



ISSN 2091-5187

СЕРВИС

№3

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ
ЖУРНАЛ

2024



СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2024 йил, 3-сони

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
PhD, доцент И.М.Пардаева
катта ўқит. Ш.З.Ўразов

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

Корректор:
PhD С.А.Бабаназарова

Саҳифаловчи:
PhD Х.Н.Очилова

1 йилда 4 мартаба
чоп этилади.

**Ўзбекистон худудида
тарқатилади.**

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

тел.: +998(66)233-28-38,
+998(97)913-74-40

факс: +998(366)231-12-53
эл.почта:

samisiservis@mail.ru

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.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

Шавкат Собирович Олтаев Ўзини-ўзи банд қилишда заиф бандликдан унумли бандликка ўтишнинг инновацион йўллари	84
Меҳрангиз Олимовна Мамаюнусова Камбағалликни қисқартиришда ижтимоий хизматларнинг ўрни	88
Farruh Shadiyrovich Shanazarov Essence and content of the concept of poverty	92
Sunnatillo Bakhriddin o‘g‘li Iskandarov Xizmat ko‘rsatish sohasida oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirishning milliy iqtisodiyotdagi o‘rni va funksiyalari	95
ХИЗМАТ КўРСАТИШ ВА СЕРВИС	
Анвар Нематович Холикулов Хизмат кўрсатиш корхоналари самарадорлигини аниқлаш йўллари	99
Komoliddin Jurabayevich Matkarimov, Adxamjan Akbarovich Urinov Transport xizmatlari eksportini modellashtirish va bashoratlash masalalari	103
Shohsanam Nuritdinovna Niyozova Milliy iqtisodiyotda internet xizmatlari bozorining samaradorligini oshirish va takomillashtirish yo‘llari	107
Dilshod Sultanovich Musinov Хизмат ko‘rsatish sohasida investitsion loyihalar samaradorligini oshirish yo‘llari	112
Aziza Tolibovna Raxmonova Хизмат ko‘rsatish sohasini rivojlantirishda oilaviy tadbirkorlikni moliyaviy qo‘llab-quvvatlash samaradorligi	117
Hamdam Iris o‘g‘li Allayorov Raqamli iqtisodiyot sharoitida milliy aloqa xizmatlari bozorining o‘ziga xos xususiyatlari	123
Нигина Бахтиёрвна Рузиева Изучение инновационного развития сферы услуг в зарубежных странах	127
ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ	
Suxrob Ramazonovich Bobokalonov Jozibador turistik destinatsiya tushunchasining mazmun-mohiyati, ilmiy-nazariy yondashuvlarning qiyosiy tahlili	130
Malika Axmad qizi Qurbonova Turizm va mehmonxona xizmatlarining aylanma mablag‘lar bilan ta‘minlanganlik darajasi va uning iqtisodiy barqarorligiga ta‘siri	135
Abduvoxid Quldoshevich To‘rayev Turizmda hududlar salohiyatidan oqilona foydalanishning nazariy asoslari va tamoyillari	140
Ойдин Давроновна Хамракулова Зеленая экономика и экологический туризм в экономике Узбекистана	143
Шоҳижаҳон Худоёр ўғли Мухитдинов Туризм хизматлари бозорининг ишлаш механизмини оптималлаштириш жараёни	147
Матлубахон Абдиманабовна Куймуратова Туризм соҳасини ривожлантиришнинг ташкилий-иқтисодий механизмларининг назарий масалалари	152

ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ

Suxrob Ramazonovich Bobokalonov – Buxoro viloyati Turizm boshqarmasi boshlig‘i o‘rinbosari, Buxoro davlat universiteti mustaqil izlanuvchisi, fil.f.n.

JOZIBADOR TURISTIK DESTINATSIYA TUSHUNCHASINING MAZMUN-MOHİYATI, ILMİY-NAZARIY YONDASHUVLARNING QIYOSIY TAHLILI

Annotatsiya. Ushbu maqolada turistik hudud va destinatsiya tushunchalarining mazmun-mohiyatini aniqlash maqsadida qiyosiy tahlil olib borilgan, tafovutlar va umumiyliklar aniqlangan. Iqtisodiy munosabatlar tizimi sifatida qarash asosida, destinatsiya jozibadorligiga mualliflik ta‘rifi ishlab chiqilgan va O‘zbekiston sharoitida jozibador destinatsiyalarni shakllantirishning asosiy yo‘nalishlari belgilangan.

Kalit so‘zlar: turistik hudud, turistik destinatsiya, jozibadorlik, barqaror rivojlanish, iqtisodiy munosabatlar tizimi, davlat xususiy mulk sherikligi, o‘zaro manfaatli raqobat.

Kirish. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 26-apreldagi “Respublikaning turizm salohiyatini jadal rivojlantirish hamda mahalliy va xorijiy turistlar sonini yanada oshirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” PQ—135-son qaroriga muvofiq: “Respublikaning turizm salohiyatidan to‘liq va samarali foydalanish, birinchi navbatda transport-logistika va turizm infratuzilmasidagi muammolarni tezkor hal etish, shuningdek, mavjud resurslar va imkoniyatlardan har tomonlama foydalanish hisobiga turizm sohasida faoliyat yuritayotgan tadbirkorlik subyektlari uchun qo‘shimcha sharoitlar yaratish, hududning turistik salohiyatini oshirish, mahalliy va xorijiy turistlar sonini ko‘paytirish bo‘yicha takliflar tayyorlash” belgilangan bo‘lib, turistik hududlarni jozibador destinatsiyalarga aylantirishga oid to‘plangan bilimlarni tizimli o‘rganish asosida mamlakatimizda jozibador destinatsiyalarni shakllantirishning asosiy yo‘nalishlarini belgilash, dolzarb masalalar sirasiga kiradi.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. Destinatsiyaga xalqaro miqyosda olimlar tomonidan hududiy, iqtisodiy (talab va taklif nuqtayi nazaridan), tizimli, tarmoqli va yana qator yondashuvlar asosida tavsiflar berilgan. A.J.Burkart, S.Medlik [1], R.C.Mill va A.Morrison [2], B.Ritchie, G.Crouch [3] hamda B.N.Navruz-zoda, N.S.Ibragimovlar [4] shular jumlasiga kiradi. Destinatsiya jozibadorligi masalasi esa J.Piperoglou [5], S.Formica, M.Uysal [6], D.G.Pearce [7], E.J.Mayo, L.P.Jarvis [8], S.A.Vengesayi [8] kabi olimlarning tadqiqot predmeti bo‘lgan.

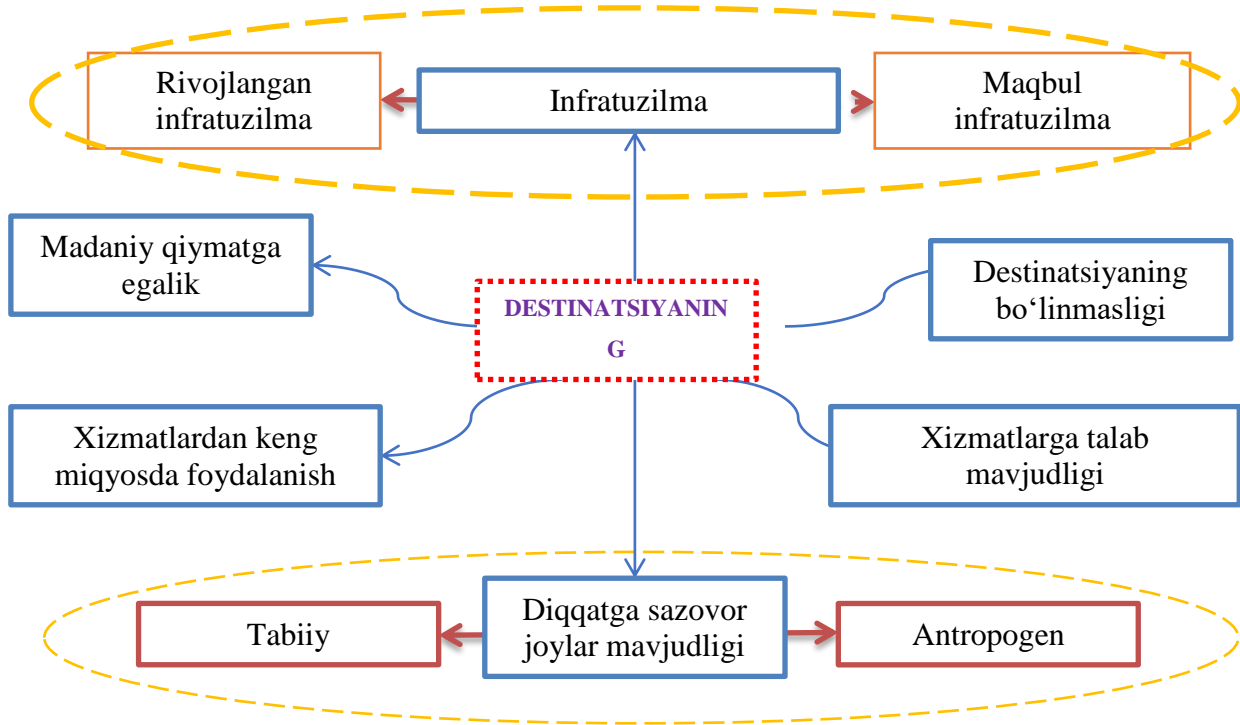
Tadqiqot metodologiyasi. Jozibador destinatsiya tushunchasining mazmun-mohiyati va nazariy asoslarini tadqiq etish jarayonida qiyosiy tahlil, tizimli yondashuv, analiz va sintez kabi tadqiqot usullaridan foydalanilgan.

Tahlil va natijalar. Iqtisodiy adabiyotlarda “turizm jozibadorligi” tushunchasi keng miqyosda qo‘llanilayotgan bo‘lsa-da, bugungi kunga qadar mazkur tushunchaning yakdil yondashuv asosida, mustaqil iqtisodiy kategoriya sifatidagi talqini ishlab chiqilgan emas. Qayd etish lozim, “*turistik jozibadorlikni oshirish*”, “*hudud jozibadorligining qiyosiy ustunliklari*” singari keng ko‘lamda turizm sohasiga oid adabiyotlarda qo‘llaniluvchi iboralarning mohiyati qaysidir darajada asosli emas va turlicha talqin etilishi mumkin. Demak, jozibadorlik tushunchasining ilmiy mazmunini tahliliy asosda chuqurroq o‘rganib, qiyosiy jihatdan yondashish, zamonaviy turizm sohasi talab hamda shart-sharoitlari, boshqacha aytganda muhitidan kelib chiqqan holda izohlash zarurati mavjud va bu pirovardida munozarali holatlarning sezilarli darajada kamayishiga, eng muhimi tadqiqotlarning aniq natijalarini olishga sarflanadigan vaqt tejalishiga zamin yaratadi.

Turim destinatsiyalarining jozibadorligi ehtiyojlar, fikrlar, kutilmalar, taassurotlar va shaxsiy hayot tajribasi singari subyektiv omillarning o‘zaro hamohangligi hamda tabiiy va inson tomonidan yaratilgan turistik diqqatga sazovor joylar, xilma-xil turizm xizmatlari singari turistlarning dam olish bilan bog‘liq tanlovni amalga oshirishiga ta‘sir etuvchi omillardan tarkib topgan. Ya‘ni, turistning sayohatgohga tashrifi amalga oshirilishidan avvalroq sayohat maqsadi sifatida belgilangan destinatsiyadan uning tasavvuriy qarashlarida shakllangan ma‘lum darajadagi

kutilmalar sayohatgohning subyektiv jozibadorlik omili sifatida qaralsa, sayohat manzilida mavjud, turist nazdida tashrif qiymati yuqori bo‘lgan ma’lum bir turistik diqqatga sazovor joylar obyektiv jozibadorlik omili sifatida qabul qilinadi.

Destinatsiyalar borasidagi ko‘p sonli ilmiy adabiyotlar tahlili natijasida, fikrimizcha destinatsiya oltita asosiy xususiyatlarni o‘zida mujassamlashtirgan bo‘lib, bular 1) xizmatlardan keng miqyosda foydalanish, 2) detinatsiyaning bo‘linmasligi, 3) xizmatlarga talabning mavjudligi, 4) infratuzilma, 5) diqqatga sazovor joylarning mavjud ekanligi hamda 6) madaniy qiymatga egalik kabilardir (1-rasmga qarang). Fikrimizcha, destinatsiyalar jozibadorligi aynan mana shu olti xususiyat doirasida shakllanadi va unikal bozor taklifini amalga oshirish imkoniyatini yuzaga keltirilishida asosiy tayanch nuqta vazifasini bajarib, potensial turistlarga yo‘naltiriladigan yuqori sifatli turizm ximatlardan foydalanish imkoniyatini taqdim etadi va najada destinatsiya faoliyat yuritayotgan mamlakat (agar u mamlakat hududi tarkibida bo‘lsa) turizm sanoatining barqaror rivojlanishiga hissa qo‘shadi.



1-rasm. Destinatsiyaning xususiyatlari¹

Destinatsiyaning bo‘linmasligi deganda turizm xizmatlari va turizm mahsulotlari qayerda yaratilgan bo‘lsa, aynan o‘sha joyda iste‘mol qilinishi tushuniladi. Xizmatlardan keng miqyosdagi foydalanish – destinatsiyadagi qulayliklardan faqatgina tashrif buyuruvchi xalqaro turistlargina emas, balki ichki turizm ishtirokchilari, mahalliy aholi vakillari va tarmoqda faoliyat yuritayotgan soha vakillari, mutaxassislarining foydalana olishlarini anglatadi.

Madaniy qiymatga egalik – sayyohlarning tarixiy-madaniy jihatdan ahamiyatga ega bo‘lgan, muhim shaxslar tomonidan bunyod etilgan yoki turistlarda alohida qiziqish uyg‘otuvchi, ahamiyatli davrga tegishli bo‘lgan inshootlarning ulug‘vorligini his etish, mahobatidan bahramand bo‘lish uchun sayohatgohga tashrif buyurishlariga undovchi xususiyatdir.

Xizmatlarga talabning mavjudligi – ma’lum davr mobaynida destinatsiyada yaratilgan mavjud xizmatlar va tur mahsulotlarni potensial turistlar tomonidan turli narxlarda iste‘mol maqsadida sotib olishga tayyor ekanliklaridir.

Diqqatga sazovor joylarning mavjudligi deganda madaniy va tarixiy ahamiyatga ega bo‘lgan obyektlargina emas, tabiiy rang-baranglik, go‘zalliklarni o‘zida aks ettiruvchi xilma-xil tabiat resurslari, tog‘, daryo, dengiz, lanshaft singari ko‘plab resurslar, qolaversa turist nazarida tashrif buyurishga molik zamonaviy turizm obyektlari nazarda tutiladi.

Infratuzilma xususiyati – har bir destinatsiya faoliyati uchun zarur bo‘lgan shart-sharoitlarni

¹ Muallif ishlanmasi

ta'minlashni ko'zda tutuvchi, sayohatgohning samaradorligini ta'minlab beruvchi ko'makchi tarmoq hisoblanadi hamda boshqa sohalaridan farqli ravishda turizm destinatsiyasi miqyosida maqbul yoki rivojlangan shaklda bo'lishi mumkin.

Destinatsiya jozibadorlik xususiyatlari, belgilari, omillari va turistik hudud raqobatbardoshligiga oid tadqiqotlar o'rtasidagi bog'liqliklarning qamrovi va darajasini aniqlashtirish jarayonida o'ta muhim uyg'unliklar mavjudligi aniqlandi. G.Crouch va B.Ritchie turizm raqobatbardoshligiga oid ilmiy izlanishlarida jozibadorlikka alohida urg'u berib: “Turistik hudud raqobatbardoshligi bu - tashrif buyuruvchilarga taqdim etadigan umumiy jozibadorlik hamda sayohatning ijobiy taassurotlari potensial tashrif buyuruvchilar uchun ochiq bo'lgan ko'plab muqobil turistik hududlarga nisbatan teng yoki ulardan ustunroq bo'lishining ta'minlanganligidir” [3] deya ta'rif berishadi. A.Dupeyras va N.MacCallum esa raqobatbardoshlikni “geografik hududlarning rezidentlar hamda norezidentlar uchun mazkur hududga xos *jozibadorliklarni* optimallashtirish qobiliyati” [9] sifatida talqin etgan. Boshqacha aytganda, turizm hududining jozibadorligi va turistik hudud raqobatbardoshligi bevosita bog'langan bo'lib, destinatsiyalar nuqtayi nazaridan yondashilganda jozibador sayohatgoh raqobatbardosh turizm hududi shakllanishining asosi sifatida qaralishi mumkin.

Destinatsiya turistik faoliyatning markaziy nuqtasi, turizm sohasining eng muhim va murakkab jihatlaridan biri hisoblanadi. Yevropa komissiyasi destinatsiyani – “alohida belgilangan va turistlarga tashrif uchun targ'ib qilinadigan joy bo'lib, uning doirasida turistik mahsulot bir yoki bir nechta organlar yoki tashkilotlar tomonidan muvofiqlashtiriladi” deya ta'riflaydi [9].

Destinatsiya tushunchasini tarmoq, iqtisodiy va hududiy yondashuv asosida tahlil qilgan A.A.Safaryan [10] vaqt o'tishi bilan ushbu tushuncha o'zgarishlarga uchragan bo'lsa-da, ayrim xususiyatlar hamon saqlanib qolayotganini, fikrlar umumiyligi borasida mahalliy hudud, mintaq va butun mamlakat destinatsiya bo'lishi mumkinligi, ikkinchidan agar hudud destinatsiya “status”iga da'vo qilmoqchi bo'lsa, turistlarni qoniqtiradigan servis xizmatlarini ko'rsatish imkoniyatlariga ega bo'lishi lozimligini ta'kidlaydi.

Turizm destinatsiyasini aniq geografik hudud sifatida o'rgangan C.Goeldner va B.Ritchie [11], uning chegaralari doirasida tashrif buyuruvchi mehmon turli xil turizm xizmatlaridan bahramand bo'lishi borasida fikr bildirgan. Demak, destinatsiyada turistlarning turli ehtiyojlari va talablaridan kelib chiqib taklif etiladigan xizmatlar sifati, narxi, xilma-xilligi potensial turistlarning ehtiyojlarini qondira olishi, ularning kutilmalariga muvofiq kelish singari qobiliyatni namoyon etib, ushbu *turizm sayohatgohi chegaralarida* yuqori darajadagi servis xizmatlari yo'lga qo'yilishi ta'minlanishi kerak.

Destinatsiyaning ma'muriy va hududiy chegaralanishi uni boshqaruv obyektiga aylantiradi, biroq, mazkur ma'muriy chegaralar turistlar ongidagi chegaralarga har doim ham mos tushavermaydi. Bundan shu narsa ayon bo'ladiki, destinatsiyaning turistlar yondashuviga ko'ra chegaralanish nuqtalari hududning jozibador destinatsiya sifatida loyihalashtirish jarayonida nazarda tutilishi zarur va an'anaviy ma'muriy-hududiy chegaralardan kengroq, yoki aksincha tor doiradagi miqyosni qamrab olish ehtimoli mavjudligini nazarda tutish lozim.

Destinatsiyaga xalqaro miqyosda olimlar tomonidan hududiy, iqtisodiy (talab va taklif nuqtayi nazaridan), tizimli, tarmoqli va yana qator yondashuvlar asosida tavsiflar berilgan bo'lib, biz Turistik hududlarni turizm destinatsiyasiga aylantirish nazariyasining dastlabki bosqichida asosiy urg'u hududiy-geografik jihatlariga qaratilishi zarur deb hisoblaymiz.

“Turistik hudud” tushunchasi negizida “hudud” tushunchasining mazmun-mohiyati yotadi. Ilmiy adabiyotlarda mutaxassislar tomonidan “hudud” tushunchasining talqinida to'rtta belgi ajratib ko'rsatilgan: “**territorial**” yoki “**geografik**” belgi hududning aniq chegaralarga egaligini ko'rsatadi; “**mansublik**” belgisi uning kattaroq hudud (“territoriya”)ning (mamlakat, makrohudud) bir bo'lagi sifatida qarashni bildiradi; “**o'ziga xoslik**” (“noyoblik”) belgisi o'ziga xos xususiyatlar (madaniy, tarixiy, demografik, iqtisodiy va h.k.) asosida turli xil hududlarning bir-biridan farqlanishini ta'minlaydi; “**majmuaviylik**” belgisi hududni xo'jalik tarmoqlari, infratuzilma obyektlari, ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarning o'zaro bog'langan hududiy ishlab chiqarish-iqtisodiy majmuasi sifatida namoyon etadi[22]. Turizm sanoati afzalliklaridan kelib chiqib, bizning fikrimizcha, yuqorida sanab o'tilgan belgilarga qo'shimcha ravishda “**joziba-**

dorlik” belgisini ham kiritish mumkin. Buning asosiy sabablari, birinchidan, istalgan hudud majmuaviylik, mansublilik, o‘ziga xoslik yoki geografik belgilariga ega bo‘lsa-da, ularning faoliyat asoslari jihatidan jozibadorlikka ega bo‘lmasligi mamlakatga (yoki sohaga) samara keltirmaydi. Ikkinchidan, hududiy belgilarga ajratishning tub mohiyatida qaysidir ma’noda o‘sha hududlardan foydalana olish imkoniyatlarining ko‘rsatkichlarini aniqlashtirish turadi. Ya’ni, agarda hudud har tomonlama jozibadorlik xususiyatlarini namoyon qilsa yoki minimal talablar darajasini taqdim eta bilsa, u holda mazkur hududda turizm sanoati misolida oladigan bo‘lsak xizmatlar muhitini shakllantirishga to‘laqonli asos mavjud bo‘ladi va aksincha holatda, jozibador bo‘lmagan hududning qolgan to‘rt belgisiga ko‘ra ahamiyati darajasi pasayib ketadi.

Sohaga oid mahalliy va xalqaro ilmiy manbalar, turli xil resurslarning qiyosiy tahlili shuni ko‘rsatmoqdaki turizm hududi va turizm destinatsiyalarining tafovutlarga egaligini aniqlashtirish borasida yetarlicha izlanishlar olib borilmagan va asosan bir xil mohiyatni anglatuvchi konsepsiyalar sifatida talqin etiladi hamda ushbu munozarali mavzuga oid tushunchalarni aniqlashtirishga zarurat mavjud. Dastavval *turizm hududining o‘ziga xos xususiyatlariga to‘xtalib o‘tadigan bo‘lsak*, fikrimizcha ular quyidagilarda o‘z aksini topgan: davlat tomonidan boshqariladigan tizim; turizm asosiy iqtisodiy faoliyat turi emas; intensiv va ekstensiv rivojlanishga intiladi; infratuzilmaga asosan davlat tomonidan investitsiyalar kiritiladi; turizm imidjini shakllantirish va rivojlantirishga katta urg‘u qaratilmaydi; murakkab biroq yaxlit tizim emas; unikal bo‘lishi ham bo‘lmasligi ham mumkin; barqaror turizm oqimini hosil qilish qobiliyatiga ega emas; turistlar ehtiyojini qondira olish qobiliyati past yoki o‘rtacha; turizm hududi imidji o‘rtacha yoki past darajada; infratuzilma darajasi past, o‘rta darajada bo‘ladi.

Tahlillar shuni ko‘rsatmoqdaki, turizm hududi ham turizm destinatsiyalari ham ko‘plab *umumiy jihatlarga*, o‘ziga xos xususiyatlarga ega va ularni quyida ko‘rib o‘tamiz: o‘zaro bog‘liq manfaatdor tomonlardan tarkib topgan; tashqi muhit bilan doimiy bog‘liqlikdagi murakkab tizim; turistik oqimning funktsionalligini namoyon etishi lozim; potensial yoki faollashtirilgan turizm motivlariga (jozibador resurslarga) ega; birlashtiruvchi funktsiyani bajaradigan joy; sayohat maqsadi bo‘la oladi; sayohat mahsuloti sanalishi mumkin; turistik bozorning o‘zaro aloqa va munosabatlari, ularning turli darajalarda bir-biriga ta’sirining murakkab tizimini o‘zida mujassamlashtirgan; turizm va unga yondosh xizmatlarning tizimlarini, agentlar va ularning xatti-harakatlarini mujassamlashtiradi; bir nechta ko‘lamga ega; turizmning asosiy xizmatlari faoliyati yo‘lga qo‘yilgan; maqbul infratuzilmaga ega; turist nazarida tashrif afzalliklari mavjud; tranzit hudud vazifasini bajara oladi; turizm menejmenti yo‘lga qo‘yilgan; ichki turistlarni va xalqaro turistlarni jalb qilish xususiyati mavjud; tur paketlar taqdim qilish imkoniyati mavjud; uyushmagan turistlar guruhi uchun mos keladi; dinamik o‘shish xususiyatiga ega; mahsulotlar, tarmoqlar va muassasalar hamda ularning o‘zaro ta’siridan iborat; diqqatga sazovor joylar, obyektlar, infratuzilma, transport tuzilmasi va mehmondo‘stlikdan tarkib topgan; turistlar ta’tillarini o‘tkazadigan hudud; turli darajadagi hududiy, rekreatsion tizimlarni ifodalashda mintaqaviy loyihalash obyekti; kelajagini faol yaratishga intiladigan hudud.

Ayrim tadqiqotchilar [12] jozibadorlikni talab nuqtayi nazardan o‘rganish lozimligini va aynan talab tizimi rivojlantirilishi yondashuvi asosida ko‘rib chiqilishi zarurligini ta’kidlashadi. Bizning yondashuvimiz ulardan farq qiladi, ya’ni agar jozibadorlik faqatgina turistlarga qulay va har jihatdan maqbul xizmatlarni o‘z ichiga oluvchi takliflar ishlab chiqishni nazarda tutsa, turist ko‘z o‘ngida jozibadorlik tasvirini yaratish asosiy o‘ringa qo‘yilsa, u holda destinatsiya jozibadorligi qisman va faqat bir tomonlama rivojlanadi. Shu boisdan mamlakatda turizm sohasida faoliyat yuritish istagini bildiruvchi xorijiy tadbirkorlar, kompaniyalar, yirik firmalar va investorlar uchun taklif tizimi faoliyati imkoniyatlarining jozibadorligini ko‘rsatib berish juda ahamiyatli hamda taklif ham talab tizimi jozibadorligi singari turizm destinatsiyasi rivoji uchun strategik jihatdan muhimligini unutmazlik lozim. Aytmoqchimizki, jozibadorlik ikki tomonlama – ham talab tizimi, ham taklif tizimi uchun birdek ahamiyat kasb etishi, tadqiqotlar jarayonida ham amaliyotda ham bir yoqlama munosabatlardan imkon qadar qochish zarur.

Nazariy va tahliliy xulosalarimizga asoslangan holda bizning fikrimizcha, **destinatsiya jozibadorligi bu** – *turistning ma’lum bir destinatsiyani tanlashdagi afzalliklariga bevosita yoki bilvosita ta’sir etuvchi sayohatgoh muhiti hamda tashrif maqsadi yo‘naltirilgan hududning*

tashqi va ichki muhitiga xos xususiyatlar majmuasidir. Destinatsiyani tanlash afzalliklari deganda turistlar tomonidan raqobatchi turizm destinatsiyalari yoki turizm hududlari tomonidan taklif etilayotgan turli shakldagi xizmatlar, turistik mahsulotlar iste'moliga emas aynan ma'lum bir jozibador destinatsiyada yaratilgan tur mahsulotlarga potensial sarflanadigan mablag'larni yo'naltirishni ustun ko'rishga asos bo'luvchi, unday olish qobiliyatiga ega bo'lgan xususiyatlar majmuasining turist nazaridagi ustuvorliklari tushuniladi.

Bevosita ta'sir etuvchi sayohatgoh muhiti deganda destinatsiyaning turistlar bilan sayohatgohga tashrif buyurish, xizmat ko'rsatish va servis bo'yicha turizm munosabatlari amalga oshishi asnosida shakllanadigan, aniqrog'i to'g'ridan-to'g'ri aynan yuqori sifatli xizmat shakllantirilgan hududning o'zida, iste'mol jarayonlarida turistga ta'sir etuvchi shart-sharoitlar va omillar tizimini tushunish mumkin.

Bilvosita ta'sir etuvchi sayohatgoh muhitida esa xizmatlar iste'moli amalga oshirilishi jarayoni bilan bog'liq bo'lmagan, ya'ni tashrif amalga oshirilgunicha bo'lgan bosqichlarda, tanlov afzalliklariga turli ko'rinishdagi axborotlar ta'sirini yuzaga keltiruvchi va jozibadorlik tasvirini shakllantiruvchi sharoitlar majmui tushuniladi.

Iqtisodiy munosabatlar tizimi sifatida qaraladigan bo'lsa, **destinatsiya jozibadorligi** – destinatsiya faoliyatining samarali rivojlanishini qo'llab-quvvatlash, uning raqobatbardoshligini shakllantirish va oshirish bo'yicha turizm tadbirkorlik subyektlararo munosabatlari tizimidir. Destinatsiya faoliyatining samarali rivojlanishini qo'llab-quvvatlash deganda tadbirkorlik subyektlarining mavsumiylik omillari yoki turizm bozoridagi o'zgarishlar, xususan xizmatlarga nisbatan talabning oshishi yoki pasayishi, turli iqtisodiy ta'sirlar sharoitida moslashuvchanlik sifatlarini namoyon etish, xizmat ko'rsatish darajasini, qamrovini oshirish ustida sayohatgoh manfaatlari va o'z manfaatlari umumiyliги doirasida davomli ravishda ish olib borishlari tushuniladi.

Xulosa va takliflar. Demak, jozibadorlik ustuvorlik beruvchi xususiyatlarning yaxlit majmuasi sifatida turizm sohasi faoliyati markaziy o'rnida qayd etiluvchi destinatsiyalarning mavjudligi, o'sib borishi, bozordagi pozitsiyasini mustahkamlashi va raqobatbardoshlik muhitidagi barqarorligining tayanch mezonidir.

O'zbekiston sharoitida turistik hududlarni jozibador destinatsiyalarga aylantirishda bizning fikrimizcha, quyidagi bir qator vazifalarni bajarish lozim bo'ladi:

birinchidan, jozibador destinatsiya “status”iga loyiq ko'rilayotgan turizm hududlarining resurs potensialini aniqlashtirish va jozibadorlik mezonlariga muvofiqlik darajasini tahlil etish;

ikkinchidan, turizm hududida turizm destinatsiyasini shakllantirishning ustuvor yo'nalishlarini belgilash va jarayonda mahalliy o'ziga xosliklarni albatta inobatga olish;

uchinchidan, turizm hududining mavjud imidji darajasini aniqlashtirishning mezonlarini ishlab chiqish va sohada samarali faoliyat ko'rsatayotgan mavjud jozibador destinatsiyalar ko'rsatkichlari bilan qiyosiy tahlilini amalga oshirish;

to'rtinchidan, turizm hududining jozibador destinatsiya maqomida barqaror rivojlanish maqsadlariga erishishini ko'zda tutuvchi strategik dasturini ishlab chiqish;

beshinchidan, integratsiyalashgan axborot makonida turizm hududini jozibador turizm destinatsiyasi sifatida targ'ib qilishning innovatsion yechimlarini ishlab chiqish va amaliyotga joriy etish jarayonlarini loyihalashtirish, shuningdek, destinatsiyaning jozibador integratsiyalashgan axborot muhiti xususiyatlari va uni shakllantirish asoslari hamda mezonlarini aniqlashtirish;

oltinchidan, jozibador turizm destinatsiyasining boshqaruv modellari tahlili natijasida olingan xulosalardan kelib chiqib, takomillashgan innovatsion boshqaruv modelini ishlab chiqish va uning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini asoslashni talab etadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Burkart, A. J., Medlik, S. (1974): Tourism. Past, present and future. London, Heinemann.
2. Mill, R.C. and Morrison, A. (1992), The Tourism System: An Introductory Text, 2nd ed., Prentice-Hall International Editions.
3. Ritchie B. The competitive destination: a sustainable tourism perspective / B. Ritchie, G. Crouch. – Cambridge: CAB International, 2003. – 291 p
4. Навруз-зода Б.Н., Ибрагимов Н.С., Навруз-зода З.Б., Навруз-зода Ш.Б. Туристтик худуд

- ракобатбардошлиги Монография. Бухоро: “Садриддин Салим Бухорий” Дурдона нашриёти, 2017, – 156 б.
5. Piperoglou, J. (1966). “Identification and Definition of Regions in Greek Tourist Planning.” Papers of the Regional Science Association, 18, 169-76.
 6. Formica S., Uysal M. Destination attractiveness based on supply and demand evaluations: An analytical framework //Journal of Travel Research. – 2006. – Т. 44. – №. 4. – С. 418-430.
 7. Pearce, D. G. (1979) Towards a geography of tourism. Annals of Tourism Research, 6 (3), pp. 245-272.
 8. Vengesai S. A conceptual model of tourism destination competitiveness and attractiveness. – 2003.
 9. Dupeyras, A. and N. MacCallum (2013), “Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism: A Guidance Document”, OECD Tourism Papers, 2013/02, OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/5k47t9q2t923-en>. [4.01.2017]
 10. Сафарян А. А. Территория как дестинация //Современные проблемы науки и образования. – 2015. – №. 2-2. – С. 730-730.
 11. Goeldner, C. R., Ritchie, J. R. B. (2003): Tourism: principles, practices, philosophies. Hoboken, Willey.
 12. Hartman S. Towards adaptive tourism areas? A complexity perspective to examine the conditions for adaptive capacity //Journal of Sustainable Tourism. – 2016. – Т. 24. – №. 2. – С. 299-314.

<p>С.Бобокалонов</p> <p>Содержание и сущность понятия привлекательности туристического направления, сравнительный анализ научных и теоретических подходов</p> <p>Аннотация. В данной статье проведен сравнительный анализ с целью определения сущности понятий туристическая территория и дестинация, выявлены различия и сходства. С точки зрения системы экономических отношений разработано авторское определение привлекательности дестинации и определены основные направления формирования привлекательных дестинаций в условиях Узбекистана.</p> <p>Ключевые слова: туристская территория, туристская дестинация, привлекательность, устойчивое развитие, система экономических отношений, государственно-частное партнерство, взаимовыгодная конкуренция.</p>	<p>S.Bobokalonov</p> <p>Content and essence of the concept of a tourist destination attractiveness, comparative analysis of scientific and theoretical approaches</p> <p>Abstract. In this article, a comparative analysis was conducted in order to determine the essence of the concepts of tourist area and destination, differences and commonalities were identified. From the point of view of the system of economic relations, an author's definition of the attractiveness of the destination was developed and the main directions of the formation of attractive destinations in the conditions of Uzbekistan were defined.</p> <p>Keywords: tourist area, tourist destination, attractiveness, sustainable development, system of economic relations, public-private partnership, mutually beneficial competition.</p>
---	--

Malika Axmad qizi Qurbonova – Qarshi davlat universiteti Turizm va marketing kafedrası 2-bosqich doktoranti

TURIZM VA MEHMONXONA XIZMATLARINING AYLANMA MABLAG‘LAR BILAN TA‘MINLANGANLIK DARAJASI VA UNING IQTISODIY BARQARORLIGIGA TA‘SIRI

<p>Аннотация. Ushbu maqolada turizm va mehmonxona xizmatlarining aylanma mablag‘lar bilan ta‘minlanganlik darajasi va uning iqtisodiy barqarorligiga ta‘siri hamda aylanma mablag‘larni normalashtirish korxonaning uzluksiz ishlashini ta‘minlaydigan moddiy boylik va boshqa resurslarning minimal, lekin yetarli zaxiralarni shakllantirish, ichki zaxiralarni aniqlash, ishlab chiqarish sikli davomiyligini qisqartirish va tayyor mahsulotni tezroq sotish imkoniyatlari yoritilgan.</p> <p>Калит so‘zlar: ichki zaxiralar, aylanma mablag‘larni normalashtirish, moddiy boylik va boshqa resurslar, korxonalar faoliyatida barcha aylanma mablag‘lar, aylanma mablag‘larni boshqarish.</p>

Кирish. Turizm va mehmonxona sohasining jadal rivojlanishi mamlakatlar iqtisodiyotida muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu sektor xizmat ko‘rsatish sifatini oshirish va mijozlar talablarini qondirish orqali iqtisodiy barqarorlikni ta‘minlaydi. Biroq, xizmatlar ko‘rsatish

ISSN 2091-5187

☞ “СЕРВИС” ☞

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят
бўлимида нашрга тайёрланди.

12.09.2024 йилда теришга берилди. 27.09.2024 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 13,75. Адади 100 нусха. Буюртма № 0110А/24

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.