



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

**Таҳририят 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.**

Таҳририят 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

Таҳририят кенгаши раиси:

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

Таҳририят кенгаши раиси ўринбосари:

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

Таҳрир 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.Ғоибназаров – 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 Xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning ahamiyati	85
Askar Axrorovich Siddikov, Ahmadbek Nizomiddinovich Najmiddinov Xizmat ko‘rsatish korxonalarida 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 корхоналарни 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 Xizmat ko‘rsatish sohasida 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 корхона 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

References:

1. Fishbein, M. (1980). Nebraska Symposium on Motivation. In H. Howe, & M. Page (Edits.), Theory of reasoned action: Some applications and implications (pp. 65-116). Lincoln: University of Nebraska Press.
2. Bosque, I., & Martín, H. (2008). Tourist satisfaction: A cognitive-affective model. Annals of Tourism Research, 35, 551-573.
3. Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. Tourism Management, 2, 97-116. Chi, C., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. Tourism Management, 29, 624-636.
4. Crompton, J. (1979). An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon that image. Journal of Travel Research, 17(4), 18-23.
5. Matniyozov M. Turaev O, Kalandarov F and Egamberdiyev O. (2023). The formation of the destination image of the Khorezm region. (Web of conferences). <https://doi.org/10.1051/bioconf/20248206013>
6. Echtner, C., & Ritchie, J. B. (1993). The measurement of destination image: an empirical assessment. Journal of Travel Research, 31(4), 3-14.
7. Fakeye, P., & Crompton, J. (1991). Image differences between prospective, first-time, and repeat visitors to the Lower Rio Grande Valley. Journal of Travel Research, 30(2), 10-16. Font, X. (1997). Managing the tourist destination’s image. Journal of Vacation Marketing, 3(2), 123-132.
8. Gallarza, M., Saura, I., & García, H. (2002). Destination image: Towards a conceptual framework. Annals of Tourism, 29, 56-78. Gartner, W. (1993). Image formation process. Journal of Travel and Tourism Marketing, 2(2/3), 191–215.
9. Bray, J. P. (2008). Consumer behavior theory: Approaches and models. Retrieved from: <http://eprints.bournemouth.ac.uk/10107/1/>.

<p>М.Матниёзов Xiva destinatsiyasining turistik qiyofasini shakllantirishning uslubiy asoslari Аннотатсия: Ushbu tadqiqot kognitiv, ta'sirchan va xulq-atvor o'lchovlarini o'z ichiga olgan kompleks yondashuvni qo'llagan holda, O'zbekistonning turizm yo'nalishi bo'lgan Xorazm viloyatining Xiva destinatsiya imidjini shakllantirishga qaratilgan. Mavjud tadqiqotlardagi bo'shliqni turistlar va mahalliy rezidentlarning nuqtai nazarini taqqoslash yo'li bilan bartaraf etish, empirik tadqiqot orqali imidj shakllanishini yaxlit tushunish uchun sifat tahlili usullarini o'z ichiga olgan aralash metodologiya qo'llanilgan. Kalit so'zlar: destinatsiya imidji, imidj kognitiv imidj, affektiv imidj, Xiva, rezidentlar, yaxlit yondashuv.</p>	<p>М.Матниёзов Методологические основы формирования туристического имиджа Хивинской дестинации Аннотация: данное исследование направлено на формирование дестинационного образа Хивы, туристического направления в Хорезмской области Узбекистана, с использованием комплексного подхода, включающего когнитивные, аффективные и поведенческие измерения. Чтобы заполнить пробел в существующих исследованиях путем сравнения точек зрения туристов и местных жителей, был использован смешанный методологический подход, включающий методы качественного анализа, чтобы обеспечить целостное понимание формирования имиджа посредством эмпирических исследований. Ключевые слова: имидж дестинации, имидж, когнитивный имидж, аффективный имидж, Хива, жители, целостный подход.</p>
---	--

Kamol Sharifovich Yuldashev — Ipak yo‘li xalqaro turizm va madaniy meros universiteti tayanch doktoranti, BuxDU o‘qituvchisi

MUSTAQIL TURIZM RIVOJLANISHINING EVOLYUTSIYASI

Аннотатсия: maqolada mustaqil turizm kategoriyasining rivojlanish davri va evolyutsiyasi, uni turizm sohasidagi ahamiyati va jahon iqtisodiyotiga ta'siri tadqiq etilgan. Turizm bozorida axborot texnologiyalari va internet aloqalarining kirib kelishi, onlayn band qilish platformalarining tashkil etilishi bilan sayohatlarni mustaqil amalga oshirishining ommalashishiga olib kelgani haqida batafsil ochib berilgan.
Kalit so'zlar: mustaqil turizm, uyushgan ommaviy turistlar, uyushtirilmagan mustaqil turistlar, internet texnologiyalari, onlayn band qilish tizimlari, xizmat ko'rsatadigan sohalar.

Kirish. Bugungi kunga kelib mamlakatimizda turizm industriyasi pandemiyadan keyin qayta tiklanish jarayonini boshdan kechirayotgan bir paytda xorijiy turistlarni yanada keng jalb qilish maqsadida turizm xizmatlar bozorni diversifikatsiya qilish, mavsumiylik tushunchasini bartaraf etish mamlakat oldidagi keyingi yechilmagan vazifa bo‘lib qolmoqda. Jahon turizm bozorida sayohatni mustaqil tashkil etayotgan turistlar kategoriyasi ommalashib boqmoqda. Turizm bozorida onlayn band qilish platformalarining rivojlanganligi xorijiy turistlar uchun masofadan turib turistik xizmatlarni onlayn band qilish imkonini yaratib bermoqda. Mustaqil turistlarning asosiy segmenti byudjetli turistlarni tashkil etilishini inobatga olib, ular asosan turistik nomavsumiy davrlarda sayohat qilishni afzal ko‘rishmoqda, sababi biz bilamizki ko‘p mamlakatlarda nomavsumiy paytda barcha turistik xizmatlar mavsumiy davrga nisbatan arzon narxda bo‘ladi. Shu sababdan nomavsumiy davrda mustaqil turistlarni O‘zbekistonga jalb qilish, ularga zarur shart-sharoitlar yaratish, infratuzilmani takomillashtirish kabi dolzarb masalalar mavjud. Bu borada mamlakatimiz rahbari ham bir necha bor ta’kidlab kelmoqdalar, xususan 2024-yil 12-yanvardagi Respublikaga xorijiy turistlar sonini keskin oshirish hamda ichki turizmni yanada jadallashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risidagi PF 9-son Farmonida [1] Zomin turistik-rekreatsion zonasi, Chimyon xalqaro umummavsumiy kurorti va “Amirsoy” tog‘chang‘i kurort zonasi, xalqaro brendlarning savdo do‘konlaridan iborat bo‘lgan yirik savdo komplekslarini (“Luxury tourism village) barpo qilish to‘g‘risidagi qaror qabul qilinishi, xorijiy turistlar oqimining ko‘payishi va shu bilan mustaqil turistlar uchun mamlakat jozibadorligining oshishiga olib keladi. Shuning uchun eng avvalo mustaqil turizm tushunchasining maohiyati, rivojlanish evolyutsiyasi, uning bosqichlari kabi tadqiqotlarni olib borish zarurati tug‘ilmoqda.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Mustaqil turizm tushunchasi va mohiyati haqida bir necha xalqaro va mahalliy olimlar tadqiqot ishlarini olib borishgan, jumladan, I.I.Starkova “Самодетельный туризм: современное состояние и перспективы развития” [2] maqolasida, N.S. Ibragimov “O‘zbekistonda Detinatsion menejment konsepsiyasini qo‘llash” [3] dissertatsiyasida, Ana Figueroa “FIT Travel: All About Independence” nomli elektron jurnalida, Diana K. Parr 1989 – yilda o‘zining “Free Independent Travellers, the unknown tourists” [4] nomli dissertatsiyasida, Yangi Zelandiyalik olimlar Kenneth F. Hyde va Rob Lawson “The Nature of Independent Travel” [5] nomli maqolasida mustaqil turizmning tashkil etilishi, uning xususiyatlari, mazmun va mohiyati haqida yoritilgan. Ammo mustaqil turizm paydo bo‘lishiga qanday omillar va uning tarixi haqida o‘rganilmagan.

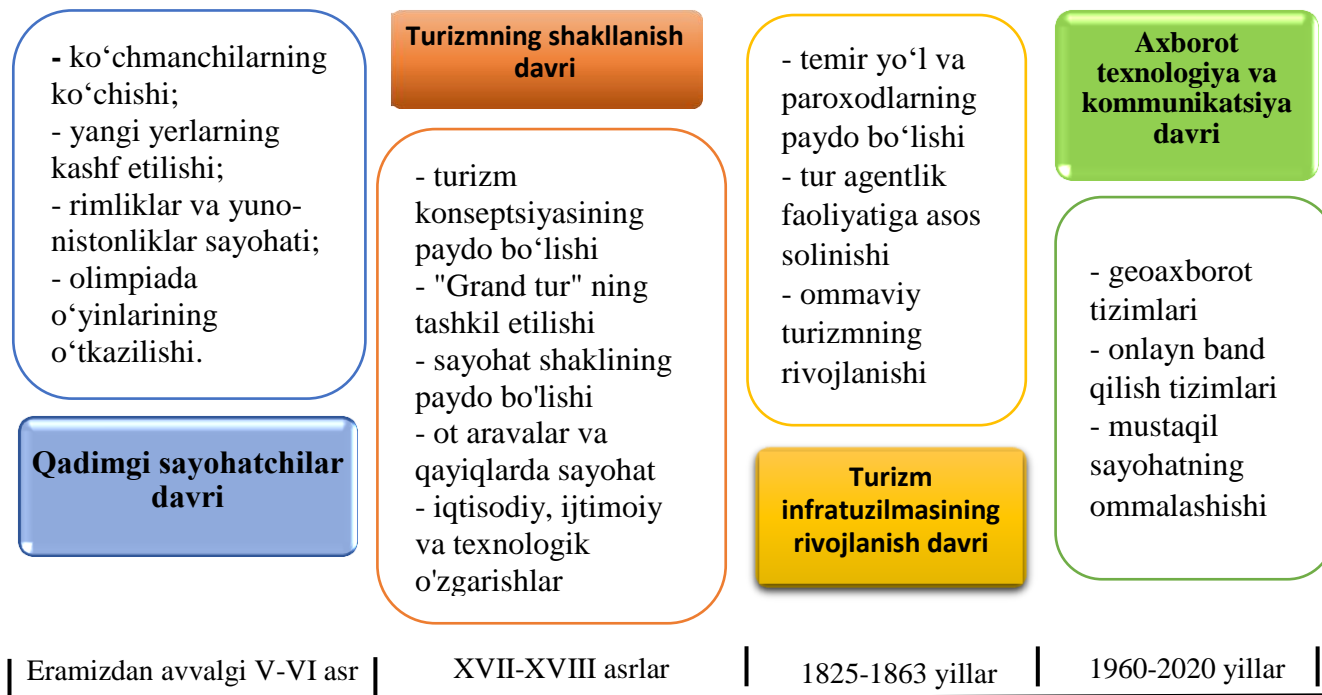
Tadqiqot metodologiyasi. Mustaqil turizm tushunchasining mohiyatini aniqlashda ilmiy tadqiqotlarning qiyosiy usulidan foydalanildi. Bundan tashqari, mazkur mavzuga oid xorijiy va mahalliy olimlarning berilgan ta’riflari tahlil qilinib, malliflik ta’rifi berilgan. Tadqiqot ishi jarayonida mustaqil turizm rivojlanishining xronologiyasi aniqlanib, mantiqiy fikrlash usullari qo‘llanilgan.

Tahlil va natijalar. “XX asr oxiri va XXI asr boshlarida mustaqil sayohat qilish ommalashib, ortib boraverdi. Bunga sabab turist uchun kerakli ma’lumotlarni topib beradigan va sayohat uchun zarur bo‘lgan xizmatlarni oldindan sotib olish imkonini beradigan internet texnologiyalarining (onlayn band qilish tizimlari, elektron chiptalar) rivojlanishi bo‘ldi. 1960-yillarda havo transporti orqali tashishlar soni va unga bo‘lgan talabning oshishi, aviatashuvchi kompaniyalarga ko‘p ma’lumotlar va axborotlarni qabul qilishda paydo bo‘lgan qiyinchiliklardan keyin, avia chiptalarni band qilish jarayoni bilan shug‘ullanadigan hamda avtomatlashtirilgan kompyuter tizimlarini yaratish zarurati tug‘ildi. O‘sha paytda birinchi band qiladigan kompyuter tizimi CRS (Computer Reservation System) yaratildi [6]. Dastlab faqatgina avia chiptalarni sotishga qaratilgan bu tizim keyinchalik takomillashtirilib, mehmonxona, temir yo‘l chiptalari, yengil avtomoshinalarni ijaraga olish kabi xizmatlarni ham dasturiy tizimga aylantirishgan. Buning natijasida zamonaviy “Global tarqatish tizimi” (Global Distribution System) ning yaratilishiga olib keldi va uning asosiy vazifasi barcha turagentlarga xizmat ko‘rsatishdan iborat edi. Hozirgi davrda 4 ta GDS tizimlari mavjud. Bular: Sabre (1964), Galileo (1987), Amadeus (1987), va WorldSpan (1990). Ushbu tizimlar turizm bozorining 90% va 800 mingga yaqin turagentlarni qamrab oladi. [7].

Olib borilgan tadqiqotlardan kelib chiqib, turizm industriyasi rivojlanishi turli xil davr-

larda bosqichma-bosqich amalga oshirilganini kuzatish mumkin va bundan xulosa qilib, insonda intellektual xususiyatlar rivojlangan sari barcha sohada infratuzilmaning zamonaviylashuvi, innovatsion texnologiyalarining paydo bo‘lishi, insonlar sayohat qilishining osonlashishini va sayohat jarayonining raqamlashishiga zamin yaratdi. Turistlar turli xil vositachilarga bo‘lgan tobeligi kamayib, mustaqil sayohatni tashkil etishda qiyinchiliksiz, ortiqcha xarajatlarni tejash evaziga amalga oshirishni afzal ko‘ra boshladi.

Nazarimizda turizm rivojlanishini to‘rt davrga bo‘lish mumkin: Ular quyidagi tartibda keltirilgan (1-rasmga qarang).



1-rasm. Turizm rivojlanishining 4 davri

Turizm bozorida axborot texnologiyalardan foydalanish ommalashgan sari internet aloqalari ham rivojlana boshladi va bu turizm industriyasida yangi chegaralarni ochib berdi. Endi sayohatchilar o‘zlari mustaqil xohlagan turistik destinatsiyalarni masofaviy o‘rganish va hattoki turistik xizmatlarni onlayn band qilish imkoniyatiga ega bo‘la boshlanishi bilan elektron tijorat qilish turizmning yangi ko‘rinishda shakllanishiga olib keldi. Turistik veb-sahifalarning paydo bo‘lishi turistlarning ehtiyojlarini tubdan o‘zgartirib yubordi. Onlayn sayohat qilishlarning tarixiy, asosiy voqealarining va mustaqil turizm rivojlanishi xronologiyasini quyidagicha ekanligi aniqlandi:

- 1989-yilda britaniyalik kompyuter olimi Tim Berners Li butun jahon turistik xizmatlarni internet orqali yagona tizimda umumlashtirishni taklif etdi;

- 1994-yilda dunyo miqyosida barcha mehmonxonalar katalogini birlashtirgan va uni ommaga reklamaga qilgan Travelweb.com sahifasiga asos solindi va vaqt o‘tishi bilan turistlarga mehmonxonalarni onlayn band qilish imkonini berdi [8];

- 1995-yilda Internet Travel Network kompaniyasi birinchi bo‘lib San-Fransiskodan Lasvegashgacha bo‘lgan aviachiptani internet orqali sotishni nazorat qilgan. Viator Systems turistik agentligi turlar va sayohatlarni internet sahifalariga joylashtirib sotishni boshladi, va xuddi shunday turizm bozorida katta hajmdagi sayohat haqidagi qo‘llanmalarni bosib chiqaradigan Lonely Planet o‘z biznesining ma’lum bir qismini internet sahifalariga o‘tkazdi;

- 1996-yilda niderlandiyalik Gert-Yan Bruinsma birinchi bo‘lib internet orqali onlayn tarzda mehmonxonalar haqida ma’lumot olish va to‘g‘ridan-to‘g‘ri band qilish imkoniyatini beruvchi Bookings.nl. tizimini ishga tushirdi, va keyinchalik 2000-yilda Bookings Online tizimi bilan birlashib yangi loyihani boshlashdi va URL-manzilini Booking.com deb o‘zgartirishdi. Hozirda uning bosh offisi Niderlandiyaning Amsterdam shahrida joylashgan;

- 1996-yilda turli xil kompyuterlar uchun dasturlar tuzuvchi dunyodagi eng katta korpora-

tsiya Microsoft o‘zining Expedia nomli onlayn turistik agentligini ishga turshirdi. Lary Peyj va Serdji Brin 1996-yil 4-yanvarda Google qidiruv tizimini ishga tushirdi. Ryanair, EasyJet va Southwest kabi aviakompaniyalar eng arzon aviatahshish modellarini ommaga taqdim etdi, undan maqsad aviachiptalarni to‘g‘ridan-to‘g‘ri onlayn sotuvini amalga oshirish edi;

- 1998-yilda Yevropada Brent Xoberman va Marta Leyn Foks tomonidan sayohat turlarini onlayn sotadigan veb-sahifani yo‘lga qo‘ydi. Unda sayohatchilar boradigan destinatsiyalaridan ma‘lumotlar olish va xizmatlarni onlayn band qilish imkoniyatiga ega bo‘lishgan. Shu bilan bir qatorda o‘sha yilda amerikaliklar tomonidan Travelocity kabi onlayn tizim ham ishga tushdi;

- 2000-yilda, TripAdvisor asos solindi. Ushbu saytda mehmonxonalar o‘z xizmatlarini sotish imkoniyatiga ega bo‘lishmagan, unda faqat turistlar mehmonxonalar va umuman sayohatlaridan olingan taassurotlar va sharhlarini qoldiradigan tizim sifatida faoliyat konsepsiyasiga ega edi;

- 2003-yilda Avstraliyada transport vositalarini ijara sotishga mo‘ljallangan VroomVroomVroom tizimi ishga tushirildi;

- 2007-yilda mobil telefon orqali internet sahifalariga kirish imkonini beruvchi Apple iPhone mobil qurilmasining ishga tushirilishi bilan turistik xizmatlarni taqdim etuvchi ilovalarni yuklash imkoniga ega bo‘lishgan;

- 2008-yilda xonadonlarini ijaraga berish imkonini beruvchi AirbedAndBreakfast (hozirki kunda Airbnb) veb-sahifasi ishga tushirildi.

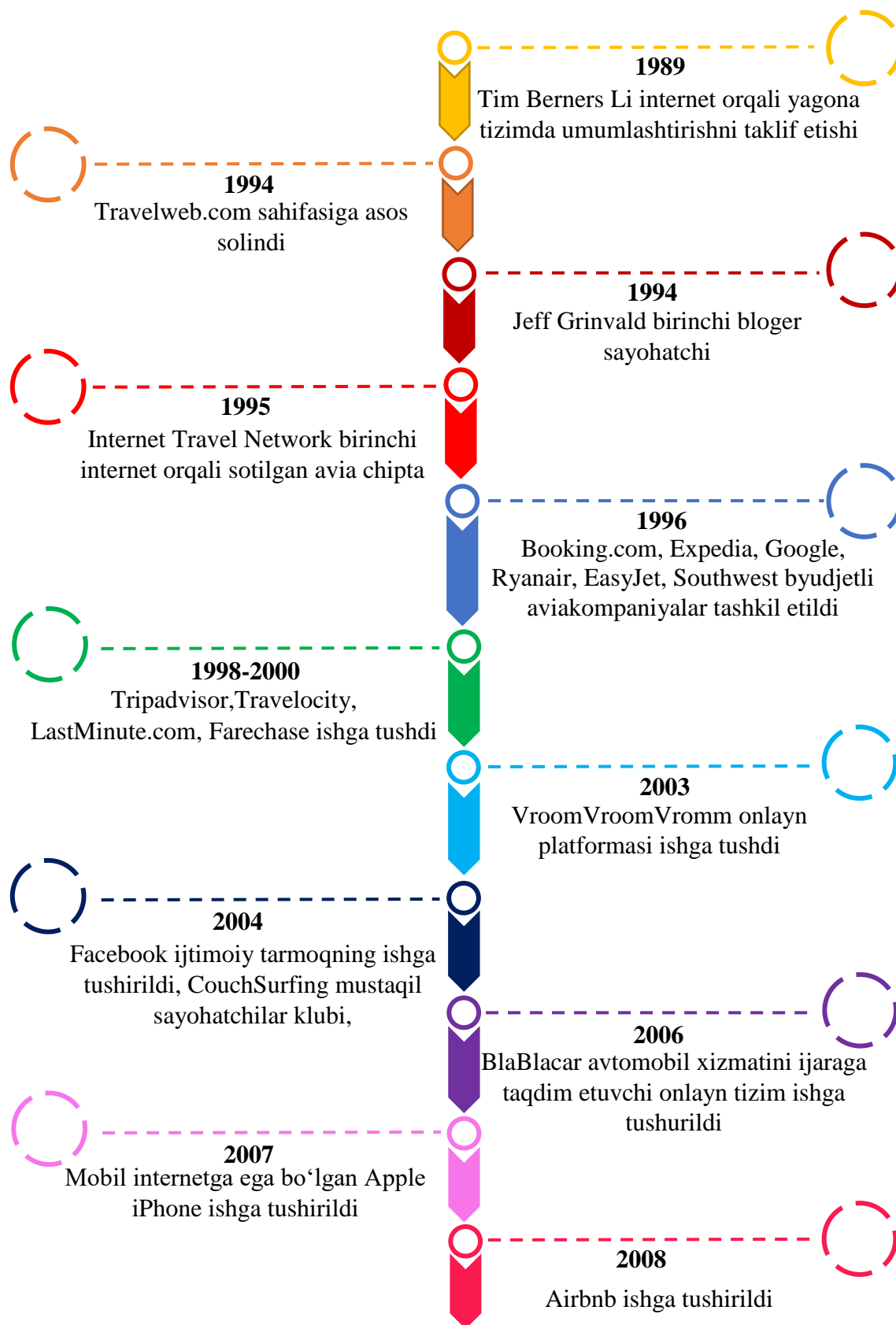
Internetning paydo bo‘lishi biznes sektorida faoliyat olib borayotgan tashkilotlar uchun chegarasiz imkoniyatlarni yaratdi va turizm industriyasi ham bundan mustasno emas. Innovatsion texnologiyalar va turistik onlayn veb-sahifalar zamonaviy turistikning shakllanishiga olib kelishi bilan uning dunyoqarashi, xulq-atvori, sayohatga bo‘lgan munosabati kabi insonning ichki xususiyatlarini o‘zgartirishga olib keldi. Bundan tashqari axborot texnologiyalari tufayli boshqa davlatlarda internet aloqalardagi muammolari bartaraf etila boshlagach, zamonaviy turist uchun onlayn tarjima qiladigan ilovalarning ishlab chiqarilishi tufayli til bilan kelib chiqadigan muammolar deyarli bartaraf etildi.

Umuman olganda turistik xizmatlar turli xil veb-sahifalar orqali sotilishi asosan mustaqil sayohatchilar uchun foydalilik darajasini oshirdi. Ijtimoiy-iqtisodiy holati past, o‘rta, o‘rtachadan yuqori tabaqadagilar uchun sayohatga bo‘lgan qiziqishi sayohatni mustaqil tarzda amalga oshirish talabi yuqorilashdi. Sababi onlayn turistik agentlar ham parallel ravishda sayohatlarning byudjetli variantlarni talkif eta boshlashdi.

Tizimlashtirish maqsadida mustaqil turizm rivojlanishiga ta’sir etgan muhim omillar, dasturiy ta’minot va elektron tijorat vositalarining shakllanish xronologiyasi 2-rasmda ifodaladik.

Barcha elektron onlayn band qilish tizimlari, axborot vositalari, internet texnologiyalarining ommalashishi bilan turistlar o‘z sayohatlarining har bir xizmatlarini mustaqil ravishda band qilib, turmarshrutini tuzib, qachon va qaysi paytda borishini aniqlab, eng asosiysi o‘z ehtiyojlari va dunyoqarashiga mos keladigan sayohat davomidagi hamrohini tanlab borishni oldindan belgilab, qaysi paytda va qanday transport vositasida foydalanish, qaysi turdagi joylashtirish vositalarida tunash, qaysi turdagi ovqat va mahsulotlarni iste’mol qilish, sayohat davomiyligi va uni moslashuvchanligini belgilab olish, eng muhimi sayohat vaqtini o‘ziga moslashish kabi global darajadagi muammolar yechimini mustaqil sayohatchilarga taqdim etdi.

Xulosa va takliflar. Internet tarmoqlari xizmat ko‘rsatish sohalariga o‘z ta’sirini kuchaytirib borishi mustaqil turizm infratuzilmasining yildan-yilga takomillashlab borishda davom etib mukammallikka erishmoqda. Turistik vositachilar (tur operatorlar va tur agentlar) ga bo‘lgan tobelik pasayib borib har bir xizmat ko‘rsatish namoyandalari (asosan joylashtirish hamda transport vositalari va ovqatlanish maskanlari) endilikda o‘z xizmatlarini to‘g‘ridan-to‘g‘ri sotish imkoniyatiga, turistlar bilan bevosita muloqot qilish imkoniyatiga ega. Turizm turlari turistlar ehtiyojlaridan kelib chiqib sayohat shaklining yangidan-yangi ko‘rinishlari bilan parallel ravishda xizmat ko‘rsatishlar ham turistlar ehtiyojlariga moslashuvchan xarakterga ega bo‘lmoqda va kelajakda yakka tartibda xizmat ko‘rsatish namoyandalari muvaffaqiyatli faoliyat olib borishi va xizmat ko‘rsatish sifati yuqori darajada ko‘tarilishiga ishonchimiz komil.



2-rasm. Mustaqil turizmni rivojlanishida ta'sir etgan omillar va raqamli xizmatlar

Yuqoridagi aniqlangan tadqiqotlardan kelib chiqib, mamlakatimizda mustaqil turistlar jalb qilish va ularning oqimini ko'paytirish maqsadida quyidagi taklif va tavsiyalar ishlab chiqildi:

- mustaqil turistlar noodatiy sayohat shaklining namoyandalari ekanliklarini inobatga olgan holda, ularga shart-sharoitlar yaratib berish ya'ni, tog' tizmalarida mos piyoda yurishlar, uning cho'qqisiga chiqishlar kabi turlar tashkil etish va ushbu zonalarda infratuzilmani

takomillashtirish, internetga ulanish aloqalari va tezligini yaxshilash, kemping zonalar tashkil etish hamda shaxsiy avtomobillarida tashrif buyuradigan mustaqil turistlar uchun parkovka zonalarini barpo etish zarurligi tug‘ilmoqda;

- mustaqil turistlar turoperatorlar tomonidan shakllantirilgan turpaketlarni sotib olmasdan, barcha xizmatlarni mustaqil band qilishini inobatga olgan holda, barcha turistik xizmatlarning onlayn platformalarda mavjudligini ta’minlash zarurati mavjud;
- barcha shaharlarning aeroport, temir yo‘l hamda avtovokzallarida mamlakatdagi turistik diqqatga sazovor joylar haqida ma’lumotlarning mavjudligi ta’minlash, ishlovchi xodimlarning til bilish darajasini (kamida rus va ingliz) nazorat qilish,
- aeropot, temir yo‘l hamda avtovokzallar hududi yonida turli rusumdagi avtomobillarni ijara berish bilan shug‘ullanadigan tashkilotlarni tashkil etish, bundan tashqari xorijiy turistlar yetib kelish vaqtiga mos paytda shahar markazlari va diqqatga sazovor turistik joylarga qatnovchi maxsus mikro avtobus va katta avtobuslarni tashkil etish zarur.

• **Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati**

1. “Respublikaga xorijiy turistlar sonini keskin oshirish hamda ichki turizmni yanada jadallashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni, 2024-yil 12-yanvar, PF 9-son.
2. Стракова, И.И.Самодетельный туризм: современное состояние и перспективы развития/ Стракова, И.И, М.В. Тапхаров, Е.В. Кондрашова/ Вестник Бурятского государственного университета. Экономика и менеджмент, 2019, №2, С. 77-81.
3. Ibragimov N.S. O‘zbekistonda Detinatsion menejment konsepsiyasini qo‘llash, dissertatsiya, 2007, Samarqand, 150 bet.
4. Diana K. Parr, Free Independent Traveller, unknown tourists, Lincoln University Digital Thesis ,1989, 4-bet.
5. Kenneth F. Hyde and Rob Lawson, The Nature of Independent Travel, Journal of Travel Research · August 2003, p.10.
6. Т.С. Дьяков, Роль информационных технологий в туристической отрасли, Казанский вестник молодых ученых. Исторические науки, Всемирное культурное наследие, 2018, том 2, № 2 (5).
7. Протасеня Анастасия, GDS, Global Distribution System (Глобальная дистрибьюторская система) международная компьютерная система бронирований, <http://www.allbest.ru/>, 23.04.2015.
8. Carolyn Cossey, History of online travel industry, <https://blog.vroomvroomvroom.com/>, May 22, 2017.

К.Юлдашев	К.Yuldashev
Эволюция развития самостоятельного туризма	The evolution of independent tourism development
<p>Аннотация: в статье рассматривается период развития и эволюции категории самостоятельного туризма, ее значение в сфере туризма и влияние на мировую экономику. Подробно раскрыто внедрение информационных технологий и интернет-коммуникаций на туристическом рынке, доказано, что создание платформы онлайн-бронирования привело к популяризации самостоятельных путешествий.</p> <p>Ключевые слова: независимый туризм, организованные массовые туристы, неорганизованные независимые туристы, интернет-технологии, системы онлайн-бронирования, сфера услуг.</p>	<p>Abstract: the article examines the period of development and evolution of the independent tourism category, its importance in the field of tourism and its impact on the world economy. It is revealed in detail the introduction of information technologies and Internet communications in the tourism market, It has been proven that the creation of an online booking platform has led to the popularization of independent travel.</p> <p>Keywords: independent tourism, organized mass tourists, unorganized independent tourists, Internet technologies, online reservation systems, service industries.</p>

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 табоғи 15,76. Ҳисоб-нашриёт
табоғи 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.