

**O`ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O`RTA MAXSUS TA`LIM  
VAZIRLIGI**

**BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI**

**“IQTISODIYOT VA TURIZM” FAKULTETI**

**“TURIZM VA MEHMONXONA XO`JALIGI” KAFEDRASI**

“Himoyaga ruxsat etiladi”

"Iqtisodiyot va turizm" fakulteti dekani

\_\_\_\_\_ v.v.b Yavmutov D.Sh.

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019 yil

“Himoyaga ruxsat etiladi”

“Turizm va mehmonxona xo`jaligi” kafedrası  
mudiri

\_\_\_\_\_ v.v.b Ro`ziyev S.S.

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2019 yil

**BITIRUV MALAKAVIY ISHI**

**Buxoro viloyatida ichki turizmni rivojlantirishning o`ziga  
xos xususiyatlari**

BAJARDI:

Turizm (Xalqaro va Ichki ) yo`nalishi  
yo'nalishi 3-1 Tur-15 guruh talabasi:  
Xudoybaxshov Halim Husen o`g`li

ILMIY RAHBAR:

katta o'qituvchi  
Dilmonov Q.B.

Buxoro – 2019

**BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI**  
**BITIRUV MALAKAVIY ISHIGA TOPSHIRIQ**

“TASDIQLAYMAN”

Kafedra mudiri S.U.Tadjiyeva

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_2018 y.

1. **Talaba:** Xudoybaxshov Halim Husen o`g`li
2. **Ta`lim yo`nalishi:** Turizm(xalqaro va ichki turizm).
3. **Bitiruv malakaviy ishining mavzusi:** Buxoro viloyatida ichki turizmni rivojlantirishning o`ziga xos xususiyatlari.
4. **Bitiruv malakaviy ishi ob`ekti:** Mamlakatimizdagi turizm faoliyati bilan shug`ullanuvchi firmalar, tashkilotlar, turistik ob`ektlar hisoblanadi.
5. **Bitiruv malakaviy ishi rahbari:** Dilmonov Qudrat Baxtiyorovich
6. **Bitiruv malakaviy ishi maqsadi:** mamlakatda ichki turizmni rivojlantirishning o`ziga xos xususiyatlari bo`yicha ilmiy va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.
7. **Ish rejasi:** \_\_\_\_\_

BMI bo`limi	Bitiruv malakaviy ishi bo`limi nomi	Bajarish muddati
I Bob	O`zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishning nazariy asoslari	
II Bob	O`zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishning hozirgi holati va uni o`zgarishlar tendensiyalarini baholash	
III Bob	O`zbekistonda ichki turizmni rivojlantirish istiqbollari	
Xulosa takliflar		

8. **Bitiruv malakaviy ishini bajarish uchun zarur bo`lgan materiallar:**
  - a) adabiyot manbalari: O`zbekiston Respublikasi Prezidentining, Respublikamiz va xorijdagi yetakchi iqtisodchi olimlarning ilmiy ishlari va asarlari.
  - b) qonuniy-me`yoriy hujjatlar: O`zbekiston Respublikasining Qonunlari, Prezident Farmonlari, Vazirlar Mahkamasining Qarorlari va boshqa me`yoriy hujjatlar.
  - v) statistik va boshqa ma`lumotlar: Respublika Davlat Statistika Qo`mitasi ma`lumotlari.
9. **Tasvirlash materiallari:** jadval, chizma va slaydlar.
10. **Topshiriq berilgan kun:** 2018 yil “\_\_\_\_\_” \_\_\_\_\_
11. **Ishni topshirish muddati:** 2019 yil “\_\_\_\_\_” \_\_\_\_\_
12. **Ilmiy rahbar:** \_\_\_\_\_
13. **Qabul qildim:** \_\_\_\_\_
14. Kafedra mudirining bitiruv malakaviy ishini himoyaga qo`yish haqidagi xulosasi  
\_\_\_\_\_

## MUNDARIJA

<b>KIRISH</b> .....	4
<b>1-BOB. O‘ZBEKISTONDA ICHKI TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI</b>	
1.1. Ichki turizmning mohiyati va ahamiyati .....	10
1.2. O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirish imkoniyatlari .....	17
1.3. Ichki turizmni rivojlantirishning o‘ziga xos xususiyatlari va uning jamiyat hayotiga ta’siri.....	21
<b>2-BOB. O‘ZBEKISTONDA ICHKI TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING HOZIRGI HOLATI VA UNI O‘ZGARISHLAR TENDYENSIYALARINI BAHOLASH</b>	
2.1. O‘zbekistonda xizmatlar sohasini rivojlantirish asosida turizm xizmatlar bozorini o‘zgarishlari tahlili.....	25
2.2. O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishda xususiy sektorlarning ta’siri doirasi tahlili .....	33
2.3. Ichki turizmni rivojlantirishda turizm korxonalarini faoliyatining innovatsion rivojlanishini baholash.....	39
<b>3-BOB. O‘ZBEKISTONDA ICHKI TURIZMNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI</b>	
3.1. O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishning asosiy yo‘nalishlari.....	51
3.2. O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishda turistik xizmatlarni sotish kanallarini shakllantirish yo‘llari .....	55
3.3. Buxoro ichki turizmni rivojlantirishda erkin iqtisodiy zonalarini shakllantirish.....	64
<b>XULOSA</b> .....	<b>73</b>
<b>FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR</b> .....	<b>76</b>
<b>ANNOTATION</b> .....	<b>80</b>
<b>ILOVALAR</b> .....	<b>87</b>

**“Turist sayohat qilishi, ichki ishlar idoralarida sarson bo’lmasligi kerak. Agar biz turizm hisobiga ish o’rinlari ochamiz desak, turistga shart qo’yish emas, balki sharoit yaratishimiz zarur”**

**Shavkat Mirziyoev**

## **KIRISH**

**Bitiruv malakaviy ishi mavzusining dolzarbligi.** Turizm sohasi hozirgi kunda jahondagi eng serdaromad sohalardan biri bo’lib, uning iqtisodiyotdagi ulushi tobora ortib bormoqda. Shuning uchun ko’pgina mamlakatlar bu sohani rivojlantirmoqdalar. Jumladan, mamlakatimizda ham bu sohani rivojlantirishga alohida e’tibor berilmoqda.

Milliy iqtisodiyotni modernizatsiya qilish sharoitida xizmat ko’rsatish sohasini jadal sur’atlarda rivojlantirish zarurati tobora ortib bormoqda. Mazkur sohani rivojlantirishning mamlakatimiz iqtisodiyotidagi ahamiyati haqida so‘z borar ekan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoevning Oliy Majlisga Murojaatnomasida mamlakatimizda turizm industriyasini rivojlantirish borasida: “Bizda turizm ko‘pincha qadimiy shaharlarimiz, tarixiy-madaniy yodgorliklar doirasida cheklanib qolmoqda. Vaholanki, mamlakatimizning betakror tabiati, milliy qo‘riqxonalar, tog‘li hududlarda turizmni rivojlantirish uchun katta salohiyat mavjud. Ayniqsa, tibbiyot turizmi, ziyorat turizmi va ekoturizmni rivojlantirish nafaqat iqtisodiyot, balki ijtimoiy sohalar rivojiga ham katta turtki beradi. Vazirlar Mahkamasi bir oy muddatda 2019-2025 yillarda Turizmni rivojlantirish milliy kontsepsiyasini ishlab chiqishi va ijrosini ta’minlashi zarur. Shu asosda 2025 yilda yurtimizga tashrif buyuradigan xorijiy sayyohlar sonini 7 million nafarga, turizm eksportidan keladigan yillik daromadni esa 2 milliard dollarga yetkazish lozim.”- deb ta’kidlaydi<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. “Xalq so‘zi” gazetasi. 2019 y.29-dekabr

Turizm xizmat ko'rsatish sohasi va umuman iqtisodiyotning tarkibiy qismlaridan biri bo'lib, u yaxlit tizim sifatida mamlakat hamda umumjahon xo'jaligining ma'lum unsurlari bilan uzviy aloqada ekanligi ma'lum bo'lmoqda<sup>2</sup>.

Shuni alohida ta'kidlash lozimki, O'zbekistonda turizm industriyasi, shu jumladan, turistik xizmatlar sohasi umummamlakat miqyosida olib borilgan xususiylashtirish hamda bozor iqtisodiyoti tizimiga o'tish jarayoni talablariga mos holda qayta isloh qilindi, biroq O'zbekiston sharoitida turizm xizmatlari bozori umumjahon tendentsiyalarini saqlab qolish bilan birga o'ziga xos xususiyatlariga ham egadir.

Turizm, ta'kidlaganimizdek, nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy soha bo'lib, uning asosiy xizmati iste'molchiga iste'mol jarayonida ko'rsatiladi. Bu moddiy va nomoddiy ne'matlardan iborat bo'lib, turistlarning dam olishini va sog'lig'ini muhofaza qilishni ta'minlashga xizmat qiladi. Shu bilan birga, turizm aholining umumiy ma'lumotini, savodxonligi va madaniy-ma'naviy dunyoqarashini shakllantirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Turistik resurslar xalqlarning milliy madaniyati, urf-odatlarini, rasm-rusumlari, ma'naviyatini ko'rsatuvchi milliy boylikdir. Ana shu qadimiy arxitektura yodgorliklari, madaniy ob'ektlar hamda atrof-muhit tabiatining qanday holatda ekanligiga qarab o'sha joy aholisining ma'naviy-madaniy darajasini belgilash mumkin.

O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini jadal rivojlantirish borasida xukumat doirasida tizimli ishlar amalga oshirilmoqda. Mintaqalarda turizmning salohiyatini yanada oshirish borasida hududlarning mintaqaviy va tarmoq dasturlarini ishlab chiqish orqali chora-tadbirlar rejasini tuzish barobarida ushbu sohaning hududlardagi yalpi hududiy mahsulotdagi ulushining o'sish sur'atiga erishilmoqda.

2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasining "Iqtisodiyotni rivojlantirish

---

<sup>2</sup> I.To'xliiev, B.Safarov. "Turizm xizmatlar bozori rivojlanishining istiqbolli yo'nalishlari". "O'zbekiston iqtisodiy axborotnomasi" 1-son, 2014y. 44-bet.

va liberallashtirishning ustuvor yo‘nalishlari” bosqichida turizm sohasini yanada rivojlantirish va uni amalga oshirish mexanizmini takomillashtirishga alohida e‘tibor berilgan. Jumladan, turizm sohasini yanada rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlari etib quyidagilar belgilangan:

➤ turizm tarmog‘ini jadal rivojlantirish, turizm sohasini boshqarish tizimini takomillashtirish;

➤ turizm sohasida viza, litsenziya berish va ruxsat olish tartib-taomillarini soddalashtirish;

➤ xorijiy investitsiyalar, jahon brendlarini faol jalb qilish, turizm sohasida biznes yuritish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish;

➤ yangi turizm yo‘nalishlarini yaratish, turizmning zamonaviy turlarini rivojlantirish, ularning jozibadorligini oshirish.

Shu maqsadda, tadbirkorlar uchun keng imkoniyatlar yaratishni ko‘zda tutadigan yangi tahrirdagi “turizm to‘g‘risida”gi Qonun loyihasi ishlab chiqilmoqda.

2017-2021 yillarda turizm sohasini jadal rivojlantirish bo‘yicha dastur sayyohlar uchun mo‘ljallangan ob‘ektlarning har tomonlama maqbul bo‘lishi, transport va mehmonxona xizmatlari hamda sayyohlik logistikasini takomillashtirish va sayyohlik industriyasi bilan bog‘liq xizmatlarning turli sohalariga zamonaviy axborot texnologiyalarini joriy etishni ta‘minlaydi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida kuchli raqobat yuzaga kelayotgani turistik faoliyatda ilg‘or texnologiyalarni qo‘llashni taqoza etmoqda. Mamlakatimiz turizmni rivojlantirish orqali turistik faoliyatni yaxshilash va ichki bozorda raqobatni kuchaytirish, o‘zaro hamkorlikni yo‘lga qo‘yish zamon talabi bo‘lib qolmoqda. Mavzuning dolzarbligi ham shundan kelib chiqqan bo‘lib, respublikamizda turizmni rivojlantirish hamda turizm faoliyati bilan shug‘ullanuvchi korxonalarining iqtisodiy samaradorligini baholash shu bilan birga uni oshirishning yangi usullarini topish va asoslab berish vazifasini qo‘yadi. Mazkur muammolarni o‘rganish, ularni ilmiy tahlil qilish, bu borada to‘plangan bilim va tajribalar asosida mavjud muammolarni hal qilishga doir

takliflar kiritish bitiruv malakaviy ishi uchun tanlangan mavzuning dolzarbligini ko'rsatadi.

**Bitiruv malakaviy ishi mavzusining o'rganilganlik darajasi.** Turizm sohasida ilmiy tadqiqotlar olib borayotgan dunyoning yetakchi olimlaridan D. Landberg, M.Kchishnallor, M. Stavenga, M.Ansoff, R.M.Bolmostor va boshqa ko'plab olimlar o'z ilmiy izlanishlarida turizm rivojlanishiga atroflicha to'xtalib o'tishgan. Shuningdek, hamdo'stlik mamlakatlari olimlaridan V.Azar, V.Kistanov, A.Aleksandrova, N. Burgakov, V. Molchanov, Ye.Puzakova, V.Chestnikova, I.Zorin, J.Koz, A.Kondratev va boshqa ko'plab olimlar o'z ilmiy tadqiqotlarida turizm rivojlanishidagi muammolarni hal etish to'g'risida o'zlarining ilmiy-amaliy fikr-mulohazalarini berganlar. Shuningdek mamlakatimizdagi olimlarimiz ham bu borada ilmiy izlanishlar olib bormoqdalar. Jumladan, I.S.To'xliev, M.Q.Pardaev, G'.H.Qudratov, O.M.Pardaev, M.Alimova, Z.Adilova, B.Sh.Safarov, R.Hayitboev, D.K.Usmonova, T.T.Tashmurotov, A.N.Norchaev, O.H.Hamidov va boshqa ko'plab bir qator olimlar ham o'zlarining ilmiy takliflari bilan mamlakatimizda turizm sohasidagi muammolarni bartaraf etishning nazariy-amaliy asoslarini yaratilishiga muhim hissa qo'shishgan va qo'shib kelmoqdalar.

**Tadqiqotning maqsad va vazifalari.** Tadqiqotning maqsadi mamlakatda ichki turizmni rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlari bo'yicha ilmiy va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Bu maqsadga erishish uchun bitiruv malakaviy ishida quyidagi vazifalar bajarilishi maqsad qilib olingan:

- Ichki turizmning mohiyati va ahamiyatini yoritish;
- O'zbekistonda ichki turizmni rivojlantirish imkoniyatlarini o'rganish;
- Ichki turizmni rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlari va uning jamiyat hayotiga ta'sirini o'rganib chiqish;
- O'zbekistonda xizmatlar sohasini rivojlantirish asosida turizm xizmatlar bozorini o'zgarishlarini tahlil qilish;
- O'zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishda xususiy sektorlarning ta'siri doirasi tahlilini tahlil qilish;

- Ichki turizmni rivojlantirishda turizm korxonalari faoliyatining innovatsion rivojlanishini baholash va prognozlashtirish;
- O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishning asosiy yo‘nalishlarini aniqlash;
- O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishda turistik xizmatlarni sotish kanallarini shakllantirish yo‘llarini aniqlashdan iboratdir.

**Bitiruv malakaviy ishining metodologik va uslubiy asoslari** sifatida O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan ishlab chiqilgan O‘zbekistonning o‘ziga xos rivojlanishining belgilovchi eng asosiy ustuvor yo‘nalishlari, ya’ni Harakatlar strategiyasining nazariy va metodologik yo‘nalishlari, O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi, O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan qabul qilingan qonunlar, hukumat qarorlari va Markaziy bankning me’yoriy-huquqiy hujjatlari, ushbu mavzu bo‘yicha yetakchi olimlarning ilmiy-tadqiqot natijalari, xorijda va mamlakatimizda to‘plangan ilmiy, amaliy tajriba va xulosalar hisoblanadi.

**Bitiruv malakaviy ishning ob’ekti va predmeti.** Mazkur bitiruv malakaviy ishining tadqiqot ob’ekti bo‘lib, mamlakatimizdagi turizm faoliyati bilan shug‘ullanuvchi firmalar, tashkilotlar, turistik ob’ektlar hisoblanadi.

**Bitiruv malakaviy ishining predmeti** bo‘lib, iqtisodiyotni modernizatsiya qilish sharoitida ichki turizmni rivojlantirish bilan bog‘liq bo‘lgan ijtimoiy va iqtisodiy munosabatlar tizimi hisoblanadi.

**Bitiruv malakaviy ishining ilmiy va amaliy ahamiyati.** O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti farmonlari, Oliy Majlis va Vazirlar Mahkamasining qarorlarida turizmni rivojlantirish orqali davlat iqtisodiyotini rivojlantirish va aholi bandlik darajasini oshirishda ustuvor yo‘nalishlardan biri sifatida belgilangan. Bitiruv malakaviy ishida berilgan takliflar amaliy jihatdan O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishda to‘siq bo‘layotgan muammolarni bartaraf etish bo‘yicha ilmiy va amaliy ishlarni amalga oshirishga va tashkillashtirishga o‘zining munosib hissasini qo‘shadi.



**Bitiruv malakaviy ishining tarkibi.** Bitiruv malakaviy ishi uchta bob va xulosa qismidan iborat.

Birinchi bob “O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishning nazariy asoslari“ - deb nomlanadi. Bunda ichki turizmning mohiyati va ahamiyati, O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirish imkoniyatlari, ichki turizmni rivojlantirishning o‘ziga xos xususiyatlari va uning jamiyat hayotiga ta’siri o‘rganilgan.

Ikkinchi bobda, O‘zbekistonda turizm xizmatlar bozorini rivojlanish tendentsiyalarini tasnifi, O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishda xususiy sektorlarning ta’siri doirasi tahlili, Ichki turizmni rivojlantirishda turizm korxonalarini faoliyatining innovatsion rivojlanishini baholash va prognozlashtirish tahlil qilingan.

Uchinchi bobda O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishning asosiy yo‘nalishlari, O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishda turistik xizmatlarni sotish kanallarini shakllantirish yo‘llari va uni amalga oshirish yo‘nalishlari tavsiya etilgan.

Bitiruv malakaviy ishining xulosa va takliflar qismida ichki turizmni rivojlantirishning o‘ziga xos xususiyatlari haqida yakuniy xulosalar berilib, mamlakatimizda ichki turizmni rivojlantirishning nazariy asoslari, hozirgi holati va ularni dinamik tahlillar asosida baholash borasidagi bir qator takliflar umumlashtirilgan. Umuman olganda, bitiruv malakaviy ishi mavzusini yoritishda turli xil jadvallar va chizmalardan ham foydalanilgan. Bitiruv malakaviy ishida ko‘tarilgan mavzu juda dolzarb ahamiyatga ega bo‘lganligi tufayli keyingi izlanishlarni olib borish uchun ham asosiy negiz bo‘lib xizmat qiladi.

**Tadqiqot doirasida quyidagi ilmiy ish e`lon qilingan:**

Xudoybaxshev H.H. Ichki turizmning rivojlantirishning o‘ziga xos xususiyatlari va uning jamiyat hayotiga ta’siri. “Ta`lim, iqtisodiyot va turizm sohalarida strategik islohotlarni amalga oshirish muammolari va yechimlari” mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy konferentsiya maqolalar to`plami. 2019 yil 20 fevral. -Buxoro: 2019, 105-107 b.

# **I-BOB.O‘ZBEKISTONDA ICHKI TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI**

## **1.1. Ichki turizmning mohiyati va ahamiyati**

Turizm (frants. tour-sayr, sayohat) - sayyohlik, sayohat (safar) qilish ma'nolarini anglatib, faol dam olish turlaridan biri bo'lib hisoblanadi. Turizm deganda jismoniy shaxslarning doimiy yashash joylaridan sog'lomlashtirish, ma'rifiy, kasbiy-amaliy yoki boshqa maqsadlarda boradigan joyida haq to'lanadigan faoliyat bilan shug'ullanmagan holda uzog'i bilan bir yil muddatga jo'nab ketishi (sayohat qilishi) tushuniladi.

Sayohatlardan hayot faoliyatning alohida jozibador usuli sifatida yangi shakl - turizm ajralib chiqqan bo'lib, u o'ziga xos xususiyatlar va xislatlari bilan tavsiflanadi. Turizmni uyushtirish va amalga oshirish bo'yicha ma'lum bir sharoitlarda u turistik industriyasi korxonalari va turistik tashkilotlar tomonidan taqdim etiluvchi turistik xizmatlardan foydalanishni ko'zda tutishi mumkin.

Turizm-sayohatlarning bir turi bo'lsada, biroq o'ziga xos jihatlariga ko'ra, ma'lum bir tavsifga ega bo'lib, unda ishtirok etuvchi shaxs turist deb nomlanadi. Muhimi turistni sayohatchi deyishimiz mumkin, ammo sayohatchini esa har doim ham turist deya olmaymiz. Sayohatlardan farqli ravishda, turizm iqtisodiyot va siyosatning kuchli ta'siriga uchrovchi soha bo'lib hisoblanadi.

Hozirgi paytda dunyoning ajoyib, jozibador turistik resurslariga ega bo'lgan barcha burchaklari hali yaxshi o'zlashtirilmaganligi va keng turistlar ommasi uchun ochiq emasligini ham hisobga olish lozim. Bunda tabiiy-iqlim sharoitlari va siyosiy-iqtisodiy omillar, mintaqadagi tinchlik, turizm industriyasining rivojlanishi kabilar muhim rol o'ynaydi. Turizm infratuzilmasi va industriyasi turizmga turdosh bo'lgan bir necha tarmoqlarni ham rivojlanishiga sabab bo'ladi. Bundan tashqari turizmning rivojlanishini yana bir katta muammo bo'lgan ishsizlikni hal qilinishiga yordam beradi. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, mamlakatga tashrif buyurgan har 20 nafar turist, 1 ta bevosita turizm sohasida va 2 ta turizmga bog'liq bo'lgan xalq xo'jaligining boshqa tarmoqlarida yangi ish

joylarning ochilishiga yordam beradi. Shu bilan birga mahalliy mintaqalarning rivojlanishiga ham ijobiy ta'sir qilib, jumladan qishloq xo'jalik mahsulotlarini, mahalliy mahsulotlarini va milliy hunarmandchilik mahsulotlarini sotishga yordam beradi.

<b>Aholi toifasi</b>	<b>Moliyalashtirish manbalari</b>
Ta'lim muassasalari o'quvchilari	O'z mablag'lari; Yoshlar ittifoqi mablag'lari.
Tashkilotlar xodimlari	O'z mablag'lari; Ish beruvchi mablag'lari (byudjet tashkilotlari uchun – tashkilotlarning byudjetdan tashqari mablag'lari); Jamoaviy shartnomalarga muvofiq boshqa mablag'lar.
Yetim bolalar, kam ta'minlangan oilalar farzandlari, nogironligi bo'lgan shaxslar, ularning umumiy sonidan kamida 20%i qamrab olinishi ta'minlangan holda	Xayriya mablag'lari; Har yili Davlat byudjeti ko'rsatkichlarida nazarda tutilgan mablag'lar.
Pensionerlar hamda urush va mehnat faxriylari	O'z mablag'lari; «Nuroni» jamg'armasining mablag'lari; Xayriya mablag'lari.
Faol xotin-qizlar	O'z mablag'lari; O'zbekiston Xotin-qizlar qo'mitasi mablag'lari; «Mahalla» xayriya jamoat fondi mablag'lari; Xayriya mablag'lari.
Mahalla faollari va yosh oilalar	O'z mablag'lari; «Mahalla» xayriya jamoat fondi mablag'lari.

### **1.1-chizma. O'zbekiston fuqarolariga turlarni tashkil qilish xarajatlari<sup>3</sup>**

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018 yil 7- fevraldagi «Ichki turizmni jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida»gi [PQ-3514-](#)

<sup>3</sup>[https://www.norma.uz/uz/qonunchilikda\\_yangi/uzbekistonda\\_ichki\\_turizmni\\_rivojlantirish\\_uchun\\_nimalar\\_qilinm\\_oqda](https://www.norma.uz/uz/qonunchilikda_yangi/uzbekistonda_ichki_turizmni_rivojlantirish_uchun_nimalar_qilinm_oqda).

son qarori ushbu sohaning jadallik bilan rivojlanishiga turtki bo'ldi. Jumladan, Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi, Yoshlar ittifoqi, Kasaba uyushmalari federatsiyasi kengashi, Xotin-qizlar qo'mitasi, «Mahalla» jamoat fondi va «Nuroni» jamg'armasi bir oy muddatda aholining turli qatlamlari uchun hududlar hamda jalb etilgan tashkilotlar miqyosida turlar va ekskursiyalarni tashkil qilish jadvallarini tasdiqlaydilar.

Dastur doirasida O'zbekiston fuqarolariga turlarni tashkil qilish xarajatlari quyidagi mablag'lar hisobidan qoplanadi:

Respublikaning barcha shaharlarida ichki turizmning tashqi reklamasi tayyorlanadi va o'rnatiladi. Uni markaziy ko'chalar, aholi gavjum joylar hamda trassalarda joylashgan shitlar, ekranlarda o'rnatiladi. Buning uchun har bir hududda kamida 100 ta joy ajratiladi.

**Xodimlarni sayohat ko'rinishida rag'batlantirish**-Davlat organlari va boshqa tashkilotlar rahbarlariga quyidagilar tavsiya etiladi:

- Byudjetdan tashqari mablag'lar hisobiga o'z xodimlarining kamida 10% ini oila a'zolari bilan birgalikda har yili dam olishga (ichki turizmga) yuborish;
- Xodimlar uchun qulay bo'lgan vaqtda sayohat qilish va dam olish uchun ta'tilning foydalanilmay qolgan qismi hisobidan dam olish kunlari (otgul) berish;
- Har yili 30 dekabrgacha davlat organlari va boshqa tashkilotlar xodimlari uchun turistik-sayohat turlarini tashkil qilish jadvallarini tasdiqlash.

Bunda Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi quyidagi ko'rinishda yordam ko'rsatadi:

- Guruhli sayohatlarni tashkil qilish uchun mahalliy turoperatorlar bilan o'zaro hamkorlik qilish;
- mehmonxonava transport tashkilotlariga tashkil etilgan turlar, shu jumladan yashash va kelib-ketish (uchib borish) uchun imtiyozlar taqdim etish bo'yicha takliflar yuborish.

**Reklama-tarqatish materiallariga alohida e'tibor**- turizm ob'ektlari (me'moriy yodgorliklar va boshqalar) hamda infratuzilmasi (mehmonxonalar va

boshqa joylashtirish vositalari, turistik yoʻnalishlar va boshqalar) joylashgan joylarning belgi-ishoralari va koʻrsatkichlarini oʻz ichiga olgan tematik turistik xaritalar adadini koʻpaytirish va ularni tarqatishga kartografiya ishlarini amalga oshirish uchun litsenziya (ruxsatnoma) olinishi talab etilmaydi.

Turistlarga xizmat koʻrsatuvchi tashkilotlar (davlat muzeylari, galereyalar, madaniy meros obʼektlari va qoʻriqlanadigan tabiiy hududlar maʼmuriyatlari va boshqalar) oʻz faoliyatidan tushadigan tushumlarning kamida 5%ini reklama-tarqatish materiallarini tayyorlash va adadini koʻpaytirish uchun majburiy tartibda yoʻnaltiradi. Unda oʻz faoliyati hamda shuningdek oʻzbek, rus va ingliz tillarida taqdim etayotgan turizm xizmatlari bayon etilgan. Bunda ushbu maqsadlarga yoʻnaltirilgan xarajatlar summasi bu tashkilotlarning soliqqa tortiladigan bazasidan chiqarib tashlanadi.

**Hududlarda kichik turizm zonalari tashkil etiladi**-tadbirkorlik subʼektlariga yer uchastkalarini ajratishning soddalashtirilgan mexanizmini joriy etgan holda hududlarda kichik turizm zonalari tashkil etiladi. Kichik turizm zonalariga kichik sanoat zonalari toʻgʻrisidagi qonun hujjatlari qoidalari tatbiq etiladi.

**Elektron dastur orqali vaqtinchalik roʻyxatdan oʻtiladi**- 3 oy muddatda tashrif buyuruvchilarni roʻyxatga olish boʻyicha maxsus elektron avtomatlashtirilgan dasturda joylashtirish vositalari orqali xususiy uylarga (xonadonlarga) mehmonlarni vaqtinchalik roʻyxatdan oʻtkazish tartibi joriy etiladi. Bunda turistik yigʻimlar, mehmonxona xizmatlarini sertifikatlash hamda joylashtirish vositalarining javobgarlik qoidalari saqlab qolinadi.

**Mehmonxona loyihalari tadbirkorlarga begʻaraz beriladi**-Turizmni rivojlantirish davlat qoʻmitasi turizm toifasiga oid mehmonxonalar va mehmonxona uylarining namunaviy loyihalarini, shu jumladan xorijiy loyiha tashkilotlaridan sotib oladi. Keyinchalik ushbu loyihalarni turizm infratuzilmasi obʼektlarini qurish tashabbusini koʻrsatgan tadbirkorlik subʼektlariga begʻaraz taqdim etadi.

Hozirga kelib respublikamizda turizm sohasi to'liq shakllandi. O'tgan qisqa mudat ichida 318 ta joylashtirish vositalari ishga tushirildi. Ushbu joylashtirish vositalari sutkasiga 28 ming turistni qabul qilish kuchiga ega. Turistik firmalar, turistik tashkilotlar, turistik korxonalar soni 704 tadan oshdi. Bu turistik tashkilotlarda 20 mingdan ziyod tadbirkorlar va mutaxassislar ishlamoqda. Qayd qilingan ko'rsatkichlar turizmni tashkil qilish va rivojlantirishda keyingi 10-15-yilda erishgan yutuqlarimiz hisoblanadi. Shu bilan birga turizmni rivojlantirishda ko'plab yangi imkoniyatlar bilan birga muammolar ham yuzaga chiqmoqda.

Bu muammolarning birinchisi respublikamizda turizmni notekis rivojlanishi bilan bog'liq murakkab masaladir. Mutaxassislarimizning ma'lumotlaricha vatanimizga kelayotgan turistik oqimning 76,2 %i Samarqand, Toshkent, Buxoro va Xiva shaharlariga to'g'ri keladi, 24,6 % turistlar Farg'ona viloyatiga qiziqishmoqda. Shuningdek, turistik salohiyatning 40%i Toshkent shahri va Toshkent viloyatiga, 37 %i Samarqand, Buxoro va Xorazm viloyatlariga, 16 %i Farg'ona vodiysi va Surhondaryo viloyatlariga, respublikamizda 50% hududlarni egallagan. Qolgan viloyatlarda 7% ishlab chiqarish salohiyatini tashkil qilmoqda.

Qayd qilingan tahlillardan ma'lumki, mamlakatimizda xalqaro turizm ham ichki turizm ham notekis rivojlanmoqda. Hozir bizda shunday noto'g'ri xulosalar ustuvor bo'lmoqdaki, go'yoki tarixiy obidalar joylashgan shaharlar, viloyatlarga turistik oqimni tashkil qilish mumkin. Vaholanki, quyidagi jadval ma'lumotlaridan ma'lum bo'ladiki, barcha viloyatlarimizda xalqaro turistlarni ham, respublikamiz aholisini ham o'zining turistik jozibadorligi va betakrorligi bilan o'ziga tortuvchi rang-barang turistik resurslarning salohiyati juda katta.

O‘zbekiston Respublikasida turistik resurslarning asosiy ko‘rsatkichlari<sup>4</sup>

T/r	Viloyatlar	Iqlimiy sharoitlar**	Manzalarning xilma-xilligi***	Bilish salohiyati****	Turistik resurslarning integratsion ko‘rsatkichi	Ekskursiya resurslari				
						Ekskursion resurslarning texnologik zaxiralari	Ekskursiya resurslarining zichligi	Tarixiy madaniy	Ijtimoiy-madaniy	tabiiy
1.	Andijon	2	2	4	4	17,9	4,3	25,2	67,0	7,8
2.	Buxoro	2	1	2	2	163,2	1,1	9,0	20,3	70,7
3.	Jizzax	2	2	2	2	14,6	0,7	9,6	61,6	28,8
4.	Qoraqalpog‘iston	3	2	3	3	39,8	0,2	29,7	35,2	35,1
5.	Qashqadaryo	3	2	3	3	75,4	2,7	74,0	18,6	7,4
6.	Namangan	3	2	2	2	19,0	2,4	17,4	52,6	30,0
7.	Samarqand	2	2	4	4	75,4	3,1	72,3	15,9	11,8
8.	Surxondaryo	2	3	3	3	43,1	2,1	49,4	27,8	22,8
9.	Sirdaryo	2	2	3	3	13,4	2,5	26,9	52,2	20,9
10.	Toshkent	2	2	4	4	38,1	5,7	61,9	31,8	6,3
11.	Farg‘ona	2	2	4	4	30,6	4,3	37,3	49,0	13,7
12.	Xorazm	2	1	4	4	75,9	16,9	89,7	6,6	5,7

**Izoh: \*iqlimning ijobiy xususiyatlari, manzalarinig xilma-xilligi va bilish salohiyati, ularni majmual bahosi ballarda keltirildi:**

1. Iqlimiy sharoitlar - \*\*4-juda ijobiy, 3-ijobiy, 2-nisbatan ijobiy, 1-ijobiylik kam (sezilarli-sezilmas holatda);

2. Manzaralar xilma-xilligi - \*\*\* 4-juda yuqori, 3-yuqori, 2-yuqori va o‘rtacha, 1-o‘rtacha;

3. Bilish salohiyati - \*\*\*\* 4-juda yuqori, 3-yuqori, 2-o‘rtacha, 1-past.

Demak viloyatlarda turistik oqimning notekis taqsimlanishi va turizmning rivojlanish ko‘rsatkichlari har bir viloyatda turizmni tashkil qilish va turizm faoliyatini kuchaytirishga bog‘liq bo‘lib chiqadi. Samarqand, Toshkent, Buxoro,

<sup>4</sup> N.E.Ibodulluev “O‘zbekistonning turistik resurslari” (ma’ruzalar matni). Samarqand. 2008 yil.

Xiva va Shaxrisabz shaharlariga turistik oqimning kattaligi bu shaharlarda tarixiy obidalar ko'pligi hisoblanishi haqiqatdir. Qayd qilingan shaharlarga turistik oqimning kuchliligi turoperatorlarimizning ushbu shaharlar obidalariga turmahsulotlar ishlab chiqayotganligi va bu shaharlardagi turizm infratuzilmalari turizm talablariga, ehtiyojlariga javob berish darajasida ekanligi hisoblanadi. Shuni ham qayd etish lozimki, so'nggi yillarda bu tur mahsulotlar ham tobora eskirib borayotganligi ma'lum bo'lmoqda.

Eng muhimi, turizm rivojlangan davlatlar va xalqaro turizm tajribalaridan kelib chiqqan holda, turizmni rivojlantirishda bu davlatlar birinchi navbatda ichki turizmni rivojlantirishga alohida e'tibor berishgan. Bu yo'nalishda davlatlar o'z xalqini turizm sohasiga o'rgatishgan, tayyorlagan.

Butunjahon turizm tashkiloti turizmni quyidagi sohalarga bo'lishni taklif qilgan:

1. Ichki turizm – o'z davlati chegarasida sayohat. Ekspertlar xulosasiga ko'ra sayohat 80-100 km dan oshgan masofaga sayohat qilsa, turizm sayohat deyiladi.
2. Kirish turizmi – O'zbekistonga boshqa davlatlardan turistlarni kelishi.
3. Chiqish turizmi – O'zbekistonliklarning boshqa davlatlardagi turistik faoliyati.
4. Xalqaro turizm - kirish va chiqish turizmini tashkil qiladi.
5. Milliy turizm – ichki va xalqaro turizmni birlashtiradi.

Ushbu turizmga muvofiq Yevropa davlatlari o'tgan asrning 70-yillaridan boshlab o'z davlatlarida ichki turizmni rivojlantirish dasturlarini ishlab chiqdi va bu dasturlardagi asosiy vazifa aholining bo'sh vaqtlarida o'z davlatlari hududlarida sayr-sayohat qilishi, dam olishini tashkil qilishga qaratilgan edi. Ikkinchidan, mamlakatlar aholini turizm sohasidagi tadbirkorlikka ko'p yillar davomida bosqichma-bosqich tayyorlab bordilar.

Ichki turizmni rivojlantirishda eng muhim omil aholining turistik resurslar, turistik xizmatlar va mahsulotlar, turistik infratuzilmalar haqida axborotlanganlik darajasi hisoblanadi. Ikkinchidan, turistik xizmatlar va turistik infratuzilmaning narxi aholining barcha qatlamlariga mosligidir. Yevropa davlatlari maktab



o'qituvchilari, institut, kollejlari va universitetlar talabalariga xizmat ko'rsatish va infratuzilmalarning narxini 10% past belgilagan va bu tarkibda faoliyat yurituvchi turistik firmalarga ko'plab imtiyozlar berishadi. Ana shunday davlat dasturlarini bizning mamlakatimizda ham ishlab chiqishimiz maqsadli bo'ladi.

## **1.2.O'zbekistonda ichki turizmni rivojlantirish imkoniyatlari**

Mamlakatimizda turizmni ijtimoiy va iqtisodiy hayotimizning yetakchi sohalariga aylantirishni shakllantirish jadal sur'atlar bilan davom etmoqda. Turizmni dastavval xalqaro turistik faoliyat deb tushungan bo'lsak, hozirgi kunga kelib jahon iqtisodiyotining deyarli barcha ijtimoiy-iqtisodiy tarmoqlarini qamrab oluvchi, dinamik o'sishga ega, xalqaro taraqqiyotni belgilovchi muhim sohalardan biri ekanligini ham angladik. Ichki turizmni rivojlantirishda turizmning barcha sohalarini rivojlantirayotgan davlatlarning xalqaro miqyosda tan olingan tarixiy tajribalarini mukammal o'rganishimiz zarur bo'ladi. Turizm rivojlangan davlatlar va xalqaro turizm tajribalaridan ma'lumki, turizmni rivojlantirishda bu davlatlar birinchi navbatda ichki turizmni rivojlantirishga alohida e'tibor berishgan. Bu yo'nalishda davlatlar o'z xalqini turizm sohasiga o'rgatishgan, tayyorlagan.

AQShda amerikaliklarning 95% i o'z davlatlari hududlarida turistik faoliyatda bo'lishadi, 5% i esa chet davlatlarga chiqishadi. Buyuk Britaniya davlatida xalqaro turizmdan tushgan daromad o'rtacha yillik hisobida 14,2 mlrd. funt sterlingni va ichki turizmdan olinadigan o'rtacha yillik daromad 61,0 mlrd funt sterlingni tashkil etadi. Har bir Yaponiyalik yil davomida o'z mamlakati hududlariga o'rtacha 3 marotaba sayohaiga chiqishadi. Yevropa davlatlarining barchasida ichki turizmni rivojlantirishining davlat dasturlari qabul qilingan. Ichki turizm rivojlangan va rivojlanayotgan bunday davlatlar haqida ko'plab misollar keltirish mumkin.

Ushbu tizimga muvofiq Yevropa davlatlari o'tgan asrning 70-yillaridan boshlab o'z davlatlarida ichki turizmni rivojlantirish dasturlarini ishlab chiqdi va

bu dasturdagi asosiy vazifa aholining bo'sh vaqtlarida o'z davlatlari hududlarida sayr-sayohat qilishi, dam olishni tashkil qilishga qaratilgan edi. Ikkinchidan, mamlakatlar aholini turizm sohasidagi tadbirkorlikga ko'p yillar davomida bosqichma-bosqich tayyorlab bordilar.

Ichki turizmni rivojlantirishda eng muhim yo'nalishlar o'ta darajada oddiy bo'lishiga qaramasdan mamlakatimizda turizmni rivojlantirishda tarixiy shaharlarimizga taklif qiluvchi turmahsulotlarni ishlab chiqish va turizm bozoriga chiqarishga kuch berilmoqda. Vaholanki, xalqimizning barcha iqtisodiy qatlamlariga, aholi yosh tarkiblariga mos keluvchi turistik mahsulotlar ishlab chiqish va ichki turizm bozoriga chiqarish vaqti keldi.

Ma'lumki, xalqimiz azaldan vatanimizdagi barcha ziyoratgohlarni aziz va muqaddas bilib kelishadi. Eng muhimi, dastlab yashab turgan manzilimiz atroflaridagi muqaddas ziyoratlarga, so'ngra esa boshqa tumanlardagi va boshqa viloyatlardagi aziz joylarga safarlar uyushtiramiz. Ichki turizmni rivojlantirishda xalqimizdagi bu ulug' odatni va xususiyatlarni e'tiborga olishimiz, foydalanishimiz lozim. Shuning uchun ham turizm mutaxassislari, turizm sohasidagi tadbirkorlar, ichki ziyorat turizmini rivojlantirishda har bir viloyatlardagi va har bir tumanlardagi ziyoratgohlarning ro'yxatini, manzilini va ziyorat qilish xususiyatlari haqidagi axborot ma'lumotlarini puxta ishlab chiqishi talab qilinadi.

Ikkinchidan, ichki turizmni shaharliklar qishloqlarga va qishloqliklar shaharlarga shiori va dasturi asosida rivojlantirish Yevropa davlatlarida o'tgan asrning 80-yillaridan mukammal amalga oshirilib kelinmoqda. Ayniqsa, qishloqlardagi maktab o'quvchilarini shaharlar hayoti va diqqatga sazovor joylar bilan tanishtirish ekskursiyalarini muntazam tashkil qiluvchi turistik firmalarga ko'plab imtiyozlar yaratish Yevropa davlatlarida ichki turizmni rivojlantirish dasturlariga kiritilgan.

Uchinchidan, viloyatlar va tuman hokimliklari o'z hokimliklari tasarrufida yangi ish o'rinlarini yaratish, aholining dam olish tizimini samarali tashkil qilishda

ichki turizmni rivojlantirish imkoniyatlaridan unumli foydalanish salohiyatlari juda katta ekanliklarini e'tiborga olishlari lozim.

To'rtinchidan, maktablarimizdagi yozgi ta'til vaqtida shaharlarga, tog'larga, tabiatning so'lim maskanlariga, tabiiy geografik mintaqalarga o'quvchilar ekskursiyalarini tashkil qilishda viloyatlar va tumanlar, shahar hokimliklarining mablag'larini jalb qilishning huquqiy me'yorlarini ishlab chiqish vaqti keldi. Buning uchun birinchi navbatda ushbu yo'nalishda turistik faoliyat ko'rsatuvchi turistik firmalarga bir qator moliyaviy yordam va imtiyozlar tizimini ishlab chiqish zarur bo'lmoqda.

Bundan tashqari, ichki turizmni rivojlantirishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Ayni shu maqsadda sayyohlik bazalari, dam olish zonalari, pansionatlar, sanotoriya va kurortlar, rekreatsion va ekoturistik tashkilotlar faoliyati yanada takomillashtirilib, tarixiy-arxeologik barpo etilyapti. Avtomagistral yo'llar, sayyohlik ob'ektlari atrofida zamonaviy xizmat ko'rsatish majmualarini barpo etishda xususiy sektor faollik ko'rsatmoqda.

Ichki turizmni rivojlanishi xususiy sektor, ayniqsa, xususiy tadbirkorlikni kengaytirish, aholining turmush darajasini oshirish, qo'shimcha ish o'rinlarini yaratish imkonini beradi. Raqamlar har 30 nafar sayyoh mamlakatda turizm sohasida bitta, unga turdosh sohalarda esa ikkita yangi ish o'rinlarini yaratishga sababchi bo'lishini ko'rsatmoqda. Shu bois sayyohlarni jalb etish imkoniyatidan yanada samarali foydalanish joiz.

Ma'lumki, sayyohlarga ko'rsatiladigan xizmatlar sifati va saviyasi, sohada faoliyat ko'rsatayotgan xodimlar malakasi turizmni rivojlanishida muhim rol o'ynaydi. Bugungi kunda Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining xalqaro turizm fakltetida turizm menejmenti va marketingi xizmat ko'rsatish, mehmonxona xo'jaligini tashkil etish va boshqarish, Toshkent Singapur menejmentni rivojlantirish instituti hamda Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, Buxoro davlat universiteti, Urganch davlat universitet, Qarshi davlat universiteti va Farg'ona davlat universitetlarida xalqaro turizm va mehmonxona xo'jaligini tashkil etish va boshqarish yo'nalishlari bo'yicha mutaxassislar tayyorlanmoqda.

Ma'lumotlarga ko'ra ekoturizm sayyohlik bozorining 10-20-foizini qamrab oladi. Mutaxassislarning fikricha, turizmning ushbu turi boshqa turlariga nisbatan serdaromad va samaraliroqdir. Masalan, Kanadada ekoturizmning umumiy hajmi ichki sayyohlikdan tushgan daromadning 25 %ini tashkil etadi. Faqatgina ekoturizm solig'ining o'zidan mamlakat g'aznasi yiliga 1,7 mlrd. AQSh dollariga boyiydi.

BMT va JST ma'lumotlari rivojlanayotgan mamlakatlarda sayyohlar soni so'nggi 20 yillikda asosan ekoturizm hisobiga ortib borayotganidan guvohlik beradi. Masalan, sayyohlikning ushbu yo'nalishidan Keniya 1,4 mln., Ekvador 1,2 mln., Kosta-Rika 1,2 mln., Nepal 1,6 mln. AQSh dollariga teng daromad olmoqda. Bu esa yuqoridagi davlatlar YaIM ning salmoqli qismini tashkil etadi.

Ta'kidlash kerakki, o'lkamiz rang-barang tabiiy lanshaft, betakror o'simlik va hayvonot olamiga ega. Bu O'zbekistonda jahon miqyosida talab toboro ortib borayotgan ekologik, tibbiy va rekreatsion turizm kabi yo'nalishlarni rivojlantirish uchun qulay sharoit yaratadi. Ana shu imkoniyatlardan unumli foydalanish bo'yicha hukumatimiz tomonidan chora-tadbirlar dasturi ishlab chiqilgan bo'lib, bosqichma-bosqich hayotga tatbiq etilmoqda. Bunda BMT Taraqqiyot dasturi bilan xamkorlikda amalga oshirilayotgan loyiha misol bo'la oladi. U oltita yo'nalishdan iborat bo'lib, shulardan biri mahalliy hududlarning sayyohlik salohiyatini ro'yobga chiqarishga qaratilgan. Bu borada ikkita boshlang'ich hudud: Jizzax viloyatining Zomin hamda Namangan viloyatining Chortoq tumanlari tanlab olingan.

O'zbekiston sayyohlik ko'lami va tarixiy qadamjolari ko'pligi bo'yicha dunyodagi yetakchi o'n mamlakat qatoridan o'rin olgan. Mamlakatimizda to'rt mingdan ziyod tarixiy va madaniy yodgorliklar bor. Samarqand, Buxoro, Xiva va Shahrisabz shaharlari YuNYeSKOning jahon merosi durdonalari ro'yxatiga kiritilgan. Mamlakatimizdagi mustahkam tinchlik va barqarorlik, o'zaro mehr-oqibat va hamjihatlik muhiti, dunyodagi mashhur o'zbekona mehmondo'stlik jahon sayyohlarini o'ziga tobora keng jalb etmoqda.

Mutaxassislar fikricha, mamlakatning turistik imkoniyatlarini ro'yobga chiqarishda ichki turizmni rivojlantirish muhim ahamiyatga ega. Zero, har

qanday yangi turistik mahsulotga, avvalo, mahalliy sayyohlarda qiziqish uyg'otib, so'ngra uni xorijiy sayyohlarga taqdim etish yuksak samaralar beradi.

Mamlakatimizda yangi turistik marshrutlarni ishlab chiqish, tarixiy-arxeologik bog'lar barpo etish, qishloq joylarda turizm va turistik xizmatlarni rivojlantirish, avtomagistral yo'llar, servis xizmati ko'rsatish majmualarini barpo etish borasida amalga oshirilayotgan izchil ishlar yaqin kelajakda ushbu sohaning rivojiga juda katta ta'sir etadi.

### **1.3. Ichki turizmni rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlari va uning jamiyat hayotiga ta'siri**

Ichki turizm – O'zbekiston Respublikasida doimiy yashaydigan fuqarolarning O'zbekiston hududi bo'ylab qiladigan turistik faoliyati. Ichki turizm davlat chegaralarini kesib o'tish bilan va turistik rasmiyatchilik bilan bog'liq emas. Milliy valyuta, til, hujjatlar lodingidek o'zgarmasdan qoladi.

Ichki turizm faoliyati mamlakat qonunlariga va xalqaro me'yorlarga zid bo'lmagan ichki nizom va boshqa tartibga soluvchi me'yoriy hujjatlar asosida amalga oshiriladi. Mamlakatimizda ichki turizmni tashkil qiluvchi jismoniy va yuridik shaxslar tegishli ruxsatnomaga (litsenziyaga) ega bo'lishlari lozim.

Ichki turizm sohasidagi bu xususiyati, ta'kidlanganidek, qisqa muddatliligi, ko'p hollarda, bu 2-3 kun bo'lib, asosan, dam olish kunlariga to'g'ri keladi. Ta'til davrida bir haftalik, o'n kunlik turistik sayohatlar ham bo'lishi mumkin. Ichki turizmning mavsumiyligi shundaki, ko'p hollarda tabiat qo'yniga sayohat qilish bahor, yoz va kuz oylarida amalga oshiriladi. Ayrim turistik ekskursiyalar qish manzarasini tomosha qilishga qaratilgan bo'ladi. Ichki turizmnda bahor, yoz oylari sayohat uchun qulay fasllar hisoblanadi.

Ichki turizmni o'ziga xos xususiyatlarini quyidagicha izohlash mumkin:

- Ichki turizmning iqtisodiyotdagi salmog'ining o'sishi;
- Chekka hududlarda turizm infratuzilmasini yaratilishi;
- Aholining ish bilan ta'minlanish darajasining o'sishi;

- Ichki turizmni rivojlantirishda qishloq turizmni rivojlantirish ham o'ziga xos xususiyatlarga ega<sup>5</sup>. Bular quyidagilar hisoblanadi:

A) qishloq joylarida joylashish va ovqatlanish shaharga nisbatan 2-2, 5-ma rotoba arzonligi;

B) qishloq joylarining ekologik jihatdan tozaligi;

V) ekologik toza ovqat turilarining mavjudligi;

G) etnografik turizm ob'ekti sifatida, qishloq joylarida milliylikni ko'proq saqlanib qolganligi;

- ijtimoiy va madaniy jarayonlarni tezlashishi;

- mahalliy madaniyat markazlarining alohida yaralishi;

- xalq ijodiyoti, an'analari, rusumlarini rivojlanishi;

- mahalliy madaniy yodgorliklarni tiklanishi va muhofazasi va boshqalar.

Ichki turizm iqtisodiyotning o'ziga xos bo'lgan sohasi bo'lib, boshqa sohalar singari mamlakat iqtisodiyotiga, uning YaIM dagi ulushiga o'zining salmoql hissasini qo'shadi. Ammo hozirda bu ko'rsatkich sezilarli emas. Lekin, respublikamizdagi mavjud turistik resurslar, ichki turizm rivojlanishi yuqori darajaga ko'tarish imkoniyatiga ega. Dunyodagi safarlarning 80-90 % i ichki turizm ulushiga to'g'ri keladi. Unga qilinadigan xarajatlar xalqaro turizm xarajatlaridan 5-7 barobar kam bo'ladi. Ayniqsa, turizmning bu turi AQSh, Frantsiya, Angliyada ommabop hisoblanadi<sup>6</sup>. Xususan u turizmni rivojlantirish evaziga o'z iqtisodiyotining yuksalishiga erishadi, davlat byudjetiga tushumlarning ko'payishini ta'minlaydi.

Ichki turizm iqtisodiyotning ko'pgina jabhalarini rivojlantirishga imkoniyat yaratadi. Jumladan, transport tarmoqlari, aloqa, yo'l qurilishi, mehmonxonalar, umumiy ovqatlanish korxonalar, kommunal xo'jaligi, maishiy xizmat ko'rsatish, servis sohasi, savdo tarmoqlari va hakoza.

---

<sup>5</sup> N.E.Ibodullaev "O'zbekistonning turistik resurslari" (ma'ruzalar matni). Samarqand. 2008y.

<sup>6</sup> Aleksandrova A.YU. Geografiya turizm. KNORUS, Moskva 2010

Ichki turizmni rivojlantirish bir vaqtning o'zida o'ziga xos dam olish, hordiq chiqarish, ko'ngilochar maskanlar industriyasini tashkil etib, o'z o'rnida sayyohlarga sifatli xizmat ko'rsatish bilan bog'liq bir qator sohalarni qamrab oladi.

Mamlakatimizda yangi ichki turistik marshrutlarni ishlab chiqish, dam olish bog'larini barpo etish, qishloq joylarida turizm va turistik xizmatlarni rivojlantirish, avtomagistral yo'llar, servis xizmati ko'rsatish majmualarini barpo etish borasida amalga oshirilayotgan izchil ishlar yurtdoshlarimizning mamlakatimiz bo'ylab sayohat qilishlari uchun qulay sharoit yaratish imkonini beradi.

Buning iqtisodiy samaradorligi bilan birga ma'naviy, ruhiy va intellektual ahamiyati ham juda katta. Shu tufayli ushbu sohaga davlat alohida e'tibor berib ma'lum imtiyozlar ham belgilaydilar. Odamlar bu imtiyozlardan faqat turist bo'lganliklari uchun foydalanadilar. Bu ham ichki turizmning o'ziga xos xususiyati va ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyatidan dalolat beradi.

Ichki turizmning mahalliy aholi uchun ham katta foydasi bor. Ichki turizmning rivojlanishi birinchi navbatda qishloq joylardagi mahalliy aholining dunyoqarashini kengaytiradi va ma'naviy boyligini oshiradi, atrof muhitni idrok qilish, turli an'ana va qadriyatlarni tiklanishiga, doimiy daromad olib turish imkoniyatiga ega bo'ladilar, shu yerda o'zlarida ishlab chiqarilgan hunarmandchilikka oid mahsulotlarni sotish imkoniyatiga ega bo'ladilar, mahalliy aholi imkon qadar an'ana va qadriyatlarini nimoyish qilish uchun uni saqlab qoladilarhamda unutilganlarini tiklaydilar, mehmon kutishning jozibador an'analarini tiklash bilan birga mehmondorchilik an'analarini takomillashtirib boradilar.

Atrof muhitga ham ichki turizmni rivojlantirish katta foyda beradi. Xususan, quyidagi jarayonlar bo'yicha ijobiy o'zgarishlar qilish imkonini beradi, ya'ni: mamlakatdagi bioxilmaxillikning asl holda saqlanishiga harakat qilinadi; ekologik barqarorlikni ta'minlash tadbirlari qo'llaniladi va tabiat resurslaridan turistlarni rohatlanishi uchun foydalaniladi; manzarali maydonlarning yaratilishi imkoniyatini tug'diradi; suv, havo, o'rmonlarning tabiiy holda saqlash imkonini beradi.

O'zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishda tarixiy obidalar, ayniqsa, Samarqand, Buxoro, Xiva shaharlari mislsiz turistik imkoniyatlarga ega. Agar Samarqand viloyatini aytadigan bo'lsak, hozircha turizm faqat shahar obidalarigagina qaratilgan va shu tufayli uning infratuzilmasi ham faqat shaharda rivoj topgan. Masalan, Samarqandning xushmanzara joylari shuncha ko'pki, ulardan hali ichki turizm bo'yicha deyarli foydalanilmayapti.

Xulosa o'rnida shuni aytish mumkinki, ichki turizmni rivojlantirish natijasida tabiiy resurslarni asrab-avaylashga erishiladi. Imkon qadar mamlakatning ijtimoiy barqarorligi ta'minlanadi, aholi daromadlari ko'payadi.



## **II-BOB. O‘ZBEKISTONDA ICHKI TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING HOZIRGI HOLATI VA UNI O‘ZGARISH TENDENTSIYALARINI BAHOLASH**

### **2.1.O‘zbekistonda xizmatlar sohasini rivojlantirish asosida turizm xizmatlar bozorini o‘zgarishlari tahlili**

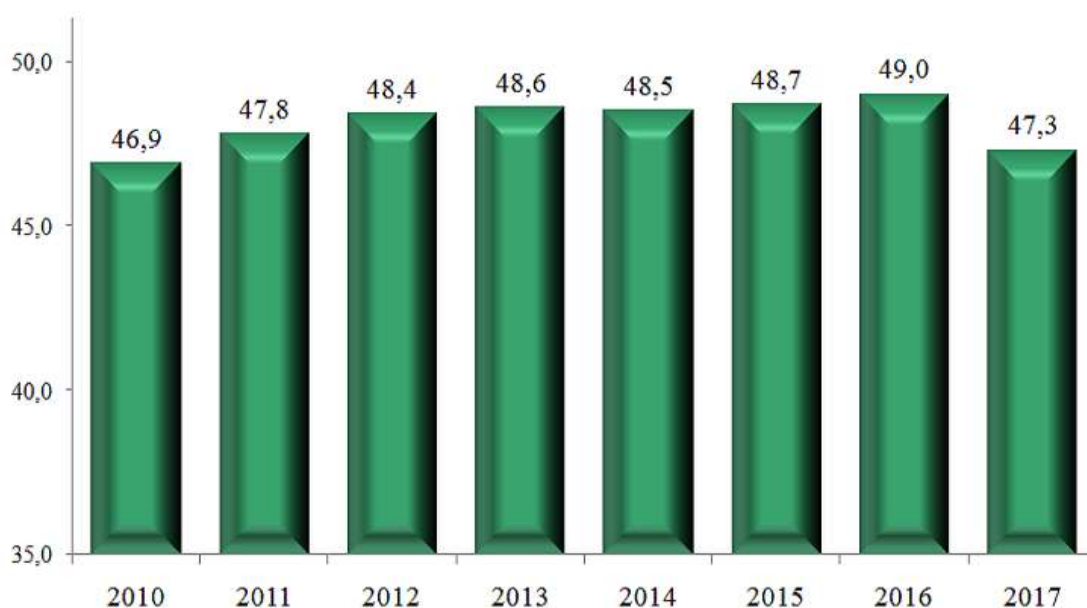
Mamlakatimiz hududlarida milliy turistik korxonalarini turistik xizmatlar bozorida katta tajriba va salohiyatga ega bo‘lgan kuchli raqobatchilar bilan birgalikda faoliyat olib bormoqda. Shu sababli, turizm tarmog‘ini rivojlantirishga qaratilgan strategiya, mamlakatda turistik hududlar raqobatbardoshligini oshirish va turizm infratuzilmasini rivojlantirishga hamda aholini ish bilan ta‘minlanishiga yo‘naltirilishi lozim.

Shuni alohida ta‘kidlab o‘tish joizki, mamlakatimizda mavjud o‘ziga xos nodir tabiiy resurslar, boy tarixiy va madaniy meros turizm sohasi rivojlanishini ta‘minlovchi yagona va yetarli shart-sharoit hisoblanmaydi. Bugungi globallashtirish sharoitida turizm sohasining rivojlanishi nafaqat tarixiy-madaniy va tabiiy resurslardan foydalanishga, balki zaruriy infratuzilma, malakali kadrlar, ilmiy-ishlab chiqarish tashkilotlari, yangi zamonaviy axborot texnologiyalaridan samarali foydalanishga asoslangan raqobatbardosh turistik birlashmalarning yetarli darajada rivojlanganligiga bog‘liq.

Bugungi kunda turizm xizmatlari bozorining shiddat bilan rivojlanish bosqichida turizm xizmatlar bozorining o‘rni yuqori. Nimagaki, insonlarning ijtimoiy ongi shakllanib, dam olishga bo‘lgan imkoniyatlari va hissiyotlari yuqori bo‘lib bormoqda. Bu esa, turizm infratuzilmasi yuqori bo‘lgan majmualar faoliyatini kengayishi, turizm xizmatlar bozorini takomillashtirish zarurati ortib borishini ko‘rsatadi. Har bir mintaqalar kesimida bu faoliyat natijaviyligi hamda samaradorligini oshirish va bu orqali aholi bandligini ta‘minlash maqsadida mamlakatda tizimli ishlar amalga oshirilmoqda.

Bugungi kunda respublikamizda turizm xizmatlar bozorida 898 ta turistik tashkilot faoliyat ko‘rsatib kelmoqda, shulardan 510 tasi turoperatorlik faoliyatini amalga oshiradi, 318 tasi mehmonxona xo‘jaliklari bo‘lib, qolganlari

shu kabi turistik faoliyat bilan shug'ullanadigan tashkilotlarni tashkil qiladi. Chunonchi, o'tgan yilda 124 ta tashkilotga turistik xizmatlar ko'rsatish uchun litsenziya berildi, ular asosida 55 ta mehmonxona xo'jaligi faoliyati tashkil etildi.



### **2.1-rasm. Xizmatlar sohasining YaIMdagi ulushi<sup>7</sup>**

Turizm sohasini yanada rivojlantirish uning ko'lamini kengaytirish albatta unga tegishli bo'lgan tarmoq sohalarni rivojlanishi bilan bog'liq. Mamlakatimizda ichki turizmni rivojlanishi xizmatlar sohasini tez sur'atlar bilan rivojlanayotganligi bilan xarakterlidir. Zero, jamiyatning rivojlanishi, ishchi kuchlarining oshishi bilan xizmatlar sohasi ma'lum darajada rivojlanadi. Bugungi kunda ushbu sohada band bo'lganlarning ko'payishi, mehnatni texnik jihozlanganligining o'sishi, ilg'or texnologiyalarni keng joriy etilishi kuzatilmoqda.

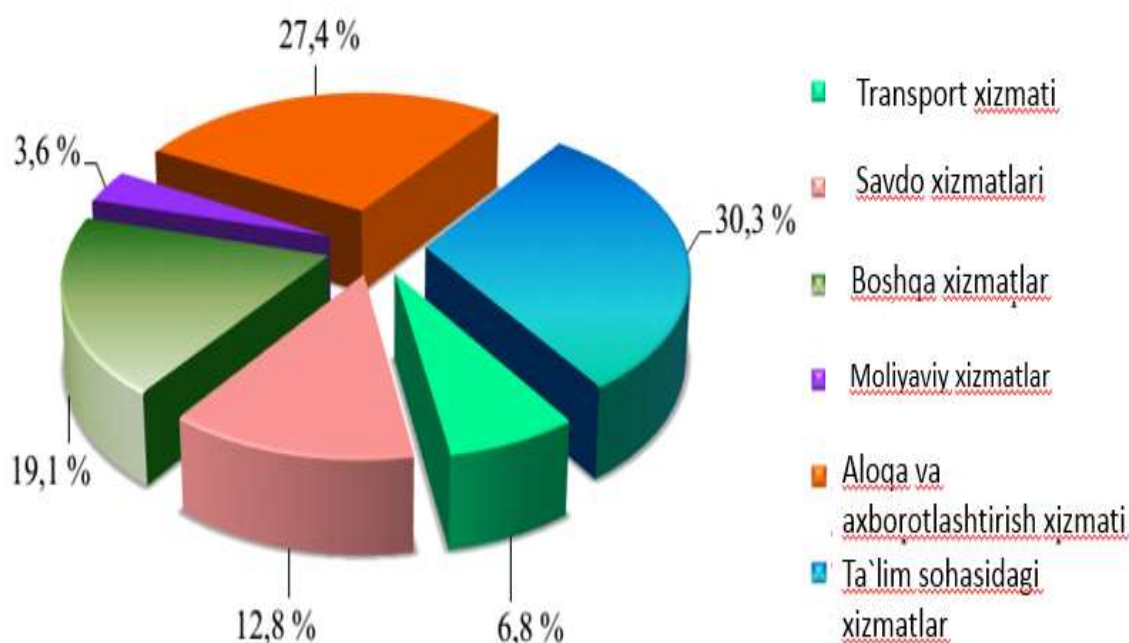
2017 yil yanvar-dekabr oylarida yalpi ichki mahsulot (YaIM) tarkibida xizmatlar sohasining ulushi 47,3 % ni tashkil etdi.

Hozirgi kunda iqtisodiyotning muhim tarmoqlaridan biri bo'lgan xizmatlar sohasining o'rnini juda katta va ahamiyatlidir. Bu ishlab chiqarishning murakkablashuvi, turizm xizmatlar bozorini shiddat bilan rivojlanayotganligi, bozorni kunlik va shaxsiy talabdan kelib chiqqan holda tovarlar bilan to'ldirish, jamiyat hayotini yangilovchi ilmiy-texnologik taraqqiyotning jadal o'sishi bilan bog'liqdir. Bularning barchasini axborot,

<sup>7</sup> O'zbekiston Respublikasi statistika qo'mitasi ma'lumotlari.

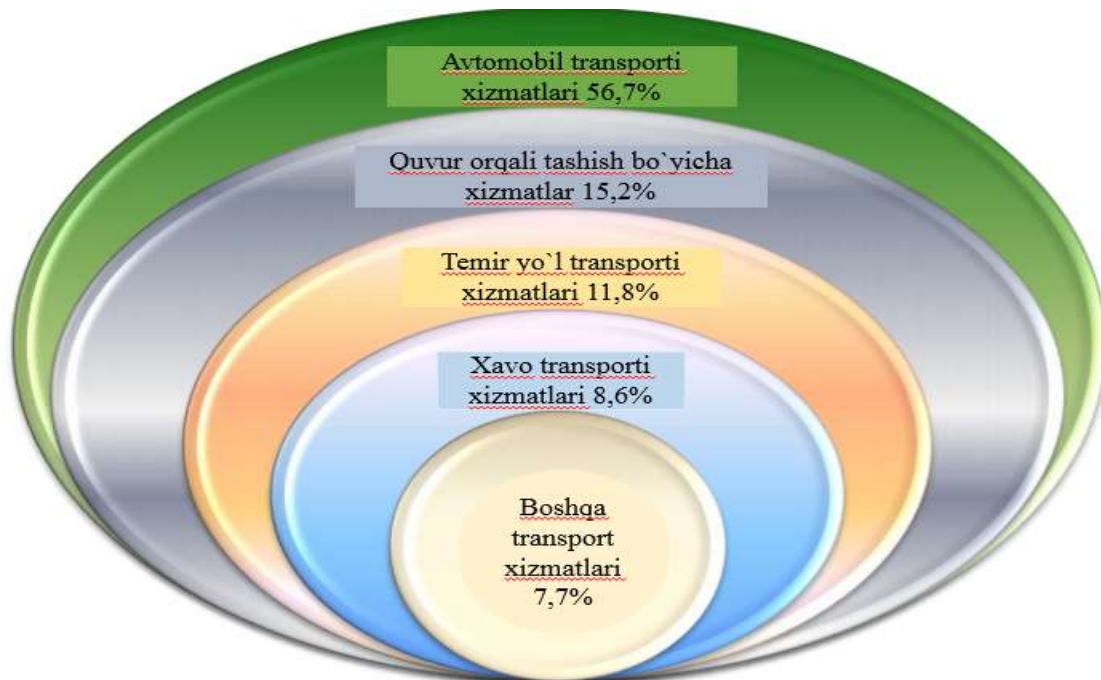
moliyaviy, transport, konsalting va boshqa xizmat turlarisiz amalga oshirib bo‘lmaydi.

2017 yil yanvar-dekabr oylarida xizmatlar ishlab chiqarish hajmi 116795,7 mlrd.so‘mga teng bo‘ldi. O‘tgan yilning mos davriga nisbatan o‘shish sur‘ati 108,9 % ni tashkil etdi.



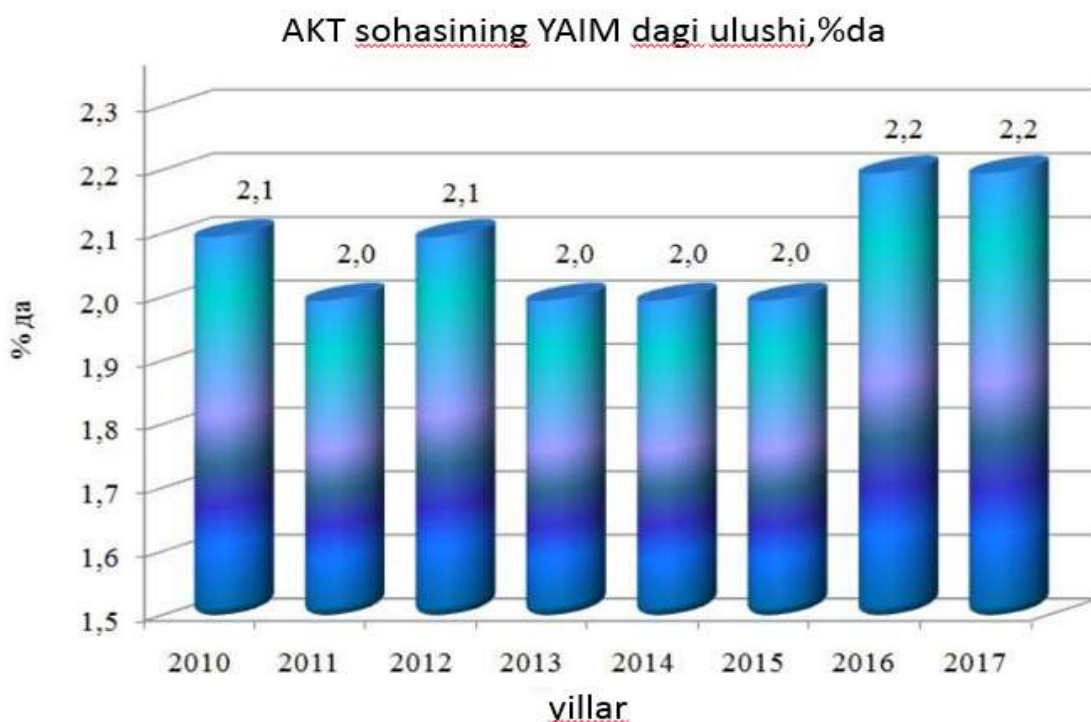
## 2.2-rasm. Iqtisodiy faoliyat turlari bo‘yicha bozor xizmatlari ishlab chiqarish (2017 yil yanvar-dekabr oylari uchun)

Bino va inshootlarni qurish va rekonstruktsiya qilish, kichik sanoat zonalarini yaratish, savdo tarmoqlarini kengaytirish, turistik faoliyatni rivojlantirish transport xizmatlariga bo‘lgan talabning ortishiga va logistika infratuzilmasini rivojlantirishga xizmat qilmoqda. Transport xizmatlari tarkibida avtomobil transporti xizmatlari 56,7 % bilan ustunlik qilmoqda. Bu transportning harakatchanligi hamda havo va temir yo‘l transporti bilan solishtirganda xizmatlar narxining nisbatan arzonligi bilan izohlanadi.



**2.3-rasm. Transport xizmatlari tarkibi<sup>8</sup>** (2017 yil yanvar-dekabr oylari uchun)

Aloqa va axborotlashtirish xizmatlari hajmida eng katta ulush telekommunikatsiya xizmatlariga (simli va mobil aloqa xizmatlari, Internet, yo‘ldosh aloqasi xizmatlari va boshqalar) to‘g‘ri keladi.



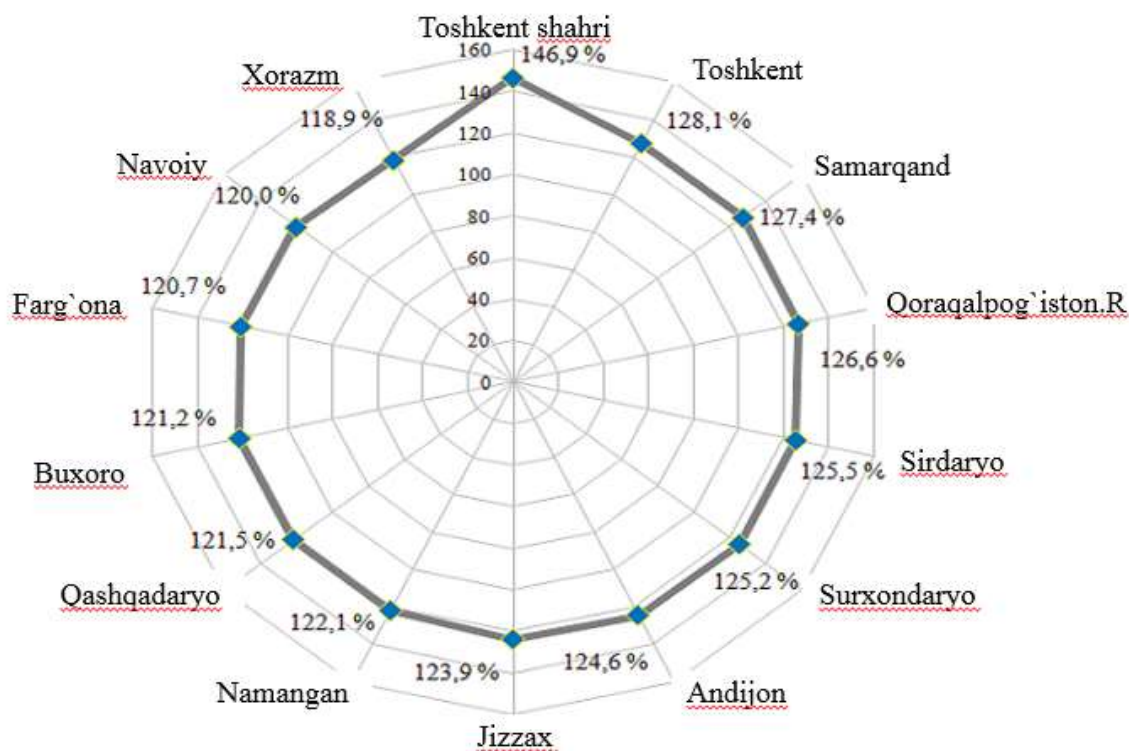
**2.4-rasm. YaIM tarkibida axborot kommunikatsion texnologiyalarning ulush ko‘rsatkichlari<sup>9</sup>** (foizda)

<sup>8</sup> O‘zbekiston Respublikasi statistika qo‘mitasi ma’lumotlari asosida muallif tomonidan tayyorlangan

<sup>9</sup> O‘zbekiston Respublikasi statistika qo‘mitasi ma’lumotlari asosida muallif tomonidan tayyorlangan.

Davlat boshqaruvi, iqtisodiyot tarmoqlari, ijtimoiy soha va xalqning kundalik hayotida axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini izchil joriy etish bo'yicha olib borilayotgan keng ko'lamli ishlar aloqa va axborotlashtirish xizmatlari hajmining (117,3 %) oshishiga olib keldi. Ayni paytda AKT sohasi mamlakat YaIM ning 2,2 foizini tashkil etadi.

Bank tizimining moliyaviy barqarorligini mustahkamlash, istiqbolli investitsiya loyihalarini kreditlashni yanada kengaytirish, real vaqt rejimida xizmatlar ko'rsatish (Internet-banking, mobil-banking) ko'lamini kengaytirish va valyuta siyosatini erkinlashtirish moliyaviy xizmatlarning (135,9 %) o'sishiga ta'sir ko'rsatdi.



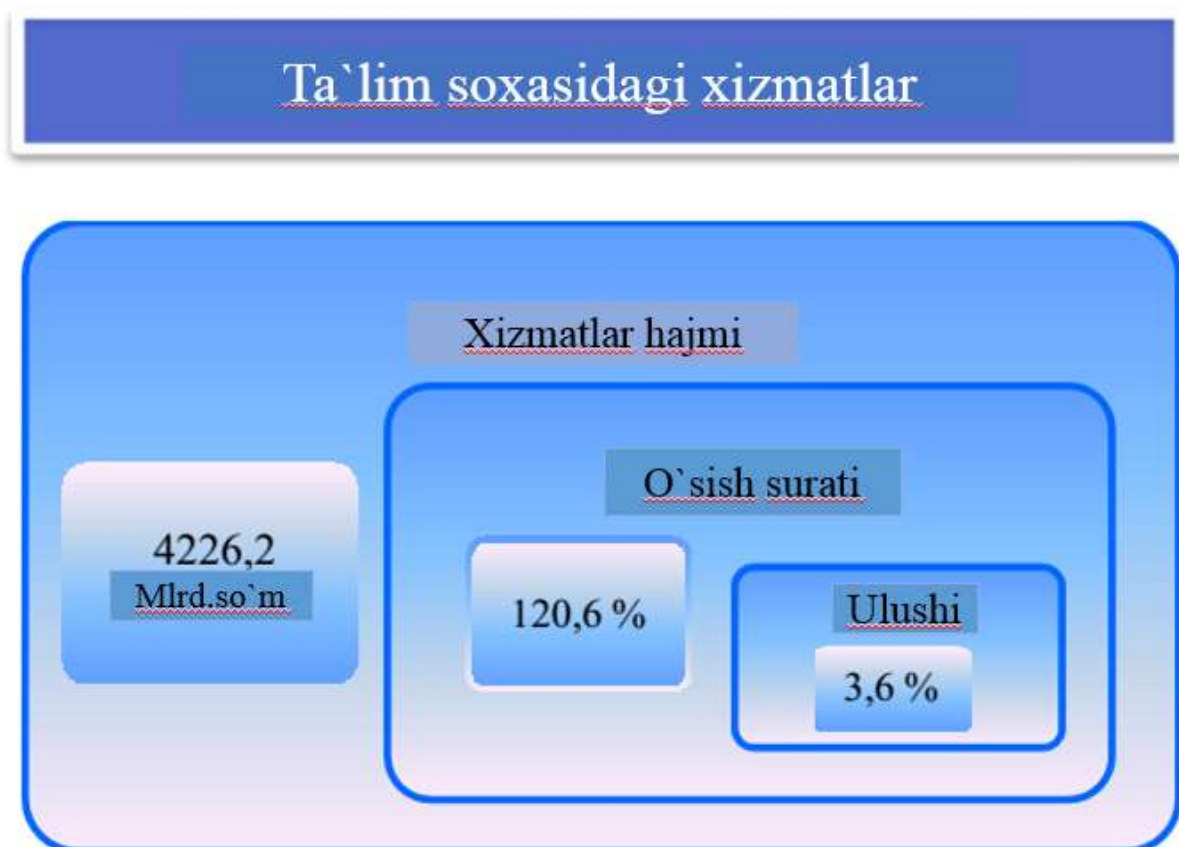
**2.5-rasm. Hududlar kesimida moliyaviy xizmatlarning o'sish sur'ati<sup>10</sup>**  
(2017 yil yanvar-dekabr oylari uchun)

Zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalangan holda interaktiv o'qitish usullarini joriy qilish hamda oliy ta'lim tizimini yanada rivojlantirish bo'yicha ko'rilayotgan chora-tadbirlar (oliy o'quv yurtlariga qo'shimcha ravishda shartnoma asosida qabul qilish, sirtqi o'qish kurslarini

<sup>10</sup> O'zbekiston Respublikasi statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tayyorlangan.

joriy etish) hisobot davrida ta'lim sohasidagi xizmatlarning o'sishiga (120,6 %) ta'sir ko'rsatdi.

Yashash va ovqatlanish xizmatlari hajmida oziq-ovqat va ichimlik mahsulotlarini yetkazib berish xizmatlari (84,6 %) ustunlik qiladi. Yashash xizmatlarining ulushi 15,4 % ga to'g'ri keladi.

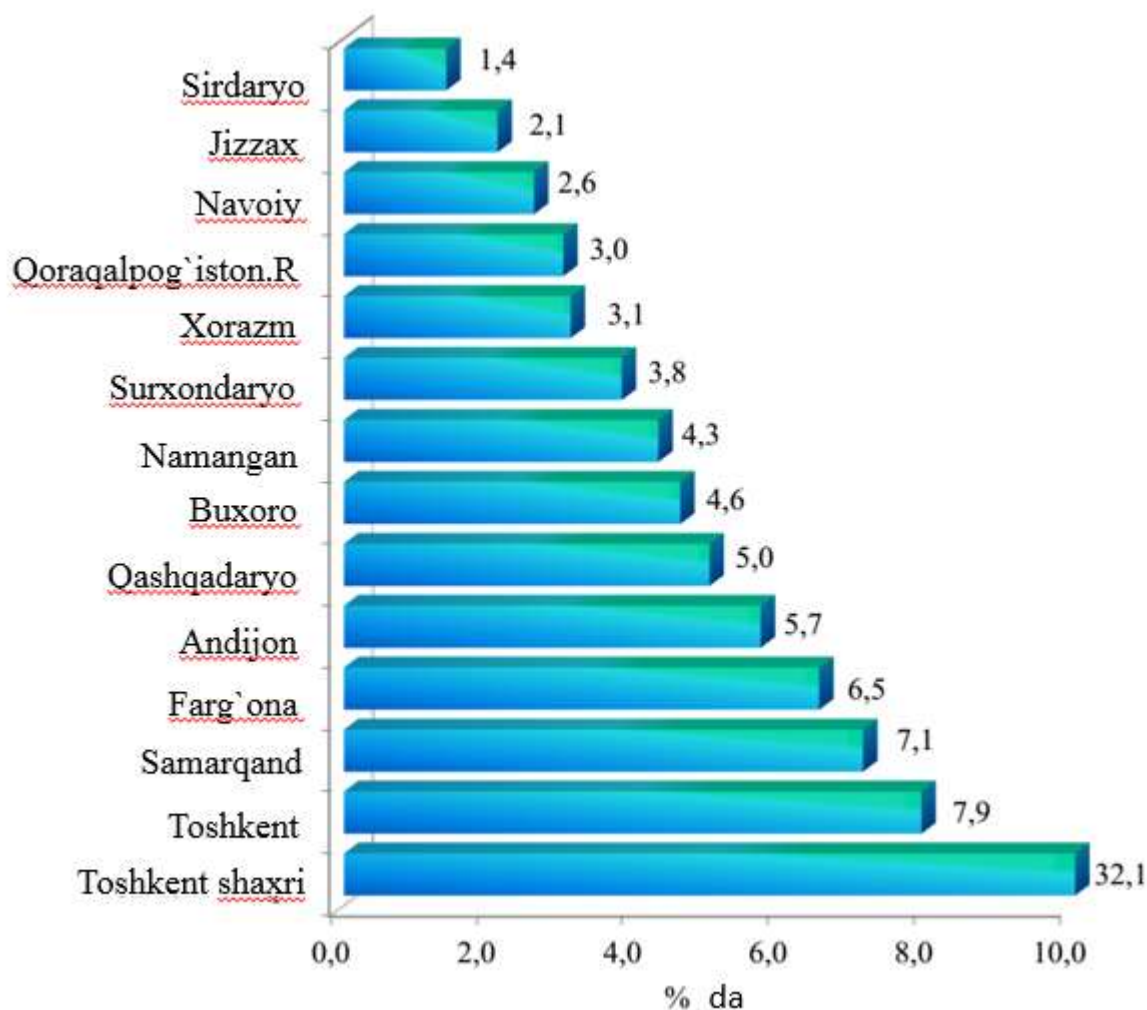


**2.6-rasm. O'zbekiston Respublikasining ta'lim sohasidagi xizmatlar ko'rsatkichlari<sup>11</sup> (foizda)**

Xizmatlar sohasida davlat sektori ulushidan (11,8 %) nodavlat sektorining ulushi (88,2 %) ustunlik qiladi va 103065,4 mlrd.so'mni tashkil etadi.

Hududlar o'rtasida eng yuqori o'sish sur'atlari Toshkent shahri (114,6 %), Navoiy (107,0 %), Sirdaryo (106,0 %), Andijon (105,6 %), Xorazm (105,3 %), Jizzax (105,2 %), Namangan (105,0 %) viloyatlariga va Qoraqalpog'iston Respublikasiga (106,0 %) to'g'ri keladi.

O'zbekiston Respublikasi statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tayyorlangan.



**2.7-rasm. Respublika bo'yicha jami xizmatlar hajmida hududlarning ulushi (2017 yil yanvar-dekabr oylari uchun, % da)<sup>12</sup>**

Xizmatlar sohasini rivojlantirishda eng katta ulushlar Toshkent shahri (32,1 %), Toshkent (7,9 %), Samarqand (7,1 %), Farg'ona (6,5 %) viloyatlarida kuzatilmoqda. Ko'rsatilgan xizmatlar hajmida eng kichik ulushlarni Sirdaryo (1,4 %), Jizzax (2,1 %), Navoiy (2,6 %), Xorazm (3,1 %), Surxondaryo (3,8 %) viloyatlari va Qoraqalpog'iston Respublikasi (3,0 %) kabi hududlar egallaydi.

Shu bilan birga, sanoati rivojlangan hududlarda (qazib olish sanoatidan tashqari) jumladan, Toshkent shahri va Toshkent viloyatida xizmatlar sohasining aholi jon boshi to'g'ri keladigan ko'rsatkichlari boshqa hududlarga nisbatan ancha yuqori.

<sup>12</sup> O'zbekiston Respublikasi statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tayyorlangan.

Shuningdek, xizmatlar sohasining aholi jon boshiga nisbatan rivojlanishiga aholi soni ham ahamiyatli ta'sir ko'rsatadi. Masalan, aholi soni nisbatan kam bo'lgan Navoiy va Buxoro viloyatlarida aholi jon boshiga to'g'ri keladigan ko'rsatkichlar Surxondaryo, Qashqadaryo va Namangan viloyatlari kabi aholisi zich bo'lgan hududlarga qaraganda yaxshiroq ko'rinadi.

Bugungi kunda xizmatlar ko'rsatish sohasi iqtisodiyotda band bo'lganlarning 49,7 % ni qamrab oladi. Xizmat ko'rsatish sohasidagi bandlikning tarkibiy tahlili ijtimoiy ahamiyatga ega bo'lgan savdo, ta'lim, tashish va saqlash, sog'liqni saqlash va shu kabi tarmoqlarning ulushi eng yuqori ekanligini ko'rsatdi.



### 2.8-rasm. Faoliyat turlari bo'yicha xizmatlar sohasida band bo'lganlarning ulushi<sup>13</sup> (2017 yil yanvar-dekabr oylari uchun, % da)

Yuqorida tahlil etilgan statistik ma'lumotlarga tayangan holda yaqin istiqbolda turizm xizmatlari bozori rivoji uchun ijobiy ta'sir etadigan xizmatlar sohasining tez sur'atlar bilan o'sib borayotganligini ko'rish mumkin. Bu ko'rsatkichlar yaqin istiqbolda turizm xizmatlari iste'molchilarga nisbatan taklif

<sup>13</sup> O'zbekiston Respublikasi statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tayyorlangan.



olib borishini, shuningdek iste'mol qiymatini hududiy mahsulot ishlab chiqarishda, eng asosiysi YaIM tarkibidagi ulushini ortishini ko'rsatadi. Buning natijasi avvalombor mamlakatimizda ichki turizmning yanada rivojlanishiga asosiy omil bo'ladi. Jahondagi turizm xizmatlari bozori rivojlangan davlatlar tajribasi shuni ko'rsatadiki, ichki turizm salohiyati yuqori davlatlarda albatta xalqaro turizmning o'sish sur'ati keng variatsiyada amalga oshgan. Bizning mamlakatimizda ham ichki turizmni yanada rivojlantirish uchun institutsional asoslar yaratilmoqda. Jumladan 2018 yilning 7 fevral kuni O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Ichki turizmni rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PQ-3514 sonli qarori fikrimizning tasdig'idir. Ushbu qaror doirasida mamlakatimizda "O'zbekiston bo'ylab sayohat qil" rukni ostida bir qator ijobiy ishlar amalga oshirilmoqda. Buning natijasida yaratilayotgan imtiyozli imkoniyatlardan foydalanayotgan mahalliy turistlarning oqimi ko'payishi natijasida turizm xizmatlar bozorida talabning taklifga nisbati yuqorilab borayotganligini ko'rishimiz mumkin. Turizm xizmatlari bozorida talab va taklifning nisbatini saqlashning asosiy ustuvor masalasi, bu xizmatlar sohasini turistik bozorga uyg'unlashtirish hamda sifat darajasini oshirish hisoblanadi. Bu sohalarning tez sur'atlar bilan rivojlanib borishi natijasida mamlakatimizda YaIM tarkibi va miqdori ortib boradi. Natijada aholining ish bilan bandlik darajasi hamda real daromadlari ortib borishi, turmush farovonligi yanada yaxshilanishi ta'minlanadi.

## **2.2. O'zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishda xususiy sektorlarning ta'siri doirasi tahlili**

Turizm sohasidagi hamkorlik aloqalari xo'jalik jamoat ishlab chiqarishga aholining band bo'lmagan yoki qisman band bo'lgan qatlamlarini jalb qilib mehnat resurslaridan to'liq va oqilona foydalanish muammosini hal qilishga yordam beradi. Bu ayniqsa sanoati yaxshi rivojlanmagan mintaqalar uchun muhimdir.

Turizm sohasidagi hamkorlik iqtisodiy imkoniyatlari nisbatan yuqori emasligi bilan farqlanuvchi ayrim tumanlarni rivojlantirishda muhim rol o'ynaydi. Ichki

turizm bu tumanlarda ishga oid faollikka yordam beradi, jamoat ishlab chiqarishiga band bo'lmagan mehnatga layoqatli aholini jalb qiladi, mehnatni tadbiq qilish sohasini kengaytiradi. Turizm sohasida hamkorlik qilish iqtisodiyotning rivojlanishini faollashtiradi, mintaqaviy resurslardan yaxshirok foydalanishga, xizmat ko'rsatish sohasi xodimlarining malakasini oshirishga yordam beradi. Turistik xo'jalik qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishni rivojlantirishni jadallashtirish va uni yaxshilashga yordam beradi. Kelajakda aholiga xizmat ko'rsatish sohasining kengayishi munosabati bilan xizmat ko'rsatish sohasida band bo'lganlar soni ortib boradi. Turizm sohasida hamkorlik qilish orqali xo'jalikning jadal rivojlanishi, uni iqtisodiy ahamiyatini o'sishi, turistik xizmat sohasining katta foyda keltira olishi, bu sohaga sarmoyalarni ko'plab sarflanishiga olib keldi. Kapitalni ko'p talab qilishiga qaramay, turistik xo'jalikka sarflangan kapital juda foydalidir, chunki u o'zini nisbatan tez qoplaydi. Xorijiy turistlardan olinadigan pul tushumlari daromadga aylanadi va milliy iqtisodiyotning turli tarmoqlarida muomalada bo'ladi. Ayrim G'arb iqtisodiyotchilarining baholashlariga ko'ra, xorijiy turistlardan olinadigan pul tushumlari muomalada yilda uch - besh marta va ko'proq aylanadi. Turistik xo'jalik jahon iqtisodiyotining eng serdaromad tarmog'i hisoblanadi. Hozirgi kunda jahon savdo aylanmasining 7% i xalqaro turizmga to'g'ri keladi. Jahonning ko'p mamlakatlari uchun turizm tashqi savdo aylanmasida daromadning muhim moddalaridan biriga aylangan. Turistik biznes Meksikaga valyuta daromadining 44%, Portugaliya 28%, Avstriyaga 23%, Italiyaga 41% beradi. Xalqaro turizm biznesini rivojlantirishning asosiy maqsadi quyidagilardir<sup>14</sup>.

1. Iqtisodiy o'sish ko'p miqdorda sifatli, eng yaxshi tovarlarni ishlab chiqarish va xizmatlar ko'rsatishni, shuningdek aholini yuqori turmush darajasini ta'minlash.

2. Xalqaro turistik xizmatlarni rivojlantirishning iqtisodiy samarasi, ya'ni resurslardan foydalanishda minimum sarflar qilib, maksimum foyda olish.

---

<sup>14</sup> Aleksandrov A.YU. Mejdunarodnyy turizm. Ucheb posobie dlya vuzov. –M.: Aspekt Press, 2006 19-21 s.

3. Respublikada yashovchi aholining ta'limiy-ma'rifiy darajasini oshirish, unga jahon tsivilizatsiyasi, madaniyati va san'atini bilishda yordam berish.

4. Har xil turistik xizmatlar ko'rsatish yo'li bilan, madaniy-tarixiy, milliy qadriyatlar bilan o'zaro foyda almashish.

5. Sifatli, asosiy va qo'shimcha turistik xizmatlar ko'rsatish, ularning sifatini jahon xizmat ko'rsatish standartlari darajasiga ko'tarish.

6. Turizmning moddiy texnika bazasini rivojlantirish va xorijiy turistlar o'rtasida turistik xizmatlarga talablarini shakllantirish asosida davlat byudjetiga xorijiy valyuta beto'xtov kelib turishini ta'minlash.

Ichki turizmning makroiqtisodiy ko'rsatkichlari xalq xo'jaligining darajasi bilan ifodalanadi, bu sotilgan xizmatlarning umumiy hajmi, asosiy fondlar qiymati va barcha xodimlar soni bilan baholanadi. Bu ko'rsatkichlar umumlashtirilgan tarzda turli o'lchamlarda baholanadi.

Agar hozirgi kunda respublikadagi 20 kishidan beshtasi turizmga xizmat ko'rsatishda band bo'lsa, turizm rivojlangan mamlakatlarda xalq xo'jaligida band bo'lganlarning har beshtasidan bittasi turizm sohasida ishlaydi. Shunday ekan, turizmga asosiy va qo'shimcha xizmatlar doirasini kengaytirish xalq turmush darajasini oshirishga va respublika aholisini ish bilan ta'minlashga yordam beradi.

Butun jahon turizm tashkilotining ko'rsatkichlariga ko'ra, 2015 yilda chet ellarga uyushtirilgan jami turistik sayohatlar soni 625 milliondan oshgan bo'lib, bunda dunyo bo'yicha 455,5 milliard dollar daromad olingan.

Markaziy Osiyo davlatlariga ushbu yig'indining 2 foizidan ortiqrog'i, ya'ni 9,7 milliard dollar mablag' to'g'ri kelgan. 2016 yilda xalqaro turistlar soni 650 milliondan oshgan bo'lib, bundan dunyo bo'yicha 475,9 milliard dollar daromad olingan. Ushbu ma'lumotlar quyidagi jadval asosida tahlil qilingan.

Oxirgi yillarda ba'zi mamlakatlarda sodir bo'layotgan iqtisodiy tanglik hamda terroristik aktlar tufayli turist eksport qiluvchi davlatlar bo'lgan AQSh, Germaniya va Yaponiyadan chet elga chiquvchi turistlar soni 1,3% ga kamaygan. Shunday bo'lsada, mazkur yilda O'zbekistonga 1032,6 ming chet ellik mehmonlar tashrif buyurishib, bundan 22 million 215 ming dollardan ortiqroq daromad

olingan. Butun jahon turistik tashkilotlar mutaxassislarining taxminlariga ko'ra, 2020 - yilga kelib ularning miqdori 1,6 milliardga yetadi<sup>15</sup>.

**2.1-jadval**

**O'zbekiston turizmining dunyo turizmi bozorida ulushi<sup>16</sup>**

<b>Yil-Lar</b>	<b>Turistik sayohatlar (mln. kishi)</b>	<b>Daromad (mlrd dollarda)</b>	<b>M.Osiyoning daromad ulushi (mlrd dollarda)</b>	<b>O'zbekiston-ning ulushi. (mln so'm)</b>	<b>Turistlar soni. (Ming kishi)</b>
2016	625 mln.	455.5 .	9.2	661	864
2017	650 mln.	475.9	9.7	703	916

Yurtimiz turistlarga istagan xizmat turini ko'rsatish imkoniyatiga ega. O'zbekiston turistik imkoniyatining 33% ini arxitektura yodgorliklari tashkil qiladi. Samarqand, Buxoro, Xiva kabi shaharlarimiz ochiq osmon ostidagi o'ziga xos muzeylar hisoblanadi. Ular yurtimizning ko'p asrlik tarixini o'z ichiga qamrab olgan. Hozirgi kungacha saqlanib qolgan o'lkamizga oid yodgorliklar Misr, Hindiston, Qadimgi Gretsiya va Rim yodgorliklariga tenglasha oladi.

Masalan, O'zbekiston Respublikasi hukumati turizm sohasidagi tadbirkorlikni har tomonlama ko'llab - quvvatlamoda, turizm sohasiga chet el investitsiyalarini jalb qilishga jiddiy ahamiyat berilayotganligi bunga misol bo'la oladi. Bundan Milliy Kompaniya tomonidan olib borilayotgan xalqaro faoliyat respublikamizning turistik imkoniyatlarini xorijiy davlatlarga tanitish, O'zbekistonning jahonga keng tanilishi va turizm borasida rivojlangan davlatlar qatoridan o'z o'rnini egallashini ta'minlashdan iborat ekanligi namoyon bo'ladi. "O'zbekturizm" Milliy Kompaniyasi tomonidan xalqaro turizm bozoriga integratsiyalashuvni yanada tezlashtirish maqsadida bir qator xalqaro munosabatlar rivojlantirilmoqda. Shuni alohida ta'kidlash joizki, "O'zbekturizm" Milliy Kompaniyasi bilan Amerika Qo'shma Shtatlarining savdo va taraqqiyot bo'yicha agentligi o'rtasida o'zaro axdlashuv to'g'risida memorandum imzolangan. Turizm sohasiga investitsiyalarni jalb qilish masalalari ko'rib chiqildi. Milliy Kompaniya

<sup>15</sup> Aleksandrov A.YU. Mejdunarodnyy turizm. Ucheb posobie dlya vuzov. –M.: Aspekt Press, 2010 - 61 b

<sup>16</sup> O'zbekiston Respublikasi statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tayyorlangan.

o‘z faoliyati davomida xorijiy davlatlarda bo‘lib o‘tayotgan turistik ko‘rgazma va birjalarda faol ishtirok etib kelmoqda.

Jumladan, Yaponiya, Germaniya, Italiya, Angliya, Frantsiya va boshqa mamlakatlarda bo‘lib o‘tayotgan turistik ko‘rgazmalarda O‘zbekistonning turistik imkoniyatlarini keng ochib bermoqda. Ishtirok etayotgan delegatsiyaning asosiy maqsadi, O‘zbekistonni boy tarix va madaniyatga, noyob turistik imkoniyatga ega bo‘lgan mustaqil davlat sifatida dunyoga tanitish hamda xorijiy turistlar oqimini ko‘paytirishdir. Ko‘rgazma ish kunlarida "O‘zbekistonda turizm kunlari"ning o‘tkazilishi, O‘zbekistonning turistik imkoniyatlari ekspozitsiyasi, stendlar, respublika haqidagi video roliklar namoyishi, o‘zbek guruxlarining kontsertlari, milliy taomlar taqdimotining o‘tkazilishi chet elliklarda katta qiziqish uyg‘otdi. Shuningdek, 2003-yil may oyida Toshkentda Yevropa tiklanish va taraqqiyot bankining yillik yig‘ilishi o‘tkazilishi natijasida chet ellik turistlarnipg mamlakatimizga bo‘lgan qiziqishlari bundan ham ortib ketdi.

Keyingi yillarda O‘zbekistonga xorijiy mamlakatlardan kelayotgan turistik oqim o‘zgarishi quyidagi jadvalda berilgan.

## 2.2-jadval

### Xorijiy mamlakatlardan kelayotgan turistlar oqimining o‘zgarishi<sup>17</sup>

Davlatlar nomi	2017 yil	2018 yil	2018 yilda 2017 yilga nisbatan o‘zgarishi	
			+,-	%
Frantsiya	5,7	14,1	8,4	2,5 marta
Yaponiya	4,1	17,2	13,1	4,2 marta
Qozog‘iston	1783,8	2456,8	673,0	137,7
Xitoy	19,7	37,1	17,4	188,3
Turkiya	55,2	74,8	19,6	135,5
Tojikiston	261,9	1700,8	1438,9	6,4 marta
Rossiya	143,9	460,1	316,2	3,2 marta
Boshqa davlatlar	573,6	1672,0	1098,4	2,9 marta
Jami	2847,9	6432,9	3585,0	2,2 marta

Hozirgi kunda turizm sohasida kichik va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish sari sezilarli qadamlar tashlangan. Biroq, bu sohada kadrlar malakasining

<sup>17</sup>O‘zbekiston Respublikasi statistika qumitasi ma’lumotlari asosida tayyorlangan.

yetishmasligi va O'zbekistonda turizmning ko'plab yo'nalishlarini rivojlantirish borasida yetarlicha tajribaning yetishmasligi oqibatida xususiy tadbirkorlik biznesining rivojlanishi sust amalga oshmoqda. Ma'lumotlarga qaraganda, mamlakatimizda bir kunda tashrif buyuradigan turistlarning o'rtacha yigirmadan bir qismi qimmat narxdagi mehmonxonalar xizmatidan, ko'pchiligi esa, uch yulduzli otellardan foydalanish istagini bildirishadi. Toshkent shahri bunday xizmatlar tizimini turistlarga taklif etishi mumkin, biroq poytaxtdan o'zoqda joylashgan ko'plab hududlarda, ayniqsa, Termiz, Qoraqolpog'iston Respublikasi va Andijonda faoliyat ko'rsatayotgan davlat mehmonxonalari hali ham asosiy turistik oqimlarni o'zlariga jalb eta olmayaptilar. Chunki, bunday mehmonxonalar xorijiy turistlarni qabul qilishga to'laligicha tayyor emas. Mahalliy darajada shaxsiy kapitalni rag'batlantirish, ya'ni umumiy turistik xizmat ko'rsatish tizimiga birlashgan shaxsiy uy va xonadonlarni ochish bunday muammoni ijobiy hal etilish imkoniyatini yaratadi. Buning uchun xususiy tadbirkorlarga turistik trassada joylashgan har qanday shaharda o'n-yigirma kishiga mo'ljallangan shaxsiy uylarni qurishga ruxsat berish kerak. Shunday qilingandagina yuqorida aytib o'tilgan muammo o'z yechimini topadi.

O'zbekiston turizmi sanoatida hali ham ovqatlanish bilan bog'liq masalalar muammoligicha qolmoqda. Masalan, Yevropaliklar standart usullarda tayyorlangan oddiy va xushta'm taomlarni ma'qul ko'radilar. Buning uchun esa, xorijiy mamlakatlardagi mehmonxona komplekslarida foydalaniladigan maxsus asbob-uskunalar va tegishli taom texnologiyalarini o'rnatish zarur. Mamlakatimizdagi mahalliy mehmonxonalar 20-25 ga yaqin taomlarni taklif qilishi mumkin. Biroq, g'arbiy andozalar bo'yicha faoliyat ko'rsatayotgan turistik komplekslar 200 ga yaqin taomlarni taklif qilish imkoniyatiga ega. Bu muammoning hal etilishining birdan-bir yo'li shaxsiy restoranlar va kafelar sonini oshirish va ulardagi xizmat ko'rsatish sifatini jahon andozalariga mos ravishda tashkil etishdir. O'zbekistonga xorijiy davlatlardan tashrif buyurgan turistlar bilan muloqot qilinganda, ularning 25 foizi ovqatlanish xizmatlaridan qanoatlanganliklarini bildirishdi, 41 foizi esa taomlar sifatiga baho berishni

o'zlariga ma'qul topishmadi. Bunday muammoni hal etish uchun xorijiy turistlarga xizmat ko'rsatadigan umumiy ovqatlanish ob'ektlarini sertifikatlash va nazorat qilish juda katta ahamiyatga egadir. Bundan tashqari, turistlar mahalliy taomning o'ziga xos xususiyatlari to'g'risida reklama prospektlari orqali xabar topishlari kerak. Shuni alohida ta'kidlab o'tish joizki, so'rovda ishtirok etgan xorijiy turistlarning 73 foizi ovqatlanish punktlarining xizmat ko'rsatishi to'g'risida to'liq ma'lumotga ega bo'lmaganliklaridan shikoyat qildilar<sup>18</sup>.

Ma'lumki, turistlarga qisqa vaqt ichida belgilangan joyga yetib borish zarur hisoblanadi. Turizmni rivojlantirish qo'mitasining avtobus parki shuningdek, bir qator kichik shaxsiy kompaniyalar tegishli transport vositalariga ega. Biroq, shunday bo'lishiga qaramasdan, turistlarning aksariyati cheklaigan imkoniyatlar bilan shahar va shaharlararo transportlardan foydalanishga majbur bo'lishgan. Ko'rinib turganidek, bu borada ham xususiy turistik korxonalariga katta ehtiyoj sezilmoqda.

Respublikada avtomobillarni turistlarga ijaraga berish xizmati ham yaxshi yo'lga qo'yilmagan. Axir O'zbekistonda ishlab chiqarilayotgan Neksiya, Tiko, Matiz va Lasetti mashinalari har qanday avtoturizm ishqibozlarining barcha talablariga javob beradi. Buning uchun joylarda maxsus ixtisoslashgan shaxsiy markazlarni tashkil etish zarur. Bu markazlar bevosita turistlarga barcha diqqatga sazovor joylar ko'rsatilgan yo'l kartalari bilan avtomobillarni taqdim etishlari, shuningdek, biron bir muammo yuz berganda turistlar bilan o'z vaqtida bog'lana olish maqsadida uyali aloqa xizmatlarini taklif etishlari kerak.

### **2.3. Ichki turizmni rivojlantirishda turizm korxonalarini faoliyatining innovatsion rivojlanishini baholash**

Jahonda globallashtirish jarayonining chuqurlashuvi va ilmiy ko'p talab qiluvchi texnologiyalarga asoslangan ishlab chiqarishning ustuvor rivojlanishi har qanday mamlakatning iqtisodiy o'sishi va turmush sifati oshishining zaruriy sharti innovatsion faollik bilan belgilanadi. Innovatsion faollik, o'z navbatida,

---

<sup>18</sup> Irmatov M.M. Alieva M.T. va boshqalar Turizmni rejalashtirish. T.: 2005 -65 b

davlatning iqtisodiy va ilmiy-texnik imkoniyatlari, uning innovatsiyaga oid siyosati va salohiyati, shuningdek, jamiyatning ma'naviy holatiga bog'liq. Bu borada xalqaro turizm xizmatlar bozorining rivojlanish tendentsiyalari, jumladan, sohadagi innovatsion rivojlanishga alohida e'tibor qaratilayotgani ahamiyatga molikdir.

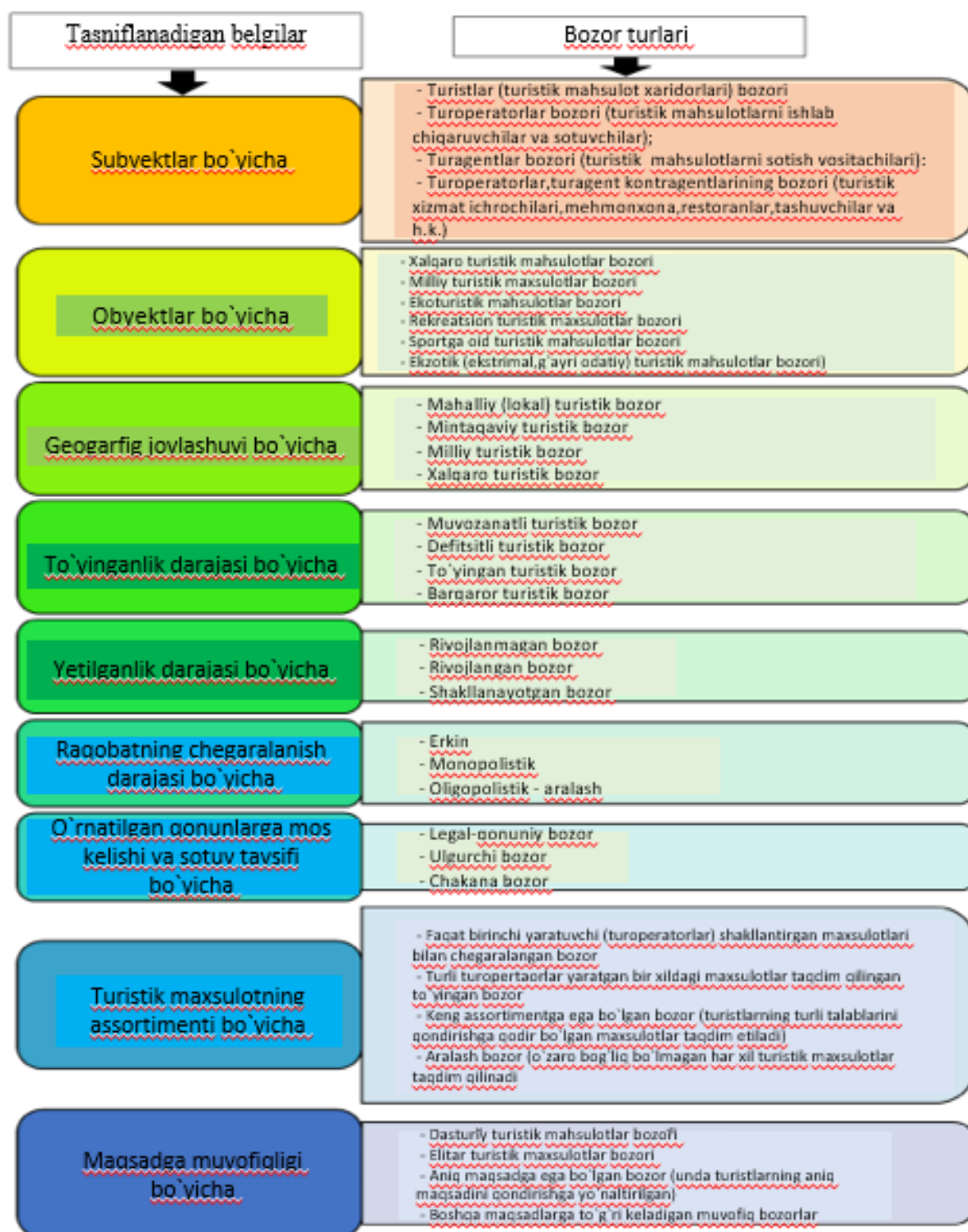
Turizm xizmat bozorining mohiyati va tarkibini aniqlashda innovatsion sharoitdagi turistik xizmatlarning o'ziga xos xususiyatlarini ochib berish maqsadga muvofiq bo'ldi. Turistik xizmatlarning an'anaviy moddiy material ko'rinishda bo'lmasligi, bevosita sezilmasligi, iste'molchining bevosita servis jarayonida ishtirok etishi, ishlab chiqarish va iste'mol qilish amallarining ajralmasligi kabi belgilar bu turdagi xizmatlarni to'laligicha ifodalaydi. Turistik xizmatlarning xususiyatlarini tadqiq qilishning yangi innovatsion imkoniyatlarini izlash ularning jamiyatga foyda keltirishi ko'lamini belgilash va tashqi ta'siri kontseptsiyasini qo'llash bilan bog'liq bo'ladi. Xizmatlarning tashqi ta'siri nazariyasining tatbiq qilinishi zamirida turizm xizmat bozorining doimo dinamik muvozanatda bo'lishi va davriylik ko'rsatkichlariga ega ekanligi hisobga olinib, uning quyidagi muvaqqat va favqulodda namoyon bo'ladigan xususiyatlari tasniflandi (2.9-rasm).

«Milliy turistik xizmatlar bozori» har bir alohida hududni xizmatlar bilan ta'minlaydigan bozor bo'lib, mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotining hosilasi ko'rinishiga ega hamda turizm industriyasi milliy iqtisodiyotning tarkibiy qismi bo'lganligi tufayli, o'sha bozorni takomillashtirish unga turdosh tarmoqlarni rivojlantirish darajasiga bevosita bog'liq ekanligi aniqlandi.

Tadqiqotlar natijasida milliy turistik xizmatlar bozorining rivojlanishiga iqtisodiy va ijtimoiy omillar bir tekis ta'sir qilishi ta'kidlanadi. Milliy turistik xizmatlar bozorini barqaror rivojlantirish uchun nafaqat turizm sohasini, balki unga turdosh bo'lgan iqtisodiyotning boshqa tarmoqlari faoliyatini hisobga oladigan majmuaviy yondashuv metodikasini tayyorlash talab qilinmoqda. Bunga o'z tarkibiga yagona maqsadda faoliyat yuritadigan turdosh tarmoqlar,



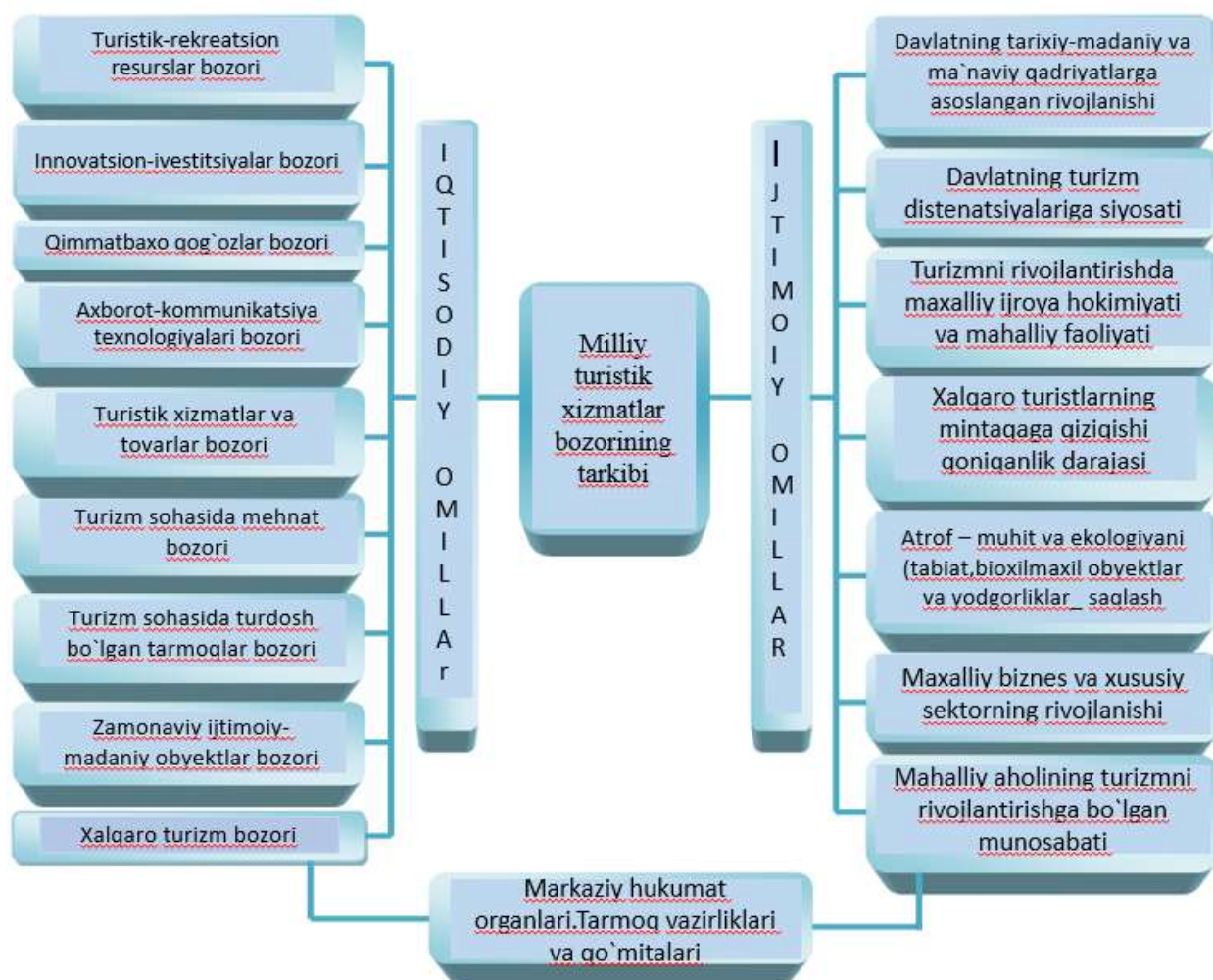
tashkilotlar, korxonalarni birlashtira oladigan turistik klaster usulini qo'llash orqali erishish mumkin.



## 2.9-rasm. Turizm xizmatlar bozorining tasniflanishi<sup>19</sup>

<sup>19</sup> Safarov B.SH "Milliy turistik xizmatlar bozorini innovatsion rivojlantirishning metodologik-uslubiy asoslarini takomillashtirish" doktorlik dissertatsiyasi avtoreferati. Samarqand-2016. 13-bet

Turistik xizmatlar bozorini innovatsion rivojlantirish jarayonini tadqiqot qilish natijasida O‘zbekiston sharoitida turistik-rekreatsion klaster modelini shakllantirishning kontseptual yo‘nalishlari tavsiya qilindi. Jumladan, taklif etilayotgan turistik-rekreatsion klaster modeli asosida O‘zbekistonda turistik-rekreatsion xizmatlar turlarini hisobga oladigan maxsus iqtisodiy zonalarini tashkil etish maqsadga muvofiq, deb topildi.



2.10-rasm. Milliy turistik xizmatlar bozorining tarkibi<sup>20</sup>

Innovatsion jarayonlar turizm bozorida globallasuv tendentsiyalarini chuqurlashtirib, jahonda biznesning yangi falsafasini–innovatsion rivojlanish zaruriyatini keltirib chiqardi. Bugungi kunda turistik tashkilotlarning

<sup>20</sup> Safarov B.SH “Milliy turistik xizmatlar bozorini innovatsion rivojlantirishning metodologik-uslubiy asoslarini takomillashtirish” doktorlik dissertatsiyasi avtoreferati. Samarqand-2016. 14-bet

innovatsion faoliyatiga davlatning ta'sir ko'rsatish mexanizmlari qatoriga quyidagilar kiritilmoqda: innovatsion jihatdan faol bo'lgan tashkilotlarga soliq imtiyozlarini taqdim etish; maxsus ilmiy-texnikaviy, soliq va moliya-kredit siyosatini amalga oshirish; turizm sohasiga mahalliy va xorijiy investitsiyalarni jalb qilish uchun qulay shart-sharoitlarni yaratish; amortizatsiya siyosatini takomillashtirish; turizm fanini rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlarini belgilash.

Turizm sohasidagi innovatsion faoliyat turistik mahsulotning yangisini yaratish yoki mavjud mahsulotni o'zgartirishga, transport, mehmonxonaga oid va boshqa turdosh xizmatlarni takomillashtirishga, yangi bozorlarni o'zlashtirishga, ilg'or axborot va telekommunikatsiya texnologiyalarini hamda tashkiliy - boshqaruv faoliyatining zamonaviy shakllarini amaliyotga tatbiq etishga yo'naltirilgan bo'ladi.

Turistik xizmatlar bozori bir qancha o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'lib, ulardan to'g'ri foydalanishi innovatsion faoliyat uchun qulay imkoniyatlarni taqdim etadi. Turizmning maqsadi va urinishlarini e'tiborga olib taklif qilingan model to'rtta asosiy omilning alohida aks topishini taqozo qiladi: turistning xordiq chiqarishi va yangi taassurotlarga ega bo'lishi, sog'lomlashtiruvchi va rekreatsion, sayohat paytidagi ijtimoiy muloqotlar, malakaviy-biznes.

O'zbekiston milliy turizm bozorini innovatsion rivojlantirishda klaster ishtirokchilarining faoliyatini muvofiqlashtirish darajasini oshirishga keng imkoniyatlar mavjud. Mazkur yo'nalishdagi imkoniyatlardan samarali foydalanish maqsadida tadqiqotda turizm sohasi sub'ektlari faoliyatini muayyan maqsadga yo'naltirilgan holda muvofiqlashtirish vositalari ko'rsatib berildi. Shu asnoda Samarqand mintaqasining o'ziga xos turistik imkoniyatlarini e'tiborga olgan holda turistik-rekreatsion klasterini shakllantirish va uni innovatsion omillar asosida muntazam rivojlantirishga yo'naltirilgan mualliflik modeli taklif qilingan va uni amalga oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi asoslab berilgan. Taklif etilayotgan modelning mohiyati mintaqadagi betakror turistik resurslardan samarali foydalangan holda, turizm xizmatlar bozorini innovatsion rivojlantirish natijasida turistlar sonini

izchil ravishda oshirib, mamlakatimiz iqtisodiy -ijtimoiy rivojiga katta hissa qo'shishdan iboratdir.

Mintaqaning turistik - rekreasion klasteri uning tarkibiga kiruvchi xo'jalik yurituvchi sub'ektlar faoliyati samaradorligini oshirishga imkon yaratadi. Mazkur sub'ektlar uchun axborot almashinuvi va yangiliklarni joriy etish imkoniyati kuchayadi, hamkorlikdagi harakatlarni muvofiqlashtirish masalasi yengillashadi, turistlarga xizmat ko'rsatuvchi infrastruktura ob'ektlaridan hamkorlikda foydalanish imkoniyati tug'iladi.

Bitiruv malakaviy ishda xorijiy mamlakatlardagi turistik xizmatlar bozorini rivojlantirish tendentsiyalari alohida davlatlar turizm bozorlarining rivojlanishi misolida o'rganib chiqildi. Binobarin, jahon turizm bozorining kon'yunkturasini qarab chiqadigan bo'lsak, masalan, AQSh turizmdan olinadigan daromadlarning «absolyut» ko'rsatkichlari bo'yicha, shubhasiz, yetakchi hisoblanadi. Agar mamlakat ko'lami va iqtisodiyoti miqyosini hisobga olsak, turizm sohasida daromadlilik bo'yicha nisbatan yetakchilikni orollarda joylashgan davlatlar egallaydi. Britaniya va Virjiniya, Antigua va Barbuda orollari hamda Maldiv orollari shular jumlasiga kiradi. Qolgan barcha davlatlar turizm sohasida faqatgina o'n yildan so'ngina 20-30% dan ortiq daromad olishi mumkinligi aniqlandi. Bu borada Yaponiya 2-o'ringa, hozirda 8-o'rinni egallab turgan Xitoy 3-o'ringa da'vogarlik qilmoqda.

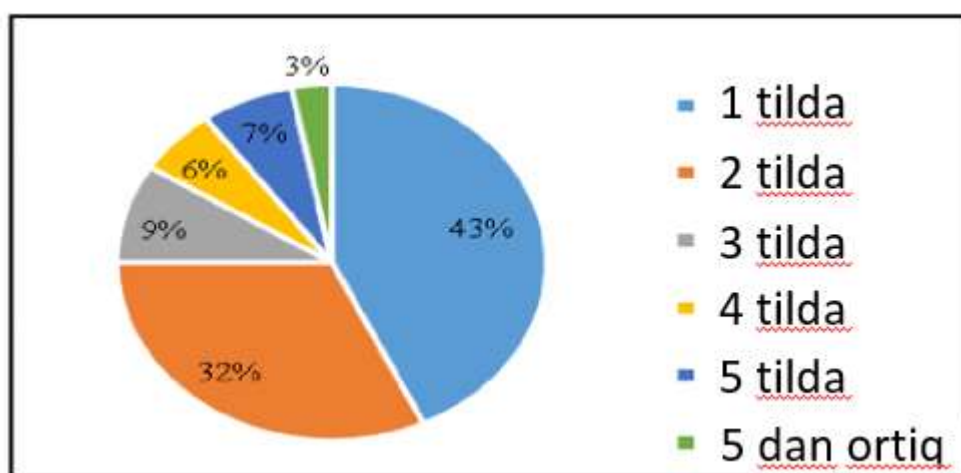
Jahonda turistik xizmatlar bozorini rivojlantirishdagi keyingi tendentsiya sifatida turizm industriyasiga davlat tomonidan ko'maklashish darajasining oshirilishini qayd qilishimiz lozim. Bugungi kunda ko'pgina davlatlarda mintaqalarning yagona turistik brendi shakllantirilmoqda va bu o'z mamlakatining turmahsulotini butunjahon turizm bozoriga siljitishga ko'mak bermoqda. Shu tufayli O'zbekiston turistik mahsulotini xalqaro bozorga siljitish uchun jozibador nomdagi "O'zbekiston" yagona milliy brendini yaratish bo'yicha mutaxassis va olimlar bilan hamkorlikda ilmiy-tadqiqot ishlarini amalga oshirish va amaliyotga joriy qilish harakatini zudlashtirish lozim.

Turizm sohasi ko'rsatkichlarini statistik baholashning majmuaviy tizimini yaratish uchun turistik mahsulot taklifi hamda unga bo'lgan talab haqidagi ma'lumotlarni guruhlashtirishga imkon beradigan statistik shakllarni yaratish masalasi fanda va amaliyotda ko'p qirrali va murakkab jarayon ekanligi ma'lumdir. O'zbekistondagi turizm statistikasi borasidagi tadqiqotlarning keyingi taraqqiyoti va samarasini biz mamlakat milliy hisobotlar tizimiga integratsiyalashgan turizm yordamchi hisoblar tizimini qo'llash bilan bog'laymiz. Ushbu tizimning birinchi navbatda, ixtisoslashgan turistik submintaqalar hamda yalpi mintaqaviy mahsulot ko'lamida turizmdan olinadigan daromadlarning katta ulushiga ega bo'lgan mintaqalarga nisbatan tatbiq qilinishi ma'quldir.

Turistik xizmatlar bozorining innovatsion rivojlanishini aniqlashda qo'llanilayotgan usullar qatoriga «turizm intensivligi koeffitsienti» ko'rsatkichi asosida baholash muhim ahamiyatga ega ekanligi isbotlangan. Ushbu koeffitsient mamlakat aholisining umumiy sonidan bir yilda hech bo'lmaganda bir marta turistik sayohatga chiqishi mumkin bo'lgan aholining ulushini belgilaydi. O'zbekiston hududlarida turizm taraqqiyotining intensivlik koeffitsientini elektron hisoblash uchun kompyuter dasturi ham ishlab chiqildi. Dasturdagi hisob-kitoblar bo'yicha, 2013-2017 yillarda O'zbekistonda turizm intensivligi koeffitsientining o'sish tendentsiyasi kuzatilib, bugungi kunda mamlakatimiz fuqarolarining kamida har o'ninchi yil davomida sayohatga chiqqanligi kuzatilmoqda.

O'zbekistonning turizm sohasida faoliyat ko'rsatib turgan dasturiy ta'minot vositalarining tahlili ularning uch yo'nalishdan iborat ekanligini ko'rsatmoqda, ya'ni ular umumiy dasturlar, turizm faoliyatiga yo'naltirilgan dasturlar va qo'shimcha dasturlar ko'rinishiga ega. Turistik firmalar foydalanayotgan dasturiy ta'minot vositalari tahlilida turistik firmalar saytlarini faqatgina tijorat vositasi sifatida qarab bo'lmaydi, zero ular, eng avvalo, butunjahon internet tarmog'ida mintaqani namoyish etadi hamda uning maqbul imiji shakllanishiga har tomonlama ko'maklashadi. Shularni hisobga olib,

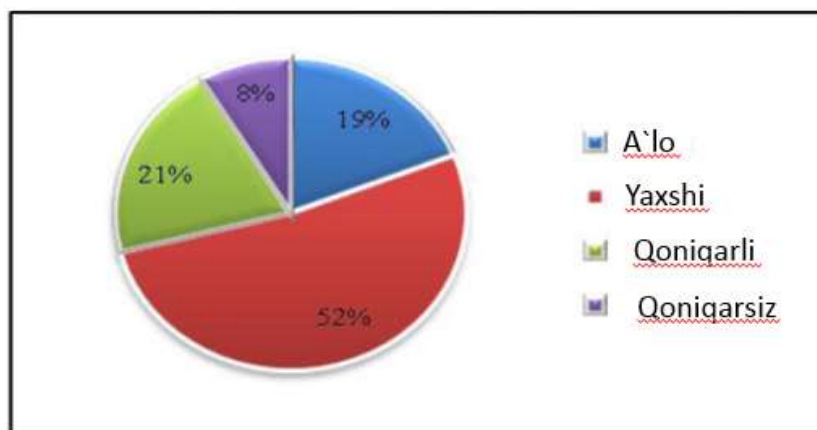
mamlakatda faoliyat ko'rsatayotgan 122 ta turistik firma va mehmonxonalar veb-saytlarini baholash harakati amalga oshirildi. Veb-saytlar lingvistik ta'minot jihatidan tahlil qilinganda, ulardan faqat ingliz tilida 43%, ikki tilda 32%, uchta tilda 9%, to'rtta tilda 6%, beshta tilda 7% va beshdan ortiq tillarda 3% tayyorlangani ma'lum bo'ldi (2.10-rasm).



### 2.11-rasm. Turistik tashkilotlar veb-saytlari lingvistik ta'minoti

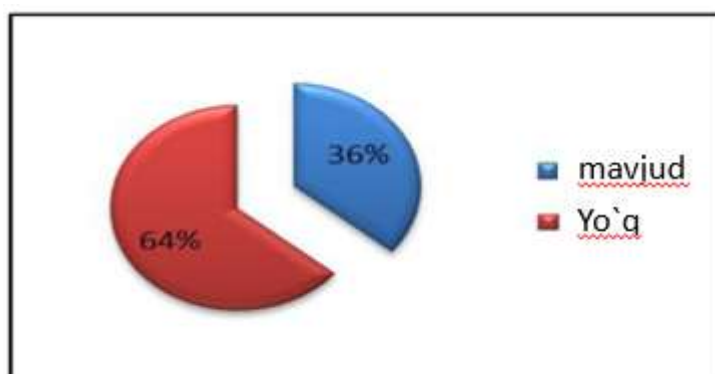
Turistik tashkilotlar tayyorlagan veb-saytlarni baholashning asosiy ko'rsatkichlaridan bo'lgan ularning dizayni, onlayn buyurtmasi va veb-saytda qo'llab-quvvatlash xizmati bo'yicha ma'lumotlar 2.11-2.12 rasmlarda ifodalangan.

Tahlil qilingan 122 ta turistik firma va mehmonxonalar veb-saytlaridan 52% ni dizayni, ya'ni jozibadorligini belgilovchi ko'rsatkich bo'yicha «yaxshi» bahosiga, loyiq desak bo'ladi. Ularning «a'lo» darajadagilari 19% ni tashkil qilgan bo'lsa, «qoniqarli» va «qoniqarsiz» holatdagilari 29% ekanligi ma'lum bo'ldi (2.12-rasm).



**2.12-rasm. Turistik tashkilotlar veb-dizayni<sup>21</sup>**

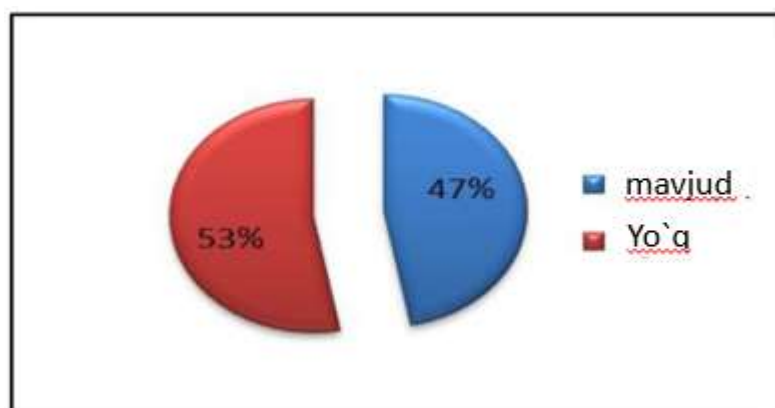
Demak, turistik firma va mehmonxonalar tomonidan tayyorlangan veb-saytlar talab darajasida emasligi va ushbu holatning mavjud turistik mahsulotning sotilishiga ham salbiy ta'sir qilishi aniqlandi. Buning tasdig'ini veb-saytlardagi onlayn buyurtmasi atiga 36% ni tashkil qilishida ham ko'rish mumkin (2.13-2.14- rasmlar). Turistik firma va mehmonxonalar tomonidan tayyorlangan veb-saytlarning samaradorligini oshirish maqsadida ularning axborot bazasini kengaytirish, navigatsiya, yuklanish va axborotlarini tezda yangilab turish jarayonlarini amalga oshirish amallari tavsiya qilindi.



**2.13- rasm. Turistik tashkilotlar veb-saytida onlayn buyurtmasi<sup>22</sup>**

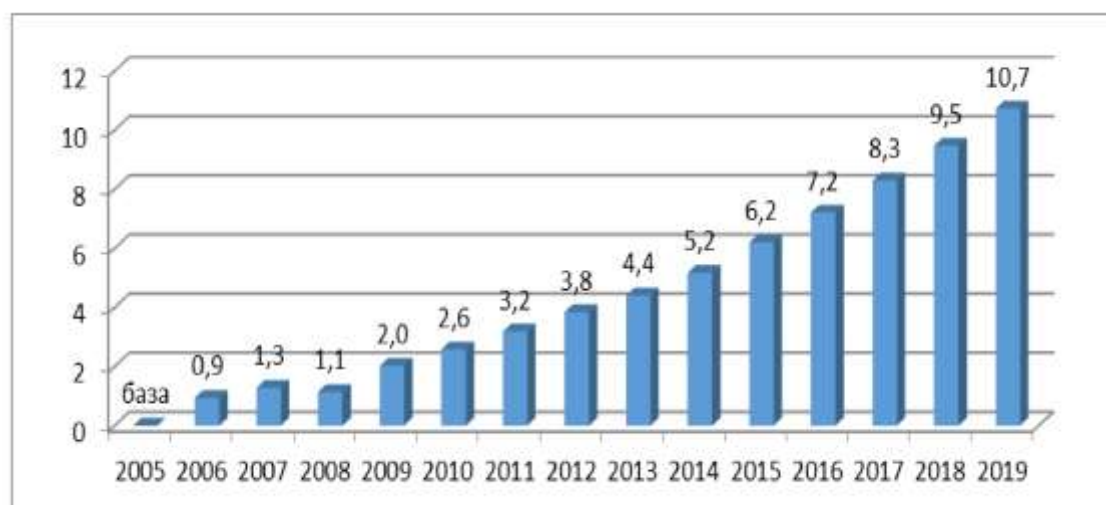
<sup>21</sup> Safarov B.SH "Milliy turistik xizmatlar bozorini innovatsion rivojlantirishning metodologik-uslubiy asoslarini takomillashtirish" doktorlik dissertatsiyasi avtoreferati. Samarqand-2016. 22-bet

<sup>22</sup> Safarov B.SH "Milliy turistik xizmatlar bozorini innovatsion rivojlantirishning metodologik-uslubiy asoslarini takomillashtirish" doktorlik dissertatsiyasi avtoreferati. Samarqand-2016. 23-bet



**2.14-rasm. Turistik tashkilotlar veb-saytida qo'llab-quvatlash xizmati<sup>23</sup>**

O'zbekiston Respublikasida milliy turistik xizmatlar bozori innovatsion rivojlanishining o'rta muddatli prognoz ko'rsatkichlari ekstrapolyatsiya usulidan foydalangan holda taqdim qilindi Unga ko'ra O'zbekiston Respublikasida turistik xizmatlar hajmining 2005-2019 yillardagi o'sish dinamikasi 2.14-rasmda ifodalangan.



**2.15-rasm. O'zbekiston Respublikasida turistik xizmatlar hajmining 2005-2019 yillardagi o'sish dinamikasi<sup>24</sup>**

<sup>23</sup> Safarov B.SH "Milliy turistik xizmatlar bozorini innovatsion rivojlantirishning metodologik-uslubiy asoslarini takomillashtirish" doktorlik dissertatsiyasi avtoreferati. Samarqand-2016. 23-bet

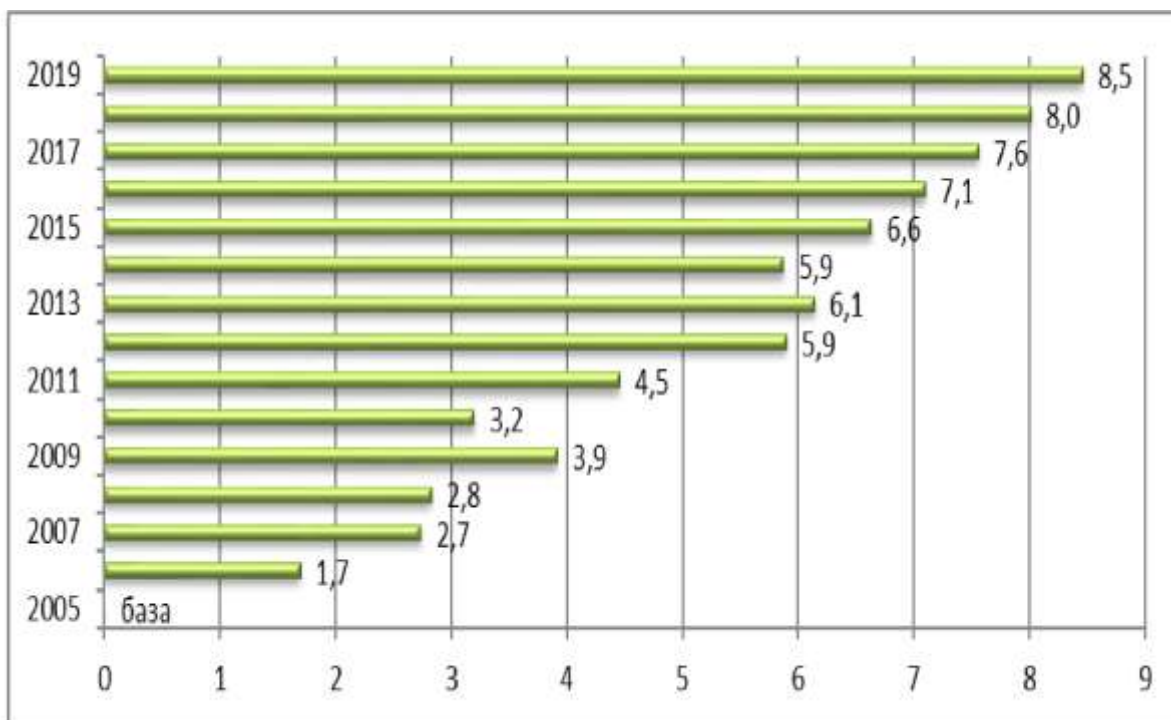
<sup>24</sup> Safarov B.SH "Milliy turistik xizmatlar bozorini innovatsion rivojlantirishning metodologik-uslubiy asoslarini takomillashtirish" doktorlik dissertatsiyasi avtoreferati. Samarqand-2016. 23-bet



Turizmدا innovatsion rivojlanishning o‘rta muddatli prognoz ko‘rsat-gichlari turistik xizmatlar hajmi yildan-yilga, muntazam ravishda o‘shishi-ni ko‘rsatmoqda (2.14-rasm). Turistik xizmatlar hajmining o‘shish sur‘atlari muntazamligini ta‘minlash respublikada turizm sohasini modernizatsiya qilishga qaratilgan chora-tadbirlarni jadal amalga oshirishni taqozo etadi.

Istiqbolni belgilash davrida O‘zbekiston Respublikasida xorijiy fuqarolarga xizmat ko‘rsatishning o‘shish tendentsiyasi kuzatilmoqda. 2005 yilga nisbatan respublikamizda xorijiy fuqarolarga xizmat ko‘rsatish davlat tomonidan belgilangan chora-tadbirlarni hayotga tatbiq etilishi natijasida 2019 yilda 8,5 martaga oshishi kutilmoqda (2.15-rasm).

Xorijiy fuqarolarga xizmat ko‘rsatishning ushbu rivojlanish dinamikasini yanada yuksaltirish uchun innovatsion-investitsiya faoliyatini jadal rivojlantirish orqali O‘zbekistonda turizm sohasini xalqaro zamo-naviy norma va standartlar darajasiga ko‘tarish lozim bo‘ladi.



**2.16-rasm. O‘zbekiston Respublikasida xorijiy fuqarolarga xizmat ko‘rsatish xajmining 2005-2019 yillar davomida o‘shish dinamikasi<sup>25</sup>**

<sup>25</sup> Safarov B.SH “Milliy turistik xizmatlar bozorini innovatsion rivojlantirishning metodologik-uslubiy asoslarini takomillashtirish” doktorlik dissertatsiyasi avtoreferati. Samarqand-2016. 24-bet

Bu holat kelajakda O‘zbekistonda kiruvchi va chiquvchi turizm bozori asosida turistik biznes nafaqat turizm industriyasi, balki milliy iqtisodiyotning turdosh sohasiga tegishli bo‘lgan bir qator boshqa sohalarning rivojlanishini ham ta‘minlaydi. Bu sohalarda hamda turistik infrastrukturaga tegishli korxonalarda yangi ishchi o‘rinlarining yaratilishiga yordam beradi.

O‘zbekistonda 2017-2019 yillar davomida milliy turistik xizmat bo-zori rivojlanishining bashorat ko‘rsatkichlari istiqbolda turizm sohasining YaIM tarkibidagi salmog‘ining muntazam ravishda ortishidan dalolat beradi va shunga binoan istiqboldagi o‘shish sur‘atlarining ta‘minlanishi O‘zbekistonda turizm xizmatlar bozorini takomillashtirish va innovatsion rivojlantirishning strategik rejasini ishlab chiqishni taqoza qilmoqda.

### **III-BOB. O‘ZBEKISTONDA ICHKI TURIZMNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI**

#### **3.1. O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishning asosiy yo‘nalishlari**

O‘zbekiston jahondagi ajib va jozibador bir yurt bo‘lib, u ko‘hna tamaddun va madaniyatlar yuzaga kelgan davlatdir. Mamlakatimiz bugungi kunda dunyo miqyosida dam olish va sayohat uchun katta turistik salohiyatga ega maskanlardan biri sanaladi.

Hozirda mamlakatimizda 7 mingdan ziyod nodir tarixiy yodgorliklar, osori-atiqalar va obidalar mavjud. Shu bilan birga yurtimizda so‘lim qo‘riqxonalar, go‘zal tabiat mavjud. Shahar va qishloqlarimizda qadimgi ajdodlarimizdan bugungacha yetib kelgan milliy madaniyat, san‘at va hunarmandchilik asrlar davomida saqlanib, rivojlantirilmoqda. Xalqimiz esa mehmondo‘stligi, sahovati va tantiligi bilan olamga mashhur.

Shu munosabat bilan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta‘minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida» 2016 yil 2 dekabrda PF-4861-sonli Farmoni va 2016 yil 22 dekabrda PF-4895-sonli Farmonlari qabul qilindi.

Bu farmon turizm tarmog‘ini jadal rivojlantirishni ta‘minlashga, turizmga iqtisodiyotning strategik sektori maqomini berishga, uni mamlakat iqtisodiyotini barqaror o‘stirishning, mintaqalarda turizm salohiyatidan samarali foydalanishning, aholi turmush darajasi va sifatini oshirishda turizm rolini kuchaytirishning qudratli vositasiga aylantirishga qaratilgandir.

Vaholanki, turizm industriyasi jahon iqtisodiyotining eng jadal rivojlanib borayotgan tarmoqlaridan biri hisoblanadi, turizmning jahon yalpi ichki mahsulotidagi ulushi 10 foizdan ko‘proqni tashkil etadi, tarmoqda jahondagi mehnatga qobiliyatli aholining 8 foizga yaqini ish bilan band, turizm xizmatlari jahon eksportining 7 foizdan ko‘prog‘ini tashkil etadi. Shunga qaramay, O‘zbekistonning turizm infratuzilmasi, turizm xizmatlari sifati va uning darajasi,

shuningdek tarmoqni boshqarish tizimi globallasuv va keskin raqobat sharoitida zamonaviy talablarga mos kelmaydi.

Xususan, ichki turizm e'tibordan ancha chetda qolib, uni rivojlantirish bugungi kunda dolzarb vazifalardan biri hisoblanadi. Agar turizm sohasi rivojlangan G'arb mamlakatlarini olsak, ularda birinchi o'rinda ichki turizmga e'tibor yuqoriligi ko'rinadi. Chunki ichki turizmni rivojlantirish evaziga, uning bazasida xalqaro turizm rivojlanadi. Nega bugungi kunda yurtimizda ichki turizm rivojlanishi sust ekanligi sabablarini quyida tahlil qilishga harakat qilamiz:

1. Brendlashni bilmaslik: turistik ob'ektlar reklamasi ko'p hollarda sayoz va bir xildir. Masalan:

“Buxoro – Sharq gavhari”. Bunday holatning oldini olish uchun yangi atama, nom topish va yangicha yondashish kerak bo'ladi. Masalan, “O'zbekistonnig afsonaviy xaritasi” nomli loyiha tuzish lozim. Unda Alpomish, Muqbil toshotar, Rustam, Afrosiyob, Tohir va Zuhro, Yalmog'iz kampir kabi o'zbek xalqining afsona va ertak qahramonlari yashagan hududlarni belgilash va shu makonlarda afsonaviy qishloq yoki muzeylar tashkil etish zarur. Deylik, Buxoroda Xo'ja Nasriddin Afandining haykali mavjud, ammo u yashagan uy, uning latifalari bilan bog'liq muzey yoki restoranlar mavjud emas. Hatto Afandi bilan bog'liq teatrlashgan sahnalar, karnaval yoki festivallar o'tkazish mumkin. Bunday brendlash boshqa davlatlarda ham keng qo'llaniladi. Norvegiya yoki Finlyandiyada Santa Klaus brendi va qishlog'i mavjud.

Shuningdek, brendlash borasida muayyan bir ilmiy, sanoat yoki madaniy yutuqlarni amalga oshirish maqsadga muvofiq. Shu bilan birga xorijliklar va mahalliy aholi uchun brendlash mutlaq turlicha bo'lishi kerak. Masalan, Samarqand shahriga xorijlik sayyohlarni Tohir va Zuhro yoki Afrosiyob bilan jalb etish befoyda. Ularga Samarqand sohibqiron Amir Temur shaxsi va hayoti hamda temuriylar durdonalari bilan qiziqarlidir. Buxoro esa Xo'ja Nasriddindan ko'ra tasavvuf va diniy ulamolari bilan Islom olamida mashhur.

2. Yomon yo‘llar: istalgan rivojlangan mamlakat taraqqiyotini belgilaydigan narsa bu yo‘ldir. Yaxshi va sifatli yo‘l davlat taraqqiyotining kafolati sanaladi.

Yurtimizdagi asosiy muammo ham shu. Turistik maskan va go‘shalarga yetib borish uchun birinchi navbatda qattiq qoplamali, sifatli asfalt yo‘llarni o‘tkazish lozim. Oddiy so‘qmoq yo‘laklarga ham sifatli qoplama yotqizilishi lozim. Keyinchalik bu yo‘llar turistik bukletlar va JPSga kiritilishi kerak.

3. Tarqoqlik: hozirda ko‘zga tashlanadigan narsa bu viloyatlar o‘rtasidagi kelishilgan holda hamkorlik qilmaslik yoki raqobat hisoblanadi. Ahvolni o‘nglash uchun viloyatlar rahbariyati aniq bir dasturli hamkorlikni amalga oshirishlari va viloyat chegaralaridagi, yo‘llardagi to‘siqlarni olib tashlashlari zarur. Ba‘zan feodal tarqoqlik davrida yashayotgandek fikr uyg‘onadi kishida. Mamlakatni u burchagidan bu burchagiga borish uchun bir qancha post va tekshirish punktlaridan o‘tish lozim. Buni boshqacha choralarini ko‘rib chiqish va transport harakatini osonlashtirish lozim.

4. Qimmat va sifatsiz mehmonxonalar: hozirgi otellarning ahvoli achinarli. Sovet davrida qurilgan ko‘pgina mehmonxonalar tashlandiq holga kelgan. Masalan, Buxorodagi Buxoro-palas, Varaxsha, Zarafshon mehmonxonalari haliyam ishlamaydi. Kichik xususiy mehmonxonalar esa qimmat va sifati talabga javob bermaydi. Eski shahardagi mehmonxonalar va ularning sifati pastligi, qimmatligi to‘g‘risida xorijlik sayyohlarning internet saytlaridagi izoh va mulohazalarida o‘qish mumkin.

O‘ylaymizki, birinchi navbatda ichki turizmni rivojlantirish uchun arzon va sifatli motellar qurish zarur.

5. Maxsus ixtisoslashgan turizmning taraqqiy etmaganligi: diniy, ekstremal, eko- va foto- turizm sayyohlarning o‘z zimmasiga yuklatilgan. Ular o‘zlari mustaqil holda marshrutlarni ochadilar. Ovqatlanish va tunash masalasini ham o‘zlari hal etadilar. Butun dunyoga mashhur animatsion, agro yoki gastronomik turizm hali rivojlanmagan yoki u haqda turdilerlar deyarli ma‘lumotga ega emas.

6. Ovqatlanish muammosi: ko'pgina yo'l bo'yidagi, shahar va qishloqlardagi restoranlar yoki ovqatlanish joylari shovqin hamda ichkilik ichiladigan joyga aylangan.

Bolalar bilan oilaviy ovqatlanish uchun bunday joylar noqulaydir. Ovqatlar menyusi ham ko'p hollarda o'xshash yoki bir xil salatlardan iborat. Nonushta ham sifatli darajada emas yoki mahalliy sayyohlarga nonushta tashkil etilmaydi.

Sayyoh yarim kun och yurishiga to'g'ri keladi. Yotoq va nonushta turkumidagi motellarni va oilaviy ovqatlanadigan kafelarni tashkil etish maqsadga muvofiq.

7. Yomon "qadoqlanish" va husnsiz "qoplama": mashhur turistik shaharlarda ham ma'lumot va axborot markazi yoxud xorijiy tillardagi ko'rsatkichlarni topib bo'lmaydi. Jamoat joylari abgor ahvolda: ko'rimsiz va xunuk reklamalar, rangi o'chgan o'rindiqlar. Hatto ko'p joylarda o'tirib dam olish uchun o'rindiq, hojatxona va axlat tashlash uchun qutilar ham yo'q. Dizaynerlik axlat qutilari va qulay sanitariya joylarini ko'paytirish lozim. Sayyohlarni jalb qiladigan chiroyli va jozibador jihozlar hamda reklamalar, ko'zni quvnatadigan ranglardan foydalanish zarur.

Xulosa qilib aytganda, ichki turizmning yangi salohiyatli turlarini, ya'ni ziyorat, ekologik, etnografik, gastronomik, sport, davolash-sog'lomlashtirish, qishloq, sanoat, biznes, yoshlar va oilaviy turizmni jadal rivojlantirish lozim. Shuningdek, respublika mintaqalarida turizm infratuzilmasining zamonaviy ob'ektlari, eng avvalo mehmonxonalar, transport-logistika tuzilmalari, muhandislik-kommunikatsiya infratuzilmasini rivojlantirish, ushbu maqsadlar uchun xorijiy investitsiyalarni keng jalb etish zarur. Shu bilan birga, mahalliy turizm mahsulotlarini ishlab chiqarish, viloyatlarda yangi turizm yo'nalishlarini yaratish, ularni jahon turizm bozorlariga olib chiqish va turizm tarmog'i uchun malakali kadrlarni tayyorlash bu soha rivojiga yanada hissa qo'shadi.

### **3.2.O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishda turistik xizmatlarni sotish kanallarini shakllantirish yo‘llari**

Firmaning muvaffaqiyatli faoliyat ko‘rsatishi, nafaqatgina ishlab chiqarilgan mahsulotga bog‘liq bo‘ladi shu bilan birgalikda sifatli tovar ishlab chiqarishning o‘ziga kifoya qilmaydi, u o‘z iste‘molchisini ham topishi zarur. Mahsulotni doimiy iste‘molchi bilan uchrashuvi uni joriy qilishning muhim sharti bo‘lib hisoblanadi. Shuning uchun ko‘pgina ishlab chiqaruvchilar sotishning shaxsiy kanallarini shakllantirib o‘z tovarlarini vositachilar orqali bozorga chiqaradi.

Sotish kanali (yoki distribyutsiya kanali) – firma yoki alohida shaxslarning (vositachilarning) yig‘indisi bo‘lib, aniq tovar yoki xizmatlarning mulkchilik huquqini ishlab chiqaruvchidan iste‘molchigacha uzatishda boshqa shaxsga yoki o‘z zimmasiga olishga yordam beradi, shu tarzda ishlab chiqaruvchiga tijorat faoliyatining me‘yor jarayonini ta‘minlaydi.

Boshqacha so‘z bilan aytganda, sotish kanali – tovar ishlab chiqaruvchidan iste‘molchiga tomon harakatlanadigan yo‘l hisoblanadi. Shu tufayli tovar va xizmatlar uni xarid qilishni istovchilardan ajratib turuvchi vaqt birligida, joy va mulkchilik huquqini uzoq uzilishlarni bartaraf etadi.

Turistik xizmatlarni ishlab chiqaruvchidan to so‘nggi iste‘molchigacha bo‘lgan harakatlanish jarayoni bevosita emas, ko‘p hollarda uning bevosita kontaktini ko‘zda tutmaydi. Zamonaviy turistik bozor vositachilik bo‘g‘inining kattagina miqdori bilan tavsiflanadi, ularsiz turistik tovar va xizmatlar ishlab chiqaruvchilari oddiygina normal faoliyat ko‘rsata olmaydi. Vositachilar ishlab chiqaruvchilar va iste‘molchilar o‘rtasidagi oraliq holatni egallaydi hamda tovar harakati jarayoni, bozor xo‘jaligini almashtirilmaydigan muhim elementi hisoblanadi.

Turistik bozorda ishlab chiqaruvchi va iste‘molchi o‘rtasidagi hududiy noumumiylik mavjud. Shu sababli potentsial iste‘molchilar bilan aloqalar faqatgina o‘ziga xos vositachilik tashkilotlari turoperatorlar va turagent

orqaligina mumkin bo'лади. Turistik bozorda ishlab chiqaruvchilar bo'lib, ishlab chiqarish, servis, madaniy tashkilotlar shulardan mehmonxonalar, restoranlar, muzeylar, ko'rgazma, transport kompaniyalari, sport muassasalari va h.k. hisoblanadi.

Turizmدا vositachilar bir necha ishlab chiqaruvchilar xizmatini joriy qiladi. Turistik xizmatlarni siljitish jarayonida turoperatorning turistik mahsuloti deb nomlanadi va sotish kanallari orqali iste'molchiga yetkaziladi. Turistik bozorda turistik mahsulot va xizmatlarni joriy qilish bevosita iste'molchiga bitta yoxud bir nechta vositachilarni o'z ichiga oluvchi sotish kanallari orqali amalga oshiriladi. Mazkur holatga yaqqol misol bo'lib joylashtirish bo'yicha o'z xizmatlarini ko'p sonli turfirmalar orqali amalga oshiruvchi hamda ularga bevosita murojaat qilgan turistlarga turagentlik vositachilarini chetlab o'tgan xizmat ko'rsatuvchi mehmonxonalarni olishimiz mumkin. Shunga qaramasdan ko'pgina ishlab chiqaruvchilar o'zlari yetkazib berib, vositachilar roli va funksiyasini o'zlari bajaradilar. Turizmда savdo vositachilardan foydalanish va sotish kanallarini shakllantirish istisno tariqasida emas, balki qoida bo'lib hisoblanadi.

O'zining tadbirkorligi spetsifikasi bo'yicha malakali turoperator turmahsulotni yaratadi, o'z turlarining umumiy bosh katalogini chop etadi, turlarning ulgurji savdosini olib boradi va sotilgan turlarda turistlarga xizmat ko'rsatishni ta'minlaydi. Qoida bo'yicha turlarni bevosita iste'molchilarning o'ziga sotish turoperatorning asosiy vazifasi hisoblanmaydi. Biroq, har bir korxonа o'z mahsulotlarining pirovard sotilishidan manfaatdordir. Shu sababli, turoperatorlik firmasi faoliyatining ahamiyatli yo'nalishi turmahsulotlarining sotilishini ta'minlashdir. Bu vazifa esa turmahsulotni ishlab chiqaruvchidan doimiyeste'molchiga qadar yetkazib beradigan sotish tarmoqlari zimmasiga yuklatiladi.

Sotish tarmoqlarini shakllantirish, sotish bo'yicha istiqbolli hamkorlarni izlash, ularning ish sifatlarini o'rganish, bitimlar tuzish va hamkorlikni takomillashtirish bo'yicha vazifalarni o'z ichiga oladi. Sotishlarning har qanday



shakli va ko‘rinishida hamma vaqt har biri ingliz alfavitining «R» harfi bilan boshlanadigan yetti marketing tadbirlari ketma-ketligiga rioya qilish zarur. Bular quyidagilardir: "mahsulot" (product), "rejalashtirish" (planning), "joy" (place), "odamlar" (people), "narxlar" (prices), "siljitish" (promotion), «jarayon» (process). Ya’ni bu firma faoliyatining strategik rejalashtirilishi asosida ishlab chiqilgan, kerakli joyda taklif qilingan, ma’lum iste’molchilar segmentiga manzilliyo‘naltirilgan, ma’qul standartdagi, to‘g‘ri taqdim etilgan va sifatli xizmat ko‘rsatish bilan sotilgan mahsulotdir.

product -----► Tur mahsulot (tur)

planning -----► Talab asosida rejalashtirilgan

place -----► Kerakli joyda taklif etilgan

people -----► Ma’lum iste’molchilar segmentga taklif etilgan

prices -----► Ma’qul narxlarda

promotion-----► To‘g‘ri taqdim qilingan va realizatsiya qilingan

process -----► Sifatli bajarilgan xizmat

Turistik tashkilotlar amaliy ortida sotish kanallarini shakllantirishning ikki yo‘nalishi ajratiladi: tashqi (xorijiy) va ichki kanallar.

Sotishning ichki kanallari - shu mamlakatning ichida turli turistik xizmatlar sotadigan (shu mamlakat hududida joylashgan mamlakat fuqarosimi yoki xorijliklarmi, ya’ni kimga sotilishidan qat’i nazar) filiallar, bo‘linmalar va vositachilik tashkilotlari tizimlaridir.

Sotishning tashqi kanallari - o‘z mamlakatida berilgan mamlakatga shartnomaga asosan turistik sayohatlar sotish majburiyatini qabul qilgan xorijiy turistik firma-vositachilarning ma’lum sonidir.

Marketing strategiyasi ham ichki ham tashqi sotish kanallaridan foydalanishni ko‘zda tutadi. Biroq ularning ahamiyati ishlab chiqariladigan xizmatlar xarakteriga mos ravishda turlicha baholanishi mumkin. Agar turistik tashkilot kompleks xizmat ko‘rsatishga maxsuslashgan bo‘lsa, uning sotish mexanizmi asosan xorijiy vositachilarga yo‘naltirilgan bo‘lishi lozim. Ammo boshqa mamlakatlarda o‘z sotish kanallarini yaratish juda katta valyuta

harajatlari bilan bog'liq va bunday qaror qabul qilishga faqat yirik firmalargina qodirdirlar. O'z xizmatlarini xorijda sotish uchun o'rta darajadagi firmalar uchun mahalliy bozorda yaxshi o'ringa va bunday ishlarda katta tajribaga ega bo'lgan turistik tashkilotlardan foydalanish ko'p jihatdan foydaliroqdir.

Tashqi savdo mexanizmini shakllantirishda xorijiy turistik firmalar bilan shartnoma va bitimlar asosida hamkorlik munosabatlarini o'rnatishni anglatadi. Shuning uchun ularni o'rganish bu mexanizmning samarali faoliyat yuritishining ahamiyatli sharti hisoblanadi. Agar turfirma katta hajmlarda alohida turistik xizmatlar ishlab chiqarsa, shunga muvofiq rivojlangan ichki sotish mexanizmiga ham ega bo'lishi kerak.

Bozorda turoperator vazifasini ulgurji savdo tashkiloti faoliyati bilan tenglashtirsa bo'ladi: u mehmonxona, transport va turizm industriyasining boshqa korxonalari xizmatlarini katta hajmlarda sotib oladi va vositachilar orqali yoki bevosita to'g'ridan-to'g'ri iste'molchilarga sotadigan turlar dasturlarini ishlab chiqadi.

Turoperatorlik firmalarining ko'p yillik amaliy faoliyatlarida turmahsulotni sotishning turli yo'llaridan foydalaniladi.

Ular orasida quyidagilarni ajratishimiz mumkin:

- xususiy sotishlar byurosini tashkil etish (savdo nuqtalari);
- vositachi turagentlik tarmoqlarini tashkil etish;
- yirik tashkilot va korxonalar bilan aloqa o'rnatish;
- maxsuslashtirilgan magazinlardan foydalanish;
- pochta orqali turlarni sotish.

Umumiy qilib aytiladigan bo'lsa, turmahsulotni sotishni tashkil etishning ikki shakli mavjud: xususiy sotishlar byurosini tashkil etish hamda kontragentlik tarmoqlaridan foydalanish. Ko'p firmalarda turmahsulot sotish kanallari kombinatsiyalashgan, ya'ni ham xususiy sotish bo'linma va tuzilmalari, ham kontragentlik tarmoqlari mavjud.

Turistik mahsulotni sotishning asosiy shakllari tavsifnomasi. Xususiy sotishlar byurosi - turoperatorlik firmasining o'ziga tegishli bo'lgan, turlarni

sotib oluvchilar bilan bevosita ish olib boradigan savdo nuqtalaridir. Bularda xaridorlarga sotuvda mavjud turlar haqida ma'lumot beriladi, bron qilish uchun talabnomalar qabul qilinadi, sotish shartnomalari tuziladi, to'lovlar qabul qilinadi, xorijiy vizalarni rasmiylashtirish uchun pasportlar qabul qilinadi, turistik hujjatlar rasmiylashtiriladi va beriladi, shikoyatlar ko'rib chiqiladi va hokazo.

Turoperator o'z moliyaviy imkoniyatlari va bozordagi operatsiyalari hajmidan kelib chiqib, turli joylarda joylashgan bir necha savdo nuqtalariga ega bo'lishi mumkin. Yirik turoperatorlar filiallari nafaqat o'z mamlakati, balki xorijiy davlatlarda ham mavjud.

Savdo nuqtalari, odatda, shaharning gavjum joylarida, mijozlar uchun qulay, odatda, birinchi qavatda joylashgan bo'ladi. Ko'cha tomondan firma nomi tushirilgan chiroqli, tez ko'zga tashlanadigan viveska o'rnatiladi. Yo'lovchilar diqqatini o'ziga jalb qiladigan, firmaning turli reklama materiallari bilan bezatilgan ko'cha vitrinasi reklama rolini o'ynaydi.

Savdo nuqtasining asosiy joyi mijozlar bilan ish olib boriladigan savdo zali hisoblanadi. U tashrif buyuruvchilarni kutib olish uchun stollar, qulay stul va kreslolar bilan jihozlangan bo'ladi. Savdo zali ham mijozlarga, ham firma xodimlari uchun qulay bo'lishi lozim. Savdo binolari (maxsus dizayn asosida) yaxshi jihozlangan bo'lishi kerak. Uni turistikplakatlar va boshqa reklama anjomlari bilan bezatish tavsiya etiladi. Shu maqsadlarda hamkorlar tomonidan ishlab chiqilgan reklama anjomlardan ham foydalanish maqsadga muvofiq bo'ladi.

Shuni esda tutish kerakki, mijozlar ko'pincha firmaning ishonchliligi va salmoqliligiga uning sotish byurolari ko'rinishiga qarab baho beradilar. Shuning uchun ularning tashqi ko'rinishi va jihozlanishi firma turmahsulotining iste'mol bozoridagi mavqei va reklamasida asosiy hal qiluvchi o'rinni egallaydi.

Mijozlarni qabul qiluvchi binodan tashqari turoperatorlarning sotish byurolari, hujjatlar bilan tezkor ishlash uchun buxgalteriya, reklama va axborot materiallarini saqlash uchun xizmat joylari ham zarur.

Turfirma faoliyatining asosiy muammolariga quyidagi javoblar olindi. Turistik xizmatlar bozorida yuqori raqobat - 60,8 %, davlat tomonidan turizmni rivojlantirishga ko‘mak yetarli bo‘lmagan - 55,0 %, o‘z mablag‘larining yetishmovchiligi - 51,7%, iste‘molchining to‘lov qobiliyat-sizligi – 49 % kabi omilkarni ko‘rsatishdi.

### 3.1-jadval

#### Turistik firmalar faoliyatidagi asosiy muammolar (muvofiq guruhlar bo‘yicha javob beruvchilarning sonidan foiz hisobida)<sup>26</sup>

Muammo sifatida ta’kidlangan	Jami firmalardan % hisobida	Shu jumladan faoliyat davri bo‘yicha firmalar		
		1 yildan kam	2.5 yil	5 yildan ko‘p
Soliq siyosatining nobarqarorligi	66,8	58,5	67,7	70,9
Turistik xizmatlar bozorida yuqori raqobat	60,8	61,1	63,5	54,3
Davlat tomonidan turizm rivojlanishiga berilayotgan imkoniyatlardan samarali foydalanmaslik	55,0	46,5	53,5	64,8
O‘z pul mablag‘larining yetishmovchiligi	51,7	51,8	51,1	53,0
Iste‘molchilarning to‘lashga qodir emasligi	49,0	49,8	48,8	56,3
Turistik faoliyatni tartibga keltiradigan huquqiy va me‘voriy xujjatlarning yetishmasligi	41,6	38,9	41,5	44,1
Turizm infratuzilmasining qoniqarsiz holati	35,0	31,3	33,3	41,7
Sarmoyaning tanqisligi	20,0	20,8	19,1	21,5
Malakali xodimlarning yetishmasligi	14,0	18,7	13,1	12,6
Yuqori tijorat foizi	9,0	10,2	9,7	6,5
Javob ebrishga qiynalganlar	2,6	4,4	2,5	1,7

<sup>26</sup> B.B. Xolov. “O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishda turistik xizmatlarni sotish kanallarini shakllantirish yo‘llari”. “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. № 5, sentyabr-oktyabr, 2014 yil

Muammolarning muhimligi turistik bozorda turli muddat davomida ishlaydigan firmalar tomonidan taqdim etilmoqda. Bir yildan kam ishlaydigan firmalar eng kuchli raqobatga uchrashmoqda. Besh yildan ko'p amal qiluvchi firmalar bu muammoni to'rtinchi o'ringa qo'ygan, yosh firmalar esa kamroq davlat ko'magiga ishonch hosil qilishadi (dastlabki muammolar o'rtasida beshinchi o'rin), shu bilan birga o'z kuchiga ishongan firmalar muhimligi bo'yicha bu muammoni ikkinchi o'ringa qo'yishgan. Yuqorida keltirilgan turistik firmalar faoliyatining asosiy muammolari quyidagi 3.1-jadvalda keltirilgan.

3.1-jadvalda turistik firmalar faoliyati davomida uchraydigan mavjud muammolari va ularni bartaraf etish muddati tuzilgan marketing strategiyasini ko'rishimiz mumkin. Bozor tahlilining asosiy jixatlari -turistik yo'nalishlar, vaqt davrlari, asosiy raqiblar bo'yicha uning joriy va kutiladigan hajmini baholash hamda oldindan o'rganish bilan bog'lik. Ilmiy adabiyotlarga muvofiq tegishli ixtisoslashgan uslubiyatlar yo'q. Aksariyat firmalar firmalarning xo'jalik faoliyatini tahlil qilishda an'anaviy yoqi takomillashgan uslublardan foydalanadi. Ammo ular raqib maqsadi, vazifalari, xilma hil yo'nalishlar bo'yicha faoliyat afzalliklarni va istiqbollarni aniqlashga imkon yaratmaydi. Firmalar o'z raqiblarini o'rganish uchun maxsus texnologiyalar shakllantirish bo'yicha tajriba mavjud. Turoperatorlar sotish byurolarining asosiy ishlab chiqarish vazifalari:

- axborot-ma'lumot stendlari, og'zaki xabarlar, yozma ma'lumotlar yordamida tashrif buyuruvchilarga ma'lumot yetkazish;
- xorijga turistik sayohatlar bilan bog'liq boshqa istalgan ma'lumotlarni berish;
- tashrif buyuruvchilardan turni bron qilish talabnomalarini firma tomonidan o'rnatilgan shaklda qabul qilish;
- bron qilish uchun talabnoma bergan tashrif buyuruvchilardan xorijiy vizalarini rasmiylashtirish uchun pasportlarni qabul qilish, ularning amal qilish muddatlarini tekshirish;
- mijozlarni turni sotib olish va sotish shartlari, shuningdek, «Xorijga turistik safarlar umumiy shartlari» bilan tanishtirish;

- belgilangan muddatlarda mijozdan turning avans yoki to'liq qiymati to'lovini qabul qilish;
- turistik safar mobaynida uning sug'urtasi masalasini kelishib olish;
- mijozga xorij vizasi qo'yilgan pasport va zarur turistik hujjatlarni berish, unga safar xususiyatlari haqidagi eslatma berilgan holda sayohat tafsilotlari haqida xabardor qilish;
- sotilgan turda bo'lishi mumkin bo'lgan o'zgarishlar to'g'risida mijozga tezda yetkazilishi va shu masalani u bilan kelishib olish lozim;
- mijoz tomonidan bo'ladigan o'zgarishlar haqidagi arizasini qabul qilish va tegishli chora-tadbirlarni qabul qilish;
- turistlar uchun, ularning talabnomalari asosida, qo'shimcha haq to'lash evaziga avtotransport buyurtma berish;
- boshqa shaharlik turistlar uchun xorij chiqish punktida mehmonxona bron qilishda yordam ko'rsatish;
- mijozlardan shikoyatlar qabul qilish.

Kontragentlik tarmog'i. Turoperatorlarning xorijga turistik yo'llanmalarni sotishda vositachilardan (subagentlardan) foydalanish mijozlarni jalb qilishning eng tarqalgan va samarali usullari hisoblanadi. Turoperator va turagent hamkorligi ikkala tomonga ham sezilarli foyda keltiradi. Quyidagilar turoperatorga keng va tarmoqli turagentlik tizimiga ega bo'lishni ta'minlaydi:

- turistik safarlar sotish hajmini ko'paytirish;
- yangi bozorlarga, shu jumladan, chiqish turizmining mahalliy bozorlariga chiqish;
- personal ta'minaminlash uchun, binolarni ijaraga olish va ularni jihozlash uchun qilinadigan harajatlarni kamaytirish.

Firmaning ojiz tomonlarini tashqi muhit xavf - xatarlari bilan solishtirish orqali uning harakatlarini markazlashtirilgan diversifikatsiya (iste'molchilarni savdolashishga bo'lgan qobiliyatini pasaytirish va yangi raqiblarning ta'sirini bartaraf qilish maqsadida yangi yo'nalishlarni ishlab chiqishi) bo'yicha chora-tadbirlarni amalga oshirishga qaratadi. Firma tsiklning tushkunlik bosqichida

bo‘lgan faoliyatini yo‘q qilib, bo‘sh mablag‘larni yangi turlar ishlab chiqishga jalb qilishi kerak. Yangi raqiblar ta‘sirini pasaytirish uchun firma o‘z harakatni yangi ishonchli sheriklarga va xizmat standartlarini oshirishga qaratishi darkor.

Ammo firmaning asosiy strategiyalari uning innovatsion rivojlanishida umumiy belgilarni yaratadi. Firma bilan tanlangan strategiyalarni baholash uchun mezonlarni tartibga keltirib, uni amalga oshirish zarur. Istalgan biror bir turistik firmaning har bir strategiyani baholashda olti mezondan foydalanadi (3.2-jadval).

### 3.2-jadval

#### Bozorga chiquvchi turmahsulotlarni tabaqalashtirish strategiyasini baholash<sup>27</sup>

Me‘zonlar	Me‘zon vazni ballar	Strategiya afzalliklari	Strategiya kamchiliklari	Bahosi ballar	
				Me‘zon	Strategiya
Daromadlar	10	Daromadlar o‘shishi		6	60
Xarajatlar	8		Xarajatlar o‘shishi	7	56
Aksionerlar maqsadlari va manfaatlari	9	Amal qilinmoqda		5	45
Vazifaga mos kelishi	6	Mos keladi		10	60
Xavf-xatar	1		Yuqori	2	2
Iste‘molchilar maqsadlari va manfaatlari	7	Amal qilinmoqda		8	56

Bozorga chiqadigan turmahsulotlarni tabaqalashtirish strategiyasining yakuniy bahosi 279 ballni tashkil etadi. Strategiya afzalliklari va kamchiliklarini baholanishi - ularning mohiyati kamayib boradigan tartibda joylashtirish imkonini beradi. Eng ko‘p ball to‘plagan strategiya ustun bo‘lib qoladi. Sakkiz strategiya o‘rtasida birinchi o‘rinni iste‘molchi bilan o‘zaro bog‘langan strategiya egallagan (283 ball). Ikkinchi o‘rinda «yulduzli»

<sup>27</sup> B.B. Xolov. “O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishda turistik xizmatlarni sotish kanallarini shakllantirish yo‘llari”. “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. № 5, sentyabr-oktyabr, 2014 yil

turmahsulotlarni jadal o'sishi strategiyasi, uchinchi o'rinni bozorga chiquvchi turmahsulotlarni tabaqalash strategiyasi egallagan. Firmaning bosh strategiyasini quyidagicha shakllantirish mumkin: iste'molchilarga yangi turistik mahsulotlarni, raqiblarga nisbatan yuqori sifatli xizmatlarni taqdim etish orqali xizmatlar bozorida o'z o'rnini mustahkamlash.

Yuqorida keltirilgan 3.2-jadvalda bozorga chiquvchi turmahsulotlarni tabaqalashtirish strategiyasini baholash yo'llari keltirilgan bo'lib, amaliyotda, firma strategiyalarning yuz beradigan variantlari, odatdagidek, bir-birini istisno etmaydi va o'zaro har xil aloqada bo'lishi mumkin. Firma rivojlanishining muqobil variantlariga pragmatik holda qarash kerak, chunki imkoniyatlar qatoriga bir vaqtning o'zida ishlov bergan mahalda resurslar yetishmovchiligi ro'y berishi mumkin. Turistik tarmoq rivojlanishining innovatsion turini yaratish uchun uch muhim belgi: innovatsion maqsadlar va faoliyat natijalari, maqsadga erishish uchun innovatsiya mablag'lari, doimiy asosda innovatsion yo'nalishni takror ishlab chiqishni ta'minlaydigan innovatsion menejmenti bo'lishi kerak.

### **3.3.Buxoro ichki turizmni rivojlantirishda erkin iqtisodiy zonalarini shakllantirish**

Sayyohlik (turizm) sohasi dunyo iqtisodining eng jadal rivojlanayotgan sohalaridan biridir. Uning keng qamrovli taraqqiyoti esa, ko'plab mamlakatlar uchun katta daromad manbaiga aylanib bormoqda. . Shu bois dunyoning ko'plab davlatlari ushbu sohani yanada rivojlantirish, bu borada tegishli infrastrukturani jahon standartlari darajasida yaratish va sayyohlar oqimini oshirish bo'yicha barcha chora-tadbirlarni amalga oshirmoqda.

Buxoro viloyatida turistik faoliyatni amalga oshiruvchi firma va tashkilotlar soni 19 tani tashkil qilib, 2017 yilda ular tomonidan 24335 nafar tashrif buyuruvchiga xizmat ko'rsatildi.Ular tomonidan 1494 ta sayyohlik yo'llanmalari sotilgan bo'lib, uning qiymati 1600,2 mln. so'mni tashkil qildi.

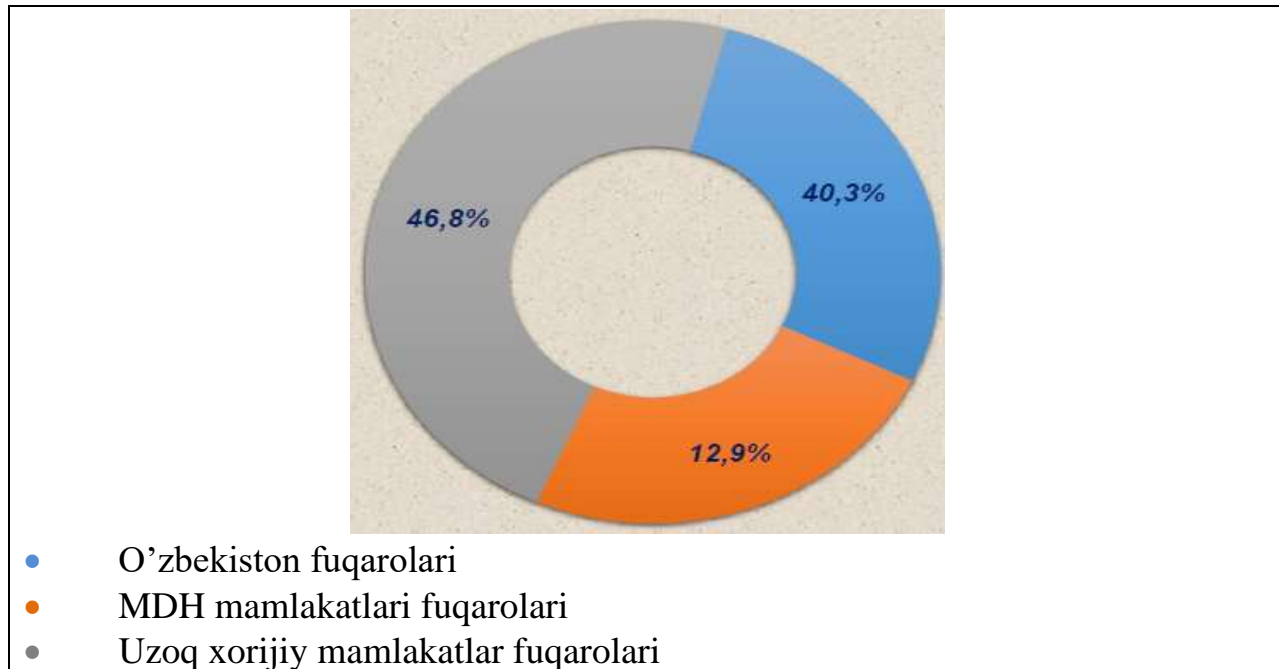


**2017 yilda turish muddati bo'yicha mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalarida joylashtirilgan shaxslarning taqsimlanishi**

	Jami	turish muddati bo'yicha:					
		1 - 3 kun tunash	4 - 7 kun tunash	8 - 28 kun tunash	9-91 kun tunash	92 – 182 kun tunash	183-365 kun tunash
Joylashtirilgan shaxslar, jami	143993	138017	4332	1560	82	1	1
O'zbekistondan	79006	55579	3111	18158	2158	-	-
MDH mamlakatlaridan	18571	17693	532	344	2	-	-
Uzoq xorijiy mamlakatlardan	67357	65784	1027	538	6	1	1

Manba: Buxoro viloyati statistika boshqarmasi

2017 yilga kelib Buxoro viloyatida mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalari soni 124 taga yetdi. Mehmonxonalarda joylashtirilgan shaxslar soni 143993 kishini tashkil etdi.



**3.1 rasm. Mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalarida joylashtirilgan shaxslarning taqsimlanishi. 2017 yilda Buxoro viloyatida joylashtirish vositalari faoliyati<sup>28</sup>**

<sup>28</sup> Buxoro viloyati statistika boshqarmasi

## 2017 yilda Buxoro viloyatida joylashtirish vositalari faoliyati

	Joylashtirish vositalari soni, birlik	Ulardagi ob'ektlar, birlik	Nomer fondi, birlik		Joylashtirilgan shahslar soni, kishi	Tunab qolishlar soni, birlik
			nomerlar (xonalar)	joylar		
Mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalari	124	125	1845	3779	143993	279142
Ixtisoslashtirilgan joylashtirish vositalari	4	4	285	626	9835	147698
Individual joylashtirish vositalari	4	4	8	60	111	123

Manba: Buxoro viloyati statistika boshqarmasi

2017 yilda Buxoro viloyatida joylashtirilgan shaxslar soni 143993 kishini tashkil etgan bo'lib, tunab qolishlar soni 279142 birlikni tashkil etgan.

## 2017 yilda mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalari xodimlari soni lavozim toifalari bo'yicha

	Jami (o'rindosh larsiz)	ulardan lavozim toifalari bo'yicha:			
		mehmonxona ma'murlari	menejerlar	mehmonxona shveysari va oqsochlar	restoran va bar xodimlari
Buxoro viloyati	543	170	73	182	43
Buxoro shahri	509	158	68	174	37
Kogon shahri	2	1	-	1	-
Olot tumani	10	2	1	-	5
Buxoro tumani	4	1	-	3	-
Vobkent tumani	5	2	1	1	-
Gijduvon tumani	2	1	-	1	-
Jondor tumani	3	1	1	1	-
Kogon tumani	6	2	2	1	1
Qorakol tumani	-	-	-	-	-
Qorovulbozor tumani	-	-	-	-	-
Peshku tumani	-	-	-	-	-
Romitan tumani	2	2	-	-	-
Shofirkon tumani	-	-	-	-	-

Manba: Buxoro viloyati statistika boshqarmasi

Mintaqamizda sayyohlik sohasini izchil rivojlantirish, turizm industriyasi va infratuzilmasini yanada takomillashtirish maqsadida Yurtboshimiz tomonidan tasdiqlangan dastur asosida jami 21 ta (shundan 17 tasi Buxoro shahrida) yangi mehmonxona foydalanishga topshirildi, 7 ta yangi zamonaviy turistik klassdagi avtobuslar xarid qilindi. Qisqa davrda aviaqatnovlar va “Afrosiyob” tezyurar poezdining harakatlanish jadvallari optimallashtirildi.

Buxoro shahrida yangi mehmonxonalar, madaniy-ko'ngilochar maskanlar va 500 kishiga mo'ljallangan zamonaviy amfiteatr kabi ob'ektlarni o'z ichiga oluvchi “Qadimiy Buxoro” turistik hududini barpo etish uchun 10 gektar yer maydoni ajratilib, xorijiy me'morlar bilan birgalikda loyihalash ishlari olib borilmoqda. Buxoro shahridagi sobiq “SHahriston” bozori hududida hunarmandlar markazini qurish, muqaddas qadamjolar — Xoja Abdulxoliq G'ijduvoni, Xoja Orif ar-Revgariy, Xoja Mahmud Anjir Fag'naviy, Xoja Ali Romitaniy, Xoja Muhammad Boboyi Samosiy, Sayyid Amir Kulol, Xoja Bahouddin Naqshband va CHorbakr majmualarida keng ko'lamli qurilish-ta'mirlash ishlari amalga oshirilayapti. Hududning turistik salohiyatini yanada kengroq targ'ib qilish maqsadida “Ipak va ziravorlar”, “Buxoro shahri kuni”, “Qovun sayli” va “Buxoro hunarmandlari” festivallari tashkil etildi.

Xorijiy mamlakatlar bilan hamkorlik mustahkamlanmoqda. Jumladan, Xitoyning Loyan va Rossiyaning Vladimir shaharlari bilan Buxoro shahri o'rtasida birodarlik aloqalarini o'rnatish memorandumlari imzolandi. Ispaniya, YAponiya, Singapur, Indoneziya, Malayziya, Rossiya, Latviya va Turkiya kabi davlatlar bilan shu yo'nalishda muzokaralar olib borildi.

2017 yilda xorijiy turistlarga xizmatlar eksporti qiymati 76,3 million AQSH dollariga etkazilib, o'sish sur'ati 110 foizni tashkil etdi. Ichki turizm bo'yicha individual tartibdagi ziyoratchilarni hisobga olganda mahalliy sayohatchilar soni qariyb 2 million nafarni tashkil etdi. Bu 2016 yildagiga nisbatan 15 foizga ko'p. Reja asosida “Buxoro bo'ylab sayohat qil” dasturi bo'yicha mahalladoshlar, YOshlar ittifoqi a'zolari, mehnat va fermerlar jamoalaridan tarkib topgan 1200 nafardan ortiq aholi sayohatga chiqmoqda. Ularga Buxoro davlat universitetining

turizm va tarix fakulteti 4-bosqich iqtidorli talabalari hamroh-volontor sifatida zamonaviy turistik avtobuslarda sifatli xizmat ko'rsatishmoqda. Shuningdek, Abu Ali ibn Sino hayoti va ilmiy merosiga bag'ishlangan xalqaro ilmiy-amaliy konferentsiya, "Nasriddin Afandi" va "SHarq taomlari" kabi festivallar hamda Abdulxoliq G'ijduvoni tavalludining 915 yilligi, Bahouddin Naqshbandning 700 yillik yubileylariga uyg'un tarzda amalga oshirilishi rejalashtirilgan.

2017 yilning 7-10 dekabr kunlari Turkiyaning Izmir shahrida o'tkazilgan xalqaro sayyohlik ko'rgazmasida viloyatimiz delegatsiyasi ham faol ishtirok etdi. To'rt kunlik xalqaro ko'rgazmada turistik kompaniyalarimiz tomonidan vohamizning turizm salohiyati, boy tarixi, madaniy meros ob'ektlari, muqaddas qadamjolari, tabiati, xalqning madaniyati va urf-odatlar haqida tayyorlangan taqdimot, reklama va targ'ibot materiallari ko'rgazma tashkilotchilari va mehmonlarga manzur bo'ldi. Uchrashuvlar davomida turizm sohasida ikki tomonlama hamkorlikni yanada rivojlantirish, sayyohlik sohasidagi tadbirkorlik sub'ektlari o'rtasida o'zaro manfaatli aloqalarni o'rnatish, Turkiyadan Buxoroga sayyohlar oqimini ko'paytirish va viloyat aholisining ushbu shaharlarga tashrifini tashkillashtirish bo'yicha kelgusida o'zaro hamkorlikni samarali yo'lga qo'yish masalalari kelishib olindi. SHuningdek, "Travel Turkey Izmir 2017" xalqaro sayyohlik ko'rgazmasida Buxoro viloyatining turizm imkoniyatlari va salohiyatini alohida yo'nalishlar bo'yicha namoyish etgan "Bukhara Eco Tour" va "East Line Tour" turistik kompaniyalari ko'plab xorijiy hamkorlar bilan kelishuv va bitimlar tuzishga erishdi. Jumladan, "Bukhara Eco Tour" turistik kompaniyasi Turkiyaning "Ginger Travels", "Kemer Travel", "Sefir Tour", "Golden Tours", "Movvlana Istanbul", "Betatur", "OBT Travel", "Sinaia Tours", "Folo Travel" va boshqa 100 dan ortiq turistik kompaniyalar bilan hamkorlik kelishuvlarini tuzdi.

Hozirgi paytda 7000 dan ortiq erkin iqtisodiy hududlar faoliyati tashkil etilgan bo'lib, ular iqtisodiyotning turli sohalariga ixtisoslashgan. Rivojlangan mamlakatlar ham, rivojlanayotgan mamlakatlarning ham hududlarida, albatta turli maqsadlarni ko'zlab sayyohlikka ixtisoslashgan Erkin iqtisodiy hudud (EIH)lar vujudga keltirilmoqda. Bunday EIHLarning barpo etilishidan asosiy

maqsad esa iqtisodiy barqarorlikka erishish bo`lib hisoblanadi. Bunda hal etiladigan aniq vazifalar orasidan quyidagilarni alohida ko`rsatish mumkin: maxsus imtiyozlar, barqaror qonuniy baza va tashkiliy muolajalarni soddalashtirish tufayli xorijiy kapitalni va ilg`or texnologiyalarni jalb etish, tayyor mahsulotlar eksportini kengaytirish uchun mehnat taqsimoti afzalliklaridan foydalanish, mamlakat va mintaqa budjetiga valyuta tushumining o`shishi, yangi ish joylarini yaratish, tashkil qilish, boshqarish va moliya sohasida jahon tajribasini o`rganish va amaliyotga joriy etish hisobidan ish kuchi malakasini oshirish. Erkin iqtisodiy hududlarning turizm sohasiga ixtisoslashtirilgani ilmiy jihatdan o`rganilgan sohalardan biri bo`lib, turizm rivojlanishi uchun amaliy asos bo`lib xizmat qiladi.

Jahon iqtisodiyotida EIHLarga nisbatan turizmga ixtisoslashgan EIHLar hozircha kam, ammo keyingi yillarda ko`pgina davlatlarda shunday hududlarni tashkil etish e`lon qilinmoqda. Bunday hududlar Polsha, Rossiya, Ispaniya, Tunis, BAA, Turkmaniston, Tojikiston, Gruziya, Filippin, Eron, Marokash, Xitoy va boshqa ayrim malakatlarda bor. Xususan, Xitoy hamda Rossiya iqtisodiyoti tahlil qilinganda mazkur iqtisodiy zonalarning tashkil etilishi mamlakat iqtisodiy o`shishiga olib kelgan. Turistik EIHni yaratishdan ko`zlangan maqsad - xalqaro turizmning o`sib borayotgan ehtiyojlarini qondirish va mamlakatga kelayotgan turistlar oqimini barqarorlashtirish maqsadida turistik ob`ektlarni qurish va ekspluatatsiya qilishda xorijiy hamkorlarni jalb qilishdan iborat. O`zbekiston uchun erkin iqtisodiy hududlar yaratishda eng perspektivalisi - tranzit (transport), savdo sohasiga ixtisoslashgan EIHLar bilan bir qatorda xalqaro turizmga ixtisoslashgan EIHLar hisoblanadi. Bundan tashqari, xalqaro turizm bo`yicha bir necha stadionlar va sport assotsiatsiyalariga tayanuvchi erkin hudud yaratish (savdo bo`yicha erkin savdoni ham tashkil etgan holda) bo`yicha ish olib borilmoqda. Toshkentda esa «quruqlikdagi port» maxsus hudud tashkil etish boshlandi. Bunga Yaponiyaning «Sumito korporeyshn» korporatsiyasi bosh bo`lmoqda.

2017 yil 10 aprelda O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «Erkin iqtisodiy zonalar faoliyatini tashkil etish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi 196-sonli qarori qabul qilindi. Ushbu qaror O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 12 yanvardagi «Erkin iqtisodiy zonalar faoliyatini faollashtirish va kengaytirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida» 2016 yil 26 oktabrdagi PF-4853-sonli hamda «Urgut», «G‘ijduvon», «Qo‘qon» va «Hazorasp» erkin iqtisodiy zonalarini tashkil etish to‘g‘risida»gi PF-4931-sonli farmonlarini ijro etish yuzasidan qabul qilindi. Mazkur qarorga muvofiq, Samarqand, Buxoro, Farg‘ona va Xorazm viloyatlari hokimliklari, O‘zbekiston Respublikasi Yer resurslari, geodeziya, kartografiya va davlat kadastri davlat qo‘mitasi, Davlat arxitektura va qurilish qo‘mitasi, Iqtisodiyot vazirligi hamda Tashqi iqtisodiy aloqalar, investitsiyalar va savdo vazirligining «Urgut», «G‘ijduvon», «Qo‘qon» va «Hazorasp» erkin iqtisodiy zonalarini tarkibiga kiruvchi hududlar chegarasini belgilash to‘g‘risidagi taklifi ma’qullandi.

Qaror bilan Erkin iqtisodiy zonalar to‘g‘risidagi, Erkin iqtisodiy zonalar hududida soliqlar va bojxona to‘lovlari bo‘yicha imtiyozlarni qo‘llash tartibi to‘g‘risidagi va Erkin iqtisodiy zonalar hududida joylashtirish uchun investitsiya loyihalarini tanlab olish hamda erkin iqtisodiy zonalar qatnashchilarini ro‘yxatdan o‘tkazish tartibi to‘g‘risidagi nizomlar tasdiqlandi. Shuningdek, «Urgut» erkin iqtisodiy zonasi direksiyasi», «G‘ijduvon» erkin iqtisodiy zonasi direksiyasi», «Qo‘qon» erkin iqtisodiy zonasi direksiyasi» va «Hazorasp» erkin iqtisodiy zonasi direksiyasi» davlat unitar korxonalarining ustavlari ham tasdiqlandi.

Shu o‘rinda G‘ijduvon erkin iqtisodiy zonasi haqida ma’lumot beradigan bo‘lsak biz bu zonani kelajakda Buxoro turizmining tayanch bo‘g‘inlaridan biri bo‘la oladigan hudud deya bemalol ayta olamiz. G‘ijduvon tumani Toshkent — Buxoro — Turkmanobod xalqaro avtomobil yo‘li, Buxoro — Toshkent temir yo‘li tuman hududidan o‘tgan. Tuman markazidan Buxoro va viloyatning boshqa shaharlariga avtobuslar qatnaydi. Bu viloyatda turizmni rivojlantirishga yordam beradi xususan bu yerdan bevosita Toshkent-G‘ijduvonBuxoro. Toshkent-

Samarqand-G'ijduvon-Buxoro kabi yo'nalishlardagi turistik marshurtlani yaratish mumkin.

Bunga bu tumandagi madaniy va ma'rifiy yodgorliklar xam aloxida o'ringa ega. Xususan: G'ijduvon tumanida Abduxoliq G'ijduvoniylar masjidi va maqbarasi (12 -asr), Ulug'bek madrasasi (1432—1433), Toshmasjid va Dehqonobod xonaqosi (15—16-asrlar), Xoja Suktari masjidi (17-asr), Chorsu masjidi va boshqa qadimiy me'moriy yodgorliklar saqlanib qolgan. Bundan tashqari bu tumanda xuddi Buxoro shaxriga o'xshash qadimiylikka ega bo'lgan Eski shahar qismi mavjud. Eski shahar qismida xattoki buyuk bobomiz Mirzo Ulug'bek janglarda qatnashgan.

Eski shahar qismida qadimiy tosh xammom mavjud bo'lib xattoki hozirgi vaqtgacha gavjum xisoblanadi va aynan mana shu yerlar xaqida aholi orasida ko'plab afsonalar xam yuradi. G'ijduvon tumanidagi yana bir mashxur yodgorliklardan biri bu Xoja Abdulxoliq G'ijduvoniylar ziyoratgohidir. XV asrda 1103 yilda G'ijduvon shahrida tavallud topgan buyuk tasavvuf va sofiylik tariqati shayxi Abduxoliq G'ijduvoniylar hazratlari sharafiga bag'ishlab 1433 yilda Mirzo Ulug'bek tomonidan Hazrat qabrlarining qibla tomonida muhtasham madrasa qurdirilgan. Madrasaning tashqari qismida, hazrat maqbarasi yonida quduq, chillaxona va minora ham bunyod etilgan. Hazrat xalq orasida "Xojai jahon" nomi bilan mashhur, tasavvufga oid bir qancha asarlar muallifidir. O'zbekiston Prezidentining tashabbuslari bilan 1993 yili Abduxoliq G'ijduvoniylar tavalludining 890 yilligi keng nishonlandi.

Yana bir madaniyat ma'rifat maskani Suktari QFY hududida joylashgan Xoja Suktari maqbarasi hamda Sadriddin Ayniy uy muzeyidir. Mustaqillik yillarida Sadriddin Ayniy ijodiga aloxida e'tibor berilib, uning nomiga aynan shu QFY da joylashgan qishloq berildi va uy muzeyi tashkil etildi hozirda ana shu uy muzeyi o'quvchilar talabalar va boshqa domla ijodining ixlosmandlari bilan gavjumdir. Ammo masalaning ikkinchi tomoni bu yerda joylashgan Xoja Suktari maqbarasining qarovsiz axvolga kelib qolganligi xisoblanadi bu maqbaraga SSSR davrida ancha nuqsonlar shikastlar yetkazilgani bois butunlay tashlandiq

va qarovsiz axvolga kelib qoldi. Eng achinarlisi esa aynan hozirda Mustaqillik yillarida xam maqbaraga xech qanday ijobiy ta'sir o'tkazilmayotganidir.

Bu kabi ziyoratgoxlardan yana biri G'ijduvon shaxrida joylashgan Xoja Langar Ato ziyoratgoxi xisoblanadi. Ziyoratgoh Xoja Langar Atoning qabri hamda uning ustiga qurilgan muxtasham maqbaradan iborat.

Bu kabi maqbara hamda ziyoratgohlar G'ijduvon tumani hududida yetarlicha topilishi bizni aynan bu hududning turizmiga aloxida e'tibor bilan qarashiizga majbur qiladi. Xususan, biz mana shu sanab o'tilgan joylarda bo'lganimizda ularning ayrimlari juda ommabop dunyo tan olganligi uchun aholining u yerlarga serqatnovlig ini ko'rdik. Masalan ularning sirasiga Xo'jai Jahon ziyoratgoxini kirita olamiz. Ziyoratgox hozirda xam juda gavjum xisoblanadi. Unga xar kuni 150-200 kishi atrofida tashrif buyuruvchilar mavjuddir. Bu ko'rsatkich yillik 55 000 - 73 000 kishini tashkil etadi.



## XULOSA

Hozirgi vaqtda barcha mamlakatlarda, xususan mamlakatimizda ham iqtisodiyotning noishlab chiqarish sohasiga, ya'ni turizm sohasiga katta e'tibor berilmoqda, shu bilan birga turizmning milliy iqtisodiyotimizdagi ulushi tobora ortib bormoqda. O'zbekiston O'rta Osiyo mintaqasidagi eng osoyishta, tinch va turistlarni o'ziga chorlovchi makon hisoblangan sharoitidagi iqtisodiy barqarorligi bu sohani ham jadal sur'atlar bilan rivojlantirish imkoniyatini tug'dirmokda. Shularni hisobga olib, O'zbekistonda turizm sohasi faoliyatni o'rganish, jahon turizm bozorlari uchun yo'l topish juda muhim.

O'zbekistonda turizm sohasini rivojlantirishdan asosiy maqsad-jamiyat ehtiyojlarini qondirish, xizmat ko'rsatish sifati va hajmini kengaytirilgan holda sohaga bozor iqtisodiyotining dunyo standartlari darajasidagi modeli kirib kelishini ta'minlashdir. Jamiyat ehtiyojini qondirish turistlar talabini ichki va tashqi turizm xizmatlariga aholining ekskursion xizmatlarga bo'lgan ehtiyojlarini qondirish shu bilan xizmat importi va eksportiga bo'lgan xalqaro talabni o'rganish bilan bog'liqligi masalaning nechog'li muhimligini ko'rsatadi.

O'zbekiston ichki turizmning o'rni va ahamiyatini tadqiq qilish davomida olingan natijalar quyidagi xulosalarni beradi.

1. Turizm sohasi shakllanishi jihatidan yangi istiqbolli sohalardan biri hisoblanadi. Hozirgi paytda uning YaIMdagi ulushi 2,4% ni tashkil qilib, o'sish sur'atlari yil sayin ortib bormoqda.

2. O'zbekistonda ichki turizmning salohiyati katta bo'lishiga qaramasdan undan foydalanish darajasi ancha past. Mamlakatning boy tarixiy merosi, arxitektura yodgorliklari, xalqaro ahamiyatga molik arxeologik qazilmalar, tabiati, noyob o'simlik va hayvonot dunyosiga va tabiiy yodgorliklarga boyligi bu sohani keskin rivojlantirish imkoniyatiga egaligidan dalolatdir.

3. Turizm daromad manbai, ish bilan bandlikni ta'minlash vositasi, kishilarga zavq-shavq, estetik qoniqish bag'ishlaydigan hordiq omillardan bo'lib hisoblanadi.

E'tirof etish kerakki, O'zbekiston Respublikasida turizm industriyasini xalqaro talablarga mos ravishda rivojlantirish uchun xususiy turistik tashkilotlarning faoliyat doirasini yanada kengaytirish va ularning iqtisodiy samaradorligini oshirish yo'lida muayyan siljishlarga erishilmoqda. Turizm yo'nalishidagi kichik va xususiy biznes sub'ektlari faoliyatini har tomonlama qo'llab-quvvatlash va rag'batlantirishni ta'minlovchi qator me'yoriy-huquqiy hujjatlar yaratilib, amaliyotda qo'llanilmoqda.

Ayni vaqtda ichki turizmni rivojlantirish, uning iqtisodiy samaradorligini oshirish muhim masalalardan biri bo'lib hisoblanadi. Bitiruv malakaviy ishda ilmiy tatqiqotlarimiz natijasida turizm jadal rivojlanib borayotgan bir vaqtda, turizmning iqtisodiy samaradorligini oshirishda bir qator omillar ta'sir ko'rsatishi aniqlandi va bu omillarni o'rganib chiqqan holda, iqtisodiy samaradorlikni oshirishda quyidagi takliflarni ishlab chiqdik:

- Davlat organlari byudjetdan tashqari mablag'lar hisobiga o'z xodimlarining kamida 10% ini oila a'zolari bilan birgalikda har yili dam olishga (ichki turizmga) yuborish;
- Xodimlar uchun qulay bo'lgan vaqtda sayohat qilish va dam olish uchun ta'tilning foydalanilmay qolgan qismi hisobidan dam olish kunlari (otgul) berish;
- Har yili 30 dekabrgacha davlat organlari va boshqa tashkilotlar xodimlari uchun turistik-sayohat turlarini tashkil qilish jadvallarini tasdiqlash.
- Guruhli sayohatlarni tashkil qilish uchun mahalliy turoperatorlar bilan o'zaro hamkorlik qilish;
- mehmonxonava transport tashkilotlariga tashkil etilgan turlar, shu jumladan yashash va kelib-ketish (uchib borish) uchun imtiyozlar taqdim etish;
- ichki turizmni shaharliklar qishloqlarga va qishloqliklar shaharlarga shiori va dasturi asosida rivojlantirish;
- zamonaviy turistik klasterlarni bunyod etish, ularni xalqaro standartlarga moslashtirish, xorijiy investitsiyalarni jalb qilish;
- yirik xorijiy firmalar bilan turistik xizmat ko'rsatishning yangi innovatsion shakllari tashkil qilish;

- soha uchun yuqori malakali menejer va tadbirkor kadrlarni tayyorlash va qayta tayyorlov yo‘lga qo‘yilishini tashkil qilish;
- jahon turizm bozoridagi talab va taklif dinamikasini o‘rganib o‘sib borayotgan talabga mos marketing va reklama faoliyatini faol yo‘lga qo‘yish;
- turistik tashkilotlarda turistlarni ko‘proq jalb qilish mexanizmi ishlab chiqilishi va amaliyotga tatbiq etilishini;
- xorijiy davlatlar bilan turizm sohasidagi hamkorlik aloqalari mustahkamlanishini.

Yuqorida keltirilgan bu muammolarni hal qilish, ya’ni ularning yechimlarini topish o‘z-o‘zidan hal bo‘lmaydi. Buning uchun ularni hal qilish usullari va mexanizmlarini to‘g‘ri tanlash, turistlar ehtiyojlarini to‘la qondirish yo‘llarini izlash, yuqori samarali xizmatlar yaratishni tashkil qilish va uni boshqarishni to‘g‘ri yo‘lga qo‘yish, joylashtirish, ovqatlantirish, transport va shu kabi turistik faoliyat bilan shug‘ullanuvchi tashkilotlar bilan aloqalarni yo‘lga qo‘yish va yaxshilash, xizmat ko‘rsatuvchilar va turistlar o‘rtasidagi munosabatlarni takomillashtirish kabi bir qator masalalarni hal qilish zarurati tug‘iladi.

Umuman olganda, ichki turizm O‘zbekiston iqtisodiyotining daromadli tarmoqlaridan biriga aylanib bormoqda. Buning uchun albatta mamlakatimizdagi beqiyos imkoniyatlar, siyosiy tinchlik, eng asosiysi, xalqimizning insonparvarligi va mehmondo‘stligi nihoyatda muhim omil bo‘lib xizmat qilmoqda.

Xulosa o‘rnida shuni aytish mumkinki, ichki turizmni rivojlantirish natijasida tabiiy resurslarni asrab-avaylashga erishiladi. Imkon qadar mamlakatning ijtimoiy barqarorligi ta’minlanadi, aholi daromadlari ko‘payadi.

## **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR**

### **I. O‘zbekiston Respublikasi qonunlari**

1. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi. -T.: "O‘zbekiston", 2003.
2. “Turizm to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasining Qonuni. O‘zbekistonning yangi qonunlari.-T.: Adolat, 2000, 131-140 b.

### **II. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmonlari va Qarorlari**

- 3.“O‘zbekturizm” MKsining tashkil topishi to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni // “Xalq so‘zi”, 1992 yil 27 iyul.
- 4.“Buyuk Ipak yo‘liini qayta tiklashda O‘zbekiston Respublikasining ishtirokini avj oldirish va respublikada Xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora - tadbirlar to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 1995 yil 2 iyundagi 1162 raqamli Farmoni. // “Xalq so‘zi”, 1995 yil 3 iyun.
5. “O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta‘minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida” O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016 yil 2 dekabrda PF-4861-sonli Farmoni. -T.: O‘zbekiston, 2016 y.
6. “O‘zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi faoliyatini tashkil etish to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016 yil 2 dekabrda PQ-2666-sonli Qarori. O‘zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to‘plami, 2016 y., 49-son, 559-modda.
7. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining "O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida"gi 4947-sonli Farmoni “Xalq so‘zi”, 2017 yil 8-fevral. 28 (6722)-son.

8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 5-dekabrda “Chorvoq” erkin turistik zonasini tashkil etish to‘g‘risidagi PF-5273-sonli Farmoni.”Xalq so‘zi” gazetasi 2017 yil 6 dekabr, № 245 (6939)

### **III. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarorlari**

9. O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining "O‘zbekiston Respublikasi soliq kodeksi" va unda turizm sohasiga oid imtiyozlar to‘g‘risidagi qarori. Xalq so‘zi// 1997-yil 24-aprel.

10. “Turistik tashkilotlarning faoliyatini takomillashtirish to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining № 346 sonli 8 avgustda qabul qilingan Farmoyishi. // “Xalq so‘zi” gazetasi, 1998 yil 9 avgust.

11. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Turistik tashkilotlarning faoliyatini takomillashtirish” to‘g‘risidagi 346-sonli qarori. Xalq so‘zi gazetasi. 1998 y. 9-avgust.

12. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «Turizm faoliyatini litsenziyalash to‘g‘risidagi nizomni tasdiqlash haqida»gi Qarori. // «Xalq so‘zi» gazetasi, 2003 y 12 noyabr.

#### **IV.O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti asarlari.**

13. Mirziyoev Sh. Tanqidiy tahlil, qat’iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak. – Toshkent, “O‘zbekiston”, 2017.

14. Karimov I. Bizning bosh maqsadimiz – jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizasiya va isloh etishdir. – T.:O‘zbekiston, 2005

#### **V. Darslik, o‘quv qo‘llanmalar, monografiyalar va ilmiy maqolalar.**

15. Alimov Q.A.,Xolov B.B. “Turizm infratuzilmasi” ma’ruzalar matni. T:., 2012 y. 16-19-b.

16. Balabanov I.T., Balabanov.A.I. «Ekonomika turizma»- M.: Finansi i statistika, 2004 y.

17. Kabushkin.N.N. Menejment turizma. -M.: Novoe znanie 2005 g. 3. Chudnovskiy A.D. Turizm i gosinichnoe xozyaystvo M.: YuRKINGA. 2005 y.

18. Bogdanov Ye.I. Planirovanie na predpriyatii turizma /Uchebnoe posobie SPb.: Izd.d. «Biznes- press» 2005 y.

19. Aleksandrova A.Yu. Mejdunarodniy turizm. Uchebnoe posobie dlya VUZov.- M: Aspekt Press, 2001g.

20. Yakovlev.G.A Ekonomika i statistika turizma. Uchebnoe posobie. M.: Izd. 2005 y.

21. Bogolyubov V.S i dr. Ekonomika turizma: Uchebnoe posobie. - M.: Akademiya, 2005, 153 s.

22. Kvartalnov V.A. Turizm. – M., Finansi i statistika 2004 y.
23. Kvartalnov V.A Menedjment turizma: Ekonomika turizma. M.: Finansi i statistika 2004 g.
24. Ilina Ye.N. Turopereyting: organizatsiya deyatelnosti: Uchebni k. - M.: Finansi i statistika, 2005, 48 s.
25. Yefremova M.V. «Osnovi texnologii turistskogo biznesa», Uchebnoe posobie. – M.: Izdatelstvo «Os-89», 2001 y.
26. Mirzaev M.A. «Turizm asoslari». Ma’ruzalarmatni T.: 2005 y.
27. Kamilova F.K. – «Xalqaro turizm bozori»// T.: TDIU-2001y.
28. Alieva M.T., Umarjonov A. Turistik mamlakatlar iqtisodiyoti -T.: Moliya 2005 y.
29. Tuxliev I.S., Qudratov G‘.H., Pardaev M.K. Turizmni rejalashtirish.T.: “IQTISOD-MOLIYA” 2010 y.
30. Tuxliev I.S. Turizm asoslari. Uslubiy qo‘llanma. Samarqand.: SamISI, 2008 y.
31. Tuxliev I.S, Qudratov G.X. Turizm iqtisodiyoti. –S.: SamISI, 2007 y.
32. Tuxliev I.S. va boshqalar. “O‘zbekistonda turizm xizmat bozorini rivojlantirishning ijtimoiy – iqtisodiy muammolari” nomli monografiya. T.: “Iqtisodiyot” 2012 y.
33. Tuxliev N., Abdullaeva T. «Formalnosti v sisteme turizma Respubliki Uzbekistan» - T: «O‘zbekistonmilliyensiklopediyasi», 2007 y.
34. Tuxliev N., Taksanov A. Ekonomika bolshogo turizma. – T.: “O‘zbekistan Milliy Entsiklopediyasi”, 2001y.
35. Tuxliev N., Abdullaeva T. Natsionalnie modeli razvitiya turizma –T.: O‘zbekiston Milliy Entsiklopediyasi, 2006 y.
36. Tuxliev N., Abdullaeva T. Ekologicheskiiy turizm: sumnost, tendentsii i strategiya razvitiya. –T.: O‘zbekiston Milliy Entsiklopediyasi, 2006 y.
37. Tuxliev N., Abdullaeva T. Osnovi bezopasnosti v turizme. –T.: O‘zbekiston Milliy Entsiklopediyasi, 2008 y.

38. Ziyaev T.M., Isroilova Sh.T, Yoqubov D.T. “Ishchi kuchi va bandlik nazariyalari” o‘quv qo‘llanma Toshkent-2011.

39. Abdurahmonov Q.X, Shoyusupova N.T. “Aholi ish bilan bandligi” o‘quv qo‘llanma. Toshkent-2011.

**IX. Internet saytlari.**

40. [www.interunion.ru](http://www.interunion.ru)

41. [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)

42. [www.wttc.org](http://www.wttc.org)

43. <http://www.tourism.uz/>

44. <http://www.tour.uz/>

**ANNOTATION**  
**OF THE BACHELOR'S GRADUATION QUALIFICATION**  
**THESIS OF THE STUDENT OF 3-1TUR-15 GROUP**  
**XUDOYBAXSHOV HALIM HUSEN UGLI**

**TOPIC: DISTINCTIVE FEATURES OF DOMESTIC TOURISM**  
**DEVELOPMENT IN BUKHARA REGION**

Tourism industry is one of the most profitable sectors in the world and its share in the economy is increasing. That's why many countries are developing this sphere. Particular attention is paid to the development of this sector in our country.

With the modernization of the national economy, the need to accelerate the development of the service sector is growing steadily. Talking about the significance of the development of this sector in the national economy, the President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev addressed to the Oliy Majlis on the development of the tourism industry in the country: "Tourism is often limited to ancient cities, historical and cultural monuments. However, there is a great potential for the development of tourism in the unique nature of our country, national reserves and mountainous areas. In particular, the development of medical tourism, travel tourism and ecotourism will not only stimulate the development of the economy, but also the social sphere. The Cabinet of Ministers should, within one month, develop and implement the National Concept of Tourism Development in 2019-2025. In this regard, it is necessary to increase the number of foreign tourists visiting our country by 20 million by 7 million and annual income from tourism exports up to \$ 2 billion. "

Tourism is one of the components of the service sector and the economy as a whole, and it is known that this system is closely linked with certain elements of the national and global economy.

It should be noted that the tourism industry in Uzbekistan, including the tourism services sector, has been reformed in line with the privatization process



and transition to a market economy system, but the tourism services market in Uzbekistan has maintained universal trends but also has its own peculiarities.

Tourism, as we have noted, is not only an economic one, but also a social sphere where its main service is consumed by consumers. It consists of material and non-material benefits, which helps to ensure the protection of the health of tourists. At the same time, tourism plays an important role in the formation of general knowledge of the population, literacy and cultural-moral world outlook.

Tourist resources are the national wealth that reflects the national culture, traditions, customs and traditions of the peoples. Depending on the location of these ancient architectural monuments, cultural objects and the environment, it is possible to determine the spiritual-cultural level of the population.

Systematic work is underway within the government to accelerate the development of tourism in the Republic of Uzbekistan. Along with the development of regional and sectoral programs of regional development, the region's share in the gross regional product of this sector is increasing.

A special attention was paid to the further development of the tourism sector and the mechanism of its implementation at the stage of the Action Strategy "Priorities of economic development and liberalization" in five key priorities of the Republic of Uzbekistan for 2017-2021. In particular, the priority directions of further development of the tourism industry are as follows:

- Accelerated development of the tourism sector, improvement of tourism management system;
- Simplify visa, licensing and licensing procedures in tourism;
- Attraction of foreign investments, attraction of global brands, creation of favorable conditions for business in the sphere of tourism;
- Creation of new tourist destinations, development of modern types of tourism and their attractiveness.

For this purpose, a draft law "On tourism" is being drafted, which envisages creation of wide opportunities for entrepreneurs.

The program for the accelerated development of the tourism industry in 2017-2021 will be optimized for the tourist destination, improve transport and hotel services and tourism logistics and introduce modern information technologies in various fields of tourism related services. provides.

Strong competition in the market economy implies the use of advanced technology in tourism activities. Modernization of tourism in our country is a requirement of improving tourist activity and strengthening of competition in the domestic market and establishment of mutual cooperation. The relevance of the topic is that it is aimed at finding and justifying the new methods of its development, as well as evaluating the economic efficiency of tourism development and tourism enterprises in our country. The study of these issues, their scientific analysis, and making suggestions for the solution of the existing problems on the basis of the knowledge and experience accumulated in this area illustrate the relevance of the chosen topic for graduation work.

The purpose of the research is to develop scientific and practical recommendations on the specific features of domestic tourism development in the country. In order to achieve this goal, the following objectives are to be used in the graduation qualification work:

- Covering the essence and importance of internal tourism;
- studying opportunities for domestic tourism development in Uzbekistan;
- To study the peculiarities of the development of domestic tourism and its influence on society;
- Analyze the changes in the market of tourism services in Uzbekistan based on the development of services sector;
- Analyzing the impact of private sector impact on domestic tourism development in Uzbekistan;
- Evaluation and forecasting of innovative activity of tourism enterprises in the development of domestic tourism;
- Defining the main directions of domestic tourism development in Uzbekistan;

- Determine the ways in which tourism services can be channeled to the development of domestic tourism in Uzbekistan.

The methodological and methodological bases of the graduation thesis include the main priorities of the development of Uzbekistan developed by the President of the Republic of Uzbekistan - the theoretical and methodological directions of the strategy of action, the Oliy Majlis of the Republic of Uzbekistan , Laws adopted by the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan, government decisions and normative-legal acts of the Central Bank, research results of leading scientists on this subject, scientific, practical experience and conclusions collected abroad and in the country.

Object and subject of graduation qualification work. This project is a research object of the qualification work, and is a company, organization, and tourist destination engaged in tourism activities in our country.

The subject of graduation qualification work is the system of social and economic relations connected with development of internal tourism in conditions of modernization of economy.

Scientific and practical significance of graduation qualification work. The decrees of the President of the Republic of Uzbekistan, the resolutions of the Oliy Majlis and the Cabinet of Ministers are defined as one of the priorities in the development of the state economy and increase employment. The recommendations given in the graduation exams make a worthy contribution to the implementation and coordination of scientific and practical work to overcome the obstacles faced by domestic tourism development in Uzbekistan.

Structure of graduation qualification work. The graduation qualification work consists of three chapters and one final part.

The first part is called "Theoretical Foundations for the Development of Domestic Tourism in Uzbekistan". The essence and significance of internal tourism, opportunities for domestic tourism development in Uzbekistan, the features of the development of domestic tourism and its impact on society have been studied.

The second part is entitled "Evaluation of the current state of domestic tourism development in Uzbekistan and its trends of its development". This section analyzes trends in the development of tourism services in Uzbekistan, in the development of domestic tourism.

The third chapter is entitled "The Perspectives for Domestic Tourism in Uzbekistan". At the same time, the main directions of domestic tourism development in Uzbekistan, and the directions of its implementation are suggested.

Conclusions and conclusions of final study, and final evaluation of the results. In general, various tables and drawings have been used to cover the subject of graduation. The subject of the graduation qualification work is a very important one, and it is also the basis for further research.

At present, in all countries, in particular, in our country, much attention is paid to the non-production sector of the economy, namely the tourism sector, while the share of tourism in the national economy is increasing. Uzbekistan's economic stability in the Central Asian region, which is the most peaceful, peaceful and inviting place for tourists, creates opportunities for the rapid development of this sector. Taking this into account, it is crucial to study tourism in Uzbekistan and find a way to world tourism markets.

The main goal of the development of tourism in Uzbekistan is to satisfy the needs of the society, to ensure the introduction of the model of a market economy at the level of world standards, expanding the quality and scope of services. Meeting the needs of the community shows how important the question of the need of tourists to meet domestic and foreign tourism needs is the satisfaction of the needs of the population for excursion services, as well as the study of the international demand for import and export of services.

The results obtained during the study of the role and significance of domestic tourism in Turkey provide the following conclusions.

1. One of the new perspective spheres in the formation of the tourism industry. Currently, its share in GDP is 2.4% and its growth rates are rising every year.

2. Domestic tourism in Uzbekistan, despite its high potential, has a lower level of its use. Rich historical heritage of the country, architectural monuments, archeological excavations of international significance, nature, riches of flora and fauna and natural monuments testify to the fact that it has the potential to sharply develop this sphere.

3. Tourism is a source of income, a means to provide employment, a relaxing, aesthetic satisfaction.

It should be noted that in order to further develop the tourism industry in accordance with international requirements, certain progress is being made in the Republic of Uzbekistan to further expand the scope of activities of private tourist organizations and increase their economic efficiency. A number of normative-legal documents have been created and put into practice in order to support and stimulate the activities of small and private business entities.

At the same time, one of the most important issues is the development of domestic tourism and its economic efficiency. As a result of our research in the graduation qualification, as a result of the rapid development of tourism, a number of factors have been identified to increase the economic efficiency of tourism, and by studying these factors, we have developed the following recommendations to increase economic efficiency:

- Approximately 10% of their employees, with family members, annually to vacation (internal tourism) at the expense of off-budget funds by public authorities;
- Providing weekends (bushes) at the expense of the unused portion of the leave for travel and leisure;
- Approval of schedules for organization of tourist-travel types for officials of public authorities and other organizations annually till December 30.
- Collaboration with local tour operators to organize group tours;
- Providing the hotel with all types of transport, including accommodation and travel (flight) privileges;

- To develop domestic tourism based on slogans and programs of cities and villages in cities;
- Building of modern tourist clusters, their adaptation to international standards, attracting foreign investments;
- Creation of new innovative forms of tourist service with large foreign firms;
- Organization of training and retraining of highly qualified managers and entrepreneurs for the sector;
- Developing demand and supply dynamics in the global tourism market, and actively promoting growing demand for marketing and advertising;
- Development and implementation of tourist attraction mechanisms in tourist organizations;
- Strengthening cooperation in tourism with foreign countries.

The solution of these problems, finding solutions to them, is not a solution. For this purpose, the right choice of methods and mechanisms for solving them, the search for ways to satisfy the needs of tourists, the organization of high-performance services and their proper management, placement, , establishing and improving relationships with transport and other tourist activities, and improving relationships between service providers and tourists.

In general, domestic tourism is becoming one of the most profitable sectors of the Uzbek economy. This is a very important factor for us, the unique opportunities in our country, the political peace, and most importantly, the humanism and hospitality of our people.

In conclusion, it can be said that as a result of the development of domestic tourism, natural resources will be preserved. As far as possible, the social stability of the country will be ensured, and the income of the population will increase.

## ILOVALAR



**XIVA**

**BUXORO**

**TASHKENT**

**SAMARKAND**

*Tur paket ichida*  
*Shahar buylab unutilmas sayohat*  
*Çit xizmati*  
*Obidalarga kirish chiptalari*  
*Sovg'alar*

*BUXORO Sayohat 85000*  
*XIVA Sayohat 400 000*  
*TASHKENT Sayohat 85 000*  
*SAMARKAND Sayohat 55000*

**UZBEKISTAN**

O'ZBEKISTON BO'YLAB  
**SAYOHAT QIL!**

Chegirmalar va maxsus  
takliflar haqida batafsil



[www.uzbektourism.uz](http://www.uzbektourism.uz)



0 (371) **200-00-88**

O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish Davlat qo'mitasi

 **XIVA**