



ISSN 2091-5187

СЕРВИС

№1

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ
ЖУРНАЛ

2024



СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2024 йил, 1-сон

Муассис: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

Ўзбекистон Матбуот ва ахборот агентлиги томонидан 2008 йил 31 декабрда
0561-рақам билан рўйхатга олинган.

ЎЗР ОАК Риёсатининг 19.03.2017 й., 239/5-сонли қарори билан эътироф этилган

**Тахририят ижодий
жамоаси:**

Бош муҳаррир:
и.ф.д., проф. М.Э.Пўлатов

**Бош муҳаррир
ўринбосари:**
и.ф.н., проф. Д.Х.Асланова

Масъул котиб:
и.ф.д., проф. М.Қ.Пардаев

Муҳаррирлар:
и.ф.д. Ф.А.Сафаров
катта ўқит. Ш.З.Ўразов

Техник муҳаррир:
и.ф.н., доц. А.Н.Холиқулов

Корректор:
PhD С.А.Бабаназарова

Саҳифаловчи:
ассис. Х.Н.Очилова

1 йилда 4 мартаба
чоп этилади.

**Ўзбекистон ҳудудида
тарқатилади.**

Тахририят манзили:
140100, Самарқанд шаҳар,
Амир Темур кўчаси, 9-уй,

тел.: +998(66)233-28-38,
+998(66)233-17-88

факс: +998(366)231-12-53
эл.почта:

samisiservis@inbox.uz

Тахририят кенгаши раиси:

М.Э.Пўлатов – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис
институти ректори, и.ф.д., профессор

Тахририят кенгаши раиси ўринбосари:

Д.Х.Асланова – СамИСИ илмий ишлар ва
инновациялар бўйича проректори, и.ф.н., профессор

Тахрир кенгаши аъзолари:

Б.А.Бегалов – Ўзбекистон Республикаси Президенти
хузуридаги Статистика агентлиги директори, и.ф.д.,
профессор

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Б.К.Ғойбназаров – и.ф.д., профессор.

М.М.Мухаммедов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Д.Р.Зайналов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

О.М.Муртазаев – ТДИУ СФ директори, и.ф.д., проф.

М.Р.Болтабаев – ТДИУ профессори, и.ф.д.

Р.Х.Эргашев – ҚарМИИ профессори, и.ф.д.

И.С.Тўхлиев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

К.Б.Уразов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Қ.Ж.Мирзаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Б.И.Исроилов – ТДИУ профессори, и.ф.д.

Г.М.Шодиева – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Б.Абдукаримов – СамИСИ профессори, и.ф.н.

Р.Қобилов – Самарқанд вилояти ҳокими ўринбосари

С.Н.Тошназаров – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Р.Н.Нормахматов – СамИСИ профессори, т.ф.д.

А.Бектемиров – СамИСИ профессори, и.ф.д.

О.М.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

М.Т.Алимова – СамИСИ профессори, и.ф.д.

З.Дж. Адилова – ТДИУ профессори, и.ф.д.

Ш.О.Қувондиқов – СамИСИ профессори в.б., иқтисод
фанлари доктори

Л.Н.Халикова – СамИСИ профессори в.б., DSc

Ф.А.Сафаров – СамИСИ доценти в.б., DSc

Ғолиб Султонмуродович Мустафоев Қишлоқ жойларда хизмат кўрсатиш соҳасининг иқтисодий самарадорлигини баҳолаш	80
Marifat Umarovna Xudoyberdiyeva Хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантиришда кичик бизнес ва хусусий тadbirkorlikning ahamiyati	85
Askar Axrorovich Siddikov, Ahmadbek Nizomiddinovich Najmiddinov Хизмат кўрсатиш корxonalarida innovatsion faoliyatni takomillashtirish yo‘nalishlari	87
ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ	
Muslimaxon Xolmatjon qizi Soxibova O‘zbekistonda ziyorat turizmi resurslarini samarali boshqarishning nazariy asoslari	90
Murodjon Rajabbayevich Matniyozov Methodological bases of formation of tourism image of the Khiva destination	96
Kamol Sharifovich Yuldashev Mustaqil turizm rivojlanishining evolyutsiyasi	100
Ўткир Дўснаевич Ражабов Ўзбекистонда диний туризм ривожланишининг салоҳияти ва истиқболлари	106
КИЧИК БИЗНЕС ВА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИК	
Gulnora Mardiyevna Shadiyeva Ra‘no Akbar qizi Qulmurodova Raqamli iqtisodiyot sharoitida kichik biznes va oilaviy tadbirkorlik – aholi turmush darajasini oshirishning bir omili sifatida	110
Saodat Toxirovna Toshaliyeva Mamlakatimizda kichik tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish holati tahlili	114
Имомназар Эгамбердиевич Турсунов, Кермен Антоновна Наминова, Тулкин Саидахмедович Шарипов Развитие малого и среднего бизнеса в условиях цифровой экономики	118
Гулнора Мардиевна Шодиева, Дилноза Азаматовна Тоғаева Хизматлар кўрсатиш соҳасида оилавий корxonalarни ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш	123
Layli Baxtiyorovna Navruz-zoda Inson tadbirkorlik qobiliyatini baholash maqsadida uning sifat xususiyatlarini tasniflash	130
МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ	
Navruzbek Zarifovich Niyatov Хизмат кўрсатиш соҳасида boshqaruv samaradorligini oshirish	134
Shahlo Akramovna Maripova Modern digital tools in small business management	138
Bekzodjon Oblakulov, Shakhnoza Narkulova Marketing Analysis of International Brand in the Case of Borjomi	143
Абдухолик Эгамович Тангиров Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида корxона бошқаруви ва уни ташкил этишининг моҳияти	147
Зулфия Мусаевна Усманова Перспективные направления совершенствования механизма управления персоналом	151
ИНВЕСТИЦИЯ	
Jahongir Ravshanbek o‘g‘li Hoshimov Yangi O‘zbekistonga xorijiy investitsiyalarni jalb etish holatining kompleks tahlili	155

БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ ВА АУДИТ	
Комил Бахрамович Уразов, Лобар Джафаркуловна Алиева Корхоналар соф активларидаги ўзгаришларга аудиторлик баҳосини бериш	160
БАНДЛИК ВА КАМБАҒАЛЛИКНИ ҚИСҚАРТИРИШ	
Хуббим Аскарлович Улашев Макроиқтисодий барқарорликни таъминлаш орқали камбағалликни қисқартиришга эришиш чоралари	167
Ашур Али Рустам ўғли Латипов Иқтисодиётнинг турли соҳаларида ўзини ўзи банд қилиш билан боғлиқ хизматларнинг асосий йўналишлари	172
ТАЪЛИМ, КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШ ВА ПЕДАГОГИКА	
Ithom Begmatdulobovich Mattiyev Talabalarda salomatlikni ta'minlash jarayonida jismoniy tarbiya va sog'lomlashtirishga bo'lgan dunyoqarash omillari	178
Акмал Алимжонович Салимов Таълим тизимини самарали бошқаришда “умр давомида таълим” концепциясининг ўрни	182
Sherzod Alimardonovich Kuldashev Та'lim xizmatlari bozorida oliy ta'lim muassasalari raqobatbardoshligini oshirishning muhim omillari	186
Mirzabek Kulmamatovich Jonuzokov O'zbekiston oliy ta'limida investitsiyaviy jozibadorlik: muammo va yechimlar	191
ЭЪТИБОРГА МОЛИК МАСАЛАЛАР	
Мамаюнус Пардаев, Мурод Муҳаммедов Таълим соҳасида Япония ва Хитой тажрибаларидан айрим битиклар	197

ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ

Muslimaxon Xolmatjon qizi Soxibova – Turizmni rivojlantirish ilmiy-tadqiqot instituti
doktoranti

O‘ZBEKISTONDA ZIYORAT TURIZMI RESURLARINI SAMARALI BOSHQARISHNING NAZARIY ASOSLARI

Annotatsiya: Ushbu maqola O‘zbekistonda ziyorat turizmi resurslari va ulardan samarali foydalanishning nazariy asoslariga bag‘ishlangan bo‘lib, ziyorat turizmini rivojlantirish, tashrif buyuruvchi sayyohlar sonini oshirishi hamda mavjud ziyorat turizmi resurslaridan samarali foydalanish masalasi bugungi kunning dolzarb masalasi ekanligi yoritilgan.

Kalit so‘zlar: turizm, ziyorat turizmi, turizm resurslari, turistik salohiyat, turistik manzil, turist, turistik tashkilot, samaradorlik.

Kirish. Jahon iqtisodiyotida turizmning roli yildan yilga ortib bormoqda. Mazkur sektor tabiiy resurslarning kamayib ketishiga olib kelmagan holda mamlakat iqtisodiyotining o‘shishiga ta’sir ko‘rsatadi. Turizmni rivojlantirish savdo, transport, aloqa, qishloq xo‘jaligi, qurilish, iste’mo tovarlarini ishlab chiqarish va boshqa iqtisodiyotning yetakchi tarmoqlariga ijobiy ta’sir qiladi.

Xalqaro darajadagi jarayonlarga e’tibor beradigan bo‘lsa, bugungi kunda deyarli barcha mamlakatlar turizmni rivojlantirishga ahamiyat berayotganligiga guvoh bo‘lishimiz mumkin. Turizm nafaqat mamlakatlar, balki ayrim mintaqalarning iqtisodiyotida salmoqli o‘rin egallaydi. Butunjahon sayyohlik tashkilotining (UNWTO) 2021-yilgi ma’lumotlariga ko‘ra yalpi eksportida turizm ulushi eng katta bo‘lgan mamlakatlar quyidagilar: Makaro – 87%, Maldiv orollari – 85,3%, Xorvatiya – 38%, Armaniston – 27,5%¹.

Turizmni rivojlantirishda mamlakatlar o‘zining turistik salohiyati va turistik resurslarini inobatga olishlari lozim. Mamlakatimizning turistik resurslaridan kelib chiqqan holda istiqbolli turistik yo‘nalishlar sifatida ziyorat, ekologik, gastronomik, sport, sog‘lomlashtirish, industrial, ishbilarmonlik turizmini qayd etishimiz mumkin.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev 16-20-oktabr kunlari Samarqandda bo‘lib o‘tgan Butunjahon turizm tashkiloti Bosh Assambleyasining 25-sessiyasi ochilish marosimidagi nutqida ayni paytda O‘zbekistonda 8 mingdan ortiq madaniy meros obyektlari mavjudligi va ziyorat turizmi dasturi doirasida sayohatga keluvchilar sonini hozirgidan uch barobar ko‘proqqa oshirish mo‘ljallanayotganini ta’kidladi. Bu maqsadga erishish uchun esa ziyorat turizmi resurslaridan samarali foydalanish mexanizmlarini ishlab chiqish, ularni amaliyotga tatbiq etish muhim ahamiyat kasb etadi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Turizm resurslaridan samarali foydalanish mexanizmlarining nazariy jihatlarini bir qancha olimlarning ilmiy ishlarida tadqiq qilingan. Xususan, D.M.Spotts “Marketing maqsadlarida turizm resurslarini hududiy tahlil qilish” nomli ilmiy ishida AQSHning turistik resurslarini tahlil qilgan va ularga ta’sir qiluvchi omillarni aniqlagan². L.C.Vareiro, J.C.Riberio “Qishloq hududlarida endogen turistik resurslardan barqaror foydalanish: Portugaliya misolida” ilmiy maqolasida turistik resurslardan barqaror foydalanishning hududiy daromadga ta’siri tahlil qilingan³.

Mahalliy olimlardan N.Tuxliyev, T.Abdullayevaning “O‘zbekistonda turizm biznesini tashkil etish va boshqarish”⁴, I.S.Tuxliyev, B.Sh.Safarov, M.R.Boltaboyev, S.A.Abduhamidovning “Turizm: nazariya va amaliyot”⁵, M.Pardayev, R.Atabayevning “Turizm

¹ <https://www.unwto.org/tourism-data/international-tourism-and-covid-19>

² Spotts, Daniel M. "Regional analysis of tourism resources for marketing purposes." Journal of Travel Research 35.3 (1997): 3-15.

³ Vareiro, Laurentina Cruz, and J. Cadima Ribeiro. "Sustainable use of endogenous touristic resources of rural areas: two portuguese case studies." Número patrocinado por 5 (2007): 193.

⁴ Tuxliyev N., Abdullaeva T. Menedjment i organizatsiya biznesa v turizme Uzbekistana. -T.: Gos. Nauch. Izd.

⁵ Boltaboev M.R., Tuxliev I.S., Safarov B.Sh., Abduxamidov S.A. – "Turizm: nazariya va amaliyot" fanidan elektron darslik.- T., 2017

asoslari”¹ kabi darslik va o‘quv qo‘llanmalarida turistik resurslarga ta’rif va ularning turizmdagi ahamiyati tadqiq qilingan.

Ammo O‘zbekistonda ziyorat turizmi resurslaridan samarali foydalanishning nazariy asoslari mualliflarning ilmiy ishlarida to‘liq yoritilmagan, shu sababli ushbu mavzuni chuqurroq tahlil qilish ehtiyoji mavjud.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqot ishi davomida kuzatish, qiyoslash, tizimli va qiyosiy tahlil, statistik guruhlash kabi usullardan foydalanildi. Xususan, o‘ndan ortiq milliy va xorijiy adabiyotlarda mazkur mavzuga doir tadqiqotlar o‘rganib chiqildi va tahlil etildi. Mavzuga doir bugungi kundagi tendensiya baholandi. Statistik ma’lumotlar tahlili amalga oshirildi.

Tahlil va natijalar. Bugungi kunda turizm nafaqat mamlakatlar, balki ayrim mintaqalarning iqtisodiy va ijtimoiy taraqqiyotining katalizatoriga aylangan va jahon iqtisodiyotining eng daromadli tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Ushbu sektor turistik destinatsiyalarning iqtisodiy faolligini oshiradi, sanoat, transport, savdo, umumiy ovqatlanish, infratuzilmani rivojlantiradi, hamda yangi ishchi o‘rinlarni yaratishda ishtirok etadi. Bu esa o‘z navbatida hududlarning iqtisodiy rivojlanishiga turtki bo‘ladi, natijada mahalliy aholining hayot sifati va farovonligini oshiradi.

1999-yilda Butunjahon sayyohlik tashkiloti (UNWTO) ning XIII sessiyasida xalqaro turizmni rivojlantirish yo‘nalishlari qabul qilingan, unda turizm mas’uliyatli va barqaror iqtisodiy sektor sifatida tavsiflangan, shuningdek birinchi navbatda turistik mintaqa rezidentlari uchun turizmni rivojlantirish natijalari ijobiy bo‘lishi, salbiy ta’siri kamaytirilishi ko‘zda tutilgan². Turizm so‘nggi yillarda yuqori sur‘atlarda rivojlanayotganligi sababli barqaror rivojlanishning muhim elementlaridan biriga aylandi. Birlashgan Millatlar Tashkilotining 2015-2030-yillarga mo‘ljallangan barqaror rivojlanish konsepsiyalarini dunyo bo‘ylab amalga oshirishda turizm muhim rol o‘ynaydi³.

Turizm atamasi XVII asrda ilk bor fransuz tilida paydo bo‘lgan. Biroq insonlar bir necha ming yillar avval ham oziq-ovqat topish, chorvachilik uchun qulay yaylovlar izlash, unumdor yerlarga ehtiyoj, hunarmandchilik, savdo va boshqa bir qancha sabablar tufayli sayohatlarni amalga oshirgan. Turizmning bugungi kundagi “zamonaviy” shakliga nisbatan yaqinda – XIX asrda ega bo‘ldi. Adabiyotlarda zamonaviy turizm asoschisi sifatida Tomas Kuk, ilk turistik agentlik “Thomas Cook Group” egasi keltiriladi⁴.

XVIII asrdagi sanoat inqilobidan keyin sayohatlarni amalga oshirish imkoniyati kengaydi, chunki endilikda sayohat qilish oson va xavfsiz shaklga kirdi: samolyot, yo‘lovchi kemalari, poyezdlar kabi jamoaviy transportlar faoliyat ko‘rsata boshladi. Ilmiy-texnik rivojlanish va jamiyat holatining barqarorlashuvi ishchi soatlar kamayishi va bo‘sh vaqtlarning ortishiga, bu esa o‘z navbatida sayohatlar sonining oshishiga olib keldi.

UNWTO hamda Sayohat va turizm statistikasi xalqaro rezolyutsiyasi (Ottava, 1991) tavsiyalariga binoan turist va ekskursantlarni tashrif buyuruvchilar kategoriyasiga qo‘shish va boshqa sayohatni amalga oshirayotgan shaxslardan ajratish uchun uchta mezon belgilangan: tashrif buyuruvchining o‘zining doimiy muhitini tark etishi, tashrif buyurgan destinatsiyada o‘tkazadigan vaqt davomiyligi va tashrifdan maqsad.

Turizm statistikasida 12 oydan oshmagan vaqt oralig‘ida tashrifni amalga oshirgan shaxslar inobatga olinadi. Turist belgilangan manzilda bir yildan ortiq istiqomat qilgan taqdirda doimiy yashovchilar kategoriyasiga qo‘shiladi. Misol uchun, Umra amallarini bajarish uchun tashrif buyurgan insonlar turistlar hisoblanadi va ular turni o‘rtacha 10-12 kun davomida amalga oshiradi.

Turizm atamasiga turli xil yondashuvlar mavjud. Biroq uning iqtisodiy aspektiga nazar

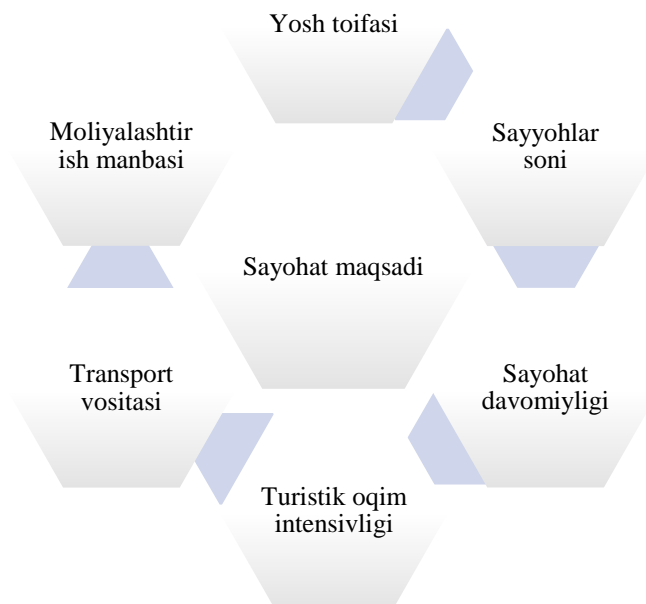
¹ Pardaev M., Atabaev R. Turizm asoslari. - Samarqand, SamISI. 2006.

² Global code of ethics for tourism. Adopted by resolution A/RES/406(XIII) at the thirteenth WTO General Assembly (Santiago, Chile, 27 September – 1 October 1999) [Электронный ресурс]. // Сайт Всемирной туристской организации URL: https://webunwto.s3.euwest1.amazonaws.com/imported_images/37802/gcetbrochureglobalcodeen.pdf

³ 2017 is the international year of sustainable tourism for development [Электронный ресурс]. // Сайт Всемирной туристской организации URL: <https://www.unwto.org/archive/global/press-release/2017-01-03/2017-internationalyear-sustainable-tourism-development>

⁴ Walton, John K. "Thomas Cook: image and reality." *Giants of tourism* (2010): 81-92.

soladigan bo‘lsak, u turli ko‘rinishlarda aks etishi mumkinligiga guvoh bo‘lishimiz mumkin: madaniy-ma’rifiy, diniy, ko‘ngilochar, biznes, ilmiy, sog‘lomlashtirish, sport, ekologik, ekzotik, ekstremal va hokazo. Biroq turizmni klassifikatsiyalashda turistik faoliyatning ko‘p darajali ekanligiga ahamiyat berish zarur. Fikrimizcha turizmni tasniflashda quyidagi mezonlarni e’tiborga olish zarur:



1-rasm. Turizm klassifikatsiyasi¹

Sayohat maqsadiga ko‘ra turizmni quyidagi turlari mavjud (1-jadval).

1-jadval

Sayohat maqsadiga ko‘ra turizmning klassifikatsiyasi²

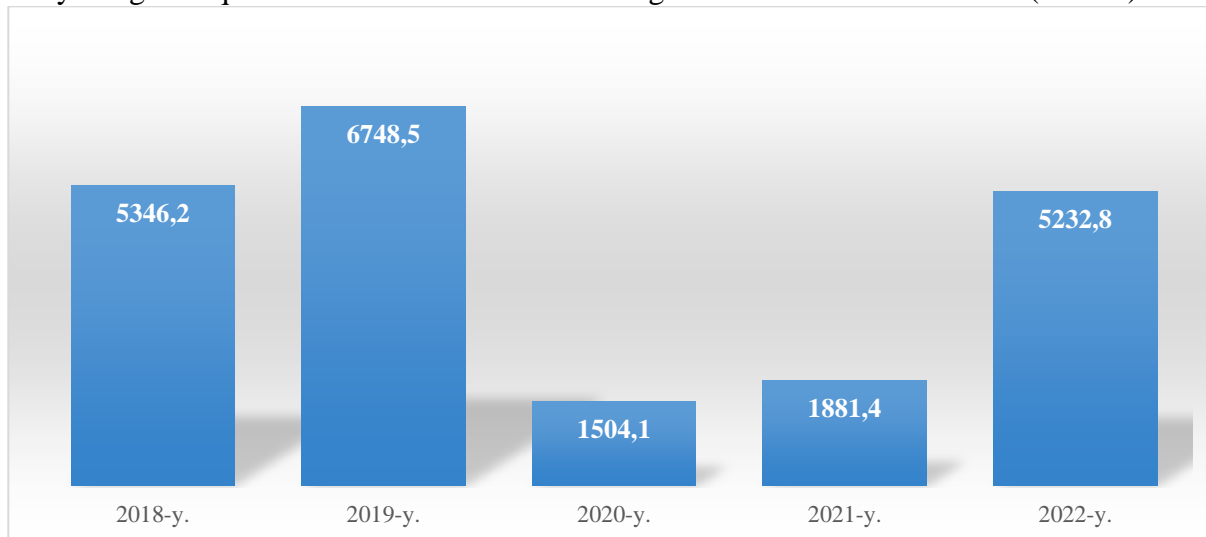
<i>Turlar</i>	<i>Ta’rif</i>
Madaniy-hordiq turizmi (cultural tourism)	Tarixiy, madaniy yoki geografik joylarga tashrif buyurishni o‘z ichiga oladi
Biznes turizm (business/ MICE tourism)	Xodimlarning xizmat safarlarini tashkil etish va boshqarishni o‘z ichiga oladi
Etnik turizm	Qarindoshlar bilan ko‘rishish, vatani bilan tanishish uchun amalga oshiriladigan sayohatlardan tashkil topadi
Diniy turizm	religious/pilgrimage tourism, diniy-ma’rifiy, ziyorat turizmi, turizmning eng qadimiy turlaridan biri
Sport turizmi (sports tourism)	Tabiiy to‘siqlarni yengib o‘tish orqali insonning sport ko‘rsatkichlarini yaxshilashga qaratilgan turizm
Rekreasion turizm (health tourism)	Jismoniy kuchni tiklash va dam olishga qaratilgan turizm
Ta’lim yoki kasbiy turizm (education tourism)	Ta’lim olish yoki kasbiy malakani oshirishga yo‘naltirilgan turizm
Ekzotik/gastronomik turizm	G‘ayrioddiy joylarga sayohat, ekstremal harakatlar bilan bog‘liq turizm
Ekologik turizm (ecotourism)	Inson qadami yetmagan, tabiat ifloslanmagan manzillarga sayohatlarni o‘z ichiga oladi
Tranzit turizm	Turistning belgilangan manzilgacha bo‘lgan yo‘lda qisqa vaqtli to‘xtashi
Agroturizm (rural tourism, urban/city tourism)	Qishloqning tabiiy, madaniy, tarixiy va boshqa resurslaridan turistik mahsulotni yaratish uchun yo‘naltirilgan turizm tarmog‘i

¹ Muallif tomonidan tuzildi.

² Muallif tomonidan tuzildi.

So‘nggi yillarda mamlakatimizda turizmni rivolantirish, mavjud turistik resurslardan samarali foydalanish maqsadida turizmning bir necha yo‘nalishlarida turlar tashkil etish, turistik infratuzilmani takomillashtirish, mamlakatga kirib keluvchi turistik oqim hajmini oshirish, turizmdan tushadigan tushumni oshirishga katta ahamiyat berilmoqda.

Amalga oshirilayotgan chora-tadbirlar natijasini mamlakatimizga tashrif buyurayotgan sayyohlar sonining oshganligida ko‘rishimiz mumkin, ammo COVID-19 pandemiyasi, dunyoning boshqa mamlakatlari kabi O‘zbekistonga ham o‘z ta‘sirini ko‘rsatdi (2-rasm).



2-rasm. 2018-2022-yillar kesimida O‘zbekistonga turistik maqsadlarda tashrif buyurgan chet el fuqarolari (ming kishi)¹

2022-yil yanvar-dekabr oylarida mamlakatimizga xorijdan kelgan turistlar soni jami 5232,8 ming kishini tashkil etgan, ushbu ko‘rsatkich 2021-yilga nisbatan 2,8 barobar ko‘pligiga qaramay, pandemiyagacha bo‘lgan davrdagi holat qayd etilgani yo‘q. 2019-yilda turistik oqim hajmi 6748,5 ming kishini tashkil etgan va 2022-yildagi ko‘rsatkich undan 1,2 barobar kam. 2020-yilda tashrif buyurgan sayyohlar soni 1504,1 ming nafarni tashkil etdi, bu esa undan oldingi yildan 77,7 % kam edi. Pandemiya cheklovlari kamayib borishi kirib kelayotgan turistik oqimning o‘shishiga sabab bo‘lmoqda. Biroq mamlakatimizning turistik salohiyatidan hali to‘liq foydalana olganimiz yo‘q.

O‘zbekiston turistik (tabiiy, madaniy-tarixiy, ijtimoiy-iqtisodiy) resurslarga boy, ularni samarali boshqarish uchun quyidagi turizmning mamlakatimiz uchun istiqbolli turlarini barqaror rivojlantirish maqsadga muvofiq: ziyorat, ekologik, gastronomik, sport, rekreatsion, MICE va boshqalar.

Ziyorat turizmi xalqaro va ichki turizm tizimida muhim rol o‘ynaydi. Yildan yilga muqaddas va diniy markazlarga ziyorat maqsadida turlarni sotib olayotgan sayyohlarning soni ortib bormoqda. Ushbu turni sotib oluvchi sayyohlarning asosiy maqsadi ziyoratgohlar bilan tanishish, diniy marosimlarda ishtirok etish, ibodat qilish, qurbonlik qilish va boshqalardan iborat.

“Ziyorat” tushunchasi nafaqat ming yillar avval paydo bo‘lgan, balki turistik harakatning ilk turlaridan biri hisoblanadi. Yuqorida ta’kidlanganiday, zamonaviy turizmga nisbatan yangi tushuncha sifatida qaraladi, biroq uning asl kelib chiqishi ziyorat amaliyotiga asoslangan.

XX asrda turizm sanoati tez sur’atlarda rivojlanibgina qolmay, insonlarda o‘zining diniy jihatdan muqaddas deb bilgan ziyoratgohlarga tashrif buyurishlari uchun sharoitlar va boshqa din vakillarining ziyoratgohlarini ko‘zdan kechirishga bo‘lgan qiziqishlari ortib bordi. Bunga qaramay, “ziyosat” tadqiqot konsepsiyasi sifatida 1990-yillargacha deyarli mavjud bo‘lmagan. Hozirgi ziyorat turizmi bo‘yicha olib borilayotgan tadqiqotlarning asoslari 1970 va 1980-yillarda sotsiolog hamda antropologlar tomonidan ishlab chiqilgan psixo-ijtimoiy dinamikaga qaratilgan tushunchalar va nazariyalarga borib taqaladi.

¹ O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma’lumotlari asosida muallif tomonidan tuzildi.

Adabiyotlarni tahlil qilish natijasida, “ziyosat turizmi”, “diniy turizm”, “diniy-ma’rifiy turizm”, “islomiy turizm” kabi atamalarni uchratish mumkin. Bu terminlar ma’no jihatidan yaqin, ba’zi adabiyotlarda ziyosat va diniy turizmni sinonim, boshqalarida bir-birini to’ldiruvchi va nisbatan farq qiluvchi yo’nalishlar sifatida tahlil qilingan. Turistik biznesga oid o’quv qo’llanmalarda “diniy turizm” atamasini “ziyosat turizmi” atamasi bilan almashtirilganligi, diniy sayohatlar va diniy mavzudagi ekskursiyalar alohida guruhlanmasligiga guvoh bo’lishimiz mumkin.

Fikrimizda ziyosat turizmi atamasini quyidagicha ta’riflash mumkin: ziyosat turizmi ziyoratchi va ekskursantlarning o’zi e’tiqod qiladigan yoki e’tiqod qilmaydigan dinga mansub muqaddas yoki muhim ahamiyatga ega ziyosatgoh, muzey va ko’rgazmalarga tashrif buyurishi, biror bir diniy marosimda ishtirok etishi va shu bilan birga o’zi e’tiqod qiladigan dinida taqiqlanmagan faoliyat bilan shug’ullanishi (sport, konsert, sog’lomlashtirish va hokazo) bilan birga o’zining e’tiqodi jihatidan muhim bo’lgan ibodatlarini vaqtida ado etish imkoniyati bo’lgan turizmning muhim yo’nalishlaridan biridir.

Ziyoratchilar, birinchi navbatda o’zlarining odatiy muhitida mavjud bo’lmagan obyektlar bilan tanishish uchun turlarni amalga oshiradi. Bunda ular nafaqat tashrif buyurgan mamlakatining madaniy merosi bilan tanishadi, balki ruhiy holatini yaxshilashi va qadriyatlar tizimiga erishishi ham mumkin.

Mamlakat hududida ziyosat turizmini rivojlantirishda “turistik salohiyat” va “turistik resurs” tushunchalari muhim ahamiyat kasb etadi. O’zbekistonning ziyosat turizmi jihatidan turistik salohiyati yuqori, chunki mamlakat hududida 8000 dan ortiq madaniy meros obyektlari mavjud¹. E’tiborlisi, Respublika aholisining aksariyat qismi islom diniga e’tiqod qiladi va ziyosatgohlarning aksariyat qismi ham islom dini dunyosiga borib taqaladi. Albatta, yurtimizda joylashgan madaniy meros obyektlari xilma-xil, ular tarixning turli jabhalarida vujudga kelgan va shakllangan, ular orasida boshqa dinlarning muqaddas ziyosatgohlari ham bor. Yana bir jihatdan, mazkur obyektlarni diniy ziyosatgohlar emas, balki tarixiy yodgorliklar sifatida qayd etish ham mumkin. Biroq fikrimizcha, turistik salohiyatni tahlil qilishda kattaroq ulushga ega segmentga urg’u berish lozim.

Albatta, mamlakatimizda turizmni barcha uchun rivojlantirish maqsadga muvofiq. Bunda ziyosat turizmi ham barcha tashrif buyuruvchilarni (e’tiqodidan qat’i nazar) jalb qila olishini ta’minlash lozim. Lekin, asosiy e’tibor islom diniga e’tiqod qiluvchi mamlakatlardan turistlarni jalb qilishga qaratiladi.

Mamlakatning turistik salohiyati, turizm resurslaridan farqli o’laroq, shakllanishi nuqtayi nazaridan ko’plab tarkibiy qismlarning natijasi hisoblanadi. O’zbekistonning makroiqtisodiy xususiyatlarini hisobga olgan holda, mamlakatimiz turistik salohiyatini sakkizta xususiy salohiyatga birlashtirish mumkin:

- 1) resurs salohiyati (turistik resurslarning yetarliligi);
- 2) ishlab chiqarish salohiyati (mintaqadagi turistik tashkilotlarning xo’jalik faoliyatining umumiy natijasi);
- 3) infratuzilma salohiyati (mamlakatning iqtisodiy-geografik joylashuvi va undagi infratuzilma ta’minoti);
- 4) mehnat salohiyati (ishchi kuchi va ta’lim darajasi);
- 5) moliyaviy salohiyat (turizmdan tushgan soliq tushumlari hajmi va mintaqadagi turizm korxonalarining rentabelligi);
- 6) institutsional salohiyat (turizm rivojlanishiga ta’sir ko’rsatuvchi yetakchi institutlarning rivojlanish darajasi);
- 7) iste’mol salohiyati (yalpi xarid qobiliyati);
- 8) innovatsion salohiyat (ilmiy-texnika taraqqiyoti natijalarini turizmga joriy etish darajasi).

Shundan kelib chiqqan holda, “turistik resurs” tushunchasi mamlakat turistik salohiyatining muhim ajralmas qismi degan xulosa qilishimiz mumkin. Turistik resurslar tabiiy, tarixiy, me’moriy, arxeologik, ilmiy, ishlab chiqarish, ko’ngilochar hodisa va obyektlardan iborat,

¹ <https://lex.uz/docs/4543266>

aynan turistik resurslar sayyohlarning ehtiyojini qondirish funksiyasini bajaradi va ma'lum turistik destinatsiyaga tashrif buyurishga undaydi.

Ziyorat turizmi resurslarining eng muhim xususiyati – jozibadorlik, ya'ni turistlarni jalb qila olish xususiyatidan iborat, Ziyorat turizmi resurslari jozibadorligi uch xususiyatni o'z ichiga oladi: topologik, funksional va estetik.

Ziyorat turizmi resurslarining xususiyatlari har ikki tomonlama: turistik mahsulot ishlab chiqaruvchilar va ularning iste'molchilari nuqtayi nazaridan ko'rib chiqilishi lozim. Turistik mahsulot ishlab chiqaruvchilar uchun resurslarning eng muhim xususiyatlari quyidagilardan iborat:

– ziyorat turizmi resurslardan foydalanish shartlari (to'liq sotib olish yoki uzoq muddatga ijaraga olish imkoniyati);

– turistik hududning potensial imkoniyatlarini aniqlash va turistik oqimni optimallashtirish uchun zarur bo'lgan zaxira hajmini aniqlash;

– ziyorat turizmi resurslarning mintaqadagi joylashuvi;

– turistik oqim ritmini belgilovchi resurslardan foydalanish mavsumining davomiyligi;

– ko'p marotaba foydalanish, resursning qayta yangilanish qobiliyati.

Turistik mahsulot iste'molchilari uchun esa resurslarning quyidagi xususiyatlari muhim hisoblanadi:

– ziyoratgohlardan foydalanish imkoniyati;

– madaniy qadriyatlar bilan tanishish imkoniyati;

– ibodatlarini vaqtida bajarish imkoniyati va boshqalar.

Turistik resurslarini samarali boshqarish mexanizmini joriy qilish jarayonini nafaqat turistik xizmatlar bozori talablarini, balki turizmni rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlarini hisobga olgan holda amalga oshirish lozim. Ushbu mexanizmlarni joriy qilish va takomillashtirish mintaqada raqobatbardosh turistik kompleksni yaratish uchun zarur bo'lgan turizm infratuzilma hajmi va turlarini aniqlash imkonini beradi.

Xulosa va takliflar. Xulosa qilib aytganda, mamlakatimiz ziyorat turizmini rivojlantirish uchun yetarlicha salohiyat va resurslarga ega. Ularni samarali boshqarish mexanizmini takomillashtirish esa kiruvchi turizm oqimini oshirish orqali mamlakatimiz iqtisodiyotiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Bugungi kunda ziyorat turizmi yo'nalishiga bo'lgan talab ortib bormoqda. Ayniqsa “islomiy ziyorat” konsepsiyasini rivojlantirish orqali Malayziya, Indoneziya, Turkiya, BAA kabi mamlakatlar iqtisodiy samaradorligini oshira olganligiga guvoh bo'lishimiz mumkin.

O'zbekiston ziyorat turizmi salohiyatidan unumli foydalana olishi uchun mavjud turistik resurslar samaradorligini oshirish zarur, bunda jahon tajribasi tahlil qilinishi va amaliyotga tatbiq qilinishi muhim ahamiyatga ega. Bundan tashqari, quyidagi takliflar amalga oshirilishi maqsadga muvofiq:

– ziyorat turizmi resurslarini to'liq tahlil qilish va mavjud kamchiliklarni aniqlash;

– ziyorat turizmi resurslarini samarali boshqarishga oid mexanizmini takomillashtirish;

– ziyorat turizmi resurslarini raqamlashtirish, restavratsiya va konservatsiya qilish uchun investitsiyalar jalb qilish;

– turistik manzillarda infratuzilmani takomillashtirish, resurslardan foydalanishga to'sqinlik qilishi mumkin bo'lgan baryerlarni olib tashlash;

– potensial turistlar bozorini aniqlash, tahlil qilish va jalb qilish bo'yicha chora-tadbirlarni amalga oshirish;

– tashrif buyurgan turistlarning taassurotlarini chuqur tahlil qilish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Spotts, Daniel M. "Regional analysis of tourism resources for marketing purposes." *Journal of Travel Research* 35.3 (1997): 3-15.
2. Vareiro, Laurentina Cruz, and J. Cadima Ribeiro. "Sustainable use of endogenous touristic resources of rural areas: two portuguese case studies." *Número patrocinado por 5* (2007): 193.
3. Tuxliyev N., Abdullayeva T. *Menedjment i organizatsiya biznesa v turizme Uzbekistana.* -T.:

Gos. Nauch. Izd.

4. Boltaboyev M.R., Tuxliyev I.S., Safarov B.Sh., Abduxamidov S.A. – ”Turizm: nazariya va amaliyot” fanidan elektron darslik.- T., 2017
5. Pardayev M., Atabayev R. Turizm asoslari. - Samarqand, SamISI. 2006.
6. Global code of ethics for tourism. Adopted by resolution A/RES/406(XIII) at the thirteenth WTO General Assembly (Santiago, Chile, 27 September – 1 October 1999)
7. Walton, John K. "Thomas Cook: image and reality." Giants of tourism (2010): 81-92.
8. <https://www.unwto.org/tourism-data/international-tourism-and-covid-19>

М.Сохибова	M.Sokhibova
<p>Теоретические основы эффективного использования ресурсов паломнического туризма в Узбекистане</p>	<p>Theoretical basis of effective use of ziyorah tourism resources in Uzbekistan</p>
<p>Аннотация: в данной статье рассмотрены теоретические основы ресурсов паломнического туризма и их эффективное использование в Узбекистане. Подчеркнуто, что вопрос развития паломнического туризма, увеличения количества приезжающих туристов и эффективного использования существующих ресурсов паломнического туризма является актуальным вопросом современности.</p> <p>Ключевые слова: туризм, эффективность, паломнический туризм, туристический ресурс, туристический потенциал, туристическая дестинация, турист, туристическая организация.</p>	<p>Abstract: this article describes the theoretical basis of ziyorah tourism resources and their effective use in Uzbekistan. It is highlighted that the issue of development of pilgrimage tourism, increasing the number of visiting tourists and effective use of existing pilgrimage tourism resources is an urgent issue of today.</p> <p>Keywords: tourism, efficiency, ziyorah tourism, touristic resource, touristic potential, tourist destination, tourist, touristic organization.</p>

Murodjon Rajabbayevich Matniyozov – Urgench State University, PhD student of the Department of Tourism

METHODOLOGICAL BASES OF FORMATION OF TOURISM IMAGE OF THE KHIVA DESTINATION

Abstract: This research aims to form a destination image of Khiva, a tourism destination of Uzbekistan, Khorezm region, using a comprehensive approach that includes cognitive, affective, and behavioral dimensions. To bridge the gap in existing research by comparing the perspectives of tourists and local residents, a mixed-methodology approach incorporating qualitative analysis techniques was used to provide a holistic understanding of image formation through empirical research.

Keywords: destination image, image, cognitive image, affective image, Khiva, residents, holistic approach.

Introduction. Considering the ongoing growth of the tourism industry and the potential opportunities stemming from the current global crisis, it becomes crucial to formulate strategies that enhance the competitiveness of destinations. As the tourism landscape expands, destinations find themselves in competition with each other, operating in an environment where offerings are becoming more homogenous, and communication strategies are increasingly targeting the same market segments. In light of this, if tourism marketing strategies are directed at drawing people to specific locations, the major challenge lies in differentiation based on attributes—whether tangible or intangible. This differentiation is essential for the development of a robust branding strategy centered around destinations (Pike & Ryan, 2004). Moreover, it is essential to recognize that tourism entails a complex web of interactions between tourists and residents. Consequently, strategies for industry development should consider the perspectives of both these stakeholders. Beyond understanding the perceptions of tourists, it becomes imperative to acknowledge the significance of the image that the local community holds about their residence as well as a tourist destination. Indeed, the image plays a pivotal role in influencing tourist behavior at various stages

ISSN 2091-5187

∞ “СЕРВИС” ∞

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят
бўлимида нашрга тайёрланди.

06.03.2024 йилда теришга берилди. 29.03.2024 йилда босишга рухсат этилди.
Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60x84_{1/8}. “Times” гарнитураси. Офсет
босма усули. Шартли босма табағи 15,76. Ҳисоб-нашриёт
табағи 12,5. Адади 100 нусха. Буюртма № 0024А/30.

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтининг
матбаа бўлимида чоп этилди.
Лицензия № 025316.
Реестр № Х-119112.

Манзил: Самарқанд шаҳри, Шохрух кўчаси, 60-уй.

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2024.