



ISSN 2091-5187

# СЕРВИС

№3

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ  
ЖУРНАЛ

2025



# СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2025 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., доцент Ф.А.Сафаров

PhD, доцент И.М.Пардаева

PhD, И.Ш.Эрназарова

**Техник муҳаррир:**

и.ф.н., проф. А.Н.Холиқулов

**Корректор:**

PhD, доц. С.А.Бабаназарова

**Саҳифаловчи:**

PhD Х.Н.Очилова

1 йилда 4 маротаба  
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, DSc

**Ф.А.Сафаров** – СамИСИ доценти, DSc

**А.М.Каримова** – СамИСИ профессори в.б., DSc

**И.Б.Маттиев** – СамИСИ профессори, DSc

<b>Феруз Нематуллаевич Абилов</b> Қишлоқ ҳудудларида агросервис хизматларини кўрсатувчи инсон ресурслари фаолиятини такомиллаштириш	69
<b>Нажмиддин Раҳматуллаевич Абдувоҳидов</b> Хизмат кўрсатиш соҳасида иш ўринларини яратишда сохта иқтисодиёт ва уни баргараф этишнинг амалий йўналишлари	74
<b>Мурод Нозирович Ибрагимов</b> Перспектива развития услуг по внедрению стандартов GxP в Узбекистане	79
<b>Рустам Алижонович Мусабоев</b> Подходы к стратегическому планированию развития сферы бытовых услуг республики узбекистан	84
<b>Ulug'bek Ziyadullayevich Narmurodov</b> Pochta va kuryerlik xizmat ko'rsatishni rivojlantirish holati va tahlili (Samarqand viloyati misolida)	88
<b>Тўлқин Исматулла ўғли Яхёев</b> Қурилиш хизматлари кўрсатувчи корхоналар самарадорлигини баҳолашни ва таҳлил қилиш усуллари такомиллаштириш	94
<b>Shohina Xujmaxmatovna Pirova</b> Ichimlik suvi ta'minotini rivojlantirishda xorijiy mamlakatlar tajribasi	98
<b>Nodira Abdullayevna Eshquvvatova</b> Xizmat ko'rsatish korxonalarida iqtisodiy resurslardan foydalanish samaradorligini baholash	102
<b>ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ</b>	
<b>Юлдуз Пирназаровна Урунбаева</b> Ўзбекистонда музей туризмни бозорини ривожлантириш йўллари	107
<b>Дилбар Хасановна Асланова, Маликабону Фуркатовна Раупова</b> Совершенствование организационно-экономического механизма развития малого гостиничного бизнеса	113
<b>Темурбек Бобурмирзо ўғли Саломов</b> Зиёрат туризмида кўрсатиладиган хизматлар турларини ривожлантиришнинг стратегик йўналишлари ва тавсифи	116
<b>Райхона Садриддиновна Амриддинова</b> Ребрендинг как стратегический инструмент повышения конкурентоспособности гостиничных предприятий	121
<b>Ikrom Abdurashitovich Shukurov</b> Turizm sohasining barqaror rivojlantririshda ekonometrik modellashtirishning xorij tajribasi	124
<b>Sarvar Adxamovich Abduxamidov</b> Turistik mintaqalar: ularni tashkil qilish va rivojlantirishda rayonlashtirish xususiyatlari	130
<b>Дониёр Журакулович Абдуразаков</b> Туризм қишлоғи концепцияси ва унинг назарий-илмий тавсифлари таҳлили	135
<b>Mekhruza Sukhrobjon qizi Vafokulova</b> The role of family-owned businesses in the sustainable development of tourism in Samarkand	138
<b>Diyora Narzieva</b> Modern approaches to the development of cultural tourism	144
<b>Sadoqat Quدراتовна Bultakova</b> Xizmatlar sohasini diversifikatsiyalashning Yaponiya tajribasi	150

## ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ

Юлдуз Пирназаровна Урунбаева – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти и.ф.ф.д.,  
доцент

### ЎЗБЕКИСТОНДА МУЗЕЙ ТУРИЗМИ БОЗОРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ЙЎЛЛАРИ

**Аннотация.** Мақолада Ўзбекистонда музей туризмнинг бозорини ташкил қилиш ва ривожлантириш масалалари ёзилган. Музей туризми бозорига харидорларни жалб қилиш тажрибалари, элементлари келтирилган, музей туризми бозорининг маҳсулотларини кўпайтириш бўйича тавсиялар берилган.

**Калит сўзлар:** таннарх, рақобат, сегмент, демография, уяси бўшаганлар, тасниф, маркетинг, монетизация, респондент.

**Кириш.** Жаҳоннинг ҳозирги туризми тараққиётида яна бир тенденция давлатлар томонидан тобора жиддий эътиборга олинмоқдаки, бу давлатларда ички туризмни ва ички туризмнинг турларини ривожлантириш ҳисобланади. БТТнинг ҳисоботлари ва тавсиялари бўйича пандемиядаги чекловлар олингандан кейин унинг зарарли оқибатларини тугатиш учун давлатлар ички туризмни рағбатлантириш йўлига ўтишлари керак. Чунки, пандемиядан олдин жаҳоннинг ички туризмида 9 млрд. сафар уюштирилган бўлиб, бу кўрсаткич халқаро туризмдан (1,4млрд.) 6 карра кўп. Бу маълумотлар ички туризм ривожланган давлатларнинг иқтисодиётига жуда катта маблағлар келтираётганлигидан далолат беради.

Олимларнинг башоратлари бўйича 2033 йилга бориб музей туризмнинг бутун-жаҳон бозоридаги даромадлари ҳар йили 11% га кўтарилса бориб 75 млрд.долларга етади. Бундай башоратларга асосланиб дунёда энг катта музейларга эга бўлган Европа давлатлари эндигина ташкил топаётган музей туризмни шиддат билан ривожлантирмоқдалар<sup>1</sup>.

**Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлили.** Туризм хизматлари бозорининг моҳияти ундаги вазифаларнинг бажарилишида ифодаланиши деб тушунтирилган. Адабиётлар бўйича туризм хизматлари бозорининг асосий вазифалари қуйидагилардан иборат:

1. туристик маҳсулотнинг таннархи ва истеъмолчи нархларини белгилаш.
2. туристик маҳсулотни истеъмолчига етказиб бериш жараёнини ташкил қилиш.
3. меҳнатга бўлган моддий манфаатларни иқтисодий жиҳатлардан асослаб бериш<sup>2</sup>.

Бу хулосалар бизнингча туризм бозорининг мазмуни ва моҳияти тўлиқ тушунтираолмайди. Биринчидан, туризм хизматлари бозори деб номланиши туризм соҳасида унинг бозорларини кўпайтириб юборади. Масалан, туризмнинг реклама бозори, туризмнинг маршрутлари бозори, туризмнинг кўрғазмалари бозори ва ҳакозолар... Туризм бозорининг моҳиятини аниқроқ тушунтириб берувчи хулоса ҳам бор<sup>3</sup>. Бу хулосада туризм бозори туризм маҳсулотларини ишлаб чиқувчилар ҳам бозор таркибига киритилган ҳолда номланиш туризм хизматлар бозори дейилган.

**Тадқиқот методологияси.** Тадқиқотни бажаришда аналитик ва статистик таҳлиллар, кузатув, ижтимоий сўров усуллари, илмий экспедиция натижаларидан фойдаланилди.

**Таҳлил ва натижалар.** Ҳамма бозорлар ҳам келиб чиқиши ва тайинланиши жиҳатидан ҳар хил ҳисобланади. Халқаро туризм бозори ҳам ушбу хусусиятлардан холи эмас. Харидорлар ҳар хил таъб қизиқувчанликка эгаллигидан уларнинг талаблари ҳам бири-бирига ўхшамайди. Харидорлардаги бири-биридан фарқ қилиши қанчалик кўп бўлса,

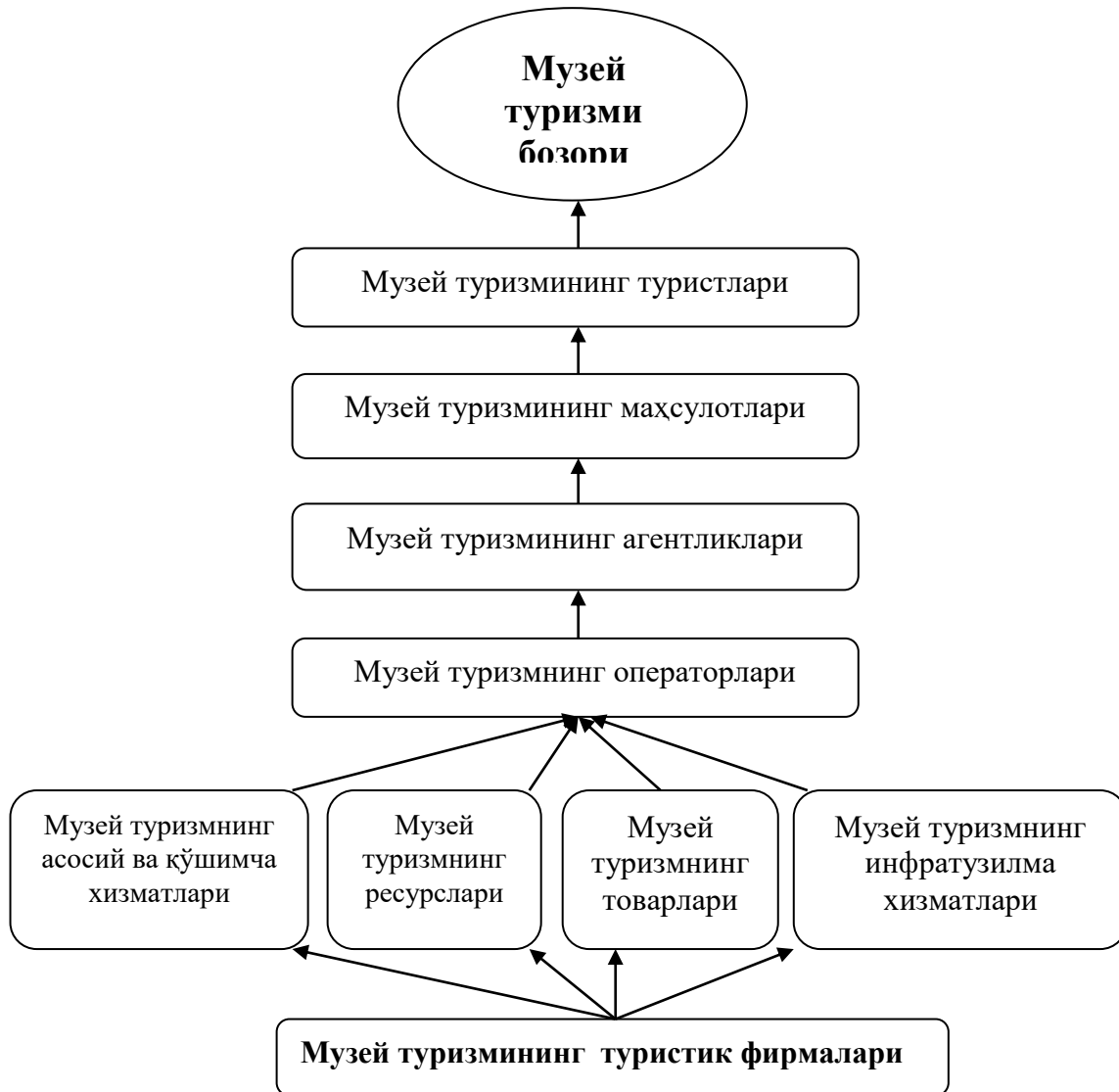
<sup>1</sup> Никифорова А.А. Музей в туристском пространстве регионов // ЦИТИСЭ. 2022. № 2. С.367-373.

<sup>2</sup> Ўзбекистонда туризм хизмат бозорини ривожлантиришнинг ижтимоий-иқтисодий муаммолари, Монография, Тошкент-иқтисодиёт, 2012.-302 б.

<sup>3</sup> Тухлиев И .С., Сафаров Б.Ш., Туризм хизмат бозорининг моҳияти ва таркибини аниқлаш хусусиятлари. «Туризм хизматлар бозорини ривожлантириш истиқболлари» мавзусидаги Республика илмий-амалий анжумани материаллари, Самарқанд, 2014.-4-9 б.

уларнинг барчасига хуш келадиган товар ва хизматни ишлаб чиқариш шунчалик қийин бўлади. Бунда барча харидорларга мўлжалланган реклама ҳам фойдасиз бўлиб чиқади.

Туризм бозорида туристик маҳсулот ишлаб чиқарувчилар ва бу туристик маҳсулотни сотиб олувчи туристлар эканлигини эътиборга олсак, бу бозорни оддийроқ қилиб туризм бозори деб номлаш қулайроқ бўлади. Шунинг учун ҳам бизнингча, музей туризми бозорини 2 га –Ўзбекистоннинг халқаро музей туризми бозори ва Ўзбекистоннинг ички музей туризми бозори деб номлаш тўғрироқдек бўлаяпти. Ушбу хулосалар бўйича Ўзбекистонда музей туризми бозорининг таркибини тушунтиришга тўхталдик(1-расм).



**2.1-расм. Ўзбекистоннинг музей туризми бозорининг таркибий қисмлари**

Бозордаги рақобат туфайли ишлаб чиқарувчилар бозордаги харидорларнинг майда талабларини ҳам эътиборга олишга ҳаракат қилишади. Лекин, ҳар бир харидорга алоҳида товар ёки хизматлар кўрсатиш ишлаб чиқарувчига фойда бермайди. Шу сабабли ишлаб чиқарувчи ва сотувчи биргалашиб, бири-бирига ўхшаш ёки яқин бўлган товар ва хизматни хоҳловчилар ва талаб қилувчиларнинг катта гуруҳларини аниқлайди. Бундай гуруҳлар *сегмент* деб аталади, бундай гуруҳларни аниқлаш жараёни *сегментлаш* дейилади.

Маркетингнинг классик қонуни бўйича 20-30% харидорлар товар ва хизматларнинг 70-80% ини сотиб олади. Шу сабабли, бозорни сегментлаш анча қийин жараёнлардан ҳисобланади. Бозорни тўғри сегментлаш маҳсулотлар ишлаб чиқарувчиларнинг олдиндаги товар ва хизматларнинг стратегик режаларини ишлаб чиқаришни осонлаштиради. Келтирилган умумий бозор сегментини музей туризмида қуйидаги шароитларга жавоб бериши керак:

1.Музей туризмидаги туристларнинг *бир хиллилиги*-фақат бир хил, бир мавзудаги музейларни танлаши.

2. Музей туризмидаги туристларнинг *ҳар хиллилиги*-музейларнинг барчасига қизиқиши ва танлаши.

Музей туризми бозорини сегментлаш шароитларини яратишда музей туризми хизматларининг рекламалари самарадорлиги ҳам доимо кузатилиб борилади. Рекламалардан доимий фойдаланувчиларни йўқотмаслик учун фирманинг рекламаларидан кўплаб фойдаланувчиларнинг миқдорлари ҳам доимо ҳисобга олинади.

*Ўзбекистон ички музей туризм бозорини сегментлашда қуйидагиларни қабул қилиш мумкин. Бозорни демографик белгилар бўйича сегментлаш.* Бозор сегменти ёш, жинси, оилавий ҳолати, оиланинг таркиби ҳақидаги маълумотлар бўйича гуруҳлар ҳосил қилинади. Бунда БТТ туризм бозорини демографик белгилар бўйича сегментлашда қуйидаги 5 та ёш сегментларини ажратишдаги тавсиясидан фойдаланиш мумкин<sup>1</sup>:

1-Сегмент-0-14 ёшгача-асосан болалар. Улар ота-оналари билан саёҳатга чиқишади. Халқаро туризмда жуда кўп давлатлар бу гуруҳдагиларга имтиёзли хизматларни кўрсатишади. Чақалоқлар бепул, 1-5; 6-11 ва 12-14 ёшлиларга ҳам алоҳида таърифлар белгилашади.

2-Сегмент-15-24 ёшдаги ёшлар гуруҳини ташкил қилади. Булар ота-оналарисиз таъминланган маблағлар ҳисобига режали саёҳатларга чиқишади.

3-Сегмент- асосан 25-45 ёшдагилар ҳисобланади. Улар молиявий жиҳатлардан анча фаол бўлишади. Лекин бу фаолликда иқтисодни биринчи ўринга қўйишади. Уларнинг аксарият қисми бўш вақтни оиласи билан бирга ўтказишади. Уларнинг саёҳатлари кўпинча болаларининг талаблари асосида ташкил қилинади.

4-Сегмент – 45-64 ёшдагилар гуруҳи. Булар молиявий жиҳатлардан анча фаол. Оилавий ташвишларидан анча холи, болалари вояга етишиб ота-она уйини тарк этишган. Бундайларни Ғарбда “*уяси бўшаганлар*” дейишади.

5-Сегмент-65 ёшдан ошган, ишламайдиган пенсионерлардан иборат.

БТТнинг туристларнинг ёши бўйича келтирилган таснифидан музей туризмнинг туристик ташкилотлари, туристик корхоналар, статистика ташкилотлари фойдаланиши мумкин.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Ўзбекистон Республикасида музей ва театрларнинг маркетинг фаолияти самарадорлигини ошириш тўғрисида»ги қарорида- «ташриф буюрувчилар ва туризм соҳасининг субъектлари орасида сўровнома олиб бориш, маркетинг тадқиқотлари ва жамоатчилик билан ўзаро алоқа қилишнинг стратегиясини автоматлаштиришга мўлжалланган кенг қамровли ахборот тизими ва маълумотлар базасини (CRM) музейлар фаолиятида жорий этиш» вазифаси белгиланган<sup>2</sup>. Шу қарорнинг иловасида (Музей ва театрларнинг маркетинг фаолияти ва хизматлар монетизациясини комплекс ривожлантириш чора-тадбирлари)- «Музейлар фаолияти самарадорлигини ошириш мақсадида жамоатчиликнинг музей хизматларига бўлган эҳтиёжини ҳар йиллик социологик ўрганишлар орқали ташкил этиш» топшириғи мавжуд.

Ўзбекистонда ички музей туризми бозорларини ташкил қилиш ва ривожлантиришдаги биринчи масала, бу яратиладиган музей туризми маҳсулотларининг истеъмолчиларини билиш эканлиги туризмдаги тадбиркорга маълум масала. Шунинг учун ҳам, ички музей туризмнинг ёш (талабалар) ўртасида уларнинг музейларга қанчалик даражаларда қизиқишини ўрганиш бўйича ижтимоий сўров тадқиқотлари амалга оширилди.

Тадқиқотлар натижасида аниқландики, Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтининг туризм таълимида ўқиётган 119 та талабаларидан 66 талаба (55,46 %) Ўлкашунослик музейига, 31 талаба Мирзо Улуғбек музейи мажмуасига (26,05 %), 22

<sup>1</sup> Александрова А. Ю., География туризм, Москва, КНОРУС, 2010.-592 с.

<sup>2</sup> Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Ўзбекистон Республикасида музей ва театрларнинг маркетинг фаолияти самарадорлигини ошириш тўғрисида»ги қарори, Тошкент, 2020 йил 23 май, 325-сон

талаба (18,48 %) Афросиёб музейига боришган. Улуғ ёзувчи С. Айний музейига бирорта талаба бормаган. Ўлкашунослик музейига қизиқишнинг сабаби, бу музейдаги экспонатларнинг ҳар хиллигида, турли хил мавзуларда эканлиги бўлиши мумкин. Талабаларнинг Мирзо Улуғбек ижодига ва Самарқанднинг ўтмиш тарихига қизиқишини ҳам ижобий баҳолаша бўлади. С. Айний музейига талабаларнинг қизиқмаганлиги бизнингча, бу музейнинг шаҳардаги олийгоҳларда реклама қилинмаётганлиги бўлиши мумкин (1-диаграмма). Жадвал маълумотларидан маълум бўладики, талабалар табиат ва тарихга кўпроқ қизиқишади.



**1-диаграмма. Талабаларнинг Самарқанд музейларига қизиқишлари**

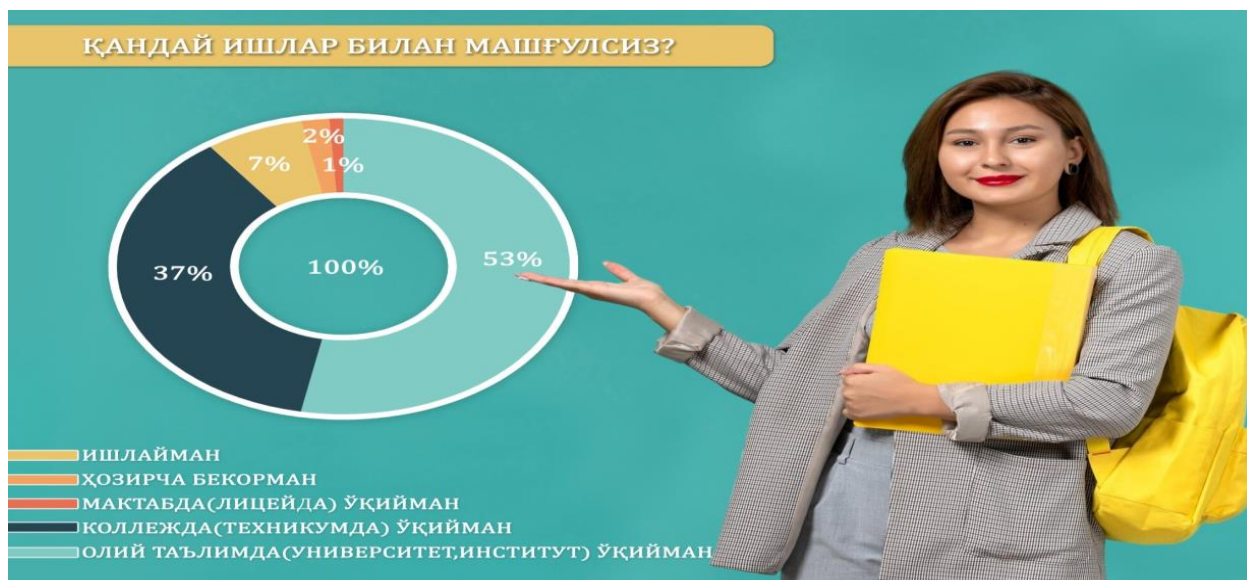
Ўзбекистон Республикаси экология, атроф муҳит муҳофазаси ва иқлим ўзгариши вазирлигидаги «Туризм қўмитаси»нинг «Туризмни ривожлантириш илмий-тадқиқот институти» 2024 йил давомида мамлакатдаги олий таълим муассасалари ва талабалари ўртасида Ўзбекистон Республикасидаги фаолият олиб бораётган музейлар, уларнинг фаолияти, уларнинг музейларга ташрифларини ижтимоий сўровнома асосида ўрганди<sup>1</sup>. Сўровномада Республикадаги университетлар ва институтларнинг 407 талабалари ва техникумлар, коллежларнинг 143 талабалари қатнашди (2-диаграмма).

Дастлаб талабаларга «Қандай ишлар билан машғулсиз»? саволи берилди. Жадвал маълумотлари бўйича 1 % талабалар мактабларда ёки лицейларда ўқийди, 37% талабалар техникумлар ва коллежларда, 53% талабалар университетлар ва институтларда ўқимокда, 7% талабалар таълимини сабаблари бўйича вақтинча тўхтатиб ишламоқда (контракт тўлови бўлиши мумкин) ва 2% талабалар бекорчи (таълимдан четлаштирилган бўлиши мумкин).

Талабаларнинг 90%и махсус ва олий таълимда ўқиётганлиги жуда катта кўрсаткич, 7% ишлаётган талабаларга давлатимиз ёрдам беришини ташкиллаштириш қийин муаммо эмас, фақат таълимдаги раҳбариятлар эътибор беришлари талаб қилинади. Муаммо 2% бекорчи бўлиб қолган талабаларда (5-6 талаба). Бу сўровномада музейларга бориш саволи қўйилган бўлсада улар ўқиш билан бандлиги сабабли музей саволларига жавоб бермаган. Сўровномани ташкил қилганларнинг хулосалари бўйича сўровномада қатнашган 550 талабаларни музейларга жалб қилиш имкониятларини, вариантларини ишлаб чиқиш керак.

Ўзбекистон Республикаси экология, атроф муҳит муҳофазаси ва иқлим ўзгариши вазирлигидаги «Туризм қўмитаси»нинг «Туризмни ривожлантириш илмий-тадқиқот

<sup>1</sup>Мамедсалиева Гузал Азимжон кизи, Хошимов Шохрух Гуломович, Посещение студентами музеев в Узбекистане: Анализ результатов опроса и рекомендации по улучшению. VIII INTERNATIONAL FORUM OF GUIDES “TOURIST AND EXCURSION ACTIVITIES: NEW CHALLENGES AND WAYS OF DEVELOPMENT”, FEBRUARY 21-22, 2025 21-22, 2025.-159-168 с.



2-диаграмма. Ёшларни музей туризми бозорига жалб қилиш учун уларнинг фаолиятларини аниқлаш

институти» томонидан Тошкентда ўтказилган сўровнома (ёши, касби, жинси сўралмаган) маълумотларидан маълум бўладики, турли ёшдаги аҳолининг музейларга ташрифи, қизиқиши юқори даражаларда.

1-жадвал

Қандай ҳолларда музейларга (галереяларга, кўргазмаларга) борасиз?

Тўр	Респондентларнинг жавоблари	Сони, та	Фоида, %
1.	Компания, фирма чақирганда бораман	128	1,36
2.	Музейларнинг тадбирларига қатнашаман	96	1,02
3.	Шахсий қизиқишим бўйича бораман	487	5,18
4.	Ҳар-хил, тугамайдиған кундалиқ ишлардан холи бўлиш учун бораман	738	7,84
5.	Бўш вақтни бекор ўтказмаслик учун бораман	878	9,34
6.	Музейларнинг ажойиботларини кўриш учун бораман	1 406	14,97
7.	Дунёқарашимни кенгайтириш учун бораман	1 826	19,44
8.	Тарих, маданият, санъатга қизиқаман	1 701	18,11
9.	Музейларни яхши кўраман	1 135	12,18
10.	Бошқалар	998	10,62
	<b>Жами</b>	9 392	<b>100,00</b>

Жами 9 392 (100,0%) респондентдан 8 394 таси (89,38%) музейлар фаолияти билан бефарқ эмас (4.2.3-жадвал). Музейларимизга ўзининг режали мақсадлари билан борувчилар кўпчиликини ташкил қилмоқда (дунёқарашини кенгайтирувчилар 1 826 киши (19,44%), тарих, маданият, санъатга қизиқувчилар 1 701 киши 18,11%, музейдаги ажойиботларни кўрувчилар 1 406 киши 14,97%, музейларни яхши кўрувчилар 1 135 киши (12,18%) жами- 6 068 киши (67,7%).

Бу маълумотлар аҳолининг музейларга қизиқишини билдиради. Жадвалдаги 2327 киши (24,74%) ва 998 кишиларни (10,62%) музей маъмурияти ёки музей туризмнинг туроператорлари музейларга жалб қилишнинг турли вариантларини ишлаб чиқиши керак. Европалик музейлар шундай ишлайди. Европа музейлари ҳозирда музейларнинг ихтисослаши бўйича махсус туроператорлар тайёрлашмоқда. Бу туроператорлар давлатнинг худудлари ва шаҳарларида, чет эл давлатларида ўзларининг музейлари

хақидаги барча ахборотларни, қабул қилиш шароитларини( кутиб олиш, жойлаштириш, овқатлантириш, экскурсиялар, маршрутлар, гид-экскурсиячи ва дам олиш хизматлари) тинмай реклама қилишади.

**Хулоса ва таклифлар.** Мақолада келтирилган таҳлиллар, фикрларни жамлаганимизда мамлакатимизда музей туризми бозорини ташкил қилиш ва ривожлантириш бўйича қуйидаги хулоса ва тавсияларни таклиф қиламиз:

1.Музейнинг фаолияти, музейдаги тадбирлар(янги экспонатлар, янги экспозициялар, кўргазмалар, учрашувлар ва бошқ..) ҳақидаги ахборотларни доимий янгилан туриш.

2.Музейларга келувчиларнинг ижтимоий ҳолатларини ўрганиш натижасида уларнинг музейга келишидаги қулай вақтларни ташкил қилиш(дам олиш кунлари, кечки вақтлар) ва ахборотлаш.

3.Ёшлар, талаблар учун махсус мавзулардаги дастурлар, тадбирлар экскурсиялар ишлаб чиқиш;

4.Ёшларнинг музейларга бўлган талабларини доимий ўрганиб бориш, уларни музейдаги машҳур экспонатларининг оддий нусхалари билан тақдирлаш дастурларини тайёрлаш.

#### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:**

- 1.Ўзбекистон Республикаси Президентининг -«Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Фармони 2016 йил 2-декабрь. ПФ-4861.
- 2.Будагян, Р.Р. Тенденции применения цифровых технологий в пространстве современного музея // Сфера культуры. 2021. № 1(3). -С. 61-68
- 3.Никифорова А.А. Музеи в туристском пространстве регионов // ЦИТИСЭ. 2022. № 2. С.367-373.
4. Романчук А. В. ,Музейный туризм, Учебно-методическое пособие, Санкт-Петербург, 2010.-43 с. Ляшко, А.В. Музейный туризм в России. Эволюция формата. Вестник Санкт-Петербургского университета. Политология. Международные отношения. 2012. №3. -С. 21-26.
- 5.Самаров Х.Қ,Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда миллий мерос бойликларидан фойдаланишнинг истиқболли йўналишлари, Phd. автореферати, Самарқанд, 2023, 64 б.
- 6.Қаҳҳоров Ж.А., “Ўзбекистонда гастрономия туризмни ривожлантиришнинг мақсади ва вазифалари”. “СЕРВИС” илмий-амалий журнали, 2019 йил. №3-сон. 83-88 б.
- 7.Herremann, Y. Museums and tourism: culture and consumption // Museum international. –1998. – Vol. L, № 3. – Pp. 4-12.
8. Perera, K. The Role of Museums in Cultural and Heritage Tourism for Sustainable Economy in Developing Countries // Material of International Conference on Asian Art, Culture and Heritage,1913, p.210
- 9.Mensch P. van. Museology and management: enemies or friends? Current tendencies in theoretical museology and museum management in Europe // Museum management in the 21st century. Ed. by E. Mizushima. Tokyo, 2004. p.59
- 10.Ўринбоева Ю.П., Музей туризмни ривожлантириш – аҳоли фаровонлигини оширишнинг асосий омили. СЕРВИС, илмий-амалий ж., Самарқанд, 2024,2\1 сон,107-111 б.
- 11.Ўринбоева Ю.П., Ўзбекистонда янги-музей туризмни ташкил қилиш ва ривожлантиришнинг мақсади ва вазифалари. СЕРВИС, илмий-амалий ж., Самарқанд, 2024,2\1 сон, 83-87 б.
- 12.Ўринбоева Ю. П., Янги Ўзбекистонда музей туризмни ривожлантиришнинг назарий асослари. BIZNES–ЭКСПЕРТ,№3, Тошкент, 2024 8-12 б.
- 13.Ўринбоева Ю.П., Музей туризми ва аҳоли турмуш даражаси. BIZNES –ЭКСПЕРТ №4, Тошкент, 2024 58-64 б.
- 14.Ўринбоева Ю.П., Аҳолининг маънавий маърифий қадриятлари дунёсини бойитиш, ёш

- авлодни ватанга мухаббат ва садоқат руҳида тарбиялашда музейларнинг аҳамияти. “Iqtisodiyot va turizm” xalqaro ilmiy va innovatsion jurnal, №2(16), Бухоро, 2024.-74-84бб.
- 15.Ўринбоева Ю.П., Иқтисодиёт таркибига туризмнинг янги турларини киритишнинг аҳамияти. “Iqtisodiyot va turizm” xalqaro ilmiy va innovatsion jurnal, №3(17), Бухоро, 202431-39бб.
- 16.DOI: <http://doi.org/10.15350/2409-7616.2022.2.32>

<b>Ю.Урунбаева</b>	<b>Yu.Urunbaeva</b>
<b>Пути развития рынка музейного туризма в Узбекистане</b>	<b>Ways of development of the museum tourism market in Uzbekistan</b>
<b>Аннотация.</b> В статье рассмотрены вопросы организации и развития рынка музейного туризма в Узбекистане. Представлен опыт, элементы привлечения клиентов на рынок музейного туризма, даны рекомендации по увеличению продуктов рынка музейного туризма.	<b>Abstract.</b> The article deals with the organization and development of the market of museum tourism in Uzbekistan. Experiences, elements of attracting customers to the museum tourism market are presented, and recommendations are given for increasing the products of the museum tourism market.
<b>Ключевые слова:</b> стоимость, конкуренция, сегмент, демография, пустые гнезда, классификация, маркетинг, монетизация, респондент.	<b>Keywords:</b> cost, competition, segment, demographics, empty nesters, classification, marketing, monetization, respondent.

**Дилбар Хасановна Асланова** – профессор Самаркандского института экономики и сервиса

**Маликабону Фуркатовна Раупова**– научный соискатель, Международный университет шелкового пути и культурного наследия

### СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА РАЗВИТИЯ МАЛОГО ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

<p><b>Аннотация.</b> В статье рассматриваются теоретические и практические аспекты совершенствования организационно-экономического механизма функционирования малого гостиничного бизнеса. Особое внимание уделено анализу факторов, влияющих на устойчивое развитие малых отелей в условиях рыночной экономики, а также выявлению проблем в области управления и стандартизации. Предложены направления повышения эффективности деятельности малых гостиниц, Практическая значимость работы заключается в формировании комплекса рекомендаций по оптимизации организационно-экономических инструментов в малом гостиничном секторе.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> малый гостиничный бизнес, гостиничный сектор, мини-отели, гостевые дома, хостелы, организационно-экономический механизм.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Введение.** Развитие малого гостиничного бизнеса приобретает особую значимость в условиях интенсивного роста туристической отрасли и диверсификации региональной экономики. К субъектам малого гостиничного бизнеса относятся мини-отели, гостевые дома и хостелы, которые играют важную роль в создании рабочих мест, формировании комфортной туристической среды, продвижении культурного туризма и сохранении национального колорита, а также в стимулировании местного предпринимательства.

**Анализ литературы по теме.** Организационно-экономический механизм функционирования и развития малых гостиниц включает в себя совокупность управленческих, маркетинговых, финансовых и институциональных инструментов, обеспечивающих устойчивость бизнеса (Мазур И.И., 2020). Исследователи отмечают, что ключевыми элементами такого механизма являются: формирование эффективной бизнес-модели, использование современных информационных технологий, управление качеством сервиса и внедрение инноваций (Киселева Н.Н., 2023; Шевченко Л.А., 2021). Особое внимание в научных работах уделяется государственной поддержке малого гостиничного бизнеса. Меры поддержки включают налоговые льготы, гранты, субсидии, обучение предпринимателей, упрощение административных процедур (Петренко С.Г., 2022). При этом исследователи указывают на недостаточную эффективность реализуемых программ и

ISSN 2091-5187

☞ “СЕРВИС” ☞

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят  
бўлимида нашрга тайёрланди.

10.09.2025 йилда теришга берилди. 26.09.2025 йилда босишга рухсат этилди.  
Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60x84<sub>1/8</sub>. “Times” гарнитураси. Офсет  
босма усули. Шартли босма табоғи 14,6. Ҳисоб-нашриёт  
табоғи 13,75. Адади 100 нусха. Буюртма № 0054А/25

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, 2025.