

Бухоро давлат университети магистрантларининг илмий мақолалар тўплами



2016

# ТАФАККУР ВА ТАЛҚИН

СБОРНИК НАУЧНЫХ ТРУДОВ МАГИСТРАНТОВ \* COLLECTION OF SCIENTIFIC ARTICLES OF BUKHARA STATE UNIVERSITY POST-GRADUATE STUDENTS



**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ**  
**ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**  
**БУХОРО ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ**

**ТАФАККУР ВА ТАЛҚИН**

*(Магистрантларнинг илмий мақолалар тўплами)*

**5**

© Бухоро давлат университети

**Бухоро- 2016 йил**



- ✓ ekoturizmning tarixiy, madaniy va boshqa turizm turlari bilan bog'liq rivojlantirilishi;
- ✓ davlat va mahalliy boshqaruv organlari, aholining ekoturizmdan manfaatdorligi;
- ✓ Vatanni asrab, rivojlantirishda milliy iftixorni shakllantirish zaruriyati.

## HUDUDiy TURIZMDA MAVSUMIY NOMUTANOSIBLIKNI KAMAYTIRISHNING TALABGA BOG'LIQ JIHLATLARI

**KURBANOVA M.X.** (*BuxDU magistr talabasi*)

**Аннотация:** Мақоллада О'zbekistonning turizm imkoniyati tahlili, turistik mavsumiylik masalasi yoritilib, mavsumni barqarorlashtirishning amaliy taklif va tavsiyalari berilgan.

**Аннотация:** В статье рассматриваются анализ туристического потенциала и сезонности Узбекистана, даны практические рекомендации по сезонной стабилизации туризма.

**Annotation:** The article deals with tourism potential and seasonality factors of Uzbekistan, provides practical recommendations for stabilizing tourism season of destination.

Bugungi kunda turizm sohasi O'zbekiston iqtisodiyotida alohida ahamiyat kasb etib, uning muhim tarmog'iga aylanmoqda. Mamlakatga potensial sayyohlarni jalb qilish maqsadida turistik tashkilotlar tashabbusi bilan har yili sayyohlar uchun turli tadbir va festivallar uyushtirilmoqda, yangi turistik yo'nalishlar taklifi yo'lga qo'yilmoqda. Buning natijasini BTT (Butunjahon Turizm Tashkiloti)ning statistik ma'lumotlarida yaqqol ko'rishimiz mumkin, ya'ni 2014-yilda turizm va sayyohlik sohasining O'zbekiston YalMidagi ulushi 3% (1.317.1 mlrd so'm)ni tashkil etgan. Biroq ushbu ko'rsatkichlarning yil sayin oshib borishiga qaramay O'zbekistonning turizm sanoati ham mavsumiylik, ya'ni *turistik talabdagi o'zgarishlar va taklifning muvozanatlashmaganligi* bilan xarakterlanadi.

Bilamizki, sayyohlar oqimi sayohatchining talabidan kelib chiqib, mintaqalar bo'ylab har bir destinatsiyaga turlicha tarqaladi. Bunday taqsimlanish natijasida mavsumiylik masalasi yuzaga keladi. Turistik mavsumiylik ilk marotaba 1975 yilda BarOnning tadqiqotlarida tilga olingan bo'lib, hozirgacha bu tushunchani mukammal tushunib, unga aniqlik kiritib, mavsumni barqarorlashtirish maqsadida turli izlanish olib borilib, chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda.

Mavsumiylikning kelib chiqish sabablari nimada? Nima uchun mavsumiylikka muammo sifatida qaralmoqda? Quyida ushbu savollarga batafsil izoh beriladi.

Avvalo, turistik talab va turistik mavsum tushunchalariga ta'rif berib o'tsak. Kanadalik professorlar Mathieson va Wall turistik talabni quyidagicha ta'riflagan: "Ish va istiqomat joyidan uzoqda sayohat qilayotgan yoki sayohat qilish istagida turistik qulayliklardan foydalanadigan kishilarning umumiy soni"[4]. Turistik talab va mavsumiylik o'zaro bog'liq tushunchalardir, chunki, mavsum talabning o'zgarishi bilan ifodalanadi. Misol uchun, yozda havo harorati isishi natijasida aksariyat sayohatchilarning dengiz sohillarida, tog'li hududlarda dam olishga bo'lgan talabi oshsa, ba'zi sayohatchilarda qorli zonalarda hordiq chiqarishga bo'lgan talab uyg'onadi. Ushbu sayyohlar o'z navbatida barcha turistik destinatsiyalarda mavsum yuqori yoki pastligini belgilab beruvchi omil sifatida namoyon bo'ladi.



Mavsum – muayyan hududning turizmi uchun maqbul (nomaqbul) davr [1, 250-bet]. Ushbu davr asosan yil fasllari, havo harorati o'zgarishi, taklif etiladigan turmahsulotlar assortimenti bilan ifodalanadi.

Tadqiqotchilar mavsumiylik tushunchasini quyidagicha izohlaydilar. Turizm sohasi professori Richard W. Butlerning fikriga ko'ra, mavsumiylik – bu tashrif buyuruvchilar soni, ularning sarf-xarajatlari, transport harakati darajasi, ish bilan bandlik va attraksionlarning to'lish koeffitsienti bilan ifodalanadigan, turizm sohasidagi vaqtinchalik nomutanosiblik [2, 6-bet]; Hartmann esa, turizm sohasi tabiatan mavsumiydir, deb ta'kidlagan. BTT mavsumiylikning quyidagi ta'rifini keltiradi: “destinatsiya qanchalik ixtisoslashgan bo'lsa, mavsumiylik ham shuncha yuqori bo'ladi. Faqatgina katta shahar markazlarida talabning xilma-xilligi tufayli mavsumiylik u darajada sezilmaydi”.

Mavsumiy turizm – yilning ma'lum bir vaqtida turistlarning aniq bir turistik hududlarga tashrifi [1, 250-bet]. Mavsumiy turizm ikki: **bir mavsumli** va **ikki mavsumli** turlarga ajratiladi. Bir mavsumli turizm - yilning ma'lum bir vaqtida, asosan, yozda yoki qishda tashrif buyuriladigan hududlarda uchrasa, ikki mavsumli turizm ham yozda, ham qishda turistlar oqimining ko'pligi bilan tavsiflanadi.

Sayyohlar oqimining yil bo'yi bir xil maromda kechmasligining sabablaridan biri destinatsiyada kuzatiladigan mavsum bo'lib, turistik tashriflar sonining o'zgaruvchanligi **mavsumiy tebranishlar** deb ataladi. Mavsumiy tebranishlar birlamchi (tabiiy) va ikkilamchi (sun'iy yoki antropogen) omillar tufayli yuzaga keladi [3, 3-4 betlar]. *Tabiiy omillarni*: ob-havoning o'zgarishi (qor ko'p yog'ishi natijasida yo'llarning yopilishi, yomg'ir suvlari, qirg'oqlarni yuvib ketishi), hududning jug'rofiy joylashgan joyi (sohil yaqinida, tog'li hududda, shaharda, shahar chetida), iqlim o'zgarishi (destinatsiyaning kunduzgi yorug'ligi davomiyligi, havo harorati) tashkil etadi.

*Sun'iy yoki bevosita inson ta'siri bilan bo'ladigan omillarga* – madaniyat, diniy, ijtimoiy hayotdagi o'zgarishlar, shuningdek, davlat siyosati kiritiladi. Turistik mavsumning antropogen omili tabiiy omildan turistik mavsumning sodir bo'lish vaqti aniqligi bilan farqlanadi. Mavsumning qay darajada bo'lishiga tabiiy-iqlimiy shart-sharoitlar bilan birga xalqaro, milliy va diniy bayramlar, ta'tillar, yirik tomoshalar va sport tadbirlari ta'sir ko'rsatishi ham aniqlanib, turistik faoliyatda sayohatning uyushtirilish vaqti va darajasiga ko'ra to'rt mavsumga ajratilgan:

1. *Eng yuqori mavsum (Pik mavsum)* – kishilarning rekreatsion faoliyatini tashkil qilishi uchun eng maqbul davr bo'lib, turistlar sonining maksimal darajada zichligi hamda hordiq chiqarish uchun qulay shart-sharoitlar bilan tavsiflanadi.
2. *Yuqori mavsum* – turistik mahsulot va xizmatlar uchun yuqori tarif taklif etiladigan, shuningdek, turistik bozorda ish faolligi ancha oshadigan davr.
3. *Quyiy mavsum* - turistik bozorda ish faoliyati pasayib, turistik mahsulot va xizmatlar uchun eng past narx taklif etiladigan davr.
4. *“O'lik” mavsum* – rekreatsion faoliyatini tashkil etish uchun eng noqulay vaqt (masalan, noqulay ob-havo sharoiti).

Mavsumiylik mamlakatga tashrif buyuruvchilar oqimi, ularning sarf-xarajatlari, turistik diqqatga sazovor joylarning gavjumligi va boshqa xususiyatlar bilan belgilanadi. Eng yuqori va yuqori mavsumlarda turistik markazlarning to'lish koeffitsienti haddan tashqari oshib ketib, narxlar ko'tariladi, bronlashtirish xizmatlari bir necha oy, hatto yil oldin ko'rsatiladi. Bu bosqich xalqaro miqyosda asosan, yozgi va qishki mavsumlarga to'g'ri kelib, ta'til va bayramlar (maktab/universitet yoki aholi/diniy), bo'sh vaqtning mavjudligi, sport musobaqalari uyushtirilishi tufayli biron hafta yoki oy davom etadi. Quyiy mavsumda esa, aksincha, tashrif buyuruvchilar soni kamayib, turistik xizmatlar va mehmonxona xizmatlarining narxлари pasayib ketadi. Bunday davrda marketing



tadbirlarini qo'llash, narxni pasaytirish, chegirmalar berish, yangi turpaketlar yaratib, turli tadbir va festivallar uyushtirish qo'l keladi.

O'zbekistonda mavsumiylik masalasini mintaqaviy darajada tahlil qiladigan bo'lsak, u respublikada viloyatlarning joylashgan o'ri, turistik potentsiali, ixtisosligiga qarab, har bir regionga turli yil oy/kunlari to'g'ri keladi. Misol uchun, yuqori turistik mavsum bahor va kuz oylariga to'g'ri kelib, yuqori turistik oqim, mehmonxonalarning to'lish koeffitsienti zichligi bilan tavsiflanadi; 15-iyundan 15-avgustgacha bo'lgan davr o'rta mavsum bo'lib, tashrif buyuruvchilar soni nisbatan kamayadi; qishning yanvar va fevral oylari esa hudud turizm sanoati (madaniy turizm yo'nalishi)da "o'lik" mavsum sanalib, noqulay ob-havo sharoiti tufayli sayohatchilar deyarli ko'zga tashlanmaydi.

Mamlakatimizning turizm sanoatida turistik mavsum hal qilinishi lozim bo'lgan asosiy muammo sanaladi, sababi turistik xizmat ko'rsatuvchi korxonalar va tashkilotlar yil bo'yi bir maromda faoliyat ko'rsata olmaydi. Buning eng asosiy omillaridan biri noqulay ob-havo sharoiti bo'lsa, ikkinchisi bunday sharoitga mos taklifning mavjud emasligidir. Natijada ushbu mavsumiy tebranishlar sohada mehnat bilan band aholining mavsumiy ish bilan bandligi, turistik korxonalar doimiy xarajatlarining qoplanmasligi, infratuzilma, turistik xizmat ko'rsatuvchi obyektlarning bir xilda saqlanmasligi, attraksionlar to'lish koeffitsienti pastligi kabi muammolarni keltirib chiqaradi. Mazkur hududda ushbu muammolarni qisman bo'lsada bartaraf etish maqsadida quyidagi takliflarni amalda qo'llash maqsadga muvofiq bo'ladi:

Avvalo, potentsial sayyohlarga yo'naltirilgan marketing faoliyatini olib borish. Vaholanki, korxonalar muvaffaqiyatining bosh kaliti marketing va oqilona narx siyosati bo'lib hisoblanadi. Sayyohlarni destinatsiyaga jalb qilishda kommunikatsiya siyosati, ayniqsa, talabni shakllantirish va sotuvni rag'batlantirish, reklama asosiy maqsad qilib belgilanadi. Aynan rivojlangan davlatlarda turistik korxonalar daromadining ancha qismi ham reklamaga ajratiladi.

Ikkinchidan, yangi turistik yo'nalishlarni ochish va ularni turistik paket sifatida taqdim etish, turizmning yangi turlariga asos solish, mavjudlarini takomillashtirib, uzoq muddatli turlarga aylantirish. Bu borda respublikamiz katta potentsialga ega, masalan, Surxondaryo o'z imkoniyatlarini speleoturizmga namoyon etib, uni nafaqat mahalliy, balki xorijiy sayyohlar orasida ham keng qo'llashi mumkin. Yoki Buxoroda faqatgina madaniy turizmga bog'lanib qolmasdan Event turizm, MICE (Meetings - Uchrashuvlar, Incentives - Korporativ marosimlar, Conferences - Konferensiyalar, Events (Exhibitions) - Tadbir (Ko'rgazmalar)) turizm, hozirda keng takliflari yo'lga qo'yilayotgan ekoturizm, vino turizmi, tibbiy turizmni ham birgalikda olib borish mumkin. Natijada, yil davomida turistik tadbir va marosimlarni uyushtirish orqali sayyohlarning tunash muddatining uzayishiga erishiladi.

Hududga faqat katta yoshdagi sayyohlarni emas, balki yoshlarni ham jalb qilish, ichki turizmni rivojlantirish maqsadida yangi attraksionlar faoliyatini yo'lga qo'yish ham yuqorida ta'kidlab o'tilgan muammolarni bartaraf etilishini ta'minlaydi.

Xulosa qilib aytish mumkinki, turistik mavsumning turlarini, turistik talabga bog'liqligini hisobga oladigan bo'lsak, destinatsiyada turizmning yangi yo'nalishlari qancha ko'p taklif etilsa, differensiallashgan turpaketlar yaratilib, sayyohlarning uzoq muddatli tunashlari amalga oshirilsa mavsumiylik muammosi sezilarli darajada barqarorlashadi.

#### Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Аванесова Г.А., Воронкова Л.П., Маслов В.И., Фролов А.И. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник/ Т 86, - М.: Аспект Пресс, 2002. – 367 с. ISBN 5-7567-0266-0



2. R. W. Butler "Seasonality in tourism: issues and problems", in Seaton et al., Tourism - The State of the Art, (Chichester: Wiley) 1994, pp. 332-339.
3. Christine Lee, Sue Bergin-Seers, Graeme Galloway, Barry O'Mahony and Adela McMurray. Seasonality in the tourism industry: impacts and strategies. Australia. 2008
4. <http://www.booksite.elsevier.com/.../Chapter%20%20-20The%20Geograph> [4.02.2016]

## **IJTIMOYIY TURIZMNING NAZARIY ASOSLARI VA XALQARO TAJRIBA**

**IBRAGIMOV N.S. (ILMIY RAHBAR: I.F.N)**

**QILICHOV M. H. (BuxDU magistr talabasi)**

Yurtimizda turizm sohasiga berilayotgan e'tiborning oshishi hukumatimiz tomonidan soha uchun soliq imtiyozlari hamda takomillashgan huquqiy ba'zani yaratib berayotganligida o'z aksini topmoqda. Jumladan, 2014-yil 13-martda O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining "Turizm faoliyatini amalga oshirish va litsenziyalash tartibini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi qarori, fikrimizga dalil bo'la oladi. Ushbu qarorga ko'ra, mehmonxona xizmatlari sirasiga milliy mehmon kutiladigan uylarni kiritish belgilanib, ular *milliy uylar* nomi bilan ish yuritmoqdalar. Shuningdek, ichki turistik oqimga xizmat ko'rsatishni rejalashtirayotgan tadbirkorlarga litsenziyalar berishning soddalashtirilgan tartibi joriy etildi.<sup>1</sup>

Aholini sog'lomlashtirish chora-tadbirlari jadal olib borilib, mamlakat aholisining sog'ligini qayta tiklash va madaniy hordiq olishi uchun xizmat qilmoqda. Masalan, Respublika kasaba uyushmalari tizimidagi sanatoriylar va dam olish uylarida 2015-yil davomida 107100 nafar mehnatkash va ularning oila a'zolari sog'lomlashtirildi. Ulardan 47696 nafari imtiyozli va 2140 nafari bepul yo'llanmalar asosida o'z salomatligini mustahkamladi. Mazkur ko'rsatkichlar 2014 yilga nisbatan 101,5 foizni tashkil qildi. Shuningdek, 2015-yilda 15 ta sanatoriyalarda 1941-1945 yillardagi urush va mehnat fronti faxriylari uchun alohida bo'limlar ochilib, ular uchun barcha zarur shart-sharoitlar va qo'shimcha qulayliklar yaratildi. O'tgan yil davomida kasaba uyushma sanatoriylarida 5 ming nafarga yaqin urush va mehnat fronti faxriysi davlat budjeti hisobidan salomatligini tikladi. Bundan tashqari, tizimdagi sanatoriylar atrofida joylashgan mahallalarda yashovchi 1722 nafar keksalar har tomonlama tibbiy tashxisdan o'tkazilib, ambulator sharoitda sog'lomlashtirildi.<sup>2</sup> Ushbu ko'rsatkichlar O'zbekistonda ijtimoiy turizmning salmog'i yuqori ekanligidan dalolat beradi.

*Ijtimoiy turizm* tushunchasi ikkinchi jahon urushidan so'ng Yevropada demokratik jamiyat shakllanishi bilan bog'liq. O'sha davrda "Ommabop turizm" (popular tourism) va "Turizm hamma uchun" (tourism for all) atamalaridan birini tanlashga ikkilangan asoschilar dunyoning ko'p tillariga oson tarjima qilinadigan va ijtimoiy layoqatga mos keladigan oddiy iborani tanladilar va u **ijtimoiy turizm** deb ataladi. Ijtimoiy turizmga ilk marotaba professor W. Hunziker tomonidan quyidagicha ta'rif berilgan: "Turizm – bu o'zining kichik aylanma sotib olish qobiliyati va o'zining foydaga oson erishish imkoniyatiga ega bo'lib, ortiqcha iqtisodiy qiyinchiliklarsiz kechishi bilan xarakterlanadigan faoliyatdir".<sup>3</sup>

<sup>1</sup>[http://lex.uz/pages/getpage.aspx?lact\\_id=2359268](http://lex.uz/pages/getpage.aspx?lact_id=2359268)[14.02.2016]

<sup>2</sup><https://kasaba.uz/hordiq-va-shifo-uigunlikda/> [14.02.2016]

<sup>3</sup>Iordache Carmen Maria, Article: Implications of the social tourism on quality of life. 2012 y



<b>ТУРИЗМ (ХАЛҚАРО ВА ИЧКИ ТУРИЗМ)</b>	
<b>FARMANOV E.</b> Buxoroda turizm infratuzilmasini rivojlantirish yo'llari .....	138
<b>DJAFAROVA N.A.</b> Turizm statistikasining vujudga kelishi va uning jahon iqtisodiyotida tutgan o'rni .....	142
<b>RUZIYEVA G.F.</b> O'zbekistonda turistik erkin iqtisodiy hududlar yaratishning ahamiyati va amaliy asoslari .....	145
<b>ДЖАББАРОВ И.</b> Перспективы использования мобильных технологий в индустрии гостеприимства .....	148
<b>РАХМАТОВ F.B.</b> O'zbekistonda turizmni barqaror rivojlantirishda ekoturizmning o'rni .....	151
<b>KURBANOVA M.X.</b> Hududiy turizmدا mavsumiy nomutanosiblikni kamaytirishning talabga bog'liq jihatlari .....	152
<b>IBRAGIMOV N.S., QILICHOV M.H.</b> Ijtimoiy turizmning nazariy asoslari va xalqaro tajriba .....	155
<b>QILICHOV M. H.</b> Ichki turizmni rivojlantirishda mavjud resurslardan foydalanish istiqbollari. "og'itmaning issiq tarovati"-rekreatsion loyihasi .....	160
<b>UMIROV J.</b> Turizmда tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish va boshqarishning strategik yo'nalishlari .....	162
<b>SHARIFOVA SH.</b> Backpackerlar kim va ular yoshlar turizm bozorida qanday o'rin tutadi? .....	165
<b>ИХТИОЛОГИЯ ВА ГИДРОБИОЛОГИЯ</b>	
<b>YULDOSHOV L.T., TESHAYEVA D.R.</b> Buxoro viloyati zarafshon baliqchilik xo'jaligi hovuzlarida o'suvchi mikroskopik va yuksak suv o'simliklari .....	174
<b>КИМИЁ</b>	
<b>СЕВИНЧОВ Н.Г., ҒАНИЕВ Б.</b> Абу Наср Форобий – қомусий олим, "Шарқ Аристотели" .....	168