

Miraxmedov Mirzaahmad

group: tou-11u

supervisor: dsc.prof. Odilova G.K.

Key Words: Turoperator, ziyorat turizmi, tur paket, turizm, ekoturizm, O'zbekistonda turizmni rivojlantirish.

Type Of Research: Tavsifiy, solishtirma

Introduction

Turizm sanoati zamonaviy iqtisodiyotning muhim qismiga aylanib bormoqda. Bugungi kunda eng tez o'sishga erishayotgan va kichik tadbirkorlar uchun daromadli biznesga aylanib bormoqda. Hozirgi vaqtda turizm sanoati pandemiya sababli jiddiy yo'qotishlarga uchradi. Iqtisodiyoti bevosita turizmga bog'liq bo'lgan mamlakatlar, masalan, Indoneziya, Tayland, Malayziya, Ispaniya, Maldiv, Italiya singari mamlakatlar moliyaviy tomondan og'ir ahvolga kelib qoldi. Mahalliy aholi esa, ishsiz va daromad manbaysiz qoldi. Iqtisodchilar pandemiya yakunlangandan so'ng dunyo aholisi o'zini moliyaviy tomondan tiklab olgandan so'ng, turistlar soni yana ortishi kutilmoqda. Turizm industriyasi har qanday mamlakatda yangi ish o'rinlarini yaratadi, iqtisodiy tomondan chet el valutasini olib kiradi, sog'lomlashtirish, sport, ta'lim sohasi, ziyorat turizmi va bugungi kundagi eng ommaviy turizm turi bo'lgan dam olish turizmini rivojlanishiga va yangi bosqichga olib chiqishiga xizmat qiladi. Bugungi kunda O'zbekistonda Turoperator, Turfirma, Turagentliklar va mehmonxona sanoati rivojlanib bormoqda. Yurtimizda kirish va chiqish turizmi, ichki turizmni shakllantirish va rivojlantirish ko'zda tutilgan. Tan olish kerakki, hozirgi vaqtda rivojlangan mamlakatlarda Turoperator, Turfirma va Turagent xizmatlaridan deyarli foydalanilmaydi va yaqin 20 ichida ularga ehtiyoj qolmasligi kutilmoqda. Bunga sabab Airbnb platmofmasining qulayliklari yangi darajaga olib chiqilmoqda. Viza masalasida ham rivojlangan mamlakatlar bizdan ancha ilgari ketgan. Ammo O'zbekistonda qat'iy viza rejimi amal qilmoqda va Airbnb platformasi maksimal aniqlik bilan ishlamaydi, ya'ni xatoliklar kuzatilmoqda. Mehmonxonalarimizning Booking sistemasida mukammal ishlamasligi ham ayon. Buni ustiga chel mamlakatlari fuqarolari orasida O'rta Osiyoda O'zbekiston degan mamlakat borligini bilmaydigan qatlami ham bor. Yurtimizni yetarlicha targ'ibot qila olmaganimiz, o'zimizdagi bor turistik salohiyatni va resurslarimizni ko'rsata olmaganimiz sababli, bizni vatanimiz haqida eshitgan yoki oldindan bilgan bo'lsa ham, bizdagi aholini hali ham eski uylarda yashaydigan, sivilizatsiya va urbanizatsiya yerib bormagan, va milliy taomimiz sifatida faqatgina oshni ko'rsatadigan chet el fuqarolari topiladi. Aynan mana shu faktorlar sabab O'zbekistonda Turoperator, Turagentliklarga bo'lgan talabi hali beri so'nmaydi.

Turoperator faoliyati O'zbekiston hududida daromadli faoliyat turiga aylanib kelmoqda. 2019-yilgi statistikaga ko'ra, yurtimizga 6 millionga yaqin turist tashrif buyurgan. Ularning 80 foizdan oshig'i qarindoshlarini ko'rgani mehmonga kelgan. Qisqacha xulosa shuki, hozirgi paytda turistlarning aksariyati O'zbekistonga Turoperator yoki Turagentliklar orqali kelishmoqda.

Problem statement

Mamlakatimizning turistik imkoniyatlari asosida ichki va tashqi bozorga tur paket va xizmatlar taklif etish. O'zbekistonda turizm rivojiga ta'sir o'tkazishi mumkin bo'lgan omillarni o'rganish va natijalardan kelib chiqib, hozirgi zamonaviy texnologiyalar, strategiyalar va imkoniyatlardan foydalangan holda barqaror va raqobatbardosh Turoperator tashkil etish.

Preliminary literature review

Ushbu maqolada foydalaniladigan ma'lumotlar va statistikalar pandemiyaga qadar bo'lgan davrni o'z ichiga oladi. Maqolada yirik va nufuzli tashkilotlarning yillik hisobotlaridan foydalaniladi:

UNWTO-Dunyodagi eng yirik turistik tashkilot. Tashkilotning asosiy vazifalaridan biri mamlakatlarda turizmni rivojlantirish va nazorat qilish;

O'zbekiston Davlat Statistika qo'mitasi-O'zbekistonda yuz berayotgan ijtimoiy va iqtisodiy hodisalarni statistik tahlil qiluvchi rasmiy tashkilot;

Travel and Tourism economic impact(2019) ;

Tourism development in Uzbekistan: Current trends and national priorities-Abduvali Isadjonov O'zbekiston Xalqaro Islom Akademiyasi Iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent, Islom iqtisodiyoti va moliyasi kafedrasida(2020);

Leadership and organizational behavior 15-edition Stephen P. Robbins San Diego State University;

Discussion

Chet el mamlakatlari ekspertlari fikriga ko'ra, O'zbekistonda yetarli turistik resurs va qulay iqlim bor. Yurtimizdagi ziyorat turizmini imkoniyatlari yuqori baholanmoqda. Hozirgi vaqtda Turizm va sport Vazirligi tashkil etilishi va 2017-2021-yillardagi harakatlar strategiyalaridan Turizm sanoatining joy olganligi turizm sohasi rivojiga bo'lgan e'tiborni kuchayganini namoyon etadi. Xususan, Prezidentimiz Oliy Majlis yig'ilishlarida bir necha bor Turizm sanoatini isloh qilish kerakligini, yurtimizga turistlarni jalb qilish kerakligini va Turizm sanoati mamlakat iqtisodiyotida muhim o'rinlardan birini egallashi kerakligini ta'kidlab o'tgan. 2019-yil 5-yanvar va 18-iyul kunlari O'zbekiston Respublikasida Turizmni rivojlantirish Konsepsiyasi va "Turizm to'g'risidagi" qonunning yangi tahriri qabul qilindi[4.—5.4]. Turizm bu yangi ish o'rinlari demakdir. Dunyo aholisining har o'ndan biri turizm va xizmatlar sohasida faoliyat olib boradi. Turizmning rivoji uchun infratuzilmani yaxshilash, yangi va zamonaviy mehmonxonalar qurish, yo'llarni ta'minlash, restoran va ovqatlanish joylarini ko'paytirish va talab darajasiga olib chiqish zarur bo'ladi. Turizm sanoati

rivojlanishi yangi ish o'rinlarini yaratilishiga va aholini daromad manbayiga ega bo'lishini ta'minlaydi. Misol tariqasida daromadning katta qismini turizm tashkil qiladigan davlatlarda, BAAda aholining salkam 50 foizi, Gretsiyada 70 foizdan oshig'i Turizm sanoatida faoliyat olib bormoqda. 2018-yilda turistlarning umumiy soni 1,5 milliardga yaqinlashdi. Tahminlarga ko'ra 2027-yilga kelib, turistlarning umumiy soni jami 2 milliarddan oshishi kutilmoqda[3.—E.S].

Hozir paytda turistik faoliyat bilan shug'ullanmoqchi bo'lgan tadbirkorlarga Davlat kam foizli imtiyozli kreditlar taqdim etmoqda. Pandemiya davrida tadbirkorlarni qo'llab quvvatlash uchun daromad solig'i vaqtincha olinmadi. O'z uyida mehmonxona yoki xostel tashkil etgan oilalarga ham past fozi stavkada kredit ajratildi. Yaqinda Davlat tomonidan turizm faoliyat olib bormoxchi bo'lgan yoshlarga 50 million so'm grant ajratildi. Yurtimiz ushbu soha rivojiga bo'lgan e'tibori yildan yilga ortib bormoqda.

O'zbekistonda turizm rivojlanishi kerak bo'lgan sektorlar.

1. Aviatsiya.

Uzbekistan Airways xizmatlaridan foydalangan chet el turistlari xizmat ko'rsatishning sifatini yaxshi emasligidan shikoyat qilishgan.

2. Transport va yo'llar.

Bugungi kundagi eng og'ir muammolardan biri. Ertalab va kechqurun yuzaga keladigan tirbandliklardan tortib, yo'llarning qoniqarsiz ahvolda ekanligi yurtimizning statusiga ta'sir o'tkazmay qolmaydi.

3. Mehmonxona sanoati.

O'zbekistonda 5 yulduzli hashamatli mashxur brendli mehmonxonalarining kamligi, bunga sabablardan biri sifatida ularga bo'lgan talabning bevosita kamligi bilan bog'liq. Ammo so'nggi yillarda bu sohada yurtimizda katta o'sish kuzatilmoqda. Xususan, dunyoga mashxur mehmonxona brendi Marriot franshiza asosida Toshkent shahrida 4 yulduzli Courtyard mehmonxonasini ochdi.

4. Ekologik hojatxonalar.

Kulguli eshitilishi mumkin, ammo, tashrif buyurgan aksariyat turistlar mana shu muammoga duch kelishgan.

5. Monopoliyasiz sog'lom raqobat.

Turizm rivoji uchun eng asosiy faktorlardan biri.

6. Kadrlar muammosi.

Turizm sohasida yetarli bilim va ko'nikmaga ega bo'lgan kadrlarni yetishtirishga alohida e'tibor qaratish kerak. Sababi har bir xalqning o'z milliy qadriyatlari, qarashlari, diniy e'tiqodi bor. Bularni inobatga olmasdan turistlarga xizmat ko'rsatish, turistlarning taasurotlarini yomonlashuviga olib keladi.

7. Targ'ibotni kuchaytirish.

O'zbekistonda 5000 dan ortiq qadimiy obida va binolar bor. Hozirgi zamon imkoniyatlaridan to'lig'icha foydalangan holda, milliy taomlarimiz, tarixiy voqea va binolarimizni namoyish eta olishimiz va turistlarning e'tiborini torta olishimiz kerak.

O'zbekiston turistlar uchun okean, dengiz yoki kurortda dam olishni geografik joylashuvi nuqtayi nazardan taklif eta olmaydi. Lekin, yurtimizda bir necha asrlik binolar saqlanib qolgan. 200 yaqini YUNESKO tomonidan ro'yxatga olingan va muhofaza etiladi. O'zbekistonning ziyorat turizmi potentsiali yuqori baholangan. Ayniqsa Samarqand va Buxoro chet el turistlarining eng ko'p tashrif buyuradigan joylardan hisoblanadi. Yurtimizda ziyorat turizmini rivojlantish bo'yicha Davlat tomonidan topshiriqlar berilgan.

O'zbekistonning madaniy turizm markazlari sifatida Xiva, Buxoro, Samarqand, Toshkent, Urganch, Shahrisabz singari viloyat va viloyat markazlari ko'rsatiladi. Yurtimizda 400 dan oshiq turli yo'nalishdagi muzeylar bor. Eng mashxurlari sifatida Temuriylar tarixi muzeyi, O'zbekiston tarixi muzeyi, amaliy san'at tarixi muzeylarini keltirish mumkin.

Bugungi kunda mamlakatimizda barqaror turizmni tashkil etish muhim ahamiyat kasb etadi. Turistik zonalarga yaqin joylarda istiqomat qiladigan mahalliy aholi va dam olish maqsadida tashrif buyurgan mehmonlar orasida turistik madaniyatni oshirish ko'zda tutilgan. Tabiatga zarar yetkazmaslik, ekologik buyumlardan foydalanish tajribasini Norvegiya, Germaniya, Shvetsiya, Shvetsariya, Finlandiya misolida ko'rishimiz mumkin. Yuqorida keltirilgan mamlakatlar dunyoning ekologik jihatdan eng toza mamlakatlar top o'nligiga kiradi.

Gastronomik turizmni tashkil etish. Gastro turlarni rivojlantirish. Milliy taomlarimiz faqat oshdan iborat emasligini turistlarga namoyish etish.

O'zbekiston Respublikasi Turizm va madaniy meros vazirligi va O'zbekiston Davlat Statistikasi Qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra 2016-yilda yurtimizga 2.07 million turist tashrif buyurgan. 2019-yilga kelib bu ko'rsatkich 6 millionga yaqinlashdi. Tashrif buyuruvchilarning 90 foizga yaqini MDH mamlakatlari fuqarolari ekanligi ma'lum bo'ldi. Ularning aksariyati qarindoshlarini ko'rishga kelgan [7.—E.S.]. Statistika orqali hozirgi vaqtda mamlakatimizda turistik resurslarining targ'iboti borasida keng ko'lamda ishlar olib borish zarur.

Turoperator uchun tajriba va ko'nikmaga ega bo'lgan hodimlarni ishga olish muhim ahamiyat kasb etadi. Hodimlar nafaqat kommunikatsiya qobiliyatiga ega bo'lishi, chet tillarini dialog qura oladigan darajada bilishi, o'zga madaniyat, urf-odatlar, qadriyatlaridan xabardor bo'lishi, din masalasida Xalqaro huquqiy normalarni o'rganishi va har bir inson o'zi istagan diniga e'tiqod qilish huquqiga egaligini yoddan chiqarmasligi, o'z Vatani haqida turistlarga salbiy fikrlarni bildirmasligi, mamlakatning ichki siyosatiga doir xabarlarini tarqatmasligi, Turoperator faoliyatiga doir moliyaviy ma'lumotlarni sir saqlashi talab qilinadi.

Turoperator faoliyatini muvafaqqiyatli ushlab turishda hodimlarning ish faoliyati bevosita bog'liq. Hodimlarni qo'llab quvvatlash va ularga motivatsiya rahbariyatning muhim vazifalaridan biri hisoblanadi. Qo'shimcha ish haqi, dam olishga yo'llanma yoki firmaning xizmatlaridan maxsus chegirma asosida foydalanish imkoniyatini berish, madaniy xordiq chiqarish uchun kino, konsert yoki tadbirlarga bepul yo'llanma berish singari hodimlarni taqdirlab turish kerak.

Hodimlar orasida yuzaga kelishi mumkin bo'lgan nizolarni bartaraf etish lozim. Bunda IBM kompaniyasi tajribasidan foydalanish mumkin. IBM o'z hodimlarini individual tarzda emas, aksincha, jamoa sifatida ishlash lozimligini har qanday ishchiga ishga qabul qilinmasdan oldin tushuntiriladi. Tabiiyki har qanday hodim o'z dini, e'tiqodi, madaniyati va qarashlariga ega bo'ladi. Hamkasblaridan esa buni to'g'ri tushunishini va qabul qilishini xohlaydi. Yuzaga kelgan nizoli hal qilishda IBM ko'pincha konstruktiv dialogdan foydalanadi. Bunda faqat o'rtasida kelishmovchilik yuzaga kelgan hodimlar orasida tashkil etilinadi. Personal orasida jamoaviylik ruhini shakllantirish uchun barcha hodimlar bilan tug'ilgan kun tadbirlari yoki kechki ovqatni uyushtirish mumkin[5.—Б.329].

Potensial mijozlarni demografiyasini tahlil qilish orqali biz kimga xizmat ko'rsatishimizni aniqlab olamiz. Sababi biznesda mijozlarni aniqlab tahlil qilmasdan ish boshlab omadsizlikka uchraganlar juda ham ko'p topiladi. Biz bu tajribadan foydalanishimiz va bizdan oldingi tadbirkorlar yo'l qo'ygan xatoliklarni takrorlamasligimiz kerak. Demak, mijozlarni demografiyasini o'rganishda nimalarga e'tibor qaratamiz:

- Mijozning yoshi. Biz O'zbekistonda faoliyat olib borishimizni inobatga oladigan bo'lsak, bizning mijozlarimizni katta qismini yoshi kattalar va o'rta yoshlilar tashkil etadi. Qadimiy obidalar va ziyorat turizmiga bo'lgan qiziqish yoshlar orasida deyarli yo'q.
- Mijozning ijtimoiy holati. Bizning yurtimizda Islom dini bo'lgani uchun qolgan din vakillarining ovqatlanish uchun menyu tanlashda muammoga duch kelmaydi. Ammo vegateryan diniga mansub turistlar bu masalada muammoga duch keladi. Tur paket tuzilayotgan vaqtda marshrutga vegateryan restoran va ovqatlanish shaxopchalarini kiritish kerak.
- Qulay narxda sifatli xizmat taklif qilish. Har qanday mijoz imkon boricha arzonroq va sifatli xizmatdan foydalanishga harakat qiladi.
- Turistlar o'zlarini qulay his etishi uchun ularning madaniyati, urf-odatlarini va irqini ham inobatga olish kerak.

Bugungi kunda har qanday biznesni internetsiz tasavvur qilib bo'lmaydi. Hozirgi global internet davrida veb-sayt yaratib, onlayn faoliyat olib borish biznesni 2 barobar tezroq rivojlanishini ta'minlaydi. Veb-sayt bu biznesning yuziga aylandi. To'g'ri tanlangan ranglar va dizayn ham mijozlarning e'tiborini tortishda muhim ro'l o'ynaydi. Hozirgi vaqtda tajribali veb-dasturchilar ranglar psixologiyasiga mos ravishda internet

sahifalarini yaratishmoqda. Sababi saytning zerikarli bo'lib qolishi mijozni shunchaki boshqa saytga o'tib ketishiga olib keladi. E'tiborni torta oladigan, inson ongida ishonch hissini uyg'ota oladigan saytlarga tashrifchilar soni nisbatan ko'proq bo'ladi.

Ayni kunlarda SEOdan foydalanish ommalashib bormoqda. Kalit so'z tanlash va Googlega reklama uchun pul to'lash biznesning targ'ibotida muhim ro'l o'ynaydi. Reklama berishda O'zbekistondagi kunlik tashrifi yuqori bo'lgan saytlarda bannerlar reklamasidan ham foydalanilmoqda. SEO uchun muhim internet uskunalari Linkpad, Preesfeed orqali tushunarli bo'lgan o'z internet linkingizni yaratish va targ'ibot qilish imkoniyatiga ega bo'lish mumkin.

SEOdan tashqari SMMdan-ijtimoiy tarmoqlardan reklama sifatida faol foydalanilmoqda. Ijtimoiy tarmoqda akkaunt ochish va uni faol targ'ibot qilish nisbatan arzonroq va samaraliroq bo'lmoqda. Bugungi kunda kundalik hayotimizdan gazeta va jurnallar, radio va televizor asta sekin chiqib ketmoqda. An'anaviy media marketingidan foydalanish ilgari gidek foyda bermay qo'yganiga ancha bo'lgan. Hozirda Facebook, LinkedIn, Instagram, Telegram singari ijtimoiy tarmoq va messenjerlardan foydalanish samarasi yuqori va narx jihatdan ham qulay. 2021-yil O'zbekiston Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligining o'tkazgan so'rovnomalarga ko'ra O'zbekistonda internet foydalanuvchilarining 67 foizi Telegram messenjeridan, 18.7 foizi Facebook ijtimoiy tarmog'idan, 11.4 foizi Instagram ijtimoiy tarmog'idan, 25 foizi esa You Tube platformasidan foydalanadi. Qolgan ijtimoiy tarmoqlar qamrovi quyidagicha: LinkedIn-0.5 foiz, Twitter-1 foiz, Snapchat-1.5 foiz, V Kontakte-3.1 foiz, Odnoklassniki-11 foizga teng. Yoshi katta auditoriya uchun Facebook va You Tube platformalari foydalanish uchun qulayligi ma'lum qilingan. Dunyo bo'yicha ham asosan katta yoshdagi foydalanuvchilar Facebook, Twitter, LinkedIn va You Tubedan foydalanishadi[6.—E.S.].

Bugungi kundagi sayohat trendlarini aniqlash ancha osonlashdi. Buning uchun shunchaki Google qidiruv sahifasiga o'tib, Google trends deb qidiruv berishni o'zi kifoya. Saytga kirib ma'lum bir mamlakatni tanlab, kalit so'zga dam olish, turizm, ekoturizm, mehmonxona singari so'zlardan foydalanib, hozirgi vaqtda qaysi mamlakatdagi turistlar qaysi joyni tanlashayotganini yoki eng ko'p qaysi qidiruv so'zidan foydalanayotganini bilib olish mumkin. Bu raqobatda va reklama berish sezilarli ustunlik berishi mumkin.

Yurtimizda Turoperator, Turfirma va Turagentliklar xizmatlari rivojlanib bormoqda. Raqobat har doimgidan kuchli. Bu esa O'zbekistonda turizm sohasining rivojlanishiga xizmat qiladi. Raqobatchilar turistlarga nimalar va qanday narxda taklif qilayotganini o'rganib chiqish va ularni nazorat qilib borish muhim hisoblanadi. Raqobat ustun kelishda mayda detallarga e'tibor qaratish ustunlik berishi mumkin. Eng oddiy misol tariqasida sayohat davomida bepul ichimlik suvini tarqatishni misol qilish mumkin. Raqobatchilarning taklif qilayotgan xizmatlarini o'rganib chiqish va uni yaxshilash ustida ish borish kerak. Ya'ni doimiy qidiruvda bo'lish talab qilinadi. Eng

yaxshi narxdagi yangi mehmonxonalar ni kuzatib borish, ular bilan doimiy aloqa bo'lish talab qilinadi.

Narxlar urushida ustun kelish doim ham oson bo'lmaydi. Hozirgi vaqtda yangi oilaviy mehmonxonalar, xostellar yoki zamonaviy mehmonxonalar soni ortib bormoqda. Turoperator xizmatining narxi bevosita mehmonxonalar bilan bog'liq. Doimiy alternativlarga ega bo'lish xizmat taklif qilishda muhim o'ringa ega. Mehmonxonalar bilan doimiy munosabatlarni o'rnatish narx borasida ustunlik beradi.

Mijozlar bilan doimiy aloqada bo'lish, ularning qadrli ekanliklarini namoyish etish lozim. Eng oddiy va ommalashgan misollardan biri mijozni tug'ilgan kun yoki bayram bilan tabriklab turish. Ularning sayohat haqidagi fikrlarini eshitish va qo'llab quvvatlash kerak. Sababi bu orqali biz ishimizdagi kamchiliklarni aniqlab, ularni bartaraf etishimiz mumkin. Bugungi kunda Trustpilot sayti turli xil yoshdagi keng auditoriyaga ega. Bu saytga turli xil xizmatlardan foydalangan mijozlar kompaniya yoki firma haqidagi o'z fikrlarini bildirishadi. Trustpilot sayti bugungi kunda insonlarning eng ishongan saytlaridan biriga aylanib ulgurgan. Shu va shunga o'xshash saytlardan firma sifatida ro'yxatdan o'tib, xizmatdan foydalangan va xursand bo'lgan mijozdan mana shu saytda o'z fikr va izohlarini qoldirishini so'rash mumkin. Qancha ko'p ijobiy izohlar bo'lsa, chet mamlakatdan turib Google qidiruv bersa ham, sahifaning teparoq qismidan chiqish imkoniyati ortadi. Sababi Google algoritimga mijozlar ishongan, firma haqida ijobiy fikrda bo'lgan kompaniya yoki firmanni oldi qatorga joylashtiradi. Shu sababli ham mijozlarning fikr mulohazasi muhim o'ringa ega.

Turoperator faoliyati bilan shug'ullanayotganda manfaatli hamkorlar topish muhim sanaladi. Turfirma va Turagentliklar doim jozibador va foydali bitimga ega bo'lgan Turoperatorlarni izlashadi. Yangi va narx jihatdan qulay keladigan qiziqarli turpakatlarni sotish ular uchun muhim. Biz qimmat bo'lgan turpakatlarga alternativlar tayyorlay olsak, ikkala tomon uchun manfaatli bitim asosida faoliyat olib borish imkoniyati yuzaga keladi. Mehmonxonalar ham doim foydali bitimlar uchun ochiq. Nafaqat O'zbekistonda, balki, butun dunyoda yangi va zamonaviy bo'lgan mehmonxonalar ochilmoqda. Ularning barchasi bir birlari bilan raqobat qilish uchun doim izlanishda va mehmonlar uchun yangi va qiziqarli xizmatlar taklif qilish harakatida bo'lishadi. Tanlovning ko'payishi har qanday Turoperator uchun foydali va turli xildagi xizmatlarni ko'rib chiqish va taqqoslab chiqish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Findings

Statistika ma'lumotlariga ko'ra yurtimizga tashrif buyurgan turistlarning maqsadi

- Qarindoshlarinikiga tashrif 89 foiz
- Biznes va tijorat maqsadida kelgan mehmonlar 1 foizdan oshiq;
- Sayohat va dam olish uchun 8 foiz;
- Sog'lomlashtirish 1 foizni tashkil etmoqda[8.—E.S.].

Olingan natijalar va tahlillar shuni ko'rsatadiki, yurtimizning turistik salohiyatidan kelib chiqib, boshqa mamlakat fuqarolarining asosan katta yoshdagi turistlari, Turoperatorlarning potensial mijozi hisoblanishadi.

O'zbekistonning turistik zonalari va resurslarining targ'iboti zaifligi sababli, yurtimiz haqida rivojlangan mamlakatlar aholisining katta qismida yetarli ma'lumotlar yo'q. O'zbekiston haqida umuman eshitmagan chet el fuqarolari ham bor.

Internet foydalanuvchilari tahliliga ko'ra, O'zbekistonda reklama berishga eng samarali messenjer-Telegram. Eng samarali ijtimoiy tarmoq-Instagram.

Chet el fuqarolari uchun-Facebook, LinkedIn va Twitter.

Reklama berishning eng samarasiz uslubi-an'anaviy marketing. Ya'ni, radio, gazeta yoki televizor orqali.

Conclusion

Yurtimizning Turizm sanoatiga qaratayotgan e'tibori va amalga oshirilayotgan ishlarini inobatga olib, keying yillarda turizm sohasidan keladigan daromad va yangi ish o'rinlari soni ortishi kutilmoqda. Yaqin kelajakda dunyoda Turizm va xizmatlar sohasining hozirgi zamonaviy iqtisodiyotda tutgan o'rni mustahkamlanishi bilan birga turistlarning soni ko'payishi, ekoturizmga bo'lgan talabning o'sishi va turistlarning o'zlari uchun yangi madaniyat, tarixiy va bir necha asrlik binolarni o'rganishga bo'lgan ehtiyoji ortishi tahmin qilinmoqda.

O'zbekistonning turistik imkoniyatlaridan kelib chiqib, ziyorat turizmi, etnik, antropologik, arxeologik, gastro turizm singari turli xildagi turizm yo'nalishlarini shakllantirish, ommalashtirish va rivojlantirish mumkin.

Turizmni rivojlantirishda bugungi kunda muhim o'ringa ega bo'lgan IT va marketing sohalari isloh qilish, mehmonxona va xizmat ko'rsatish sanoatining barcha tarmoqlarida malakali kadrlarni tayyorlash, mamlakatning ichki infratuzilmasini doimiy yangilab borish va zamonaviylashtirish, turizm sohasidagi kichik biznesni qo'llab quvvatlash va imtiyozlar berish, ichki va tashqi bozordagi yangiliklar va trendlarni doimiy nazorat qilib borish talab etiladi.

Hozirgi vaqtdagi turizm sanoatida rivojlangan turistik mamlakatlarning tajribalarini o'rganish va soha bo'yicha aloqalarni o'rnatish, yurtimizga turistlar tashrifini oshiradi va turizm sohasini rivojlanishiga olib keladi.

Dunyoda ro'y berayotgan siyosiy mojarolarga aralashmaslik, o'z hududimiz daxlsizligini saqlash, fuqarolar va sayohatchilarning xavfsizligini ta'minlashimiz shart.

REFERENCES:

1. UNWTO [<https://www.unwto.org/archive/global/publication/uzbekistan-tourism-insight>];
2. O'zbekiston Davlat Statistika qo'mitasi;

3. Travel and Tourism economic impact(2019)
[\[https://wttc.org/Research/Economic-Impact\]](https://wttc.org/Research/Economic-Impact);
4. Tourism development in Uzbekistan: Current trends and national priorities- Abduvali Isadjonov. O'zbekiston Xalqaro Islom Akademiyasi Iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent, Islom iqtisodiyoti va moliyasi kafedrasi(2020)[
<https://uzjournals.edu.uz/cgi/viewcontent.cgi?article=1134&context=iiu>]
5. Leadership and organizational behavior 15-edition Stephen P. Robbins San Diego State University[5.—Б.329];
6. Review.uz[<https://review.uz/post/uzbekistan-v-socialnx-setyax>]
7. O'zbekiston Respublikasi Turizm va madaniy meros vazirligi[<https://uzbektourism.uz/news/view?id=813>]