



TURIZMNING SOTSIOMADANIY JIHATLARI

Jo'rayev Shohzod Musurmon o'g'li

*O'zbekiston Respublikasi Xalq ta'limi vazirligi
Ijro intizomi boshqarmasi bosh mutaxassisi*

Annotatsiya. *Turizmning barcha turlari ishlab chiqarish va insoniyatning ijodi va yaratuvchilik sohalaridan kelib chiqqan. Ziyoratgoh joylar, tarixiy obidalar, diniy rahnomolarning dahmalari jahonning mashhur kishilari hayotidir. Faqatgina ekologik turizm turlari tabiat mahsuli hisoblanadi. Ishlab chiqarish sohalarining yoki insonlar guruhining mo'jizakor, mukammal va hayratomuz ko'rinishga ega bo'lgan mahsulotlari, inshootlari insonlar oqimini o'ziga jalb qilishi turizm sohasini keltirib chiqardi, sohadagi turlarning ko'payib borayotganligi ham ana shu omillarga bog'liq.*

Kalit so'zlar. *Turizm, madaniyat, taraqqiyot, iqtisod, qadriyat, globallashuv.*

Kirish. Iqtisodiy, siyosiy hamda informatsion globalizatsiya va integratsiya turizm makonlarining o'zgarishiga olib keldi. Jahon turizm sohasi yaxlitlashib, uning tarkibiga kiradigan mamlakatlarning o'zaro aloqadorligi va bir-biriga bog'langanligi tobora oshib bormoqda. Ma'lum mamlakatning real turizm va sayohat raqobatbardoshligini baholab, jozibadorligini muntazam oshirib borishning asosiy sharti, uning turizm taklif tizimini sayyohni vujudga keltiruvchi davlatlardagi vaziyat hamda tizimni o'rab turgan axborot makonlari bilan yaxlit holda tizimli tahlil qilishni talab etadi.

Leiper turizm sohasiga tizimli-geografik yondashib, uning sayyohlarni vujudga keltiruvchi hudud, turizm hududi (destinatsiya) hamda ikkisini birlashtiruvchi tranzit hududlardan iborat modelini taklif qilib, turistlar, turizm sanoati hamda geografik elementlardan iborat tizim, deb ta'rif beradi⁸¹.

Prosser esa turizm tizimining mukammalroq modelini ishlab chiqib, unga turizm hududi muhiti, sayyohni vujudga keltiruvchi bozor, targ'ibot-tashviqot ishlari majmui hamda transport va kommunikatsiyadan iborat tizim sifatida qaraydi⁸².

K. Kaspar turizmga - ma'lum muhitda birlashib harakatlanadigan va ishlaydigan elementlardan iborat, siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy, texnologik va ekologik omillar ta'sirida bo'lgan ochiq tizim deb ta'rif beradi⁸³.

Rossiyalik tadqiqotchi A.Y.Aleksandrova turizmga iqtisodiy tizim sifatida qarab, muammoga tizimli yondashgan oldingi tadqiqotchilardan farqli ravishda, turizm

⁸¹ Leiper, N., 1990. Tourist attraction systems. Annals of Tourism Research, 17 (2): - C. 367-384.

⁸² Prosser R. (1998) Tourism In Encyclopaedia of Ethics, vole 4 pp 373-411, Chicago I Houghton, Miffen.

⁸³ Kaspar C. Wprowadzenie do zarradzania w turystyce // przeklad M. Lenart. Warszawa-Osrodek Doskonalenia Kadr "Orbis". 1992. - S.7.





tizimining tarkibiy qismi sifatida yangi unisurni – turizm xizmat va mahsulotlari bozorini kiritib, sohaga tizimli-iqtisodiy yondashadi⁸⁴.

Tizimli-iqtisodiy qarashning yana bir tarafdori o'zbekistonlik olima M.T. Alimovaning fikricha, turizm bozori – bu, turistik mahsulotlarni sotuvchilar (taklif) va sotib oluvchilar (talab) o'rtasidagi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar hamda turistik mahsulotlarga talab va taklifni bevosita tartibga soluvchi iqtisodiy mexanizmlarni o'z ichiga oluvchi murakkab tizimdir⁸⁵.

V.G. Gerasimenko turizm tizimining uch asosiy unsuri (tizimostilari), turistik resurs, turistik mahsulot, turistik xizmatlar bozorini ajratadi va o'zaro uzluksiz ta'sir jarayonlaridan bog'liq komponentlardan iborat tizim sifatida qarab, uning asosiy funksiyasi turistik faoliyatning ushbu uch unisurni muvofiq rivojlantirishga qaratish muhimligini ilmiy asoslaydi⁸⁶.

Umuman olganda, turizm sohasiga tizimli yondashgan barcha mahalliy va xalqaro tadqiqotchilar uning quyidagi 6 omildan iborat ekanligini e'tirof etadilar: 1) sayyoh, 2) sayyohni vujudga keltiruvchi hudud, 3) sayohat hududi, 4) tranzit hudud, 5) turizm sanoati, 6) tizim amal qiladigan ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, texnologik, me'yoriy-huquqiy, ekologik muhit.

Turizmga yuqorida keltirilgan tizimli yondashuvlar muammoning ma'lum jabhasini o'rganishga qaratilgan bo'lib, T. V. Cherevichkoning fikricha, turizmning makonli ko'lamini anglash va tushunish uchun unga geografik, ijtimoiy va ishlab chiqarish tizimlari sifatida qarash lozim⁸⁷.

Turizm sohasini tizim sifatida tadqiq etishda makon kategoriyasi belgilovchi ahamiyat kasb etadi. I. I. Pirojnik turizm makonlarining xilmaxilligini tavsiflab, uning quyidagi asosiy xususiyatlarini ajratadi: geterogen (turli tarkiblilik) va kompleks (uyg'un birlashganlik), boshqa makonlarga nisbatan ochiqlik xususiyati, tarkibiy unisurlarning yaxlitligi, amal qilishining mavsumiyliigi, hududiy joylashuvning ierarxikligi, jarayonlarning o'zgaruvchanligi⁸⁸.

O'zbekistonlik tadqiqotchilar tomonidan turizm hududlarining mono, mini, mikro, mezo, meta, makro va mega raqobatbardoshligi tizimli tadqiq qilingan⁸⁹. Turizm makonlarining turistik jozibadorligini 2 mezon asosida guruhlash tavsiya etilgan.

⁸⁴ Александрова А.Ю. Международный туризм: учеб. пособие для вузов /Александрова А.Ю. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 464 с., с. 13.

⁸⁵ Алимова М.Т., Худудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденциялари (Самарқанд вилояти мисолида). 08.00.05 – Хизмат кўрсатиш тармоқлари иқтисодиёти (иқтисодиёт фанлари). Докторлик диссертацияси автореферати. – Самарқанд, 2017.

⁸⁶ Герасименко В. Г. Развитие теории системного подхода применительно к исследованию сферы туризма//Вестник Национальной академии туризма. – 2013. №. 2. – С. 11-15.

⁸⁷ Черевичко Т. В. Туризм как система: методология исследования // Концепт. – 2015. – № 07 (июль). – ART 15224. – 0,5 п. л. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/15224.htm>. – ISSN 2304-120X.

⁸⁸ Пирожник И. И. Трансформация туристско-рекреационного пространства в эпоху глобализации //Туризм и региональное развитие Вып. 4. – Смоленск, 2006. – 136 с.

⁸⁹ Навруз-Зода Б.Н. тахрири остида. Туристик худуд рақобатбардошлиги. “Дурдона” нашриёти Бухоро – 2017. - 156 б.





Birinchi, hududning ixtisoslashuvi, ikkinchi, turizm makonining rivojlanish bosqichlari. Birinchi mezon binoan, turizm makonlarining 5 turi ajratiladi⁹⁰: tabiiy turizm makoni, rekreatsion turizm makoni, yirik shahar va aholi punktlarida joylashgan turizm makonlari, tadbirga oid turizm makoni, afsonaga asoslangan turizm makonlari. Turizm makonlarining hayot bosqichlarini aniqlash imkoniyatini beradigan ikkinchi mezon ko'ra, quyidagicha guruhlanadi: o'rganilayotgan turizm makoni, sayyohlar kirgan turizm makoni, assimilyasiya boshlangan turizm makonlari, turizm makoni kolonizatsiyasi hamda turizm makoni urbanizatsiyasi⁹¹.

Turizm taklif tizimi kiruvchi va chiquvchi birliklardan iborat hamda ochiq bo'lgani uchun atrof-muhit, ya'ni ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, texnologik, me'yoriy-huquqiy, ekologik omillar ta'sirida bo'ladi (1-chizmaga qarang). Uning kirish qismida moddiy, insoniy, moliyaviy va axborotga oid resurslar mavjud bo'lib, ushbu xususiyat barcha tizimlarga xosdir. Turizm taklif tizimining kirish qismida potensial sayyohning moliyaviy resurslari va sayohat ehtiyojlarini qondirishda qatnashgan barcha moddiy va nomoddiy resurslar majmui bo'lsa, chiqish qismida sayyohlarning sayohat taassurotlari, ya'ni sayohat davomida iste'mol qilingan mahsulot va xizmatlardan olingan ijobiy histuyg'ular majmui turadi hamda sayohat amalga oshirilgan hudud imijining shakllanishida belgilovchi ahamiyat kasb etadi. Turizm taklif tizimining asosiy funksiyasi potensial sayyohlarni o'ziga jalb qilib, ularning sayohat ehtiyojlarini qondirib, ijobiy his tuyg'ular majmui turadi hamda sayohat amalga oshirilgan hudud imijining shakllanishida belgilovchi ahamiyat kasb etadi. Turizm taklif tizimining asosiy funksiyasi potensial sayyohlarni o'ziga jalb qilib, ularning sayohat ehtiyojlarini qondirib, ijobiy his-tuyg'ular bilan doimiy yashash joyiga etqazib qo'yishdir.

Turizm sohasi sayohat bilan bog'liq ehtiyojlarni qondirishga mo'ljallangan mamlakat iqtisodiyotining yirik tarmog'i bo'lib hisoblanadi va u xalqaro, milliy hamda mamlakat doirasida turizm kategoriyalarida o'z aksini topadi.

Mamlakat doirasida turizm kategoriyasi xalqaro kirish, ya'ni xorijiy tashrif buyuruvchilarning O'zbekiston bo'ylab sayohati va ichki turizm, o'zbekistonlik tashrif buyuruvchilarning mamlakat hududida sayohatini qamrab oladi. Demak, mamlakat doirasida turizmni barqaror rivojlantirishning asosiy sharti sayyohni vujudga keltiruvchi va sayohat amalga oshuvchi makonlar, shuningdek, ularni uyg'unlashtiruvchi axborot makonida vujudga keladigan jarayonlarni anglash, takomillashtirish yo'llarini ilmiy asoslash masalasini yana bir marta ko'rib chiqishni taqozo etib, ushbu fundamental tadqiqotda mamlakat doirasida turizm sohasi 3 makonli tizimli yondashuv asosida nazariy jihatdan o'rganilgan.

O'zbekistonning turizm infratuzilmasi, turizm xizmatlari sifati va uning darajasi, shuningdek tarmoqni boshqarish tizimi globallashtirish va keskin raqobat sharoitida

⁹⁰ Глушенко В. В. Модели концепции рекреации, ее фундамента и функций, сущность и содержание рекреационного и туристского пространства, курорта, дестинации и кластера // Управление экономическими системами. – 2014. – № 3 – URL: <http://uecs.ru/uecs63-632014/item/2791-2014-03-01-07-30-42>.

⁹¹ Володарчик Б. Цикл развития туристского пространства // Туризм и региональное развитие. Вып. 4. – Смоленск, 2006. – 232 с.





zamonaviy talablarga mos kelmaydi. Turizmning mamlakat iqtisodiyotiga qo'shayotgan hissasi, xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish va aholini ish bilan ta'minlash jahondagi o'rtacha ko'rsatkichlardan orqada qolmoqda.

Mamlakat doirasida turizm taklif tizimi – sayyohni vujudga keltiradigan, axborot hamda sayohat amalga oshadigan makonlardan iborat ochiq tizim bo'lib, har uchala makonda xalqaro kirish va ichki tashrif buyuruvchilarning sayohat ehtiyojlarini qondirish jarayonida qatnashadigan barcha davlat va nodavlat tashkilotlar majmuidir.

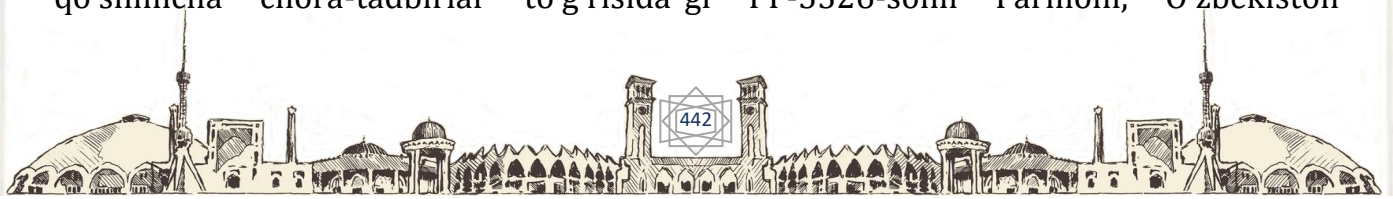
Mamlakat doirasida turizm taklif tizimi 1) sayyohni vujudga keltiradigan, 2) axborot va 3) sayohat amalga oshadigan makonlarda iste'molchi hamda ishlab chiqaruvchilar o'rtasida vujudga keladigan jarayonlarga asoslanadi. Sayyohni vujudga keltiradigan makon - sayohatgacha iste'mol qilinadigan quyidagi tovar va xizmatlarni qamrab oladi: - Turizm vositachilari (initsiativ turoperator, turagentliklar, turizm hududlarining sayyohni vujudga keltiradigan bozorlardagi vakolatxonalar) - Sayohatgacha iste'mol qilinadigan xizmat va mahsulot ishlab chiqaruvchilari (transport kompaniyalari, vizani rasmiylashtirish muassasalari, turizmga oid material nashriyotchilari, fotoapparat, chemodan va boshqa sayohat davrida foydalaniladigan mahsulot yoki xizmatlar).

Sayohat amalga oshadigan makon – sayohat ehtiyojlarini qondirish jarayonida qatnashadigan barcha tashkilotlar etqazib beradigan mahsulot va xizmatlar majmuini o'zida aks ettirib, quyidagicha guruhlanadi:

- Turizm sohasini rivojlantirish, tartibga solish va hamkorlik qilishga oid davlat va nodavlat tashkilotlari;
- Turizm vositachilari (reseptiv turoperatorlar);
- Sayohat davomida iste'mol qilinadigan xizmat va mahsulot ishlab chiqaruvchilari (transport kompaniyalari, joylashtirish muassasalari, umum ovqatlanish tashkilotlari, muzey hamda ekskursiya xizmatlarini etkazuvchilar, sayohat davomida foydalaniladigan boshqa mahsulot yoki xizmatlar).

O'zbekiston turizm tizimini rivojlantirish, uni o'rganish, turizm imkoniyatlaridan samarali foydalanish va milliy turizm modelini shakllantirish va innovatsion xarakterdagi turistik mahsulotlarni taklif etish, yangi turistik marshrutlarni ishlab chiqish bo'yicha ishlarni rivojlantirish kabi masalalar dolzarbdir.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi PF-4947-son Farmoni bilan tasdiqlangan "2017—2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasi"ning 3.2 bandi, 2016 yil 12 fevraldagi "O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-4861-sonli Farmoni, 2016 yil 12 fevraldagi "O'zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi faoliyatini tashkil etish to'g'risida"gi PQ-2666-sonli qarori, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 3 fevraldagi "O'zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-5326-sonli Farmoni, O'zbekiston





Respublikasi Prezidentining 2019 yil 5 yanvardagi “O‘zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PF-5611-sonli Farmoni, O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2017 yil 17 martdagi “O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada qo‘llab-quvvatlash va rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 137-son qarori⁹² va boshqa me‘yoriy-huquqiy hujjatlarda turizm sohasini rivojlantirishda turizm industriyasini jadal rivojlantirish, iqtisodiyotda uning roli va ulushini oshirish, turistik xizmatlarni diversifikatsiya qilish va sifatini yaxshilash, turizm infratuzilmasini kengaytirish, turistlarning yashashi va aviaparvozlar uchun qulay narxlarni shakllantirish, servis darajasini yaxshilash, muhandislik, transport va ijtimoiy infratuzilmalarni rivojlantirish, sohani malakali kadrlar bilan ta‘minlash tizimini takomillashtirish, O‘zbekistonni xorijda targ‘ib qilishni yaxshilash masalalariga alohida e‘tibor qaratilgan.

Xulosa. Respublikamizda turizm xizmatlariga bo‘lgan ehtiyojlarni ta‘minlash maqsadida turizm sohasida faoliyat yuritayotgan sub‘ektlarning faolligini rag‘batlantirish tashqi turizmni rivojlantiradi. Mehmonlar yilning ma‘lum bir mavsumida emas, balki yil davomida mamlakatimizga tashrif buyurishi uchun sifatli turistik mahsulotlarni yaratish, ichki resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish, sayohat va dam olish uchun “xavfsiz mamlakat imidji”ni mustahkamlash maqsadida ichki va tashqi turizm bozorida O‘zbekiston Respublikasi tur paketlarini reklama qilish va mazkur sohada faoliyat olib borayotgan xodimlarga xorij tajribalarini o‘rgatib yuqori malakali kadrlarni qayta tayyorlash, turizmning mamalakat iqtisodiyotidagi muhim tarmoq ekanligini hisobga olgan holda, O‘zbekiston ekoturizm tizimi asosida sohani rivojlantirish, uni o‘rganish, turizm imkoniyatlaridan samarali foydalanish, xorijiy investorlarni jalb qilish va milliy turizm modelini shakllantirish mamlakatning xalqaro sayyohlik bozoridagi raqobatbardoshligini oshiradi. Ayni vaqtda bu sohadagi ishlar muntazam davom ettirilishi, shu bilan birga havo yo‘nalishlarini tanlash imkoniyatini kengaytirish va aviachiptalarning yuqori narxini pasaytirish, innovatsion xarakterdagi turistik mahsulotlarni taklif etish, yangi turistik marshrutlarni ishlab chiqish, xorijiy (xalqaro) sayyohlik tashkilotlar sonining etarli ko‘paytirish, xalqaro bozorda tajovuzkor PR strategiyasini qo‘llash bo‘yicha ishlarni rivojlantirish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

⁹² <http://www.stat.uz> – Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси расмий сайти.

