatish. [2]

Turizmدا reklama - bu turistik mahsulot va iste'molchi o'rtasidagi bilvosita bog'liqlik shakli. Bu turistik korxonada reklamasi potensial mijozlar tanlovini aynan shu korxonada va uning mahsulotida qoldirishi hamda mijozning tanlovi to'g'ri ekanligiga ishontirishi kerak.

Reklama sotishni ko'paytirishga imkon beradi. Turistik xizmatlarning keng miqyosli marketingi sayyohlik kompaniyalariga daromadlarning o'sishini ta'minlaydi. Ammo buning uchun reklama iloji boricha majoziy va yorqin bo'lishi kerak hamda hech qanday holatda tajovuzkor va agressiv bo'lmasligi lozim. [3]

Turizmدا reklamani asosiy xususiyatlari quyidagilar:

Ma'lumot. Turizmдаги reklama kompaniyalarining asosiy vazifasi mijozlarga taklif etilayotgan sayohatlar to'g'risida aniq, asosiysi haqiqat bo'lgan ma'lumotlarni yetkazib berish hisoblanadi.

Vizual qurollar. Turizm sohasida bu mijozlarni taklif etilayotgan xizmatlarga jalb qilishning eng yaxshi usullaridan biridir. Vizual tasvirlar odamga katta ta'sir ko'rsatadi, shuning uchun reklama potensial xaridorlarni ishontirish uchun ko'pincha yorqin tasvirlardan foydalanadi. Turistik xizmatlarni reklama qilishdagi bu yo'l rad qilmasdan ishlaydi.

Iqtisodiy omil. Aksariyat mijozlar uchun iqtisodiy omil juda muhimdir. Shuning uchun iqtisodiy foydalarni reklamada ko'rsatib o'tish kerak. Chegirmalar, sovg'alar, aksiyalar haqidagi xabarlar diqqatni tortadi. Narx-sifatning maqbul nisbati nafaqat turizmда, balki barcha sohalarda potensial mijozlarni jalb qiladi.

Ma'lumotlarning aniqligi. Afsuski, biznesning asosiy qoidasi "siz bajara olmaydigan narsaga va'da bermang", endi ko'plab sayyohlik kompaniyalari tomonidan

buzilmoqda. Albatta, siz va'dalar va haqiqatning kuchli bezaklari bilan mijozlarni jalb qilishingiz mumkin. Xo'sh, shundan keyingina kompaniya mijozlarning bajarilmagan va'dalari va xizmatdan noroziligi haqidagi shikoyatlarga duch kelishi mumkin.

Umuman olganda, turistik reklama quyidagilar bilan tavsiflanadi:

- reklama uchun vazifalarni aniq va oqilona shakllantirish;
- maqsadli auditoriyani aniq tanlash;
- turistlar uchun eng kam xarajat bilan eng katta samaraga erishish;
- mahsulotning to'liqligi, uning turistik ehtiyojlarni to'liq qondirish qobiliyati;
- potentsial mijozlarni o'z tanlovlarining to'g'riligiga ishonitirish;
- tomoshabinlar uchun qiziqarli va g'ayrioddiy reklama yaratish;
- o'chmas tasvirlarni yaratish;
- reklama bilan chiqish vaqtini aniq tanlash;
- barqaror yondashuv;
- yaratilish qulayligidan taassurot [4]

Reklama turistik mahsulotni ilgari surishda ishlatiladigan turlarning xilma-xilligi bilan ajralib turadi. Ular bir qator belgilarga ko'ra tasniflanishi mumkin.

Reklamaning ob'ektiga qarab uchta asosiy turi mavjud:

Tovar, Nufuzli, Turistik destinatsiya reklamasi

Tovar reklamasi turistik mahsulotga talabni shakllantirish va rag'batlantirishga qaratilgan.

Nufuzli reklama (reklama imiji) jamoatchilik orasida, ayniqsa faol va potentsial iste'molchilar o'rtasida barcha turistik mahsulotlarga ishonchni uyg'otadigan sayyohlik kompaniyasining jozibali imidjini yaratishga qaratilgan.

Amalda nufuzli va tovar reklamasi juda kam uchraydi. Qoida tariqasida, ular birgalikda amalga oshiriladi, faqat bitta holatda ta'kidlanganda turizm kompaniyasining nufuziga, ikkinchi holatda esa u taklif etayotgan turizm mahsulotlariga qaratiladi.

Turistik destinatsiya reklamasi - turistik oqimlarni jalb qilish uchun butun mamlakat yoki uning alohida mintaqasining jozibali qiyofasini yaratish uchun mo'ljallangan. Turizmni tashkil etishning xalqaro amaliyoti shuni ko'rsatadiki, mintaqa sayyohlik ob'ekti sifatida qanchalik yaxshi tanilgan bo'lsa, ushbu mintaqadagi turistik korxonalar tomonidan taklif etilayotgan turistik mahsulotlarning ayrim turlarini ilgari surish oson va arzon bo'ladi. Turistik yo'nalishlarni reklama qilish asosan byudjet mablag'lari va tashqi bozorda milliy turistik tashkilotlar (uyushmalar) va ularning xorijiy vakolatxonalari tomonidan amalga oshiriladi. [2]

Xulosa qilib aytganda, Reklama sayyohlik biznesida juda muhim jihatdir, chunki u jahon bozorida uning asosiy dvigatelidir. Barkamol, rang-barang va eng muhimi, halol kompozitsion reklama ko'plab sayyohlarni o'ziga jalb qiladi va bu o'z navbatida global iqtisodiyotning umumiy holatiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Hozirgi kunda rivojlanayotgan mamlakatlarda turizmning rivojlanishi eng muhim maqsadlardan biri bo'lib kelmoqda. Buning zahirida ko'pgina xalqaro aloqalarning yanada yaxshilanishi, ish o'rinlarining ko'payishi, milliylikning saqlanib qolishi, mamlakatning dunyoga yanada tanilishi nazarda tutiladi. Bunga imkon yaratadigan narsa esa, mening fikrimcha reklamadir. Har bir yangi Tovar yoki mahsulotni iste'molchiga tanitadigan yo'l reklama orqali amalga oshiriladi. Shu qatorda turizm ham bundan mustasno emas. Turizmni yanada rivojlanishida reklamaning ahamiyati katta hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. 2018-yil 6-fevralda "Kirish turizmni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida" PQ – 3509 – sonli Prezident qarori.
2. Дурович А.П. Реклама в туризме – М.: Минск, 2008

O'ZBEKISTONDA TURIZMNI RIVOJLANISHIDA GIDLARNING AHAMIYATI

Ro'ziyev Sobir Samatovich

BuxDU iqtisodiyot va turizm fakultet dotsenti, iqtisod fanlari nomzodi

Axmatova Mohigul Ergash qizi

BuxDU iqtisodiyot va turizm fakulteti magistranti

Turizmni rivojlantirish nafaqat iqtisodiy, balki muhim ijtimoiy, siyosiy, madaniy va ma'rifiy ahamiyatga ega. Turizm orqali biz dunyoni taniymiz va bizni ham dunyo tanishiga erishamiz. Shu tufayli ushbu sohaning rivojlanishiga ko'plab imkoniyatlar mavjud. Mamlakatimizda turizmni rivojlantirish bo'yicha davlat siyosati ham shakllantirildi va u qonuniy jihatdan kuchga kirdi.

O'zbekistonning xalqaro iqtisodiy maydondagi nufuzi va mavqei sezilarli darajada va muntazam oshib bormoqda. Bunda mamlakatimizning birinchi raxbari Islom Karimov tomonidan ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish strategiyasining puxra ishlab chiqarilganligi, iqtisodiy islohotlar maqsadi va vazifalarini amalga oshirish yo'llarining aniq va to'g'ri ko'rsatib berilganligi, bosh maqsad yo'lidagi yutuq va marralarning salmoqli bo'lishiga imkon yaratdi. Mamlakatimizga uzoq va yaqin xorijiy davlatlar fuqarolari tashrif buyurishi uchun yurtimiz jozibador maskanlardan biriga aylandi. Turizm sohasiga qaratilayotgan e'tibor tufayli 2017 yilda mamlakatga tashrif buyurgan turistlar soni 2,69 million kishini tashkil etdi. 2018 yil yakunlari bo'yicha mamlakatimizda 5,3 million turist mehmon bo'ldi. Shuni e'tiborga olgan holda turizm rivojlanishining zamonaviy bosqichi ushbu sohaga kompleks yondashuvni, istiqboldagi strategik maqsad va vazifalarni belgilab olish zaruratini vujudga keltirmoqda.

Toshkent, Samarqand, Buxoro va Xiva tarixiy va arxiologik yodgorliklari bilan dunyoga mashhur bo'lsa, Jizzax, Sirdaryo, Qashqadaryo, vohasi va Farg'ona vodiysida turizmning boshqa bir qancha turlarini jadallik bilan rivojlanayotganini ko'rishimiz mumkin. Shuningdek respublikamizning barcha hududlarida joylashtirish, ovqatlanish, tashish kabi xizmatlar a'lo darajada tashkil etilmoqda. Turistik firmalar ham reklama va boshqa tashkiliy ishlarni belgilangan me'yorlar asosida tashkil etib kelmoqdalar. Shunday ekan barcha xizmatlarni, mavjud turizm turlarini tashrif buyuruvchilarga yetarli darajada yetkazish uchun kadrlar muhim ahamiyatga egadir. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi "O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-5611-son farmoniga muvofiq hamda turizm sohasidagi kadrlarni tayyorlash va malakasini oshirish tizimini takomillashtirish maqsadida bir qancha vazifalar belgilab berildi. Mazkur hujjat bilan turizm sohasidagi me'yoriy-huquqiy talablarni takomillashtirib borish, yurtimizning turizm salohiyatini ichki va tashqi bozorda targ'ib qilish hamda sohada kadrlarni tayyorlash va qayta tayyorlash, malakasini oshirish kabi bir qator vazifalar belgilandi. Bu kabi strategik vazifalar bosqichma-bosqich, har yillik chora-tadbirlar rejasi asosida amalga oshirib boriladi.

Yurtimizda tashqi va ichki turizmni rivojlanishi, xorijiy va mahalliy sayyohlar soni ortib borishiga olib keladi. Bu o'z navbatida, tajribali gidlarga bo'lgan ehtiyojning ortishiga oib keladi. Turizmni rivojlantirish qo'mitasi huzuridagi "Turizm o'quv-

konsalting markazi” davlat unitar korxonasi 2018 yilda 291 nafar yosh mutaxassis uchun gidlik faoliyati bo'yicha o'quv-kursi tashkil etdi. Bugungi kunda 650 dan ortiq gid tegishli sertifikat bilan faoliyat yuritmoqda. Mamlakatimizda gidlarni tayyorlash bo'yicha Toshkent, Samarqand, Buxoro va Urganch shaharlarida milliy maktablar faoliyat olib bormoqda.

Xorijiy davlatlardan tashrif buyuruvchi sayyohlar yuqori malakali gidlar, ekskursovodlar xizmatidan foydalanishadi. Ammo mehmonlarning barchasi ham yetarli darajada ularni qiziqtirgan ma'lumotlarga ega bo'lmayotganligini ko'rishimiz mumkin. Bunday holatlar turistning yana shu mamlakatga tashrif buyurish ehtimolini pasayishiga olib keladi. Bu kamchiliklarni oldini olish maqsadida quyidagilarni amalga oshirish kerak bo'ladi:

- bir biriga yaqin bo'lgan turizm turlari bo'yicha gidlarni tayyorlash;
- har yili gidlar malakasini oshirib borish;
- oliy talim muassasalarida gid bo'lishni xohlovchi talabalar guruhini tuzib ularga chuqurlashtirilgan darslar tashlik qilish.

Bularning barchasi mamlakatimizda turizmni yanada rivojlanishi uchun katta hissa qo'shadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. «Ипак ва зираворлар» фестивали даврида 2018 йил 26 май куни Бухоро шаҳрида «Бухоро вилоятининг туристик ва инвестицион салоҳияти» мавзусида ўтказилган халқаро илмий-амалий конференция тезислар тўплами 380 бет.
2. А.Т.Жо'раев, М.Е.Ахматова. О'zbekistonda tarixiy va madaniy turizmning rivojlanishi. Buxoro davlat universiteti Ilmiy axboroti 2014/4(56) -148 b.
3. www.world-tourism.org
4. <http://uza.uz/>
5. <https://finance.uz/>

ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА БОШҚАРУВ ҚАРОРЛАРИНИНГ ЎРНИ ВА АҲАМИЯТИ

Сайёра Хатамовна Рустамова- Тош ДАУ Андижон филиали “Агробизнес ва инвестицион фаолият” кафедраси

Ўзбекистон Республикаси жуда қадим тарихга бой, ўзининг жаҳон тан олган буюк аجدодларига эга юрт ҳисобланади. Ривожланган мамлакатлар тажрибасидан маълумки, туризм давлат иқтисодиётига улкан иқтисодий фойда қўшади. Мамлакатимизнинг биринчи Президенти И.А.Каримов томонидан истиқлол йилларида юртимизнинг қадимий қадамжолар обод қилинди.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев 2017 йилнинг 22 декабрь куни Олий Мажлис Сенати ва Қонунчилик палатаси аъзоларига Мурожаатномасида Ўзбекистоннинг Туркия, Хитой ва Жунубий Кореядаги элчилари билан видеомулоқотда бўлиб, Ўзбекистоннинг хорижий мамлакатлардаги элчилари фаолиятини қайта кўриб чиқаётганини, ҳар бир элчи ҳар ҳафта Ўзбекистонга энг камида 10 та сайёҳ жўнатиши, инвестиция киритиш билан шуғулланиши кераклигини алоҳида таъкидлади. Шу ўринда инвестиция тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг «Инвестиция фаолияти тўғрисида»ги Қонуни (24.12.1998 й қабул қилинган) да ““Инвестиция – қонун ҳужжатларида

таъқиқланмаган тадбиркорлик фаолияти ва бошқа фаолият объектларига киритилган моддий ва номоддий неъматлар ҳамда уларга доир ҳуқуқлар, шу жумладан, интеллектуал мулкка бўлган ҳуқуқлар, шунингдек реинвестициялар” деб кўрсатиб ўтилган. Демак юртимизга кириб келаётган туристлар ўз навбатида уларга кўрсатилаётган хизматларга бевосита моддий хиссасини қўшади.¹

Бошқарув қарори - кенг маънода жамиятдаги моддий ва маънавий эҳтиёжларнинг реал қондирилиш имкониятлари билан бир нуқтада кесишуви халқ хўжалигидаги бир нуқтада кесишуви. Халқ хўжалигидаги бу муаммонинг ечими мавжуд қонунлар, фармонларнинг бизга боғлиқ бўлмаган қонуниятларнинг бизга боғлиқ бўлмаган қонуниятларнинг бир-бирига мувофиқ келишидир. Бошқарув қарори - шунингдек корхона олдида турган мақсадлар ва миссиясини амалга ошириш демакдир. Айнан шу жараёнда юзлаб, минглаб инсонлар ўз эҳтиёжларини қондиради, мавқега эга бўлади, хар томонлама ўсади ва умуман жамият ўсади.

Бошқарув фаолиятининг самарадорлиги кўпинча қабул қилинаётган қарорларга боғлиқ корхонадаги бутун савол ва муаммолар занжири уларнинг аниқ ечими ва бошқарувчига юкланган, ишлаб чиқариш, техник, ижтимоий, иқтисодий, маркетинг ва ҳуқуқий вазифалар қарорларни тўғри қабул қилиш ва ўз вақтида бажарилишига боғлиқ. Ечилаётган муаммоларнинг ҳаммаси хар-қандай бошқарувчи томонидан ҳисобга олинади ва бу нарса унинг бошқарув услубида ҳамда бутун бошқарув жараёнида акс этади.

Иқтисодиётни бошқаришдаги ечимларнинг моҳияти купгина объектив омилларга боғлиқ. Улардан энг асосийси - ишлаб чиқариш воситаларига турли мулкчилик; ишлаб чиқариш ва меҳнатни чуқур тақсимланиши ва ихтисослашувига; меҳнат ва материал техник ресурсларни бошқариш; соҳалараро, ишлаб чиқаришлараро алоқаларни кенгайтириш; Қўшма корхона тузиш; маркетингни амалда қўллаш; корхона ва соҳаларни ташқи иқтисодий алоқаларга чиқиш, бошқарув қарорларини қабул қилишдаги таваккалчиликлар.

Қарорларни ишлаб чиқариш ва амалда қўллаш раҳбарнинг кейинги фаолиятидаги силжишларига боғлиқ. Битта муаммо бўйича бир неча қарорлар ишлаб чиқилади ва улардан биттаси амалда қўлланилади. Бу қарорлар таснифи муҳим назарий ва ҳаётий аҳамиятга эга.

Ўзбекистон бағрикенг кўпмиллатли халқ. Табобат соҳасининг ривожланиши даволаниш, санатория учун туризм, агротуризм, ташқи туризм, рекреация туризми ва бошқаларни ривожлантириш орқали мамлакат иқтисодиётини улкан чўққиларга кўтариш назарда тутилган. 180 млн Ҳиндистоннинг ислом динига мансуб шахслари зиёрат туризмига қизиқиш уйғотди. Япония, Сингапур, Исроил, Жанубий Корея, туркия каби мамлакатларига 30 кунгача вақтга визасиз келиш тартиби белгиланганидан сўнг биргина Исроил давлатининг ўзида 2 кун ичида барча чипталар сотиб бўлинган. 2017 йилда юртимизга 2 700 000 турист юртимизга ташриф буюрган бўлса, шулардан 2 млн 200 минги қариндошларини кўриш учун 500 минги даволаниш учун келишганининг ўзи туристлар оқимининг ошаётганини кўришимиз мумкин. 2018 йил 1 июлдан бошлаб электрон визалар тартиби жорий этилиши кўзда тутилган.²

Умуман туризмни ривожлантириш орқали қатор хизмат кўрсатиш объектлари жадал ривожланади:

¹ С.Х.Рустамова “Туризмни ривожлантириш –инвестицияларни жалб этишнинг ўзига хос йўли” “Агро илм” 2018 йил 3-сон (53)

² “Давр” инфармацион ахборот дастури. 2018 йил 22.02 сони

1. Мехмонхоналар сони ва унинг сифат даражаси яхшиланади, туристлар оқимининг кўпайиши нарх омилига ҳам таъсир этади, иқтисодий барқарорликка эришиш учун туртки бўлади;

2. Йўл қурилишига катта ахамият берилади, шаҳарсозлик архитектура ривожланади ва бу ўз навбатида қурилиш материали ишлаб чиқарувчиларига талабнинг ошишига олиб келади;

3. Транспорт тизими, хусусан аэропортларда такси хизматларини ва интернет хизматларини яхшилаш кўзда тутилади, юқоридаги қарор ижроси бўйича реклама шитлари кўпаяди, оқибатда келаётган туристлар хоҳ чет эллик хоҳ ички туристларимиз манзил топишдаги ёки қатор ўзига зарур маълумотларни топишда қийинчиликларга дуч келмайди.

4. Умумий овқатланиш тизими ривожланиши билан бир қаторда уларда хизмат даражаси анча юқorigа чиқади, кадрлар малакасини оширишга талаб ортиши билан таълим соҳасида бу соҳага талаб ортади.

5. Касаначиликни ривожлантириш учун янада кенг асос мавжуд бўлади, қўл меҳнати орқали ясалган сувинер маҳсулотларига бўлган талаб ошади. Ушбу соҳа вакилларига берилган қатор имкониятлардан фойдаланиш кўзда тутилади. Яратаётган ҳар бир сувинер маҳсулотларида албатта ватанпарварлик руҳи уфириб туриши зарур. Зеро турист ушбу маҳсулотни кўрганида яна юртимизга ташриф буюргиси келсин.

6. Туризм соҳасида иштирок этувчи кадрлар малакаси ҳам юқори даражага кўтарилади. Божхона вакилларида сифатли хизмат кўратилиши назарда тутилади. Юқори савияга эга бўлишлари талаб қилинади. Аксарият ҳолларда “Ватан-остонадан бошланади” ибораси чегара хизматчиларининг маъсулиятига боғлиқ бўлади.

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

Рузиев С.С. БухДУ.

Заведующий кафедры Туризма и гостиничного хозяйства

В настоящее время уровень развития туризма в Узбекистане в настоящее время не соответствует богатому культурно-историческому наследию, являющимся достоянием мировой цивилизации. Эффективное использования имеющего потенциала по перспективному развитию туризма может стать локомотивом для расширения сферы услуг и создания новых рабочих мест, обслуживание одного туриста создает рабочие места для 4–7 обслуживающего персонала принимающей стороны. Объективно оценивая ситуацию, следует отметить, что наше государство уделяет значительное внимание развитию туризма. За годы суверенного развития в Узбекистане создана правовая база и инфраструктура туризма. {1} В тоже время доходы от мирового туризма увеличились на 4,5 % и это является хорошей предпосылкой для того, чтобы подготовить туристическую отрасль нашей страны для более интенсивного развития. Туризм является одной из интенсивно развивающихся и приносящих высокий доход отраслей в мире, который способствует укреплению международных социально-экономических, культурно-духовных связей. В последние годы туризм превращается в крупную экспортную промышленность мировой экономики, доля от мирового ВВП которой составляет в среднем 11 %. За последние 40 лет число туристов, выехавших в другие государства, возросло почти

в 20 раз, а доход от туризма — в 60 раз, поступления от международного туризма составляют более 400 млрд. долларов. Индустрия туризма обеспечивает работой 255 млн. человек, что составляет 9,1 % от населения в мире. Международный туризм способствует диверсификации экономики, создавая отрасли, обслуживающие сферу туризма. {2}

В Узбекистане исторические города Самарканд, Бухара, Хива, Термез были признаны очагами древней цивилизации, которые внесли достойный вклад в развитие мировой культуры, науки и политики, являются местом притяжения туристов. Была заложена правовая база для развития туризма и создана туристическая инфраструктур. Все это дает основания считать, что в Узбекистане есть хороший потенциал для дальнейшего развития туризма. Однако, изучение и анализ этого вопроса подняло широкий пласт проблем связанным с развитием туризма. Дело в том, что современная туристическая индустрия — многогранная деятельность, объединяющая в себе историко-образовательную, культурную, бизнес-сферы, сервис, поэтому уровень туризма и его доходность зависит от нескольких факторов в совокупности.

Туризм как отрасль глобальной экономики и его развитие, подъема и падения корректируют и интенсивностью глобализационных процессов играет большой роль в развитии экономики. Значит необходимо акцентировать внимание на международную составляющую этого вопроса. Опыт управления туризмом в развитых странах мира (США, Франция, Великобритания, Австрия, Испания) свидетельствует о высокой эффективности развития туристской отрасли при четком определении функций органов государственного управления этой сферой. {2} Следует отметить, что требует серьезного совершенствования институциональная структура управления туризма в Узбекистане.

Пока не определена четкая государственная политика и перспективная стратегия государства в сфере туризма ее основные приоритетные направления, отсутствует межотраслевая и межрегиональная координация туристской деятельности; привлечение иностранных кредитов и инвестиций в сферу развития туризма ведется весьма пассивно, нет постоянного мониторинга двухсторонних соглашений и договоров; не ведется системная работа по подготовке, переподготовке и повышению квалификации кадров для сферы туризма. Отсутствуют серьезные разработки по развитию отраслевой туристской науки в Узбекистане. Главное, нет должной координации для обеспечения комфортного пребывания иностранных туристов в Узбекистане между Национальной компанией «Узбектуризм», Министерствами иностранных дел, культуры и спорта, внутренних дел, Таможенным комитетом, национальными компаниями «Узбекистон хаво йуллари», «Узбекистон темир йуллари», и другими структурами. Обобщая изложенное, объективно оценивая ситуацию, следует отметить, что туризм в Узбекистане претерпевает качественные изменения и имеет большие перспективы для развития об этом свидетельствует международные туристические выставки и конференции. Для дальнейшего развития туризма, на наш взгляд, целесообразно выполнит следующие рекомендации: Следует, в первую очередь, разработать и подготовить пакет предложений по совершенствованию законодательства по развитию туризма в Узбекистане. Причем концепция нового законопроекта должна основываться на формировании «туристического продукта», который является центральным и определяющим понятием туристической инфраструктуры, включая

формирование пакета туристических услуг не только основными, но и дополнительными и сопутствующими туристическими услугами.

Пришло время совершенствовать институциональный механизм государственных органов, уполномоченных регулировать отношения в сфере туризма, главной функцией которых должен стать определение государственной стратегии в области туризма в виде Национальной программы дальнейшего развития туризма, проведение государственной политики в области туризма и контроль всех структур за качественным предоставлением услуг в сфере туризма. Рассмотреть вопрос продажи в частный сектор гостинично-хозяйственный комплекс «Узбектуризма». Необходимо акцентировать внимание на международную составляющую туризма разработать комплекс мер по соответствию туристической инфраструктуры всем международным требованиям в области туризма. Активизировать сотрудничество со Всемирной туристической организацией, в том числе и в рамках программы «Технического сотрудничества».

Отразить правила, принятые ЮНВТО в национальном законодательстве Узбекистана. Для этого следует совместно с Агентством по стандартизации, метрологии и сертификации разработать новые национальные стандарты для туристического сервиса с учетом международного опыта по туризму международной организации по стандартизации ИСО. Провести инвентаризацию объектов туристической инфраструктуры и разработать деление на категории по уровню сервиса в соответствии с международными стандартами Улучшить координацию для обеспечения комфортного пребывания иностранных туристов в Узбекистане между Национальной компанией «Узбектуризм», Министерствами иностранных дел, культуры и спорта, внутренних дел, Таможенным комитетом, национальными компаниями «Узбекистон хаво йуллари», «Узбекистон темир йуллари» и другими структурами задействованных в предоставлении услуг туристам. Усилить популяризацию туризма, особенно, через всемирную сеть Интернет, поддерживая широкое распространение бренда «Великий шелковый путь», разработать новые туристические бренды Узбекистана.

Литература:

- 1.Постановления Президента Республики Узбекистан от 13.08.2019г. № УП-5781 «О мерах по дальнейшему развитию сферы туризма в Республике Узбекистан. Ташкент.2019 год.
- 2.Статистический сборник об основных итогах экономического и социального развития Республики Узбекистан за 2017-2018 гг.

ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

Исомов Б.С.

**Преподаватель БухГУ кафедры
«Туризм и гостиничное хозяйство»**

В настоящее время у Узбекистана есть все необходимые условия по формированию туризма, которая является основным источником развития данной сферы. В начале 90- годов, были проведены реформы для формирования и развития туристической инфраструктуры и сегодня дают положительные результаты. Обычно инфраструктура туризма формирует легкий доступ туристов к туристическим ресурсам, системам зданий, инженерным и сетям связи, в том

числе дорог, различным компаниям и другим системам которые обеспечивают деятельность в сфере обслуживания. К примеру, к ним относятся системы регулирующих движение автомобильных, железнодорожных, воздушных, морских и речных путей, а также, тепло, электрические и телефонные связи.

В нашей стране туристическая инфраструктура была основано еще при Советском Союзе. В 1985–1989 годах внутренний и региональный туризм Узбекистана был в объеме 1,4–1,5 млн. человек, как число иностранных туристов достигала всего 130–180 тысяч человек. В 1992 году в индустрии туризма страны были всего 27 видов услуг для иностранных туристов, а к 2008 году более 50. Развитие инфраструктуры туризма в Республике Узбекистан можно разделить на пять этапов. Первый этап (1992 год), который характеризуется формированием туризма в Узбекистане.

На данном этапе, была основана национальная компания «Узбектуризм», которая является регулятором туристической отрасли. Второй этап (1993–1995 годы). Была разработана национальная модель развития туризма. Конечно имели место проблемы по разработке новых туристических направлений, услуг, материально-технической базы, управления, организационные системы и другие. Национальная компания «Узбектуризм» открыла свои офисы в Москве (Россия), в Франкфурт-на-Майне (Германии), в Лондоне (Англии), в городе Шарджа (Объединенные Арабские Эмираты) и в Нью-Йорке (США). Следующий, третий этап (1995–1997 годы). Начался процесс приватизации в области туристических услуг. К началу 1996 года, было приватизировано 90 % туристических объектов государственных предприятий. Четвертый этап (1998 год). На данном этапе, была создана возможность развитию экспортного потенциала, постоянного притока валюты, туристов и инвестиций. Чтобы национальный туризм отвечал международным стандартам, развивалась инфраструктуры обслуживания косвенно связанная с туризма, в частности, границы, таможни и службы аэропорта. Пятый этап (период после 1999 года). На данном этапе, был подписан Указ президента Республики Узбекистан «Государственная концепция о развитии туризма», которая стало основой для развития национального туризма. На основе этого нормативного документа субъекты сферы туризма получили дополнительные льготы. Кроме этого, в иностранных дипломатических представительствах Узбекистана был введен штат консультанта по туризму.

Ныне в Узбекистане существует огромный потенциал в целях развития культурного и исторического туризма, который будет способствовать развитию международных отношений. Сегодня чтобы развить туристическую инфраструктуру, отвечающую международным стандартам, ведутся работы и выделяются инвестиции. В инфраструктуре туризма существуют экономические или политические системные компоненты, которые имеют вспомогательный и подчиненный характер, обеспечивающий бесперебойную работу сервиса. Кроме того, наша страна обладает древней историей и культурой. Археологами были обнаружены канализационные сети, которым три тысячи. Есть достаточно доказательств, что были специальные сооружения для хранения питьевой воды, к которым вода приходила по специальным керамическим трубам и сточные воды то же выходила по специальным трубам. Восстановление такого исторического, традиционного наследия и приведение их в современное состояние, является целью сегодняшнего времени. Культурный туризм как деятельность туристов заинтересованных в культуре, истории, этнографии, археологии, фольклора, образе

жизни других народов. В культурном туризме в целях получения более глубоких представлений о культуре людей уделять больше внимание на местный театр, национальное искусство и народное художественное ремесло. В некоторых случаях туристы посещают дома местного населения или живут в домах, чтобы лучше узнать культуру.

Главные факторы достаточности видов инфраструктуры можно группировать следующим образом:

- региональный ручной труд и необходимый инструмент;
- комплексы отдыха (гостиница, мотель, кемпинг);
- вода, в основном, питьевое водоснабжение;
- канализация и телекоммуникации;
- предоставление достаточного количества продуктов питания;
- система здравоохранения;
- безопасный транспорт с точки зрения предоставления необходимых ресурсов;
- надежный железнодорожный транспорт; разработка программ по защите исторических памятников и традиций;
- охрана окружающей среды;
- культурные программы и места для чтения, библиотеки, музеи, театры, строительство частных и государственных культурных центров;
- защита пешеходов от шума, пыли, тумана, развитие зеленых зон и построение парков;
- разработка и приведение в порядок дорожек для пешеходов и велосипедистов, зданий, мест и зон отдыха, регулирование вывоза мусора; подготовка профессиональных кадров в сфере туризма, создание условий возможности обучения и саморазвития;
- меры по предотвращению стихийных бедствий и развитие противопожарных служб.

Развитие индустрии туризма во многом зависит от туристической инфраструктуры. начинала развитие в конце девятнадцатого века. Известно что, инфраструктура туризма в настоящее время стала третьим по прибыльности отраслью в мире. Сегодня, индустрия туризма является динамично развивающейся международной торговой услугой. По данным UNWTO, с января по март на 8% выросло число международных туристических прибытий в страны Ближнего Востока, на 6% — в Азиатско-Тихоокеанской регион, где число поездок в Северо-Восточную Азию выросло на 9%. «В Европе число прибытий выросло на 4%, наиболее востребованными для поездок была Южная, Восточная Европа и Средиземноморье – 5%».

В Африке также выросло число прибытий на 4% за счет туристических поездок в североафриканские страны (плюс 11%). Число международных прибытий в Северную и Южную Америку выросло на 3%, постепенно восстанавливается турпоток в страны Карибского бассейна (плюс 17%) после спада в прошлом году из-за ураганов Ирма и Мария, которые настигли регион в конце 2017 года. Если нынешние темпы роста туризма сохранятся, количество международных туристов в 2020 году 1,4 млрд. человек и в 2021 году составит 1,6 млрд. человек. {1}

В Узбекистане тоже наблюдается рост туристических услуг. Так, по итогам 2018 года ожидается прибытие туристов на уровне 4,8 млн человек, превышающий

показатели 2017 года практически в 2 раза. Принимаемые меры по поддержке и защите частного сектора способствовали увеличению количества туристских организаций с 332 в 2015 году до 843 по итогам 9 месяцев 2018 года, а гостиничных хозяйств – с 500 до 869 единиц. В тоже время, за период 2015-2017 годы экспорт туристских услуг вырос на 33 % составил 546,9 млн долл. США в 2017 году, а за 9 месяцев 2018 года – 773,4 млн долларов США превысив показатели всего 2017 года на 41%. Среднегодовой темп роста иностранных посетителей до 2016 года за последние пять лет составил 8 %, а в 2017 году рост составил 32,7 % и превысил 2,69 млн. человек. {2} Современная динамика роста туристической отрасли подтверждает необходимость модернизации системы подготовки кадров для нее с учетом существующих реалий и перспектив. На сегодняшний день в стране действуют пять высших учебных заведений, выпускающих специалистов в данной сфере: Самаркандский институт экономики и сервиса, Ташкентский государственный экономический университет, Бухарский и Ургенчский государственные университеты, а также Сингапурский институт развития менеджмента в Ташкенте. Ежегодно более 500 студентов, окончивших вузы по данной специальности, получают дипломы бакалавров, а свыше 40 – магистров.

Помимо этого, в целях формирования и поддержания имиджа страны на мировом рынке регулярно проводятся в республике крупные мероприятия. Одним из важнейших ежегодных событий является Ташкентская международная туристическая ярмарка «Туризм на Шелковом пути». Сегодня это – крупнейший в Центральной Азии форум, где встречаются профессионалы индустрии, ведутся переговоры в различных форматах, в том числе business-to-business, реализуется программа Hosted Buyers для покупателей национального туристического продукта, проводятся конференции по актуальным вопросам развития туристической индустрии в Узбекистане и мире в целом. Ныне основу развития туризма составляют следующие факторы:

- экономический рост и социальные процессы;
- развитие транспортных средств;
- увеличение числа рабочих, служащих и повышение их материального и культурного уровня в развитых странах;
- увеличение эффективности рабочей силы и продление отпусков;
- развитие межгосударственных отношений и культурных связей, личностных отношения в региональном и межрегиональном уровнях;
- развитие сектора услуг;
- разработка технологии ;
- уменьшение и снижение препятствий пограничных барьеров, обменом валюты и устранения бюрократия.

Сегодня туризм развивается быстрыми темпами. В целях формирования дохода туристические организации проводят маркетинговые исследования, развивают гостиничные комплексы, транспортные услуги, службы питания, сеть розничных магазинов и множество других операций которые являются частью туристической инфраструктуры. А инфраструктура туризма играет важную роль в развитии сельского хозяйства и других отраслей экономики, которая является эффективной сферой, а также приносит выгоду. Совершенствуя материально - техническую базу, субъекты сферы туризма улучшают качество своих услуг, что способствует увеличению численности посетителей. Данное обстоятельство

способствует увеличению показателей эффективности и конкурентоспособности. Таким образом сфера туризма является фактором создания рабочих мест, служит посредником диалога между странами и регионами, в экологической и культурной сфере и является индустрией гостеприимства. Основной целью туризма является не разрушение, а сохранение природных ресурсов.

Литература:

- 1.Отчеты UNWTO Tourism Highlights за 1-квартал 2019 года
- 2.Постановление Президента Республика **страны** от 13 ноября 2018 г. «По развитию туризма в Республике Узбекистан в период до 2025 года»

ТУРИЗМНИНГ БАРҚАРОР ТАРАҚҚИЁТИНИ РЕЖАЛАШТИРИШ ЗАРУРЛИГИ

Арипова М.С.

БухДУ Туризм ва мехмонхона хужалиги кафедраси

Хайитов Ш. талаба

Бугунги кунда туризмни режалаштириш, унда маркетинга, ижтимоий ва атроф – мухитга кўрсатилиши мумкин бўлган салбий таъсирлардан чекиниш, уларнинг олдини олиш, ҳамда туризм режалаштирилмаган ҳолларда юз берадиган салбий омилларга қарши туриш долзарб аҳамият касб этади. Туризмни режалаштиришнинг мухим хусусиятларидан бири унинг муайян географик ҳудудга боғлиқлигидир. Бу ҳудудлар туристик фаолият учун қизиқиш уйғотиши ва туристик имкониятлар ҳамда ўзига хос хусусиятлар ва тафсияларга туристик ресурсларга бой бўлмоғи керак. Туризмни режалаштириш туризмга боғлиқ бўлмаган ўзга ҳудудлардан алоҳида ажралиб туриши ва муайян туристик режаларни амалга ошириш, уларни назорат қилиш, бу ишларнинг келажагини башорат қилиш ёки ўзгаришини кўра билиш каби аниқ сиёсатни олиб бориш имкониятларига эга бўлиши лозим. Туристик муҳитни режалаштиришнинг моҳияти туризмни ривожлантириш учун фойдаланишга яроқли бўлган ҳудудни ва шароитларни яратиш, ҳудудга хос туристик имкониятлар ва инфраструктурага таянишдан иборатдир. Туристик ҳудудлар қуйидаги турлардан иборат:

- Туристларни жалб қилувчи серкўёш ўлкалар ва пляжлар ташкил қилиш имкониятлари ва шароитларига бой “тропик” таъсирга эга бўлган ҳудудлар тури;
- Об – ҳавоси ёқимли, спорт машқлари ва ўйинлари ўтказиш имкониятларига эга табиат ва қўл меҳнати билан шуғулланишга бой қишлоқлар бўлган табиати кам ўзгарган ҳудудлар тури;
- Туристларни музейларга, театрларга олиб бориш, архитектура ансамбллари билан танишиш имкониятларини берувчи маданий ҳудудлар тури;
- Туристларга декоратив бадий санъат ва фольклор билан боғланиш имкониятларини туғдирувчи антропологик ҳудудлар тури;
- Париж, Лондон, Рим, Самарқанд, Бухоро, Хива каби кичик ва катта тарихий марказларга ва зиёратгоҳ масканларга эга бўлган шаҳарлар ҳудудлари тури;
- “Туристик ҳудудлар” тушунчаси туристик марказлашувда ўзининг ривожини топади. Туристик марказ бу – умумий инфраструктурага эга бўлган ва туристларга хизмат кўрсатиш билан боғлиқ ягона ҳудудда қулай жойлашган туристик объектлар мажмуасидан иборатдир.

Туристтик сохани самарали ривожлантиришнинг муҳим шартларидан бири бу ҳудудни келажакда доимий сақлаш ва ундан унумли фойдаланиш кафолатини яратишдир. Бугунги кундаги туризмнинг самарали ривожлантириш худди жамиятнинг истиқболини ривожлантириш каби Умумжаҳон табиатни сақлаш уюшмасининг концепциясида келтирилган устувор тараққиётни ғоясиз тасаввур қилиш қийин. Бу таклифни қуйидагича ифодалаш мумкин: мустаҳкам устувор тараққиёт бу шундай жараёнки, ундаги ривожланиш туристик муҳит ресурсларига ўзини салбий таъсирини кўрсатмайди ва уларни ишдан чиқармайди, провардида тараққиётга яхши имконият яратилади. Бу жараёнда ресурслар шундай бошқариладика, улар қандай тезликда фойдаланилаётган бўлса, ўшандай даражада янгиланиб борилади ёки секин янгиланадиган ресурсларни тезроқ янгиланиб туриладиган ресурсларга ўтказилади. Ресурсларга ана шундай ёндашилса улар бугунги авлод томонидан ҳам истиқболда ҳам унумли фойдаланилиши мумкин.

Бутунжаҳон туристик ташкилот мутахассисларининг меҳнатлари туфайли ушбу концепция туризм соҳасида ўз ривожини топди. Шу муносабат билан мустаҳкам тараққиётнинг қуйидаги учта асосий тамойили ҳам маълум эканлигини алоҳида қайд қилиш мумкин:

- Экологик устуворлик туризм тараққиётини бошланғич экологик жараёнлар, биологик хилма-хил ва биологик ресурсларни қўллаб – қувватлаш орқали таъминлайди.
- Ижтимоий – маданий устуворлик туризм тараққиётини маҳаллий аҳолининг ўзига хос маданий турмуш тарзи, маданияти ва ҳаётий қадриятлари билан боғлиқ ҳолда таъминлайди;
- Иқтисодий устуворлик туризмни иқтисодий жиҳатдан тежамли тарзда ва мавжуд туризм ресурсларидан фойдаланишда келажак авлодга ҳам имкониятлар яратиш услубида бошқаришни таъминлайди.

Туризмнинг барқарор тараққиёти унинг мустаҳкам режалаштирилиши ва бошқарилишини ҳисобга олиб, унда маданий ва табиий муҳитни ҳимоя қилиш, маҳаллий аҳолининг турмуш тарзини ва яшаш сифатини яхшилаш, туристлар учун ҳалқаро стандартларга жавоб берадиган имкониятлар яратилади. Бу масалаларнинг ҳам халқаро ҳам миллий, минтақавий ҳам маҳаллий бошқарув ва режалаштирув доираларида келишилган ҳолда ечилишни таъминлайди. Туризмнинг барқарор тараққиёти - бу туристлар ва туристик объектлар ҳамда хизмат кўрсатиш, туристик индустрия тарафдорларини атроф-муҳит ҳимояси ва юқори турмуш тарзига интилаётган маҳаллий аҳоли эҳтиёжлари билан муштарак тарзда олиб борилувчи технологик жараёндир. Режалаштириш субъектининг муҳим вазифаси бу жараёнда режалаштириш, тараққиёт ва бошқарув механизмларидан фойдаланган ҳолда ушбу ҳамкорлик ва муштаракликни таъминлашдан иборатдир.

Мазкур соҳанинг устувор тараққиётидан аниқ фойда олиш учун туристлар ва туризм индустрияси эҳтиёжларини ҳисобга олиш табиий ва маданий атроф – муҳитни сақлаш ва ҳимоялаш ҳамда маҳаллий аҳоли эҳтиёжларини қондириш зарурдир. Туризмнинг устувор тараққиёт концепцияси асосида муайян туристик объектнинг қабул қилишга чидамлилиқ салоҳияти тушунчаси ётади. Чидамлилиқ салоҳияти – у ёки бу муайян туристик объектнинг мавжуд маҳаллий ресурсларга ва маҳаллий аҳолининг ижтимоий–иқтисодий эҳтиёжлари ва турмуш тарзига салбий таъсир ва зарар кўрсатмаган ҳолда туристлар сонини кўтара оладиган юкмасидир. Туризмнинг устувор тараққиётига эришиш мақсадида ушбу элементларнинг эҳтиёж ва талабларини бир–бирига боғлаш, уларни

уйғунлаштириш талаб этиладики, бу пировард натижада маҳаллий аҳолини турмуш ва яшаш тарзини яхшилашга имкон яратади.

ФАКТОРЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСТИНИЦЫ

Давронов И.О.
Преподаватель БухГУ

В условиях развития рыночных отношений динамичное и устойчивое развитие индустрии гостеприимства, ее состояние и перспективы находятся под воздействием многих факторов. Котлер Ф. определяет фактор, как движущую силу процесса или явления, определяющего его характер или отдельные черты. {1}

По мимо внешних факторов Котлер Ф. выделяет достаточно большую группу внутриотраслевых факторов, к которым относятся:

- развитие сферы гостиничных услуг. В настоящее время гостиничный бизнес превратился в один из наиболее прибыльных сегментов туристского рынка;
- Гостиничные услуги все чаще предстают в виде комплексного гостиничного продукта, предоставляющего туристу максимальное количество удобств, помноженное на гостеприимство и радушие персонала;
- Автономное существование гостиничных предприятий уже давно сменилось процессом интеграции отелей с предприятиями связи, транспорта, туроператорами и турагентами, экскурсионными и анимационно-досуговыми организациями.

Многообразие факторов, влияющих на состояние и развитие индустрии гостеприимства, можно разбить на две группы – внешние (макросреда) и внутренние (микросреда) факторы. К внешним факторам относятся: природные, политико-правовые, безопасность путешествий, экономические и финансовые, культурные, инфраструктурно-коммуникационные, демографические, развитие торговли, новые и новейшие технологии.

Известно что, природные факторы – это ресурсы самой природы, оказывающие на гостиничный бизнес существенное влияние. Для индустрии гостеприимства на основное место выдвигаются вопросы экологии. В российском туризме существенно повысился спрос на экологически чистые направления. В следствии общественного влияния многие гостиницы значительно меняют характер своего развития. Гостиничные корпорации стремятся не строить многоэтажные гостиницы, тщательно разрабатывают схемы утилизации отходов жизнедеятельности {1}.

Ныне политико - правовые факторы воздействуют, если государство заинтересовано в развитии туристской отрасли. Это проявляется в общей концепции приоритетного развития индустрии гостеприимства, введении законодательных и нормативных актов, стимулирующих и регулирующих развитие гостиничного хозяйства, а также в финансово - экономических мерах по поддержанию и развитию инфраструктуры размещения, строительству гостиниц и развитию индустрии гостеприимства.

Фактор безопасности путешествий, по мере развития туризма, занимает все большее место. Для туристов развитых стран стало нормой ожидать от правительства стран, заинтересованных в приеме гостей, осуществления надлежащих мер по обеспечению безопасности жизни и здоровья туристов в

местах отдыха и средствах размещения. Путешественники выражают обеспокоенность по поводу санитарного состояния средств размещения в посещаемых странах.

На индустрию гостеприимства оказывают влияние как макроэкономические факторы, так и микроэкономические факторы. Макроэкономическая нестабильность, рост инфляции и безработицы значительно беспокоят общество, и это часто приводит к тому, что население предпочитает воздерживаться от туристских поездок. В странах, где доходы от туризма составляют значительную долю ВВП, инвестиции направляются на строительство новых гостиниц. Уровень цен на гостиничные услуги анализируется как один из важных факторов, определяющих выбор места отдыха.

Барышева А.Ф. считает, что культурный фактор, один из тех факторов, который приводит к генерированию массовых туристских потоков. Туристы посещают определенные места, обладающие мировой культурной ценностью. Туристов также интересует жизнь и быт других народов, поэтому для них представляет интерес выступление местного ансамбля, хора, элементы народного фольклора, быта, народных игр, забав, праздников, развлечений. В связи с этим предприятия размещения зачастую делают ставку на организацию анимационно-досуговых и экскурсионных программ, направленных на соприкосновение туристов с культурным наследием дестинации{2}. Сегодня предприятия размещения осознали выгоду от развития торговли туристскими товарами, и почти каждая уважающая себя гостиница предлагает услуги по приобретению туристских товаров и выполнению туристских работ, как в структуре комплексного гостиничного продукта, так и в качестве отдельных дополнительных услуг.

Для развития международного туризма, основное значение имеет сложившаяся в туристской дестинации система предприятия размещения. У туристов и постояльцев гостиницы не должно возникать коммуникационных барьеров при налаживании контактов с персоналом отелей и получении нужной для них информации {2}.

Фактор социально-демографического характера оказывает огромное влияние на развитие индустрии гостеприимства. В результате роста населения увеличивается туристский потенциал мира, в гостиничную деятельность втягиваются новые трудовые ресурсы. К демографическим факторам также относятся: повышение спроса на участие в специализированных поездках лиц одной профессии или общественной функции; неизменно растущий взаимный интерес народов в разных странах, имеющих единый или родственный язык.

В целях развития индустрии гостеприимства наибольшее значение играют возрастной, семейный и социальный состав населения. Различия в возрастном составе путешествующих привели к появлению специализированных средств размещения – для молодежи, лиц среднего и пожилого возраста. Социальный статус туристов приводит к появлению гостиниц различных ценовых категорий, ориентированных на людей разного достатка.

В настоящее время наблюдаются изменения в идеалах и типе семьи. Все большее число людей не стремятся иметь семьи. Возрастает средний возраст вступления в брак и количество неполных семей. Снижается продолжительность отпуска – он все чаще разбивается на 2 - 3 части. Родители чаще берут с собой детей во время отпуска и в служебные командировки. Это раскрывает новые возможности для гостиниц, в том числе по обслуживанию детей. В то же время

идет развитие индустрии отдыха и развлечений в выходные дни. Склонность к тратам характерна почти для всех без исключения туристов, имеющих желание увезти из региона или страны сувениры, национальные изделия, поделки, спортивный инвентарь, карты, одежду, печатную продукцию.

Литература:

1. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2005. – 1063 с.
2. Барышева, А.Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве: учеб. пособие. Москва. Финансы и статистика, 2007 – 160 с.

ОСОБЕННОСТИ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

Фармонов Э.А. Преподаватель БухГУ

В условиях развития рыночных отношений, благодаря возникновению и развитию информационных технологий и коммуникаций, крупнейшие гостиничные предприятия стали объединяться в гостиничные цепи для роста и более равномерного распределения доходов, а также с целью регулирования бизнеса.

Сегодня продукт является наиболее важным элементом турпродукта. В связи с этим значительное внимание уделяется качеству и дальнейшей модернизации гостиничного продукта. Качество гостиничного продукта во многом зависит от состояния окружающей среды и инфраструктуры, в этом отношении велика роль туристских организаций:

- правительственных структур, региональных туристских администраций, профессиональных ассоциаций, которые могут объединить усилия для создания атмосферы гостеприимства, привлечь необходимые инвестиции;
- создание гостиничных цепей и ассоциаций.
- известные гостиничные цепи Мариот, Интурист и многие другие служат гарантом качества предоставляемых туристам услуг. Широкое распространение получили и гостиничные ассоциации;
- развитием системы дистрибуции.

Аналогичные системы сводят в единую цепь поставщиков, продавцов и покупателей гостиничного продукта. Новые информационные технологии позволили значительно упростить систему дистрибуции гостиничных услуг, сделать ее более информативной и эффективной для всех участников. Современные системы дистрибуции легко адаптируются к нуждам покупателей, предоставляя им различные варианты размещения и дополнительных услуг.

Известно что, маркетинг – один из основных элементов деятельности любого предприятия размещения, ориентированного на прием туристов и предоставлении им конкурентоспособных и качественных услуг. Грамотно разработанная маркетинговая стратегия гостиницы – ключ к его успеху в развитии бизнеса и победе в конкурентной борьбе. При этом в центре маркетинга любого предприятия гостеприимства должен находиться потребитель гостиничных услуг – турист.

Ныне развитие индустрии гостеприимства способствуют повышению занятости в развитых и развивающихся странах. При этом характерно то, что развитые страны и наиболее известные туристские дестинации, испытывают

нехватку в рабочей силе, активно импортируют рабочую силу из других стран мира [20, с. 163].

Внутренние факторы представляют собой достаточно сложную и порой трудно диагностируемую группу факторов субъективного характера, действующих преимущественно комплексно и оказывающих существенное влияние на выбор потребителей. Данная группа факторов включает в себя подгруппы: социально-экономические, мотивационные, поведенческие, поставщики, посредники, конкуренты и клиенты. Подгруппа социально-экономических факторов включает в себя:

- суммарные денежные доходы потребителей, общую емкость рынка услуг гостеприимства;
- средние денежные доходы на одну семью, в том числе доход на каждого члена семьи;
- общую структуру доходов и расходов потребителей, в том числе расходы на отдых и путешествия, количество выходных и каникулярных дней, продолжительность оплачиваемых отпусков.

Данная подгруппа факторов иногда оказывает решающее влияние при выборе того или иного путешествия или вида отдыха, а в ряде случаев может исключать его вообще. Для решения этих проблем необходима поддержка государства через систему социальных программ, рассчитанных на обеспечение полноценным отдыхом и лечением малообеспеченных слоев населения.

Подгруппа мотивационных факторов имеет особое значение, так как фактически формирует поведение потребителей. К мотивационным факторам относят: социальные роли и статус, тип личности, тип темперамента, менталитет потребителей, стиль и образ жизни, представление о себе и особенности самореализации, ценностные ориентиры.

Данные факторы определяют мотивы потребителей при выборе гостиничных продуктов и, таким образом, способствуют расширению ассортимента и возможностей предложения, тем самым активизируют динамичное развитие и обновление индустрии гостеприимства в целом.

Подгруппа поведенческих факторов объединяет факторы, оказывающие влияние на поведение потребителей при выборе и потреблении продуктов и услуг индустрии гостеприимства. Она включает в себя: отношение к продуктам и реакцию на их потребление, степень информированности потребителей о продуктах услугах, степень приверженности, статус пользователя. Фирмы или частные лица, которые поставляют ресурсы, необходимые для оказания услуг сегодня имеют огромное значение в развитии гостиничного хозяйства. Гостиничные поставщики крайне сильно влияют на качество предоставляемых услуг, особенно это относится к качеству продуктов питания в ресторане или баре гостиницы, средства уборки и дезинфекции помещений [1, с. 164]. А посредники, помогающие компаниям рекламировать, продвигать на рынке, находить клиентов и осуществлять сбыт услуг обеспечивают успешное функционирование субъектов рынка. К ним относятся туристские агентства, агентства путешествий, представительства отелей на местах, оптовики и страховая компания. Все они связаны обычно друг с другом.

Туристский оптовик как разработчик составляет турпакет, куда входит все необходимое для отдыха, включая доставку на места на наземном транспорте, самолете и проживание в гостинице. Такой пакет рекламируется через газету и

турагентства. При этом оптовик получает скидку, позволяющую ему не только оплачивать услуги своих агентов по доведению товара до покупателя, но и иметь собственную прибыль. Это значит, что отели должны осмотрительно подходить к выбору посредника.

Важное место занимают транспортные посредники, доставляющие пищевые продукты в рестораны. В то же время они редко используются для доставки гостей, поскольку сложно контролировать их работу. Еще меньше возможностей контролировать работы авиакомпаний. Изменение тарифной политики авиакомпаний может существенно повлиять на привлечение туристов и соответственно привести к снижению доходности многих предприятий гостиничного бизнеса.

Литература:

1. Барышева, А.Ф. Маркетинг в туризме и гостеприимстве: учеб. пособие. Москва. Финансы и статистика, 2007 – 164 с.

ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ИСТИҚБОЛЛАРИ

Шодиев А. БухДУ.

Сервис соҳаси иқтисодиёти кафедраси

Ҳозирги пайтда дунёнинг ажойиб, жозибадор туристик ресурсларига эга бўлган барча бурчаклари ҳали яхши ўзлаштирилмаганлиги ва кенг туристлар оммаси учун очик эмаслигини ҳам ҳисобга олиш лозим. Бунда табиий-иқлим шароитлари ва сиёсий-иқтисодий омиллар, минтақадаги тинчлик, туризм индустриясининг риожланиши кабилар муҳим рол ўйнайди. Туризм инфратузилмаси ва индустрияси туризмга турдош бўлган бир неча тармоқларни ҳам ривожланишига сабаб бўлади. Бундан ташқари туризмнинг ривожланишини яна бир катта муаммо бўлган ишсизликни ҳал қилишга ёрдам беради. Шунинг учун тармоқлар, жумладан туризм соҳасини ва ҳудудларни модернизация қилиш, уларни рақобатбардошлик даражасини юксалтириш, экспорт салоҳиятини ошириш марказий масала булиши лозим. {1}

Кейинги йиллардаги мамлакат туризм соҳаси давлат инвестицияларисиз ва дотацияларисиз маҳсулотлар ва хизматлар ишлаб чиқариш ҳажмини ошириб бораётган тармоқлардан биридир. Ўзбекистон замонавий туризм индустриясини ривожлантириш учун барча зарур манбаларга эга. Буюк Ипак йўли устида жойлашган Ватанимиз қулай табиий-иқлим шароитларига бой тарихий, маданий меросга ва айни пайтда ҳам ички, ҳам халқаро туризмни ривожлантириш учун юқори салоҳиятга эга. Бу соҳа соф иқтисодий самара билан бирга, инсон ҳаётини кучининг қайта тикланиши ва ўз бўш вақтидан оқилона фойдаланишини таъминлайди.

Юқорида кўрсатилган омилларга муҳим аҳамият берилар экан Ўзбекистон Республикасида ҳам туризм соҳасини ривожлантириш борасида бир қатор чора тадбирлар амалга оширилмоқда. Жаҳон молиявий иқтисодий инқирози шароитида ташқи ва ички муҳитнинг тез ўзгариб туриши муносабати билан Ўзбекистон туризм бозорини ривожлантиришда ҳам бир қатор муаммолар мавжудлигини тан олиш зарур. Ўз навбатида бундай ҳолат туризм тармоғига валюта маблағлари ва мамлакатимиз ҳамда хорижий инвесторлар томонидан қўйиладиган инвестициялар ҳажмининг камайишига олиб келади. Бутун дунёда туризмнинг ривожланиши

катта фойда келтирмоқда ва миллий иқтисодиётнинг ривожланишига кўмаклашмоқда. Бу ўз навбатида ҳозирги кунда Ўзбекистон иқтисодиёти учун ҳам муҳим омилдир.

Туризм бозори доимий ривожлантириш ва назорат қилиш асосида бошқаришга муҳтож бўлиб, бунда илмий ва оқилона режалаштириш тамойилларидан фойдаланиш зарур. Шундагина туризм давлатга катта иқтисодий фойда келтириши, шунингдек экологик шарт-шароит ва жамиятдаги ижтимоий-маданий жараёнларга яхши таъсир кўрсатиши мумкин. Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида»ги Қонуни туризмни ривожлантириш бўйича миллий, минтақавий, маҳаллий дастурлар ишлаб чиқиш, ушбу юқори рентабелли иқтисодиёт тармоғининг оёққа туриши учун меъёрий-ҳуқуқий база яратиш асосида туризм соҳасида давлат сиёсатини амалга оширишни назарда тутди.

Сўнгги йилларда давлат тузилмаларининг туризмга нисбатан муносабати кескин ўзгармоқда. Улар туризмда миллий иқтисодиётнинг ўсишини, бозор муносабатларини шакллантириш, давлат бюджетига катта маблағлар тушишининг амалий усулини, бўш вақтдан оқилона фойдаланишни, дам олиш вақтини мазмунли ўтказиш шаклини ва аҳолини мамлакатнинг тарихий-маданий қадриятларига жалб қилиш усулларини кўрмоқдалар. Хорижий мутахассислар Ўзбекистон Республикасини унинг нодир табиий ресурслари ва тарихий-маданий мероси туфайли туристик жиҳатдан истиқболи порлоқ мамлакатлар жумласига киритадилар.

Ўзбекистоннинг миллий-маданий тикланиши шароитида ички туризмнинг роли тобора ортиб бормоқда. Шунинг учун Ўзбекистон туристик фирмаларининг режаларида унинг ижтимоий, иқтисодий ва билиш функцияларини ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш назарда тутилган, чунки бозор муносабатларига ўтишда айнан уларга катта зарар етади. Ҳозирги кунда саёҳат қилмоқчи бўлганларнинг кўпчилиги тарихий-билиш ва даволаниш, соғлиқни тиклаш маршрутларини кам танлайдилар, улар кўпроқ савдо қилиш ва фойда олиш учун чет элга боришни маъқул кўрадилар. Туристлар учун истеъмол объекти саёҳатдан иборат. У мазкур давр мобайнида эҳтиёжларни қондириши мумкин бўлган маҳсулотлар ва хизматларнинг фойдалилиги билан белгиланади. Айнан шу фойдалилик саёҳат қилувчиларнинг ўзига хос эҳтиёжларидан иборат. Булар қуйидагилардир:

- одатдагидан фарқ қилувчи шароитларда тунаш;
- туристик фаровонликларни ишлаб чиқариш ва истеъмол қилиш, амалга ошириладиган географик муҳит;
- фойдаланиладиган меҳнат воситалари (меҳмонхона ва тарихий-маданий марказлар, транспорт ва ҳ.к.).

Ўзбекистон Республикасидаги туристик фаолиятнинг асосий мақсади меҳмондўстлик индустриясини янада ривожлантириш учун ташкилий-ҳуқуқий ва иқтисодий муҳит яратиш, республикамиз табиий ва тарихий-маданий салоҳиятидан самарали фойдаланиш асосида рақобатбардош туристик хизматлар бозорини шакллантириш, унинг ижтимоий-иқтисодий манфаатлари ва экологик хавфсизлигини таъминлашдир. Ушбу мақсадларга эришиш учун қуйидаги асосий вазифаларни ҳал қилиш талаб этилади:

- туристик соҳани молиявий-иқтисодий тартибга солишнинг самарали механизмларини жорий қилиш, маблағ билан таъминлаш манбаларини

аниқлаш, бу тармоқдаги инвестиция сиёсатининг энг мақбул моделини яратиш;

- тармоқни бошқаришнинг ташкилий тузилмаларини такомиллаштириш;
- мамлакат ҳудудини илмий асосланган ҳолда туризм дестинацияларга бўлиш орқали туризмнинг табиий ва тарихий-маданий салоҳиятидан энг мақбул даражада фойдаланишни таъминлаш.

Мазкур вазифаларни бажариш учун тармоқ ходимлари Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида»ги Қонунига ва шу соҳада давлат томонидан тайёрланган меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларга асосланишлари керак.

Адабиетлар:

1. Ш.М.Мирзиеев. Эркин ва фаравон, демократик Ўзбекистон давлатини биргаликда барпо этамиз. Т. «Ўзбекистон». 2016 й., 14 с.

УРОВЕНЬ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

**Халилов Б.Б. преподаватель Бух ГУ
Кафедры «Туризм и гостиничное хозяйство»**

Сегодня главной целью Узбекистана является повышение эффективности внешнеэкономических связей до уровня развитых индустриальных стран, выпуск и экспорт готовой высокотехнологичной продукции, рост конкурентоспособности отечественных товаров как на внутреннем, так и на внешнем рынках. В условиях перехода Республики Узбекистан к рыночным отношениям изменилось её экономическое положение в мировом хозяйстве. Например, рост реального ВВП в 2017 году на 8,2 % связан в большей степени именно с динамичным развитием базовых отраслей экономики. В прошлом году промышленное производство увеличилось на 8 %, производство сельскохозяйственной продукции на 7 %, строительство на 18 %. Также была продолжена системная работа по обеспечению динамичного развития сферы услуг и сервиса, как одного из самых важных факторов и направлений углубления структурных преобразований и диверсификации экономики, повышения занятости, доходов и качества жизни людей. В 2017 году сфера услуг обеспечила более половины прироста валового внутреннего продукта. В настоящее время ее доля в ВВП достигла 54,5 процента против 49 процентов в 2016 году. В этой сфере работает более половины всего занятого населения. Ускорению преобразований и экономическому развитию страны, и в частности регионов способствует становление и развитие туристской отрасли. Туристическая отрасль — одна из самых молодых и динамично развивающихся отраслей Узбекистана. Каждый год нашу страну посещает около 2 млн. граждан зарубежных государств. Основную долю туристов, посетивших Узбекистан в прошлом году, составили гости из России (23,4 %), Кореи (9,2 %), Германии (4,8 %), Франции (5,6 %), а также других стран Западной Европы и Юго-Восточной Азии. За последние три года количество иностранных туристов, приезжающих в Узбекистан, увеличилось более чем на 33 %. Сегодня в Узбекистане действуют 1279 туристических организаций, в частности, 1100 гостиниц, туристических баз и кемпингов, 731 туристических компаний. Спрос на организацию досуга среди иностранцев и граждан страны растет, пропорционально ему увеличивается количество предложений. Это неудивительно, поскольку Узбекистан — страна контрастов, где современные строения успешно сочетаются с архитектурными шедеврами наших предков. Следует отметить, что Узбекистан

занимает девятое место в мире по количеству исторических и архитектурных памятников. Прохождение по территории страны в прошлые столетия Великого шелкового пути придает облику Узбекистана особую загадочность, что вызывает немалый интерес среди иностранных гостей. Наряду с этим можно выделить такие немаловажные факторы, как безопасность, неповторимый вкус национальной кухни, известные во всем мире города, живописная природа, наличие прямых авиарейсов, а также сохранившаяся самобытность народа, его традиции, обычаи, менталитет, дружелюбность и гостеприимство.

Имеющиеся в стране рекреационные ресурсы позволяют развивать все виды туризма, как экотуризм, геотуризм, альпинизм, экстремальный, культурный туризм, рыбалка, рафтинг; различные туристические маршруты и принимать гостей круглогодично. Как результат, Узбекистан способен предложить широкий спектр услуг как для любителей культурно-познавательного отдыха, так и для активного отдыха. Приоритетными направлениями Национальной компании являются развитие правовых и экономических основ туризма, совершенствование его инфраструктуры в республике за счёт привлечения иностранных инвестиций, проведение широкой пропаганды исторического наследия и туристических возможностей Узбекистана. Эти документы направлены на формирование инвестиционного климата, разгосударствление и приватизацию в туристической сфере, предоставление льгот, улучшение гостиничной инфраструктуры, строительство сетей дорог, курортов. В республике разработаны национальные стандарты для туристской и гостиничной инфраструктуры страны с учетом природно-климатических, культурных и национальных особенностей гостеприимства. Важным руководством к действию в развитии туризма и туристической инфраструктуры, активном продвижении национальных туристских услуг на международные туристические рынки служит Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан “О мерах по дальнейшей поддержке и развитию сферы туризма в Республике Узбекистан” от 25 октября 2017 года.

В центре внимания находятся задачи и перспективы развития въездного и внутреннего туризма, расширение туристических предложений в сфере активного отдыха в Узбекистане, продвижение туристического бренда нашей страны, привлечение инвестиций и развитие инфраструктуры туризма, а также оптимизация системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров для сферы туризма.[2]

В деле продвижения бренда Узбекистана важная роль отводится участию страны в различных международных выставках, ярмарках и конференциях. За годы независимости значительно улучшена транспортная и гостиничная инфраструктуры, открыты новые авиа, железнодорожные и автомобильные маршруты. Для улучшения транспортной инфраструктуры в 2016 году был подписан контракт между АО «Узбекистон темир йуллари» и испанской компанией «Patentes Talgo» на поставку двух высокоскоростных поездов повышенной вместимости. В целях развития и повышения качества туризма уделяется особое внимание по следующим направлениям: – развитие существующих туристских услуг. Туристские услуги — услуги субъектов туристской деятельности по размещению, питанию, транспортному, информационно-рекламному обслуживанию, а также другие услуги, направленные на удовлетворение потребностей туриста. [1] Для развития туристических услуг имеет значение повышения познавательно-просветительского и культурно-

эстетического направления этих услуг, что подразумевает организацию музейных экспозиций, выставочных показов, фестивалей традиционной культуры и. т.д. К примеру, фестиваль «Шелк и Специи» ежегодно проходит в Бухаре в конце мая, и он уже становится визитной карточкой города. В 2019 году 200 ремесленников, художников, дизайнеров, национальных ансамблей и поваров со всего Узбекистана собирались вместе, чтобы удивлять и развлекать гостей фестиваля. В фестивале посетило 60 000 гостей, среди которых 10000 были иностранными. В фестивале участвовало 20 международных организаций. – создание новых туристских услуг, таких как экологический туризм вкупе с познавательными турами по городам-памятникам. Среди самых значимых видов туризма можно отметить гастрономический, медицинский, шопинг-туризм и, конечно же, экотуризм. Экотуризм сегодня признается во всем мире самым доходным, модным и «зеленым» видом туризма. Этот факт особенно радует страны с красивой природой, ландшафтом, климатом, — всем этим гордится наша страна. Но сам факт требует дополнительных вложений, так как потребителю важен весь пакет услуг: как и на чем он доедет, где и в каких условиях будет проживать, какие и какого качества спектр услуг для комфортабельного отдыха ему предоставляются. Изучение имеющегося потенциала с точки зрения потребителя, создание необходимой инфраструктуры, разработка туристических маршрутов по экотуризму являются основными задачами для предпринимателей, планирующих осуществлять деятельность в сфере экотуризма. – расширение применения маркетинговых приёмов, в том числе, проведения маркетинговых исследований для изучения состояния туристских услуг. В основном это села на побережье Амударьи и памятники природы. – развитие связей между организаторами туризма и региональными структурами власти с целью достижения понимания потребностей каждого из них и поиска путей их удовлетворения. Успешная реализация задач в этих направлениях позволит расширить сферу туристских услуг, которая займёт достойное место в экономике Узбекистана.

В Узбекистане есть опыт маркетингового подхода к решению вопроса. В проекта ЮНВТО «Коридоры наследия Шелкового пути» были проведены социологические исследования и подготовлена публикация «Узбекистан глазами туристов. Результаты опроса международных посетителей Узбекистана по экономическим показателям 2018 года». Исследование было организовано при сотрудничестве с НК «Узбектуризм» и ЮНЕСКО. Опрос, проведенный в Международном аэропорту «Ташкент», КПП «Гиштакуприк» и «Олот», фронт-офисах гостиниц в гг. Ташкент, Самарканд, Бухара и Хива, осуществлен при содействии Ташкентского Государственного экономического университета, Самаркандского института экономики и сервиса, Ургенчского Государственного университета и Бухарского Государственного университета. Согласно данным опроса, отмечен рост посещений Узбекистана иностранными гражданами, основные въезжающие в Узбекистан — граждане России, Турции, Индии, Германии и Кореи, наиболее активными путешественниками являются люди в возрасте старше 50 лет, имеющие высшее образование. – широкое вовлечение местной общественности и властей в планирование и развитие туристской деятельности, обеспечение её безопасности; Компания «Узбектуризм» отобрала 93 населенных пункта, которые потенциально могут быть внесены в туристические маршруты, и предложила предпринимателям разработать проекты по развитию экотуризма.

Литература:

1. Закон Республики Узбекистан «О Туризме» от 18 июля 2019 года. Ташкент. 2019 г.
2. Статистический сборник об основных итогах экономического и социального развития Республики Узбекистан в годы независимости и прогнозных показателях на 2011–2015 гг. –Т.: Узбекистан.
3. Ли Д. М. Основы туризма. Учебное пособие для студентов вузов — Т: ТГЭУ, 2011. — 160 с.

ТУРИЗМНИ РЕЖАЛАШТИРИШНИНГ АСОСИЙ БОСҚИЧЛАРИ

**Исомов Б.С. БухДУ, ўқитувчи
Самиева А. БухДУ, талаба**

Маълумки, бозор муносабатларини такомиллаштириш шароитида туризмнинг бошқа турдаги сиёсати туристик инфраструктуранинг кўп мақсадли фойдаланиш турига кириши мумкин, яъни ушбу сиёсат ички ва халқаро туризм муносабатлари, давлат ўқитиш дастурлари, малакавий кадрлар тайёрлаш масалалари туризмнинг социал интеграциялари, инвестиция билан боғлиқ масалалар ва аҳолининг бандлик даражалари билан боғлиқ бўлиши мумкин. Режалаштириш жараёнида ходимлар биринчи босқичда кутиладиган муаммолар ва потенциал ҳолатларнинг ўсиш аънаналарини ҳисобга олишлари керак. Туризмни ривожлантириш кенг қамровли бўлиши керак ва унинг барча тизими қисмларини ҳамда ҳудудий ривожланишининг умумий режаларини ҳисобга олиши керак. Режалаштиришнинг базисли концепцияси маълум мақсадларга эришиш учун келажакда айрим масалаларни ечиш, қарорларни мукаммаллаштириш билан боғлиқ бўлади. Режалаштириш жараёни одатда қуйидаги босқичларни ўз ичига олади:

- Тайёрлаш босқичи;
- Мақсад ва вазифаларни белгилаш;
- Ташҳисни аниқлаш;
- Таҳлил ва синтез;
- Режа сиёсатни шакллантириш;
- Тавсиялар;
- Режани амалга ошириш;
- Мониторинг.

Биринчи тайёрлаш босқичи бўлиб унда бошқарув органлари томонидан режалаштиришни назорат қилиш асосида туризмни ривожлантириш ҳақида тегишли қарорларни қабул қилиш керак. Режалаштиришнинг барча жиҳатларида маълум доирадаги шарт – шароитлар аниқланади. Бундай шароитларни шакллантиришда режалаштиришга алоқадор барча омилларни объектив ҳисобга олиш керак. Мазкур мақсадда кўп тармоқли мутахассисликка эга бўлган махсус ишчи гуруҳ тузилади ва бунда маҳаллий режалаштириш бўйича қуйидаги мутахассислар жалб қилинади:

- маркетинглар;
- иқтисотчилар;
- экологлар;
- социологлар.

Маълум мақсад ва вазифаларни белгилаш босқичи энг муҳим босқичлардан бири саналади. Мақсадлар дастлаб синов тарзида ва кейинчалик режалаштириш

жараёнида олинган қайта боғланиш натижасида аниқланади. Бозор муносабатлари горизонтал алоқалар устуворлигига асослан-ганлигидан келиб чиққан ҳолда, таркиблар тури сифатида (ассоциациялар, холдинглар, концернлар), вертикал қаторлар сақланганда (маъмурият, кумиталар, мулк фонди, солиқ назорати) мақсадлар тартибини ишлаб чиқишга ёндашув кординал ҳолатда ўзгаради. Туризмни ривожлантиришнинг стратегик мақсадларини шакллантириш тизимига услубий ёндашув бу – тармоқнинг келажакдаги ҳолатини стратегик жиҳатдан кўра билишни амалга оширишдир ҳамда келажакдаги бош стратегик мўлжаллаш, хусусий мақсад ва вазифаларни, туризмни ривожлантиришнинг аниқлаштирилган мақсадларини амалга ошириш ҳисобланади:

- туризмни ривожлантиришнинг стратегик мақсадларини шакллантириш, жамият ривожланишининг умумий мақсадлари контексти доирасида амалга оширилади. Энг асосий мақсад аҳоли турмушдаги ижтимоий-иқтисодий сифатининг даражасини қабул қилинган умумдавлат минимал ижтимоий стандартлардан паст бўлмаган даражада таъминлашдир.
- туризмни ривожлантириш мақсадларининг дастлабки ишлаб чиқариш базасини, ташкил қилиш туристик тармоқларнинг ҳар хил секторлари вакиллари, жамоатчилик ва бошқарув органлари томонидан тармоқнинг келажакдаги ҳолатини олдиндан кўра билишдан иборат;
- туристик фаолиятнинг амалиёт қисмини алоҳида стратегик мақсадларга ва уларнинг мажмуасига мўлжаллаш мумкин. Бу мақсадлар таркибларга бўлинган ва аниқ стратегик мақсадларга эга бўлган бўлишлиги керак ҳамда уларнинг бажарилиши кутилган натижаларга олиб келиши керак. Бундан асосий мақсад, барча мавжуд туристик ресурслардан рационал фойдаланган ва туризм мустаҳкам ривожланишини таъминлаган ҳолда аҳолининг ҳар хил туристик маҳсулотларни сотишга бўлган талабини қондиришдан иборат.

Аслида туризмни ривожлантириш учун жамоа мақсадлари ва уларни амалга ошириш усулларини ишлаб чиқишда маъсул томонларнинг қатнашиш усулларининг асоси қуйидагилардан иборат бўлиши лозим:

- жамоа ўртасида семинар-учрашувлар ўтказиш;
- маҳаллий аҳолини ҳар томонлама ўрганиб чиқиш;
- очик маърузалар ташкил этиш;
- жамоатчилик йиғинларини ўтказиш;
- номинал гуруҳлар ташкил этиш.

Мақсад ва вазифалар таркибига қўйиладиган асосий талаб ҳаққонийликни таъминлашдан иборат бўлиши керак. Мақсадлар ўта аниқ, эришила оладиган, иқтисодий, социал ва экологик томондан тенглашган бўлиши шарт. Масалан, ташхис. Бу маълумотлар йиғиш босқичи бўлиб, барча ахборотлар бирламчи ва иккиламчи манбалардан йиғилади. Зарур ахборот базаси сифатида режа олди тадқиқотларида стратегик кўрсаткичларнинг барча мажмуаси қўлланилади. Улар туризм ривожланиш анъаналари ҳолатига таъсир кўрсатувчи барча омилларнинг аниқ материални, ўрганилаётган жойнинг хўжалик фаолиятини ўзида мужассамлаштиради. Бугинги кунда бизнинг мамлакатимизда ва хорижда маркетинг ёндашув усули кенг қўлланилмоқда. Маркетинг ёндашув усули ҳалқаро ва Ўзбекистон туристик бозорида талаб асосида таъминланган туристик марказларнинг жойини аниқлайди ва туризм ривожланишининг устувор йўналишларини аниқлайди. Уни қўллаш туристик фирмалар томонидан тақдим этиладиган мавжуд ва истиқболли туристик маҳсулотга баҳо бера олишни амалга

оширади. Маълумот йиғиш учун маркетинг қуроллари қуйидаги тизимлар асосида ишлатилади:

- шаҳар аҳолисини туризмнинг ҳар хил шакл ва турларини зиёрат қила олиш даражаси бўйича сегментлаш;
- туристик хизматларга бўлган талабни, аҳолининг даромад даражаси бўйича тавсифлаш.

Юқоридаги белгилар бўйича сегментлашни ўтказиш ҳар бир гуруҳнинг молиявий имкониятларидан келиб чиққан ҳолда аниқ минтақа учун энг қулай туризм турини белгилаш имкониятини беради. Бундан ташқари истеъмолчиларнинг ҳам таъминланган сегментини таъминлаш учун махсус қувватлаш дастурини ишлаб чиқади. Шаҳарга келувчилар оқимининг миқдорини ўлчайди ва уларнинг хусусиятларини аниқлайди. Бу ерда ўз – ўзидан минтақага туристик мақсадда келган халқаро ва мамлакат ички туристларнинг туристик мақсадда келиш анъанаси намоён бўлади. Зарур бўлганда туристлар ўртасида махсус сўров-таҳлили (анкеталар тарқатилган ҳолда) ўтказилади. Олинган маълумотлар қуйидаги омилларни аниқлаш имкониятини беради:

- туристларни жалб қилишдаги ижобий ва салбий ҳолатларини аниқлаш, туристик фирма томонидан яратган туристик маҳсулотнинг ўзига жалб қила оладиган ва жалб қила олмайдиган нуфузини аниқлаш.
- туристик марказларнинг шаҳар узоқлигига ва йўл ҳаракатларининг таъсирини аниқлаш.

Одатда туристик ресурсларини қуйидаги категориялар бўйича баҳолаш лозим:

- жойлашган жойи, бемалол кира олиш имконияти, ўзига жалб қилиши, фойдаланиш ҳолати ва қўлайлиги, қабул қилиш қобилияти ва сиғими, хавфсизлиги ва фойдаланиш муаммолари ва истиқболлари. Бу ёндашув доирасида ҳудуддаги туристик салоҳиятни ташкил этувчи элементлар бўйича ахборотлар йиғилади ва тизимга солинади.
- ҳудуддаги туристик маҳсулотларга бўлган талабларни шакллантирувчи омилларни аниқлаш ва тадқиқ қилиш. Бунда туризмнинг ҳар хил шакллари баҳолашда дифференциал йўл тутилиши керак.
- туристик маҳсулотни истеъмол қилишга ҳар хил даражада таъсир қилувчи омилларнинг катта қисми мавжуд. Шунинг учун омилларнинг сон жиҳатдан миқдори ўзгариши динамикасини аниқлаш муҳим ҳисобланади. Тадқиқот қилинаётган минтақага туристлар қатновига, амал қилаётган салоҳиятга рақобат, туристик марказларнинг таъсирига баҳо бериш керак.

Туристларнинг сарф – харажатлари асосида туристик таъминот жараёнини тадқиқот қилиш, келгусида соф даромадларни ўзнинг ва чет эл валютасида қуйидагилар бўйича олдиндан ҳисоблаш имкониятини беради: олинган даромаднинг мултипликация самараси, тўғри ва генерацияланган бандлик, давлат ва минтақаларнинг даромадида туризмнинг улуши. Олинган маълумотлар асосида туризм ривожланишининг эришилган даражасини мажмуали баҳолаш ўтказилади. Туризм ривожланишида қўлланиладиган потенциал имкониятлар ва асосий йўналишларнинг долзарб муаммолари таҳлил қилинади. Туризм ресурси – тармоқ ва маркетинг ёндашуви доирасида олинган маълумотлар ва материаллар мажмуали баҳоланиши ва таҳлил этилиши лозим.

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDAGI ERKIN IQTISODIY ZONALAR ISTIQBOLLARI VA MUAMMOLARI

*Aripova Maxliyo Salaxiddinovna. BuxDU, «Turizm va mexmonxona xo'jaligi»
kafedrasi o'qituvchisi*

Hozirgi paytda iqtisodiy adabiyotlarda erkin iqtisodiy zonalar turli iboralar vositasida ishlatiladi. Masalan, amaliyotda "erkin zonalar", "erkin savdo zonolari", "boj olinmaydigan zonalar", "maxsus iqtisodiy zonalar", "eksportni qayta ishlash zonolari" kabi ta'riflar deyarli bir-birining o'rnida ishlatilmoqda. Bu har xil zonalar o'rtasidagi funktsional farqlarni aks ettiradi. {1}

Aslida, erkin iqtisodiy zonalarining asosiy afzalliklari ularning savdo va investitsiya siyosati vositalaridagi rolikidan kelib chiqadi. Ushbu imtiyozlar ixtisoslashuv va almashinuv natijasida ijobiy yutuqlar qo'lga kiritish mumkin. Ular orasida ish o'rinlari tashkil etish, to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalarni jalb qilish, eksport orqali valyuta zaxiralarini va qo'shimcha iqtisodiy qiymat yaratish. {2}

Mamlakatimizda qabul qilingan harakatlar strategiyasiga muvofiq iqtisodiyotni erkinlashtirish va modernizatsiyalash, yangi ish o'rinlarini yaratish, hamda eksportbob tovar ishlab chiqarish, chet el investitsiyalarni jalb qilish uchun qulay muhit shakllantirish bugungi kunning eng dolzarb masalasi hisoblanadi. Mazkur masalalarni hal etishda erkin iqtisodiy zonalar muhim ahamiyat kasb etadi. Yurtimizda erkin iqtisodiy zonalar tashkil etish borasidagi amaliy tadbirlar 1996-yil 25-aprelda „Erkin iqtisodiy zonalar to'g'risida“ qabul qilingan qonun asosida amalga oshirilmoqda. {3} Masalan Jizzax ochiq zonasi, Samarqand xalqaro turizm bo'yicha ochiq iqtisodiy zonasi, Nukus ishlab chiqarish iqtisodiy hududlarini tashkil etildi.

Yurtimizda 2008-yilda Janubiy Koreyalik hamkorlar bilan Navoiy erkin iqtisodiy zonasi tashkil etildi. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 5 iyunda qabul qilingan „Navoiy“ erkin iqtisodiy zonasi faoliyatini kengaytirish va Navoiy viloyatida kichik sanoat zonalarini tashkil etish chora-tadbirlari to'g'risida“gi Qarori bilan EIZ-ga qo'shimcha 81.4 gektar yer maydoni ajratilgan. Davlatimiz rahbarining 2016-yil 26-oktabrdagi „Erkin iqtisodiy zonalar faoliyatini faollashtirish va kengaytirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida“gi farmoniga muvofiq ushbu zonalar uchun yanada qulay shart-sharoitlar yaratildi. {4} Respublikamiz oldida hayotning turli sohalarini qamrab oluvchi keng ko'lamli islohotlarni amalga oshirish turgan bo'lib, bunda EIZ lar salmoqli o'rin tutadi. Bugungi kunga kelib O'zbekistondagi EIZ-larning umumiy soni 21 tani tashkil etib, ular respublikaning 13 hududida faoliyat olib bormoqda. Takidlash joizki EIZ larning yuqori o'sish sur'atlari ayniqsa 2017-yildan e'tiboran kuchaydi. Misol uchun, Prezidentimizning 2017-yil 12-yanvardagi N PF-4931 farmoniga asosan birdaniga 4 ta EIZ tashkil etildi. „Baliq ishlab chiqaruvchi“ va „Buxoro-agro“ EIZ lari qishlqo xo'jaligiga ixtisoslashgan. Bundan tashqari, O'zbekiston Respublikasi hududida „Chorvoq“ Erkin Turistik Zonasi ham faoliyat ko'rsatmoqda. Jumladan „Navoiy“, „Angren“, „Jizzax“, „Urgut“, „G'ijduvon“, „Qo'qon“ hamda „Hazorasp“ EIZ larida umumiy qiymati 486 million dollarga teng bo'lgan 62 ta loyiha amalga oshirilib, 4,6 mingdan ziyod ishchi o'rinlari yaratilgan. So'nggi yillarda O'zbekistonda EIZ larning tashkiliy huquqiy asoslarini rivojlantrishga doir bir qator normativ – huquqiy hujjatlar qabul qilingan. So'nggi ma'lumotlarga asosan yaratilgan ishchi o'rinlari soni 5 mingdan oshgan bo'lib, amalga oshirilgan loyihalar soni 70 ziyodni tashkil etmoqda. Yaqin istiqboldagi rejalarga ko'ra umumiy qiymati 1,5 milliarddan

ziyod bo'lgan 200 dan ortiq loyihalar amalga oshirilishi kutilmoqda hamda uning natijasida 22 ming yangi ishchi yaratilishi ko'zda tutilgan.

Jadval 1.

O'zbekiston Erkin iqtisodiy zonalari



Mamlakatimizda erkin iqtisodiy zonalarining samarali faoliyat yuritishini tashkil etish va qulay shart-sharoitlarni yaratish loyihasi tuzilgan. Mazkur loyiha doirasida 2018-yilning sentabr va oktabr oylari davomida mahalliy hamda xorijiy ekspertlar EIZ larning faoliyati va mavjud muammolari, shuningdek, mintaqa va butun mamlakatda ijtimoiy-iqtisodiy va ekologik muammolar yechimiga EIZ ta'siri masalalari o'rganildi. Natijada quyidagi muammolar aniqlandi:

- ishga kirish vizalarini olish noqulayligi;
- korrupsion manfaatlarga moyillik va byurokratik jarayonlar hamda davlat idoralari tomonidan investorlarning murojaatlari nihoyatda uzoq muddatda ko'rib chiqilishi ikki tomon uchun ham zararli tosiqligi;
- qurilish ishlarini bodhlash uchun ruxsat berish va muhandislik-kommunikatsion tarmoqqa ulanish to'g'risidagi qaror hamda davlat ekologiya qo'mitasining xulosasini olish bir necha oyga cho'zilib ketishi;
- investorlar murojatini bir e'tiroz asosida rad etilishi;
- murojaatlarni bir necha bor qayta ko'rib chiqilishi;
- ishlab chiqaruvchilarni respublikamiz tovar-xomashyo birjasi orqali realizatsiya qilinadigan lozim bo'lgan xom ashyo resurslari sotib olishda jiddiy qiyinchiliklarga duch kelinishi;
- o'rta muddatli va uzoq muddatli rivojlanish strategiyasida EIZ tashkil etish hamda faoliyatini yo'lga qo'yish bo'yicha mahalliy hokimiyat organlarining faoliyatini baholash tizimi mavjud emasligi;
- Iqtisodiyot va Davlat investitsiya qo'mitasi tomonidan EIZ larni boshqarish va muvofiqlashtirish vakolatlarini haddan tashqari markazlashtirish;
- EIZ ma'muriyati tomonidan qabul qilingan yagona hisobot shakllarining yo'qligi;
- 5 million dollardan ortiq investitsiya loyihalarini muvofiqlashtirish vazirliklar va idoralar, shuningdek, respublika kengashi darajasida ko'rib chiqilishi, menejment zanjirini namoyon etishi.

Bugungu kunda ishlab chiqarish korxonalarida zamonaaviy texnologiyaga asoslangan ishlab chiqarish asbob-uskunalarini joriylashtirish, transport va ijtimoiy infratuzilmalarni rivojlantirish, shuningdek, mamlakatda jadal ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishni ta'minlash uchun yetarli kapitalni, istiqbolli texnologiya va boshqaruv tajribasini jalb etish muhim ahamiyat etadi. Buning uchun quyidagi chora-tadbirlarini erkin iqtisodiy hududlarda tadbir etish maqsadga muvofiqdir:

- erkin iqtisodiy zonalarida investitsiya loyihalarini amalga oshirish uchun yer maydoni ajratish tuman(shahar) hokimining yer maydonlarini ajratish to'g'risidagi qarorisiz, ma'muriy kengashlarning investitsiya loyihalarini tanlash va amalga oshirish to'g'risidagi bayonnomalar bilan rasmiylashtirish;
- DUK ning amalga oshirilayotgan biznes-rejalari yoki ularning texnik-iqtisodiy asosnomalari bo'yicha xulosalar berish muddati loyihalar va import kontraktlarini kompleks ekspertiz qilish markazi tomonidan 20 kalendar kunida ko'rib chiqishini ta'minlash;
- ishlab chiqarish loyihalari erkin iqtisodiy zonalar hududida joylashtirish bo'yicha investitsiya buyurtmalarini ko'rib chiqish muddati ma'muriy kengashlar markaz tomonidan xulosa berish jaroyini bilan birga 30 kalendar kundan oshmasligini ta'minlash;
- Xizmatlar va tovarlar ro'yxatini sinchiklab ekspertizadan o'tkazish bo'yicha markazning xulosa berish muddati 15 kalendar kundan oshmasligini ta'minlash.

Joriy 2019 yil 15 mayida Prezidentimizning "Navoiy viloyatini innovatsion, yuqori texnologiyalarga asoslangan, eksportga yo'naltirilgan va import o'rnini bosadigan ishlab chiqarishlar uchun erkin iqtisodiy zona sifatida belgilash chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni biznes yuritish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish, innovatsion tadbirkorlik va yuqori texnologiyalarga asoslangan sanoatni rivojlantirish, shuningdek, Navoiy viloyati hududida mineral xom ashyo resurslarini chuqur qayta ishlash hamda ichki va tashqi bozorlarda raqobatbardosh mahsulotlarni ishlab chiqarish bo'yicha qo'shimcha quvvatlarni tashkil etishga qaratilgan katta qadam bo'ldi.

Farmon bilan Navoiy viloyatining hududiy chegaralari ichida innovatsion, yuqori texnologiyalarga asoslangan, eksportga yo'naltirilgan va import o'rnini bosadigan ishlab chiqarishlarni tashkil etish bo'yicha investitsiya dasturlarini amalga oshirayotgan korxonalar, hududda mavjud bo'lgan yoki yangi barpo etiladigan infratuzilmalarda ishlab chiqarishlarni ixcham joylashtirgan holda "Navoiy" erkin iqtisodiy zonasi ishtirokchisi maqomi beriladi. Tabiiyki, bunday ishlab chiqaruvchilar erkin iqtisodiy zonasi ishtirokchisi uchun belgilangan huquq va imtiyozlaridan foydalanadi:

- "Navoiy" EIZ ishtirokchisi maqomini olgan Navoiy viloyatidagi korxonalar yer solig'i, daromad solig'i, yuridik shaxslardan olinadigan mulk solig'i, mikrofirmalar va kichik korxonalar uchun belgilangan yagona soliq to'lovidan;

- bo'shab qoladigan mablag'larni yangi korxonalarni tashkil etish, shuningdek, mavjud ishlab chiqarishlarni modernizatsiyalash, rekonstruksiya qilish va texnik, texnologik qayta jihozlash, kengaytirish, ishlab chiqarish binolarini qurish, o'z ishlab chiqarish ehtiyojlari uchun zarur xom ashyo va materiallar xarid qilishga maqsadli yo'naltirgan holda o'z ishlab chiqarish ehtiyojlari uchun olib kiriladigan uskunalar, xom ashyo, materiallar hamda butlovchi buyumlar, mahsulot eksport qilinganda vujudga keladigan qo'shilgan qiymat solig'ining manfiy summasi qaytarilmasligi huquqi bilan bojxona to'lovlaridan (bojxona rasmiylashtiruv yig'imlaridan tashqari);

- respublikada ishlab chiqarilmaydigan hamda belgilangan tartibda shakllantiriladigan ro'yxatlar bo'yicha loyihalarni amalga oshirish doirasida olib kiriladigan qurilish materiallari bojxona to'lovlaridan (bojxona rasmiylashtiruv yig'img'laridan tashqari) ozod etildi.

- 3 million dollargacha investitsiya kiritmoqchi bo'lgan shirkatlar 3 yil, 5 million dollargacha investitsiya kiritmoqchi bo'lgan shirkatlar 5 yil va 10 million dollardan ortiq investitsiya kiritmoqchi bo'lgan shirkatlar esa 10 yil barcha soliq va bojxona to'lovlaridan ozod etiladi.

Mazkur imtiyozlarni berilishi Navoiy viloyatida ishlab chiqarishni rivojlanishiga, investitsiya muhitini yanada yaxshilanishiga olib keladi. Davlatimiz Prezidenti tomonidan 2019-yil 13-sentabrda Qashqadaryo viloyatida "Chiroqchi erkin iqtisodiy zonasini tashkil etish to'g'risida"gi farmonni qabul qilindi. Ushbu farmon orqali erkin zonada yuqori qo'shilgan qiymatga ega, zamonaviy texnologiyalar bilan ishlaydigan va tashqi bozorlar talabiga javob bera oladigan xorijiy va mahalliy investitsiyalarni jalb etish masalasi ko'zda tutilmoqda. "Chiroqchi" erkin iqtisodiy zonasining faoliyat ko'rsatish muddati 30 yilni o'z ichiga oladi.

Mamlakatimiz Prezident Shavkat Mirziyoyev Farg'ona viloyati "Qo'qon" erkin iqtisodiy zonasining salohiyati, yanada rivojlantirish uchun Turkiyaning "Gebze" sanoat zonasi tajribasidan o'rnak olishni taklif qildi. Bu zonada qanday mahsulot import qilinayotgan bo'lsa "Qo'qon" sanoat zonasida ham shu turdagi tovarlarni ishlab chiqarish lozim. Demak, yurtimizdagi barcha erkin iqtisodiy zonalar faoliyatini shu nuqtayi nazardan qayta ko'rib chiqish zarur. Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyev fikrlariga ko'ra erkin iqtisodiy zonalarda energiyatejamkor, import o'rnini bosuvchi, eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarilmas ekan, iqtisodiyotimizning raqobatbardoshligini oshirish imkonsiz.

Murakkab boshqaruv tizimi birinchi navbatda investorlarga ko'plab muammolarni yaratmoqda. Direksiyalar salohiyatli investorlarga yer, bino va inshootlarni taqdim etish huquqiga ega emas. Qaror ma'muriy kengashlar tomonidan qabul qilinadi va ko'p hollarda ko'p oylar davomida cho'ziladi. Bunda kengash respublikaga bo'ysunuvchi vazirlik va mahkamalar balansidagi yer, bino va inshootlar bo'yicha qaror qabul qila olmaydi. Respublika darajasida Iqtisodiyot vazirligi va Davlat investitsiyalar qo'mitasining mavjudligi chalkashlikni vujudga keltiradi: kim nimaga javobgar ekani tushunarsiz. Bundan tashqari, ko'plab EIZlar muhandislik-kommunikatsiya infratuzilmalari yaratilmasdan ochilmoqda. Ko'plab korxonalar gaz, suv, elektr energiyasiga tizimlariga ulanmagan.

Xulosa o'rnida shuni ta'kidlab o'tamizki bugungi kungacha EIZ larni tashkil etish bo'yicha O'zbekiston ma'lum darajada tajriba to'play oldi va bu hanuz davom etmoqda. Biroq, oldimizda yechimini kutib turgan talaygina muammolar ham mavjud va biz ulardan ko'z yumib keta olmaymiz. Jahon tajribasi shuni ko'rsatmoqdaki EIZ lar mamlakatlar rivojida juda muhim o'rin tutadi va iqtisodiyotning tayanchi vazifasini o'tay oladi.

Aholi bandligining o'sishi, yangi ishlab chiqarish sohalarining paydo bo'lishi, o'zlashtirilishi, mahalliy bozorda import o'rnini bosuvchi eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarishning ko'payishi pirovardida yirik miqdordagi valyutaning mamlakatdan chiqib ketishini sezilarli darajada pasayib, aksincha katta miqdorda valyuta kirishi davlat budjetiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. O'z navbatida aholining yashash darajasi shunga monanad o'sib boradi. Demak, EIZ lar tashkil etilayotganda uning barcha muammolarini chuqur tahlil etib, investorlarga boshqa mamlakatga emas, aynan mamlakatimiz hududiga

investitsiya kiritish foydaliroq ekanligini namoyish etilsa iqtisodiyotimiz rivojlanishi uchun poydevor yaratiladi.

Adabiyotlar:

1. Ahmad al-Nishoni. Towards Best Practice Guidelines for the Development of Economic Zones. Marrakech 23 November 2009. 4 page
2. Thomas Farole, Gokhan Akinci. 2011, page 4. The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank 1818 H Street NW Washington.
3. O'zbekiston Respublikasining „Erkin iqtisodiy zonalar to'g'risida“ qonuni. Toshkent. 1996-yil 25-aprel.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “Erkin iqtisodiy zonalar faoliyatini faollashtirish va kengaytirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida”gi farmoni. Toshkent. 2016-yil 26-oktabr.
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Qashqadaryo viloyatida “Chiroqchi erkin iqtisodiy zonasini tashkil etish to'g'risida”gi farmoni. Toshkent. 2019-yil 13-sentabr.

ТУРМАҲСУЛОТ ХАЁТИЙ ЦИКЛИНИНГ АСОСИЙ БЕЛГИЛАРИ

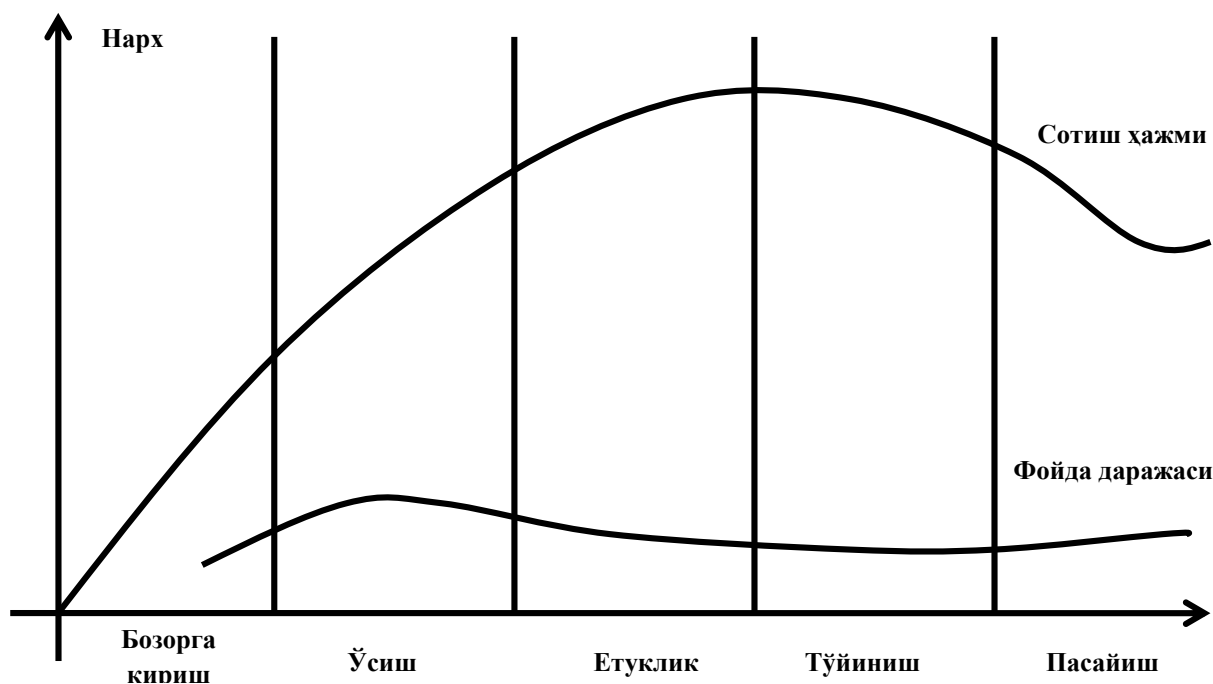
Тажигаев М.Б., Умиров Ж. БухДУ

Бозор иктисодиёти шароитида турфирмаларнинг асосий мақсади фойда олиш ва давомли бизнесни юритишдир. Мазкур мақсадга эришиш учун фирмаларга аниқ харидорларнинг эҳтиёжларини қондирувчи товар ва хизматларни ишлаб чиқиш заруриятини шу билан бирга бизнесни кенгайтириш талаб этади. Маҳсулотни режалаштириш – бу фойда келтирувчи ва давомли бизнесни ривожлантиришни муҳим таркибий қисми бўлиб ҳисобланади. Уни одатда бешта қоидага риоя қилиш билан режалаштириш деб юритилади, яъни аниқ маҳсулотни яратиш мақсадида режалаштириш, уни аниқ жойга етказиш, аниқ белгиланган вақтда, аниқ тўғри нарх бўйича ҳамда етарли миқдорда етказиб беришни ўз ичига олади.

Одатда истеъмолчи учун маҳсулот моддий компонентлар ва хизматларни қўшилишидан ҳам устун бўлиб, моддий ва номоддий бойликларни фойдалилик тўпламидан иборат ҳисобланади. Шу сабабли, маҳсулотни режалаштириш уни истеъмолчиларнинг ҳошиш истагини ҳисобга олган ҳолда амалга ошириш зарур. Аниқ маҳсулотни (товар ёки хизматни) яратиш бу мураккаб вазифадир, чунки харидорларни истаги талаби ва эҳтиёжлари доимо ўзгариб туради: рақобат кучлари маҳсулотни ҳаётий циклига шундай таъсир этадики, ҳаётий циклини маълум муваффақиятли босқичидаги маҳсулотлар, кейинчалик тушиб кетиш босқичига ўтиб қолади.

Туристтик маҳсулот 1-расмда босиб ўтувчи ҳаётий фазалар тасвирланган: товарни бозорга чиқариш, ўсиш, етуклик-тўйиниш, тушиб кетиши кишилар ҳаёт тарзини ва технологик ўзгаришлари муносабати билан алоҳида товарлар ва хизматлар ҳаётий цикли олдиниға нисбатан қисқароқ бўлиб, шу сабабли маҳсулот ҳаётий цикли концепцияси стратегик режалаштиришда муҳим роль уйнайди ҳамда маҳсулот ҳаётий циклини ҳар бир боқичи маркетинг учун маълум вазифаларга эга. Маҳсулотни бозорга чиқариш босқичи. Ҳаётий циклини бу фазасида талабни рағбатлантиришга харажатлар талаб этилади (бу янги товар рекламаси ва хизматлар учун энг мос давр ҳисобланади). Бу босқич юқори харажатлар билан, сотиш ҳажмини суғ ўсиши ва бошланғич талабни рағбатлантириш учун реклама фирмаларини ўтказиш билан тавсифланади. Айнан турмаҳсулотни ҳаётий циклини шу даврида муваффақиятсизликларни юқори фоизи кузатилади, товар ёки

хизматларни бозорга чиқариш бўйича катта харажатлар қилинганлиги сабабли бу босқичда фойда ҳозирча кутилмайди.



1-Расм. Маҳсулотнинг хаёт цикли

Ўсиш босқичи. Бу даврда янгилик (агар у бозорда юқори талабга эга бўлса) бозор манфаатларини қондиради, бу эса сотишни ўсишида ва фойдада ўз аксини топади. Фойдани ўсиши рақобатчилар учун бозорни жозибатор қилиб қўйиши мумкин. Сотини рағбатлантиришга фирма харажатлари юқорилигича қолади. Лекин, бу ерда (мақсадга йўналтирилган танлов мотивациясига) мазкур товарни истеъмолчилар томонидан ҳарид қилиниши мотивациясига эмас, балки мақсадга йўналтирилган танлов мотивациясига урғу берилади. Ўсиш босқичида товар ёки хизматларни сотишни чакана сотиш нуқталари миқдори одатда ортади. Бу даврда рақобатчилар учун бозор жозибатор бўлиб, ҳаракат доирасининг самараси туфайли товар ва хизматларга нарх тушиши мумкин. Етуклик босқичи. Етилган маҳсулот – бу товар ёки хизматларни бозорда мустаҳкам ўрнашиб олишидир. Унинг ўсиш суръатлари ортиб бориши мумкин, лекин жуда суёт даражада. Сўнг улар секин-аста тенглашиб боради, маҳсулотни хаётий циклини бу босқичида товар ёки хизматларни сотувчи кўпгина чакана нуқталар жуда рақобатбардош ҳисобланади. Фирма бозордаги ўз улушини сақлаб қолиш усулларини излаб топишга уринади. Чанғи курортлари етилган маҳсулот учун янада мос келувчи мисол бўлади. Бир неча йиллар давомида ортиб борувчи ўсиши суръатида сотиш ҳажмининг ўсиши секин-аста пасайиб боради, курортлар бозордаги ўз улушини ва таклиф диверсификациясини сақлаб қолишига уринадилар.

Тўйиниш босқичи. Бу босқичда сотиш ҳажми маҳсулот ва хизмат бозорига максимал даражада ёриб кириб, ўзининг энг юқори даражасига эришади. Янги технологиялардан фойдаланиб оммавий ишлаб чиқариш нарх даражасини пасайтиришга ва ҳар бир киши учун маҳсулотни янада очик қилишга имконият яратади. **Пасайиш босқичи.** Кўпгина турмаҳсулотлар бир неча йиллар давомида тўйиниш босқичида қолади. Лекин улардан аксарияти вақт давомида эскиради ва эскиларини алмаштириш учун бозорга янги маҳсулотлар чиқа бошлади. Тушиб кетиш босқичида маҳсулотга бўлган талаб қисқаради, реклама харажатлари

туширилади. Талаб ва фойдани тушиб кетишига қараб рақобатга дош беролмаган фирмалар бозордан сиқиб чиқарилади.

Бозорда фақатгина ўз улушини жуда қийинчалик билан сақлаб қолувчи бир неча рақобатбардош фирмаларгина қолади. Масалан, Испания бўйича баъзи Россия туристик фирмалари таклифи жуда кенгдир: бу – Испания курортларида Россия туристларининг оммавий дам олиши, уларнинг сони йил сайин ортиб бормоқда; бошқа давлатларга кириб ўтишни ўз ичига олувчи турли-туман экскурсион (саёхатли) турлар; дам олиш ва танишув туризмларини ўзида бириктирувчи комбинацияланган турлар. Таклифлар вақт бўйича (ёзда ва боҳорда Испаниядаги турлар, мавсумий бўлмаган ва мавсумлар оралиғида–Таиландга турлар) турли даражадаги даромадлардаги харидорларнинг кенг оммасига мўлжалланган.

Туристлик маҳсулот исталган бошқа маҳсулот каби ўз ҳаётий циклини босиб ўтиши зарур. Эртами ёки кечми ҳар бир маҳсулот ўсиш, етилиш ва стагнация босқичларидан ўтиш керак. Узоқ муддатли фойда туристик фирма тақдим этаётган маҳсулотнинг ҳаётий циклини яхшилаш туфайли оширилиши мумкин.

Ҳозирги вақтда туризм амалиёти маркетинги муносабатлари куйидаги умумий қоидаларни ҳисобга олган ҳолда амалга оширилади: бозордаги шароитлар олдиндан кўрилиши мумкин ҳамда қайта йўналтирилиши ва ҳатто туристик маҳсулотни узоқни кўриб режалаштириш ҳар бир тафсилот йўллари яратишдан иборатдир. Кўплар учун туристик маҳсулотни бошқариш тизими каттагина афзалликларни таъминлагандек туюлади. Бундай ёндашув баъзи туроператорлар учунгина реал ҳисобланади. Бошқалари учун эса бозорни янги маҳсулотлар билан таъминлаш учун имкониятлардан туристик менежмент фойдалана олмаганлиги сабабли муваффақиятсизликка учрайди. Ҳаётий циклининг барча даври мобайнида маҳсулотга харажатлар ва фойда нисбатини аниқлаш ҳаётий циклини ўзининг натижасидан ташкил топади, яъни маҳсулот фойда келтирадиган даврда бундай маълумотга эга бўлиб, бозор ўз имкониятларини икки маротабага оширади:

- ҳар бир алоҳида маршрут ва турнинг ҳаётий цикли устидан назоратни ўрнатиш ва ўзгариш шакллари юз беради;
- фойдалилик даври ортади, унинг ҳаётий циклининг барча фазаларида (туғилиши-шаклланиши-нархни ҳисоблаш-жорий-натижа ва фойда) ҳар бир турни кўллаб-қувватлаш кучаяди.

Тажрибалар шуни кўрсатдики, ҳар бир алоҳида маҳсулотнинг сўнгги босқичидан ташқари барча босқичларида ҳаётий циклини давомийлиги ва шакллари ўзгариш жараёни бозорни тартибга солиш учун имкониятлар яратади. Масалан: турмаҳсулотни тақдим этиш даврида бозор харажатларини ошириш ҳисобидан қисартирилиши ва янада тезроқ тармоқли тақсимотни таъминлайди. Навбатдаги фазада ўсиш тезлашиши мумкин, сотиш ва фойда эса рекламадан фойдаланиш, қўшимга бозорлар хизматлар руйхатини кенгайтириш ёки сотишни кўпайтириш, қисқаси, янада самарали режалаш-тирилган ва амалга оширилган бозор стратегияси ҳисобидан янада юқори даражага сакраб ўтиши мумкин.

СОВРЕМЕННОЕ ПОЛОЖЕНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА НА РЫНКЕ УСЛУГ

Умиров Ж. преподаватель Бух ГУ Кафедры
«Туризм и гостиничное хозяйство»

В истории развития туризма первые предприятия индустрии гостеприимства появились в Греции и в Риме. С развитием торговли и связанных с ней разъездов стало совершенно необходимо организовать для путешествующих не только пищу, но и ночлег. Поскольку передвижение по стране было медленным, а путешествие долгим и трудным, и таверн на всех не хватало, многим путникам приходилось уповать на гостеприимство в частных домах. Первой гостиницей, открытой в США, была CityHotel с 70-тью номерами на Бродвее в Нью-Йорке. Это знаменательное событие произошло в 1794г. Первым настоящим отелем – с коридорными, регистратурой, с замками на дверях номеров и даже с бесплатным мылом для гостей – был TremontHouse на 70 номеров, открытый в Бостоне в 1829г. В США большинство гостиниц были настоящими архитектурными шедеврами – с просторным вестибюлем, с бальным залом, с чудесами сантехники, а в некоторых случаях и с такими неслыханными в Европе того времени удобствами, как лифт, первый из которых был смонтирован в нью-йоркском отеле на Пятой Авеню в 1859г. Первым отелем с электрическим освещением был HotelEverett тоже в Нью-Йорке {2}.

Индустрия гостеприимства на рубеже XIX - XX вв. становится важной отраслью экономики многих стран. Строительства гостиниц, подготовки персонала, ценообразования решали бизнес-союзов, акционерных обществ, корпораций. В начале XX века, среди других разных Лондонский синдикат владельцев гостиниц, французский Союз владельцев гостиниц. В 1906 г. возникает Международный союз владельцев гостиниц, объединивший владельцев 1700 средств размещения в разных странах.

В начале 1980-е гг. ознаменовались дальнейшей дифференциацией и сегментацией рынка гостиничных услуг, появлением более широкого выбора типов предприятий размещения. Многие предприятия попутно стали развивать другие виды деятельности: игорный бизнес, промышленное приготовление пищи, рекламную деятельность. В принципах рациональности также произошли изменения, нашедшие свое отражение в строительстве гостиниц вблизи аэропортов. В настоящее время в мире выделяют корпоративных компаний, компаний по управлению отелями и компания, объединяющая независимую компанию.

В настоящее время в процессе расширения американские гостиничные сети за рубежом продолжается, хотя и не так стремительно. В начале 1990-х гг. развитие гостиничной индустрии в мире заметно замедлился. Причины этого явления лежат в серьезный экономический спад, затронувший почти все развитые страны мира. В настоящее время теоретиками гостиничного бизнеса серьезная работа, направленная на поиск эффективных путей выхода из экономического спада. Следует предположить, что выход будет найден в одной из новых концепций гостиничных услуг, что вынудит отстающих, подтянув пояса, вновь стремиться в погоню за лидерами.

Гостиничное дело продолжает неизменно развиваться и приобретать новые формы своей деятельности, важнейшим содержанием которой является

предоставление места временного проживания и удовлетворение потребностей людей как с точки зрения удобства оборудования, высокого качества предоставляемых продуктов питания, так и предупредительного гостеприимства и вежливости высококвалифицированного обслуживающего персонала {3}.

Само понятие гостиница было упомянуто еще в Библейской Энциклопедии. И определялось как место или здание, нарочито назначенное для успокоения и отдохновения путешественников. Ныне гостиница – это коллективное средство размещения, состоящее из определенного количества номеров, имеющее единое руководство, представляющее набор услуг и сгруппированное в классы и категории в соответствии с предоставляемыми услугами и оборудованием номеров. {4} Гостиницы обладают следующими признаками:

- состоят из номеров, число которых превышает определенный минимум, имеют единое руководство;
- сгруппированы в классы и категории в соответствии с предоставляемыми услугами, имеющимся оборудованием и стандартами страны;
- представляют разнообразные гостиничные услуги, перечень которых не ограничивается ежедневной заправкой постелей, уборкой номера и санузла;
- ориентированы на свой сегмент потребителей;
- не входят в категорию специализированных заведений;
- могут быть независимыми или входить в специализированные объединения.

Все средства размещения классифицированы по отдельным группам. Группа «Гостиницы и аналогичные предприятия» включают гостиницы, гостиницы квартирного типа, мотели, придорожные и пляжные гостиницы, клубы с проживанием, пансионаты, меблированные комнаты, туристские общежития. Группа «Специализированных предприятий» состоит из санаториев, лагерей труда и отдыха, размещения в коллективных средствах транспорта, а также конгресс - центрах. Группа «Прочие коллективные средства размещения» включают комплексы домов и бунгало, организованные в качестве жилища, предназначенного для отдыха, огороженные площадки для палаток, автоприцепов, домов на колесах, бухты для малых судов, а также молодежные общежития.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. Кабушкин, Н.И. Менеджмент гостиниц и ресторанов: учебник – 4-е изд., стер.– Мн.: Новое знание, 2009. – 368 с.
2. Артемова, Е.Н. Основы гостеприимства и туризма: учебное пособие/ 3. Е.Н.Артёмова, В.А. Козлова. – Орёл: ОрёлГТУ, 2005. – 104 с.
4. Лайко, М.Ю. Мировая индустрия гостеприимства// М.: Академия, 2008.

ТУРИЗМНИ ШАКЛЛАНИШ ХУСУСИЯТЛАРИ

Тажибаев М.Б. БухДУ

Мамлакатимиз Президенти Ш.Мирзиёевнинг 2017 йил 16 августдаги «2018-2019 йилларда туризм соҳасини ривожлантириш бўйича биринчи навбатдаги чора-тадбирлар тўғрисида»ги қарори мазкур соҳада дастурий лойиҳаларни амалга ошириш имконини беради. Қайд этилган вазифалар кенг қўламли бўлиб, туризм салоҳиятига эришиш республикамизнинг ижтимоий-иқтисодий, молиявий имкониятларини янги поғонага чиқаришда муҳим роль ўйнайди. Туризм ривожланиши молиявий жараёнлар фаоллашишига ўзига хос тарзда ижобий таъсир кўрсатади. Ўзбекистон Республикаси туризм индустрияси

жадал ривожланиши учун қисқа муддатда энг қулай шарт-шароит, иқтисодий, маъмурий ва ҳуқуқий муҳит яратиш, жумладан, соҳада хусусий секторнинг устувор иштирокини таъминлаш, унинг рақобатбардошлиги ва кўрсатилаётган хизматлар сифатини янада ошириш, ҳудудларнинг иқтисодий салоҳияти ва даромадлар и базасини кенгайтириш, янги иш ўринлари ташкил этиш, миллий туризм маҳсулотларини жаҳон бозорида фаол ва комплекс илгари суришга интиломда.

Юртимизга хорижий ва маҳаллий сайёҳларни жалб қилиш ва ички туризмни ривожлантириш учун барча шарт-шароитларни яратиш, мавжуд имкониятларни кенгайтиришга долзарб вазифаларидан бири сифатида қаралмоқда. Сармоядор давлатга ташриф буюришдан олдин сайёҳлар оқими ва турли манбаларга асосланиб қарор қилади. Туристларни муайян мамлакатдаги ижтимоий-иқтисодий вазиятга ҳолисона баҳо берувчи барометрлар, дейиш мумкин. Зеро, халқаро туризм самарадорлигини оширишда тинчлик, хавфсизлик, ижтимоий-иқтисодий ва сиёсий барқарорлик муҳим ўрин эгалайди. Натижада сайёҳлик инфратузилмаси мустаҳкамланиб, соҳада малакали кадрлар тайёрлаш, сайёҳлик маркетинги, менежменти сифати ўзгаришига ҳамда халқаро туризм, меҳмонхона бошқаруви, хизмат кўрсатиш савияси ортишига эришилмоқда. Ташқи ва ички инвестициялар жалб этилаётгани соҳадаги йирик лойиҳалар муваффақиятида муҳим омил бўлади. Туризмдан тушаётган валюта мамлакат иқтисодиёти юксалишига хизмат қилмоқда. Минтакаларда иқтисодий ўсиши ҳам ўзига хос имкониятлари аҳамият касб этмоқда. Чунки хорижий валюта тушуми ҳисобига туризм иқтисодиётнинг бошқа тармоқлари ривожланишига ўзига хос ижобий таъсир кўрсатди.

Республикамизга сайёҳларни жалб қилишда, энг аввало, ички имкониятимизга ҳолисона баҳо бериш ҳамда мавжуд салоҳият айнан қандай омилларга боғлиқ эканини ҳар томонлама ўрганиш зарур. Ҳеч шубҳасиз, юртимизда сайёҳлар эътиборига ҳавола этадиган, ҳали тўла-тўқис ўрганилмаган жуда катта захиралар мавжуд. Улардан бугунги тезкор тараққиёт даврида фойдаланмаслик ёки ушбу қувватларни ишга солмасликни ҳеч нарса билан оқлаб бўлмайди. Ўзбекистон – ер юзидаги жаннат деймиз, аммо изоҳлашни ўрнига қўйишда, таърифни асослашда катта меҳнат ва ижодий изланиш талаб қилинишини унутиб қўямиз. Яхши хабаримиз бор, ҳар бир ҳудуднинг бу борадаги карталари ишлаб чиқилиб, йўналишлар белгилаб олинган. Лекин бераётган таклифимизга ҳақиқий қизиқиш уйғотиш, ишонтириш, талабни орттириш шунчаки оддий иш эмас. Демак, ҳали кўп тер тўқишга, жиддий мулоҳаза юритиб, амалий жиҳатдан асослаш лозим.

Айниқса, ўтган 2016-2017 йилларда Қашқадарё вилоятида туризм соҳасини ривожлантириш дастури бўйича жами 95 та лойиҳадан 58 таси амалга оширилди. Шундан Қарши, Муборак, Нишон туманларида биттадан, Косон туманида иккита, Дехқонобод ва Китоб туманларида учтадан, Қарши шаҳрида 15 та, Шахрисабз туманида 12 та лойиҳа ишга туширилди. Меъморий обидаларни таъмирлаш ва ободонлаштириш ишлари қамрови ҳам кенгайди. Мамлакатимиздаги Туризмни ривожлантириш давлат қўмитаси туризм соҳасидаги ваколатли давлат органи сифатида қуйидаги амалий тадбирларни амалга оширмоқда:

- туризм соҳасида ягона давлат сиёсатини олиб бормоқда;
- туризм соҳасидаги давлат дастурларини ва бошқа дастурларни ишлаб чиқиш ҳамда амалга оширишда иштирок этмоқда;

- туризм соҳасидаги давлат дастурлари, ҳудудий ва бошқа дастурлар ишлаб чиқилишини мувофиқлаштиради ҳамда уларнинг амалга оширилишини мониторинг қилмоқда;
- туризм соҳасида виза режимини такомиллаштириш ва соддалаштиришга доир таклифлар ишлаб чиқмоқда;
- туризмнинг ривожлантирилишини мувофиқлаштиради, янги туристик йўналишлар ташкил этилишини таъминлайди, уларни паспортлаштиришдан ўтказмоқда;
- Туризм соҳасидаги ягона реестрларни юритиш тартибини белгилайди;
- туристик фаолиятни лицензиялашни, туризм соҳасидаги хизматларни сертификатлаштиришни, туристик хизматлар белгиланган талаблар ва стандартларга мувофиқлиги устидан назоратни амалга оширмоқда.

Бу борада ички салоҳиятимизни намоён этиш – тарихий обидалар, улуғларимиз кадамжоларини обод қилиш, табиий ландшафт, моддий-маданий ва меъморлик намуналарини дунё андозалари даражасига етказиш, турфирмалар фаолиятини, меҳмонхона ҳамда бошқа коммуникация тармоқларини, транспорт инфратузилмаларини, умумий овқатланиш ва кўнгилочар объектлар имкониятларини ошириш, даволаш ва спорт йўналишларини фаоллаштириш яхши самара беради. Шу билан бирга, республикамиз ҳудудларидаги мавжуд ресурсларни ҳар тарафлама юқори даражада намоён этувчи турдош ташкилотларни бирлашган хўжалик-ташкилий мажмуаларни, яъни туризм кластерлари ишини самарали ташкил этиш лозим.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги фармони.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «2018-2019 йилларда туризм соҳасини ривожлантириш бўйича биринчи навбатдаги чора-тадбирлар тўғрисида»ги қарори. Тошкент шаҳри, 2017 йил 16 август.
3. Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги қонуни. -Т;. 2019 й.

ИННОВАЦИЯЛАРНИНГ ЖАМИЯТ РИВОЖЛАНИШИГА ТАЪСИРИ

Нарзуллаева Г.С. БухДУ

Бозор иқтисодиёти шароитида корхоналарнинг рақобатбардошлиги уларнинг инновацион ривожланиш даражасига боғлиқ. Ўзбекистонда иқтисодиётини инновацион ривожлантириш мақсадларида амалга оширилаётган стратегиялар натижалари бозор субъектлари фаолиятини сезиларли даражада ўзгартиришни, уларни бозор талабларига мослаштириш вазифасини белгилаб бермоқда. Мамлакатимизда ҳам иқтисодиёт рақобатбардошлигини оширишнинг муҳим омили бўлган инновацияларга устувор йўналиш сифатида эътибор қаралмоқда. Ўзбекистон Республикасини 2017-2021 йилларда ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегиясида “принципиал жиҳатдан янги маҳсулот ва технология турларини ўзлаштириш, шу асосда ички ва ташқи бозорларда миллий товарларнинг рақобатбардошлигини таъминлаш” муҳим эканлиги ифодаланган. {1}

Бугунги кунда инновацияларнинг аҳамияти кундан кунга ошиб бормоқда. Бунинг асосий сабаби инновацияларнинг бозор шароитларида кучли рақобат қуроли эканлигидир, чунки инновациялар таннархнинг пасайиши, фойданинг

Ўсиши, янги эҳтиёжларнинг яратилиши, қўшимча пул оқими, янги маҳсулот ишлаб чиқарувчи имиджининг ривожланиши, янги бозорларни, шу жумладан ташқи бозорларни очиш ва эгаллашга имкон беради. Инсоният тарихиди инновацион эвристик назарияни XVI-XVII асрларда Г.Галилей ва Ф.Бэкон ривожлантирдилар. Кашфиётчилик ва ихтирочилик маҳсулоти – инновацияларни яратишнинг мантиқий жиҳатларини тавсифлаган олимлардан бири – Германияда Фанлар Академиясининг асосчиларидан бири Готфрид Вильгельм Лейбниц эди (1646-1716 йй). У мақсадга эришишнинг йўли сифатида барча тушунчаларни баъзи элементар ячейкаларга бўлиш ва кейинчалик уларни комбинациялашни таклиф этди: кам бирликларни комбинациялаш натижасида ҳисобсиз сонга эришиш мумкин.

Христиан Вольф (1679-1754 йй) инновацион эвристика ғояларининг ривожланишига катта ҳисса қўшди, у бир қатор ихтирочилик санъати қоидаларини ишлаб чиқди. Чех математиги ва файласуфи Бернард Больцано (1781-1848 йй). «Фан таълимоти» деган асарида «Ихтирочилик санъати» деган бўлимни яратиб, унда турли хил усуллар ва эвристик қоидаларни ишлаб чиқди. XX аср бошида Россияда эвристика назарияси билан инженер-патентшунос П.К.Энгельмейер шуғулланди. {2}

Ер юзида фан-техниканинг ривожланиши, XX асрда физика, химия, биология, ҳисоблаш техникаси, системалар назарияси, маркетинг, информатика, психология ва бошқа фанларнинг ривожланиши ихтирочиликда инқилобий ўзгаришларга олиб келди. Ихтирочилик XX асрда методик жиҳатдан янги босқичга кўтарилди. Ўтган асрнинг 80-йиллар ютуғи сифатида руҳият тадқиқотларига асосланган ихтирочиликнинг усулларини айтиш мумкин: ихтирочилик автоматик хатлар усули, ихтирочилик кабинети усули, ихтирочилик интеллектини бошқариш усули, тасаввурни кучайтириш усули, интеллектуал майдон усули, ихтирочилик кубини усули, мантралар усули. Бу усулларга ихтирочилик вазифаларини ечишда системали ёндашув усули, тасодифлар ва ассоциациялар кетма-кетликлари усули, ғоялар конференцияси усули, праксеологик таҳлил, тупик ситуацияларни йўқотиш, «Метра» интеграл усулини киритиш мумкин. Иқтисодиётини ривожлантириш, инновацион ғояларни ишлаб чиқаришга жорий этиш, корхоналарда ва тармоқларда резервларни қидириш ҳар бир иш ўрнида ижодий фикрлашни талаб этади. Ихтироларни ишлаб чиқариш усуллари давр ўтган сайин ривожланмоқда. Ихтирочилар ва ижод жараёнини таҳлил этувчи олимлар томонидан янгидан-янги усуллар таклиф этилмоқда. Ушбу жараённинг асосий йўналишлари қуйидагилардан иборат:

- функционал ёндашувнинг ишлатилиши;
- ижодий жараёнларни компьютерлаштириш;
- ихтирочилик вазифаларини ечишни стандартлаш;
- ижодий фаолият технологияларини яратиш;
- ихтирочиликнинг экспресс-методларини ишлаб чиқиш.

Ўзбекистонда туризм соҳасидаги давлат сиёсатининг асосий йўналишлари қуйидагилардан иборат:

- мазкур соҳани мамлакат иқтисодиётининг стратегик тармоғи сифатида ривожлантириш;
- саёҳатларни амалга ошириш чоғида фуқароларнинг дам олиш, эркин ҳаракатланишга бўлган ҳуқуқларини ва бошқа ҳуқуқларини таъминлаш;
- туризм соҳасига инвестицияларни жалб қилиш ва инвестициялар киритиш учун қулай шарт-шароитлар яратиш;

- мазкур соҳада давлат-хусусий шерикликни ривожлантириш;
- тадбиркорлик субъектлари учун туристик хизматлар бозорида тенг имкониятлар яратиш ва бошқалар. {3}

Мамлакатимизда амалга оширилаётган том маънодаги ислохот ва ўзгаришлар шу жумладан илмий техник сиёсат каби муҳим фаолият соҳасига ҳам ўз таъсирини ўтказмоқда. Фан ва техника ютуқларидан самарали фойдаланиш масалалари бозор ислохотларини амалга ошириш жараёнида алоҳида долзарблик касб этади.

Адабиётлар:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги фармони. 2017 йил 7 февраль.
2. Бухалков М. И. Внутрифирменное планирование: Учеб. Пособие для вузов. – М.: Инфа-М, 2009.
4. Горемыкин В.А. Планирование на предприятии: учеб. пособие / В.А. Горемыкин. – М.: Юрайт, 2012. – 704 с.
3. Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги қонуни. -Т;2019. й.

ОСНОВНЫЕ ЗАДАЧИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ УЗБЕКИСТАНА

Мухамеджанова М.Б. БухДУ

В нашей стране туризм является приоритетным направлением в развитии экономики, задачами которого являются улучшение качества обслуживания, обеспечение правовой защиты, развитие непроизводственных секторов в экономике. Сегодня в Республики Узбекистан сфера туризма развивается быстрыми темпами, можно сказать, что наши редкостные объекты природы и исторические памятники до сих пор удивляют весь мир и привлекают внимание туристов.

На сегодняшний день, основными задачами сферы туризма в Узбекистане является развитие рыночных отношений, внедрение современных методов регулирования данных отношений, проведение социально психологической диагностики, уменьшение вероятности возникновения конфликтных ситуаций, повышение профессионального уровня специалистов социально культурного сервиса и туризма, постоянное проведение маркетинговых исследований и др. Помимо социальных проблем в данной отрасли экономики в последнее время наблюдается обострение проблемы связанной с политической и экономической нестабильностью. Перечисленные выше проблемы значительно тормозят развитие туризма и как следствие способствуют массовому оттоку дохода. По причине глобализации туриндустрия является наиболее приоритетной в сфере услуг. Путешествие стало важным элементом образа жизни современного человека. Сфера туризма является наиболее активно развивающейся, но проблема кадрового обеспечения является довольно острой. Несмотря на то, что кадры для туристической индустрии готовят большое количество специальных образовательных учреждений и высших учебных заведений, на рынке туристских вакансий существует дефицит квалифицированного персонала.

Сегодня нет спроса на специалистов широкого профиля. Необходимы конкретные знания, умения и навыки. Начинает признаваться необходимость специализированного образования по западному образцу. Кроме того, необходимо выработать единые стандарты и требования по подготовке специалистов по

конкретным туристским направлениям, обеспечить процесс обучения высококвалифицированными специалистами-практиками, уделить большое значение получению практических навыков в процессе учебы. Учебные программы необходимо максимально приблизить к потребностям работодателей, необходимо развивать у студентов мобильность, эрудированность, коммуникабельность, умение продавать любой туристский продукт.

Туристские компании вынуждены своими силами заниматься повышением квалификации своих сотрудников. По этому существуют проблемы статистики сферы туризма. Известно, что согласно статистике, приведённой Комитетом по развитию туризма, количество иностранных граждан, посетивших Узбекистан в 2018 году составило 5,35 млн. человек. Из них 4,6 млн. человек – граждане стран Центральной Азии, 406 тыс. человек – из стран СНГ и 326,5 тыс. человек – из дальнего зарубежья. Также увеличались показатели по внутреннему туризму – за год поездки по Узбекистану совершили 15,4 млн. узбекистанцев. Выросло число туроператоров: на 1 января 2019 года зарегистрировано 983 туроператора. Возникает вопрос: „А где все они жили?“ Если взять количество гостиничных номеров в республике, включая пансионаты, санатории, детские лагеря, то Узбекистан в день может принять 50 тысяч человек. Поделим 5, 3 миллиона на количество дней в году и выясним, что мы физически не могли принять столько туристов. Это не значит, что шел неправильный учет, это скорее неправильное понимание данных. Из 5,9 миллиона прибывших 4 миллион — это этнический трафик, в который входит гостевой туризм, а для нас это неклассические туристы. В целом для республики, конечно, это туристы, которые тратят деньги, но здесь сообщество собралось, чтобы обсудить именно два направления отрасли — экскурсионный и деловой туризм, по которым в страну прибыло лишь 350 тысяч человек». Следует учитывать, что, по мнению ряда экспертов, на этот показатель влияет отсутствие в республике методологии учета всех туристских расходов и совокупного дохода, получаемых различными предприятиями туристской индустрии, так и косвенных поставщиков туристских услуг.

Широко распространяются семинары для персонала в сфере туризма. Тематика таких семинаров многочисленна: от изучения отельной базы и экскурсионных возможностей отдельных направлений до методики работы с системой бронирования оператора. Туроператоры различных компаний регулярно организуют ознакомительные туры и выездные мастер-классы. И все же проблема повышения квалификации стоит довольно остро. Возвращаясь к выявленной проблеме несоответствия профиля образования профилю деятельности, полагаем необходимым внедрить в систему управления персоналом организации сервиса и туризма специальную программу повышения квалификации и обучения. Наиболее распространенная форма повышения квалификации – это обучение на рабочем месте. Деятельность в сфере социально-культурного сервиса и туризма в немалой степени зависит не только от уровня образования, но и от опыта и приобретенных навыков.

Исходя из этого, необходимо, что бы любая организация туризма и гостеприимства имела специальную программу развития персонала. Существуют три причины, влияющие на недостаточную квалификацию персонала организаций туризма и сервиса. Первая причина – несоответствие профиля образования и профиля деятельности. Вторая причина – отсутствие программ повышения квалификации сотрудников предприятий сферы туризма. Туроператору невыгодно

заключать с перевозчиками договоры в пользу туриста, проще приобрести билеты для туристов и включить в договор с туристом условие о том, что туроператор не несет ответственности в случае переноса или задержки рейса авиакомпанией. Это приводит к огромному количеству жалоб, связанных с неисполнением или некачественным исполнением услуг по перевозке. Такие жалобы туристские организации отказываются удовлетворять, отсылая пассажиров-туристов к соответствующим исполнителям услуг — то есть к компаниям-перевозчикам. Следовательно, необходимы глубокие маркетинговые исследования рынка туристских услуг, активизирование государственной некоммерческой рекламы туристских возможностей республики на основных зарубежных туристских рынках, а также комплексной рекламной-информационной программы по созданию привлекательного туристского имиджа страны, создание единого национального бренда и логотипа туристского продукта Узбекистана. Необходимо развивать инфраструктуру туризма и сопутствующей инфраструктуры во всех регионах республики, с учетом потребностей и запросов туристов.

В этом направлении имеются многочисленные льготы и преференции. Например, предусматривается частичное финансирование за счет средств Государственного бюджета при использовании известных и престижных мировых гостиничных брендов (согласно рейтингам топ-50 гостиничных брендов) в течение трех лет с момента вступления в силу контракта о франчайзинге. Также если гостиницы с номерным фондом не менее 50 номеров для категории 3 звезды и не менее 100 номеров для категории 4 звезды сдаются в эксплуатацию, то после подтверждения категории гостиницы, часть затрат инвесторов на строительство и оснащение новой гостиницы компенсируется за счет средств Государственного бюджета до 1 января 2022 года. Так, 40 млн сумов за каждый номер в гостиницах с категорией 3 звезды и 65 млн сумов за каждый номер в гостиницах с категорией 4 звезды. Помимо этого, ГК "Узбектуризм", необходимо развивать нормативно-правовую базу, регулирующую туристскую деятельность, совершенствовать механизм привлечения внутренних и внешних инвестиций для развития туризма, повышать эффективность подготовки туристских кадров. Необходимо акцентировать внимание на международную составляющую туризма разработать комплекс мер по соответствию туристической инфраструктуры всем международным требованиям в области туризма.

Литература:

1. Дурович А.П. «Маркетинг в туризме» 2004г.
2. Дехтярь Г.М. «Лицензирование и сертификация в туризме». 2003г.
3. Информационная – правовая система NORMA.

AHOLINING TURISTIK BILIMLARINI OSHIRISHNING AHMIYATI VA YO'LLARI

SamISI PhD, Norkulova D.Z.
SamISI magistri Xushvaqto'v D.
SamISI talabasi Qilichova O.Z.

Annotatsiya: Ushbu maqolada turizmning rivojlanishi natejasida aholining turmush tarzi, sohaga oid bilimlarining o'sishi hamda unga ta'sir qiluvchi asosiy omillar haqida statistik va nazariy ma'lumotlar yoritib berilgan. Turizmni rivojlantirishda aholining turistik bilimlarini oshirish borasida xulosa va takliflar keltirib o'tilgan.

Kalit so'zlar: *Turizm, iqtisodiyot, turistik bilimlar, aholi, jahon tajribasi, milliy g'urur, madaniy turizm, etnografik turizm, dimografiya, statistik tahlillar.*

Turizmning rivojlanishida mahalliy aholining bu sohadagi bilim darajasining qay darajada yuqori ekanligi ham eng muhimlardan biri sanaladi. Horizgi kunda turizm jahon iqtisodiyotining yirik va dinamik rivojlanayotgan sohasi bo'lib, jahon yalpi milliy maxsulotining 1/10 qismini tashkil etadi. Jahon investitsiyasining 7 foizi, har o'n oltinchi ish o'rni, iste'mol sarflarining 11 foizi turizm sohasiga to'g'ri keladi. Butunjahon sayyohlik tashkiloti ma'lumotlariga ko'ra 90-yillar boshlarida jahon tovar va xizmatlar savdosining 10 foizdan ortig'ini tashkil etib, neft va avtomobil sanoatidan keyin uchinchi o'ringa chiqib oldi va dunyodagi har sakkizinchi mehnatga layoqatli kishi bu sektorda band. Ma'lumki, turizm sohasi juda ko'p tarmoqlarni o'z ichiga oladi, har bir tarmoq ham alohida rivojlanishga ega bo'lsada asosiy daromad va maqdas aynan turizm sohasiga qaratilgan.

Turizmni rivojlantirish ta'lim darajasining oshishi, xalqaro standartlar va turistlarning didlariga mos keluvchi xizmatlar madaniyatining oshishiga olib keladi. Turizmni barqaror rivojlantirish dasturini amalga oshirish natijasida mikro darajada iqtisodiy samaraga erishiladi. Turizmni rivojlanish darajasi bitta xorijiy turistdan olinadigan tushum, ko'rsatiladigan xizmatlar hajmi, rentabellik kabi bir qator ko'rsatkichlar bilan o'lchanadi. Turizm sohasidan olinadigan moddiy samara foyda va daromad bilan belgilanadi. Turistlarga ularning respublikada bo'lish davrlarida ko'rsatiladigan xizmatlarning qiymati ularning turlarini 29 tadan 100 tagacha ko'paytirish evaziga 3 ming so'mdan 13 ming so'mgacha oshishi mumkin. Su kabi ko'rsatkichklarga ta'sir qiluvchi bir qator omillarni ajratib ko'rsatish mumkin bular quyidagilar:

- iqtisodiy omillar
- ijtimoiy va madaniy omillar
- demografik omillar

Keltirilgan omillardan *ijtimoiy va madaniy* hamda *dimografik* omillarga quyida alohida to'xtalib o'tamiz.

Ijtimoiy va madaniy omillar

O'zbekistonda asosan madaniy turizmni rivojlantirish yuqori ko'rsatkichlarga ega. O'zbekistonda turizmning boshqa turlarini rivojlantirish yaqin orada o'ziga sarflangan mablag'larning qoplashi qiyinroq – madaniy va etnografik turistik maxsulot taklif etilayotgan viloyatlarda erishilayotgan rentabellik ko'rsatkichlari rekreatsion turizm taklif etilayotgan viloyatlardagiga nisbatan yirikroqdir. *Etnografik turizm* -sayyohlarning ma'lum bir etnik guruhlar ma'daniyatining rivojlanishi, shakllanish bosqichlarini, etnogenezi, etnik guruhlarining aynan o'ziga xos jihatlari o'rganish va ular bilan tanishish maqsadida sayohat qilishidir. Madaniy hamda etnografik turizm ixlosmandlari turistik manzillar tarixi (arxeologiya, satsiologiya, antropologiya, o'lkashunoslik), yashash tarzi va kun kechirish muhit shart-sharoitlari, etnogenizi, madaniyatning rivojlanish bosqichlari, milliy hunarmandchilik san'ati kabilarga katta qiziqish bildirishadi. Ularda mahalliy hayot bilan yaqinroq tanishish istagi kuchli bo'lsada, bu tanishish qandaydir noqulaylik, qiyinchilik yoki xavf-xatarni boshdan kechirish orqali amalga oshiriladigan bo'lsa, bunda turistlar o'zlarining bunday maqsadlaridan voz kechib qo'ya qolishadi. O'lkamizga keluvchi madaniy hamda etnografik turizm ixlosmandlarining aksariyatini o'zining bilimi va ma'rifatini oshirishni istovchilar tashkil etishsada, ularning orasida ekoturizm ishtiyoqmandlari, bioekzemplyar yig'uvchilari, turli xil sarguzashtlarga qiziquvchilar ham topilib turadi. Bunday turistlarning ba'zilari o'zlariga o'xshagan boshqa turistlar guruhida sayohat qilishni yoqtirishsa, boshqalari

yakka o'zlari yoki kichikroq guruhlarda afzal ko'rishadi. Turistlarning ba'zilar o'z sayohatlarini o'zlari rejalashtirishlari, ya'ni, qachon qayerga borish, u yerda qancha vaqt to'xtab turish kabilar to'g'risida o'zlari mustaqil qaror qabul qilishadi. Boshqa ba'zi bir turistlar bunda to'laligicha tur tashkilotlariga tayanishadi (ishonishadi).

Xullas, madaniy va etnografik turizm insonlarning o'zga xalqlar madaniyatlari bilan tanishishga, etnogenezi o'rganishga, madaniy rivojlanish bosqichlariga bo'lgan qiziqishlariga asoslanadi va har bir turist o'z ehtiyojlarini belgilangan talablar orqali qondirilishini istaydi.

Demografik omillar

Turizm iqtisodida demografik omillar deganda - bu aholining umumiy tarkibi, yoshi, millati, bilimlar saviyasi, urf-odatlar, madaniy mavqeyi tushuniladi. Turizmda ijtimoiy-demografik guruhlarining asoslari ijtimoiy - madaniy psixologik mezonlar xisoblanadi. Mezonlarning guruhi bo'yicha turizm talablarini o'rganish sayyohning yoshi va jinsini xisobga olgan holda ajratishni nazarda tutadi:

uning oilasini tipi va daromadi (oilaning har bir a'zosiga to'g'ri keladigan daromadni xisobga olgan holda);

sayyohning kasbi uning ijtimoiy maqomi (biznesmenlar, xizmatchilar, badiiy va ilmiy ziyolilar, ijtimoiy kam ta'minlangan oilalar)

sayyohning millati (xususan etnik va qumsash turizmning bozor xususiyatini aniqlash uchun)

uning e'tiqodi siyosiy mafkuraviy, o'z-o'zini aniqlash, tarjimai faktlar va boshqalar;

Jumladan sayyohning yoshi talab segmentining ulushini va u yoki bu yosh guruhlarining turizm xizmatlariga asosiy talablarini (bolalarga, yoshlarga atalgan, o'rtacha yoshlilar) belgilaydi. Masalan, bugungi kunda yoshi belgisi bo'yicha talablar turizm bozorining dolzarb guruhini 35 yoshgacha bo'lgan oilasiz yoshlar tashkil etadiki, ular bilim darajasining yuqoriligi muvaffaqiyatga intilishlari, moddiy jihatdan ta'minlanganliklari, o'zining oila va uy tashvishlari bilan bog'lashni istamasliklari bilan xarakterlanadi. Yevropaning yirik sanoat shaharlarida «yolg'iz»lar guruhi umumiy aholi sonining qariyb 50 foizni tashkil qiladi. Turizmning g'arbiy bozorida faqat shu segment bilan ishlaydigan firmalar mavjud. Jumladan, Germaniyada bu segmentdagi talablar darajasi 6-8 million kishini tashkil etadi, yoki talabning yana bir istiqbolli yosh guruhi «sen'iorlar» (50 yosh va undan katta yoshdagilar)dir. Bu guruh vakillari moddiy jihatdan ta'minlanganlar hayotdan faol huzurlanishga intiladilar va shaxsiy ehtiyojlariga «chiroyli hayot»ga pul sarflashga tayyordirlar.

Turizm oqimlarining statistik tahlili shuni ko'rsatadiki, katta yoshdagi sayohatchilar soni doimiy ravishda o'smoqda va 55 yoshdan o'tgan kishilar xalqaro turizm muhim rol o'ynay boshlaydilar. Sayyohlar bu toifasining asosiy qismi aholisi tez qariydigan AQSH, Kanada, Yaponiya kabi bir qancha mamlakatlarga to'g'ri keladi. Umr ko'rishning o'rtacha darajasi 1985 yildan 1995 yilgacha Yaponiyada 1-2 yilga, yevropa va Amerikada 1 yilga ko'paydi. Odamlar uzoq yashabgina qolmasdan balki qarigan chog'ida ham yuqori jismoniy faolligini saqlab qolmoqdalar. Katta yoshdagi kishilar ancha sog'lom bo'la boshladilar. Bu iqtisodiy jihatdan ta'minlanishda muhim ahamiyatga ega bo'lib, sayohat qilish uchun zaruriy shart-sharoitlarni yaratadi. 55 yoshdan 59 yoshgacha bo'lgan kishilar yiliga o'z mamlakati doirasida 2,4 marta safarga chet ellarga 0,8 marta chiqadilar. Oilaviy tipga bog'liq holda oilaviy turizmni bolalar bilan birga va bolalarsiz yolg'izlar turizmi, ko'p oilali bolalar turizmi va boshqalarga ajratish mumkin. Kasb belgisi bo'yicha talablar guruhining biron muassada yoki iqtisodiyotning muayyan

sohasida ishlaydigan muayyan kasbga egaligi bilan birlashgan anchagina turlarini aniqlash mumkin.[1]

Turizm yosh avlodni sog'lom qilib tarbiyalashdagi ahamiyatini inobatga olgan holda turizmning yoshlarning ruhiyatiga qiladigan muhim ta'sirlarini ham unutmaslik kerak: turizm yoshlarni vatanparvar etib tarbiyalashga o'z hissasini qo'shadi! Ya'ni, o'z o'lkasida sayohat qilgan odam qanday tabiiy va madaniy boyliklarga egalik qilayotganligini bilib oladi; qanday ajoyibotlarga egalik qilayotganini bilgan inson o'zining qo'lga kiritgan me'rosidan g'ururlana boshlaydi; Milliy boyligidan g'ururlanayotgan odam o'z yurtini seva boshlaydi. Shu sababli qadimgi sharq mutafakkirlari insonni dunyoni ko'rishga chaqirishgan, chet ellarga chiqishdan oldin o'z vatanlari ichida safar qilishga undashgan (Masalan, Abduholiq G'ijduvoni shu kabi fikrlarni qoldirib ketgan). Inson yoshligi davridanoq turizmga qiziq boshlaydi. Masalan, O'zbekiston sharoitida ham aksariyat bolalar o'z do'stlari, sinfdoshlari yoki ota-onalari bilan yaqin atroflardagi madaniy yodgorliklar va tabiatning so'lim oromgohlariga sayr-sayohatlar uyushtirib turishadi. Tog'u-toshlar, cho'lu-biyobonlarga chiqiluvchi turistik poxodlar davomida yoshlar dala sharoitlarida chiniqishib, o'zlarining jismoniy holatlarini yaxshilab olishsa, katta yoshdagilar o'zlarining mexnat qobiliyatlarini qayta tiklab olishadi. Zero, turizm doimo chambarchas bog'lab kelingan.

Aholini turistik bilimini va sohadagi ishtirokini yanada oshirish maqsadida ko'proq moliyaviy jihatdan rag'batlantiruvchi vositalarga e'tibor berish maqsadga muvofiq. Bunga misol qilib, yurtimiz bo'ylab jamiki mashhur tarixiy hamda etnografik obyektlarga qadimiylilik darajasi ketma-ketlikda tuzilgan holda (bunda ishtirokchilarning o'zi obyektlarni tanlab, asoslab berishi ko'zda tutilgan) "Turistik obyektlarga sayohat marafoni"ni tashkel etishni keltirib o'tmoqchimiz. Turimizni rivojlantirish negizida aholining ham ijtimoiy, ham iqtisodiy darajasining oshishi yotadi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

- [1] Ташмурадов Т. Агзамов С. Маркетинг международного туризма. Т., ТГЭУ, 1998
- [2] Kamilova F. K. «Xalqaro turizm bozori» G'G'o'quv qo'llanma Toshkent TDIU 2000.
- [3] M.R.Boltaboyev, I.S. Tuxliyev, B.SH.Safarov, S.A. Abduxamidov Turizm: nazariya va amaliyot. Darslik.-T.: "Fan va texnologiya" 2018 398 bet
- [4] <http://www.kompy.info/iqtisodiyot.html?page=4>

O'ZBEKISTONDA TURIZM FAOLIYATI RIVOJLANISH MUAMMOLARI VA ISTIQBOLLARI

**Xamidova Zarina Xakimovna BuxD talabasi,
Ilmiy rahbar: Narzullayeva Gulchehra Salimovna o'qtuvchi**

Hozirgi kunda turizm ko'plab tarmoqlarni o'z ichiga olgan. Bundan tashqari turizmning ko'p tarmoqlari, qishloq xo'jaligi korxonalari, transport vositalari, ishlab chiqaruvchi korxonalar va boshqa tarmoqlar bilan o'zaro aloqada ya'ni birga rivojlanadi. Mamlakatimizda turizm tez sur'atlarda rivojlanib bormoqda. Shunga qaramay, mamlakatimiz turizm bozorida raqobatbardoshlikni oshirish, yangi imkoniyatlarni yaratish bo'yicha qator muammolar mavjud.

O'zbekistonning bir qator shaharlarida jumladan, Buxoro, Samarqand, Xiva, Shahrisabzda saqlanayotgan har bir davrga xos bo'lgan 400 dan ortiq tarixiy-madaniy obidalar, arxeologik yodgorliklar mavjudir. O'zbekistonning turistik salohiyati katta ekanligi bilan birga ularning ayrim turistik joylari o'ta diqqatga sazovordir. Turistlarning ko'rishini mumkin bo'lgan ob'yektlar bo'yicha Xiva shahari birinchi o'rinda turadi. Unda

310ta ob'yekt, ikkinchi o'rinda Buxoro shahri bolib, unda 221 ta ob'yekt, Toshkent shahrida 144ta va Samarqandda 118ta ob'yekt mavjud. Ularning ko'pchiligi YUNESKOning Butunjahon madaniy meroslar ro'yxatiga olingan. Bundan shuni bilish mumkinki, mamlakatimizda yetarlicha turistik imkoniyatlar mavjud va ularni o'rganish, tadbiq etish va eng asosiysi kelajak avlodlarga iloji boricha asl holda yetkazish muhim masalalardan biri hisoblanadi.

Mamlakatimiz nafaqat tarixiy-madaniy obidalar bilan boy balkim O'zbekiston tabiati boy va rang-barang bo'lib, turli hududlarda 200dan ortiq shufobaxsh yetosti mineral suvlari hamda balchiq manbalari aniqlangan. Ushbu yerosti suvlari kimyoviy tarkibi, tabiiy-biologik va boshqa xususiyatlari bo'lib ular asosida fizioterapevtik shifoxonalar, sanatoriy-kurortlar va sog'lomlashtirish muassasalari tashkil etilgan. Masalan: Zomin, Chimyon, Oqtosh, Chortoq, Sitorayi Mohi Xosa va boshqalarni aytib o'tish mumkin. Lekin ularni rivojlantirish, jahon tajribalarini inobatga olgan holda zamon talablariga javob beradigan qilib rekonstruksiya qilishimiz lozimdir. Keladigan mehmonlarga sog'liqlarini tiklashlari uchun qulay shart sharoitlarni yaratib berishimiz, keyinchalik yana bir eng asosiy masalalardan biri bu mehmonlarga xizmat ko'rsatadigan xodimlarni o'qitish va malakalarini oshirishdan iboratdi. Sog'lomlashtirish markazlari nafaqat mamlakatimiz aholisiga xizmat ko'rsatishi balkim chetdan kelgan mehmonlarga xizmat ko'rsatishga tayyor turishini ta'minlashimiz kerakdir. Bu esa mamlakatimizning turizm sohasidagi yana bir yo'nalishning rivojlanishiga va o'sha hududlardagi aholining ish bilan taminlanishiga hissa qo'shadi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev mamlakatimizda turizmni rivojlantirish istiqbollari, sayyohlik obyektlaridan samarali foydalanish, ko'rsatilayotgan xizmat turlari sifatini oshirish, yurtimizga tashrif buyurayotgan sayyohlar oqimini ko'paytirish borasida amalga oshirilayotgan ishlar haqida quyidagilarni aytib o'tganlar. "O'zbekistonda ham sayohat, ham ziyorat uchun qulay mamlakat. Chunki ona zaminimizda butun dunyoga ma'lum va mashhur bo'lgan ajdodlarimiz mangu qonim topgan. Ular qoldirgan boy ma'naviy-madaniy merosga xalqaro maydonda qiziqish juda katta. Sohani yanada rivojlantirish uchun, avvalo zarur infratuzilmani takomillashtirish shart. Birinchi navbatda transport, ikkinchi logistika", deb ta'kidlab o'tganlar. Davlatimiz rahbari Yevropa, Osiyo va boshqa qit'alardan keladigan sayyohlar uchun maxsus dasturlar ishlab chiqish, charter reyslar vat emir yo'llarda qatnovlar sonini ko'paytirish, turizm rivojlangan xorijiy mamlakatlar tajribasini o'rganish, ichki turizmni rivojlantirish, sayyohlik obyektlarini takomillashtirish, xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilash borasida o'z fikr-mulohazalarini bildirdilar. Hurmatli yurtboshimiz so'zlaridan kelib chiqib shuni aytishimiz mumkinki mamlakatimiz turizm industriyasi jadal rivojlanishida xususiy tadbirkorlarning o'rni alohida. Hozir yuzlab tadbirkor va hunarmandlar turizm sohasiga jalb qilingan bo'lib, ular souvenir mahsulotlarini ishlab chiqarish, mehmonxona xo'jaligi, sayyohlarga xizmat ko'rsatish bilan shug'ullanadi. Turizmni rivojlantirishda xorij mamlakatlarida bo'lib o'tadigan sayyohlik ko'rgazma va anjumanlari muhim ahamiyat kasb etadi. Yurtimiz milliy madaniy merosini chet ellerda ommalashtirish, mamlakatimizga xorijiy sayyohlarni ko'p jalb qilish va ichki turizmni rivojlantirish maqsadida mamlakatimiz sayyohlik tashkilotlari Madrid, Riga, Berlin, Parij, Tokio, London, Moskva, Istanbul kabi dunyoning yirik shaharlarida qator ko'rgazmalar tashkil etmoqda yoki xalq ko'rgazmalarda qatnashmoqda. Bu albatta o'z natijasini berib, xorijiy sayyohlarning tobora ko'paymoqda.

Xulosa qilib shuni aytishimiz mumkinki turizm bugunda eng daromadli sohalardan biri sifatida tan olinmoqda. Shu jumladan ko'pchilik davlatlar tomonidan turizmni

rivojlantirish borasida bir qancha dasturlar ishlab chiqilmoqda. Mamlakatimiz iqtisodiy salohiyatini oshirishda turizm sohasi ham katta imkoniyatlarga ega. Asosan xalqaro turizmni rivojlantirish borasida amalga oshirilayotgan ishlar natijasida turizm mamlakatimizda yetakchi sohalardan biriga aylanadi. Turizm sohasining milliy iqtisodiyotimizga ta'sirini quyidagicha; yangi ishchi o'rinlarini tashkil etish, davlatimiz byudjetiga chet el valyuta tushumini ta'minlovchi, aholi farovonligini oshirish, iqtisodiy infrastrukturaning rivojlanishiga ko'maklashish, investitsiyalarni jalb qilishga ko'maklashadi. Lekin shaharlar turizmning tez sur'atlarda rivojlanishiga erishish uchun Respublika bo'yicha faqat Buxoro, Samarqand, Xorazm, Toshkentga e'tiborni kuchaytirmasdan balki boshqa shaharlar bo'yicha ham turizmni rivojlantirishning tegishli dasturnilarni ishlab chiqish va uning ijrosi yuzasidan nazoratni kuchaytirish kerak.

Adabiyotlar:

1. "Turizm infratuzilmasini rivojlantirishning metodologik, uslubiy asoslarini takomillashtirish" mavzusidagi xalqaro ilmiy anjuman ,materiallari, Samarqand 2014.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyevning Turizm industriyasini rivojlantirishga bag'ishlangan yig'ilishdagi nutqlari. 2017 yil 3 oktabr
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi "O'zbekiston respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni. //www.lex.uz

ТУРИСТИК ФИРМА ИЧИДАГИ РЕЖАЛАШТИРИШНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ

Абдиев Алимардон Чоршанбиевич

Қарши ДУ, и.ф.н.

Нормуродов Ғанишер

Қарши ДУ Туризм 3-босқич талабаси

Туризм соҳасидаги тадбиркорлик фаолиятининг муваффақияти кўп жиҳатдан фирма ичидаги режалаштиришнинг сифатига боғлиқ. Туристлик фирмадаги режалаштириш жараёни фирма ишчилари ўртасида туристик маҳсулотни ишлаб чиқиш ва реализатсия қилиш борасидаги муносабатларнинг кенг доирасини қамраб олади. Туристлик фирма ичидаги режалаштиришнинг хусусиятларидан бири шундаки, туристик маҳсулотни яратиш ва реализатсия қилишда кўплаб фаолият турларининг ходимлари мақсадга йўналтирилган ҳолда ўзаро ҳамкорлик қиладилар. Шунинг учун фирманинг режасига киритилаётган ҳатто энг прогрессив ғоялар ва янгиликлар ҳам ёндош соҳалар билан ҳамкорлик қилган ҳолда туристик фаолиятнинг бутун ҳажмини комплекс асослаб бермай туриб, сезиларли натижаларга олиб келмаслиги мумкин.

Режалаштиришнинг ролига етарлича баҳо бермаслик салбий натижаларга олиб келиши мумкин. Туристлик фаолиятнинг барча муҳим кўрсаткичларининг батафсил таҳлил қилиш асосида тадбиркорлик режасини тузиш жараёни тадбиркорлик фаолиятининг заиф томонларини аниқлашга ва ўз ниятларига вақтида ўзгартиришлар киритиш ёки умуман улардан воз кечишга имкон беради.

Фирма ичидаги режалаштиришнинг асосий вазифаларидан бири потенциал ва мавжуд инвесторларнинг режалаштирилаётган тадбирлар амалга оширилишига, режадаги барча таркибий қисмларнинг бир-бири билан боғланганлигига, ижрочиларнинг таркиби ва режани амалга ошириш муддатининг асосланганлигига шубҳасини тарқатиб юборишдан иборат.

Туристтик фирманинг тадбиркорлик режаси доимий амал қилувчи ҳужжат бўлиб, уни амалга ошириш жараёни юзага келган объектив шароитлардан келиб чиқиб унга тузатишлар киритилиш мумкин. Режаларни бажариш муддатлари ярим йил, бир йил, 3-5 йил ва ундан кўпроқни ташкил қилади.

Йиллик режани ойлар бўйича ва чораклар бўйича режалаштириш тавсия қилинади. Туристтик фирманинг юридик мақоми, фаолиятининг хусусияти, хизматлар, меҳнат бозорининг ҳолати, давлат томонидан ёрдам мавжудлиги ва унинг ҳажмидан келиб чиқиб, туристик фирмани режалаштиришнинг стратегик тамойили иқтисодий, фирмага оид ва ижтимоий мақсадларни ўз ичига олиши керак. Режалаштирилаётган натижаларга эришиш учта асосий омиллар билан белгиланади: танланган стратегия, ташкилий тузилма ва унинг фаолият кўрсатишининг усуллари.

Стратегия - мақсадларга эришиш воситаси, энг кўп фойда олиш учун ресурслардан қандай фойдаланиш зарурлиги тамойили. У оператив мақсадлар - ишлаб чиқариш оператсияларини жорий режалаштириш, нархларни шакллантириш, реклама лойиҳаларини, тадқиқот ишларини амалга оширишни ҳам назарда тутди. Стратегия мослашувчанлик элементларини ҳам ўз ичига олиши керак, яъни маҳсулот эскирса, технологиялар ўзгарса, ижтимоий ва ҳуқуқий чеклашлар юзага келса фирма бу ўзгаришларга тезкор ва аниқ акс-таъсир кўрсатиши ва маҳсулотнинг номенклатурасини такомиллаштириш, маҳсулот ўтказиш бозорларини ўзгартириш, хизматларнинг сифатини яхшилаш бўйича чоралар кўриши шарт.

Фирма олдида кўйилган стратегик мақсадларга эришиш бозор, маъмурий ва тезкор муаммоларни ҳал қилишни талаб этади. Бозорга оид муаммолар ишлаб чиқарилиш лозим бўлган маҳсулотлар ва хизматларни, шунингдек бу туристик маҳсулотни сотиш мумкин бўлган бозорлар ва истеъмолчиларни танлашдир. Маъмурий муаммоларга қуйидагиларни киритишади: фирмани ташкил қилиш, раҳбарлар ўртасида ваколатлар ва жавобгарликларни тақсимлаш, ишларнинг ҳажми ва кетма-кетлигини белгилаш, ахборот оқимлари ва ҳисоботларни белгилаш. Тезкор муаммолар ишлаб чиқариш оператсияларини режалаштириш, нархларни шакллантириш, реклама оператсиялари, тадқиқот ишларидир.

Стратегиянинг мослашувчанлиги фирманинг ташкилий тузилишига катта талаблар қўяди. Унга кўра фирманинг тузилишини ўзгараётган ҳолатга қараб мослаштириб бориш керак. Туристтик фирмаларнинг ташкилий тузилиши ишлаб чиқаришнинг тезкор мослашувини таъминлаши керак. Бундай ўзагиршлар талабнинг пасайиб кетиши ёки рақобатчиларнинг ҳаракати туфайли, нархларнинг тушиб кетиши, фирманинг бозордаги улуши камайиб кетиши, янги турдаги қандайдир маҳсулотнинг мисли кўрилмаган муваффақият қозониши кабилар сабабли юзага келиши мумкин.

Туризмдаги стратегик тамойилнинг энг самарали тадбирларида бири ҳужумкор тактика ўтказиш ва ресурсларни тежаш чоралари билан бирга қуйидагиларни амалга ошириш ҳисобланади: фаол маркетинг, янги бозорларни ўрганиш ва ўзлаштириш, туристик маҳсулотларни такомиллаштиришга харажатларни кўпайтириш (уларни замонавийлаштириш ҳисобига), янги истиқболли турлар ва саёҳатларни жорий қилиш ҳисобланади. Бир вақтнинг ўзида фирма раҳбарияти алмаштирилади ва мустаҳкамланиб боради, комплекс таҳлил ва вазиятни баҳолаш амалга оширилади, зарурат туғилса стратегик режага

ўзгартиришлар киритилади. Шу режага мувофиқ янги молиявий, маркетинг, техник ва инвестиция дастурлари ишлаб чиқилади.

Тузатишлар киритилган стратегик режа барча ижрочилар эътиборига этказилади.

Умуман олганда, туризм соҳасини ривожлантиришда бизнес режа лойиҳаларини ташкил этиш ва такомиллаштиришнинг асосини кичик ва хусусий бизнес субъектлари ташкил этади. Жаҳон мамлакатлари ва Ўзбекистонда туризм соҳасини ривожлантиришда кичик ва хусусий корхоналарнинг аҳамияти ва тутган ўрни хусусида олдинги бўлимларда фикр юритилган эди. Ушбу бўлимда мамлакатимиз туризми, шу жумладан, миллий иқтисодиётимизнинг ривожланишида хусусий туристик корхоналарнинг кўрсатаётган таъсири таҳлил қилиниб, бу борада мавжуд муаммоларни аниқлаб беришни маъқул топдик.

Мамлакатимизда кўрсатилаётган туристик хизматлар ўз ичига қуйидаги туристик маҳсулот турларини қамраб олади: треккинг, спелеотуризм, алпинизм, экотуризм, таълим олиш мақсадига йўналтирилган туризм сафари, туяларда саёҳат қилиш, дам олиш курортлари ва санаториялари, сув туризми, тарихий туризм, археологик туризм, ов ва балиқ ови, гербарийлар ва ҳашоратлар йиғиш, орнитология ва фотоовчилик, пикниклар, от туризми, маданий туризм, маҳаллий халқлар ҳаётини ўрганиш, фолк туризми, бизнестуризм ва сувенирлар ишлаб чиқариш. Кўриниб турганидек, мамлакатимизда кўрсатилаётган туристик хизматларнинг тури анча миқдорни ташкил этади. Шунини алоҳида таъкидлаб ўтиш жоизки, туристлар оқимининг йил сайин ортиб бориши натижасида фақатгина “Ўзбектуризм” миллий компаниясининг ва унинг жойлардаги шаҳобчаларини барча туристларга, яъни ҳам ички ва ҳам ташқи туристларга хизмат кўрсатиш имконияти доираси чекланиб қолмоқда. Табиий равишда, бу соҳада ўзига хос рақобатчиларни шакллантиришга кескин эҳтиёж юзага келмоқда. Мамлакатимизда туризм соҳасидаги ушбу эҳтиёжни самарали қондиришнинг бирдан-бир йўли туризм хизматлари кўрсатадиган кичик ва хусусий бизнес субъектларини ривожлантиришда ўз ифодасини топади. Айнан мана шундай тадбиркорлик субъектларини аста-секинлик билан ривожлантириш натижасида биринчидан, мамлакатимиз бўйлаб саёҳат қилаётган туристлар оқими йил сайин ортиб бормоқда. Чунки, уларга хизмат кўрсатиш бўйича хусусий туристик фирмаларнинг ўзаро рақобати натижасида туристлар, айниқса, чет эллик туристлар эҳтиёж сезадиган жаҳон сифат андозаларидан қолишмайдиган туристик хизматлар таклиф этилмоқда. Иккинчидан, кичик ва хусусий бизнес субъектларининг ривожлантирилиши натижасида туристик хизматлар экспортининг салмоғи йил сайин ошиб бормоқда. Бу эса ўз навбатида мамлакатимизда мавжуд туризм имкониятларидан имкон қадар кўпроқ фойдаланиш, шунингдек, янада кўпроқ имкониятларни кашф этиш учун ўзига хос замин яратмоқда.

САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ ПОЕЗДКА В КОНТЕКСТЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ЛОГИСТИКИ

**Таирова М.М. доц. каф. Экономика БухГУ,
Аминова Н. студентка БухГУ**

С быстрым развитием экономики и ростом уровня жизни, путешествия стали необходимым развлечением для людей. Самостоятельный тур, ставший новым событием в туризме, имеет большой объём рынка в будущем. Как одна из

составляющих туризма, самостоятельная поездка обязательно включает в себя еду, проживание, путешествия, посещение, покупку и отдых. Самостоятельная поездка включает в себя дороги, дорожные сооружения, жилье, информацию, туризм и правила дорожного движения и т. д. Тур по самостоятельному вождению - это форма путешествия, возникающая в развитых странах Европы и Соединенных Штатах. Изначально выезд на выходные назывался «Воскресная дорога», позже он превратился в «Драйв» путешествие. В Узбекистане туризм с самостоятельным вождением означает мгновенный опыт для человека, ищущего развлечения в разных местах путем самостоятельного вождения. Он обладает такими характеристиками, как гибкость, опыт и вариативность.

В Узбекистане, с постоянно растущим уровнем жизни людей и спросом на поездки, самодвижущийся туризм быстро развивается в туризме.

В последние годы многие ученые обсуждали концепцию туристической логистики. Сосредоточить внимание на концепции центра удовлетворенности потребителей и материального потока для открытости, предлагает лучшее понимание логистики туризма.

Туристическая логистика имеет тесную связь с туристическими агентствами, торговыми предприятиями, путешествиями транспортные предприятия, предприятия по размещению туристов и т. д., и они влияют друг на друга. Как форма путешествия, самостоятельная поездка, безусловно, включает в себя эти шесть факторов, таких как еда, проживание, путешествия, посещение, покупки и отдых, каждый фактор связан с туристическими предприятиями, что является основой связи между самостоятельным туром и логистикой туризма. Туристическая логистика включает в себя турпоток, соответствующий ему поток товаров, а также инструмент отдыха и сна для туристов в определенной необходимой ситуации, т.е., уход и обслуживание автомобиля и поставка товаров для самостоятельных поездок, трафик для самостоятельных поездок, а также проблема стоимости.

В Узбекистане 66% проезда самостоятельно путешествующих туристов находится в пределах 300 км в одну сторону. 14% проезда самостоятельно путешествующих туристов составляет 300-500 км в оба конца, только 20% самостоятельно путешествующих туристов путешествуют на большие расстояния. Развитие самодвижущихся туров еще не созрело, многие самостоятельные туристы не имеют знания о безопасности путешествий и состоянии дорожного движения, все эти факторы могут вызвать некоторые аварии и пробки на дорогах влияют на качество тура, даже вызывают проблемы с безопасностью.

**ҚИШЛОҚ ЖЎЖАЛИГИ ВА САНОАТ ТАРМОҚЛАРИДА ТУРИЗМ
СОҲАСИДА ТАДБИРКОРЛАРЛАРНИНГ БОШҚАРУВ ҚАРОРЛАРИНИ
РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ АҲАМИЯТИ
Сайёра Хатамовна Рустамова - Тош ДАУ Андижон филиали**

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев 2017 йилнинг 22 декабрь куни Олий Мажлис Сенати ва Қонунчилик палатаси аъзоларига Мурожаатномасида Ўзбекистоннинг Туркия, Хитой ва Жунубий Кореядаги элчилари билан видеомулоқотда бўлиб, Ўзбекистоннинг хорижий мамлакатлардаги элчилари фаолиятини қайта кўриб чиқаётганини, ҳар бир элчи ҳар ҳафта Ўзбекистонга энг камида 10 та сайёҳ жўнатиши, инвестиция киритиш билан

шуғулланиши кераклигини алоҳида таъкидлади. Шу ўринда инвестиция тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг «Инвестиция фаолияти тўғрисида»ги Қонуни (24.12.1998 й қабул қилинган) да ““Инвестиция – қонун ҳужжатларида таъқиқланмаган тадбиркорлик фаолияти ва бошқа фаолият объектларига киритилган моддий ва номоддий неъматлар ҳамда уларга доир ҳуқуқлар, шу жумладан, интеллектуал мулкка бўлган ҳуқуқлар, шунингдек реинвестициялар”” деб кўрсатиб ўтилган. Демак юртимизга кириб келаётган туристлар ўз навбатида уларга кўрсатилаётган хизматларга бевосита моддий хиссасини қўшади.¹

2011 йилни “Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик” йили деб аталиши ва жорий 2018 йилни “Фаол тадбиркорлик, инновацион ҳојлар ва технологияларни қўллаб қувватлаш” йили деб аталиши йил дастурлари орқали қатор лойиҳалар амалга оширилиб иқтисодий-ижтимоий ҳаёт ривожланаётгани фикримиз далилидир. Мамлакатимизда ёш тадбиркорларни қўллаб қувватлаш мақсадида касб-ҳунар коллежи битирувчиларига имтиёзли тарзда кредитлар берилаётгани ёки “Ёшлар иттифоқи” аъзоси бўлган, ўзида бирор бизнесни бошлаш учун ғояси мавжуд бўлган тадбиркорликни бошламоқчи бўлган шахсга Иттифоқ маблағлари томонидан кредит берилмоқда. Ҳусусан 17 август 2017 йил Президентнинг 3225-сонли “Тадбиркорлик фаолиятини ривожлантиришни қўллаб қувватлаш давлат жамғармасини ташкил этиш тўғрисидаги ” қарори ҳам фикримизнинг ёрқин далилидир. Ўзбекистон Миллий банки Ўзбекистон Республикаси Марказий банкининг амалдаги қайта молиялаштириш ставкасида ёш тадбиркорларга ЭКИХ 500 (74,8 миллион) баробаригача имтиёзли кредит беришни бошлади. Ташқи иқтисодий фаолият Миллий банки ҳамда Ўзбекистон ёшлар иттифоқи ўртасида ўзаро ҳамкорлик тўғрисида меморандум имзоланди. Мазкур меморандум доирасида ёшларни тадбиркорлик фаолиятига жалб қилиш, ўз бизнесларини ташкил этишларига кўмаклашиш, ҳамда ёшлар тадбиркорлиги ривожланишини янада рағбатлантириш ва ишбилармонлик муҳитини яхшилаш мақсадида ёшларга банк талаблари асосида имтиёзли кредитлар ажратиш кўзда тутилган. Ушбу имтиёзли кредитлар Ташқи иқтисодий фаолият Миллий банки томонидан энг кам ойлик иш ҳақининг 500 баробари миқдоригача бўлган ҳолда Ўзбекистон Республикаси Марказий банкининг амалдаги қайта молиялаштириш ставкасида ажратилиши белгиланган. 2017 йил 27 октябрь куни дастлабки 11 та ёш тадбиркорларга имтиёзли кредит ажратиш бўйича сертификатлар топширилди.

Ўзбекистон Республикаси президенти Шавкат Мирзиёев 2018 йилда аҳоли бандлигига кўмаклашиш дастурини амалга ошириш чоралари тўғрисидаги қарорини имзолади. 2018 йилда жами 346790 та доимий ишиш ўрни ташкил этилиши режалаштирилган. Ҳусусан иқтисодиёт тармоқларида янги ишлаб чиқариш қувватларини яратиш ва фаолиятини кенгайтириш орқали 168224 иш ўринлари яратилди. Илгари хусусийлаштирилган ташкилотларда инвестиция лойиҳаларини амалга ошириш орқали 19994 та иш ўрни ташкил қилинади. 46.6 мингдан ортиқ киши қишлоқ жойларида арзон уй-жойлар, кўп қаватли уйлар ва муҳандислик инфратузилмасини қуриш орқали ишга жойлаштирилса, ижтимоий инфратузилмани ривожлантириш орқали 10.66 минг киши ишга жойлаштирилиши кўзда тутилган. Тахминан 101.31 минг иш ўрни кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш, ҳунармандчиликни қўллаб қувватлаш ҳисобидан яратилади.

¹ С.Х.Рустамова “Туризм-инвестицияларни жалб этишнинг ўзига хос йўли” “Агроилм” 20128 йил 3-сон

Юқоридаги режалардан кўриниб турибдики режалаштирилган иш ўринларини 29.2 % и кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликка тўғри келаяпти. Бизнинг жаннатмакон ўлкамизда бир чўп ҳам яшнаб кетадиган шароити, иқлими ва олтинга тенг тупроғи мавжуд. Қишлоқ хўжалигини ривожлантириш орқали иқтисодий ривожлантириш мумкинлиги, яъни аҳолининг 9 млн кишидан кўпроқ иқтисодий фаол қишлоқ аҳолисини барча имкониятларини ишга солиш мумкин. Ҳукуматимиз томонидан қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини етиштириш бўйича қатор қонун, қарорлар ва қонуности ҳужжатлари жумладан 15 сентябрь 2017 йил Президентнинг 3281-сонли “2018 йил қишлоқ хўжалиги экинларини оқилона жойлаштириш чора тадбирлари ва қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари етиштиришнинг прогноз ҳажмлари тўғрисида” , 10 октябрь 2017 йил Президентнинг 3318-сонли “Фермер, деҳқон хўжаликлари ва томорқа ер эгалари фаолиятини янада ривожлантириш бўйича ташкилий чора тадбирлар тўғрисида”, 27 ноябрь 2017 йил Президентнинг 3405 - сонли “2018-2019 йилларда ирригацияни ривожлантириш суғориладиган ерларнинг мелеоротив ҳолатини яхшилаш давлат дастури тўғрисида”ги ва бошқа қарорлари соҳага эътиборни кучли қаратилаётганидан дарак беради.

Мамлакатимизда олиб борилаётган қуйидаги омиллар туризмда тадбиркорликни ривожлантириш учун кенг имкониятлар эшигини очмоқда:

- Сиёсий барқарорлик ;
- Ҳуқуқий омилнинг етарли даражада эканлиги;
- Иқтисодий барқарорлик;
- Меҳнат ресурсларининг мавжудлиги.

Юртимизда қишлоқ хўжалиги ва саноатда туризмда тадбиркорлик фаолиятини ривожлантириш учун қуйидаги тадбирларни амалга ошириш таклиф қиламиз:

1. Аввало тадбиркорлар аҳолининг ишончига кириб боришлари даркор. Бунинг учун албатта тадбиркорлардан халқаро сифат стандартлари шартига мувофиқ келувчи товарлар ишлаб чиқариш талаб этилади;
2. Тадбиркорлик этикасини ривожлантириш, минтақанинг чекка жойларида ҳам миждозлар билан самимий муомалада бўлиш кўникмасини шакллантириш;
3. Кадрлар малакасини ошириш орқали жаҳон бозорларида ўз ўрнини топа оладиган маҳсулотлар ишлаб чиқариш;
4. Берилаётган имтиёзларни кичик бизнес билан шуғулланмоқчи бўлган фаол аҳоли кўлами билан мунтазам таништириб бориш. Бу борада Оммавий ахборот воситалар ва ижтимоий институтлар ўрнини ошириш.
5. Ривожланган давлатлар тажрибасидан фойдаланиш. Зеро Япониядек қудратли давлат кичик бизнесни ривожлантириш орқали шу поғоналарга эришган.

Юқоридаги фикр ва таклифларни умулаштирган ҳолда тадбиркорлар учун барча эшиклар очилган мустақил давлатимизда ёшларни хусусан чекка қишлоқларда яшовчи миллий хунармандларимизни юзага чиқариш имкониятлари мавжуд.

O‘ZBEKISTON TURIZMIDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALAR RIVOJI **Jabborova Z. A. Qarshi DU magistranti**

O‘zbekistonda xizmatlar sohasini, xususan, turistik xizmatlar hajmini oshirish borasida keng ko‘lamli islohotlar amalga oshirildi. Chunonchi, turistik xizmatlar sifatini

oshirish maqsadida normativ-huquqiy hujjatlar, standartlar va yangi talablar ishlab chiqildi, boshqaruv tuzilmalari takomillashtirildi. Milliy turizmning rivojlanishiga hamda xorijiy turistlar oqimini ko'paytirishga va turizm xizmatlari eksportini kengaytirishga, tarmoqda yangi ish o'rinlari yaratish asosida aholining bandlik darajasini oshirishga, mehmonxonalar, sayyohlarni joylashtirishning boshqa vositalari va turizm faoliyati bilan shug'ullanuvchi sub'yektlar sonining ko'payishiga hamda ularda boshqaruvning iqtisodiy jihatlarini tadqiq etishga katta ahamiyat berilmoqda. Binobarin, mamlakatimizda bu borada muayyan tadbirlar belgilanib, ularning ijrosini ta'minlash say-harakatlari tobora kuchaytirilmoqda.

Hozirgi globallashuv, texnika va texnologiyalar rivojlanayotgan davrda deyarli barcha sohalarda axborot kommunikatsiya texnologiyalari keng ko'lamda qo'llanilmoqda. Ayniqsa, dunyo iqtisodiyotning strategik tarmoqlaridan biri sifatida rivojlangan turizm sanoati, turistik mahsulotlar va xizmatlar sohasini takomillashtirishni yanada chuqurlashtirishga, raqobatga qarshi kurasha olishi uchun zamonaviy innovatsion yechimlarni joriy etish zarurligi o'z isbotini ko'rsatmoqda.

Respublikamizda ham turizm sohasini rivojlantirishga alohida e'tibor berilmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan 2017 yil 16 avgustda "2018-2019 yillarida turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to'g'risida"gi va 2019-yilning 16-aprelida qabul qilingan "Turizm to'g'risida"gi qabul qilingan bir qator qaror, farmon, farmoyishlar va amalga oshirilayotgan yangliklar fikrimiz isboti desak yanglishmagan bo'lamiz¹ Qabul qilinayotgan ushbu qarorlar, o'tkazilayotgan amaliy tadbirlar o'zbek turizm sohasida innovatsiya va zamonaviy texnologiyalarni rivojlantirish hamda jahon turistik xizmatlar bozorida raqobatbardosh davlatlar qatorida o'z o'rniga ega kuchli turistik davlat bo'lishi uchun xizmat qilishi ko'zda tutilgan. Ayniqsa, milliy turizmning rivojlantirish istiqbollari, O'zbekistonda turizm industriyasining jahon bozoridagi mavqeyini oshirishga ko'maklashadi. Fikrimizning isboti sifatida bugungi kunda turizm sohasida katta yutuqlarga erishilayotganligi, tez sur'atlar bilan o'sib borayotganligi, yangidan-yangi mehmonxonalarning barpo etilayotganligi, ishchi o'rinlari sonining ko'payishi, malakali mutaxassislarning ortib borishi, turistlar oqimining yildan-yilga ko'payayotganligini ta'kidlab o'tishimiz joiz. Amalga oshirilayotgan o'zgarishlardan yana biriga misol qilib 2018 yilda "O'zaro Xisoblashlar va Disturbitsiyalashning yagona neytral tizimi ishtirokchilari assotsiatsiyasi" ta'asis etilishini ayta olamiz². Uning vazifasi O'zbekiston turizm sohasida barcha yo'nalishlarga oid yagona axborot resurslari bankiga ega turistik tizimni shakllantirishdan iborat.

Shu bilan birga ushbu assotsiatsiya xizmatlarni sotish bo'yicha sifat jihatidan xalqaro talablarga javob bera olishda, sotuv jarayonlarini soddalashtirish, texnologiyalarni standardlashtirish hamda innovatsiyani keng joriy etish kabi imkoniyatlarni taqdim etadi. Mirzo Ulug'bek nomidagi O'zbekiston Milliy universitetida "O'zbekiston-Fransiya" do'stlik jamiyati tomonidan o'tkazilgan "O'zbekistonning turistik imkoniyatalari va turizmni rivojlantirishda innovatsion g'oyalar" ilmiy-maliy seminar O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 3 fevraldagi "O'zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish qulay sharoitlar yaratish bo'yicha qo'shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to'g'risida"gi farmoni ijrosiga bag'ishlandi³. Ushbu tadbirdan ko'zlangan maqsad yurtimizning sayyohlik imkoniyatlarini dunyoga tanitish, ommaviy axborot

¹ O'zbekiston Respublikasining "Turizm to'g'risida" gi Qonun, 2019-yil 16-aprel

² <https://t.me/uzbektourismofficial/>:Turizm va tanishuvlarni rivojlantirish sohasida innovatsion yechimlar.

³ <https://uzbektourism.uz/uz/newnews/view/> Turizm sohasida innovatsion loyiha.

vositalarida, ijtimoiy tarmoqlarda bu borada amalga oshirilayotgan xayrli ishlarni yoritish, iqtidorli talablarni innovatsiya yartishga safarbar etish, chet tilini mukammal biladigan iqtidorli yosh kadrlarni sohada ishlashga safarbar etishdan iboratdir.

Joriy 2019 yilning 13-15 noyabr kunlari Toshkent shahrida yirik amaliy tadbir “Ipak yo’lida turizm” XXV Toshkent xalqaro turizm yarmarkasi bo’lib o’tdi. Uning ahamiyatli tomoni shundaki, yarmakada innovatsion loyihalarga oid suhbat o’tkazildi. Ulardan muvafaqqiyatli amalga oshirilgan loyihalardan biri sifatida “2gis.uz”- Toshkent shahrining 3D modeli ma’lumotlar xaritasi olindi. Rossiyaning “Yandeks” transmilliy kompaniyasi bilan birgalikda Toshkent, Samarqand, Xiva, Buxoro, Shahrisabz va Nukus shaharlarining madaniyat, turizm va ko’ngil ochar obektlarining panorama tasvirlari taqdimoti bo’lib o’tdi. Shu bilan birga Turizmni rivojlantirish davlat qo’mitasi tomonidan inklyuziv turizm turini mamlakatimizda rivojlantirish tog’risida takliflar ilgari surildi. Inklyuziv turizm bu tashrif buyuruvchi turistlar uchun yuzaga kelishi mumkin bo’lgan muammolarni bartaraf etish yani “to’siqlarsiz turizm”ni shakllantrishga mo’ljallangan dasturdir.

Shu bilan birga 2019 yilning 22-24 noyabr kunlari O’zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan ilgari surilgan 5 ta muhim tashabbusning 3 yo’nlisi yoshlar o’rtasida komputer va internetdan samarali foydalanish savodxonligini oshirish uchun mo’ljallangan konferensiya bo’lib o’tdi. Unda nafaqat IT va innovatsiya, balki turizm va ta’lim sohalariga ham alohida e’tibor berilishi ko’zda tutildi. Tashrif buyurgan delegatlar o’rtasida yangi g’oyalar ilgari surilib, “Turizm va IT”, “Ta’limda innovatsiya”, “Ekologiya” kabi tashkil etilgan bir qator guruhlar o’z loyihalari bilan ishtirok etishdi.

Yuqorida sanab o’tilgan va amalga oshirilgan islohotlar O’zbekistonda turizmni rivojlantirish maqsadida unda innovatsion texnologiyalarni keng joriy etishni nazarda tutmoqda. Innovatsiya va zamonaviy texnologiyalar hozirgi zamon va bugungi kunning eng qulay vositasi hisoblanib, jahonning deyarli barcha turistik, rivojlangan davlatlari internet, ijtimoiy tarmoqlar, zamonaviy texnika yordamida o’z tashrifchilari uchun qulayliklar yaratmoqda. Shu sabab O’zbekistonda ham turizmدا innovatsion texnologiyalarni joriy etish va foydalanish davlat siyosati darajasiga ko’tarilmoqda. Bu esa turizmning rivojlanishi o’z navbatida iqtisodiyotining yuksalishiga olib keladi, davlat byudjetiga tushumlarning ko’payishini taminlaydi, tabiiy resurslarni asrab-avaylashga, mamlakatning ijtimoiy barqarorligini taminlashga harakat qiladi, xalqlararo aloqalarni yanada mustahkamlaydi, madaniy aloqalar kengayadi, valyuta tushumi ko’payadi. Bu o’z navabtda iqtisodiy jihatdan mamlakatning rivojlanishini YAIMning o’sishiga olib keladi. Xulosa qilib aytgan turizmدا innovatsion texnologiya va g’oyalarning tadbiiq etilishi O’zbekiston iqtisodiyotining o’sishi va jahon rivojlangan yirik turistik davlatlar qatoridan joy olishiga zamin yaratadi.

PERSPECTIVES OF PILGRIMAGE (ZIYORAT) TOURISM IN UZBEKISTAN

**Ziyavitdinov Habibullo, Professor-teacher, BukhSU,
Rakhimova Camila, Student. BukhSU**

Annotation: The characteristic of religious tourism, its directions is given. The concept of Ziyorat tourism, its role in the development of tourism in Uzbekistan, the potential and directions of development of this type of tourism are defined.

Key words: Religious tourism, pilgrimage, Uzbekistan, Ziyorat-tourism.

Tourism sector is a priority In the Republic of Uzbekistan. The country has huge cultural and historical potential on the basis, which cultural and educational tourism is developing. At the same time, in our opinion, it is advisable to develop such types of tourism as ecological, rural, adventure and religious.

Religious tourism is the activity of organizing visits by tourists to sites related to historical, cultural and natural heritage. Acquaintance of representatives of various religions and strata of the population not only with the religious, but also with the historical, cultural and artistic values of the places visited, gives them the opportunity to gain new knowledge and evaluate the surrounding reality in a new way. In turn, religious tourism can be divided into two major directions, these are:

- Pilgrimage tourism;
- Religious tourism of an excursion orientation.

Tourist sites in religious tourism are mosques, cathedrals, religious museums and spiritual centers, which have recently been in increasing demand and are becoming part of the modern tourism industry. Like tourists traveling for various other purposes, pilgrims use the services of the tourism industry: transport, accommodation and food, entertainment, as well as tour operators and travel agents that sell tourist products. However, pilgrims often use other services: they live and eat at temples, monasteries, sometimes they reach their destinations by means of transport provided by these organizations. Pilgrims can also do certain work in the form of obedience, service; sometimes such work happens, is obligatory for them. For pilgrim tourism, the mere presence of historical monuments associated with religion is not enough. To attract tourists, you need to run good advertising, establish a convenient visa regime, create comfortable conditions for religious ceremonies at airports and hotels.

In the East, “Ziyorat” means “visiting holy places” and represents two main varieties: pilgrimage and religious tourism of excursion and educational orientation.

According to international studies, the number of tourists traveling in the world in the direction of tourism is increasing annually. In particular, in 2017 the number of Muslim tourists amounted to 131 million people, and the income from Muslim tourism reached 142 billion US dollars. This shows that pilgrimage tourism is one of the fastest growing segments of the global tourism industry. It is expected that by 2020 the number of Muslim tourists in the world will reach 160 million people, the turnover from this type of tourism by 2026 will amount to 300 billion US dollars.

Uzbekistan is one of the ten most attractive areas of Ziyorat tourism among the countries of the Organization of Islamic Cooperation (OIC) according to the Global Muslim Travel Index 2019 (GMTI). In 2017, the Crescent Rating organization compiled a halal tourism rating, in which Uzbekistan ranked 28th. In the ranking, our country received 84 points out of 100 in the category of “safe tourism”, in the category of “freedom of access to religious institutions” - 80 points, in the category of “opportunities and guarantees of food” - 70 points. However, she received average and low scores in such categories as “visa” (50), “airport facilities” (48.3), “family vacation” (44.4), “living conditions” (33.2), “ opportunities for Muslims ”(25),“ visiting tourists ”(21.2),“ communication opportunities ”(19).

Uzbekistan has great potential for the development of Ziyorat tourism. There is a large number of religious centers, such as the Khazrati Imam Complex, which houses one of the most valuable relics of Islam - the Koran of the Caliph Osman, the tomb of the great Islamic theologian Muhammad al-Bukhari. In these places such outstanding personalities in the Islamic world were born, a hadis scholar and Islamic jurist - Abu Isa

Muhammad ibn Isa at-Tirmiziy, the largest representative of Central Asian Sufism, the author of about eighty works, for his depth of knowledge and breadth of mind, received the honorary nickname al-Hakim (wise) - Abu Abdullah Muhammad ibn Ali at-Tirmizi, spiritual mentor - Abdulkhalik Gizhdvani, one of the spiritual fathers of Sufism, founder of the Sufi order - Naqshbandiya - Bahauddin Naqshband, the greatest figure in Muslim ve known theologian of the IX century, the author of "Al-Jami al-Sahih" - the first collection of authentic hadiths, which is the second largest Muslim book after the Quran - Imam Al-Bukhari.

One of the most popular places for tourism is Bukhara. It is called Holy because there is an unprecedented number of mosques and tombs of Muslim saints. In the Bukhara region, there are seven graves of the great Sufis of the brotherhood of Naqshbandi, one of the most influential Sufi brotherhoods in Uzbekistan.

As you know, the Bukhara region is rich in objects of cultural and historical heritage, most of which are concentrated in the city of Bukhara itself. Nevertheless, outside the city, in the countryside, there are also large historical and architectural objects, such as the Pikent mound, the Chor-Bakr necropolis, Varakhsha settlement, the Sufi female monastery Kiz Bibi, etc.

In Uzbekistan, systematic and focused work is underway to develop this tourism destination. The government of the country is taking significant measures to improve the attractiveness of Uzbekistan in the direction of tourism. By the decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. UP-5611 of January 5 of this year a pilgrimage visa (Pilgrim visa) has been introduced, issued for up to 2 months to foreign citizens who come for pilgrimage and study the cultural, historical, religious and spiritual heritage and traditions of Uzbekistan.

Since 2018, work has been ongoing to introduce halal standards in the field of catering. At international airports and railway stations, as well as in hotels, conditions are created for performing ablution and prayer.

In our opinion, for the comprehensive promotion of Ziyorat tourism, it is necessary to pay attention to the motivational aspects. Understanding, knowledge and use of tourist motives when traveling for religious purposes can be the key to successful promotion and popularization of this tourist destination. Only by identifying the motives of a religious trip, tourist organizations can develop effective methods to attract a client and give him a permanent status, which, ultimately, can directly or indirectly affect the nature and volume of demand and sales.

List of sources used

1. Mazin K.A. Pilgrimage and religious tourism: a comparison through the prism of millennia // Modern problems of service and tourism. - 2009. - No. 4. - S. 8-24.
2. Hristov T.T. Religious tourism: textbook.- M. 2003

МАМЛАКАТ МИЛЛИЙ ТУРИЗМИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ МУОММАЛАРИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ

Курбонова М.А., Бозоров А.Р.-ҚарДУ магистрантлари

Кейинги йилларда жаҳонда туризмнинг ривожланиши янги босқичга кўтарилди ва дунё иқтисодиётининг етакчи тармоғига айланиб бормоқда. Дунё ялпи ички маҳсулоти (ЯИМ)нинг 10-11 фоизи, умумий экспорт ҳажмининг 7-8 фоизи туризм ҳиссасига тўғри келмоқда. Бутунжаҳон туристик ташкилотининг (БТТ) маълумотларига кўра туризм дунё миқёсида товарлар ва хизматлар экспорти

бўйича тўртинчи ўринни (автомобиль, химия ва ёқилғи маҳсулотлари экспортдан кейин), даромадлилик даражаси бўйича учинчи ўринни (нефть ишлаб чиқариш ва автомобилсозлик саноатидан кейин) эгаллаб келмоқда.

Туризм соҳасини ривожлантиришни таъминлаш, туристик хизматлар самарадорлиги ва сифатини ошириш, меҳмонхона хўжаликларидида кўрсатиладиган хизматларнинг халқаро андозаларга мос турларини такомиллаштириш ва диверсификация қилиш, иқтисодиётнинг ўсишида туризм улушини ва меҳмонхона хизматлари сифатини мунтазам ошириб бориш масалаларига қаратилган.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 7 февралдаги “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги Фармонида кўзда тутилган мамлакатни 2017-2021 йилларда ривожлантиришнинг бешта устувор йўналишлари бўйича ҳаракатлар стратегиясида “туризм индустриясини жадал ривожлантириш, иқтисодиётда унинг роли ва улушини ошириш, туристик хизматларни диверсификация қилиш ва сифатини яхшилаш, туризм инфратузилмасини кенгайтириш”¹ масаласи устувор вазифа сифатида белгилаб берилди. Туризм инфратузилмасининг асосини меҳмонхона хўжалиги ташкил қилади. Бугунги кунда туризмни мутаносиб ривожлантириш мамлакатимизнинг барча ҳудудларида замонавий меҳмонхоналарни барпо этишни тақозо қилади.

Туризм тармоғини ривожлантиришнинг дунё миқёсида тармоқ сифатида шаклланиш тарихи ва унинг ривожланиш босқичлари, туризмнинг иқтисодиётдаги ўрни, соҳани ривожлантириш омиллари, уларнинг таснифи ва тавсифи, туризмни ривожлантиришда рекламанинг ўрни, туризмда хизматларнинг сони ва сифати ҳамда аҳоли фаровонлигини кўтаришидаги роли, соҳани ривожлантириш ва самарадорлигини ошириш истиқболларини белгилаш кабилардан иборат. Ушбу йўналишлар миллий иқтисодиётда туризм тармоғини ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаш-тиришга қаратилган илмий-тадқиқотлар олиб боришда муҳим аҳамият касб этади.

Ҳозирги кунда мамлакатимизни ривожлантиришнинг 2017-2021 йилларга мўлжалланган Ҳаракатлар стратегияси асосида туризмни ривожлантиришнинг ўрта муддатга мўлжалланган устувор йўналишлари белгиланган. Хусусан, “2025 йилда юртимизга ташриф буюрадиган хорижий сайёҳлар сонини 7 миллион нафарга, туризм экспортдан келадиган йиллик даромадни эса 2 миллиард долларга етказиш лозим”², деб таъкидланди. Бунга кўра, туризмни ривожлантиришнинг яхлит концепциясини шакллантириш ва изчил амалга ошириш, туризмга иқтисодиётнинг стратегик сектори мақомини бериш, соҳани барча ҳудудлар бўйича комплекс ривожлантириш ва уни диверсификация қилиш, иқтисодиётни таркибий ўзгартириш ва барқарор ривожланишининг қудратли воситасига айлантириш, яратиладиган ялпи ички маҳсулотда, маҳаллий бюджет даромадларида туризмнинг улушини ошириш, иш билан бандликни таъминлаш, аҳолининг турмуш даражаси

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

²Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг 2018 йил 28 декабрдаги Олий Мажлисга Мурожаатномаси.// “Халқ сўзи” газетаси. 2018 йил 29 декабрь.

ва сифатини ошириш бўйича тегишли чора-тадбирларни амалга ошириш каби устувор вазифалар белгиланган. Туризм иқтисодиётнинг соҳаси сифатида ривожланади ва ўзининг маълум даражада ўрнини шакллантириб боради. Мамлакатимизда катта туристик салоҳият мавжудлигига қарамасдан унинг умумий ишлаб чиқарилаётган ЯИМдаги улуши ҳали кам. Бу соҳа нафақат иқтисодий, балки маданий, сиёсий, ижтимоий аҳамиятга ҳам молик соҳадир. Чунки туризм умумий иқтисодий ўсиш билан баробарида кам ривожланган ҳудудларнинг ривожланишини ҳам таъминлайди.

Жаҳон тажрибасидан маълумки, кўпгина яхши ривожланмаган ҳудудларда туристик марказларнинг очилиши шу ҳудуднинг ривожланиши учун асосий омил бўлиб хизмат қилади. Бу эса кўпгина давлатларнинг асосий ривожланиш манбаи бўлиб ҳисобланади. Тоғ ва қишлоқ жойларида туристик марказларнинг ташкил қилиниши шу жойларнинг ўзлаштирилишига, аҳоли турмуш шароитининг яхшиланишига олиб келади. Шу туфайли бу соҳага ҳамиша ва ҳамма жойда катта аҳамият бериш лозим. Шу тариқа ҳудудларнинг мутаносиб ривожланиши таъминланади.

Мамлакатнинг ҳар бир ҳудудда туризмни ривожлантиришнинг келажагини аниқлаш ва истикболини белгилаш учун аввало, унинг моддий-техника базасини, туристик ресурслар кўламининг етарлилигини, мазкур туристик маршрутга бўлган талабни чуқур ўрганиш лозимдир. Бунда туристик хизматлар баҳосини ҳаддан ташқари ошириб юбормаслик керак. Масалан, маълум бир минтақадаги тарихий ёдгорлик фақат шу жойнинг ўзи учунгина кизиқарли бўлиши мумкин, аммо уни халқаро майдонга олиб чиқиш учун унинг халқаро аҳамиятини кўрсата билиш ва бу борада тегишли илмий-тадқиқотларни ўтказишга тўғри келади.

Шу сабабли маҳаллий аҳамиятга эга бўлган туристик объектни бошқа кўплаб ёдгорликлар сингари халқаро аҳамиятга молик даражага кўтариш мумкин. Агарда туристик объект қандайдир тарихий ёки илмий аҳамиятга эга бўлмаса, туристларни ўзига жалб қилмаслиги мумкин. Бундай жойларда туризмнинг моддий-техника базасини яратишга ҳожат бўлмайди. Шундай қилиб, туманда барпо этилган туристик марказ, шу туманнинг ривожланиши-қа олиб келиши учун шу ҳудудда уни тўғри ташкил қила билиш лозим.

Мамлакат миллий туризмни ривожлантириш учун қуйидагиларни бажариш мақсадга мувофиқ:

- жойларда коммунал хўжалик яхши тараққий этган бўлиб, ҳудудни электр энергияси ва газ таъминоти кабилар билан яхши таъминланган шароитни яратиш лозим;

- жойлардаги ҳар бир туристик объектларнинг илмий ва тарихий аҳамияти очиқберилган бўлиши керак;

- жойларда туристларнинг яхши дам олиши ва яшаши учун тегишли маданий ва маънавий шароит яратилган бўлиши ҳам мақсадга мувофиқ;

- туристлар учун тегишли овқатланиш ва савдо шохобчалари ривожланган бўлиши лозим;

- туристларнинг яшаш жойида уларнинг хавфсизлиги тўлиқ таъминланган бўлиши лозим;

- туристлар учун транспорт ҳаракатининг ҳам қулайлиги таъминланган бўлиши керак.

Умуман олганда, туризмнинг маълум бир жойларда ривожланишини таъминлаш билан бирга унинг тараққиётини ҳам таъминлайди. Бир тармоқни

ривожлантириш учун фақат унинг ўзигагина аҳамият берилса, юксак мақсадларга эришиб бўлмайди. Туризм иқтисодиётнинг соҳаси сифатида ривожланади ва ўзининг маълум даражада ўрнини шакллантириб боради. Мамлакатимизда катта туристик салоҳият мавжудлигига қарамасдан унинг умумий ишлаб чиқарилаётган ЯИМдаги улуши ҳали кам. Бу соҳа нафақат иқтисодий, балки маданий, сиёсий, ижтимоий аҳамиятга ҳам молик соҳадир. Чунки туризм умумий иқтисодий ўсиш билан баробарида кам ривожланган ҳудудларнинг ривожланишини ҳам таъминлайди.

ТУРИЗМ ТУРЛАРИНИНГ КЛАССИФИКАЦИЯСИ ВА ДИНИЙ ТУРИЗМНИНГ УНДАГИ ЎРНИ

Қ.Т.Тўраев, Б.Навруз-зода *

Туризм жаҳон саноатида кўплаб мамлакатларнинг ишга лаёқатли қатлами ва катта хорижий алмашинув бўйича энг тез ривожланаётган соҳалардан биридир.

Технология ва автомобиль инфраструктурасининг ривожланиши, арзон ҳаво йўллар, қулай аэропортлар ва уларда мавжуд имкониятлар туризмни самарали бўлишига ҳамда оммалашувига имкон яратмоқда.

Туризм географияси бўйича бир қанча мутахассислар А.Ю.Александрова, С.Р.Ердавлетов, А.И.Зырянов, А.В.Бабкин, В.Хунсикер, К.Лрапф, И.С.Тухлиев, Б.Ш.Сафаров, С.А.Абдухамидов, Б.Навруз-Зодаларнинг бир қатор фикрларини такидлаймиз.

Жумладан туризм соҳасидаги йирик мутахассислардан бири А.Ю.Александрованинг таъкидлашича, узоқ тарихга эга бўлган туризмнинг нафақат мутахассислар балки туристик ташкилотлар томонидан ҳали аниқ бир таърифга эга эмас. У мураккаб ижтимоий-иқтисодий ходиса сифатида етарлича ўрганилмаган ва миқдорини аниқлаш қийин.

Туризм – бу “Доимий яшаш жойи ва иш жойидан ташқари жойларда одамларнинг кўчиши ва қолиши пайтида рўй берадиган муносабатлар ва ходисалардир” (Александрова 2002 с-8).

Туризм сўзи лотинча “*tourus*” сўзидан олинган бўлиб “айлана яшаш учун асбоб” деган маънони билдиради. Туризм ибораси инсонларнинг доимий яшаб турган жойларидан бошқа ҳудудга (қайтиб келиш мақсадида) камида 24 соат, кўпи билан 6 ойга дам олиш ёки саёҳат қилиш мақсадида ҳаракатланишларига нисбатан ишлатилади (Ердавлетов 2000 с-13).

В.Хунсикер, К.Лрапфлар (2006й.) талқинида туризмнинг умумий назариясига таянадилар: “инсонларнинг муносабатлари ва уларнинг яшаш жойидан ташқаридаги фаолиятни доимий яшаш тарзига айланмасдан ва меҳнат ҳақи олиш билан боғлиқ бўлинадига ҳолда кун кечириш натижасида келиб чиқадиган муносабатлар мажмуаси”

Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги Қонунида туризм тушунчасига қуйидаги тарзда таъриф берилган: “туризм - жисмоний шахснинг доимий истиқомат жойидан соғломлаштириш, маърифий, касбий - амалий ёки бошқа мақсадларда борилган жойда (мамлакатда) ҳақ тўланадиган фаолият билан

* Тўраев Қувончбек Тохирович – Термиз давлат университети География кафедраси ўқитувчи, эркин изланувчи. E-mail: Quvonchbek755@mail.ru
Навруз-Зода Бахтиёр Негматович – Бухоро давлат университети, иқтисод фанлари доктори, профессор.

шуғулланмаган ҳолда узоғи билан бир йил муддатга жўнаб кетиши (саёҳат қилиши) тушунилади”.

ЖТТ туристга қуйидагича таъриф беради: “турист – бу меҳмон, яъни “Ўзининг одатий муҳитидан ташқарида бўлган жойда 12 ойдан ошмаган вақт давомида бирор бир мақсад учун ташриф буюрган жойидаги манбалардан тўланадиган фаолият билан шуғулланадиган киши”.

Бир вақтнинг ўзида туризм бир-неча турларга бўлинади. Александрова дастлаб туризмда иштирок этувчи, ташриф буюривчиларни 3-тоифага бирлаштирди (Александрова 2002). Бу туристларин тоифаларга бирлаштиришга имкон беради ва шу билан бирга саёҳатчиларни ажратиб туради.

1. *Чегаравий, ташриф буюриш частотаси;*

2. *Ташрифнинг давомийлиги;*

3. *Мақсадига кўра.*

Туризмга бўлган ёндошувлар турли хил вазифаларга асосланади ва уларни бир нечта қисмларга бирлаштириш мумкин ҳамда кенг тарқалган таснифи унинг турларига бўлиниши, тоифалари турлари ва шакллари бор (Бабкин 2008).

1. *Чегаравий, ташриф буюриш частотаси;* Одатий муҳитга ташриф буюриш частотасидан қатий назар, одамларнинг яшаш жойига бевосита яқин бўлган ҳудудларга. Буларга мисол тариқасида халқаро ва ички туризм каби турларга ажратиш мумкин. Ҳар иккисидан ҳам кирувчи(фаол) ва чиқувчи(пассив) туристлари бор. Inbound (кирувчи) сайёҳларнинг ўз мамалакатидан бошқа бир хорижий мамлакатга саёҳат қилишлари inbound туризм деб аталади. Чунки улар уша ҳудудга саёҳат қилишмоқда. Мисол учун, сайёҳ Ўзбекистондан Ҳиндистонга саёҳат қилса, бу Ҳиндистон учун киривчи турист бўлади.

Outbound (чиқувчи) сайёҳларнинг ўз мамалакатлари ҳудудидан чет мамлакат ҳудудига саёҳат қилишганда ўз мамлакатларига нисбатан чиқиш туризмини амалга оширган бўлади. Мисол учун, сайёҳ Ўзбекистондан Ҳиндистонга саёҳат қилса бу Ўзбекистон учун чиқувчи турист бўлади. Ички туристлар ўз мамалакати ҳудудида саёҳат қилишади. Бунда улар виза, соғлиқ тўғрисидаги ҳужжат, валюта, тил каби муаммоларга дуч келишмайди.

2. *Ташрифнинг давомийлиги; қисқа* (дам олиш кунлари 7 кунлик) ва *ўрта* (9 кундан 12 кунгача) *узоқ* (15кундан 30 кунгача) муддатли, *мавсумий* ва *байрамларда*, 12 ойгача бўлган вақт оралиғида.

3. *Мақсадига кўра.* Бу бир нечта блокларга бирлаштирилади. Дам олиш, қариндошларини ва танишлари билан учрашиш; бизнес ва касбий (бизнес учрашувлари, конференциялар ва бошқаларда иштирок этиш); даволаш; тиббий, диний зиёратгоҳларни зиёрат қилиш ва бошқа туристик мақсадларда.

Шу вақтгача туризмнинг тўлиқ ёки қисман шакллари келтирилган. Бирок туризмнинг ташкил этиш шакли, турли мезонларда бўлинишлари бор. Бизга маъмумки туризм хилма-хилдир. Унинг умумий қабул қилинган таснифи турларини яратиш қийин (А.И.Зырянов 2013).

Туризм соҳасининг таснифланиши юртимизда М.Р.Болтаев, И.С.Тухлиев, Б.Ш.Сафаров, С.А.Абдухамидовларнинг ижодларида кўришимиз мумкин (1-жадвал).

Будан ташқари туристларнинг *объектга* (*мақсадига кўра* диний *ташрифга кўра* зиёратгоҳ) ташриф, вело(харакатланиш усули, воситаси ва мақсадига кўра соғломлаштириш) туризм, *Жойлашув воситалари бўйича;* отелларга, меҳмонхоналарга, каби мезонларга бўлишимиз мумкин.

Туризм соҳасининг таснифланиши

I-жадвал

№	Таснифланадиган белгилаари	Туризм турлари
1	Географик ва туристик талаб йўналиши бўйича	Миллий туризм Халқаро туризм Худудий (минтақавий) туризм Ички туризм Кирувчи туризм Чиқувчи туризм
2	Мақсадлар бўйича	Тарихий обидалар туризми Археологик туризм Рекреацион туризм Соғломлаштирувчи дам олиш туризми Малакавий иш туризми Илмий туризм Спорт туризми Шоп-турлар Диний (ҳаж сафари, зиёрат билан боғлиқ сафарлар) Қумсаш, соғиниш туризми Экотуризм Овчилик туризми Гастрономия туризми Сафари туризми Спелеотуризм Маърифий туризм Экстремал туризм Этнографик туризм Таълим туризм Даволаниш туризм
3	Молиялаштириш манбаи бўйича	Социал туризм Тижорий туризм
4	Иштирок этувчилар сони бўйича	Индивидуал-якка Гуруҳли (стихияли тузилган гуруҳ) Гуруҳли (бир-бирига таниш инсонлардан тузилган гуруҳ)
5	Ташкилий шакллари бўйича	Ташкиллаштирилган Ташкиллаштирилмаган
6	Иштирок этувчиларнинг таркиби бўйича	Болалар туризми Ўсмирлар туризми Ёшлар туризми Ўрта ёшдагилар туризми Нафақа ёшдагилар туризми
7	Иштирок этувчиларнинг ўзига хос хусусиятлари бўйича	Оилавий туризм Жисмоний имконияти чекланганлар туризми Мавзули туризм

Туризм таснифлаш катта илмий ва амалий аҳамиятга эга. Бу билимларни соддалаштириш ва туризм мохиятини яхшироқ тушуниш имконини беради.

Туризм саёҳат мақсадига кўра бир биридан фарқ қилувчи 6 та турга бўлинади. Улар қуйидагилар:

Рекратция – бунда саёҳатчилар ҳар кунлик банд ҳаётдан чекиниш мақсадида ўзларининг бўш вақтларини тоғлар бағрида ўтказадилар.

Маданий туризм – қадимги ёдгорликлар, тарихий жойлар ва диний аҳамиятга эга бўлган қадамжоларга маданий ва илмий салоҳиятни ошириш мақсадида ташриф буйуриш.

Спорт – спорт мусобақаларида иштироки ва кўнгилочар тадбирларда қатнашиш.

Саломатлик – соғлиқни тиклаш мақсадида тиббий муолажа олиш, иссиқ булоқлар, туз ғорлари кабиларга бориш.

Иш мақсадида – бирор бир бизнес, касб, ёки қизиқик нуқтаи назаридан алоқалар ўрнатиш мақсадида денгиз орти ва хорижий мамлактларга саёҳат қилиш.

Рағбатлантириш мақсадида ташкил этилувчи туризм. Катта компания ёки сармоядорлар томонидан ишчиларга меҳнат фаолияти давомида юқори натижаларга эришган ходимларга дам олиш учун ҳомийлик асосида саёҳат ташкил этиб бериш.

Биз назарда тутаётган диний туризм мадания туризмнинг бир қисми сифатида келади. Бутунжаҳон туризм ташкилоти “Маданият туризми – ўқиш, санъат ва маданий турлар билан танишиш каби мотивлар ҳаракатланишлари, фестивал ва бошқа маданий тадбирларга саёҳат қилиш, жойлар ва ёдгорликларга ташриф буюриш, санъат, фолкълор ва табиатни ўрганши учун қилинадиган саёҳат ҳамда зиёратчиликдир”, деб таъриф беради. Диний туризм тушунчасига берилган бир қанча тарифларни кўриб чиқамиз.

Диний туризм туризмнинг алоҳида йўналиши бўлиб, ҳозирги вақтда оммалашиб бораётган турлардан бири ҳисобланади. Туристлар ўзлари яшаб турган ҳудудларини диний мақсадларда 6 ойдан кўп бўлмаган муддатда муқаддас қадамжлар ва диний марказларга саёҳат қилиш.

Диний туризм тизимлари одатда диний марказларга ташриф буйириш ва диний марказларни назарда тутати ҳамда музейлар, кўргазмалар, диний тадбирлар ва байрамлар туфайли у ерга саёҳатлар қилиш мумкин, бу маълум бир мавсумда содир бўлади.

Зиёрат қилиш ҳозиргача инсоннинг муайян муносабатига ишора қилади. Зиёрат қилиш ғояси кўпинча оғир вазиятлар вақтида юзага келади. У инсоннинг абадий рухий маънодаги ўткинчи моддий қадриятларни қурбон қилишга тайёрлигининг рамзий ифодасидир.

Диний ва ҳаж зиёрати деганда, асосан, диний мақсадлар учун одатий муҳитдан ташқарида бўлиб ўтадиган саёҳатлар тушунилади. Гарчи бу профессионал ишни ҳисобга олмаса ҳам, масалан, руҳонийлар ишлаш учун бошқа шаҳарларга ёки ҳудудларга борганда. Тўй маросимларида ёки дафн маросимларида қатнашиш, одатда, дўстлар ва қариндошлар ташриф буюрадиган саёҳатларга бўлинади. Бироқ, ушбу маросимлар кучли диний маънога эга бўлган мамлакатларда уларни таснифлаш мақсадга мувофиқдир. Тўй маросимлари, дафн ёки бошқа маросимларни нишонлаш маросимлари кучли диний маънога эга, шунинг учун диний асосда саёҳат қилишда руҳонийлар ёки диний раҳбарлар ёхуд бошқа шахслар томонидан режалаштирилган, айниқса, агар биз ушбу жиҳатларни

ҳисобга олсак, у диний туризм деб ҳисобланади (Гриффин, Раж, 2017) Бенарас шаҳрини мисол қилиб, диний туризм тушунчасини таъкидлаш мумкин.

Диний туризм тушунчаси остида саёҳатчиларнинг эҳтиёжларини қондириш мақсадидаги турли хизматлар ва сайёҳларнинг ўзлари ўрганган одатий табиатдан ташқаридаги диний марказлар ва муқаддас қадамжоларни зиёрат қилишлари тушунилади.

Диний туризм, туристик тадқиқотлар адабиётида кўпинча турли хил муаллифлар томонидан маданий мерос туризми, маданий туризм, маданий ва маънавий сайёҳлик сифатида бир-бирининг ўрнини эгаллайди. Диний туризмнинг ўзига хос таърифини бериш қийин ва унинг сабаби маданий ва диний саёҳатнинг синоними равишда қўлланилишидир. Бунинг сабаби, маданий сайёҳларнинг аксарияти диний йўналишларга ўз сафарларининг бир қисми сифатида ташриф буюришди ва шунинг учун улар диний сайёҳлар деб аталади.

Диний туризмнинг умумий маъноси диний фаолиятни амалга ошириш ёки санъат, маданият, урф-одатлар ва архитектура каби ёдгорликларни зиёрат қилиш ва ўрганиш асосий сабаби ҳисобланади. Дин ва туризм бир-бири билан боғлиқ. Туризмнинг дастлабки шаклини диний зиёрат қилиш, яъни масиҳийлар Қуддусга ва мусулмонларнинг Маккага сафар қилиш шаклида бўлишган. Диний зиёрат одамлар доимо саёҳат қилишни рағбатлантиришнинг асосий омилларидан бири бўлиб келган. Диний тарихга қайтиб, асосий динлар ўз диний эътиқодларини тарқатиш учун асос сифатида дунё бўйлаб туризмни рағбатлантирганлар.

Диний туризм икки асосий турга бўлинади: зиёрат ва диний туризм. Зиёрат туризми – турли эътиқод вакиллариининг диний мақсадларда саёҳат қилиш учун жамоавий тўпланиши. Зиёрат-эътиқод қилувчиларнинг муқаддас жойларга бориб тоат ибодат қилиши.

Зиёрат қуйидаги сабабларга кўра амалга оширилади:

- рухий ва жисмоний хасталикларга шифо топиш;
- оила ва дўслар учун ибодат қилиш;
- эзгуликни ҳис қилиш;
- худога ёқадиган ишларни бажариш;
- гуноҳларни камайтириш;
- берилган неъматларга шукроналик туйғусини намоёйиш қилиш;
- эътиқодга бўлган садоқатни ифодалаш;
- имон –этиқод билан зохидликга интилиш;
- хаётнинг маъно ва мазмунини топиш.

Зиёрат туризми таркибида маънавий зиёрат туризми мавжуд.

Зиёратчи ва сайёҳнинг қарашлари ва тажрибалари бўйича ўзаро тафовут бўлишига қарамадан диний туризм уларнинг ҳар иккаласи (зиёратчи ва сайёҳ)га ўзаро боғланган деб қарайди ва бир вақтнинг ўзида саёҳатга чиққан турист ҳар иккисини ҳам бажаради. Классификациясида қабъий ишончга асосланган тақводор зиёратдан сайёҳлик туризмга қадар давом этади (1-расм). Ушбу классификациядан диний туризм ўрта даражага жойлаштирилган, яъни туристга қараганда зиёрат иштиёқи кўчлироқ бўлган сайёҳ, худди туристдек зиёрат қилмоқчи бўлган сайёҳ ёки ҳаракатлари ва қизиқишларида ишончи ҳамда қизиқиши устунлигига кўра зиёратга қараганда саёҳатни устун кўрувчи сайёҳлар ўрталигида жойлаштирилган. Ушбу кенг фараз сайёҳларнинг ўзгарувчан ва кўп қиррали қизиқишларига асосланган. Уларнинг қизиқишлари ва ҳаракатлари зиёратдан сайёҳликга қараб ўзгариб туради ёки аксинча (Smith 1992). Испаниялик

олима худди шунга ўхшаш фикр билдиради: “туризмда зиёрат жойига бориш ва иштирок этишига кўра туристлар 3 турга бўлинади” (Millán-Vázquez de la Torre et al. 2016). Диний сайёҳга таъриф беришда аҳамиятли омилардан бири, бораётган жойга нисбатан диний қизиқиш даражасидир. Баъзи диний сайёҳлар дунёвий қизиқишларига қараб саёҳат қилишади бундай сайёҳлар “secular” турист дейилади. Ўзидаги эътиқод, ишонч, диний баркамоллик орқали юзага келадиган қизиқиш бўйича ташриф буйирса улар зиёратчилар деб аталади.

Диний туристнинг қизиқишига қараб ҳаракатланиши

1-расм



- a. Тақводор зиёратчи
- b. Зиёратчи > саёҳатчи
- c. Зиёратчи = саёҳатчи
- d. Зиёратчи < саёҳатчи
- e. Саёҳатчи.

Муқаддас жойларга саёҳат қилишнинг хусусиятлари ва турлари

Илм-фанда, асосан, муқаддас жойларга саёҳат қилишнинг ўзига хос бир қанча турлари турли хил мезонларга кўра тасниф қилинади.

1. Оила аъзолари ва қатнашувчиларнинг сонига кўра (индивидуал, оила ва гуруҳ шакли).
2. Давом этиш вақти- узун ёки қисқа зиёрат.
3. Мавсумийлиги –диний байрам кунлари.
4. Ташриф объектлари – диний жойлар (ибодархона, масжид, монастыр), табиий жойлар (тоғ, кўл, булок, ғор каби жойлар).

Христов диний туризм ҳақида Саёҳатнинг мақсади бошқа саёҳатчилар жумладан, мавсумий ишчилар мигрантлар, харбий хизматчилар, дипломат ва бошқалардан фарқи уларнинг айнан туристик мотивлар ёки туристик сабаблар билан ҳаракатланишидадир. Бутун жаҳон туризм ташкилоти таърифига кўра туристик мақсадлар бир неча блоклар орқали бирлашади ва бу блоклар ораси дам олиш, яқин қариндошлариникига ташриф буйириш, расмий ҳамда касбий мақсадлар, даволаниш учун ва ҳоказолар киради. Айни ўринда, бизни муқаддас жойларга ташриф буйириш ҳамда диний қадамжоларни ибодат қилиш кўпроқ қизиқтиради. Инсонлар диний мақсадларда ташриф буйирадиган жойлар ҳатто, уларнинг уйларида анча узоқда жойлашган бўлса ҳам, ўша ердаги муҳит унинг одатий доимий муҳити билан бир хил бўлади. Бундай жойлар сифатида музей, храмларни келтиришимиз мумкин. Айнан улар психологик жихатдан ҳар қанча ташриф буйирадиган жойлари билан бир хил муҳитда эканлигини кўришимиз мумкин.

Диний туризм саёҳатида туристларни муқаддас қадамжоларни зиёрат қилиш учун етарлича узоқда жойлашган шаҳар ва раёнларга олиб бориш уларни маданий ҳаракатларда қатнаштириш ёки бўлмаса музейларга ташриф буйириш каби

мамлакатдан ташқаридаги одатий муҳитни яратиш учун шу каби туристик фаолиятлар амалга оширилади. “Одатий муҳит мавжуд қилиш концепцияси” бўйича мутахассислар орасида ўзаро бахслар келтириб чиқаришга сабаб бўлади: Бу нарса, яъни инсонни у турист деб ҳисобланиши учун одатий ташриф буйирадиган у ёки бу жойдан қанчалик узокликдаги масофага олиб боришлиги лозим; айнан мана шу нарса мутахассислар орасида бахсларга сабаб бўлади.

Таъкидлаш керакки, дин ҳам туризм ҳам бир хил маданий меросга эга. Шу сабабли у маданий мерос, дин, маданият ва туризм ўртасидаги энг яқин алоқаларни давом эттириш одамийликни ва руҳиятни ривожлантиришни мақсад қилган.

Диний туризм туристларда сабр-тоқат, бағрикенглик ва ҳаётни кенгрок англашга ҳамда дуёқараш ва ахлоқий ҳисларни шакллантиради.

Адабиётлар

1. А. И. Зырянов Теоретические аспекты географии туризма монография Пермь 2013 г. С10.
2. Бабкин “Специальные виды туризма учебное пособие” Ростов-на-Дону 2008. с-4,6.
3. А. Ю. Александрова Международный туризм Москва 2002. С-7,8.
4. С.Р. Ердаuletov География туризма; история, теория, методы, практика Алматы 2002. С-13,14.
5. Лукачева Л.И., Кварталнов В.А., Исаев В.А. и др. Менеджмент туризма. Основы менеджмента, учебник. -М.: Финансы и статистика, 2006,352 с.
6. Рўзиев С.С. “Ўзбекистон маданий туризм бозори ва унинг истиқболлари”. Иқтисод фанлари илмий даражаси диссертацияси. Т.: -2009. – 21-22 б.
7. Soure: Simone-charteris, Maria Teresa & Boyd, W (2011), “The potential for Northern Ireland to Promote Politico-Religious Tourism: An industry Perspective”, “Jornal of Hospitality Marketing & Management”, pp. 461.
8. 2014 Published by Elsevier Ltd. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license Religious tourism as a sociocultural phenomenon of the present "The unique sense today is a universal value tomorrow. This is the way religions are created and values are made."
9. [https:// en.m.wikipedia.org/wiki](https://en.m.wikipedia.org/wiki/Religious_tourism)” Religious tourism.
10. М.В. Boltaboev, I.S.Tuxliyev, B.SH.Safarov, S.A.Abduxamedov “Turizm: nazariya va alaliyot” darslik Barkamol fayz media Т.: 2018 yil.

БУХОРО ВИЛОЯТИДА ДИНИЙ ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Г.Хидирова и.ф.ф.д PhD, БухДУ

Туризм соҳасини ҳалқаро даражада ривожлантиришнинг хилма хил ёндошувларнинг назарий ва амалий жиҳатлари хорижий ва мамлакатимиз иқтисодиётлари томонларидан илмий асарларда ёритилган. Вилоятимизда юқори иқтисодий ўсиш суръатларига эришиш учун, рақобат афзаликларга эга туризм турларини биринчи ўринга кўтарилиб, улар маълум даражада локомотив вазифасини бажаришлари лозим бўлади. Ана шундай туризм турлар қаторига вилоятимизнинг салоҳиятига эга бўлган диний туризмни келтириш лозим. Чунки вилоятда бой салоҳиятга асосланадиган туризм соҳаси кескин ривожлантириш учун бирча имкониятлар мавжуд.

Диний туризм, туризмнинг бошқа турларини ривожлантириш учун етакчи бўлиб хизмат қилади. Туризм ва диний туризмни ўзаро бир бири билан чамбарчас боғлиқлиги авваламбор улар олдига қўйиладиган асосий мақсад ва устувор йўналишларнинг уйғунлиги билан исботлаш мумкин. (1-расм)

Расмда келтирилган туризм тармоқларини ривожлантиришнинг асосий йўналишлар бир бирига жуда ўхшаб кетади, лекин уларнинг ҳар бирини бевосита манфаатлари борлигини ҳам эсдан чиқармаслик керак. Асосий йўналишларнинг борлигини авваламбор туристик ресурслардан (табиий тарихий, этнографик, экологик, тиббиёт, гастрономик) оқилона фойдаланиш, рақобатбардошликни ошириш, янги иш жойларини ташкил қилиш ва малакали кадрлар тайёрлаш, аҳолининг талабларини қондирган ҳолда уларнинг турмуш сифатини янада юксалтиришда имконият яратади.

Диний туризмнинг икки асосий шакли мавжуд:

- Зиёратчи
- Саёҳатчи

Зиёратчи-саёҳатга эҳтиёж фақат маълум динга эътиқод қилиш натижасида пайдо бўлади. Зиёрат-диндорларнинг эътиқот қиладиган динига тааллуқли бўлган муқаддас жойларга бориб ибодат ва сажда қилишга интилишларидир.

Туризм	Диний туризм
тарихий	
Археологик масканлар, тарихий обидалар, ва бошқалар	Мачитлар, қудуқлар ва бошқалар
экологик	
Фауна- флора, чўл, гидро ва бошқа турлари билан танишиш	Чўл зонасидаги зиёратгоҳлар
этнографик	
Урф-одат, қадриятлар, маросимлар, ашула, рақс, либослар ва бошқалар	Диний маросимлар, урф-одатлар, либослар ва бошқалар
тиббиёт	
Санатория, тиббиёт марказлари, доривор ўсимликлар ва бошқалар	Иллохий тиббиёт, доривор ўсимликлар(исирик), халқ табobati ва бошқалар
гастрономик	
Миллий таомлар, чанқоқ босди ичимликларни татиб кўриш	Ҳалол таомлар
зиёрат	
Зиёратгоҳлар, қабристонлар	Зиёратгоҳлар, қабристонлар

1-расм. Бухоро вилоятида туризм тармоқларни ривожлантиришнинг асосий йўналишлари

Саёҳатчи-билим ошириш мақсадида диний объектларга ташриф буюрувчи шахсдир. Билим олиш мақсадидаги диний туризм-сайёҳларнинг диний марказлардаги диний объектларга ташриф буюришларини, фаолият кўрсатаётган сиғиниш ёдгорликларини кўришларини музейга киришларини, намоз, зикр ва бошқа диний маросимларга қатнашишни кўзда тутати. Туризмнинг бу тури диний мақсаддаги билим олиш туризм билан чамбарчас боғлиқ бўлиб ҳисобланади.

Бухоро вилояти диний туризмни ривожлантиришда иккала шакли бўйича салоҳият етарли. Чунки Бухоро вилоятида 300дан ортиқ авлиё пирларнинг қўниб топган зиёратгоҳлар мавжуд.

2019 йилнинг 21-23 феврал кунлари Бухорода биринчи Ҳалқаро “Зиёрат туризми” I Форум бўлиб ўтди. Бу анжуманда Бухоро шаҳри Ислоҳ маданияти маркази деб тан олинди. Мазкур анжуман Бухоронинг зиёрат туризм салоҳиятини мусулмон дунёсига кўз-кўз қилди. Келгусида Зиёрат туризми индустриясини янада ривожлантириш зарурлигини қайд қилди. Анжуманда билдирилган ғоялар келажакда қўйидагиларни инобатга олишни тақозо қилади.

- Меҳмонхоналарни диний урф-одат, ибодатларга мос ҳолда такомиллаштириш лозим.

- Меҳмонхонада диний ибодатларни бажариш учун инфратузилмаларни талаб даражасида барпо этиш мақсадга мувофиқ.

- Зиёрат туризмга тегишли ҳадисларни, панд-насихатларни реклама қилиш.

Хулоса ўрнида қайд қилиш лозимки Бухорода зиёрат туризмни имкониятлардан самарали фойдаланиш бўйича илмий изланишларни давом эттириш ва уни амалиётга қўллаш, бу кунинг долзарб вазифалардандир.

Адабиётлар

1. Хидирова Г.Р. Минтақавий туризм бозорини ривожлантириш йўллари. Монография: Тошкент. Наврўз, 2018-140б.

2. Наврузова Г.Н., Ибрагимов Н.С. Религиозный туризм. БухГУ, Бухара.2006.

3. Навруз-Зода Б.Н., Навруз-Зода З.Б. “Имом– Ал– Бухорий ватани” диний дестинацияси маркетинги. “Туризм соҳасини ривожлантириш муаммолари ва истиқболлари” халқаро илмий–амалий анжуманининг маърузалар тўплами.(5 дек. 2008 й.).Т.: “Иқтисодиёт” нашриёти,2008.74–76 б.

O'ZBEKISTONDA MEHMONXONA XO'JALIGIDA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNI SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING ASOSIY YO'LLARI

BuxDU, Ashurova Muborak Xayrulloevna

Istiqlol tufayli bozor munosabatlariga yo'l tutgan mamlakatimiz iqtisodiyotini rivojlantirishning asosiy bo'g'inlaridan biri bu xususiy tadbirkorlikdir. Mamlakatimiz hududlari ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi o'rtasidagi tafovutlarga barham berishning eng samarali usullaridan biri joylarda, ayniqsa turizm sohasida, ayniqsa, mehmonxona xizmatlarida kichik va xususiy tadbirkorlik korxonalarini rivojlantirish hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasida bozor qonuniyati tamoyillarining shakllanib, qaror topib borishi borasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivojlanishini ta'minlovchi huquqiy asos mustahkamklanishi va shu bilan shug'ullanuvchi har qanday shaxsning erkin faoliyat yuritishi uchun zarur shart – sharoit va imkoniyat yaratilgan. Ayniqsa, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi ishlab chiqarish korxonalari rivojlanishining uzluksizligini ta'minlash va uni iqtisodiy samaradorligini oshirib borish bir qator omillarga bog'liq ekanligini chuqur tahlil qilinib, bu borada alohida ahamiyatli ekanligi ta'kidlangan. Bularga quyidagilarni ko'rsatish mumkin:

- ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sohalarining zarur bo'lgan resurslar bilan ta'minlanishi;

- moliyaviy resurslarning hosil qilinganligi;

- bank kredit va byudjetdan tashqari mablag'larga bo'lgan ehtiyojning qondirilishi;
- ikki va ko'p tomonlama tuzilgan shartnomalarga amal qilinishi uning o'z vaqtida bajarilishi;
- shartnoma shartlari bajarilgandan keyin sotilayotgan mahsulotlarga ustama narxlarning oshib borishi;
- ishlab chiqarilgan mahsulotlarning ishlab chiqarish joylarida qayta ishlanishining tashkil etilganligi;
- iste'molchilarni ishlab chiqaruvchilar va xizmat ko'rsatuvchilar bilan o'zaro aloqalarini yanada mustahkamlash.

Ushbu chora–tadbirlar soliq va kredit imtiyozlari bilan bir qatorda, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish uchun qulay biznes muhitini yaratish maqsadida institutsional islohotlarni yanada chuqurlashtirishni ham o'z ichiga oladi. Jumladan, yangi tashkil etilayotgan kichik va xususiy korxonalarni qo'llab – quvvatlash maqsadida imtiyozli kredit jamg'armasining resurs bazasini ikki barobar oshirish ko'zda tutilgan, berilgan imtiyozlarning amal qilish muddati uzaytirildi, aylanma mablag'larni to'ldirish uchun beriladigan kreditlarning eng uzoq muddati 12 oydan 18 oyga oshirildi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni yanada rivojlantirishni rag'batlantirishni kuchaytirish, mamlakat iqtisodiyotining barqaror faoliyat yuritishida uning rolini oshirish, yangi ish joylarini shakllantirish va aholi bandligini ta'minlash, shuningdek, xususiy tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish hamda yuritish uchun yanada qulay shart – sharoitlar yaratish, tadbirkorlik subyektlarining huquqlari va qonuniy manfaatlarini himoya qilish chora – tadbirlari belgilangan. Ular quyidagilardan iborat :

- tadbirkorlik subyektlarining kadastr hujjatlarini rasmiylashtirish bo'yicha xizmatlar ko'rsatish tariflarini pasaytirish;
- tadbirkorlik obyektlarining arxitektura–rejalashtirish topshiriqlarini ishlab chiqish va ularning loyiha hujjatlarini ekspertizadan o'tkazish qiymatini kamaytirish;
- tadbirkorlik subyektlarini davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun boj to'lovini eng kam ish haqining 2 barobarigacha tushurish (5 barobar edi);
- tadbirkorlik subyektlarining banklarda hisob raqam ochish uchun to'lovlarini eng kam ish haqining 0,5 barobarigacha, qishloq joylarida esa 0,1 barobarigacha kamaytirish (1 barobar edi);
- kichik korxonalar o'z uylarida ishlaydigan (kasanachi) xodimlarga ega bo'lganda, xodimlari umumiy soni belgilangan me'yoridan 30 foizdan oshganda ham, kichik korxonalar uchun ko'zda tutilgan imtiyozlardan foydalanishi;
- joylarda davlat boshqaruvi va davlat hokimiyati organlari tomonidan tadbirkorlik subyektlarining qonuniy huquqlariga rioya etilishi monitoringini olib borish va natijalarni har chorakda “Kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishni rag'batlantirish bo'yicha Respublika muvofiqlashtirish kengashi” ga taqdim etish;
- joylardagi davlat boshqaruvi va davlat hokimiyati organlarining tadbirkorlar huquqlarini poymol qiladigan yoki cheklaydigan qarorlarini bekor qilish, bunday qarorlar qabul qilgan mansabdor shaxslarni javobgarlikka tortish.

Bugungi kunda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining boshqaruv faoliyatidagi quyidagi kamchiliklar ularning rivojlanishiga va respublikamiz iqtisodiyotiga ham o'zining salbiy ta'sirini ko'rsatmoqda. Ular:

- xodimlarni tanlash va ishga qabul qilishdagi e'tiborsizlik;
- aksariyat korxonalarda xodimlarni attestatsiyadan o'tkazilmasligi;
- korxonada nou–xau yaratishga intilishning sustligi va boshqalar.

Yuqorida keltirilgan muammolarni bartaraf etishning eng samarali yo'li bu, korxonada boshqaruvida zamonaviy menejment konsepsiyasini qo'llash hisoblanadi. Zamonaviy menejment konsepsiyasi tavakkalchilik va raqobatga asoslangan bo'lib, korxonada tavakkalchilik asosida bozorni chuqur tahlil qilib, tovar va xizmatlar yaratish hamda ularni bozorga chiqarish birinchi galda raqobatni kuchayishiga olib keladi. Lekin, aksariyat tadbirkorlar tavakkal qilishni istashmaydi. Ta'kidlash joizki, tavakkalchilik darajasini kamaytirish esa sug'urta muhim o'rin tutadi. Hozirgi kunda tadbirkorlarimiz sug'urta xizmatlaridan to'la qonli foydalansalargina tavakkal darajasini imkon qadar kamaytirishga erishishlari mumkin. Tadbirkorlarni tavakkaldan qo'rqmay, faoliyat olib borishi bozorda ularning o'z o'rnini topishga asos bo'ladi. Bundan tashqari, kuchli raqobat muhiti sharoitida esa ishlab chiqarish yanada rivojlanadi. Aynan bozordagi ana shunday muhit korxonada boshqaruvidagi yuqorida keltirilgan kamchilik va muammolarni hal etishga zarurat tug'diradi. Hozirda ko'pchilik korxonalarda yangi texnika – texnologiyalarni ishlab chiqarishga joriy qilish orqali ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga harakat qilinadi. Ammo, shu texnologiyalarni boshqaruvchi xodimlarni ishga jalb qilish, ularni o'qitish va malakasini oshirish kabi masalalar e'tibordan chetda qolmoqda. Eng avvalo, ko'pchilik korxonalarda xodimlarni hech qanday sinovsiz ishga qabul qilish korxonada menejerlarining yo'l qo'yayotgan birinchi xatosidir. Umuman olganda, bozor iqtisodiyoti sharoitida bilimli va malakali tashabbuskor xodimlar, yangi texnika–texnologiyalar, zamonaviy boshqaruv, sug'urta xizmatlaridan foydalanish, lizingdan foydalanish bilan korxonani yuqori cho'qqilarga olib chiqish mumkin.

Fikrimizcha, yuqoridagi muammolarni yechish uchun avvalo rivojlangan mamlakatlar singari respublikamizda menejerlarni tayyorlashga katta e'tibor berish va ularni tayyorlash markazlarini ko'paytirish lozim. Barcha korxonalarda xodimlarni tanlov asosida qabul qilishni ta'minlash, ma'lum muddatlarda ularni attestatsiyadan o'tkazish, hamda malakasini oshirish maqsadida o'qitishni yo'lga qo'yish maqsadga muvofiq. Qolaversa, korxonada yangi loyihalar ishlab chiqishga xodimlarni qiziqtirish maqsadida tanlovlar e'lon qilish, g'oliblarni taqdirlash, shuningdek, loyihalarni joriy etishni yo'lga qo'yish zarur. Chunki, korxonada yangi innovatsiyalarni qo'llash yangi tovar va xizmatlarning yaratilishiga, ishlab chiqarish samaradorligining oshirishiga, bu o'z – o'zidan korxonada foydasining oshishi kelajakda ushbu korxonaning yiriklashuviga olib keladi. Izlanishlar natijasida shunga amin bo'ldimki, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish uchun endilikda raqobat asosida yangi texnikani joriy etish va korxonalarni yiriklashuviga erishish, sho'ba korxonalarini tashkil etish lozim. Bunday korxonalarining boshqaruvi nafaqat bugungi kunga, balki kelajakni ta'minlashga qaratilishi ahamiyatga molikdir.

Davlat tomonidan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatlarini qo'llab quvvatlashning turli usul va vositalari mavjud bo'lib, davlat soliq siyosatini takomillashtirish ya'ni iqtisodiyotda faoliyatda bo'lgan korxonalariga solinadigan turli ko'rinishdagi soliq to'lovlari stavkalarini o'zgartirish; mamlakatning moliya-bank tizimini takomillashtirish bunda tijorat banklarining hamda mikroreditlash tizimining kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatlari bilan shug'ullanuvchi subektlarga beriladigan kredit portfellarini oshirish va bu orqali aholiga, xo'jalik yurituvchi subektlarga beriladigan imtiyozli kreditlar hajmini ko'paytirish; sohaga taaluqli bo'lgan huquqiy – normativ qarorlar qabul qilib qulay iqtisodiy hamda investitsion sharoit yaratish orqali va boshqa yo'llar bilan amalga oshiriladi .

O'zbekiston Respublikasida 2017-2019 yillarda milliy turizm xizmatlar bozori rivojlanishining istiqboldagi ko'rsatkichlari hamda ularni hisoblash uchun eng qulay funktsiyalar ro'yxati keltirildi (1-jadval).

Tadqiqotda qo'llanilgan usul orqali tahlil qilingan istiqbol ko'rsatkichlari ulardan amaliyotda foydalanish mumkinligidan dalolat beradi.

1-jadval

O'zbekiston Respublikasida 2017-2019-yillarda milliy turizm xizmatlari bozori rivojlanishining bashorat ko'rsatkichlari

№	Ko'rsatkich nomi	Bashorat uchun eng qulay funktsiyalar	F _{haqiqiy}	Yillar		
				2017	2018	2019
1.	Turistik xizmatlar xajmi (mlrd. so'm, real narxlarda)	$Y=39,420+1,210t+2,152t^2$	262,433	418,8	478,1	541,7
2.	Xorijiy fuqarolarga xizmat ko'rsatish (ming kishi)	$Y= 333,293*t^{0,785}$	193,040	2496,15	2645,67	2792,9
3.	Xorijiy turistlarga xizmat ko'rsatish (ming kishi)	$Y=e^{(5,683-4,138/t)}$	289,850	213,72	218,64	222,9
4.	O'zbekiston fuqarolarning chet elga chiqishlari (ming kishi)	$Y= 25,019*t^{1,211}$	173,917	558,79	611,26	664,5
5.	O'zbekiston Respublikasida turistik faoliyat va joylashtirish xizmatlar eksporti (ming AQSH dollarida)	$Y= 16283,600+4930,027*t$	97,155	80373,95	85303,98	90234,0

Mazkur funktsiyalar O'zbekistonda kelgusida turizmni rivojlantirish vazifalarini samarali amalga oshirish va xorijiy hamda ichki turistlarga xizmat ko'rsatuvchi turdosh sohalar va tarmoqlar rivojlanishi uchun vertikal diversifikatsiya asosida miliy turizm xizmat bozorini innovatsion rivojlantirish strategiyasini amalga oshirish yo'li bilan qulay sharoit yaratishda turistik xizmatlar hajmining bashorat ko'rsatkichlari bir me'yorda, katta tebranishlarsiz o'sishidan dalolat beradi.

**ТУРИЗМ СОҲАСИ ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ТИЗИМИНИ
РИВОЖЛАНТИРИШДА РАҚОБАТБАРДОР КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШНИНГ
ПЕДАГОГИК-ПСИХОЛОГИК ОМИЛЛАРИ.**

**Алибеков Шерали Айбекович,
Тошкент давлат аграр университети Андижон филиали**

Туризм-давлат иқтисодиётида кенг салмоққа эга соҳа сифатида эътироф этилади. Бу ўз навбатида мамлакатни ривожланиш тараққиётида моливий барқарорлик, иқтисодий потенциални оширишнинг муҳим иқтисодий кучи сифатида келтириб ўтиш лозим. Ривожланган давлатлар тажрибасидан маълумки, миллий кадриятлар, бой маданий меъросни муҳофазалаш ва ундан миллий маданият сифатида фойдаланиш орқали кўп йиллар давомида маълум бир давлатнинг нуфузи, бой тарихини акс этувчи кадриятлар тизими сифатида шакланган. Бу ўз навбатида мамлакатни тарихий ва маданий кадриятлар тизimini акс этувчи омиллар туризм, халқаро хамкорлик, спорт соҳалари ва буларни ривожлантириш ҳозирги кундаги мамлакат салоҳиятини оширишнинг муҳим омиллари сифатида эътироф этилади. Бу соҳалардаги давлат туризми ва уни ривожлантириш йўналишлари кадрлар тайёрлаш, хизмат турлари, хамкорлик,

молиялаш, инновациялар, моддий-техник таъминот, ахборот-дастурий таъминоти тизимида кенг босқичли ислохотларни амалга ошириш давлатнинг миллий кадриятларни жаҳон миқёсидаги обрў-эътиборини оширишга мисол бўлади.

Ҳозирги кунда давлат туризм имкониятини ошириш, замонавий хизмат турларини кенг жорий этишда кадрлар масаласи туризм соҳасида кенг босқичли ривожлантиришнинг асосий воситаси сифатида келтириб ўтиш лозим.

Шу боисдан, туризм соҳасида рақобатбардош кадрлар тайёрлаш масаласида педагогик, психологик омилларни ишлаб чиқиш туризм имкониятларини оширишнинг илмий-назарий хусусиятлари сифатида эътироф этилади. Туризм соҳасида рақобатбардош кадрларни етиштиришнинг педагогик-психологик омилларини қуйидагиларда келтириб ўтиш лозим:

- Муомила этикаси қоидаларини туризм хизмат кўрсатиш жараёнида қўллаш малакалари. Миллий кадриятлар асосида шаклланган муомила жараёнидаги ролини ошира оладиган билимга эга бўлиш;
- Хизмат турларида туристларнинг психологик тавсифномаси, психик ҳолатини ҳисобга олиш малакаларига эга бўлиши;
- Шахсга муносабат жараёнида ўзбек миллий кадриятлар тизими асосида шаклланган ахлоқий маданиятни намоён этиш малакаларига эга бўлиш;
- Фавкулотда ҳолатларда биринчи тиббий хизмат кўрсатишни малакаларига эга бўлиш.

Туризмда хизмат кўрсатиш тизимида рақобатбардош кадрларни етиштиришнинг психологик омиллари қаторида ҳорижий меҳмонларни мамлакатимиз туристик зоналарига жалб этишда маданият масканларида психологик таъсир воситалари, меҳмонлар руҳиятига таъсир этувчи тарихий воқеаликни акс этувчи психологик, маданий тасвирларни киритиш лозим. Масалан, Амир Темур музейидаги санъат асарлари мазмунини акс этувчи психологик журналлар. Бунда Амир Темурнинг шоҳ курсисидagi ранглар жилоси, кийимлари, мажлислар залидаги безакларни акс этувчи ранг-тасвир маълумотларини акс этиши шулар қабилар. Туристлар маълум бир давлат маданияти ва ижтимоий шаклланиш даражаси, кадриятлар тизими ҳақидаги умумий маълумотларни ўзлаштириш учун ҳам ҳорижий давлатларга ташриф буюради. Бу ўз навбатида туристлар руҳиятида миллий кадриятларимиз ҳақидаги маълумотларни узоқ вақт сақланиши



туристларни бошқа яқинларини мамлакатимизга ташрифта замин бўлади. Туристлар ташриф буюрадиган дам олиш масканларига ҳам кўнгилочар расмлар ва портретларни жойлаштириш ҳам биринчи ўринда туристлардаги ажойиб таъсуротларни қолдиришга омил бўлади. Келтирилган расмда идрокни акс жараёни келтирилган:

1-расм: Идрок жараёнини акс этиши: (Нечта бўри акс этган)

Туристлар эътиборини жалб этувчи психологик, маданиятимизга оид маълумотларни расмларда акс этиш масаласи мамлакатимиз туристик имкониятларини оширишнинг методик, ижтимоий хусусиятларини акс этади.

Давлатимиз туризм салоҳиятини юксалтиришда кадрлар масаласи таълим ва тарбия жараёнидаги мулоқот, этика, маданият каби тушунчаларидан кенг фойдаланиш, хизмат кўрсатиш тизимида доимий йўриқнома сифатида фойдаланиш биринчи ўринда давлатимизнинг ижтимоий-иқтисодий салоҳиятини юксалтиришнинг асосий омиллари сифатида эътироф этилади. Давлатимизнинг туризм соҳасида хизмат кўрсатиш сифатини ошириш биринчи ўринда туризм соҳасида малакали кадрлар тайёрлашнинг педагогик-психологик омиллари куйидагилар:

- Малакали кадрларни миллий қадриятлар тизими асосида ўқитишнинг инновацион, ахборот-техник дастурий таъминотини ривожлантириш;
- Туризм соҳасида ҳориж тажрибасидан кенг фойдаланишнинг кадрлар ҳамкорлигини ривожлантириш;
- Туризм соҳасида психологик илмий-ижодий ишлар самарадорлик ишларини ташкил этиш марказлари фаолиятини ривожлантириш;
- Туризм соҳасида малакали кадрларни етиштиришда миллий тарихимиз маданий қадриятлардан фойдаланишда олимлар ва ижодкорлар илмий ютуқларидан фойдаланиш;
- Туризм имкониятларини оширишда ҳавфсизлик тизимини ривожлантиришда ахборот-техник воситалардан фойдаланиш.

Туризм соҳасида рақобатбардош кадрлар етиштиришнинг психологик омиллари сифатида психология фан соҳасида эришилган ютуқлардан фойдаланиб бориш лозим. Бунда психологик тажрибалар, туристларни психологик ҳолатига қараб мулоқотни ташкил этиш, туристларга ҳурмат ҳиссини шакллантирувчи мулоқот маданияти ва нутқ этикасини ишлаб чиқиш зарур. Бунда мулоқот маданиятини ташкил этувчи замонавий қоидалар мажмуини туризм соҳаси кадрлари мулоқотини ривожлантиришнинг куйидаги омилларини ривожлантириш заруратини юзага келтиради:

1-жадвал:

Хизмат кўрсатиш тизимида малакали кадрлар мулоқотини ташкил этувчи педагогик ва психологик тушунчалари мазмуни:

№	Мулоқотни ташкил этувчи педагогик-психологик тушунчалар	Шакллантириш омиллари	Туризм имкониятини ошириш	Иқтисодий самараси
1	Нутқни аниқлиги	Нутқни илмий тушунчалар билан бойитиш	Туристлар кайфиятини ошириш	Хизмат кўрсатиш мавқеини ортиши
2	Нутқ образларини шакллантириш	Нутқда ахборотларни таъсирчалигини акс эттириш	Маданий бойликлар ҳақидаги кенг тасаввурларни шаклланиши	Хизмат кўрсатиш мавқеини ортиши
3	Нутқда бадий қоидаларни акс эттириш	Маданий бойликларимизни мавқеини	Туристларни кўпроқ жалб этишга	Туризм сифатини яхшиланиши

		ошириш	эришиш	
4	Нутқни маънодошлигини ошириш	Бадий адабиёт қоидаларидан кенг фойдаланиш	Туристлар ҳаракатини кенгайтириш	Туризм марказларига қизиқишни ортиши

Туризм соҳасида малакали кадрлар етиштиришнинг педагогик-психологик омиллари қаторига хизмат турлари миллий маданиятимиз ва қадриятимиз хусусиятлари асосида ташкил этиш биринчи ўринда давлатимиз маданий бойликларини дунё ҳамжамияти миқёсида мавқеини кўтаришга эришилади. Туризм соҳасида хизмат кўрсатиш тизимини яхшилашнинг педагогик-психологик омилларини замонавий туризм имкониятлари асосида ташкил этиш масаласида инновацион технологиялардан самарали фойдаланиш орқали туризм соҳасида ягона стандартлар, андозаларга эришилади. Туризм соҳасида рақобатбардош кадрлар тайёрлашнинг педагогик-психологик омиллари қаторида туризм соҳаси ўқув курсларини жорий этиш масаласига алоҳида эътибор қаратиш лозим. Бунда психологик марказлар фаолиятини ривожлантириш шулар жумласидандир. Ҳозирда туризм марказларида тиббиёт масканлари, сервиснинг барча шароитлари яратилган. Туризм соҳасида психологик марказлар фаолиятини ташкил этиш ҳам мамлакатимизга ташриф буюраётган саёҳатчиларни руҳиятидаги миллий қадриятларимизни ўчмас из қолишидаги омил ва психологик ташвиқот ишларини амалга ошириш орқали эса давлатимиз иқтисодий салоҳиятин юксалтиришда ҳорижий маблағларни жалб этишнинг муҳим иқтисодий омиллари сифатида эътироф этилади. Туризм соҳасида маданият марказлари қошида миллий қадриятларимиз бойликларини намоён қилишда тарихда яшаб ижод этган аждодлар, алломаларнинг илмий-ижодий меросини ўрганиш ҳам муҳим туризм соҳасидаги амалий ишлар хусусиятини акс этади.

Туризм мамлакатни спорт ва бошқа соҳалар каби тез машҳур қила оладиган соҳа ва буни ривожлантиришнинг тизимли, ташкилий, инновацион, ахборот-дастурий усулларини ишлаб чиқиш, мамлакат иқтисодий салоҳиятини юксалтиришдаги муҳим омиллар қаторида эътироф этилади.

ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИЗМ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ИМКОНИАТЛАРИ

*Қосимов Жаҳонгир
Қарши ДУ, катта ўқитувчи*

Туризм соҳасида Ўзбекистоннинг ижобий қиёфасини шакллантириш, соҳага инвестицияларни фаол жалб қилиш, инновацион ғоя ва технологияларни жорий этиш, мамлакатнинг маданий-тарихий мероси ва табиий бойликлари тарғиботини янги босқичга кўтариш, юртимизга келаётган туристлар оқимини кўпайтиришда муҳим дастури амал бўлмоқда.

Жаҳон хўжалигида туризм тармоғи шиддат билан ривожланаётган ва энг юқори даромад келтирувчи тармоққа айланиб бормоқда. Бу соҳа ер юзида жами товар ва автомобил саноатидан кейинги учинчи ўринда туради. Буюк ипак йўлида жойлашган, асрлар давомида қадимий шаҳарлари билан машҳур, тарихий ва маданий ўтмишга эга Ўзбекистон Республикаси туризм тармоғини ривожлантириш учун реал имкониятларга эга. Ўзбекистон ўзининг тарихий ёдгорликлари, бой маданий ва тарихий анъаналарини сақлаб қолган, гўзал

ва бетакрор табиат манзараларига эга давлат ҳисобланади. Буюк ипак йўлида жойлашган юртимизда тарихий ва маданий анъаналар асраб-авайлаб авлоддан-авлодга ўтиб келмоқда. Ўзбекистоннинг туристик марказлари ҳисобланган шаҳарлар - Самарқанд, Бухоро, Хива, Шахрисабз ЮНЕСКО ташкилоти томонидан эътироф этилади. 1994 йилдан бошлаб, республикада туризм соҳасини ривожлантириш масалалари бўйича кўплаб халқаро анжуманлар, кўргазмалар, маданият кунлари ўтказилиб келинди. Ўзбекистонда умумжаҳон аҳамиятига молик ноёб тарихий-маданий ёдгорликлар жуда кўп. Улар турли мамлакатлардан диёримизга келадиган сайёҳларда катта қизиқиш уйғотиши табиий. Ўзбекистон жуда катта туризм ва рекреация салоҳиятига эга, унда жами 7,4 минг маданий мерос объектлари мавжуд, улардан 209 таси тўртта музей шаҳарлар — «Хива шаҳридаги Ичан-қалъа», «Бухоро шаҳрининг тарихий маркази», «Шахрисабз шаҳрининг тарихий маркази», «Самарқанд шаҳри» ҳудудида жойлашган бўлиб, ЮНЕСКО бутунжаҳон мероси рўйхатида киритилган.

2010 — 2017 йиллар давомида туризм хизматлари экспорти ҳажми икки баравар ошди ва 2017 йилда 546,9 миллион АҚШ доллари, 2018 йилда эса — 1 041 миллион АҚШ долларини ташкил этди. 2016 йилгача хорижий ташриф буюрувчилар сонининг ўсиш суръати ўртача йиллик 8 фоизни, 2017 йилда — 7 фоизни ташкил қилиб, 2,69 миллион нафардан ошди. 2018 йил якунлари бўйича республикага 5,3 миллион хорижий туристлар ташриф буюрди.

Бугунги кунда Ўзбекистон иқтисодиётининг кўплаб соҳалари чет эл инвесторлари ва ҳамкор шериклари билан хорижда ишларни муваффақиятли олиб бормоқдаки, бунинг эвазига Ўзбекистонга ташриф буюраётган турли мамлакат туристлари ва намоёндалари сони ўсиб бораётганини алоҳида таъкидлаш жоиз. Хусусий секторни қўллаб-қувватлаш ва муҳофаза қилишга қаратилган чоралар кўрилгани натижасида, туризм ташкилотлари сони 2018 йил якуни бўйича 950 тага, меҳмонхона хўжаликлари сони — 661 тадан 900 тага 2019 йил келиб 1098 тага етди. Мамлакатимизда халқаро туризми ривожлантириш мақсадида қабул қилинган қарор ва фармонлар, информацион-коммуникацион технологияларини янада ривожлантириш мақсадида қабул қилинган қарорларга асосланиб Ўзбекистон Республикасига келаётган хорижий сайёҳларнинг ўсишини башоратини қиладиган бўлсак, ички туризм ва халқаро туризм ривожланиши давлат бюджетдаги туризмдан келадиган улушини анча ошириши мумкин. туризм соҳасида Ўзбекистоннинг ижобий қиёфаси нишакллантириш, соҳага инвестицияларни фаол жалб қилиш, инновацион ғоя ва технологияларни жорий этиш, мамлакатнинг маданий-тарихий мероси ва табиий бойликлари тарғиботини янги босқичга кўтариш, юртимизга келаётган туристлар оқимини кўпайтиришда муҳим дастури амал бўлмоқда. Янги иш ўринлари яратиш, иқтисодиётни диверсификациялаш ва ҳудудларни жадал ривожлантириш, валюта тушуми, аҳолининг турмуш сифати ва даромадларини ошириш, мамлакатнинг инвестиция жозибадорлиги ва имижини яхшилаш кабилар мамлакат раҳбарияти диққат марказида турган муҳим масалалар сирасига киради. Бу каби ижтимоий-иқтисодий вазифаларнинг ҳал этилишида миллий иқтисодиётнинг энг муҳим секторларидан бири ҳисобланган туризмнинг ўрни бекиёсдир. Айти пайтда юртимизда мазкур соҳани ривожлантириш бўйича изчил сиёсат юритилмоқда. Хусусан, Президентимизнинг 2017 йил 16 августдаги қарори билан тасдиқланган “2018-2019 йилларда туризмни ривожлантириш бўйича биринчи навбатдаги чора-тадбирлар дастури” мамлакатимизда туризмни жадал тараққий эттириш, аҳоли бандлигини

таъминлаш, валюта тушумини кўпайтириш, инфратузилмаларни яхшилашга хизмат қилмоқда.

Бугунги кунда қабул қилинган 2019-2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш Концепцияси кулай иқтисодий шароитлар ва омилларни яратиш бўйича олиб борилаётган ислохотларнинг самарадорлигини ошириш, туризм соҳасини жадал ривожлантириш бўйича устувор мақсад ва вазифаларни белгилаш, унинг иқтисодиётдаги ўрни ва улушини ошириш, хизматларни диверсификациялаш ва уларнинг сифатини ошириш ҳамда туризм инфратузилмасини такомиллаштиришга қаратилган.

Ҳозирги вақтда Республикада халқ хунармандчилиги асосида эсдалик буюмлари ишлаб чиқарувчи 500 га яқин корхона мавжуд. Уларда чинни ва сопол буюмлар, сопол ўйинчоқлар, зардўзи маҳсулотлари, гилам ва бошқа буюмлар ишлаб чиқарилмоқда. Туризм инфратузилмаси жадал ривожланмоқда, янги меҳмонхоналар қурилди, янги сайёҳлик йўналишлари ташкил этилди. Ўзбекистон туризм бозорида 433 та туристик фирмалар иш олиб бормоқда ва улар халқаро сайёҳлар учун кенг кўламли хизматларни таклиф этишга тайёр. Эришилган қатор ютуқлар билан бир қаторда туризм соҳасини ривожлантириш йўлида куйидаги масалаларни ечимини топиш лозим: Туризм соҳасига жаҳоннинг машхур брендларини жалб қилиб, зиёрат туризми, экологик, маърифий, этнографик, гастрономик туризм йўналишларини ҳам ривожлантириш зарур. Самарқанд, Бухоро, Тошкент шаҳарларидаги муқаддас қадамжолар ва ёдгорликларни зиёрат қилишдан иборат бўлган «кичик ҳаж» дастурини ривожлантириш ва жадаллаштириш зарур. Ички туризм соҳасидаги катта имкониятларни ҳам тўлиқ ишга солиш ва экскурсиялар ўтказиш лозим. Барча ҳудудларнинг туристик имкониятларини ўрганиш ва янги туристик маҳсулотлар яратиш керак.

Албатта туризмни шаклланиши ва ривожланиши туристик ресурсларнинг салоҳиятига боғлиқдир. Мамлакат қанчалик турли – туман туристик ресурсларга эга бўлса, туризмни ривожланиши шунча осон кечади. Туризм республикамиз иқтисодиётида қишлоқ хўжалиги, саноат, транспорт ва бошқа макроиқтисодий тармоқлар қатори ўзининг муносиб ўрнига эга бўлишига эришишимиз ҳозирги куннинг асосий вазифасидир.

ТУРИЗМ СОҲАСИДА ТИББИЙ ХИЗМАТ КўРСАТИШ ТИЗИМИНИ ЯХШИЛАШ МАСАЛАЛАРИ

**Турғунова Шоирахон Жўрабековна-ассистент,
Тошкент давлат аграр университети Андижон филиали
Қосимова Мухаррам Қодиржоновна-
Тошкент давлат аграр университети Андижон филиали магистранти**

Тиббий хизмат кенг қамровли доимий ривожлантирилиши лозим бўлган соҳа сифатида эътироф этилади. Бу ўз навбатида инсон саломатлиги, ҳаёт тарзини соғломлаштириш масалаларида илмий-ижодий ишлар, ислохотларни кенг босқичда амалга ошириш мамлакат аҳолисини ҳаёт турмуш тарзини яхшилашнинг муҳим жиҳати ҳисобланади. Бу борада мамлакатимиз раҳбари Шавкат Мирзиёевнинг давлатимиз аҳолиси турмуш даражасини яхшилаш борасидаги тиббий хизмат кўрсатиш сифатини яхшилаш чора-тадбирларини ишлаб чиқиши ҳозирги кунда давлатимиз тиббий хизмат кўрсатиш тизимини сиёсий хусусияти сифатида таъкидлаб ўтиш лозим. Шу боисдан, туризм соҳаси давлатимиз иқтисодий

салоҳиятини оширишдаги муҳим тармоқ сифатида соҳада тиббий хизмат кўрсатиш сифатини яхшилаш ҳозирги кунда давлатимиз сервис тизимини танитишнинг муҳим даражаси ҳисобланади. Шу боисдан, давлатимизга кириб келаётган ҳорижий давлат фуқаролари, саёҳатчиларига тиббий хизмат кўрсатиш тизимини яхшилаш, тиббий малакани халқаро стандартлар даражасида ташкил этиш орқали кўп миқдордаги ҳорижий маблағларни ўзлаштиришнинг асосий кўрсаткичлари ҳисобланади. Масалан, туризмда ахборот-техник, ташкилий, маданий шароитларни яратилсада фавқулотда юзага келадиган тиббий хизматга эҳтиёжни юзага келиши ва унга кўрсатилган тиббий хизмат маълум бир давлатнинг обрў-эътиборини оширади. Ҳорижий давлатлар тажрибасидан маълумки, туристларга кўрсатилаётган хизмат турлари ичига энг юқори сифатга эга тиббий хизмат масаласи йиллар давомида босқичма-босқич янгилашиб борилади. Туризмда тиббий хизмат кўрсатишни яхшилаш орқали давлатларга саёҳатчиларни жалб этиш, қатновини жадаллаштиришга эришиш мумкин. Шу боисдан, туризм соҳасида тиббий хизмат малакаларини шакллантиришнинг ташкилий омиллари куйидагиларни ривожлантиришга нисбатан бир қатор талабларни ишлаб чиқади:

- Тиббий малака талаблари. Тиббий хизмат соҳасида тез тиббий хизмат кўрсатишнинг янги усуллари жорий этиш. Тиббиёт эришган тиббий хизмат кўрсатиш ускуна ва жиҳозлари билан таъминлаш;
- Яширин касалликлар билан боғлиқ юзага келадиган ҳолатларга биринчи тиббий хизмат кўрсатиш малакаларига эгаллиги;
- Туризм соҳасида тиббий хизмат кўрсатишга малакали докторлар, профессорларни жалб этиш;
- Туризм соҳасида малакали кадрларни биринчи тиббий хизмат кўрсатиш билимларини ўқитиш курсларини жорий этиш;
- Туризм масканлари табиий иқлим шароитларини ҳисобга олган ҳолда малака ошириш тизимини ривожлантириш;
- Туризм марказлари ва тиббиёт марказлари билан илмий алоқаларни яхшилаш тизимини жорий этиш.

Туризм соҳасида малакали тиббий хизмат кўрсатиш жараёнига алоҳида ёндашиш орқали давлатимизга кираётган саёҳатчиларни давлатимиздаги яратилган тиббий хизмат ва бу билан давлатимизда инсон кадр-қимматини юқорилиги тўғрисидаги тушунчаларни шаклланишига эришилади. Туризм соҳасида малакали кадрлар етиштиришда ҳориж тажрибасида кўрсатилаётган барча тиббий хизмат турлари фавқулотда рўй бериши билан боғлиқ бахтсиз ходисалар, кўнгилсиз ҳолатлар саёҳатчиларни то тиббий масканларга етказгунгача бўлган биринчи тиббий ёрдам кўрсатишни юқори даражада таъминланиши, инсон саломатлигини тикланиши, давлатга нисбатан ижобий таъсуротларни шаклланишига сабаб бўлмоқда. Бу ўз навбатида давлатнинг халқаро ҳамжамиятдаги нуфузи ва обрў-эътиборини юксалтиришга омил бўлади. Туризм соҳасида тиббий хизмат кўрсатиш сифатида яхшилаш масаласида мамлакатимиз худудига кириб келаётган туристларда давлатимиз мўътадил иқлимига мослашувчидаги физиологик ўзгаришларни кузатилиши, бу ўз навбатида тиббий хизмат кўрсатиш сифатида аллергия касалликлар, иқлим ўзгариши билан юзага келадиган касалликларга нисбатан биринчи тиббий хизмат кўрсатиш малакаларини шакллантириш ҳам давлатимизда тиббий малакага нисбатан замонавий талабларни қўяди. Ҳозирда давлатимиз маданият масканлари худудида тиббий хизмат кўрсатиш марказлари фаолияти юқори даражада тиббий воситалар билан жиҳозланиб, марказларда

юқори тажрибага эга бўлган тиббиёт ходимларини тайёрлашга ҳам юқори даражадаги тиббий талабларни ишлаб чиқади. Туризм масканларида доимий равишда кўриладиган ҳавфсизлик чоралари, тиббий хизмат сифатини яхшилашда босқичма-босқич ислохотларни амалга ошириш ҳозирги кун мамлакат туризм олдигаги устувор вазифалардир. Туризм соҳасида малакали кадрларни етиштириш тиббий омиллари, тиббиёт соҳасидаги илғор тажрибалардан кенг фойдаланиш орқали давлатимиз туризм салоҳиятини оширишдаги алоҳида жиҳати ҳисобланади. Туризм соҳасида малакали тиббий хизмат кўрсатиш самарадорлигини оширишда туризм масканларида ахборот-дастурий таъминотини яратилиши ва бу дастурий таъминотига тиббий ахборот хизмат кўрсатиш йўналишларини жорий этишда ҳам бир қатор амалий ишлар бажарилмоқда. Бу тиббий хизмат кўрсатиш тизимида барча турдаги дори-дармон воситаларини ҳақидаги умумий маълумотларни киритилиши, туристлардаги тиббий хизмат сифатига нисбатан ижобий фикрларни шакллантиради.

Туризм соҳасида тиббий хизмат кўрсатиш тизимини яхшилашнинг муҳим тамойиллари сифатида замонавий тиббиёт тажрибалари имкониятларидан фойдаланиш, тиббий этика билимларини эгаллашдаги чора-тадбирларни ишлаб чиқишдаги муҳим омилларни ўз ичига олади. Бу тиббий малакани хизмат кўрсатиш турларига жорий этиш, ҳамкорлик йўналишларини янги тизимини жорий этиш каби умумий вазифаларни бажаришга нисбатан талабларни ишлаб чиқади.

ХАЛҚАРО ТУРИЗМНИ ЯНАДА РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Раимова М.Дж., Қарши давлат университети

Туризм жаҳон иқтисодиётининг динамик ривожланиб бораётган самарадорлик кўрсаткичи юқори бўлган асосий тармоғи ҳисобланади. Айниқса мамлакат валюта тушумлари ва ташқи алоқаларда экспортнинг етакчи кўринишларидан бири сифатида унинг аҳамияти кун сайин ортиб бормоқда. Жаҳон миқёсида интеграция жараёнлари ва мамлакатлар иқтисодиётининг ягона иқтисодий маконда яхлит тизим сифатида шаклланиб бораётганлиги сабабли глобаллашув жараёнлари мамлакатимиз иқтисодиётига ҳам ўз таъсирини ўтказмасдан қолмайди.

Бозор иқтисодиёти шароитида ва бозор муносабатлари ривожланиши натижасида Ўзбекистонда туризм соҳасини ривожлантириш учун қулай шарт-шароитлар юзага келаётганлиги, туризмнинг республика иқтисодиётига янада интеграциялашуви мамлакат иқтисодиётида муҳим аҳамият касб этмоқда. Буларнинг барчаси чет эллик туристлар эътиборини ўзига тортади. Халқаро туризмни ривожлантиришда Ўзбекистонда мавжуд бўлган сиёсий барқарорлик ҳам муҳим ўрин тутаяди. Сўнгги йилларда халқаро туризмнинг ривожланиш кўрсаткичлари бу соҳанинг турли мамлакатлар иқтисодиётининг етакчи тармоғига айланиб бораётганлигини кўрсатмоқда. Айниқса ривожланаётган мамлакатлар ўз иқтисодий сиёсатларини ишлаб чиқишда халқаро туризмга устивор соҳа сифатида алоҳида аҳамият қаратишмоқда.

Президент Шавкат Мирзиёев Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисига Мурожаатномасида ҳам бу соҳа ривожини бўйича таклифлар билдирган эди. Ушбу таклифларни амалда татбиқ этиш мақсадида Президентнинг 2019 йил 5 январдаги фармонида мувофиқ 2019-2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм

соҳасини ривожлантириш Концепцияси тасдиқланди. Шунингдек, 2019 йил 5 январь куни имзоланган Президентнинг №4095-сонли Қарори билан меҳмонхоналар ташкил этиш бўйича истиқболли инвестиция лойиҳалари рўйхати қабул қилинди. 2025 йилда мамлакатга ташриф буюрадиган хорижий сайёҳлар сонини 7 миллионга, туризм экспортидан келадиган йиллик даромадни эса 2 миллиард долларга етказиш режалаштирилган.

Туризмнинг миллий иқтисодиётдаги ўрни ва роли туристик бизнеснинг ривожланишидаги беқиёс устунликлари билан белгиланишини кўрсатади. Жаҳон иқтисодиётининг муҳим компоненти бўлган халқаро туристик бизнес ташқи иқтисодий фаолиятнинг ўзига хос соҳасидир. Унинг бутун дунёда гуркираб ривожланиши бугунги кунда бошқа халқларнинг тарихи, маданияти, иқтисодий ва ижтимоий соҳасига қизиқиш билан боғлиқ. Туристик мажмуа доирасида шахс томонидан у қаерда яшаши ва келиб чиқишидан қатъий назар ягоналик – инсониятга тегишли эканлигини ҳис қилиши жамланади. Халқаро туризм бизнесининг ривожланиши жисмоний, интеллектуал ривожланиш ва ҳордиқ чиқаришга сарфланадиган бўш вақтнинг кўпайишига боғлиқ. Бу жаҳон ишлаб чиқаришининг ривожланиши, меҳнат тақсимотининг чуқурлашиши, транспорт воситаларининг мукамаллаштирилиши билан боғлиқ. Кўплаб мамлакатлар учун туризм валютанинг муҳим манбаига айланган. У савдо, саноат ва хизматнинг айрим соҳалари ривожланиши, аҳоли бандлигини таъминлашга ёрдам беради.

Учинчи мингйилликда сайёҳлик жаҳон иқтисодиётининг етакчи тармоғига айланди. Товар ва хизматлар экспорти бўйича у кимё, электроника, озиқ-овқат ва ҳатто автомобиль саноатини ортда қолдирмоқда. Жаҳон сайёҳлик ташкилотининг маълум қилишича, дунё ялпи ички маҳсулоти ҳажмининг ўндан бир қисми, халқаро инвестицияларнинг 11 фоиздан ортиғи туризм ҳиссасига тўғри келади.

Бугунги кунда жаҳон иқтисодиётида халқаро туризмдан тушаётган йиллик даромад 1 триллион АҚШ долларидан ошади. Ўтган йилги натижаларга асосланадиган бўлсак, Америка Қўшма Штатлари (128,6 млрд.), Испания (55,9 млрд.), Франция (53,7 млрд.), Хитой (50 млрд.), Италия (41,2 млрд.) сайёҳликдан энг кўп даромад олган мамлакатлардир. Дунё миқёсида иш билан банд аҳолининг 8 фоизи ушбу соҳада меҳнат қилапти.

Туризм соҳасида улкан салоҳиятга эга Ўзбекистон ўзининг қадимий обидалари, муқаддас зиёратгоҳлари, хушманзара табиати ва файзли гўшалари билан сайёҳларни ўзига ром этмоқда. Маълумотларга кўра юртимиз сайёҳлик кўлами ва тарихий жойлар кўплиги бўйича дунёдаги етакчи ўн мамлакат қаторида туради. Мамлакатимизда тўрт мингдан зиёд тарихий ва маданий ёдгорликлар мавжуд бўлиб, уларнинг айримлари ЮНЕСКОнинг бутунжаҳон маданий мероси рўйхатига киритилган. Юртимизда ҳукм сураётган тинчлик ва барқарорлик, халқимизнинг бағрикенглиги ва меҳмондўстлиги мамлакатимизга келаётган сайёҳлар оқимини янада кўпайтиришга хизмат қилмоқда.

Таъкидлаш керакки, мустақиллик йилларида Ўзбекистонда жаҳон стандартларига мос туризм соҳасини шакллантириш, соҳада халқаро ҳамкорликни мустаҳкамлаш, миллий иқтисодиётимизда туризмнинг родини ошириш борасида кўплаб ишлар амалга оширилди. Ўзбекистон 1983 йили Бутунжаҳон туристик ташкилотига аъзо бўлган эди. Шу вақтга қадар соҳани такомиллаштириш ва бу йўналишда замонавий инфратузилмани шакллантиришга қаратилган бир қанча қонуний ҳужжатлар қабул қилинди. Уларни амалга ошириш натижасида туризмнинг янги йўналишлари юзага келди. Замонавий меҳмонхоналар қад

ростлади, қадимги тарихий обидалар ва қадамжолар қайта таъмирланди, янги йўллар барпо этилди. Дунёнинг 24 мамлакати қатори юртимиз Бутунжаҳон туристик ташкилотининг «Буюк ипак йўли» дастурида иштирок этмоқда. 1995 йилдан бошлаб ҳар йили «Ипак йўли бўйлаб туризм» деб номланган Тошкент халқаро туристик ярмаркаси ташкил этиб келинаёпти. Туризм соҳасида рақобат муҳити жадал ривожланмоқда.

Қолаверса, миллий туризм туроператорларнинг халқаро ярмарка ва кўргазмаларида фаол иштирок этаёпти. Ўзбекистоннинг салоҳияти Истанбул (Туркия), Мадрид (Испания), Рига (Латвия), Берлин (ГФР), Москва (Россия), Париж (Франция), Римини (Италия), Токио (Япония) ва Лондон (Буюк Британия) халқаро сайёҳлик ярмаркаларида муваффақиятли намоиш қилинмоқда. Ўзбекистон билан Жаҳон сайёҳлик ташкилоти (ЖСТ) ўртасидаги алоқалар изчил тараққий этмоқда. Самарқандда 2014 йилнинг 1-3 октябрь кунлари Жаҳон сайёҳлик ташкилоти Ижроия кенгашининг 99-сессияси бўлиб ўтди.

Ўзбекистонда сайёҳликнинг экотуризм, маърифий, маданий ва жисмоний саёҳат, экстремал, археологик, рафтинг, хелиски, спорт, фольклор-этнографик, тиббий ва рекреацион туризм, агротуризм, геотуризм каби турлари ҳам жадал ривожланаётир. Сайёҳлар орасида алпинистлар, чанғи спортига қизиқувчилар кўпаймоқда. Туризм йўналишлари диверсификация қилиниб, янги йўналиш ва дастурлар ишлаб чиқилаёпти.

Сўнгги ўн йиллик ичида миллий ва халқаро сайёҳлик бозорларида рақобат курашининг кучайиши туризм соҳаси ривожланишининг ўзига хос хусусиятига айланди. Ҳозирда туризм соҳасида чет эллик сайёҳларни жалб қилиш бўйича замонавий технологиялар ва ечимлар фаол жорий этилиб, сайёҳлик ҳудудларини ривожлантиришда инновацион ёндашувлар тобора кўпроқ қўлланмоқда. Бу борада, Ўзбекистон Республикаси Марказий Осиёдаги энг иқтисодий барқарор ва хавфсиз ҳудудлар сирасига кириб, салоҳиятли инвесторлар учун катта инвестициявий жозибадорлик касб этади. Республиканинг салмоқли табиий, маданий-тарихий, моддий-техник, кадрларга оид, инновацион ва инфратузилмавий салоҳияти бир қатор истиқболли сайёҳлик йўналишларини ривожлантириш имконини беради.

Бундан ташқари, Ўзбекистондаги сайёҳлик соҳасига спорт туризми, тоғ-чанғи туризми, мамлакатнинг археологик ва диний тарихига оид маърифий саёҳатлар каби фаол ҳордиқ чиқариш турларини киритиш мумкин. Бугун туризм соҳаси Ўзбекистонда жами хизматлар соҳаси ривожланишини ҳаракатга келтирувчи кучига айланиши, мамлакат иқтисодиётига валюта тушумларининг салмоқли даражада ошишига хизмат қилиши, шунингдек, республика ёшлари учун минглаб иш ўринларини яратиб берадиган янги корхоналар ташкил этилишини таъминлаши мумкин.

Халқаро туризмни янада ривожлантириш учун қуйидаги таклифларни амалга оширишни тавсия этамиз:

1. Мамлакатимизда туризм статистикасини юритиш самарадорлигини ошириш;
2. Туризм соҳасига хорижий инвестицияларни жалб этишга эътибор қаратиш;
3. Туризм инфратузилмасини ривожлантириш;
4. Соҳага халқаро стандартларни жорий этган ҳолда Ўзбекистон миллий стандартларини ишлаб чиқиш;
5. Хизмат кўрсатиш сифатини ошириш;

6. Юртимизга хорижий сайёҳларни жалб этиш имконияти ва мамлакатимизнинг туристик салоҳиятидан оқилона фойдаланиш;
7. Соҳага оид қонунчилик ва меъёрий-ҳуқуқий асосни такомиллаштириш;
8. Туризмни ривожлантиришнинг миллий, тармоқ ва минтақавий дастурлари бажарилишини сўзсиз таъминлаш;
9. Спорт туризми, экотуризм, агротуризм, соғломлаштириш туризмнинг замонавий турларини ривожлантириб бориш;
10. «Буюк ипак йўли» йўналишини замонавий автомобиллар билан таъминлаш, соҳага чет эл сармоясини олиб кириш ва инвестицион муҳитни ривожлантириш, қўшимча дам олиш жойларини ташкил қилиш ҳамда туристларга хизмат кўрсатишни ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратиш;
11. Туристик эркин иқтисодий ҳудуд яратишни кўпайтириш;
12. Турфирмаларни, меҳмонхоналарни ва умумий овқатланиш корхоналарини бирлаштирган ҳолда занжирлар тузиш;
13. Турпакетларнинг хилма-хиллигини яратиш, нархни арзонлаштириш;
14. Мутахассислар тайёрлаш сифатини яхшилаш ҳамда улар малакасини ошириб бориш тизимини такомиллаштириш: аудиторияларни замонавий технологиялар (компьютер, телевизор, лингафон хоналар ва ҳ.к) билан тўла таъминлаш, кўпроқ туризмга оид конференцияларнинг ташкил этилиши, талабаларни ўқишга ва изланишга янада қизиқтириш мақсадида ютуқли танловлар ўтказиш, шаҳар кутубхоналарини асосан туризмга оид китоблар билан тўйинтириш, ишлаб чиқариш амалиётини кучайтириш, хорижий мутахассисларни он-лайн тарзда маъруза ва амалий машғулотларин ташкил этиш, талабаларни алмашинувини йўлга қўйиш.

ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ МУАММОЛАРИ ВА УЛАРНИ ҲАЛ ЭТИШ ЙЎЛЛАРИ

Дедажанов Бахтиёр Набижанович
НамМТИ “Маркетинг” кафедраси доценти
Каримжанова Раънохон
НамМТИ “Маркетинг” кафедраси катта ўқитувчиси

Мамлакат иқтисодиёти ва минтақавий ривожланишида, валюта оқими, янги иш ўринларини яратишда, шунингдек инфратузилмани такомиллаштиришда туризм алоҳида аҳамиятга эга. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 13 августдаги «Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Фармони қабул қилинди. У Республикамиз иқтисодиётининг стратегик тармоғи сифатида қаралаётган туризмни жадал ривожлантириш учун қулай географик муҳит мавжудлигига қарамадан ҳозирги кунда туризм инфратузилмасидаги мавжуд муаммоларни ҳал этиш, тақдим этилаётган хизматлар сифатини оширишни назарда тутди. Фармонда туризм инфратузилмасидаги мавжуд муаммоларни ҳал этиш, тақдим этилаётган хизматлар сифатини ошириш ва жаҳон бозорларида миллий туризм маҳсулотларини фаол тарғиб қилиш, туризм тармоғининг кадрлар салоҳиятини кучайтириш орқали туризм соҳасида амалга оширилаётган ислохотлар самарадорлигини ошириш ҳамда республикага кириб келаётган хорижий фуқаролар сонини кескин кўпайтириш мақсадида, шунингдек, 2019 — 2025

йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш концепциясига мувофиқ чора-тадбирлар ишлаб чиқилди¹.

Маълумотларга кўра “туризм” ва “турист” сўзлари XVIII асрда пайдо бўлган бўлиб, у французча “tour”- сайр,саёҳат сўзидан келиб чиққан бўлиб; сайёҳлик — саёҳат (сафар) қилиш; фаол дам олиш турларидан бири маъноларини билдиради². Ўзбек тилининг изоҳли луғатида: “Саёҳат-арабча сўз бўлиб, дам олиш, ҳордиқ чиқариш ёки дунёни кўриш, ўрганиш мақсадида қилинган сафардир” дейилади.

Сайёҳлик ёки туристик саёҳатлар - жўнаш ёки сайёҳлик саёҳатлари - ташриф буюрувчиларнинг бошқа мамлакатга ёки доимий яшаш жойидан иш билан таъминлашдан ташқари бошқа жойга кетишлари (саёҳатлари) ҳисобланади. Бундай саёҳатни амалга оширган кишига сайёҳ ёки ташриф буюрувчи дейилади. Асосан туризм билан боғлиқ бўлган ташкилотларнинг тижорат фаолиятини қамраб оладиган иқтисодиёт тармоқлари туризм соҳалари деб таснифланади, масалан, сайёҳлик агентликлари ва бошқа шу қабила³.

Статистик маълумотларга кўра, 2019 йил биринчи ярим йиллиги, яъни январь-июнь ойлари оралиғида жаҳондаги халқаро ташрифлар сони 671 миллионни ташкил этди, бу рақам 2018 йилнинг шу даврига нисбатан 30 миллионга ёки 4 фоизга ўсганлигини кўрсатмоқда. 2019 йилда Яқин Шарқда 8 фоизга ошишига-ижобий қиш мавсумини акс эттирувчи иккита кучли чорак, шунингдек, май ойида Рамазон ойида ва июн ойида диний байрамларда талабнинг ошиши сабаб бўлди⁴.

Тадқиқот натижаларига кўра, Ўзбекистонга ташриф буюраётган сайёҳлар сони ўсишида юқори суръатларни намойиш этмоқда.

1-жадвал

Узоқ хориж ва МДХ мамлакатларидан Ўзбекистонга саёҳат қилганлар сони⁵ (2018, 2019 йилларнинг дастлабки 9 ойи бўйича, минг киши)

Т.Р.	Давлатларнинг номланиши	2018 йил	2019 йил	Ўзгариш суръати, %да
1.	Россия	279	353,7	126,8
2.	Туркия	29,3	46,2	157,7
3.	Афғонистон	29,7	45,1	151,9
4.	Хитой	22,8	39,3	172,4
5.	Корея Республикаси	20,8	28,0	134,6
6.	Германия	14,5	22,3	153,8
7.	Ҳиндистон	14,9	22,2	149,0
8.	Япония	13,1	18,5	141,2
9.	Италия	11,1	16,5	148,6
10.	Франция	11,1	16,5	148,6

2019 йилнинг тўққиз ойи давомида юртимизга келган хорижий сайёҳлар сони 4,9 миллион кишини ташкил этиб, бу ўтган йилнинг шу даврига (2018 йилнинг 9 ойида – 3,9 миллион киши) нисбатан 26 фоизлик ўсишни кўрсатмоқда.

¹Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 13 августдаги ПФ-5781-сонли «Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги [Фармони](#).

²Ўзбекистон Миллий энциклопедияси. Т ҳарфи. «Ўзбекистон миллий энциклопедияси» Давлат илмий нашриёти. Тошкент.722-б. www.ziyouz.com кутубхонаси

³<https://wikipedia.org/wiki/>

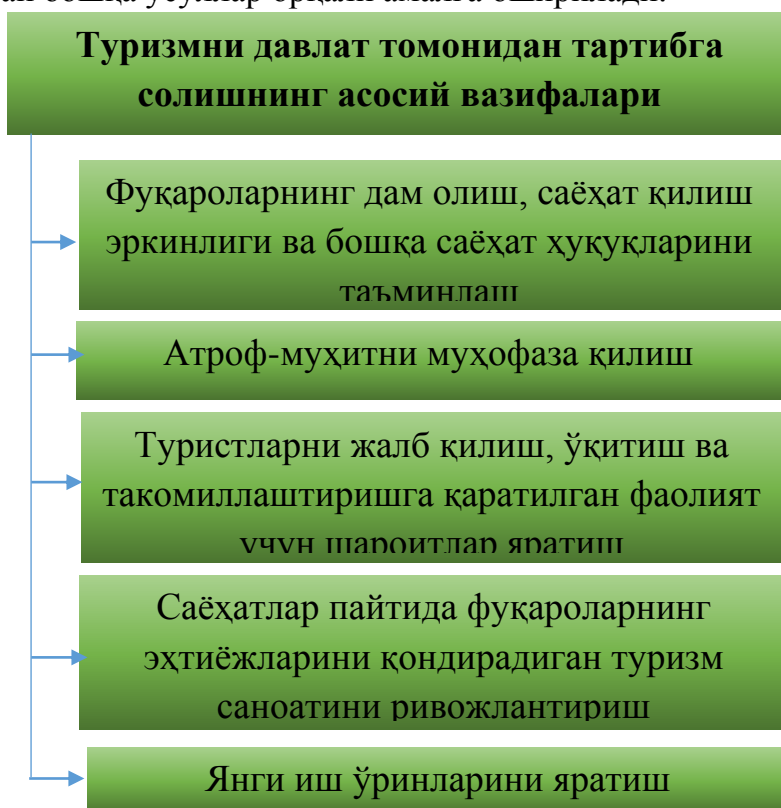
⁴<https://tourism.interfax.ru/ru/news/>.Число туристов в мире в первом полугодии выросло на 4%.

⁵ <https://uzbektourism.uz/cyrl/newnews/> маълумотлари асосида муаллиф ишланмаси

Ўзбекистонга Марказий Осиё ва МДХ мамлакатларидан ташриф буюраётган хорижий сайёҳлар сонининг ўсиши 24,1 ҳамда 26,3 фоизни ташкил қилган бўлса, узоқ хорижий мамлакатлардан келаётган туристлар сони 54,8 фоизга ўсган. Сайёҳларнинг асосий қисми, яъни 82,5 фоизи ўтган тўққиз ой давомида Ўзбекистонга қариндош-уруғлари ва дўстлари билан кўришиш мақсадида ташриф буюрган.

Узоқ хориж ҳамда МДХ мамлакатларидан Ўзбекистонга саёҳат қилганлар орасида энг кўп ташриф Россия Федерацияси, Туркия, Афғонистон, Хитой, Корея Республикаси ва бошқа мамлакатлардан қайд этилган. Умуман олганда, 2019 йилнинг охирига қадар 6 миллиондан зиёд хорижий меҳмонлар ташрифи кутилмоқда.

Мамлакатимизда ушбу сайёҳлар ҳаракатини тартибга солиб турилади. Туризм фаолиятини давлат томонидан тартибга солиш қуйидагилар: туризм соҳасида муносабатларни яхшилашга қаратилган норматив-ҳуқуқий ҳужжатларни яратиш; ички ва глобал туризм бозорида туристик маҳсулотни илгари суришга кўмаклашиш; сайёҳларнинг ҳуқуқ ва манфаатларини ҳимоя қилиш, уларнинг хавфсизлигини таъминлаш; туризм соҳасидаги стандартлаштириш, туризм маҳсулотини сертификатлаш; туризмни ривожлантириш манфаатларини инобатга олган ҳолда мамлакатга кириш, мамлакатдан чиқиб кетиш ва мамлакат ҳудудида бўлиш қоидаларини белгилаш; туризм соҳасига инвестиция киритиш учун қулай шароитлар яратиш; солиқ ва божхона назорати; сайёҳлик фаолияти учун кадрлар тайёрлашни рағбатлантириш; туризм соҳасида илмий тадқиқотларни ривожлантириш; республикаимиз қонунларида белгиланган тартибда қўлланиладиган бошқа усуллар орқали амалга оширилади.



1-расм. Туризмни давлат томонидан тартибга солишнинг асосий вазифалари

Мамлакат иқтисодиётини ривожланишида туризмни ривожлантириш бўйича бир қатор устувор масалалар ўз ечимини топиши лозимдир. Жумладан- туристик

фаолиятни ривожлантириш ва унинг ривожланиши учун қулай шароитлар яратиш; туризм фаолиятининг устувор йўналишларини аниқлаш ва қўллаб-қувватлаш; республикамизни туризм учун қулай мамлакат сифатида ғоясини шакллантириш; сайёҳларга, сайёҳлик агентликларига ёрдам бериш ҳамда, ҳимоя қилиш ва шу кабиларни санаб ўтишимиз мумкин.

Кузатишлар шуни кўрсатадики, мамлакатимизда туристик маконни шакллантириш масалалари иқтисодий ва сайёҳлик форумларида, турли даражадаги илмий-амалий конференцияларда муҳокама қилинмоқда. Шу билан бирга, туризм индустрияси ҳали ҳам бозор муносабатларининг самарали тизимини ишлаб чиқмаган, туризм соҳасида менежмент, ташкилий ва ишлаб чиқариш технологиялари ва туристик фаолиятни қонуний қўллаб-қувватлаш соҳасидаги жаҳон стандартларидан сезиларли даражада орқада. Демак, давлат соҳани ривожлантириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар ишлаб чиқиши лозим.

Туризмни ривожлантиришнинг муҳим шарти сифатида хавфсизликни сақлаш ва халқимизнинг табиий ва маданий меросидан фойдаланиш имкониятини таъминлаш, шунингдек миллий, минтақавий ва шаҳар қонунчилигини туристларнинг табиий ҳудудларга киришига қўйилган талабларга мувофиқлаштириш зарур.

Бизнингча, мамлакатимизда туризм соҳасининг самарали ривожланишига қуйидаги омиллар салбий таъсир этади:

-туризм фаолиятининг айрим жиҳатларини тартибга солувчи меъёрий-ҳуқуқий базанинг номукамаллиги;

- сайёҳлик хизматини дифференциал солиққа тортиш соҳасидаги ижобий халқаро тажрибанинг етарли даражада қўлланилмаслиги, бу республикамиздан бир қатор хорижий мамлакатларнинг сайёҳлик комплексига катта миқдордаги маблағларнинг оқиб ўтишига олиб келади;

-мавжуд моддий-техник базанинг (шу жумладан сайёҳлик транспорти билан шуғулланадиган транспорт воситалари - автобуслар, самолётлар, темир йўл транспорти) камлиги, маънавий ва жисмоний эскириши, мамлакатнинг аксарият минтақаларида туризм инфратузилмасининг етарли даражада ривожланмаганлиги, шу қаторда уларга ҳамроҳлик қилувчи - транспорт, жамоат, озиқ-овқат, кўнгилочар саноат ва шу кабиларни етарли даражада ривожланмаганлиги;

-авиа ва темир йўл чипталари, шунингдек сайёҳларга кўрсатиладиган бошқа хизматлар нархларининг ошиши;

-замонавий қулайлик даражасидаги, туристларга таклиф этилаётган меҳмонхоналар турар жойи, озиқ-овқат, транспорт ва бошқа хизматларнинг ўртача европа даражасида бўлган туристик синфларни жойлаштириш учун меҳмонхоналарни камлиги;

-самарали минтақавий инвестиция сиёсатининг пастлиги, ноқулай ерларни ижарага бериш шартлари;

- аҳолининг тўлашга қодир талаблари;

- малакали кадрларнинг етишмаслиги ва натижада кўрсатилаётган туризм хизматларининг паст даражалилиги;

- статистика маълумотларининг етишмаслиги, туризмнинг ривожланиши ва унинг минтақалар ва мамлакат иқтисодиётига таъсир кўрсатиши;

- ижтимоий туризмни ривожлантириш механизмларини етишмаслиги;

-ногиронлар ва қариялар учун саёҳат ва ҳордиқ чиқариш учун инфратузилманинг йўқлиги (турникет, юриш йўлакчалари, махсус жиҳозланган ҳожатхоналар ва шу кабилар).

Шундай қилиб тадқиқотларимизни кўрсатишича, тизимли муаммо шундаки, мамлакатимизнинг жаҳон сайёҳлик бозорида рақобатбардошлигини оширган ҳолда, ички туризм бозорининг ривожланиш имкониятлари, турмуш даражасини ва бандликни ошириш, сифатли туризм хизматларига тобора ортиб бораётган талабни қондириш учун етарли эмас. Бу борада янада кўплаб чора-тадбирларни амалга ошириш зарурлигини кўрсатмоқда.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 13 августдаги ПФ-5781-сонли «Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги [Фармони](#).
2. Ўзбекистон Миллий энциклопедияси. Т харфи. «Ўзбекистон миллий энциклопедияси» Давлат илмий нашриёти. Тошкент. 867 б. www.ziyouz.com кутубхонаси
3. <https://tourism.interfax.ru/ru/news/>. Число туристов в мире в первом полугодии выросло на 4%.
4. <https://wikipedia.org/wiki/>
5. <https://uzbektourism.uz/cyrl/newnews/>

ТУРИЗМ СОҲАСИДА ТАДБИРКОРЛИКНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Дедажанов Бахтиёр Набижанович
НамМТИ доценти
Эргашева Фотима Ибрагимовна
НамМТИ ассистенти

Туризм соҳасида тадбиркорлик фаолияти тез ривожланаётган турларидан бири ҳисобланади. Замонавий жамиятда туризмга бўлган талабни ўсиб бориши, шунга хос бўлган инфратузилмани, энг аввало –транспорт ва алоқа коммуникацияси, меҳмонхона хўжалигини ривожланишини тақозо этади. Транспорт воситалари орқали дунёнинг чекка жойларига боришга, интернет тармоғи эса туризм ва сайёҳларга керакли маълумотлар билан таъминлашга ёрдам беради. Буларнинг барчаси биргаликда туризм соҳасида тадбиркорликни олиб боришга қулай шарт-шароитлар яратади.

Бу борада мамлакатимизда бир қатор қарор ва фармонлар қабул қилинди. Жумладан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида» 2019 йил 5 январдаги ПФ-5611-сонли Фармони, Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида» 2019 йил 13 августдаги ПФ-5781-сонли Фармони, Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги «Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида»ги ПФ-5611-сон Фармонига қўшимча киритиш тўғрисида» 2019 йил 19 сентябрдаги ПФ-5833-сонли Фармонларини айтиб ўтиш мумкин. Унга кўра, мамлакатимизда туризм соҳасини янада ривожлантириш, тадбиркорлик фаолиятларига яратилиб

бериладиган шароитлар, туристик хизматлар сифатини ошириш, туристларга бериладиган енгилликлар ёритилган.

Жаҳон сайёҳлик ташкилотининг маълумотларига кўра, 2018 йилда дунё бўйлаб 1,4 миллиард киши саёҳат қилган (2017 йилга нисбатан 5,6%га кўп). Шу билан бирга, глобал дунё туристик оқимининг 60% дан ортиғи 20 мамлакатга тўғри келади.

Франция чет эллик сайёҳлар сони бўйича етакчи ҳисобланади. 2018 йилда 93,2 миллион сайёҳ ташриф буюриб, бу 2017 йилга нисбатан 7,2%га ортган. Жаҳон рейтингининг кучли бешлигига шунингдек, Испания (82,8 млн. + 1,2%), АҚШ (82,2 млн., + 6,7%), Хитой (62,9 млн., + 3,6%) ва Италия (62,1 миллион, + 6,5%) кирди.

Ҳақиқий маънода (инфляция ва валюта курсининг ўзгаришини ҳисобга олган ҳолда) халқаро туризмдан келадиган даромад 1444 миллиард долларни ташкил этди, бу аввалги йилга нисбатан 100 миллиард долларга кўпдир. Шу билан бирга, халқаро туристлар сони 6 фоизга кўпайди. Бундан кўришиб турибдики, кўплаб мамлакатларда хорижий саёҳатлар сонининг кўпайиши халқаро туризмдан келадиган даромадларнинг ўсишига ёрдам беради. Ҳозир улар дунё бўйича хизматлар экспортининг 29 фоизини ва товарлар ва хизматлар экспортининг 7 фоизини ташкил қилади. Ушбу рақамлар халқаро туризмни жаҳон иқтисодиётининг етакчи бешлигидан ўрин олиб, бироқ кимё ва нефть саноатидан ортда, лекин озиқ-овқат ва автомобилсозлик саноатини орқада қолдирмоқда.

Ўзбекистонда ҳам туризм соҳасида қилинаётган тизимли ишлар туфайли сайёҳлар оқими йилдан-йилга кўпайиб бормоқда. Виза тартиби соддалаштирилиб, ҳозирда 77 та давлат фуқароси Ўзбекистонга электрон виза олиши мумкин. Рақамларга мурожаат қилсак, 2018 йилда 5 миллиондан ортиқ меҳмон кутиб олинган бўлса, 2019 йил охирида сайёҳлар сони 6,5 млндан, меҳмонхоналар сони 800 дан ошиши, тuroператорлар сони эса 1400 га етиши кутилмоқда. Ҳозирда давлат рўйхатига 4 мингдан кўпроқ тарихий ёдгорлик, маданий мерос объектлари ва зиёратгоҳлар киритилган бўлиб, бу Самарқанд, Бухоро, Шахрисабз, Хива, Қўқон ва Тошкентга ташриф буюрувчи сайёҳлар сонини ошиб боришига туртки бўлмоқда. Бу ижобий натижалар, ўз навбатида, иқтисодиётимизда ўз аксини топмоқда. Жумладан, 2018 йилда туризмнинг ЯИМдаги улуши 1 млрд. АҚШ долларига яқинлашган бўлса, 2019 йил якунида эса 1,3 млрд. АҚШ долларига етказиш кутилмоқда¹.

Сайёҳлар оқимининг ошиши нафақат туристлар сонининг ўсишида, балки уларга хизмат кўрсатувчи объектлар сонининг ошишига ҳам таъсир кўрсатмоқда. Масалан, 2017 йилда 66 та жойлашув воситаси яратилган бўлса, 2018 йилда 141 тани ташкил қилди, 2019 йилнинг тўққиз ойида эса 188 та жойлашув воситаси фаолияти йўлга қўйилди, уларнинг умумий сони 1102 тага етди. Бундан ташқари, 2018 йилда 106 та оилавий меҳмон уйи ташкил этилган бўлса, бу йилнинг илк тўққиз ойида 713 та меҳмон уйи фаолияти йўлга қўйилди. Жорий йилнинг ўтган даврида оилавий меҳмон уйлари томонидан 62,4 минг сайёҳга хизмат кўрсатилган, шулардан 44,1 минг нафари – хорижий мамлакатлар сайёҳлари².

Демак, мамлакатимизда туристик хизматлар кўрсатиш бозори ривожланаётганлигини кўриш мумкин. Бозор бўлар экан, албатта унда тадбиркорлик фаолияти амалга ошади. Туристлик хизматлар бозорини турларини ва уларнинг вазифаларини бажарилишини туристик хизматлар бозоридаги

¹<https://m.kun.uz/news/category/uzbekiston>

²<https://uzbektourism.uz/cyrl/newnews/view>

тадбиркорликнинг қай даражада ривожланиши белгилаб беради. Бирок, тадбиркорликда ушбу фаолият илмий, малака салоҳиятини ошириш масаласи жуда муҳимдир. Бу сайёҳлик агентликларининг кўплаб ходимларини ўйлантираётган масалалардан бири бўлиб, офисда янги турдаги ҳужжатлар билан ишлашда аҳамиятлидир. Туризм тўғрисидаги билимлар сайёҳликка оид адабиётларда ва шу каби тегишли фанларда ўргатилиб, унда ижодкорлик, қобилият шакллантирилади. Туризм бозорини ривожланишида маркетинг ва логистика алоҳида рол ўйнайди.

Туризмда логистикани қўлланишининг асосий шартларидан бири, бу туристик фирма ва корхоналар ўзларининг тадбиркорлик фаолиятида логистик жараёнларни бажариши лозим бўлади¹:

- керакли материал ресурсларни сотиб олиш;
- биринчи навбатда сайёҳлар, шунингдек керакли ресурсларни ташишда транспорт хизматини кўрсатиш;
- захиралар;
- туризм маҳсулотларини сотиш.

Туризм тадбиркорлигининг салоҳияти мазмуни ва моҳияти замонавий иқтисодиётда тадбиркорликнинг асосий назарий кўрсатмалари билан изоҳланади.

Тадбиркорлик – бу ишлаб чиқариш, савдо ва хизмат кўрсатиш соҳасидаги тижорий-ишлаб чиқариш фаолияти бўлиб даромад олишга қаратилган бўлади. Бошқа томондан, тадбиркорлик ҳуқуқий доирада иқтисодий эркинлик, хусусий ташаббус ва уддабуронликни ифодаловчи ишлаб чиқариш-тижорат фаолияти сифатида ифодалаш мумкин.

Туризм тадбиркорлиги фуқаролик ҳуқуқларининг ажралмас қисми бўлиб, Фуқаролик қонунлари билан ҳимоя қилинади ва тартибга солинади.

Тадбиркорлик мамлакат аҳолисини иш билан банд бўлган ишлаб чиқариш, савдо ва хизмат кўрсатиш соҳаларидаги профессионал ва ижодий салоҳиятидир. Тадбиркорлик ташаббускорлик фазилати билан асосланади. Тадбиркор - ресурс сифатида ташаббускорликни ташувчиси саналади. Бунда тадбиркорнинг ўзига хос хусусиятлари намоён бўлади: бошланғич сармояни шакллантиришда шахсан иштирок этиши, корхонани бошқаришда шахсан иштирок этиш, корхонани натижаси учун моддий жавобгарлик, корхоналарни ривожлантириш стратегиялари танлашда қарор қабул қилиш ҳуқуқи, корхона фойдасини тақсимлаш ҳуқуқи.

Тадбиркор ташаббускорликни кўрсатишда қуйидаги фазилатларга эга бўлиши керак: аниқ мақсадга интилувчанлик, ғайратли, меҳнатсевар, таҳлил қилиш қобилиятлари, новаторлик, қатъият (ирода)ли, ташкилий кўникмалар, тажриба, сезгирлик ва ижодий фикрлаш. Тадбиркорлик фаолияти асосан инновацион фаолликда амалга ошириши ва барқарор бўлиши мумкин, ёки керакли шартда тадбиркорлик –инновация бўлиши мумкин.

Шундай қилиб, тадбиркор янги ғоялар ва режаларни ишлаб чиқиш ва уни амалга оширади. Аниқроғи у тижорат ғоялари ва янги режани амалга оширишда юқори хавфга тайёр бўлади.

Туризмда тадбиркорликни ривожланишида маиший тузилмалар, туристик фирмалар, шунга хос бўлган бизнес субъектлари фаолиятлари такомиллашиб ўсиб боради. Шаҳар ва туманлар ташқи кўринишлари шаклланиб, бундай жойларда савдо марказлари, кўнгилочар муассасалар, дам олиш хизмат зоналари ва бошқалар салмоғи ортиб боради.

¹Гришин, С.Ю. Туризм: актуальные научно-практические записки / С.Ю. Гришин, А.Б. Крутик. – СПб.: Астерион, 2014. – 64 с.

Бизнингча, туризм соҳасида тадбиркорликни ривожлантиришда қуйидагиларни амалга ошириш фойдали деб ўйлаймиз:

- туризмни ривожлантириш бўйича меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларни такомиллаштириб бориш;
- миллий, минтақавий ва ҳудудий даражаларда иқтисодий қўллаб-қувватлаш дастурларини ишлаб чиқиш, жумладан- ички ва кириш туризмни ривожлантиришда аҳамиятли бўлган истеъмолчилар талабларини қўллаб-қувватлаш, туристик маҳсулотларнинг баҳосини пасайтириш, инвесторларга имтиёз ва преференциялар қўллаш, кичик тадбиркорликни қўллаб-қувватлаш;
- туроператорларни жавобгарлигини оширувчи – туристларнинг истеъмол ҳуқуқини ҳимоя қилувчи, туристик хизматларни хавфсизлигини таъминлаш бўйича таклифларни ишлаб чиқиш;
- туристик хизмат кўрсатиш сифатига таъсир этувчи асосий омил, туризм соҳаси бўйича малакали кадрларни тайёрлаш;
- туристларни ташишда тарифларни камайтириш, гуруҳ –гуруҳ шаклидаги туристларга нисбатан бонусли тизимни жорий этиш;
- туризмда турли хил эса қоларли - фестиваллар, конкурслар, байрамларни ўтказиб бориш;
- туристик бозорни оқилона назорат қилиш, таҳлил этиш ва прогнозлаштириш; туризм соҳасида яратилган инновацияни рағбатлантириш тизимини ишлаб чиқиш ва шу қабилар.

Демак, туризм соҳаси тадбиркорлигини ривожланиши мамлакат ва фуқароларнинг даромадини шаклланиши, иш билан бандликни ошириш, ҳаёт фаровонлигини таъминлашнинг асосий омилларидан бири ҳисобланади. Ривожланган ва ривожланаётган мамлакатлар иқтисодиётига назар ташлайдиган бўлсак, ушбу мамлакатларда ҳам туризмдан келаётган даромад ўсмоқда ва бу иш ўринлари яратмоқда, тадбиркорликни ривожлантириб, савдо айланмасини ўстириш билан бирга мамлакатлар иқтисодиётини яхшиламоқда.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида» 2019 йил 5 январдаги ПФ-5611-сонли Фармони.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида» 2019 йил 13 августдаги ПФ-5781-сонли Фармони.
3. Крутик С.А. Одержание и структура предпринимательского потенциала в туризме. Санкт-Петербургский государственный экономический университет, г. Санкт-Петербург. Вестник ЮУрГУ. Серия “Экономика и менеджмент”. 2015. Т. 9, № 1. С. 131–139
4. Гришин, С.Ю. Туризм: актуальные научно-практические записки / С.Ю. Гришин, А.Б. Крутик. – СПб.: Астерион, 2014. – 64 с.
5. <https://m.kun.uz/news/category/uzbekiston>
6. <https://uzbektourism.uz/cyrl/newnews/view>

РОЛЬ PR-PUBLIC RELATION (СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ) КАК ОСНОВНОЙ МЕХАНИЗМ В СФЕРЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА УЗБЕКИСТАНА

*Раджабов Одил Олимович
Магистрант II курса факультета
экономики и туризма в БухГУ*

Индустрия туризма – коммерческий сектор, экономическая система, которая состоит из отраслей и подразделений, их целью является удовлетворение спроса на туристские услуги.

В индустрию туризма входят организации по производству и реализации туристских услуг: туроператоры, турагентства, гостиничные предприятия, предприятия питания, экскурсионные бюро и другие.

PR в туризме – это спланированный и продолжительный комплекс действий, направленный на формирование благоприятных отношений между туристским предприятием и его общественностью (целевой аудиторией). [1]

Указ президента республики Узбекистан от 3 февраля 2018 года, № УП-5326 о дополнительных организационных мерах по созданию благоприятных условий для развития туристского потенциала республики Узбекистан 4-пункт:

“Преобразовать ГУП «Центр продвижения национального туристского продукта» при Государственном комитете Республики Узбекистан по развитию туризма в ГУП «Национальный PR-центр» при Государственном комитете Республики Узбекистан по развитию туризма, возложив на него задачи по организации продвижения туристского потенциала республики” еще раз утверждает значения роли PR а в туризме.[2]

Основными причинами, по которым государственные департаменты по туризму обращаются к PR-акциям, являются следующие:

1. большое количество стран, предлагающих, в общем-то, однотипный отдых (например, Турция и Греция)
2. различные события, негативно влияющие на имидж страны в глазах туристов (например, угроза террористических актов)
3. появление новых стран и новых туристических направлений (например, не так давно российские туристы открыли для себя Марокко).[3]

Целевая аудитория PR для туристских предприятий: клиенты, партнеры, поставщики, конкуренты, блоггеры, эксперты, СМИ, сотрудники и др. (1-графа)

Связи с общественностью имеют важное значение для предприятий туризма, это обусловлено различными факторами. Во-первых, среди множества турфирм, которые, в основном, предлагают однотипный продукт сложно выделиться. Во-вторых, реклама турфирм становится неэффективной в связи с ее агрессивным и навязчивым воздействием. В-третьих, **PR в туризме** занимает значительное место, так как туристская услуга является удаленной, ее невозможно потрогать, оценить ее качество до приобретения, именно поэтому важную роль играет репутация туристского предприятия, как гаранта качества услуг и надежности.



После кризиса лета 2014 в туризме, когда после объявления банкротства прекратили свою деятельность ведущие туроператоры, а рынок туризма сокрушали скандалы о туристах, застрявших на курортах, особое значение приобретает антикризисный PR в туризме. Становятся актуальными средства и методы восстановления репутации турфирм в частности, и рынка туризма в целом.

Таким образом, можно выделить ряд направлений деятельности **PR в туризме**:

1. Продвижение бренда (характерно для крупных туроператоров и других туристских предприятий);
2. Продвижение туристских услуг;
3. Формирование имиджа и репутации;
4. Использование PR при появлении кризисов на предприятии или в индустрии в целом (антикризисный PR);
5. PR в сфере туризма может использоваться для продвижения туристского региона или страны (формирования имиджа страны/региона как привлекательно туристского направления);
6. Внутренний PR в туризме и др.

PR в туризме, как коммуникативная технология представляет собой комплексное использование различных PR-инструментов. Рассмотрим основные средства и методы связей с общественность, используемые в индустрии туризма.

1. Взаимодействие со СМИ (пресс-релизы, статьи, интервью, пресс-туры, пресс-конференции и др.);
2. Vent-мероприятия (презентации новых направлений/турпродукта, выставки, ярмарки, фестивали, воркшопы, тренинги, семинары, приемы, церемонии открытия, дни рождения компании, флешмобы);
3. Имиджевая реклама;
4. Спонсорство и благотворительность;
5. Внутренний PR (тренинги, курсы повышения квалификации, миссия, корпоративные кодексы, в некорпоративная жизнь, тимбилдинг, рекламные туры и др.)
6. промо-кампании и PR-кампании;

7. Продвижение в Интернет (сайт, социальные сети, блоги, онлайн консультации, форумы, электронные средства массовой информации, вирусная и баннерная реклама и др.)

8. Фирменный стиль (цвета, слоган, шрифты, товарный знак, бланки, визитки и др.) [4]

Вр.и.о. председателя Государственного комитета Республики Узбекистан по развитию туризма Абдулазиз Аккулов в ходе своего визита во Францию встретился с руководителем «Interface Tourism Group» Гаел де Ла Порте и директором по развитию компании Джулией Джеффрой. Interface Tourism Group разработает и представит Узбекистану комплексный PR-план, включающий подготовку специальных материалов, аналитический отбор целевых СМИ, различные культурно-развлекательные программы и статьи в сфере туризма. [10]

В центре Стокгольмана знаменитой площади Дроттнинггатан наши соотечественники, проживающие в Швеции, организовали PR-кампанию по популяризации и продвижению туристического потенциала Узбекистана. На площади прозвучали национальные узбекские мелодии в исполнении Камерного оркестра «Соғдиана» Государственной Филармонии Узбекистана. Для справки: площадь Дроттнинггатан является главной площадью в Стокгольме и известна в Европе как «Королевская улица». Она имеет большой торговый центр, который посещают каждый день в среднем 16000 туристов и местных жителей. «Узбекистан».[10]

Огромную популярность набирает гастрономический туризм. Узбекистан с уникальной, разнообразной кухней — отличный объект для фуд-блогинга. За прошедший год нашу страну посетили такие видные фуд-блогеры, как **Mark Wiens** и **Sonny Side**. Также яркий восточный колорит Узбекистана привлек известных тревел-блогеров **Vagabrothers** и семью **Halilintar**. [5]

Стоит также отметить, что число подписчиков блогеров, прибывших в Узбекистан, превышает более 150 миллионов человек на мировых платформах социальных сетей, таких, как «Instagram», «Facebook» и др., а также на Youtube. [10]

Известных зарубежных блогеров, фотографов, кинорежиссеров, медийных личностей и трендсеттеров собрал в Ташкенте I Международный конгресс инфлюенсеров — World influencers congress. Мероприятие такого масштаба проводится в нашей стране впервые и продлится с **22 по 27 августа**. Чтобы познакомиться с коллегами, обменяться идеями и методами работы и, конечно, познакомиться с солнечным Узбекистаном, съехались более 80 инфлюенсеров мирового уровня из 40 стран: **Бразилии, Индии, Италии, ОАЭ, США, Сингапура, Турции** и других стран.

Среди них основательница страницы "Wonderful places" Сьюзанна Брукс, которая рассказывает о своих путешествиях по разным странам посредством Instagram. Сьюзанна Брукс опубликовала свыше 6700 постов на своей странице. В том числе о достопримечательностях Греции, Франции, Италии, Сингапура, Германии, Чехии, США, Австрии, Японии. Кроме того, в рамках I Международного конгресса инфлюенсеров ожидается приезд основательницы блога «Senstylable» (9,6 млн фолловеров) Рейта Хакаж, на счету которой почти 2 млн постов. Страница предназначена для любителей моды и шопинга. [6]

Авторы популярного тревел блога “The Lost Avocado” Сара Ицци и Тимур Тугалев в апреле посетили Узбекистан, чтобы рассказать о новом интересном

туристическом направлении на страницах своих социальных сетей. Команда побывала в Копенгагене, Нью-Йорке, в горах Кыргызстана, проехала на машине по Кубе и теперь прибыла в Узбекистан для съемки очередной серии своего проекта Lost in...[9]

Узбекистан стал активно использовать PR в сфере Туризма для привлечения большое количество туристов. Государственный комитет активно использует пресс-релизы, статьи, интервью, пресс-туры, пресс-конференции и др. Но остальные направления PR как vent-мероприятия, имиджевая реклама, промо-кампании и PR-кампании, фирменный стиль достаточно не развитие. Стоит отметить что вся стороння пиар компания это успех в развития сферы и благодаря таким методам страны как США, Таиланд, Индия и другие смогли увеличит число туристов в несколько миллионов.

Литература

- 1.Постановление Президента Республики Узбекистан “Об организации деятельности государственного комитета республики Узбекистан по развитию туризма” 2 декабря 2016 г.,№ ПП-2666
2. Указ Президента Республики Узбекистан “О дополнительных организационных мерах по создания благоприятных условий для развития туристского потенциала Республики Узбекистан ” от 3 февраля 2018 г., № УП-5326
- 3.Степанова Е. Public Relations в туризме. М., 2002.
- 4.<http://www.prstudent.ru/teoria/pr-v-turizme>
- 5.<http://uzdaily.uz/ru/post/43418>
- 6.<https://mytashkent.uz/2019/08/28/znamenitye-blogery-mira-reklamiruyut-uzbekistan/>
7. <https://regnum.ru/news/2698554.html>
- 8.<https://kun.uz/ru/news/2018/09/05/ekspert-kak-uzbekistan-operezaet-kazahstan-s-pomosu-youtube>
- 9.<https://themag.uz/post/nashestvie-bloggerov>
10. <https://uzbektourism.uz/ru/newnews/view?id=754>

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН

**К.э.н., доцент Хасан Ибрагимович Турдибеков,
Ибрагимов Нодирбек Хасанович, студент ,
Международный университет туризма «Шелковый путь»**

В настоящее время индустрия туризма - одна из наиболее динамично развивающихся отраслей сферы услуг мирового хозяйства. Туризм занимает третье место в мире по объему доходов после нефтедобычи и автомобилестроения. Более того, экономисты прогнозируют, что именно туризм станет ведущей мировой экспортной отраслью 21 века. По данным Всемирной туристической организации ООН в 2019 году мировой туристический поток достиг около полтора миллиарда человек, на долю туризма приходится 10 процентов валового внутреннего продукта в целом по планете - и рабочих мест. Для многих государств туризм является важнейшим фактором роста национальной экономики.

В Узбекистане туризм сегодня является одним из приоритетных и перспективных направлений социально-экономического развития. По оценке Всемирной туристической организации, потенциально Узбекистан имеет

возможность ежегодно принимать не менее 6 миллионов внутренних и иностранных туристов.

Принятие Указа Президента Республики Узбекистан №УП-5611 «О дополнительных мерах по ускоренному развитию туризма в Республике Узбекистан» и Постановление Президента Республики Узбекистан №ПП-4095 от 05.01.2019 года «О мерах по ускоренному развитию туристской отрасли» дали новый толчок развитию инновационных процессов в сфере туризма. В данных нормативных актах определены основные стратегические направления развития сферы туризма. Поставлены задачи по формированию благоприятных условий для развития туристской отрасли, обеспечения эффективного использования экономических ресурсов для повышения роли данной отрасли в экономике, в том числе, достижения в 2025 году роста экспорта туризма до 2,2 млрд долларов США. Развитие инфраструктуры туризма и сопутствующей инфраструктуры во всех регионах республики с учетом потребностей и запросов туристов. При решении вышеперечисленных задач актуальной является качество предоставляемых спектра услуг для туристов.

Высокие туристские возможности, а это - богатое историко-культурное наследие, выгодное природно-географическое положение и такой уникальный ресурс, как народные художественные промыслы, по праву делает её одним из наиболее перспективных для развития туризма регионов. Правительством страны в течение ряда лет реализуется комплекс мероприятий по формированию конкурентоспособной туристской индустрии. Разработка действенных экономических и управленческих мер по развитию туризма предполагает применение эффективных методов управленческого анализа. Одним из современных методов является кластерный подход, который ранее применялся в естественных науках. Впервые кластерный подход как экономический инструмент анализа применен М. Портером в стратегическом управлении.

Концепция развития туристского кластера предполагает комплексное развитие туристской индустрии региона, то есть и развитие существующих предприятий, и строительство новых туристских объектов, внедрение инновационных продуктов туризма, развитие новых направлений туризма и многое другое.

При этом одним из важнейших направлений развития кластера является работа с образовательными учреждениями региона и, соответственно, подготовку кадров для отрасли туризма, поскольку сам по себе даже богатейший туристский ресурс не способен создать комфортные условия для приема туристов, а обеспечение комфорта - это, прежде всего, вопрос подготовки кадров.

По нашему мнению, классификация инструментов регулирования генератором кластерного подхода по сферам их применения должна включать:

1. В правовой сфере: совершенствование нормативно-правовой базы; развитие методологии лицензирования, стандартизации, сертификации в сфере туризма; таможенное регулирование; установление правил въезда, выезда и пребывания на территории Республики Узбекистана с учётом интересов развития туризма.

2. В экономической сфере: стимулирование развития материальной базы туризма путём привлечения внебюджетных источников, в том числе иностранных инвестиций для реконструкции и нового строительства туристских объектов; налоговое регулирование; целевое бюджетное финансирование программ развития туризма; создание благоприятных условий для инвестиций в туризм.

3. В социальной сфере: обеспечение развития социального туризма; упорядочение отношений собственности в сфере туризма с учётом особенностей характера туристской деятельности.

4. В научно-образовательной сфере: развитие отраслевой туристской науки, осуществление комплекса базовых научных исследований в сфере туризма на федеральном и региональном уровнях, создание информационно-аналитической базы; обеспечение профессиональных кадров для туристской деятельности.

5. В сфере организации туризма: формирование имиджа Узбекистана на мировом рынке туризма; содействие в продвижении национального турпродукта на внутренний и мировой рынки; содействие участию в международных туристских программах; создание условий для многоцелевого использования туристской инфраструктуры; координацию деятельности и инвестиций государственного и частного секторов в развитии туризма.

6. В сфере информационных технологий: создание единого информационного пространства; рекламно-информационное обеспечения.

Таким образом, для комплексного развития сферы туризма необходимы программно-целевые меры управления и стимулирования развития туризма, включающие: планирование развития туристской отрасли, кадровое обеспечение, обеспечение научных исследований туризма, поддержку туристских предприятий, обеспечение охраны окружающей среды, создание благоприятного имиджа страны и региона, контроль и надзор за туристской деятельностью, создание единого информационного пространства и сети взаимодействующих информационных туристских центров на основе генератора кластерного подхода.

При этом, используя кластерный подход можно детально разработать стратегию развития туризма отдельного региона. В частности, в данном исследовании изучены особенности стратегического развития туризма в Самаркандской области. Стратегической целью социально-экономического развития Самаркандской области является формирование эффективной экономической базы, обеспечивающей устойчивое развитие и последовательное повышение качества жизни населения Самаркандской области.

Анализ основных тенденций развития основных видов туризма, выявленные сильные стороны и возможности развития туризма позволил определить основные направления роста туристской индустрии по видам туристических услуг области.

▪ стимулирование ряда новых направлений историко-культурного туризма (сельский туризм, основанный на местном сообществе для ознакомления с теплым гостеприимством и древними традициями местных жителей; туризм юрты (проживание в традиционном жилище кочевников в пустыне и степи);

▪ событийный туризм (исторические и культурно-этнографические мероприятия типа праздника Навруз) в целях увеличения развлечений после традиционного посещения культурных объектов;

▪ развитие паломнического и экологического туризма;

▪ реализация туристских проектов по строительству спортивно-развлекательных сооружений;

▪ развитие рекреационного туризма;

▪ реализация на практике новой визовой стратегии в отношении туристов старшего возраста из стран - основных поставщиков туристов, процедура получения визы должна быть упрощена, сроки ее оформления сокращены, стоимость снижена;

- легализация деятельности организаций по обслуживанию иностранных посетителей (размещение, питание, транспортные услуги, индустрия отдыха и развлечений и пр.) путем упрощения процедуры лицензирования и сертификации;

- совершенствование статистики туризма, отражающее количество туристов из других регионов республики:

- а) количество иностранных туристов (однодневных посетителей без ночлега);

- б) информации по туристским расходам (затраты, производимые туристами на тур услуги).

- проведение широкомасштабной рекламной кампании в международных средств массовой информации с целью повышения туристского образа города, распространение более широкой информации об уникальной природе, национальных традициях, промыслах и ремеслах, событийных мероприятиях и туристских услугах.

При разработке мер по стратегическому развитию региона на основе кластерного подхода необходимо осуществить следующие меры:

1. Для реализации на практике выявленных закономерностей зависимости предприятий туристического комплекса (гостиницы, турфирмы, транспортное хозяйство, музеи, и прочие) необходимо сформулировать концептуальные положения региональной кластерной политики, направленные на развитие туризма в городе Самарканд.

3. разработать методический подход в формировании стратегии туризма в городе Самарканд, базирующийся на активной роли региональных органов власти, поддержании кластерных инициатив, стимулировании их развития и проведении мониторинга их эффективности.

4. создание широко разветвленной сети информационного сопровождения в виде единой информационной службы. Опираясь на анализ данных единой информационной службы, появится возможность разработать комплекс программ по формированию стратегии развития туризма и контролировать ход его выполнения.

4. разработка методического инструментария по стратегическому анализу туризма и разработке и реализации стратегии региона с учетом инновационного и инфраструктурного туристского потенциала города Самарканда, способствующий повышению конкурентоспособности потенциального ядра кластера. При этом будет разработана система критериев и показателей оценки эффективности стратегии развития туризма в городе Самарканд.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОБУЧЕНИЯ СПЕЦИАЛИСТОВ ПО ТУРИЗМУ НА ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННЫХ МЕТОДОВ

**Турдиева Н.М., старший преподаватель Международного университета
туризма «Шелковый путь»**

Аннотация: проектная деятельность относится к разряду инновационной, творческой деятельности, и она предполагает преобразование реальности. В настоящее время всё большее количество регионов активно занимаются развитием внутреннего туризма, используя возможности проектной деятельности.

Ключевые слова: туризм, проект, презентация, реализация, национальная культура, креативное мышление.

Сегодня проектное обучение относят к педагогическим технологиям 21 века, обеспечивающим формирование у обучающихся умений адаптироваться в стремительно изменяющемся мире, развитие ключевых компетенций у будущих специалистов в любой сфере профессиональной деятельности.

Проектное обучение позволяет решать актуальные проблемы образования в сфере туризма и соответствует требованиям времени:

- обеспечивает возможность осуществлять обучение в обстановке максимально приближённой к реальной жизни;
- позволяет увязать теоретический материал с практической деятельностью и вовлечь студентов в активный самостоятельный познавательный процесс;
- обеспечивает формирование и развитие ключевых компетенций, необходимых для адаптации и продуктивной деятельности в рамках профессиональных сообществ.

Умение проектировать, планировать и реализовывать технологию проектного обучения – показатель высокой квалификации преподавателя. Недаром эту технологию относят к технологиям 21 века.

Основное целевое назначение проектного обучения в университете заключается в том, чтобы:

1) Обеспечить подготовку студентов к жизнедеятельности в профессиональном сообществе в сфере туризма:

- познакомить студентов на предметном и межпредметном материале с социально – научным и практически значимыми проблемами, характерными для профессионального обучения и профессиональной деятельности, и со способами решения этих проблем;

- включить студентов в активную, вполне реальную профессиональную деятельность, в проживание реальных событий, позволяющих осмыслить социальную и личностную значимость этой деятельности и её результатов, оценить свои наклонности и возможности в выполнении деятельности с определёнными для того или иного направления профессиональной подготовки характеристиками;

- к самостоятельному поиску и решению проблем;

- к самостоятельному конструированию знаний из разных областей и источников, которые могут быть использованы в жизни, в будущей профессиональной деятельности, в продолжении образования по выбранному направлению профессиональной подготовки;

- к получению реального результата проектной учебной деятельности, имеющего социальный и личностный смысл;

- к творческой деятельности по конструированию новых объектов;

2) создать условия для развития интеллектуальных и инновационных способностей студентов:

- критически и конструктивно мыслить;

- прогнозировать результаты и возможные последствия разных вариантов решения на основе не только аналитического, логического, но и интуитивного мышления;

- мыслить на уровне широких обобщений;

- ориентироваться в окружающей действительности;

- проводить исследования и экспериментировать;

- 3) обеспечить формирование и развитие ключевых компетенций студентов:
- проектировочной;
 - коммуникативной;
 - социальной;
 - информационной.

Примерная структура проектного задания

1. Описание проблемной ситуации, обоснование актуальности её разрешения
2. Цель проекта – проблема, на решение которой направлен проект.
3. Задачи проекта – перечень работ, которые необходимо выполнить для достижения цели проекта.
4. Результат проекта – продукт или услуга, который будет создан, чтобы разрешить проблему, названную в цели проекта.
5. Пользователи продукта проекта.
6. Рамки проекта: сроки выполнения и примерное количество участников.
7. Вехи проекта, если проект долгосрочный, сложный.
8. Промежуточные результаты, которые должны быть достигнуты по пути к конечному результату.
9. Пространственный предварительный план осуществления задач проекта (содержание проекта).
10. Указание способов и средств оценки проекта и проектной деятельности, отчёт и презентация.

По завершении работы над проектом проводится презентация результатов – устное и письменное сообщение (отчёт) об итогах проектной работы.

Фаза подготовки презентации занимает значительную часть отведённого на проект времени. На этом этапе преподаватель выполняет следующие функции: консультирование и инструктирование, мониторинг и контроль подготовки устной презентации и осуществляет следующую последовательность действий: рекомендует студентам, прежде чем они приступят к разработке презентации, решить следующие организационные вопросы:

- кто будет проводить презентацию: лидер, или часть группы;
- в какой форме будет проводиться презентация: в виде доклада или доклада с использованием средств наглядного представления информации;
- консультирует студентов по поводу оформления презентации;
- обращает внимание на соответствие выбранного вида презентации, и её особенностям [2, p 63].

Правила оформления презентации

Текст, особенно если презентация сопровождается устным докладом, должен быть:

- связным;
- синтаксически простым;
- ясным, логичным, точным (особенно в терминах и определениях). Перед тем, как представить презентацию публике не поленитесь проверить грамотность;
- рисунки должны быть чёткими и достаточно крупными. Не пытайтесь увеличивать размер рисунка, вы только потеряете качество картинку;
- видео – ролики должны занимать не менее трети презентационного окна. Рисунки должны носить скорее иллюстративное, чем декоративное значение. Украшательство отвлекает от сути предмета. . [2, p 76]

Секреты успешной презентации

- всегда будьте уверены в том, что говорите;
- говорите чётко, с расстановками;
- излагайте мысль законченными фразами, выделяя важные моменты интонацией;
- не говорите тихо и монотонно, но и громко тоже не следует говорить;
- будьте вежливы и внимательны;
- всегда начинайте и заканчивайте с улыбкой;
- не переминайтесь с ноги на ногу, не держите руки за спиной, не опирайтесь на стол, трибуну, сильно не жестикулируйте, не вертите ручкой, маркером;
- всегда благодарите за ответы и предложения. [2, р 78]

В качестве примера могу привести разработку проекта, над которым работают наши студенты. Этот проект называется: национальный дом «Великий шёлковый путь». Этот проект краткосрочный, основная цель проекта разработать новую туристскую услугу для туристов. Туристам предоставляется попробовать национальные блюда, приготовленные во времена Великого шёлкового пути, послушать национальную музыку, а также сыграть национальные игры. Все услуги предоставляются в национальных домах, расположенных в махалле.

Примерный рабочий план по выполнению проекта: национальный дом «Великий шёлковый путь»

Цель	Вид деятельности	Вид готового продукта	Срок выполнения	Ответственный исполнитель
Разработать новый турпродукт, который представляет возможность сохранения и популяризации культурного наследия. Этот турпродукт расширяет новые возможности для организации экскурсии, а также туристам предлагаются национальные блюда города Самарканда.	Участники проекта договариваются с турфирмами, и приглашают туристов попробовать национальные блюда, приготовленные дома, в домашних условиях. Определённые участники проекта готовят эти национальные блюда. Участники проекта сами предоставляют все услуги сервиса в национальных домах. Туристы могут послушать национальную музыку, поиграть в национальные игры.	Экскурсии по историческим местам, где проходил Великий шёлковый путь, предоставление национальных блюд, в национальных домах, в домашних условиях. Национальная музыка. Национальные игры.	Краткосрочный (1-2года)	

Использованная литература:

1. Проектная деятельность в туризме: региональный опыт. Учебное пособие. Москва. Ижевск 2016год.
2. Проектная технология обучения в ВУЗе. Ташкент. 2017год
3. Специальные виды туризма. Бабкин А.В. Ростов – на Дону. 2008г.
4. Hansen V. The Silk Road: A New History : [англ.]. — Oxford University Press, 2012

ЭКОТУРИЗМ НА ОСОБО ОХРАНЯЕМЫХ ТЕРРИТОРИЯХ

**Алымов Атабек Керимбергенович,
Пирназаров Ерназар Даулетиярович**

Каракалпакский государственный университет им. Бердаха

В настоящее время особое внимание в экономике развитых стран мира обращается на развитие туристических услуг, входящих в состав сферы обслуживания. Сегодня, согласно сведениям ВТО, ежегодный рост экотуризма как самой интенсивно развивающейся отрасли туризма составляет 30%, а его доля в доходах мирового туризма - 10-15% [1]. Интенсивное развитие экотуризма объясняется ростом потребности населения в отдыхе на природе из-за негативного влияния развития промышленности на окружающую среду.

Экотуризм является одним из видов деятельности многих государств мира. Это одна из форм активного отдыха, где человек не только восстанавливает свое здоровье, но и получает эстетическое наслаждение, наблюдая за флорой и фауной окружающей среды. В настоящее время целью экотуризма является рациональное использование природы в туристическом направлении - для обеспечения экологической безопасности будущего поколения и его стабильного развития. Для признания экологического туризма должны быть соблюдены следующие требования: оказываемая услуга должна быть экологически направленной, транспортная услуга туристов экологически чистой, питьевые и пищевые продукты должны быть экологически чистыми и полезными, в составе которых должны содержаться местные продукты, квалифицированные гиды должны сопровождать туристов в достопримечательные места [2].

В последние годы вопросы развития экологического туризма на охраняемых природных территориях (ОПТ) во многих странах остаются объектами споров до настоящего времени. Небольшое число государств считают, что на таких территориях нельзя организовывать экологический туризм, в большинстве же стран мира экотуризм на ОПТ активно осуществляется. Нельзя утверждать, что на таких же территориях Узбекистана, в частности в Республике Каракалпакстан, также хорошо налажен экотуризм. Этот вопрос является очень актуальным, потенциал ОПТ Республики Каракалпакстан не только не отстает от потенциала международных природных резерватов, но даже имеет некоторые преимущества: своеобразные природные пейзажи, ландшафты и экосистемы, нетронутые уголки природы, где еще не ступала нога человека, джейраны, сайгаки, уникальные хищные птицы и пр.

Согласно результатам наших исследований, в ОПТ, находящихся в Републике Каракалпакстан, существует ряд проблем. В частности:

- широкое развитие традиционных видов туризма в большинстве регионов;

- отсутствие до сих пор отвечающих требованиям мировых стандартов конкретных планов и стратегий развития экотуризма на основе охраняемых территориях;

- в большинстве ОПТ не налажены механизмы определения рекреационного давления последствий экологического туризма. Это порождает ряд проблем в осуществлении экологического туризма;

- отсутствие вообще или неблагоприятные условия жизни, транспортные средства, организованные туристические маршруты, оборудование для экологических троп, наблюдательных мест и других средств инфраструктуры;

- отсутствие определенного опыта организации экологического образования в ОПТ, не направленность его к конкретным людям, не соответствие его минимальным требованиям среднестатистических посетителей;

- отсутствие специализированных подробных о растениях и животных, их исчезающих видах. Успех экотуризма, особенно международного экотуризма, во многом зависит от возможностей получения информации посетителями данной территории;

- отсутствие стандартов для формирования единых цен для услуг, оказываемых туристам в ОПТ и несоответствие предлагаемых услуг установленным за них ценам.

Не смотря на это в современных социально-экономических условиях Республики Каракалпакстан можно относительно эффективно организовать и развивать перспективный экотуризм, имеющий высокий ресурсный потенциал, смягчить его негативные последствия, охранять окружающую среду и повысить его преимущества и достоинства с точки зрения социально-экономического развития региона. Для этого необходимо осуществлять тщательное планирование, управление экотуризмом и мониторинг экотуристической деятельности.

Посредством развития экотуризма ОПТ выйдут из положения, в котором они являются закрытыми учреждениями, не участвующими в решении экономических и социальных проблем региона, превратятся в надежного партнера в повышении потока посетителей, создании новых рабочих мест, развития новых видов деятельности, восстановлении местной культуры и улучшении инвестиционной деятельности в регионе.

Вместе с тем различают 2 модели осуществления экотуризма в дикой природе: Австралийскую модель, сформированную в США и Канаде, и полностью внедренную в Австралии и Западноевропейскую модель, реализуемую в культурном ландшафте.

На основе анализа вышеприведенных моделей, задач, определенных в законодательстве и современных исследований, нами предложена модель развития экотуризма в ОПТ Республики Каракалпакстан (Рисунок 1). [3]

Экотуризм на ОПТ должен развиваться как единая система, задачи которой на уровне региона и ОПТ четко определены. Для решения этой задачи необходимо организовать специализированную структуру, ответственную за развитие экотуризма на основе ОПТ.



Рисунок 1 – Модель развития экотуризма в ОПТ

Задачи модели развития экотуризма на основе ОПТ состоят из следующими:

- повышение экологической культуры населения;
- разработка альтернативных вариантов вместо не восстанавливаемых форм использования природы;
- улучшение социально-экономических условий жизни местного населения за счет создания новых рабочих мест;
- создание дополнительных источников финансовой поддержки ОПТ;
- развитие связей с национальной системой заповедников и зарубежными заповедниками, а также активная интеграция в экотуристический мировой рынок;
- определение критериев стабильного развития экотуризма, оценка соответствия экотуристических маршрутов и услуг принципам стабильного международного туризма;
- обеспечение присоединения ОПТ к единой ИКТ международного экотуризма. Организация маркетинга и рекламы по продаже туристической продукции в Узбекистане и за рубежом;
- организация единого профессионального центра по переподготовке сотрудников сферы экотуризма и проведения постоянных семинаров;
- внедрение политики формирования единых цен на экотуристическую продукцию и услуги;
- разработка единых стандартов для рекламных объявлений и досок, пропагандистских материалов, размещаемых на туристских тропах ОПТ;

- подготовка единых информационных материалов для оформления и оборудования центров посещений, музеев природы, выставок, рекламных буклетов, презентаций;

Необходимо поэтапно расширять земельные площади, используемые в туристических и рекреационных целях, для развития экотуризма в ОПТ, расположенных в регионе.

Посредством модели мы достигнем развития экотуризма на ОПТ, налаживания их использования в туристических целях, обеспечения местного населения работой, повышение их экологической культуры и знаний, обеспечения экологической стабильности.

Список литературы:

1. Travel & tourism global economic impact & issues 2017 // World travel & tourism council, United Kingdom, 2017.
2. Алымов А.К. Развитие экотуризма в Республике Каракалпакстан: проблемы, новые направления и перспективы // Бюллетень науки и практики №6 (июнь), 2016. –42 с.
3. Салаев С.К. и др. Пути развития экологического туризма на охраняемых природных территориях // Бюллетень науки и практики. №12. 2018. –С. 228-234

**ХИЗМАТЛАР СОҲАСИДА БОШҚАРИШНИНГ САМАРАЛИ
ШАКЛЛАРИДАН ФЙДАЛАНИШ**

**Жўраева Нодирахон Қурбоновна
Фарғона политехника институти тадқиқотчиси**

2017-2021 йилларда мамлакатимизни ривожлантиришнинг Ҳаракатлар стратегияси ҳамда 2030 йилгача ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш концепциясида аҳоли яшайдиган ҳудудларни “ақлли шаҳар” типига аҳоли пунктларига айлантириш жараёни бошлаш кўзда тутилган. Бу концепциянинг амалга оширилишида, айнан уй-жой коммунал хизматлари соҳаси муҳим ўрин тутди.

Мамлакат даражасида иқтисодиётнинг асосий тармоқ ва соҳаларида мустақилликка эришилгандан сўнг бошланган бозор муносабатларини жорий этиш асосидаги таркибий ўзгаришлар уй-жой коммунал хизматлари соҳасини четлаб ўтганлиги ушбу соҳада муаммоларнинг тўпланиб қолишига ҳамда соҳанинг хусусиятларидан келиб чиқиб, аҳолининг ижтимоий ривожланишига ўз салбий таъсирини кўрсатмоқда. Ушбу ҳолатдан келиб чиқиб 2001 йилдан 10 йил кечиқиб бошланган коммунал ислохотлар 2006 йилга келиб яна стагнация жараёнига тушиб қолди ва соҳадаги таркибий ўзгаришларнинг давоми 2017 йилдан бошлаб кескин силжиш босқичига ўтди. Бироқ, иқтисодиётнинг қолган соҳалари ва тармоқларидаги ривожланишидан маълум даражада узилиб қолган уй-жой коммунал хизматлари соҳасидаги ислохотлар ривожланиш жараёнида сезиларли тўсиқларга дуч келмоқда.

Уй-жой коммунал хизматлари соҳасини бошқаришнинг мавжуд тизимлари таҳлили шуни кўрсатдики, ҳудудлардаги тизимлар ва корхоналар томонидан соҳага янги технологияларни жорий этиш, бошқарув жараёнларини автоматлаштириш ва бошқа юқори самарали чора-тадбирларни амалга ошириш жараёни бошланганлигига қарамадан, қуйидаги ҳолатларнинг мавжудлиги соҳани қисқа

вақт ичида ягона тизимга бирлаштириш ва унинг таркибидаги корхоналар фаолият самарадорлиги таъминланмаяпти:

1. Махсус йўналишдаги қабул қилинган мақсадли дастурларнинг етарли даражада мавжуд эмаслиги.

2. Соҳага киритилаётган инвестицияларни таҳлил қилиш ва инвестиция қарорларини асослаш тамойиллари ва усулларидан етарли даражада фойдаланмаслик.

3. Соҳага ажратилаётган бюджет маблағларини қабул қилинган дастурларнинг ижтимоий самарадорлиги нуқтаи назаридан асослашнинг йўқлиги.

Юқорида айтиб ўтилган камчиликларни маълум даражада юмшатиш учун сифат жиҳатидан янги ёндашув уй-жой коммунал хизматларини истеъмолчиларини уй-жой коммунал хизматларини ривожлантириш дастурларини шакллантиришнинг таркибий қисми сифатида маълумот тўплаш, таҳлил қилиш, баҳолаш жараёнига кенг жалб қилишдир. Фикримизча, ушбу муаммони ҳал қилишда энг асосий тўсиқлардан бири бу хизматлар сифатини мониторинг қилиш масалаларининг ўзигина бўлиб қолмасдан, тизимни ривожлантириш муаммолари ва усулларини истеъмолчилар билан таҳлил қилиш ва улар билан ўзаро муносабатларнинг етарли даражада ривожланмаганлигидир.

Мамлакатимиз аҳоли яшаш пунктларида уй-жой коммунал хизматлар тизимининг шаклланиши таҳлили шуни кўрсатадики, бугунги кунда ушбу тизим давлат даражасидаги ижтимоий сиёсат ҳамда соҳадаги ислохотлар натижасида асосан шаҳарларнинг кўп хонадонли уйлар жойлашган ҳудудларида маълум бир алоқаларга асосланган тизим сифатида шаклланган. Аҳоли пунктларининг асосий қисмини ташкил этувчи бир қаватли ва намунавий лойиҳадаги уйлар жойлашган ҳудудларида уй-жой коммунал хизматларини тақдим этувчи корхоналар тизим сифатида шаклланмаган ва ушбу йўналишдаги хизматлар таркибидаги коммунал ресурсларни етказиб бериш хизматлари ҳамда маиший чиқиндиларни олиб чиқиб кетиш хизматлари алоҳида корхоналарнинг истеъмолчилар билан тўғридан-тўғри алоқалари асосида ташкил топган.

Ривожланган мамлакатлар тажрибасидан кўриш мумкинки, бугунги кунда ушбу мамлакатларда аҳоли яшаш пунктларини шаҳар ва қишлоқ тоифасига ажратилмайди ва аҳоли сони кўп бўлган йирик шаҳарлар ва кичик аҳоли пунктларида истеъмолчиларнинг уй-жой коммунал хизматларидан фойдаланиш даражаси сифат жиҳатидан деярли фарқ қилмайди. Шу нуқтаи назардан олганда, мамлакатимизда бугунги кунда уй-жой коммунал хизматлари соҳасида барча турдаги аҳоли пунктлари ҳудудларида истеъмолчиларга бир хил даражада хизматларни тақдим эта оладиган ташкилий тузилмаларни шакллантириш муҳим ҳисобланади.

Мавжуд уй-жой мулкдорлари ширкатлари шаклидаги уй-жой коммунал хизматлари корхоналари томонидан асосан кўп хонадонли уйларнинг қамраб олинганлиги ва бу корхоналар томонидан хизматлар ассортиментидagi истеъмолчиларни коммунал ресурслар билан таъминлаш хизмат турлари кўрсатилмаслиги истеъмолчиларнинг бир йўналишдаги хизматлар учун кўплаб миқдордаги етказиб берувчилар билан алоқага киришиши, иккинчи томондан, коммунал ресурслар етказиб берувчи корхоналарнинг бир вақтнинг ўзида минглаб истеъмолчилар билан алоқага киришишига олиб келадигани, бу жараён ҳар икки томоннинг ўзига яраша вақт ҳамда қўшимча харажатлар қилишга мажбур қилади. Шу билан бир вақтда, коммунал ресурслар ишлаб чиқариш ва етказиб бериш

тизимлари давлат монополиясида эканлиги етказиб берилган коммунал ресурслар учун тўловларни йиғишда давлат томонидан алоҳида тизимларни ташкил этган ҳолда қўшимча харажатларни амалга оширишига олиб келмоқда.

Кластерларнинг турли кўринишларини таҳлил қилиш асосида 10 дан ортик белгиларини ажратиб олиш имконини берди: фаолият натижалари, ишлаб чиқарилаётган маҳсулот тури, кичик корхоналардан иборат компанияларда билимларнинг тўпланиши, кластер ичидаги алоқалар таркибидаги фарқлар, бозордаги хулқ-атвор, ишлаб чиқариш кўлами, корхоналарнинг кластерга боғлиқлик даражаси, ишлаб чиқаришнинг марказлашув даражаси, кластернинг шаклланиш асослари (1-жадвал).

1-жадвал

Кластерларнинг умумий белгилари бўйича таснифи¹

Тасниф белгиси	Кластернинг моҳияти
Фаолият йўналишлари бўйича	Маҳсулот ишлаб чиқарувчи саноат кластерлари
	Хизматлар етказиб берувчи кластерлар
Маҳсулот тури бўйича	Анъанавий маҳсулот ва хизматлар ишлаб чиқарувчи кластерлар
	Эҳтиёжларни қондиришда мутлоқо янги йўналишларни яратишга интилувчи инновацион ёки интеллектуал кластерлар
Кичик корхоналардан ташкил топган компаниялар таркибида билимларнинг тўпланиши	Етакчи илмий-тадқиқот марказларида яратилаётган инновацияларга йўналтирилган технологик кластерлар
	Анъанавий фаолиятга асосланган тарихан шаклланган саноат кластерлари
Тармоқ турлари бўйича	Қазиб олувчи ва қайта ишловчи кластерлар
	Саноат ишлаб чиқариши ва ташишга асосланган кластерлар
	Хизматлар, шу жумладан, молиявий хизматлар кўрсатишга ихтисослашган кластерлар
	Сервис ва юқори технологиялар соҳасида фаолият кўрсатувчи кичик ва ўрта корхоналардан ташкил топган Маршалл кластерлари
	Ҳал қилувчи роль асосий ҳудуддан ташқарида жойлашган бир филиалга тегишли бўлган йўлдош кластерлар
	Давлат манфаатлари учун фаолият олиб боровчи давлат корхоналари кластери
Кластер ичидаги алоқалар таркибидаги фарқлар бўйича	Самарадорликни оптималлаштириш натижасида шаклланган кластерлар
	Бозорлар боғлиқлиги натижасида шаклланган кластерлар
	Ишлаб чиқариш жараёнларининг ажралиши натижасида шаклланган кластерлар
	Умумий технологиялар ва “маҳсулот чизиги”га асосланган кластерлар
	Тизим алоқаларига асосланган кластерлар

¹ Захаренко И.К. Анализ инновационных кластеров// Российское предпринимательство. -2014, №22 (268). -С. 67-69.

	Маҳсулот сотиш назоратига асосланган кластерлар
	Компанияларнинг уникал хусусиятларига асосланган кластерлар
Ишлаб чиқариш кўлами бўйича	Кичик кластерлар – экспортдан даромади 5 млн АҚШ долларигача, 5 тагача корхонадан иборат, бандлар сони 100 тагача
	Ўртача кластерлар – экспортдан даромади 5-50 млн АҚШ долларигача, 5-10 тагача корхонадан иборат, бандлар сони 101-1000 тагача
	Йирик кластерлар – экспортдан даромади 50 млн АҚШ долларидан ортиқ, 15 тадан ортиқ корхонадан иборат, бандлар сони 1000 тадан ортиқ
Кластернинг шаклланиш асослари бўйича	Ўз-ўзидан шаклланган кластерлар – минтақадаги корхоналарнинг ишончли алоқалари ва бизнеснинг ихтисослашуви натижаси
	Сунъий кластерлар – корхоналар ва маҳаллий давлат бошқарув органлари ташкилотчилигида шаклланган кластерлар
Иш ўринлари миқдори бўйича	Барқарор кластерлар – йил давомида иш ўринлари сони сезиларли ўзгармайди
	Ривожланаётган кластерлар – иш ўринлари миқдори ортиб боради
	Қисқариб бораётган кластерлар – иш ўринлари миқдори қисқариб боради

Юқоридагиларни эътиборга олган ҳолда хулоса қилиш мумкинки, уй-жой коммунал хизматлари соҳасида хизматлар яратувчилар ва етказиб берувчиларни иқтисодий жиҳатдан ягона тизимга бирлаштирувчи уй-жой коммунал хизматлар кластери доирасида фаолият олиб борувчи хўжалик юритиш шаклини ташкил этиш ва ушбу кластер иштирокчиларининг самарали фаолияти доирасида истеъмолчиларнинг эҳтиёжларини сифатли хизматлар билан таъминлаш таклиф этилади.

Кластерли ёндашув бевосита янги илмий-техник йўналишлар ва уларнинг тижоратлашувини рағбатлантирган ҳолда билимлар тўпламининг янги шакллари ташкил этиш учун асос ҳисобланади, шу билан бирга, билвосита таълим ва фан соҳасини ҳамда венчур бизнесини ривожлантиради.

БЮДЖЕТ ТАШКИЛОТЛАРИДА ИЧКИ АУДИТНИ ТАШКИЛ ҚИЛИШНИНГ НАЗАРИЙ МУАММОЛАРИ ВА УЛАРНИ БАРТАРАФ ЭТИШ ЙЎЛЛАРИ

**ТМИ таянч докторанти
Ҳамидова Зарифа Урол кизи**

Мамлакатимизда сўнгги йилларда иқтисодий соҳада қонунчиликда кўпгина ўзгаришлар юзага келди. Шу билан бир қаторда бюджет соҳасида ҳам бир қанча қонунлар ва қарорлар қабул қилинди. Юз бераётган ўзгаришлар тизимни бутунлай ўзгартириб юбормасда, маълум миқдорда янгиланишга,

самарадорлигини оширишга ва ўзгаришларга мосланган иш режалар тузиш ва иш йўналишини маълум миқдорда ўзгаришига олиб келади.

Республикамизда бюджет ташкилотларида ички аудит хизматини ташкил қилиш ва самарали олиб бориш учун кўпгина ишлар қилинди. Бюджет ташкилотларини олий таълим муассасалари мисолида олиб қарайдиган бўлсак, олий ўқув юртлирида ички аудит хизмати ташкил қилинганига кўп вақт бўлмади. Барча вазирлик ва идораларда, бюджет муассасаларида ички аудит хизмати жорий этилди ва вазифалари белгилаб қўйилди.

Ички аудит хизмати бюджет ташкилотларида бошқа ташкилотларга қараганда бирмунча фарқли вазифаларни ўз ичига олади. Олий таълим тизими таркибида ташкил этилган ички аудит хизмати ўз йўналиши, усуллари ва функциялари билан ажралиб туради.

Бюджет ташкилотларида ички аудитни айнан шу масалаларини тартибга солиш учун Ўзбекистон Республикаси Президенти томонидан 2017 йил 21 августда ПҚ-3231-сонли “Таълим ва тиббиёт муассасаларини молиялаштириш механизмини ҳамда давлат молиявий назорати тизимини янада такомиллаштириш тўғрисида”ги қарори қабул қилинди. Ушбу қарорнинг асосий мақсади бюджет муассасаларида бюджет жараёнининг шаффофлигини янада ошириш ва унинг устидан жамоатчилик назоратини кучайтириш, бюджетдан молиялаштириш, ҳисоб ва ҳисобот механизмини такомиллаштириш, вазирлик ва идораларнинг бўйсунувидаги муассасаларда бюджет интизомини мустаҳкамлаш борасидаги масъулиятини ошириш, шунингдек замонавий ахборот технологиялари ва халқаро эътироф этилган молиявий назорат стандартларини жорий қилиш йўли билан бюджет қонунчилигини бузиш ҳолатларининг олдини олиш ва профилактикасига қаратилган давлат молиявий назоратининг ролини тубдан қайта кўриб чиқишдир.[1]

Амалдаги қонунчиликни ўрганиш бюджет муассасаларида ички молиявий назоратни назарий ва амалий жиҳатдан етарлича ўрганилмаганлигини ва ички назоратни ташкил қилиш усуллари ишлаб чиқиш, назорат қилиш чоралари ва процедураларини рўйхатини белгилаш кераклигини кўрсатади. Бюджет ташкилотлари бошқа ташкилотлардан фарқли равишда, фойдани тақсимлаш ҳуқуқига эга эмаслар. Шунинг учун ички аудит хизмати фаолиятини ташкил этиш бюджет ташкилотларининг давлат вазифасини бажариш ва бюджетни бошқариш самарадорлигини ошириш учун йўналтирилади. Ички аудит бюджет ташкилотини молиялаштиришни стратегик ва тактик мақсадларига эришишга йўналтирилган.

Ички назорат тизими ташкилотда доимий назоратни амалга оширади ва аниқланган хато камчиликларни узлуксиз равишда ҳисобга олиб боради. Ички назорат дастлабки назоратни амалга оширади ҳамда ички аудит ва давлат молиявий назорати ходимлари учун ташкилотнинг фаолияти тўғрисида ахборотларни шакллантириб беради.

Ички аудит – объектив фаолият бўлиб, ички назоратни самарали амалга оширишга йўналтирилган, тузилаётган ҳисоботларни ва бюджет ташкилоти фаолияти самарасини ҳамда самарадорлигини ошириш бўйича тавсиялар тақдим қилишга йўналтирилган[2].

Бюджет ташкилотларида самарали ички аудитни ташкил этиш учун аввало унинг бухгалтерия ҳисоби тизимида юзага келган назарий ва амалий муаммолари ўрганилади. Ташкилотнинг бухгалтерия ҳисобини ташкил қилишдаги мавжуд муаммоларни бартараф этмасдан туриб ички аудитни

самарали ташкил этиб бўлмайди. Яхши ташкил этилмаган бухгалтерия ҳисоби тизими қабул қилинмас экан, унинг ҳисобот давридаги, муомалаларни амалга ошириш натижасида юзага келадиган камчиликларни бартараф этиб бўлмайди.

Ички аудит янги ташкил этилганлиги сабабли кўпгина ўзгартиришларни амалга оширишни тақозо қилади ва бошқа ташкилотларни ички аудит хизмати фаолиятдан тубдан фарқ қилишини ҳисобга олиб айнан бюджет ташкилотларига мослаштирилган услубиётини ишлаб чиқишни талаб этади. Ички аудит хизматини такомиллаштиришдан олдин унинг назарий ва амалий муаммоларини ўрганиб чиқишимиз лозим.

Бюджет ташкилотларида бугунги кунда ички аудит хизмати фаолиятини ташкил қилишнинг қуйидаги муаммоларини кўришимиз мумкин:

- Бюджет ташкилотларидаги ички аудиторни мустақиллиги тўлиқ таъминланмаганлиги;

- Маълумотлар базасидан фойдаланишда кенг имконият яратилмаганлиги;

- Бюджет ташкилотларининг харажатлар сметасини ишлаб чиқишнинг назорат усулларини ишлаб чиқилмаганлиги;

- Бюджет ташкилотларининг самарадорлик кўрсаткичларини баҳолаш усулларини такомиллаштириш зарурлиги;

- Бюджет ташкилотларида ички аудит ўтказишнинг услубиёти ишлаб чиқилмаганлиги;

- Ички аудит фаолиятини тартибга солувчи стандартлар ишлаб чиқилмаганлиги;

- Ички аудитда рискларни баҳоловчи усулларни такомиллаштирилмаганлиги;

- Ички аудиторларни иш сифатини баҳолашни йўлга қўйилмаганлиги;

- Ички аудиторларни ишларини натижавийликка асосланмаганлиги;

- Бюджет ташкилотларида ички аудитга доир меъёрий ҳужжатларни такомиллаштирилмаганлиги;

- Ички аудиторларни профессионал хизматларни кўрсатиш тартибини ишлаб чиқилмаганлиги;

- Бюджет ташкилотларида бухгалтерия бўлимининг ўзгарувчан маълумотлари асосида фавқулодда вазиятларда тезкор хулоса тайёрлаш услубиётини ишлаб чиқилмаганлиги;

- Бюджет ташкилотларининг бухгалтерия ҳисобини аудит қилишда назоратнинг алоҳида усулларини ишлаб чиқилмаганлиги.

Бизга маълумки, сифатли ички назорат тизимини ташкил этиш ҳар қандай ташкилотнинг самарасини оширади. Ички аудит хизматини сифатини ошириш учун юқоридаги муаммоларга ечим топиш ва уларни бартараф этиш лозим. Бу муаммоларни бартараф этишда энг асосий иш ички аудит стандартларини ишлаб чиқиш ва уни бюджет ташкилотларига мослаштириш ҳамда ички аудитга доир меъёрий ҳужжатларни ишлаб чиқиш билан характерланади. Кейинги ўринда ички аудиторни мустақиллиги ҳисобланиб, унинг мустақиллигини таъминлаш иш сифатини ва натижасини оширишга хизмат қилади.

Бюджет жараёнини тўғри ташкил этишнинг энг асосий шартларидан бири ички аудит учун меъёрий-ҳуқуқий базани шакллантириш керак. Давлат молиявий назорати билан бюджет ташкилотларининг ўзаро алоқаси билан боғлиқ бўлган барча ҳолатлар дастлаб Ўзбекистон Республикаси бюджет кодексида ва норматив

хужжатларда батафсил баён қилиниши керак. Бироқ бу ҳамкорлик қонунчилиқда кўзда тутилмаган бўлинмаларни назоратини ҳам қамраб олиши керак. Муваффақиятли ҳамкорлик қилишнинг яна бир йўли бу аудит қилиш услубиётининг бирлиги.

Ўзбекистонда аудит соҳасини етарли даражада ривожланган деб айта олмаймиз. Шунинг учун ички аудит хизматини мақсадларидан келиб чиқиб бюджет ташкилотлари учун алоҳида услубиёти тузиб чиқилмаган. Ўзбекистон ички аудиторларни касбий сертификатлари мавжудлиги масаласида ҳам бир қанча мамлакатлардан орқада қолмоқда. Жаҳон амалиёти билан солиштириб кўрилганда ички аудит хизмати Ўзбекистонда самарадорлик кўрсаткичларини анча пастлигини кўрамиз. Бу соҳани такомиллаштириш учун қонунчилик тизимида янгиланишлар, ўз устида ишлаш, янги методик тавсиялар ишлаб чиқиш ва амалиётга жорий этиш лозим.

Бу камчиликларни бартараф этилиши ташкилотни самарадорлигини ошишига хизмат қилади. Самарадорлик кўрсаткичини ошириш учун юқоридаги кўриб чиқилган муаммолардан ташқари самарадорликни белгиловчи мезонларни камчиликларини ҳам бартараф этиш лозим.

Бугунги кунда қарорлар қабул қилиш тезлиги ва тезкор ишбилармонлик ўзгаришларига эҳтиёж сезиларли даражада ошди. Мавжуд маълумотлар асосида тезкор ахборотлар ва хулосалар тайёрлаш ички аудитнинг сифати юқорилигидан далолат беради. Бюджет ташкилотларида даромадлар ва харажатларни режалаштириш, ижро этиш, ҳисобга олиш, ҳисобот бериш ва назорат қилиш учун ички стандартларни, қоидалар ва тартибларни белгилаш, бюджет маблағларидан самарали фойдаланиш мақсадлари ва натижага эришишни таъминлаш юзасидан хулоса ва тавсияларни бериш ички аудитнинг асосий иш фаолиятини ташкил этади. Бундай шароитларда ички назорат рақобатбардош устунликлардан максимал даражада фойдаланишни ва бюджетдан ташқари даромадларни жалб қилиш ва улар фаолиятининг асосий мақсадларини амалга ошириш учун улардан фойдаланишни самарали ташкил этишга йўналтирилган бўлиши керак.[3]

Хулоса қилиб айтганда ички аудит хизмати фаолиятини самарали йўлга қўйиш учун юқорида санаб ўтилган муаммоларни бартараф этиш чора-тадбирларини ишлаб чиқиш лозим. Ишлаб чиқилган чора-тадбирларни амалиётга жорий этиш, уларни мукамаллаштириш бугунги кунда муҳимлигича қолмоқда.

Ички аудитни бюджет ташкилотларига мослаштирилган усулларини, кетма-кетликда бажариладиган амалларини тўлиқ ва пухта ишлаб чиқиш лозим. Бу ишларни муваффақиятли ташкил этиш учун амалга оширишдан олдин дастлабки маълумотларни белгилаб олиш ҳамда уларни тақдим этишдан мақсадни аниқлаб олиш лозим.

Шундай қилиб аудит асосан хатолар, бузилишлар, қонунлар ва қоидалардан четга чиқиш, суистеъмоллик белгилари ва самарадорлик текшируви – аниқ натижаларни ҳисобга олган ҳолда маблағ сарфланганлигини текширишга қаратилган.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017й. 21 августдаги ПҚ-3231-сонли “Таълим ва тиббёт муассасаларини молиялаштириш механизминини ҳамда давлат молиявий назорати тизимини янада такомиллаштириш тўғрисида”ги Қарори.

2. Ибрагимов А.К., Сугирбаев Б.Б., “Бюджет назорати ва аудити ” Ўқув кўлланма Т:-2010 йил.

3. Статья:д.э.н.,аудитор ЗАО «ИН-Аудит»В.В.Бурцев “Внутренний аудит компании: вопросы организации и управления» 2017г.

4. “International Standards for the Professional Practice of Internal Auditing”, Institute of Internal Auditors, 2004, page 1

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ

**Ходжаева Дилбар Хуршидовна
БухГУ, старший преподаватель
кафедры Экономика сферы сервиса**

Сельский туризм является одним из неотъемлемых и востребованных сегментов туристской индустрии. Особенность его организации, интеграция различных видов деятельности обуславливает специфическую роль в достижении динамичного развития сельских территорий и туризма в целом.

Анализ статистических данных свидетельствует о следующем, по итогам 2018 года республику Узбекистан посетили около 5,3 млн. иностранных туристов. Доход от экспорта туристских услуг составил 1 041 млн. долл. США. Для сопоставления, в 2015 году количество туристских организаций составляло 398 единиц, в 2018 году этот показатель составил 950, количество гостиничных хозяйств за данный период вырос - с 661 до 900 единиц.

Государственная политика, проводимая в республике в сфере туризма, направлена на преобразование туристской отрасли в перспективе в один из локомотивов ускоренного комплексного развития регионов и их инфраструктуры, решение социально-экономических задач, создание и увеличение рабочих мест, обеспечение диверсификации и развития регионов за более краткосрочный период, повышение доходов, уровня и качества жизни населения.

Особая роль при этом уделяется сельской местности. Поскольку решение вышеперечисленных задач наиболее остро сказывается в развитие сельской местности.

По данным Всемирной туристской организации, сельский туризм является одним из пяти ключевых стратегических направлений развития туристической индустрии в мире до 2020 года[1,с.18].

В зависимости от цели поездки, желания получить той или иной туристический опыт, а также от выбранного туристического маршрута, различают множество видов туризма. Среди специализированных видов выделяются спортивный, образовательный, лечебно-оздоровительный, духовно-просветительский или религиозный, экстремальный, сельский туризм, научный, гастрономический, экологический и т.д. [2,с.12]

Сельский туризм (ruraltourism), так же, как и его разновидности *агротуризм (agrotourism)* и *фермерский туризм (farmtourism)*, близок к экологическим путешествиям в том, что дестинациями такого туризма являются территории, удаленные от урбанистических центров и мегаполисов[2, с.28]. Это туризм, связанный с пребыванием в сельской местности, проживанием в сельских домах или крестьянских семьях, отдыхом на природе, с живописными ландшафтами, в уединенном сельском окружении, с размеренным темпом жизни, с участием в

местных народных традициях, праздниках, ритуалах и т.п. Такой отдых дает человеку возможность приблизиться к природе, расслабиться отдохнуть, набраться сил.

Сельская местность обладает возможностями для пеших или конных прогулок, рыбной ловли, сбора грибов, ягод, трав и т.п. Колорит этому виду туризма придает «живая» культура сельского сообщества: люди со своим самобытным укладом жизни, включая быт, кухню, ремёсла, язык (диалекты), фольклор и т.д. Дестинации сельского туризма различаются своими географическими и климатическими особенностями (равнинные или горные, озерные или прибрежные территории, северные или южные), большей или меньшей удаленностью от городских центров.

Возраст лиц, желающих воспользоваться данным видом туризма неограничен.

Мировой опыт развития данного вида туризма, свидетельствует о том, что такой вид отдыха хорошо подойдет для семей с детьми. Детям, постоянно проживающим в крупных городах с плохой экологией, где мало зелени, очень полезно будет провести время на природе. В сельской местности для них найдется много незнакомых ранее развлечений. Выбирают данный вид туризма сегодня также пожилые люди, компании молодых людей, а также люди, увлекающиеся спортом. В сельской местности имеется множество возможностей для активного отдыха.

История развития сельского туризма свидетельствует о том, что издревле, общество с высоким уровнем дохода всегда «тяготело» побывать в отдалённых от центров местах, побыть наедине с природой, ощутить все «прелести» сельского быта. С бурным развитием промышленности, интенсивным процессом урбанизации во многих крупных городах остро встала проблема ухудшения окружающей среды, у людей возникла потребность в общении с природой, в чистом воздухе, природной тишине, натуральных продуктах питания.

Сельский туризм, в современном его понимании, можно рассматривать как возможность диверсификации сельскохозяйственной деятельности, которая обеспечит возможность для дальнейшего развития сельского хозяйства в целом. Поэтому изучение мирового опыта организации этой разновидности туризма становится актуальным, как с точки зрения определения возможных направлений развития, так и с точки зрения поиска новых, возможных только в Узбекистане, форм организации сельского туризма. [3, с.2]

Интересные примеры развития сельского туризма, привлекающего значительную часть туристов, демонстрируют европейские страны.

Опыт развития сельского туризма в развитых странах Европы показывает что, строительство железных дорог, то есть развитие транспортной инфраструктуры, «сделало» более доступным посещение, относительно отдалённой, сельской местности. Также необходимо отметить, что, прибыль от данного вида туризма в развитых странах Европы составляет сотни миллионов долларов. Основными признанными лидерами по привлечению туристов в сельскую местность являются Испания, Франция, Италия, Ирландия, Швейцария и Скандинавские страны[4,с.94].

В Европе, помимо размещения туристов в сельских домах и фермах, есть возможность размещения в реконструированных старинных замках, монастырях и мельницах, где посетители в большой мере соприкасаются с древностью. Остальной набор услуг – проживание в сельском доме, употребление деревенских продуктов питания, собирательство растений и ягод,

уход за домашними животными, сеновал, рыбалка и многие другие виды услуг и развлечений организованны на высоком уровне.

Мировой опыт свидетельствует о том, что развитие сельского туризма является социально значимым видом предпринимательской деятельности, который способствует устойчивому развитию сельских территорий: развитию инфраструктуры, улучшению качества жизни, увеличению доходов местного населения, созданию рабочих мест, поддержке и сохранению традиций и культуры, сохранению экологии.

Одной из причин быстрого развития сельского туризма в США, Англии, Европе, ряда постсоветских стран является кризис в сельскохозяйственном секторе. И одним из оптимальных мер является развитие данного вида туризма.

В Европе, помимо размещения туристов в сельских домах и фермах, есть возможность размещения в реконструированных старинных замках, монастырях и мельницах, где посетители в большой мере соприкасаются с древностью. Остальной набор услуг – проживание в сельском доме, употребление деревенских продуктов питания, собирательство растений и ягод, уход за домашними животными, сеновал, рыбалка и многие другие виды услуг и развлечений организованны на высоком уровне.

Сельский туризм в Англии предлагает исключительно доступные цены и специальные скидки для детей. Реставрируют старые фермы для туристических целей, они роскошно оборудованы, с отоплением, электробытовыми приборами, телевизорами и с частично сохраненной старой мебелировкой и они пользуются большим успехом у туристов[4,с.24].

В Венгрии у хозяина, принимающего отдыхающих, доходы от 10 кроватей не облагаются налогом; в Австрии крестьяне, которые занимаются приемом гостей, имеют льготы по налогообложению уже в течение 40 лет; в Польше не облагаются налогом доходы от предоставления туристам не более 5 комнат для проживания и питания[2,с.32].

В Германии в начале 1980-х гг. была разработана концепция механизма туризма в периферийных регионах. Ее основная цель — предложение на туристическом рынке дешевого отдыха на природе, без использования дорогой инфраструктуры и предоставления комфортных условий проживания[4,с.26].

Исходя из мирового опыта развития сельского туризма, можно сформулировать следующие экономические аспекты:

- «политическая поддержка», направленная на развитие сельского туризма со стороны правительства;
- агротуристический продукт отвечает запросам потребителя со средним достатком. Производство туристического продукта по сравнению с другими секторами туристической индустрии выглядит крайне малозатратным.

Массовый туризм требует крупных вложений, отдача от которых не всегда гарантирована – необходимо придание «звездности» отелям, привлечение гостиничных и туристических брендов, что повышает и стоимость отдыха. Но если человек решил просто пожить в чистом месте, своими глазами увидеть красоту сельских ландшафтов, изучить традиции и обычаи других людей, посетить заповедные места, то это не очень затратно для принимающей стороны - все уже существует достаточно давно. Нужно только помочь людям освоить новую профессию и организовать у себя условия для размещения и питания туристов. Таких фермеров много, значительная их часть хочет иметь собственное дело,

заработать, помочь развитию села. Это подчеркивает перспективность развития сельского и туризма в Узбекистане.

В целом существуют следующие предпосылки для развития сельского туризма в Узбекистане:

1. Высокий сельскохозяйственный потенциал страны;
2. Наличие культурных и исторических памятников мирового назначения;
3. Доброжелательность и сердечность узбекского менталитета;
4. Возрождение древних ремёсел и традиций;
5. «Неповторимый» сельский быт;
6. Активная государственная политика, направленная на развитие данного вида туризма.

В целом, развитие сельского туризма в социально-экономическом плане решает ряд целых задач:

- обеспечение социально-экономического развития сельских территорий за счёт относительно нетрадиционных видов деятельности;
- создание и увеличение рабочих мест в индустрии гостепреимства (обеспечение занятости населения в сельской местности);
- снижение оттока молодёжи с сельских территорий;
- сохранение и популяризация традиционного сельского уклада, ремёсел, способов возделывания земли и пр.;
- возрождение национальных традиций, обычаев, национальной культуры;
- решение экологических проблем, связанных с охраной природы;
- развитие сельской инфраструктуры;
- повышает культурный и интеллектуальный уровень сельчан;
- стимулирует производство экологически чистых продуктов питания;
- освоение новых профессий связанных с обслуживанием;
- создание и активное функционирование туристических предприятий в удалённых и малонаселённых регионах и др.

Таким образом, представленный анализ показал, что наша страна обладает богатым природным и сельскохозяйственным потенциалом. Также необходим системный подход, который позволит повысить и создать серьезную конкуренцию для сельских территорий, позволит повысить спрос на туристические услуги и тем самым обеспечить их устойчивое развитие.

Список использованной литературы:

1. Основы туризма: учебник/коллектив авторов; под ред. Е. Л. Писаревского. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 384 с.
2. Кундиус В.А., Чермянина В.В. Проблемы и перспективы агротуризма в регионе // Известия Алтайского государственного университета. - 2011. - №2. - С.289.
3. Ходжаева Д.Х. Тенденции развития сельского туризма в Узбекистане. Электронное научно-практическое периодическое издание. «Мировая наука» Выпуск № 4(25) (апрель, 2019). Сайт: <http://www.science-j.com>
4. Григорьева М. П. Сельский туризм: понятие, история и тенденции развития. международный научный журнал «Символ Науки» №1/2016 ФГБОУ ВПО «Оренбургский государственный университет»

ХАЛҚАРО ТУРИЗМНИНГ РИВОЖЛАНИШИДА АХБОРОТ -КОММУНИКАЦИЯ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ ХИЗМАТЛАРИ

Муҳаммад ал-Хоразмий номидаги
ТАТУ Қарши филиали ассистенти
Муҳитдинов Шохжаҳон Худоёр ўғли

Маълумки, кўпгина мамлакатлар иқтисодиёти туризм ҳисобига тез ривожланиб бормоқда. Республикамизда ҳам айниқса мустақиллик йилларида бу ишга эътибор кучайтирилди. Кейинги йилларда бунёд бўлган ва модернизациялаштирилган меҳмонхона, мотель, кемпинг, турбаза ва бошқа шу хилдаги туризм индустриясининг юраги ҳисобланган жойлаштириш тизими ахборот коммуникацион технологиялари талабига мослаштирилди, соҳани йўлга қўйиш мақсадида муҳим меъёрий - ҳуқуқий ҳужжатлар қабул қилинди.

Ўзбекистонда меҳмонхоналарни модернизациялаштиришда Ўзбек давлат стандартлаштириш, метрология ва сертификатлаштириш марказининг 1998 йил 31 декабрдаги «Меҳмонхоналар классификацияси» ўрни алоҳидадир. Мазкур стандарт камида 10 та номерга эга бўлган меҳмонхоналар, мотеллар, кемпинглар, туристик базалар, шунингдек, Ўзбекистон Республикасига келаётган туристлар ва фуқароларнинг вақтинча яшаб туриш жойлари классификациясини белгилайди. Унда, шунингдек, ишлатиладиган асосий атамаларнинг шарҳи, меҳмонхоналарга қўйиладиган умумий талаблар, уларнинг жавобгарлиги, турли тоифадаги меҳмонхоналарга қўйиладиган талаблар ҳақида ахборот технологиялари орқали батафсил маълумот берилган. Айниқса, турли тоифадаги меҳмонхоналарга қўйилган талабларда: бино ва унга тегишли ҳудуд, техник жиҳозлар, номерлар фонди, техник таъминот, мебел ва бошқа жиҳозлар таъминоти, жиҳозлаш ва номерлардаги санитария - гигиена буюмлари, умумий фойдаланиш санитария объектлари, жамоат жойлари, овқатланиш хизматлари, хизматчилар ва уларни тайёрлашга бўлган талаблар ҳақида бирдан бешгача бўлган юлдузли меҳмонхоналарга хос конкрет вазифалар берилган.

Ўзбекистонда туризмни ҳар томонлама ривожлантириш учун хизмат кўрсатиш соҳага айниқса ахборот коммуникация хизматларга илғор хорижий тажрибаларни жорий қилиш зарур. Чунки сўнгги йилларда бўлиб ўтган чуқур ўзгаришлар туристик соҳани ҳам четлаб ўтмади ва унга ҳам таклиф, ҳам талаб томонидан ўз таъсирини ўтказди. Туризм соҳасини ривожлантириш учун ахборот -коммуникация технологиялари (АКТ) хизматлари таъсир қилаётган қуйидаги омилларни ажратиш мумкин:

1. Туризм ҳақида АКТ орқали маълумотларнинг миқдор жиҳатдан сезиларли ўзгариши. Ривожланган мамлакатларда аҳоли турмуш даражасининг оширилиши натижасида туризм оммавий тус олиб, миллионлаб кишиларни ўзига жалб қилди. Кўп мамлакатлардаги иқтисодий ўсиш, олдин туристик оқимни вужудга келтирувчи жой деб тан олинмаган мамлакатларда ҳам «янги туристик талаб» шакллана бошладики, улар глобал туристик талабнинг бозордаги кўлами кенгайишига олиб келди.

2. Жаҳон Туристик ташкилотининг таҳлиллари ва хулосаларига кўра туристлар саёҳатни танлаш ва харид қилиш жараёнида тўлиқ АКТ дан фойдаланиши ва туристик хизматларга нисбатан афзалликлар тизими Ягона жойда ўз таътилини ўтказишга мойил кишиларнинг салмоғи кундан-кунга камайиб бормоқда, «узок таътилли» саёҳатларнинг салмоғи пасайиб, таътилнинг анъанавий шакллари ўрнини, хизмат нуқтаи назаридан такомиллашган туризмнинг автоматлаштирилган янги шакллари эгалламоқда.

3. Бир томондан ҳаво транспортидаги тараққиёт ва иккинчи томондан саёҳат қилиш хоҳишини билдирадиган инсонларнинг кўпайиши бир-бирига умуман ўхшамайдиган туристик жойларнинг ўзаро рақобат қилишига олиб келмоқда. Бу вазиятни У. Мартини қуйидаги мисол билан изоҳлайди: «Италия истеъмолчиси олдида қишки мавсумда Италиянинг алп тоғларида

дам олиш билан биргаликда қандайдир узок экзотик жойларда пляж туризмини танлаш имконияти ҳам мавжудки, улар сарф-харажатлар нуқтаи назаридан тенг таътиллар бўлиб ҳисобланади»¹.

4. Ахборот ва коммуникация технологияларини туризм соҳасида қўллаш натижасида туристик воситачилик тизимидаги ўзгаришлар. Йирик туристик воситачилик халқаро корхоналарининг ўзаро бирикиб, йирик корпорация ва альянсларнинг пайдо бўлишига олиб келдики, натижада туристик талаб оқимларини бошқариш имконияти пайдо бўлди. Интернетнинг халқ хўжалигида кенг қўлланилиши эса сайёҳга саёҳатларни танлаш ва амалга оширишнинг янги шакллари таклиф қилмоқда.

Туристик соҳанинг инновация фаоллигини ошириш учун уни бошқариш тизимида ҳам янгиликларни киритиш зарурияти туғилади. Бу инновацияларнинг қўлланилиши туризм соҳасида янги иқтисодий категориянинг пайдо бўлишига, соҳа бошқарувига муносабатни тубдан ўзгартиришга сабаб бўлди. Бундай янги бошқарув ёндашувларидан бири хорижий адабиётларда «Destination Management»² концепцияси билан машҳур бўлмоқдаки, унинг объекти сифатида «destination» атамаси хизмат қилади.

«Туристик манзил» ибораси адабиётлар ва тажрибада, кўп маъноли сўз сифатида намоён бўлади. Шунинг учун уни ягона маънода тушуниб бўлмайди. Туризм соҳаси эса, «туристик манзил» атамасини англаиш учун жой, худуд, зона, район, минтақа каби синонимларни «туристик» аниқловчиси билан бирга келтиради.

Ахборот коммуникация технологиялари орқали туристик манзилларни аниқлаш.

туристик манзил куйидаги унсурларга асосланади:

- аниқ чегарага асосланган жуғрофий жой;
- келгинди туризми (incoming), яъни маълум жойларга сайёҳлар оқимини йўналтириш;
- жойлардаги мавжуд жозибадор омилларга ҳамда туристик фаолият олиб борадиган ишлаб чиқарувчиларнинг таклифига системали ёндашиш;
- туристик фавқулудда ходисаларга оид қарорлар қабул қилиш асосида туристик худудни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш;
- туристик жойлардаги ташрифлар ва муҳит муҳофазаси орасидаги мутаносиблик масаласи, маҳаллий аҳолига туризмнинг хилма-хил таъсирлари кабиларни бир-биридан ажратиб қўйиш.

Ахборот коммуникация технологиялари орқали тўлиқ маълумотларга эга бўлиш;

- туристик жойларга етиб келиш;
- таклифнинг сифати;
- муҳит барқарорлиги;
- худуд ривожланишини стратегик режалаштириш;
- туристик сиёсат олиб бориш;
- ўзаро мутеъликни бошқариш;
- маҳаллий қатнашувчилар орасида мувофиқлаштириш жараёнларини бошқариш.

«Туристик манзил»ни бошқариш кўлами (таклиф томондан) ёки сайёҳ талабининг шаклланишига қараб (талаб томондан) жуғрофий аломати бўйича - қишлоқ, туман, шаҳар, вилоят, давлат ёки халқаро худуднинг ўзида мужассамланиши мумкин. Демак, АКТ

¹ Martini U., Da luoghi a destinazioni turistiche. Ipotesi di destination management nel turismo alpino., Mariangela Franch (a cura di), Destination Management. Governare tra locale e globale, G.Giappichelli Editore, 2002, 69 p.

² Қаранг: Ritchie.J&Crouch.G., The competitive destination: A sustainable tourism perspective.,Oxon. CABl., 2003., Morgan N., Pritchard A.,&Pride R., Destination branding., Oxsford, Butterworth-Heinemann, 2002., Davidson R.&Maitland R., Tourist destinations., London. Hodder and Stoughton, 1997.

талаб сегментларининг хусусиятларини аниқлаш, саёҳатчиларнинг ўзини тутиши ва мотивацияларини таҳлил қилиш, туризм манзили ҳақидаги билим ва унга ишонч даражасини ўрганишга қаратилган восита туридир.

Айтиш жоизки, туризм манзили иерархик хусусияти, уларни бошқа бозорларда танитиш билан боғлиқ бўлган фаолиятларни олиб бориш жараёнида, айниқса халқаро даражада мураккаб кечади. Бунга сабаб давлатларда хилма-хил сиёсий-маъмурий тузилмаларнинг мавжудлигидир. Туризм манзиллар иерархияси эса алоҳида ривожланган туристик ҳудудлараро мувофиқлаштириш механизмларини ишлаб чиқишни кўзга тутаяди, ҳолбуки уларнинг ёрдамида миллий даражада туризмни ривожлантириш сиёсатини олиб бориш имкониятини беради.

Шундай қилиб, маълум жуғрофий ҳудуд(минтақа) ўз туристик маҳсулотларини бозорда туристик манзил сифатида ўрнатиши учун, туристик фаолиятини миллий, минтақавий ва маҳаллий даражада олиб бориши ва бир-бири билан боғланмаган диққатга сазовор жуғрофий жойларнинг сайёҳлар нуктаи назаридан жозибали томонларини бирлаштира оладиган туристик манзилларга айлантириш керак. Мазкур туристик манзиллар эса ўз навбатида масофавий бошқариш объекти сифатида хизмат қилади ва туризмнинг барқарор ривож топишига қўмаклашади.

Хуллас, кейинги йилларда Ўзбекистонда меҳмонхона индустрияси ва уларни модернизациялаштириш жараёни жадал давом эттирилмоқда. Энг муҳими эса республикамизда туризм иши ривожланишига улкан ҳисса бўлиб қўшилмоқда.

Шулардан келиб чиқиб, маълум ҳулосаларга ҳам келиш мумкин:

- республикамизда меҳмонхоналарни автоматлаштириш жараёнини илк маротаба комплекс ҳолда йўлга қўйилганлиги соҳа ривожланишининг ибтидоси сифатида қаралмоғи лозим;

- туризм бўйича давлат дастурида инвестиция вазифалари қаторида меҳмонхоналарнинг қўйилишини муҳим вазифа даражасида қўриш мумкин;

- қўшма корхона, йирик инвестиция киритадиган корхоналар қаторида кичик меҳмонхоналар бунёд бўлишига эришиш ни автоматлаштириш йўллари излаб топиш мумкин;

- меҳмонхоналарни маҳаллий, айниқса миллий кадрлар билан таъминлаш керак;

- меҳмонхоналарни замонавийлаштириш ва автоматлаштиришда янги таклифларни ўртага ташлаш;

- меҳмонхоналарда янги коммуникация туризм хизматлари турларини жорий қилиш зарурлигидан далолат беради.

Туризмни ривожлантиришда эътиборга олинishi лозим бўлган яна бир жиҳат - туристик ресурслардан келгуси авлод ҳам манфаат олиши учун уларни асраб - авайлаш ва сақлаб қолиш масаласи ўзининг долзарблиги билан ажралиб туради. Шуни инобатга олган ҳолда мамлакатимизда қурилаётган ҳар бир янги бино қурилиш услуби, дизайни каби жиҳатлари билан шу атрофдаги бошқа биноларга мослигини таъминлаш зарур. Қайта таъмирланган машҳур зиёратгоҳларимизда миллий қурилиш санъати анъаналарига содиқ қолинди. Эндиги масала хусусий сектор томонидан тарихий масканларимизда қурилаётган янги биноларда ҳам шу муҳит усулидан кескин фарқланишнинг олдини олишдан иборат.

Юқоридагилардан кўриниб турибдики, АКТ га асосланган туризмни янада ривожлантириш имкониятлари мавжуд бўлиб, унинг ривожланиши Ўзбекистоннинг халқаро алоқалари ривожланишига ўз ҳиссасини қўшади. Халқаро алоқаларнинг ривожланиши халқимизни бошқа миллатлар билан янада яқинлаштиради, бу эса, ўзаро ҳамкорликни кучайтиради. Ўзаро ҳамкорликнинг кучайиши Ўзбекистонга кириб келаётган хорижий инвестицияларнинг ўсишига олиб келиши мумкин бўлади.

ХАЛҚАРО ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИШИДА КОММУНАЛ ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАЛАР

Муҳаммад ал-Хоразмий номидаги
ТАТУ Қарши филиали ассистенти
Мухитдинов Шохижохон Худоёр ўғли

Дунё тажрибасидан маълумки, туризм соҳасида мулкчилик муносабатларининг шаклланиши ва ривожланиши ўзига хос хусусиятлар билан бошқа соҳалардан ажралиб туради. Туризмнинг замонавий ривожланиш босқичи асосан оилавий, ҳунармандчилик ва хизматлар кўринишидаги каби кичик хизмат кўрсатиш тармоқларнинг мавжудлиги билан характерланади. Масалан, дунёнинг ривожланган мамлакатларида ҳам туризм соҳасидаги бозор операцияларини амалга оширадиган коммунал хизмат кўрсатиш корхона субъектлари устуворлик қилади. Меҳмонхонага ўхшаш туристик фирмаларда коммунал хизмат кўрсатувчи персоналнинг миқдори беш кишидан ортиқни ташкил қилмайди. Шуниндек, коммунал хизматлар савдо айланмасини ҳам етказиб беради ва кўшимча қиймати келтиради. Бироқ бу билан туризм соҳасидаги коммунал хизматлар устуворликка эга, деган хулосага келмаслик керак. Ривожланган давлатларда йирик туристик агентлик мавжуд бўлиб, уларнинг ҳар бирида 100 кишидан ортиқ персонал фаолият кўрсатади.

Умуман олганда, туризмда коммунал хизматларни шакллантириш ва ривожлантиришдан кўзланган асосий мақсад куйидагиларда ўз аксини топган:

- туристик компания ва агентликлар миқдорининг кўп бўлиши натижасида улар фаолият кўрсатаётган мамлакатлардан мавжуд туристик имкониятларни дунё ҳамжамиятига янада кенг реклама қилиш, сайёҳлар оқимиغا имкон қадар сифатли коммунал хизматлар кўрсатиш орқали уларнинг мамлакатга бўлган қизиқишларини янада орттириш ва энг асосийси, меҳмондўстлик ришталарини қарор топтириш;
- туристик компаниялар ва агентликлар томонидан кўрсатиладиган туристик хизматларни кенгайтириш эҳтиёжининг юзага келиши натижасида мамлакат ҳудудида турли замонавий автоматлаштирилган коммунал хизмат кўрсатувчи объектларни кенг миқёсда барпо этиш;
- туризм орқали бошқа кўплаб иқтисодий соҳаларининг самарали фаолиятини таъминлаш. Масалан, туристларнинг мамлакатимизга келиши, мамлакатимиз бозорларида сотилаётган маҳаллий ишлаб чиқариш маҳсулотларининг харид қилиниши, уларнинг ўз юртлари билан боғланиб туришлари учун сифатли телекоммуникация воситалари янада кенг тармоғининг ташкил этилиши, мамлакат ҳудудидаги транспорт йўлларини замонавийлаштириш, туристларнинг маданий хордиқ чиқаришларини таъминлашда муҳим омиллардан ҳисобланган спорт иншоотларининг замонавий тарзда бунёд этилиши ва шу кабиларга олиб келади.

Ўзбекистон туризмида коммунал хизматларни ривожлантириш орқали мамлакатда мавжуд имкониятлардан тўлароқ фойдаланишни талаб этади. Маълумки, ҳозирги кунда республикаимизда талайгина хусусий туристик ташкилотлар фаолият кўрсатаёпти. Улар фаолиятида коммунал хизматларни ривожлантириш муҳим аҳамият касб этади.

Туризм саноатининг юқори даражада ривожланишини ҳисобга олган ҳолда яхши коммунал хизмат кўрсатиш керак. Туризм масканлари туристларни коммунал хизматсиз жалб қила олмайди.

Мамлакатимизда туризмни ривожлантириш учун коммунал хизматлар кўрсатишни сифат жиҳатдан ошириш, жуда катта вазифадир. Хусусий сектор

асосий меҳмонхоналар, меҳмон уйлари, транспорт операторлари, транспортлар ва бошқалар билан боғланганлиги билан характерланади. Ҳозирги пайтда шундай вазият юзага келмоқдаки, кўпчилик мамлакатларда хусусий тармоқ, асосан ҳукумат томонидан молиявий маблағ билан таъминланади ва давлат бюджетига молиявий тўловларни тўлаш амалга оширилади.

Хулоса қилиб айтганда, Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда коммунал хизматларни сифатини ошириш каби омиллар асосий ҳаракатлантирувчи куч бўлиб, мамлакатнинг жаҳон жамияти олдидаги туризм соҳасидаги обрўйини янада оширишга катта ҳисса қўшади.

O'ZBEKISTONDA EKOLOGIK TURIZM SAMARADORLIGINI OSHIRISH **Xomidova M. Z. - Qarshi DU magistranti**

Ekologik vaziyatni inobatga olib, turizm sohasini rivojlantirishning konseptual yo'nalishlarini ishlab chiqishning zarurati, birinchi galda, Orol va orol bo'yi mintaqasiga Qashqadaryo viloyati hududi ekologik inqirozli ekoturistik hudud bo'lganligi, bu yerda ekologik turizm bilan birga turizmning boshqa yo'nalishlarini ham rivojlantirish lozimligidan kelib chiqadi. Viloyatda amalga oshirilayotgan ekoturistik marshrutlar bir paytning o'zida Orolning qurigan, uning ta'sirida bo'lgan Orol atrofi hududlarini qamrab olishi bilan birga tarixiy obidalarga uyushtirilgan turistlarni ekoturizmga ham jalb qilishni taqozo qiladi.

Ma'lumki, fan texnika sanoatining jadal su'ratlarda rivojlanib borishi ekologik muommolar turlarining ko'payishiga sabab bo'lmoqda. Tabiiy resurslardan o'rinsiz foydalanish, atrof-muhitning ifloslanib borishi biz yashayotgan, nafas olayotgan muhitni tobora betoblik girdobiga boshlamoqda. Bu esa, o'z navbatida, jamiyat oldiga qarshi kurashdek murakkab vazifalarni qo'ymoqda. Ushbu vazifalarni bajarishda ekologik turizm sohasining ahamiyati beqiyosdir. Ekologik turizm o'tgan asrning oxirlarida jahon sayyohlik industriyasiga asta-sekin kira boshladi va bugungi kunga kelib jadal sur'atlarda rivojlanib borayotgan iqtisodiy sohalardan biriga aylandi. Ekologik turizm nafaqat insonlarning dam olish, sport bilan shug'ullanish, sog'lomlashtirish, ma'naviy-ma'rifiy ishlarni amalga oshirish balki, ekologik muomollarni hal qilishda ham muhim ahamiyat kasb etadi. Bu sohaning rivojlanishi har bir mamlakat iqtisodiy va ijtimoiy hayotiga ham ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Ekoturizm mahalliy mehnat resurslarini qo'shimcha va yangi ish o'rinlari bilan ta'minlashga, ekologik toza oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarishga va tabiat muhofazasidagi joylarga investitsiya kiritishga xizmat qiladi. Shuningdek, ekoturizm obyektlari mahalliy aholining ijtimoiy iqtisodiy darajalarini o'stiradi, tabiatni muhofaza qiluvchi mahalliy boshqaruvni va xalqlar o'rtasida do'stona aloqalarni rivojlantiradi.

O'zbekiston Respublikasi ekologik turizmni rivojlantirish uchun qulay imkoniyatlarga ega. Avvalambor, mamlakatimiz qulay geografik o'rinda joylashganligi, iqlimining xilma-xilligi, tabiiy landshaftlarining turli tumanligi, rekratsion resurslarga boyligi, noyob turdagi o'simlik va hayvonot dunyosiga egaligi hamda muhofaza etiladigan hududlarni mavjudligi ekologik turizmning istiqbolli soha ekanligini bildiradi.

Mamlakatimizda ekoturizm barqarorligini ta'minlashga qaratilgan bir qator ishlar doirasida tabiatdan foydalanishning iqtisodiy mexanizmlarini ishlab chiqish, atrof-muhitga inson xo'jalik faoliyatining salbiy ta'sirini kamaytirish, chiqindilarni zararsizlantirish va ishlab chiqarish jarayoniga sof texnologiyalarni joriy etishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Amalga oshirilayotgan ishlar O'zbekiston Respublikasi Davlat siyosati darajasigacha ko'tarilgan. 2007-yilda "O'zbekistonda ekoturizmni rivojlantirish Konsepsiyasi" ishlab chiqildi. Ushbu Konsepsiyada ekoturizmni rivojlantirishdagi

muommolar, uning maqsadi, tashkiliy-huquqiy, ijtimoiy-iqtisodiy masalalari, mamlakatimizning ekoturistik salohiyatlari va uning yaqin kelajakdagi istiqbollari haqida batafsil yozilgan¹.

O'zbekiston Respublikasi Qonunchilik palatasi tomonidan 2019-yilning 16-aprelida qabul qilingan "Turizm to'g'risida"gi Qonunning 1 bob, 7 moddasida esa O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi "Turistik resurslardan, tabiiy va madaniy meros ob'ektlaridan oqilona foydalanilishini hamda ularning atrof tabiiy muhitning muhofaza qilinishini ta'minlash bo'yicha choralar ko'radi"gan vakolatli davlat organi etib belgilangan².

O'zbekistonning barcha viloyatlar singari Qashqadaryo viloyatining ham ekoturizm salohiyati yuqoridir. Qashqadaryo viloyati Qashqadaryo va Xisor ekoturistik rayonida joylashgan bo'lib, asosan cho'l, dasht, tog' oldi va tog'li hududlardan iborat. Bu viloyatda bir paytning o'zida cheksiz saxolarni ham, baland qorli tog'lar, vodiy va vohalar, suvi mo'l daryolarni ham uchratishimiz mumkin. Viloyatning Qarshi va Muborak cho'llarining endemik o'simlik va hayvonot dunyosi, ko'chma barxanli qumlari ekoturistlarni o'ziga jalb qilishi mumkin. Adir va dasht mintaqasida yoz va bahor oylari qiziqarli ekoturizm tashkil etish balki, qishloq turizmini, agroturizmni rivojlantirish imkoniyatlari bor. Viloyatning sharqiy va janubiy-sharqiy qismi tog'li hududlaridan iborat bo'lib, ushbu mintaqada shifobaxsh tog' oromgohlarini tashkil qilish mumkin. Tog' mintaqasining hayvonot dunyosining turli-tumanligi, o'simliklar olamining rang-barangligi esa ekosafari marshrutlarini tashkil etish uchun juda qulaydir. Baland tog' mintaqasining doimiy qor va muzliklaridan tog'-chang'i sport turizmini rivojlantirishda foydalanish mumkin. Shuningdek Qashqadaryo viloyatida ekoturizmni tarixiy va diniy turizm bilan birgalikda olib borish uchun tarixiy obidalar va qadamjolar yetarlidir. Viloyatdagi alohida muhofaza qilinadigan obyektlar, tabiat qo'riqxonalari va buyurtma maskanlari ekologik turizmni rivojlantirish uchun asos bo'lib xizmat qiladi. Bu esa turizmning barcha turlarini o'zaro uzviy bog'liqligini ta'minlaydi.

2019-yil 8-martda Qashqadaryo viloyatining turizm salohiyatidan samarali foydalanish chora-tadbirlari to'g'risidagi 198-sonli Qarori tasdiqlandi. Unga ko'ra Qashqadaryo viloyatining turizm salohiyatini yanada rivojlantirish, turistlarni noyob tarixiy-madaniy va me'moriy meros ob'ektlari bilan keng tanishtirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish, manzilli turizm xizmatlarini ko'rsatish uchun turizm infratuzilmasini rivojlantirish, viloyatning turli madaniy-ko'ngilochar tadbirlar o'tkazish markaziga aylantirish orqali hududga turistlar oqimini yanada ko'paytirish hamda ularning hududda bo'lish davomiyligini uzaytirish, shuningdek, turizm sohasida tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanuvchi mahalliy aholi sonini ko'paytirish maqsadida chora-tadbirlar belgilangan³. Ushbu qarorda ayniqsa, ekologik turizm sohasiga katta e'tibor berilgan. G'ilon va Ko'l qishloqlarida etnoturizm, Varganza va Hazrati Bashir qishloqlarida agroturizm, Tatar, Zarmast va Vari qishloqlarida ekstremal turizm, Sarchashma va Svutushar qishloqlarida ekologik turizm, Kitob kenglik stansiyasi hududida astronomik turizm va "Festivallar shahri" brendi ostida MICE turizm yo'nalishlarini o'tkazish belgilangan.

Viloyatda ushbu qaror yuzasidan bir qator ishlar amalga oshirildi. Jumladan:

➤ G'ilon, Ko'l, Varganza, Hazrati Bashir, Tatar, Zarmast, Vari, Sarchashma, Svutushar qishloqlariga va Kitob kenglik stansiyasiga olib boruvchi yo'llar qaytadan

¹O'zbekiston Respublikasining "O'zbekistonda ekoturizmni rivojlantirish Konsepsiya"si 2007-yil

²O'zbekiston Respublikasining "Turizm to'g'risida" gi Qonun, 2019-yil 16-aprel

³Qashqadaryo viloyatining turizm salohiyatidan samarali foydalanish chora-tadbirlari to'g'risidagi 198-sonli Qarori 2019 yil 8-mart

ta'mirlandi va xorijiy turistlarga qulaylik yaratish maqsadida o'zbek va ingliz tillarida yo'l ko'rsatkichlari o'rnatildi

➤ Har bir qishloqda oilaviy mehmon uylari va mahalliy taomnomaga muvofiq a'lo darajada tayyorlanadigan umumiy ovqatlanish nuqtalari tashkil qilindi

➤ -Saqlanib qolgan an'anaviy chorvachilik, polizchilik va bog'dorchilik bilan shug'ullanuvchi namunaviy mahalliy aholi vakillari xonadonlari, poliz maydonlari va bog'lar turistlarni qabul qilish uchun tayyorlandi

➤ Mahalliy hunarmandlar mahsulotlarini ishlab chiqarish va sotish yo'lga qo'yildi

➤ Tabiiy va tarixiy obyektlar haqida risola, bukletlar va OAV va ijtimoiy tarmoqlarda turli xil ko'rsatuvlar berildi

➤ Joriy yilning 28-sentabr kuni Kitob tumanining "Varganza" qishloqida birinchi xalqaro anor festivali bo'lib o'tdi va Varganza qishlog'i-O'zbekistonning birinchi agroturizm qishloqi etib belgilandi.

Xulosa qilib aytganda ekologik turizm samaradorligini oshirish nafaqat davlat iqtisodiyotini rivojlantirishga balki ekologik muammolarning bartaraf etilishida muhim ahamiyat kasb etadi.

АГРОТУРИЗМ ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ИСТИҚБОЛЛИ ЙЎНАЛИШИ

Рахматуллаева Фируза Мубиновна

БухДУ, "Иқтисодиёт" кафедраси доценти, и.ф.н.,

Гиязова Нозима Баязовна

БухДУ, "Иқтисодиёт" кафедраси катта ўқитувчиси

Агротуризм замонавий жаҳон туризм бозори тизимида алоҳида ўрин тутди. Бугунги кунда уни туризм бозорининг етакчи ва фаол ривожланаётган тармоқларидан бири деб ҳисоблаш мумкин. Агротуризм – жаҳон туризм бозорида нисбатан янги ҳодиса. Ёш бўлишига қарамай, агротуризм жуда машҳур ва бунга сабаб нафақат табиий маҳсулотларнинг урф бўлиши, балки кўплаб иқтисодий, ижтимоий-психологик ва экологик омиллар ҳам ҳисобланади. Табиат билан уйғунликда яшаш истаги, табиий неъматларни истеъмол қилиш, табиатни ва маданий ўзига хосликни сақлаш ҳақида қайғуриш, шунингдек, қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқарувчиларини қўллаб-қувватлаш, қишлоқ ва шаҳар аҳолисининг турмуш даражасидаги ўсиб боровчи табақаланишни юмшатишга интилиш каби кўплаб омиллар агротуризмнинг бутун дунё бўйлаб оммалашувини кескин ўсишига олиб келди.

Дунё бўйлаб сайёҳлик соҳаси фаол ривожланиш даврини бошдан кечирмоқда. Анъанавий (фаол ва оммавий) дам олиш турлари билан бир қаторда янги, турли хил "яшил" саёҳатлар ривожланмоқда: "3 S" (Sun, Sea, Sand) – кун - денгиз - кум формуласи бўйича дам олиш ўрнига, "3 L" (Landshaft, Lore, Leisure) – ландшафт - анъаналар - бўш вақт формуласи таклиф этилади. Туризм соҳасига ҳаётни экологиялаштириш ғоясининг тарқалиши тобора катта таъсир кўрсатмоқда. "Яшил саёҳатлар" дунёдаги энг машҳур туризм турларидан бири – яшил қишлоқ туризми (green rural tourism) ёки агротуризмда (agroturizm, agrotourism, farm tourism) ўз тимсолини топади.

Бугунги кунда сайёҳликни ривожлантиришнинг истиқболли йўналиши сифатида қаралаётган агротуризмни мамлакатимизда ривожлантириш учун кенг имкониятлар mavjud. Чунки, мамлакатимиз ҳудудлари ўзига хос табиий шароитга, бой миллий-маданий меросга эга. Ҳудудларимизнинг ушбу соҳадаги салоҳиятини

рўёбга чиқариш мақсадида кенг қўламли ишлар амалга оширилмоқда. Жумладан, 2018 йил учун давлат дастурининг 104-пункти - Фаол тадбиркорлик, инновацион ғоялар ва технологиялар ижроси мақсадида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан "Агротуризмни ривожлантириш дастури" тасдиқланган. Агротуризмни ривожлантириш дастурларини амалга оширишда агротуризмнинг муваффақиятли ривожланишининг асосий шартларидан бири атроф-муҳитнинг ҳолати, уни ҳимоя қилиш бўйича самарали чоралар мавжудлиги ва маҳаллий маданиятнинг ўзига хослиги эканлигини эътиборга олиш лозим.

Шундай қилиб, жаҳон амалиёти агротуризмнинг туризм индустриyasi тизимида ва умуман иқтисодиётда ўсиб бораётган аҳамиятини ишончли тарзда намойиш этмоқда. Ушбу соҳанинг жадал ривожланиши куйидаги омиллар билан таъминланади:

1. агротуризм қишлоқ хўжалигининг бир қисмини ишлаб чиқариш секторидан хизмат кўрсатиш соҳасига ўтказиш туфайли кучаётган рақобат шароитида қишлоқ хўжалигини қайта қуриш учун самарали восита бўлиб хизмат қилади;
2. агротуризм, қишлоқ ва шаҳар аҳолисининг турмуш даражасидаги тафовутларни тенглаштиришга, қашшоликнинг олдини олишга ёрдам беради;
3. агротуризм туфайли маданий ўзига хосликни сақлаш, миллий анъана ва турмуш тарзини сақлаб қолиш ва ривожлантириш учун янги имкониятлар пайдо бўлади.

Тадқиқотга асосланиб, агротуризм, қишлоқ хўжалиги ва қишлоқ жойларининг барқарор ривожланиши ўртасида чамбарчас боғлиқлик бор деган хулосага келиш мумкин. Ҳозирги кунда қишлоқ жойларининг барқарор ривожланиши таъминлашда қишлоқ хўжалигини ривожлантириш билан бир қаторда, аҳолининг ноаграр соҳада бандлиги, хусусан агротуризм қўшимча даромад манбаи бўлиб қолмоқда. Амалиёт шуни кўрсатадики, қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқариши мавжуд бўлган қишлоқ жойларда уларнинг барқарор ривожланиши учун зарур шарт-шароитлар мавжуд. Аммо, инфратузилманинг ривожланмаганлиги, қишлоқ аҳолисининг иқтисодий фаоллигининг пастлиги, молиявий маблағларнинг етишмаслиги ва бошқа омиллар ушбу салоҳиятни амалга оширишга тўсқинлик қилиши мумкин. Бундай вазиятда давлатнинг қўллаб-қувватлаши билан агротуризм фаолияти қўшимча молиявий маблағлар манбаи ва қишлоқ аҳолисининг тадбиркорлик фаолиятини ривожлантириш учун рағбатлантирувчи омил бўлиши мумкин.

ТУРИСТИК ҲУДУД РИВОЖЛАНИШИНING ИҚТИСОДИЙ СИЁСАТИ

Рахматуллаева Фируза Мубиновна

БухДУ, "Иқтисодиёт" кафедраси доценти, и.ф.н.,

Гиязова Нозима Баязовна

БухДУ, "Иқтисодиёт" кафедраси катта ўқитувчиси

Рақобатбардош миллий туризм саноатини яратиш учун тегишли меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларда мустаҳкамланган, стратегик мақсад ва вазифалар, шаклланган механизмлари ва уларни ҳал қилиш воситалари, уларни амалга ошириш учун малакали кадрларни танлашни ўз ичига оладиган аниқ ва равшан давлат сиёсати муҳимдир.

Туризмни ривожлантиришда стратегик режалаштиришни жаҳон туризм индустриясининг барқарор ривожланиш тамойиллари ва тенденцияларига мувофиқ амалга ошириш муҳимдир; ушбу соҳага узоқ муддатли инвестицияларни жалб этиш ва қулай инвестиция муҳитини таъминлаш; туризмни ривожлантириш учун янги йўналишларни шакллантириш; барча даражадаги юқори малакали кадрларни соҳа учун етарли ҳажмда тайёрлаш; миллий туризмни ички ва халқаро бозорларда илгари суриш жуда муҳим аҳамиятга эга.

Туризм тармоғи нафақат кўплаб туризм корхоналарини, балки туризм билан боғлиқ бўлган ҳамроҳ тармоқлар корхоналари ва туристик характерга эга хизматларни кўрсатиш жараёнида бевосита иштирок этадиган корхоналарни ўз ичига олади. Туризм индустрияси корхоналарининг ривожланиши бутун туризм тармоғининг ва халқ хўжалигининг у билан боғлиқ тармоқларининг комплекс ривожланишисиз амалга ошмайди. Айнан кластерлар ушбу муносабатларни ривожлантиришнинг энг қулай шакли ҳисобланади. Жаҳон тажрибаси шуни кўрсатадики, бозор иқтисодиёти шароитида кластерлар эгилувчан ва самарали тузилмалардан ҳисобланади. Уларнинг негизида икки тамойил кооперация ва рақобат ётади.

Туризмнинг мамлакат, минтақа иқтисодиётига улкан таъсири туфайли унинг аҳамияти ҳозирги кунда ошиб бормоқда. Туризм саноатининг келажагини белгиловчи асосий омиллар қаторига мамлакат ривожланишининг сиёсий ва ижтимоий-иқтисодий шарт-шароитлари, тармоқ доирасидаги ва давлатлараро даражадаги рақобат, ҳаво ва бошқа транспорт турлари, туризм соҳасида ҳамда унга алоқадор соҳалардаги ахборот ва инновацион технологиялар ва б. киради. Барча омилларнинг минтақавий туризм ривожланишига таъсирини баҳолаб туристик ҳудуд ривожланишининг иқтисодий сиёсатини ишлаб чиқиш лозим.

Туристик ҳудуд ривожланишининг иқтисодий сиёсатини ишлаб чиқиш жараёни ўз ичига қуйидаги босқичларни олади:

1. Жорий ҳолатни таҳлил қилиш, қуйидагиларни амалга оширишга имкон беради:

минтақа аҳолиси ва маҳаллий бошқарув вакилларининг ушбу ҳудуд ривожланишида туризмнинг роли тўғрисидаги тушунчаларини ва ушбу масала бўйича жамоатчилик фикрини аниқлаш;

туризм индустриясига жалб қилиниши мумкин бўлган меҳнат ресурсларини аниқлаш;

моддий-техника базасининг, маҳаллий тарихий ёдгорлик мажмуаларининг, табиий-иқлим ресурсларининг мавжудлиги ва етарлилиги, фойдаланиш даражасини баҳолаш;

мавжуд иқтисодий иқлим ва туризмнинг бутун минтақага таъсири оқибатларини таҳлил этиш.

2. Трендларни прогнозлаштириш. Ушбу босқичда иқтисодиётдаги ўзгаришлар ва бевосита туризмга боғлиқ бўлган ёки унинг таъсири остида бўлган фаолият субъектларининг кутишларини аниқлаш зарур. Туристик режалаштиришдаги прогнозлаштиришнинг ўрни ушбу минтақадаги талабнинг эҳтимолий ўзгаришларини олдиндан кўра билиш зарурлиги билан белгиланади. Ушбу мақсадда миқдорий ва сифатий методлардан, трендларни таҳлил қилишнинг турли методлари қаторида кўп омилли регрессия методларидан ҳам фойдаланилади.

3. Мақсад ва вазифаларни белгилаш. Худуднинг туристик ривожланиш режаларини ишлаб чиқишда асосий мезон ва мотивациялардан бири бўлиб аҳолининг турмуш даражаси ҳисобланади.

4. Қўйилган мақсадларга эришиш учун муқобил режаларни тадқиқ этиш ва афзал муқобилларни танлаш.

5. Мақсадларга эришиш стратегияларини ишлаб чиқиш. У белгиланган мақсадларга эришиш йўлидаги чора-тадбирларни амалга оширишда юзага келадиган барча жараёнларни мувофиқлаштиришнинг бир қатор ўзига хос масалаларини ўз ичига олади. Ушбу босқичда стратегияни деталлаштириш қўйилган мақсадларга эришиш имкониятини ҳақиқатда баҳолашга имкон яратади.

6. Режани амалга ошириш, уни қайтиб кўриб чиқиш ва зарур бўлганда тузатишлар киритиш.

Хулоса қилиб айтганда, мамлакатнинг жаҳон туристик бозоридаги рақобатбардошлигини ва туристик жозибadorлигини оширишда минтақавий туризмнинг шаклланиши ва ривожланиши муҳим ҳисобланади. Бирламчи ижтимоий-иқтисодий вазифалардан бири бўлиб ҳар бир минтақада туризмни ривожлантириш ҳисобланади, чунки бу кўп жиҳатдан миллий туризм имиджининг шаклланиши ва ривожланишини, ҳамда халқаро туризм ривожланишининг имкониятлари ва тенденцияларини белгилаб беради.

IJTIMOIIY TURIZM AHOLINI IJTIMOIIY QO'LLAB-QUVVATLASH SHAKLI SIFATIDA

Ergashov Sardor Mansurovich, Buxoro davlat universiteti, magistr

Turizm zamonaviy dunyoning global iqtisodiy va ijtimoiy-madaniy hodisasiga aylangan bo'lib, insonning madaniy, jismoniy, kognitiv va ma'naviy rivojlanishiga bo'lgan ehtiyojini qondiradi. U ikkita asosiy vazifani bajaradi: ijtimoiy va madaniy. Ijtimoiy funktsiyalar sog'liqni saqlash va mustahkamlashga, hayotiylik va kuchni tiklashga qaratilgan insonning barkamol rivojlanishiga va uning ijodiy o'zini namoyon qilishiga hissa qo'shadigan dam olish tadbirlarida amalga oshiriladi. Turizmning ijtimoiy funktsiyasi - bu shaxslarning jamiyatning ijtimoiy hayotiga moslashishi va integratsiyasi. Turizmning madaniy vazifalari ta'lim, tarbiya, ijtimoiy tashabbuslar almashinuvi, ijtimoiy va ilmiy-texnik tajriba natijasida aholining umumiy madaniyatini oshirishga yordam beradi.

Turli adabiyotlarda ijtimoiy turizm tushunchasi mualliflar va tashkilotlar tomonidan har xil talqin qilinadi. Asosan, taklif qilingan barcha tushunchalar ikkita talqinga ega - tor va keng. Keng tushuncha turizm xizmatlarini iste'mol qilishning ommaviyligini aks ettiradi.

Ijtimoiy turizmni belgilovchi birinchi hujjatlardan biri 1980 yilda Manila Jahon Turizm Deklaratsiyasi bo'lib, unda shunday deyilgan: "Ijtimoiy turizm - bu dam olish huquqidan foydalanganda kam ta'minlangan fuqarolar manfaatlariga jamiyat intilishi kerak bo'lgan maqsad" [1]. Ushbu ta'rif juda umumiy bo'lib, "kam ta'minlangan fuqarolar" ga kimlar kirishi mumkinligini, shuningdek, ularning dam olish huquqi qanday va qay tarzda amalga oshirilishini tushuntiradi.

Ijtimoiy turizmning yanada aniq talqini 1996 yilda Xalqaro Ijtimoiy Turizm Byurosi Bosh Assambleyasi tomonidan qabul qilingan Monreal deklaratsiyasida berilgan. Deklaratsiyaning 13-moddasida har qanday sayyohlik tashkiloti (uyushma, kooperativ, o'zaro yordam jamiyati, jamg'arma, federatsiya, notijorat tashkilot) ijtimoiy turizm

harakatiga kirishi mumkinligi aytilgan, ularning ustavida yoki nizomida aniq ko'rsatilgan ijtimoiy maqsadlarni belgilaydi va uning maqsadi turizmni daromadlarni ko'paytirishning yagona maqsadi bilan cheklamasdan, ko'p odamlar uchun sayohat va turizmdan foydalanish imkoniyatini ta'minlashdir. Deklaratsiya ijtimoiy turizmning asosiy maqsadlarini belgilaydi:

- qo'shma (turizm ma'muriyati, turistik tashkilotlar va turistlar) insonning rivojlanishiga, unga bo'lgan hurmatni, shuningdek, birdamlik va birodarlik tuyg'usini kuchaytirishga yordam beradigan ijtimoiy muammolarni hal qilish;

- hamma uchun, shu jumladan oilalar, yoshlar, qariyalar, kambag'allar, imkoniyatlari cheklangan odamlar va boshqalar uchun turizm xizmatlaridan foydalanish;

- taklif etilayotgan turistik mahsulotning ajralmas qismi bo'lganligi sababli, iqtisodiy bo'lmagan tUSDagi qo'shimcha qiymatni olish imkoniyati;

Xalqaro tushunchalarga ko'ra, ijtimoiy turizm - bu aniq belgilangan ijtimoiy chora-tadbirlarni qo'llash natijasida mumkin bo'lgan, aholining kam ta'minlangan qatlamlarining turizmda ishtirok etishdan kelib chiqadigan qarashlar va hodisalar to'plami. Bularning barchasi, birinchi navbatda, turli mamlakatlarning iqtisodiy sharoitlari, kasalliklar, shaxsiy yoki oilaviy izolyatsiya, fuqarolarning cheklangan harakatchanligi va boshqalar bilan bog'liq. Bo'sh vaqtlarida o'qish va ishdan bo'sh vaqtlarida dam olish uchun bu to'siqlarni engib o'tish va odamlarga turizm ruhida hurmat qilishlariga yordam berish. qadriyatlar, barqarorlik, mavjudlik va birdamlik. Bo'sh vaqt huquqidan foydalanish shaxsning har tomonlama rivojlanishi va ijtimoiy integratsiyalashuvi uchun sharoit yaratadi.

Ijtimoiy turizmning maqsadi - ijtimoiy guruhlar: nogironlar, nafaqaxo'rlar, qariyalar, mehnat va urush faxriylari, kam ta'minlangan va ko'p bolali oilalar, bolalar, yoshlar, shuningdek, muhtoj bo'lgan har qanday fuqarolar uchun dam olish uchun arzon narxlarda yuqori sifatli sharoitlarni yaratishdir.

Ijtimoiy turizmni rivojlantirish juda zarur, iqtisodiy asosli va foydali. Hozirgi vaqtda inson resurslarini qayta tiklash hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi uchun muhimdir.

"Ijtimoiy turizm" atamasi Evropa mamlakatlarida umuman boshqacha ma'noga ega. 2011 yil noyabr oyida Maltada 6-chi Evropa ijtimoiy turizm forumi bo'lib o'tdi, unda turizmning ijtimoiy siyosatiga yangi turtki berish choralari muhokama qilindi. Forum delegatlari 2012 yil uchun Evropa ijtimoiy turizmining yo'l xaritasini ishlab chiqdilar.

Ba'zi Evropa mamlakatlarida ijtimoiy turizm uyushmalar, kooperativlar va kasaba uyushmalari tomonidan tashkil etilgan va sayohatlar iloji boricha ko'proq odamlarga, ayniqsa eng kam imtiyozga ega bo'lgan kishilarga sayohat qilishni ta'minlashga qaratilgan. Nogironlar uchun ijtimoiy turizm sohasida Buyuk Britaniya va Ispaniyada tajriba to'plangan. Masalan, Kataloniyada nogironlar uchun 19 ta qulay va arzon yo'nalish ishlab chiqilgan. Finlyandiyada nogironlar uchun sayyohlik xizmatlari ko'rsatish bo'yicha kichik kompaniyalar tashkil etilgan, Frantsiyada esa turizmning ushbu turi qishloq joylarda tarqalgan. Dunyo bo'ylab yoshlar yotoqxonalari tizimi rivojlanmoqda. Ijtimoiy turizm turmush sifatini yaxshilashga, odamlarning sog'lig'ini mustahkamlashga va ularning mehnat faoliyatining uzoqroq davom etishiga yordam beradi.

Shu bilan birga, yuqori rivojlangan mamlakatlarda, masalan, AQSh va Germaniyada, dunyo turizmining yo'nalishi sifatida ijtimoiy turizm mavjud emas va bir qator boshqa mamlakatlarda bu keng davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanmaydi. Bu, birinchi navbatda, turizm foydali bo'lishi kerakligi bilan bog'liq, ijtimoiy turizm esa faqat investitsiyalarni talab qiladi. Bundan tashqari, ijtimoiy sayyohlar ko'ngilochar

industriyani rivojlantirishga hissa qo'sha olmaydilar. Binobarin, ijtimoiy turizmning eng muhim muammolaridan biri uni moliyalashtirish manbalarini aniqlashdir. Shunga qaramay, dunyo bo'ylab millionlab sayyohlar ijtimoiy turizm tufayli sayohat qilishadi.

Shunday qilib, ijtimoiy turizm deganda, maktab o'quvchilari, ishlaydigan va kam ta'minlangan oilaviy yoshlari, nafaqaxo'rlar, faxriylar uchun o'qish va o'qish uchun sharoit yaratish maqsadida xaridorlarga davlat tomonidan ijtimoiy ehtiyojlar uchun ajratilgan mablag'lar yoki qamrab olishning boshqa manbalari hisobidan subsidiyalar oladigan turistik bozor tushuniladi. Ijtimoiy turizmning rivojlanishi juda dolzarb ijtimoiy muammoni - mamlakat aholisining turli qatlamlari turmush darajasidagi tobora ortib borayotgan tafovutlarni engib o'tishga yordam berishi mumkin.

Foydalanilgan adbiyotlar

1. Jahon turizmi bo'yicha Manila deklaratsiyasi, 1980 y.
2. Bosh Assambleya tomonidan qabul qilingan «Turizmni gumanitar va ijtimoiy boshqarish» to'g'risidagi Monreal deklaratsiyasi.

МУНДАРИЖА

1-ШЎЪБА. ДАВЛАТ-ХУСУСИЙ ШЕРИКЛИГИ ШАКЛЛАНИШ МЕХАНИЗМЛАРИНИНГ ИЛМӢЙ НАЗАРИЙ ВА МЕЪЁРИЙ ҲУҚУҚИЙ АСОСЛАРИ

Б.Н.Навруз-Зода	Туристтик кластерлаштириш жараёни	3
Ибрагимов Н.С.	Туристтик кластерларнинг турлари ва шаклланиш омиллари	5
Р.Х.Эргашев, А.Д.Равшанов	Кластерли ёндашув асосида қишлоқ хўжалик корхоналарининг устувор йўналишлари	7
Б.Рузметов	Святые места Хорезмского региона Республики Узбекистан и их роль в развитии паломнического туризма в великом шелковом пути	12
Тоҳиров Ж.Р.	Давлат-хусусий шериклигининг мазмун-моҳияти ва шакллари	17
Нарзиев М. М.	Бухоро вилоятида туризмни ривожлантиришда туристик кластерларни жорий қилиш истиқболлари	21
Д.Худайберганаов	Давлат-хусусий шерикчилик муносабатларини амалга оширишни ривожлантиришнинг ўзига хос хусусиятлари	24
Асрақулов А. С.	Хизматлар соҳасида давлат-хусусий шерикчилиги механизмининг аҳоли бандлиги самарадорлигини оширишдаги ўрни	26
Мирзаев А.Т.	Туристтик-рекреация хизматлари кластерларини шакллантиришда давлат-хусусий шерикчилик механизмидан фойдаланиш	30
Кадилова Х.Т. Соҳадалиев А.М. Каримжанова Р.М.	Сущность, необходимость и значение финансовой политики в развитии национальной экономики	34
Кадилова Х.Т. Мирзахоликов Б. Б.	Основные направления совершенствования инвестиционной политики и деятельности субъектов финансового рынка	37
Навруз-зода Л. Б., Абдурахимов А.	Повышение социального престижа предпринимательских фирм в Бухарской области	41

2-ШЎЪБА. ТУРИЗМ СОҲАСИНИНГ ТЕЗ СУРЪАТЛАРДА РИВОЖЛАНАЁТГАН ШАРОИТДА РАҚОБАТБАРДОШ ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИ ШАКЛЛАНИТИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Турдибеков Ҳ.И.	Рақобатбардош туризм кластерларини шакллантириш йўналишлари	43
Бозоров А.Р., Бадалова Н.Ғ.	Туризм соҳасида кластернинг аҳамияти	46
Tadjiyeva S.U., Shadiyev A.X.	Klaster asosida qishloq turizmini rivojlantirish yo'llari	49

3-ШЎЪБА. ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИ ШАКЛЛАНИТИРИШ ВА БАҲҚАРОП РИВОЖЛАНИШИНИ ТАЪМИНЛАШНИНГ ИЛМӢЙ-НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ

Tairova.M.M., Temirova D. A.	Cluster formation and development in regional economic systems	53
Асадов Ф. Ш. Муротова Н.У.	Основы логистического подхода в управлении туристской компанией	54
С.М.Ғуломжонова	Қишлоқ аҳолиси даромадларини ошириш йўллари	56
Навруз-зода З.Б.	Туристтик кластернинг икки томонлама табиати	57

Мирзаев А. Т.	Ўзбекистонда туристик-рекреация хизматлари фаолиятини бошқаришда кластерларни шакллантириш механизмлари	59
4-ШЎЪБА. ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАР АСОСИДА РИВОЖЛАНГАН МАШЎУР ТУРИЗМ ҲУДУДЛАРИНИНГ РИВОЖЛАНИШ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ		
Адашова Т.А., Роготень Н.Н.	Кластерный подход к развитию туристско-рекреационной зоны полуострова Камчатки	64
Бозаров Э.Б.	Модель создания туристического кластера	66
5-ШЎЪБА. ТУРИСТИК ЗОНА, ТУРИСТИК КЛАСТЕР, ОЧИҚ ИҚТИСОДИЙ ЗОНАЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШНИНГ ХОРИЖ ТАЖРИБАЛАРИ		
Hamroyev H.R.	Hindistonning turistik erkin iqtisodiy hududlari	69
Рахмонов Ш.Ш. Тураева У.Р.	Канадада велотуризмнинг ривожланиш ҳолати (Онтарио провинцияси мисолида)	73
Абдиев А.Ч. Пирназаров Ж. Нуримов Й.	Ўзбекистонда экологик туризмнинг ривожланиши ва хориж тажрибаси	77
С.К.Файзиёва	Гастрономический туризм в Европе	79
Эгамбердиев Ф.Т., Ким Т.В.	Мировой опыт развития туристической сферы с учетом региональных особенностей	83
Boltayeva M.Sh., Yandashov S.	O'zbekistonda erkin iqtisodiy hududlarni tashkil qilishning o'ziga xos xususiyatlari	86
Г.А.Солиева	Особенности развития туризма в Индии	90
Усаров С.Р.	Ўзбекистон зиёрат туризми ривожиди хорижий ҳамкорлик (Индонезия, Малайзия ва Сингапур мисолида)	93
Якубова Ш.Ш. Жураев Ш.	Туризмда транспорт инфратузилмасини давлат-хусусий шериклиги асосида бошқаришнинг хориж тажрибаси	96
6-ШЎЪБА. ДАВЛАТ-ХУСУСИЙ ШЕРИКЛИГИ АСОСИДА ШАКЛЛАНГАН ИҚТИСОДИЙ МУНОСАБАТЛАРНИНГ БАРҚАРОРЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШ МЕХАНИЗМЛАРИ		
Жўраева Н.К.	Хизматлар соҳасида кластерлар фаолиятини бошқаришда давлат-хусусий шерикчилик механизмнинг ўрни	100
Шарипов Б.Р. Юлдашев Қ.М.	Давлат-хусусий шерикчилиги- хусусий таълим хизматини ривожлантиришнинг инновацион воситаси сифатида	103
Зуфарова Г.А.	Иш билан бандлик назарияси	106
Рустамова Д.Д.	Аграр соҳани инновацион ривожлантириш	109
Ғуломжоновна С.М.	Мамлакат ижтимоий-иқтисодий тараққиётининг асосий омиллари	111
Зуфарова Г.А.	Макродаражада ишчи кучини тақсимлаш ва қайта тақсимлаш	113
7-ШЎЪБА. ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИЗМНИ ДАВЛАТ МИҚЁСИДА БАРҚАРОР РИВОЖЛАНТИРИШДА ТУРИСТИК КЛАСТЕРЛАРНИ ЖОРИЙ ҚИЛИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ		
Qambarov J. X. Komiljanov Sh.I. To'uchiyeva Sh. A.	Zomin turistik zonasida turizmni klaster usulida rivojlantirish yo'llari.	117
Абдуллаев Д.Н.	Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг тадрижий ўзгаришлари ва истиқболлари	119
Жумаева Ш.Б. Марданова Р.Р.	Ўзбекистонда туризм соҳасини барқарор ривожлантиришда туристик кластерларни жорий қилиш	122

	истикболлари	
Каримжанова Р.М.	Наманган вилоятида мева сабзавотларни ишлаб чиқариш ва сотишда маркетинг сегментацияси	124
Хонкелдиева Г.Ш.	Туристик хизматлар кластерларини бошқаришда самарали механизмлардан фойдаланиш йўллари	127
Хонкелдиева К.Р.	Туристик хизматлар кластерларини бошқаришда самарали механизмлардан фойдаланиш йўллари	130
Жумаева Ш.Б. Йўлдашев У.Х.	Тошкент вилояти Бўстонлик туманининг туризм истикболлари	134
Юлдашов К.М. Холмирзаев А. Ҳ.	Ўзбекистонда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни молиявий институтлар томонидан қўллаб-қувватланиши	136

8- ШЎЪБА. ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ МУАММОЛАРИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ

Кадиров А.М.	Гастрономик туризм Ўзбекистон Республикасига сайёҳлар оқимини кенгайтириш омили сифатида	140
Мусаева Ш.А., Усмонова Д.И. Усманов Ф.Ш.	Особенности показателей производительности труда в сфере туризма	142
Tadjiyeva S.U.	Mehmonxonalarda marketing faoliyatining asosiy yo'nalishlari	146
Убайдуллаев К., Алымов А.К., Кусекеев Б. К.	Қорақалпоғистон Республикасида туризм ривожланишининг ҳозирги ҳолати	150
Navruz-zoda L.B., Najmiddinov S.N.	Ziyorat turizmning rivojlantirish istiqbollari Buxoro hududi misolida	152
Akhrorova N.U.	О'zbekistonda yoshlar turizmini rivojlantirish yo'llari	156
Butanova Dilnoza	Qishloq hududida agroturizmni shakllantirishning o'ziga xos jihatlari	158
Djurayeva D.D.	Xizmatlar sohasining rivojlanishida innovatsiyalarning o'rni	160
Akramov Sh.Sh., Soliyeva D. F., Sapohonova G. F.	Mamlakatimizda turizmni rivojlantirishda mehmonhonalarning o'rni	163
Ф.Т.Эгамбердиев Ҳ.Ё.Ёқубжонова	СПА меҳмонхоналарини барпо этиш имкониятлари ва ўзига хос жиҳатлари (Фарғона вилояти мисолида)	164
То'xtamishiev A.Q. Nimatov I. X. Qobulov I. R.	Turmahsulotni loyihalashda turistik tadbirlarning ahamiyati	166
Исомов Б.С. Рустамов Ж.Р.	Проблемы эффективного планирования туристического продукта	169
Jabborova F. A.	Turizmni rivojlantirishda muzeylarning o'rni	171
Bozorova S. K.	Reklamanning turizmdagi asosiy xususiyatlari	173
Ro'ziyev S. S. Axmatova M. E.	О'zbekistonda turizmni rivojlanishida gidlarning ahamiyati	176
Рустамова С.Х.	Туризмни ривожлантиришда бошқарув қарорларининг ўрни ва аҳамияти	177
Рузиев С.С.	Современное состояние туризма в Узбекистане	179
Исомов Б.С.	Этапы формирования и перспективы развития инфраструктуры туризма в Узбекистане	181
Арипова М.С. Хайитов Ш.	Туризмнинг барқарор таракқиётини режалаштириш зарурлиги	185

Давронов И.О.	Факторы повышения эффективности деятельности гостиницы	187
Фармонов Э.А.	Особенности эффективного развития гостиничного бизнеса	189
Шодиев А.	Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг истиқболлари	191
Халилов Б.Б.	Уровень развития туризма в Узбекистане	193
Исомов Б.С. Самиева А.	Туризмни режалаштиришнинг асосий босқичлари	196
Arifova M. S.	O'zbekiston Respublikasidagi erkin iqtisodiy zonalar istiqbollari va muammolari	199
Тажибаев М.Б., Умиров Ж.	Турмахсулот ҳаётий циклининг асосий белгилари	203
Умиров Ж.	Современное положение гостиничного хозяйства на рынке услуг	206
Тажибаев М.Б.	Туризмни шаклланиш хусусиятлари	207
Нарзуллаева Г.С.	Инновацияларнинг жамият ривожланишига таъсири	209
Мухамеджанова М.Б.	Основные задачи туристической отрасли Узбекистана	211
Norkulova D.Z. Xushvaqto'v D. Qilichova O.Z.	Aholining turistik bilimlarini oshirishning ahamiyati va yo'llari	213
Xamidova Z. X., Narzullayeva G.S.	O'zbekistonda turizm faoliyati rivojlanish muammolari va istiqbollari	216
Абдиев А. Ч. Нормуродов Ғ.	Туристик фирма ичидаги режалаштиришнинг хусусиятлари	218
Таирова М.М., Аминова Н.	Самостоятельная поездка в контексте туристической логистики	220
Сайёра Х. Р.	Қишлоқ жўжалиги ва саноат тармоқларида туризм соҳасида тadbirkorларларнинг бошқарув қарорларини ривожлантиришнинг аҳамияти	221
Jabborova Z. A.	O'zbekiston turizmida innovatsion texnologiyalar rivoji	223
Ziyavitdinov H. Rakhimova S.	Perspectives of pilgrimage (ziyosat) tourism in Uzbekistan	225
Курбонова М.А., Бозоров А.Р.	Мамлакат миллий туризмни ривожлантириш муоммалари ва истиқболлари	227
Қ.Т.Тўраев, Б.Наврўз-зода Г.Хидирова	Туризм турларининг классификацияси ва диний туризмнинг ундаги ўрни	230
Ashurova M.X.	Бухоро вилоятида диний туризмни ривожлантиришнинг асосий йўналишлари	236
Ashurova M.X.	O'zbekistonda mexmonxona xo'jaligida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni samaradorligini oshirishning asosiy yo'llari	238
Алибеков Ш. А.	Туризм соҳаси хизмат кўрсатиш тизимини ривожлантиришда рақобатбардор кадрлар тайёрлашнинг педагогик-психологик омиллари	241
Қосимов Ж.	Ўзбекистонда туризм соҳасини ривожлантириш имкониятлари	244
Турғунова Ш. Ж. Қосимова М.Қ.	Туризм соҳасида тиббий хизмат кўрсатиш тизимини яхшилаш масалалари	246
Раимова М.Дж.	Халқаро туризмни янада ривожлантиришнинг асосий йўналишлари	248

Дедажанов Б. Н. Каримжанова Р.	Туризмни ривожлантириш муаммолари ва уларни ҳал этиш йўллари	251
Дедажанов Б. Н. Эргашева Ф. И.	Туризм соҳасида тадбиркорликни ривожлантириш йўллари	255
Раджабов О.О.	Роль pr-public relation (связи с общественностью) как основной механизм в сфере развитие туризма Узбекистана	259
Турдибеков Х. И. Ибрагимов Н. Х.	Стратегические направления развития туризма в Республике Узбекистан	262
Турдиева Н.М.	Совершенствование обучения специалистов по туризму на основе инновационных методов	265
Алымов А. К. Пирназаров Е. Д.	Экотуризм на особо охраняемых территориях	269
Жўраева Н. Қ.	Хизматлар соҳасида бошқаришнинг самарали шаклларида фойдаланиш	272
Ҳамидова З.У.	Бюджет ташкилотларида ички аудитни ташкил қилишнинг назарий муаммолари ва уларни бартараф этиш йўллари	275
Ходжаева Д. Х.	Экономические аспекты развития сельского туризма в Узбекистане	279
Мухитдинов Ш. Х.	Халқаро туризмнинг ривожланишида ахборот - коммуникация технологиялари хизматлари	283
Мухитдинов Ш. Х.	Халқаро туризм ривожланишида коммунал хизмат кўрсатиш соҳалар	286
Xomidova M. Z.	O'zbekistonda ekologik turizm samaradorligini oshirish	287
Рахматуллаева Ф. М. Гиязова Н. Б.	Агротуризм туризмни ривожлантиришнинг истиқболли йўналиши	289
Рахматуллаева Ф. М. Гиязова Н. Б.	Туристик ҳудуд ривожланишининг иқтисодий сиёсати	290
Ergashov S.M.	Ijtimoiy turizm aholini ijtimoiy qo'llab-quvvatlash shakli sifatida	292

“Садриддин Салим Бухорий” МЧЖ босмахонасида чоп этилди.
Адади 50 нусха. Ҳажми 300 бет. Формат А4. Буюртма 180. 2019.