

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС  
ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

**ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ**

**А.М. Абдувоҳидов, М.Т. Алиева, Т.Б. Содиқов**

**«ХАЛҚАРО ТУРИЗМ БИЗНЕСИ»  
ФАНИДАН**

**Ўқув қўлланма**

**Олий таълимнинг 810000 –“Хизмат кўрсатиш” таълим соҳасининг  
5810100 – “Туризм” , 5340200 – “Менежмент” (Туризм) бакалаврият  
таълим йўналиши талабалари учун**

ТОШКЕНТ- 2007

**© А.М. Абдувоҳидов, М.Т. Алиева, Т.Б. Содиқов. - Халқаро туризм бизнеси. – Ўқув қўлланма. - Тошкент, ТДИУ, 2007 й. - 109 б.**

Ўқув қўлланма халқаро туризм бизнесини ўрганиш, таҳлил қилиш ва унинг шаклланишида асосий жараёнларни ҳамда ривожланиш босқичларини аниқлашга бағишланган.

Ўқув қўлланма олий ўқув юртларининг иқтисодий мутахассисликлари бўйича билим олаётган талабалар, тадқиқотчилар, профессор - ўқитувчилар, туризм касб - ҳунар коллежлари ўқувчилари ҳамда туризм соҳаси билан шуғулланаётган барча ходимларга мўлжалланган. Ўқув қўлланма айрим камчиликлардан холи бўлмаслиги мумкин. Китобхонларнинг бу борадаги барча фикр-мулоҳазалари ва таклифлари муаллифлар томонидан миннатдорчилик билан қабул қилинади.

Маъсул муҳаррир: доц., А. Эштаев  
Такризчилар:  
проф., Г.Г. Назарова, А. Шамсиев

**© А.М. Абдувахидов, М.Т. Алиева, Т.Б. Садиков. - Международный туристический бизнес. – Учебное пособие. - Ташкент, ТГЭУ, 2007 г. - 109 с.**

Учебное пособие посвящено изучению и анализу международного туристического бизнеса, определению основных этапов его формирования и развития.

Пособие предназначено для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям, исследователям, профессорско-преподавательскому составу, слушателям специализированных туристических колледжей и всем служащим, занятым в сфере туризма. В учебном пособии могут встречаться некоторые недостатки. Все замечания и рекомендации будут приняты авторами с благодарностью.

Ответственный редактор: доц., А. Эштаев

Рецензенты:  
проф., Г.Г. Назарова, А. Шамсиев

**© A.M. Abduvahidov, M.T. Alieva, T.B. Sadikov.– International tourism business. - Textbook. - Tashkent, TSIU, 2007 y.- 109 p.**

Textbook is devoted to the learning and analyzing of the international tourism business, definition of main stages of its formation and development.

Textbook is intended to the students of higher school taught in economic specialties, researchers, professors, students of secondary special tourism colleges and people who are working in the field of tourism. All comments and recommendations of readers will be honestly accepted by the author.

Responsible editor: dos. A. Eshtayev  
Reference:  
prof., G.G. Nazarova, A. Shamsiev

© Тошкент Давлат Иқтисодиёт Университети , 2007

© Ташкентский государственный экономический университет, 2007

© Tashkent state university of economics, 2007

## МУНДАРИЖА

<b>Кириш</b>	<b>3</b>
<b>1–БОБ: ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИНИНГ ИҚТИСОДИЙ ЎСИШИДА ТУРИЗМ –МУҲИМ ОМИЛ СИФАТИДА</b>	<b>5</b>
1.1. Ўзбекистонда халқаро туризмнинг геосиёсий омиллари	5
1.2. Буюк ипак йўлининг қайта тикланиши	8
1.3. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришда давлат томонидан қўллаб-қувватлаш	10
<b>2–БОБ: ХАЛҚАРО ТУРИЗМ СОҲАСИДА СТРАТЕГИК РЕЖАЛАШТИРИШ</b>	<b>15</b>
2.1. Стратегик режалаштириш - тадбиркорлик фаолиятининг асоси	15
2.2. Туристик фирманинг рақобат стратегиясини танлаш ва амалга ошириш тактикалари.	16
2.3. Туристик бозорда фирма стратегиясини ишлаб чиқиш	18
<b>3–БОБ: ТУРИЗМДА ИНСОН РЕСУРСЛАРИ МЕНЕЖМЕНТИ</b>	<b>27</b>
3.1. Туризмда инсон ресурслари стратегияси	27
3.2. Инсон ресурсларини режалаштириш	35
3.3. Инсон ресурслари ривожланишининг ташқи ва ички омиллари	36
<b>4–БОБ: ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ МИЛЛИЙ МОДЕЛИНИ ТАНЛАШ</b>	<b>39</b>
4.1. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг рекреацион ресурслари	39
4.2. Туризмни ривожлантиришнинг иқтисодий моделини ишлаб чиқиш	41
4.3. Туризмни ривожлантиришнинг миллий моделини тадбиқ қилиш босқичлари	43
<b>5–БОБ: ЎЗБЕКИСТОНДА ХАЛҚАРО ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИШИ ИМКОНияТЛАРИНИ ТАҲЛИЛ ҚИЛИШ</b>	<b>51</b>
5.1. Ўзбекистонда туризм саноатининг ҳозирги аҳволи	51
5.2. Ўзбекистоннинг тарихий шаҳарларида эркин туристик ҳудудни	

	ташкил этиш	53
5.3.	Ўзбекистонда халқаро туризм ривожланишининг истиқболлари	60
<b>6-БОБ:</b>	<b>ЎЗБЕКИСТОН ТУРИЗМ БОЗОРИДА ФИРМАНИНГ РАҚОБАТ КУРАШИДА МАРКЕТИНГДАН ФОЙДАЛАНИШ</b>	<b>69</b>
6.1.	Маркетинг – туризм саноатида иқтисодий ўсишнинг асоси	69
6.2.	Туризм бозори ҳолатини маркетинг таҳлили	71
6.3.	Ўзбекистон бозорида турмахсулот сотишнинг истиқболлари	75
<b>7-БОБ:</b>	<b>ХАЛҚАРО ТУРИЗМДАГИ ТЕНДЕНЦИЯЛАР ВА УНИНГ ЎЗБЕКИСТОНДА РИВОЖЛАНИШИНИНГ ИСТИҚБОЛЛАРИ</b>	<b>89</b>
7.1.	Туристлар оқими кўпайишининг тенденциялари	89
7.2.	Буюк Ипак йўли бўйлаб туризм	91
7.3.	Туризмда хусусий секторнинг ривожланиши	94
	<b>Хулоса</b>	<b>101</b>
	<b>Фойдаланилган адабиётлар рўйхати</b>	<b>102</b>
	<b>Атамалар луғати</b>	<b>107</b>

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Введение</b>	<b>3</b>
<b>ГЛАВА 1. ТУРИЗМ КАК ФАКТОР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН</b>	<b>5</b>
1.1. Геополитические факторы развития международного туризма в Узбекистане	5
1.2. Возрождение Великого Шелкового Пути	8
1.3. Государственная поддержка развития туризма в Узбекистане	10
<b>ГЛАВА 2. СТРАТЕГИЧЕСКОЕ ПЛАНИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА</b>	<b>15</b>
2.1. Стратегическое планирование – основа	15
2.2. Выбор конкурентной стратегии туристической фирмы	16
2.3. Области выработки стратегии фирмы на туристическом рынке	18
<b>ГЛАВА 3. МЕНЕДЖМЕНТ ЛЮДСКИХ РЕСУРСОВ В ТУРИЗМЕ</b>	<b>27</b>
3.1. Стратегия человеческих ресурсов в туризме	27
3.2. Планирование человеческих ресурсов	35
3.3. Внешние и внутренние факторы развития человеческих ресурсов	36
<b>ГЛАВА 4. ВЫБОР НАЦИОНАЛЬНОЙ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА</b>	<b>39</b>
4.1. Рекреационные ресурсы развития туризма в Узбекистане	39
4.2. Разработка экономической модели развития туризма	41
4.3. Этапы внедрения национальной модели развития туризма	43
<b>ГЛАВА 5. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В УЗБЕКИСТАНЕ</b>	<b>51</b>
5.1. Современное состояние индустрии туризма в Узбекистане	51
5.2. SWOT - анализ развития туристского рынка	53
5.3. Перспективный развития международного туризма в Узбекистане	60
<b>ГЛАВА 6. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАРКЕТИНГА В БОРЬБЕ ЗА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ФИРМЫ НА ТУРИСТСКОМ РЫНКЕ</b>	<b>69</b>

6.1.Маркетинг-основа экономического роста в индустрии туризма_____	69
6.2.Маркетинговый анализ состояния туристического рынка_____	71
6.3.Перспективы продвижения турпродукта на рынке Узбекистана_____	75
<b>ГЛАВА 7. ТЕНДЕНЦИЯ В СФЕРЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА И ПРОГНОЗЫ ЕГО РАЗВИТИЯ В УЗБЕКИСТАНЕ_____</b>	<b>89</b>
7.1.Тенденция роста туристского потока_____	89
7.2. Туризм по Шелковому пути_____	91
7.3.Развитие частного сектора в туризме_____	94
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ_____</b>	<b>101</b>
<b>СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ_____</b>	<b>102</b>
<b>ГЛОССАРИЙ_____</b>	<b>107</b>

## CONTENTS.

Introduction	3
<b>CHAPTER 1: TOURISM IS AS A SIGNIFICANT FACTOR OF ECONOMIC GROWTH IN UZBEKISTAN REPUBLIC</b>	<b>5</b>
1.1. Geopolitical factors of international tourism in Uzbekistan	5
1.2. Renovation of Great Silk Road	8
1.3. Governmental support of tourism development in Uzbekistan	10
<b>CHAPTER 2: STRATEGIC PLANNING IN FIELD OF INTERNATIONAL TOURISM</b>	<b>15</b>
2.1. Strategic planning is the base of entrepreneurship	15
2.2. Choose of travel firm's competitive strategy and its implementation tactics	16
2.3. Firm's strategy development at tourist market	18
<b>CHAPTER 3: HUMAN RESOURCES MANAGEMENT IN TOURISM</b>	<b>27</b>
3.1. Human resources strategy in tourism	27
3.2. Human resources planning	35
3.3. External and internal factors of human resources development	36
<b>CHAPTER 4: CHOOSING OF NATIONAL MODEL OF TOURISM DEVELOPMENT</b>	<b>39</b>
4.1. Recreational resources of tourism development in Uzbekistan	39
4.2. Development of economical model of tourism development	41
4.3. Implementation stages of the national model of tourism development	43
<b>CHAPTER 5: ANALYSIS OF INTERNATIONAL TOURISM DEVELOPMENT</b>	<b>51</b>
5.1. Modern state of tourism industry in Uzbekistan	51
5.2. Organization of free tourist zones at historical cities of Uzbekistan	53
5.3. Perspectives of international tourism development in Uzbekistan	60
<b>CHAPTER 6: USE OF MARKETING AT THE COMPETITION IN TOURISM MARKET OF UZBEKISTAN</b>	<b>69</b>
6.1. Marketing is the base of economic growth of tourism industry	69
6.2. Marketing analysis of state of tourism market performance	71
6.3. Perspectives of tour product's selling in Uzbekistan	75
<b>CHAPTER 7: INTERNATIONAL TOURISM TENDENCIES AND THEIR DEVELOPMENT PERSPECTIVES IN UZBEKISTAN</b>	<b>89</b>
7.1. Tendencies of the increase of tourism flow	89
7.2. Tourism through Silk Road	91
7.3. Development of the private sector in tourism	94
CONCLUSION	101
REFERENCES	102
GLOSSARY	107

## Кириш

Халқаро туристик бизнес жаҳон иқтисодиётининг муҳим индустриал соҳаларидан бири ҳисобланади. Ўзбекистон Республикасининг жаҳон ҳамжамиятига интеграциясининг омилларида бири бўлган туризм миллий иқтисодиёт ўсишини тезлаштиришга ҳам имкон яратади.

Туризмнинг миллий иқтисодиётдаги ўрни ва роли туристик бизнеснинг ривожланишидаги бекиёс устунликлари билан белгиланишини кўрсатади. Жаҳон иқтисодиётининг муҳим компоненти бўлган халқаро туристик бизнес ташқи иқтисодий фаолиятнинг ўзига хос соҳасидир. Унинг бутун дунёда гуркираб ривожланиши бугунги кунда бошқа халқларнинг тарихи, маданияти, иқтисодий ва ижтимоий соҳасига қизиқиш билан боғлиқ. Туристик мажмуа доирасида шахс томонидан у қаерда яшаши ва келиб чиқишидан қатъий назар ягоналик - инсониятга тегишли эканлигини ҳис қилиши жамланади. Халқаро туризм бизнесининг ривожланиши жисмоний, интеллектуал ривожланиш ва ҳордиқ чиқаришга сарфланадиган бўш вақтнинг кўпайишига боғлиқ. Бу жаҳон ишлаб чиқаришининг ривожланиши, меҳнат тақсмотининг чуқурлашиши, транспорт воситаларининг мукамаллаштирилиши билан боғлиқ. Кўплаб мамлакатлар учун туризм валютанинг муҳим манбаига айланган. У савдо, саноат ва хизматнинг айрим соҳалари ривожланиши, аҳоли бандлигини таъминлашга ёрдам беради. Туризм Ўзбекистон иқтисодиётининг энг устивор йўналишларидан бири деб эълон қилинган.

Ушбу ўқув қўлланма талабаларни халқаро туризм бизнесининг асосий йўналишлари, унинг ривожланиш тенденциялари ва шунингдек университет битирувчиларининг келажакдаги амалиётида бошқа давлатларнинг ижобий тажрибаларидан фойдаланиш мақсадида турли давлатлардаги халқаро туризмни бошқаришнинг асосий тамойиллари билан таништиради. Бунинг учун қуйидагилар таклиф қилинади:

- халқаро туризм бизнеси шаклланишини кўрсатиш;



- халқаро туризм бизнесининг асосий йўналишларини характерлаш;
- халқаро туризм бизнеси ривожланишининг асосий тенденцияларини кўриб чиқиш;
- ўрганилган материаллар асосида Ўзбекистонда халқаро туризм бизнеси ривожланишининг миллий моделини яратиш ва уни талабаларга тақдим этиш.

# **I – БОБ: ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИНИНГ ИҚТИСОДИЙ ЎСИШИДА ТУРИЗМ - МУҲИМ ОМИЛ СИФАТИДА**

- 1.1. Ўзбекистонда халқаро туризмнинг геосиёсий омиллари.
- 1.2. Буюк ипак йўлининг қайта тикланиши.
- 1.3. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришда давлат томонидан қўллаб-қувватлаш.

## **1.1. Ўзбекистонда халқаро туризмнинг геосиёсий омиллари**

Тарихдан маълумки, Ўзбекистон Евросиёнинг боғловчи йўлининг чорраҳасида жойлашган. Ушбу ҳолат республиканинг ташқи сиёсати стратегик йўналишини кенгайтириш, евросиё иқтисодий ва маданий кўпригида муҳим роль ўйнайди. У Осиёдаги сиёсий барқарорлик, ҳукумат томонидан амалга оширилаётган иқтисодий сиёсат иқтисодий ислохотларнинг асоси ҳисобланади. Экспортга йўналтирилган иқтисодиётни ривожлантиришнинг асосий йўналишларидан бири - туризм индустриясидир. Туризм - бу ишбилармонлик соҳасининг муҳим хусусиятларидан бири бўлиб хорижий туристлар доимий оқимини жалб қилади<sup>1</sup>. Бунинг натижасида республикага зарур бўлган валюта тушумини таъминлайди. Халқаро туризмни замонавий, илмий асосланган ҳолда амалга ошириш ғоясини рўёбга чиқариш XIX асрнинг 40-йилларига тўғри келган бўлиб, бу жараён саноатнинг ривожланиши ва ишлаб чиқаришнинг такомиллашуви билан боғлиқдир. Бу вақтга келиб, туристик саёҳатлар поездлар, автомобиллар ва пароходларда амалга оширила бошланди, улар аввалги транспорт воситаларидан тубдан фарқ қилиши билан характерлидир. Инсонларнинг меҳнат қобилиятини сақлаш ва ривожлантиришга қаратилган ижтимоий стратегиянинг муҳим соҳаларидан бири бўлган туризмнинг сезиларли

---

<sup>1</sup>Квартальнов В.А. “Международный туризм”. Учебник. - М, Финансы и статистика. 2005г.

даражада фаолият кўрсатиши учун етарли шарт-шароитлар айнан шу даврда пайдо бўла бошлади. Бу даврда иқтисодий томондан ўзини ўнглаб олган мамлакатларда кишилар оламини кенгроқ билиш мақсадида дунёнинг турли хил бурчакларига саёҳат қила бошладилар. Замоनावий, ҳар томонлама пухта ишланган режа асосида туризмнинг янги босқичини дунёда биринчи бўлиб асли дурадгор бўлиб ишлаган Буюк Британиялик Томас Кук 1841 йилда бошлаб берди. Томас Кук олдинги касбини ташлаб, бор имконияти билан халқаро саёҳатларни ташкил этиш учун янги касбни ижод эта бошлади<sup>2</sup>.

Томас Кук замоनावий туризмни Англиянинг икки шаҳри орасида амалга оширди. У “Temperake” (Яшил Ой) жамияти аъзоларининг Долнборг шаҳрида ичкиликка қарши кураш масаласига бағишланган анжуманга олиб бориш учун поездни ижарага олди. “Midlard Railways” ширкати билан шартнома тузган Кук биринчи марта махсус бориш-қайтиш чипталарини бостиради ва Ланкастр-Долнборг орасидаги йўл саёҳатини энг такомиллаштирилган ҳолда амалга оширишга эришди. Бу саёҳатнинг нархи киши бошига бир шиллингдан тўғри келди. Бу нарх ўша пайтда энг арзон ҳисобланар эди. Унинг ўзи ҳам бу жамиятга аъзо бўлгани учун саёҳатдан фойда олмади, лекин қилган хайрли ишдан нафақат жамият аъзолари, балки бошқа кишилар ҳам манфатдор бўлгани учун Томас Кук бу ишни катта бизнесга айлантиришга қарор қилди.

Томас Кук 1846 йили фаолиятини ривожлантириш мақсадида қўшни давлат бўлган Шотландияга поезд ва пароходда саёҳатлар уюштирди. Бу саёҳатлар муваффақиятли чиқди. Энди бундай саёҳатлар дастурларини ишлаб чиқиб пул топиш Томас Кук ва унинг ўғли учун бизнес фаолиятига айланиб улгурган эди. Кук 1860 йилда Лондон шаҳрида дунёда биринчи бўлиб ўзининг хусусий туристик корхонасини очди ва бу корхона “Thomas Cook Travel” номини олди. Бу туристик корхона ҳозирги кунда ҳам ўз фаолиятини давом эттириб келмоқда. Томас Кук ва унинг ўғли фирмаси 20

---

<sup>2</sup> Биржаков М.Б., “Введение в туризм”, Санкт –Петербург, 2005 г.

йил ичида фаолиятини кенгайтириб Шимолий Америкага ҳам саёхат уюштиришни бошлаб, тажрибалар орттирди ва маълум ижобий натижаларни кўлга киритди. Томас Кук Шимолий Америкага олиб борган туристлар гуруҳини Нью-Йорк, Вашингтон, Ричмонд, Буюк Кўллар соҳиллари, Ички Уруш ҳудудлари, Кентукки, Ниагара шаршараси ва Монтериал бўйлаб саёхат қилдирди. Кук томонидан дунёнинг барча ҳудудларига саёхатлар уюштирилиши натижасида “Саёхат қилмоқчи бўлсангиз Томас Кукка мурожаат қилинг” деган шиор пайдо бўлди ва бу шиор бутун дунёга тарқала бошлади.

Халқаро туризмнинг ривожланиши, шу билан биргаликда турфирма ва турагентликларнинг фаолияти Биринчи Жаҳон уруши бошланиши билан тўхтаб қолди. Тўрт йиллик уруш тугаши билан, 1919 йилдан бошлаб ҳарбий самолётларнинг фуқароларни ташишга мослаштирилиши натижасида туристик фирма ва турагентликларнинг фаолияти яна жонлана бошлади. Халқаро туризмнинг қисқа вақт ичида ўзини тиклаб олиши ва ривожланишига бир қатор етарли асослар бор эди.

Аввало, туризм ранг-баранг таассуротлардан ҳосил бўлган фикр ва тасаввурларни янада бойитади, инсонларнинг руҳий ҳолатига таъсир этади ва уларнинг фаол меҳнат фаолиятини давом эттиришига замин яратади. Инсоннинг шахс сифатида камол топишида ҳам туризмнинг аҳамияти катта. Туризм кишиларнинг атроф-муҳит, сафардан олган таассуротлари асосида уларнинг интеллектуал маданиятини ошириб, шу орқали кишиларнинг ижтимоий маданияти қандай даражада эканлигини кўрсатиб бермоқда. Ривожланган мамлакатларда оила бюджетининг салмоқли ҳиссаси халқаро саёхатлар ва дунё халқлари урф-одатларини ўрганиш ва туристик хизматларни сотиб олиш учун сарфланаётгани соҳанинг келажагини белгилайди.

## 1.2. Буюк ипак йўлининг қайта тикланиши

Ўзбекистонда ички ва халқаро туризмни ривожлантириш учун республика раҳбарияти ва ҳукумати бир қатор чора-тадбирларни ишлаб чиқмоқда. Жумладан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2.06.95. йилдаги “Ўзбекистон Республикасининг Буюк ипак йўлини тиклашда қатнашувини фаоллаштириш ва Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантириш тўғрисида”ги фармони, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 3.06.95 йилдаги № 210 сонли “Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмнинг замонавий инфратузилмасини ташкил қилиш тўғрисида”ги қарори ва бошқалар.

Ҳукуматнинг асосий роли, Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш учун қулай шарт - шароит яратишда намоён бўлмоқда. Ҳукумат томонидан талаб доирасидаги қонун ва қарорлар қабул қилинмоқда, ривожланишнинг ҳуқуқий асослари яратилмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А. Каримовнинг 1992 йил “Туризм инфратузилмасини ривожлантириш ва жаҳон бозорининг индустриясига кириш тўғрисида”ги фармони ушбу тармоқда ўзгартириш киритишга туртки берди. Туризмни ривожлантириш дастурига биноан, давлат томонидан туризм миллий маданиятни, иқтисодий ривожлантиришнинг асосий шарти сифатида қаралмоқда.

Ўзбекистонда халқаро туризмни янада жонлантириш мақсадида 1995 йилнинг октябрь ойида Тошкент шаҳрида “Буюк Ипак Йўли бўйлаб туризм” деб номланган биринчи халқаро туристик ярмарка ўтказилди. Ярмарка шундан буён ҳар йили ўтказиб келинмоқда. Бу ярмаркаларда тузилган шартнома ва контрактлар халқаро туризмни янада ривожлантириш республиканинг туризмга оид имкониятларини самара билан ишга солиш ва Буюк Ипак Йўлига хос бўлган қадимги анъаналарини тиклаш борасида кенг йўл очиб беради<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1995 йил 2 июндаги 1162 рақамли

Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда “Буюк Ипак Йўли”нинг аҳамияти чексизлигини ҳисобга олган ҳолда ҳукумат томонидан қабул қилинган “Буюк Ипак Йўлининг тикланишида Ўзбекистон Республикасининг иштирокини фаоллаштириш ва республикада халқаро туризмни ривожлантириш тўғрисида”ги фармони кутилган натижаларни бермоқда. Жанубий Шарқий Осиёдан Ўрта ер денгизи мамлакатларигача чўзилган “Буюк Ипак Йўли” деб ном олган савдо-сотиқ йўли бир неча асрлар давомида заминнинг Ғарб ва Шарқда истиқомат қилган халқларни боғлаб турар эди. Бу йўлга “Буюк Ипак Йўли” деб ном берилишининг асосий сабаби шуки, бу ердан ташиладиган маҳсулотларнинг асосий қисми ипакдан иборат бўлган. Ипак тайёрлаш билан боғлиқ бўлган сирни Хитой усталари минг йиллар давомида одамлардан яширинча сир тутиб келган эдилар. Аммо Буюк Ипак Йўли орқали ташилган маҳсулотлар ипакдангина иборат бўлмай, балки бу йўл орқали бронза, чинни, жун хом-ашёлари ва улардан тайёрланган буюмлар ҳам ташилар эди. Буюк Ипак Йўли икки минг йиллик тарихга эга. Бу йўл асосан Италиядан Туркия орқали Ироқ ва Эронга борган, у ердан эса Марказий Осиёга ҳамда Шимолий Помир орқали Қашқар ва Ёрқентгача борган. Бу ердан йўл иккига ажраган ҳамда шимол томондан Такла-Макон саҳросини айланиб ўтиб Лобнор қўли яқинида яна қўшилган ва Шанхайгача борган.

Ўзбекистонда кейинги йилларда ажойиб иншоотлар, маданий дам олиш масканлари, зиёратгоҳлар вужудга келди. Сўнгги йилларда республикамизда бокс, ўзбек миллий кураши, теннис бўйича жаҳон миқёсида ўлкан чемпионатлар ўтказилмоқда, бу тадбирлар эса кўпгина хорижий мамлакатлардан туристлар келишига олиб келмоқда. Халқаро туризмни ривожлантиришда бу омилларни ҳам назардан четда қолдирмаслик лозим.

### **1.3. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришда давлат томонидан қўллаб-қувватлаш**

Туризм соҳасида давлат сиёсатининг асосий йўналишлари қуйидагиларда намоён бўлмоқда<sup>4</sup>:

- республика иқтисодиётининг асосий тармоғи бўлмиш туризмни ривожлантириш учун қулай шароит яратиш;
- туризм соҳасида бир қанча қулайликларни таъминлаш;
- туризм соҳасида ҳуқуқий ва норматив базалар яратиш;
- туризмда рақобатни такомиллаштириш;
- кенг қамровдаги туризм потенциални яратиш ва тарғибот ишларини олиб боришдан иборат.

Туризм корхоналарини қонуний акциялаштириш амалга оширилди. Мисол тариқасида “Ўзбектуризм” миллий-компаниясининг бир қатор объектларини хусусийлаштиришни олишимиз мумкин.

Юқорида қайд қилинганидек, давлат сиёсатининг асосий йўналишларидан бири - туризм фаолиятини амалга ошириш ва рақобатни кучайтиришга қаратилган. Шу туфайли, туризм иқтисодиётида хусусий тармоқни ривожлантиришга кенг йўл очиб берилди.

Республика ҳукумати туризм соҳасида тадбиркорлик фаолиятини рағбатлантирмоқда. Бундан ташқари, туризм саноатида хорижий инвестициялар учун барча қулайликлар яратилмоқда. Жумладан, Ўзбекистон Республикасининг солиқ қонунчилигига биноан хорижий инвесторларга бир қанча қулайликлар берилган. Уларга қуйидагилар киради:

1. Давлат аҳамиятига эга инвестициялар ҳукумат томонидан кафолатланади. Таъкидлаш лозимки, бу туризм соҳасининг барча тармоқларида тадбиркорликни иқтисодий барқарорлаш-тиришнинг бақувват дастаги ҳисобланади.

---

<sup>4</sup> Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг "Ўзбекистон Республикаси солиқ кодекси" ва унда туризм соҳасига оид имтиёзлар. Халқ сўзи // 1997-йил 24-апрель

2. Тошкент, Самарқанд, Бухоро ва Хива шаҳарлари худудида янгидан ташкил топган туризм корхоналари биринчи фойдани олгунча барча солиқлардан озод қилинади. Фискал имтиёздан ташқари, туризм бизнесини ривожлантириш учун молиявий рағбатлантириш ставкали имтиёзли кредитлар бериш, янги туризм объектларини кўриш учун ссудалар бериш йўлга қўйилган.

Таъкидлаш лозимки, давлатнинг асосий капитал қўйилмалари туризм соҳаси ривожининг захираси ҳисобланади. Бухоро ва Хива шаҳарларининг 2500 йиллигини нишонлаш жараёнида “Ўзбектуризм” миллий компанияси 100 дан ортиқ туризм объектларини таъмирлади ва замонавий кўринишга келтирди. Ушбу объектлар сақлаш за хорижий сайёҳларга кўрсатиш учун ҳокимиятларга ижарага берилган.

Ўзбекистон Республикаси ҳукумати мамлакатда туризм инфратузилишини ривожлантиришга ҳам ҳаракат қилмоқда. Вазирлар Маҳкамасининг №210-сонли “Халқаро туризм инфратузилмасини ривожлантириш тўғрисида” ги қарорига биноан “Ўзбектуризм” миллий компанияси транспорт, соғлиқни сақлаш ва қурилиш тармоқ вазирликлари билан биргаликда мамлакатда янги туризм тармоғини ривожлантириш сервис хизмат кўрсатиш сифатини оширишга ҳаракат қилмоқда. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг транспорт алоқалари инфратузилмасини такомиллаштириш мақсадида №450 (19.12.96 йил) “Ўзбекистон Республикаси магистрал йўлларида 2003 йилгача бўлган даврда автосервис инфратузилмасини ривожлантириш дастури тўғрисида” қарори қабул қилинган эди. Ушбу қарорга биноан Бухоро, Хива, Самарқанд ва Тошкент шаҳарларида 100 млн. сўм миқдордаги автосервис комплекслари қурилиши амалга оширилди.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг № 40 (21.02.97 йил) “Ўзбекистон Республикасининг 1997 йил учун инвестицион дастур тўғрисида”ги қарорига биноан туризм соҳасида янги объектлар кўриш режалаштирилди. Булар, биринчидан, “Буюк”, “Бизнес-марказ” ва



республика вилоятларида янги меҳмонхоналар қуриш; иккинчидан, Тошкент, Самарқанд, Бухоро ва Урганч шаҳарларидаги аэровокзалларини таъмирлаш; учинчидан, Тошкент – Самарқанд - Бухоро автойўлларида янги сервис марказларини қуриш; тўртинчидан, “Ўзбектуризм” миллий компанияси кўпгина объектларини тижорат банклари кредитлари ҳисобига таъмирлаш давом эттирилди.

Ўзбекистон Республикаси ҳукумати раҳбарлигида “Ўзбектуризм” миллий компанияси Бутун жаҳон туризм ташкилоти билан биргаликда ва БМТ ривожланиш дастури кўмагида “Ўзбекистонда туризмни барқарор ривожлантириш” миллий проектини ишлаш учун халқаро экспертлар гуруҳини тuzди. Ушбу гуруҳга Майкл Жозеф Мак Налти бошчилигида Ўзбекистон, Буюк Британия, Ирландия, АҚШ ва Ҳиндистонлик юқори малакали мутахассислар кирди. Лойиҳанинг асосий мақсади - мамлакатга кўп миқдорда хорижий сайёҳларни жалб қилиш, туризм тадбиркорлигини даромадли тармоқлардан бирига айлантириш, мутахассис кадрлар тайёрлашни такомиллаштириш, рақобатбардош ва кучли туризм соҳаси билан жаҳон бозорига чиқишдан иборат. Хорижий экспертларнинг баҳолашича, Ўзбекистонда туризмнинг йиллик ўсиши 7 % ни ташкил қилади.

Шундай қилиб, туризм соҳасида давлат сиёсатини асосий йўналиши туризмни республика иқтисодиётининг даромадли тармоғига айлантириш, туризм соҳасида ҳуқуқий ва норматив базасини шакллантириш учун қулай шароит яратишга қаратилган. Ўзбекистон раҳбарияти туризм фаолиятини амалга ошириш, рақобатни такомиллаштириш учун барча қулайлик ва имкониятларни яратмоқда. Давлат сиёсати туризм соҳасини ривожлантириш учун диққат-эътибори сервис хизмат кўрсатиш сифатини ошириш, замонавий туризмни яратиш, кенг қамровдаги туризм потенциалини яратиш ва тарғибот ишларини олиб боришга қаратилган.

## Хулоса

Туризмнинг миллий иқтисодиётдаги роли ва ўрни Ўзбекистоннинг халқаро туризм ривожланишидаги рақобат устунликлари билан белгиланишини намоён қилади. Жаҳон иқтисодиётининг муҳим компоненти бўлмиш халқаро туризм ташқи иқтисодий фаолиятнинг ўзига хос соҳаси ҳисобланади. Бутун дунёда унинг гуркираб ривожланиши бошқа халқлар тарихи, маданияти, иқтисодий ва ижтимоий соҳаларига қизиқишнинг ортиши билан тушунтирилади.

**Таянч иборалар.** Евросиё, иқтисодий, маданий, сиёсий, барқарорлик, бозор ислоҳотлари, интеграцияси, туризм.

## Назорат саволлари

- 1.Ўзбекистонда халқаро туризмнинг геосиёсий омиллари.
- 2.Буюк Ипак йўлининг туғилиши.
3. Республикада тадбиркорлик фаолиятини рағбатлантириш.
- 4.Туризм саноатида хорижий сармоялар учун барча қулайликлар яратилиши.
- 5.Ўзбекистон Республикасининг солиқ қонунчилигига биноан хорижий сармоячиларга бир қанча имкониятлар берилганлиги.
- 6.Давлат сиёсатининг туризм сиёсатини ошириш.
- 7.Замонавий туризмни қандай ташкил топган?
- 8.Туризм потенциалини яратиш ва тарғибот ишларини олиб бориш.
- 9.Ўзбекистон Евросиёнинг боғловчи йўлнинг чорраҳасида жойлашиши.
- 10.Республиканинг ташқи сиёсати стратегик йўналишларни кенгайтириш.

## Тавсия этилаётган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисидаги” қонуни. Халқ сўзи // 1999 йил 20 август.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1995 йил 2 июндаги 1162 рақамли” Буюк Ипак йўли”ини қайта тиклашда Ўзбекистон Республикасининг иштирокини авж олдириш ва республикада Халқаро туризмни ривожлантириш борасидаги чора –тадбирлар тўғрисидаги” Фармони. //Халқ сўзи, 1995.3- июнь.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбектуризм” МКсини ташкил қилиш” тўғрисидаги фармони № ПФ-447 27 июль 1992 йил. //Халқ сўзи. 1992 йил 27 июль.
4. Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг "Ўзбекистон Республикаси солиқ кодекси" ва унда туризм соҳасига оид имтиёзлар. Халқ сўзи // 1997-йил 24-апрель
5. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1998 йил августда қабул қилган №346 сонли “Туристтик ташкилотларнинг фаолиятини такомиллаштириш” тўғрисидаги қарори - Халқ сўзи 9-август 1998 й
6. Биржаков М.Б. Введение в Туризм: Учебник. -М.: Издательский дом Герда, 2006. – 512 с.
7. Гуляев В.Г. Правовое регулирование туристской деятельности». Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2005. -304 с.
8. Richard Sharpley and David J. Telfer, Tourism and Development: Concepts and Issues, Printed and bound in Great Britain by Cambrian Printers Ltd. 2002 300б.
9. Жукова. М.Ж., Менеджмент в туристском бизнесе. Учебное пособие. –М. Финансы и статистика, 2005 -288стр.
10. Travel Guide Uzbekistan – Tashkent: National Company Uzbekturizm 2003 - 10б.

## **II–БОБ: Халқаро туризм соҳасида стратегик режалаштириш**

- 2.1. Стратегик режалаштириш - тадбиркорлик фаолиятининг асоси.
- 2.2. Туристик фирманинг рақобат стратегиясини танлаш ва амалга ошириш тактикалари.
- 2.3. Туристик бозорда фирма стратегиясини ишлаб чиқиш соҳалари.

### **2.1. Стратегик режалаштириш - тадбиркорлик фаолиятининг асоси**

Давлат мустақиллигига эришиш Ўзбекистон учун мустақил иқтисодий сиёсат юргизиш имконини берди. Ёш давлат учун биринчи навбатда иқтисодий муносабатларни маъмурий-буйрукбозлик, марказий режалаштиришдан, демократик, бозор муносабатларига ўтказишнинг механизми ва шакллари белгилаш, шунингдек, жаҳон хўжалиги алоқаларига киришнинг энг мақбул йўлини танлаш зарур эди. Ўтган йиллар республика иқтисодий ривожланишининг ўз йўлини қидириш ва амалга ошириш, халқ хўжалигини структуравий қайта қуриш, иқтисодий мустақиллик ва ривожланишни таъминлаш даври бўлди. Ислохотлар жараёнининг бошлангич нуктаси стратегия танлаш эди, чунки ривожланишнинг умумий стратегиясини аниқ белгиламасдан иқтисодий ислохот чораларини белгилаш мумкин эмас. Ислохотлар стратегиясини бошлангич нуктаси бўлиб ижтимоий-иқтисодий ўзгаришларнинг якуний мақсадини белгилаш ҳисобланади. Ўзбекистоннинг иқтисодий мустақилликка эришиши, демократик давлат қуриш, мустаҳкам моддий асос яратиш мақсадларидан келиб чиққан ҳолда, Ўзбекистон иқтисодиётини ислох қилиш соҳасидаги стратегик мақсадлар деб қуйидагилар белгиланган<sup>5</sup>:

- босқичма-босқич ижтимоий йўналтирилган бозор иқтисодиётини шакллантириш, миллий бойликни кўпайишини, инсонлар фаолияти ва ҳаёти учун етарли шароитларни таъминловчи кучли ва динамик ривожланувчи

<sup>5</sup>Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг №346 сонли қарори - Халқ сўзи 9-август 1998 й

иқтисодий тизим яратиш.

- кўп тармоқли иқтисодиёт яратиш, инсоннинг мулкдан ажратилганлигини йўқотиш, ташаббускорлик ва тадбиркорлик ривожланишининг асоси бўлган хусусий мулкнинг давлат томонидан ҳимоя қилинишини таъминлаш.

- корхона ва фуқароларга кенг иқтисодий эркинликлар бериш, уларнинг хўжалик ҳаётига давлатнинг тўғридаи-тўғри аралашувидан воз кечиш, иқтисодиётни бошқаришда маъмурий буйруқбозлик усулларини йўқотиш, иқтисодий усул ва рағбатлантиришлардан кенг фойдаланиш.

- моддий, табиий ва меҳнат ресурсларидан унумли фойдаланиш, рақобат-бардош тайёр маҳсулот ишлаб чиқариш, жаҳон иқтисодий тизимига интеграцияни таъминловчи иқтисодиётни чуқур структуравий ўзгартиришни амалга ошириш.

- инсонларда янгича иқтисодий тафаккурни шакллантириш, уларнинг дунёқарашларини ўзгартириш, ҳар бир кишига ўз меҳнатини ишлатиш соҳаси ва шаклини мустақил танлаш имконини бериш.

## **2.2.Туристик фирманинг рақобат стратегиясини танлаш ва амалга ошириш тактикалари**

Ўзбекистон иқтисодиётини бозор иқтисодиётига ўтказиш бўйича ислохотлар стратегиясининг юқорида санаб ўтилган йўналишларидаи келиб чиққан ҳолда мустақил хўжалик юритувчи субъектларнинг рақобат стратегияси танланади.

Фирманинг стратегияси - бу компания томонидан танланган маълум мақсадларга эришишни таъминлайдиган, истиқболга мўлжалланган чоралар тизимидир<sup>6</sup>. Стратегия ишлаб чиқиш ва амалга оширишнинг моҳиятини кўплаб ривожланиш йўлларидаи кераклисини ишлаб чиқариш-хўжалик

---

<sup>6</sup> В.А. Квартальнова. “Менеджмент туризма”. Москва. РМАТ, 2003г.

фаолиятининг энг тўғри йўлини танлашдан иборат. Маълумки, стратегик ишлаб чиқиш қуйидаги вазифаларни ҳал қилишга асосланади<sup>7</sup>:

- компаниянинг стратегик мақсадларини ишлаб чиқиш;
- умумий масадларга эришиш учун унинг имкониятлари ва захираларини баҳолаш, маркетинг фаолияти соҳасидаги тенденцияларни таҳлил қилиш;
- фирма ҳолатини яхшиловчи ички омилларни таҳлил қилиш;
- ўзгарувчан шароитлар ва вужудга келувчи ҳолатларга мослашишга йўналтирилган чоралар талаб қилувчи ташқи омилларни таҳлил қилиш, истиқбол учун стратегия танлаш.

Стратегик ва режа корхона нимага эришиши кераклиги ва ишлаётган натижага қачон эришиш мумкинлигини белгилаб беришади. Мақсадга эришиш услуби эса, умумий тартибга кўриб чиқилади ва асосан ташкилот қандай бизнес (қай турдаги бизнес) билан шуғулланишини белгилаб беради. Мақсадларга эришишни таъминлаш вазифасини ўз зиммасига олган, мақсадга эришишга интилаётиб, ўзлар билмаган ҳолда шундай ҳатти-ҳаракатларга йўл кўйишадикки, натижада мақсадга амалда эришиб бўлмайди. Бундай адашишлар ва англашилмовчиликларнинг олдини олиш учун эса, стратегик режани амалга ошириш учун мўлжалланган кўшимча режалар ва кўрсатмаларнинг асосий вазифаси –бўлғуси қарорларни бирор йўналишга йўналтиришдан иборат. Бунда асосий ғоя раҳбарни қандайдир ақлий чегара ичида ҳаракатланишига мажбур қилишда эмас, балки, ҳатти – ҳаракатларни ўзаро боғлашда етади. Бундай йўлланмалар тизими қуйидаги таркибдан иборат бўлади; тактика, сиёсат, тадбирлар ва қоидалар.

**Тактика** - Раҳбарият узоқ муддатли мақсадларга эришишни осонлаштириш учун уларга мувофиқ келувчи қисқа муддатли режалар тузганидек, узоқ муддатли режалар ҳам тузиши лозим бўлади. Бундай қисқа муддатли стратегиялар тактикалар деб аташади. Умумий стратегия билан мос ҳолда амалга оширилаётган ҳар бир тадбир тактика бўлади. Тактика

---

<sup>7</sup>Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Учебное пособие. – М.: КНОРУС 496стр. 2005г.

стратегияни амалга оширилишин таъминлайди. Масалан, “Кодак”нинг фотомагазинлардаги рекламаси компаниясининг 35- млн пленкаларга ишлов бериш бозордаги ҳиссасини орттиришга қаратилган стратегиясига мувофиқ келувчи тактика бўлади. Тактика бир қатор хусусиятларга эга бўлади;

- 1) Тактикани стратегияларни ривожлантириш учун ишлаб чиқади.
- 2) Деярли доимо стратегия олий нағона раҳбарлари томонидан тузилса, тактикалар қуйроқ пағона раҳбарлари томонидан яратилади;
- 3) Тактика стратегияга нисбатан қисқароқ муддатга мўлжалланади;
- 4) Стратегиянинг натижалари бир неча йиллар ичида намоён бўладиган бўлса, тактик натижалар тезда намоён бўлиб, улар аниқ хатти – ҳаракатларга боғлиқ бўлади.

### **2.3. Туристтик бозорда фирма стратегиясини ишлаб чиқиш**

Ўзбекистонда бозор иқтисодиётини вужудга келиши ва унинг жаҳон иқтисодий ҳамжамиятига кириб бориши шароитларида фирма фаолиятининг асосий кўрсаткичи бўлиб унинг ички ва ташқи бозорларда рақобатбардошлиги ҳисобланади. Рақобат стратегияси ишлаб чиқариш харажатларини камайтириш, маҳсулотни индивидуализациялаш ва сифатини ошириш, сегментациялаш орқали маълум бозорларда фаолиятнинг янги соҳаларини белгилашга йўналтирилган.

Фирманинг рақобат стратегиясини танлаш замонавий компаниянинг ташқил қилишининг учта муҳим, ҳал қилувчи соҳасига тегишли энг муҳим фаолият таркиби кўринишидаги ривожланиш концепциясини намоён қилади. Булар қуйидагилардир:

- ташқи сферада ривожланиш ва ўзини тўтиш стратегиясини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш;
- ташкилот таклиф қилган маҳсулотга нисбатан стратегия ишлаб чиқиш ва амалга ошириш;

- фирма ички бошқарувининг стратегиясини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш.

Фирма учун стратегия белгилаш фирманинг аниқ ҳолатига боғлиқ, аммо стратегия шакллантиришнинг умумий ёндошишлари ва стратегиялар кирадиган айрим умумий доиралар мавжуд. Умумий кўринишда стратегия бу фирма фаолиятининг асосий йўналишидир. Унга амал қилиш узоқ муддатли истикболда фирмани мақсадига етиштириши керак. Стратегияни бундай тушуниш ташкилотнинг юқори даражасини кўриб чиқишда тўғри бўлади. Пастроқ даража учун юқори даража стратегияси мақсадга айланади, аммо юқорироқ даража учун у фақат восита бўлади. Фирманинг стратегиясини белгилашда раҳбарият фирманинг бозордаги ҳолатига боғлиқ бўлган қуйидаги учта муаммога рўбаро бўлади:

- қайси бизнесни тугатиш керак;
- қайси бизнесни давом эттириш керак;
- қайси бизнесга ўтиш керак;

---

Бу демак, стратегия қуйидагиларга аҳамият беради ва унга боғлиқ:

- ташкилот нима қилади ва нима қилмайди;
- ташкилот фаолиятида нима кўпроқ ва нима камроқ муҳим.

Фирманинг бозордаги стратегиясини ишлаб чиқишда учта асосий соҳа мавжуд:

Биринчи соҳа ишлаб чиқариш харажатларини камайтиришдаги илғорлик билан боғлиқ. Стратегиянинг бундай кўриниши компания ўз маҳсулотларини ишлаб чиқиш ва сотишда энг паст харажатларга эришиш билан боғлиқ. Бунинг натижасида у паст нарх ҳисобига бозорнинг катта қисмини эгаллаши мумкин. Бундай стратегияни амалга оширувчи фирма ишлаб чиқариш ва таъминотнинг яхши ташкил этилишига, яхши технологик ва инженер-конструкторлик базасига, шунингдек маҳсулотлар тақсимлаш тизимида эга бўлиши керак, яъни энг кам харажатларга эришиш учун, маҳсулот таннархи билан боғлиқ бўлган ҳамма нарса юқори даражада бўлиши керак. Бундай стратегияда маркетинг юқори даражада ривожланган



бўлиши шарт эмас.

Стратегия ишлаб чиқишнинг иккинчи соҳаси маҳсулот ишлаб чиқаришда ихтисослашувдан иборат. Бу ҳолда фирма ўз маҳсулотини ишлаб чиқаришда лидерга айланиши учун юқори ихтисослашган ишлаб чиқариш ва маркетинг амалга ошириши зарур. Бу шунга олиб келадикки, истеъмолчилар ушбу маркани унинг нархи баланд бўлса ҳам танлаб оладилар. Бундай кўринишдаги стратегияни амалга оширувчи фирмалар НИОКР учун юқори салоҳиятга, ажойиб дизайнерларга, маҳсулотнинг юқори сифатли бўлишини таъминловчи тизимга, шунингдек, ривожланган маркетинг тизимига эга бўладилар.

Стратегия танлашнинг учинчи соҳаси маълум бир бозор сегментини танлаш ва компания ҳаракатларини шу сегментга йўналтиришга боғлиқ. Бунда фирма бутун бозорда ишлашга интилмайди. У бозорнинг маълум маҳсулотга бўлган талабини тўлиқ ўрганиб, бозорнинг маълум бир сегментига ишлайди. Бу ҳолда фирма ҳаракатларни камайтиришга интилиши ёки маҳсулот ишлаб чиқаришда ихтисослашиш сиёсатини юрғатиши мумкин. Бу икки ёндашиш биргаликда ўтказилиши ҳам мумкин. Аммо учинчи кўринишдаги стратегия ўтказиш учун фирма ўз фаолиятини бозорнинг маълум сегменти мижозларининг таҳлили асосида юритиши лозим, яъни фирма ўз мақсадларини умуман бозор эҳтиёжларига қараб эмас, балки маълум ҳатто аниқ бир мижоз эҳтиёжларига қараб белгилаши лозим.

Рақобатчилар қуршовида бўлган фирмалар рақобат курашининг кўплаб шакл ва усулларидан фойдаланадилар, бу усуллар кўпинча анъанавий маҳсулот билан рақобат доирасидан чиқиб кетади. Аммо маҳсулот билан рақобат қилишнинг аҳамияти камаймаяпти. Бунинг устига айнан маҳсулот билан рақобат фирманинг узок муддат фаолият юритиши учун ҳал қилувчи омил ҳисобланади. Фирманинг рақобат стратегияси бошқа кўплаб фирмаларни қизиқтирмайдиган ёки кам қизиқтирадиган бозор қисмини эгаллашга йўналтирилган. Бозорнинг бу эгалланмаган қисмида муваффақиятли бизнес юритиш учун фирма аниқ ихтисослашиши, бозордаги

Ўзининг қисмини диққат билан ўрганиши, аниқ белгиланган ўсиш суръатлари билан ривожланиши, кучли ва обрўли раҳбариятга эга бўлиши керак. Буларнинг барчаси Ўзбекистонда вужудга келаётган бозорнинг мураккаб шароитларида муваффақиятли тижорат фаолиятини олиб бориш имконини беради.

Ўзбекистонда бозор иқтисодиётини шакллантириш, дунёнинг энг ривожланган мамлакатларида постиндустриал жараёнлар рўй бераётган даврда амалга оширилмоқда. Шунинг учун республикада амалга оширилаётган структуравий ислохотлар Ўзбекистоннинг халқаро меҳнат тақсимотида муносиб ўрин эгаллаши учун унинг рақобатдаги устунликларидан тўлиқ фойдаланишга асосланади. Иқтисодий ривожланган давлатларда асримизнинг охириги чорагида гуркираб ривожланаётган энг муҳим постиндустриал технологиялардан бири халқаро туризмдир. Давлатнинг мустақил ривожланиши Ўзбекистон учун маҳаллий ресурслар ва халқаро туризмнинг имкониятларидан фойдаланиб жаҳон бозорига интеграция қилишига кенг имкониятлар яратади. Бу ерда гап фақат-туризм ҳақида бормайди. Қатор давлатларнинг тажрибаси шуни кўрсатадики, туризмнинг ривожланиши бутун миллий иқтисодиёт учун таъсирчан самарага эга бўлиб, унга жалб қилинган хизматчилар ва бу орқали мамлакатнинг барча аҳолисини маданий-техник даражасини оширишга, коммунал, маиший ва умуман пуллик хизмат соҳаларининг тез ривожланишига, анъанавий халқ хунармандчилиги янгидан ривожланишини таъминлашга истеъмол товарлари саноати ва ташқи савдонинг кенгайишига, саноат, қурилиш ва қишлоқ хўжалиги тизимининг мукамаллашувига ёрдам беради. Туризмнинг нормал ва яхши фаолият юргизиши учун керакли натижага эришишга халақит бераётган кучсиз жойларни аниқлаш ва уларни йўқотиш учун чоралар ишлаб чиқариш керак. Маълумки, постсовет давлатлари, шу жумладан Ўзбекистондаги туристларга хизмат кўрсатиш тизимининг заиф томони инфраструктура тизими - транспорт, меҳмонхона хўжалиги, озиқ-овқат, савдо, суғурта, алоқа ва бошқалардир. Айни пайтда

муаммо кам ўрганилганлиги сабабли қайси омил энг муҳим, ҳал қилувчи эканлигини белгилаш қийин. Бундай заиф структура муаммоларини ҳал қилиш учун замонавий менежментда тизимли ёндашиш қўлланилади.

Тизим сифатида туризм қуришда рекреацион ва туристик оқимлар, инвестициялар, туристларнинг ўзи, ахборот ва экскурсион-туристик технологияларга эга. Тизимли чиқишда тизимнинг фаолият юритиши туристик маҳсулотларга гуруҳланган туристик хизматлар йиғими олинади.

$$Y_{Tq} - f_{Fo}(K_t + L_t + R_t)$$

$Y_t$  - сотилган турмаҳсулот ҳажмининг ўсиш динамикаси (млн.сум);

$K_t$  - меҳмонхоналар инфраструктураси (асосий ишлаб чиқариш фондлари) қиймати динамикаси;

$L_t$  - кадрлар тайёрлашга йўналтирилган инсон капитали қиймати динамикаси;

$R_t$  - маркетинг тадбирлари (реклама, ярмарка ва х.к.) қийматининг динамикаси;

$AO$  - регрессия коэффициенти.

Таҳлилдан кўришиб турибдики, иқтисодий ўсишнинг асосий таркибий қисми қуйидагилардир: реклама, Ўзбекистондаги туробъектларга тур ва экскурсияларни сотиш, бунинг ҳисобига иқтисодий ўсишнинг 46%и тўғри келади; жаҳон андозаларига тўғри келадиган қувватларни кенгайтириш ҳам иқтисодий ўсишнинг асосий манбаларидан бўлиб, унинг 31,4%ини ташкил қилади. Туризмнинг иқтисодий ўсишини таъминловчи учинчи омил кадрлар тайёрлаш ва мутахассисларни қайта тайёрлашни ривожлантиришни молиялаштиришдир (20,3%). Халқаро бизнеснинг бу кўринишидаги стратегик режалаштиришда - энг муҳим томони шундаки, ҳар бир ривожланган давлат ўзининг туризм соҳасини ривожлантириш, унинг аниқ тадбирларини бажариш режаларига эга<sup>8</sup>. Бу режаларда йил, объект,

---

<sup>8</sup> Файзиёва Ш. Р. “Ўзбекистонда туризм ривожланишининг иқтисодий механизмини такомиллаштириш” Тошкент, 2006 й

базарувчи аниқ белгиланган ва ҳар бир бўлинма бўйича режали молиялаштиришнинг аниқ манбаси белгиланган. Туризм бўйича бундай режа куйидаги бўлимларга эга:

- инфраструктура;
- маркетинг;
- менежмент;
- халқаро бизнес;
- турмахсулот.

Айни пайтда туризмнинг моддий-техник базаси яхши эмас. Туризм энг аввало меҳмонхона хўжалигининг техник-технологик даражасидаги негативлардан ташқари унинг нотекис худудий структурага эгаллигини таъкидлаш лозим. Туризмнинг моддий-техникавий базаси республика худудида жуда нотекис тақсимланган. Ўзбекистон туризмнинг барча ишлаб чиқариш инфраструктуравий салоҳиятининг 40%и Тошкенг ва Тошкент вилоятига тўғри келади. Яна шунчаси Самарқанд, Бухоро, Хива ва Урганчга тўғри келади. Бутун Фарғона водийсига 16% тўғри келса, қолган қисми Ўзбекистоннинг бошқа минтақалари ҳиссасига тўғри келади.

Туристтик мажмуанинг қайта ислоҳ қилинишига хусусий секторни ҳам жалб қилиш учун ҳукумат собиқ иттифоқ давлатларида бозор ислохотларининг бошида қўлланилмаган чораларни амалга оширди: у савдо, аҳолига маиший хизмат кўрсатиш ва маҳаллий саноат билан биргаликда туризм соҳасини ҳам давлат тасарруфидан чиқарди ва хусусийлаштирди. Бу ҳам давлатга тегишли турбаза, меҳмонхона, дам олиш уйлари ва рекреацин объектларини хусусий шахслар, маҳаллий ва хорижий фирмалар ёки меҳнат жамоаларига сотиш орқали, ҳам туристик хизмат кўрсатишга ихтисослашган янги хусусий туристик фирмалар, хорижий корхоналар пайдо бўлишини рағбатлантириш орқали амалга оширилди. Туристтик бизнесда ўз ишини очиш учун қонунчилик белгилаган тартибда бу фаолият билан шуғулланиш ҳуқуқини берувчи лицензия олиш кифоя эди. Бу усул бозор иқтисодидаги барча давлатларда қўлланилади. Демак, иқтисодий ўзгаришдир бошланиши

билан Ўзбекистон ҳукумати олдида хўжалик юритиш соҳалари, шу жумладан туризм соҳасида янги сиёсат юргизиш масаласи кўндаланг турди.

Соҳада охириги йилларда амалга оширилган кескин ўзгаришлар қаторига “Ўзбектуризм” Миллий компаниясининг тузилишини кўшиш мумкин. “Ўзбектуризм” туризм соҳасида ягона сиёсатни амалга ошириш, барча туристик ташкилотлар фаолиятини мувофиқлаштириш масалаларини ҳал қилади, моддий-техника базаси ва инфраструктурани ривожлантиради, туризмнинг барча кўринишлари ривожланишини рағбатлантиради. Ушбу ташкилот ривожланиш стратегиясини белгилаш Ўзбекистонда туризм бизнеси келажагига сезиларли таъсир кўрсатади.

Маълумки, ҳар қандай фирманинг рақобат курашидаги ўрни ва унинг алоҳида маҳсулотларини рақобатбардошлигини маркетинг тадқиқот қилишнинг мақсади рақобат стратегиясини танлаш учун зарур ахборот йиғиш ва таҳлил қилишдир. Рақобат стратегиясини танлаш қуйидаги икки муаммони тадқиқотни натижаси билан белгиланади. Биринчидан, ушбу соҳанинг узоқ муддатли истиқболда фойдалилигини аниқлаш керак. Иккинчидан, фирма ва уни маҳсулотларининг ушбу соҳадаги бошқа фирмаларга нисбатан рақобат ўрни аниқланиши керак.

## **Хулоса**

Стратегик режалаштириш жараёни бир неча босқичдан иборат бўлади. Босқичлар ҳам моддий ишлаб чиқарувчи, ҳам хизмат кўрсатувчи, ҳам тижорат ва нотижорат ташкилотлари, ҳам катта ва кичик корхоналар учун муҳимдир. Стратегик режалаштиришнинг ҳар бир босқичи ўзига хос жиҳатларга эга бўлсада, умуман олганда, стратегик режалаштириш ишнинг умумий ёндашувларидан фойдаланиш ҳамма учун фойдали бўлиб қолиши мумкин. Хуллас стратегик режалаштиришнинг мақсади компанияга бизнес фаолияти йўналишини аниқлаштириб олиш ва компаниянинг исталган бўлим ва бўлинмаларидаги қутилмаган тўхталиши ва ўзлаштиришга қарамасдан

яшовчанлигини таъминлашга ёрдамлашишдан иборат.

**Таянч иборалар:** Стратегия, вазифа, тактика, сиёсат, коида, мижоз, корхона, ташкилот, компания, мақсад, ҳатти–ҳаракат, халқ хўжалигини ислох қилиш, стратегиясини белгилаш, туристик ташкилотлар, иқтисодий эркинликлар, иқтисодий рағбатлантириш.

### **Назорат саволлари**

1. Стратегия сўзининг мазмуни ва қандай шароитларда қўлланилади?
2. Стратегик режаларни тузиш тартиби қандай?
3. Қандай шароитларда стратегиялар муваффақиятли амал қилади?
4. Стратегик режалаштириш дегани нима?
5. Корхонани стратегик режалаштириш зарурми?
6. Стратегик режалаштириш-тадбиркорлик фаолиятининг асоси.
7. Туристтик фирманинг рақобат стратегиясини танлаш.
8. Ислохотлар жараёнининг бошланғич нуқтаси стратегия танлаш.
9. Ривожланишнинг умумий стратегиясини аниқ белгилаш.
10. Ўзбекистоннинг иқтисодиётини ислох қилиш соҳасидаги стратегик мақсадлар.

### **Тавсия этилаётган адабиётлар**

1. Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисидаги” қонуни. Халқ сўзи // 1999 йил 20 август.
2. Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг "Ўзбекистон Республикаси солиқ кодекси" ва унда туризм соҳасига оид имтиёзлар. Халқ сўзи // 1997-йил 24-апрель
3. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1998 йил августда қабул қилган №346 сонли “Туристтик ташкилотларнинг фаолиятини

такомиллаштириш” тўғрисидаги қарори - Халқ сўзи 9-август 1998 й

4. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 480 с.

5. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 192 с.

6. Бутуров И.Н. Маркетинг и менеджмент иностранного туризма. Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2005.г

7. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Учебное пособие. – М.: КНОРУС 496стр. 2005г.

8. Файзиева Ш. Р. “Ўзбекистонда туризм ривожланишининг иқтисодий механизмини такомиллаштириш” Тошкент, 2006 й

9. Основные показатели развития туризма в 2006 г. ВТО. Мадрид. 2006. 32 стр.

10. [www.interunion.ru](http://www.interunion.ru) – туристские ассоциации

## **Ш–БОБ: Туризмда инсон ресурслари менежменти**

3.1. Туризмда инсон ресурслари стратегияси.

3.2. Инсон ресурсларини режалаштириш.

3.3. Инсон ресурслари ривожланишининг ташқи ва ички омиллари.

### **3.1. Туризмда инсон ресурслари стратегияси**

Ҳозирги пайтдаги глобал рақобат ва техника ривожланишининг мислсиз тезлашиши шароитида ташкилотлар рақобатчиларининг доимий босимини ҳис қилмоқдалар. Бу эса уларни тўхтовсиз равишда маҳсулотларини мукаммаллаштириш, хизматлар сонини кўпайтириш, ишлаб чиқариш ва бошқарув жараёнларини оптималлаштиришга мажбур этади. Бошқача айтганда, замонавий компаниялар перманент ўзгаришлар ҳолатида турибдилар. Уларнинг муваффақияти кўп жиҳатдан мана шу ўзгаришларни қанчалик тез амалга оширишларига боғлиқ. XX аср охиридаги раҳбарлар тобора кўпроқ қуйидаги тезисни таъкидламоқдалар, яъни ташкилий ўзгартиришлар санъатини эгаллаш, яъни, ташкилотнинг олға ривожланишини таъминлашнинг калити инсон ресурсларидан оқилона фойдаланиш компания хизматчиларининг ижодий қувватини очишда ётади. Аммо амалда хизматчилар салоҳияти ва ундан ташкилот томонидан фойдаланиш ўртасида катта фарқ мавжуд. Раҳбарларнинг сўзлари ва амалиёт ўртасидаги бундай фарқнинг бир неча сабабларини келтириш мумкин:

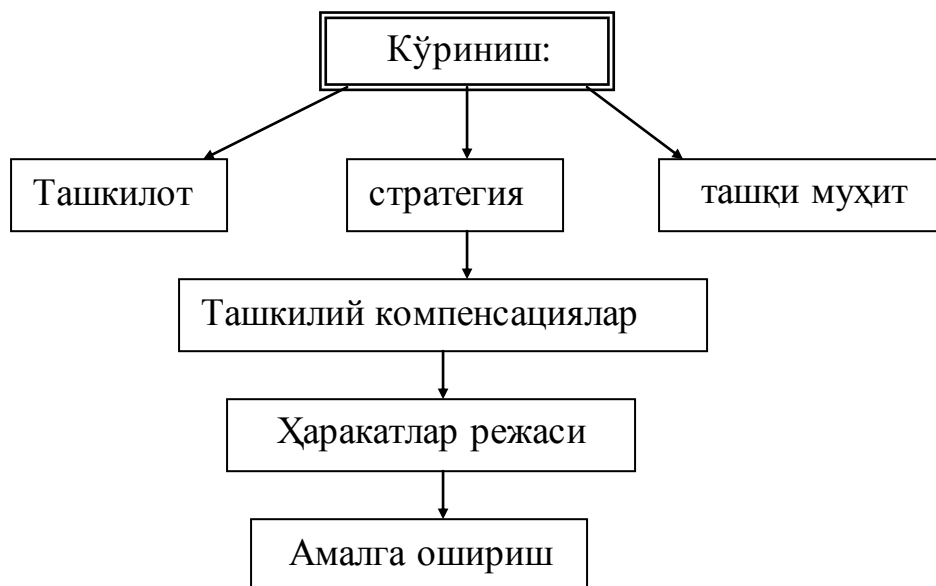
1) Персонални бошқариш ҳамон асосий фаолият билан кам боғлиқ бўлган ташкилот бошқарувининг функционал соҳаси сифатида қаралмоқда;

2) Персонални бошқариш бўлими хизматчилари ташкилотнинг ривожланиш стратегиясини билмайдилар ва бу стратегияни амалга оширилишини таъминлайдиган инсонларни бошқариш тизимини яратишга қодир эмаслар;

3) Персонални бошқаришнинг мавжуд усуллари ташкилот олдидаги вазифалардан орқада қолмоқда, хизматчиларнинг ўсишига халақит бермоқда



ва уларнинг ташкилот мақсадига эришишга қўшган ҳиссаларини чеклаб қўймоқда. Яъни, персонални бошқариш ташкилотнинг стратегиясидан четда қолиб, “ўз-ўзича” ривожланмоқда. Компания хизматчиларининг салоҳиятидан тўлиқ фойдаланишга эришиш учун раҳбарият персонални бошқариш билан боғлиқ масалаларни бутун ташкилотни ривожлантириш режаларини ишлаб чиқиш босқичида ҳисобга олиши зарур, яъни персонални бошқариш ташкилий стратегиясининг бир қисми бўлиши лозим. Стратегия деганда ташкилот ривожланишининг истикболдаги мақсадларини, уларга эришишнинг усуллари ва вақтини, шунингдек бу мақсадларни амалга ошириш даражасини баҳолаш тизимини аниқлаш тушунилади.



Ташкилотнинг миссияси унинг мавжудлик моҳиятининг ифодасидир. Одатда миссия узок давр мобайнида ўзгармайди ва шунинг учун стратегик режалаштириш жараёнида стратегик ривожланишнинг умумий йўналишини белгиловчи константа (ўзгармас кўрсаткич) сифатида қаралади. Лекин айрим ташкилотлар вақти-вақти билан ўз миссияларини қайта кўриб чиқиб, ташкилотдаги ва ташқи муҳитдаги ўзгаришларни ҳисобга олган ҳолда ўзгартириб турадилар. Ўз миссияси ва ташқи муҳит таҳлили асосида ташкилот кўриш маълум вақтта келиб эришмоқчи бўлган ҳолатини

тасвирлашни шакллантиради Кўриш умуман ташкилотни ҳам, унинг алоҳида бўлинмалари функция ёки фаолиятининг ўлчовларини ҳам характерлаши мумкин.

Стратегик режалаштиришнинг кейинги босқичи бу мақсадга эришиш йўллари белгилаш, ривожланиш стратегиясини ишлаб чиқишдан иборат. Бу ерда стратегия деганда махсус харакатлар назарда тутилмоқда. Масалан, “ресурс тежовчи технологиялар татбиқ қилиш асосида нархларни пасайтириш эвазига бозордаги улушни кенгайтириш” ёки “ўз дистрибьюторлар тизимини ташкил қилиш ва агрессив реклама компаниясини ўтказиш эвазига сотув ҳажмини ошириш”. Фойдали стратегия шакллантириш учун раҳбарият ташқи муҳит динамикаси ва ташкилотнинг ички ресурслари ҳолати ҳақида аниқ тасаввурга эга бўлиши керак чунки бу омилларнинг ўзаро боғлиқлигидан ташкилий ривожланишнинг реал динамикаси келиб чиқади. Ташқи муҳит ва ташкилотнинг ички аҳволини таҳлил қилишнинг кенг тарқалган усулларида бири СВOT-таҳлилдир (SWOT, Strengths - кучли томонлар, Weakness - камчиликлар, Opportunities - имкониятлар, Threats - хавфлар). Услуг босқичма-босқич ташкилотнинг ички ҳолатини ўрганиш ва унинг кучли ва камчилик томонларини белгилаш, шунингдек ташқи муҳитнинг ривожланиши туғдирадиган имконият ва хавфларни таҳлил қилишдан иборат. СВOT-таҳлил натижалари асосида стратегия ишлаб чиқилиб, унинг асосига ташқи муҳит берадиган имкониятлардан фойдаланувчи, камчиликларини нейтралловчи, хавфни камайтирувчи кучли томонлари қўйилади.

Ташкилот ўзининг ривожланиш стратегиясини шакллантирганидан сўнг бу стратегияни амалга оширишнинг режаларини ишлаб чиқишга ўтиш керак. Аммо бўлинмалар ва алоҳида хизматчилар учун харакатлар дастурини тузишдан олдин бу стратегияни амалга ошириш учун қандай ташкилий ваколатлар зарурлигини аниқлаш лозим. Ташкилий ваколат деганда ташкилотнинг доимий равишда махсус натижаларга эришишга қодирлигини тушунилади. Ташкилий ваколатлар қуйидагилар бўлиши мумкин: янги

маҳсулот ишлаб чиқаришни соҳада энг кам харажатлар билан ташкил қила олиш, инновацияга қодирлик, хорижда ваколатхона ва филиаллар ташкил қила олиш, янги маҳсулот ишлаб чиқаришда мижозлар эҳтиёжини ҳисобга ола билиш. Ташкилий ваколатларни кўпинча базис деб аташади, бу эса уларнинг узок муддатли характерга эга эканлиги ва ташкилот ривожланиши учун аҳамиятини таъкидлайди. Ташкилий ваколатларнинг манбаси техник имкониятлар (“Сони”нинг кичик хажмли электрон аппаратура ишлаб чиқариш имконияти), ташкилий ресурслар (“Кока-кола”нинг дунёдаги қарийб барча давлатлар аҳолисини алкоғолсиз ичимликлар билан таъминлашга қодирлиги), персоналнинг малакаси (Мак Кинзининг ташкилий ўзгаришлар режасини ишлаб чиқиш ваколати)дир.

Харакатлар режаси ишлаб чиқариш жараёнида ташкилий стратегияни ташкилотнинг ҳар бир бўлинмаси учун аниқ ташкилий-техник тадбирларга айлантирилади. Ривожланиш кўрсаткичлари, яъни ташкилот ва унинг бўлинмалари стратегия амалга оширишда, яъни базис ваколатларини эгаллашда қандай муваффақиятларга эришганларини аниқловчи объектив кўрсаткичларни белгилаш ниҳоятда муҳим ҳисобланади. Ташкилий-техник тадбирлар ва уларни баҳолаш тизими компания ва унинг бўлинмалари ҳаракат дастури ҳисобланади.

Инсон ресурсларини бошқариш стратегияси ташкилотнинг бутун персонали ва унинг ҳар бир хизматчисидан ушбу ваколатларни ривожлантириш йўллари белгилашдан иборат. Бошқача айтганда, персонални бошқариш стратегияси - бу "ташқи муҳит яратадиган имкониятлардан хизматчилар ёрдамида компаниянинг рақобатбардошлигини мустаҳкамлаш ва сақлаб қолишда фойдаланиш режаларидир". Ташкилотни режалаштириш стратегияси каби персонални бошқариш стратегияси ҳам ички ресурслар, анъаналар ва ташқи муҳитдаги имкониятларни ҳисобга олган ҳолда ишлаб чиқилади<sup>9</sup>. Инсон ресурсларини бошқариш стратегиясига мисол сифатида қуйидагиларни киритиш мумкин:

---

<sup>9</sup>Ирматов М.М. Алиева М.Т. ва бошқалар. Туризмни режалаштириш. –Т.: 2005 -167 б.

- икки йил мобайнида ишлаб чиқаришда банд бўлмаган ишчилар сонини қисқартириш ва линиядаги персонални хизмат кўрсатишнинг янги усулларига ўргатиш орқали компаниянинг ҳар бир хизматчисига тўғри келадиган сотиш ҳажмини 30%га ошириш (сервис компания);

- олий молия ёки иқтисодий таълим олган ва саноатда ишлаш тажрибасига эга бўлган, 35 ёшгача бўлган раҳбарларни фаол қидириш ва ташкилотга жалб қилиш орқали 2003 йил охирига келиб ташкилотнинг юқори раҳбарлари таркибини 20%га янгилаш;

- аср охирида компания хизматчиларини моддий рағбатлантириш ва уларнинг мулкдаги иштироки дастурларини кенгайтириш.

Юқоридаги мисоллардан кўриниб турибдики, персонални бошқариш стратегияси ташкилотнинг аниқ мақсадларига эришиш учун йўналтирилган ишларнинг йўналишини белгилайди, уларни бажариш самарасини баҳолайдиган муддат ва кўрсаткичларни ўз ичига олган. Персонални бошқариш стратегияси асосида ташкилотни ривожлантириш стратегияси ётади. Персонални бошқариш стратегиясини ишлаб чиқиш умумий ривожланиш стратегиясини амалга ошириш учун зарур бўлган ташкилий имкониятлар ва ташкилотнинг инсон ресурсларини амалдаги ҳолатини таққослаш ва улар ўртасидаги номуносивбликни белгилашдан бошланади. Одатда, бундай номуносивблик кўп соҳада мавжуд бўлади ва ташкилот уларнинг ҳаммасини тугатиш билан шуғуллана олмайди. Раҳбарият устиворликни, биринчи навбатда қайси номуносивбликка чекланган ташкилий ресурсларни йўналтиришни белгилаши керак. Устиворликларни белгилашда кўплаб ёндошишлар мавжуд. Айрим компаниялар ўз раҳбарлари ва персонални бошқариш бўйича мутахассислари тажрибасига ишониб, уларга ривожланишнинг энг долзарб йўналишларини танлаш ҳуқуқини берадилар. Бундай ёндошишнинг камчилиги шундаки, раҳбарларнинг фикрлари уларнинг ташкилотдаги аҳволларига боғлиқ бўлиб, ташкилотнинг эҳтиёжларини объектив кўрмайдилар. Кўплаб йирик компаниялар ташкилот учун ҳар бир ваколат муҳимлиги, ташкилотнинг уни даражасини самарали

оширишга қодирлиги, вақт омили, раҳбарлар фикри ва бошқа омиллардан фойдаланадилар. "Женерал электрик" қуйидагиларни баҳолаш ёрдамида устиворликларни белгилашга имкон берувчи махсус жараён ишлаб чиққан:

- 1)Ташкилотнинг ушбу ваколатга эҳтиёжи пайдо бўлишининг эҳтимоли;
- 2)Унинг ташкилот натижадларига таъсири;
- 3)Ташкилотнинг бу ваколатга таъсир қилиш, уни бошқариш ва ривожлантиришга қодирлиги.

Инсон ресурсларини бошқариш стратегиясининг устиворликларини аниқлашдаги яна бир ёндашиш ташкилотга рақобатчилардан мўътадил устунликни, сотиш хажмини ошириш, мижозлар сонини кўпайтириш, узок муддатли истиқболда харажатларни камайитириш ва даромаднинг ошишини таъминлайдиган ваколатларни танлашдан иборат. Бундай ваколатлар сирасига қуйидагиларни киритиш мумкин: ташкилий янгиликларга қодирлик, ташкилий ўзгартиришларни бошқариш ваколати, илғор ўқув юртлари билан самарали ҳамкорлик, гуруҳ билан ишлаш ва самарали ташкил этиш, бутортмачига йўналтириш. Ҳар қандай ҳолатда ҳам персонални бошқариш стратегиясининг танланган йўналиши ташкилотни ривожлантириш стратегиясига асосланган бўлиши ва уни амалга оширишга имкон берувчи ишлаб чиқариш хулқини шакллантиришга қаратилган бўлиши керак. Персонални бошқариш стратегиясини ишлаб чиқиш ташкилотни ривожлантириш стратегияси билан бир хил бўлиб, ҳаракатлар йўналишини, уни амалга ошириш вақтини, ривожланишни баҳолаш кўрсаткичларини белгилаш ва бу ҳаракатлар йўналишини амалга ошириш тадбирларининг ташкилий-техник режаларини ишлаб чиқишдан иборат. Бизнес-стратегия каби персонални бошқариш стратегиясини шакллантириш ҳам икки ёндашиш: "пастдан-юқорига" ва "юқоридан-пастга" эга. Замонавий компаниялар ўз камчиликларига эга бўлган ва бир-бирини тўлдирувчи ҳар икки ёндашишдан фойдаланадилар. "Юқоридан - пастга" ёндашишидан фойдаланишда олий раҳбарият бутун ташкилот учун персоналки бошқаришнинг умумий стратегиясини белгилайди. Бу эса кейинчалик ҳар

бир бўлинмалар учун стратегия ва режаларга бўлинади. Олий раҳбарият иштироки эвазига ташки муҳит ва унинг динамикасидаги тенденцияларини белгилашда, ташкилотни ривожлантириш стратегияси билан алоқада, бутун ташкилот учун долзарб устиворликларни аниқлашда юқори сифатларга эришилади. Олий раҳбарият томонидан ишлаб чиқилган персонални бошқариш стратегия ва режалари, кейинги даражадаги раҳбарият учун стратегия ва режаларни шакллантиришнинг асосий йўналишларини белгилаб беради. Бундай ёндашишда куйидаги бўлинмалар раҳбарлари ва хизматчиларини улар учун "бегона" режаларни амалга оширишга мотивациялаш марказий муаммоларга айланади. Бу муаммо "пастдан-юқорига" режалаштиришда камроқ долзарб бўлади. Бунда ҳар бир бўлинма ўзининг стратегия ва ташкилий-техник тадбирлар режасини ишлаб чиқади. Улар кейинчалик ташкилотнинг умумий режасига киритилади. Бундай ёндашишнинг камчилиги пастдаги бўлинмаларнинг ташки муҳит динамикасини баҳолашга, ташкилотни ривожлантиришнинг кийинлигида намоён булади. Одатда, ташкилот раҳбарияти узок муддатга (3-5 йил) мўлжалланган персонални бошқариш стратегиясини ишлаб чиқади ва бўлинмаларга юборади. Шунинг асосида ҳар бир бўлинма томонидан қисқарок муддатга мўлжалланган (1-2 йил) ташкилий-техник тадбирлар режалари ишлаб чиқилади ва улар раҳбарият томонидан тасдиқланади. Кўпинча ташки муҳит динамикасини таҳлил қилиш ва персонални бошқариш стратегиясини шакллантириш учун ташкилотнинг турли даражасидаги хизматчиларидан иборат вақтинчалик гуруҳлар ташкил қилинади (маслаҳатчилар жалб қилинади ёки жалб қилинмайди). Бу эса ташкилот ва унинг персоналига "юқоридан" ва "пастдан" қарашларни бирлаштириш имконини беради.

Ташкилотнинг миссияси каби персонални бошқариш стратегияси ҳам ҳаракатлар йўналишини қисқача баёнидан иборат бўлиб, ташкилий-техник тадбирларнинг аниқ режаларини ишлаб чиқишда ўзига хос раҳбарлик қилиши лозим. "Эй-ти-энд-ти" компаниясида персонални бошқариш

стратегиясини баён қилишдан бир неча мисоллар келтириш мумкин:

- ўзгараётган ишчи кучига ўзгарувчанроқ компенсациялар пакети тақдим қилиш;

- компания раҳбарларининг хорижий тажрибаларини кенгайтириш, компаниянинг хорижий инсон ресурсларига хурматни шакллантириш;

- раҳбарлар ривожланиши жараёнини тезлаштириш ва уни компаниянинг фаолиятини ўзгараётган шароитларига йўналтириш.

Инсон ресурсларини бошқариш стратегияси асосида ва унинг бажарилишини таъминлаш мақсадида ташкилий-техник тадбирлар режалари (ТТТ) ишлаб чиқилади. Стратегиядан фарқли равишда режалар аниқ ҳаракатлар, уларни амалга оширишнинг режалари ва усуллари, шунингдек ресурслар - инсон, моддий-молиявий ресурсларга бўлган эҳтиёжларни тасвирлайди. Одатда, режалар бир йил муддатга тузилади ва бу вақт мобайнида ўзгартирилиши мумкин. Режа ишлаб чиқиш жараёнининг самарадорлигини ва уларни амалга оширилишининг муваффақиятини таъминловчи бир неча ҳолатлар мавжуд:

- ташкилотнинг умумий стратегияси ва инсон ресурсларини бошқариш стратегияси билан мослаштирилганлик. Бу қўшимча тушунтиришларга муҳтож эмас.

- ташкилий ресурсларнинг ҳисоб-китоби. "Имкониятга қараб яшаш" тамойили инсон ресурсларини режалаштиришга тўла мос келади. Режага ташкилот бажара олмайдиган бир нечагина тадбирларни киритиш доимо самарасини бериб, персонални бошқаришнинг бутун стратегиясини бажаришга жиддий зарар етказиши мумкин.

- ташкилот ва мини-ташкилот маданиятида қарама-қаршилиқларнинг бўлмаслиги. Ҳар қандай янгилик персонал томонидан қаршилиқка ёки нейтрал муносабатга дуч келади. Бу янгиликларни қабул қилиши даражаси уларнинг ташкилий маданият билан мослигига тўғри пропорционал.

### 3.2. Инсон ресурсларини режалаштириш

“Инсон ресурсларини режалаштириш” термини анъанавий маънода қачон, қаерда, қанча, қанақа сифатли (малакали) ва қандай нархда ташкилотга ўз вазифаларини ечиш учун хизматчилар кераклигини аниқлаш жараёнини номлаш учун қўлланилади. Инсон ресурсларини режалаштиришнинг асосий вазифаси ташкилот режаларининг амалга оширилишини инсон омили – ишчилар, уларнинг сони, малакаси, ишлаб чиқариш самарадорлиги, уларни ёллашдаги харажатлар нуқтаи назаридан таъминлашдан иборат. Инсон ресурсларини номукамал режалаштириш ташкилотга қимматга тушиши ва қимматли ресурсларнинг йўқотилишига олиб келиши мумкин. Айти пайтда, инсон ресурсларини самарали режалаштириш қуйидагилар туфайли ташкилотнинг натижаларига ижобий таъсир кўрсатиши мумкин<sup>10</sup>:

- персонални бошқаришни оптималлаштириш. Деталли режалаштириш мансаб вазифаларини кенгайтириш, хизматчиларни бошқа ишга ўтказиш, ишлаб чиқариш жараёнларини қайта ташкил этиш орқали хизматчиларнинг очилмаган салоҳиятини аниқлаб, ундан самарали фойдаланиш имконини беради.

- ишга олиш жараёнини мукамаллаштириш. Режалаштириш ташкилотнинг персоналга бўлган эҳтиёжини аниқловчи манба бўлади. Бу эса номзодларни режа асосида қидириш ва ишчи кучи етишмаслиги билан боғлиқ тангликларга учрамаслик имконини беради:

- профессионал ўқитишни ташкил этиш. Инсон ресурслари бўйича режа компанияда профессионал ўқитишни режалаштириш ва ўтказиш учун асос бўлиб ҳисобланади. Бу режани пухта ишлаб чиқиш бизнес-режаларни энг кам харажатлар билан амалга ошириш имконини беради.

- персонални бошқаришнинг бошқа дастурлари ривожланиши учун

---

<sup>10</sup> Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. Учебник. –М.: Новой знание. 2005. 644 с.



асос яратиш. Персонал сони, малака тизими ўзгаришидаги тенденцияларни билиш, инсон ресурслари бўлимига компенсация, профессионал ривожланиш ва бошқа соҳаларда узок муддатли дастурлар ишлаб чиқиш имконини беради.

- меҳнат бозорида пухта ўйланган ва фаол сиёсат юргизиш орқали ишчи кучига харажатларни камайтириш. Ўзларининг узок муддатли истиқболда эҳтиёжларини билиш компанияга меҳнат бозоридаги рақибларига самарали қарши туриш ва ўзгарувчан ҳолатлардан фойда олиш имконини беради.

### **3.3. Инсон ресурслари ривожланишининг ташқи ва ички омиллари**

Ташкилотнинг ички омиллари. Ташкилотнинг ишчи кучига бўлган эҳтиёжини амалга оширилиши учун инсон ресурслари керак бўладиган мақсадларига боғлиқ. Ташкилотнинг мақсадлари узок муддатли стратегик вазифа, бизнес-стратегия, ёки бизнес-режа кўринишида тақдим қилиниши мумкин.

Агар ташкилот стратегияни ўзгартирса - янги маҳсулот ишлаб чиқаришга ўтади. Ташкилотнинг ишчи кучига бўлган эҳтиёжини ўзгаришининг яна бир манбаси - ўз хохишига кўра ишдан бушаш, пенсияга, таътилга чиқиш.

Ташқи омиллар. Ташкилот ташқи омиллари учун бир неча манбалар мавжуд: макроиктисодий кўрсаткичлар, иқтисодий ўсиш суръатлари, ишсизлик, структуравий ўзгаришлар компания стратегиясига ҳам, меҳнат бозоридаги ҳолатига ҳам катта таъсир кўрсатади. Техника ва технологиянинг ривожланиши ташкилотнинг ишчи кучига бўлган эҳтиёжини кескин ўзгартириши мумкин.

Сиёсий ўзгаришлар қонунчилик ўзгариши (солиқ режими, ижтимоий суғурта тизими) орқали инсон ресурсларига бўлган эҳтиёж ва меҳнат

бозоридаги аҳволга таъсир ўтказиши мумкин. Кўплаб омиллар таъсирида ўзгарувчан рақобат ва сотиш бозорининг ҳолати компаниянинг инсон ресурсларига бўлган эҳтиёжга тўғридан-тўғри таъсир кўрсатади. Ташкилот маҳсулотига талабнинг тез ўсиши кўшимча ишчи кучи олишнинг индикатори ҳисобланади.

## **ХУЛОСА**

Инсон ресурсларини бошқариш стратегияси ташкилотнинг бутун персонали ва унинг ҳар бнр хизматчисидан ушбу ваколатларни ривожлантириш йўллари билан белгилашдан иборат. Бошқача айтганда, персонални бошқариш стратегияси - бу "ташқи муҳит яратадиган имкониятлардан хизматчилар ёрдамида компаниянинг рақобатбардошлигини мустаҳкамлаш ва сақлаб қолишда фойдаланиш режаларидир". Ташкилотни режалаштириш стратегияси каби персонални бошқариш стратегияси ҳам ички ресурслар, анъаналар ва ташқи муҳитдаги имкониятларни ҳисобга олган ҳолда ишлаб чиқилади.

**Таянч иборалар:** инсон ресурсларидан самарали фойдаланиш; хизматчиларнинг ижодий энергияларини очиш; инсон салоҳиятидан максимал фойдаланиш; ҳаракатлар дастурини ишлаб чиқиш; бошқариш стратегиясини белгилаш.

## **Назорат саволлари**

1. Туризмда инсон ресурслари стратегияси.
2. Инсон ресурсларини режалаштириш.
3. Ҳозирги вақтдаги глобал рақобат ва техника ривожланишининг мисилсиз тезлашиши.
4. Ташкилотлар рақобатчилиқнинг доимий босими.
5. Ташкилотнинг натижаларига ижобий таъсир кўрсатиш.

6. Персонални бошқаришни оптималлаштириш, режалаш-тириш мансаб вазифаларни кенгайтириш.

7. Хизматчиларни бошқа ишга утказиш, ишлаб чиқариш жараёнинин кайта ташкил этиш.

8. Персонални бошқаришнинг бошқа дастурлари ривожлан-тириш.

9. Мехнат бозорида пухта уйланган ва фаол сиёсат юргизиш.

10. Инсон ресурслари ривожланиш имкониятлари ва хавф-ларини таҳлил қилиш.

### **Тавсия этилаётган адабиётлар**

1. Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисидаги” қонуни. Халқ сўзи // 1999 йил 20 август.

2. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1998 йил августда қабул қилган №346 сонли “Туристтик ташкилотларнинг фаолиятини такомиллаштириш” тўғрисидаги қарори - Халқ сўзи 9-август 1998 й

3. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. Учебник. –М.: Новой знание. 2005. 644 с.

4. Medlik, Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. Printed and bound in Great Britain by Biddles Ltd -3<sup>rd</sup> ed, 2003.-256б.

5. Richard Sharpley and David J. Telfer, Tourism and Development: Concepts and Issues, Printed and bound in Great Britain by Cambrian Printers Ltd. 2002 300б.

6. Ирматов М.М. Алиева М.Т. ва бошқалар. Туризмни режалаштириш. Тошкент, 2005 -167б.

7. Жукова. М.Ж., Менеджемент в туристском бизнесе. Учебное пособие. –М. Финансы и статистика, 2005 -288стр.

## **IV-БОБ. Туризмни ривожлантиришнинг миллий моделини танлаш**

- 4.1. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг рекреацион ресурслари.
- 4.2. Туризмни ривожлантиришнинг иқтисодий моделини ишлаб чиқиш.
- 4.3. Туризмни ривожлантиришнинг миллий моделини тадбиқ қилиш босқичлари.

### **4.1. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг рекреацион ресурслари**

Ўзбекистон туризмни ривожлантиришнинг ўз дастурини яратиш имконияти жаҳон туристик оқимининг 40%и тарихий давлатларга қизиқишига асосланади. Ўзбекистоннинг туристларда катта қизиқиш уйғотадиган ўзига хос тарихи бор. Бу ўз навбатида туризмни миллий иқтисодиётнинг энг истиқболли соҳаси деб эълон қилишга имкон берди. Республикада мавжуд барча ресурслардан унумли фойдаланиш учун туризмни бозор асосида ривожлантириш объектив заруриятга айланмоқда. Яъни миллий қадриятлар, анъаналар, тарих ва ўзбек халқининг меҳмондўстлигини эътиборга олиб соҳада бозор муносабатлари ривожланишини рағбатлантириш лозим. Чунки фақат туристик ташкилотлар рақобати ва юқорида саналган миллий ресурслардан оқилона фойдаланиш орқали беназир ва фақат бизнинг юртга хос рақобатбардош хизматларни кўрсатишни янги даражага кўтариш мумкин. Бу республикага хорижий туристлар оқими ва шу орқали валюта тушумларини оширади. Ушбу бобда Ўзбекистонда туристик бизнесни ривожлантиришнинг миллий шакллантириш учун асосий мақсад - аҳоли турмуш даражасини яхшилашга ёрдам берадиган иқтисодий модел ишлаб чиқишдан бошлаш керак.

Республикада халқаро туризмни ривожлантиришда тарихий-маданий обидалар билан бир қаторда дам олиш, ҳордиқ чиқариш учун хизмат қиладиган туристик объектларнинг ҳам мавжудлиги муҳим аҳамиятга эгадир. Бунга мисол қилиб ҳар йили ўн миллионлаб туристларни ўзига жалб қилиб, муваффақият билан ишлётган Европадаги паркларини олишимиз мумкин. Булар ичида Париж “Диснейленд”ининг фаолиятини таҳлил қилганимизда ҳар йили бу ерга уртача 15 млн га яқин туристлар ташриф буюришини гувоҳи бўламиз. Ўзбекистонда ҳам шу каби парклар сонини кўпайтириш имконияти етарли ҳисобланади. Тошкентда 1997 йилдан бошлаб Диснейленд ва Аквапарк фаолият кўрсатиб келмоқда, лекин бундай парклар сонини кўпайтириш, хизмат сифатини яхшилаш ва фаолиятини янада кенгайтириш учун чет эл инвестицияларини жалб қилиш, техник имкониятларини кенгайтиришни талаб қилинади. Ривожланган мамлакатлар тажрибаси бу йўлнинг энг самарали ва келажаги порлоқ эканлигидан далолат бериб турибди.

Ўзбекистон Республикасида туризмнинг ривожланишида туристик ташкилотларнинг ва тадбиркорларнинг ўрни келажакда янада ортиб бориши кутилмоқда. Буни “Ўзбектуризм” МК фаолияти мисолида кўриш мумкин. Ҳозирда республикада 450 дан ортиқ туристик фирмалар мавжуд бўлиб, уларнинг иш жараёни Миллий Компания томонидан назорат қилиб борилмоқда. Бизга маълумки, жаҳон тажрибасида туризмни ривожлантириш учун қуйидаги иқтисодий моделлар қўлланилади: марказдан бошқариш, бозор ва монетар ривожланиш йўллари. Республикада туризм асосан марказлашган бошқарув усулида ривожлантирилмоқда. Ривожланаётган мамлакатларда туризм иқтисодиётининг бозор модели қўлланилади ва бунда кўпгина кўрсаткичлар давлат томонидан (солиқлар, меъёр ва нормативлар) бошқарилиб турилади. Бозор иқтисодиёти шароитида туризм соҳасининг монетар бошқарув модели молиявий бошқаришга асосланади. Бундай бошқарув туристик маҳсулотнинг ўсишига олиб келади. Халқаро туризмнинг

бундай тартибга солиниши ҳозирда Япония, Франция, Италия каби туризм ривожланган мамлакатларда йўлга қўйилган.

#### **4.2. Туризмни ривожлантиришнинг иқтисодий моделини ишлаб чиқиш**

Маълумки, бозор моделидан ташқари марказлашган ва монетар модел мавжуд. Ўзбекистонда асосан туризм ва умуман иқтисодиёт марказлашган моделда ривожланган. Марказлашган модел бозорнинг барча агентларининг иқтисодий ва молиявий фаолияти марказлашган бошқарувга эгаллиги билан характерланади. Бундай модел туристик саноатнинг самарали ривожланишига имкон бермайди. Марказлашган моделда ҳаракат эркинлиги ва мукамаллаштириш рағбатлари мавжуд бўлмай, у инсон омили ролининг ошиши ва меҳнат унумдорлиги ошишига имкон бермайди.

Туризм соҳасини ривожлантиришнинг бозор модели туристик хизматларга бўлган талаб ва таклифнинг структуравий ўзгаришларига суянади. Бозор модели асосий бўлган давлатларда ривожланиш солиқ ва турли нормативлар орқали тартибга солинади. Ривожланишнинг монетар модели иқтисодий тизим ишлашига молиявий тартиблаш йўли билан, нарх, тариф ва кредитлаш тамойилларини ўзгартириш орқали таъсир кўрсатади. Яъни молиявий кредитли тартиблаш орқали иқтисодий ўсишга эришилади. Бу ерда таъкидлаш керакки, монетар модел бозор муносабатлари мавжуд бўлганда энг яхши самара беради. Ҳозирги кунда Ўзбекистонда бозор муносабатлари тўлиқ шаклланган деб бўлмайди. Бозор иқтисодиёти шароитида ва бозор муносабатлари ривожланиши натижасида Ўзбекистонда туризм соҳасини ривожлантириш учун қулай шарт-шароитлар юзага келаётганлиги, туризмнинг республика иқтисодиётига янада интеграцияланиши мамлакат иқтисодиётида муҳим аҳамият касб этмоқда. Жаҳон иқтисодиёти тажрибасидан маълумки, туризм соҳаси мамлакат хазинаси учун зарур бўлган валюта тушумини таъминлаш, янги иш

жойларини вужудга келтириш ва шу билан биргаликда аҳолининг турмуш даражасини кўтариш учун хизмат қилади. Республикамиз халқаро туризм соҳасидаги имкониятларининг катталиги билан кўшни мамлакатлардан тубдан фарқ қилади. Ўзбекистоннинг географик ўрни ниҳоятда қулай, ажойиб табиий иқлим шароитига эгаллиги инсоният маданий таракқиётида ҳам катта ўрин тутди. Ўзбекистон нодир тарихий архитектура ёдгорликларига, ширин-шакар мевалар, хилма-хил таомлар, ажойиб миллий анъана, урф-одатга эга бўлган меҳмондўст халққа эга. Буларнинг барчаси чет эллик туристлар эътиборини ўзига тортади ва кишиларни лол қолдиради. Халқаро туризмни ривожлантиришда Ўзбекистонда мавжуд бўлган сиёсий барқарорлик ҳам муҳим ўрин тутди.

Аммо халқаро туризм таракқиёти даражасини юқори босқичга олиб чиқишда ҳали кўп ислохотларни амалга ошириш, кечиктириб бўлмас чораларни белгилаш ва уларни жадаллик билан ҳаётга тадбиқ этиш лозим бўлади.

#### 4.2-Жадвал

##### Ўзбекистонга ташриф буюрган хорижлик туристлар

Йиллар	Туристлар Минг киши	Ўтган йилга Нисбатан ўсиш, %
2004	272.0	7.6
2003	274.0	0.7
2003	306.0	11.9
2001	326	10.3
2003	330	12.4

Манба: “Ўзбектуризм” МК. 2006 й.

### **4.3. Туризмни ривожлантиришнинг миллий моделини тадбиқ қилиш босқичлари**

Марказлашган иқтисодий моделдан бозор, кейинчалик эса монетар-бозор моделга ўтиш – узоқ ва мураккаб жараён. Бозорга ўтишнинг биринчи босқичида Ўзбекистоннинг ички ва ташқи туризмдаги инқирозининг чуқурлашишини тўхтатиш керак. Туризм саноати ривожланишининг барқарорлашиши фақат бутун иқтисодий тизимнинг барқарорлашганда мумкин бўлади.

Туризм ривожланишининг иккинчи босқичида иқтисодиётда шаклланаётган бозор муносабатларини ҳисобга олган ҳолда тарихий объектлар қайта тикланиши лозим. Иккинчи босқич бозорга ўтиш босқичи ҳисобланади. Унда туристик объектлар хусусийлаштирилади, нарх ва тарифлар, турли имтиёзлар бериш эркинлаштирилади. Бу босқичда туризм ривожлантиришнинг рағбатлантириш механизми шакллантирилади, норматив базаси яратилади.

Кейинги босқич туризмда ҳам бутун иқтисодиётда ҳам тадбиркорликни ривожлантиришни кўзда тутиши лозим. Туристларга хизмат кўрсатувчи хусусий, қўшма ва ҳиссадорлик компанияларининг сонини кўпайтириш амалга оширилади.

Тўртинчи босқичда туристик хизматларнинг нархи ва тарифлари эркинлаштирилади. Талаб ва таклифга қараб бозор баҳолари ўрнатилади. Нархларнинг эркинлаштирилиши кўрсатилаётган хизматлар сифатини оширишга ёрдам беради. Бу хизмат сифатини яхшилашга имкон берувчи рақобатнинг кучайиши туфайли рўй беради. Ўзбекистонда туризмда тадбиркорликни ривожлантириш ва туристик ташкилотлар орасидаги рақобат асосида бозор муносабатларини шакллантириш зарур. “Ўзбектуризм” Миллий компаниясининг монопол ҳолати туризмни ривожланишини тартиблашда ишлатилмоқда, яъни компаниянинг ҳоқимияти янги иқтисодий модел яратишда ишлатилмоқда. Миллий компания муносиб



рақобатчилар шаклланишига, улар хорижда ҳам рақобат қилишларига ёрдам бермоқда. “Ўзбектуризм” МК монопол ҳолати республикани халқаро ярмаркаларда намоён қилишда фойдаланилмоқда. Шунга қарамасдан яқин келажакда бошқа фирмалар ривожланишни рағбатлантириш учун компаниянинг ҳокимияти чекланиши лозим.

Ўзбекистонда асосан танишиш туризми ривожланган яъни, тарихий объектларга бориш. Аммо республикада экологик туризм, шу жумладан унинг саргузашт турлари - “рафтинг”, от ва спорт туризмини ривожлантириш учун ҳамма имконият мавжуд. Бутун дунёда экологик ва саргузашт туризмнинг ривожланиши туризм саноатининг айнан шу соҳасини ривожлантиришга эътибор қаратишга ундайди. Ўзбекистон меҳмонларга турли-туман турлар: жазирама чўл бўйлаб саёҳат, доимий қорли чўққиларда чанги трассалари, ов ва балиқ ови, дельтапланда учиш ва альпинизмни таклиф қилади. Туризмнинг турли кўринишларини ривожлантириш учун диверсификацияланган солиқ тизимини киритиш керак.

Ўзбекистонда бозор муносабатларини ривожлантириш ва “Ўзбектуризм” МКга муқобил туристик ташкилотларнинг шаклланишини рағбатлантириш зарур. Бундан ташқари республика туристик компанияларнинг жаҳон бозорига янги турмаҳсулотлар билан чиқишини амалга ошириш керак. Ҳозирги кунда туризмда халқаро фаолият билан фақат “Ўзбектуризм” миллий компанияси шуғулланади.

Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримов фармони билан туристик соҳани ривожлантириш, шунингдек жаҳон туристик бозорига кириш бўйича вазифалар белгиланган. “Ўзбектуризм” МК туризм соҳасида ягона сиёсатни амалга ошириш, республикадаги барча туристик ташкилотлар фаолиятини мослаштириш, туризмнинг барча кўринишларини ривожланишини рағбатлантириш, моддий-техник база ва инфраструктурсини ривожлантириш, юқори малакали кадрлар тайёрлаш масалаларини ҳал қилади.

Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг 1995 йил 2

июндаги фармонига мувофиқ чоп этилган махсус халқаро туристик реклама-ахборот нашри - республикада биринчи ўзбек, рус, инглиз тилларидаги Ипак йўли - Шелковый путь - Silk Road” газетасининг чиқиши республика маданий ҳаётида сезиларли воқеа бўлди. Ўқувчиларнинг кенг доирасига мўлжалланган, ҳар бир сони бир неча унлаб рангли суръатлар билан безатилган бу газета мамлакатда ва хорижда илиқ кутиб олинган.

Компания йирик халқаро туристик биржалар - Лондон, Берлин, Милан, Москвадаги ярмаркаларда қатнашиб лойиҳани халқаро даражага кўтариш бўйича иш юритмоқда. Япония ва Техрондаги “Ипак йўли”га бағишланган БТТнинг семинарларида Ўзбекистон халқаро лойиҳанинг жўғрофий маркази қилиб белгиланган. “Ўзбектуризм” МК фаол халқаро фаолияти БТТнинг 1997 йил октябрда Истамбулда ўтган 12-бош ассамблеясида эътироф этилди. Бу ерда Ўзбекистон Франция ва Италия билан биргаликда БТТнинг ижроия кенгашига аъзо этиб сайланди.

“Ўзбектуризм” МК сервис хизматини яхшилаб, соҳага хорижий инвестицияларни жалб қилиш бўйича муваффақиятли ишламоқда. Ўзбекистоннинг туризм бозорида машҳур халқаро компания ва фирмалар – “Интерконтиненталь”, “Ле-Мередиан” ва бошқалар мустаҳкам ўрин эгалламоқда. Бир қанча муваффақиятли амалга оширилган лойиҳаларни келтириш мумкин: Ўзбек-Малайзия кўшма “Отель Ўзбекистон” корхонасининг ташкил этилиши, “Ле-Меридиан-Ташкент” меҳмонхона мажмуининг тўлиқ мулк қилиб сотилиши,. “Инпро” немис фирмаси томонидан “Шодлик - Палас Отель” меҳмонхонаси ишга туширилди ва “Фон Кюртен Хотелз энд Консалтинг” Германия фирмасига менежментга топширилди. Самарқанд ва Бухорода халқаро классдаги отеллар ишга туширилди. Хитойлик ҳамкорлар билан “Зиёрат” меҳмонхонаси (Фарғона) реконструкция қилинди.

“Ўзбектуризм” МКси БТТ билан биргаликда БМТнинг ривожланиш дастури кўмагида “Ўзбекистонда туризмни барқарор ривожлантириш” миллий концепциясини ишлаб чиқиш учун халқаро эксперт гуруҳини ташкил

қилди. Бу гуруҳга Майкл Жозеф Мак Налти раҳбарлигида Ўзбекистон, Буюк Британия, Ирландия, АКШ ва Ҳиндистонлик юқори малакали мутахассислар кирган. Ушбу лойиҳанинг мақсади - мамлакатга кўп сонли хорижий туристларни жалб қилиш, туристик бизнесни иқтисодийнинг энг даромадли соҳаларидан бирига айлантириш, туризмнинг замонавий кўринишларини ривожлантириш, кадрларни профессионал тайёрлашни мукамаллаштириш, жаҳон бозорига чиқа оладиган рақобатбардош турмаҳсулот ва кучли саноатни яратиш.

Ўзбекистонда туризмни тезроқ ривожлантириш учун республика ҳудудида Буюк ипак йўли шаҳарлари – Самарқанд, Бухоро, Хива ва Тошкентда туризм бўйича эркин иқтисодий ҳудудлар ташкил қилиш зарурияти тутиляпти. Туристлик ҳудудлар республикага хорижий туристлар оқими ва шу орқали валюта тушумининг кўпайишига имкон яратади.

Туризм бўйича эркин иқтисодий ҳудуд - туризм ривожланишини рағбатлантириш, хорижий инвестицияларни, туристик технологияларни ва бошқариш тажрибасини жалб қилинишини таъминлайдиган Ўзбекистон Республикаси шаҳарлари маъмурий чегаралари доирасидаги махсус режимли ҳудуддир. Эркин иқтисодий ҳудудлар Ўзбекистонда ривожланган туризм саноатини яратиш учун хорижий ва маҳаллий капитал жалб қилишга ёрдам бериши кутилади. Бундан ташқари эркин ҳудудлар туризмни иқтисодийнинг устивор соҳасига айлантиради.

Юқоридаги мақсадларга эришиш учун эркин иқтисодий ҳудудлар қуйидаги вазифаларни бажариши керак<sup>11</sup>:

- республикада туризмни ривожланиши самарадорлигини ошириш-ташкилий тизимни, туристик фаолиятни бошқаришнинг иқтисодий механизмини мукамаллаштириш ва шунинг асосида рақобатбардош турмаҳсулот яратиш;

- Ўзбекистон иқтисодийига хорижий инвестицияларни жалб қилиш учун қулай муҳитни таъминлаш, туризм соҳасида инвестицион лойиҳалар

---

<sup>11</sup>Ирматов М.М. Алиева М.Т. ва бошқалар. Туризмни режалаштириш. –Т.: 2005 -167 б.

ишлаб чиқиш ва олға суриш;

- туристик ташкилотларнинг экспорт салоҳиятини ривожлантириш, импорт ўрнини босувчи маҳсулот ишлаб чиқариш, янги иш ўринлари ташкил қилиш;

- туризмнинг замонавий инфраструктурасини шакллантириш, янги ахборот тизимлари ва илғор технологияларни татбиқ этиш йўли билан ўзбек турмаҳсулотларини хориждаги туристик бозорларга чиқариш;

- туристик салоҳиятдан самарали фойдаланиш, янги туристик ҳудудларни ўзлаштириш, миллий боғлар, музейлар, халқ хунармандчилиги марказлари ташкил қилиш, совғалар ва турмаҳсулотлар сотиш тизимини кенгайтириш.

Туристлик фаолият самарадорлигини ошириш кўп жиҳатдан ташкилотнинг даражаси ва хизматлар сифатига боғлиқ. Туризмни ривожлантиришнинг миллий моделида хизматлар сифати кўп жиҳатдан кадрлар тайёрлашнинг даражасига боғлиқ. Малакали мутахассисларсиз ҳеч қандай ўзгартиришлар исталган самара бермайди. Шунинг учун кадрлар тайёрлаш жараёни туристик саноат ва туризм ривожланиши учун жуда муҳим ҳисобланади. Шу муносабат билан қуйидагилар буйича самарали чоралар қурилиши керак:

- туристик касблар обрўсини кўтариш ва биринчи навбатда ёшларни туризм соҳасида ишлашга жалб қилиш;

- туризм бўйича фанларни мактаб, ўрта ва олий ўқув юртлари режасига киритиш, шунингдек туризм соҳасида таълим берувчи махсус ўқув юртлари тизимини ташкил қилиш. Уларда халқаро андозалар бўйича ўқув дастури ишлаб чиқиш, бу дипломларни ўзаро тан олиш ва туристик персонал айирбошлашни енгиллаштиради;

- бу соҳадаги ЮНЕСКО маслаҳатларига мувофиқ ўқитувчиларни ўқитиш, узлуксиз таълим жараёни ва даражасидан қатъий назар барча туристик персонал ёки ўқитувчилар учун малака ошириш курсларини ўтказишга ёрдам бериш;

- туризм ривожланишида оммавий-ахборот воситаларининг жуда муҳим ролини тан олиш.

Бу дастурни амалга оширишда анча қадамлар қўйилди. 2003 йил ёзидан ТДИУда халқаро туризм факультети фаолият кўрсатмоқда. Факультетнинг асосий вазифалари қилиб қуйидагилар белгиланган:

- туризмнинг барча йўналишлари бўйича мутахассислар тайёрлаш ва малакасини ошириш;

- халқаро ва ички туризм ривожланиши истикболларини тадқиқ қилиш;

- туризм бизнеси ривожланишида устивор йўналишларни аниқлаш;

- ўрганиш туризмни мукамаллаштиришга қаратилган ўқув режалари ва дастурлари ишлаб чиқиш;

- туризм саноатини ва халқаро туризм бўйича мутахассислар тайёрлаш таълим мажмуини мукамаллаштириш мақсадида хорижий туристик ташкилотлар, ўқув ва илмий-тадқиқот ташкилотлари ва манфаатдор шахслар билан ҳамкорлик қилиш.

## ХУЛОСА

Шуни таъкидлаш керакки ҳозирги пайтда Ўзбекистонда миллий устунликлар ва жаҳон тажрибасидан фойдаланиб туристик саноат ривожланишининг бозор моделини яратиш керак. Босқичма-босқич равишда марказлашган бошқарувдан бозор муносабатларига ўтиш керак. Бу хусусий тадбиркорликни ривожлантирилганда ва бозорда рақобат ҳосил қилинганда мумкин бўлади Бозор тизимига самарали ўтиш учун шунингдек ўзбек туристик фирмаларининг ривожланиши ва уларнинг турмаҳсулотлар билан жаҳон бозорига чиқишига ёрдам берадиган туризм бўйича эркин иқтисодий ҳудудлар ташкил қилиш мақсадга мувофиқ. Туризмда халқаро фаолиятни амалга ошириш ва миллий компанияларнинг халқаро туристик ярмаркаларда иштироки, юқори малакали кадрлар тайёрлаш Ўзбекистонда туризмни

ривожлантиришнинг бозор моделининг тезроқ шаклланишига ёрдам беради.

**Таянч иборалар:** ноёб тарих, бозор муносабатларини ривожлантириш; Ўзбекистон халқининг миллий қадриятлари ва анъаналари; туризм саноати ривожланишини барқарорлаштириш; туризм объектларини хусусийлаштириш; туризм ривожланишининг норматив асосини яратиш; туризмда тадбиркорлик ривожланишини рағбатлан-тириш; туризм кўринишлари.

### **Назорат саволлари**

1. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг рекреацион ресурслари.
2. Туризмни ривожлантиришнинг иқтисодий моделини ишлаб чиқиш.
3. Ўзбекистон туризмни ривожланишнинг ўз дастурини яратиш.
4. Туризм соҳасини ривожлантириш.
5. Бозор модели туристик хизматларга бўлган талаб ва таклифнинг ўзгаришлари.
6. Бозор модели асосий давлатларда ривожланиши.
7. Солиқ ва турли нормативлар орқали тарибга солиш.
8. Ўзбекистонда бозор муносабатларини ривожлантириш.

### **Тавсия этилаётган адабиётлар**

1. Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисидаги” қонуни. Халқ сўзи // 1999 йил 20 август.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбектуризм” МҚсини ташкил қилиш” тўғрисидаги фармони № ПФ-447 27 июль 1992 йил. // Халқ сўзи. 1992 йил 27 июль.
3. Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг "Ўзбекистон Республикаси солиқ кодекси" ва унда туризм соҳасига оид имтиёзлар. Халқ сўзи // 1997-йил 24-апрель

4. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1998 йил августда қабул қилган №346 сонли “Туристик ташкилотларнинг фаолиятини такомиллаштириш” тўғрисидаги қарори - Халқ сўзи 9-август 1998 й
5. Крылова Г.Д. Основы стандартизации, сертификации, метрологии: Учебник - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 671с.
6. Ирматов М.М. Алиева М.Т. ва бошқалар. Туризмни режалаштириш. Тошкент, 2005 -167б.
7. Жукова. М.Ж., Менеджмент в туристском бизнесе. Учебное пособие. –М. Финансы и статистика, 2005 -288стр.
8. Бутуров И.Н. Маркетинг и менеджмент иностранного туризма. Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2005.г
9. Боголюбов В.С. Экономика туризма: Учебное пособие. - М.: Академия, 2005. - 192 с
10. Файзиева Ш. Р. “Ўзбекистонда туризм ривожланишининг иқтисодий механизмини такомиллаштириш” Тошкент, 2006 й
11. Tourism: 2020 vision, Madrid, 1997, 21стр.

## **V- БОБ. Ўзбекистонда халқаро туризм ривожланиши имкониятларини таҳлил қилиш**

5.1. Ўзбекистонда туризм индустриясининг ҳозирги ахволи.

5.2. Ўзбекистоннинг тарихий шаҳарларида эркин туристик ҳудудни ташкил этиш.

5.3. Ўзбекистонда халқаро туризм ривожланишининг истиқболлари.

### **5.1. Ўзбекистонда туризм индустриясининг ҳозирги ахволи**

1992 йили “Ўзбектуризм” Миллий Компаниясининг вужудга келиши ва бу ташкилотнинг 1993 йили Бутун жаҳон туризм ташкилотига аъзо бўлиб кириши Ўзбекистон туризми таракқиётида қўйилган ўлкан қадам бўлди. Республикада халқаро туризмни янги босқичга кўтариш ва самара билан фаолият кўрсатишга мос келадиган янги шароит ва механизм вужудга келди.

Ўзбекистон тарихида ва айниқса бу ўлкада туризм ривожланиши тарихида “Буюк Ипак Йўли”нинг тутган ўрни ва моҳияти ниҳоятда чексиз.

Бир неча асрлар давомида заминнинг Ғарб ва Шарқда истиқомат қилган халқларни Жанубий-Шарқий Осиёдан Ўрта-ер денгизи мамлакатларигача чўзилган ва “Буюк Ипак Йўли” деб ном олган савдо-сотик йўли бир-бири билан боғлаб турар эди. Бу йўлга “Ипак Йўли” деб ном берилишининг асосий сабаби бу ердан ташиладиган маҳсулотлар ипак бўлганлигидандир. Ипак тайёрлаш билан боғлиқ бўлган сирни Хитой усталари минг йиллар давомида одамлардан яшириб келган эдилар. Аммо “Буюк Ипак Йўли” орқали ташилган маҳсулотлар фақат ипакдангина иборат бўлмай, балки бу йўл орқали бронза, чинни, жун, хом ашёлари ва улардан тайёрланган буюмлар ҳам ташилар эди. “Буюк Ипак Йўли” қарийиб икки минг йиллик тарихга эга. Бу йўл асосан Италиядан Туркия орқали Ироқ ва Эронга борган. У ердан эса Марказий Осиё ҳамда Шимолий Помир орқали Қашқар ва Ёркендгача бориб бу ерда йўл иккига ажралган ҳамда шимол



томондан Такла-Макон саҳросини айланиб ўтиб, Лобнор кўли яқинида яна кўшилган ва Хитойга кетган.

Буюк ипак йўлида Туркистон ҳудуди етакчи ролни бажариб келган, у ҳудуддаги Самарқанд, Бухоро, Хива, Термиз, Хўжанд, Чоржўй каби қатор шаҳарлар ипак йўлидаги асосий манзиллар бўлган. Ўзбекистон ўзининг қулай географик ўрни туфайли бу тарихий йўлда марказий ўринни эгаллаган. “Буюк Ипак Йўли” кўп асрлар давомида кишилиқ маданиятининг вужудга келишида катта ўрин тутган.

Немис олими Рихтгофен XX асрга келиб Ипак Йўлининг шон-шухрати маълум даражада ўз моҳиятини йўқота бошлади деган эди. Эндиликда унинг номи яна тез-тез тилга олинадиган бўлди ва унинг тарихда тутган ўрни ҳамда аҳамиятини тиклаш, бу йўлда туризмни ривожлантириш каби мақсадларни мўлжаллаб, 1994 йилнинг октябрь ойида Бирлашган Миллатлар Ташкилоти ва нуфузли ташкилот Юнеско иштирокида Ўзбекистонда Жаҳон туристик ташкилотининг кенгаши бўлиб ўтди ва кенгаш аъзолари Ипак йўли бўйлаб туризм фаолиятини тиклаш ва ривожлантиришга қаратилган Самарқанд Декларацияси қабул қилинди.

1995 йил июнь ойида Республикамиз Президенти И.Каримов “Буюк Ипак Йўлининг тикланишида Ўзбекистон Республикасининг иштирокини фаоллаштириш ва Республикада халқаро туризмни ривожлантириш бўйича чора-тадбирлар тўғрисида”ги фармонга имзо чекди.

1995 йил октябрида Тошкент шаҳрида “Ипак Йўлида туризм” номи билан биринчи туристик ярмарка утказилди. Шундан бери бундай ярмарка ҳар йили ўтказилиб келинмоқда. Бу ярмаркаларда тузилган шартнома ва контрактлар туризмни янада ривожлантириш, Республиканинг туризмга оид имкониятларини самара билан ишга солиш ҳамда “Буюк Ипак Йўли”га хос бўлган қадимги анъаналарни тиклаш бобида кенг йўл очиб берди.

Ўзбекистонда халқаро туризмни янада юқори босқичга кўтаришда 1999 йил 20 августда қабул қилинган “Туризм тўғрисида қонун” алоҳида ўрин тутди. Бу қонун мамлакатимизда туризмни кучайтириш ва туризмга

хизмат қилиши лозим бўлган инфраструктурани вужудга келтириш имконини беради.

Туризмни ривожлантиришга оид Фармон ва қарорларни бажариш ва Республикада туризм тараққиёти учун зарур бўладиган ўлкан имкониятлар мавжудлигидан оқилона фойдалана билиш лозим. Тошкент шаҳри ва вилоятида туризм салоҳиятининг 36%и жамланган. 73%дан ортиқ йирик инфраструктура турт вилоят (Тошкент, Самарқанд, Бухоро Хоразм) ва Тошкент шаҳрида жойлашган. Фарғона водийси 19% туризм инфраструктурасига эга.

## **5.2. Ўзбекистоннинг тарихий шаҳарларида эркин туристик ҳудудни ташкил этиш**

Мамлакатимизда халқаро туризмни ривожлантириш ва уни янги босқичларга кўтариш борасида, энг аввало кўхна маданий ва архитектура ёдгорликларига бой бўлган Самарқанд, Бухоро, Хива, Шаҳрисабз каби марказлар устида тўхтаб ўтиш зарур. Бу шаҳарларда жаҳон аҳлини ҳайратга солувчи ва лол қолдирувчи тарих ёдгорликлари мавжуд. Ер юзининг турли мамлакатларида истиқомат қилувчилар бу шаҳарларни ўз кўзлари билан куриш орзусида яшайдилар. Кўп мамлакатларда Ўзбекистон ана шу шаҳарлари ила машҳурдир. У шаҳарларда қад кўтарган қурилиш санъати хориждан келган туристларни ҳайратга солади. Ўзбекистоннинг ана шундай тарихий шаҳарларини бемалол Шарқнинг жавоҳирлари деб аташ мумкин. Шоирлар, ёзувчилар, тарихчилар бу шаҳарларнинг ажойиб чиройи, уларда яшаган ҳунармандлар, архитекторларнинг ишларига қойил қолганлар.

Самарқанд жаҳоннинг энг кўхна шаҳарларидан бири. У Бобил, Рим, Афина шаҳарларига тенгдош. Самарқанд ҳақидаги энг дастлабки ахборотлар эрамиздан олдинги IV асрга таалуқлидир. Ўша пайтларда Мароканд номи билан машҳур бўлган бу шаҳар узунлиги 10 километрдан ортиқроқ бўлган кудратли мудофа деворларига эга бўлган.

Мураккаб тарихий йўлни босиб ўтган Самарқанд ўз тарихида бир неча марта гуллаб яшнади ва харобаликка ҳам учради. У жаҳоннинг ҳар бир шаҳри каби жамият тарихий тараққиётининг объектив қонунлари асосида шаҳар сифатида қад кўтарди ва ривожланди.

Самарқанд халқ маданиятининг бебаҳо хазинаси ҳисобланади. Кўп шоирлар, ёзувчилар, тарихчилар, сайёҳлар уни ҳақли равишда “Жаҳоннинг қимматбаҳо гавҳари”, “Шарқ Рими”, “Қадимги Шарқ Жаннати” каби сўзлар билан аташган.

Гўзаллиги билан машҳур бўлган Самарқанд ҳақида қадимги Греция тарихчилари, шарқшунослари, салномачилари ажойиб фикрларни билдиришган, шоир, ёзувчилар у ҳақда ғазаллар, қўшиқлар айтишган, жаҳон мамлакатларида сайёҳлар ва олимлар уни халқ даҳосини асрлар саҳифасига муҳрланган ажойиб халқ усталарининг, зукко меъморларнинг, бетимсол қурувчиларнинг бадиий ва илмий тафаккур мутассами сифатида тилга олганлар.

Самарқанднинг тошдан, ёғочдан бунёд этилган монументал иншоотлари кишиларнинг кўз ўнгида миллий маданиятларнинг ўзига хос томонларини ёрқин, чуқур очган ҳолда бутун гўзаллиги ва назокати билан намоён бўлади. Улуғвор, бетакрор, нодир архитектура иншоотлари бугунги кунгача сақланиб қолган бўлиб, улар оддий кишилар тарихининг ажойиб ижодкорлари кўллари билан бунёд этилгандир. Бу қўли гул усталар асрлар мобайнида ўлмас асарлар яратганларки, улар ҳозир ҳам барчани хайратга солиб фаҳрланмоқда. Зарб қилиш, заргарлик, шойи тўқиш ва бошқа турли буюмларнинг ажойиб усталари ўчмас из қолдирганлар. Шаҳарда Шарқнинг таниқли олимлари, ёзувчилари рассомлари яшаганлар ва ижод қилганлар. Самарқанд 1970 йили ўзининг 2500 йиллигини тантанали равишда байрам қилди.

Самарқанд қадимий тарихий ёдгорликлари туфайли жаҳон тан олган музей шаҳарга айланди. Шаҳардаги тарихий обидалар Хитой, Ҳиндистон, Греция, Рим, Миср ёдгорликлари каби ўзининг гўзаллиги, назокати билан

хаммани хайратга солади. Ҳар йили дунёнинг турли бурчакларидан келган юз минглаб сайёҳлар улардан завқ олади.

Қадимги меъморлар санъатининг ажойиб намуналари қаторига Шоҳи-Зинда, Гўри-Амир мақбараси, Бибихоним масжиди, Регистон майдони архитектура ёдгорликларини, Улуғбек расадхонасини ва бошқаларни киритиш мумкин. Энг мафтункор ва нисбатан яхши сақланган Шоҳи-Зинда яъни “тирик шоҳ” маъносини билдирган тарихий ансамбилнинг нозик ва нафис чизмалари ҳар қандай кишини ром этадиган мақбаралар ва масжитлардан иборатдир. Бир сўз билан айтганда Шоҳи-Зинда ўз замонасини бебаб турган санъат асарининг бебаҳо дурдонасидир. Хатто Бибихоним масжиди харобалари ҳам улуғворлиги билан ажралиб туради. Бу ёдгорликлар кишиларда ўчмас таасурот қолдиради ва ўша давр қурилиш техникаси ва архитектураси тўғрисида тасаввур беради. Гўри-Амир мақбарасининг улуғвор гумбази ўтмиш меморчилик санъатининг намуналаридан биридир. Шаҳарнинг шимолий шарқий қисмида бутун дунёга машҳур Улуғбек расадхонаси харобалари бор. Расадхона ўша давр учун мукамал бўлган ускуналар билан жиҳозланган эди. Улардан фақатгина улкан сикстантнинг бир қисми сақланиб қолган холос. Ҳозирда расадхона қайта таъмирланган ва давлат томонидан муҳофаза қилинади. Самарқанд марказида яна бир машҳур меъморий ансамбил Регистон бор. У Улуғбек, Шердор ва Тиллақори мадрасаларини бирлаштиради. Улар орасида ўқув юрти сифатида бунёд этилган Улуғбек мадрасаси алоҳида ўрин тутди. Ҳар томонлама моҳияти катта бўлган бу мадрасада маълумотларга кўра улуғ мутафаккир олим, таниқли мунажжим, математик, ўз даврининг кўзга кўринган давлат арбоби Мирзо Улуғбекнинг ўзи дарс берган. Улуғбек ҳукмронлиги даврда Самарқанд ўрта асрнинг жаҳоншумил марказларидан бирига айланган. Улуғбек атрофида Қозизода Румий, Али Қушчи ва шу сингари бошқа йирик олим-астрономларни, математикларни бирлаштирган илмий мактаб яратди. Улуғбек томонидан асос солинган мактабларда диний илмлардан ташқари география, тарих, фалақийёт каби фанлар ҳам ўқитилган. +омусий олим

Улуғбекнинг жаҳон фани ва тараққиётига қўшган ҳиссасини ҳисобга олган ЮНЕСКО бош конференциясининг 27 сессияси унинг юбилей-таваллуд топган кунининг 600 йиллигини дунёвий кадриятлар рўйхатига киритиш ва бу санани 1994 йилда бутун дунёда байрам қилиш ҳақида қарор қабул қилинди. Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармонида асосан 1994 йилни Мирзо Улуғбек йили деб эълон қилинди. Шундай қилиб 1994 йил октябр ойида Ўзбекистон Республикасида ЮНЕСКО билан биргаликда буюк ватандошимиз таваллудининг 600 йиллигига бағишланган юбилей тантаналари бўлиб ўтди. Бу сана сайёрамизнинг бошқа ҳудудларида ҳам муносиб тарзда нишонланди. Жумладан, Улуғбек шарафига бағишланган тантаналар Парижда ҳам бўлиб ўтди. Бу ерда “Улуғбек ва Буюк Темурийлар даври” мавзусида халқаро конференция ўтказилди. Бу анжуман иштирокчилари Улуғбек йирик олим ва мутафаккир сифатида тарихдан жой олгани, дунё фани ва маданияти тараққиётига қўшган ҳиссасини алоҳида таъкидладилар. Ушбу тарихий обидаларимиз ҳозирги кунда ҳам ўзининг бетакрор санъати билан бутун дунё туристларини ўзига ром этиб келмоқда. Бу ерга ҳар йили ташриф буюраётган туристлар сони йилдан йилга кўпаймоқда. Агар ўтган йилларда Самарқандга ташриф буюрган туристлар сонини анализ қилсак жуда юқори натижаларга эришилаётганлигининг гувоҳи бўламиз.

“Буюк Ипак Йўли”да жойлашган тарихий ва маданий марказлар орасида Бухоро алоҳида аҳамиятга эга. Бухоро ҳам Самарқанд каби кўплаб сайёҳлар эътиборини тортган қадимий архитектура ёдгорликларига бой, тарихий жиҳатдан ўлкан аҳамиятга эга бўлган шаҳардир. Ўзининг 140дан ортиқ архитектура ёдгорликлари билан маълум ва машҳур бўлган Бухоро Ўрта Осиёнинг бошқа ҳар қандай шаҳридан кўра кўпроқ қадимий шарқ шаҳри қиёфасини сақлаб қолган. Бухоро шаҳри Ўрта Осиё меъморчилигининг минг йиллик тарихи ва асосий ривожланиш босқичларини ўзида акс эттирган чинакам йилномадир. Шаҳардаги ҳар бир ёдгорлик ўз сукунатида олис ўтмиш сирларини сақлаб қолган. Бу ажойиб

шаҳарнинг ёши ўнлаб асрлар билан ўлчанади. Маълумки, 1995 йил кўзида Парижда ЮНЕСКО конференциясининг 28-сессиясида Бухоро шаҳрининг 2500 йиллигини дунё кўламида нишонлаш ҳақида қарор қабул қилинди. Шундай қарор Ўзбекистоннинг ажойиб тарихга эга бўлган яна бир кўхна шаҳри Хива шаҳри тўғрисида ҳам қабул қилинди. Хуллас, 1997 йили Хива шаҳри ҳам ўзининг 2500 йиллик тўйини ўтказди.

Олис ўтмишда Бухоро ҳудудидан ўша давр учун муҳим бўлган халқаро йўллар, энг аввало “Буюк Ипак Йўли” ўтган кенг ривожланган савдо алмашуви Бухоро шаҳри ҳудудларининг ривожланишига имконият яратган. Бухорони ҳақли равишда шараф манзили, самимият қаъбаси ва машҳур кишилар тўпланадиган жой деб аташган. Қадимий Бухоронинг зийнати ва нодирлиги унинг бетакрор архитектура ёдгорликларидадир.

Қатор асрлар давомида Бухоро, туркистон шаҳарлари орасида етакчи мавқеини эгаллаб келди. Шаҳар ривожланишининг бу даври ҳунармандчилик, савдо-сотик, қурилиш техникаси, фан, адабиёт, санъат тараққиёти билан характерланади. Бу ерда Ўрта Осиёнинг таниқли шоирлари Фирдавсий, Рудакий, бутун жаҳонга машҳур энциклопедист Абу Али Ибн Сино ва бошқалар яшаган ва ижод қилган. Бухоро мусулмон дунёсида алоҳида ўрин эгаллайди. Бухорода маданий ёдгорликлар кўп бўлиб, улар Бухорони музей шаҳар деб аташга ҳуқуқ беради.

Мусулмон тарихининг ажойиб ёдгорлиги Исмоил Сомоний мақбараси узоқ йиллар давомида сақланиб, бизнинг кунларгача яхши ҳолда етиб келди. Унда ўрта аср илк даври меъморчилигининг энг яхши ютуқлари ўз аксини топган. Бу мақбара композициясининг оддийлигига қарамай, архитектура усуллариининг ранг-баранглиги билан кишини хайратга солади ва ҳақли равишда Шарқ дурдонаси ҳисобланади.

Бухоро шаҳрини Минораи Калонсиз тасаввур этиш мумкин эмас. Ўрта Осиёдаги машҳур архитектура ёдгорликлари орасида энг баланди ҳисобланган ва 900 йилдан зиёдрок илгари қилинган бу минора Бухоро қиёфасида алоҳида мавқега эга. Бухоро шаҳрининг марказий қисмида

қадимий қалъа арк қад кўтарган. У музей шаҳарнинг энг кўхна архитектура ёдгорлигидир.

Шаҳардаги бошқа ёдгорликлар ҳам катта қизиқиш уйғотади. Тўртта баланд миноралари бўлган Чорминор мадрасаси, йигирмата ёғоч устунли айвони бўлган Балоховуз масжиди, Абдулазизхон, мир-Араб мадрасалари ва бошқа туристлар диққат эътиборини ўзига жалб қилади. Ёзги сарой Ситораи Моҳи-Хоса каби мухташам бинони гапириб ўтмаслик мумкин эмас. Тарихий ёдгорликларнинг шохидлик қилишича, бу сарой қурилишида ажойиб маҳаллий ва бошқа жойлардан таклиф этилган Европалик усталарнинг ижодий салоҳиятга муштараклашиб кетган. Ушбу ёдгорлик жуда мухташам кўкаламзорлаштирилган майдонни эгаллайди. Ситораи Моҳи-Хоса саройидаги кўп иморатлар ичида тантанали қабуллар учун мўлжалланган “Оқ зал” айниқса ажралиб туради.

Асрлар ўтиши билан шаҳарнинг айрим ёдгорликлари вайрона холига келди. Аммо ёдгорликларни яратган қадимги меъморларнинг хунармандчилик санъати яшаб келаверади. Бухорода қатор саноат корхоналари мавжуд. Зардўзлик ва шойи тўқиш хунарлари Бухорони жаҳонга танитган. Моҳир маҳаллий усталар яратган буюмлар-бадий сузаналар, аёллар кийимлари, турли шойи белбоғлар, зар дўппилар, Республикадан узоқ-узоқларга ҳам машҳурдир. Бухоро жаҳоннинг қатор мамлакатларидан Ўзбекистонга келадиган туристларнинг кўпини ўзига жалб қилади. Бу ерга келаётган туристларнинг ўтган йиллардаги анализини ҳисоблаб кўрсак жуда кўп туристлар, айниқса мусурмон давлатларидан келаётган туристлар кўпчиликини эгаллайди.

Замин туристлари диққат-эътиборини ўзига қаратган, ажойиб тарихий обидалар маркази бўлган яна бир шаҳар Хивадир. Шаҳар тўғрисидаги ёзма маълумотларнинг кўпчилиги бизга тўлиқ етмаган.

XVII аср бошида Хива Хоразм давлатининг пойтахти эди. Кейинчалик бу давлат Хива хонлиги деган номни олди. Хива узоқ йиллар давомида мусулмон маданиятининг муҳим марказларидан бири бўлиб келди. Ўша

даврларда бу ерда турли хил халқ хунармандчилиги кенг ривожланди. Шаҳарнинг ички қисмини ташкил этадиган Ичан қалъа ва Дишон қалъа шаҳарнинг ажойиб ёдгорликларидан ҳисобланади.

Ичан қалъа шаҳарнинг энг эски қисми бўлиб, тўрт тарафдан қалъа деворлари билан ўралган. Ичан қалъада қадимги меъморчилик учун мос бўлган қатор архитектура ёдгорликлари жойлашган. Бу ёдгорликлар орасида мадрасалар, масжидлар, мақбаралар ва ёпиқ бозорлар ўрин тутган.

Дишон қалъада савдогарлар, хунармандлар уйлари, шунингдек қатор масжид ва мадрасалар қад кўтарган эди.

Хива шаҳри ўртасида кўп устунли Жума масжиди Ўрта Осиёнинг энг қадимий иншоотларидан бири ҳисобланади. Хива архитектураси ўз шаклининг салобатлиги ва безакларининг нафислиги билан кишини лол қолдиради. Шаҳардаги ёдгорликлар маҳаллий усталар ва умуман Хоразм меъморларининг юксак маҳорати ва муҳандислик ишлари кишини хайратга солади.

Тошкент, Андижон, Қўқон, Шаҳрисабз, Термиз каби шаҳарларда ҳам ўзига хос бўлган тарихий ёдгорликлар мавжуд.

Жаҳоннинг турли мамлакатларидан келадиган минг-минглаб туристлар учун маршрутлар (йўналишлар) белгиланди. Энг аввало юқорида айтиб ўтилган шаҳарлар эътиборга олиними лозим.

Ҳозир “Ўзбектуризм” миллий компанияси ихтиёрида туристларга хизмат кўрсатадиган қатор ташкилотлар мавжуд. Бундай ташкилотлар барча вилоятларда туризм билан боғлиқ бўлган фаолият устида иш олиб боради. Бу бўлимларнинг ҳар бири мамлакатимизнинг ажойиб тарихий обидаларга эга бўлган шаҳарлар, вилоятлар бўйича турли хил маршоутларни белгиланган.

Ўзбекистон мустақилликка эришиши туфайли Республика доирасида ажойиб иншоотлар, маданий дам олиш масканлари, зиёратгоҳлар вужудга келди. Шунини айтиб ўтиш лозимки, “Ўзбектуризм” миллий компанияси томонидан бундан 3-4 йил илгари тайёрланган туристик йўналишлар айтиб ўтилган янгиликларни қамраб ола олмаган. Шунга кўра уни қайта кўриб



чиқиб, чет эл туристлари диққат-эътиборини ўзига тортадиган янгиликларни маршрутлар рўйхатига киритиш лозим.

Маълумки, туризм йўналишлари турли-туман дам олиш куни туризми, ёшлар туризми, мактаб ва болалар туризми, спорт туризми, автотуризм ва бошқа қатор туризм хиллари бўйича маълум ишлар қилиниши лозим.

Сўнгги йилларда Ўзбекистонда бокс, ўзбек миллий кураши, теннис бўйича жаҳон миқёсида ўлкан чемпионатлар ўтказилмоқда, улар қатор хорижий мамлакатлардан кўп туристлар келишига олиб келмоқда. Янги маршрутларни белгилашда булар ҳам эътиборга лозим.

“Ўзбектуризм” миллий компанияси барча бўлимларда ҳам туристларга хизмат кўрсатадиган сервис даражаси жаҳон андозаларига мос деб бўлмайди. Туризм бўйича адабиётларнинг, айниқса, ўзбек тилидаги адабиётларнинг ниҳоятда камлиги талабаларга туризм бўйича қизиқарли ва етарли ахборотлар беришга салбий таъсир кўрсатмоқда. Бундан ташқари туризм борасида статистик маълумотларнинг ҳам мутлақо етишмаслигини ҳам кўрсатиб ўтиш лозим.

Халқаро туризм соҳасини келажакдаги йўналишларини аниқлашда юқорида айтилганлар эътибордан четда қолмаслиги керак.

### **5.3. Ўзбекистонда халқаро туризм ривожланишининг истиқболлари**

Юқоридагиларни бошқа давлатларда ҳам кузатиш мумкин, аммо фақат Ўзбекистонга хос бўлган томонлар ҳам мавжуд. Республикамиз эга бўлган кучли томонлар Ўзбекистоннинг янги турмахсулот билан жаҳон бозорига тезроқ чиқишига ёрдам бериши мумкин. Фақат Ўзбекистонга хос бўлган кучли томонларни махсус кучли томонлар деб белгиладик. Қўшни давлатларда йўқ бўлган махсус кучли томонларга қуйидагиларни қўшидик:

- Ўзбекистоннинг Европа ва Осиё йўллари чорраҳасидаги стратегик

кулай ўрни;

- яхши халқаро ҳаво алоқаси ва "Ўзбекистон ҳаво йўллари" МАК хизмат кўрсатишининг нисбатан юқори даражаси;

- Бухоро, Самарқанд, Хивадаги яхши сақланган архитектура ёдгорликлари бу шаҳарларнинг дунёдаги энг муҳим тарихий-маданий ёдгорликлар рўйхатига киритилиши;

- Бухоро ва Самарқанднинг хорижий мамлакатларда машҳурлиги;

- Ўзбекистон, Саудия Арабистони, Исроил ва Россиянинг кўплаб фуқароларининг тарихий ватани ҳисобланиши;

- бу ерда муҳим буддизм ва исломнинг муқаддас жойлари сақланиб қолинганлиги.

Таҳмин қилинадикки, юқоридагиларни ривожланишига етарли эътибор қилинса, Ўзбекистон туризм саноатида тез ўсишга эришиши мумкин. Аммо махсус ва кучли томонлардан ташқари "Ўзбектуризм" МК ва умуман соҳа ривожланишига салбий таъсир кўрсатувчи томонлар ҳам мавжуд Туризм ривожланишининг салбий томонларини уч категорияга бўлдик.

Идрок қилишнинг мавжуд эмаслиги - бу камчилик, Ўзбекистоннинг жаҳонда кам маълумлиги ва демак бу объект ҳақида билимлар камлигига боғлиқ Идрокнинг камлиги Ўзбекистонга келган хорижий турисларда салбий таасурот қолдиради. Идрок камчиликларига қуйидагиларни киритдик<sup>12</sup>.

- собиқ иттифоқдан қолган бинолар, шаҳар ва қишлоқлар жуда зерикарли кўринади;

- меҳмонхоналарда хизмат даражасининг пастлиги ва керакли инфраструктуранинг йўқлиги;

- жамоатчилик овқатланиш нуқталарида овқатнинг яхши эмаслиги. Структуравий кучсиз томонлар - бу камчиликлар республика ҳукумати сиёсати туризмга яхши муносабатда бўлганда ҳал қилиш мумкин бўлган камчиликлардир.

- виза расмиятчилиги оғирдир ва туристик объектларга эркин боришга

---

<sup>12</sup>Файзиёва Ш. Р. "Ўзбекистонда туризм ривожланишининг иқтисодий механизмини такомиллаштириш" Тошкент, 2006 й

халақит беради;

- меҳмонхонада яшаш ва транспорт хизматларининг қимматлиги.

Атроф-муҳитни энг катта камчилик деб ҳисоблаш мумкин. Хорижий экспертларнинг фикрича, атроф-муҳит Ўзбекистонда туризмни бозор моделини нормал ривожлантиришга асосий тўсик ҳисобланади. Атроф-муҳит-тушунчасига қуйидагиларни киритдик:

- қўшни Афғонистондаги сиёсий беқарорлик;

- Оролбўйи минтақаларидаги экологик муаммолар.

Кўриб турибмизки, “Ўзбектуризм” МКси стратегияси кучли ва заиф томонларга эга. Ўзбекистонда туризм келажагига шубҳасиз таъсир этувчи кучли томонларга фирманинг халқаро муҳити ҳам киради 1993 йил кўзида “Ўзбектуризм” БТТга қабул қилинди ва шу пайтдан бошлаб халқаро “Буюк ипак йўли” лойиҳасининг координация маркази бўлиш ҳуқуқини ҳимоя қилмоқда. Бир йилдан кейинроқ Тошкентда “Ўзбектуризм” БМТ ва ЮНЕСКО раҳбарлиги остида БТТнинг “Ипак йўли” халқаро семинарини ўтказди. Ушбу лойиҳа БТТ ва ЮНЕСКО томонидан Ўзбекистон вакиллари иштирокида ишлаб чиқилган. Натижада, 1996 йилга келиб дунёда янги турмахсулот – “Буюк ипак йўли” пайдо бўлди. Ҳозирги кунда ташкилотлар “Ўзбектуризм” тизимига кирувчи хусусий фирма ва компаниялар ушбу лойиҳани жаҳон туризм бозорида сотмоқдалар. Ўзбекистоннинг туристик ташкилотлари "Ўзбектуризм" раҳбарлигида Лондон, Берлин, Милан, ва энди Тошкентда ҳар йили ўтказиладиган Халқаро туристик ярмаркаларда фаол қатнашмоқдалар. Ўзбекистоннинг туристик фирмалари хорижий ҳамкорлар билан кўплаб шартномалар имзоладилар. Агар хориждаги туристик ярмаркаларда Ўзбекистонни намоён қилиш имконига фақат йирик турфирмалар эга бўлсалар, Тошкент ярмаркасида 100дан ортиқ фирма қатнашди. Ўзбекистоннинг хусусий туристик фирмалари хориждан келган 60дан ортиқ фирмалар билан шартнома тузиш имкониятига эга бўлдилар. Ярмаркалар Ўзбекистоннинг турфирмалар учун ўзига хос мактаб бўлмоқда. “Ипак йўли” турмахсулоти Европа ва Осиё бозорларига чиқарилган. 1996

йилдан бошлаб бу махсулот Америкаликларга ҳам таклиф қилина бошланди Ўзбекистон учун “Ипак йўли бўйлаб туризм” лойиҳаси республикада халқаро туризмнинг ривожланиш стратегияси ҳисобланади. Шунинг учун Ўзбекистоннинг БТТ Европа комиссиясидаги вакили бўлган “Ўзбектуризм” биринчи навбатда Европа давлатлари билан ҳамкорликни ривожлантирмоқда Президентимизнинг хорижга сафарлари вақтида “Ўзбектуризм” Миллий компанияси имзо учун ҳукуматлараро шартномалар тайёрлайди. Бу ташрифлар чоғида кўплаб йирик хорижий фирмалар билан ҳамкорлик ҳақидаги шартномалар имзоланган.

“Ўзбектуризм” Миллий компанияси делегацияси БТТ ва ЮНЕСКО томонидан ўтказиладиган барча халқаро учрашувларда фаол иштирок этмоқда. Натижада республикамизнинг рейтинги ошиб, муносиб ҳамкор имижи ҳосил бўлмоқда. Турли мамлакатларда бизнес-семинарларда иштирок этаётган “Ўзбектуризм” Миллий компанияси нафақат Ўзбекистоннинг туристик салоҳияти ва имкониятларини очмоқда, балки Ўзбекистоннинг туризм саноатига хорижий инвестицияларни жалб қилиш учун кўп ҳаракат қилмоқда. Масалан АҚШ, Германия, Малайзия, Исроил, Туркия, БАА, Миср, Словакиянинг турфирмалари билан ҳамкорлик ушбу давлатлардан келаётган туристлар сонини кўпайтиришга ижобий таъсир кўрсатмоқда.

Республиканинг халқаро туризм бозорига чиқишида “Ўзбектуризм” Миллий компаниясининг АҚШ, Германия, Буюк Британия, БАА, Хиндистон, Япония ва Россиядаги расмий ваколатхоналарининг ўрни беқиёсдир. Ваколатхоналар Ўзбекистоннинг туристик имкониятларини реклама қиладилар, турли Халқаро семинарларда иштирок этадилар ва уларда “Ўзбектуризм” Миллий компаниясининг вакили бўладилар ва шу орқали мамлакатимизга туристлар келишини кўпайишига ёрдам бермоқдалар.

Кембридж шаҳрида Бухоро ва Хиванинг 2500 йиллиги муносабати билан ўтказилган кўرғазмани алоҳида таъкидлаш керак. Ушбу кўрғазма “Ўзбектуризм” Миллий компаниясининг Буюк Британиядаги ваколатхонаси ва Ўзбекистон Республикасининг Буюк Британиядаги элчихонаси томонидан

ташкиллаштирилган ва журналистлар, олимлар ва Буюк Британияда аккредитация қилинган хорижий элчихоналар хизматчиларида катта қизиқиш уйғотди. 2003 йилнинг октябрида бўлиб ўтган БТТ Бош Ассамблеясининг 12-сессиясида Ўзбекистон БТТнинг Ижроия Кенгаши таркибига киритилди. Бу яна бир бор “Ўзбектуризм” Миллий компанияси раҳбариятининг жаҳон бозорига чиқиш стратегиясини амалга ошириш бўйича унумдор меҳнат кетаётганларини таъкидлайди Ўзбекистон БТТ Ижроия Кенгашига жаҳон туризмнинг илғорлари Франция ва Италия билан бирга сайланди. Сессия иши мобайнида “Буюк Ипак йўли” дастурига алоҳида вақт ажратилиб, маҳсус мажлис ўтказилди.

Мажлисда “Ўзбектуризм” Миллий компаниясининг самарали фаолияти алоҳида таъкидланди ва унда “Буюк Ипак йўли” журналининг тақдироти бўлиб ўтди. Ушбу журнал Ипак йўлида жойлашган 16 давлат олимлари томонидан тайёрланган. Мажлисда ипак йўлида жойлашган давлатларнинг маданияти, тарихи ва туризмнинг ҳозирги аҳволини намойиш қиладиган кўп серияли фильм яратиш ҳақида қарор қабул қилинди.

“Ўзбектуризм” Миллий компанияси республика туристик салоҳиятини намойиш қилиш учун катта реклама компаниясини амалга оширмоқда. “Ўзбектуризм” Миллий компанияси доимий равишда Республика туристик марказлари ҳақида ҳикоя қилувчи реклама журналлари чоп этмоқда. Бундан ташқари “Ўзбектуризм” Миллий компанияси “Ипак йўли” газетасининг учинчи сонини чиқарди. Бара рекламалар инглиз ва немис тилларида бўлиб халқаро ярмарка ва кўргазмаларда тарқатилади.

“Ўзбектуризм” Миллий компанияси илмий-туристик гуруҳларга мўлжалланган, Ўзбекистон тарихини намойиш қилувчи ахборот тўплами учун материаллар йиғишда давом этмоқда. Тўплам Ўзбекистон худудида топилган янги туризм объектлари - ғоялардаги ёзувларга бағишланади ва инглиз тилида чоп этилади. Бундан, ташқари инглиз, немис, француз тилларида Ўзбекистонда туризм журнали чоп этишга тайёрланяпти. Ўзбекистонда диний объектлар мавжудлигини ҳисобга олиб инглиз ва араб

тилларида брошюра чоп қилишга тайёрланяпти. Шунингдек, “Ипак йўли” газетасининг тўртинчи сони ҳам тайёрланяпти. “Ўзбектуризм” Миллий компаниясининг хориждаги ваколатхоналарининг хорижлик журналистлар билан ҳамкорлиги натижасида BBC ва Chanel - 4 радиоларида Ўзбекистоннинг маданияти, тарихи ва қадимий шаҳарларининг туристик салоҳияти ҳақидаги доимий эшиттиришлар бериб борилиши ҳақида келишиб олинди. Доимий равишда жаҳоннинг илғор газета ва журналларида (Herald Tribunes, Times, Travel Weekly, New Marketes) мақолалар босилмоқда.

Илмий асосланган туризмни ривожлантириш дастури ишлаб чиқиш мақсадида “Ўзбектуризм” Миллий компанияси БМТ ва БТТ билан ҳамкорликда “Ўзбекистонда туризмнинг барқарор ривожланиши” ҳаракат дастурини ишлаб чиқди.

Ушбу босқичда “Ўзбектуризм” Миллий компанияси ва БМТ ўртасида ишлаб чиқилган дастурни амалга ошириш бўйича янги халқаро экспертлар гуруҳи ташкил қилиш ҳақида музокаралар олиб борилмоқда. 1995 йилдан бошлаб “Ўзбектуризм” Миллий компанияси ўзларининг мутахассисларини малака ошириш учун Ҳиндистон, Миср ва Исроилга юбормоқда. Рейтингни ошириш ва қулай мамлакат имижини ҳосил қилиш учун “Ўзбектуризм” Миллий компанияси соҳага хорижий инвестицияларни жалб қилиш бўйича ишлар олиб бормоқчи. Туристлар оқимини кўпайтириш учун Англия, Германия, Италия, Испания, Голландия ўтказилаётган халқаро семинар ва ярмаркаларда иштирок этишда давом этиш керак. “Ўзбектуризм” Миллий компанияси Ўзбекистон Республикаси Президентининг бошқа давлатларга ташрифи чоғида имзоланиши керак бўлган ҳукуматлараро келишувларни ишлаб чиқади ва тайёрлайди. Кейинчалик миллий туристик фирмаларга хорижий ҳамкорлар билан ҳамкорлик қилишга кўпроқ имконият бериш керак. Жаҳонда машҳур йирик компанияларнинг ваколатхона ва филиалларини очиш керак. Шунингдек ўзбек фирмалари асосида кўшма корхоналар тузиш керак. Хорижий туристлар сонини кўпайтириш учун “Ўзбектуризм” Миллий компанияси ваколатхоналар тизимини кенгайтириш

керак. Ўзбекистонда халқаро туризмнинг “Буюк Ипак йўли” туристик маҳсулоти билан ўзаро боғлиқлигини эътиборга олиб Ипак йўли давлатлари бўйлаб ҳамкорликдаги туристик йўналишлар ташкил қилиш мақсадга мувофиқ бўлган бўларди. Республика туристик шаҳарлари орқали транзит халқаро йўналишлар ташкил қилиш керак. Ҳозирги кунда саёхатларнинг хавфсизлиги биринчи ўринга чиқар экан суғурта хизматларига талаб пайдо бўлмоқда. Шу мақсадда хорижлик ҳамкорлар билан бирга миллий туризмни ривожлантириш, туристларни суғурта қилишнинг хорижий тизимларини ёйиш, туристлар соғлиғини сақлаш ва туристларга хизмат кўрсатувчи масканлар учун санитария нормалари белгиланиши бўйича профилактика чоралари қурилиши керак. Туристлар сонини ошириш учун виза бериш жараёнини қайта кўриб чиқилса яхши бўларди.

Ўзбекистонда асосий шаҳарлар - Тошкент, Самарқанд, Бухоро, Хива, Фарғонада эркин иқтисодий туризм худудлари ташкил қилиш жуда истиқболли бўларди. Хорижлик туристлар бу шаҳарларда таклифсиз, бож тўловсиз бир hafta мобайнида бу шаҳарларда бўлиш имкониятига эга бўларди. “Ўзбектуризм” Миллий компаниясининг халқаро туризмдаги ютуқларидан бири Тошкент туризм ярмаркасидир. Маълумки 1995 йилнинг сентябридан бошлаб ҳар йили “Ипак йўли бўйлаб туризм” Тошкент туризм ярмаркаси ўтказилади. Бу ярмаркада кўплаб машҳур туристик фирмалар иштирок этмоқдалар. 2004 йилда бу ярмарка тўртинчи бор ўтказилди. Унда 200 га яқин туристик фирма ва компаниялар иштирок этишди. 2003 йилда ярмаркада жаҳоннинг 35 мамлакати, шу жумладан халқаро туризмда илғор бўлган Франция, Италия, Греция, Кипр, Испания, Буюк Британия, Германия, А+Ш, Миср, Туркия, Япония, Ҳиндистон, Таиланд, Малайзия, Хитой фирмалари иштирок этдилар ва бу Тошкент ярмаркаси халқаро туристик форумлар орасида муносиб жой эгаллаганидан далолат беради. Барча ваколатхоналарга реклама-ахборот материаллари тарқатилди. Туркия ва Исроилда ваколатхоналар очишга тайёрланилмоқда. Бу халқаро туризмни янада ривожлантириш ва ушбу давлатлардан келадиган туристлар сонини

кўпайтиришга ёрдам беради.

## Хулоса

Халқаро туризмнинг миллий иқтисодиётдаги роли ва ўрни Ўзбекистоннинг халқаро туризм ривожланишидаги рақобат устунликлари билан белгиланишини намоён қилади. Жаҳон иқтисодиётининг муҳим компоненти бўлмиш халқаро туризм ташқи иқтисодий фаолиятнинг ўзига хос соҳаси ҳисобланади. Бутун дунёда унинг гуркираб ривожланиши бошқа халқлар тарихи, маданияти, иқтисодий ва ижтимоий соҳаларига қизиқишнинг ортиши билан тушунтирилади.

**Таянч иборалар:** ривожланган инфраструктура; архитектура ёдгорликларининг мавжудлиги; меҳмондустлик анъаналари; туризм ривожланишининг геосиёсий омиллари; диний туризмнинг ривожланиши; Ипак йўли бўйлаб туризм; Тошкент туризм ярмаркаси; “Ўзбектуризм”нинг халқаро ташкилотлардаги вакиллари.

## Назорат саволлари

1. Ўзбекистонда туризм саноатининг ҳозирги аҳволи.
2. Туристлик бозор ривожланишининг СВОТ – таҳлили.
3. Туризм саноатининг ҳозирги аҳволини аниқ таҳлил қилиш.
4. “Ўзбектуризм”МК фаолиятига бевосита таъсир этувчи ушбу соҳанинг барча ижобий ва салбий томонларини аниқлаш.
5. Ўзбекистонда халқаро туризм келажагига шубҳасиз таъсир этувчи кучли томонлари.
6. Корхонанинг халқаро муҳити.
7. Халқаро Буюк Ипак Йўли лойиҳасининг координация маркази бўлиши.



## Тавсия этилаётган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисидаги” қонуни. Халқ сўзи // 1999 йил 20 август.
  2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1995 йил 2 июндаги 1162 рақамли” Буюк Ипак йўли”ни қайта тиклашда Ўзбекистон Республикасининг иштирокини авж олдириш ва республикада Халқаро туризмни ривожлантириш борасидаги чора –тадбирлар тўғрисидаги” Фармони. //Халқ сўзи, 1995.3- июнь.
  3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбектуризм” МКсини ташкил қилиш” тўғрисидаги фармони № ПФ-447 27 июль 1992 йил. //Халқ сўзи. 1992 йил 27 июль.
  4. Крылова Г.Д. Основы стандартизации, сертификации, метрологии: Учебник. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 671с.
  5. Улицкого М.П. Оценка стоимости транспортных средств: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 304 с.
  6. Ирматов М.М. Алиева М.Т. ва бошқалар. Туризмни режалаштириш. Тошкент, 2005 -167б.
  7. Мирзаев. Р. Солнце путешествует по миру чтобы рассеять тени. - Т.: Ипак «Шарқ» 2005.- 230 б.
  8. Мирзаев Р. Туристические жемчужины Узбекистана. -Т.: Ипак «Шарқ» 2005 -38б.
  9. Travel Guide Uzbekistan – Tashkent: National Company Uzbekturizm 2003 - 10б.
  10. Файзиева Ш. Р. “Ўзбекистонда туризм ривожланишининг иқтисодий механизмини такомиллаштириш” Тошкент, 2006 й
- [www.tag-group.com](http://www.tag-group.com) – Консультативная группа по вопросам туризма (TAG)
- [www.e-tours.ru](http://www.e-tours.ru) – деловые туры, выставки, конференции

## **6-БОБ: Ўзбекистон туризм бозорида фирманинг рақобат курашида маркетингдан фойдаланиш**

- 6.1. Маркетинг – туризм саноатида иқтисодий ўсишнинг асоси.
- 6.2. Туризм бозори ҳолатини маркетинг таҳлили.
- 6.3. Ўзбекистон бозорида турмаҳсулот сотишнинг истиқболлари.

### **6.1. Маркетинг – туризм индустриясида иқтисодий ўсишнинг асоси**

Бозор иқтисодиёти шароитида ва бозор муносабатлари ривожланиши натижасида Ўзбекистонда туризм соҳасини ривожлантириш учун қулай шарт-шароитлар юзага келаётганлиги, туризмнинг республика иқтисодиётига янада интеграцияланиши мамлакат иқтисодиётида муҳим аҳамият касб этмоқда. Жаҳон иқтисодиёти тажрибасидан маълумки, туризм соҳаси мамлакат хазинаси учун зарур бўлган валюта тушумини таъминлаш, янги иш жойларини вужудга келтириш ва шу билан биргаликда аҳолининг турмуш даражасини кўтариш учун хизмат қилади. Республикамиз халқаро туризм соҳасидаги имкониятларининг катталиги билан қўшни мамлакатлардан тубдан фарқ қилади. Ўзбекистоннинг географик ўрни ниҳоятда қулай, ажойиб табиий иқлим шароитига эгаллиги инсоният маданий тараққиётида ҳам катта ўрин тутди. Ўзбекистон нодир тарихий архитектура ёдгорликларига, ширин-шакар мевалар, хилма-хил таомлар, ажойиб миллий анъана, урф-одатга эга бўлган меҳмондўст халққа эга. Буларнинг барчаси чет эллик туристлар эътиборини ўзига тортади ва кишиларни лол қолдиради. Халқаро туризмни ривожлантиришда Ўзбекистонда мавжуд бўлган сиёсий барқарорлик ҳам муҳим ўрин тутди.

Аммо халқаро туризм тараққиёти даражасини юқори босқичга олиб чиқишда ҳали кўп ислохотларни амалга ошириш, кечиктириб бўлмас чораларни белгилаш ва уларни жадаллик билан ҳаётга тадбиқ этиш лозим бўлади. Миллий туристик маҳсулотнинг халқаро маркетинги ва

Ўзбекистонда туризм тизимини мукамаллаштиришга йўналтирилган тадбирлар ишлаб чиқиш туризм саноати иқтисодий ўсишини таъминлашнинг асоси ҳисобланади. Туризмда маркетинг фаолиятининг мақсади бозор ва истеъмолчилар конъюктурасини ўрганиш, туристик маҳсулотга талабни таҳлил қилиш, реклама компанияси ва турмаҳсулотни сотишни амалга оширишдир. Бошланишига Ўзбекистонга хорижий туристларнинг келишини ўрганиш лозим.

### 6.1-Жадвал

#### Ўзбекистонга ташриф буюрган хорижлик туристлар

Йиллар	Туристлар Минг киши	Утган йилга Нисбатан ўсиш, %
2001	272.0	7.6
2002	274.0	0.7
2003	306.0	11.9
2004	326	10.3
2005	330	12.4

Манба: “Ўзбектуризм” МК. 2006 й.

Ўзбекистонда кейинги йилларда ажойиб иншоотлар, маданий дам олиш масканлари, зиёратгоҳлар вужудга келди. Сўнги йилларда республикамизда бокс, ўзбек миллий кураши, теннис бўйича жаҳон миқёсида ўлкан чемпионатлар ўтказилмоқда, бу тадбирлар эса кўпгина хорижий мамлакатлардан туристлар келишига олиб келмоқда. Халқаро туризмни ривожлантиришда бу омилларни ҳам назардан четда қолдирмаслик лозим.

## Ўзбекистон туризмнинг иқтисодий кўрсаткичлари

Йиллар	Жами хизмат, Млн сум	Фойда, млн сум.	Туристлар, минг киши		Турхизматлар
			Жами	Шундан хорижий туристлар	Экспорти, Млн. доллар
2001	4814	622	752	274	25.5
2002	4990	661	864	306	25.8
2003	5343	703	916	329	27.5

Манба: “Ўзбектуризм” МК.

## 6.2.Туризм бозори ҳолатини маркетинг таҳлили

Ўзбекистон Республикасида туризм ривожланишининг ҳозирги ҳолатини таҳлил қилиш ҳозирча кўпгина турфирмалар асосан хорижга жўнатишга ихтисослашган. Туристлик хизматлардан тушган валюта қийматини таҳлил қилинса олдинги йилларга қараганда валюта тушумларининг кескин кўпайганини кўриш мумкин. Бу хорижий туристларга кўрсатилаётган хизматларнинг кўпайганлигидандир. Демак, туризмнинг мамлакатга валюта тушумидаги ролининг ошиши ва янги иш ўринларининг пайдо бўлиши кўп жиўатдан кўшимча хизматларнинг кўпайишига боғлиқ. Агар асосий хизматлар жойлаштириш, овқатланиш, транспорт хизматларини ўз ичига олса, кўшимча хизматлар саёҳатни амалга оширишни енгиллаштиради ва энг асосийси, туристик хизматлар кўрсатишнинг самарали усули ҳисобланади. Демак, сувенирлар, миллий ҳунармандчилик маҳсулотларини сотишни кенгайтириш керак. Республикадаги мавжуд меҳмонхоналардаги нархлар баъзи бир сабабларга кўра жаҳондаги ўртача нархлардан юқори бўлиб, туристларнинг меҳмонхоналарга бўлган талабидан юқоридир. Ҳар бир турист шинам, ҳар томонлама яхши жихозланган жойни бир кечага 50-60 долларга сотиб

олишни ҳоҳлайди. Биздаги меҳмонхоналарда эса бир кеча тунаш 200-350 долларга тўғри келмоқда. Бу каби муаммоларни бартараф этиш учун республикада сўнгги беш йил ичида меҳмонхоналарнинг замонавий типлари кенг қўламда кўрилади бошланди. Булар ичида “Интерконтинентал”, “Ле-Меридиан”, “Отель Ўзбекистон”, “Афросиёб”, “Бухоро” меҳмонхоналарини мисол қилишимиз мумкин. Бу меҳмонхоналар 4 ва 5 юлдузли бўлиб, халқаро даражага тулик жавоб беради. Эндиги вазифа эса улардаги нархларни қайта кўриб чиқишдир.

Ўзбекистонда бозор муносабатлари шароитида халқаро туризмни ривожлантириш чора-тадбирлари давлат томонидан белгиланган бўлиб, иқтисодий алоқаларни янада ривожлантириш учун турли битимлар, келишувлар амалга оширилган ва оширилмоқда. Шу билан бир вақтда халқаро туризмни ривожлантиришда амалга оширилиши муҳим бўлган ишлар қуйидагилардан иборат деб биламиз<sup>13</sup>:

- халқаро туризмда кичик ва ўрта тадбиркорлик фаолиятидан кенг фойдаланиш ва халқаро бозорларга чиқишга интилиш;
- маҳаллий ахборот агентликлари орқали ривожланган мамлакатларни Ўзбекистоннинг туристик имкониятлари билан таништиришга ҳаракат қилиш;
- туризм соҳасида ишлайдиган мутахассисларни чет элларда бир йилда камида бир марта малака оширишга юбориш, ўқитиш, улар учун барча имкониятларни яратиш, туристларга сифатли хизмат кўрсатишни йўлга қўйиш;
- республикада вакилларининг Европа мамлакатларида ўтказиладиган туристик ярмаркаларда доимий равишда иштирок этишини таъминлаш;

---

<sup>13</sup> Файзиёва Ш. Р. “Ўзбекистонда туризм ривожланишининг иқтисодий механизмини такомиллаштириш”. Тошкент, 2006 й

- халқаро туристик ташкилотлар билан ахборот алмашишни яхшилаш, биргаликда фаолият юрита оладиган давлатлар билан қўшма корхоналар, компаниялар тузиш ва улар фаолиятини кенг йўлга қўйиш;

- ички туристик бозорда ўзаро рақобатни янада кучайтириш ва бошқа тадбирларни амалга ошириш муҳим аҳамиятга эгадир.

Демак, халқаро туризмни ривожлантириш Ўзбекистон иқтисодиёти учун ғоятда зарур бўлиб, унинг имкониятларидан келиб чиқиб, туризм соҳаси орқали аҳолининг моддий фаровонлигини яхшилаш, уларни иш билан таъминлаш учун янги иш уринларини ташкил қилиш мумкин бўлади. Бу мақсадга эришиш учун ҳали амалга ошириладиган ишлар кўлами жуда кенг.

Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмнинг ривожланиши унга бўлган муносабатнинг ижобий томонга силжиши билан белгиланади. Республикамиз шароитида, айниқса урта ва кичик тадбиркорликни ривожлантиришда туризмнинг имкониятлари бошқа соҳаларга қараганда жуда каттадир, чунки республикадаги иқтисодий барқарорлик ва бозор иқтисодиётига босқичма-босқич ўтилиши тадбиркорларга кенг йўл очиши билан бирга уни жадал ривожлантириш имкониятларини туғдирмоқда. Жаҳондаги ҳар бир давлатнинг иқтисодий юксалишида энг асосий омил - тинчлик ва ижтимоий адолатдир. Ўзбекистон ҳозир Ўрта Осиё минтақасидаги иқтисоди тез ривожланиб бораётган ва энг тинч, осойишта республика бўлиб, ўзига тадбиркорлар ва ишбилармонларни, туристларни жалб қилувчи маконлардан бири ҳисобланади.

Ўзбекистон Республикасида ҳам жаҳондаги етакчи мамлакатларининг ривожланиш даражасига эришиш мақсадида иқтисодиётнинг барча тармоқларини, шу жумладан хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш чора-тадбирларини кўриб, ўз миллий моделига асосланган туризм соҳасини шакллантириш учун барча керакли ишлар қилмоқда. Ушбу миллий модел биринчи навбатда ички имкониятларни, ўзбек халқининг менталитетини ва жаҳон андозаларига мос келадиган омилларни ҳисобга олган ҳолда амалга оширилиши лозимлигини ёддан чиқармаслигимиз керак. Ўзбекистоннинг

жаҳон туризм бозоридаги салоҳиятига баҳо берадиган бўлсак, унинг Марказий Осиё давлатлари ичида энг юқори имкониятларга эга эканлигини кўрамиз. Бу ҳақда, масалан, республика ҳудудида мавжуд бўлган тўрт мингдан ортиқ қадимий меъморчилик, монументал санъат ёдгорликлари далолат бериб турибди. Ўзбекистон тарихий меъморий ёдгорликларнинг сони бўйича жаҳондаги етакчи ўнта мамлакат қаторига киритилиб, тўртта йирик шаҳри ЮНЕСКО томонидан жаҳон маданияти ёдгорликлари сифатида халқаро ташкилот томонидан муҳофазага олинган.

### 6.3-Жадвал

#### Ўзбекистоннинг халқаро туризмдан олаётган валюта тушуми

Йиллар	Валюта Тушуми (минг \$ хис)	Ўртача 1 туристга Тўғри келадиган валюта, долл
2000	18.835	74.5
2001	20.980	77.1
2002	25.255	93.2
2003	26.370	102.3
2004	28.485	132.9
2005	32.390	145.2

Манба: “Ўзбектуризм” МК. 2006 й.

Бозор конъюктурасини ўрганиш, маркетинг тадбирларини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш ҳар қандай давлат учун муҳим ўрин тутди.

### 6.3. Ўзбекистон бозорида турмахсулот сотишнинг истиқболлари

Оўқоғи ёқоғиё, оёа ёиуууоао оаоиёиёёёаоё ёаота оиёа ёаёоёа аиёааа оадиёаёаа ёёёаа ёёёаёа кёаё. Аоёаоаа ааёа-ёиоаёао, аиёа оооааё ооаиуиоо аиёоаёаоё о-оо ёёоаёао, на, уаоёао аа иауиуиоиёаоа оиёаёа о-оо ааааёаа аорди ааёа кёёё оёёёёаоё ёёааё. Аоаоиё ёоиёа Amadens, Gabriel, Sabre, World Spar, Apollo аа аиёаёао ёааё ёи ёёёё оёёёёадиёиё Ўааёёёоиёаа уё ааёёаооиёаёаоё ёёёааа. Аоиёаа оаёаоё Internet - аауи аааиоо оадиёёёиёаа ааёёоё ао иуааа ёои наёёи ёооёа аиоиёаа. Internet-оаоиёиёёёао оооёёоёё оёдиёаоаа оаёади оаёаоиу иоуааоёаоё аа оаёё ёуёёа о-оо оаоаёаоёадиё кёёаооёёёё ёааёаа ёаооа иёаиоаааё иаёёаёадиё оаёаоаа уёёиёаа ,оааи ааоааё.

Ёёё наёёи ааёа-ёиоаёао аа иауиуиоиёаёаоаа ааааёааа аорди ааёё оёёёёааи оиёааёаа,оааи оооёёоёё оёдиёаоёёиёиёа ииё ёооёа аиоиёаа. Аоиёаё оёёёёао аауиуиёиёа аао-а иауиуиоиёаёаоёаа оиёааа аорди ааёё кёёа ааоо ааиёёаа ёё аёёёё оаоё ёоиёааи уёёа аорди ааёё оаооёаоё, иаоёао, ёиоё, ёёао оуёёёёёаа иауёоиоо иёёё ёиёиёёоёёё ааоааё. Ааааёёаоё ао ёёёадиё аиёёаа иёёёё о-оо оёиё ааоо аа иааёаё ёаоаё аиёаоаё. Оёёёиёа ёёооа-ё аааиоёёёёао хёёёёё ёоиёаа уоааи ёёёёё иауёоиооиёаёаоааи ёиёа, ааёёё ёиё иёёёёё иауёоиооёаоааи оиёааёаиёёааё. “Alean” оёёёёёиёиёа кадиёа-ёёаоё кёиёаооауи ааёоооёёё оауиёиооёё ииоёа иёёёёаоёаа оиёаоо ёуё, ёоиёё ао оёёёё Internet оадиёёёиёиёаа иоаиёааоо оаоиёиёёёёаоёёаа аиёиёаиёааи.

Биёё оаоиёиёиёёё оаааёёоёё оооаёёё оооёёоёё оёёёаоёао аиёиоёёё оёёёёаооёёёё ааоа,иё ааааё оааёёаа ёа-иёаа. Аоаиоо оёёёёаоёёаа иооиёааоо кёёёё кёёёаоё иаёаёё. Ао уиёёна 2-3 ёёёёааи ёаиоао оооёёоёё аааиоёёёёаа ааааёёаоё оиёааёаиёё кёиёаооаа оооааи оёёёаоёаоааи оиёааёаиёё ёиёиёёоёёё ааоааё. Ао ооиё аиёёаоааёёё, ои-аёёё ёаооа аиёиёаааи оооаааиоёёёёао ёаооа оаёёёёиоёаоаа аёааёё оакиёаооиё ёааа ёаёоёёёёё иоиёёи. Иёиёё оаоёкёаёёаа иаиёё оёдиёаёё “TISS” иё ёуёёнаоёё иоиёёи, 2000 ёёёаа ёёёё иаоао оиёаёиёиёа уёё ааёа-ёиоаёао наааиёё аёёаи оооёёёаиёааи уиёёаа 140 иёёёёиё иаиёё иаоёаёёаа оаиё аёёаиёаиё оауиёёёааёёао. Ёоиёааи ёоиёаа оаёаоо аа иёёёёё оакиёааоиёиёа ёо-аёёёё, оаи



àà òãðíéèáíéíã òàðàккè,òè òóóàéèè òãðíéíãèуèаđíè áíøкàðèø íàñàèèèаđéíéíã  
áíèçàðáéèèè ìðòèá áíðíкàà. Øó ñàáááèè òóðèñòèè àèçíáñ òãðíéíãèуèèаđè áúèè-à  
íóòàðàññèñèаđíè òàé,ðèаø ùàèèè ìðòíкàà. Ûçááèèñòíí òóðèçèèèáà ùàì òãðíéíãèè  
èèíéуèèаđááí èáíã èúèáíáà òíèááèáíèèò ìàкñáááá íóvíòèк ááá ùèèèèèèç. Ñúííèè  
èèèèаđáá àìèèáá íøèðèèè,òááí èкòèñíèèè èñèíùàòèèаđ íàðèæàñèèáá ðãñíóáèèèè  
òóðèçèèè ùàì ðèáíæèáíèèèèèíã уíèè áíñкè-èèáá èèðèá áíðíкàà.

Туристтик хизматлар бозори конъюктурасини ўрганиш асосида бозорнинг қуйидаги кўринишлари аниқланган<sup>14</sup>:

1. Ички бозор - бу республика резидентларини қабул қилиш ва жўнатиш, уларга турли туристик хизматларни сотиш.

2. Қўшни бозор - бу Ўзбекистонга таклифсиз ва визасиз келиш имкониятига эга бўлган МДХ давлатлари резидентларини қабул қилиш. Бу бозор Ўзбекистон учун истиқболлидир.

3. Халқаро бозор - бу Ўзбекистонга турли мақсадларда келувчи хорижлик туристларни қабул қилиш. Халқаро бозорга МДХ давлатларидан бошқа барча давлатлар киради.

Охирги уч йил мобайнида туристларнинг асосий қисми Европа ва Осиё мамлакатларидан келди. Ўзбекистон жаҳон туризм бозорида маълум сегментларни шакллантирмоқда. Республика инфраструктурасига керакли капитал киритилса ва хизматлар сифати яхшиланса саноати ривожланган давлатлардан келувчи туристлар сони сезиларли кўпайиши мумкин. Кўпроқ хорижлик туристларни жалб қилиш учун ўзбекистонда туризм саноати ривожланишини чеклаб турган виза талабларини енгиллаштириш лозим. Хорижий туристларнинг Ўзбекистон туристик маҳсулотларини олишларини енгиллаштириш, республика отелларида қулайликларни ривожлантириш керак. Хизматлар сифатини ошириш ва уларнинг андозаларини ошириш керак.

Турмаҳсулотнинг бозордаги рақобатбардошлиги стратегик аҳамиятга эга бўлган асосий омиллардан бири ҳисобланиб, унга айниқса баҳо катта

<sup>14</sup>Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 192 с.

таъсир кўрсатади. Турмаҳсулотни баҳолашда унинг сифатига алоҳида эътибор қаратиш керак. Турмаҳсулотга халқаро бозорда бўлган эҳтиёжнинг кўплиги, маҳсулотнинг турли хиллиги ва рақобатчи товарларнинг баҳоси катта таъсир кўрсатади.

Халқаро туристик бозорни ўрганиш натижасида миллий турмаҳсулотнинг рақобатбардошлигини таъминлашда қуйидаги учта тамойил асосий рол ўйнайди: ишни аниқ мақсадга йўналган ҳолда давом эттириш, янги режаларни мўлжаллаш ва иш фаолиятини мувофиқлаштириб бориш. Ҳақиқатдан ҳам, турмаҳсулотнинг бозорда ўз мавқеини ушлаб туришига доир тадбирлар ушбу йўналишдаги кенг камровли ишларни узлуксиз равишда олиб боргандагина ижобий натижа бера бошлашини илғор давлатлар тажрибасидан ҳам билса бўлади. Турмаҳсулотни ўтказиш воситаларининг якка тартибда, бошқа чора-тадбирлардан ажралган ҳолда қўлланиши ёки уларнинг гоҳи-гоҳида қўлланиб турилиши ушбу воситалар таъсирчанлигини анча камайтириши маълум. Олиб борилган тадқиқотлар натижасига кўра, турмаҳсулотни халқаро бозордаги рақобатбардошлигини оширишда ва унинг сотувини таъминлашда қуйидаги асосий йўналишларни таъкидлаш мумкин<sup>15</sup>:

- маҳсулот сотувини хар томонлама қўллаб-қуватлашга қаратилган давлат томонидан керакли чора-тадбирлар ишлаб чиқиш;
- жамоатчилик билан алоқани кучайтириш ва тўғридан-тўғри ахборотлар беришни таъминлаш;
- реклама-ташвиқот ишларини кучайтириш.

Реклама миллий турмаҳсулотни кенг оммага танитишда стратегик йўналишнинг асосини ташкил қилади. Дунёнинг туризм ривожланган давлатларида (Франция, Италия, Испания) маркетинг тадбирларига ажратилган маблағнинг асосий қисми рекламага сарф қилинади. Рекламани тўғри ташкил қилиш туризмда асосий аҳамиятга эгадир. Реклама ҳақидаги бир қанча тушунчалар устида биров тўхталиб ўтамиз.

---

<sup>15</sup>Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Учебное пособие. – М.: КНОРУС. 496стр. 2005г.

Реклама - бу аниқ бир мақсадга йўналтирилган тадбирлар шакли бўлиб, у муайян манба (реклама берувчи) томонидан тўланган вақтда ёки тўлов амалга оширилган жойда эълон қилинади;

Реклама - бу бевосита ёки билвосита (даромад) олиш мақсадида юридик ва жисмоний шахслар тўғрисида тарқатилаётган ахборотдир.

Айни пайтда реклама турмаҳсулот ва хизматларни дистрибуция қилиш ва бозорда ўтказишнинг муҳим бўғинидир. Аксарият туристик ташкилотлар ундан сотув хажмини ошириш мақсадида фойдаланишади. Ушбу мақсадлар учун сотувдан келиб тушган фойданинг ўртача 5-15% сарфланади.

Халқаро туризм соҳасида маҳсулотни реклама қилишда, рекламанинг қуйидаги асосий турларини ажратиб кўрсатишади: жумладан, ахборот тарзидаги, чорловчи (қиёсий) ва эслатма реклама.

Туризмда янги бозорни ўзлаштиришда реклама кутилмаган ва кенг оммани ўзига жалб қилиши лозим. Албатта бу туристик рекламани амалдаги фактларини ошириб ёки бузиб кўрсатиш лозимлигини англабмайди. Европанинг туризм ривожланган мамлакатлари Буюк Британия, Испания, Францияда турли меъёрий ҳужжатлар воситасида рекламага тегишли ташкилотлар томонидан жуда қатъий назорат қилиниб борилади. Масалан, Ўзбекистонга хорижий туристларни жалб қилиш учун хунармандчилик соҳасига доир омиллар анча салмоқли бўлиши мумкин. Хунармандлар яратган бетакрор санъат асарлари инсонларни ҳар доим ўзига жалб қилиб келган, шуни ҳисобга олган ҳолда Ўзбекистоннинг туристик фирмалари ўз рекламаларида ушбу омилга катта эътибор беришлари керак. +илинаётган ҳар бир реклама бевосита давлат назорати остига олиниши лозим, шунда реклама жонли ва ишончли бўлиб чиқади.

Бундан кўриниб турибдики, рекламани тўғри ташкил қилган ҳар бир компания катта миқдорда фойда олиши аниқ. Мисрда ўтказилган халқаро семинарда туризмда тўғри ташкил қилинган ҳар қандай реклама учун сарфланадиган 1 АҚШ доллари 4 АҚШ доллари миқдорида фойда билан

қайтиши таъкидлаб ўтилган. Реклама компаниясининг самарадорлигини омманинг ишончи ортиши нуқтаи назаридан ёки маҳсулот сотуви ошиши жиҳатидан баҳолаш мумкин (ташриф буюрувчилар сони ва келаётган тушум бўйича). Омманинг ишончини қозониш даражасини назорат қилишнинг энг оддий усули реклама эълонида жойлаштирилган жавоб хати купонлар сонини ҳисобга олишдир. Ўзбекистон учун туристик маҳсулотларни реклама қилиш билан бир қаторда сотувни қўллаб-қуватлаш ҳам катта аҳамиятга эга. Сотувни қўллаб-қуватлаш - маҳсулотни ёки хизматни харид қилишни рағбатлантирувчи қисқа муддатли чора-тадбирларнинг амалга оширилишидир. Рағбатлантирувчи чора-тадбирлар туристик хизматлар сотувини енгиллаштириш ва тезлаштириш мақсадида ҳам коммуникациянинг бошқа воситаларини қўллаб-қуватлашга йўналтирилганда мақсадга мувофиқ бўлади.

Туристтик маҳсулотни ўтказишга доир рағбатлантирувчи чора-тадбирларни икки гуруҳга ажратишимиз мумкин. Биринчи гуруҳга Ўзбекистоннинг туристик хизматлари ёки турларини сотувчи ходимларни, иккинчисига эса мижозларга хизмат кўрсатишга йўналтирилган тадбирларни киритамиз. Биринчи гуруҳга туроператорлар, турагентлар туристик маҳсулотлар тўғрисидаги билимларни оширишга йўналтирилган барча чора-тадбирлар (танишув турлари, ташрифномалар, кўргазма материаллари) киради.

Туроператорлар ишини муваффақиятли амалга оширишда брошюра ва ташрифномалардан қўшимча ёрдамчи материал сифатида фойдаланиш мақсадга мувофиқдир. Ўзбекистон турмаҳсулотини сотаётган турагентлик ваколатхонасида кўргазмали матнлар, афишалар, кичик деворий газеталар, халқ хунармандчилиги предметлари ва рангли расмлар кўргазмасини ўтказиш лозим.

Иккинчи гуруҳга, мижозларга йўналтирилган барча чора-тадбирларни киритган эдик. Бу гуруҳдаги масалаларга доир қуйидагиларини кўриб чиқишимиз мумкин:

- тўғридан-тўғри почта алоқаси (махсулотни сотиш, хатлар ёзиш, потенциал мижозлар номига жўнатилган брошюра ва танишув ташрифномалари илова қилинади);

- сотувни қўллаб-қуватлашга доир рағбарлантирувчи тадбирлар. Бу тадбир рекламани тўлдиради ва турмахсулотлар савдоси хажмининг қисқа муддатда ошишига олиб келади. Шунинг учун Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришнинг стратегик режаларини амалга ошириш усуллари ишлиб чиқишда юқорида қайд этилган ҳолатларни ёдда тутиш керак.

Public relations (жамоатчилик билан ишлаш ёки алоқалар) туристик корхона коммуникация фаолиятининг ажралмас қисмидир. Жамоатчилик билан муносабатлар тўрташкilot ва жамоатчилик ўртасида ўзаро ҳамкорлик алоқаларини шаклантириш, уни сақлаб қолишга йўналтирилган махсус режалаштирилган доимий хатти-ҳаракатлардан иборат бўлиши керак.

Бу омилларни назардан четда қолдирмаган ҳолда, жамоатчилик билан муносабатларни қуйидагича ифодалаш мумкин<sup>16</sup>:

- пabлик рилейшнз ҳам реклама ва сотувни қўллаб-қуватлаш каби комуникацияга қаратилгандир;

- реклама ва сотувни қўллаб-қуватлаш учун қулай муҳит яратиш ва уни сақлаб туришда хизмат қилиш лозим.

- Жамоатчилик билан муносабатлар ёрдамида Ўзбекистон миллий турмахсулотини халқаро бозорда ўтказиш воситаларини қуйидагича таҳлил қилиш мумкин:

- туристик газета, журналлар учун бериладиган ахборотларнинг аниқлигини ошириш. Мисол учун, TTG (Россия), Golden Apple (Франция) каби газета ва журналлар дунёнинг 50 дан ортиқ мамлакатига тарқатилади. Туристтик маълумотлар чоп этиладиган газета бизда ҳам мавжуд бўлиб, “Буюк ипак йўли” деб номланади. Бу газетанинг сифатини ошириш ва унинг

---

<sup>16</sup> Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисидаги” қонуни. Халқ сўзи // 1999 йил 20 август.

кўплаб эътиборли нашриётлар билан алоқасини бундан ҳам кучайтириш чораларини кўриш лозим;

- ўзбек хунармандлари, рассомларининг энг яхши асарларини, халқимизнинг маънавий бойлиги, бетакрор маданияти акс эттирилган асарларнинг кўргазмаларини ташкил этиш ва ҳоказо.

Халқаро туристларни мамлакатимизга ташрифини оширишда туристик гуруҳлар учун махсус чегирмаларни киритишнинг аҳамияти жуда катта. Бунга шунингдек, туристларни ташишида ички ва халқаро рейслар учун авиачипталарнинг нархини камайтириш тўғрисидаги махсус таклифларни ҳам мисол қилиб келтириш мумкин. Ўзбекистонга келаётган туристларни ташишда “Ўзбекистон хаво йўллари” МАК устиворликка эга эканлигини ҳисобга олиб, ушбу миллий авиакомпания билан ҳамкорликда нархларни табақалаштириш масаласига алоҳида эътибор бериш лозимлигини таъкидлаб ўтиш керак. “Ўзбекистон хаво йўллари” МАК қисқа вақт ичида ўзининг юкори сифатли хизматлари ва йўловчилар хавсизлигини таъминлаши билан жаҳондаги етакчи давлатларнинг авиакомпаниялари билан бемалол рақобатлашиш даражасига етди. Миллий авиакомпания ҳозирда 80 дан ортиқ давлатлар билан ҳамкорлик алоқаларини ўрнатган бўлиб, аҳолига ва туристларга юксак даражада хизмат кўрсатмоқда, туристларни ташиш билан боғлиқ муаммоларни ечишга ёрдам бермоқда. Ташриф буюраётган туристларни темир йўл ва автобусларда кўрсатилаётган хизматлар кониктирмаётгани аниқланган бўлиб, бу ҳол бир қанча муаммоларни келтириб чиқармоқда. Бу муаммоларни хал қилиш учун туристларга енгил автомашиналарни ижарага беришни йўлга қўйиш ҳақида таклифлар киритилган. Автомобил ижараси деярли барча ривожланган мамлакатларда кенг тарқалган бўлиб, уларда автомобиллар фақат туристлар ёки меҳмонларга эмас, балки тўловга лаёқатли ҳар қандай кишига ижарага берилиши оддий ҳолга айланган. Бу соҳани мамлакатимизда аввал туристлар ва меҳмонларга нисбатан татбиқ қилишдан бошлаш ижобий натижаларга олиб келиши мумкин.

## 6.4-Жадвал

### Хорижлик туристларнинг сегментлар бўйича кўрсаткичлари

(минг.киши)

№	Кўрсаткичлар	2000 й	2004 й	2008 й. прогноз
1	Дипломатлар	31.1	60.3	80.0
2	Бизнесменлар	41.4	90.2	150.0
3	Вакиллар	7.1	20.7	30.0
4	+ариндош-уруғлар	6.3	10.9	20.0
5	Илмий ишлар Билан	15.3	20.4	30.0
6	Ўқишга	14.3	30.5	60.0
7	Бошқалар	17.2	60.3	90.0
8	Жами хорижлик туристлар.	150.4	306.0	1000.0

Манба: “Ўзбектуризм” МК 2006 й.

Маҳсулотларни ўтказиш каналининг чекланганлиги туризмнинг тижорат соҳасидаги бир қанча йўқотишларни келтириб чиқарувчи асосий омиллардан бири ҳисобланади. Авваламбор, шуни ҳисобга олган ҳолда, Ўзбекистонда туризм соҳасида қуйидаги тадбирларни амалга оширишга катта эътибор қаратиш лозим:

- маҳсулотни ўтказишнинг турли хил каналлари ва воситачилик шакллари аниқлаш мумкинлигини инобатга олган ҳолда, ушбу сотув тизимини тўлиқ таснифлаб чиқиш, янги каналларни зудлик билан ўзгартириш ва керакли маблағ билан кечиктирмасдан таъминлаш.

- воситачиларнинг шаклларига кўра қилинадиган харажатларни таҳлил қилиш ва икки томонлама манфатларидан келиб чиққан ҳолда ҳамкорликни янада ривожлантириш.

- воситачиларни таклиф қилинаётган хизматларга нисбатан аниқ ахборотга эга бўлишини ўз вақтида таъминлаб туриш.

- ташриф буюраётган туристлар оркали воситачиларнинг мавқеи ва аҳамияти тўғрисидаги фикрларни ўрганиш, турли анкета саволларини тузиш.

Миллий турмаҳсулотни бозорда муваффақиятли ўтказиш учун бир томонлама сотув тармоғининг ўзи камлик қилишини юқорида таъкидлаб ўтган эдик. Маҳсулотни сотишга доир ишлар, агарда улар маҳсулотни ўтказишга доир бошқа хатти-харакатлар билан қўшиб олиб борилмаса кўтилган натижага олиб келмаслиги аниқ.

Миллий турмаҳсулотларга халқаро бозорда талаб ортиб бориши республиканинг халқаро майдондаги мавқеи ортиши билан бир вақтда аҳоли учун янги иш ўринларини ташкил қилиш, бозор иқтисодиёти шароитида аҳолини ижтимоий ҳимоялашда ва мамлакат ривожига ҳиссаси билан алоҳида аҳамият касб этиши билан ажралиб туради.

Республика халқаро туристик бозорининг асосий сегментларини кўриб чиққанимиздан сўнг, барча хорижий туристларни келиш мақсадлари бўйича сегментлаш керак.

Туристларнинг биринчи категорияси - бу Ўзбекистонда энг кўп бўладиганлардир. Буларга республиканинг асосий шаҳарлари бўйлаб узоқ муддатли турлар таклиф қилиш керак. +олган икки категория камроқ вақт сарфлашади. Статистика бўйича бизнес-сегмент иш саёҳатининг асосий қисмини Тошкентда ўтказди. Бизнесменлар Самарқанд, Бухоро ва бошқа шаҳарларга иш бўйича еки ишларини битирганларидан кейин ўзбек халқининг маданияти билан танишиш мақсадида боришади. Ўзбекистон Буюк ипак йўли давлатлари бўйлаб саёҳатнинг бир қисми бўлган туристлар учун тарихий жойлар бўйлаб махсус халқаро туристик йўналишлар ишлаб чиқиш лозим. Амалиёт шуни кўрсатадики, кўпчилик туристлар мамлакатда бўлиш вақтини олдиндан белгилайди. Бундан саргузашт изловчи ва минтақа ёки хатто дунё бўйлаб “боши оққан тарафга” саёҳат қилувчи ёшлар мустасно. Мамлакатда бўлиш вақтига таъсир қилувчи ҳолатларни таҳлил қилиб, биз уларнинг асосийларини аниқладик:

1. Таътилдагиларнинг оилавий аҳволи;



2. Туроператорлар таклифининг моҳияти;
3. Туроператорнинг борадиган жойи нақадар қизиқлиги ҳақидаги тасаввури;
4. Кишилар яшайдиган жой билан борадиган жой орасидаги масофа ва у ерга тўғри бориш имконияти;
5. Бошқа давлатлар таклиф қиладиган имкониятлар.

Демак, юқоридагиларни ҳисобга олган ҳолда Ўзбекистоннинг туризмдаги имкониятлари ҳақидаги реклама-ахборот материалларининг сонини кўпайтириш ва сифатини яхшилаш керак. Таклиф қилинаётган турйўналишлар ва мос равишда хизматлар тизимини кенгайтириш керак. Ёшлар ва ўқувчилар учун туристик йўналишлар ишлаб чиқиш керак. Бундан ташқари Ўзбекистон экологик туризм, шу жумладан унинг саргузашт шакллари - рафтинг, отда саёҳат, “Tour of road”ни ривожлантириш учун бой имкониятларга эга. Экологик ва саргузашт турларининг бутунжаҳонда оммавийлашиб бориши туризм саноатининг айнан ана шу соҳасини ривожлантиришга ундайди.

Тошкент ва Фарғона орасидаги тоғларда жойлашган Чимёнда, Шоҳимардондаги, Зомин миллий боғи ва Зарафшондаги туристик ҳудудларга боришни назарда тутувчи турйўналишларни кенгайтириш керак.

Энди, Ўзбекистоннинг халқаро туризм бозоридаги сегментлари бизга маълум бўлганидан кейин мамлакат туризм саноати ривожланишининг истиқболдаги йўналишларини аниқлаш керак. Аниқландики, республикага келган хорижлик туристларнинг 62%и Европа давлатларидан келган ва 50% меҳмонлар Ўзбекистонга иш бўйича келишган. Демак, Ўзбекистон учун анъанавий равишда Самарқанд ва Бухоро архитектура ансамбллари билан танишиш учун келувчи туристлардан ташқари юқоридаги истеъмолчилар ҳам катта аҳамиятга эга.

Шундай қилиб, “Ўзбектуризм” Миллий компаниясининг хориждаги ваколатхоналар тизимини кенгайтириш керак. Унинг ваколатхоналарини тўғридан-тўғри ҳаво алоқаси бўлган давлатларда очиш керак. Айниқса,

Европа ва Америка бозорига катта эътибор бериш керак Ўзбекистон туризми учун истиқболли бўлган Франция, Италия, Туркия, Голландияда “Ўзбектуризм” нинг ваколатхоналарини очиш керак. Республика туристик салоҳиятининг минтақалар бўйича илмий асосланган каталогини яратиш лозим. Турли халқаро туристик каталогларда иштирок этиш керак. Доимий равишда реклам-ахборот материаллари ва бошқа видео маҳсулотларни чиқариш керак. Отелларни брон қилишнинг компьютер тизимини ташкил қилиш, меҳмохоналарни, туристик хизматларни ва авиачипталарни брон қилувчи халқаро хизматларга қўшилиш мақсадга мувофиқдир. Республикага туристлар оқимини доимий кўпайтириш учун туристик хизматлар истеъмолчиларига Ўзбекистоннинг имкониятлари ва туристик салоҳияти ҳақида маълумот бериш бўйича маркетинг фаолиятини кўпайтириш керак. Домий равишда халқаро туристик форумларда иштирок этиш, бундай форумларни Ўзбекистонда ўтказиш керак.

### Хулоса

Хулоса қиладиган бўлсак доимий равишда туристик бозорларни таҳлил қилиш, янги турмаҳсулотлар ишлаб чиқиш ва уларнинг асосий истеъмолчиларини ўрганиш зарурлигини таъкидлашни ҳоҳлардик. Туризм соҳасида маркетинг тадқиқотлари орқали истеъмолчилар билан доимий алоқада бўлиш ва уларнинг истаклари ҳақида маълумот олиб туриш мумкин. Тадқиқотлар Ўзбекистоннинг туризм саноати бозорнинг қайси сегменти ва қандай туристларга хизмат кўрсатишини аниқ белгилаш имконини беради. Бу тадбирлар республикага туристлар келишини янада кўпайтиради ва Ўзбекистоннинг қулай имижини ҳосил бўлишига ёрдам беради.

**Таянч иборалар;** бозор конъюктураси ва истеъмолчиларни ўрганиш; туризм маҳсулотига талабни таҳлил қилиш; реклама компанияси ўтказиш; Ўзбекистонда хорижий туризм ривожланиши динамикасини ўрганиш; худудий бозорларни ажратиш; туризм бозорини сегментлаш.

## **Назорат саволлари**

- 1.Маркетинг - туризм саноатида иқтисодий ўсишнинг асоси.
- 2.Туризм бозори ҳолатини маркетинг анализи.
- 3.Миллий туристик маҳсулотнинг халқаро маркетинги.
- 4.Ўзбекистонда туризм тизимини мустаҳкамлаштириш.
- 5.Йўналтирилган тадбирлар ишлаб чиқиш ва туризм саноати иқтисодий ўсишни таъминлаш.
- 6.Туризмда маркетинг фаолиятини мақсади.
- 7.Туристик маҳсулотларга талабни таҳлил қилиш.
8. Реклама компанияси ва турмаҳсулотни сотишни амалга ошириш.
- 9.Доимий равишда реклама-ахборот материаллари ва бошқа видео маҳсулотларни ишлаб чиқариш.

## **Тавсия этилаётган адабиётлар**

- 1.Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисидаги” қонуни. Халқ сўзи // 1999 йил 20 август.
2. Гуляев В.Г. Правовое регулирование туристской деятельности». Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2005. -304 с.
3. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 192 с.
4. Улицкого М.П. Оценка стоимости транспортных средств: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 304 с.
5. Жукова. М.Ж., Менеджемент в туристском бизнесе. Учебное пособие. –М. Финансы и статистика, 2005 -288стр.
6. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Учебное пособие. – М.: КНОРУС 496стр. 2005г.
7. Файзиева Ш. Р. “Ўзбекистонда туризм ривожланишининг иқтисодий механизмини такомиллаштириш” Тошкент, 2006 й

## **VII-БОБ. Халқаро туризмдаги тенденциялар ва унинг Ўзбекистонда ривожланишининг истиқболлари**

7.1. Туристлар оқими кўпайишининг тенденциялари.

7.2. Буюк Ипак йўли бўйлаб туризм.

7.3. Туризмда хусусий секторнинг ривожланиши.

### **7.1. Туристлар оқими кўпайишининг тенденциялари**

Ўтган асрнинг 90-йилларида мустақилликни қўлга киритган Ўзбекистонга жаҳонда қизиқиш янги асрда кўчаймоқда, бу қизиқишлар айниқса халқимизнинг бой мероси бўлган тарихий обидаларга, халқ хунармандчилигига ва миллий анъаналарга қаратилаган. Бундан келиб чиққан ҳолда миллий турмахсулотни халқаро бозорда сотувини таъминлашни тақоза этади.

1994 йилнинг октябрь ойида Бирлашган Миллатлар Ташкилоти ва нуфузли ташкилот Юнеско иштирокида Ўзбекистонда Жаҳон туристик ташкилотининг кенгаши бўлиб ўтди ва кенгаш аъзолари “Буюк Ипак йўли” бўйлаб туризм фаолиятини тиклаш ва ривожлантишга қаратилган Самарқанд Декларацияси қабул қилинди.

1995 йил июнь ойида Республикамиз Президенти И.Каримов “Буюк Ипак Йўли”нинг тикланишида Ўзбекистон Республикасининг иштирокини фаоллаштириш ва Республикада халқаро туризмни ривожлантириш бўйича чора-тадбирлар тўғрисида”ги фармонга имзо чекди.

1995 йил октябрида Тошкент шаҳрида “Ипак Йўлида туризм” номи билан биринчи туристик ярмарка ўтказилди. Шундан бери бундай ярмарка ҳар йили ўтказилиб келинмоқда. Бу ярмаркаларда тузилган шартнома ва контрактлар туризмни янада ривожлантириш, Республиканинг туризмга оид имкониятларини самара билан ишга солиш ҳамда “Буюк Ипак Йўли”га хос бўлган қадимги анъаналарни тиклаш бобида кенг йўл очиб берди.

Ўзбекистонда халқаро туризмни янада юқори босқичга кўтаришда

1999 йил 20 августда қабул қилинган “Туризм тўғрисида қонун” алоҳида ўрин тутди. Бу қонун мамлакатимизда туризмни кучайтириш ва туризмга хизмат қилиши лозим бўлган инфраструктурани вужудга келтириш имконини беради.

Туризмни ривожлантиришга оид фармон ва қарорларни бажариш ва республикада туризм тараққиёти учун зарур бўладиган ўлкан имкониятлар мавжудлигидан оқилона фойдалана билиш лозим.

Фарғона водийси туризми республикамиз туризми индустриясининг 40%ни ташкил қилган ҳолда тезликда ривожланаётган регион ҳисобланади. Водий туризмида асосан учта вилоят туристик фирмалари фаолият олиб боради. Бу вилоятларнинг туристларга кўрсатган хизмат ҳажмини куйидаги жадвалдан кўриб таҳлил қиламиз.

### 7.1-Жадвал

#### 2005 йилда Фарғона водийсига ташриф буюрган туристлар ва хорижга чиқиш (киши ҳисобида)

Вилоятлар	Хорижлик туристлар	Хорижга чиқиш	Жами
Фарғона	10254	200	10454
Наманган	8911	10141	19052
Андижон	7223	4908	12131

Манба: “Ўзбектуризм” МК ҳисоботи

Замонавий Самарқанд – Ўзбекистоннинг энг катта вилоят марказларидан бири ҳисобланади. Самарқанд орқали катта Тошкент-Термез автомобиль траси ўтади. 1980 йилда шаҳар аҳолиси 523 мингга ташкил қиларди. Шаҳар майдони 15 мингга. У Зарафшон дарёсининг водийсида, унинг ўрта оқимида, шимоли-ғарбда 660 м дан жануби-шарқда 750 м гача мутлоқ баландликларда жойлашган. Шаҳар чегараси шарқда Тайлоқ туран жойи, шимолда-Дағбит, ғарбда-Чархин ва жанубда-Улуғбек туманидан ўтади.

## 7.2-Жадвал

### Самарқандга ташриф буюрган туристлар ва хорижга чиқиш (киши ҳисобида)

Йиллар	Хорижлик туристлар	Хорижга чиқиш	Жами
2004	70691	44409	115100
2005	71450	21180	92630

Манба: “Ўзбектуризм” МК ҳисоботи

Ҳозирги кунда Ўзбекистон туризмида Хоразм регионинг ўзига хос ўрни бўлиб туристларга хизмат кўрсатишда салмоқли натижаларга эришаётганини қуйидаги жадвалдан кўришимиз мумкин.

## 7.3-Жадвал

### Хоразм ваҳосига ташриф буюрган туристлар ва хорижга чиқиш (киши ҳисобида)

Йиллар	Хорижлик туристлар	Хорижга чиқиш	Жами
2004	36460	21040	57500
2005	36559	23641	60200

Манба: “Ўзбектуризм” МК ҳисоботи

## 7.2. Буюк Ипак йўли бўйлаб туризм

Вақт ўтиши билан туризм интеграцион жараёнларга кўпроқ ёрдам бера бошлайди. Ҳозирги вақтда Ўрта Осиё давлатлари ташқи бозорларда Ўзбекистон, Қирғизистон, Туркменистон, Қозоғистон, Тожикистон бўйлаб йўналишлардан фойдаланиб “Буюк ипак йўли” маркази остидаги турмаҳсулотни сотишлари мумкин. Жаҳон интеграциясининг бошқа шакли туризм соҳасида глобал тизимлардан, масалан, интернетдан фойдаланиш ҳисобланади. Туризм иқтисодий салоҳиятнинг глобаллашувига сабаб бўлади, яъни у нафақат алоҳида давлатга балки бир минтақадаги қатор давлатларга унинг макро хўжалик ривожланишига, ижтимоий - сиёсат ҳолатига таъсир кўрсатади. Афғонистон ва Тожикистоннинг минтақавий туризмга

тортилиши, баъзи экспертларнинг фикрича, бу давлатларда сиёсий ва иқтисодий барқарорлик юзага келишига сабаб бўлиши мумкин. Бошқа томондан туризмда хавфсизликка кўпроқ эътибор берилди бошлайди. Юқори криминал ва нобарқарор сиёсий ҳолатдаги давлатларга туроператорлар эътибор бермайдилар. БТТнинг “Мак Налти Гурухи” халқаро экспертларининг фикрича Ўрта Осиё минтақасида туризм бозорининг уч сегменти шаклланди:

1. Ўзбекистонда саёхатларининг ҳаммасини ўтказувчи туристлар.
2. Ўзбекистон улар учун Осиё бўйлаб саёхатларининг бир қисми бўлган туристлар.
3. Ўзларининг иш бўйича саёхатларига дам олишни қўшувчи бизнесменлар.

Биринчи категорияга фақат ўзбек турмахсулотини сотиб олган ва Ўзбекистон бўйлаб саёхат қилмоқчи бўлган туристлар киради. +олган икки категория давлатлараро саёхат дастури ёки бизнесни бажариш муддатига кўра камроқ вақт ўтказадилар. Таъкидлаш керакки, Ўзбекистон халқаро бозорда қадимда ўзбек шаҳарлари орқали ўтган Буюк ипак йўлини реклама қилиш орқали туристик турлар сотишни амалга оширмоқда таҳлил шуни кўрсатадики оммавий туристик йўлишлар нархи қуйидагичадир.

- Тошкент-Самарқанд-Бухоро-Урганч-Тошкент 676 АҚШ долл ва ундан юқори;

- Тошкент-Самарқанд-Шахрисабз-Бухоро-Урганч-Тошкент 845 АҚШ долл ва юқорироқ (20 кишилиқ гуруҳлар учун).

Буюк ипак йўлининг бошқа давлатларига (Хитой, Эрон, БАА) турларни сотувчи туристик агентликларнинг сўровномаси шуни кўрсатадики бу давлатлардаги турмахсулотларнинг нархи Ўзбекистонга саёхатдан кўра пастроқдир. Бундан ташқари бу давлатлар реклама ва маркетингга кўп маблағ сарфлашади Миллий экспертлар фикрича агар 90-йилларнинг ўрталарида хорижий туристлар Ўзбекистон турига тахминан 1,5 минг долл (авиачипталар ҳам шунинг ичида) сарфлашган бўлса. 2005 йилга келиб бу

сумма 2 минг долл га етиши мумкин. Бунда туризм тур нархларини оширишдан эмас, янги хизматлар кўрсатиш эвазига фойда олади.

Бундан ташқари, ўзбек туризми янада кўпроқ Европа андозалари ва тенденцияларини ола бошлайди. Бунда у хорижликларни жалб қилувчи шарқона латофатни ҳам сақлаб қолади. Албатта туризм иқтисодиетининг муаммолари жаҳонниқига ўхшаш бўлади. Масалан, MILLER FRIMAN TRAVEL GROUP томонидан TTG WORLD HOTEL REPORT меҳмонхона саноати тадқиқ қилинди ва қуйидагилар аниқланди:

- меҳмонхоналарга тушаётган солиқнинг оғирлиги ошиб боради ва умумий солиқлардаги туризмнинг улуши 1996 йилдаги 10,4%дан 2006 йилда 11% га етади;

- меҳмонхона саноати даромадни ҳисобга олиш усулини ўзгартиради: битта номердан олинadиган даромад эмас, битта меҳмондан олинadиган даромад ҳисобланади;

- Европа отелларидан фақат 30%и меҳмонхона тизимларига тегишли холос.

Яқин ўн йил ичида Ўзбекистондаги кўпгина меҳмонхоналар минтақавий тизимларга бирлаштирилиб трансмиллий корпорацияларга айланиши мумкин шубҳасиз давлатнинг ўзбек туризмини ташвиқот қилишдаги аҳамияти ҳам каттадир. 1996 йилда туризмга ёрдам бериш учун бюджетдан 572 млн. доллар ажратган Франция, 78 млн. ажратган Испания, 15 млн. ажратган АҚШ, 27 млн. ажратган Ирландия, 5 млн. ажратган Хитой, 7 млн. ажратган Польша, 520 млн. ажратган Туркия, 518 млн. ажратган Ҳиндистон бунга мисол бўлади.

Мак Налти экспертлар гуруҳи томонидан Ўзбекистон ҳукуматиға 2004 йилгача маркетинг тадқиқотлари учун 1,35-1,65 млн долл. миллий инфраструктурани ривожлантиришға 55 млн. долл. капитал қўйилмалар йўналтириш маслаҳат берилган эди. Бу 2004 йилға келиб қўшимча 200 млн. доллар даромад бериши керак эди.

Ўзбекистон ҳозирда жаҳон туризмида мавжуд бўлган 15 кўринишдаги



туризмни тақдим қилиши мумкин. Бундан ташқари туристлар томонидан буюртма қилинган ҳар қандай хизматларни бажариш имкониятларига эга ҳар бир туристдан ўрта ҳисобда 1200 доллар тушади.

Ўзбекистонда ўттиздан ортиқ меҳмонхона ва меҳмонхона мажмуалари, турбаза ва кемпинглар, 10 автотранспорт хўжаликлари туристлар хизматига тайёр. Туристлар қабул қилиш ва жунатишга келганда улар аввало миллий транспорт компанияларимиз тўғридан-тўғри алоқа ўрнатган давлатлар билан олиб борилмоқда. Булар Ўзбекистоннинг ўзидан 22 давлат ва МДХ давлатларидан 10-12 давлат.

### **7.3. Туризмда хусусий секторнинг ривожланиши**

Мамлакатнинг диққатига сазовор жойлари билан танишувчи ички туризм ҳам “Ўзбектуризм” Миллий компанияси бўлинмалари томонидан ривожлантирилмоқда. Кўплаб туристлар кўшни Қозоғистон ва Қирғизистонга дам олишга борадилар. Компания томонидан самолет, автотранспорт ва поездларда юзга яқин йўналишлар, шу жумладан “Буюк ипак йўли” халқаро лойиҳаси доирасида, ишлаб чиқилган.

Туризм ва авиация бир бутунликнинг икки бўлагидир. Миллий авиакомпания ва республика ҳукумати Самарқанд, Бухоро ва Урганчдаги аэропортларни реконструкция қилишди. Энди улар пойтахтдаги аэропорт каби халқаро авиайўналишларда ишлашади. Авиакомпаниялар томонидан “А-310”, “Боинг-767”, “RG-85” самолётларининг сотиб олиниши ва Япония, Индонезия, Миср, Францияга янги доимий авиарейсларнинг очилиши билан хорижий туристлар ва валюта оқими кўпайди. Албатта авиакомпанияда нуқсонлар ҳам мавжуд. Хорижликлар асосан расмиятчиликнинг кўплиги, аэропортда хизмат кўрсатиш даражаси ва ахборотнинг камлигидан норози бўладилар. Иккинчи гигант, “Ўзбекистон темир йўллари” ДХТЙК доимо туристларга ички турлар ва МДХ давлатлари - Россия, Беларус ва Украина бўйлаб оммавий йўналишлар бўйича энг яхши поездлар беришади.

Ўзбекистондаги меҳмонхона сервиси ҳам халқаро андозалар даражасига чиқ-моқда. Бу ҳақда республика ҳукумати ва “Ўзбектуризм” Миллий Компаниясининг эски меҳмонхоналарни реконструкция қилиш ва янгиларини қуриш учун хорижий инвестицияларни жалб қилиш бўйича ишлари гувоҳлик беради.

Ўзбекистоннинг турли-туман бўлган туристик маҳсулотлар бозорини шартли равишда 3та катта гуруҳга ажратиш мумкин<sup>17</sup>:

### 1. Умумий қизиқиш уйғотувчи бозор.

Ўзбекистонда туризм тарихий ва маданий мерос шаҳарлари таклиф қилувчи маҳсулотга тор фокусланган. Тарихга ва маданиятга қизиқувчи “таътилчилар” кўпинча ўз қизиқишларини анъанавий саноат шакллари, замонавий турмуш тарзи, табиат ва хоказоларга кенгайтиришни исташади. Бундан ташқари бозорнинг шундай муҳим сегментлари мавжудки, улар учун табиат бўйлаб саёҳат ёки унинг тарихий жойларга боришга қўшилиши таътилни у ёки бу ерда ўтказиш учун муҳим мотивация ҳисобланади. Маслаҳатчиларнинг фикрича Ўзбекистонда Чимён, Тошкент ва Фарғона оралиғидаги тоғлар, Шохимардон, Зомин миллий боғи ва Зарафшон тоғлари каби табиат инъомларидан кўпроқ фойдаланиб бозорнинг бу сегменти талабларини қондириш имкониятлари мавжуд. Бу минтақалардаги табиат ландшафтларининг жозибасига кейинчалик маҳаллий аҳолининг ҳаёти, уларнинг овқати, маҳаллий бозорлар, анъаналар билан танишиши имкониятларини қўшиш мумкин. Бу эҳтиёжни амалга ошириш учун этнографик музей ташқил қилиш мақсадга мувофиқ бўларди.

Ўзбекистон муносабати билан кўпчилик яхши биладиган пахта ва ипак ишлаб чиқариш ҳам хорижлик туристларда қизиқиш уйғотади.

### 2. Алоҳида қизиқиш уйғотувчи бозор.

Бу категорияга алоҳида малака талаб қилувчи ва баъзи кишилар шунчалик қизиққанларидан у билан шуғулланиш учун оддий дам олишни йиғиштириб қўядиган фаолият кўринишларини киритамиз. Ўзбекистон учун

<sup>17</sup> Ирматов М.М. Алиева М.Т. ва бошқалар. Туризмни режалаштириш. Тошкент, 2005 -167 б.

бундай мисоллар чангида учиш, туристик поход, отда, эшакда, туяда юриш, археология, экология ва бошқалар бўлади. Ўзбекистонда совет даврларида бўлган бутуниттифоқ тоғ туристик йўналишлари (Алом “доираси” - Куксойдан Чотқолга, Пскент дарасининг Мовий йўлларига саёхат, анъанавий май Чимён альпианадалари ва х.к.)дан олинган тажрибаларни йўқотмаслик керак. Ўзларининг махсус қизиқишларига кўра саёхат қилувчи халқаро туристлар сони кам бўлса ҳам улар бозорнинг ривожланиши керак бўлган тирқишларини тўлдирадilar. Бу эса уларга рақобатчилар ҳаракати йўналтирилиши мумкинлигини билдиради. Натижада улар кутадилар ва туристларга Ўзбекистонда мавжуд тенгсиз йўналишлар бўлмаган бошқа минтақаларга боришга ундашга йўналтирилган ажойиб қулайликлар таклиф қилишади. Бундай меҳмонлар сони чекланган бўлишига қарамасдан биз алоҳида қизиқиш бозори Ўзбекистон фойдаланиши зарур бўлган имконият деб ҳисоблаймиз.

### 3. Кенгроқ қизиқишлар бозори.

Махсус қизиқиш ҳосил қилувчи бозордаги янги имкониятлардан фойдаланиш юқори сифатли қулайликлар яратиб ва хизматлар стандартини ошириб, турмахсулот олишни осонлаштиришни англатади. Умумий қизиқиш бозорига келганда умумий туристик йўналишларда “тўхташ керак” бўлган жойларга айланувчи кўплаб янги жозибатор жойлар ташқил қилиш керак. Шунингдек ҳозирги вақтда кенгроқ таклиф бўлишини чеклаб турган инфраструктуранинг баъзи хал қилувчи муаммоларини хал қилиш керак.

Шундан келиб чиққан ҳолда иқтисодиётнинг бир соҳаси бўлган миллий туризм олдида Ўзбекистон туризм мажмуасини янада ривожлантириш ва мукамаллаштириш ва уни юқори ривожланган саноат сифатида халқаро туризм тизимига интеграциялаш вазифаси турибди. Бунинг учун иқтисодиётнинг бу соҳасидаги ислохатлар стратегия ва тактикасини доимий равишда тўғрилаб туриш керак. Шу билан бирга<sup>18</sup>:

---

<sup>18</sup> Файзиева Ш. Р. “Ўзбекистонда туризм ривожланишининг иқтисодий механизмини такомиллаштириш” Тошкент, 2006 й

1. Божхона сиёсатини эркинлаштириш, божхона текширувларида туристларга талабларни камайтириш ва хорижий туристлар хужжатларини расмийлаштириш жараёнини соддалаштириш;

2. Виза ва виза хужжатларини расмийлаштириш жараёнларини эркинлаштириш ва виза учун пул тўлашни бекор қилиш, мамлакатни туристлар учун оқилона минимумни (шахсиятни аниқлаш, интерполнинг ахборот қидирув тизимида солиштириш, курул яроғ ва наркотик йўқлигини текшириш) қолдирган ҳолда ҳеч қандай виза режимисиз 2-3 хафтага очиб қўйиш. Баъзи давлатларда бир ойгача бўлиш учун виза талаб қилинмайди ёки вақтинчалик визалар берилади. Визаларни расмийлаштиришнинг бундай усули Ўзбекистонга келадиган туристлар сонини ва туристларга хизмат кўрсатувчи хўжаликларнинг бандлик даражасини оширади;

3. Ўзаро манфаатли асосда туристлар алмашиш, амалда ҳеч қандай мажбурият юкламайдиган туризм соҳасида ҳамкорлик қилиш мумкинлиги ҳақидаги ва Ўзбекистонга жумладан хорижий фирмалар ташкил қилиш кўринишида инвестиция киритаётган давлатлар билан давлатлараро алоқаларнинг қулай режими ҳақидаги давлатлараро шартномалар тузиш;

4. Республика туризмнинг халқаро туристик ташкилотлар билан интеграциясини ҳукумат томонидан қўлланилиши. Туризмнинг ривожланишида халқлар ўртасида ўзаро тушуниш мамлакатдаги тинчлик ва сиёсий барқарорлик катта аҳамиятга эга.

5. Хусусий туризм секторининг ҳукумат томонидан қўллаб-қувватланиши. Давлат томонидан маҳаллий ва хорижий тур фирмаларни республика инвестицион дастурига қўшилишига ундовчи кредит-пул ва бюджет-солиқ сиёсатининг амалга оширилиши. Чунки бу фирмаларнинг тез ривожланиши дастурда белгиланган қулай инвестицион иқлим билан белгиланган бўларди. Тадбиркорларни қўллаб-қувватлаш, мутахассисларни тайёрлаш ва уларни хорижда ўқитиш ҳам давлатнинг вазифасидир.

Бошлангич босқичда “Ўзбектуризм” МҚсининг монопол ҳолатидан туризм ривожланишини тартиблашда фойдаланиш керак. Компаниянинг

хокимиятидан янги иқтисодий моделни яратишда фойдаланиш керак. Миллий компания муносиб рақобатлар пайдо бўлиши уларнинг ҳам ички, ҳам ташқи бозорда рақобат қила олишларига ёрдам бериши керак. “Ўзбектуризм”нинг монопол ҳолатидан республикани халқаро ярмаркаларда намоён қилишда ҳам фойдаланиш керак. Аммо яқин келажакда компаниянинг хокимияти бошқа туристик фирмалар ривожланишини рағбатлантириш учун секин-аста камайтирилиши керак.

Ўзбекистонда туризмни тезроқ ривожлантириш учун республика худудида Буюк ипак йўли шаҳарлари-Самарқанд, Бухоро, Хива ва Тошкентда туризм бўйича эркин иқтисодий ҳудудлар ташкил қилиш зарурияти тугилмоқда. Туристик ҳудудлар республикага туристлар оқими ва мос равишда валюта тушумини кўпайтиришга имкон яратади. Эркин иқтисодий зоналар Ўзбекистонда ривожланган туризм саноати яратиш учун хорижий ва маҳаллий капитал жалб қилишга ёрдам бериши кутилмоқда.

Доимий равишда туризм бозорларини таҳлил қилиш, янги турмаҳсулотлар ишлаб чиқиш ва уларнинг асосий истеъмолчиларини ўрганиб бориш керак. Республикага туристлар оқимини кўпайтириш учун туристик хизматлар истеъмолчиларини Ўзбекистоннинг туристик имкониятлари ва салоҳияти ҳақида хабардор этиш бўйича маркетинг фаолиятини фаоллаштириш, турли йирик халқаро туристик каталогларда иштирок этиш керак. Доимий равишда реклама-ахборот материаллари чиқариш, халқаро туристик форумларда иштирок этиш ва уларни Ўзбекистонда уюштириш керак.

“Ўзбектуризм” Миллий компаниясининг хориждаги ваколатхоналар тизимини кенгайтириш керак. “Ўзбектуризм” Миллий компаниясининг хориждаги ваколатхоналарини тўғридан-тўғри ҳаво алоқаси бўлган давлатларда очиш керак. “Ўзбектуризм” Миллий компаниясининг хориждаги ваколатхоналарини Ўзбекистон туризми учун истиқболли бўлган Франция Италия, Туркия, Голландия каби давлатларда очиш керак.

## Хулоса

Юкорида санаб ўтилган чораларни амалга ошириш Ўзбекистонда хорижий туристларга хизмат кўрсатиш даражасини ошириши ва уларнинг сонини кўпайтириши керак. Бу чоралар соҳада бозор муносабатларини шакллантириш ва янги турмахсулотлар яратишга ёрдам беради.

**Таянч иборалар:** иқтисодий салоҳиятнинг глобаллашуви, сиёсий ва иқтисодий барқарорлик, Буюк Ипак йўлини реклама қилиш орқали турларни сотиш, туризм бозорида янги хизматларни таклиф қилиш, Европа андозалари ва шарқ латофатининг уйғунлиги.

## Назорат саволлари

1. Буюк Ипак йўли бўйлаб туризм.
2. Туризмда хусусий секторнинг ривожланиши.
3. Ўзбекистон Республикасида туризм ривожланишининг замонавий ҳолатини таҳлил қилиш.
4. Туристлик ҳудудлар Республикага туристлар оқими ва бош равишда валюта тушумини кўпайтириш.
6. Эркин иқтисодий туристик зоналар.
7. Ўзбекистон ҳозирда жаҳон туризмда мавжуд бўлган кўриниши.

## Тавсия этилаётган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисидаги” қонуни. Халқ сўзи // 1999 йил 20 август.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1995 йил 2 июндаги 1162 рақамли” Буюк Ипак йўли”ини қайта тиклашда Ўзбекистон Республикасининг иштирокини авж олдириш ва республикада Халқаро туризмни ривожлантириш борасидаги чора –тадбирлар тўғрисидаги”

Фармони. //Халқ сўзи, 1995.3- июнь.

3. Гуляев В.Г. Правовое регулирование туристской деятельности». Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2005. -304 с.

4. Улицкого М.П. Оценка стоимости транспортных средств: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 304 с.

5. Medlik, Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. Printed and bound in Great Britain by Biddles Ltd -3<sup>rd</sup> ed, 2003.-256б.

6. Richard Sharpley and David J. Telfer, Tourism and Development: Concepts and Issues, Printed and bound in Great Britain by Cambrian Printers Ltd. 2002 300б.

7. Ирматов М.М. Алиева М.Т. ва бошқалар. Туризмни режалаштириш. Тошкент, 2005 -167б.

8. Жукова. М.Ж., Менеджмент в туристском бизнесе. Учебное пособие. –М. Финансы и статистика, 2005 -288стр.

9. Бутуров И.Н. Маркетинг и менеджмент иностранного туризма. Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2005.г

10. Оробейка У.С., Шредер Н.Г. Организация обслуживания : Рестораны и бары: Учеб.пос.- М.: Альфа - М; ИНФРА-М,2006. 302 с.

11. Файзиева Ш. Р. “Ўзбекистонда туризм ривожланишининг иқтисодий механизмини такомиллаштириш” Тошкент, 2006 й

12. Основные показатели развития туризма в 2006 г. ВТО. Мадрид. 2006. 32 стр.

## ХУЛОСА

Ўқув қўлланма туризмнинг миллий иқтисодиётдаги роли ва ўрни Ўзбекистоннинг халқаро туризм ривожланишидаги рақобат устунликлари билан белгиланишини намоён қилади. Жаҳон иқтисодиётининг муҳим компоненти бўлмиш халқаро туризм ташқи иқтисодий фаолиятнинг ўзига хос соҳаси ҳисобланади. Бутун дунёда унинг гуркираб ривожланиши бошқа халқлар тарихи, маданияти, иқтисодий ва ижтимоий соҳаларига қизиқишнинг ортиши билан тушунтирилади. Туристик мажмуа доирасида шахснинг яшаш жойидан қатъий назар ягона бирлик инсониятга тегишлилиги ҳақидаги тушунча жамланади. Халқаро туризмнинг ривожланиши жисмоний ақлий ривожланиш ва дам олишга сарфланадиган бўш вақтнинг кўпайганлиги билан ҳам тушунтирилади. У жаҳон ишлаб чиқаришининг ривожланиши, меҳнат тақсимотининг чуқурлашиши, транспорт воситаларининг мукамаллаштирилиши билан боғлиқ. Кўплаб мамлакатлар учун туризм валютанинг муҳим манбасига айланди, у савдонинг, саноатнинг алоҳида кўринишлари ва хизматларнинг ривожланиши, аҳолини иш билан таъминлашга ёрдам беради. Туризм Ўзбекистон иқтисодиётининг энг устивор йўналишларидан бири ҳисобланади.

Иқтисодиёт университети талабалари келажакда Ўзбекистон халқ хўжалигининг турли соҳаларида раҳбар ва мутахассислар бўлишади. Таклиф қилинаётган қўлланма талабаларни хорижий давлатлар тажрибасини уларнинг амалиётларида қўллаш мақсадида халқаро туризмнинг асосий йўналишлари, унинг ривожланиш тенденциялари, шунингдек ривожланган давлатларда халқаро туризмни бошқаришнинг асосий тамойиллари билан таништиради.



## **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

### **I. Ўзбекистон Республикаси қонунлари.**

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. -Т.:Ўзбекистон.2003 йил. -36б.
- 2.Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисидаги”қонуни. Халқ сўзи // 1999 йил 20 август.
3. Ўзбекистоннинг янги қонунлари. Т.22.-Т.: Адолат,2000.б.131-140.

### **II.Ўзбекистон Республикаси Президенти фармонлари**

4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1995 йил 2 июндаги 1162 рақамли” Буюк Ипак йўли”ини қайта тиклашда Ўзбекистон Республикасининг иштирокини авж олдириш ва республикада Халқаро туризмни ривожлантириш борасидаги чора –тадбирлар тўғрисидаги” Фармони. //Халқ сўзи, 1995.3- июнь.
5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбектуризм” МКСини ташкил қилиш” тўғрисидаги фармони № ПФ-447 27 июль 1992 йил. //Халқ сўзи. 1992 йил 27 июль.

### **III. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси қарорлари.**

6. Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг "Ўзбекистон Республикаси солиқ кодекси" ва унда туризм соҳасига оид имтиёзлар. Халқ сўзи // 1997-йил 24-апрель
7. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1998 йил августда қабул қилган №346 сонли “Туристтик ташкилотларнинг фаолиятини такомиллаштириш” тўғрисидаги қарори - Халқ сўзи 9-август 1998 й

### **IV.Ўзбекистон Республикаси Президенти асарлари.**

8. Каримов И. Эришилган ютуқларни мустаҳкамлаб, янги марралар сари изчил ҳаракат қилишимиз лозим.// Халқ сўзи, 2006 й. 11-февраль.
9. Каримов И. Инсон, унинг ҳуқуқи ва эркинликлари ҳамда манфаатлари – энг олий қадрият. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Конституцияси 13 йиллигига бағишланган тантанали маросимда 2005 йил 7 декабрда сўзлаган маърузаси.

10. Каримов И. Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислоҳ этишдир. – Т.: Ўзбекистон, 2005 -92 б.

11. Каримов И. “Биз танлаган йўл демократик тараққиёт ва маърифий дунё билан ҳамкорлик йўли” Тошкент Ўзбекистон 2003й -318б.

#### **V. Дарсликлар.**

12. Алиева М.Т., Салимова Б.Х.. «Меҳмонхона менежменти». Дарслик. -Т.: «Молия» 2005. -275б.

13. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. Учебник. –М.: Новой знание. 2005. 644 с.

14. Биржаков М.Б. Введение в Туризм: Учебник. -М.: Издательский дом Герда, 2006. – 512 с.

15. Гуляев В.Г. Правовое регулирование туристской деятельности». Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2005. -304 с.

16. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 480 с.

17. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 192 с.

18. Крылова Г.Д. Основы стандартизации, сертификации, метрологии: Учебник - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006. - 671с.

19. Лифиц И. М. Стандартизация, метрология и сертификация: Учебник. – М.: Юрайт-Издат, 2006. – 350 с.

20. Козырев В.М. , Зорин И.В., Сурин А.И.и др. Менеджмент туризма: Экономика туризма. Учебник. - М.: Финансы и статистика, 2004. -253б.

21. Улицкого М.П. Оценка стоимости транспортных средств: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 304 с.

22. Борисов Ю.И., Сигов А. С., Нефедов В. И. Метрология, стандартизация и сертификация: Учебник. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2005.

23. Янкевич В.С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме. -М.: Финансы и статистика, 2003. -415 с.

24. Medlik, Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. Printed and bound in Great Britain by Biddles Ltd -3<sup>rd</sup> ed, 2003.-256б.
25. Brassington, F. and Pettit, S. Principles of Marketing. 2<sup>nd</sup> ed, Prentice-Hall, 2002 -255б.
26. Wright, L.T. and Crimp, M. The Marketing Research Process. 5<sup>th</sup> ed., Financial Times/Prentice-Hall, 2002 -240б.
27. Richard Sharpley and David J. Telfer, Tourism and Development: Concepts and Issues, Printed and bound in Great Britain by Cambrian Printers Ltd. 2002 300б.

## **VI. Ўқув қўлланмалар**

28. Ирматов М.М. Алиева М.Т. ва бошқалар. Туризмни режалаштириш. Тошкент, 2005 -167б.
29. Мирзаев. Р. Солнце путешествует по миру чтобы рассеять тени. - Т.: Ипак «Шарқ» 2005.- 230 б.
30. Мирзаев Р. Туристические жемчужины Узбекистана. -Т.: Ипак «Шарқ» 2005 -38б.
31. Алиева М.Т., Мирзаев М. ва бошқалар. Туризм ҳуқуқи. Ўқув қўлланма. Т.:, Талқин. 2003. -245б.
32. Жукова. М.Ж., Менеджмент в туристском бизнесе. Учебное пособие. – М. Финансы и статистика, 2005 -288стр.
33. Дехтярь Г. Лицензирование и сертификация в туризме. Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2003 г. 186 с.
34. Сенин В.С., Денисенко А.В. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения: Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2006. - 144 с.
35. Бутуров И.Н. Маркетинг и менеджмент иностранного туризма. Учебное пособие. - М.: Финансы и статистика, 2005.г
36. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Учебное пособие. – М.: КНОРУС 496стр. 2005г.
37. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе: Учебное пособие. -М.:

КНОРУС, 2005. - 192 с.

38. Оробейка У.С., Шредер Н.Г. Организация обслуживания : Рестораны и бары: Учеб.пос.- М.: Альфа - М; ИНФРА-М,2006. 302 с.

39. Боголюбов В.С. Экономика туризма: Учебное пособие. - М.: Академия, 2005. - 192 с

40. Гвозденко А.А. Страхование в туризме. Учебное пособие. - М.: Академия, 2005 -245 с

41. Travel Guide Uzbekistan – Tashkent: National Company Uzbekturizm 2003 - 106.

42. Gee Ch. Y., Makens J.C., Chey D. The Travel Industry. 3d. Wdit. - New York John Wiley Sons Ine. 2003-250стр.

43. Hospitality, Tourism and heisure Management: Issues in Streegy and Culture. London, 2003 -265стр.

#### **VII. Илмий манографиялар, мақолалар ва бошқа асарлар.**

44. Норчаев А.Н. Экотуризм. 2004 й.

45. Алиева М.Т Сайёҳлар алмашинуви. 2003 й

46. Перспективы развития международного туризма. Материалы VII-Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых. Донецк. 2005 г.

#### **IX. Докторлик, номзодлик ва магистрлик диссертациялари**

47. Файзиева Ш. Р. “Ўзбекистонда туризм ривожланишининг иқтисодий механизмини такомиллаштириш” Тошкент, 2006 й

48. Норчаев.А.Н. “Халқаро туризм ривожлантиришининг иқтисодий ўсишга таъсири” . Номзодлик диссертацияси. ТДИУ 2004 -120 б.

49. Дияров Ш. “Халқаро туризмда маркетинг стратегияси ва рекламалар ролини ошириш”. Магистрлик диссертацияси. ТДИУ 2005 -76 б

50. Абдулқосимов Х. «Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш муаммолари ва истикболлари». Магистрлик диссертацияси. ТДИУ 2005 -81 б

#### **X. Илмий –амалий анжуманлар маърузалари тўплами**

51. Норчаев А.Н Tourism as a dynamic branch of the economy of Uzbekistan.

Материалы VII-Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов.г.Донецк 2006.

52. Қутлимуротов Ф.С. Внедрение Корейского гостиничного менеджмента в Узбекистане. Материалы VII-Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов.г.Донецк 2006.

#### **XI. Газета ва журналлар**

53. Жамият ва бошқарув.

54. Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси.

#### **XII. Статистик маълумотлар тўпламлари**

55. Основные показатели развития туризма в 2006 г. ВТО. Мадрид. 2006. 30стр.

56. Tourism: 2020 vision, Madrid, 1997, 21стр.

#### **XIII. Интернет сайтлари.**

[www.peugeotufa.ru](http://www.peugeotufa.ru) – цены услуг

[www.interunion.ru](http://www.interunion.ru) – туристские ассоциации

[www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org) – Всемирная туристская организация

[www.tag-group.com](http://www.tag-group.com) – Консультативная группа по вопросам туризма (TAG)

[www.e-tours.ru](http://www.e-tours.ru) – деловые туры, выставки, конференции

[www.travel-library.com](http://www.travel-library.com) – Электронная библиотека путешествий

## Атамалар луғати

1. Археология – халқларнинг ва миллатларнинг сақланиб қолган тарихий ва маданий ёдгорликлари ёрдамида инсон жамиятининг ўтмишини ўрганувчи фан.

3. Архитектура – қурилиш санъати, қурилманинг характери ва шакли, бадиий беагаи.

3. Ботель – жихозланган кема ўрнида фойдаланса бўладиган сувдаги кичик меҳмонхона.

4. Бутун дунё туристик ташкилоти (БТТ) – ҳукуматлараро ташкилот (1975 йилда ташкил топган) бўлиб, туризмнинг ривожланишига кўмаклашади, 170 дан ортиқ аъзоси бор

5. Ваучер - кўрсатиладиган асосий хизматларнинг (меҳмонхонада тўхташ, овқатланиш, транспорт ва б.) хақи тўланганлигини тасдиқловчи хужжат

6. Дилер- туристик хизматларнинг олди-сотдиси билан шуғулланувчи туристик фирмалар, кўпинча улар ўз ҳисобига ва ўзининг номидан иш олиб боришади.

7. Инвестициялаш –туристик фаолият объекти ёки тадбиркорлик лойиҳасига маълум, шартномада айтиб ўтилган шартларда инвестицияни амалга ошириш.

8. Инвестиция –даромад олиш мақсадидаги узоқ муддатли капитал қўйилмалар.

9. Ички туризм- бир мамлакат фуқороларнинг Ўзбекистон ҳудудлари чегарасида амалга оширадиган туризми.

10. Ишбилармонлик туризми-туризмнинг бир тури бўлиб, унинг асосида маълум хизмат ёки касбий вазифаларни ҳал қилиш зарурати ётади.

11. Имидж – фирманинг бозордаги обрўси.

12. Инвестициялар-янги тадқиқотлар ва ишланмалар бўлиб, илмий-техник тараққиётининг намоён бўлиш шакли сифатида амалий аҳамиятга эга

бўлади.

13. Кемпинг –автотурист, мототурист ва велотуристлар учун шаҳар ташқарисида жойлашган меҳмонхона. Кемпингда турситлар палатка ёки ўзи овқат тайёрлаши мумкин бўлган ошхонали ёзги уйлар ва баъзида энг оддий қулайликлар билан таъминланади.

14. Меҳмонхона- турли турдаги хизматлар таклиф қилувчи туристларни жойлаштириш объекти.

15. Мотель- автотуристлар учун меҳмонхона, йўл бўйидаги отель бўлиб, унда қулай ва шинам номерлардан ташқари автомашина учун тўхташ жойи мавжуд.

16. Пансион – бу эркин шаклда, қурилиш пайтида меҳмонхона сифатида барпо этилмаган уйлардир. Пансионлар 10-20 кишига мўлжалланади.

17. Родтель – кўчиб юрадиган меҳмонхона. Унда 1 ёки 2 ўринли номер – ухлаш ва кийим алаштириш жойи, ошхона ва умумий пардоз-андоз (туалет) хонаси бўлади

18. Турист – ўз қизиқишларини қондириш мақсадида 24 соатдан кам ва 6 ойдан кўп бўлмаган муддатга чегарани кесиб ўтган киши

19. Тур – туристларни аниқ йўналиш бўйича, хизматлар мажмуаси ва муддати аниқ бўлган ташишни уюштириш.

20. Туризм индустрияси – туризмнинг материал-техник базасини ташкил қилувчи халқ хўжалигининг турли соҳалари йиғиндиси.

21. Туристик уй – фаол ҳаракатдаги кўчиб юриш учун, ёки қисқа фурсатли келиб-кетиш учун мўлжалланган жой.

22. Туристик база – туристларни қабул қилиш ва жойлаштириш хоналарига эга бўлган туристик мажмуа бўлиб, унда ресторан ёки ошхона, кўнгилли дам олиш учун хоналар ва хизматлар таклиф этилади.

23. Туризм Хартияси – халқаро туризмнинг ривожланиши ҳақидаги Қонун, БТТ Бош ассамблеяси томонидан 1985 йили 6-сессиясида қабул қилинган.

24. Фотель – сузиб юрвчи меҳмонхона, сувдаги катта отель, махсус жиҳозланган кема. Қулай номерлардан ташқари бунда туристларнинг кўнгилли ҳордиқ чиқариши учун турли хизматлар кўрсатилади.

25. Фрахт – денгиз орқали туристларни аниқ вақт давомида ташиш учун тўлов тури.