

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

**BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI  
MAGISTRATURA BO`LIMI**

**Qo`lyozma huquqida**

**UDK**

**ERGASHEVA AZIZA FARMONOVNA**

**“TURIZM BIZNESIDA SAMARADORLIKNI OSHIRISH YO`LLARI  
(MILLIY HUNARMANDCHILIK MISOLIDA)”**

**5A 610301 - TURIZM (FAOLIYAT TURLARI BO`YICHA)**

**Magistr**

**akademik darajasini olish uchun yozigan**

**dissertatsiya**

**Ilmiy rahbar**

**i.f.n., dotsent H.R. Hamroyev**

**BUXORO-2018**

**Dissertatsiya Buxoro davlat universiteti**

**“Turizm” kafedrasida bajarilgan**

**Ilmiy rahbar**

\_\_\_\_\_

Imzo

\_\_\_\_\_

Ilmiy darajasi va unvoni, familiyasi ismi sharifi

**Rasmiy opponent**

\_\_\_\_\_

Imzo

\_\_\_\_\_

Ilmiy darajasi va unvoni, familiyasi ismi sharifi

**Kafedra mudiri**

\_\_\_\_\_

Imzo

\_\_\_\_\_

Ilmiy darajasi va unvoni, familiyasi ismi sharifi

**Magistratura bo`limi boshlig`i**

\_\_\_\_\_

Imzo

\_\_\_\_\_

Ilmiy darajasi va unvoni, familiyasi ismi sharifi

**Magistrant**

\_\_\_\_\_

Imzo

\_\_\_\_\_

Familiyasi ismi sharifi

**Buxoro davlat universiteti “Turizm” fakulteti**  
**5A 610301 - Turizm (faoliyat turlari bo`yicha) yo`nalishi**  
**2-bosqich magistranti Ergasheva Azizaning “Turizm biznesida**  
**samaradorlikni oshirish yo`llari (milliy hunarmandchilik misolida)”**  
**mavzusidagi magistrlik dissertatsiyasiga**

**ANNOTATSIYA**

Prezident Shavkat Mirziyoyev rahbarligida 2017 yil 22 dekabr kuni Toshkent shahridagi Simpoziumlar saroyida videoselektor yig`ilishida bir yillik faoliyati bo`yicha 2017 yilda amalga oshirilgan asosiy ishlar yakuni va O`zbekiston Respublikasini 2018 yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning eng ustuvor yo`nalishlariga bag`ishlangan murojaatnomasida “Hozirgi kunda milliy iqtisodiyotga yuqori daromad keltiradigan istiqbolli tarmoqlardan biri – bu turizmdir. O`zbekiston turizm sohasida ulkan salohiyatga ega bo`lgan davlat hisoblanadi. Yurtimizda 7 ming 300 dan ortiq madaniy meros obyektlari mavjud va ularning aksariyati YuNESKO ro`yxatiga kiritilgan.

Shu bilan birga, mamlakatimizning betakror tabiati, go`zal dam olish zonalarini imkoniyatlaridan foydalanib, yangi turistik yo`nalishlar ochish mumkin. Bu sohaga jahon brendlarini faol jalb etgan holda, biz ziyorat turizmi, ekologik, ma`rifiy, etnografik, gastronomik turizm va bu sohaning boshqa tarmoqlarini rivojlantirishga alohida e`tibor qaratishimiz zarur. Bu borada davlat-xususiy sheriklik munosabatlarini qo`llash sohani taraqqiy ettirishda keng imkoniyatlar ochishini hisobga olishimiz lozim” deb ta`kidlab o`tdi.

Turizm — iqtisodiyotning muhim tarmoqlaridan biri bo`lib, mavjud imkoniyatlardan samarali foydalangan holda, ushbu tarmoqni yanada takomillashtirish zarur, buni davrning o`zi taqozo etmoqda. O'zbekiston ham sayohat, ham ziyorat uchun qulay mamlakat. Chunki ona zaminimizda butun dunyoga ma`lum va mashhur bo'lgan ajdodlarimiz mangu qo'nim topgan. Ular qoldirgan boy ma`naviy-madaniy merosga xalqaro maydonda qiziqish juda katta.

2017 yilning 9 oyi yakuniga ko'ra, qariyb 1 million 800 ming sayyoh yurtimizga kelganligi qayd etildi. Bu 2016 yilning mos davriga nisbatan 17 % ko'pdir. Mamlakatimizda sayyohlik xizmatlari eksporti ham 17 % ko'payib, 1 milliard 86 million dollarni tashkil qilgan. Yil oxiriga qadar mamlakatimizga tashrif buyuruvchi sayyohlar soni 2,5 milliondan oshishi kutilmoqda.

Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyevning 2016 yil 2 dekabrda «O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida»gi farmoni turizm tarmog'ini jadal rivojlantirishni ta'minlash, turizmga iqtisodiyotning strategik sektori maqomini berish, mintaqalarda turizm salohiyatidan samarali foydalanishda muhim omil bo'lmoqda.

2012 yilning birinchi yarim yilligida O'zbekistonda turizmdan tushgan daromad YaIMga nisbatan 1,5%dan oshmadi, vaholanki boshqa mamlakatlarda ushbu ko'rsatkich YaIMning 10 dan 45 foizgachasini tashkil etadi. Ayni chog'da turistlar oqimining asosiy qismi mamlakatimizning bosh turistik markazlari — Samarqand, Buxoro va Xiva shaharlariga to'g'ri kelmoqda. Ammo, mamlakatimizning bir qator istiqbolli mintaqalari infratuzilmasini tizimli rivojlantirishga yetarlicha e'tibor qaratilmagan.

Buxoroning turistik imkoniyatlarini keng terqib qilish, xalqimizning boy madaniy-ma'rifiy merosi, urf-odatlari va an'analari, milliy hunarmandchiligi, tasviriy va amaliy rivojlantirish maqsadida viloyatda keng ko'lamli ishlar amalga oshirilmoqda, ammo turizm biznesida samaradorlikning ko'rsatkichlari hali qoniqarli darajada emas.

Ushbu dissertatsiya ishida turizm biznesida samaradorlikni milliy hunarmandchilik orqali ko'tara olish bo'yicha takliflar berilgan. Turizm sohasida, umuman boshqa sohalarda ham soha rivojlanishi yoki inqirozini ko'rsatuvchi asosiy ko'rsatkichlardan biri samaradorlik ko'rsatkichlari hisoblanadi. Shu ko'rsatkichlar orqali sohaning, iqtisodiyotning mavqei haqida biror –bir to'xtamga kelish osonroq bo'ladi.

Turizm biznesida samaradorlikning tashkiliy, iqtisodiy, ijtimoiy, texnologik, psixologik, huquqiy, ekologik, axloqiy va siyosiy kabi turlari mavjuddir.

Turistik biznesida turizm samaradorligini oshirishning asosiy yo'nalishlari quyidagilardir:

- turizm jarayonida ilmiy va texnik yutuqlardan foydalanish;
  - turistik korxonalarda operatsion xarajatlarni kamaytirish;
  - turistik mahsulot sifatini yaxshilash;
  - moddiy-texnika bazasini rekonstruktsiya qilish va modernizatsiya qilish;
  - turistik hududlarda asosiy va qo'shimcha xizmat turlarini ko'paytirish;
  - turistik kompaniyaning reklama faoliyati samaradorligini oshirish;
  - turizmning umumiy rentabelligini va mehnat unumdorligini oshirish.
- shuningdek, turistik korxonada investitsiya jarayonlarini boshqarish kabilar.

Ushbu dissertatsiya ishida Hindiston va Iordaniyada milliy hunarmandchilikning ahamiyati, ularning o'ziga xos xususiyatlari tahlil qilingan. Buxoro hududida va respublika miqyosida milliy hunarmandchiligimizning holati statistik ko'rsatkichlar yordamida yoritib berilgan. Amalga oshirilgan tahlillar natijasida nazariy va amaliy takliflar berilgan. Milliy hunarmandchiligimizning rivojlanishida "Ipak va ziravorlar festivali"ning o'rni alohida ta'kidlab o'tilgan.

Milliy hunarmandchilik samaradorligini oshirishda dissertatsiya ishida ishlab chiqilgan milliy hunarmandchilikni rivojlantirish strategiyasidan kelajakda foydalanilsa samaradorlik ko'rsatkichlari ancha yuqori bo'lishi mumkin.

Ushbu dissertatsiya ishida milliy hunarmandchilik mahsulotlari realizatsiyasini qo'llab-quvvatlash, hunarmandlar ishlab chiqargan mahsulotlarini xalqaro talablarga (sifat, tendentsiyalar, dizaynlar) moslashtirish bo'yicha hunarmandlar salohiyatini oshirish va mahsulotlarini turistik bozorlarga bog'lash, hunarmandlar daromadlarini oshirish, hunarmandlar va turizm bozorlari o'rtasida barqaror biznes aloqalarini rivojlantirish uchun nou-xau bilan trenerlarga yordam berish, milliy ko'rgazmalar tashkil etish orqali mahsulotlarni sotishga

ko'maklashish, iste'molchiga asl mahsulotni sotib olish uchun imkoniyatlarni taqdim etish, hududningning turli qismlarini bir soyabon ostida birlashtirish, marketing infratuzilmasini yaratishga ko'maklashish, brendning rivojlanishini rag'batlantirish, texnologik rivojlanish va hunarmandlar o'rtasida taraqqiyotning xabardorligini oshirish, ishlab chiqarish sohasining sifati va samaradorligini oshirish maqsadida Buxoro shahri hududida "Hunarmandlar" savdo majmuasini tashkil etish loyihasi ishlab chiqilgan.

"Hunarmandlar" savdo majmuasiga quyidagi vazifalari yuklatilgan: ko'rgazmalar, tadbirlarni tashkil etish, hunarmandchilik mahsulotlari savdosini amalga oshirish, muzey tashkil etgan holda, qadimiy hunarmandchilik yodgorliklarini namoyish etish, choyxonalarda, favvora atrofida turistlarning hordiq chiqarishini tashkil etish va turistlarda hudud haqida yaxshi ta'asurotlar qoldirish.

Shofirkin, G`ijduvon va Buxoro tumanlarida craft turizmning yaratilishi ham kelajakda hududda samaradorlikni ko'tarishda turtki bo'lsa ajabmas.

Ushbu dissertatsiya ishining asosiy maqsadi viloyatda milliy hunarmandchilikni yanada rivojlantirish, o'zbek hunarmandlarining xorijiy mamlakatlar orasidagi nufuzini oshirish, hunarmandlar orasida o'zaro hamkorlikni yaxshilash, hunarmandlar tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlar va yaratilgan asarlarning sotilishiga ko'maklashish orqali turizmga samaradorlikni oshirishdan iborat.

## ANNOTATION

**to Master's Dissertation work of Ergasheva Aziza–2<sup>nd</sup> year Master's Degree student of Faculty of Tourism, 5A610301 -Tourism (the types of activities) Department of Bukhara state university on the theme of “Ways to increase efficiency in the tourism business (on the example of national crafts)”**

Under the leadership of President Shavkat Mirziyoev at the video-conference hall of the Symposiums Palace in Tashkent on December 22, 2017, the main results of one-year work in 2017 and the address of the President of the Republic of Uzbekistan addressing the most important directions of socio-economic development in 2018 "One of the perspective sectors of the national economy that brings high profits today is tourism. Uzbekistan is a country with great potential in tourism. There are more than 7,300 cultural heritage sites in the country, and most of them are included in the list of UNESCO.

At the same time, it is possible to open new tourist routes using the unique nature of our country and the opportunities of the beautiful recreation zones. With active involvement of global brands in this field, we have to pay special attention to the development of tourism, ecological, educational, ethnographic, tourism and other sectors of the industry. We must take into account that the use of public-private partnerships opens up broad opportunities for the development of this sphere."

Tourism is one of the most important sectors of the economy, and it is necessary to further improve this sector, effectively using the existing opportunities. Uzbekistan is also a convenient place to travel and visit. Because our Motherland has been famous throughout the world for ever and ever. The rich cultural and cultural heritage left by them is of great interest to the international arena.

It is noted that in the first 9 months of 2017 about 1 million 800 thousand tourists arrived in our country. It is 17% more than in the corresponding period of

2016. Exports of tourist services in our country also increased by 17% and amounted to 1 billion 86 million dollars. By the end of the year, the number of tourists visiting our country is expected to exceed 2.5 million.

The Decree of the President of the Republic of Uzbekistan "On Measures to Ensure the Further Development of the Tourism Industry of the Republic of Uzbekistan" as of December 2, 2016, stipulates the accelerated development of the tourism sector, promotes tourism as a strategic sector of the economy, is an important factor in effective use.

In the first half of 2012, tourism revenues in Uzbekistan did not exceed 1.5% of GDP, while in other countries this figure is between 10% and 45% of GDP. At the same time, most of the tourists flows to the main tourist centers of the country - Samarkand, Bukhara and Khiva. However, the systematic development of the infrastructure of a number of promising regions of our country is not paid enough attention.

A wide range of activities are being carried out in the region in order to promote the tourist potential of Bukhara, rich cultural and educational heritage, customs and traditions, national craftsmanship, visual and practical development of the country, but the efficiency of tourism business not yet satisfactory.

This dissertation gives suggestions on the efficiency of tourism in the tourism industry through national craftsmanship. Indicators of efficiency in the field of tourism, and in other areas, are one of the main indicators of the sector's development or crisis. Using these indicators, it is easier to get any concession about the status of the industry or the economy.

There are organizational, economic, social, technological, psychological, legal, ecological, ethical and political aspects of efficiency in tourism business.

The main directions of tourism development in tourist business are:

- use of scientific and technical achievements in tourism;
- reduction of operating costs in tourist enterprises;
- improving the quality of tourist goods;



- reconstruction and modernization of material and technical base;
- increase of basic and additional services in tourist areas;
- increasing the efficiency of the advertising business of the tourist company;
- increasing the overall profitability and productivity of tourism.
- as well as investment management in a tourist enterprise.

The significance of national craftsmanship in India and Jordan is analyzed in this dissertation. The status of our national crafts in the Bukhara region and throughout the republic was covered by statistical indicators. As a result of the analyzes, theoretical and practical recommendations were presented. The role of "Silk and Spice Festival" in the development of national crafts has been emphasized.

The national craft development strategy, developed in the dissertational work to improve the effectiveness of national craftsmanship, will be used more effectively in the future. to support the realization of national handicraft products, increase the craftsmanship capacities of the craftsmen to adapt their products to international standards (quality, trends, designs) and to promote their products to tourist markets, helping trainers know how to develop sustainable business relations between craftsmen and tourism markets, helping sell products through national exhibitions, and providing consumers with the opportunity to buy original products, promoting the development of marketing infrastructure, promoting the brand's development, raising awareness of technological developments and craftsmanship, improving the quality and effectiveness of the manufacturing industry The Hunarmandlar shopping center has the following tasks: organization of exhibitions, events, trade in crafts, museums, demonstration of ancient crafts monuments, tea houses, arranging tourists around the fountain and giving tourists a good view of the area.

It is not surprising that the creation of craft tourism in Shafirkinsk, Gijjduvan and Bukhara will be an impetus for increasing productivity in the region.

The main purpose of this dissertation is to increase the effectiveness of tourism in the region by further development of national crafts, increase the prestige of Uzbek craftsmen in foreign countries, improve cooperation among artisans, and promote the sale of craftsmen and products.

## Mundarija:

<b>Kirish</b> .....	12
<b>I bob. Turizm biznesida samaradorlikning nazariy asoslari</b> .....	20
1.1. Turizm biznesida samaradorlik tushunchasi va uning iqtisodiy mohiyati ...	20
1.2. Turizm biznesida iqtisodiy samaradorlik ko`rsatkichlari tizimi.....	28
1.3. Turizm biznesida samaradorlikni oshirish yo`llari.....	38
<b>I bob bo`yicha xulosa</b> .....	44
<b>II bob. Milliy hunarmandchilikning turizmga tutgan o`rni</b> .....	46
2.1. Hunarmandchilikning turizm sanoatida tutgan o`rni.....	46
2.2. Hindistonda milliy hunarmandchilikning turizmga tutgan o`rni.....	58
2.3. Iordaniyada milliy hunarmandchilikning turizmga tutgan o`rni .....	69
<b>II bob bo`yicha xulosa</b> .....	77
<b>III bob. Turizm biznesida milliy hunarmandchilikning samaradorligini oshirish yo`nalishlari</b> .....	79
3.1. Buxoro viloyatida milliy hunarmandchilikning turizmga tutgan o`rni.....	79
3.2. Milliy hunarmandchilikning samaradorligini oshirish bo`yicha amalga oshirilayotgan ishlar tahlili.....	87
3.3. Milliy hunarmandchilik samaradorligini oshirish yo`llari.....	100
<b>III bob bo`yicha xulosa</b> .....	107
<b>Xulosa va takliflar</b> .....	109
<b>Adabiyotlar ro`yxati</b> .....	115
<b>Ilovalar</b> .....	130

## **Kirish**

Yurtimiz mustaqilikka erishgandan so'ng, barcha sohalar qatori turizm sohasida ham yangi imkoniyatlar eshigi ochildi. Turizmda yangi o'ziga xos yo'nalish tanlanib, zamon talabiga moslashtirildi. Turizm davlatning asosiy iqtisodiy richaglaridan biriga aylanib bormoqda. Bu sohada qilinayotgan ishlar e'tiborga mollik.

O'zbekiston juda katta turistik potensialga ega mamlakat, Yurtimiz nafaqat Markaziy Osiyo mintaqasida, balki butun dunyoda turizmning asosiy markazlaridan biriga aylanib bormoqda. So'ngi 5–6 yil ichida O'zbekistonda turizm sohasi jadal sur'atlar bilan rivojlanib bormoqda. Bunga har tomonlama keng yo'l ochib berilayotganligi va imkoniyatlarning yetarliligi asos bo'lmoqda. Endilikda zamonaviy turizmni rivojlantirish strategiyasini tadbiiq etgan holda, turizmni yanada yuqori pog'onalarga olib chiqish asosiy vazifa hisoblanadi. Bunda xorij tajribasi muhim rol o'ynaydi.

Turizm biznesi milliy iqtisodiyot manfaatlari uchun ko'plab iqtisodiy mevalar olishga qodir. Dunyo bo'ylab ko'pgina hukumatlar turizm biznesi yalpi ichki mahsulotni o'z ichiga oladi, shuningdek, ushbu sektorda davlat investitsiyalari xarajatlarini tahlil qiladi. Sektor tadbirlar ta'minot zanjiri sohasida, doimiy ravishda va vaqtinchalik ishlarning ko'plab qismini ishlab chiqaradi, bu bilan birgalikda xizmatlarga qo'shimcha ravishda tashkillahtiradi va boshqaradi. Ko'plab mamlakatlar o'z fuqarolariga ish bilan ta'minlashda turizm biznesiga tayanadi. Masalan, Avstraliyaning Melburn shahridagi aholi soni 4 millionga yaqin bo'lib, ularning 22 mingdan ortig'i turizm biznesida ishlaydi.

**Ishning dolzarbligi.** Hozirgi kunda mamlakatimizda 4 ta turistik hudud tashkil etilgan bo'lib, Buxoro viloyati ham bu tuzilmaga alohida ahamiyatga ega. Ayniqsa Buxoro viloyati tarixiy-madaniy turizmni rivojlantirishda juda katta potensialga ega. Viloyatimizda mavjud bo'lgan xalq hunarmandchiligining xilma-xil turlari, tarixiy obidalar o'ziga xos milly urf odatlar, xorijiy turistlarni jalb qilish uchun noyob turistik obye`kt bo'lib xizmat qilib kelmoqda.

Turizmni rivojlantirishda hunarmandchiligimiz nechogʻlik muhim ekanligi, bu yoʻl bilan chet ellik sayyohlarni koʻproq jalb etish mumkinligi rejasini ishlab chiqish, yarmarkalar, koʻrgazma va mahorat darslarini tashkil etish orqali turizm biznesida samaradorlikni oshirish ushbu mavzuning dolzarbligini izohlaydi.

**Magistrlik dissertatsiyasining tadqiqot obʻyekt va predmeti.** Buxoroda mavjud hunarmandchilik turlari, hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqaruvchilari, shuningdek hunarmandlar faoliyat olib borayotgan hudud hisoblanadi.

Milliy hunarmandchilik samaradorligini oshirish maqsadida ishlab chiqiladigan strategiyalar, qoʻllaniladigan innovatsion loyihalar, turistik tadbir va dasturlar ilmiy tadqiqot predmeti hisoblanadi.

**Ishning maqsadi va vazifalari.** Ishning maqsadi turizm biznesida, yaʼni milliy hunarmandchiligimizda samaradorlikni oshirishning innovatsion yoʻllarini nazariy jihatdan asoslab, amaliy taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Ushbu maqsaddan kelib chiqib bir necha vazifalarni amalga oshirish koʻzda tutiladi:

Turizm biznesida samaradorlik tushunchasi va uning iqtisodiy mohiyatini nazariy asoslab berish;

- TURIZM biznesida iqtisodiy samaradorlik koʻrsatkichlar tizimini yoritish;
- Hunarmandchilikning turizm sanoatida, Hindiston va Iordaniya kabi davlatlarda hunarmandchilikning turizmga tutgan oʻrnini tahlil qilib, hududga mos hunarmandchilik turlarini aniqlash;
- Milliy hunarmandchiligimizning samaradorligini oshirish boʻyicha amalga oshirilayotgan ishlar tahlili;
- Hukumatimizning sayyohlarni jalb qilish uchun olib borayotgan siyosatini, Oʻzbekistonda faoliyat olib borayotgan hunarmandlarni yanada qoʻllab-quvvatlash strategiyasini nazariy asoslab taklif berish;
- Hunarmandchilikda samaradorlikni oshirishda hunarmandchilikning yangi turlarini tadbir etish;

- Buxoro viloyati hududida milliy hunarmandchilikning samaradorligini oshirishning innovatsion loyiha va dasturlarini ishlab chiqish.

**Magistrlik dissertatsiyasining ilmiy izlanishlaridagi asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:**

- Hududda milliy hunarmandchilikning rivojlanish holatini o`rganish;
- Buxoroda turizmni rivojlantirishda hunarmandchilikni ravnaq topish strategiyalarini ishlab chiqish;
- O`zbekistonda milliy hunarmandchilikning rivojlantirish bosqichlarini o`rganib, ayni paytdagi holatini izohlash va ushbu sohaning zaif tomonlarini ilmiy-amaliy asosda tushuntirib berish;
- Milliy hunarmandchilikning samaradorligini oshirish maqsadida takliflar ishlab chiqish.

**Tadqiqot metodlari.** O`zbekiston Respublikasining sohaga oid qonunlari, farmon va qarorlari, Vazirlar mahkamasining qarorlari, O`zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo`mitasi tomonidan ishlab chiqilgan me`yoriy hujjatlar, turizmni rivojlantirish Davlat qo`mitasi Buxoro viloyat boshqarmasi qonunlari kabilarga tayaniladi. Unda guruhlash, SWOT-tahlil, analiz va sintez kabi usul va uslublardan foydalaniladi.

**Ishning yangiligi.** Ushbu dissertatsiya hududning mavjud va istiqboldagi tashkiliy-huquqiy normativlari, dasturlari, rejalariga asosan xorijiy va mahalliy sayyohlar oqimini ko`paytirishda Buxoro viloyatida mavjud bo`lgan turistik resurslardan samarali foydalangan holda hududda samara beradigan hunarmandchilikning ayrim turlarini joriy qilish, har xil segmentdagi sayyohlarni jalb qilishda keng assortimentli savdo majmuasini tashkil etishni, tadbir va marosimlar ishlab chiqishni taklif etadi.

Jumladan, Buxoro shahri hududida “Hunarmandlar” savdo majmuasini tashkil etib, u yerda hududda mavjud 34 xil yo`nalishda faoliyat yuritib kelayotgan hunarmandlar uchun o`z hunarmandchilik mahsulotlarini sotish, ularni muzey orqali ota-bobalirimizdan qolib kelayotgan meros ekanligini namoyish etish

uchun shart-sharoitlarni yaratib berishga qaratilgan. Mavjud imkoniyatlar darajasida, yaratilayotgan imtiyozlar orqali turistlar orasida xaridorbop hunarmandchilik mahsulotlarini yangi ilg`or texnologiyalarni jalb etish asnosida ishlab chiqarish kerakligini ta`kidlab, G`ijduvon, Shofirkon va Buxoro tumanlarida craft turizmni tashkil etishdan iborat.

### **Ilmiy ishning amaliy ahamiyati.**

Dissertatsiya ishida yoritilgan barcha uslubiy va amaliy tavsiyalar turizm sohasida hunarmandchilik va hunarmandchilik mahsulotlarining o`ziga xos xususiyatlarini ochib berish orqali turizm samaradorligini oshirish yo`nalishlarini aniqlash uchun xizmat qilishi mumkin.

Shuningdek, Buxoroning turistik destinatsiyaga aylanishida undagi mavjud barcha imkoniyatlardan to`laqonli foydalanib, noodatiy innovatsion loyihalarni taklif etish orqali turistik tashriflarning yillik oqimini ta`minlash imkoniyatiga ega bo`linadi.

**Dissertatsiya ishi bo`yicha chop etilgan ilmiy ishlar:** Ilmiy tadqiqot natijasi bo`yicha 4 ta ilmiy maqolalar, shu jumladan, 2 ta xorijiy ilmiy-amaliy anjuman to`plamida, 1 ta respublika ilmiy-amaliy anjuman to`plamida va 1 ta Buxoro davlat universiteti, magistrlarning maqolalar top`lamida chop etilgan.

**Dissertatsiya tarkibi.** Qo`yilgan maqsad va vazifalardan kelib chiqqan holda dissertatsiya ishi kirish, uch bob, xulosa, foydalanilgan adabiyotlar hamda ilovalardan tarkib topgan.

Dissertatsiyaning kirish qismida mavzuning dolzarbligi, uning o`rganilganlik darajasi, ishning ilmiy tadqiqot ishlari rejalari bilan bog`liqligi, tadqiqot maqsadi, nazariy, metodologik va uslubiy asoslari, predmeti, obykti, ilmiy yangiligi, natijalarning ilmiy va amaliy ahamiyati, joriy qilinishi bo`yicha ma`lumotlar bayon qilingan.

Dissertatsiyaning "Turizm biznesida samaradorlikning nazariy asoslari" deb nomlangan birinchi bobida turizm biznesida samaradorlikning iqtisodiy mohiyati, samaradorlik ko`rsatkichlarining turlari, samaradorlikni ifodalovchi ko`rsatkichlar

tizimi, turizm biznesida samaradorlikni oshirish yo'llari kabi masalalar ochib berilgan.

Dissertatsiyaning “Milliy hunarmandchilikning turizmda tutgan o`rni” deb nomlangan ikkinchi bobida hunarmandchilikning turizm sanoatida tutgan o`rni, Hindiston va Iordaniyada milliy hunarmandchilikning o`ziga xos xususiyatlari haqida to`xtalib o`tilgan.

Dissertatsiyaning “Turizm biznesi tizimida milliy hunarmandchilikning samaradorligini oshirish yo`nalishlari” deb nomlangan uchinchi bobida Buxoro viloyatida milliy hunarmandchilikning turizmda tutgan o`rni haqida xususan milliy hunarmandchilik turlari haqida, milliy hunarmandchilik bilan shug`ullanayotgan hunarmandlar haqida, milliy hunarmandchilikning samaradorligini oshirish bo`yicha mamlakatimizda amalga oshirilayotgan ishlar tahlili va shuningdek milliy hunarmandchilik samaradorligini oshirish yo'llari to`g`risida takliflar berilgan.

Dissertatsiyaning xulosa qismida tadqiqot jarayonida olingan asosiy xulosa va takliflar berilgan.

Ilovalar qismi jadval, rasm va ilmiy maqolalardan tashkil topgan.

Dissertatsiyaning xulosa qismida tadqiqot jarayonida olingan asosiy xulosa va takliflar berilgan.



# **I bob. Turizm biznesida samaradorlikning nazariy asoslari**

## **1.1. Turizm biznesida samaradorlik tushunchasi va uning iqtisodiy mohiyati**

**Samaradorlik** - qandaydir bir samara olish, ya'ni qilingan harakatlar natijalarining faolligini anglatadi. Iqtisodiy samaradorlik xo'jalik yuritish jarayoni bo'lib, uning natijalari ma'lum bir miqdorda pul, informatsion resurslar va ishchi kuchi sarflash tufayli erishilgan foydada aks etadi.

Turizmning iqtisodiy samaradorligi ijtimoiy turizm samaradorligining tarkibiy qismi bo'lib, ma'lum bir ko'rsatkich va mezonlar yordamida aks ettiriladi. Mezon deganda qo'yilgan maqsadga erishishning to'g'riligini baholovchi asosiy talab tushuniladi. Mezonlarning zarurati shundan iboratki, turizmning ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish jarayonlari samaradorligini hisoblashga qaysi tomondan yondashish kerakligini aniqlash zarur. Ijtimoiy ishlab chiqarish butun jamiyat manfaatlari yo'lida xizmat qiladi, shuning uchun uning samaradorligini jamiyat maqsadlariga erishish darajasidan kelib chiqqan holda baholash lozim.

Turistik tashkilotning faoliyati samaradorligi, o'z faoliyatining natijalarini ularning sifatli yutug'iga yo'naltirilgan xarajatlarga nisbati sifatida aniqlanadi. Samaradorlik belgilangan maqsadlarga erishish darajasini aks ettiradi, shuning uchun bozorda barcha turistik tashkilotlar samarani maksimal darajada oshirishga intiladi.

Turistik sohaning samaradorligini oshirish resurslardan foydalanish jarayonida xarajatlar birligiga taalluqli iqtisodiy natijalarni oshirishdan iborat. Bu iqtisodiy samaradorlikni rasmiy iqtisodiy jarayonlardan hayotiy zaruratga aylantirishga qaratilgan turizmni boshqarishning barcha darajalarida samarali yechimlarni tanlash va amalga oshirish uchun sarf-xarajatlar va natijalarni o'lchashda yagona yondashuvlarni ishlab chiqishni muhim ahamiyatga ega. Bunday yondashuv samaradorlik tasnifini yaratishga olib keldi. Eng an'anaviy xususiyatlar va samaradorlikni tasniflash quyida keltirilgan.

Ko'pgina sayohat agentliklari o'z biznesining samaradorligini baholab, ushbu samaradorlikning tarkibiy qismini aks ettiradigan belgidan foydalanishadi. Bu xususiyat biznes faoliyatini to'liq baholash imkonini beradi, ulardan foydalanish ancha oson va ishonchlilikning yuqori darajasiga ega. Elementlarning tarkibi bo'yicha samaradorlikni tashkiliy, iqtisodiy, ijtimoiy, texnologik, psixologik, huquqiy, ekologik, axloqiy va siyosiy turlariga bo'linadi.

Turizm biznesining **tashkiliy samaradorligi** tashkilotning maqsadlariga kamroq vaqt va (yoki) kutilganidan kam xarajat bilan erishishdir. Tashkiliy maqsadlar xodimlarning ish sifatini yaxshilashga imkon beradigan ishlarni maqbul tashkil qilishdagi ehtiyojlarini amalga oshiradi.

Turizmning **iqtisodiy samaradorligi** "iqtisodiy samaradorlik" va "iqtisodiy ta'sir" kontseptsiyalarining mazmunini belgilashni talab qiladi. Iqtisodiy ta'sir turistik biznesning mutlaq natijasidir. Xuddi shu ta'sir turli xarajatlardan bilan turli yo'llar bilan erishish mumkin. Aksincha, bir xil xarajatlardan turli xil oqibatlariga olib kelishi mumkin. Shuning uchun natijalarni xarajatlardan bilan taqqoslash lozim. Uning samaradorligini taqqoslash iqtisodiy samaradorlikni aniqlash uchun asos bo'lib xizmat qiladi. Natijada, iqtisodiy samaradorlik nisbiy miqdor bo'lib, u mutlaq qiymat (ta'sir) ning boshqa (xarajatlardan) nisbati sifatida hisoblanadi.

Turistik biznesning **ijtimoiy samaradorligi** ijtimoiy maqsadlariga kamroq vaqt va kutilganidan ko'ra kamroq moliyaviy xarajatlardan bilan erishilganligi hisoblanadi. Ijtimoiy maqsadlar sayyohlik tashkilotining xodimlarining axborot, bilim, ijodiy ish, o'z-o'zini ifodalash, muloqot, dam olishdagi ehtiyojlarini amalga oshiradi.

Turizm biznesining **texnologik samaradorligi** biznes rejasida rejalashtirilgan ma'lum natijalarga (ishlab chiqarishning sektoral, milliy yoki jahon texnologik darajasiga) erishish demakdir, qisqa muddatda yoki rejalashtirilganidan kamroq moliyaviy xarajatlardan bilan amalga oshiriladi.

Turizm biznesining **huquqiy samaradorligi** tashkilotning va xodimlarning yuridik maqsadlariga erishish darajasi bilan kamroq vaqt ichida,

ishchilar soni kamroq yoki kutilganidan ko'ra kamroq moliyaviy xarajatlar bilan baholanadi. Yuridik vazifalar xavfsizlik va tartibda xodimlarning ehtiyojlarini hisobga oladi.

Turistik biznesning **ekologik va ma'naviy samaradorligi** tashkilot va xodimlarning atrof-muhit va axloqiy maqsadlariga qisqa vaqt ichida, ishchilar soni kam yoki moliyaviy xarajatlar kamroq bo'lgan taqdirda erishish mumkin. Atrof-muhit va axloqiy maqsadlar odamlarning atrof-muhitga va o'zlariga nisbatan axloqiy axloq me'yorlarini hurmat qilish va ularning korporativ madaniyatida ifodalarini topishga bo'lgan ehtiyojlarini va manfaatlarini tushunadi.

Foydalanuvchilarga bog'liq ravishda sayyohlik biznesining ichki va tashqi iqtisodiy samaradorligi farqlanadi.

**Ichki samaradorlik** - sayyohlik tashkilotining pozitsiyasidan biznesning samaradorligini baholash, undan keyin taqdim etiladigan ko'rsatkichlar tizimi bilan belgilanadi.

**Tashqi samaradorlik** sayyohlik tashkilotining tashqi foydalanuvchilardan (davlat, investorlar, iste'molchilar) faoliyatidan qoniqish darajasini hisobga oladi va turli ko'rsatkichlar bo'yicha baholanishi mumkin.

Biznes uchun davlatning samaradorligi asosan byudjetga soliq tushumlarining miqdori bilan belgilanadi.

Turistik tashkilot raqobatbardoshligi sharoitida ichki va tashqi samaradorlikni muvozanatlashning muhimligini ta'kidlash lozim. Samaradorlikning zamonaviy yondashuvi resurslarni samarali ishlatish bilan bir qatorda faoliyatni kengaytirish bilan birga, samaradorlik tarkibida statik va dinamik jihatlarni taqsimlashni talab qiladi.

**Statik samaradorlik** tashkilotning mavjud iqtisodiy vaziyatga moslashishi darajasini, qo'shimcha o'sishni, dinamikani - rivojlanish tendentsiyasini hisobga olmagan holda xarakterlaydi. Samaradorlikning statik dinamik jihatlarni optimallashtirish zarur. Samaradorlikni baholashga statik yondashuvdan suiiste'mol qilish korxonani rivojlantirish istiqbollarni salbiy ta'sir ko'rsatishi

mumkin. Shu bilan birga, katta xavf bilan bog'liq dinamik jihatdan haddan tashqari tashviqot, asossiz xarajatlarga, samaradorlikning yangi sifatiga o'tish tezligining yo'qolishiga olib kelishi mumkin. Bundan tashqari, samaradorlik turizm biznesining miqdori va sifati nuqtai nazaridan baholanishi mumkin.

Dolan Ye., Dj. Vbor, Druker P.F., Ustenko O.L., Markina I.A., Sheremet A.D., Sayfulin R.S., Meskon M.X., Albert M. Xedouri F., Rummyantseva Z.P., Mazur I.I., Shapiro V.D., Olderogge N.G. kabi olimlar o'zlarining ilmiy ishlarida samaradorlikning nazariy-ilmiy ahamiyatini yoritib berganlar.

Shunday qilib, iqtisodiy samaradorlik sektorial, ichki, moliyaviy, guruh (birlik, xizmat, va boshqalar) bo'lishi mumkin. Vaziyat nuqtai nazaridan samaradorlikni baholash sayyohlik biznesining qisman va umumlashtirilgan ko'rsatkichlarini olish, shuningdek, yakka tartibdagi turistik tashkilotlarning ish samaradorligini solishtirish imkonini beradi.

## **1.2. Turizm biznesida iqtisodiy samaradorlik ko'rsatkichlari tizimi.**

Iqtisodiy tahlil va marketing tadqiqotlari turizm faoliyatining ko'rsatkichlarini qo'llashga asoslangan. Iqtisodiy ko'rsatkichlarni tizimlashtirish jarayonida turli yondashuvlar qo'llaniladi.<sup>1</sup>

BMT Statistika komissiyasi tavsiyalariga ko'ra, quyidagi ko'rsatkichlar turizm iqtisodiy ta'siri umumiy ko'lamini baholash uchun foydalanish mumkin:

- turizmdan olingan daromad va yalpi ichki (mahalliy) mahsulotdagi ulushi;
- davlat darajasida hisoblash xalqaro turizm bo'yicha valyuta, daromad (xorijiy valyuta ishlatiladi tovarlar va xizmatlar tannarxini import qiymati bundan mustasno, mamlakatda qoladi xorijiy valyutada yalpi daromad (chet el sayyohlik xarajatlarining umumiy miqdori) va chet el valyutasida sof daromad o'z ichiga oladi.

Turizm biznesida iqtisodiy samaradorlik ko'rsatkichlar tizimida uchta guruh tanlanadi:

- resurslarning ko'rsatkichlari;
- sayyohlik mahsulotlarini ishlab chiqarish ko'rsatkichlari (hajmi, tarkibi, sayyohlik-ekskursiya xizmatlari dinamikasi);
- ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlik (mehnat unumdorligining dinamikasi, kapital qo'yilmalar, asosiy fondlarni, materiallar, inson resurslari, iqtisodiy samaradorligi) ko'rsatkichlari.

Turizmning ijtimoiy samaradorligining tarkibiy qismlari orasida quyidagilar bo'lishi mumkin:

- dam olish va qulaylik bilan sayyohlarga jismoniy va aqliy imkoniyatlarini tiklash;
- barcha mijozlarning ehtiyojlarini qondirish;
- bo'sh vaqtni yoqimli o'tkazish;
- atrof-muhit muhofazasi va boshqalar.

Turistik korxonaning iqtisodiy samaradorligi "iqtisodiy samaradorlik" va "iqtisodiy ta'sir" kontseptsiyalarini aniqlashtirishni nazarda tutadi. Iqtisodiy ta'sir sayyohlik biznesining natijasini anglatadigan mutlaq qiymatdir. Xuddi shu ta'sir turli xarajatlar bilan turli yo'llar bilan erishish mumkin. Aksincha, bir xil xarajatlar turli natijalar berishi mumkin. Shuning uchun natijalarni xarajatlar bilan taqqoslash lozim.

Shunday qilib, iqtisodiy samaradorlik - bir mutlaq kattalik (ta'sir)ning mutlaq qiymatiga nisbati natijasida olingan nisbiy qiymat. Sayyohlik korxonalarida darajasida umumiy iqtisodiy ko'rsatkichlar umumiy va aniq ko'rsatkichlarga ega. ko'rsatkichlar ikki guruhlari statik va shuningdek, ma'lum bir vaqtda erishilgan mutlaq darajada ta'sir yoki resurslar (xarajatlar) bir turi foydalanish darajasini ko'rsatadi.

Umumiy ko'rsatkichlar mutlaq va nisbiyga bo'linadi. Mutlaq ko'rsatkichlar tarkibida daromad ko'rsatkichlari (pul ekvivalentida) an'anaviy tarzda ko'rib chiqiladi, nisbatan ko'rsatkichlar bo'yicha - rentabellik ko'rsatkichlari (foiz hisobida).

Korxonalar turizm sanoati, sayyohlik xizmatlari yaratish qiymati bilan solishtirganda sotishda olingan daromad berishga iste'molchilar ularni sotish, xizmatlar uchun narxlarni belgilash, sayyohlik xizmatlari qiymati shaklini oladi. Turistik korxonaning daromadi maxsus soliqlarni hisobga olmagan holda sotilgan xizmatlar uchun olingan pul miqdori bilan belgilanadi.

Agar daromad iqtisodiy narxdan oshsa, ya'ni daromad va xarajatlar o'rtasidagi farq ijobiy qiymatga ega bo'lsa, moliyaviy natijalar foydani ko'rsatadi. Aks holda, korxonada salbiy moliyaviy natijani oladi, ya'ni yo'qotishlarni keltirib chiqaradi. Foyda olishning asosiy usullari quyidagilardir:

- sayyohlik mahsulotlarini sotish hajmini oshirish;
- sayyohlik mahsulotining nomenklaturasini va qo'shimcha xizmatlarni kengaytirish;
- mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatini oshirish;
- turistik mahsulotning iqtisodiy bahosiga xarajat elementlari bo'yicha tushishi;

- raqobat muhitida korporativ boshqaruvni takomillashtirish;
- mulkni sotish, lizing va boshqalar .

Mahsulot rentabellik savdo turlar to'liq qiymati uchun soliq oldin foyda nisbati sifatida aniqlanadi (1.2.1-jadval).

Ko'rsatkichlar	Hisoblash usuli
Korxonada mulkning rentabelligi, % (R <sub>u</sub> )	$R_u = \frac{\Pi_{\phi}}{C_{\text{н}}} \times 100\%,$ П <sub>б</sub> - foyda balansi; C <sub>н</sub> - korxonada mulkning o'rtacha yillik qiymati.
Xususiy kapitalning rentabelligi (R <sub>ck</sub> ), %	$R_{ck} = \frac{\Pi_{\phi}}{K_c} \times 100\%,$ K <sub>c</sub> - o'z kapitalining o'rtacha narxi.
Asosiy kapitalning rentabelligi (R <sub>ok</sub> ), %	$R_{ok} = \frac{\Pi_{\phi}}{K_o} \times 100\%,$ Asosiy kapitalning o'rtacha yillik qiymati.
Daromadlar rentabelligi (R <sub>p</sub> ), %	$R_{\text{п}} = \frac{\Pi_{\phi}}{V_p} \times 100\%,$ П <sub>б</sub> - xizmatlarni amalga oshirishdan olingan daromad.
Xarajatlar rentabelligi (R <sub>3</sub> ), %	$R_3 = \frac{\Pi_{\phi}}{3_c} \times 100\%,$ 3 <sub>c</sub> - kiritish qiymati.
Turistik mahsulot rentabelligi (R <sub>п</sub> ), %	$R_{\text{п}} = \frac{\Pi - C}{C} \times 100\%,$ П - turistik mahsulotning narxi; C - turistik mahsulotning tannarxi.

**1.2.1-jadval - Turizm biznesini korxonada rentabelligini ko'rsatuvchi ko'rsatkichlar.**

Turistik korxonalar xarajatlarining tarkibi va tuzilishi tahlili xarajatlarini kamaytirish binobarin, ularning xizmatlari narxini oshirish holda foydani oshirish qobiliyatiga ta'sir qiladi. Ushbu tahlil shuningdek, turizm sanoatining korxonasiga samarasiz xarajatlarni kamaytirish uchun zahiralarni aniqlash imkonini beradi.

Turizm samaradorligi quyidagilardan iqtisodiy natijalarni olishni anglatadi:

- turizmni tashkil qilish;
- sayyohlik xizmatlari;
- turistik korxonaning ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish jarayoni.

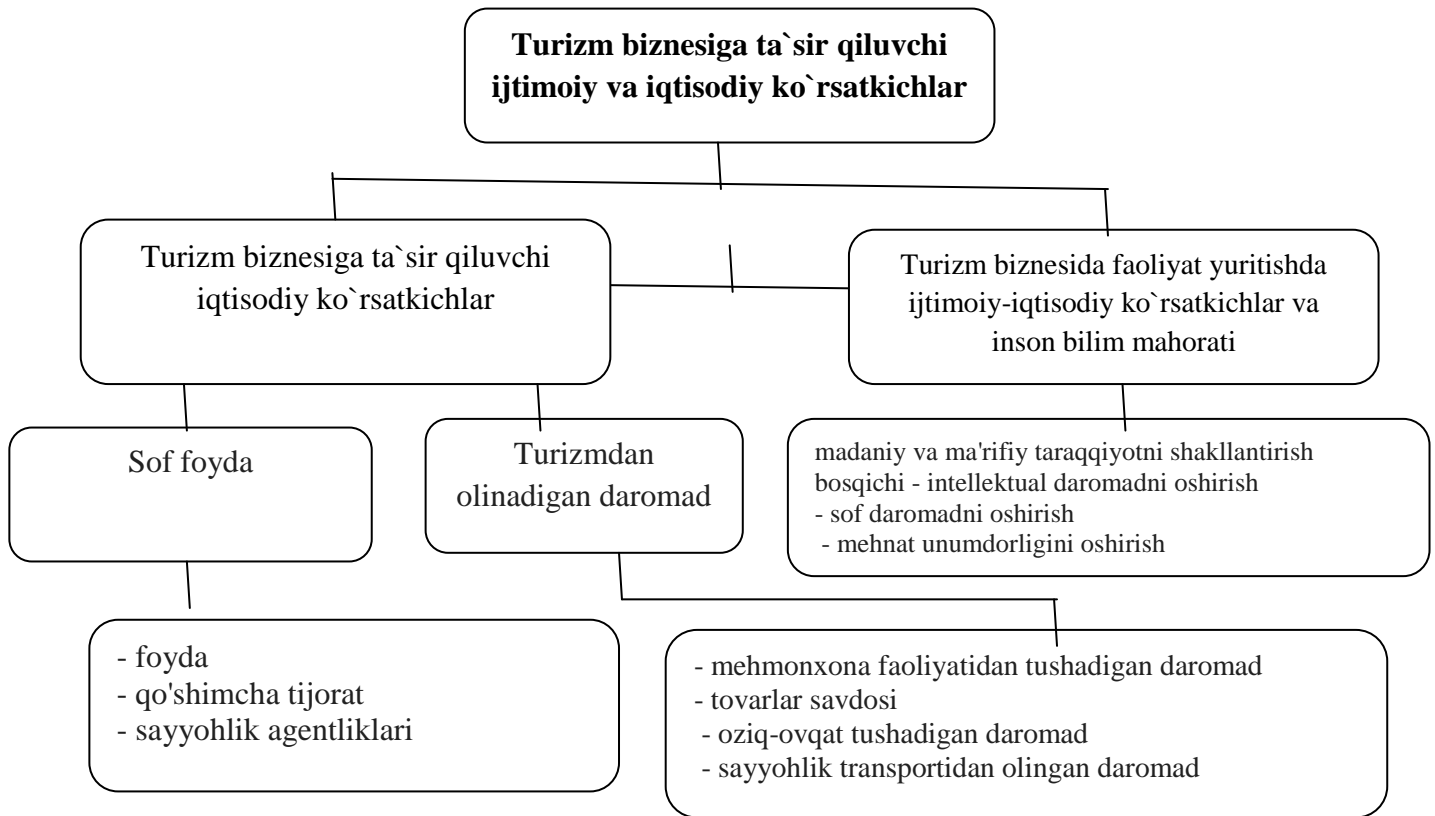
Turistik rivojlanishning miqdordagi iqtisodiy samaradorligi turistik xizmatlar miqdori va ularning sifat jihatlarini aks ettiradigan iqtisodiy ko'rsatkichlar tizimi bilan tavsiflanadi:

- sayyohlar oqimining miqdori;
- turistik xarajatlar miqdori;
- moddiy-texnik bazaning holati va rivojlanishi;
- moliyaviy-iqtisodiy faoliyat ko'rsatkichlari;
- xalqaro turizmni rivojlantirish ko'rsatkichlari.

Turistik korxonaning moliyaviy-xo'jalik faoliyati ko'rsatkichlari quyidagilardan iborat:

- sayyohlik mahsulotlarini sotishdan tushadigan daromadlar;
- mehnat resurslaridan foydalanish ko'rsatkichlari;
- Asosiy vositalar va joriy aktivlardan foydalanish ko'rsatkichlari;
- mehnat unumdorligi ko'rsatkichlari va ish haqi fondi ko'rsatkichlari;
- turistik korxonaning moliyaviy ahvoli ko'rsatkichlari.





### 1.2.1-rasm. Turizm faoliyatining iqtisodiy va ijtimoiy ta'sir ko'rsatkichlari

Manba: Daniela, F., Human Resources in Tourism (p.101), University Publishing House, Bucharest,2005

1.2.1. - rasmdan ko'rib chiqaylik, turizmning iqtisodiy va ijtimoiy ta'sir ko'rsatkichlari funktsional sayyohlik kompaniyasining iqtisodiy samaradorlik ko'rsatkichlari, iqtisodiy va ijtimoiy samaradorligi sayyohlik sohasidagi foydali bo'ladi.

Sayohat agentligining moliyaviy-xo'jalik faoliyati ko'rsatkichlari quyidagilardan iborat:

- turizm xizmatlarini sotish hajmi yoki turizm xizmatlarini sotishdan tushgan daromadlar;
- mehnatdan foydalanish ko'rsatkichlari (mehnat unumdorligi, mehnat haqi va hokazo);
- ishlab chiqarish aktivlaridan foydalanish ko'rsatkichlari (aktivlar bo'yicha daromad, aylanma mablag'lar aylanmasi);

- turistik xizmatlarning qiymati;
- foyda;
- rentabellik;
- moliyaviy ko'rsatkichlar (to'lov qobiliyati, likvidligi, moliyaviy barqarorlik, valyutaning o'zini -o'zi ta'minlashi va boshqalar).[104]

Shuning uchun turizm samaradorligining iqtisodiy mezonlarini aniqlash muammolari uch jihatdan ko'rib chiqilishi kerak: jamiyat (umuman iqtisodiyot), sanoat, alohida sayyohlik kompaniyasi darajasida. Turizm mamlakatning milliy daromadlarini shakllantirishda bevosita ishtirok etadi.

Turistik samaradorlik mezonlari tizimining butun kompleksini shakllantirish uchun, tizimning umumiy maqsadi jamiyat darajasida umumiy sub'ektlar faoliyatining aniq maqsadlariga qanday kirib borishini ko'rsatish kerak. Buning uchun biz "maqsadlar va meyorlar daraxti" deb ataladigan texnikani qo'llaymiz, bu erda har bir maqsad maqsadni muvaffaqiyatli deb bilish uchun o'lchovni ifodalovchi muayyan mezonga mos keladi.

Turizmning davlat iqtisodiga ijobiy ta'siri faqatgina mamlakatdagi sayyohlik har tomonlama rivojlanayotganida, ya'ni mamlakat iqtisodiyotini xizmat ko'rsatish iqtisodiyotiga aylantirmasdan sodir bo'ladi. Boshqacha qilib aytganda, turizmning iqtisodiy samaradorligi mamlakat turizmining milliy iqtisodiyot majmuasining boshqa tarmoqlariga parallel ravishda rivojlanishi kerakligini anglatadi.

Shunday qilib, turizm biznesida iqtisodiy samaradorlik ko'rsatkichlar tizimida uchta guruh tanlanadi, ya'ni resurslarning ko'rsatkichlari, sayyohlik mahsulotlarini ishlab chiqarish ko'rsatkichlari, shuningdek ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlik ko'rsatkichlari.

### **1.3. Turizm biznesida samaradorlikni oshirish yo`llari**

Turli sohalarning samaradorligini oshirish bo'yicha tadbirlar bir-biri bilan chambarchas bog'liqdir. Turistik faoliyatni ishlab chiqish va amalga oshirish, ammo ular amaliyotda namoyon bo'lganidek, muammoni butunlay hal qilolmaydilar. Bu turistik tashkilotning samaradorligini oshirishning yaxlit yondashuvidir. Bundan tashqari, biznesning samaradorligini oshirish bo'yicha keng ko'lamli dastur turistik tashkilotga raqobatdagi o'z mavqeini mustahkamlash imkonini beradigan aniq dastur mexanizmiga ega bo'lishi kerak.

Turizmning iqtisodiy samaradorligini oshirishning ikki yo'nalishi bo'yicha yo'nalishlarini ishlab chiqish mumkin:

- umuman milliy iqtisodiyot darajasida yoki alohida mintaqada;
- turistik xo'jalik sub'ektlarining darajasi.

Umuman olganda, milliy iqtisodiyot darajasida turizmning iqtisodiy samaradorligini oshirishning asosiy yo'llari quyidagilardir:

1. Mamlakatda turizmni rivojlantirishning uzoq muddatli dasturini ishlab chiqish, deyarli barcha rivojlangan sayyohlik mamlakatlarida bunday dasturlar mavjud.

2. Turizmni integratsiya qilish va muvofiqlashtirish uchun samarali mexanizmlardan foydalanish va ular bilan bog'liq faoliyat. Transport, atrof-muhit, aloqa, savdo va boshqa sohalar bilan turizmni bog'lashni ta'minlaydigan tashkiliy, institutsional mexanizmlarni yaratish.

3. Turizmni davlat tomonidan tartibga solishda to'siqlarni keltirib chiqaradigan qonunlar va byurokratik rasmiylashtirishlarni bartaraf etish.

4. Turizm sohasida qulay investitsiya muhitini yaratish.

5. Inflyatsiya va valyuta kurslarining nisbatan barqaror darajasini saqlab turish. Ushbu yo'nalish mahalliy mahsulot va xizmatlarni sotib olayotganda va

iste'mol qilganda sayyohlarning ishonchini oshiradi, bu turizmdan tushumlar umumiy o'sishiga olib keladi.

6. Turizm infratuzilmasini yaratish, rivojlantirish va takomillashtirish, shu jumladan transport va aloqa. Ushbu yo'nalish ayniqsa turistik markazlarda, ya'ni sayyohlik yo'nalishlarida muhim ahamiyatga ega.

7. Turizmni yangi turistik sohalarda rivojlantirishga moliyaviy yordam.

8. Turistlarning ushbu davlat yoki mintaqada bo'lish vaqtida ularning xavfsizligini ta'minlash uchun shart-sharoitlarni ta'minlash.

Turistik korxonalar darajasida turizm samaradorligini oshirishning asosiy yo'nalishlari quyidagilardir:

1. Turizm jarayonida ilmiy va texnik yutuqlardan foydalanish. AMADEUS, SABER, GLILEO global rezervasyon tizimlaridan foydalanish. Turizm mahsulotlarini sotish va reklama qilish uchun Internetdan foydalanish.

2. Turistik korxonalarda operatsion xarajatlarni kamaytirish. Bu orqali erishish mumkin: yangi texnologiyalar mehnat tashkiloti xodimlari joriy etish, moddiy va texnik resurslarni xarajatlarni, natijalar xodimlar motivatsiya moslashuvchan tizimlarini joriy monitoringi tizimini ishlab chiqish.

3. Turistik mahsulot sifatini yaxshilash. Bunga erishish mumkin:

- moddiy-texnika bazasini rekonstruktsiya qilish va modernizatsiya qilish;
- turistik joylarda asosiy va qo'shimcha xizmat turlarining turlarini ko'paytirish. JST ushbu xizmatlarning ro'yxatini 500 ta nom bilan ishlab chiqdi.

4. Turistik kompaniyaning reklama faoliyati samaradorligini oshirish. Ushbu yo'nalish bo'yicha asosiy turizm talabi o'sib, bozorni yanada rivojlantirish uchun mablag'lar ajratilmoqda.

5. Turizmning umumiy rentabelligini va mehnat unumdorligini oshirish.

6. Turistik firma xodimlarini takomillashtirish va savdo siyosati. Samarali ishga olish, o'qitish va shunga o'xshash ishlar.

7. Turistik korxonada investitsiya jarayonlarini boshqarish.

Turizm iqtisodiy samaradorligi yaratish va mehnat va materiallari va atrof-muhit optimal saqlash minimal xarajatlar bilan ichki va tashqi sayyohlar talabiga mos sifatli tovarlar va xizmatlar maksimal hajmini amalga oshirish uchun vaqt davomida, sanoat va turizm resurslaridan foydalanish darajasini ifodalaydi.

Mehnat samaradorligi mehnat unumdorligi bilan o'lchanadi. Keng ma'noda mehnat unumdorligi uning mahsuldorligi bo'lib, eng kam ish kuchi bilan eng ko'p mehnat mahsulotlarini olishni nazarda tutadi. Mehnat unumdorligi odamlarning maqsadli faoliyat samaradorligining darajasidir, bu ma'lum bir vaqt uchun ma'lum miqdorda foydalanish qiymatlarini ishlab chiqarish qobiliyatini aks ettiradi.

Mehnat samaradorligini oshirish va mehnatdan foydalanish samaradorligiga ta'sir qiluvchi omillar:

1) Tashqi:

- Sanoatning intensivikasi va ilmiy-texnikaviy taraqqiyot u;
- eng zamonaviy texnika va uskunalar bilan sayyohlik korxonalarini jihozlash;
- katta turistik industriyani yaratish; malakali kadrlar tayyorlash, malakasini oshirish bo'yicha tadbirlar.

2) Ichki:

- turistik mahsulotni ishlab chiqarishni tashkil etish shakllarini takomillashtirish;
- iste'molchilarga qiziqish uyg'otadigan yangi, yaxshi xizmatlarni ishlab chiqarish;
- turistlarga xizmat ko'rsatish shakllari va sifatini yaxshilash.

Mahsulot narxini pasaytirish investitsiyalardan daromadlarni oshiradi. Turizmga yangi texnologiyalarni joriy etish ushbu turdagi daromadlarni ko'paytirishga yordam beradi.

Turizm iqtisodiy ta'sir har doim ham turistik tashkilotning o'z faoliyatining samaradorligini boshqarishiga imkon beruvchi omillar tizimi tomonidan ifodalanadigan ba'zi harakatlar va sharoitlarning natijasidir.

O'sishning zahiralari qidirishning asosiy yo'nalishlarini aniqlash uchun ushbu o'sishga ta'sir qiluvchi omillar quyidagi ikki guruhga bo'linadi:

- tashqi: davlatni tartibga solish, sanoatdagi raqobat darajasi va boshqalar (ular turistik tashkilotlarning faoliyatiga bog'liq emas, balki ularning ish samaradorligiga sezilarli ta'sir ko'rsatishi mumkin);

- ichki: siyosiy, huquqiy, tashkiliy, iqtisodiy, texnik, ijtimoiy, psixologik (turistik tashkilotlarning boshqariladigan samaradorligini aniqlaydi, boshqariladigan tashkilotga bo'linadi va to'liq boshqariladi) bo'linadi. Tashqi va ichki omillar o'zaro aloqada va o'zaro bog'liqlikda bo'ladi. Ushbu omillarni tahlili va samaradorlik darajasining sabablari turizm biznesining samaradorligini oshirish uchun zahiralarni aniqlash va safarbar etish imkonini beradi.

Turizm biznesining samaradorligini tahlil qilish va baholash jarayoni uch bosqichdan iborat:

1) umumiy iqtisodiy samaradorlik ko'rsatkichlarini hisoblash va tahlil qilish asosida samaradorlikning umumiy darajasini baholash;

2) xususiy ko'rsatkichlarni hisoblash va tahlil qilish asosida alohida turdagi quvvatlar va resurslardan foydalanish samaradorligini aniqlash;

3) sayyohlik tashkilotining samaradorligini dinamikada baholash va tashkilot faoliyatining samaradorligini raqobatchilar muvaffaqiyati bilan taqqoslash.

Har bir keyingi bosqichda avvalgi qo'shimchalar aniqlanadi va uni takomillashtiradi. Bu biznesning ishlashini o'rganish uchun keng qamrovli yondashuvni ta'minlaydi va uning samaradorligini oshirish uchun vaziyatga mos keladigan strategiyani tanlashga imkon beradi. Ushbu strategiyani amalga oshirish doirasida ishlab chiqarish va sotishni oshirish, turizm xizmatlarining narxini pasaytirish, foyda va rentabellikni oshirish muhim ahamiyatga ega. Ushbu tadbirlar o'z faoliyatlarini ishbilarmonlik faoliyatini takomillashtirish bo'yicha keng qamrovli dasturda ifodalaydi, turizm tashkilotining o'ziga xos xususiyatlariga, hozirgi holati va uni rivojlantirish istiqbollariga bog'liq.

Umuman olganda, bunday dastur quyidagilarni aks ettiradi:

- moddiy resurslardan oqilona foydalanish bo'yicha chora-tadbirlar - yangi texnika va texnologiyalarni joriy etish, bu materiallarni asta-sekinlik bilan sarflash imkonini beradi;
- me'yoriy-huquqiy bazani takomillashtirish;
- sayyohlik mahsulotlarining (xizmatlarining) sifatini yaxshilash;
- zamonaviy dizayn va ofis uskunalari;
- mijozlar uchun tashkilotning ishlash tartibi va boshqalar uchun qulay;

Turistik tashkilotning maqbul miqyosini belgilash va saqlashga qaratilgan tadbirlar, bu mahsulotlar (xizmatlar) ishlab chiqarish hajmini kamaytirishga imkon beradi;

- asosiy kapitaldan foydalanishni takomillashtirish bilan bog'liq faoliyat - ortiqcha uskunalar va boshqa mol-mulkni sotish yoki uni ijaraga berish;
- xizmat ko'rsatish sifatini va asosiy kapitalni ta'mirlashni takomillashtirish;
- ishlab chiqarish quvvatlari va ob'ektlaridan oqilona foydalanishni ta'minlash;
- tashkilotning mashinasozlik, uskunalar va muhandislik tizimlarini ta'mirlash;
- zamonaviy texnologiyalarni joriy etish;
- mehnat va ish vaqtidan yaxshiroq foydalanishga qaratilgan chora-tadbirlar;
- o'rtacha ish haqi bilan taqqoslaganda mehnat unumdorligining tezroq o'sishini ta'minlash;
- me'yoriy-huquqiy bazani takomillashtirish;
- mehnat sharoitlarini yaxshilash;
- ishlab chiqarishni mexanizatsiyalashtirish va avtomatlashtirish;
- yuqori malakali ishlarga rag'batlantirishni ta'minlash;
- ishlab chiqarishni optimallashtirish bo'yicha chora-tadbirlar - mahsulot (xizmatlar) ishlab chiqarish hajmini oshirish, mahsulot (xizmatlar) sifatini oshirish, biznesni diversifikatsiya qilish, sotish bozorini kengaytirish.

Xullas, turizmning iqtisodiy samaradorligini oshirishning ikki yo'nalishi, milliy iqtisodiyot darajasida va turistik xo'jalik sub'ektlarining darajasi bo'yicha ishlab chiqilganish mumkin. Har ikkala darajada ham, amalga oshiriladigan chora-tadbirlar bir-biriga uzviy bog'liq bo'lib, ular bir-biriga mos ravishda ta'sir qiladi.

## **I bob bo'yicha xulosa**

Samaradorlik - qandaydir bir samara olish, ya'ni qilingan harakatlar natijalarining faolligini anglatadi. Iqtisodiy samaradorlik xo'jalik yuritish jarayoni bo'lib, uning natijalari ma'lum bir miqdorda pul, informatsion resurslar va ishchi kuchi sarflash tufayli erishilgan foydada aks etadi.

Turizmning iqtisodiy samaradorligi ijtimoiy turizm samaradorligining tarkibiy qismi bo'lib, ma'lum bir ko'rsatkich va mezonlar yordamida aks ettiriladi. Ko'pgina sayohat agentliklari o'z biznesining samaradorligini baholab, ushbu samaradorlikning tarkibiy qismini aks ettiradigan belgidan foydalanishadi. Bu xususiyat biznes faoliyatini to'liq baholash imkonini beradi, ulardan foydalanish ancha oson va ishonchlilikning yuqori darajasiga ega. Elementlarning tarkibi bo'yicha samaradorlik tashkiliy, iqtisodiy, ijtimoiy, texnologik, psixologik, huquqiy, ekologik, axloqiy va siyosiy bo'linmalarga bo'linadi.

Turizm biznesida iqtisodiy samaradorlik ko'rsatkichlar tizimida uchta guruh tanlanadi:

- resurslarning ko'rsatkichlari;
- sayyohlik mahsulotlarini ishlab chiqarish ko'rsatkichlari (hajmi, tarkibi, sayyohlik-ekskursiya xizmatlari dinamikasi);
- ijtimoiy-iqtisodiy samaradorlik (mehnat unumdorligining dinamikasi, kapital qo'yilmalar, asosiy fondlarni va ish poytaxti, materiallar, inson resurslari, iqtisodiy samaradorligi samaradorligini) ko'rsatkichlari.



Turistik korxonalar darajasida turizm samaradorligini oshirishning asosiy yo'nalishlari quyidagilardir:

1. Turizm jarayonida ilmiy va texnik yutuqlardan foydalanish. AMADEUS, SABER, GLILEO global rezervasyon tizimlaridan foydalanish. Turizm mahsulotlarini sotish va reklama qilish uchun Internetdan foydalanish.

2. Turistik korxonalarda operatsion xarajatlarni kamaytirish. Bu orqali erishish mumkin: yangi texnologiyalar mehnat tashkiloti xodimlari joriy etish, moddiy va texnik resurslarni xarajatlarni, natijalar xodimlar motivatsiya moslashuvchan tizimlarini joriy monitoringi tizimini ishlab chiqish.

3. Turistik mahsulot sifatini yaxshilash. Bunga erishish mumkin:

- moddiy-texnika bazasini rekonstruksiya qilish va modernizatsiya qilish;
- turistik joylarda asosiy va qo'shimcha xizmat turlarining turlarini

ko'paytirish. JST ushbu xizmatlarning ro'yxatini 500 ta nom bilan ishlab chiqdi.

4. Sayohat kompaniyasining reklama faoliyati samaradorligini oshirish.

Ushbu yo'nalish bo'yicha asosiy turizm talabi o'sib, bozorni yanada rivojlantirish uchun mablag'lar ajratilmoqda.

5. Turizmning umumiy rentabelligini va mehnat unumdorligini oshirish.

6. Turistik firma xodimlarini takomillashtirish va savdo siyosati. Samarali ishga olish, o'qitish va hk

7. Turistik korxonada investitsiya jarayonlarini boshqarish.

Shunday qilib, samaradorlik turistik korxonaning iqtisodiy ahvolini ko'rsatib beruvchi asosiy ko'rsatkichlardan biri bo'lib, u orqali korxonaning iqtisodiy ahvoli haqida kerakli xulosalar chiqarib, kelajakdagi istiqbolini belgilash mumkin.

## **II bob. Milliy hunarmandchilikning turizmدا tutgan o`rni**

### **2.1. Hunarmandchilikning turizm sanoatida tutgan o`rni**

AQSh tomonidan olib borilgan keng ko'lamli tadqiqotlar natijalariga ko'ra 2006 yilda "hunarmandchilik mahsulotlari uchun global bozorni baholash" bo'yicha tashkil etilgan maxsus komissiya tomonidan hunarmandchilikka oid ma'lumotlar berilgan. Unga ko'ra hunarmandlar juda katta miqdorda uy aksessuarlari bozorining bir qismini ishlab chiqib, ularni qo'lda ishlangan, yarim qo'lda, qolgan qismi mashinada ishlangan va mashinasozlik mahsulotlaridir.

Uy aksessuarlari uchun global bozor 2006 yilda kamida 100 milliard dollar hunarmandchilik mahsulotlari yaratildi deb baholadi. Tadqiqotga ko'ra AQSh uy aksessuarlarining eng katta qismini foydalanuvchi davlat hisoblanib, uning qiymati 67 milliard dollarga baholangan, ikkinchi yirik bozor Buyuk Britaniya bilan birgalikda Yaponiya va Gonkongda kuzatilgan.

Tadqiqotlar bozorda AQShdagi uy aksessuarlari bozorini o'rganishganda: aksessuarlar va sovg'alar 22% ni, mebellar 21% ni, Portativ lampalar 11% ni, uy gilamlari 9% ni, yoritish moslamalari, ya'ni lampalar 7% ni, planshet va planshet aksessuarlar 7% ni tashkil etgan.

AQShdagi tadqiqot hunarmandchilik mahsulotlari xaridorlarini quyidagi guruhlarga bo'lishadi:

1- ushbu toifadagi xaridorlar maxsus mahsulotlar va kunlik mahsulotlari sotiladigan do'konlari noyob mahsulotlarni qidirishmaydi;

2- katalog va internet orqali sotib oluvchilar;

3- sayyohlar do'konlari, san'at galereyalari kabi kichik do'konlar bo'lgan mustaqil sotuvchilar va muzeylarlardan xarid qiluvchilar.

Tadqiqot hunarmandlar tomonidan qo'llaniladigan eng keng tarqalgan xom-ashyolarni tasniflangan ro'yxatini ham ko'rsatgan. Ushbu xom-ashyolar quyidagilarni o'z ichiga oladi: savat, metall, teri, qog'oz, idish, yog'och, sovun,

to'qimachilik, tosh, shisha, suyak, shox va turli xil materiallarning kombinatsiyasi va texnikasi ordali yaratilgan mahsulotlar.

Narxlar segmentatsiyasiga kelsak, tadqiqotga ko'ra to'rtta asosiy hunarmandchilik toifasi va narxini keltirib chiqardi.

Quyidagi segmentlar:

1. Funktsional buyumlar: ustaxonalarda ishlab chiqaradigan, dastgoh yoki kichik zavodda tayyorlangan kulolchilik, plitka yoki mebel kabi qo'lda ishlatiladigan buyumlari, milliy yoki eksport bozorlari uchun ishlab chiqariladi.

Ushbu segment mahsulotlari katta do'konlarda sotiladi.

2. An'anaviy san'at mahsulotlari: yuqori sifatni saqlab qolgan holda madaniyatga qiziqadiganlar uchun yaratilgan mahalliy hunarmandchilik mahsulotlari bo'lib, ushbu segment o'rta va yuqori darajadagi bozorlarda kichik zanjirlar va mustaqil chakana savdo do'konlari tomonidan sotiladi.

3. Dizaynerlar mahsulotlari: ba'zan mahalliy hunarmandchilikka asoslanadi, chet elliklar eksport bozoridagi moda tendentsiyalariga mos keladi. Bu segmentdagi mahsulotlar yuqori darajadagi bozor segmenti mahsulotlari bo'lib, mutaxassislik tavsiyasi bilan sotiladi.

4. Yodgorlik mahsulotlari (suvenirlar): arzon, universal bantlar yoki soddalashtirilgan an'anaviy hunarmandchilik mahsulotlari bo'lib, mahalliy chakana yoki xalqaro rivojlanish agentliklari orqali sotiladi. Bu segmentdagi mahsulotlar quyi bozorga mos tushadi va ular dam olish joylaridagi sovg'alar do'konlarida sotiladi.

Hunarmandchilik mahsulotlari bo'yicha asosiy eksportchi davlatlar, asosan quyidagilar: Xitoy, Hindiston va Vetnamdir. Xitoy butun dunyo bo'ylab eng katta uy aksessuarlari eksportchisi hisoblanadi va 2015 yil aprel oyida Xitoyda taxminan 70% hunarmandchilik mahsuloti AQShda sotilgan, Hindistonning umumiy hunarmandchilik eksporti uy aksessuarlari mahsulotlari hisoblanadi va 2017 yilda 3,5 milliard dollarga, 30 foizi AQShga 824 mln. AQSh dollar miqdorida eksport qilingan.

Hunarmandchilik mahsulotlarining asosiy xususiyatini uning sotilishida o`shning asosiy sababi mahsulotning ishlab chiqarilish davrining qisqarirish va yangi dizaynlarni yaratishidadir.

Hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqaruvchilarining asosiy turlari - mikro ishlab chiqarish korxonalarini bo`lib, ular nodavlat tashkilotlar, kichik ishlab chiqarish korxonalarini, xususiyl sektorga ega bolgan o'z ustaxonalari mavjud bo'lgan chakana savdo korxonalarini hisoblanadi. <sup>2</sup>

Ushbu tadqiqot hunarmandchilik uchun jahon bozorining tahlili va quyidagi tendentsiyalarni namoyish etadi.

Hunarmandchilik mahsulotlari bozorida rivojlanayotgan mamlakatlardagi hunarmandchilik ishlab chiqaruvchilarining ta'siri:

- Uy aksessuarlari mahsulotlari uchun, ayniqsa yuqori darajadagi bozor o'sib bormoqda. Bu nafaqat G'arb bozorlarida, balki butun mintaqalarda o'rtacha sinf sifatida o'sishi kutilmoqda aholisi tezda, ayniqsa, Xitoy va Hindistonda kengayib bormoqda.

Rivojlanayotgan mamlakatlardagi hunarmandlar uchun mahsulotlar yaratish uchun juda ko'p va keng imkoniyatlar mavjud bo`lib, ular quyidagilar:

- Xitoy va Hindiston - Osiyo mamlakatlari bilan bir qatorda hozirgi vaqtda hunarmandchilik ustunligi butun dunyo bo'ylab ishlab chiqarilgan mahsulotlar va yaqin kelajakda buni davom ettirishi mumkin. Ularning nufuzi asosan arzon, yuqori hajmli, g'arbda ishlab chiqarilgan mahsulotlarga asoslangan;

- ko'pgina xaridorlar va iste'molchilar Xitoydan tashqari boshqa mamlakatlarda ishlab chiqarilgan noyob mahsulotlarni izlashadi;

Faqat mahalliy loyihalar uchun bozor cheklangan bo'lsa-da, "global uslub" - bu mahsulotlarni birlashtiradigan mahsulotlar zamonaviy dizaynlashtirilgan etnik unsurlar - bu o'sib borayotgan bir toifadir va bu hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqaruvchilari uchun imkoniyatdir;

- past darajali (arzon narxlardagi ustuvor) va yuqori darajali (yuqori sifatli ustunlik) bozorlar o'rtacha (o'rtacha darajadagi o'rtacha sifat) nisbiatan turg'un.

Eng past darajali mahsulotlarda raqobat kuchli va ishlab chiqarish qobiliyatini sezilarli darajada talab qiladigan bo'lsada, "hashamatli" bozorda o'ziga xos dizaynlar, yuqori sifat va kichik miqdorlarda ishlab chiqarishga ko'proq e'tibor qaratiladi, narxlashda ko'proq moslashuvchanlikni ta'minlaydi.

Rivojlanayotgan mamlakatlar o'ziga xos materiallardan tayyorlangan mahsulotlarni xarid qiladi: ular sham, yog'ochdan tayyorlangan buyumlar, sun'iy gullar va mevalar, sopol idishlar, shisha idishlar, metall buyumlar va suyakdan yasalgan mahsulotlar.

Xitoy global uy aksessuarlari bozorida eksport qiluvchi sifatida egallab turgan pozitsiyasida bo'lib, soha mutaxassislari ushbu tendentsiyaning yaqin kelajakda o'zgarmasligiga ishonch hosil qilishadi. Xitoy ulkan ishlab chiqarish quvvati va ish haqi kamligi bilan boshqa davlatlarning ishlab chiqaruvchilari ajralib turadi. Zamonaviy uskunalari va yuqori mahsuldorlik Xitoyga ishlab chiqaruvchilar katta miqdorda mahsulotni tez, o'z vaqtida va past narxlarda etkazib berishga imkon beradi. Bu kompaniyalar ishlab chiqarishni mexanizatsiyalashda (kesish, saralash, qadoqlash va hokazo) kompyuterorqali bezash va rang berish texnologiyalaridan mukammal va ilg'or foydalanish omkonini beradi. Bunday yangilik Xitoylik ishlab chiqaruvchilarga boshqa mamlakatlardan keltiriladigan qo'lda tayyorlangan naqshlarning yaqin nusxalarini mashina yordamida yaratishga ham imkon yaratadi. Endi har qanday mahsulotni arzon va samarali Xitoy dunyodagi boshqa joylardan ko'ra ko'proq ishlab chiqarishi mumkin. Samarali ishlab chiqarish va yig'ish qoidalariga qo'shimcha ravishda, Xitoy fabrikalari xaridorning inventarizatsiyasini boshqarish tizimi va aniq spetsifikatsiyalar bo'yicha yorliqlarni, shtrixkodlashni va qadoqlashni aniq ta'minlash va tartibga solishga qodir.

Hozirgi vaqtda Xitoy mahsulotlariga bo'lgan global talab juda yuqori, ba'zi xitoy korxonalarini kerakli malakali ishchilarning yetishmasligi sababli buyurtmalarini bekor qilib, ularni boshqa ishlab chiqarish ob'ektlarini Vetnam kabi mamlakatlarda mavjud bo'lgan malakali mehnatdan foydalanib ochishga undaydi.

Xitoyda hukmronlik bozor ham boshqa Osiyo ishlab chiqaruvchilarining o'sishiga olib keldi.

Vetnam bilan solishtirganda, Hindiston mahsulotni o'z vaqtida yetkazib berishda qiyinchiliklarga duch kelmoqda (yetkazib berish olti yoki etti oygacha davom etishi mumkin). Ammo, Hindiston keng ishlab chiqaruvchilik qobiliyatiga ega va Vetnam kabi, minimal buyurtmani past miqdorda va o'ziga xos, ko'rinishi Osiyoning rivojlanayotgan boshqa mamlakatlari - Indoneziya, Tailand, Kambodja va Filippin - har bir taklif jozibador mahsulot va ko'nikmalar majmui, ammo umuman Xitoy, Hindiston va Vetnamga qaraganda kamroq raqobatbardosh.

Qabul qiluvchilar ushbu davlatlar taklif qiladigan juda ko'p narsalar mavjud bo'lsa-da, narxlar nisbatan yuqori va shunga o'xshash ko'plab mahsulotlar Xitoy yoki Vyetnamda yanada arzon narxlarda sotilishi mumkin. Indoneziyaning hunarmandchilik mahsulotlari eksporti 2009 yilda 449 million dollardan 2012 yilda 443 million dollargacha qisqardi.

Afrikalik hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqaruvchilari - Gana, Janubiy Afrika, Mozambik, Malavi, Keniya va Tanzaniya -jahon bozorida qator hunarmandchilik mahsulotlarini taklif etmoqda. Janubiy Afrika va Gana eng yuqori eksport qobiliyati va raqobatbardosh dizaynlarga ega. Ularning muvaffaqiyati barqaror yetkazib berishga asoslangan. Gana hunarmandchilik mahsulotlari eksporti 2 mln 2005 yildan 2011 yilgacha 14,9 million dollarni tashkil etgan. Biroq, ganalik ishlab chiqaruvchilar hali ham qiyinchiliklarga duch kelishmoqda. Dizayni bilan bir qatorda, xaridor mahsulot sifatini tez-tez ta'kidlab turishi, suvga asoslangan polistiralalar va yog'och yetishmasligi kabi yetishmayotgan texnologiyalardan aziyat chekmoqda.

Lotin Amerikasida, Peru, Meksika, Kolumbiya, Gonduras, Gvatemala, Boliviya va El Salvador hunarmandchilikning asosiy eksportchilar hisoblanadi. Meksika va Peruda mahsulotlar sifati va dizayni boyligi bo'yicha yetakchi hisoblanadi. Gvatemalada ham mukammal dizaynlarga ega, lekin narxlar kamroq raqobatbardosh bo'lishga moyildir ayniqsa, bozor talablariga javob beradigan,

malakali agentlar va eksportchilarning mavjudligi, AQShga eksport qilishda tajribali hunarmandlar, nisbatan barqaror va raqobatbardosh narxlar, mahsulotni o'z vaqtida yetkazib berish, sifatni nazorat qilish, o'zgarishlarni amalga oshirishga tayyorlik, xaridor talablari, to'liq qadoqlash va etiketlash, yaxshi muloqot qobiliyatlari va salohiyati katta hajmdagi mahsulotlarni ishlab chiqaradi. 2005 yilda Peru hunarmandchilik mahsulotlari eksporti 40 mln miqdorda AQShga (39 foiz) va Ekvadorga (11 foiz) bozorlar .

Xullas, jahon hunarmandchilik bozorida Xitoy, Hindiston va Gana, Janubiy Afrika, Mozambik, Malavi, Keniya va Tanzaniya kabi davlatlar ko`pgina hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqarish va eksport qilishda yetakchi davlatlar hisoblanadi. Shuningdek, ushbu davlatlar talabga mos ravishda, o`ziga xos dizaynda hunarmandchilik mahsulotlari yaratib, talab darajasida yetkazib berayotgan mamlakatlar sanaladi.

## **2.2. Hindistonda milliy hunarmandchilikning turizmga tutgan o`rni**

Hindiston hunarmandchilik va sovg'alar mahsulotlarini jahon bozoriga taklif etishda yirik eksport qiluvchi va yetkazib beruvchilardan biri hisoblanadi. Hind hunarmandchilik sanoati yuksak mahoratga ega intensiv va markazsizlashtirilib qishloq joylarda va shaharlarda birdek tarqalgan. Ushbu sektor hunarmandchilik bilan shug'ullanadigan ko'plab hunarmandlar bilan yarim kunlik asosda qishloq xo'jaligidan keyin ish bilan bandlik sektorida ikkinchi o'rinda turadi. 6 milliondan ziyod hunarmandlarga ish bilan ta'minlangan, shu jumladan ko'plab ayollar va jamiyatning zaif qatlamlariga mansub kishilar.

Hindistonning hozirgi hunarmandchilik urf-odati - bu an'anaviy dizaynlar va zamonaviy texnika asimilatsiyaning ajoyib namunasidir. Hindiston hunarmandchiligining jadallashuvi bu sovg'a mahsulotiga o'sib borayotgan talab

ushbu sohani keng qamrovli yirik sanoatga aylantirdi. Hindistonning hunarmandchilik an'analari boy tarixga ega.

Hindistonda eng keng tarqalgan, mashhur hunarmandchilik turlari: metall buyumlar, sopol idishlar, kulolchilik, haykaltaroshlik, yog'och ishlovi, qo'lda chop etilgan mato va sharflar, zari mahsulotlari.

Hindistonda iqtisodiy va ijtimoiy ahamiyatga molik san'atlar va hunarmandchilik an'analari mavjud. O'tmishdagi hunarmandchilikning aksariyat qismi o'zlarining rivojlanishi bilan davom etmoqda, oddiy odamlar uchun mavjudligi va mahalliyliги bilan global bozorlarda mashhurdir.

Bugungi kunda hunarmandchilik sohasidagi ayrim tarmoqlar hatto to'laqonli sanoatga aylangan. Ayniqsa: gilam to'qish, an'anaviy to'qimachilik (Banarsi ipak sari, Chikankari va boshqalar), gem zargarlik, zargarlik buyumlarini ishlab chiqarish, jahonga mashhur olmoslarni kesish va abraziv qilish sanoatda, guruchlarda, jut mahsulotlarida va hokazo. Bu sohalarning o'sishi ularning doimiy oshib borishi bilan bog'liq.

Tosh va zargarlik buyumlari, gilam ishlab chiqarish, metall buyumlar, charm mahsulotlari, jut mahsulotlari va boshqalar tez o'sib borayotgan sohalardir.

Eksport salohiyati 1,2 mln. AQSh dollaridan 1,9 dollargacha tovar aylanmasi bilan o'sib borayotgan sanoat korxonalarini bilan ahamiyatga molik. 10 yillik davr ichida o'sish sur'ati 15 foizdan ortiq. 3.6% global xomashyo eksportida 10% ulushga ega. 2005-2006 yillar mobaynida Hind hunarmandchilik mahsulotlari eksporti 298,87 mln. AQSh dollarini tashkil etdi, ya'ni eksport shu yilga nisbatan 10,02% ga o'sdi (2004-2005 yillarda). Hindistonning xalqaro hunarmandchilik bozoridagi ulushi qariyb 2% ni tashkil etsa-da, jahon hunarmandchilik bozorining qiymati 235 milliard dollarga teng.

Hind hunarmandchilik sanoati yuksak mahoratli, yozgi va markazsizlashtirilgan sanoatdir. Sanoat butun mamlakat bo'ylab, asosan, qishloq va shaharlarda tarqalgan. Ishlab chiqarish birlashmalarining aksariyati qishloq va



kichik shaharlarda joylashgan bo'lib, barcha Hindiston shaharlarida va chet ellarda katta bozor salohiyati mavjud.

Milliy hunarmandchilik sektori yuksak ijodiy soha bo'lib, turli xil hunarmandchilik mahsulotlarini ishlab chiqaradi. Ushbu sanoat mahalliy va xalqaro bozordagi mahalliyashtirilgan segment hisoblanadi. Hindistonda Milliy hunarmandchilik mahsulotlarini ishlab chiqarish katta va kichik hajmda amalga oshiriladi. Kam mablag' sarflaganligi sababli odamlar o'z biznesini kichik miqyosda boshlashlari mumkin. Ushbu moslashuvchanlik orqali talab va taklifni boshqarish mumkin.

Ham milliy, ham xalqaro bozorda Hind hunarmandchilik mahsulotlariga bo'lgan talab katta. Talab va taklifni sifat bilan muvofiqlashtirish uchun sanoatning o'ziga xosligi bilan yuqori texnologik qo'llab-quvvatlash va innovatsionlikka ega bo'lish lozim.

Hindistonning boy madaniy xilma-xilligi va merosi hunarmandchilik mahsulotlarini ishlab chiqarish uchun noyob va ulkan resursni ta'minlaydi. Hindiston hunarmandchilik sanoati har yili 20% o'sishda davom etmoqda. Milliy hunarmandchilik sanoati Hindistonning markazsizlashtirilgan sektorining muhim segmentlaridan biridir. Sanoatning asosiy qismlari qishloq joylarida va yarim shaharda faoliyat olib boradi va bozorga tegish uchun 67000 atrofida eksportchi va xalqaro bozorga ega. O'tgan yili ishlab chiqarilgan hunarmandchilik buyumlari qiymati 26 ming 266 rubl miqdorida baholangan. Ushbu sanoatda ayollar va erkaklar, jamiyatga mansub bo'lgan hunarmandlar uchun katta ish o'rinlari yaratilgan. Bu daromadning eng asosiy manbaidir.

Hindiston hunarmandchilik sanoati butun dunyo bo'ylab 100 milliard dollarlik sanoatdir. Hindistonning jahon bozoriga qo'shgan hissasi 1,2%, umumiy hunarmandchilik buyumlari eksporti: - 13412.92. Hindiston eksportidagi sanoat ulushi: - 1,51%. Turli xil mahsulotlarga ega bo'lishiga qaramasdan, Hindiston bozorining ba'zi qismlari hali ishlatilmayapti. Mahsulotlar o'rta va quyi o'rta sinfga mansub kishilarning kattaligi bo'lmagan, katta va mega shaharlarida yuqori

narxlarda sotiladi. Milliy hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqaruvchilari narxlari, sifati va turli segmentlar uchun yetkazib berish bo'yicha raqobat qilishi mumkin. Milliy bozorda hunarmandchilik mahsulotlari yetishmaydi. Yangi an'analar va hunarmandlar orasida xabardorlik kamligi, texnologik qo'llab-quvvatlash va o'qitish zaruriyati kabi muammolar mavjud.

Milliy hunarmandchilik sanoati turli xil mahsulotlar portfelini o'z ichiga oladi va bozorda keng turda mavjud. Milliy hunarmandchilik mahsulotlarini quyidagilarga ajratilishi mumkin: metall buyumlar, yog'och buyumlari, al-mato, naqshli va tikilgan mahsulotlar, gilamlar, bambuk, taklit taqinchoqlarni, suratlar, sopol, jut mahsulotlari, marmar haykali, bronza haykalchasi, teri mahsulotlari va boshqa hunarmandchilik turlari.

Metall buyumlar va bronza haykallari: asosiy ishlab chiqarish birliklari Moradobod, Sambhal, Aligarh, Jodhpur, Jaipur, Dehli, Thanjavur, Jagadhari va boshqa hududlarida joylashgan. Yog'ochdan tayyorlangan buyumlar va haykaltaroshlar: asosiy ishlab chiqarish birliklari Sharanpur, Nagina, Hoshiarpur, Srinagar, Amritsar, Jaipur, Jodhpur, Bangalore, Mysore, Behrampurda joylashgan. Ishlab chiqariladigan mahsulotlar: Kutch, Jaisalmer, Baroda, Lucknow, Jodhpur, Agra, Amritsar, Kullu va Srinagar shaharlarida joylashgan. Marmar va yumshoq toshlar: Agra, Madras, Bastar va Jodhpur ushbu hunarmandchilik mahsulotlari bilan mashhur.

Qog'oz ustalari Kashmir va Jaipur joylarida joylashgan. El mato va sharflar: Amroha, Jodhpur, Jaipur, Farruxabad, Bagru va Sanganer ishlab chiqarish bo'linmalaridan iborat. Zari Mahsulotlar: Surat, Agra, Varanasi va Amritsar shaharlarida ishlab chiqariladi. Imitasiya zargarlik buyumlari: Dehli, Moradabad, Sambhal, Jaipur va Kohima qismlari ushbu zargarlik buyumlari uchun ishlab chiqarish birliklaridan iborat.

Siyosiy nuqtai nazardan milliy hunarmandchilik ishlab chiqarish bloklarini tashkil etish bo'yicha joylashish to'g'risida hech qanday cheklovlar yo'q. Barcha

milliy hunarmandchilik ishlab chiqaruvchilari ishlab chiqarish uchun sanoat litsenziyasini olishdan ozod.

Hindistonlik hunarmandchilik mahsulotlarining eksportga oid xususiyatlari Govt tomonidan belgilab qo'yilgan. Hindiston 100% ipakni taqiqlovchi kontentdan yoki kompozitsiyadan kvotasiz va neytraldir. Ularga kiyim-kechak va kiyim aksessuarlar kiradi. Uy xo'jaligida ishlab chiqarilmoqda. Turli mamlakatlarning kelishilgan ro'yxatida belgilangan har bir elementning shakli va uslubiga mos kelishi kerak. Olingan o'lchamlarini qondirish kerak. Tarifdan tashqari tarif siyosati: 9704 dan tashqari, 97 yoshgacha bo'lgan barcha ob'ektlar import bojining 35,2 foizini jalb qiladi. Bunga 35 foiz asosiy vazifa va to'rt foiz qo'shimcha majburiyatlar kiradi. 9704 gacha bo'lgan buyumlar hech qanday import bojlarini jalb qilmaydi.

Hindistonda milliy hunarmandchilik mahsulotlari asosiy tarqatish kanallari orqali taqsimlanadi. Hindistonda ko'p sonli chakana sotuvchilar mavjud bo'lib, ular hunarmandchilikning keng turlarini ishlab chiqaradi. Ko'pchilik ulgurji savdogaga ko'p miqdorda mahsulot yetkazib berishi va yakuniy iste'molchiga yoki sotuvchiga sotilishi mumkin. E-commerce: Internet hunarmandchilik mahsulotlarini sotish uchun istiqbolli tarqatish kanallaridan biri sifatida paydo bo'ldi. E-commerce orqali milliy hunarmandchilik mahsulotlarini taqsimlash uchun eng katta kanallardan biri internet hisoblanadi.

Eksport qilinadigan mahsulotlarini - metall buyumlari, yog'och buyumlari, al-mato buyumlari, naqsh va naqshli buyumlar, san'at buyumlari, zari tovarlari, zargarlik buyumlari, gilamlar, teri mahsulotlari, bambuk mahsulotlari, sopol buyumlar, marmar haykallar, bronza haykal va boshqalar.

Hindistonning yirik eksport bozori AQSh, Germaniya, Buyuk Britaniya, Frantsiya va Yaponiya, Saudiya Arabistoni, Kanada va Italiya va boshqalar. Hindiston hunarmandchilik sanoati uning iqtisodiyotida muhim o'rin tutadi. Hindistonda to'qimachilik vazirligi siyosatni shakllantirish, ishlab chiqarishni

rejalashtirish, ishlab chiqish, eksportni rag'batlantirish va hunarmandchilik sohasini tartibga solish uchun mas'uldir.

Hindiston milliy hunarmandchilik asosiy xususiyatlari quyidagi 2.2.1-jadvalda keltirilgan.

Imkoniyatlar:	Tahdidlar:
katta, diversifikatsiyalangan va potentsial bozor;	ichki bozorda raqobat;
turli xil madaniyatga ega bo'lganligi sababli katta mahsulot turlari mavjud;	yuqori talab va taklif o'rtasidagi muvozanat;
turli xil bozorlarga xizmat ko'rsatadigan turli xil mahsulotlar.	Xitoy, Janubiy Afrika kabi raqobatdosh mamlakatlar tomonidan ishlab chiqarilgan sifatli mahsulotlar;
arzon mehnat stavkalari raqobatbardosh narxga olib keladi;	raqobatbardosh mamlakatlarda texnologik qo'llab-quvvatlash mavjudligi;
kam mablag' sarflashi;	tanlovga mos keladigan malakali ustalar va mehnatning yetishmasligi mavjud;
moslashuvchan ishlab chiqarish;	keng miqyosda ishlab chiqarishga qodir emasligi;
ishlab chiqarish markazlarini oson yaratish va rivojlantirish;	materiallar sinovi va ishlash ko'rsatkichlarini kamligi;
sanoat potentsial ish o'rinlarini ta'minlaydi;	yo'l transport infratuzilmasining pastligi tufayli foydalanilmayotgan va foydalanilmaydigan bozor.
mahsulotlar yuqori qo'shimcha qiymatga ega, milliy hunarmandchilik esa turli ilovalarga ega;	
eksportning yuqori bo'lishi sababli tashqi daromad manbaidir;	
infratuzilma va aloqa vositalarining yetishmasligi;	
xalqaro talablar va bozor haqida bilmaslik;	
yangi texnologiyalar haqida kam ma'lumot;	
joriy bozor tendentsiyalari haqida kam ma'lumot;	
milliy hunarmandchilik sohasida yoshlarning kam qiziqishi;	
malakali mehnatning yetishmasligi.	

### **2.2.1- jadval-jadval. Hindiston hunarmandchiligining imkoniyatlari va unga xavf soluvchi tahdidlar.**

Hindiston milliy hunarmandchiligi quyidagi imkoniyatlarga ega: AQSh, Kanada, Buyuk Britaniya, Fransiya, Germaniya, Italiya kabi rivojlangan mamlakatlarda milliy hunarmandchilik mahsulotlari uchun talabning ko'tarilishi. Moda sanoatini rivojlantirish hunarmandchilik mahsulotlarini talab qiladi. Chakana savdo kabi sohalarni rivojlantirish, milliy hunarmandchilik mahsulotlarining katta talablarini ta'minlovchi ko'chmas mulk. Mahalliy va xalqaro turizmni rivojlantirish. Elektron tijorat va Internetda mahsulotlarni sotish uchun foyda tarqatuvchi kanallar sifatida paydo bo'ladi.

Malakali hunarmandlarni tayyorlash uchun yetarli bo'lmagan ta'lim markazlari mavjud. Asosiy maqsad: sanoatni global asosda raqobatlashishga yordam beradigan muhitni yaratishdir. Sektorning ishlashini yaxshilash uchun mablag'larni yaratish, infratuzilmani takomillashtirish, o'qitish, texnologik rivojlanish va qashshoqlikni kamaytirish kabi masalalarga e'tibor qaratish zarur. Savdo tadbirlari, seminarlar, amaliy forumlar va reklama orqali hunarmandlar va xaridorlar o'rtasida xabardorlikni oshirish kerak. Hunarmandlarni to'g'ri tayyorlash uchun qo'shimcha o'quv markazlari ochilishi kerak.

Ishlab chiqaruvchilarning bozorga kirishiga yordam berish uchun ko'proq savdo ko'rgazmalari bo'lishi kerak. Tashish uchun mo'ljallangan infratuzilmani takomillashtirish kerak, chunki transport xarajatlarini kamaytirish orqali foyda oshadi.

Xorijiy xaridorlarni jalb qilish uchun Hindiston sayyohligini targ'ib qilish, yangi mahsulotlarni ishlab chiqarish va chiqindilarni minimallashtirish, mahsulotning mustahkamligi va ishonchliligini ta'minlash uchun tabiiy resurslarni qayta ishlash texnologiyasini ishlab chiqish zarur.

Quyidagi modelni qo'llash orqali milliy hunarmandchilik sanoati samaradorligini oshirishi va qo'shimcha qiymat olinishi mumkin:

- potentsial bozorni aniqlash;

- faol biznes rejasini ishlab chiqish va mavjud biznesda malakani oshirish;
- bozorda yangi mahsulotlarning dastlabki salohiyatini sinab ko'rish uchun marketingni sinab ko'rish;
- malakali kadrlarni ish bilan ta'minlash, eng so'nggi texnologiya va bozor tendentsiyalari va samarali boshqaruv haqida ta'lim va xabardorlikni ta'minlash;
- iqtisodiy samarali ishlab chiqarish, sifat standartlarini saqlash va qadoqlash;
- jismoniy va elektron tarqatish kanallari (Internet, elektron savdo) yordamida xarajatlarni samarali taqsimlashni rivojlantirish;
- yaxshi eksport, tashqi daromad uchun milliy va xalqaro bozordagi rivojlanish.

Barcha Hindiston milliy hunarmandchilik kengashi 1952 yilda milliy hunarmandchilik sohasidagi takomillashtirish va rivojlantirish uchun turli yechimlar taklif qilish uchun tashkil etilgan. Reja tuzish, davlatga yordam berish sxemalarni rejalashtirish va bajarish, shuningdek, hunarmandchilik sohasida marketing, moliyaviy va tashkiliy jihatlarga ko'maklashish.

Shunday qilib, kam investitsiyalar, arzon va malakali mehnat, diversifikatsiyalangan mahsulot portfeli, moslashuvchan ishlab chiqarish hind hunarmandi sanoatida muhim ahamiyatga ega emas. Biroq, infratuzilmaning yo'qligi va texnologiyani qo'llab-quvvatlash, xalqaro va yangi tendentsiyalar va kam reklama kompaniyalarining xabardorligi yetishmasligi kerak bo'lgan sanoatning kamchiliklari sanaladi. Hindistonning milliy hunarmandchilik sanoati kelajakda tez sur'atlar bilan o'sib borishi va iqtisodiy taraqqiyotga o'z hissasini qo'shib qo'yishi taxmin qilinmoqda. Hind hunarmandchilik sanoati uyushmaga aylanmagan, markazsizlashtirilgan, mehnatsevar uy xo'jaligi sanoati sanaladi. Qudratli bo'lishiga qaramasdan, sanoatda past darajadagi savodxonlik va ta'lim darajasi, zamonaviy (texnologik) mahorat yo'qligi va yetarlicha moliyalashtirishning yo'qligi kabi bir qator muammolar mavjud.

## **2.3. Iordaniyada milliy hunarmandchilikning turizmda tutgan o`rni .**

Iordaniyada turizm mamlakat iqtisodiyotining eng muhim tarmoqlaridan biri hisoblanadi. 2010 yilda Iordaniyaga har xil mamlakatlardan 8 milliondan ziyod sayyohlar tashrif buyurishdi, turizmdan tushgan daromad 3,5 milliard dollar va tibbiy turizmdan 1 milliard dollar atrofida bo'ldi. 2011-yilda Iordaniya turizm sohasi mintaqadagi siyosiy beqarorlik tufayli 1 milliard dollarga teng bo'ldi.

Amman - 2017 yilda turizm daromadlari 12,5 foizga o'sib, 4,6 milliard dollarni tashkil etdi. 2016 yilda bu ko'rsatkich 4,1 milliard dollarni tashkil etdi. Iordaniya axborot agentligi Petra tomonidan olib borilgan bayonotida, bu o'sish asosan 2017 yilda sayyohlarning umumiy sonining 8,7 foizga ko'payishi hisobiga amalga oshirilganini aytdi. 2017 yil dekabrda sayyohlikdan tushadigan daromadlar 9,1 foizga o'sib, 2016 yilga nisbatan 340,9 million dollarga yetgan. O'tgan yilning shu davriga nisbatan sayyohlar soni 6,2 foizga oshgan. 2017 yil noyabr oyining oxiriga qadar kechayu-kunduz sayyohlari soni 3,911 million kishini tashkil etdi, o'tgan yilning 11 oyi mobaynida bu ko'rsatkich 3,574 millionni tashkil etdi.

Iordaniyada hunarmandchilik sektori juda keng tarqalgan sanoat turidir. Ularning hunarmandchiligining asosiy xususiyati turli xil san'at va dizayndagi o'zgarishlarga tez moslashuvchanligidir. Hunarmandchilik turizm sohasida katta ahamiyatga ega bo'lgan sektorning bir qismidir bolib, turizm mamlakatning yalpi daromadi qariyb 11 %ini tashkil.

Hunarmandchilik sanoati Iordaniyada joylashgan ikki asosiy uyushma tomonidan boshqariladi:

1. hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqaruvchilar uyushmasi (madaniyat va sport ishlari vazirligi qoshidagi ixtiyoriy birlashma, ro'yxatdan o'tgan 150 a'zosi bor, ularning hammasi ishlab chiqaruvchi hisoblanadi) ;

2. Iordaniya hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqaruvchilari va savdogarlar uyushmasi.

Ishlab chiqarish segmentida to'qimachilik mahsulotlari (kashtado'zlik va to'quv kabi) eng katta hisoblanadi, 50% ni, keramika va keramika mahsulotlari 20% ni, mozayka 20% ni, zargarlik buyumlari, zaytun va yog'och mahsulotlari, sovunlar va boshqa mahsulotlar uchun 10% ni, hammom mahsulotlari, mis mahsulotlari va boshqalar tashkil etadi.

Iordaniyada hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqaruvchilari ikkita asosiy xususiyatga ega:

1. turistlar bozori va ikkinchi bozor bo'lgan ishlab chiqaruvchilar uchun maqsadli bozorlar;
2. yakka tartibdagi xaridorlar va korporativ, davlat xaridorlarini o'z ichiga olgan mahalliy bozorlar.

Ushbu bozorlarda quyidai mahsulotlar taklif etiladi:

1-to'qimachilik mahsulotlari. Eng ko'p sotiladigan kashtachilik mahsuloti - kichik sovg'alar (kostyumlar, yumshoq o'yinchoqlar, yostiq qoplamalari, sumkalar va hokazo), asosan, sayyohlik joylarida boj olinmaydigan savdo do'konlarida, mehmonxona do'konlari, ishlab chiqaruvchilar o'zlarining ko'rgazma zallari va chakana do'konlarida sovg'alar sifatida sayyohlarga sotiladi. Muvaffaqiyatli xususiy biznes tomonidan sotiladigan kichik sovg'alar uchun chakana narx oraligi \$ 22 - \$ 25, 30 dollardan kam bo'lgan sovg'a buyumlari eng ko'p sotiladigan kashtachilik mahsulotlari bolib, ularning eng katta xaridor segmenti sayyohlardir.

Sayyohlar bilan birga tikuvchilik mahsulotlari mahalliy xaridorlarga ham sotiladi . Naqshli mahsulotlarning eksport bozorlari 20% ni tashkil qiladi, ishlab chiqarish va sotish Fors ko'rfazi mintaqasida va Saudiya Arabistonida amalga oshdi. To'qimachilik mahsulotlariga kelsak, asosiy mahsulotlari – gilam bolib, mahalliy xaridorlar, sayyohlar tomonidan sovg`a sifatida xarid qilinadi.

2- keramika va kulolchilik mahsulotlari. Keramika va keramika mahsulotlari uchun ikkita asosiy xaridor segmenti mavjud bp`lib, ular turistlar va mahalliy



xaridorlar. Eng yirik xaridor segmenti sayyohlik bozori va eng ko'p kulolchilik va keramika buyumlari kichik sovg'alar sifatida sayyohlik joylarida chakana savdo do'konlari sayyohlarga sotiladi. Mahalliy bozorda ishlab chiqariladigan keramik buyumlar sanaladi ular salat idishlari, qozon kosalar, plitalar va qalam misolida eng ko'p sotiladigan mahsulot hisoblanadi. Bundan tashqari, keramika va kulolchilik korporativ va davlat sovg'asi buyumlari sifatida sotiladi. Ushbu mahsulotlar ishlab chiqaruvchilarning o'z savdo xonalari yoki sotuvchilar orqali sotiladi. Keramika mahsulotlarining 70% mahalliy darajada sotiladi va 30% eksport qilinadi. Keramika uchun eksport bozorlari va kulolchilik mahsulotlari Fors ko'rfazi mintaqasida va Saudiya Arabistonida joylashgan.

3- Mozayka mahsulotlar. Chakana savdo kompaniyalarining fikriga ko'ra, mozaykaga mahalliy xaridorlar tomonidan talab katta, bu 80-90% Iordaniyada sotiladigan mozaykalar Suriyada tayyorlanmoqda. Mozaykada ishlab chiqarishning pastligi sababi u juda mehnatni talab qiladi. Aksariyat mozaykalar mahalliy bozorda sotiladi, taxminan 30%, AQSh, Frantsiya, Buyuk Britaniya va shu jumladan, xalqaro bozorlarda sotiladi.

1999 yildan beri "Ghor al-Safi" Ayollar Jamiyatining Ijtimoiy rivojlanish uyushmasi ayollaridan tabiiy bo'yoqlardan foydalanadigan chiroyli va original hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqariladi: "Safi hunarmandlar". Safi hunarmandlarining faoliyati qishloqdagi 15 nafar ayolni o'z ichiga oladi va amerikalik rassom Jan Bredberining yordami bilan boshlandi. Safi milliy hunarmandchiligi - Safi va Iordaniyada oilalarni va mahalliy meroslarni o'z ichiga olgan kundalik hayotni namoyish etuvchi noyob hunarmandchilik mahsulotlari yaratuvchilari. Har bir parcha Iordaniya quruqligidan to'g'ridan-to'g'ri keladigan tabiiy ranglardan foydalangan holda Ghor al-Safiy ayollar tomonidan ishlab chiqarilgan hunarmandchilik mahsulotidir. Tabiiy bo'yoqlardan foydalanish Safi milliy hunarmandchiligini Iordaniyada har qanday boshqa hunarmandchilikdan farqli noyob va chiroyli rang palitrasi bilan ta'minlaydi. Ushbu loyiha orqali YuNESKO Gur al-Safiy ayollariga Safi hunarmandchiligi sifatini yaxshilash,

yangi dizaynlar va ranglarni yaratish, ularni yanada yaxshi rag'batlantirish va sotish uchun yordam beradi. Safi hunarmandlari Iordaniya merosining kichik qismidir. Safi Crafts mahsulotlari quyidagilarni o'z ichiga oladi: sumkalar, devorga osilganlar, to'shaklar, chaqaloq liboslari, sharflar, bilaguzuklar va kostyumlar.

Iordaniyada juda chiroyli va qiziqarli hunarmandchilik an'analari mavjud noyob madaniyati va tarixini aks ettiradi. Qo'lda tayyorlangan buyumlar turli xil va to'quv gilam, og'izda shishirilgan shishasi, bo'yalgan shisha, zargarlik buyumlari, kumush, sopol idishlar, kashtado'zlik, mozaykalar va yog'och o'ymakorligi mahsulotlari. Bu an'anaviy hunarmandlar Iordaniya turli madaniy merosining vakili hisoblanadi. Iordaniyaning muayyan qismlari o'ziga xos hunarmandchilik bilan mashhur. Madaba uning mozaykalari bilan mashhur, Jerash esa o'zining gilamlari bilan nom qozongan.

Iordaniyada milliy hunarmandchiligi juda ta'sirli va tarixiy merosga ega. Ko'p qadimgi sivilizatsiyalar o'zligini tark etgan Iordaniya ustidan asrlar davomida iz qoldirgan. Buyuk Ipak yo'li bo'ylab asosiy va muhim yo'nalish sifatida foydalanish mumkin. Bilim, madaniyat, san'at va din o'rtasida o'zaro almashish Yevropa, Afrika va Osiyodagi eng yirik madaniyat markazlaridir.

Iordaniyada O'lik dengiz kosmetikasi juda mashhur (tana va yuz uchun shampunlar, sovunlar, kremlar, vannalar uchun tuzlar). Kosmetik mahsulotlarni har bir joyda sotib olish mumkin: dorixonalar, do'konlar, xarid qilish markazlari, go'zallik salonlari, mehmonxonalar va hatto dengizgacha bo'lgan yo'nalish bo'ylab ham.

Kalori - Iordaniyada, haqiqiy arab davlati sifatida, bu aksessuarlarsiz mahalliy odamlarning bo'sh vaqtlarini tasavvur qilish qiyin emas. Arab shirinliklar - asalning yong'oq, yong'oq va ziravorlar bilan to'ldirilgan an'anaviy sharqona shirinliklar "1001 Kecha" ning afsonalarini haqiqiy ta'mini his etishga yordam beradi.

Zaytun yog'idan sovun - qadimgi retseptlarga ko'ra, gulli esanslar, xushbo'y o'tlar va ziravorlar qo'shilgan zaytun sovuni Iordaniyadan har bir turist uchun mukammal yodgorlik bo'ladi.

Tuyalarning haykalchasi - yog'och, metall, charm yoki keramika ishlab chiqarilgan haqiqiy do'st va yordamchi Badaviyning haykalchasi, quyoshli Iordaniya cho'l landshaftlarini eslatadi.

Tuyaqushning rangli tuxumi - juda ajoyib (va juda qimmat) sovg'alar Iordaniyadan chiroyli sovg'a qilishni istaganlar uchun mos keladi.

Iordaniya xanjarlari - Shibriyaliklar Iordaniya sahrolarining badaviylarning an'anaviy qurolidir. Bu ikki mo'ylovli xanjar, murakkab bezatilgan niqob bilan birga Amman va boshqa yirik shaharlardagi xususiy seminarlarda sotiladi.

Gilamchalari - ushbu rangli gilamlarni asrlar davomida ishlab chiqarish bevosita ayollar uchun an'anaviy sanaladi. Bugungi kunda Bibliya davrida bo'lgani kabi, uydagi mebel ham, uzoqdagi ajdodlarining texnologiyasidan foydalangan holda, qishloq aholisi tomonidan qo'lda ishlangan.

Arabcha ro'molcha - erkakning ro'molchasi "kufiya" ("arafatka" deb ataladi), er-xotin halqali "egal" bilan birgalikda haqiqiy arab kostyumining ajralmas qismi hisoblanadi. Bu cho'lning issiqligidan va qumli shamolning egilishidan egasini mukammal himoya qiladi.<sup>3</sup>

To'quv odatda onadan qizga o'tadigan badaviy an'analaridir. An'anaga ko'ra, Beduinlar o'z mehmonlarini salomlashganda, yashash xonasi jihozlangan butunlay chiroyli qo'lda ishlangan xaltachalar va yostiqlar bilan bezatilgan. Gilamlar mahalliy ayollar orasida hali ham g'urur manbai bo'lib qolmoqda. Qo'y juni va echki sochlar chodirlarni, gilamlarni, yostiqlarni va saqlashni o'rash uchun ishlatiladi. Tabiiy bo'yoqlardan yaqin vaqtgacha ishlatilgan: Indigo (Iordaniya vodiysida ekilgan), anor, piyoz po'stlog'i va tut daraxtlari ham keng tarqalgan edi, kermes hasharot bo'yoqlari (qizil), kokain (pushti) va hatto sarg'ish tuproq.

Qo'lda ishlangan ko'ylaklar, liboslar va yostiq qoplari mavjud an'anaviy va zamonaviy uslubda hamma joyda tarqalgan. Zargarlik buyumlari arab

kelinlarining shaxsiy boyligini ko'paytiradi; bular asosan oltinni tashkil etadi.

Orjan Soap uyi qishloqda joylashgan Iordaniyada Orjan, Ajloun va qo'lda tayyorlangan sovunlarni yaratadi. "Orjan Soap" uyi 17 xil turdagi sovunni ishlab chiqaradi. Zaytun moyi va organik o'simliklar o'sib chiqadi va hech qachon zararli emas.

Mamlakatda ayniqsa, mozaykalar, keramika, to'qimachilik va boshqa kashtado'zlik, yog'och o'ymakorligi, marvarid o'ymakorligi, bo'yalgan shisha, zamonaviy va an'anaviy zargarlik an'analari liboslar, haykallar, arabesk mebel, rasmlari ko'p badiiy hunarmandchilik shakllari mavjud. Iordaniya janubi to'qimachilik bilan tanilgan, to'quv va teri hunarmandchilik ishlab chiqariladi. Mahalliy badaviy jamoalari, shuningdek, yuqori sifatli keramikalar va kulolchilik va kumush taqinchoqlarni ustaxonalari mavjud. Janubdagi hunarmandlar shisha va qum san'atida va qumda yaratilgan shishalar bilan tanilgan.

Iordaniya davlatida turizm sohasida hunarmandchilikni rivojlantirish maqsadida 2010-2015 yillar mobaynida milliy strategiya doirasida rivojlantirish ishlari olib borilgan. Strategiya 9 ta yo`nalish doirasida olib borilgan.

Shunday qilib, Iordaniya milliy hunarmandchiligi mahalliy jamoalarga juda katta ta'sir ko'rsatadi. Iordaniyada milliy hunarmandchilik ularga daromad manbalari, ish bilan bandlik manbalari va qashshoqlikni kamaytirish boshqa ish bilan ta'minlaydigan imkoniyatlarni yaratib beradi. Iordaniyaning hunarmandchiligi ishlab chiqaruvchilari asosan kichik, past daromadli korxonalar va hunarmandlar, qishloq joylarida an'anaviy ko'nikmalar avloddan-avlodga o'tadi. Iordaniya ayollari ham shahar, ham qishloq joylarida istiqomat qilib keladi. Bu sohada ko'p sonli hunarmandlar afzalliklari tufayli uyda ishlash qobiliyati ko'proq maqbuldir, chunki ular oila va jamiyat ichida, moslashuvchan ish soatlariga moslashgan. Hunarmand ayollar asosan ko'pincha jamoatchilik rahbarlari va mustaqil qarorlar qabul qiladilar, iqtisodiy va siyosiy tuzilmalar va ularning jamiyatlari jarayonlarida faol ishtirok etadilar.

## **II bob bo`yicha xulosa**

Hunarmandchilikning davlat rivojlanishida bir qancha ahamiyatga ega. Ularni quyidagi guruhlariga bo`lish mumkin.

Madaniy ahamiyatga ega: hunarmandchilik har qanday mamlakat yoki mintaqaning madaniyati va urf-odatlarini ifodalovchi muhim rol o'ynaydi. Milliy hunarmandchilik - xalqning turmush tarzi va tarixi bilan bog'liq bo'lgan boy an'anaviy san'at, meros va madaniyatni, an'anaviy mahorat va iste'dodlarni saqlab qolish uchun muhim vosita.

Iqtisodiy ahamiyati: hunarmandchilik iqtisodiy rivojlanish jihatidan juda muhimdir. Ular hatto kam mablag' sarflayotgan bo'lsa ham, bandlik uchun keng imkoniyatlar yaratib, chet el daromadlari uchun muhim vosita bo'ladi.

Hindiston dunyodagi milliy hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqaruvchi va yetkazib beruvchilardan biri hisoblanadi. Hindiston uzoq vaqtdan beri milliy hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqaruvchi va yetkazib beruvchisi bo'lgan. Sanoat rivojlanishidan oldin bu milliy hunarmandchilik va sanoat mamlakat uchun potentsial iqtisodiy ustunlik edi.

Hind hunarmandchilik sanoati mamlakatning boy madaniy merosining asosiy qismini tashkil etadi. Qudratli bo'lishiga qaramasdan, sanoatda past darajadagi savodxonlik va ta'lim darajasi, zamonaviy (texnologik) mahorat yo'qligi va etarlicha moliyalashtirishning yo'qligi kabi bir qator muammolar mavjud.

Iordaniyada milliy hunarmandchilik ularga daromad manbalari va ish bilan bandlik manbalari va qashshoqlikni kamaytirish boshqa ish bilan ta'minlaydigan imkoniyatlarni yaratib beradi. Iordaniyaning hunarmandchiligi ishlab chiqaruvchilari asosan kichik, past daromadli korxonalar va hunarmandlar, qishloq joylarida an'anaviy ko'nikmalar avloddan-avlodga o'tadi. Iordaniya ayollari ham shahar, ham qishloq joylarida istiqomat qilib keladi. Bu sohada ko'p sonli hunarmandlar afzalliklari tufayli uyda ishlash qobiliyati ko'proq maqbuldir, chunki ular oila va jamiyat ichida, moslashuvchan ish soatlariga moslashgan.

### **III bob. Turizm biznesida milliy hunarmandchilikning samaradorligini oshirish yo`nalishlari**

#### **3.1. Buxoro viloyatida milliy hunarmandchilikning turizmدا tutgan o`rni**

**Hunarmandchilik** - milliy-an'anaviy mayda tovar ishlab chiqarish, oddiy mehnat qurollari yordamida yakka tartibda va qo'l mehnatiga asoslangan sanoat turi bolib shunday mahsulotlar tayyorlanadigan kasblarning umumiy nomi. Yirik sanoat ishlab chiqarishi vujudga kelishiga qadar keng tarqalgan, ayrim sohalari keyin ham saqlangan. Kam rivojlangan mamlakatlarning xalq xo'jaligida hozir ham muhim o'rin egallaydi.

Hunarmandchilik insonning ishlab chiqarish faoliyati bilan vujudga kelib, jamiyat rivojlanishi davomida asta-sekin dehqonchilik va chorvachilikdan ajralib chiqdi, turli ijtimoiy-tarixiy davrlar doirasida texnika rivoji bilan aloqador holda takomillasha bordi, turli ixtisosliklar (kulollik, duradgorlik, temirchilik, misgarlik, binokorlik, tosh-taroshlik, o'yimakorlik, kashtado'zlik, ko'ncilik, tikuvchilik, to'quvchilik, zargarlik, degrezlik, rixtagarlik, zardo'zlik, bo'yoqchilik, kemasozlik, tunukasozlik va boshqalar)ga ajraldi.

Hunarmandchilik qanday tabiiy resurslarning mavjudligiga qarab masalan: paxta va pilla bor yerda to'qimachilik, sifatli xom ashyo bor yerda (masalan, Rishtonda) kulolchilik, jun va teri ko'p yerda to'qimachilik va ko'ncilik, shunga qarab kosibchilik, o'rmonlar ko'p yerda yog'ochsozlik ma'danlarga boy yerlarda metall ishlab chiqarish va temirchilik, dengiz va daryo bo'ylarida kemasozlik va boshqalar rivoj topgan.

Jamiyat taraqqiyoti bosqichlari, mehnat taqsimoti bilan aloqador holda hunarmandchilikning 3 turi shakllangan:

- 1) uy hunarmandchiligi;
- 2) buyurtma bilan mahsulot tayyorlaydigan hunarmandchilik;

### 3) bozor uchun mahsulot tayyorlaydigan hunarmandchilik.

Uy hunarmandchiligi kapitalizmga qadar bo'lgan davrlarda hunarmandchilikning eng ko'p tarqalgan turi bo'ldi. Hunarmandchilikning bu turi natural xo'jalikning ajralmas qismi hisoblanadi. Shaharlar rivoji buyurtma bilan hunarmandchilik mahsulotlari tayyorlash va bozorga hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqarishning jadal o'sishi bilan uzviy bog'liq. Natijada hunarmandchilik mahsulotlari tovarga aylandi, tovar ayirboshlash uchun ishlab chiqariddi.

Davr taqozosi bilan hunarmandchilikning yangi-yangi turlari vujudga keldi. Hunarmandlar ham turli mahsulotlar tayyorlash bo'yicha ixtisoslasha bordilar. Shaharlardagi mahallalar hunarmandlarning kasbkoriga qarab shakllangan (masalan, 20-asrning boshlarida Toshkentda ko'nychilar, kulollar, egarchilar, beshikchilar, o'qchilar, kosiblar mahallalari bo'lgan). Ayrim mahalla, kvartal, shahar, o'lkalar hunarmandchilikning ma'lum mahsulotlari bilan shuhrat qozona boshladilar.

Rivojlangan mamlakatlarda yakka buyurtmalar va qimmatbaho badiiy buyumlar tayyorlaydigan hunarmandchilik sohalarigina (tikuvchilik, etikdo'zlik, gilamchilik, zargarlik, o'ymakorlik va boshqalar) saqlanib qoldi.

20-asr boshlarida esa mashinalashgan ishlab chiqarish keng yo'lga qo'yilishi bilan hunarmandchilik mahsulotlarining tur tarkibi va ishlab chiqarish hajmi keskin kamaydi. 20-asr davomida va 21-asr boshlariga kelib yirik industrial ishlab chiqarish qaror topgan bo'lsada, hunarmandchilikning mavqei saqlanib qoldi. Hunarmandchilikning bozorda segmenti kichik bo'lganidan yirik ishlab chiqarish egallay olmaydigan, talab individuallashtirgan o'z o'rnini bor. Mini texnologiyaning paydo bo'lishi hunarmandchilikda tovarlarni yakka tartibda va sifatli ishlab chiqarish imkonini beradi. Bunga milliy ustboshlar, milliy cholg'u asboblari, mayda asbob-uskunalar, turli yodgorlik buyumlari ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatishni kiritish mumkin. Hozirgi hunarmandchilik kichik biznes tarkibidagi yakka mehnat faoliyati va oilaviy korxonalaridan iborat.

9-10-asrlarda Oʻrta Osiyoda yirik hunarmandchilik markazlari paydo boʻldi. Ip mato, gilam (Urganch, Shosh), shoyi (Marv), mis va temirdan yarogʻ-aslaha, pichoq tayyorlash (Fargʻona), shoyi matolar, shisha mahsulotlari tayyorlash (Buxoro) avj oldi. 13-asrda moʻgʻullar bosqini hunarmandchilik rivojiga zarba berdi. Temuriylar davlatining vujudga kelishi hunarmandchilik rivojiga juda katta ijobiy taʼsir koʻrsatdi.

Oʻrta Osiyoda hunarmandchilikning barcha turlari 20-asrning 20-yillarigacha saqlandi. Buxoro, Samarqand, Qoʻqon, Xiva, Toshkent kabi shaharlarning ishlab chiqarish munosabatlarida hunarmandchilik katta rol oʻynadi (masalan, 19-asrning 60-yillarida Xivada hunarmandchilikning 27 turi rivoj topgan, shahardagi bozorlarda hunarmandlarning 556 doʻkoni boʻlgan, 80-yillarda shaharda 2528 xoʻjalik hunarmandchilik bilan shugʻullangan).

Oʻzbekistondagi hunarmandchilik chuqur ixtisoslashgan boʻlib, oʻzida xilma-xil kasbkorlarni birlashtirgan. Masalan, terini qayta ishlash sohasida koʻnchilar, etikdoʻzlar, maxsidoʻzlar, kovushchilar, egar-jabduqchilar, telpakchilar, poʻstinchilar, kamarchilar; toʻqimachilik sohasida boʻzchilar, atlaschilar, gilamchilar, sholcha va namatchilar; metallni ishlash sohasida temirchilar, taqachilar, misgarlar, chilangarlar, zargarlar kabi kasblar boʻlgan. Bular hunarmandchilikning tarmoq strukturasi belgilangan.

Sharqdagi musulmon ustaxonalarida boʻlgani kabi Oʻzbekistonda chevarlik, kashtachilik bilan ayollar uyda oʻtirib shugʻullanishgan. Hunarmandchilikning ijtimoiy strukturasi usta, xalfa va shogird kabi ijtimoiy toifalar mavjud boʻlgan. Hunarmandchilikning ichki tartib va qoidalarini uning nizomi sifatidagi "Risolalar" belgilab bergan. Har bir kasbning oʻz rahnamosi, yaʼni piri va "Risolasi" boʻlgan, avloddan-avlodga oʻtuvchi odatlari va udumlariga rioya etilgan. Masalan, ish boshlashdan oldin usta oʻz pirini yodga olib undan madad soʻrash, shogirdiga fotiha berish kabi odatlarga amal qilingan.

Oʻzbekiston Rossiya mustamlakasiga aylangach, hunarmandchilik metropoliya sanoatining raqobatiga duch kelib, oʻzining ilgarigi mavqeini



yo‘qotgan bo‘lishiga qaramay, uning ko‘p tarmoqlari saqlanib qoldi, chunki u milliy ehtiyojni qondiradigan tovarlarni, chunonchi, kiyim-kechak, idish-tovoq, turli uy-ro‘zg‘or buyumlari, mayda mehnat qurollarini yaratib, ularni mahalliy bozorga yetkazib berdi.

Hunarmandchilikning yashovchanligini ta‘minlashda chet eldan keltirilgan xom ashyo, materiallar, kichik uskunalar muhim rol o‘ynadi. Masalan, AQShdan keltirilgan teri bo‘yog‘idan foydalanib ko‘nchilar amirkon deb nomlangan yupqa charm ishlab chiqara boshladi. Shu munosabat bilan amirkon etik, mahsi va kovushlar paydo bo‘ldi. Germaniyadan "Zinger" firmasining tikuv mashinalari keltirilishi bilan tikuvchilik (chevarlik) keng yoyildi.

20-asrning 20-yillarida sho‘rolar hokimiyati qaror topishi bilan hunarmandlarning asosiy qismi dastlab artellarga, keyinchalik, zavod, fabrikalarga, badiiy buyumlar korxonalariga jalb qilindi. Ularga xom ashyo, material, asbob-uskunalar davlat tomonidan yetkazib beriladigan, yaratilgan mahsulotlar do‘konlar va matlubot kooperatsiyasi orqali sotiladigan bo‘ldi. Iste‘dodli hunarmandlar ijodiy tashkilotlarga qabul qilindi, amaliy bezak san‘ati rivojlantirildi (masalan, 30-yillarda Toshkentda o‘quv- ishlab chiqarish kombinati tashkil etilib, yosh hunarmandlar unda ta‘lim oldilar, 1968 yilda Buxoroda kandakorlar maktab ustaxonasi, 1978 yilda Qo‘qonda yog‘och o‘ymakorligi maktab ustaxonasi tashkil topdi).

O‘zbekiston mustaqillikni qo‘lga kiritgandan so‘ng hunarmandchilik rivojida yangi davr boshlandi, xalq hunarmandchiligi bozor qoidalari zahirida qaytadan tiklandi. O‘zbekistonda mahalliy sanoat korxonalarining birinchilar qatori xususiylashtirilishi natijasida mayda davlat korxonalarini hunarmandlarning xususiy korxonalariga aylantirildi, yangi hunarmandchilik korxonalarini ochildi. Hunarmandchilik faqat ichki bozorga emas, balki eksportga ham ishlay boshladi. Hunarmandchilikning tashkiliy shakli ham o‘zgardi: kichik oilaviy korxonalar, yakka tartibdagi mehnat faoliyati shaklida rivojlana bordi.

1995 yil 24-25 oktabrda Toshkentda BMTning O‘zbekistondagi doimiy vakolatxonasi bilan amaliy hamkorlikda O‘zbekiston xalq ustalari va

hunarmandlari 1-Respublika yarmarkasi o'tkazildi. 1997 yilda respublika xalq amaliy san'ati va hunarmandlari ustalarining "Usto" ijodiy ishlab chiqarish birlashmasi tashkil topdi. Respublika Prezidentining Hunarmandlar dastlab O'zbekiston Tovar ishlab chiqaruvchilar palatasiga, so'ngra Savdo-sanoat palatasiga kirdilar. Ular maxsus tashkilot - "Hunarmand" Respublika uyushmasiga birlashtirildi. Hunarmandchilik sub'yektlari O'zbekistonda tadbirkorlar, hunarmandlar va fermer xo'jaliklarining har yili o'tkaziladigan "Tashabbus" respublika ko'rik-tanlovida ishtirok etadilar. 1996-2005 yillar mobaynida 10 nafar hunarmand xalq hunarmandligida erishgan yutuqlari uchun "Tashabbus" tanlovining g'olibi deb topildi.

Mustaqillik yillarida O'zbekistonda barcha sohalar qatori milliy hunarmandchilikning unitila boshlangan qadimiy an'analari va maktablari qayta tiklanib, rivojlanib hamda boyib bormoqda. Marg'ilon shoyi-atlasi va do'ppilari, Xiva gilamlari, Nurota kashtalari, Buxoro zardo'zi buyumlarining dovrug'i yetti iqlimga yoyilgan. Qo'li gul ustalarimizning san'at asari darajasida tayyorlagan hunarmandchilik mahsulotlari bugun dunyoning ko'plab muzeylaridan, xalqaro ko'rgazmalardan joy olib, xalqimizning o'ziga xos turmush tarzi, bebaho qadriyatlarini va yaratuvchanlik salohiyatini namoyon etib kelmoqda.

Joylarda "Usta-shogird" maktablari tashkil qilinib, intiluvchan yoshlarimizga xalq badiiy hunarmandchiligi va amaliy san'ati bo'yicha mahorat sirlari o'rgatilayotir. Buning samarasida ajdodlar izidan borib, milliy qadriyatlarimizga sadoqat va ehtirom ruhida kamol topayotgan iste'dodli ustalar avlodi yetishib chiqmoqda.

O'zbekiston Respublikasi xalq ustalari, hunarmandlari va musavvirlari "Hunarmand" uyushmasi va uning viloyat boshqarmalari O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1997 yil 31-martdagi "Xalq amaliy san'ati hunarmandchiligini rivojlantirishni davlat yo'li bilan qo'llab-quvvatlash chora-tadbirlari to'g'risida" gi PF 1741-sonli farmoniga asosan tashkil etilgan. Ushbu qarorga binoan uyushma a'zolari daromad solig'idan ozod etilganlar. O'zbekiston

Respublikasi Prezidentining 2013 yil 26-dekabrda PF 4589-sonli farmoniga asosan hunarmandlarga berilgan imtiyozlar 2017 yil 1-yanvarga qadar uzaytirilgan. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 17 noyabrda PF 5242-sonli farmoni 1- ilovasida xalq badiiy hunarmandchiliklari va amaliy san'ati buyumlari asosiy turlari sifatida quyidagi 34 turdagi hunarmandchilik yo'nalishlari kiritilgan (1-ilovaga qarang). Ular quyidagilar: ganch o'ymakorligi, qo'lda gilam to'qish, qo'lda gazlamalar to'qish, tosh o'ymakorligi, minyatura, rang tasvir, naqqoshlik va sirlangan buyumlar, kandakorlik, misgarlik buyumlari; metallardan yasalgan buyumlar; tunikadan yasalgan buyumlar; milliy poyabzal tayyorlash; milliy liboslar tayyorlash; bosh kiyimlar tayyorlash; yog'och o'ymakorligi; suyakka o'yma naqsh solish; gul bosilgan gazlamalar va choklik buyumlar; kashtachilik ; zardo'zlik buyumlari va boshqalar.

“Hunarmand” uyushmasi ijodiy tashkilot bo'lib, uning asosiy vazifalari va maqsadi quyidagilardan iborat. Unut bo'lgan xalq hunarmandchilik turlarini qayta tiklash, mulkchilik shaklidan qat'iy nazar, xalq amaliy san'ati an'analari asosida faoliyat yuritayotgan xalq ustalari, hunarmandlar, amaliy san'at mutaxassislari hamda ijodkor yoshlarning faoliyatlarini muvofiqlashtirish, ular o'rtasidagi o'zaro hamkorlik va erkin raqobat muhitini yaratish, ularning huquqlari va qonuniy manfaatlarini himoya qilish, ijtimoiy, madaniy va ma'rifiy maqsadlarni amalga oshirish, ma'naviy va boshqa nomoddiy ehtiyojlarni qondirish, iqtidorli bolalar va yoshlarni moddiy va ma'naviy rag'batlantirish, ijtimoiy himoyalash, hayriya va homiylik faoliyatlarini amalga oshirish.

Shuningdek, xalq amaliy san'ati an'alarini saqlagan holda, yuqori saviyadagi xalq amaliy san'ati buyumlari namunalarini yaratish va qayta tiklashni o'rgatishga tarbiyalash uchun belgilangan tartibda “Usto-Shogird” maktablarini tashkil etish, hunarmandlarga kichik mexanizatsiya, asbob-uskunalar, xom-ashyo bilan ta'minlash, hunarmandlar ishlarini xorijga reklama qilish, o'zlarini chet ellarda tashkillashtiriladigan savdo ko'rgazmalari va festivallarga chiqarish, kim-oshdi savdolarini tashkil etish, respublika va xorij ommaviy axborot vositalari

orqali turli reklamatsion ko'rsatuv eshittirishlar tashkil etish, usta hunarmandlar faoliyatini yorituvchi bukletlar chop qilish, hunarmandlar haq – huquqlarini bilishlari hamda qonunlardagi yangiliklar haqida seminarlar o'tkazish, ustalarni davlat mukofotlariga tavsiya etish, ustaxonalarni ta'mirlash va qurishga ko'maklashishdan iborat.

O'zbekiston Respublikasi prezidenti «Hunarmand» uyushmasi faoliyatini yanada takomillashtirish chora-tadbirlar to'g'risida»gi qarorni imzoladi. Hujjat bilan quyidagilar «Hunarmand» uyushmasi faoliyatining ustuvor yo'nalishlari etib belgilandi:

- birinchidan, hunarmandchilikni yanada rivojlantirish, xalq hunarmandchiligi va amaliy san`atning an`anaviy turlarini saqlash va qayta tiklash, hunarmandchilik mahsulotlarining raqobatdoshligini va sifatini oshirish bo'yicha tizimli va maqsadli chora-tadbirlarni amalga oshirish;

- ikkinchidan, aholini hunarmandchilik faoliyatiga keng jalb etish, hunarmandchilik sohasida bandlikni kengaytirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish, hunarmandlarni davlat ro'yxatiga olishda ko'maklashish, hunarmandchilik faoliyati bilan shug'ullanuvchi shaxslarning yagona reyestrini yuritish;

- uchinchidan, hunarmandchilik sohasidagi qonunchilik va me`yoriy-huquqiy bazani takomillashtirish, hunarmandlarning huquqlari, erkinliklari va qonuniy manfaatlarini himoya qilishda ishtirok etish, shu jumladan O'zbekiston Respublikasi Savdo-sanoat palatasi bilan hamkorlikda davlat organlarida hunarmandlarning manfaatlarini ifodalash bo'yicha takliflar ishlab chiqish;

- to'rtinchidan, hunarmandchilikni rivojlantirish bo'yicha loyihalarni amalga oshirishda ishtirok etish, hunarmandchilikni rivojlantirish markazlarini tashkil etish va takomillashtirish, sayyohlar uchun jozibador bo'lgan hunarmandchilik ob`yektlari yaratish;

- beshinchidan, hunarmandchilik mahsulotlarini keng jamoatchilik orasida ommalashtirish, iste`molchilarga hunarmandchilik mahsulotlarini iste`molchilarga

sotish, jumladan ularni eksport qilishni rag'batlantirish, uchun qulay shart-sharoit va zarur infratuzilmani yaratish;

- oltinchidan, hunarmandchilik sohasida avlodlar vorisligini ta'minlash, hunarmandlarning yoshlarni mehnatsevarlik, insonparvarlik va milliy qadriyatlarga sadoqat ruhida tarbiyalashda faol ishtirokini rag'batlantirish, «Usta-shogird» maktablarini takomillashtirish va faoliyati samaradorligini oshirish.

Bugungi kunda Buxoro “Hunarmand” boshqarmasi va uning tuman, shahar bo'limlarida 1900 nafar hunarmandlar ro'yxatdan o'tgan, shularning 1300 nafarini xotin-qizlar tashkil qiladi.

O'tgan davr ichida G'ijduvon tumanida “G'ijduvon kulolchilik markazi”, Vobkent tumanida “Hunarmandchilik markazi”, Buxoro shahrida “Buxoro mis kandakorligi”, “Sovg'a” zardo'zlik markazi, “Buxoro zargarligi”, “Buxoro ipak gilamlari” va Shofirkon tumanida “Kashtado'zlik” maktablari tashkil etildi. Yuqorida zikr etilgan markazlarga uyushma hisobidan 20 mln. so'mdan ortiq mablag' qurilish, ta'mirlash va asbob uskunalar bilan ta'minlash uchun ajratildi. Ushbu maktab va markazlarda 2000 dan ortiq yoshlar hunar sirlarini o'rganishdi. Hozirda ular mustaqil faoliyat ko'rsatishmolda. Viloyatdagi ishsiz yoshlarga kasb-hunar o'rgatish maqsadida, hozirda viloyatda 55 ta “Usto-shogird” maktablari faoliyat ko'rsatmoqda, bu maktablar 1 500 dan ortiq ishsizlarga hunar o'rgatildi.

“Hunarmand” uyushmasi va uning a'zolari Davlat tomonidan doimiy qo'llab-quvvatlanib kelinadi. Viloyat hokimining 2013-yil 20-dekabrda 233-F sonli farmoniga asosan “Hunarmandlar rastasi” ni qurish uchun Buxoro shahrining Ibn Sino va Afrosiyob ko'chalari kesishmasidan 42 ta yer maydoni hunarmandlarga bepul ajratildi. 2015 yilda qurish ishlarini amalga oshirish rejalashtirilgan.

Uyushma a'zolari Respublika Prezidenti Sovrini uchun an'anaviy tarzda o'tkazib kelinayotgan “TASHABBUS” ko'rik tanlovlarida faol qatnashib, 1998-yilda 1-o'rin, 1999-yilda 1-o'rin, 2001-yil yaxshi tadbirkor ayol nominastiyasi, 2003-yilda 3-o'rin, 2005-yilda 2-o'rin, 2006-yilda – yoshlarning murabbiysi

nomenastiyasi, 2008-yilda 3-o'rin, 2009-yilda 1-o'rin, 2012-yilda 2-o'rin, 2013-yilda 1-o'rin, 2017-yilda 1-o'rinlarni qo'lga kiritdilar. Bu Respublika bo'yicha eng yuqori ko'rsatgichdir. YuNESKO va KAKSA tashkilotlarining sifat sertifikati bilan 50 ta usta taqdirlangan. YuNESKO ning "Mohir hunarmand usta" sertifikati bilan 10 ta usta taqdirlangan. 2013-yilda dunyoning 10 ta davlatida o'tkazilgan milliy hunarmandchilik maxsulotlari ko'rgazmalarida Buxorolik kandakor ustalarning ishlari birinchi o'ringa munosib ko'rib, "Sifat uchun oltin yulduzi"ga sazovor bo'ldilar. Uyushmaning 100 dan ortiq a'zolari AQSh, Yaponiya, Frantsiya, Gretsiya, Italiya, Angliya, Shotlandiya, Shvestariya, Shvestiya, Germaniya, Chexiya, Malayziya, Hindiston, Pokiston, Afg'oniston, Eron, Rossiya, Gruziya, Armaniston, Ozorbayjon, Tojikiston, Qozog'iston, Kirgiziston va Turkmaniston mamlakatlarida hamda Respublikamizda tashkillashtirilgan turli ko'rgazma va ko'rik-tanlovlarida qatnashib, sovrinli o'rinlarni olishgan.

Viloyat «Hunarmand» uyushmasi 1997-yil oktyabr oyida viloyat hokimining qarori bilan tashkil etilgan. Viloyat hokimining qaroriga binoan «Modarixon» madrasasi uyushmaga foydalanish uchun berilgan. Uyushma (2008 yildan boshqarma) aparati 5ta shtatidan iborat. Boshqarmaning yillik ish rejasi, shtat birliklari va kirim – chiqim smetasi Respublika "HUNARMAND" uyushmasida tasdiqlangan.

Boshqarma ijodiy tashkilot bo'lib, boshqarma nizomida unut bo'lgan xalq hunarmandchilik turlarini qayta tiklash, hunarmandlarga kichik mexanizastiya, asbob-uskunalar, xom-ashyo bilan ta'minlash, hunarmandlar ishlarini xorijga reklama qilish, kim ochdi savdolarini tashkil etish, "Usto-shogird" maktablarini tashkil etish, respublika va xorij ommaviy axborot vositalari orqali turli reklamastion kursatuv – eshtirishlar tashkil etish, usta hunarmandlar faoliyatini yorituvchi bukletlar chop qilish, hunarmandlar haq - huquqlarini bilishlari hamda qonunlardagi yangiliklar haqida seminarlar o'tkazish, ustalarni davlat mukofotlariga tavsiya etish, ustaxonalarni ta'mirlash, qurishga ko'maklashish ko'rsatilgan.

O'tgan davr ichida G'ijduvonda "G'ijduvon kulolchilik markazi", Vobkent tumanida "Hunarmandchilik markazi", Buxoro shahrida "Buxoro mis kandakorligi", "Sovg'a" zardo'zlik markazi, "Buxoro zargarligi" maktabi, Buxoro shahrida 23 son o'rta maktabda 5-sinfdan boshlab hunarmandchilikka ixtisoslashgan "Hunarmandchilik" sinflari, "Buxoro ipak gilamlari" maktabi va Shofirkon tumanida "Kashtado'zlik" maktablari tashkil etilmoqda. Yuqorida zikr etilgan markaz va maktablarga boshqarma hisobidan 5000000 dan ortiq mablag' qurish, ta'mirlash va asbob uskunalarni uchun ajratilgan. Shu maktab - markazlarni 2000 dan ortiq yoshlar bitirib chiqib, hunar o'rganishgan. Hozirda ular mustaqil faoliyat ko'rsatishmoqda. Viloyat hokimligi mehnat va aholini ijtimoiy muxofaza qilish bosh boshqarmasi bilan viloyatdagi ishsiz yoshlarga kasb-hunar o'rgatish maqsadida «Usto-shogird» maktablari tashkil etilib, jami 2 mindan ortiq ishsizlarga hunar o'rgatish ko'zda tutilmoqda. Bu bilan bizning yoshlarimizning ish bilan taminlanishi va o'z - o'zi bilan roqabatni vujudga keltiradi va hunarmandchilik yuksaladi. Yangi turdagi suvenirlar ishlab chiqarish yo'lga qo'yiladi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 17 noyabrdagi "Hunarmandchilikni yanada rivojlantirish va hunarmandlarni har tomonlama qo'llab-quvvatlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-5242-sonli Farmonning 2.3-ilovasida muvofiq tasdiqlangan 2018-2019 yillarda viloyatda hunarmandchilik ob'ektlarini tashkil etish bo'yicha kompleks chora-tadbirlar ijrosi bo'yicha ma'lumotga ko'ra Buxoro viloyatida hozirgi kunda qiymati 17078,0 mln.so'm ga 594 ta loyiha amalga oshirilgan bo'lib, shulardan 292 tasi dasturga kirgan va 302 tasi qo'shimcha loyiha hisoblanadi. Kredit olish uchun bankka 401 ta qiymati 13440,9 mln.so'm hujjat taqdim etilgan bo'lib, shulardan 330 tasiga 10714,9 mln.so'mlik kredit ajratilgan. 403 ta ishchi o'rinlari yaratilgan.

Xullas, Buxoro viloyati hududida 34 xil yo'nalishda hunarmandlar faoliyat yuritib kelmoqda, ularning faoliyatini muvofiqlashtirish uchun "Hunarmandlar" uyushmasi mas'uldir.

### **3.3. Milliy hunarmandchilikning samaradorligini oshirish bo'yicha amalga oshirilayotgan ishlar tahlili**

O'tgan yillar davomida respublikamizda milliy hunarmandchilikni rivojlantirish, xalq badiiy hunarmandchiligi va amaliy san'atining ko'p asrlik an'analarini saqlab qolish, hunarmandchilik bilan shug'ullanuvchi shaxslarni qo'llab-quvvatlash bo'yicha amalga oshirilgan chora-tadbirlarga qaramasdan, hunarmandchilik kichik biznes va yakka tadbirkorlik rivojlanishining kuchli, mustaqil va ommaviy yo'nalishiga aylana olmayapti.

“Hunarmand” uyushmasi, berilgan imtiyozlar va qulayliklarga qaramasdan, o'z saflariga hunarmandlarning keng ommasini qamrab ololmayapti, uyushmaga a'zo bo'lganlar soni hunarmandchilik bilan shug'ullanuvchilarning kam qismini tashkil etmoqda (2-ilova). Hunarmandchilik markazlarini sayyohlik salohiyatdan keng foydalangan holda, tashkil etish ishlari holati qoniqarsizligicha qolmoqda, hunarmandlarga moliyaviy va xomashyo resurslari ajratish, ular ishlab chiqargan mahsulotlarni sotish, shu jumladan eksport qilish uchun sharoit yaratishga yordam berish ishlari samaradorligi yetarli darajada emas.

Shunga ko'ra, hunarmandchilikni rivojlantirish yo'lidagi mavjud muammo va to'siqlarni tizimli bartaraf etish, O'zbekiston xalqlarining boy madaniy merosi va tarixiy an'analarini to'liq saqlab qolish va yanada boyitish, hunarmandchilikni keng miqyosda qo'llab-quvvatlash hamda hunarmandchilik bilan shug'ullanishga aholini, ayniqsa, yoshlar, ayollar va kam ta'minlangan oilalarni jalb qilishga rag'batlantirish maqsadida 2017 yilning 17 noyabrida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “Hunarmandchilikni yanada rivojlantirish va hunarmandlarni har tomonlama qo'llab-quvvatlash chora-tadbirlari to'g'risida”gi Farmoni qabul qilindi.

Respublikada milliy hunarmandchilikni rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari etib hunarmandlarni har tomonlama qo'llab-quvvatlash, ularga yer maydonlari va binolar ajratish, muhandislik-kommunikatsiya tarmoqlariga ulash, imtiyozli kreditlar berish, hunarmandchilik mahsulotlarini sotish va eksport qilish,



shuningdek, respublikamizning tuman va shaharlarida hunarmandchilikni rivojlantirish markazlarini tashkil etish va «Usta-shogird» maktablari faoliyatini takomillashtirish ishlari belgilandi.

Shuni ta'kidlash muhimki, Farmonda hunarmandlar uchun imtiyoz va qulayliklarni kengaytirish, shuningdek, ularning manzilliligi va samaradorligini kuchaytirish ko'zda tutilgan. Xususan, 2017 yilning 1 dekabridan hunarmandchilik sub'ektlari – “Hunarmand” uyushmasining a'zolari:

- hunarmandchilik faoliyati mahsulotlari (tovar, ish, xizmatlar)ni ishlab chiqarish va sotishda qat'iy belgilangan soliq to'lovidan to'liq ozod etiladi;
- yoshga doir pensiya va nafaqa oluvchilar byudjetdan tashqari Pensiya jamg'armasiga sug'urta badali to'lovidan ozod etiladi;
- qishloq tumanlarida ro'yxatdan o'tgan va faoliyatini amalga oshirayotgan hunarmandlar o'z faoliyatining dastlabki ikki yili mobaynida byudjetdan tashqari Pensiya jamg'armasiga belgilangan sug'urta badalining 50 foizini to'laydi.

Shu bilan bir qatorda, hunarmandlarga o'z mahsulotlarini eksport qilishdan tushgan xorijiy valyutani erkin tasarruf etish, shu jumladan, bank hisobraqamlaridan chet el valyutasini naqd shaklda echib olish huquqi berilmoqda. Bunda xorijiy mamlakatlarda o'tkaziladigan ko'rgazma, festival, yarmarkalarda hunarmandchilik mahsulotlarini eksport shartnomalarini tuzmagan holda sotish mumkin, bunda olingan daromad eksport tushumi hisoblanmaydi. Shu bilan birga, hunarmandlarga tashqi reklama vositalarini joylashtirishda mahalliy byudjetga to'lanishi belgilangan to'lovlarning 50 foizi miqdorida imtiyoz berish joriy etilmoqda.

Bunda ko'rsatilgan shartlarda hunarmandlarga berilgan ob'ektlardan 5 yildan kam bo'lmagan vaqt davomida hunarmandchilik mahsulotlarini ishlab chiqarish sohasida foydalanilishi lozim. Farmonda yoshlarni hunarga o'qitish va

hunarmandchilik ko'nikmalarini avlodan-avlodga o'tkazish masalalariga alohida e'tibor ajratilgan.

Shu maqsadda 2018 yilda respublikamizning barcha hududlaridagi 16 ta kasb-hunar kollejida “Hunarmand” uyushmasining a'zosi bo'lgan hunarmandlarni o'qituvchilar sifatida jalb qilgan holda, hunarmandchilik ishi bo'yicha yangi kasbiy ta'lim yo'nalishlari ochilishi nazarda tutilgan.

Bunda hunarmandchilikka o'qitishda hunarmandlar bilan yakka tartibdagi tadbirkorlar singari shartnoma tuzish huquqi beriladi hamda ular ko'rsatgan ta'lim xizmatlari soliqqa tortilmaydi. Bundan tashqari, “Usta-shogird” maktablari o'quvchisi sifatidagi ish davri o'quvchilar 25 yoshga etgunga qadar yiliga eng kam ish haqining kamida 2,5 barobari miqdorida sug'urta to'lovi to'langan taqdirda ularning mehnat stajiga qo'shiladi.

Shu bilan birga, 2018-2019 yillarda yoshlarni «Usta-shogird» usulida o'quv dasturlari bo'yicha tayyorlash uchun Bandlikka ko'maklashish davlat jamg'armasi hisobidan 1 milliard so'm miqdorida mablag'lar berilishi ko'zda tutilgan. Farmon bilan hunarmandchilikni respublika hududlari, tuman va shaharlarida rivojlantirish bo'yicha ham aniq chora-tadbirlar belgilangan.

Xususan, respublika hududlarida hunarmandchilik ob'ektlari, jumladan muzey-ustaxonalar, “Usta-shogird” maktablari, hunarmandchilikni rivojlantirish bo'yicha axborot-resurs markazlari va boshqa ob'ektlarni tashkil etish bo'yicha kompleks chora-tadbirlar tasdiqlangan.

2018-2019 yillarda respublikamizning 23 ta shahar va tumanlarida Hunarmandchilikni rivojlantirish markazlarini yaratish nazarda tutilgan. Ushbu markazlar tarixiy-an'anaviy arxitektura uslubida qurilib, ular hududida turistlarni keng jalb qilish uchun “tarixiy sharq bozori” uslubidagi savdo rastalari, xalq ijodi ustalari tomosha ko'rsatadigan maxsus joylar, karvonsaroylar va boshqa ob'ektlar joylashtiriladi.

Xususan, O'zbekiston Respublikasi Taraqqiyot va tiklanish jamg'armasi mablag'lari hisobidan «Mikrokreditbank», «Xalq banki» va «Agrobank»

aktsiyadorlik tijorat banklari uchun umumiy hajmi 50 million AQSh dollari miqdorida kredit liniyalari ochiladi. Ushbu mablag'lar tijorat banklari filiallari orqali O'zbekiston Respublikasi Markaziy bankining qayta moliyalashtirish stavkasining 50 foizi miqdorida loyihalarni kreditlash uchun, Markaziy bankning qayta moliyalashtirish foiz stavkasida aylanma mablag'larini to'ldirish uchun yo'naltiriladi. Bir kredit oluvchiga beriladigan kredit hajmi eng kam ish haqining 300 barobarigacha bo'lgan miqdorda ko'zda tutilgan, kredit muddati olti oylik imtiyozli davrni hisobga olgan holda 2 yilni tashkil etadi.

Bundan tashqari, O'zbekiston Respublikasi Bandlik va mehnat munosabatlari vazirligi huzuridagi Jamoat ishlari jamg'armasining mablag'lari hisobidan «Mikrokreditbank» aktsiyadorlik tijorat bankiga aholining hunarmandchilik, oilaviy tadbirkorlik va kasanachilikdagi bandligini oshirish uchun imtiyozli mikro kreditlarni ajratish maqsadlari uchun hajmi 50 milliard so'm miqdorida yillik 2 foizlik stavkada kredit resurslari ajratilishi ko'zda tutilgan. Bunda yosh hunarmandlar tomonidan byudjetdan tashqari Pensiya jamg'armasiga to'lanadigan majburiy sug'urta to'lovlari olingan kreditlar uchun to'lov sifatida hisoblanishi belgilangan. Hunarmandchilik faoliyatini rivojlantirish uchun xomashyo va materiallar bilan uzluksiz ta'minlash bo'yicha zarur choralar ham ko'zda tutilmoqda.

Hunarmandchilik mahsulotlarini sotish bo'yicha bozor infratuzilmasini rivojlantirish maqsadida O'zbekiston Savdo-sanoat palatasi va "Hunarmand" uyushmasiga ikki oy muddatda hunarmandchilik mahsulotlarini chekka tuman (shahar)lardan sotib olib, yirik shaharlarda sotish uchun "Hunarmand" uyushmasi qoshida savdo-xarid korxonalarini tashkil etishni ta'minlash topshirig'i berildi. Bundan tashqari, "Hunarmand" uyushmasiga kasanachilik mahsulotlari (ishlar va xizmatlarni) ishlab chiqarish vazifalari yuklatilgan tarkibiy bo'linmalar tuzish, shuningdek, pudratchi korxonalar sifatida, ayniqsa, respublikamizning qishloq va olis tumanlarida uy mehnati bilan shug'ullanuvchi fuqarolar bilan hunarmandchilik mahsulotlarini ishlab chiqarish bo'yicha shartnomalar tuzish huquqlari berildi.

Ko'rsatib o'tilgan choralar hunarmandchilik va kasanachilikda yangi ish o'rinlarini tashkil etish, shuningdek, chekka hududlardagi hunarmandlarning mahsulotlari sotilishini ta'minlash imkonini beradi. "Hunarmand" uyushmasining moddiy bazasini mustahkamlash uchun Qoraqalpog'iston Respublikasi Vazirlar Kengashi, viloyatlar va Toshkent shahar hokimliklariga Davlat raqobat qo'mitasi, Davlat kadastr qo'mitasi, Uy-joy kommunal xo'jaligi vazirligi bilan birgalikda ikki oy muddatda uyushmaning viloyat boshqarmalari, tuman va shahar bo'limlarini joylashtirish uchun bino va inshootlarga bo'lgan ehtiyojni o'rganib chiqish, natijasi bo'yicha davlat mulki ob'ektlarining foydalanilmay turgan bino va inshootlariga "Hunarmand" uyushmasining hududlardagi boshqarma va bo'limlarini to'lovsiz foydalanishga bergan holda joylashtirish topshirig'i berildi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 17 noyabrdagi PF-5242 sonli farmonining 3-ilovasiga muvofiq tasdiqlangan 2018-2019 yillarda Buxoro viloyatida hunarmandchilik ob'ektlarini tashkil etish bo'yicha kompleks chora-tadbirlar ko'rsatilgan (3-ilovaga qarang):

1. Buxoro tumanida "Buxoro ipak qog'ozi" ishlab chiqarish Markazini qurish.
2. G'ijduvon tumanida ipak gilamlar ishlab chiqarish markazini tashkil etish.
3. Kogon tumanida "Kogon ipak qog'ozi" ishlab chiqarish markazini qurish.
4. Musavvir A.Ramazonov uy-muzeyini tashkil etish.
5. Buxoro shahrida zardo'z usta M.Salimov uy-muzeyi va galereyasi, Hunarmandchilikni rivojlantirish markazini tashkil etish.
6. To'quvchi usta A.Arabov uyida sayyohlarga hunarmandchilik xizmatlarini ko'rsatuvchi muzey-ustaxona tashkil etish.
7. Zardo'z usta B.Djumaev uyida uy-muzey tashkil etish.
8. Buxoro shahri Shahrison bozori hududida Hunarmandchilikka ko'maklashish markazini tashkil etish.
9. Kulol usta A.Narzullaev ustaxonasida mehmonxona xo'jaligi va umumiy ovqatlanish xizmatini tashkil etish.
10. Temirchi usta Sh.Kamalov uy-muzeyini eksponatlar bilan yanada boyitish.

11. Tikuvchi usta Z.Obloberdieva uy-muzeyini tashkil etish.
12. Tikuvchi usta Z.Karimova uy-muzeyini tashkil etish.
13. Usta D.Toshev uy-muzeyini tashkil etish. Buxoro shahar markaziy dehqon bozorida hunarmandchilik rastasini tashkil etish.

2017 yilning 26-27-28 may kunlari XVI an'anaviy "Ipak va ziravorlar" xalqaro turistik festevali o'zgacha ruxda tashkil etildi. Buxoro viloyat xokimligi, Respublika "Hunarmand" uyushmasi Buxoro viloyat boshqarmasi, O'zbekiston respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi va boshqa qator tashkilotlar xamkorligida an'anaviy utkazilib kelinayotgan festeval milliy hunarmandchilikni rivojlantirish, uni xalqaro miqiyosida keng targ'ib qilish, hunarmandlar o'rtasidagi aloqalarni kengaytirish, Buxoroni jahon sayyohlik markazlaridan biriga aylantirishga xizmat qilmoqda.

So'nggi besh yilda hududda sayyohlar oqimi 15-20 foizga oshdi. Ularning aksariyatini Ispaniya, Yaponiya, Malayziya, Indoneziya, Buyuk Britaniya kabi chet el vakillari tashkil etadi. Viloyatimizga tashrif buyurgan sayyohlarga etarli shart-sharoitlarni yaratish uchun turistik kompaniyalar soni 40 taga, mehmonxonalar 114 taga etkazildi. Ayni vaqtda mehmonxonalarda bir kunda 4,5 ming nafardan oshiq turistlarni qabul qilish imkoniyati mavjud, dedi viloyat hokimi o'rinbosari o'z so'zida.

Festivalda 40 nafardan ortiq diplomatik korpus va xalqaro tashkilotlar vakillari, 54 nafar hunarmand, shuningdek, mamlakatimizning turli hududlaridan 720 nafarga yaqin hunarmand va ziravorchilar qatnashdilar. Festival doirasidagi tadbirlarni sayyoh sifatida 5000 nafar xorijiy mehmonlar, 15 ming nafardan ortiq yurtimizning turli viloyatlaridan kelgan vatandoshlarimiz kuzatib borishdi.

Yuqoridagi tahlillar natijasida milliy hunarmandchilikning quyida SWOT tahlilini keltirishimiz mumkin:

Milliy hunarmandchilikning **kuchli tomonlari:**

- katta, diversifikatsiyalangan va potentsial bozor.
- turli xil, katta mahsulot turlari mavjud.

- qo'llab-quvvatlovchi davlat siyosati
- turli xil bozorlarga xizmat ko'rsatadigan turli xil mahsulotlar.
- arzon mehnat stavkalari raqobatbardosh narxga olib keladi.
- kam mablag'ning sarflanishi;
- moslashuvchan ishlab chiqarishning mavjudligi.
- yangilikning kirib kelishiga to'siqlarning pastligi.

Milliy hunarmandchilikning **kuchsiz tomonlari:**

- infrastruktura va aloqa vositalarining yetishmasligi.
- xalqaro talablar va bozor haqida ogohlik.
- yangi texnologiyalarning kam ma'lumoti. Joriy bozor tendentsiyalari haqida kam ma'lumot.
- malakali mehnatning etishmasligi.
- qishloq joylar va kichik shaharlar va foydalanilmagan bozor.
- hunarmandchilik mahsulotlari reklamasi kamligi.

Milliy hunarmandchilikka xavf soluvchi **tahdidlar:**

- ichki bozorda raqobat.
- yuqori talab va taklif o'rtasidagi muvozanat.
- Xitoy, Hindiston va Eron kabi raqobatdosh mamlakatlar tomonidan ishlab chiqarilgan sifatli mahsulotlar.
- raqobatlashayotgan davlatlar tomonidan taqdim etilgan savdo qoidalari.
- raqobatbardosh mamlakatlarda texnologik qo'llab-quvvatlash.

Milliy hunarmandchilikning rivojlantirish, samaradorligini oshirish **imkoniyatlari:**

- moda sanoatini rivojlantirish hunarmandchilik mahsulotlarini talab qiladi.
- mahalliy va xalqaro turizmni rivojlantirish.
- E-Savdo va Internet mahsulotlarini sotish va sotish olish.

Xulosa, shu o'rinda aytish mumkinki milliy hunarmandchiligimiz rivojlantirish uchun davlat tomonidan keng ko'lamdagi shart-sharoitlar yaratilgan

bo`lib, ulardan oqilona foydalanib ish yuritilsa, samaradorlik ham shunga yarasha yuqori bo`lar edi.

### **3.3. Milliy hunarmandchilik samaradorligini oshirish yo`llari**

Bugungi kunda milliy hunarmandchilik mahsulotlari nafaqat xorijiy mehmonlarda, balki mahalliy san'atga qiziquvchilarning ham diqqatini ko`proq tortmoqda. Respublikamizda 500 dan ortiq korxonalar aynan suvenirlar tayyorlash tizimi bilan shug`ullanadi va ular butun dunyoga tarqatiladi. O`ta qobiliyatli ustalar tomonidan tayyorlanayotgan keramika va farforli idishlar, har xil atlas matolar, taqinchoqlar, naqshlar jilosida ko`zni qamashtiruvchi yog`ochli suvenirlar hech qachon o`z qimmatini yo`qotmaydi.

Yurtimizga keladigan har bir sayyoh avvalambor, bizning madaniyatimizga, yashash sharoitimizga qiziqib turist sifatida tashrif buyuradi. O`z vataniga qaytayotganida u o`zi uchun shu iliq hislatlarni eslatuvchi biror souvenir sotib olib ketish ilinjiga tushadi. U shaharni aylanib yurgan kezlari sotib olishi mumkin. Ammo ba`zi turistlar

Milly hunarmandchilikda samaradorlikni oshirishda keng ko`lamdagi ishlar amalga oshirilmoqda. Ushbu ishlarning samaradorligini oshirish uchun ushbu tadbirlarni bosqichma-bosqich amalga oshirish uchun milliy hunarmandchilikni rivojlantirish strategiyasini ishlab chiqishni taklif etgan bo`lar edim. Ushbu strategiyaga ko`ra quyidagi tadbirlar amalga oshirilsa maqsadga muvofiq bo`lar edi:

#### **1. Bozorga kirish bosqichi, ya`ni:**

- hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqaruvchilari bilan bog'lanish;
- ularga xom-ashyo yetkazib beruvchilarni aniqlash;
- mahalliy darajada milliy brendni amalga oshirish;
- hunarmandchilik mahsulotlari ko'rgazmalarini o'tkazish;
- chakana savdo yarmarkasini o'tkazish;

- hunarmandchilik mahsulotlari bozorida marketing tadqiqotlari olib borish.

2. **Reklama bosqichida:**

- hunarmandlar faoliyatini yoritib beradigan elektron jurnallar yaratish;
- oylik gazetalar tashkil etish;
- yaratilgan brendlar orqali ommaga tanishtirish.

3. Hududda faoliyat yuritayotgan hunarmandlarning **ko'nikma va malakani oshirish bosqichi:**

- Mahalliy dizaynerlarni tayyorlash;
- Dizayn, biznes va marketing qobiliyatlarini shakllantirish;
- hududda faoliyat yuritayotgan hunarmandlarni malakasini oshirish uchun tajribasi katta davlatlarga o`quv kurslariga yuborish.

4. **Dizayn va mahsulotlarni ishlab chiqish bosqichi:**

- Mahsulotni ishlab chiqishni ta'minlash va marketing tadqiqotlari olib boorish;
- Dastlabki namunalarni baholash - yangi dizaynlar yaratish
- Mahalliy dizaynerlik mashg'ulotlarini boshlash;
- sifatni nazorat qilish treningini o'tkazish;
- Ustoz-shogird dasturi asosida hunarmandchilik mahsulotlari yaratish ;
- yangi namunalardagi hunarmandchilik mahsulotlarini ishlab chiqish;
- yangi namunada ishlab chiqilgan hunarmandchilik mahsulotlarining bozor sinovini o`tkazish;

5. **Ishlab chiqarish bo'yicha maslahatlar olib boorish bosqichi:**

- Asboblari va jihozlarga bo'lgan ehtiyojlarni aniqlash
- Yangi texnikalarni olib kirish
- Ishlab chiqarishni yangilash.

6. **Kredit olish imkoniyatini yaratish bosqichi:**

- Kredit manbalarini aniqlash;
- Yangi ish boshlash uchun hunarmandlarga kreditlar berish.



Agar ushbu o'lyi bosqichdagi tadbirlar bosqichma-bosqich ketma-ketlikda amalga oshirilsa hunarmandchilik samaradorligi shunga muvofiq ortib borar edi.

Mamlakatimizda hunarmandchilik mahsulotlari kerakli miqdorda ishlab chiqarilmoqda. Shu ishlab chiqarilgan mahsulotlarni sotish uchun maxsus savdo majmuasi, ya'ni "shopping mall" bunyod etilsa samaradorlik yanada yuqori ko'rsatkichlarni ko'rsatar edi.

Bunda jahon tajribasidan foydalanilgan holda quyidagi mashhur savdo majmualarini misol keltirish mumkin. Umuman savdo markazi deganida qator magazinlar, restoranlar, ko'ngilochar maydonchalar va kinoteatrlardan iborat majmua ko'z oldimizga keladi. Aksariyat savdo markazlari xuddi shunday ko'rinishda bo'ladi.

Men o'zimning yangi loyihamni, ya'ni hunarmandlar hunarmandchilik mahsulotlarini sotish uchun mo'ljallangan savdo majmuasini **"Hunarmandlar" savdo majmuasi** deb nomlansa maqsadga muvofiq bo'lardi degan fikrdaman.

Ushbu majmuani shahar chetida, taxminan 25 sotix yer maydonida qurish mumkin. "Hunarmandlar" savdo majmuasi uch qavatdan iborat bo'lib, unda mahalliy hunarmandlar tomonidan ishlab chiqariladigan mahsulotlar xaridorlarga taklif etiladi. Xaridorlar asosan, turistlar hisoblanadi. Majmuaning birinchi va ikkinchi qavatida savdo rastalaridan tashkil topgan bo'lib, u yerda 34 xil yo'nalishda ishlab chiqariladigan hunarmandchilik mahsulotlari taklif etiladi va sotiladi. Uchinchi qavati muzey, Gallereya, hunarmandlar faoliyati haqida axborot agentligi butka, yangi turdagi mahsulotlar ko'rgazmasi o'tkaziladigan zal va hordiq chiqaradigan milliy choyxonadan iborat. Binoning interyeri hol shaklida bo'lib, tepadan turib pastki qavatdagi savdo do'konlaridagi mahsulotlarni ko'ra olish mumkin (3.3.1-rasm).

"Hunarmandlar" savdo majmuasining tashqi ko'rinishi milliy an'analarimizga mos ravishda 8 burchak shaklida bo'ladi (3.3.2- rasm). Kirish joyidagi qadimiy naqshlar bilan bezatilgan asosiy darvoza, imorat o'rtasida joylashgan gumbaz bizga tariximizni eslatib turadi.

Savdo majmuasining qulayliklari:

- barcha turdagi hunarmandchilik mahsulotlarining bitta binoda sotilishi;
- har qanday ob-havo sharoitida turuistlarning kerakli mahsulotni qidirib topishda sharoitning yaratilganligi;
- turistlar va mahalliy aholining dam olish va xordiq chiqarishi uchun uchinchi qavatda muzeyning borligi;
- hunarmandlarning bir bino ostida birlashishi.

“Hunarmandlar” savdo majmuani ochishdan maqsad:

- o'z mahsulotlarini xalqaro talablarga (sifat, tendentsiyalar, dizaynlar) moslashtirish bo'yicha hunarmandlar salohiyatini oshirish va mahsulotlarini turistik bozorlarga bog'lash;
- hunarmandlar daromadlarini oshirish va hunarmandlar va turizm bozorlari o'rtasida barqaror biznes aloqalarini rivojlantirish uchun nou-xau bilan trenerlarga yordam berish;
- milliy ko'rgazmalar tashkil etish orqali mahsulotlarni sotishga ko'maklashish;
- iste'molchiga asl mahsulotni sotib olish uchun imkoniyatlarni taqdim etish;
- hududningning turli qismlarini bir soyabon ostida birlashtirish;
- iste'molchilarning eng so'nggi yangiliklari haqida xabardorlikni oshirish uchun oyna sifatida xizmat qilish;
- tarmoqchilarni qo'llash uchun marketing infratuzilmasini yaratishga ko'maklashish;
- tovar identifikatsiyasini xabardorligini oshirish va brendning rivojlanishini rag'batlantirish;
- texnologik rivojlanish va hunarmandlar o'rtasida taraqqiyotning xabardorligini oshirish;
- ishlab chiqarish sohasining sifati va samaradorligini oshirishga qaratilgan.
- marketingni rag'batlantirish tadbirlarni amalga oshirish va sotish uchun keng miqyosdagi faoliyatni amalga oshirish.
- Turizm biznesida samaradorlikni milliy hunarmandchilik mahsulotlari realizatsiyasini oshirish orqali yuqori cho`qqilarga olib chiqish.

“Hunarmandlar” savdo majmuaning vazifalari:

- ko'rgazmalar, tadbirlarni tashkil etish (ko'rgazmalar milliy, hududiy, davlat va tuman darajalarida o'tkaziladi);
- hunarmandchilik mahsulotlari savdosini amalga oshirish;
- muzey tashkil etgan holda, qadimiy hunarmandchilik narsalarini namoyish etish;
- choyxonalarda, favvora atrofida turistlarning hordiq chiqarishini tashkil etish.
- turistlarda hudud haqida yaxshi ta`asurotlar qoldirish.

Buxoro hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqaruvchilari duch keladigan asosiy to'siq turistlarning hunarmandlar haqida juda kam ma'lumotga ega ekanligi. Hunarmandlar haqida axborot agentligi butkasining asosiy maqsadi plakatlarni, broshyuralar, kitoblarni, kataloglarni, reklama va hunarmandlar faoliyati haqida yaratilgan axborot bazalari usullari orqali ularning olib borayotgan faoliyati, ishlab chiqarayotgan mahsulotlari haqida to'liq ma'lumot berishdan iborat. Gazeta va jurnallarda, turli tillardagi nashrlarda hunarmandlar haqida ma'lumotlar berish va shu tarzda hunarmandlar va turistlarni bir-biriga yaqinlashtirish. Elektron reklama diskini, internetni, veb-saytlarni targ'ib qilish orqali amalga oshiriladi.

Seminar va master-klass faoliyatlari – biror bir hunarmandchilik turi haqida seminar, treninglar o'tkazilishi mumkin. Bunday treninglar texnologiya, dizayndagi eng yangi nou - xauni muhokama qilish va tarqatish maqsadida tashkil etiladi. Shuningdek ularni ilg'or texnologiyalar asosida ishlab chiqarilgan mahsulotlarini bozorga chiqarish imkonini beradi.

Mukofotlash marosimi kabi kechalarnig o'tkazilishi (Buxoro hududi miqyosida) - eng yaxshi deb tan olingan bir qancha naminatsiyalarda munosib ish tanlangan usta hunarmandlarga sertifikat, pul mukofoti beriladi. Ushbu faoliyat hunarmandlar uyushmasi bilan hamkorlikda amalga oshirilsa maqsadga muvofiq bo`lar edi.

Savdo majmuasi ko'plab mahsulot va xizmatlarni o'z ichiga oladi. Ko'zdan kechirish vasvasasi har doim mavjud bo'lib, ko'zdan kechirish odatda kerak bo'lmagan narsalarni sotib olishga olib keladi. Xaridorlarni vasvasaga solishga

mo'ljallangan barcha sotuvlar va maxsus takliflar bilan "yo'q" deb aytish juda qiyin bo'ladi. Shu yo'l orqali turistlarni qiziqtirib mahsulotlarni ko'proq miqdorda sotish mumkin.

Hunarmandlar ijodkorlik, innovatsiya, xavf-xatar va imkoniyatlarni aniqlash kabi tadbirkorlik xususiyatlariga ega. Turizm sanoati ko'plab hunarmandchilik mahsulotlari uchun muhim eksport bozorini ta'minlaydi. Misol uchun, mehmonxonalar va restoranlar o'z korxonalarini ta'minlash va jihozlash uchun turli hunarmandchilik mahsulotlarini talab qiladi. Turistlar ko'pincha o'zlarini turli mahsulotlar sotib olishini kutib turadigan byudjetni uyga esdalik sifatida olishadi. Keyinchalik ushbu yodgorliklar sayyohlik marketing vositasi bo'lib xizmat qiladigan joy haqida hikoya qilib, sayohat tajribasiga qo'shiladi.

Hududimizda ishlab chiqarilayotgan har bir mahsulot brendlanib qadoqlansa samaradorlik shunga ko'ra ko'tarilishi mumkin. Brendlash va qadoqlash - tovar dizaynlari, qadoqlash namunalari, ma'lumot broshyuralari va tabelalar yaratiladi va hunarmandchilik mahsulotlari savdoni oshirish uchun taqsimlanadi. Brendlash va reklama qilish mahalliy hunarmandlarning haqiqiyliigi, tarixi va madaniy ahamiyatiga oid muhim ma'lumotlarni taqdim etishda sayyohlarga qiziqishni kuchaytirish uchun muhim ahamiyatga ega.

Master klass va turistlar bilan ishlash bo'yicha treninglar o'tkazish - shartnomalar asosida hunarmandlar sayohatchilarni jalb qilish va sotishni tashkil qilish bo'yicha ko'ngilochar mashg'ulotlarni o'tkazish uchun ishlab chiqilgan. Ushbu marshrutlar sayyohlar uchun xarid qilish tajribasini yaratadi, ularning yo'nalishlarini qo'shish uchun ta'lim va mazmunli faoliyatni ta'minlaydi. Master klass o'tkazish uchun maxsus zal binoning uchinchi qavatida joylashgan.

Samaradorlikni oshirish uchun avvalambor hunarmandlarimizda ushbu ko'nikmalarni shakllantirish zarur deb o'ylayman:

- ingliz tilida yoki elektron pochta orqali muloqot qilish va javob berish;
- bozor haqida xabardorligi va axborotga ega bo'lishlik;
- tashkiliy va boshqaruv qobiliyatlari;

- sifatni nazorat qilish;
- mahsulotni vaqti-vaqti bilan yetkazib berish;
- xarajatlarni hisoblash va mahsulotni eksport qilish qobiliyati;
- hunarmandlar o'rtasida savodxonlik;
- bank va moliya sohasidagi bilimlar.

Buxoro viloyati hududida hunarmandchilikning hamma turlari bir xil darajada rivojlanmagan. Ba`zi yo`nalishlarda kamchiliklar ko`zga yaqqol ko`rinib turibdi. Ushbu kamchiliklarni yashirish, turistlarning hunarmandchilik mahsulotlariga bo`lgan talabini qondirish maqsadida hunarmandlarimiz chetdan, ya`ni boshqa mamlakatlardan hunarmandchilik mahsulotlari olib kirib, turistlarga taklif yetishyapti. Misol uchun : Hindistondan ayyollar ko`ylagi, sharflar, yostiqlik jildlari, Turkmaniston va Erondan gilamlar, Xitoydan tasbeh va bir qancha suvenirilar. Agar shu mahsulotlar o`zimizda ishlab chiqarilsa, yangi ish o`rinlar yaratilardi va shunga muvofiq tarzda samaradorlik ham oshardi.

Ko'plab xalq hunarmandlari qadimgi davrlarda paydo bo'lib, ularning ildizlari qishloq xo'jaligi texnikasida yotadi. Shahar shovqinidan charchab sayohat maqsadida keladigan sayyohlarni qishloqlar, u yerdagi hayot tarzi doimo qiziqtirib kelgan. Buxoro viloyatining uchta tumanida, ya`ni Shofirkon, G`ijduvon va Buxoro tumanlarida **Craft village tourism yoki craft tourism**ni barpo etish nafaqat turizm sanoatida, shuningdek hunarmandchilikda samaradorlikni oshirishga turtki bo`ladi. Ushbu uchta tumanda hunarmandchilikning ma`lum bir turlari bo`yicha maxsus guest house'lar qurish nazarda tutiladi. Shofirkonda kashtachilik, G`ijduvonda kulolchilik va Buxoro tumanida qo`lda to`qiladigan gilamchilik kabi hunarmandchilik turlarini targ`ib etgan holda turistlarni jalb etish mumkin.

GUEST HOUSE'lar uchun har bir tumanda 10 sotixli yer maydoni o`sha tumanning o`zida tanlab olinadi. Ushbu tanlangan manzilda turistlar yashashi uchun bir qavatli yoki ikki qavatdan iborat imoratlar quriladi. Har bir imorat o`sha tumanning qurilish an`analariga mos ravishda qurilish materiallardan, hudud

uslubiga xos tarzda quriladi. Har bir tumanda maxsus hunarmandchilik turlari bo'yicha hunarmand ustalar o'z oilasi bilan o'sha guest houseda istiqomat qilgan holda o'z faoliyatini olib boradi.

Shofirkon o'zining an'anaviy kashtachiligi bilan mashhur bo'lib,

### **III bob bo'yicha xulosa**

Milly hunarmandchilikda samaradorlikni oshirishda keng ko'lamdagi ishlar amalga oshirilmoqda. Ushbu ishlarning samaradorligini oshirish uchun ushbu tadbirlarni bosqichma-bosqich amalga oshirish uchun milliy hunarmandchilikni rivojlantirish strategiyasini ishlab chiqishni taklif etgan bo'lar edim. Ushbu strategiyaga ko'ra quyidagi tadbirlar amalga oshirilsa maqsadga muvofiq bo'lar edi.

Hunarmandlar" savdo majmuasi uch qavatdan iborat bo'lib, unda mahalliy hunarmandlar tomonidan ishlab chiqariladigan mahsulotlar xaridorlarga taklif etiladi. Xaridorlar asosan, turistlar hisoblanadi. Majmuaning birinchi va ikkinchi qavatida savdo rastalaridan tashkil topgan bo'lib, u yerda 34 xil yo'nalishda ishlab chiqariladigan hunarmandchilik mahsulotlari taklif etiladi va sotiladi.

Hunarmandlar" savdo majmuasini qurishdan maqsad:

- o'z mahsulotlarini xalqaro talablarga (sifat, tendentsiyalar, dizaynlar ...) moslashtirish bo'yicha hunarmandlar salohiyatini oshirish va mahsulotlarini turistik bozorlarga bog'lash;
- hunarmandlar daromadlarini oshirish va hunarmandlar va turizm bozorlari o'rtasida barqaror biznes aloqalarini rivojlantirish uchun nou-xau bilan trenerlarga yordam berish;
- milliy ko'rgazmalar tashkil etish orqali mahsulotlarni sotishga ko'maklashish;
- iste'molchiga asl mahsulotni sotib olish uchun imkoniyatlarni taqdim etish;
- hududningning turli qismlarini bir soyabon ostida birlashtirish;

- marketingni rag'batlantirish tadbirlarni amalga oshirish va sotish uchun keng miqyosdagi faoliyatni amalga oshirish.
- Turizm biznesida samaradorlikni milliy hunarmandchilik mahsulotlari realizatsiyasini oshirish orqali yuqori cho`qqilarga olib chiqish.

Buxoro viloyatining uchta tumanida, ya`ni Shofirkon, G`ijduvon va Buxoro tumanlarida Craft village tourism yoki craft tourismni barpo etish nafaqat turizm sanoatida, shuningdek hunarmandchilikda samaradorlikni oshirishga turtki bo`ladi. Ushbu uchta tumanda hunarmandchilikning ma`lum bir turlari bo`yicha maxsus guest houselar qurish nazarda tutiladi. Shofirkonda kashtachilik, G`ijduvonda kulolchilik va Buxoro tumanida qo`lda to`qiladigan gilamchilik kabi hunarmandchilik turlarini targ`ib etgan holda turistlarni jalb etish mumkin.

## **Xulosa va takliflar**

So'nggi yillarda hunarmandchilikning ahamiyati ularning madaniy va moliyaviy qadriyatlari bilan bog'liq. Kichik ishlab chiqarish sanoati, jumladan, hunarmandchilik rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar iqtisodiyotining teng rivojlanishida muhim rol o'ynashi mumkin. Dunyodagi sanoat mahsulotlarining 90-95 foizi 100 kishidan kam bo'lmagan kichik ustaxonalarda ishlab chiqariladi. Misol uchun, iqtisodiy taraqqiyotning eng yuqori cho'qqisida joylashgan Yaponiya, sanoatning 84% ni kichik va o'rta sanoat sifatida ko'rib chiqdi. Hindiston va Xitoy singari mamlakatlarda milliy hunarmandchilik sifati va miqdori bo'yicha mexanizatsiyalashgan mahsulotlarga ega bo'lib, xorijiy daromadlarining asosiy manbai hisoblanadi. Ushbu mamlakatlar iqtisodiyotni mustahkamlash uchun milliy hunarmandchilik rivojlantirishga e'tibor qaratmoqdalar.

Turizm            biznesida            samaradorligini            oshirishda            milliy  
hunarmandchiligimizning o`rni beqiyosdir.

Turistik biznesning samaradorligi turistik mahsulotni ishlab chiqaruvchi va rivojlantiradigan tijorat tuzilmalarining firma-mijozlar soni bo'yicha yoki miqdori bo'yicha aniqlanadi.

O'zbekistonimizning turizmga tutgan o'rnini oshirish uchun hunarmandchiligimizni asrab avaylashimiz va undan unumli foydalanishimiz zarur. Chunki, ular bizning o'zligimizni ko'rsatib turadi. Hunarmandchiligimizni rivojlantirish va shu bilan birga chet ellik sayyohlarni o'zimizga jalb qilish bizning ustuvor maqsadimiz bo'lmog'i zarur. Prezidentimiz tashabbusi bilan tarixiy qadamjolarining qayta rekonstruksiya qilinishi, hunarmandchiligimizning rivojlanishida, hunarmandlarni qo'llab quvvatlash maqsadida 2017-2020 yillarda Buxoroda sayyohlikni rivojlantirishga qaratilgan yirik loyihalar amalga oshirishi, "Shahriston" deb nomlangan hunarmandlar shaharchasini barpo etish kabi katta loyihalar o'zligimizni saqlab qolish, ming yillardan buyon saqlanib kelayotgan hunarmandchiligimizni yuksaltirishga qaratilgan g'amxo'rlik deyish mumkin.

Ushbu disertatsiya ishi yakuniy xulosalari bo'yicha quyidagi takliflar beriladi:

- Yangidan- yangi mahsulotlar yaratilish;

- Ayniqsa qadimiy uslublarini yo'qotmagan holda, zamonaviy va qadimiy uslublarni uyg'unlashtirib yangi dizayndagi hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqarish;

- Hozirgi zamon talabiga to'la mos keladigan hunarmandchilik turlarini Buxoro hududi miqyosida tadbiq etish;

- Turizm biznesida samaradorlikni oshiradi.

O'ylaymanki yuqoridagi takliflarim Buxorodaning iqtisodiy ko'rsatkichlarida xizmatlar sohasining, jumladan turizm yo'nalishning hissasini oshishiga turtki bo'ladi.

Xulosa o'rnida shuni ta'kidlash joizki, Buxoroning turizmdagi potentsiali juda katta hudud hisoblanadi. Ammo shunday bo'lsada mintaqa turizmining bir qator zaif tomonlari tufayli Buxoroda turizm hali o'zining yuqori cho'qqisiga yetgani yo'q. Sohaning oqsashiga sabab bo'layotgan muammolar o'z yechimini topmagan.



Mening fikrimcha, Buxoro viloyatida hunarmandchilikning samaradorligini oshirishda avvalambor ushbu sohadagi qator muammolarni hal etish darkor. Buxoro shahri hududida Hunarmandlar savdo majmuasining qurilishi, shofirkon, g`ijduvon, hamda Buxoro tumanlarida **Craft village tourism (craft tourism)** kabi turizm turlari amalga oshirilsa samaradorlik shunga yarasha o`sar edi takomillashtirish mumkin bo`lgan jihatlarni bartaraf etgan holda, kelajakda Buxoroni turizm markazlaridan biriga aylantirish mumkin.

**Buxoro davlat universiteti “Turizm kafedrası” 5A610301 Turizm (ichki va tashqi) 2- bosqich magistranti Ergasheva Azizaning “Turizm biznesida samaradorlikni oshirish yo'llari (milliy hunarmandchilik misolida)” mavzusidagi magistrlik dissertatsiya bibliografiyasi**  
**I.O'zbekiston Respublikasi qonunlari**

1. O'zbekiston Respublikasining “Turizm to'g'risida”gi qonuni. - O'zbekistonning yangi qonunlari. -T.: Adolat, 2015 y. -131-140 b.
2. O'zbekiston Respublikasining Prezidentining farmoni “Ishbilarmonlik muhitini yanada tubdan yaxshilash va tadbirkorlikka yanada keng erkinlik berish chora-tadbirlari to'g'risida” 2017 y.

**II. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti qaror va farmonlari**

3. . "Buyuk ipak yo'lini qayta tiklashda O'zbekiston Respublikasining ishtirokini avj oldirish va Respublikada xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora-tadbirlar to'g'risida" 1995 yil 2 iyun, **PF-1162-son**
4. "2005 yilgacha bo'lgan davrda O'zbekistonda turizmni rivojlantirish davlat dasturi to'g'risida" 1999 yil 15 aprel, **PF-2286-son**
5. "O'zbekistonda turizm sohasi uchun malakali kadrlar tayyorlash to'g'risida" 1999 yil 30 iyun, **PF-2332-son**
6. "O'zbekiston Respublikasida 2006 - 2010 yillarda xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" 2006 yil 17 aprel, **PQ-325-son**
7. "O'zbekiston Respublikasida 2010 yilgacha bo'lgan davrda xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida" 2007 yil 21 may, **PQ-640-son**
8. "2012-2016 yillarda O'zbekiston Respublikasida xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish dasturi to'g'risida" 2012 yil 10 may, **PQ-1754-son**
9. "Xalqaro shartnomani tasdiqlash to'g'risida", 2012 yil 13 dekabr, **PQ-1879-son**
10. "2013-2016 yillarda qishloq joylarda xizmat ko'rsatish va servis sohasini jadal rivojlantirish yuzasidan qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida", 2013 yil 17 aprel, **PQ-1957-son**

11. "Davlat mulki ob'ektlarini kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sub'ektlariga sotish borasidagi qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida", 2014 yil 3 iyul, **PQ-2200-son**
12. "O'zbekiston Respublikasi Prezidentining ayrim farmonlariga o'zgartishlar kiritish to'g'risida", 2014 yil 9 dekabr, **PF-4677-son**
13. "O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida", 2016 yil 2 dekabr, **PF-4861-son**
14. "O'zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish Davlat Qo'mitasi faoliyatini tashkil etish to'g'risida", 2016 yil 2 dekabr, PQ-2666-son
15. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016 yil 2 dekabdagi "O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-4861-sonli farmoni.
16. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 7 fevraldagi "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida" gi PF-4947-sonli farmoni.
17. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 19 maydagi "2017-2019 yillarda Buxoro shahri va Buxoro viloyati turizm salohiyatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi PQ-2980-sonli qarori.
18. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 17 noyabdagi "Hunarmandchilikni yanada rivojlantirish va hunarmandlarni har tomonlama qo'llab-quvvatlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-5242-sonli Farmoni.

### **III. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi qarorlari va O'zbekiston Respublikasi Vazirliklarining huquqiy-me'yoriy hujjatlari**

19. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1995 yil 2 martda qabul qilingan "“Ipak yo'li turizmi” xalqaro turistik yarmarkani tayyorlash va o'tkazish to'g'risida”gi 78-sonli qarori.
20. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1995 yil 3 iyunda qabul qilingan "O'zbekiston Respublikasida xalqaro turizmning zamonaviy infrastrukturasi barpo etish chora-tadbirlari to'g'risida”gi 210-sonli qarori.

O'zbekiston Respublikasi hukumatining qarorlari to'plami, 1995 y., 6-son, 20-modda, O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami, 2004 y., 30-son, 346-modda.

21. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1998 yil 8 avgustda qabul qilingan "Turistik tashkilotlarning faoliyatini takomillashtirish to'g'risida"gi 346-sonli farmoyishi. Xalq so'zi, 1998 yil 9 avgust. – 8 b.

#### **IV. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti asarlari va ma'ruzalari**

22. Sh. M. Mirziyoyev. Tanqidiy tahlil, qat'iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo'lishi kerak. 2017 yil 14 yanvar – Toshkent : O'zbekiston, 2017.
23. Sh. M. Mirziyoyev. Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini ta'minlash – yurt taraqqiyoti va xalq farovonligining garovi. 2016 yil 7 dekabr– Toshkent: "O'zbekiston", 2017.
24. Sh. M. Mirziyoyev. Buyuk kelajagimizni mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz.– Toshkent: : "O'zbekiston", 2017.
25. Sh. M. Mirziyoyev. Milliy taraqqiyot yo'limizni qat'iyat bilan davom ettirib, yangi bosqichga ko'taramiz.– Toshkent : O'zbekiston, 2017.

#### **V. Darsliklar**

26. Alieva M.T. Mehmonxona menejmenti: Darslik – T.: TDIU, 2007.-355 b.
27. Alieva M.T., Umarjanov A. Turistik mamlakatlar iqtisodiyoti. Darslik. - T.: Moliya, 2005. - 339 b.
28. Балашов, А.И. Экономическая теория: Учебник. / А.И. Балашов и др. - М.: ЮНИТИ, 2015. - 527 с.
29. Биржаков М.Б. Введение в туризм. - С.Пб.: Издательский торговый Дом "Герда". 2004. -444 с.
30. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма. -М.: Новое знание. 2005.-644 с.
31. Ковалев, В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник / В.В. Ковалев, О.Н. Волкова. – М.: ООО «ТК Велби», 2012. – 424 с. 4. Савицкая,

## **VI. O'quv qo'llanma**

32. Бурганов, Р.А. Экономическая теория / Р.А. Бурганов. - М.: НИЦ ИНФРА- М, 2013. - 416 с.
33. Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия /Г.В. Савицкая. – М.: Инфра – М, 2004. -377 с.
34. Александров А.Ю. Международный туризм, Учебное пособие. - М.: Аспект Пресс. 2004. -470 с.
35. Балабанов И.Т. Балабанов А.И. Экономика туризма, Учебное пособие. -М.: Финансы и статистика. 2003. - 176 с.
36. Быржаков М.Б., Никифоров В.И. Индустрия туризма: Перевозки. Москва — Санкт Петербург, “Невский Фонд”, “Издательский дом Герда”, 2001. -90-с.
37. Сенин В.С. Организация международного туризма -М.: Финансы и статистика. 2004. – 400- с.
38. Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма: Учебное пособие. - М.: КНОРУС. 2005. - 448 с.
39. Travel Guide Uzbekistan -Tashkent:National Company Uzbekturizm. 2008. -10 p.

## **VII. Statistik ma'lumotlar to'plami**

40. O'zbekiston Respublikasi davlat statistika qo'mitasi “O'zbekistonda turizm”. –Т.: 2016 yil. -144 b.
41. O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi Buxoro viloyat hududiy bo'limining “Buxoro viloyati turizm sohasi to'g'risida”gi statistik ma'lumotlari. 2017 yil.
42. World Tourism Organization (2016). UNWTO Tourism Highlights, Edition 2008. Accessed at 06.01.2016 [http://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2016.pdf](http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2016.pdf).
43. World Tourism Organization (2017). UNWTO Tourism Highlights, Edition 2008. Accessed at 06.01.2016 [http://tourlib.net/wto/WTO\\_highlights\\_2017.pdf](http://tourlib.net/wto/WTO_highlights_2017.pdf).

## **VIII. Gazeta va jurnallar**

44. “Financial Times” gazetasi. Jahon bo'ylab sayohatga chiqish istagidagilar uchun eng qiziqarli yo'nalishlar ro'yxati. 2017. – 4b.

## IX. Ilmiy maqolalar va monografiyalar

45. Badrinath, R., and Ganeshan Wignaraja. 2004. "Building Business Competitiveness." *International Trade Forum*, no. 2.
46. "Handicraft Exports: Some Suggestions for Successful Marketing." *International Trade Forum*, no. 2: 16–31.
47. "Export Opportunities and Challenges in Garments and Home Products in the European Market." World Bank Group Africa Technical Department Series Discussion Paper No. 300.
48. "Craft Trade and Protection." 2001. *International Trade Forum*, no. 1. Danish Import Promotion Office, Danish Chamber of Commerce. 2004 *Handicrafts: A Survey of the Market for Handicrafts in Denmark*.
49. Domeisen, Natalie. 2004. "Building Capacity to Compete in Business." *International Trade Forum*, no. 2
50. Domeisen, Natalie. 2000. "Counting the Value of Crafts." *International Trade Forum*, no. 4.
51. "Barriers to Internationalisation: An Investigation of the Craft Microenterprise." *European Journal of Marketing* 36, no. 7/8.
52. Inkson, Kerr. 1987. "The Craft Ideal and the Integration of Work: A Study of Potters." *Human Relations* 40, no. 3
53. "Jumpstarting Trade in LDCs." 2004. *International Trade Forum*, no. 3.
54. Kean, Rita C., Shirley Niemeyer, and Nancy J. Miller. 1996. "Competitive Strategies in the Craft Product Retailing Industry." *Journal of Small Business Management* 34, no. 1
55. Lewis, William W. 2004. "The Power of Productivity: Poor Countries Should Put Their Consumers First." *The McKinsey Quarterly*, no. 2
56. Liebl, Maureen, and Tirthankar Roy. 2003. "Handmade in India: Preliminary Analysis of Crafts Producers and Crafts Production." *Economic and Political Weekly*, pp 5366-5376

- 57.Sala, Maria-Mercedes. 2002. “Making the Best of Craft Trade Fairs.” *International Trade Forum*, no. 1
- 58.Scrase, Timothy J. 2002. “Globalization and the Future of Asian Artisan Labour.” *The International Scope Review* 4, no. 8.
- 59.2003. “Precarious Production: Globalisation and Artisan Labor in the Third World.” *Third World Quarterly* 24, no. 3.
- 60.Seung-Eun, Lee, and Mary Littrell. 2003. “Web Sites for Cultural Products: Marketing Potential for U.S. Consumers.” *Journal of Fashion Marketing and Management* 7, no. 4
- 61.Shepherd, Bruce. 2004. Meeting the Competitiveness Challenge.” *International Trade Forum*, no. 5
- 62.“Some Pointers on Packaging Handicraft Exports.” 1987. *International Trade Forum* 23, no. 3,July–September)
- 63.Subramanian, T.S.R., and Tamer S. Cavusgil. 1990. “Handicrafts: Developing Export Potential.” *International Trade Forum* 26, no. 2.
- 64.Traditional and Popular Crafts and Industries and Trading therein regulation No. (36) for the year 2002 issued under article (16) of Tourism Law No. (20) for the year 1998.

#### **X. Magistrantning chop etilgan ilmiy ishlari**

- 65.Ergasheva A. Turizm biznesida samaradorlik tushunchasi. “Innovasiya-modernizasiyaning konseptual asosi” mavzusidagi Respublika miqyosidagi ilmiy – amaliy anjuman to`plami. Buxoro 2016. 330-334 b.
- 66.Ergasheva A. Turizmda samaradorlikni oshirishda “ Ipak va ziravorlar” festivalining mavqei. Buxoro Davlat Universiteti magistrantlarining ilmiy maqolalar to`plami. Buxoro. 2017. 255-259 b.
- 67.Ergasheva A. Turizm biznesida milliy hunarmandchilik samaradorligini oshirishda jahon tajribasini qo`llash. Профессор-ўқитувчилар ва талабаларнинг «Кексаларни эъозлаш йили»га бағишланган анъанавий 61- илмий-назарий анжумани тўплами.2017. 146-157 b.

## **XI. Internet saytlari**

68. [http://tourlib.net/books\\_tourism/jukova13.htm](http://tourlib.net/books_tourism/jukova13.htm)
69. [http://studbooks.net/43549/turizm/klassifikatsiya\\_turizma\\_sezonnostyu\\_intensivnosti\\_turpotoka](http://studbooks.net/43549/turizm/klassifikatsiya_turizma_sezonnostyu_intensivnosti_turpotoka) [31.10.2015]
70. <http://www.booksite.elsevier.com/.../Chapter%20-%20-%20The%20Geograph> [4.02.2016]
71. <https://prezi.com/oqblsqyyfwsg/issues-of-seasonality-in-tourism-industry/>
72. [http://uchebnikionline.com/turizm/suchasni\\_riznovidi\\_turizmu\\_-\\_klyap\\_mp/klasifikatsiya\\_turizmu\\_sezonnistyu\\_intensivnistyu\\_turpotoku.htm](http://uchebnikionline.com/turizm/suchasni_riznovidi_turizmu_-_klyap_mp/klasifikatsiya_turizmu_sezonnistyu_intensivnistyu_turpotoku.htm)
73. <http://www.kukiani.ru/index.php?page=content&subpage=s&r=9&p=28&s=103>
74. <http://skytouristic.spb.ru/seasons.html><http://www.uzbektourism.uz/services/routes/htm>
75. [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Seasonality\\_in\\_tourism\\_demand](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Seasonality_in_tourism_demand) [31.10.2015]
76. <http://www.grin.com/en/e-book/122991/seasonality-in-tourism-a-review-of-seasonality-of-hotel-accomodation-in> [31.10.2015]
77. [http://www.tourlib.columb.net.ua/Lib/Books\\_tourism/bogolubov.htm](http://www.tourlib.columb.net.ua/Lib/Books_tourism/bogolubov.htm)
78. [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics\\_explained/index.php/Seasonality\\_in\\_the\\_tourist\\_accommodation\\_sector](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Seasonality_in_the_tourist_accommodation_sector)
79. [http://books.google.com/books?id=coWkoyJeHIEC&pg=PA99&dq=differential+pricing&hl=en&ei=0YfUTu2QCMKN4gSk9sikAQ&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=4&ved=0CD4Q6AEwAw#v=onepage&q=differential%20pricing](http://books.google.com/books?id=coWkoyJeHIEC&pg=PA99&dq=differential+pricing&hl=en&ei=0YfUTu2QCMKN4gSk9sikAQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=4&ved=0CD4Q6AEwAw#v=onepage&q=differential%20pricing)
80. [http://books.google.com/books?id=epkZHh\\_c12AC&pg=PA271&dq=accommodation+sector&hl=en&ei=uxbVTp3KI6\\_44QSAuuXXAQ&sa=X&oi=book\\_result&ct=result&resnum=2&ved=0CDgQ6AEwAQ#v=onepage&q=accommodation%20sector](http://books.google.com/books?id=epkZHh_c12AC&pg=PA271&dq=accommodation+sector&hl=en&ei=uxbVTp3KI6_44QSAuuXXAQ&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=2&ved=0CDgQ6AEwAQ#v=onepage&q=accommodation%20sector)
81. [http://www.crctourism.com.au/wms/upload/Resources/bookshop/80085%20Lee\\_TourismIndustSeasonality%20WEB.pdf](http://www.crctourism.com.au/wms/upload/Resources/bookshop/80085%20Lee_TourismIndustSeasonality%20WEB.pdf)



82. [http://www.crt.dk/media/Seasonality\\_in\\_tourism\\_natural\\_institutional\\_causes\\_Marcussen\\_24.pdf](http://www.crt.dk/media/Seasonality_in_tourism_natural_institutional_causes_Marcussen_24.pdf)
83. <http://www.pricingforprofit.com/pricing-explained/differential-pricing.php>
84. <http://allrefs.net/c47/47a62/> - Изучение сезонных колебаний в туризме
85. <http://elib.dtu.edu.vn/file/Ebook/4164.pdf>
86. <http://uza.uz/uz/business/buxoroda-qovun-sayli> - O'zbekiston milliy axborot agentligi
87. <http://www.wttc.org/focus/advocacy-for-change/>
88. [http://lex.uz/Pages/GetAct.aspx?lact\\_id=2226509](http://lex.uz/Pages/GetAct.aspx?lact_id=2226509)
89. [http://uza.uz/uz/tourism/malakali-mutaxassis-mamlakat\\_yuzi?sphrase\\_id=224027](http://uza.uz/uz/tourism/malakali-mutaxassis-mamlakat_yuzi?sphrase_id=224027)
90. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738304000672>
91. <http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0143251680900316>
92. <http://www.booksite.elsevier.com/.../Chapter%202%20-%20The%20Geograph>  
[4.02.2016]
93. <http://www.grin.com/en/e-book/122991/seasonality-in-tourism-a-review-of-seasonality-of-hotel-accomodation-in>
94. [http://tourlib.net/books\\_tourism/kvartalnov\\_tourism11.htm](http://tourlib.net/books_tourism/kvartalnov_tourism11.htm)
95. <https://www.scienceforum.ru/2015/910/7888>
96. <http://www.mlit.go.jp/kankocho/en/kankorikkoku/kihonkeikaku.html>
97. <http://lex.uz/uz/doc/act2008-07.html>
98. [http://tourlib.net/books\\_tourism/artemova4-2.htm](http://tourlib.net/books_tourism/artemova4-2.htm) [31.10.2015]
99. <http://www.scienceforum.ru/2015/910/7888> [4.02.2016]
100. <http://kun.uz/uz/news/2017/03/12/buhoroda-markazij-osiedagi-eng-ahsi-universal-sport-mazmualaridan-biri-kuriladi>
101. <https://eujournal.org/index.php/esj/article/view/9141/8680>
102. <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/ranking/#series=TTCI>
103. <http://tourfaq.net/travel-business/pokazateli-turisticheskoj-deyatelnosti/>
104. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877042813028632>

105. [http://tourism.ru/turizm\\_kak\\_sektor\\_ekonomiki\\_270/ekonomicheskie\\_i\\_fina\\_nsovy\\_e\\_pokazateli\\_272/index.html](http://tourism.ru/turizm_kak_sektor_ekonomiki_270/ekonomicheskie_i_fina_nsovy_e_pokazateli_272/index.html)
106. <http://www.arrivo.ru/iordaniya/suveniry-iz-iordanii.html>
107. <http://www.travel.ru/news/2012/09/08/205330.html>; 2.

---

<sup>1</sup> <http://tourfaq.net/travel-business/pokazateli-turisticheskoy-deyatelnosti/>

<sup>2</sup> Traditional and Popular Crafts and Industries and Trading therein regulation No. (36) for the year 2002 issued under article (16) of Tourism Law No. (20) for the year 1998.

<sup>3</sup> <http://www.arrivo.ru/iordaniya/suveniry-iz-iordanii.html>