

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA'LIM, FAN VA
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
TERMIZ DAVLAT UNIVERSITETI
MAGISTRATURA BO'LIMI**

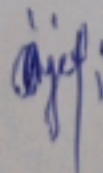
Qo'lyozma huquqida
UDK: 338.487

AHMEDOVA SARVINOZ RIZKIBOY QIZI

**TURISTLARNING O'ZBEKISTONNI SAYYOHLIK JOY
SIFATIDAGI TASAVVURINI O'RGANISH ASOSIDA
FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISH YO'LLARI**

71010401 – Turizm (ziyosat turizmi) mutaxassisligi bo'yicha Magistr akademik
darajasini olish uchun yozilgan
DISSERTATSIYA

Ilmiy rahbar:



PhD. dots. Rajabov. O'.D

TERMIZ – 2023

Magistrlik dissertatsiyasi mavzusi Termiz davlat universiteti rektorining 2022-yil 24-yanvardagi №2-T/M sonli buyrug'i asosida tasdiqlangan.

Magistrlik dissertatsiyasi Termiz davlat universiteti Turizm va mehmonxona xo'jaligi kafedrasida bajarilgan.

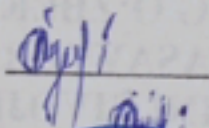
Magistrlik dissertatsiyasi elektron nusxasi Termiz davlat universitetining rasmiy veb sahifasiga joylashtirilgan.

Dissertatsiya manzilining QR-kodi:



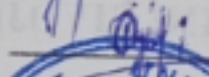
Magistrlik dissertatsiyasi bilan Termiz davlat universitetining axborot-resurs markazida tanishish mumkin (5 raqam bilan ro'yxatga olingan. Manzil: Termiz shahri Barkamol avlod ko'chasi 43-uy.)

Ilmiy rahbar:



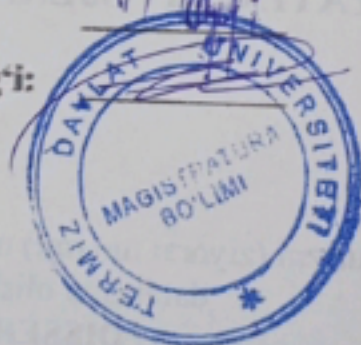
PhD. dots. D.O'. Rajabov

Kafedra mudiri:



PhD. dots. D.O'. Rajabov

Magistratura bo'limi boshlig'i:



PhD. A.B. Narbayev

**“Turistlarning O‘zbekistonni sayyohlik joy sifatidagi tasavvurini o‘rganish
asosida faoliyatini rivojlantirish yo‘llari” mavzusidagi magistrlik
dissertatsiyasi
ANNOTATSIYASI**

Tayanch so‘zlar: moslashish qobiliyati, ehtiyojlar va istaklar, xavfsizlik, taassurotlar, hayajon, sayohat, turizm, turizm sanoati, iqtisodiy o‘rish, imidj, brend indeksi, xalqaro sayyohlar, hissiy fikrlar, destinatsiya, tajriba, respondent.

Tadqiqot obyektlari: sayyohlarning diqqatga sazovor joylari, Termiz, Samarqand, Buxoro, Xiva, turizm va ziyorat manzilgohlari

Ishning maqsadi: Turistlarning O‘zbekistonni turistik joy sifatidagi tasavvurini o‘rganish va ularning fikr-mulohazasiga asoslanib mamlakatda turistlarga xizmat ko‘rsatish faoliyatlarini yaxshilash uchun taklif va tavsiyalar ishlab chiqish.

Tadqiqot metodlari: Dissertatsiya ishida ilmiy abstraksiya, tahlil va sintez, monografik kuzatish, taqqoslash, induksiya va deduksiya, statik guruhlash, tizimli tahlil, grafik ifodalash metodlaridan foydalanilgan.

Olingan natijalar va ularning yangiligi: Sayyohlarning O‘zbekistondagi turizm xizmatlari faoliyatidagi kamchiliklar asoslab berildi; Turistlarning fikrlari o‘ganilganda hozirda turistlar uchun “WiFi zonalar”, “Car rental” (ijaraga moshina berish), turli millatlar milliy taomlari restoranlari faoliyati hamda turizm xizmatlari sifati pastligi aniqlanib uni qanday bartaraf etish yo‘llari haqida takliflar ishlab chiqildi. O‘zbekistondagi turizm faoliyatlarga bo‘lgan talablar va nimalar jalb qilinishi tahlil qilindi va hududning sayyohlik faoliyatidagi holatini ushbu talablarga mos ravishda yaxshilash bo‘yicha amaliy tavsiyalar ishlandi; respublikamizning har hil hududlarida oddiy xizmatlardan xalqaro standartlarga javob bera oladigan darajadagi faoliyat turlarini yo‘lga qo‘yish, bajarilayotgan va bajarilishi kerak bo‘lgan ishlarni tizimli yo‘lga qo‘yish va bu orqali investorlar jalb qilib har hil turdagi faoliyat turlari bo‘yicha takliflar yaratildi.

Amaliy ahamiyati: Tadqiqot natijasida ishlab chiqilgan ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar O‘zbekistonga tashrif buyuruvchi sayyohlarga xizmat qiluvchi turli yangi xizmatlar faoliyatini yo‘lga qo‘yish va hozirda mavjud bo‘lgan xizmat turlarini yanada takomillashtirib yangicha talqinda ish olib borishda foydalanish mumkin.

Tadqiq etish darajasi va iqtisodiy samaradorligi: tadqiqot jarayonida ishlab chiqilgan xulosa va takliflar O‘zbekiston Respublikasi madaniyat va turizm vazirligi tomonidan O‘zbekistonda turizm xizmatlari faoliyati rivojlanishining va turistlar oqimi o‘rishiga ta’sirini yaxshilashda foydalanish uchun tavsiya etiladi.

Qo‘llash sohasi: O‘zbekiston Respublikasi Madaniyat va Turizm vazirligi va turizm ob’yektlari.

ANNOTATION

of master's dissertation on "Approaches to developing tourist amenities based on a research on the image of Uzbekistan as a tourist destination."

Keywords: adaptability, needs and desires, satisfaction, security, enjoyment, impressions, excitement, travel, tourism, tourism industry, economic growth, image, brand index, international tourists, emotional opinions, location, experience, confidence.

Objects of research: tourist attractions, Termez, Samarkand, Bukhara, Khiva, tourist and pilgrimage destinations.

Objective: To study the perception of Uzbekistan as a tourist destination and to develop proposals and suggestions for the flourishing of tourist services in the country based on their feedback.

Research methods: Scientific abstraction, analysis and synthesis, monographic observation, comparison, induction and deduction, static grouping, system analysis, graphical expression methods were used in the dissertation work.

The results obtained and their novelty: The shortcomings in the activities of tourist services in Uzbekistan; After studying the views of tourists, it was found that WiFi zones, Car rental, restaurants of national and local cuisine of different nationalities are not working well, and suggestions have been made on how to overcome it; Tourism in Uzbekistan the requirements for activities and what to involve in them were analyzed and practical recommendations were developed to improve the situation in the tourist activity of the region in accordance with these requirements; to organize activities in various regions of the country from ordinary services to meet international standards, to systematically organize the work being done and to be done, and thus to attract investors for various activities suggestions created;

Practical significance: The scientific proposal and practical recommendations developed as a result of the research can be used to launch various new sectors of services for tourists visiting Uzbekistan and to work in a new way by further improving the existing types of services.

Level of research and economic efficiency: conclusions and recommendations developed during the research are recommended by the Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Uzbekistan for use in improving the development of tourism services in Uzbekistan and its impact on the growth of tourist flows.

Scope: Ministry of Culture and Tourism of the Republic of Uzbekistan and tourism facilities.

MUNDARIJA

KIRISH	3
I BOB. DESTINATSIYA TUSHUNCHASI VA UNI TASHKIL QILISHNING NAZARIY ASOSLARI	8
1.1 §. Sayyohlik destinatsiyaning asosiy xususiyatlari va uning turlari.....	8
1.2 §. Sayyohlik destinatsiyani tashkil qilish asoslari.....	12
1.3 §. Turizm va sayyohlik destinatsiyalarini rivojlantirishning xorijiy mamlakatlar tajribasi.....	16
I bob yuzasidan xulosalar	24
II BOB. O‘ZBEKISTONDAGI SAYYOHLIK DESTINATSIYALARINING TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISHDAGI AHAMIYATI	26
2.1 §. O‘zbekistonning turizm salohiyati va asosiy sayyohlik destinatsiyalari.	26
2.2 §. O‘zbekistonda turizm va sayyohlik destinatsiyalarining rivojlanish holati va muammolar tahlili.....	35
2.3 §. O‘zbekistonda turizm va sayyohlik destinatsiyalarini rivojlantirishning tashkiliy va huquqiy asoslari.....	44
II bob yuzasidan xulosalar.....	51
III BOB. TURISTLARNING O‘ZBEKISTONNI TURISTIK DESTINATSIYA SIFATIDAGI TASAVVURINI O‘RGANISH VA SHU ASOSDA KEYINGI FAOLIYATNI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI	53
3.1 §. Turistlarning O‘zbekistonni sayyohlik destinatsiya sifatidagi tasavvurini shakllantirish usullari.....	53
3.2 §. Turistlarning sayohatdan keyingi tasavvurlarini tahlil qilish usullari....	57
3.3 §. Turistlar tasavvurini o‘rganish asosida turizm faoliyatini takomillashtirish yo‘llari.....	72
III bob yuzasidan xulosalar.....	76
XULOSALAR	78
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI	82
ILOVALAR	90

KIRISH

Magistrlik dissertatsiyasi mavzusining asoslanishi va uning dolzarbligi. Dunyodagi eng tez suratda o`sb borayotgan sanoat turizm bo`lib ohirgi yillarda undagi ko`plab xizmat turlari ham jahon miqyosida ham O`zbekistonda jadal rivojlanib bormoqda. Yurtimizga tashrif buyurgan har bir turist albatta turli turistik xizmatlardan foydalanadi shu jumladan transport, mehmonxona, restoran, ko`ngil ochar maskanlar, hatto ko`chadagi oddiy savdo do`konigacha bo`lib chiqadi va o`z o`zidan olgan xizmati haqida hayolida baholab ketaveradi. O`zbekiston Respublikasi madaniyat va turizm vazirligi turistlarni shu maskanlarga jalb qilish maqsadida, jahon turizm bozorida munosib o`rin egallash uchun O`zbekistonda turizm xizmatlari faoliyatlari rivoji uchun ko`plab tashabbuslar qilinyapti va har hil sayyohlik yo`nalishlarida turli bayram, seminar, tadbirlarni tashkillashtirmoqda. Lekin buning o`zi yetarli emas.

Bundan tashqari davlatimiz rahbari tomonidan joriy yilda qabul qilingan qator qaror va farmonlar ham turistlar oqimini ko`paytirishda xizmat qiladi.

Shu jumladan, O`zbekiston Respublikasi Prezidentining 26.04.2023 yildagi “Respublikaning turizm salohiyatini jadal rivojlantirish hamda mahalliy va xorijiy turistlar sonini yanada oshirishga doir qo`shimcha chora-tadbirlar to`g`risidagi PQ-135-sonli qarorida respublikamizning turizm salohiyatidan to`liq va samarali foydalanish, birinchi navbatda, transport-logistika va turizm infratuzilmasidagi muammolarni tezkor hal etish, shuningdek, turizm sohasida faoliyat yurituvchi tadbirkorlik sub`yektlari uchun qo`shimcha shart-sharoitlar yaratish, mavjud resurslardan kompleks foydalanish ko`zda tutilgan.¹ Bu amaliy ishlar natijasida respublikamizning turli o`ziga xos tabiiy turistik maskanlarga ega bo`lgan nuqtalarini dunyo standartlariga xos qilib yanada rivojlantirish uchun loyihalarni amalga oshirish mumkin bo`ladi.

¹ O`zbekiston Respublikasi Prezidentining 26.04.2023 yildagi “Respublikaning turizm salohiyatini jadal rivojlantirish hamda mahalliy va xorijiy turistlar sonini yanada oshirishga doir qo`shimcha chora-tadbirlar to`g`risidagi PQ-135-sonli qarori

Mamlakatga kirib kelayotgan investitsiyalar turizm va undagi sara xizmat faoliyatlari orqali iqtisodiyotni barqaror o'stiruvchi omil bo'lib, ular orqali mamlakat uchun keng imkoniyatlar kirib keladi. Bu borada Prezidentimizning quyidagi gaplari fikrimiz dalilidir: "Investitsiya – bu iqtisodiyot drayveri, o'zbekcha aytganda, iqtisodiyotning yuragi, desak, mubolag'a bo'lmaydi. Investitsiya bilan birga turli soha va tarmoqlarga, hududlarga yangi texnologiyalar, ilg'or tajribalar, yuksak malakali mutaxassislar kirib keladi, tadbirkorlik jadal rivojlanadi"².

Ammo COVID pandemiyasi sababli turizmda biroz pasayishni kuzatishimiz mumkin. Bunga misol, O'zbekistonga sayyohlik maqsadlarida kelgan xorij fuqarolarining sonini tahlil qilganimizda, "2019-yilda 6748,5 ming kishini tashkil etgan va 2020-yilga kelib 1504,1 ming kishini tashkil qilgan."³

Vazirlar Mahkamasining 30.01.2023 yildagi "O'zbekiston Respublikasida xavfsiz turizm sohasini takomillashtirish to'g'risida" 37-son qarori, "O'zbekiston Respublikasida ichki va ziyorat turizmini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida" 09.02.2021 yildagi PF-6165-son farmoni, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining "2019-2022-yillarda Surxondaryo viloyati Boysun tumanini kompleks rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risidagi" qarori va boshqa normativ-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirish hamda hududlarga xorijiy investitsiyalarni jalb qilish orqali rivojlantirishda ushbu dissertatsiya tadqiqoti muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning obyekti va predmeti. Tadqiqotning obyekti bo'lib sayyohlarning diqqatga sazovor joylari, Termiz, Samarqand, Buxoro, Xiva, turizm va ziyorat manzilgohlari. Predmeti, sayyohlarning fikrlarini bilish orqali sayyohlik xizmatlari faoliyatini rivojlantirishdan iborat

Tadqiqotning maqsadi sayyohlarning fikrlarini bilish orqali sayyohlik xizmatlari faoliyatini rivojlantirish uchun taklif va tavsiyalar berish.

² O'zbekiston Respublikasi prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojatnomasi.2022

³ gazeta.uz <https://www.gazeta.uz/oz>

Tadqiqotning vazifalari Dissertatsiyaning maqsadidan kelib chiqib, unda quyidagi vazifalar belgilangan:

- Sayyohlik destinatsiyaning asosiy xususiyatlari va uning turlarini o`rganish;
- Sayyohlik destinatsiyani tashkil qilishning asoslari aniqlash;
- Turizm va sayyohlik destinatsiyalarini rivojlantirishning xorijiy mamlakatlar tajribasini o`rganish;
- O`zbekistonning turizm salohiyati va asosiy sayyohlik destinatsiyalarini o`rganish;
- O`zbekistonda turizm va sayyohlik destinatsiyalarining rivojlanish holati va muammolarni tahlil qilish ;
- O`zbekistonda turizm va sayyohlik destinatsiyalarini rivojlantirishning tashkiliy va huquqiy asoslarini aniqlash;
- Turistlarning O`zbekistonni sayyohlik destinatsiya sifatidagi tasavvurini shakllantirish yo`llarini ko`rib chiqish;
- Turistlarning sayohatdan keyingi tushunchalarini tahlil qilish usullarini o`rganish;
- Turistlar tasavvurini o`rganish asosida turizm faoliyatini takomillashtirish yo`nalishlarini ishlab chiqish;

Tadqiqot ishining ilmiy yangiligi quyidagilardan iborat:

- turistlarning fikr mulohazalari, talablari va ularni nimalar jalb qilishi ilmiy izlangan va mamlakatning sayyohlarni qabul qilish va ularning vaqtini mazmunli o`tkazish holatini, ushbu talablarga mos ravishda yaxshilash bo`yicha amaliy tavsiyalar ishlangan;

- sayyohlik xizmatlari faoliyatida nafaqat dunyo standartlariga xos yoki jahonning oldi faoliyatlari yoki maxsulotlari balki milliy sport, milliy brenddagi o`zgacha bo`lgan xizmat turlarini ham tizimli yo`lga qo`yish va bu orqali turistlarni jalb qilish yo`nalishlari bo`yicha takliflar ishlab chiqilgan;

Tadqiqotning asosiy masalalari va farazlari: shundan iboratki, tadqiqotning ishlab chiqilgan ilmiy takliflari va amaliy tavsiyalari mamlakatimizda turizm faoliyatini rivojlantirish usullarini ishlab chiqish va qo'llash orqali xorijiy sayyohlarni jalb qilishni aktivlashtirish imkonini beradi va buning uchun tizim yaratiladi.

Tadqiqot mavzusi bo'yicha adabiyotlar sharhi (tahlili).

Turizm destinatsiyasi, turistik xizmatlar va turizm xizmatlaridagi muammolar ko'plab xorijiy va mahalliy olimlar tomonidan ilmiy tadqiqot sifatida izlanish olib borilgan va mazkur ilmiy izlanishlar muhim ilmiy natijalarga erishgan. Shu jumladan, xorijlik olimlar Smith S, Kabushkin N.L, Ilyenkova N.D, Kotler F, Bowen J., Makenz J, Shpakovskiy V.O, Chugunova N.M, Kirilchuk I.V⁴ tomonidan olib borilgan tadqiqotlar, ilmiy asarlar, risolalar va maqolalarda turizm xizmat ko'rsatish, destinatsiya, destinatsiya xizmatlari va mahsulotlari va ularni turistlarga ta'siri, destinatsiyaning ahamiyati va boshqarish masalalari o'rganilgan.

Turizm xizmat ko'rsatish borasidagi mavjud muammolarning ayrim jihatlari va yechimlari respublikamiz turizm olimlari I.To'xliyev, B.Safarov, A.A.Allaberganov, X.I.Axmedov A.A.Allabergenov, R.Abdumalikov T.Xoldorov, G.G.Nazarova, A.F.Saidov, R.A.Mullajonanova, ilmiy ishlarida tadqiq etilgan va o'rganilgan.

Tadqiqotda qo'llanilgan metodikaning tavsifi. Dissertatsiya ishida ilmiy abstraksiya, tahlil va sintez, monografik kuzatish, taqqoslash, induksiya va deduksiya, statik guruhlash, tizimli tahlil, grafik ifodalash usullaridan foydalanilgan.

Tadqiqot natijalarining nazariy va amaliy ahamiyati. O'rganishlar natijasida ishlab chiqilgan ilmiy taklif va amaliy tavsiyalardan mamlakatimizda

⁴ Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. 2-е изд.Мн.: Новое знание, 2021.432с., Ильенкова Н.Д Спрос: анализ и управление. М.: Финансы и статистика, 2020.160. Kotler F, Bowen J., Makenz J. Marketing. Hospitality. Tourism: Textbook for universities. М.: UNITI, 2022. —1063 p., Shpakovskiy V.O, Chugunova N.M, Kirilchuk I.V Организация и проведения рекламных мероприятий посредством BTL-коммуникаций: Учебное пособие. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К»2022. -128с

turizm xizmatlari faoliyatidagi shart-sharoitlarni yaxshilash va xorijiy sayyohlar sonini oshirish choralarini ishlashda foydalanish mumkin.

Ish tuzilmasining tavsifi. Dissertatsiya tarkibi kirish, uchta bob, xulosa va takliflar, foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati va ilovalardan iborat. Dissertatsiyaning hajmi 105 betdan iborat.

I. bob Destinatsiya tushunchasi va uni tashkil qilishning nazariy asoslari.

1.1-§. “Turistik destinatsiya” tushunchasi va uning o‘ziga xos xususiyatlari

Turizm - bu ijtimoiy, madaniy va iqtisodiy hodisa bo'lib, u insonlarning shaxsiy yoki biznes maqsadlarda doimiy muhitdan tashqariga chiqishi yoki ko'chishini anglatadi. Bu insonlar, tashrif buyuruvchilar (turistlar yoki ekskursionistlar; rezidentlar yoki norezidentlar bo'lishi mumkin) deb ataladi.

Ma'lumki, XX asrning ikkinchi yarmidan boshlab turizm jahon miqyosida katta yuksalish va rivojlanishga erishdi, turli fanlarning o'rganish ob'ektiga aylandi. Bugungi kunda turizm nafaqat yer yuzidagi turli yo'nalishlarni qamrab olgan, balki avval "kosmik turizm" yoki kosmik sayohat deb nomlanuvchi tasavvur qilib bo'lmaydigan yo'nalishlarni ham qamrab olayogani sababli bu rivojlanish yanada yaqqol namoyon bo'lmoqda.

Nafaqat bu, balki texnologik taraqqiyot turizmni vaqt chegaralaridan tashqariga chiqarishga ham muvaffaq bo'ldi, masalan, London, Buyuk Britaniyada ishlab chiqilgan "Virtual haqiqat Turizmi" (VRT)⁵

Enzensberger tomonidan qo'llanilgan atamalarga qaraydigan bo'lsak turizm insonning “escape” -"qochishga" intilish istagini aks ettiradi, turizm inson istaklarini "qondirish" uchun rivojlanishda davom etadi, deb ishoniladi.⁶

“Turizm destinatsiyasi” tushunchasi 1979-yillarda ilmiy muomalaga kiritilgan, N. Leyper birinchilardan bo'lib turizmga “destinatsiya” tushunchasini mahalliyashtirdi.⁷ N. Leyperdan keyin turizm ilmiy hamjamiyati “turizm destinatsiyasi” tushunchasi va geografik birlik sifatidagi tushunchasi bilan qiziqqa boshladi. Jahon sayyohlik tashkiloti mahalliy turistik destinatsiyani turist kamida bir kecha-kunduz o'tkazadigan jismoniy makon sifatida ta'riflaydi. Bu turli xizmatlar va diqqatga sazovor joylarni o'z ichiga oladi va destinatsiyani

⁵ Virtual Reality in Tourism <http://www.virtual-reality-in-tourism.com>

⁶ Enzensberger, H. Magnus. (2021). A Theory of Tourism. *Vergebliche Brandung Feme: Eine Theorie des Tourismus*, Merkur 126 (Aug. 2021): 701-20

⁷ Leiper N. The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourist Industry. *Ann. Tour. Res.* 6 (1979), 390–407.

boshqarishda muhim bo'lgan jismoniy yoki ma'muriy chegaralar bilan ta'riflanadi.⁸

UNWTO ma'lumotlariga ko'ra, sayohatning destinatsiyasi bu sayohat qilish uchun ko'zda tutilgan asosiy joydir. An'anaviy ta'rifga ko'ra, destinatsiya bir necha xil geografik darajalarda kuzatilgan.⁹ Sayyohlar uchun mo'ljallangan qit'alar, mamlakatlar, mintaqalar, kurortlar yoki hatto alohida diqqatga sazovor joylarni destinatsiya sifatida ko'rib chiqish mumkin. Misol uchun, butun Yevropa ikki hafta ichida olti xil shaharga tashrif buyuradigan yapon sayyohlarining destinatsiyasi bo'lishi mumkin. Ba'zi odamlar uchun kruiz kemasi destinatsiya bo'lishi mumkin.¹⁰

Turistik destinatsiya turistlarni jalb qilishda muhim rol o'ynaydi va ularning barcha talab va ehtiyojlarini to'liq qondirish uchun barcha muhim elementlarga ega bo'lgan geografik joylashuvdir. Destinatsiyalar tashrif buyuruvchilarni jalb qilishda muvaffaqiyatga erishadi qachonki turistlarning u yerga borish yo'llari, qolish joylari va qiladigan narsalarni tanlash imkoniga ega bo'lsa. Muvaffaqiyatli destinatsiyalar 5 asosiy talabga javob beradi. Ushbu muhim talablarga javob bermaydigan destinatsiyalar, ko'pincha mahalliy hukumat yoki xususiy kompaniyalarning moliyaviy yordami bilan ularni ishlab chiqishi kerak. Tashrifchilarni jalb qiladigan destinatsiyalar mamlakat uchun savdo va daromad olish imkoniyatlarini yaratadi, shuningdek, mamlakat uchun valyuta ayirboshlash vositasi sifatida turadi. Muvaffaqiyatli destinatsiyaga erishish uchun zarur bo'lgan asosiy 5 ta faktor o'rtasida yaxshi muvozanat bo'lishi kerak.

Bular: Turar joy, Kirish mumkinliligi, Tadbirlar, Qulayliklar va Qiqqatga sazovor joylar. Odamlar sayohat qilishganda turli xil narsalarni qilishni yaxshi ko'radilar. Ular turli madaniyatlarga tegishli, har xil did simpatiya va antipatiyaga ega va albatta har xil byudjetga ega bo'ladilar. Ba'zilar faol dam olishni yaxshi ko'rsa, boshqalar mehmonxona balkonida o'tirib go'zal manzaradan bahramand bo'lishni yoki kitob o'qishni xohlashadi. Ba'zilar mashhur saytlarga tashrif

⁸ UNWTO (2019). A Practical Guide to Tourism Destination Management. Spain

⁹ Hall, C. M. (2018). Tourism Planning: Policies, processes, relationships. UK: Prentice Hall.

¹⁰ Buhalis, D. (2020). Marketing the competitive destination of the future. Tourism Management, 21, 97–116

buyurishni xohlashlari mumkin. Boshqalar esa xarid qilishni xohlashadi va O'zbekiston holatida kopincha tarixiy saytlar, gastronomik va tabiiy manzaralar uchun sayohat qilishadi.

Destinatsiya ushbu ehtiyojlarni qondirish uchun qandaydir shaklda o'zaro bog'langan bo'lishi kerak. Quyida 5 ta faktorning har birining asosiy jihatlaridan ba'zilari:

1. Accommodation - Turar joy - Qayerda qolamiz? Begona mamlakatda munosib yotish joyini qayerdan topishimiz katta savol. Bu sizning cho'ntagingiz ruxsat bergan narsaga ham bog'liq. Turli xil variantlarga motellar, mehmonxonalar (2,3,4,5 yulduzli), dam olish maskanlari, villalar, kruiz, inn, hostel, mehmon uylari, bed & breakfast va shunga o'xshash turar joylar kiradi. Ovqatlanish rejangizni tanlash uchun har doim variant mavjud, ya'ni EP (Yevropa taomlari rejasi), CP (kontinental ovqatlanish rejasi), MAP (o'zgartirilgan Amerika ovqatlanish rejasi) va AP (barcha ovqatlanish rejasi);

2. Accessibility - Kirish imkoniyati- Agarda kirish yo'llari yani transport qatnovi rivojlanmagan bo'lsa hech bir destinatsiya yaxshi faoliyat yurita olmaydi;

3. Activities - Faoliyatlar - Belgilangan joyga yetib borganingizdan keyin nima qilasiz? Golf o'yinini yoqtirasizmi? Suvga sho'ng'ish? Jungli sayohati? Dengiz kruizi? Tasavvur qiling va ushbu destinatsiya taklif qiladigan tadbirlarni ko'rib chiqing;

4.Amenities - Qulayliklar- Mahalliy oshxona ko'pincha tashrif buyuradigan joyning diqqatga sazovor joylaridan biridir. Restoranlar, dizaynerlik barlari va savdo markazlari har doim tashrif buyuruvchilarni jalb qiladi;

5. Attractions - Diqqatga sazovor joylar - Ko'rish uchun nima bor? Ba'zilar mahalliy muzeylar yoki san'at galereyalariga borishni yaxshi ko'radilar. Boshqalar esa, eng tez o'sib borayotgan dam olish segmentlaridan biri bo'lgan bolali oilalar uchun jozibali ko'ngilochar bog'ning hayajonini afzal ko'radilar, boshqalari esa ma'naviy xabardorlik uchun diniy saytga boradilar.

Destinatsiyalar mamlakat va joylarda har hil turlarga bo`linadi, masalan tarixiy saytlar yoki tabiat qo`yni, keling turizm destinatsiyalarining turlarini kor`rib chiqsak. A. Smith. destinatsiyalarni oltita turga ajratadi:

1. Etnik destinatsiyalar - mahalliy aholining etnik turmush tarzini targ'ib qiluvchi joylar, masalan. raqslar, dinlar, marosimlar va boshqalar.

2. Madaniy destinatsiyalar - yo'qolib borayotgan turmush tarzini targ'ib qiluvchi joylar, masalan. mahalliy sharoitlarda, chekka qishloqlarda folklor raqslari, liboslar festivallarini o'tkazish, eski uslubda san'at va hunarmandchilik namoyishi.

3. Tarixiy manzillar - qadimiy shaharlar, cherkovlar, yodgorliklar, arxeologik joylar va muzeylar kabilarni targ'ib qiluvchi joylar.

4. Ekologik destinatsiyalar - tabiiy va ekologik diqqatga sazovor joylarni targ'ib qiluvchi hududlar, masalan. milliy bog'lar, toqqa chiqish, kanoe, lager va boshqalar.

5. Dam olish destinatsiyalari - bu qulay muhitda o'yinlar va ijtimoiy aloqalarni rag'batlantiradigan golf maydonchalari, tennis, tog` chang'i, plyajlar kabi sport markazlari. Bu yerda asosan sport va plyaj turizmidir.

6. Biznes destinatsiyalari - savdo, bitimlar va uchrashuvlar, konferensiyalar va shu bilan birga boshqa dam olish va hordiq chiqarish kabi tadbirlarni o'tkazishni targ`ib qiluvchi maskanlar.¹¹

Umumiy olib aytadigan bo`lsak turistik destinatsiya - bu hududning xususiyatlaridan kelib chiqqan holda sayyohlik talab va taklif joyi hisoblanadi. Shunday qilib, turizm destinatsiyasi faqat hududiy birlik bo'lishdan tashqari, iqtisodiy munosabatlar majmui ko'rinishidagi iqtisodiy birlik ham hisoblanadi.

¹¹ Smith (2021) Components and Elements of tourism

1.2-§. Sayyohlik destinatsiyani tashkil qilishning asoslari

Turizmda eng ko'p qo'llaniladigan so'zlardan biri bu "destinatsiya", ammo turli mualliflar tomonidan turlicha qo'llaniladi. Quyida o'zbek olimlarining "destinatsiya" termini borasidagi tahlillarini ko'rib chiqamiz.

Shuningdek, E. G'ulomxasanov destinatsiya so'ziga berilgan eng qiyin ta'riflardan birini shunday tahlil qilgan, destinatsiyani 3 ta jihatdan ko'rib chiqish mumkin: ideologik jihat, tashkiliy jihat, kognitiv jihat.

Ideologik jihatni u quyidagicha ta'riflagan: joyning o'ziga xosligi, moddiy xususiyatlari jamlanmasini ifodalaydi.

Tashkiliy jihat: destinatsiyaning fazoviy (joyning o'lchami-diqqatga sazovor joydan mamlakat yoki qit'a) vaqtinchalik xususiyatlari.

Kognitiv jihat: turistlarning destinatsiya haqidagi his tuyg'ulari deb tushuniladi.¹²

Burkart va Medlik (2021) destinatsiyani "turist tashrif buyuradigan geografik birlik, mustaqil markaz, qishloq yoki shahar yoki shahar, tuman yoki viloyat, orol, mamlakat yoki qit'a bo'lishi mumkin", deb ta'riflagan.¹³

Har qanday geografik birlikning turistik joy sifatida qanchalik muhimligi yoki uning potentsialligi uchta asosiy omil bilan belgilanadi: diqqatga sazovor joylar, kirish yo'llari va qulayliklar, ularni sayyohlik sifatlari deb atash mumkin.

Mill va Morrison (2021) turistik tizimning bir qismi sifatida destinatsiya bilan shug'ullanadi. Ularning ta'rifida shunday deyiladi: destinatsiyada o'zaro bog'liq elementlarning aralashmasi mavjud.¹⁴ Elementlar bir-biriga bog'liq, chunki qoniqarli ta'til tajribasini yaratish uchun barcha elementlar mavjud bo'lishi kerak. Destinatsiya quyidagilardan iborat: diqqatga sazovor joylar, ob'ektlar, infratuzilma, transport, mehmondo'stlik. Destinatsiya ta'rifi - bu landshaft va madaniy xususiyatlarni o'z ichiga olgan va turizm mahsulotini taklif qiladigan geografik hudud, bu transport vositalari, turar joy, oziq-ovqat va kamida bitta ajoyib faoliyat turini anglatadi.

¹² E G'ulomxasanov Turizmدا destinatsiya 2022

¹³ Burkart va Medlik (2021) Destination Planning and Development

¹⁴ Mill va Morrison (2021) Destination Planning and Development

Turizm ko'plab mamlakatlar uchun katta iqtisodiy rivojlanish imkoniyatini va uning aholisining turmush darajasini yaxshilash uchun xizmat qiladi. Turizm bilan shug'ullanadigan davlat va xususiy sektorlar mahalliy hamjamiyatni hurmat qiladigan, tegishli ish o'rinlarini yaratadigan, tabiiy atrof muhitni saqlaydigan va sifatli turistlar tajribasini taqdim etadigan barqaror turizm rivojlanishiga erishishni rejalashtirishga bog'liq. Biroq, ko'plab destinatsiyalar to'g'ri rejalashtirishsiz va bunday rivojlanish jamiyatga olib keladigan ko'plab ta'sirlarni hisobga olmagan holda rivojlanishga intilishadi. Quyida turizm destinatsiyalarini tashkil qilishni rejalashtirishning bazi jarayonlarini muhokama qilamiz. Turizm destinatsiyalarini rejalashtirish turli darajalarda amalga oshiriladi va bu umumiy daraja yani ma'lum bir mamlakat, viloyat yoki mahalliy darajada batafsil rejalashtirish uchun qo'llanilishi mumkin. Har bir daraja quyidagi kabi turli fikrlarni o'z ichiga oladi:

Xalqaro daraja - Xalqaro darajadagi turizm manzillarini rejalashtirish bir nechta davlatlarni o'z ichiga oladi va xalqaro transport-logistika xizmatlari, regional turizm siyosati va standartlarini qamrab oladi.

Milliy daraja - Milliy darajadagi turizm destinatsiyasini rejalashtirish milliy turizm siyosati, strukturani rejalashtirish, mamlakat ichidagi transport tarmoqlari, asosiy turistik diqqatga sazovor joylar, milliy darajadagi joylar va xizmat ko'rsatish standartlari, investitsiya bilan bog'liq.

Viloyat daraja - Viloyat darajadagi turizm destinatsiyasi odatda viloyatlar tomonidan mintaqaviy siyosat va infratuzilmani rejalashtirish, viloyatga kirish va transport tarmog'i va viloyat darajada boshqa tegishli funktsiyalarni o'z ichiga olgan holda amalga oshiriladi.

Mahalliy yoki jamoat darajasi - Mahalliy darajada turizm destinatsiyasi rejalashtirish tuman, shaharlar, shaharchalar, qishloqlar, kurortlar va ba'zi turistik joylarni o'z ichiga oladi. Rejalashtirishning bunday darajasida turizm hududi rejaları kurortlar uchun yerdan foydalanishni rejalashtirish va boshqa turistik qulayliklar va diqqatga sazovor joylarni rejalashtirishga e'tibor qaratilishi mumkin.

Saytni rejalashtirish darajasi - Saytni rejalashtirish binolar va inshootlarni, hordiq chiqarish maskanlarini, tabiatni qo`riqlash, landshaft va kurortlar kabi rivojlanish destinatsiyalari uchun amalga oshiriladigan, ob'ektlarning aniq joylashishini rejalashtirishni anglatadi va shuningdek, binolar, inshootlar, obodonlashtirish va ko'kalamzorlashtirishni o'z ichiga olishi mumkin.

Turizmni rejalashtirish jarayoni quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- Rivojlanishning mumkin bo'lgan natijalarini va resurslar bilan bog`liq muammolarini baholash
- Destinatsiyaning raqobatga chidamliligi va uning sayohat bozoridagi o'zgarishlarga javob berish qobiliyatini tahlil qilish
- Ma'lum bir hududda turizmning umumiy rivojlanishida barqarorlik va prognozlilik darajasini ta'minlash.

Turistik destinatsiya rejalari odatda quyidagi elementlarni o'z ichiga oladi:

- Saytning turistik diqqatga sazovor joylar bilan aloqasi
- Iqlimning mosligi
- Atrof-muhitning jozibadorligi
- Transport va infratuzilma
- Aholining rivojlanishga munosabati
- Mahalliy kadrlar mavjudligi

Turizm destinatsiyasining o`ziga xos xususiyatlari mavjud bo`lib ular: destinatsiyaning sifat, originallik, o'ziga xoslik, tortish kuchi va faoliyat turlarini o'z ichiga oladi. Aynan shu elementlarning kombinatsiyasi destinatsiyalarni bir-biridan ajratib turadi.

Yuqori sifat - turizmni rivojlantirishda asosiy omil hisoblanadi. Har qanday diqqatga sazovor joy uchun bu yoqimli toza ko'rinishga ega bo'lish, mijozlarga qaratilgan ko`ngildagidek servis taklif qilish, va resurslarni himoya qilish, samimiy mehmondo'stlikni anglatadi.

Originallik - (haqiqiy) bo'lish muhim. Bu destinatsiyaning o'ziga xos mahalliy lazzatini "joy hissi" yaratadigan yo'llar bilan yorqin bo`lishi.

O'ziga xoslik - bu sizning destinatsiyangizning jozibadorligini boshqa joydagi raqobatchilardan ajratib turadigan "afzallik".

Jozibadorlik kuchi - sizning destinatsiyangizga tashrif buyurish uchun ma'lum masofani bosib o'tgan tashrif buyuruvchilar soni va ularning takroriy tashriflar uchun qaytib kelish-kelmasligi bilan o'lchanadi.

Faoliyat turlari - destinatsiyaning muhim xususiyatlari hisoblanadi - bu binolar, saytlar, inshootlardagi konsentratsiya. Ammo aholi va mehmonlarni o'yin-kulgi bilan ta'minlaydigan tadbirlar haqida eslash muhimdir.

O'zbekistonda ohirgi yillarda turizmni va turizm infratuzilmasini, turistlarga xizmat ko'rsatuvchi obyektlarni va turistik xizmatlarni rivojlantirish va natijada O'zbekistonga yanada ko'proq turistlar oqimini jalb qilish maqsadida bir qator prezident farmonlari qabul qilindi va ular ortidan ko'plab tashabbuslar amalga oshirildi. Turizm infratuzilmasidagi mavjud muammolarni hal etish, taqdim etilayotgan xizmatlar sifatini oshirish va jahon bozorlarida milliy turizm mahsulotlarini faol targ'ib qilish, turizm tarmog'ining kadrlar salohiyatini kuchaytirish orqali turizm sohasida amalga oshirilayotgan islohotlar samaradorligini oshirish hamda respublikaga kirib kelayotgan xorijiy turistlar sonini keskin ko'paytirish maqsadida, shuningdek, 2019 dan 2025-yilgacha O'zbekistonda turizm sohasini takomillashtirish konsepsiyasining muhim yo'nalishlariga binoan, turizm sohasida qisqa vaqtda rivojlanishga qaratilgan vazifalardan kelib chiqib, quyidagi asosiy yo'nalishlar bo'yicha chora-tadbirlarni amalga oshirish maqsad qilingan:

- 1) turistik faoliyat sohasiga oid normativ-huquqiy bazani takomillashtirish, turizm sohasini takomillashtirish maqsadida kerakli sharoitlar yaratishga qaratilgan xalqaro norma va standartlarni joriy etish, shu jumladan: turistik faoliyatni qo'llab-quvvatlash, respublikaga asosiy turistik oqimini ta'minlovchi, iqtisodiy barqaror va xavfsiz davlatlarning fuqarolari uchun viza rejimini yanada soddalashtirish bo'yicha bosqichli chora-tadbirlarni amalga oshirish;

2) turistlarning ehtiyojlarini hisobga olgan holda, mamlakatning barcha joylarida turizm infratuzilmasi va qo`shimcha infratuzilmani rivojlantirish;

3) transportni rivojlantirish, tashqi va ichki yo`llarni kengaytirish, transport xizmatlari sifatini oshirish;

4) turizm bozoriga mo`ljallangan turistik mahsulot va xizmatlar turlarini diversifikatsiyalash orqali mavsumiy to`siqlar ta`sirini kamaytirish bo`yicha kompleks chora-tadbirlarni qabul qilish;

5) respublikada turizm faoliyati subyektlarining faolligini rag`batlantirishni ta`minlaydigan ichki turizmni rivojlantirish, xususan: sayyohlik xizmatlar iste`moliga aholining ko`p qismini jalb qilish, ichki turizmni ommaviylashtirish, "O`zbekiston bo`ylab sayohat qil!" Dasturining amalga oshirish mexanizmini takomillashtirish;

6) Shular orqali mamlakat ichida sayohat qilish uchun xavfsiz mamlakat imidjini qurish;

7) malakali kadrlash tayyorlash va kadrlash tayyorlash yo`llarini takomillashtirish.

Yuqorida sanab o`tilgan chora-tadbirlarni amalga oshirish mamlakatimizni rivojlangan turizm industriyasi hamda boy turistik salohiyatga ega bo`lgan, sayohat va dam olish uchun xavfsiz davlat imidjini shakllantirishga, shuningdek yangi turizm bozorlarini o`zlashtirish, xorijdan tashrif buyuruvchilar sonini yiliga 4,8 milliondan 9 milliongacha, shuningdek O`zbekistonga turistlarni jalb qilish bo`yicha xorijiy hamkorlar sonini oshirishga xizmat qiladi.

1.3-§. Turizm va sayyohlik destinatsiyalarini rivojlantirishning xorijiy mamlakatlar tajribasi

Ma'lumki, milliy iqtisodiyotning turli tarmoqlariga jalb etilgan investitsiyaning hajmi va tarkibi ko'p hollarda mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi, barqaror va mutanosib iqtisodiy o'sishga erishish, aholi daromadlarining o'sishi va iqtisodiy o'sish sur'atlarining qanchalik yaxshilanishini belgilaydi. Binobarin, har bir davlatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish

strategiyasida uning iqtisodiyoti uchun investitsiya kapitalini jalb qiladigan muhitni yaratishga katta ahamiyat berilishi muqarrar. Sayyohlik xizmatlari ko'rsatish sohasining jadal rivojlanishi, turistik xizmatlarni diversifikatsiya qilish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqishni belgilab bergan O'zbekiston uchun turizm sohasining investitsion jozibadorligi va faolligini oshirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Tadqiqotlarimizdan ma'lum bo'lishicha, mamlakatimiz va hududlar iqtisodiyotiga sarmoya jalb etish, investitsiya faolligini oshirish, mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishning qator mexanizmlaridan foydalanilmoqda. Jahon amaliyotida klaster modeli integratsiyalashgan model bo'lib, mintaqaviy iqtisodiyotda samarali qo'llaniladi. T. V. Saxno va N. N. Volkovalarning fikriga ko'ra "mamlakat uchun klasterlar, birinchi navbatda, iqtisodiy siyosatning juda qulay va zamonaviy quroli; ikkinchidan, bu biznes hamkorligi uchun juda yaxshi maydon. Klaster yondashuvining asosiy maqsadlaridan biri aholi bandligini ta'minlash bo'lib, bu mintaqa rentabelligiga erishishning muhim omili bo'lib, qator yetakchi davlatlar tajribasi bilan ham tasdiqlanadi.¹⁵

Bugungi kunda iqtisodiyotning boshqa tarmoqlarida bo'lgani kabi turizm ham raqobat muhiti kundan kunga oshib bormoqda. Bu tanlovda g'olib chiqish uchun turizm xizmatlarini standartlashtirish, iste'molchilar o'rtasida talab oshirish, xodimlar malakasini oshirish, marketingni to'g'ri yo'lga qo'yish zarur. Bunda turizm klasterlari alohida o'rin tutadi.

Turizm klasterlari nima? Bu tushuncha 1980-yillarda Yevropada Maykl Porter tomonidan fanga kiritilgan va fanga tatbiq etilgan. Turizm klasterlari geografik jihatdan bir-biriga yaqin joylashgan bo'lib, turizm resurslari, infratuzilma va mahalliy xodimlarni birlashtiradi, menejment va marketing faoliyatini birgalikda amalga oshiradi, o'xshash yoki turdosh faoliyat turiga ega bo'lgan korxonalarining birlashishini ifodalaydi. Turistik klasterlar tashkil etishning asosiy maqsadlari:

¹⁵ Volkova N. N. Saxno T.V. Promishlenniy klaster. - Poltava: Asmi, 2022. S 11.

- Turistik mahsulot mahalliy iste'mol qilinadi, demak, destinatsiya rivojlanishi muhim omillardan biri bo'ladi.

- Turistik mahsulotlar ko'p elementliliigi bilan ajralib turadi, ya'ni mahsulotni yaratishda ko'plab sub'ektlar ishtirok etadi. Shuning uchun bu tashkilotlarning hamkorligi zarur.

- Turistik mahsulotlar nomoddiy, ularni iste'mol jarayonida ko'rish va baholash mumkin emas. Shuning uchun mahsulotga bo'lgan ishonch muhim va bu ishonchni iste'molchilar ma'lum bir destinatsiyaning brendi orqali klasterlar orqali olishlari mumkin.

Turistik klasterlar quyidagi rivojlanish bosqichlaridan o'tadi:

1) Turistik klasterlarni shakllantirish - bunda turistik klasterlar loyihasi tuziladi va mahalliy hududdagi hokimiyat, tashkilot va korxonalar bilan kelishuvlar qilinadi.

2) Iqtisodiy aloqalarni oshirish - raqobatbardoshlik va iste'molchilar talablari diapazonini kengaytirish maqsadida klaster sub'ektlari sonini ko'paytirish.

3) Yangi tashkilotlarni tashkil etish - yangi faoliyat turlarini joriy qilish.

4) Yuqori cho'qqiga kotarilish - klaster sub'ektlarining mashhurligi va jozibadorligini oshirish.

5) Nodavlat notijorat tashkilotlari bilan hamkorlik - ta'lim muassasalari, axborot markazlari va shunga o'xshash notijorat tashkilotlar bilan hamkorlik hozirgi bosqichda klasterlarni rivojlantirish uchun muhim hisoblanadi.

Tabiiy-iqlim, tarixiy, madaniy-ma'rifiy, ijtimoiy va ichki turizm ob'ektlari joylashgan hududlarda zarur infratuzilmani yaratish bugungi kunda muhim masalalardan biri hisoblanadi. Lekin bir qancha sabablarga ko'ra ichki turizm mavsumiy tus oldi. Buning uchun davlat ilk qadamlarni tashladi va ijobiy natijalar bera boshladi. Mahalliy aholining ijtimoiy-madaniy bilimlarini va motivatsiyasini rivojlantirish zarur. Avvalo, iqlimni hisobga olish kerak. Ikkinchidan, turistik mahsulotlar juda kam. Uchinchidan, turizm infratuzilmasining rivojlanmaganligi.

To'rtinchidan, bu maktab o'quvchilari va talabalarning an'anaviy ta'til paytida dam olishlari bilan bog'liq.

Bugungi kunda iqtisodiy va ijtimoiy sohalarda yangicha kompleks rivojlanish klasterlarini yaratish muhim vazifalardan biridir. Mamlakatimizda xalqaro amaliyotda sinovdan o'tgan klasterlar bugungi kunda iqtisodiyotimizning to'qimachilik va yengil sanoatida mazkur tizimni yo'lga qo'yishga harakat qilinmoqda. Lekin bizning fikrimizcha, turizm sohasida klasterlar tashkil etish muhim masalalardan biridir. Turizm klasterining afzalliklari nimada? Bunga javoban, rivojlangan davlatlar tajribasi shuni ko'rsatadiki, hududlarning barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini ta'minlash, turizm va sarmoyaviy faollikni oshirish, raqobatbardosh turpaketlar yaratishda erkin turistik zonalar kabi klasterlarning ahamiyati juda yuqori. Dunyoning ko'plab mamlakatlarida turizm hamkorligini shakllantirishda klasterlardan foydalanish bo'yicha katta tajriba to'plangan. Turizm klasteri zamonaviy turizm industriyasini rivojlantirishning juda istiqbolli yo'nalishi hisoblanadi. Turistik klaster destinatsiyalarning rivojlanishini rag'batlantiradi, turistlar oqimini jalb qiladi, ular klaster hududida sarflayotgan mablag'lar hisobidan viloyat iqtisodiyotini rivojlantiradi, investitsiyalarni jalb etishga yordam beradi, buning natijasida infratuzilma yaratiladi.

Hududda qo'shimcha ish o'rinlari yaratish, sanoat va xususiy tadbirkorlik faoliyatini kuchaytirish, yangi ishlab chiqarishlar uchun imkoniyatlar paydo bo'ladi. Turizm sohasida klaster yondashuvidan foydalanish maqsadga muvofiq, chunki kompaniya va tashkilotlarning o'zaro hamkorligi korxonalarining yanada samarali ishlashiga, shuningdek, turizm bozorida yangi raqobatbardosh mahsulot va xizmatlarning paydo bo'lishiga yordam beradi.

N. N. Danilenko va N. V. Rubtsovalar tomonidan to'g'ri ta'kidlanganidek, "turistik klaster" tushunchasini ta'riflashda ko'plab yondashuvlar mavjud. Biroq, barcha yondashuvlarning mohiyati shundan iboratki, turizm klasteri - ma'lum bir hududda joylashgan, turli tuzilmalar guruhi hududning rekreatsion salohiyatidan

kelib chiqib turistik mahsulotlar va xizmatlarni shakllantirish va sotishda ishtirok etadigan, o'zaro bog'langan va o'zaro ta'sir qiluvchi korxonalar¹⁶.

Turistik klasterlar turistik resurslar atrofida shakllanadi. Ular odamlarda turistik sayohatlarga borish istagini uyg'otadi. Jozibador tabiiy turizm resurslarining mavjudligi klasterlarni yaratish xarajatlarini kamaytiradi, sun'iy attraksionlarni yaratish esa katta investitsiyalarni talab qiladi. Turistik klaster tarkibiga kiruvchi sayyohlik kompaniyalarining roli aholi tomonidan talabda bo'lgan, ularning ehtiyojlarini qondiradigan, xizmat ko'rsatish standartlariga erishishga hissa qo'shadigan, destinatsiya imidjini yuksaltirishga xizmat qiladigan turistik mahsulotlarni yaratishdan iborat. Turistik klasterning asosiy qahramoni turistdir, chunki barcha klaster a'zolarining faoliyati unga qaratilgan.

Shundan kelib chiqib, klasterda taklif etilayotgan turizm mahsulotlariga sayyohlarning qiziqishi katta ahamiyatga ega. Turist sayohat paytida o'zining hayotiy (ovqat, ichimlik, uyqu va hokazo) va boshqa hayotiy ehtiyojlarini (transport, dam olish va hokazo) qondirishi kerakligi sababli, xizmat ko'rsatuvchi provayderlar turizm klasterlarining eng muhim elementlari hisoblanadi.

Turizm resurslaridan iqtisodiy jihatdan samarali foydalanish va odamlarning dam olishga bo'lgan ehtiyojlarini qondirish bo'yicha tadqiqotlar rivojlanishi bilan klaster nazariyasi amaliy turizm faoliyatida o'z aksini topdi.

Xorijiy mamlakatlar tajribasini tahlil qilgan holda aytish mumkinki, turistik klasterlar iqtisodiyot samaradorligini oshiradi va shu orqali mintaqa farovonligiga ta'sir ko'rsatadi. Klasterlarni shakllantirishda eng katta daromad mamlakat yoki regiondagi rekreatsion resurslardan olinadi. Ko'pgina rivojlangan mamlakatlarda turizm klasterlari allaqachon biznes guruhlarining umumiy shakliga aylangan.

Birinchi muvaffaqiyatli turizm klasterlari 1980-yillarda paydo bo'lgan. Napa vodiysida (Kaliforniya, AQSh) 90-yillarda Avstraliyaning Kvinslend shtatida vino turizmi klasteri tashkil etilgan. ekoturizm klasteri shakllandi. Janubiy Afrikada 1999 yilda turizm klasterlarini rivojlantirish milliy strategiyasi

¹⁶ Даниленко Н.Н. Рубцова Н.В. К вопросу о содержании понятия «Туристский кластер» 2013

qabul qilindi. Hozirgi vaqtda barcha iqtisodiy rivojlangan mamlakatlar hukumatlari klasterlarni shakllantirish bo'yicha katta ishlarni amalga oshirmoqda.

Ma'lumki, klasterlar mamlakat iqtisodiy faoliyatining raqobatbardoshligi va samaradorligini sezilarli darajada oshiradi. Hozirgi vaqtda olimlar klaster rivojlanishining uchta asosiy markazini aniqladilar: Shimoliy Amerika, Yevropa va Osiyo.

Shimoliy Amerika mintaqasini tavsiflab, shuni ta'kidlash kerakki, bu yerda turistik klasterlarni yaratishda "federal hukumatning klasterni rivojlantirish jarayoniga kichik aralashuvi" siyosatiga yo'naltirilganlik mavjud. Davlat xususiy biznes bilan o'zaro aloqada bo'lmaydi va tadbirkorlik faoliyatiga aralashishni zarur deb hisoblamaydi, agar bu mamlakatdagi iqtisodiy vaziyatga zarar yetkazmasa va ijtimoiy salbiy ta'sir ko'rsatmasa. Shimoliy Amerika mintaqasi davlatlarining turistik klasterlarni shakllantirish va rivojlantirish borasidagi davlat siyosatini tahlil qilar ekanmiz, shuni ta'kidlash kerakki, loyiha hech qayerda rasman ro'yxatdan o'tmagan, ya'ni faoliyat davlat hujjatlarida shakllantirilmagan, faqat mulkdorlar tomonidan amalga oshiriladi. bu masalada javobgardirlar.

Yevropa turizm mintaqasida klasterlar rivojlanishining o'ziga xos xususiyati biznes tuzilmalarining davlat organlari bilan o'zaro hamkorligidir, biroq ayni paytda davlatning yirik xususiy korxonalar faoliyatiga keng kirib borishi kamroq. Turistik klasterning shakllanishi mamlakatda iqtisodiyot va turizmning rivojlanishiga ta'sir ko'rsatadi. Yevropa turizm mintaqasida muvaffaqiyatli turizm klasterlarining ko'plab misollari mavjud. Masalan, 1950-yillardan beri faoliyat yuritadigan Finlyandiyaning tematik turistik klasteri RovaniemiSantaClausVillage ("Santa Klausning rasmiy qarorgohi"). Ushbu klaster Laplandiyadagi sehrarning uyi, Santa-ning pochta bo'limi, tog` chang'i zonasi, turar joy maydoni va boshqa ob'ektlarni o'z ichiga olgan mavzuli majmuadir. Har yili turistik klasterga ko'plab sayyohlar keladi, ularning aksariyati chet elliklardir.

Mamlakat turizm industriyasini rivojlantirish uchun qator sayyohlik loyihalari tashabbuskori bo'lgan Italiyaning faol rolini alohida ta'kidlash joiz.

Xalqaro turizm klasterini shakllantirish bo'yicha amalga oshirilayotgan shunday loyihalardan biri PAPning Adriatik hamkorlik dasturi doirasida amalga oshirilayotgan "Turizmni barqaror rivojlantirish bo'yicha kompleks chora-tadbirlar-TOUR.GRATE.2" loyihasidir. Ushbu loyihaning ishtirokchilari Adriatik sohilidagi mamlakatlar: Italiya, Gretsiya, Albaniya, Chernogoriya. Turizm sohasida ushbu loyiha klaster yondashuviga asoslangan turizm sohasidagi davlatlararo hamkorlik sohasidagi eng muvaffaqiyatli loyihalardan biri hisoblanadi.

Fransiyada sayyohlik faoliyati va turizm klasterlarini rivojlantirishga Fransiyaning Atout France turizmni rivojlantirish agentligi katta hissa qo'shmoqda. Ushbu global tarmoq Fransiyada va xorijda 400 nafar xodimga ega 33 mamlakatni qamrab oladi. U 1000 dan ortiq fransuz vakillarini, xususiy va davlat muassasalari, turizm sanoati korxonalarini birlashtiradi. Ushbu agentlik ko'plab muvaffaqiyatli turizm loyihalarini amalga oshiradi.¹⁷

Fransiya eng yirik vino ishlab chiqaruvchilardan biri bo'lib, turli mamlakatlardan ko'plab sayyohlarni o'ziga tortadigan vino turlari bilan mashhur. Turistik ob'ektlar: uzumzorlar va turli xil vinolar. Bu erda vinochilik san'at turlaridan biri sifatida qaraladi va Fransiya kelgan sayyohlarning aksariyati uchun mamlakat madaniyatining bu qismi qiziq. Vino safari davomida siz turli viloyatlar va shahar restoranlariga tashrif buyurib, vino tayyorlash jarayonini ko'rishingiz mumkin. Burgundiya va Akvitanianing vino turizmini rivojlantirish bo'yicha mintaqaviy sayyohlik kengashlari 2000 yilda "Le cluster oenotourisme" vino klasterini yaratishni taklif qildi. Klaster a'zolari - 53 ta hamkor, vino turizmi sohasidagi malakali mutaxassislar va 17 ta fransuz uzumzorlari vakillari. Ushbu klasterni shakllantirish uzumzorlarni jozibador turistik yo'nalish sifatida joylashtirish, vinochilik mahsulotlarini ishlab chiqarish, ushbu klaster saytini

¹⁷ Волков С. К. Зарубежный и российский опыт развития туристских кластеров. Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. - 2016

rivojlantirish, transport xizmatlari ko'rsatishga kompleks yondashuvni ta'minlashga qaratilgan.¹⁸

Turkiya, shuningdek, bugungi kunda samarali faoliyat yuritib kelayotgan turizm klasterlari oilasiga ega bo'lgan Yevropa turizm mintaqasiga tegishli: Sultonahmet, Kushadasi, Marmaris, Fethiye, Taksim, Kapadokiya va Antaliya. Sultonahmet va Kapadokiyadan tashqari barcha turistik klasterlarning asosiy bazasi O'rta yer dengizi qirg'og'i bo'lib, u yerda plyaj turizmi rivojlanmoqda va Turkiyaning turizmni rivojlantirish strategiyasi bo'lgan "All Inklyuziv" xizmat ko'rsatish tizimi ishlaydi.

Osiyo turizm mintaqasi turistik klasterlarni rivojlantirishda o'ziga xos xususiyatlarga ega, biroq klasterlarni rivojlantirish tashabbusi davlat hokimiyati organlaridan chiqqanida Yevropa mintaqasi tajribasidan ham faol foydalaniladi. Osiyo mamlakatlarida turistik klasterlarni rivojlantirish ancha yangi yo'nalishdir, shuning uchun ular xalqaro turizm bozorida yetakchilik uchun faol kurash olib borishlari va raqobatbardosh mahsulot yoki xizmat yaratishlari kerak. Tailand va Hindiston sayyohlik klasterlarini yaratishda hududning madaniy va tarixiy salohiyatidan foydalanadilar va Xitoy o'z faoliyatini tibbiy va rekreatsion tuzilmalarni rivojlantirishga yo'naltiradi.

Yaponiyaning Kitakyushu turizm klasteri davlat organlarining faol ishtirokida amalga oshirilmoqda. U robototexnika, bioinformatika, nanotexnologiya, bioishlab chiqarish va boshqalar kabi eng yangi yuqori texnologiyali sohalarning o'zaro ta'siriga qaratilgan. Turli universitetlar va jahon miqyosidagi tadqiqot institutlari amaliy fan va texnologiya faoliyatini rivojlantirishda Kitakyushu ilmiy parki bilan hamkorlik qiladi.

Demak, turistik klasterlarning faoliyati bo'yicha ko'plab xorijiy mamlakatlar tajribasidan kelib chiqib shuni ta'kidlash mumkinki, turistik klasterlarni rivojlantirishda muvaffaqiyatlar hududda turli diqqatga sazovor joylar mavjudligiga bog'liq bo'lib, buning natijasida asosiy turistik oqim shakllanadi.

¹⁸ Кицис Вячеслав. Михайлович Опыт зарубежных стран развития туристских кластеров 2020

Mintaqada resurslarning mavjudligi turistlarning mintaqada qolish vaqtini oshirish imkonini beradi. Katta kompaniya ko'pincha klasterning o'zagi bo'lib, uning vazifasi korxonalarni turistik klasterga jalb qilishdir, bularga turar joy va umumiy ovqatlanish korxonalari, sayyohlik agentliklari, transport, shuningdek, hordiq chiqarishni tashkil qiluvchi korxonalar va boshqalar kiradi. Turizmni rivojlantirishning klasterli yondashuvi hududda turizmning har hil turlarini rivojlantirishga yordam beradi.

Aksariyat xorijiy davlatlar o'z hududida turizm klasterlarini rivojlantirib, sog'lomlashtirish, biznes, madaniy, tarixiy va sport turizmiga e'tibor qaratmoqda. Destinatsiyadagi noyob obyektlarning mavjudligi turistik klasterni muvaffaqiyatli rivojlantirishda muhim omil bo'lmoqda. Ob'ektlar ham sun'iy ravishda yaratilgan, ham tabiiy bo'lishi mumkin, ularning asosiy maqsadi turistlarni mintaqaga jalb qilish va hududning brendini shakllantirishdir. Tajribani tahlil qilar ekanmiz, shuni ham ta'kidlash mumkinki, xizmat ko'rsatish darajasi va turistik infratuzilma turistlar talablariga javob berishi kerak. Turistik klasterlar tarkibida qo'shimcha xizmatlar ko'rsatish ortiqcha bo'lmaydi.

I bob bo'yicha xulosalar

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak ushbu bob destinatsiya tushunchasi va uni tashkil qilishning nazariy asoslari, destinatsiyani samarali tashkil qilish va rivojlantirish bo'yicha barcha kerakli izlanishlarni o'z ichiga olgan bo'lib destinatsiyada turizmni va shunday qilib, turizm klasterlari turizm industriyasini ilgari surish va rivojlantirishning samarali usuli hisoblanadi. Davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash, moliyalashtirish, boshqa davlatlar bilan hamkorlik aloqalarini rivojlantirish tufayli turizm klasterlari mamlakatlarning turistik diqqatga sazovor joylarini rivojlantirish va ommalashtirishga katta hissa qo'shmoqda. Turistik klasterlarni shakllantirish va rivojlantirish bo'yicha xorijiy tajriba ma'lum darajada e'tiborga olinishi, umumlashtirilishi va ijobiy qo'llanilishiga loyiqdir.

O`zbekistonda ham keyingi yillarda ko`plab rivojlanishlarni ko`rishimiz mumkin ammo shu bilan birgalikda bir turdagi turizm xizmatlarini taklif qiluvchi korxonalarni birlashtirgan holda klasterlar yaratish mamlakatimiz uchun yanada unumdor bo`ladi, turistlar oqimini yanada jalb qila oladi degan fikrdamiz.

II bob. O‘zbekistondagi sayyohlik destinatsiyalarining turizm sohasini rivojlantirishdagi ahamiyati

2.1-§. O‘zbekistonning turizm salohiyati va asosiy sayyohlik destinatsiyalari

Mamlakatimiz rahbari tomonidan joriy yilda O‘zbekistonning turizm salohiyatini yanada rivojlantirish va xorijiy turistlar sonini ko‘paytirishga doir qarori¹⁹ imzolandi buning natijasida yurtimizda turizm salohiyatini takomillashtirish uchun salmoqli ishlar amalga oshirilishi kutilmoqda.

O‘zbekistonda jahon madaniy merosiga kiruvchi ko‘plab tarixiy obidalar va madaniy me‘morchilik yodgorliklari mavjud, bu bebahodir. Bugungi kunda ko‘plab meros ob‘ektimiz YUNESKO tomonidan qo‘riqlanadi va tarixiy ob'ektlar ro'yxatiga kiritilgan.

Jumladan, Xivadagi Ichan qal‘a, Buxoroning tarixiy markazi, Shahrisabzning tarixiy markazi, Samarqand shahri YUNESKOning Jahon merosi ro‘yxatiga kiritilgan. Qadimiy madaniyat va me‘moriy yodgorliklarga boy Samarqand, Buxoro, Xiva Shahrisabz, Marg‘ilon kabi shaharlar O‘zbekistonda turizmni rivojlantirish va uni yangi bosqichga ko‘tarishda muhim ahamiyatga ega. Bu shaharlarda butun dunyo odamlarini hayratga soladigan qadimiy tarixiy obidalar joylashgan. Dunyoning turli mamlakatlarida yashovchi har bir inson bu shaharlarni o'z ko'zlari bilan ko'rishni orzu qiladi.

Ma‘lumki, hozirgi vaqtda turizm sohasi mamlakatlar va mintaqalar iqtisodiyotini rivojlantirishda katta ahamiyatga ega bo‘lib, XXI asr jahon iqtisodiyotining ustuvor tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Shu munosabat bilan 2017-2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha xarakteristik strategiyasining iqtisodiyotni rivojlantirish va liberallashtirishning ustuvor yo‘nalishlarida ham turizm faoliyatini rivojlantirish masalasi o‘z ifodasini topgani bejiz emas. Zero, mazkur soha besh yilda davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biriga aylandi. O‘zbekiston o‘zining

¹⁹ O‘zbekiston Respublikasi prezidentining 26.04.2023 yildagi “Respublikaning turizm salohiyatini jadal rivojlantirish hamda mahalliy va xorijiy turistlar sonini yanada oshirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risidagi 135-sonli qarori.

ko'plab tarixiy va me'moriy obidalari, rang-barang iqlimi va jadal rivojlanishi bilan butun dunyo e'tiborini tortmoqda. O'zbekiston asrlar davomida savdo-sotiq, savdogar va sayohatchilar, geograflar va missionerlar, Buyuk Ipak yo'li bosqinchilari va zabt etuvchilar yo'lidan borib kelgan. Ayni paytda O'zbekiston madaniyati, tarixi, an'analari va ekzotik mamlakatlariga qiziquvchilar uchun maftunkor sayyohlik maskanlaridan biriga aylanib bormoqda.

Umuman olganda, respublikamizning turizm sohasida yetakchi davlatlar qatoriga kirishi uchun barcha imkoniyatlar mavjudligini inobatga olsak, bu yirik sarmoyalarni jalb etish orqali turizm sohasidagi yangi innovatsion g'oyalarni keng targ'ib etish muhimligini belgilaydi.

O'zbekiston turizmni rivojlantirishda salmoqli salohiyatga ega davlatdir. Bu ko'plab noyob tabiiy ob'ektlar, boy madaniy va tarixiy merosning mavjudligi bilan ham bog'liq. O'zbekiston Respublikasiga kelayotgan xorijliklar soni yildan-yilga ortib bormoqda. 2020- yilda xorijiy sayyohlar soni 1.5 million nafar bo'lgan bo'lsa bu COVID davridagi turizm sohasiga yetgan zararlar va qiyinchiliklardan keyin O'zbekistonda turizmni qayta oyoqqa turg'izishdan keyin bu ko'rsatgich 2022-yilga kelib 5 million nafardan oshdi.²⁰

O'zbekiston o'zining bugungi kungacha saqlanib qolgan me'moriy obidalari bilan faxrlanadi. Xivadagi Ichan qal'a majmuasi, Buxorodagi tarixiy markazlar, Shahrisabz va Samarqand shaharlari YUNESKOning Butunjahon merosi maxsus ro'yxatiga kiritilgan. Bu shaharlarning betakror obidalari va me'moriy inshootlari o'tmishni aks ettiradi va mamlakat tarixida muhim o'rin tutadi. Quyida ana shu salohiyatli turistik shaharlar va destinatsiyalar haqida so'z boradi.

Mamlakatimizga xorijliklarning asosiy kirish eshigi hisoblangan Toshkent shahri O'zbekistonning poytaxti va Markaziy Osiyodagi eng yirik shaharlardan biri. Toshkent uzoq o'tmishda ham, hozir ham o'zining "O'zbekiston havo

²⁰ Sayyohlar soni oshmoqda. Bu O'zbekiston uchun qanchalik foyda? <https://kun.uz/uz/news/2023/01/31>

yo‘llari” milliy aviakompaniyasi va xalqaro aviakompaniyalar yordamida xalqaro transport yo‘nalishlari chorrahasidir.

Toshkent dunyodagi eng qadimiy shaharlardan biridir. 2009 yilda u 2200 yoshga to‘ldi. Shu bilan birga, Toshkent zamonaviy ishlab chiqarish markazi bo‘lib, unda 500 dan ortiq korxonalar turli mahsulotlar ishlab chiqaradi, samolyotlardan tortib traktorlargacha, televizorlardan to to‘qimachilik va poyabzalgacha ishlab chiqariladi. Toshkent shiddat bilan tarixiy obidalar va zamonaviy osmono‘par binolar uyg‘unligida zamonaviy, rivojlangan xalqaro megapolisga aylanib bormoqda.

Bugungi kunda O‘zbekistonda yuzga yaqin muzey mavjud bo‘lib, ularning yarmi mamlakat poytaxtida joylashgan. Ularning har biri o‘zbek xalqining boy madaniy merosini aks ettiradi. Temuriylar tarixi davlat muzeyi poytaxtimizning markazida joylashgan bo‘lib, uning ulkan moviy gumbazi qadimiy Samarqand gumbaziga o‘xshaydi. Undagi eksponatlar O‘zbekiston hududida davlatchilikning o‘rta asrda shakllanganidan dalolat beradi hamda Amir Temur davrida fan, madaniyat va san‘at rivojini aks ettiradi.

O‘zbekistonning eng qadimiy va eng go‘zal shaharlaridan biri Samarqand asrlar davomida O‘zbekiston shaharlari Buyuk Ipak yo‘li va qadimiy transkontinental magistral hayotida muhim o‘rin tutgan. Birgina Samarqand “Buyuk Ipak yo‘lining yuragi” nomini oldi. Qadimda Samarqand “Islom me‘morchiligi gavhari”, “Jahon ko‘zgusi” kabi nomlar bilan ta‘riflangan. Qadimiyligi bilan Rim, Afina va Bobil bilan teng keladigan Samarqand o‘zining 2750 yilligini nishonladi.

“Hozir Samarqandning turizm salohiyatining atigi 5 foizidan foydalanyapmiz”. “Ochiq osmon” maqomi berilishi rejalashtirilayotgan Samarqand xalqaro aeroportiga Qatar, Ummon, Quvayt kabi arab davlatlarining aviakompaniyalari qiziqish va takliflar bildirishda davom etmoqda deya ta‘kidlaydi bosh vazir o‘rinbosari, turizm va sport vaziri Aziz Abduhakimov.²¹

²¹ Aziz Abduhakimov. daryo.uz/2021/04/19

Samarqand Chingizxondan keyingi O'rta Osiyoning buyuk sarkardasi va hukmdori Amir Temur davrida Buyuk Movarunnahr davlatining poytaxti etib saylanganida o'zining yuksak cho'qqisiga chiqdi. Bu vaqtda shaharsozlik bo'yicha keng ko'lamli ishlar olib borildi. Buyuk hukmdor Samarqandda o'z davrining eng mohir hunarmandlarini to'plagan va ularning asarlari asrlar davomida yashab kelmoqda. Bu an'analarni Amir Temurning nabirasi Ulug'bek davom ettirdi.

Bugun Samarqanddagi obidalar go'zal va ulkan. Bu shaharda qadimiy xarobalar, madrasa, maqbara va minoralarda saqlanib qolgan qadimiy tarix nafasi seziladi. Afsonaviy Registon maydoni Markaziy Osiyoning noyob me'moriy yodgorligi hisoblanadi. Qadimda bu maydon Samarqandning savdo va ijtimoiy markazi bo'lgan. Bu yerda Ulug'bek, Sherdor va Tillakori madrasalarining uchta ulkan binolari qad rostlagan.

Go'ri-Amir maqbarasi ko'hna Samarqandning yana bir durdonasidir. Buyuk davlat hukmdori Amir Temur va uning ikki nabirasi, jumladan, Sharqning buyuk olimi va mutafakkiri Mirzo Ulug'bekning qabrlari joylashgan. Go'ri Amir maqbarasi sayyohlar uchun juda mashhur joy. Registon maydoni, Go'ri-Amir, Bibixonim maqbaralari, Shoxi-Zinda maqbaralari, Ulug'bek rasadxonasi va qator obidalar shahar mehmonlarini maftun etishda davom etmoqda.

Yurtimizning yana bir salohiyatli destinatsiyalaridan biri Buxoro qadimdan vohaning zich joylashgan markazi bo'lgan. U 2500 yoshda. 140 dan ortiq qadimiy me'moriy yodgorliklar va shinam muhit saqlanib qolgan Buxoro sayyohlarning sevimli maskanlaridan biri bo'lib qolmoqda.

To'r bilan qoplangan Ismoil Somoniy maqbarasi, ulkan qal'a va Buxoro hukmdorining qudratli qarorgohi, Ark, Minorai Kalon, tirik labirintga o'xshagan ko'plab masjid va madrasalar, karvonsaroylar, hammom kabi obidalar beqiyos va muqaddas Buxoroning marvaridlari bo'lib qoladi.²²

²² Faryozbek Paxlavon o'g'li Mamatazizov. O'zbekistonda turizm sohasining shakllanishi va rivojlanishi Farg'ona vodiysi misolida (1991-2021-yillar)

Yana bir qadimiy obidalar shahri Xiva - Buyuk Ipak yo'li davrining butunlay saqlanib qolgan shahri. U "ochiq osmon ostidagi muzey" deb ataladi. Ko'plab me'moriy yodgorliklar joylashgan shahar markazidagi "Ichan qal'a" majmuasi XVIII asr oxiri va XIX asrning birinchi yarmiga to'g'ri keladi. Buyuk ipak yo'li chorrahasida joylashganligi va u orqali o'tadigan karvon yo'li tufayli Ichan-qal'aning to'rtta asosiy yo'nalishga qaragan to'rtta darvozasi bor.

Qal'a devorining balandligi shaharga xuddi haqiqiy sharqona ertakdagidek maftunkor qiyofa baxsh etadi. Aytishlaricha, minoralar osmonga yetib boradi va ular orasida O'zbekistondagi eng baland minora Islom Xo'jadir. Maqbara va masjidning yorqin zangori gumbazlari uylarning tekis tomlari ustida mahobatli ko'tariladi. Xiva xonining bir qancha saroylari saqlanib qolgan bo'lib, ulardan eng mashhuri marosimlar o'tkaziladigan, xon dam oladigan va xon haramlari yashaydigan ulkan Tosh saroydir. Devorlari mozaik toshlar bilan qoplangandir. Shaharning go'zalligini his qilish, tor ko'chalarini kashf qilish va "ochiq osmon ostidagi muzey"ning haqiqiy ta'mini his qilish uchun bir kun etarli emas.

Ko'hna Termiz O'zbekistonning ko'p qirrali tarixi, shubhasiz, uning geografik o'rnini aks ettiradi. Termiz - mamlakatning eng janubiy shahri. Termiz Amudaryoning o'ng qirg'og'i bo'ylab karvon yo'lida barpo etilgan va 2500 yil davomida asosiy port bo'lib kelgan. Eramizning boshida Termiz Markaziy Osiyoda buddizmning asosiy markazi edi. Qoratepadagi toshdan yasalgan buddist monastiri, Fayoz tepadagi Budda ibodatxonasi va ko'plab ohaktosh Budda haykallari qoldiqlari sayyohlar va buddistlar uchun mashhur joylardir.

Termiz nafaqat buddizm yodgorliklari bilan mashhur. O'rta asrlar boshlaridan qolgan bir qancha qiziqarli tarixiy yodgorliklar ham mavjud. Hakim at-Termiziy maqbarasi, Sulton Saodat ansambli (10-17-asrlar) va afsonaviy Qirq-Qiz qal'asi (IX asr) shular jumlasidandir.

Bugun Qoraqalpog'iston bugungi kun bilan qadimiy o'tmishni o'zaro bog'lovchi jonli bo'g'indir. Bu joy o'zining afsonalari va sirlarini qiziqarli va noyob joylar, kutilmagan topilmalar va kashfiyotlar bilan bo'lishishga tayyor. Qoraqalpog'iston hududida joylashgan Qirq-Qiz, Ayoz-Qal'a, Janbus-Qal'a,

Ishon-qal'a maqbarasi, noyob Tuprok-qal'a va boshqa tarixiy obidalar ilmiy-madaniy qiziqish uyg'otib, mahalliy va xorijiy sayyohlarni o'ziga jalb etmoqda. O'zbekiston turizmi faqatgina bu bilan cheklanib qolmay chet el sayyohlarini o'zining sharqona an'analari, gastronomiyasi, milliy sport turlari, o'ziga xos aktiv sayohatlari va hatto mehmonxonalarida ham milliylikini ask eta olgan davlatdir.

Buyuk Ipak yo'li chorrahasida yashovchi o'zbek xalqining an'ana va urf-odatlari ko'p asrlar davomida zardushtiylar, so'g'diylar, baqtriyaliklar, ko'chmanchi qabilalar va Islom dini urf-odatlari ta'sirida shakllangan. O'zbekistonga sayohati davomida sayyohlar nafaqat me'moriy yodgorliklarni tomosha qilishlari, balki milliy bayramlarni nishonlashda ham ishtirok etishlari mumkin. (Masalan, Navro'zning yangilanishi, 21-mart bahor bayrami, kechayu kunduz tenglashgani).

Har bir marshrut mahalliy xonadonlarga tashrif buyurish, mahalliy aholi hayoti bilan tanishish, milliy taomlardan tatib ko'rish va folklor tomoshalarini tomosha qilishni o'z ichiga oladi. O'zbek milliy taomlari xilma-xil ta'mi bilan alohida e'tiborga loyiqdir. Ajdodlarning boy tajribasiga asoslangan taomlar o'zbek xalqining turmush tarzi va madaniyatini aks ettiradi. Har qanday nafis tabli xorrandam ham ziravorlar hidiga to'yingan o'zbek mehmondo'stligiga befarq qaray olmaydi.

Sharq bozorlarini an'anaviy tasavvur etish, O'zbekiston bozorlaridagi to'kin-sochinlik, shovqin-suronni yaqqol ko'rish mumkin. Yaxshi bozor molga to'lib-toshgan bo'lishi kerak, rang-barang, baland ovoz va hayqiriqlar eshivilishi kerak, savdolashish kerak. Meva-sabzavot do'koni yonidan o'tayotgan odam ko'pligi va xilma-xilligidan hayratga tushadi. Sharq bozorlari ayniqsa yoz va kuzda ajoyib. Bozorning shov-shuvli hayoti erta tongdan boshlanib, kechga yaqin tugaydi. Mijozlarga qo'ng'iroq qilayotgan savdogarlar, mashina shovqini, milliy musiqa sadolari, ziravorlar va qovurilgan go'sht hidi, javonlardagi rang-barang meva va sabzavotlar sharqona bozorning o'ziga xos jozibasini yaratadi.

Eski karvonsaroy o'rniga zamonaviy shinam mehmonxonalar qurildi. Turistik hududlarda joylashgan mehmonxonalar har qanday mehmonning

ehtiyojlarini qondira oladi. Yagona "qiyinchilik" sizning didingizga mos dizayn yoki qulaylikni tanlash bo'lishi mumkin. Yevropacha uslubni his qilishni istaganlar uchun zamonaviy interyerga ega mehmonxonalar, musaffo sharqona muhitni xohlaydiganlar uchun esa rang-barang gilamlardan tortib sharqona ayvonlargacha o'ziga xos naqshli eshikli mehmonxonalar mavjud. Siz Toshkent, Samarqand, Buxoro va Urganch kabi yirik shaharlardagi birinchi darajali mehmonxonalardan foydalanishingiz mumkin. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2022-yil noyabr holatiga ko'ra, mamlakatimizda 4879 ta joylashtirish ob'ekti mavjud bo'lib, shundan 3384 tasi mehmon uylari va yotoqxonalar, 939 tasi mehmonxona va 66 ta dam olish maskaniga sertifikat berilgan.²³

O'zbekistonda hozirda rivojlangan transport infratuzilmasi mavjud. Ipak yo'li davrida bo'lgani kabi manzilingizga yetib borish uchun bir oy kerak emas. O'zbekistonning yirik shaharlariga samolyotda tez va oson yetib borish mumkin. Sayyohlar mamlakatning go'zal manzaralari bo'ylab qulay va tezkor transport vositasi bo'lgan avtomobil yoki avtobuslardan foydalanadilar.

O'zbekiston nafaqat tarixiy va afsonaviy arxitekturasi, balki aktiv sayyohlik yo'nalishlari bilan ham mashhur. Mamlakatimizning qulay geografik joylashuvi zamonaviy qulaylik va yovvoyi tabiatni uyg'unlashtirish imkonini beradi. O'zbekiston hududidagi har qanday tabiiy landshaftlar, tog'larni, vodiylarni, cho'llarni, daryolar va ko'llarni topishingiz mumkin.

O'zbekistonda Trekking rang-barang va maftunkor tabiati G'arbiy Tyan-Shan tog'lari bo'ylab sayr qilish va tog'larning go'zalligini his qilish imkonini beradi. Ko'plab alpinistlar va chang'ichilar 3309 metr balandlikdagi Chimyon tog'lariga ekstremal tajriba izlash uchun boradilar.

Otda sayr bilan har qanday yoshdagi va tabiatdagi odamlar shug'ullanishi mumkin. Va u butun yil davomida noyob iqlim sharoitida amalga oshirilishi mumkin. Ot minishning eng mashhur yo'nalishlaridan biri o'zining o'simlik va hayvonot dunyosi bilan mashhur Ugom-Cho'tal milliy bog'idir. Toshkentdan

²³ O'zbekiston Mehmonxona xo'jaliklari uyushmasining 2022 yildagi faoliyati to'g'risidagi hisobot 2022. <https://www.hoteliars.uz/reportuz2022>

go'zal vodiy bo'ylab dengiz sathidan 1600 metr balandlikda, katta va kichik Chimyon tog'lari etagida joylashgan "Chimyon Resort" dam olish maskanigacha 90 kilometr masofani otda minishingiz mumkin. Bu yerda siz qorabayir va axaltek zotlarining mahalliy otlarini minishingiz mumkin. Turli xil gul va o'simliklarning xushbo'y hidiga to'lgan tog' havosining musaffoligi, egarning xirillashi, ot tuyog'ining turg'un sadosi va ochiq havodagi hissiyotli nonushta bir umrga unutilmas taassurot qoldiradi.

Agar siz Buyuk Ipak yo'lining uzoq o'tmishdagi harakatini his qilishni istasangiz, sizni Qizilqum cho'li bo'ylab Tuyada sayohatga taklif qilamiz. Qum uyumlari, quyoshning shiddatli isishi, hamma joyda saksovul va tuya qo'ng'iroqlarining ovozi va shunchaki cheksiz qum tepaliklari. Erta bahorda hayot baxsh etuvchi yomg'irlar cho'lni qizil lolalar va yashil o'tlar gilami bilan qoplaydi, lekin bu go'zallik qisqa umr ko'radi. Sayyohlar qulay mashinalarini tashlab, tualarga minib, ekzotik sayohatga chiqishadi. Unutilmas taassurot qoldiradi. Qon-qizil tongni, yaltirab turgan qumtepalarni, o'tloqdagi tunlarni, ekzotik milliy taomlarni, folklor tomoshalarini tasavvur qiling-a, jaziramadan yoqimliroq nima bo'lishi mumkin?!

Heli-ski va chang`ida uchish- O`zbekistonda o'rtacha iliq ob-havo, umuman shamol yo'qligi, 300 kunlik quyosh va tog' chang'isi - bularning barchasi juda qulay sharoitlarga ega G'arbiy Tyan-Shanni qishki ta'tilni chang'ichilar uchun ajoyib joyga aylantiradi.

So'nggi yillarda "Chimyon-Chorvok-Beldirsoy" oromgohi yangi, ammo jadal rivojlanayotgan sport, heli-chang'i va friraydni sevuvchilarning mashhur maskanlaridan biriga aylandi. Shu bois, dengiz sathidan 1600-2400 m balandlikda joylashgan va oktabrdan maygacha qor bilan qoplangan Chimyon tog'lari yonbag'irlarida sport ishqibozlari uchun xalqaro andozalar darajasida sharoitlar yaratilgan. Ko'plab heli-chang'ichilar uchun chang'i sporti dengiz sathidan 4000

metr balandlikda boshlanadi va vodiya tugaydi. Kuniga 6 marta hali to'kilmagan qorga minish mumkin.²⁴

Mahalliy tez oqar daryolarda rafting ishqibozlari O'zbekistonni "Osiyo Shveysariyasi" deb atashadi. Chotqol daryosida rafting sport ixlosmandlarining sevimli mashg'ulotidir. Ularni 5-chi qiyinchilik darajasidagi ko'p kunlik trek, shuningdek, ko'plab to'siqlar qiziqtiradi. Bu yo'nalishda muxlislarni kamida 50 ta to'siq kutmoqda. Ularning eng qiyinlari sharsharalar, tez oqimli yonbag'irlar, sayoz toshli, toshqin va toshli oqimlardir.

Golf - Qulay iqlim, toza havo, go'zal va tabiiy manzara. Tashkent Lake golf klubi 108 gektar 18 tuynuk, doim yashil maysazorlar, ko'plab daraxtlar va yon bag'irlari, ko'llar va sharsharalardan iborat. Ular ko'proq tabiiy to'siqlarni yaratib, o'yinni yanada qiziqarli qiladi. Chiroyli ko'l va uning atrofi 18 teshikning har biriga o'ziga xoslik beradi. Shuningdek, sport maydonchalari, tennis kortlari, suzish havzalari va saunalar mavjud.²⁵

Shunday qilib O'zbekistonda turizm sohasi nisbatan yangi bo'lsa-da, o'z rivojlanishida ko'plab sohalarni ortda qoldirdi. Mamlakatimiz xalqaro turizmni rivojlantirish uchun katta imkoniyatlarga ega.

Mamlakatimiz 1993 yildan buyon Xalqaro turizm tashkiloti (UNWTO) a'zosi hisoblanadi. 2004-yildan buyon Buyuk Ipak yo'lining "yuragi" bo'lgan Samarqand shahrida transkontinental yo'nalishda turizmni muvofiqlashtirish maqsadida UNWTO vakolatxonasi faoliyat ko'rsatmoqda.

Hukumat tomonidan turizm industriyasini modernizatsiya qilish, mamlakatdagi transport va mehmonxona infratuzilmasini yaxshilash, turizm sohasidagi qonunchilik bazasini takomillashtirish borasida keng ko'lamli ishlar amalga oshirilmoqda.

Turistik mahsulotni xorijda targ'ib qilish maqsadida "Mega-info-tur" marketing loyihasi – xorijiy sayyohlik kompaniyalari va OAV vakillari uchun

²⁴ O'zbekiston turizm salohiyati. <http://www.uzbekistan-geneva.ch/>

²⁵ O'zbekiston turizm salohiyati. <http://www.uzbekistan-geneva.ch/>

o'quv sayohatlari amalga oshirilmoqda. Bunday sayohatlar sayyohlik mavsumlarini kengaytirish, mamlakatimizga sayyohlar oqimining davomiyligini optimallashtirish, O'zbekistondagi har bir fasl sayyohlar uchun o'ziga xosligini ko'rsatishda muhim ahamiyat kasb etadi.

2.2-§. O'zbekiston sayyohlik destinatsiyalarining rivojlanish holati va muammolar tahlili

Mamlakatda turizmni milliy iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish, hududlarni jadal rivojlantirish, yangi ish o'rinlarini yaratish, aholining daromadlari va turmush darajasini oshirish, mamlakatning investitsiyaviy jozibadorligini oshirishni ta'minlovchi strategik tarmoqlardan biri sifatida rivojlantirish bo'yicha kompleks chora-tadbirlar bosqichma-bosqich amalga oshirilmoqda.²⁶

O'zbekiston ulkan sayyohlik va rekreatsion salohiyatga ega, jami 7400 ta madaniy meros ob'yektlariga ega, ulardan 209 tasi to'rtta muzey shaharlari – “Xivadagi Ichan qal'a”, “Buxoroning tarixiy markazi”, “Shahrisabz shaharning tarixiy markazi”, “Samarkand City” hududida joylashgan va YUNESKO ning Butunjahon merosi ro'yxatiga kiritilgan.

Ma'lumki, turizm sohasi mamlakat iqtisodiyotining eng jadal rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri bo'lganligi sababli hozirgi vaqtda ko'plab davlatlar o'z milliy iqtisodiyotining bir qismi sifatida turizmdan tushadigan daromadlarni oshirishga harakat qilmoqda. 2019-yilda boshlangan va 2020-yil boshida Covid-19 pandemiyasi e'lon qilinishi global turizm sanoatiga katta ta'sir ko'rsatdi. Tabiiyki, ushbu pandemiya davrida birinchi bo'lib turizm sohasi jiddiy zarar ko'rdi.

Ushbu ilmiy ishda mamlakat turizm sohasidagi mavjud muammolar va turistlar fikriga tayangan holda faoliyatlarni rivojlantirish uchun ilmiy abstraksiya, tahlil va sintez, monografik kuzatish, taqqoslash, induksiya va deduksiya, statik guruhlash, tizimli tahlil, grafik ifodalash usullaridan

²⁶ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi “O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida” PF-5611-son farmoni

foydalanilgan. Turistlarning sayohat qilish harakterlarini kuzatish va respondentlarning javoblarini statistik tahlil qilish va guruhlash usulidan hamda javoblarni grafik ifodalash ushbu ilmiy ishda keng qo'llanilgan.

Hozirgi vaqtda turizmning turli shakllari mavjud bo'lib, turizmning eng tez rivojlanayotgan tarmog'i rekreatsion turizmdir. Ko'pgina mamlakatlar qulay geografik mintaqada joylashgan bo'lsa-da, rekreatsion turizmning rivojlanishi sust. Buning qator sabablari bor, birinchi navbatda, ushbu sohaga yo'naltirilgan sarmoyalar, qulay geografik hudud, sayohat qilish uchun qulaylik darajasi, infratuzilma va kadrlar muammolari turizm rivojiga ta'sir ko'rsatmoqda.

So'nggi yillarda mamlakatimizda turizm infratuzilmasini rivojlantirish bo'yicha yirik investitsiya loyihalari amalga oshirildi, jumladan, Toshkent shahrida Hyatt Regency Tashkent va Lotte City Hotel Tashkent Palace brendlaridagi mehmonxonalar, Andijon, Urganch va Toshkent shaharlarida madaniyat va istirohat bog'i ochildi. Aytish joizki, temir yo'llar barpo etilgani, Angren-Pop temir yo'li ochilgani, Buxoro, Qarshi, Shahrisabz va Xiva shaharlariga tezyurar poyezdlar qatnovi uchun elektrlashtirilgan temir yo'llar ochilgan.

Turizm sohasidagi davlat siyosati shundan iboratki, turizm sohasi hududlar va ularning infratuzilmasini kompleks va ilg'or rivojlantirishda yetakchi o'rinni egallashi, dolzarb ijtimoiy-iqtisodiy muammolarni hal etishi, ish o'rinlari sonini ko'paytirishi, hududlarning diversifikatsiyasi va rivojlanishini ta'minlashi zarur. aholi daromadlarini oshirish. aholi turmush darajasi va sifati, shuningdek, mamlakatning investitsion jozibadorligi va imijini oshirishga qaratilgan.

Viza rejimi, O'zbekistonda bo'lish qoidalari va tadbirkorlik faoliyatini yuritish tartibi soddalashtirilgani, turizm sohasida infratuzilmani rivojlantirish hamda turizm salohiyatini targ'ib qilish bo'yicha ko'rilayotgan chora-tadbirlar chet ellik sayyohlar sonining ikki baravar ko'payishida muhim omil bo'layotganini ko'rish mumkin, shu jumladan:

Aytish mumkinki, O'zbekistonga sayyohlar oqimining ko'payishiga asosiy sabablardan biri mamlakatga kirish uchun viza tartibining soddalashtirilgani

hisoblanadi. 2018-yildan boshlab, 2022-yilga kelib chet el fuqarolari uchun kirish vizalarisiz bo'lgan davlatlar soni 93 taga yetdi. Bundan tashqari, 2018-yildan boshlab 56 davlat fuqarolari uchun elektron kirish vizalarini berish tizimi ishga tushirilib, besh kunlik 47 davlat uchun tranzit vizasiz kirish tartibi o'rnatildi. 55 yoshga to'lgan va respublikaga turizm maqsadida 30 kundan ortiq bo'lmagan muddatga kelgan Xitoy, AQSh va Vetnam fuqarolari uchun vizasiz kirish tartibi joriy etildi. Chet el fuqarolarini respublika hududida vaqtincha propiska qilish tartibi soddalashtirildi, bu tartib E-MENMON tizimi orqali to'liq elektron shaklga o'tkazildi.²⁷

BMT Jahon sayyohlik tashkiloti ma'lumotlariga ko'ra, 2015 yilda dunyo bo'ylab 1 milliard 184 million sayyoh qayd etilgan bo'lsa, 2016 yil oxiriga kelib bu ko'rsatkich 1 milliard 235 millionga yetdi, ya'ni. 3,9%. 2015 yilda sayohatchilarga ko'rsatilgan eksport xizmatlari qiymati qariyb 1,5 trillion AQSh dollarini tashkil etdi. 2016-2017 yillarda bu ko'rsatkichlarda katta farq bor.²⁸

Bu ko'rsatkichlarni O'zbekiston misolida olib qaraydigan bo'lsak, (UNWTO) BMT Jahon sayyohlik tashkiloti ma'lumotlariga ko'ra, 2012-2013 yilda mamlakatimizga bor yog'i 1,969 nafar sayyoh tashrif buyurgan. Keyinroq 2018-2019 yilda turistlar soni 5,346 nafar va 2019 yilda 6,749 nafarga yetgan.²⁹ COVID pandemiyasidan so'ng bu ko'rsatkich tezlik bilan oshib 2020-2022 – yillarda yurtimizga 5mln nafardan ziyod turistlar kelgan.

Ko'rinib turibdiki, turizm bugungi kunda iqtisodiyotning muhim tarmoqlaridan biriga aylangan. Shu bois dunyoning ko'plab davlatlari ushbu sohani yanada rivojlantirish, jahon andozalari darajasida tegishli infratuzilmani yaratish, sayyohlar oqimini ko'paytirish bo'yicha barcha chora-tadbirlarni amalga oshirmoqda.

Afsuski, O'zbekiston bu borada hamon ancha orqada qolganini ko'rish mumkin. Xususan, Jahon Sayohat va Turizm Kengashi (BTSK) ma'lumotlariga

²⁷ O'zbekistonda viza rejimining soddalashtirilishi turizm sohasi oldida misli ko'rilmagan imkoniyatlarni ochdi Yangi O'zbekiston 2022

²⁸ UNWTO Annual Report 2015

²⁹ UNWTO Annual Report 2020

ko‘ra, O‘zbekiston sayyohlik tashriflari soni bo‘yicha dunyo mamlakatlari orasida 150-o‘rinni egallagan. Mamlakatimiz jahon turizm bozorida o‘z o‘rniga ega bo‘lishiga qaramay, sayyohlar uchun qulay shart-sharoitlar yaratish, xizmat ko‘rsatishni yaxshilash, turistik diqqatga sazovor joylarning jozibadorligini oshirish, reklamani kuchaytirish darajasi juda past. Hukumatimiz tomonidan turizm industriyasini modernizatsiya qilish, mamlakatdagi transport va mehmonxona infratuzilmasini yaxshilash, turizm sohasidagi qonunchilik bazasini takomillashtirish borasida keng ko‘lamli ishlar amalga oshirilmoqda.

Milliy turistik mahsulotni xorijda ommalashtirish maqsadida “Mega-info-tur” marketing loyihasi – xorijiy sayyohlik kompaniyalari va OAV vakillari uchun o‘quv sayohatlari amalga oshirilmoqda. Bunday sayohatlar sayyohlik mavsumlarini kengaytirish, mamlakatimizga sayyohlar oqimining davomiyligini optimallashtirish, O‘zbekistondagi har bir fasl sayyohlar uchun o‘ziga xosligini ko‘rsatishda muhim ahamiyat kasb etadi. Shuningdek, UNWTO rahnamoligida Toshkentda o‘tkazilayotgan “Ipak yo‘li turizmi” xalqaro yarmarkasi ham O‘zbekistonning turizm salohiyatini qo‘llab-quvvatlashda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Mazkur yarmarkadan ko‘zlangan asosiy maqsad turizm sohasidagi O‘zbekistonlik va xorijlik mutaxassislarni birlashtirish va ular o‘rtasidagi professional hamkorlikni yanada kengaytirishdan iborat.

Bugungi kunga qadar mazkur xalqaro yarmarka Markaziy Osiyodagi eng yirik ko‘rgazmalardan biri sifatida shuhrat qozondi. O‘zining qadimiy o‘tmishi, Ipak yo‘li muhandislik merosi, go‘zal tabiat manzaralari, avloddan-avlodga o‘tib kelayotgan mahalliy hunarmandchilik, xalqning mehmondo‘stligi va insoniy qadriyatlarini bilan sayyohlarni hayratga soladigan, maftun qiladigan va zavqlantiradigan joy, bir vaqtning o‘zida O‘zbekiston har tomondan ekzotika ixlosmandlarini o‘ziga tortadi. Ayni paytda “Chorvoq”, “Chimyon”, “Beldersoy” dam olish maskanlari, yuzga yaqin xususiy mehmonxonalar faoliyat yuritmoqda.

O‘zbekistonda ko‘plab sayyohlarni qabul qilish va ularga xizmat ko‘rsatishga qodir mehmonxonalar soni ortib bormoqda. 2021-yil aprel oyida Dog‘istonda O‘zbekiston ziyorat turizmi salohiyatining taqdimoti bo‘lib o‘tdi.

Bosh vazir o‘rinbosari, Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi raisi Aziz Abduhakimov topshirig‘iga ko‘ra Dog‘istonda “Imomlar yurtiga sayohat” yo‘nalishida reklama faoliyati boshlandi.

O‘zbekistonning geografik joylashuvi va iqlim sharoiti deyarli barcha sayohat turlari uchun qulaydir. Ayniqsa, Samarqand, Buxoro, Xiva kabi tarixiy va madaniy yodgorliklarga boy qadimiy shaharlar, zamonaviy binolarga ega Toshkent shahri respublika aholisining sayyohlik maskanlari hisoblanadi. 2500-3000 yillik tarixga ega Termiz, Qarshi, Shahrisabz, Qo‘qon, Namangan, Nukus, Urganch kabi shaharlar qadimiy obidalari bilan ko‘pchilikning e‘tiborini tortadi.

Keyingi 40-50 yilda qayta tiklangan Yangiyer, Guliston, Navoiy, Zarafshon, Jizzax kabi shaharlar zamonaviy madaniyat binolari, sport inshootlari, ta‘lim muassasalari va ishlab chiqarish korxonalari, ularda ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar bilan dunyoga mashhur. Respublikamiz mustaqillikka erishgani, shaharlar qiyofasidagi keskin o‘zgarishlar tufayli bugungi kunda yurtimiz hududida sayr qilmoqda.

Markaziy Osiyo respublikalari va boshqa mustaqil mamlakatlardan kelgan sayyohlar O‘zbekistonning bugungi taraqqiyoti, istiqboli va go‘zalligiga havas bilan qarashadi. Xorijiy mamlakatlardan kelgan mehmonlar, ishbilarmonlar, sayyohlar va rasmiylar, rahbarlar ham Toshkent, Samarqand, Buxoro, Xiva kabi tarixiy shaharlarga ekskursiya uyushtirmoqda. Sayyohlarni nafaqat tarixiy va madaniy yodgorliklar, balki osmono‘par binolar, ko‘p qavatli me‘moriy inshootlar, sport majmualari, yirik sanoat va ishlab chiqarish korxonalari, xususiy firmalar, qo‘shma korxonalar va savdo markazlari, oliy ta‘lim muassasalari ham o‘ziga jalb qiladi.

Davlat statistika qo‘mitasi ma‘lumotlariga ko‘ra, har yili mamlakatimizga 1,5 millionga yaqin xorijiy mehmon tashrif buyursa, ularning o‘rtacha 500 mingdan ortig‘i turizm maqsadida sayohat qiladi.³⁰

³⁰ Sayyohlarni qanday muammolar qiynayapti?! Xalq so‘zi online 2019

Ilmiy ishim davomida sayyohlik firmalari, xorijlik sayyohlar bilan suhbatlashish davomida mamlakatimizda turizm rivojiga to'sqinlik qilayotgan va yaqqol ko'rinib turgan muammolarni o'rganib, ularga O'zbekistonning turizm rivojiga hissa qo'shish istagidagi kishi sifatida yechim topishga harakat qildim.

Avvalambor, ko'p va tez-tez tilga olinadigan muammolardan biri bu aviachiptalarning yuqori narxidir. Xorijiy sayyohlarning mamlakatimizga asosiy kelishi avia reyslar orqali amalga oshiriladi. So'nggi paytlarda bu borada yangi yechim va chora-tadbirlar ishlab chiqildi. Xususan, I. Karimov nomidagi "Toshkent" xalqaro aeroportida yo'lovchilar uchun keng imkoniyatlar yaratilgani, buning eng muvaffaqiyatli qismi pasport nazorati qisqartirilgani bizga ma'lum. Ammo narxlar hali ham barqaror. Aviachiptalar narxlarini optimallashtirish, aviakompaniyalar sonini ko'paytirish va sohada sog'lom raqobatni shakllantirish vaqti keldi.

Ikkinchidan, mehmonxonalarda xizmat ko'rsatish sifati past yoki jahon standartiga unchalik ham teng kelmaydi desak yolg'on bo'lmaydi. Turistlar odatda o'zlari bormoqchi bo'lgan mamlakat sharoiti bilan tanishadilar. Aksariyat sayyohlar bu haqda mehmonxona veb-saytlaridan ma'lumot olishadi. Mehmonxona xizmati, sayyohlar uchun chegirmalar mavjudligi va turli xil xizmat va mehmonxon tanlovlarini joylashlari lozim. Xususiylar uylar negizida tashkil etilgan kichik mehmon uylari va xostellardagi xizmat sifati sayyohlarni butunlay hayratga soladi, deb bo'lmaydi.

Qolaversa, mehmonxonalarda taksi xizmati yo'qligi sababli mamlakatimizga kelayotgan sayyohlar allaqachon aeroportdan, ya'ni ostonada katta muammolarga duch kelishmoqda. Bunday muammolarning yechimi sifatida kadrlar taqchilligining oldini olish, mehmonxonalarda taksi xizmati va gidlar faoliyatini yo'lga qo'yish, mehmonxonalarning rasmiy veb-saytlari orqali O'zbekistonning turistik imidjini shakllantirish, mamlakatimizga ikkinchi va undan ko'p marta keladigan sayyohlar uchun chegirmalar tashkil etish maqsadga muvofiqdir.

Uchinchidan, mamlakatimizda tarixiy joylar talaygina bo`lib turistlarni jalb qiladigan har bir hududda turistik markazlar tashkil etilishi mumkin. Jumladan, gul shahri Namanganda yiliga bir marta gul sayli o`tkaziladi. Katta gul naqshlarini yasash mumkin. Yoki Surxondaryoning baland tog`lar bag`rida yulduzli “ochiq mehmonxona” yoki Imom Termiziy nomidagi muzeyni ko`rishni istamaydigan odam yo`qdir, shunchaki ularni qiziqтира bilish kerak.

To`rtinchidan, oziq-ovqat do`konlaridagi muammolar. Bu muammo xorij turizmi u yoqda tursin, ichki turizm rivojiga to`siq bo`lmoqda. O`zbek palovi haqida eshitgan, tatib ko`rmoqchi bo`lgan, Ginnesning rekordlar kitobiga kiritilgan milliy taomimizning tashqi ko`rinishini internetdan izlagan sayyohlar ko`p. Restoranlardagi sharoit bilan maqtana olamizmi?! Ayniqsa katta yo`l (highway) yoqalaridagi ovqatlanish va xordiq chiqarish nuqtalaridagi sharoitlar kelayotgan turistlarni teskari ma`noda hayratda qoldirganini o`zim ham guvohi bo`lganman. Eng qizig'i shundaki, ba'zi joylarda siz ovqatlanishingiz mumkin, ammo hojatxona uchun pul to`lashingiz kerak. Aslida, bu xizmatning bir turi. Hamma yerda jamoat hojatxonalari mavjud emas bo`lganda ham sanitariya nuqtai nazaridan talabga javob bermasligi sir emas. Yolg'iz sayohat qilayotgan sayyohlar uchun taomlar menyusini iloji boricha uch tilda ko`rsatish maqsadga muvofiqdir.

Beshinchidan, milliy turizm imidjini yaratish. Aksariyat sayyohlar o'z manzillari haqida ma'lumotni qidiruv tizimlari orqali olishadi. Har kuni internetda “O`zbekiston” yorlig`i bilan minglab ma'lumotlar qidirilmoqda, bu bizga qiziqish ortganidan dalolat beradi. Shunday ekan, doimiy ravishda xorijiy tillarda videolar, dasturlar, maqolalar yozib, ularni milliy “.uz” domenida jahon media bozoriga olib chiqish zarur deb o`ylaymiz.

BMT Jahon sayyohlik tashkiloti (UNWTO) ma'lumotlariga ko`ra, 2019-yilda O`zbekiston eng rivojlangan sayyohlik yo`nalishiga ega beshta davlat qatoridan joy oldi,³¹ shuningdek, The Guardian talqiniga ko`ra dunyoning eng yaxshi sayyohlik yo`nalishi deb e`tirof etilgan bo`lsada afsuski ta`kidlash joizki,

³¹ Dunyo axborot agentligi <https://dunyo.info/uz>

koronavirus pandemiyasi va u keltirib chiqargan global inqiroz oqibatlarida fonida joriy etilgan cheklovlar tufayli turizm sohasi katta zarar ko'rdi.

Xususan, pandemiya boshlanganda 2019 yilda ko'rsatilgan turizm xizmatlarining umumiy hajmi 1,5 milliard dollarni tashkil etgan bo'lsa. Eksport 1,3 milliard dollardan oshdi va xizmatlar eksportining 38,2 foizini tashkil etdi.³²

Ma'lumotlarga ko'ra, milliy turizm mahsulotlarining raqobatbardoshligiga turar joy va parvozlar narxlarining yuqoriligi, xizmat ko'rsatishning cheklangan darajasi, muhandislik-transport va ijtimoiy infratuzilmalarning mukammal emasligi, qulay turistik ma'lumotlarning (navigatsiya va axborot markazlari) yo'qligi, shuningdek, sayyohlik mahsulotlarining raqobatbardoshligi ta'sir ko'rsatmoqda hamda malakali kadrlarning kamligi va O'zbekistonni chet elda targ'ibot ishlarining sustligi jiddiy muammodir. Bundan tashqari, bunday muammolar qatoriga turistlar uchun ma'muriy va iqtisodiy to'siqlar, viza tartib-qoidalari, turizm faoliyati ustidan qat'iy davlat nazorati (litsenziyalash va sertifikatlash) kiradi. Turizmning o'sish sur'atlari va uning iqtisodiyotning boshqa tarmoqlari o'sishiga, aholi farovonligiga ijobiy ta'sirini, shuningdek, atrof-muhitni muhofaza qilish choralarini ko'rish zarurligini inobatga olgan holda, turizm sohasi barqaror o'sish sur'atlariga ega mamlakat taraqqiyoti uchun u eng kuchli vositalardan biriga aylanishi kerak deyiladi loyihada. Bulardan tashqari eng avvalo muammoning boshi statistikaga borib taqalishini hech o'ylab ko'rganmizmi?!

Bugungi kunda turizm dunyo mamlakatlari xizmat ko'rsatish sohasidagi eng yirik yo'nalishlardan biriga aylanib bormoqda. Iqtisodiyotning boshqa sohalariga nisbatan uning afzalliklari shundaki, barcha mamlakatlarda rivojlanishning turli bosqichlarida rivojlanish imkoniyatlari mavjud. Sayohat ob'ektlari nafaqat tarixiy joylar, balki geografik joylashuvi, iqlim va ob-havo sharoiti, ayrim hollarda tabiiy va ijtimoiy-iqtisodiy yoki ekologik muammolar,

³² Xurrambek Umarovich Qadamboyev. Turizm infratuzilmasini rivojlanishda xorij tajribasidan foydalanish (Turkiya tajribasi) 2022

hatto ekstremal sharoit va turli xil uslubda qurilgan binolar byudjetga daromad keltirayotganini ko'ramiz.

Hozirgi vaqtda turizmning nafaqat tarixiy yoki an'anaviy, balki yangi turlari, shakllari va ko'rinishlari ham vujudga kelmoqda va bu yangi tendentsiyalar ushbu sohani nafaqat xorijiy valyuta manbai, balki turizmni rivojlantirishning asosiy omillaridan biri sifatida e'tirof etilishiga sabab bo'lmoqda. Shu bois kelgusida jahon mamlakatlari qisqa muddatda katta daromad keltiruvchi moliya sohasi bilan bir qatorda turizmga ham davlat darajasida katta e'tibor qaratmoqda. Bu jarayonlarda rivojlangan davlatlar turizmning yangi yo'nalishlari va jihatlarini ochish jarayonida soha uchun yangi qonunlar asosidagi chora-tadbirlarni amalga oshiruvchi sub'ektlar sifatida ishtirok etadilar, ayrim rivojlanayotgan mamlakatlar esa turizmni "lokomotiv" turizm industriyasi deb hisoblaydilar. Boshqalar esa iqtisodiyotning xorijiy valyutadagi daromad manbai sifatida. Ayrim davlatlar esa umuman olganda rivojlanish, shuningdek, mamlakat nuqtai nazaridan turizm biznesida ishtirok etish, mamlakatni dunyoga taqdim etadigan tarmoqlardan biri sifatida. Bu globallashuv davrida vaqt o'tishi bilan sanoat sifatining yangi qarashlari va ko'rsatkichlarining paydo bo'lishiga sabab bo'lib, muntazam monitoring, statistika, tahlil va texnik xizmat ko'rsatish jarayonini tobora qiyinlashtirmoqda. Mukammal va sifatli turizm statistikasi, axborotning shaffofligi nafaqat xorijiy investorlar, balki mamlakat rezidentlarini ham qiziqtirmoqda.

Avvalo, turizmni rivojlantirishning murakkab masalalaridan biri bu sohaga oid ma'lumotlarni xalqaro miqyosda to'plash va jamlash, har qanday holatda ham ushbu sohaga yangi investorlarni jalb qilish yoki xalqaro hisob-kitob ishlarini olib borishdir. Bundan tashqari to'liq va ishonchli, doimo ochiq ma'lumotlarni olish ham zarur. Biroq xalqaro miqyosda statistik ma'lumotlarni to'plash jarayonida huquqiy hujjatlar bilan ishlash dunyo mintaqalarida, hatto mamlakatlarda ham har xil bo'lib, bu sohada menejmentni rivojlantirish va takomillashtirishdagi eng katta muammolardan biri hisoblanadi. Bu muammoning yechimini topish natijasida

dunyo, mintaqa va turli mamlakatlarda turizm rivojlanishidagi qonuniyat va o'zgarishlarni zamon va hudud talqinida qo'llash imkoniyatlari paydo bo'ladi.

O'zbekiston aholisi bilan qo'shni davlatlar o'rtasidagi yaqin oilaviy aloqalar samarasida shu maqsadda mamlakatimizga kelayotgan sayyohlar soni sezilarli darajada ko'p. Biroq ularni destinatsiyaga ko'ra tasniflash jarayonida faqat bojxona deklaratsiyasiga tayanish turistlarning manzil bo'yicha turlarini aniqlash imkonini bermaydi. Natijada to'plangan ma'lumotlar "sof" turizm maqsadida kelgan turistlar orasida chuqur tahliliy tasniflash imkonini bermaydi.

Bu yerda shuni ta'kidlash kerakki, hozircha bu hisoblash usullari shartli bo'lib, barcha mamlakatlar o'zlarining hisoblash usullariga ega. Hozirda Yevropa Ittifoqida faoliyat ko'rsatayotgan "sun'iy yo'ldosh" tizimini O'zbekistonda joriy etish bo'yicha ishlarning boshlanishi natijasida tizimni bir necha yil ichida to'liq tatbiq etish va mahalliy turistlarni hisobga olish bugungi kunda mamlakatimizda sohaning muammoli jihatlaridan biri bo'lib, tizimli tartibga solish uchun qulay sharoitlar yaratiladi.

2.3-§. O'zbekistonda turizm va sayyohlik destinatsiyalarini rivojlantirishning tashkiliy va huquqiy asoslari

Mustaqillikning dastlabki kunlaridanoq mamlakatimizda turizmga iqtisodiyotni rivojlantirishning ustuvor yo'nalishi sifatida qaralib, unga davlat siyosati darajasida e'tibor qaratilmoqda. Sohani rivojlantirishning zarur tashkiliy-huquqiy mexanizmlari yaratilgan, hukumat tomonidan tegishli me'yoriy hujjatlar qabul qilingan, bu boradagi ishlar hanuzgacha izchil davom ettirilmoqda.

Ayni paytda tarmoqda turizm industriasini har tomonlama rivojlantirish va raqobatbardosh turizm mahsulotini yaratish uchun zarur islohotlar amalga oshirilmoqda.

Hozirgi kunda O'zbekiston Respublikasida turizmning milliy modelini shakllantirish jarayoni amalga oshirilmoqda. Ushbu modelga ko'ra, mamlakatda rivojlangan turizm bozori boshqa bozorlar kabi mamlakatning ijtimoiy, siyosiy va iqtisodiy ahvoriga ta'sir qiladi. Bu mamlakatlar o'rtasidagi hamkorlikni

rivojlantirish, investitsiyalar va kapital oqimlari darajasini aniqlash uchun muhim vosita hisoblanadi. Ma'lumki, bozor iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda turistlarga xizmat ko'rsatish asosan xususiy va tijorat kompaniyalari tomonidan amalga oshiriladi. Lekin har qanday sharoitda turizm davlat tomonidan maqbul iqtisodiy va huquqiy sharoitlar yaratilsagina rivojlanishi mumkin. Agar davlat kadrlar yetishtirish, tabiiy-madaniy muhitni muhofaza qilish, axborot-reklama ishlari va yordam berish masalalari bilan shug'ullanmasa, turizm kutilgan rivojlanish darajasiga chiqmaydi.

Turizmni davlat tomonidan rivojlantirish, turistik xizmatlar bozorini shakllantirish, iqtisodiyotni tartibga solish usullari va vositalarini isloh qilish, turizmni tashkiliy boshqarish tizimlarini takomillashtirish, uning eksport salohiyatini oshirish va eng muhimi xorijiy sarmoya jalb qilish bilan bog'liq uslubiy va amaliy yondashuvlarni ishlab chiqish muhim ahamiyatga ega.

Umuman olganda, O'zbekiston Respublikasida turizm infratuzilmasini rivojlantirishni besh bosqichga bo'lish mumkin.³³

Birinchi bosqich (1992 yilni o'z ichiga oladi). Bu bosqich respublikamizda milliy turizmning dastlabki shakllanishi bilan tavsiflanadi. Bu bosqichda turizm infratuzilmasi bo'yicha yetakchi hisoblangan "O'zbekturizm" Milliy kompaniyasi tashkil etildi.

Ikkinchi bosqich (1993-1995 yillar). Turizmni rivojlantirishning milliy modeli ishlab chiqildi. Bu bosqich yangi turistik yo'nalishlarni o'zlashtirish, xizmatlar ko'rsatishni yaxshilash, turizmning moddiy-texnik bazasini kengaytirish, tashkiliy boshqaruv tizimini takomillashtirish shuningdek, turistik xizmatlar hajmini oshirish va shu kabi boshqa vazifalar bilan bog'liq, birgina "O'zbekturizm" milliy kompaniyasi doirasida hal qilib bo'lmaydigan qator muammolarni yuzaga keltirdi. Turoperatorlar bilan bevosita muloqot qilish uchun kompaniyaning Germaniya (Frankfurt-Mayn), Angliya (London), AQSH

³³ Q.A. Alimov, F.S. Qutlimurotov, E.T. Rabbimov Turizm infratuzilmasi (o'quv qo'llanma) Toshkent - 2021. - 88 b.

(Nyu-York), BAA (Sharja) va Rossiya (Moskva) kabi mamlakatlarda vakolatxonalarini ofislarini ochdi.

Uchinchi bosqich (1995-1997 yillar). Turizm xizmatlari sohasida xususiylashtirish jarayoni boshlandi. 1996-yil boshida “O‘zbekturizm” milliy kompaniyasi tizimidagi turistik ob‘yektlar umumiy sonining qariyb 90 foizi davlat nazoratidan chiqarildi.

To‘rtinchi bosqich (1998 yilni o‘z ichiga oladi). Ayni bosqichda eksport salohiyatini oshirish, xorijiy valyuta, sayyohlar, sarmoyalarning barqaror kirib kelishini ta‘minlash imkoniyati yaratildi. Respublikada milliy turizmni jahon andozalari darajasida shakllantirish, turizm bilan bilvosita bog‘liq bo‘lgan xizmat ko‘rsatish infratuzilmasini, xususan, chet eldan sayyohlarni qabul qiluvchi chegara, bojxona va aeroport xizmatlarini qayta qurish boshlandi.

Beshinchi bosqich (1999 yil may oyidan keyingi davrlar). Bu bosqichda O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Turizmni rivojlantirish Davlat dasturi to‘g‘risida”gi farmoni nafaqat mamlakatimizda milliy va xalqaro turizmning mavqeini mustahkamlashning siyosiy asosini tashkil etdi, balki turizmni rivojlantirishga uning iqtisodiy asoslarini mustahkamlash imkonini yaratdi. Mazkur me‘yoriy hujjat asosida turizm korxonalariga qo‘shimcha soliq imtiyozlari berildi. Bundan tashqari, O‘zbekistonning xorijiy davlatlardagi diplomatik vakolatxonalarida turizm bo‘yicha maslahatchi lavozimi joriy etildi. Shundan kelib chiqqan holda, O‘zbekistonda xizmat ko‘rsatish sohalaridan biri bo‘lgan turizmni yanada rivojlantirish, ushbu soha uchun malakali kadrlar tayyorlash va ularni milliy g‘oya va merosimizni puxta bilishi uchun tayyorlash muhim omillardan biri bo‘lib qolmoqda.

Davlatimiz rahbarining 2016-yil 2-dekabrdagi “O‘zbekiston Respublikasining turizm sanoatini jadal rivojlantirishni ta‘minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-4861 sonli farmoniga asosan turizm mamlakatimiz iqtisodiyotining strategik tarmog‘i sifatida belgilangan. Prezidentning 2017-yil 16-avgustdagi qarori bilan 2018-2019-yillarda turizm sohasini rivojlantirish bo‘yicha birinchi chora-tadbirlar dasturi tasdiqlangan.

2019-yil fevral oyida Prezidentimizning bu boradagi 4 ta muhim hujjati qabul qilingani mamlakatimizda turizmni rivojlantirishga qaratilayotgan yuksak e'tiborni tasdiqladi. Mazkur hujjatlarda sohada to'planib qolgan muammolarni hal etish, turizm salohiyatini oshirish bo'yicha ustuvor vazifalar belgilab berildi, ichki turizmni yanada rivojlantirish uchun ko'plab imtiyozlar berildi.

Davlatimiz rahbari turizmning iqtisodiyotdagi o'rniga to'xtalib, mamlakatimizdagi bu boradagi ahvol, sohani rivojlantirish borasida ko'rilayotgan chora-tadbirlar samaradorligini izchil tahlil qildi. Davlat turizm qo'mitasining davlat organlari va uning hududiy tuzilmalari sonini ko'paytirish, hududiy turizm boshqarmalari va boshqarma boshliqlari, hokimlar o'rinbosarlari lavozimlarini tashkil etish orqali mazkur tashkilotlarning imkoniyatlari kengaytirildi. 2019-yil 10-fevraldan boshlab Yaponiya, Janubiy Koreya, Singapur, Malayziya, Indoneziya, Turkiya va Isroildan kelgan sayyohlarga mamlakatimizda 30 kungacha vizasiz qolishga ruxsat berildi. Bundan tashqari, 39 davlat fuqarolariga viza berish tartibi soddalashtirildi. 2018-yilning 1-iyulidan boshlab xorijiy fuqarolar uchun elektron vizalar joriy etila boshlandi. Elektron vizalar tizimini o'z vaqtida to'liq ishga tushirish, jahon tajribasini hisobga olgan holda ushbu tizimni yanada soddalashtirish, chet ellik sayyohlarning muntazam kelishi bilan bog'liq tartiblarni yengillashtirish bo'yicha vazifalar belgilandi.

Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasiga manfaatdor vazirlik va idoralar bilan birgalikda 5 yil muddatda turizmning barcha istiqbolli yo'nalishlari bo'yicha sayyohlar sonini ko'paytirish, shuningdek, turizm xizmatlari real eksportini kamida ikki barobarga oshirish vazifasi qo'yildi. Turizm salohiyatini yuksaltirishda havo qatnovining o'rniga alohida e'tibor qaratildi. Jahon sayyohlik tashkiloti ma'lumotlariga ko'ra, dunyodagi sayyohlarning qariyb 60 foizi eng qimmat bo'lishiga qaramay, havo transportidan foydalanadi.

"O'zbekiston havo yo'llari" milliy aviakompaniyasining bu boradagi muammoga bo'lgan munosabati tanqidga olindi. Aviachiptalar narxini optimallashtirish, yangi reyslar ochish, tranzit yo'lovchilarni tashish imkoniyatini oshirish va aviaqatnovlar geografiyasini kengaytirish bo'yicha natijali ish olib

borilmayotgani va shundan kelib chiqib, "O'zbekiston havo yo'llari" milliy aviakompaniyasi oldiga qator vazifalar qo'yildi. Ularga muvofiq, aviakompaniya tizimiga zamonaviy marketing joriy etiladi, dunyo aeroportlarida mavjud bo'lgan maxsus moslamalar, mobil aloqa vositalari yordamida aviachipta sotib olish imkoniyatlari yaratiladi.

Prezident sayyohlarning kayfiyatiga ta'sir qiladigan eng kichik jihatlarga e'tibor qaratdi. Shuningdek, aeroportlar zallaridagi chiroqlar xiraligi, pasport nazorati kabinalari to'liq ishlamasligi, uzundan-uzoq sun'iy navbatlar, taksi xizmati ko'rsatuvchi xususiy avtomobil egalarining tartibsizligi kabi holatlarni yaxshilashni ta'kidladilar va shular bo'yicha ham topshiriqlar berildi.³⁴ Turizmda mavsumiy davrni uzaytirish, ko'rsatiladigan xizmat turlarini ko'paytirish va turizm infratuzilmasini yaxshilash masalalari muhokama qilinar ekan, mehmonxonalarining asosiy qismi Toshkent, Buxoro va Samarqand shaharlarida ekani, turistlar oqimi oshgan davrda ularda ham joy yetishmasligi qayd etildi.

Qarorda yangi xizmat va savdolar tashkil etish orqali valyuta tushumini ko'paytirish masalasiga alohida ahamiyat qaratildi. Xususan, suvenirler ishlab chiqarish va ularni maxsus kiosklarda sotish, aeroportlarda faoliyat yuritadigan "Duty Free", "Tax Free" tizimidagi savdo shoxobchalarini turistik shaharlarda ham ochish, tadbirkorlik subyektlarini jalb qilgan holda avtomobil ijarasi markazlari va Wi-Fi zonalar tashkil etish zarurligi ta'kidlandi. Qarorda ichki turizmni rivojlantirish masalalari ham muhokama qilindi. Xalqimiz, ayniqsa, viloyat faollari, nuroniylar, yoshlar, kam ta'minlangan oilalar vakillarining mamlakatimiz hududlariga sayohatlarini an'anaga aylantirish, kasaba uyushmalari jamg'armalarida sayohat xarajatlari ulushini oshirish bo'yicha tavsiyalar berildi. Mamlakatimizning ziyorat turizmi salohiyati juda yuqori bo'lgani bois bu yo'nalishda zarur shart-sharoitlar yaratish maqsadida Din ishlari bo'yicha qo'mita tarkibida Ziyorat turizmini qo'llab-quvvatlash boshqarmasi

³⁴ Sh. Mirziyoyev turizm sohasi istiqbollari bag 'ishlangan yig'ilishi 2022

tashkil etilib, Malayziya, Turkiya, Indoneziya kabi davlatlar uchun vizasiz rejim joriy etildi.

Prezident mamlakatimizda islom olamida tan olingan allomalarning maqbaralari turli viloyatlarda naqshbandiya tariqatini targ‘ib qilgan 12 nafar olimning Buxorodagi “Yetti pir” va Samarqanddagi “Xo‘ja Ahror Valiy”. Surxondaryodagi Muhammad Zohid Buxoriy, Alovuddin Attor, Qashqadaryodagi Muhammad Darvesh, Muhammad Img‘onakiy maqbaralari ta‘mirga muhtojligi va shundan kelib chiqib, Surxondaryo va Qashqadaryo viloyatlari hokimlariga mazkur maskanlarni obodonlashtirish, ularga olib boruvchi yo‘llar holatini yaxshilash, ziyoratchilar uchun barcha sharoitlarni yaratish bo‘yicha topshiriqlar berildi.³⁵ Mamlakatimizning sarmoyaviy, savdo va sayyohlik salohiyatini yagona brend ostida muvofiqlashtirish va reklama qilish zarurligi ta‘kidlandi. Milliy teleradiokompaniya hamda Axborot texnologiyalari va kommunikatsiyalarini rivojlantirish vazirligiga O‘zbekistonning turizm salohiyatini kechayu kunduz targ‘ib qiluvchi, turli qiziqarli sayohat dasturlarini namoyish etuvchi xalqaro telekanal tashkil etish vazifasi yuklatildi. Xorijiy mamlakatlardagi elchilar mamlakatimiz, milliy qadriyatlarimiz targ‘ibotchisi bo‘lishi, bunga xorijdagi vatandoshlarimiz ham hissa qo‘shishi zarurligi ta‘kidlandi. Turizmni rivojlantirish uchun zarur shart-sharoitlarni yaratishning ustuvor yo‘nalishlari belgilandi.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 2-dekabrdagi “O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta‘minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-4861-son qarori qo‘mitaning faoliyatini tashkil etish ijrosini ta‘minlash maqsadida, O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasining asosiy vazifalari va faoliyati quyidagilardan iborat: mamlakatning turizm salohiyatini tubdan oshirishga, turizmni rivojlantirishning kompleks konsepsiyasini shakllantirish va amalga oshirishni ta‘minlash, turizm xizmatlarining tashqi va ichki bozorlarida marketing

³⁵ Sh. Mirziyoyev turizm sohasi istiqbollariga bag‘ishlangan yig‘ilishi 2018

tadqiqotlarini o‘tkazish, tarixiy-madaniy merosni keng targ‘ib qilish, O‘zbekiston Respublikasining turistik imidjini saqlash va rivojlantirish, milliy turizm mahsulotlari va brendlarining xalqaro miqyosda keng kirib borishiga yo‘naltirilgan faol reklama va axborot siyosati, joylashtirish vositalarining soni va salmog‘i, infratuzilmaning kompleks jadal rivojlantirish va boshqa masalalar joy olgan.

Bundan tashqari Turizm sohasini rivojlantirishning asosiy maqsadlari va bosqichlari haqida ham so‘z ketgan, unga ko‘ra O‘zbekistonda turizm sohasini rivojlantirishni 2019-2020- yillar turizmni rivojlantirish uchun mustahkam qonunchilik bazasini yaratish, infratuzilmani isloh qilish, va mamlakat milliy brendini targ‘ib qilish bo‘lsa keyingi bosqich yani 2021-2025 yillarda turizm sanoatining mamlakat iqtisodiyotidagi ulushini oshirish. Bu yo‘nalishda zarur infratuzilmani rivojlantirish va respublikaning turizm salohiyatini jahon bozorida ilgari surish hisobiga turizmning mamlakatimiz yalpi ichki mahsulotidagi ulushi 5 foizga yetkazilishi va 2025-yil oxirigacha 9 milliondan ortiq sayyohni, jumladan, uzoq xorijdan 2 million sayyohni jalb etish rejalashtirilgan.

Qo‘shimcha qilib aytganda, yaqin yillarda, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 –yil 5-yanvardagi PF-5611-son Farmoni e‘lon qilindi. Unda O‘zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida so‘z boradi va 2019-2025 yillarda O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirishga qaratilgan bir qator vazifalar topshirildi.

Farmonda, Mamlakatda turizmni milliy iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish, hududlarni jadal rivojlantirish, yangi ish o‘rinlarini yaratish, aholining daromadlari va turmush darajasini oshirish choralari keltirilgan.³⁶

³⁶ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi “O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar” to‘g‘risidagi PF-5611-son farmoni

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 9-fevraldagi PF-6165-son Farmoni “O‘zbekiston respublikasida ichki va ziyorat turizmini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari“ qabul qilingan.³⁷

O‘zbekiston Respublikasining 2021-yil 3-fevraldagi 2017-2021 yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha Harakatlar strategiyasini “Yoshlarni qo‘llab-quvvatlash va aholi salomatligini mustahkamlash yilida” amalga oshirish to‘g‘risida”gi qarori. “Dastur to‘g‘risida”gi PF-6155-son qaroriga muvofiq O‘zbekiston bo‘ylab sayohat xarajatlarining bir qismini qaytarish tartibi joriy etildi.

Farmonga muvofiq ota-onalar, qarindoshlar, qariyalar va ustozlar bilan birgalikda sayohat qilishni nazarda tutuvchi besh ish kunidan kam bo‘lmagan “oilaviy sayohat ta’tili” tizimi joriy qilinadi.

Davlatimiz rahbarining turizmni rivojlantirishga oid yaqindagi yana bir farmonlarida xorijiy turistlarga motivatsiya berish maqsadida 2022 yil 15-yanvardagi 52-son farmoni³⁸ imzolani, unga ko‘ra 2022-yil 1-yanvardan 2023-yil 1-yanvargacha turizm subyektlari va aviatashuvchilarning xorijiy davlatlardan O‘zbekistonga charter reyslarini tashkil etish xarajatlarining bir qismi, agar respublika hududida kamida 5 kun qolgan bo‘lsa har bir chet ellik turist uchun 10 AQSh dollari, qishda esa 25 AQSh dollari davlat byudjeti hisobidan qoplanadi deyiladi farmonda.

II bob bo‘yicha xulosalar

Xulosa uchun avvalo shuni aytish kerakki, mustaqilligimizdan so‘ng va ohirgi besh yil ichida O‘zbekistonda xususan turizm sohasida va boshqa barcha sohalarda katta o‘zgarishlarni ko‘rish qiyin emas. Mamlakatimizda turizmning bozor munosabatlariga asoslangan yangi huquqiy va iqtisodiy asoslari yaratildi.

³⁷ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 9-fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasida ichki va ziyorat turizmini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari” to‘g‘risidagi PF-6165-son farmoni

³⁸ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 15.01.2022 yildagi “Turizm, madaniyat, madaniy meros va sport sohasini yanada rivojlantirish uchun qo‘shimcha sharoitlar yaratish to‘g‘risida” PF-52-son farmoni,

Zamonaviy infratuzilma obyektlari barpo etildi, turizmning jahon andozalari darajasida yangi yoʻnalishlari joriy etildi.

Ilmiy ishim davomida sayyohlik firmalari, xorijlik sayyohlar bilan suhbatlashish davomida mamlakatimizda turizm rivojiga toʻsqinlik qilayotgan va yaqqol koʻrinib turgan muammolarni oʻrganib chiqdim. Albatta rivojlanish bilan bir qatorda bazi kamchiliklar ham yoʻq emas.

Avvalambor, koʻp va tez-tez tilga olinadigan muammolardan biri bu aviachiptalarning yuqori narxidir. Soʻnggi paytlarda bu borada yangi yechim va chora-tadbirlar ishlab chiqildi. Aviachiptalar narxlarini optimallashtirish, aviakompaniyalar sonini koʻpaytirish va sohada sogʻlom raqobatni shakllantirish vaqti keldi.

Mehmonxonalarda xizmat koʻrsatish sifati past yoki jahon standartiga unchalik ham teng kelmaydi desak yolgʻon boʻlmaydi. Mehmonxonalarda taksi xizmati va gidlar faoliyatini yoʻlga qoʻyish kerak degan fikrdamiz.

Bundan tashqari mamlakatimizda tarixiy joylar talaygina boʻlib turistlarni jalb qiladigan har bir hududda turistik markazlar tashkil etilishi mumkin. Mavjud tarix va madaniyat yodgorliklarini yangilash bilan birga ular keng tarqaladi. Shu va boshqa tizimli chora-tadbirlar kutilgan samarani berib, mamlakatimizning sayyohlik salohiyati tobora yuksalmoqda.

Misol uchun, Surxondaryoning baland togʻlar bagʻrida yulduzli “ochiq mehmonxona” yoki Imom Termiziy nomidagi muzeyni koʻrishni istamaydigan odam yoʻqdir, shunchaki ularni jalb qila bilish kerak. Shunday qilib har bir viloyatning salohiyatidan toʻliq va samarali foydalanib yurtimizda nafaqat turizmni balki mamlakat iqtisodiyoti, ishsizlik, kambagʻallikka qarshi oz boʻlsada yechim topish mumkin boʻladi.

III bob. Turistlarning O‘zbekistonni turistik destinatsiya sifatidagi tasavvurini o‘rganish va shu asosda keyingi faoliyatni takomillashtirish yo‘llari

3.1-§. Turistlarning O‘zbekistonni sayyohlik destinatsiya sifatidagi tasavvurini shakllantirish usullari

Hozirgi kunda har qanday davlatning asosiy maqsadlaridan biri jahon hamjamiyati oldida o‘zining ijobiy imidjini (qiyofasini) yaratishdir. Bu tashqi siyosat, savdo-iqtisodiy rivojlanish, turizm va investitsiyalarni jalb qilishning ko‘plab masalalarida qo‘shimcha ustunlik beradi. Bunday imidj eng ko‘zga ko‘ringan xususiyatlar to‘plami asosida yaratilgan bo‘lib, ularning har biri hissiy jihatdan ijobiy yoki salbiy bo‘lishi mumkin.

“Destinatsiya imidji” atamasi turizm tadqiqotlarida juda ko‘p qo‘llanilsa-da, uning aniq ta‘rifi hali mavjud emas, “imidj” noaniq va o‘zgaruvchan ma‘nolarga ega atama”, matnga qarab turlicha talqin qilinishi mumkin. Masalan, psixologiyada “imidj” (image) vizual tasvir sifatida belgilanadi; geografiyada u ijtimoiy yoki fazoviy haqiqatga ishora qiladi; marketingda u iste‘molchi xatti-harakati bilan bog‘laydigan xususiyatlarni anglatadi.

Masalan, destinatsiya imidjiga kelsak, uni “shaxsning destinatsiya haqidagi bilimlari, his-tuyg‘ulari va umumiy taassurotlarining aqliy tasviri” deb ta‘riflaydilar. Nihoyat, destinatsiyaning imidji insonning sayohat tushunchalariga asoslanadi. Destinatsiya imidji uchta asosiy komponentga ega: kognitiv, affektiv va konativ.³⁹

Kognitiv komponent - bu odamlarning destinatsiya haqidagi bilimi; affektiv - destinatsiya haqidagi his-tuyg‘ularni aks ettiradi; Konativ komponent esa turistlarning destinatsiyadagi xatti-harakatlarini bildiradi. Turistlarning destinatsiya haqidagi bilim va his tuyg‘ulari ularning hatti harakatlariga ta‘sir qiladi. Shunday qilib, destinatsiyaning umumiy imidji ushbu uchta komponentning o‘zaro ta‘siri natijasi bo‘ladi. Misol uchun, Fransiya Parij, Eyfel minorasi va Luvr bilan mashhur, Italiya Kolizey, pasta, pizza va moda bilan,

³⁹ White.C Destination Image: To see or Not to See? 2019

Gollandiya velosiped, shamol tegirmoni, gullar va pishloqlari bilan mashhur. O'zbekistonning tarixi va madaniyatining ba'zi ajoyib xususiyatlarini aks ettiradigan xalqaro imidjiga kelsak, u hali shakllanish bosqichida. Shu munosabat bilan tadqiqotning maqsadi chet ellik sayyohlarning O'zbekiston imidji haqidagi qarashlari va g'oyalari tahlil qilishdan iborat.

Odamlar xorijga dam olishga borish yoki chet elda ishlab chiqarilgan mahsulotni sotib olish haqida o'ylashganda, o'zlarining tegishli destinatsiya haqidagi tasavvurlaridagi imidjga tayanadilar. Bunday imidj vaqt o'tishi bilan qurilgan stereotiplarga asoslanadi. Kotler va Gaertner stereotiplar tasavvurni soddalashtirishga yordam beradi, lekin haqiqatni buzishi ham mumkin, deb ta'kidlaydilar.⁴⁰

Darhaqiqat, ommaviy axborot vositalaridagi nashrlar mamlakatlar haqida turli xil afsonalarning paydo bo'lishiga sabab bo'ladi. Misol uchun, Afg'oniston terrorchilar, Al-Qoida va Usama bin Laden bilan aloqador yoki Parij Eyfelda romantika bilan. Shu sababli, mamlakatning jozibadorligi odamlarning bu joyni qanday qabul qilishiga bog'liq. Ushbu tadqiqot chet el sayyohlarining O'zbekiston haqidagi tasavvurlari, ularda qanday stereotiplar borligi, ularni nima o'ziga tortadi yoki tashvishga soladi, shular haqida boradi.

O'zbekiston imidjining ishlab chiqilishi kerak bo'lgan to'rtta asosiy tarkibiy qismi mavjud: O'zbekiston tarixi, O'zbekiston hukumati imidji, mamlakatning umumiy imidji va milliy xarakter. O'zbekiston tarixi, davlat tuzilishi va milliy xarakteriga kelsak, o'zbek madaniyati va tilining ayrim elementlarini hisobga olmaganda, jamoatchilik ongida bilimda katta bo'shliq mavjud. Shuning uchun O'zbekiston, hali rivojlanayotgan yangi davlat sifatida, butun dunyo u haqida haqiqatdan ham nimani bilishini o'rganish uchun qiziqarli joydir.

Autsayderlarning (chetdagilar) fikrini bilish har qanday mamlakatning mashhur sayyohlik maskaniga aylanishi uchun shartdir. Shunday qilib,

⁴⁰ Kotler P, Gertner, D Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective 2018

O'zbekistonning sayyohlik maskani sifatidagi imidjini o'rganishdagi ilmiy ishlarning yetishmasligi ushbu tadqiqotni tegishli bilimlarni to'plashga hissa qo'shishga undadi.

Ayni yillarda O'zbekistonda sayyohlik xizmatlari faoliyatida nafaqat dunyo standartlariga xos yoki jahonning oldi faoliyatlari yoki maxsulotlari balki milliy sport turlari, milliylik har bir detallarda ask etib turgan o'zgacha bo'lgan xizmat turlarini ham tizimli yo'lga qo'yish kerak va bu orqali turistlarni jalb qilish va buning natijasida mamlakatimizning milliy sayyohlik brendi targ'ib qilinishi kerak degan fikrdamiz.

Xo'sh, mamlakatimizda ayni davrda O'zbekiston brendi qanday va qayerlarda targ'ib qilinmoqda? Bugungi kunda O'zbekiston turizmi turli mamlakatlar va barcha qit'alarda ommalashgan. Mamlakatimiz haqida ma'lumot beruvchi PR-markazlar uch yo'nalishda olib borilmoqda. Birinchi doira - postsovet mamlakatlari. Ushbu mamlakatlarga uchta sababga ko'ra alohida e'tibor beriladi: O'zbekistonga uchish vaqti besh soatdan oshmaydi, mahalliy taomlarning yaqinligi va eng muhimi, deyarli hech qanday til to'siqlarining yo'qligi. Keyingi o'rinlarda Yaqin Sharq mamlakatlari Saudiya Arabistoni, Birlashgan Arab Amirliklari, Bahrayn va boshqalar. Bu yerda ziyorat turizmining barcha turlari targ'ib qilinadi. Va nihoyat, uchinchi guruh Markaziy Osiyo respublikalari, shuningdek, Osiyo va Yevropa mamlakatlaridagi eng yaqin qo'shnilarimizdir.

O'zbekistonda COVID-19 pandemiyasidan so'ng turizmni qayta tiklash uchun va targ'ibotni kuchaytirish uchun davlat rahbari tomonidan ko'plab farmon va chora-tadbirlar qabul qilindi. Buning natijasida ko'plab infratuzilmalar uchun investitsiyalar jalb qilindi.

Xorijiy turistlarda O'zbekiston haqidagi tasavvurlari qanday bo'lishi mumkin va ularda aslida O'zbekiston haqida qanaqa stereotiplar mavjudligini manimcha hammamiz taxmin qilsak kerak. Ko'pchilik O'zbekistonga tarixiy joylar, cho'l, sharq bozorini ko'rish uchun keladi. Albatta, bularning barchasi bizda yetarli. Ammo sayyohlar Toshkentga kelib butunlay zamonaviy shahar,

qiziqarli arxitektura va zamonaviy restoranlarni ko'rganlarida, ularning tasavvurlari butunlay o'zgaradi. Ko'pchilik sayyohlar bizda tog'lar va hattoki tog'-chang'i kurortlari borligini bilishmaydi. Bularning barchasi uzoq vaqt davomida turizm infratuzilmasi mavjud emasligi natijasidir. Shuning uchun xorijiy auditoriyaga yangi sayyohlik yo'nalishlarimiz haqida faol translyatsiya qilish zarur.

Bugungi kunda nafaqat Samarqand yoki Buxoroni ko'rish, balki dam olish, ekoturizm yoki sanatoriylarimizda salomatligini mustahkamlash maqsadida O'zbekistonni tanlayotganlar soni ortib bormoqda. Bundan tashqari, mamlakatimizda turizmning MICE turini aktiv olib borilayapti. Buning natijasida O'zbekistonda biznes turizmi infratuzilmasi rivojlanmoqda.

O'tgan yili Samarqand shahrida bir qator yirik xalqaro tadbirlar o'tkazildi, bu yerda yangi aeroport, "Ipak yo'li" majmuasi va boshqa turistik infratuzilma obyektlari barpo etildi. Joriy 2023 yilda Samarqand Misr va Portugaliya shaharlarini ortda qoldirib, UNWTO tomonidan dunyoning turizm poytaxti sifatida tan olindi.⁴¹ Sentyabr oyida butun dunyodan 200 nafar turizm vazirlari Samarqandga tashrif buyurib, eng yirik forumda ishtirok etishadi va u yerda O'zbekiston mehmonlarga ko'rsatishga tayyor infratuzilma va imkoniyatlar bilan o'rtoqlashadi. MICE turizm infratuzilmasi rivojlanib bormoqda va bugungi kunda poytaxtimizda tashkil etilgan ko'plab saytlar nafaqat Samarqandga, balki O'zbekistonning boshqa shaharlariga ham tobora ko'proq rivojlanmoqda.

O'zbekistondagi har bir viloyat va hududning o'ziga xos yirik festivali bo'lib, unda nafaqat boshqa viloyatlardan mehmonlar, balki xorijlik ishtirokchilar ham maqsadli ravishda qatnashadilar. Joriy yilda an'anaviy Toshkent xalqaro sayyohlik yarmarkasi o'tkazildi. Bu esa eng yirik yarmarka bo'ldi – unga 2019-yilda o'rnatilgan rekorddan bir yarim baravar ko'proq ishtirokchilar va tashrif buyuruvchilar tashrif buyurishdi. Yarmarkaning o'zi nafaqat o'zbekistonlik tadbirkorlar bilan ishlash, balki boshqa mamlakatlar vakillari bilan

⁴¹ Milliy PR-markazi" davlat unitar korxonasi direktori Dilfuza Samandarova "Kursiv" nashriga bergan intervyusi 2023

muloqot qilish uchun ham ishbilarmonlik maydoniga aylandi. Bundan bilishimiz mumkinki bunday tadbirlar orqali O'zbekiston nafaqat o'z turizm brendini targ'ib qiladi balki ko'plab investorlarning ham qiziqishini orttirishi mumkin bo'ladi.

Qo'shimcha qilib aytganda mamlakatimizda tadbirlar o'tkazishdan manfaatdor bo'lgan xorijiy kompaniyalar uchun ochiqmiz. Bu esa faqat turizm uchun emas, balki biznes uchun ham foydali, chunki O'zbekistonda tadbirlar o'tkaziladigan eng arzon joylar bor. Masalan, "O'zeksomarkaz"dagi sayyohlik yarmarkamizda 1 kv.m. o'rindiqli narxi 270 dollar, Qozog'istonda 320 dollar, Berlinda 400 dollar. Bu infratuzilma bilan bog'liq. Mehmonxonalarimiz kam reklama qilinadi, "O'zeksomarkaz" yangi ishtirokchilar va tadbirlarga do'stona munosabatda. Bularning barchasi tadbir turizmini rivojlantirish imkonini beradi va bu orqali albatta O'zbekiston o'z turizm brendini yanada kengroq targ'ib qilish imkonini qo'lga kiritadi.⁴²

Turistlarning O'zbekistonni sayyohlik destinatsiya sifatidagi tasavvurini shakllantirishning yana boshqa yo'llaridan biri, mamlakatimizdagi mavjud turizm potentsiali ammo boshqa mamlakatda mavjud bo'lmagan ayni potentsialdan umumli foydalanish orqalidir. O'zbekistonning iqlimi, o'ziga xos go'zal tabiati, boshqa turistik mamlakatlardan ajralib turuvchi turizm turlari masalan kurort turizmi, tibbiy turizm, gastronom turizm va boshqalar.

3.2-§. Turistlarning sayohatdan keyingi tajribasini tahlil qilish usullari.

Turistlarning sayohatdan keyingi tushunchasini tahlil qilish ularning sayohatga bo'lgan talablarini va qoniqish darajasini yaxshiroq tushunishga yordam beradi, destinatsiyani boshqarish bo'yicha qimmatli takliflarni beradi. Ushbu paragrafda biz turistlarning sayohatdan keyingi tajribasini har tomonlama tahlil qilishga harakat qilamiz. Turistlar tomonidan yaratilgan kontent ma'lumotlari asosida amaliy izlanish o'tkazilganda natijalar shuni ko'rsatadiki: (1) sayohatdan oldin turistlar yo'nalishlar va maqbul turar joy haqida so'rashadi;

⁴² Milliy PR-markazi direktori bilan intervyu: O'zbekiston o'z turistik brendini xorijda qanday targ'ib qilmoqda. 2023
<https://uzbekistan.travel/uz2>

(2) sayohat davomida turistlarni tabiiy manzaralar jalb qiladi; (3) sayohatdan keyin sayyohlar tajriba va xizmatlarni muhokama qiladilar.⁴³

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT) rivojlanishi bilan ko'plab o'z sayohat tajribalarini ijtimoiy tarmoqlarda (masalan, Twitter, Instagram, Facebook, Tripadvisor, Agoda va boshqalarda) o'z sayohat tajribalarini baham ko'ruvchilar soni ortib bormoqda va bu ma'lumotlarga asoslangan turizm ilmiy izlanuvchilariga yangi istiqbolni ochmoqda. Sayyohlarning sayohatlardagi xulq-atvori murakkab bo'lib, sayohat jarayonida turistlarning psixologik holati va hissiy talablari tabiatan vaqt o'tishi bilan o'zgaruvchidir. Turistning sayohati odatda uch bosqichga bo'linadi: sayohatdan oldin, sayohat davomida va sayohatdan keyin. Keyinchalik, sayyohlarning sayohat xulq-atvori ham uchta ierarxik bosqichda tavsiflangan: qaror qabul qilish (oldin), diqqatga sazovor joylarni ko'rish (sayohat davomida) va baholash (sayohatdan keyin). Turistlar sayohatdan oldin rejalar tuzadilar va avval sayohat qilgan turistlar bilan tajriba almashadilar va ko'rilgan sayohat tajribalari asosida mos marshrutlar va diqqatga sazovor joylarni tanlaydilar, sayohat davomida ular o'zlarining harakatlari va kuzatishlarini yozib olishadi, sayohatdan so'ng ular sayohat haqida o'z fikrlarini bildiradilar.

Bir nechta olimlar turistlarning sayyohlik talabini hisobga oladigan keng qamrovli tahlil qilish uchun turistlarning sayohatdan oldingi, davomida va keyingi xulq-atvorini birlashtirishga harakat qilishgan. Bundan tashqari, sayohatchilarning xulq-atvori bo'yicha mavjud bo'lgan ko'pgina tadqiqotlar tadqiqotchining vaqt va kuchini talab qiladigan so'rovnomalarga asoslanadi va aytilishicha bu usul “foydalanuvchi tomonidan yaratilgan ma'lumot” (user generated content, UGC) ga qaraganda kamroq to'liq ekanligi ta'kidlanadi. UGC platforma foydalanuvchilari (turistlar) tomonidan yaratilgan ma'lumotlarga aytiladi. Foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontent turli shakllarda bo'ladi:

⁴³ Naixia Mou Yanci Wang, Yunhao Zheng, Lingxian Zhang, Teemu Makkonen, Qi Jiang, Tengfei Yang. Understanding tourists' travel behavior before, during, and after the trip with data from social media platforms - China: WILEY, 2023.

matn, fotosuratlar va videolar. Sayohat ijtimoiy tarmog'ini misol qilib oladigan bo'lsak, platformada sayyohlar tomonidan joylangan kontent bu sayohat tajribasini aks ettiruvchi matn, video yoki fotosuratlar.

Foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontent ma'lumotlari sayyohlik destinatsiyalaridagi xatti-harakatlarini tahlil qilish uchun arzon vosita hisoblanadi, chunki u tadqiqotchilarga turistik tajribalarni ma'lum joylar bilan bog'laydigan katta hajmdagi ma'lumotlarni o'rganish imkonini beradi.

Foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontent ma'lumotlari destinatsiyada turistlarning xulq-atrovi yani joy tanlash harakterini tushunishimizda foydalidir. Shunday qilib, foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontent ma'lumotlari ham destinatsiyani aqlli boshqarish (Smart Management) uchun katta imkoniyatlar beradi. Shu maqsadda biz (turizm) ijtimoiy media platformasidan to'plangan ba'zi sharhlardan turistlarning sayohatdan keyin sayohat qilish harakterlarini har tomonlama tushunish uchun foydalanamiz.

Ijtimoiy tarmoqlardagi sharhlarga asoslangan ma'lumotlar turistlarning sayohatdan keyingi fikrlarini o'rganish uchun ishlatiladi. Sayohat bloglari va fotosuratlar ma'lumotlaridagi diqqatga sazovor joylar, ko'rsatilgan xizmatlar sayohat paytida sayohatchilarning harakatlanish harakterlari va afzal ko'rgan joylarini aniqlash uchun ishlatiladi. Taklif etilayotgan tadqiqot usulini qanday amalga oshirish mumkinligiga misol sifatida O'zbekistonning diqqatga sazovor mashhur sayyohlik maskanlariga, mehmonxona, transport xizmatlari, aeroport xizmatlari sifati va boshqa aspektlarga e'tibor qaratish orqali tahlil o'tkaziladi.

Taklif etilayotgan tadqiqot usuli quyidagi savollarga javob berish orqali sayyohlik xulq-atvorini tadqiq qilish va destinatsiyani aqlli boshqarish (Smart Management) uchun yangi ma'lumotlar taklif etadi:

- ✓ Sayohat oldidan turistlarni qanday savollar tashvishga solmoqda?
- ✓ Turistlar sayohatlari davomida qaysi diqqatga sazovor joylarni afzal ko'radilar?
- ✓ Sayohatdan keyin turistlar sayohat tajribasidan qoniqdimi yoki yo'qmi va qanday sabablarga ko'ra?

Sayyohlarning sayohatning turli bosqichlarida xulq-atvor xususiyatlarini tushunish va ularning har bir bosqichda sayohat qilish xulq-atvori o'rtasidagi bog'liqlikni har tomonlama tahlil qilish turistlarning sayohatga bo'lgan ehtiyojlarini chuqurroq aniqlashga yordam beradi, shuningdek, destinatsiyani boshqarishni optimallashtirishning kalitidir.

Yuqori aniqlikdagi funktsiyalarga ega mobil qurilmalarning keng qo'llanilishi bilan katta hajmdagi ma'lumotlar yaratiladi. Ushbu katta hajmdagi ma'lumotlar an'anaviy turizm tadqiqotlari uchun yangicha tushunchalar bilan taminlaydi. Ijtimoiy media platformalari foydalanuvchilari tomonidan joylashtirilgan ma'lumotlar, "foydalanuvchi tomonidan yaratilgan content" (UGC) sifatida real sayohat tajribasi va sayyohlarning fikrlarini aks ettirishi mumkin. Cheklovlarsiz bo'lmasa-da, bunday ma'lumotlarni turizm tadqiqotlariga kiritish vaqt va resurs talab qiladigan so'rovnoma va statistik ma'lumotlarga xos bo'lgan muammolarni samarali hal qilishi mumkin.

Shunga qaramay, biz ushbu tadqiqotda so'rovnoma usulidan ham foydalanamiz. So'rovnoma onlayn va offlayn tarzda turistlarning O'zbekistonga sayohatlari davomida, tashrif buyurgan destinatsiyalaridagi xizmat ko'rsatish sifati, sayohat sababi va maqsadi, tashrif buyurilgan joydan qoniqishlari darajasi va boshqa bir qancha turistlarning sayohat qilish harakterlarini o'rganishimiz mumkin bo'ladi. Onlayn so'rovnoma va ijtimoiy tarmoqlar ma'lumotlariga asoslangan turizm bo'yicha tadqiqotlar allaqachon istiqbolli natijalarni ko'rsatdi.

Ushbu tadqiqotni ikkita toifaga bo'lish mumkin: (1) turistlarning sayohat harakterlari yani ko'chish va tanlovlarini tahlil qilish va (2) turistik destinatsiya imidji va turistlarning qoniqishi.

Turistlarning sayohat haqidagi fikr va his-tuyg'ularini tushunish destinatsiyani samarali targ'ib qilishning muhim shartidir. Biz har ikkala usulda to'plagan ma'lumotlar sayohatchilarning sayohat paytidagi psixologik holati haqida tasavvur beradi. Sayyohlar qaysi turdagi diqqatga sazovor joylarni ziyorat qilishni afzal ko'rishlarini aniqlash Destinatsiya Menejmenti (DMO)ga sayyohlar nuqtai nazaridan destinatsiyalarning xususiyatlarini aniqlashga yordam beradi.

Sayohatdan so'ng turistlar o'zlarining sayohat tajribalarini baham ko'rish va sayohatdan qoniqishlarini bildirish uchun sayohat bloglarini (sharhlarini) joylashtiradilar. Shuning uchun biz turistlarning sharhlarini yig'ish maqsadida Agoda, instagram, Tripadvisor, Lonely planet kabi ba'zi ijtimoiy media platformalaridan foydalanamiz. Sharhlar O'zbekistonga tashrif buyurgan va ijtimoiy tarmoqlarda o'z fikr mulohazalari bilan bo'lishgan turistlar ma'lumotlaridan olinadi. Tadqiqot uchun jami 49 ta foydalanish mumkin bo'lgan sharhlar to'plandi va keyingi tahlil uchun qayta ishlandi.

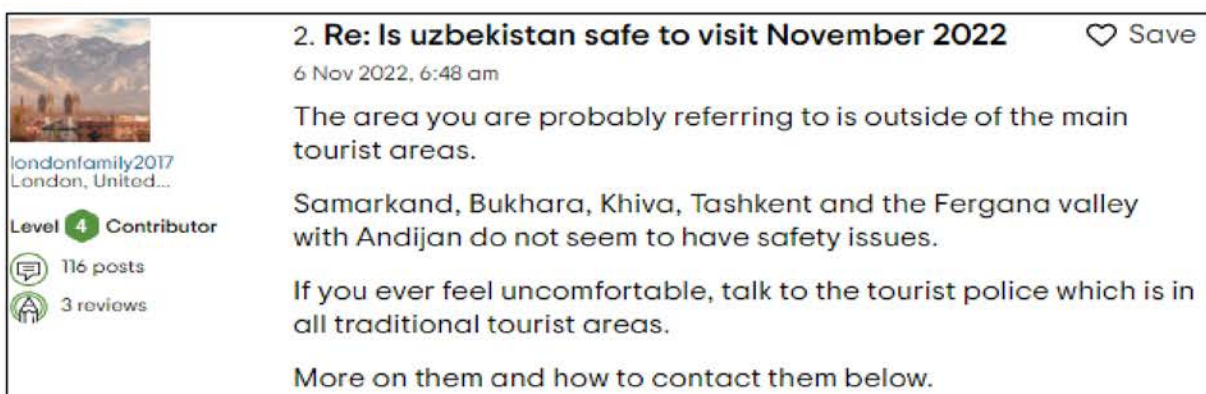
Ushbu tadqiqotda biz turistlarning sayohatdan keyingi tajribasiga e'tibor qaratdik. Turistlar tanlagan destinatsiyalaridan qidiradigan omillar quyidagilardir: Xavfsizlik, Turistik xizmatlar, Oziq-ovqat, Transport, Ob'ektlar va Diqqatga sazovor joylar. Xavfsizlik turistlar sayohat qilishi uchun eng muhim omildir. Turistlar odatda mamlakat va destinatsiyadagi xavfsizlik haqida bilishga harakat qilishadi. Chunki xavfsizlik sayohatni kutilgandek o'tkazish uchun muhim omillardan biridir. Quyida mamlakat xavfsizligi haqida ba'zi sharhlar keltirilgan (3.2.1-rasm).



3.2.1-rasm. Xavfsizlik ⁴⁴

Quyidagi xavfsizlik haqidagi izohlardan aniqlanishicha avval tashrif buyurgan sayyohlar Buxoro, Samarqand, Xiva, Toshkent va Farg'ona vodiylarini xavfsiz deb atashgan va bu haqida havotirga o'rin yo'qligini ta'kidlashgan (3.2.2-rasm).

⁴⁴ Tripadvisor.com Safety in Uzbekistan



2. Re: Is uzbekistan safe to visit November 2022 Save

6 Nov 2022, 6:48 am

The area you are probably referring to is outside of the main tourist areas.

Samarkand, Bukhara, Khiva, Tashkent and the Fergana valley with Andijan do not seem to have safety issues.

If you ever feel uncomfortable, talk to the tourist police which is in all traditional tourist areas.

More on them and how to contact them below.

londonfamily2017
London, United...

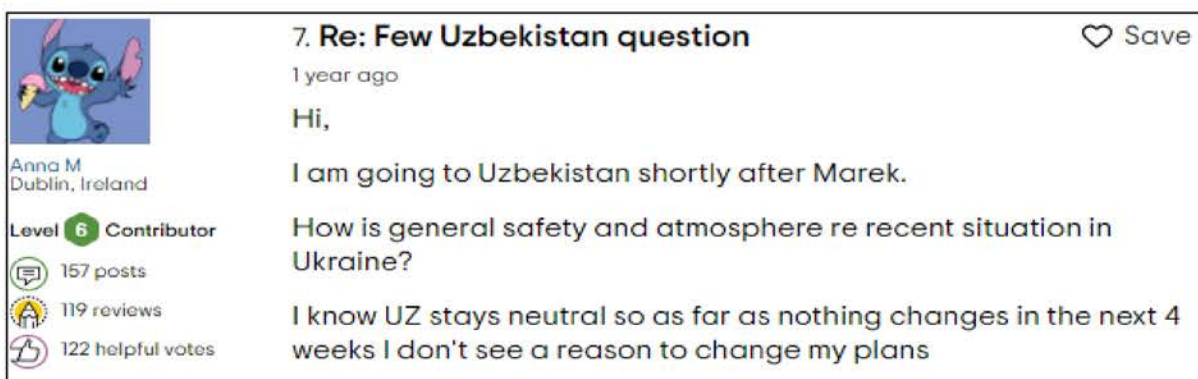
Level 4 Contributor

116 posts

3 reviews

3.2.2-rasm. Xavfsizlik⁴⁵

3.2.3-rasmda avval O`zbekistonga tashrif buyurgan platforma foydalanuvchilarining ayni damda Ukrainada bo`layotgan urushning O`zbekistonga ta`siri yo`qligini va xavfdan holi ekanligini tajribalaridan kelib chiqib bildirishgan.



7. Re: Few Uzbekistan question Save

1 year ago

Hi,

I am going to Uzbekistan shortly after Marek.

How is general safety and atmosphere re recent situation in Ukraine?

I know UZ stays neutral so as far as nothing changes in the next 4 weeks I don't see a reason to change my plans

Anna M
Dublin, Ireland

Level 6 Contributor

157 posts

119 reviews

122 helpful votes


3.2.3-rasm. Xavfsizlik⁴⁶

Amaliy tadqiqotlar natijasidan ko`rinib turibdiki ko`p sonli Tripadvisor turizm platformasi foydalanuvchilari O`zbekistonning xavfsizligi haqidagi savolga o`zlarining tajribalaridan kelib chiqib javoblar qoldirib boshqa kelmoqchi bo`lgan turistlar bilan tajriba almashishgan. Izohlarda aytilishicha, turistlar O`zbekistonni mutlaqo xavfsiz joy, har bir viloyati xavfsiz va jinoyat soni juda pastligini hamda sayohat qilish rejasidan voz kechmasliklarini bildirishgan. bildirishgan.

⁴⁵ Tripadvisor.com Safety in Uzbekistan

⁴⁶ Tripadvisor.com Safety in Uzbekistan

Turistik xizmatlar quyidagi izohlarda ochib berilgan. O`zbekistonda turizm xizmatlari yani onlayn bilet olish jarayoni, avtomobil ijaraga olish, restoran, mehmonxona xizmatlari, gid xizmati, bankomat va sim karta xizmatlari va boshqalar haqida quyidagi izohlardan bilib olishimiz mumkin. Quyidagi izohlarda poyezd chiptasini onlayn olish mumkinligi va vokzallardagi chipta tekshiruvchi, bojxona xizmatining tez va osonligi keltirishgan (3.2.4-rasm).



Avenue9
Singapore, Singapo...

Level 3 Contributor

38 posts

13 reviews

9 helpful votes

10. Re: Train tickets online

4 years ago


With the PDF, you should be fine.

We arrived at the station 1.5 hr earlier. At the ticket office right beside the station, we queued for 5 min to get our tickets. There was security check at the station gate and baggage check inside the station. Everything was done in 15 min.

Save

3.2.4-rasm. Xizmatlar⁴⁷

Quyida sayyohlar mahalliy tur agentlar haqida, chipta olish joylarida tur gidlar toppish qiyinligi va eng yaxshi usul tur gidlarni onlayn qidirish kerakligini aytishgan. Bundan hulosa qilishimiz mumkinki turistlar tur gidlarni oson va muhim nuqtalardan topishni istaydilar (3.2.5-rasm).



SueWray
Moreton, United...

Level 6 Contributor

423 posts

43 reviews

1. Re: Local guides

18 Sept 2022, 9:48 pm

We've just returned from a tour and didn't see any local guides at the ticket booths. You are probably best to look online for a reputable local company or ask at your hotel.

Save

Reply

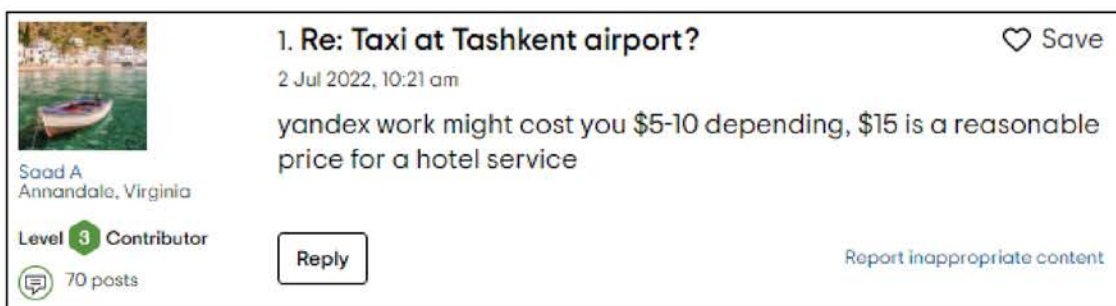
Report inappropriate content

3.2.5-rasm Xizmatlar⁴⁸

⁴⁷ Tripadvisor.com Services in Uzbekistan

⁴⁸ Tripadvisor.com Services in Uzbekistan

Quyidagi izohda Toshkent aeroportidan taxi xizmati narxlari haqida (3.2.6-rasm).



1. Re: Taxi at Tashkent airport? Save

2 Jul 2022, 10:21 am

yandex work might cost you \$5-10 depending, \$15 is a reasonable price for a hotel service

Saad A
Annandale, Virginia

Level 3 Contributor

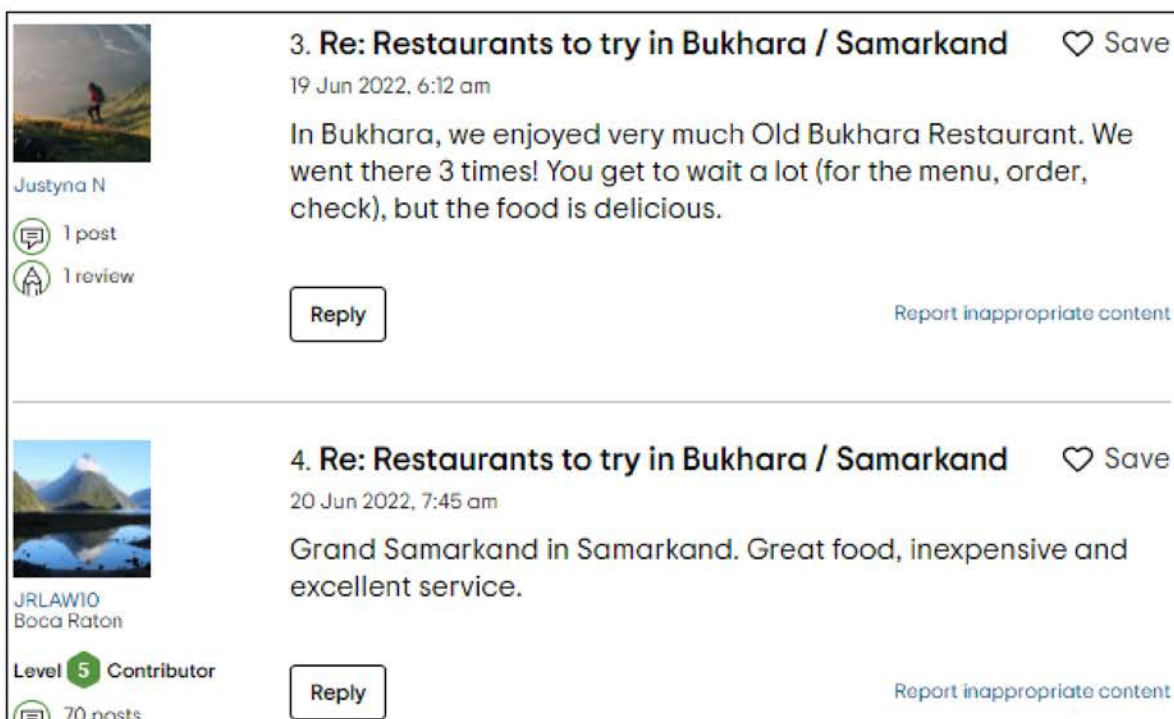
70 posts

Reply

Report inappropriate content

3.2.6-rasm. Xizmatlar⁴⁹

Quyidagi izohlarda mamlakatimizning mashhur sayyohlik nuqtalari Buxoro va Samarqanddagi restoranlar haqida sayyohlarning fikrlarini ko`rishimiz mumkin. Unda sayyohlar va hatto mahalliy aholi uchun ham malol keladigan holat bu menyu, buyurtma berish va ovqat kelishining uzoq vaqt olishi. Ayni sharhlarda sayyohlar shu muammolarni ko`rsatishgan (3.2.7-rasm).



3. Re: Restaurants to try in Bukhara / Samarkand Save

19 Jun 2022, 6:12 am

In Bukhara, we enjoyed very much Old Bukhara Restaurant. We went there 3 times! You get to wait a lot (for the menu, order, check), but the food is delicious.

Justyna N

1 post

1 review

Reply

Report inappropriate content

4. Re: Restaurants to try in Bukhara / Samarkand Save

20 Jun 2022, 7:45 am

Grand Samarkand in Samarkand. Great food, inexpensive and excellent service.

JRLAWIO
Boca Raton

Level 5 Contributor

70 posts

Reply

Report inappropriate content

3.2.7-rasm. Xizmatlar⁵⁰

⁴⁹ Tripadvisor.com Services in Uzbekistan

⁵⁰ Tripadvisor.com Services in Uzbekistan

Sharhlardan ko`rinib turganidek turistlar mahalliy poyezdlarning va undagi tekshiruv xizmatlarining tezligi haqida, mahalliy gidlarning kamligi va kerakli nuqtalarda topilmasligidan mamnun emasligini, taxi va restoranlar haqida ko`plab ijobiy va salbiy fikrlarni ko`rishimiz mumkin. Ammo restoranlarda kutish vaqti uzoqligi, xizmatning sustligini ham yozib qoldirishgan.

Diqqatga sazovor joylar turistlar uchun eng kerakli manzil hisoblanadi. Bu haqida sayyohlar fikrini quyida ko`rib chiqamiz. Quyidagi izohlarda turistlar diqqatga sazovor joylar va qilish va borish mumkin bo`lgan qiziqarli joylar bilan bo`lishishgan, Unda Buxoro masjidi, Vino fabrikasi, Tandir go`sht pishirish markazini taklif qilishgan (3.2.8-rasm).



2. Re: Things to do in and around Samarkand Save
3 years ago

I would not suggest to visit Urgut market since there is nothing interesting to see.

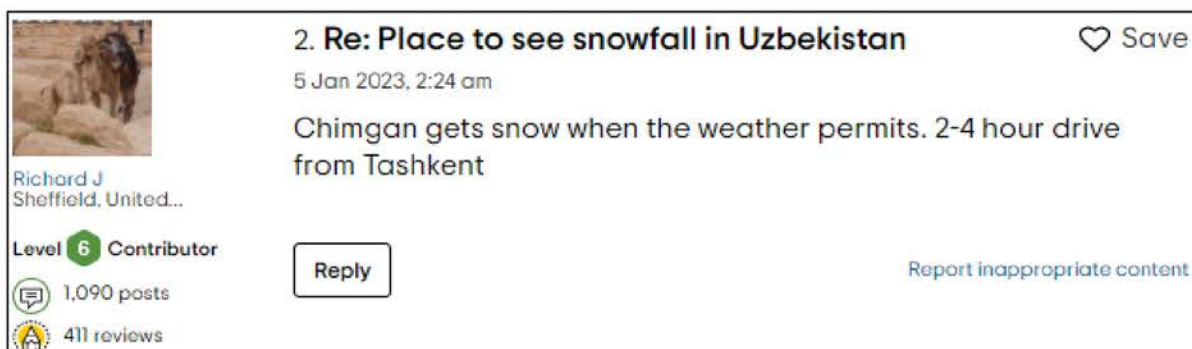
Some less known but amazing and authentic places to visit

1. Al Bukhari mosque for experiencing local people small pilgrimage.
2. Wine Factory to taste all kinds of wines
3. Tandir House to try the best roasted lamb

Jasurbek
Tashkent, Uzbekistan
Level 1 Contributor
17 posts

3.2.8-rasm. Diqqatga sazovor joylar⁵¹

Quyidagi izohda qalin qor mavsumida Chimyon tog`iga borish mumkinligi eng qiziq mashg`ulotlardan biri ekanligi keltirilgan (3.2.9-rasm).



2. Re: Place to see snowfall in Uzbekistan Save
5 Jan 2023, 2:24 am

Chimgan gets snow when the weather permits. 2-4 hour drive from Tashkent

Richard J
Sheffield, United...

Level 6 Contributor
1,090 posts
411 reviews

Reply

Report inappropriate content

3.2.10-rasm. Diqqatga sazovor joylar⁵²

⁵¹ Tripadvisor.com Sightseeings in Uzbekistan

⁵² Tripadvisor.com Sightseeings in Uzbekistan

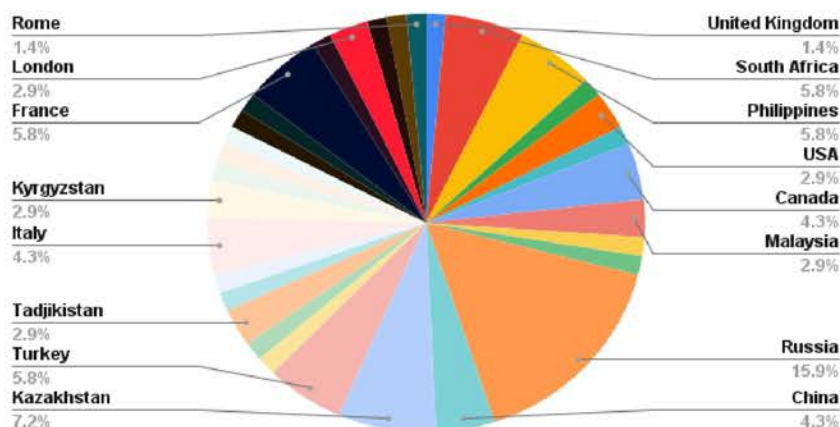
Sharhlarda korib turganimizdek turistlar O`zbekistonda diqqatga sazovor joylar, borish mumkin bo`lgan qiziqarli va takrorlanmas joylar haqida bir-birlari bilan tajriba almashgan. Demak ko`rinib turibiki O`zbekistonning deyarli barcha viloyatlarida turistlarni qiziqтира oladigan xususiyatlari bor desak xato qilmagan bo`lamiz. Shularga qaramasdan O`zbekistonda kamchiliklar ham mavjud, masalan tungi hayot, festival va karnavallarning yo`qligi, raqs va madaniy tadbirlarning kamligi turistlar uchun jozibasiz ko`rinishi mumkin.

Bundan tashqari ushbu tadqiqotda turistlarning O`zbekistonni turistik destinatsiya sifatidagi tasavvurini sayohatdan keyingi tajribasi orqali tahlil qilishda so`rovnoma usulidan ham foydalanamiz. Unda onlayn va offlayn tartibda sorovnoma tarqatilib, javoblar statistik usulda, Google spreadsheet hamda Worldcloud.com yordamida turli grafalar va diagrammalardan foydalanib tahlil qilinadi.

So`rovnoma O`zbekistonning barcha mashhur sayyohlik destinatsiyalari shuningdek, Samarqand, Buxoro, Xiva va Termiz shaharlarining turistlar ko`p tashrif buyuradigan markazlarda amalga oshirildi. Shu bilan birga so`rovnomaning elektron varianti avval O`zbekistonga tashrif buyurgan turistlarga onlayn rejimda tarqatildi. Respondentlar turli Yevropa, Rossiya, Osiyo, Afrika va qo`shni davlatlar Qozog`iston, Tojikiston va Afg`oniston davlatlaridan O`zbekistonga turli maqsadlarda kelgan tashrif buyuruvchilar hisoblanadi. Ushbu tadqiqot uchun 38 ta savol, sayyohlarning O`zbekistonni turizm destinatsiya sifatida qarashlarini o`rganish maqsadida 69 ta respondentdan javoblar statistik tahlil uchun yig`ib olindi.

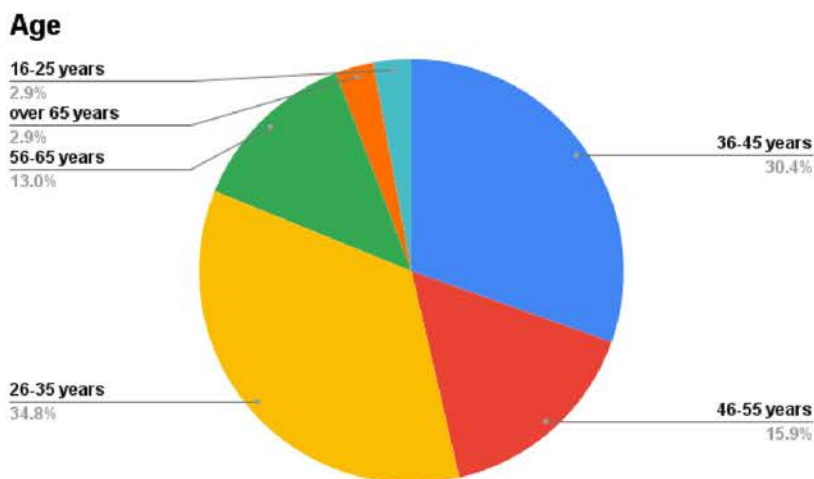
So`rovnoma usulida turistlarning javoblari mavsumiy bo`lishi ham mumkin, masalan, iqlim yoki qaysi davlatdan ko`proq turist kelishi, yoshga nisbatan, qolish davrining uzunligi ham mavsumga bog`liq bo`lishi mumkin. Quyidagi diagrammada o`tkazilgan so`rovnoma natijalari tahlilini ko`rib chiqamiz.

Which country do you come from?



3.2.11-rasm. Respondentlar kelgan davlatlar⁵³

So`rovnoma natijalariga ko`ra O`zbekistonga jami (69 ta) respondentlarning 15.9 foizi Rossiya Federatsiyasidan, 7.2 foizi Qozog`iston Respublikasidan, Turkiya, Janubiy Afrika, Filippin va Fransiya davlatlarining har biridan 5.8 foizdan hamda Xitoy, Kanada va Italiya davlatlaridan esa 4.3 foizdan turistlar tashrif buyurgani aniqlandi. Respondentlarning qolgani esa boshqa turli davlatlardan ekanligi aniqlandi (3.2.11-rasm).



3.2.12-rasm. Respondentlarning yoshi.⁵⁴

⁵³ Muallif tomonidan tuzilgan

⁵⁴ Muallif tomonidan tuzilgan

Javoblarga ko`ra O`zbekistonga tashrif buyurgan turistlarning asosiy guruhi 26-35 yoshgacha bo`lganlar hamda 36-45 yoshgacha bo`lgan yoshlar va o`rta yoshdagilar tashkil qiladi. Keyingi o`rinlarda 55-65 va undan yuqori yoshdagilar ham turli maqadlarda tashrif buyurishgan. Bundan tashqari mamalakatimizga tashrif buyuruvchilarning katta qismi erkaklar yani 100 dan 63.8 % erkaklar qolgani esa ayollar ekani aniqlandi. (3.2.12-rasm).

Turistlarning 43 % dan ko`proq qismi 7 kundan ko`p muddatda O`zbekistonda bo`lganlar yoki bo`lishni reja qilganligi aniqlandi. Bundan bilishimiz mumkinki mamlakatimizda uzoqroq vaqt qolishga sabab bo`luvchi maskanlar mavjud (1-ilova).

Sayyohlarning deyarli 38 % i kuniga \$ 30-50 sarflashini va bu ular uchun qimmat emasligini bildirgan. Kuniga \$ 100 dan o`proq sarflaganlar esa 10% ni tashkil qilishgan (2-ilova).

Qo`shimcha qilib aytganda shuni bilib olishimiz mumkinki turistlarning katta qismi self-organised yani o`zlari rejalashtirib kelgan mustaqil sayyohlar ekanligi aniqlandi. Bundan bilinib turibdiki O`zbekistonda tur agentliklarning chet eldagi ishtiroklari unchalik ham faol emas (3-ilova).

Tadqiqot natijalariga ko`ra turistlarning juda katta qismi yani 70 % i mamlakatimizga ilk bor tashrif buyurishi va eng quvonarlisi deyarli 73% turist “O`zbekistonga yana tashrif buyuraman deb o`ylaysizmi? “degan savolga “Ha” deb javob berishgan (4-ilova).

Joylashtirish vositalaridan albatta ko`p qismdagi (70%) turistlar mehmonxonalarni tanlashgan, qolganlari esa hususiy uylarda, mehmon uylarida va boshqa variantlarni ko`rsatishgan (5-ilova).

“O`zbekiston haqida qayerdan eshitdingiz?” degan muhim savollardan biriga turistlarning 38% i do`stlar va tanishlarning tavsiyasi orqali, 28 % i internet orqali, 12 % i tur agentliklar va turizm yarmarkalari orqali, qolganlari esa hamkasblari, sayohat bloglari va boshqa resurslar orqali O`zbekiston haqida eshitganlarini bildirishgan (6-ilova).

Tadqiqot natijalariga ko`ra “O`zbekistonga kelishingizning sabablari?” degan savolga 69 ta respondentning 27 tasi madaniyat, 26 tasi ta`til va dam olish, milliy va mahalliy ovqatlar, tabiat, ko`ngil ochish kabi variantlarni 12 % dan tashkil etadi (7-ilova).

“Ovqatlanish xizmatlari sifati” va “Ovqatlanish xizmatlarining ochilish vaqti” degan savolimizga ko`plab respondentlar qoniqarli javob berishgan, yani Ovqatlanish xizmatlarining ochilish vaqti va sifati ularni qoniqtirgan. (8-ilova)

Bundan tashqari “Shopping va suvenirlar” haqidagi savolga ham qoniqarli javob beilgani aniqlandi.

Turistlarni jalb qilish uchun muhim omillardan biri bu mehmonxona va boshqa joylashtirish vositalarining sifati va turistik xizmatlarning mavjudligi, ko`pligi va ularning sifati muhim rol o`ynaydi. Shuning uchun biz tadqiqot so`rovnomasida mana shu jihatlarga alohida e`tibor qaratishga harakat qilganmiz.

Demak, mehmonxona va boshqa yashash joylarining sifati haqidagi savolga 69 ta respondentdan 57 tasi qoniqarli va 12 tasi qoniqmaganligini ko`rsatgan (9-ilova).

“Tanlangan destinatsiyaga kelishdan oldin turistlarga O`zbekiston haqida berilgan ma`lumotlar” haqidagi savolga 69 ta respondentdan 51 tasi qoniqarli, 18 tasi qoniqarsiz va juda qoniqarsin javoblar berishgan. Bundan ko`rish mumkinki mamlakatimiz haqida internetda, turizm va sayyohlik platformalarida chet el turistlari uchun mehmonxona, transport, xizmatlar, narxlar va eng asosiysi ko`ngilochar tadbirlar haqida ma`lumotning yo`qligi yoki juda kam va sodda qilib keltirilgan, jozibador bo`lmagan ma`lumotlarning mavjudligidir. (10-ilova)

Agar tashrif buyuruvchilar sayohat maqsadida tur agentliklarni tanlagan bo`lsalar, “Tur agentliklarning mavjudligi”, “professionalism” va ularning til bilish qobiliyati haqidagi savolga juda qoniqarli javob kam belgilangan bo`lib bor yog`i 8 kishi, 9 kishi va 7 kishi. Tur agentliklarning mavjudligi o`rtacha qoniqishni esa 20 kishi belgilagani aniqlandi (11-ilova). Bundan ko`rinib turibdiki mamlakatimizda tur agentliklarning faoliyati unchalik ham faol emas. Albatta qoniqarsiz va juda qoniqarsin javoblar ham anchagina ammo hammamizga

ma'lumki har hil madaniyat, din va mentalitetdan kelgan turistlarni har birini qoniqtirishning imkoni bo'lmasa kerak. Ammo respondentlarning javoblaridan bilishimiz mumkinki barcha savollarga ularning katta qismi "o'rtacha qoniqish" ni bildirishgan.

Tadqiqot natijalariga ko'ra, "Madaniy tadbirlar va Tarixiy madaniy meros" haqidagi savolga juda yaxshi natijalar berilgan shuningdek, Madaniy tadbirlarga qoniqish, o'rtacha qoniqish va juda qoniqish punktlarini qo'shib hisoblaganda 57/69 dan. Tarixiy madaniy merosga esa 58 kishi qoniqarli, o'rtacha qoniqarli va juda qoniqarli javoblarini berishgani aniqlandi (12-ilova).

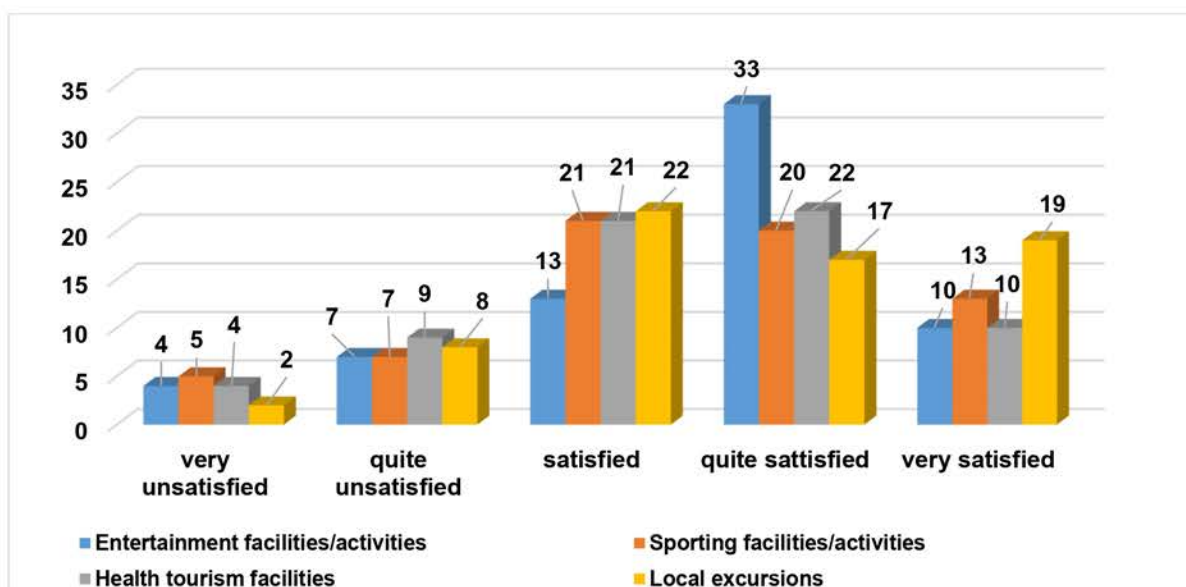
Mahalliy transport va parklar va yashil maydonlar savoliga ko'plab qoniqarli va ko'plab qoniqarsiz javoblar aniqlandi. Ayniqsa mahalliy transportga bo'lgan qoniqarsiz javoblar 20 kishini tashkil etadi. Bu esa "juda qoniqarsiz" degan javob uchun juda ko'plik qiladi va bu mamlakatimizda transport sinxronizatsiyasining yaxshi ahvolda emasligini yaqqol ko'rsatdi (13-ilova).

Tozalik va suv va gigienaning sifati haqidagi savolga deyarli yuqoridagiga o'xshash javoblar aniqlandi yani tozalik va suvning sifatidan respondentlarning ko'pchiligi qoniqarli javoblar bergani aniqlandi (14-ilova).

Sayohat qilish uchun eng muhim omillardan biri bu havfsizlik. Hammamizga ma'lumki O'zbekiston dunyoda eng havfsiz mamlakatlarning biri hisoblanadi. Respondentlarning 60 tasi bu savolga qoniqarli javoblarni berishgan (15-ilova).

O'zbekistonning turistlarga taklif qila oladigan turizm salohiyati uning turizm va boshqa xizmatlar, ko'ngilochar maskan va tadbirlar, mahalliy turlar, tabiiy manzaralar, tabiatning muhofaza qilinganligi va boshqa bir qancha faktorlar bilan o'lchanadi.

So'rovnomaning "Tabiiy landshaftlar va Tabiat muhofazasi" savollariga respondentlar juda ijobiy javoblar ko'rsatishgan. Shundan, 62 ta respondent ijobiy javob berishgan (16-ilova).



3.2.13-rasm. Turizm xizmatlari.⁵⁵

Ko`ngilochar mashg`ulotlar, Sog`lik turizmni, Sport quayliklari, Mahalliy turlar savollaridan “Ko`ngilochar mashg`ulotlar” 33 ta “juda qoniqarli” ni belgilashgani aniqlandi. “Juda qoniqarsiz” degan javobni esa o`rtacha 8 kishi belgilagan (3.2.13-rasm).

Nihoyat so`rovnomaning eng ohirgi savoli O`zbekistonda narxlar va O`zbekiston turistik destinatsiya sifatidagi salohiyati haqidagi savollarga “juda qoniqarli” javobi bilan 30 kishi va 26 kishi aniqlandi (17-ilova).

Xulosa qilib aytadigan bo`lsak, ushbu tadqiqot xorijiy sayyohlarning O`zbekistonni sayyohlik destinatsiya sifatidagi qarashlari va tasavvurlari haqida dastlabki ma'lumotlarni aniqlab berdi (18-ilova).

O`zbekiston o'z iqtisodiyoti, texnologiyasi va ta'limini juda muvaffaqiyatli rivojlantirmoqda, ammo turizm va xizmatlar sektori hali ham orqada. Geografik nuqtai nazardan, O`zbekiston bugungi kunda turizm uchun chorraha sifatida yaxshi holatda. Bundan tashqari, uning siyosiy va iqtisodiy barqarorligi, mo'l-ko'l va xilma-xilligi, milliy xarakterning bir qismi sifatidagi mehmondo'stlik va bag'rikenglik jahon turizm bozorida o'z o'rnini izlashda tayanish kerak bo'lgan kuchli tomonlardir. O`zbekistonni destinatsiya sifatida brendlash turizm sohasi

⁵⁵ Muallif tomonidan tuzilgan

mutaxassislar uchun O'zbekiston haqidagi notog'ri stereotiplarni bartaraf etishda muhim ahamiyatga ega.

Qisqa qilib aytganda hozircha sayyohlik destinatsiya sifatida O'zbekiston brendi yo'qdek ammo so'rovnomadagi ko'plab ijobiy javoblarga va turistlarning O'zbekistonni turistik destinatsiya sifatidagi fikr mulohazalariga tayanadigan bo'lsak mamlakatimizda turizm hozirgi davrda rivojlanish yo'lida va turizm platformalari foydalanuvchilari (UGC) tomonidan qoldirilgan sharhlarni eslaydigan bo'lsak, o'zbekistonning hali ochilmagan va foydalanilmagan salohiyatlari talaygina. Faqatgina maqsad kamchiliklarni bartaraff qilish va yangiliklarni yashin tezligida kiritish va yangilanish qilish O'zbekiston turizmini har doim bir qadam oldinga rivojlanishga yordam beradi.

O'tkazilgan so'rovnoma tadqiqotiga umumiy nazar soladigan bo'lsak, sayyohlar uchun eng qoniqarli narsa bu mamlakatimizodamlarining do'stonaligi, tabiati va tarixiy madaniy merosi ekanligi aniqlandi. Shu bilan birga eng qoniqarsiz deb topilgan muammolar eng avvalo xizmat sifatining pastligi va transport deb aniqlandi. Keyingi paragrafda shu va boshqa kamchilik va takliflar haqida batafsil yoritishga harakat qilamiz.

3.3-§. Turistlar tasavvurini o'rganish asosida turizm faoliyatini takomillashtirish yo'nalishlari.

Turizm O'zbekiston iqtisodiyotining muhim tarmoqlaridan biridir. So'nggi olti yil ichida sohada yaxshi o'zgarishlar bo'ldi. Biroq turizmni ideal darajada rivojlantirish uchun hali ko'p ishlar qilinishi kerak. Hisob-kitoblarga ko'ra, 2019-yilda respublikaga kelgan sayyohlar soni 2016-yilga nisbatan 3,3 barobarga oshgan. Joriy yilda O'zbekistonga 6,7 millionga yaqin sayyoh tashrif buyurdi.

Natijada 1,6 milliard dollarlik turistik xizmatlar eksporti amalga oshirildi. 2016-yilda bu ko'rsatkich 430,7 million dollarni tashkil qilgan. Madaniyat va turizm vazirligi ma'lumotlariga ko'ra, 2020-yilda mamlakatimizga 7 milliondan ortiq xorijiy sayyoh kelishi kutilgandi, biroq, og'ir pandemiya sharoitida, boshqa barcha sohalar singari, turizm ham sezilarli darajada zarar ko'rdi. Ya'ni,

2020-yilda respublikaga 1,5 million sayyoh keldi, 261 million dollarlik turistik xizmatlar eksport qilindi. 2021-yilda O‘zbekistonga 1,9 milliondan ortiq xorijiy sayyoh keldi va 422,1 million dollarlik turistik xizmatlar eksport qilindi. Quyida ushbu ma’lumotning infografikasi bilan tanishishimiz mumkin. Madaniyat va Turizm vazirligi tomonidan taqdim etilgan infografikada 2023-yil ohirigacha 7 mln nafar turistni mamalakatga kelishi prognoz qilingan (3.3.1-rasm). Albatta bu maqsadni amalga oshirish uchun bizda dunyo standartidagi xizmatlar va sharoitlar bo‘lishi shart va milliy brendni yaratish orqali turistlar oqimini oshirish zarur.



3.3.1-rasm. Xorijiy sayyohlar soni 2020-2023 yillar⁵⁶

Ushbu ilmiy ishning asl maqsadi turistlarning O‘zbekistonni sayyohlik joy (destinatsiya) sifatidagi fikrini o‘rganish asosida talablari va ularni nimalar jalb qilishi, yetishmayotgan faoliyatlarni rivojlantirish yo‘llari, kamchiliklarni bartaraf qilish uchun takliflar berish edi.

⁵⁶ Madaniyat va Turizm vazirligi 2023.

Quyida so'rovnoma natijalariga tayangan holda turistlar keltirgan kamchilik va sharoitlarni tahlil qilamiz va shunga mos ravishda faoliyatlarini takomillashtirish yo'llarini taklif qilishga harakat qilamiz. Shulardan eng asosiysi:

Infrastrukturaning yaxshi emasligi, so'rovnoma natijalaridan hamda turistlar bilan bo'lgan suxbatdan shular aniq bo'ldiki mamalakatimizda hech kimga sir bo'lmaganidek strukturaning yaxshi takomillashmaganidir. Turistik xizmatlar, ovqatlanish nuqtalari, transport xizmatlari, aeroport sifati va xizmatlari va boshqa xizmat ko'rsatuvchi sohalarning sustligi aniqlandi.

Turistlarning javoblari tahlil qilinib, O'zbekistonda aksar turar joylarning sharoitlari va sifati xorijiy turistlarni qoniqtirmagani va hatto bu kabi kamchiliklar ularning sayohatlarini ko'ngildagidek o'tmayotganligiga sabab bo'lgani aniqlandi. Unga ko'ra, turar joylar yoki juda eski holatda, yoki judayam oddiy ekanligini bildirishdi. Bundan xulosa qilishimiz kerakki demak sayyohlar O'zbekistondan yaxshiroq, jahon standartlaridagi sharoitlarni kutishadi.

Tahlillardan ma'lum bo'lgan yana bir narsa bu mamlakat ichidagi tur agentliklarning faoliyati. Tur firmalar yok gid xizmatining sustligi yoki judayam yomon holatdaligi so'rovnoma tahlilidan so'ng yaqqol ko'rinib qoldi. Tur firmalarning aktiv va positive faoliyati naaqqat mamlakatimizga sayyohlar sonini ko'payishining asosiy kalitlaridan biri balki birinchi marta tashrif buyurgan sayyohning yana qaytib kelishini ta'minlash uchun yoki bo'lmasam O'zbekiston haqida o'zining tanishlariga va hatto xorijiy turistlarga xos bo'lgan harakter-internetdagi turizm platformalarida o'zining ijobiy izohlar qoldirishi uchun xizmat qiladi.

Deyarli barcha xorijiy turistlar sayohat qilishdan avval o'sha mamlakat haqida internetda turizm platformalaridagi izohlarga tayanib qaror qilishadi. Bundan tashqari yana bir muhim kamchilik, "imkonsiz" kamchilik bu iqlim.

O'zbekistonda yoz faslida quruq va juda issiq buning ustiga tez- tez bo'lib turadigan chang to'zonli ob-havo va ohirgi yillarda katta muammoga aylanib borayotgan havoning ifloslanish darajasi yuqorilagani. Turistlar so'rovnomada

iqlim borasidagi savolga har doim ham ijobiy baho berishmadi va suxbat davomida ulardan yuqoridagi iqlim bilan bog`liq muammolarni sanab o`tishdi.

Yana bir katta va muhim muammo va kamchilik bu albatta “servis” yani xizmatlar. So`rovnoma tahlillaridan sayyohlar O`zbekistonda xizmatlarga past baho qoyishgani aniqlandi. Ayniqsa ovqatlanish nuqtalaridagi xizmatlar unchalik ijobiy baho ko`rsatmadi hamda qo`shimcha qilib aytishimiz mumkinki mamlakatimizning hamma markazlarida ham turli millatlar ovqatlarini topib bo`lmaydi yani har hil turdagi millatlar ovqatlarining kamligi ham sayyohlarni jalb qilish uchun bir sabab bo`lishi aniq. Shulardan kelib chiqib, O`zbekistonda turizm faoliyatini rivojlantirish uchun izlanishlarimizga tayanib quyida ba`zi yo`llari haqida taklif hamda taxminlar keltiramiz.

O`zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 28 maydagi “Koronavirus pandemiyasining salbiy ta`sirini kamaytirish uchun turizm sohasini qo`llab-quvvatlashga doir kechiktirib bo`lmaydigan chora-tadbirlar to`g`risida”gi farmonida 2020 yil 1 iyundan 2021 yil 1 martga qadar joylashtirish bo`yicha xizmatlar (mehmonxona xizmatlari) narxining 10 foizi miqdorida joylashtirish vositalarini subsidiyalash ko`zda tutilgan.⁵⁷ Davlatimiz rahbarining mahalliy va xorijiy tashrif buyuruvchilar uchun qulay shart-sharoitlar yaratish, turistik mahsulotlar turini diversifikatsiya qilish va umuman olganda pandemiyadan so`ng mamlakatimizda turizmni qayta oyoqqa turg`izish uchun qator qaror va farmonlari imzolandi. Albatta buning ortidan mamlakatimizga turistlar oqimi sezilarli darajada ko`paydi.

Avvalambor, davlatimiz rahbari tomonidan qabul qilinadigan qaror va farmonlar orqali so`rovnoma natijalaridan aniqlangan kamchiliklar va muammolar va shu kabi boshqa muammolarni hal qilinishi mumkin.

Mamlakat infratuzilmasini yaxshilash, har tomonlama yangilanish va jahon turizm yangiliklarini joriy qilish lozim. Bundan tashqari visa rejimini soddalashtirish turistlar uchun destinatsiya jozibadorligini anglatadi.

⁵⁷ O`zbekiston Respublikasi Prezidentining, 19.06.2020 yildagi “Turizm sohasini sanitariya-epidemiologik xavfsizlikning kuchaytirilgan rejimi talablariga qat`iy rioya qilgan holda rivojlantirishga doir qo`shimcha chora-tadbirlar to`g`risida” PQ-4755-son qarori.

“Ko`proq xalqarolashuv”- buning negizida juda ko`p ishlar yotadi. O`zbekiston turizm sohasini rivojlantirish uchun globallashuv, hamkorlikni kuchaytirishi lozim degan fikrga keldik. Chunki hamkorliksiz hech bir davlat yangilana olmaydi yoki rivojlana olmaydi desak tog`ri bo`ladi. Bunga qo`shimcha sifatida xalqaro raqobatbardosh turizm marketingi O`zbekistonda iqtisodiyotning yanada rivojlanishi uchun xizmat qiladi. Huddi boshqa davlatlarning rivojlanishi uchun turizm motor vazifasini bajargani kabi.

Shu bilan birga O`zbekistonda MICE turizmni, ziyorat turizmni, Tibbiy turizmga ko`proq urg`u berish orqali sayyohlar oqimini oshirish mumkin. Xorijiy turistlar madaniyat, tarix, yangi narsalarni o`rganish, izlanish maqsadida sayohat qilishadi. Mamlakatimizning tarixiy madaniy salohiyati judayam keng bo`lib hali ochilmagan qirralari talaygina. Shuning uchun, sayyohlar uchun madaniyatimiz, qolaversa qadimdan qanday yashab o`tganimiz, eski madaniyatimiz, tariximiz haqida muntazam ravishda tadbirlar o`tkazilishi. Madaniy kechalar ko`plab uyushtirilishi lozim.

Yana bir so`rovnoma natijalaridan biri bu transport muammolari. Turizm rivojlangan har qanday davlatda transport albatta juda yaxshi yo`lga qo`yilganini shaxsan o`zim guvohi bo`lganman. Bizda hanuzgacha eng oddiy xizmat turi, ijaraga moshina, motosikl, skuter, velosiped olish xizmatlari mavjud emas yoki yaxshi takomillashmagan. Biz uchun katta narsa bo`lgan bu xizmat turi chet el fuqarolari uchun aslida juda oddiy narsa hisoblanadi. Bunday xizmatlarni yaxshi yo`lga qo`yish va uni internet platformalarida reklama qilish albatta sayyohlarning e`tiborini tortadi.

III bob bo`yicha xulosalar.

Hozirgi kunda har qanday davlatning asosiy maqsadlaridan biri bu turizm sohasida, sayyohlarning ko`z o`ngida davlat imidjini yaratish. Dunyoning rivojlangan shaharlari Parij, London, Nyu York va boshqalar kabi bitta shaharning butun mamlakat turizmi uchun katta rol o`ynayotgani kabi.

Xulosa qilib aytadigan bolsak, mamlakatimizning xorijiy turistlar ongida hali aniq bir imidji bor deb aytish qiyin. Buning uchun turizm sohasida hali qilinishi kerak bo'lgan juda ko'p ishlar yotibti. O'zbekiston deganda xorijiy turistlarda faqatgina sobiq SSSR davlatlarining biri emas balki mustaqil, rivojlangan, salohiyatlari ko'p, taklif qila oladigan jihatlari talaygina, sayohat qilsa sayohatidan bir umrlik hotira qoladigan, ham tarixiy, ham madaniy, ham tibbiy, ham zamonaviy tungi hayot, ham mazzali gastronomiya, barchasini bittada jam qila olgan qiziqarli, boshqa har qanday mamlakatlardan ajralib turadigan davlatni ko'z oldiga keltiradigan darajaga chiqishimiz shart.

Mazkur bobda sayyohlarning O'zbekistonga sayohatlaridan so'ng internet platformalarda qoldirgan video, rasm va izohlaridan xorijiy sayyohlar mamlakatimizga sayohatdan tarixiy obidalaridan va gastronomiyadan zavq olishgan, ammo ovqatlarning xaddan ziyod kuchliligi ham ularga havotir uyg'otganligi aniqlandi.

Ilmiy ish so'rovnomasi tahlilidan aniqlangan kamchiliklarga ko'ra, mamlakatimizda infrastruktura va xizmatlarni juda yaxshi yo'lga qo'yish zarur. Bundan tashqari turistlarga bevosita xizmat qiluvchi kadrlar va aholining muomala madaniyatini yaxshilash yana qo'shimcha foyda keltirishi sir emas.

Xulosa va takliflar

Xulosa qilib aytganda, destinatsiya imidjini yaxshiroq tushunish uchun akademik, turizm va mehmondo'stlik mutaxassisleri destinatsiya imidjining ko'p qatlamli, individuallashtirilgan va dinamik xarakterini va uning shakllanishiga qanday asosiy omillar ta'sir qilishini hisobga olishlari kerak.

Sayyohlik destinatsiyasini tashkil qilish bir nechta bosqichlarni xalqaro, milliy, regionlar va mahalliy va jamoat darajalarini o'z ichida olib u destinatsiyani rejalashtirishning bir necha bosqichlarini va ahamiyatlarini ham aniqlaydi. Mamlakatimizda destinatsiyani rejalashtirishni dunyo standartiga xos ravishda olib borilsa barcha destinatsiyalar xorijiy sayyohlar talabiga javob bera oladigan standartda bo'ladi.

Turizm sohasida qisqa muddatda rivojlanishga erishish maqsadida qo'yilgan vazifalar mavjud bo'lib ular: turizm sohasiga oid normativ-huquqiy bazani takomillashtirish, turizm sohasini rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratishga qaratilgan xalqaro norma va standartlarni joriy etishdan iborat.

Sayyohlarning talab va ehtiyojlarini hisobga olgan holda mamlakatimizning barcha hududlarida turizm infratuzilmasini va tegishli infratuzilmani rivojlantirish, logistikani rivojlantirish, tashqi va ichki yo'nalishlarni takomillashtirish, transport sifatini oshirish, turizm bozorining turli segmentlari uchun turizm mahsulotlari va xizmatlarini diversifikatsiya qilish orqali mavsumiy omillar ta'sirini kamaytirish bo'yicha kompleks chora-tadbirlarni ko'rish. Respublikada turizm xizmatlariga bo'lgan ehtiyojni qondirishga qaratilgan turizm sub'ektlari faoliyatini rag'batlantirishni ta'minlovchi ichki turizmni rivojlantirish, malakali mutaxassislarni tayyorlash, xizmat ko'rsatuvchi xodimlarni qayta tayyorlash va malakasini oshirish tizimini takomillashtirish, O'zbekiston Respublikasi milliy turistik mahsulotini, milliy sport turlarini ommalashtirib ularni kengroq va qiziqarliroq tartibda turistlarga tanishtirish va milliy brend sifatida ichki va tashqi turizm bozorlarida ilgari surish lozim. Shu orqali mamlakatimizda turistlar uchun yetishmayotgan, muhim bir

destinatsiya elementi bo'lgan tadbirlar soni ham oshadi. Hamda O'zbekistonni sayohat va dam olish uchun xavfsiz mamlakat sifatidagi imidjini mustahkamlashdir.

Yuqorida sanab o'tilgan chora-tadbirlarni amalga oshirish mamlakatimizni rivojlangan turizm industriyasi hamda boy turistik salohiyatga ega bo'lgan, sayohat va dam olish uchun xavfsiz davlat imidjini shakllantirishga, shuningdek xorijdan tashrif buyuruvchilar sonini yiliga 4,8 milliondan 9 milliongacha, shuningdek O'zbekistonga turistlarni jalb qilish bo'yicha xorijiy hamkorlar sonini oshirishga xizmat qiladi.

Bundan tashqari biz ushbu ilmiy ishda turizmni va sayyohlik destinatsiyalarini rivojlantirishning xorijiy mamlakatlar tajribasidan klaster yo'nalishi haqida batafsil keltirdik. Turizmni rivojlantirishning klasterli yondashuvi hududda turizmning har hil turlarini rivojlantirishga yordam beradi va albatta shu bilan birga destinatsiya rivojlanishiga katta ta'sir ko'rsatadi.

Aksariyat xorijiy davlatlar o'z hududida turizm klasterlarini rivojlantirib, sog'lomlashtirish, biznes, madaniy, tarixiy va sport turizmiga e'tibor qaratmoqda.

Destinatsiyadagi noyob ob'ektlarning mavjudligi turistik klasterni muvaffaqiyatli rivojlantirishda muhim omil bo'lmoqda. Ob'ektlar ham sun'iy ravishda yaratilgan, ham tabiiy bo'lishi mumkin, ularning asosiy maqsadi turistlarni mintaqaga jalb qilish va hududning brendini shakllantirishdir. Tajribani tahlil qilar ekanmiz, shuni ham ta'kidlash mumkinki, xizmat ko'rsatish darajasi va turistik infratuzilma turistlar talablariga javob berishi kerak. Turistik klasterlar tarkibida qo'shimcha xizmatlar ko'rsatish ortiqcha bo'lmaydi.

Umumiy qilib aytadigan bo'lsak ushbu ilmiy ish destinatsiya tushunchasi va uni tashkil qilishning nazariy asoslari, destinatsiyani samarali tashkil qilish va rivojlantirish, bo'yicha barcha kerakli izlanishlarni o'z ichiga olgan bo'lib destinatsiyada turizmni rivojlantirishning samarali usuli klasterlar deb hisoblanadi. O'zbekiston turizmni rivojlantirishda salmoqli salohiyatga ega davlatdir. Bu ko'plab noyob tabiiy ob'ektlar, boy madaniy va tarixiy merosning mavjudligi bilan ham bog'liq. O'zbekiston Respublikasiga kelayotgan xorijliklar

soni yildan-yilga ortib bormoqda. O'zbekiston o'zining bugungi kungacha saqlanib qolgan me'moriy obidalarini bilan faxrlanadi. Xivadagi Ichan qal'a majmuasi, Buxorodagi tarixiy markazlar, Shahrisabz va Samarqand shaharlari YUNESKONing Butunjahon merosi maxsus ro'yxatiga kiritilgan. Bu shaharlarning betakror obidalarini va me'moriy inshootlari o'tmishni aks ettiradi va mamlakat tarixida muhim o'rin tutadi. Turizm bugungi kunda iqtisodiyotning muhim tarmoqlaridan biriga aylangan. Shu bois dunyoning ko'plab davlatlari ushbu sohani yanada rivojlantirish, jahon andozalari darajasida tegishli infratuzilmani yaratish, sayyohlar oqimini ko'paytirish bo'yicha barcha chora-tadbirlarni amalga oshirmoqda. Afsuski, O'zbekiston bu borada hamon ancha orqada qolganini ko'rish mumkin.

Xususan, Jahon Sayohat va Turizm Kengashi (BTSK) ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekiston sayyohlik tashriflari soni bo'yicha dunyo mamlakatlari orasida 150-o'rinni egallagan. Mamlakatimiz jahon turizm bozorida o'z o'rniga ega bo'lishiga qaramay, sayyohlar uchun qulay shart-sharoitlar yaratish, xizmat ko'rsatishni yaxshilash, turistik diqqatga sazovor joylarning jozibadorligini oshirish, reklamani kuchaytirish darajasi juda past. Ammo shu bilan bir qatorda mustaqilligimizdan so'ng va ohirgi 5 yil ichida O'zbekistonda xususan turizm sohasida va boshqa barcha sohalarda katta o'zgarishlarni ko'rish qiyin emas.

Mamlakatimizda turizmning bozor munosabatlariga asoslangan yangi huquqiy va iqtisodiy asoslari yaratildi. Zamonaviy infratuzilma obyektlari barpo etildi, turizmning jahon andozalari darajasida yangi yo'nalishlari joriy etildi.

Mavjud tarix va madaniyat yodgorliklarini yangilash bilan birga ular keng tarqaldi. Bunday tizimli chora-tadbirlar kutilgan samarani berib, mamlakatimizning sayyohlik salohiyati tobora yuksalmoqda.

Qisqacha qilib aytganda, O'zbekistonda turizm sohasini innovatsiyalar va raqamlashtirish orqali o'zgartirish zarur. Hozirda foydalanilmayotgan imkoniyat sifatida agro va etnoturizm kabi bozor segmentlarini rivojlantirish zarur. Turizmni rivojlantirishning jahon amaliyoti shuni ko'rsatadiki, ushbu sohani yuqori rentabelli tarmoqqa aylantirish uchun davlat va xususiy sektorning barcha

ishtirokchilarining sa'y-harakatlarini birlashtirish va kuchaytirish zarur. Shu bilan birga, davlatning roli turizmni rivojlantirish siyosatini xalqaro darajada, davlat va xususiy sektor darajasida muvofiqlashtirish va rejalashtirishni ta'minlashdan iborat. Mavjud muammolarni tez va sifatli hal etish O'zbekistonda pandemiyadan keyingi davrda turizm imkoniyatlarini rivojlantirishda muhim o'rin tutadi.

Amalda sinalgan tadqiqot usuli, (so'rovnoma va foydalanuvchilar tomonidan yaratilgan content (UGC)) sayohatdan keyin turistlarning sayohat qilishdagi harakterlari, tanlovlarini har tomonlama o'rganishga yordam beradi.

Ushbu ilmiy ish keyingi tadqiqotlar uchun muhim izlanish hisoblanadi. Ammo faqatgina foydalanilgan so'rovnoma usuli yoki foydalanuvchi tomonidan qoldirilgan kontent (UGC) usuli orqali aniqlangan ma'lumotlarga tayanib sayyohlarning sayohat qilish davridagi harakterlari, tanlovlari va fikrlari qolaversa turistlarning O'zbekistonni sayyohlik joy (destinatsiya) sifatidagi fikrini o'rganish haqida haddan tashqari umumlashtirilgan xulosalar chiqarish mumkin emas.

Bundan tashqari, shuni ta'kidlash kerakki, hali ham ba'zi kamchiliklar va keyingi tadqiqotlar uchun takliflar mavjud. O'zbekistonning turizm rivojiga hissa qo'shish istagidagi kishi sifatida yechim topishga va O'zbek turizmining rivojlanishi uchun takliflar berishga harakat qildim. Avvalambor, ko'p va tez-tez tilga olinadigan muammolardan biri bu aviachiptalarning yuqori narxidir. Buning uchun albatta hukumat tomonidan narx chegarasi yoki normativ hujjatlar qabul qilinishi kerak. Mamlakatimizda infratuzilmani rivojlantirish uchun investorlar jalb qilish zarur buning uchun mamlakatimizning salohiyatli detinatsiyalarini chet el investorlariga reklama qilishimiz darkor. Transport logistikasini yanada takomillashtirish, bank va pul o'tkazmalarni osonlashtirish eng asosiy ishlardan hisoblanadi degan fikrdaman.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1 O‘zbekiston Respublikasi prezidentining 05.01.2019 yildagi “O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini jadal rivojlantrishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar” to‘g‘risidagi PF-5611-son farmoni.

2 O‘zbekiston Respublikasi prezidentining, 19.06.2020 yildagi “Turizm sohasini sanitariya-epidemiologik xavfsizlikning kuchaytirilgan rejimi talablariga qat’iy rioya qilgan holda rivojlantirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” PQ-4755-son qarori.

3 O‘zbekiston Respublikasi prezidentining 15.01.2022 yildagi "Turizm, Madaniyat, Madaniy meros va sport sohalarini yanada rivojlantirish uchun qo‘shimcha sharoitlar yaratish to‘g‘risida" PF-52-son farmoni.

4 O‘zbekiston Respublikasi prezidentining 19.06.2020 yildagi "Turizm sohasini sanitariya-epidemiologik xavfsizlikning kuchaytirilgan rejimi talablariga qat’iy rioya qilgan holda rivojlantirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida" PQ-4755-son qarori.

5 O‘zbekiston Respublikasi prezidentining Oliy Majlisga 20.12.2022 yildagi Murojaatnomasi.

6 O‘zbekiston Respublikasi prezidentining 05.01.2019 yildagi "O‘zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida" PF-5611 sonli farmoni.

7 O‘zbekiston Respublikasi prezidentining 09.02.2021 yildagi "O‘zbekiston Respublikasida ichki va ziyorat turizmini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida" PF-6165-sonli farmoni.

8 O‘zbekiston Respublikasi prezidentining 12.02.2016 yildagi "O‘zbekiston Respublikasining turizm sanoatini jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida" PF-4861 sonli farmoni.

9 O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar mahkamasining 10.07.2020 yildagi "O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini tiklash va rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlarni yaratish chora-tadbirlari to‘g‘risida" 433-son qarori.

- 10 O‘zbekiston Respublikasi prezidentining 2023 yil uchun Murojaatnomasi.
- 11 O‘zbekiston Respublikasi prezidentining 09.02.2021 yildagi “O‘zbekiston Respublikasida ichki va ziyorat turizmini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” PF-6165-son farmoni.
- 12 O‘zbekiston Respublikasi prezidentining 26.04.2023 yildagi “Respublikaning turizm salohiyatini jadal rivojlantirish hamda mahalliy va xorijiy turistlar sonini yanada oshirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” PQ-135-sonli qarori.
- 13 O‘zbekiston Respublikasining 18.07.2019 yildagi “Turizm to‘g‘risida” O‘RQ-549-sonli qonuni.
- 14 A Smith. Components and Elements of tourism destination 2021
- 15 Baloglu S., McCleary, K.W A model of destination image formation Annals of Tourism Research. - 1999
- 16 Buhalis D Marketing the competitive destination of the future. Tourism Marketing the competitive destination of the future. Tourism. - 2020. - T. 971–116.
- 17 Bui V, Alaei, A.R, Vu, H. Q, Li G, & Law R. Revisiting tourism destination image: A holistic measurement framework using big data - 2022
- 18 Caldeira A. M., & Kastenholz, E Spatiotemporal tourist behaviour in urban destinations: A framework of analysis - 2020
- 19 Chen W., Xu, Z., Zheng, X., & Luo, Y. Geo-tagged photo metadata processing method for Beijing inbound tourism flow - 2019
- 20 Choi S., Lehto, X. Y., & Morrison, A. M. Destination image representation on the web: Content analysis of Macau travel related websites - 2007
- 21 Claire Haven Tang & Eleri Ellis Jones TOURISM SMES, SERVICE QUALITY AND DESTINATION COMPETITIVENESS - [6.M.]: CABI publishing, 2005
- 22 Di Marino M The strategic dimension of destination image. An analysis of the French Riviera image from the Italian tourists’ perceptions. “Tourism Management” . - 2006

- 23 Echtner C.M., Brent, J.R. The meaning and Measurement of destination Image The journal of Tourism studies. - 1991
- 24 G`ulomxasanov E. Turizmda destinatsiya - 2022
- 25 Geoffrey Ian Crouch J.R. Brent Ritchie & Horst-Herbert G. Kossat THE COMPETITIVE DESTINATION: A SUSTAINABLE TOURISM PERSPECTIVE - 2003
- 26 Giglio S., Bertacchini, F., Bilotta, E., & Pantano, P. Machine learning and points of interest: Typical tourist Italian cities - 2020
- 27 Hall C. M Tourism Planning: Policies, processes, relationships - UK: Prentice Hall : 2018
- 28 Hamidov Obid O`zbekistonda sayyohlik sohasi taraqqiyotining bugungi ahvoli qanday? Kun.uz. – 2017
- 29 Jenkins O.H Understanding and Measuring Tourist Destination Images International Journal of Tourism Research. - 1999
- 30 Kotler F Bowen J., Makenz J. Marketing. Hospitality. Tourism: Textbook for universities. M.: UNITI, 2003
- 31 Kotler P., Gertner, D Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective Brand Management. - 2018
- 32 Leiper.N The Framework of Tourism: Towards a definition of Tourism, Tourist and the Tourist Industry. - 1979. - T. 390-407.
- 33 Lew A., & McKercher, B. Modeling tourist movements. - 2006
- 34 Liu W., Wang, B., Yang, Y., Mou, N., Zheng, Y., Zhang, L., & Yang, T Cluster analysis of microscopic spatio-temporal patterns of tourists' movement behaviors in mountainous scenic areas using open GPS-trajectory - 2022
- 35 Liu Y., Yao, X., Gong, Y., Kang, C., Xun, S., Wang, F., Wang, J., Zhang, Y., Zhao, P., Zhu, D., & Zhu, X. Analytical methods and applications of spatial interactions in the era of big data - 2020
- 36 M.R.Usmanov B.Eshquvvatov, X.Fozilov O`zbekistonda turizmni rivojlantirish istiqbollari. География, тупроқшунослик ва экологиянинг долзарб - Самарқанд: СамДУ нашри - 2018

- 37 Magnus Enzensberger. H. A Theory of tourism. - 2021
- 38 Majidov Hasanjon O'zbekistonda turizmni rivojlantirish: 2016-2020 yillarga umumiy sharh REVIEW. UZ. - 2021
- 39 Mayo E.J., Jarvis, L.P. The psychology of leisure travel Boston, MA, CBI.. - 1981
- 40 Medlik Burkart Destination Planning and Development - 2021
- 41 Miah S. J., Vu, H. Q., Gammack, J., & McGrath, M. A big data analytics method for tourist behaviour analysis. - 2020
- 42 Orsi F., & Geneletti, D. Using geotagged photographs and GIS analysis to estimate visitor flows in natural areas. - 2013
- 43 Pearce P.L The Ulysses Factor: Evaluating Visitors in Tourist Settings New York, Springer Verlag. - 1988
- 44 Prebensen N.K Exploring tourists' images of a distant destination. Tourism management. - 2007
- 45 Q.A.Alimov F.S.Qutlimurotov, E.T.Rabbimov Turizm infratuzilmasi (o'quv qollanma) - 2021
- 46 Samandarova Dilfuza O'zbekiston o'z turistik brendini xorijda qanday targ'ib qilmoqda - 2023
- 47 Sazhin Y.V., Saraikin, Y.V Social Expectations and Satisfaction with Professional Activity of Pedagogical Personnel of Research University (evidence from the State University of Mordovia) European Research Studies Journal. - 2016
- 48 Schlieder C., & Yanenko, O Spatio-temporal proximity and social distance: A confirmation framework for social reporting. - Seattle, WA : 2nd ACM SIGSPATIAL International Workshop on Location Based Social Networks.
- 49 Sh.M Mirziyoyev Milliy taraqqiyot yo'limizni qat'iyat bilan davom ettirib, yangi bosqichga ko'taramiz - 2017
- 50 Shalini Singh Dallen J.Timothy & Ross Kingston Dowling TOURISM IN DESTINATION COMMUNITIES: CABI, 2003

51 Stepchenkova S., Morrison, A.M Russia's destination image among American pleasure travelers: Revisiting Echtner and Ritchie Tourism Management. - 2008

52 Tolymbek Almaz Perceptions of Kazakhstan as a Tourist Destination-USA : European Research Studies Journal, 2018 - 4 : T. XXI.

53 Tourism Virtual Reality in Virtual Reality in Tourism - 20 march 2017

54 Morrison Mill va Destination Planning and Development - 1992

55 Naixia Mou Yanci Wang, Yunhao Zheng, Lingxian Zhang, Teemu Makkonen, Qi Jiang, Tengfei Yang Understanding tourists' travel behavior before, during, and after the trip with data from social media platforms - China : WILEY, 2023

56 Nigel Morgan Annette Pritchard & Roger Pride DESTINATION BRANDING: CREATING THE UNIQUE PROPOSITION: Butterworth and Heinemann., 2001

57 Nikitinsky E.S., Vukolov, V.N. Formation of the tourism industry in Kazakhstan for the years of independence International scientific and practical conference. - 2006

58 W.Butler Richard THE TOURISM AREA LIFE CYCLE: APPLICATIONS AND MODIFICATIONS, : Channel View, 2006

59 White C Destination Image: To see or Not to See? International Journal of Contemporary Hospitality Management. - 2019

60 Xu D., Zhang, J., Huang, Z., Zhou, Y., & Fan, Q. Tourism community detection: A space of flows perspective. - 2022

61 А Краснокутский П. Развитие тенденций кластеризации в мировой экономике в контексте глобализации и регионализации. - 2013

62 Вологда Стратегия развития туристского кластера Вологодской области- 2014

63 Даниленко Н. Н. Рубцова Н. В К вопросу о содержании понятия «туристский кластер»- 2013

- 64 Волков С. К. Зарубежный и российский опыт развития туристских кластеров. Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. - 2016
- 65 М.Р. Усмонов Т. Жумабоев. Туризмни ривожлантиришда кластерларнинг аҳамияти. Республика Илмий-амалий конференция-Тошкент : 2018
- 66 Н Рудченко В. Кластеры в туризме: особенности классификации, процесс формирования и методы оценки - 2016
- 67 Н.Д Ильенкова Спрос: анализ и управление. М.: Финансы и статистика, 160 - 2019
- 68 Н.Д Ильенкова Спрос: анализ и управление. М.: Финансы и статистика, 1997.160.
- 69 Н.И Кабушкин Менеджмент туризма. 2-е изд. Мн.: Новое знание, 2001
- 70 Нагорная М. С. Шевцова В. В. Зарубежный опыт кластерной модели управления в сфере туризма - 2019
- 71 Т.В Волкова Н. Н.. Сахно Промышленный кластер. - Полтава: Асми. - 2005
- 72 Усмонов М.Р. Жумабоев Т.Ж., Шерхолов О. Туризм географияси-Самарқанд : 2013
- 73 Хикматов Р. И. Гараев А. А Международный опыт развития кластеров - 2009
- 74 Ю Александрова А. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования Современные проблемы сервиса и туризма № 1. – С. 51-61. - 2007
- 75 Ю. Александрова А. Международный туризм – 2002
- 76 Mamatazizov Faryozbek Paxlavon o'g'li. O'zbekistonda turizm sohasining shakllanishi va rivojlanishi Farg'ona vodiysi misolida. – 2021
- 77 Михайлович Кицис Вячеслав Опыт зарубежных стран развития туристских кластеров. - 2020

Axborot manbalari

- 1 O'zbekiston Respublikasining Jenevadagi BMT bo'linmasi va boshqa xalqaro tashkilotlardagi doimiy vakolatxonasi, www.uzbekistan-geneva.ch. - <http://www.uzbekistan-geneva.ch/turizm-191.html>.
- 2 Aziz Abduhakimov. daryo.uz/2021/04/19
- 3 Dunyo axborot agentligi <https://dunyo.info/uz>
- 4 Madaniyat va Turizm vazirligi 2023 <https://daryo.uz/2023/02/04/uzbekistonda-turizm-kecha-va-bugun>.
- 5 Milliy PR-markazi" davlat unitar korxonasi direktori Dilfuza Samandarova "Kursiv" nashriga bergan intervyusi 2023 <https://uzbekistan.travel/uz>
- 6 O'zbekistonda turizm qay ahvolda va uni rivojlantirish uchun nimalar qilish kerak - mutaxassis takliflari Kun.uz. - 2018
- 7 O'zbekistonning turizm sohasidagi muammolari nimalardan iborat [B Интернете] // Kun.uz. – 2017 <https://kun.uz/uz/news/2017/02/22/uzbekistonning-turizm-soasidagi-muammolari-nimalardan-iborat>.
- 8 O'ZBEKISTON TURIZM FAOLIYATINING HUQUQIY ASOSLARI fayllar.org. - 2022 - <https://fayllar.org/uzbekistonda-turizm-sohasini-rivojlantirish-istiqbollari.html?page=4>.
- 9 Tripadvisor Cultural Tours in Uzbekistan. - 2020 <https://www.tripadvisor.com.my/Attractions-g293967-Activities-c42-t225-Uzbekistan.html>.
- 10 TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY VA AMALIY ASOSLARI Buxoro davlat universiteti elektron kutubxonasi. - <http://www.elib.buxdu.uz/index.php/pages/referatlar-mustaqil-ish-kurs-ishi/item/12182-turizmni-rivojlantirishning-nazariy-va-amaliy-asoslari>.
- 11 UNWTO A Practical Guide to - Spain : 2019
- 12 UNWTO Annual Report - 2020.
- 13 UNWTO Annual Report 2015
- 14 Yangi O'zbekiston. O'zbekistonda viza rejimining soddalashtirilishi turizm sohasi oldida misli ko'rilmagan imkoniyatlarni ochdi. - 2022
- 15 Xalq so'zi online. Sayyohlarni qanday muammolar qiynayapti? - 2019

16 kun.uz Sayyohlar soni oshmoqda. Bu O'zbekiston uchun qanchalik foyda?
31 01 2023 - <https://kun.uz/uz/news/2023/01/31>.

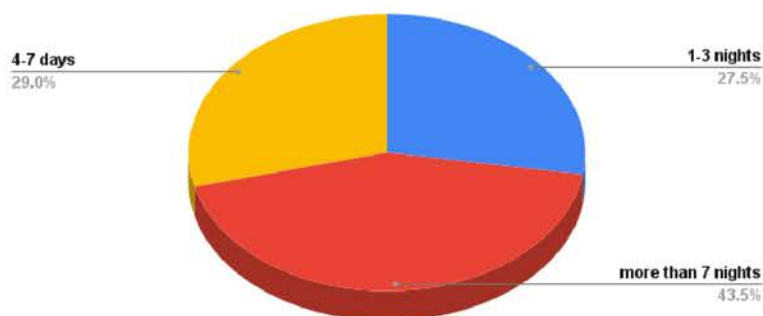
17 hoteliers.uz O'zbekiston Mehmonxona xo'jaliklari uyushmasining 2022 yildagi faoliyati to'g'risidagi hisobot. - 2022.

18 Sh. Mirziyoyev turizm sohasi istiqbollariga bag'ishlangan yig'ilishi 2018

ILOVALAR

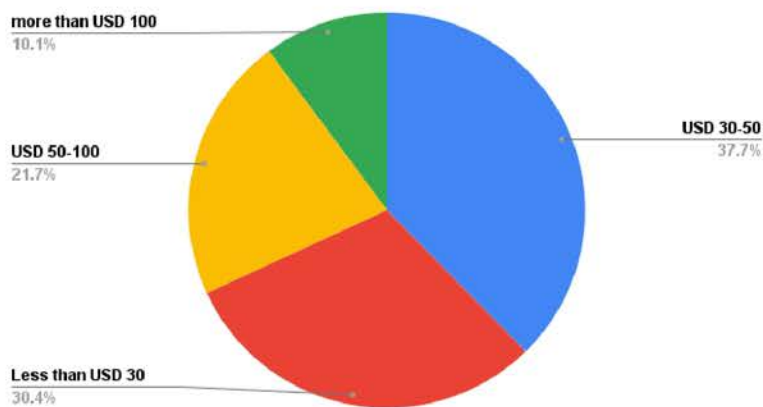
(1-ilova)

Number of nights stay in Uzbekistan?

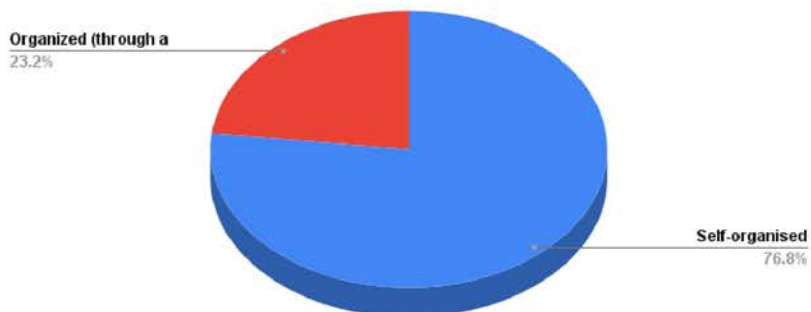


(2-ilova)

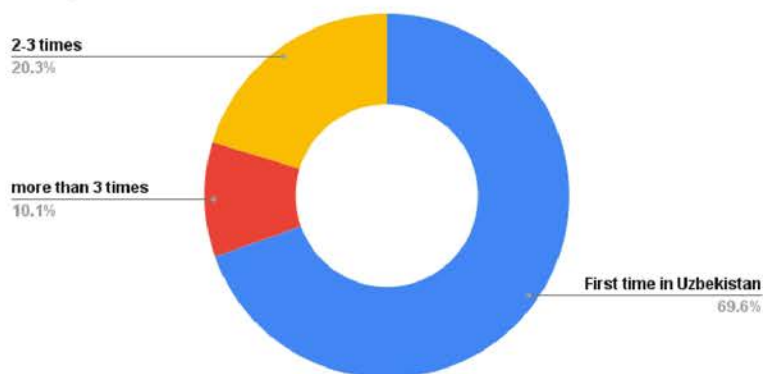
Average daily expenditure per person in Uzbekistan?



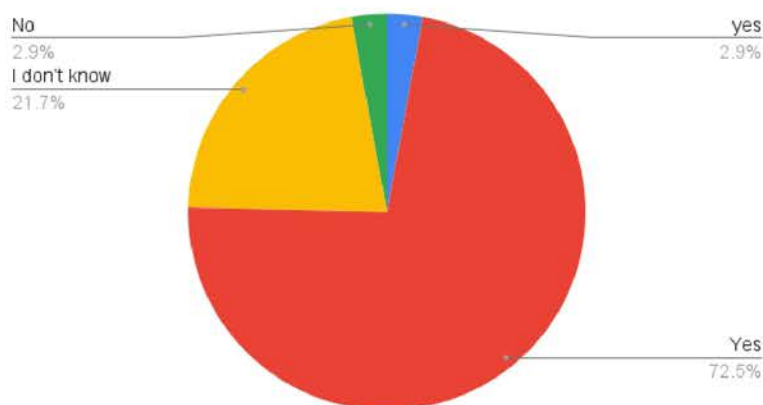
Type of holiday?



How many times have you visited Uzbekistan before today?

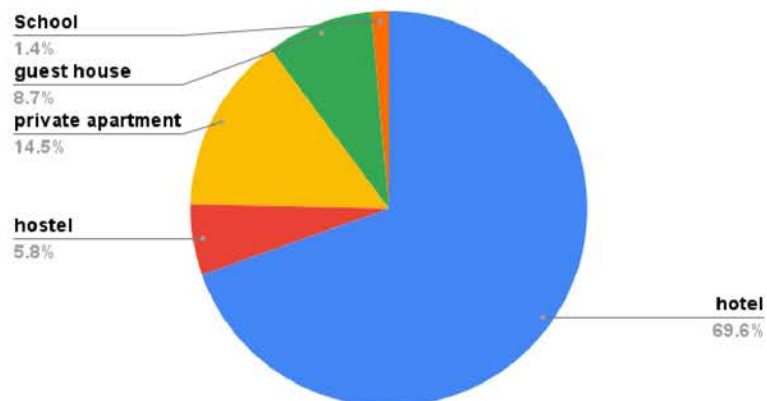


Do you think you will visit Uzbekistan again?



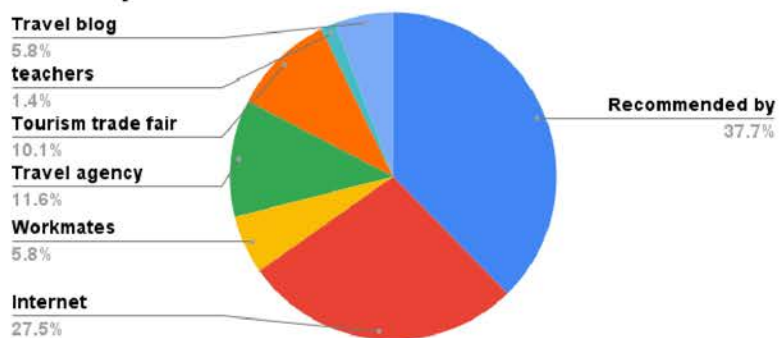
(5-ilova)

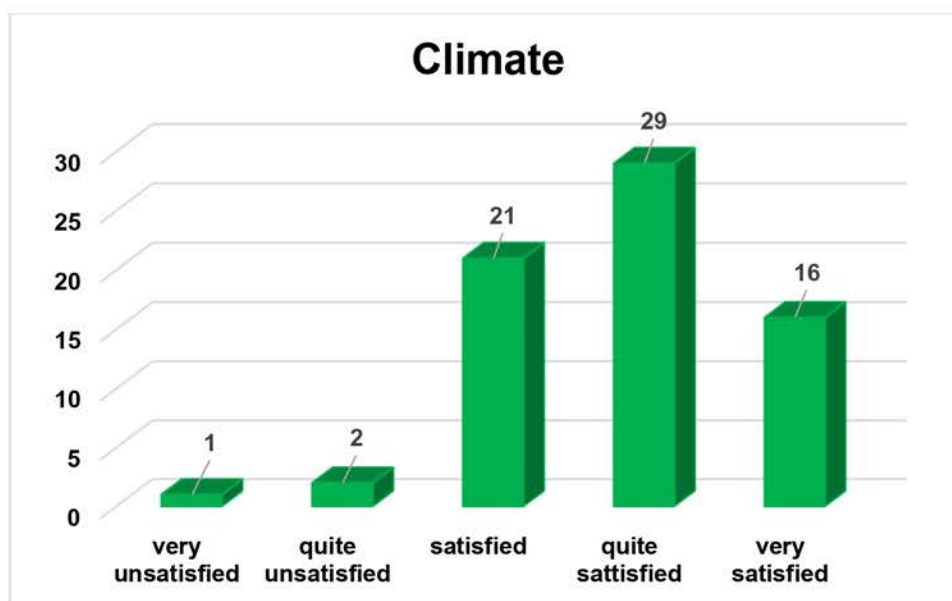
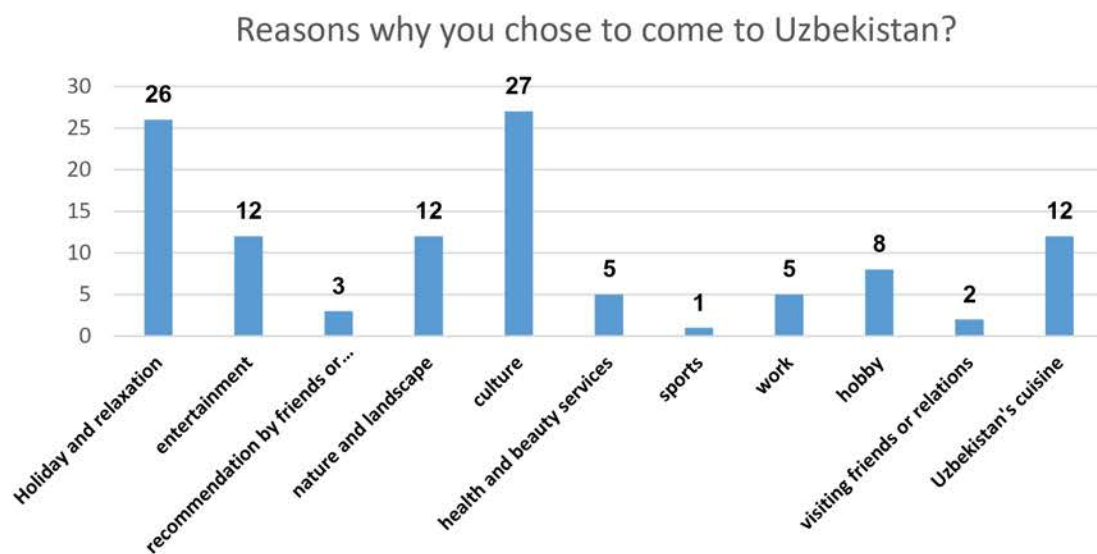
What kind of accommodation did you choose?

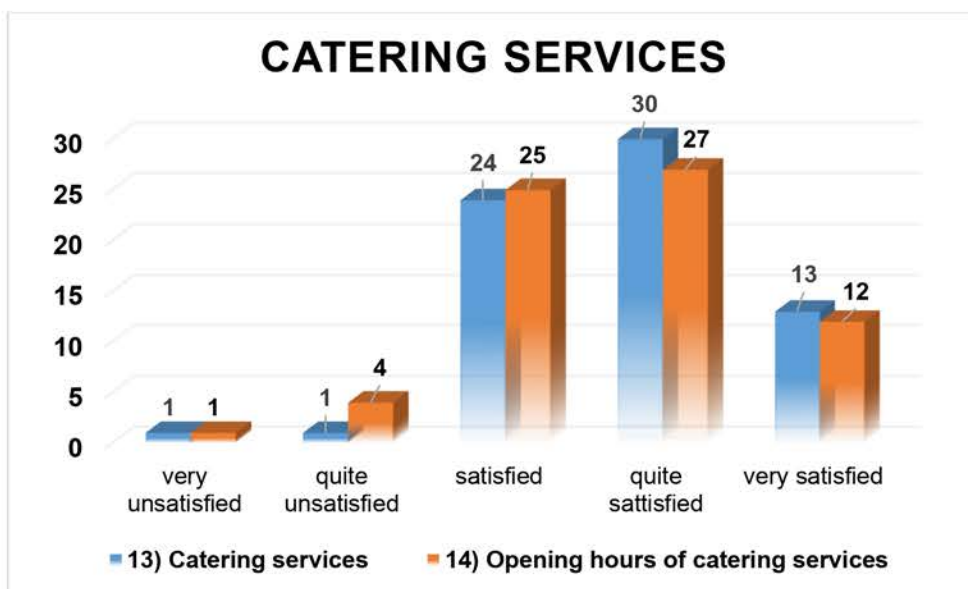


(6-ilova)

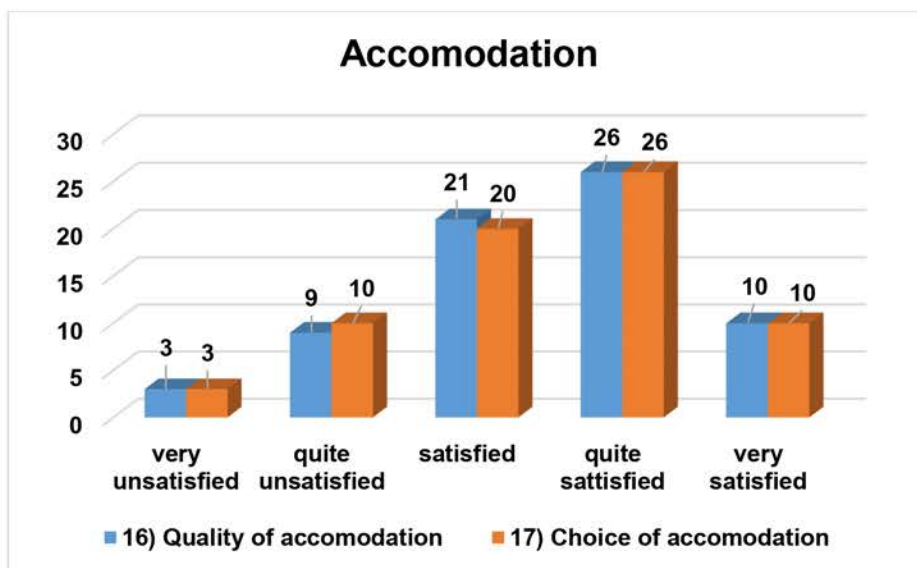
How did you hear about Uzbekistan?



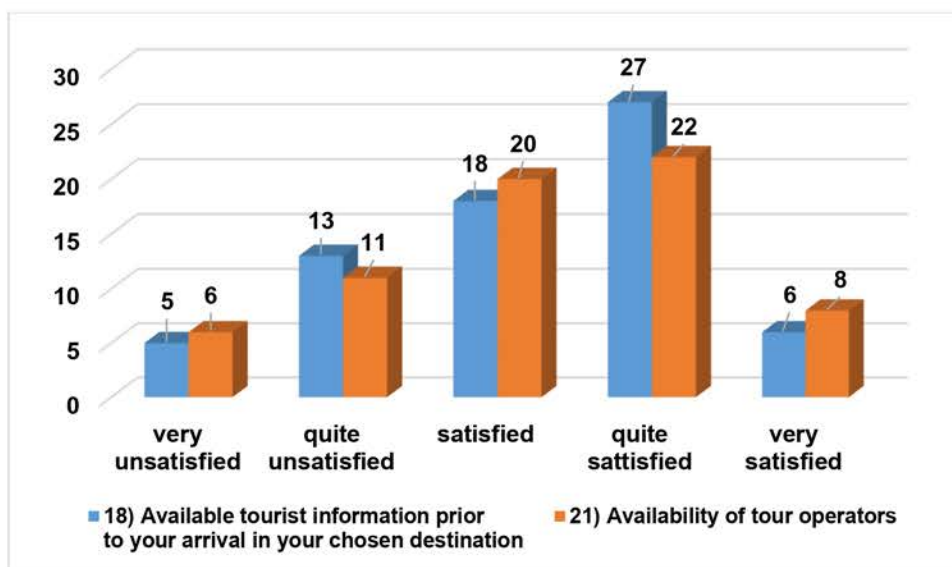


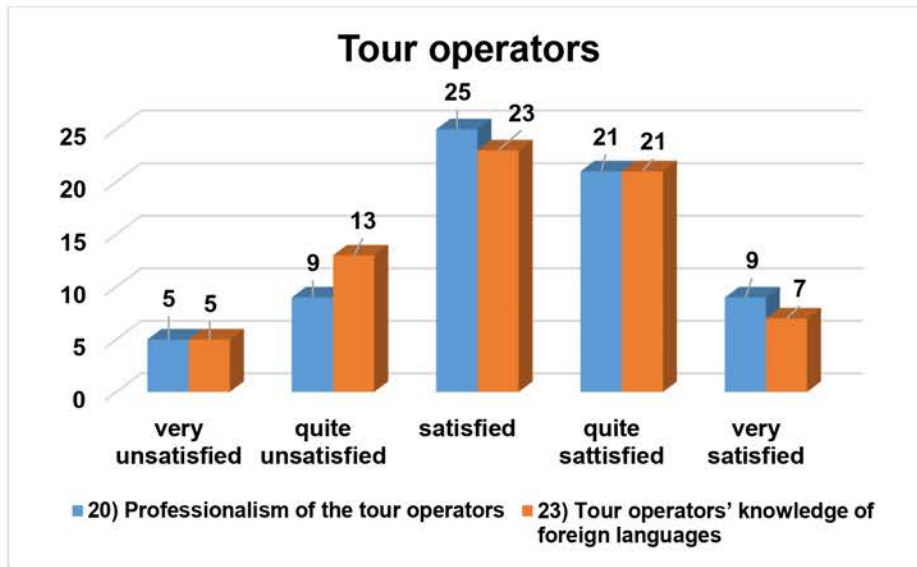


(9-ilova)

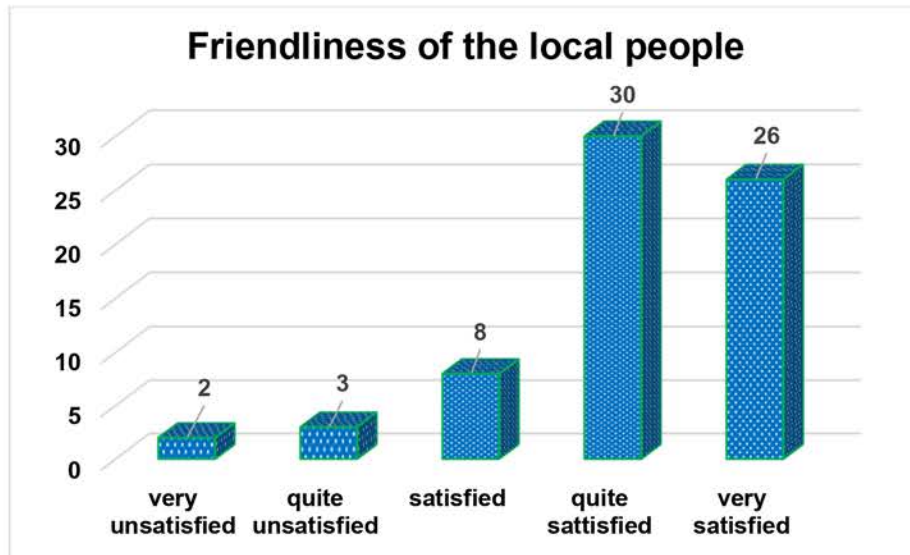


(10-ilova)

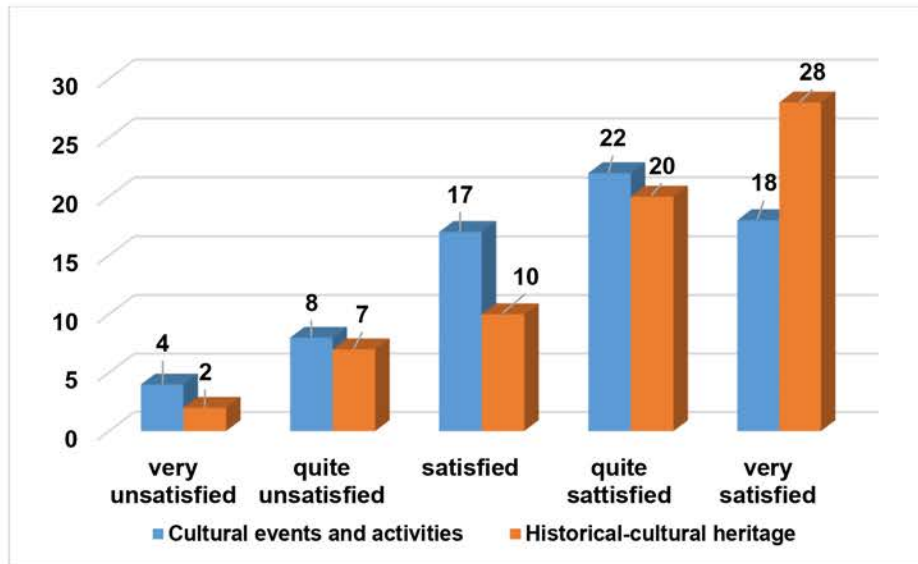




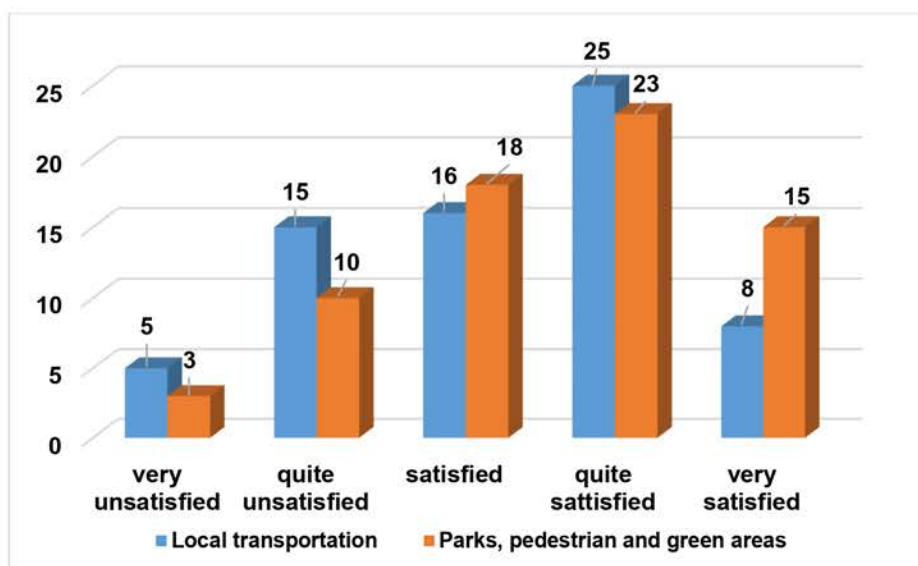
(11-ilova)



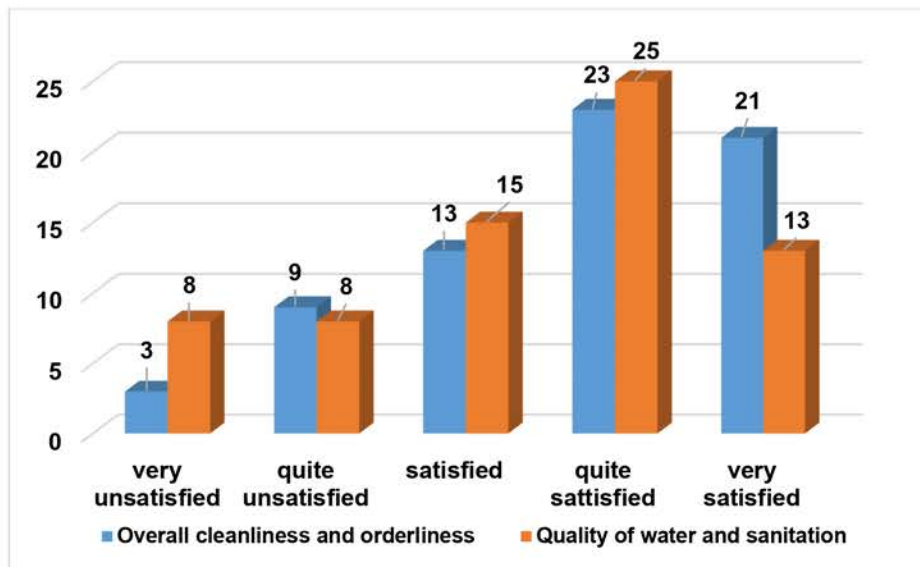
(12-ilova)



(13-ilova)



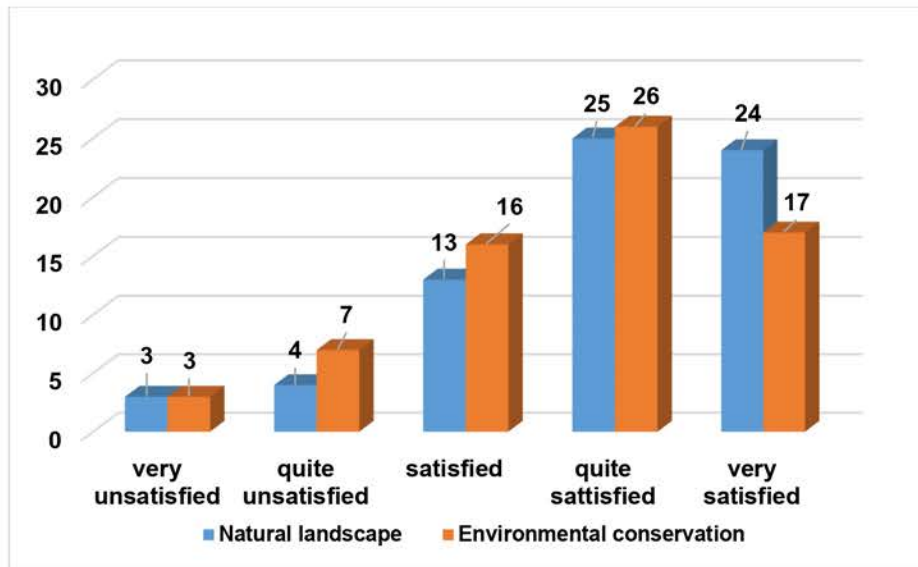
(14-ilova)



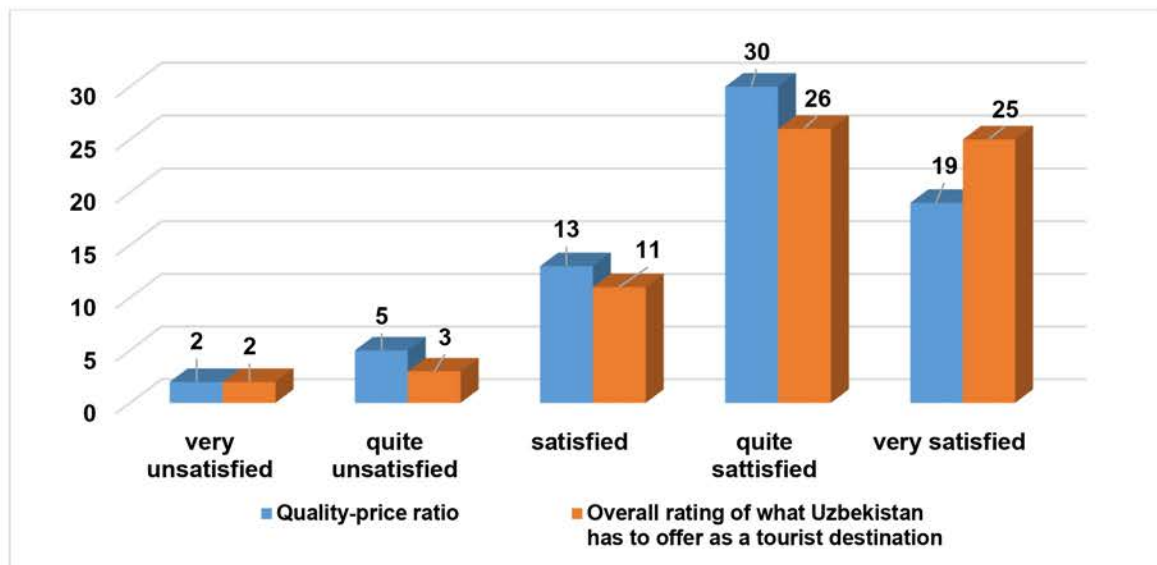
(15-ilova)



(16-ilova)



(17- ilova)



SO'ROVNOMA JAVOBLARI

	Climate	Catering services	Opening hours of catering services	Shopping and Souvenirs	Quality of accomodation	Choice of accomodation
very unsatisfied	1	1	1	1	3	3
quite unsatisfied	2	1	4	6	9	10
satisfied	21	24	25	18	21	20
quite sattisfied	29	30	27	23	26	26
very satisfied	16	13	12	21	10	10

	Available tourist information prior to your arrival in your chosen destination	Friendliness of the local people	Professionalism of the tour operators	Availability of tour operators	Cultural events and activities	Tour operators' knowledge of foreign languages
very unsatisfied	5	2	5	6	4	5
quite unsatisfied	13	3	9	11	8	13
satisfied	18	8	25	20	17	23
quite sattisfied	27	30	21	22	22	21
very satisfied	6	26	9	8	18	7

	Local transportation	Parks, pedestrian and green areas	Historical-cultural heritage	Overall cleanliness and orderliness	Quality of water and sanitation	Safety standards
very unsatisfied	5	3	2	3	8	4
quite unsatisfied	15	10	7	9	8	6
satisfied	16	18	10	13	15	13
quite sattisfied	25	23	20	23	25	28
very satisfied	8	15	28	21	13	18

	Natural landscape	Environmental conservation	Facilities for children	Opening hours of banks and shops	Entertainment facilities/activities	Sporting facilities/activities
very unsatisfied	3	3	2	3	4	5
quite unsatisfied	4	7	8	7	7	7
satisfied	13	16	16	19	13	21
quite satisfied	25	26	24	31	33	20
very satisfied	24	17	8	9	10	13

	Health tourism facilities	Local excursions	Quality-price ratio	Overall rating of what Uzbekistan has to offer as a tourist destination
very unsatisfied	4	2	2	2
quite unsatisfied	9	8	5	3
satisfied	21	22	13	11
quite satisfied	22	17	30	26
very satisfied	10	19	19	25

Questionnaire for tourists who have been to Uzbekistan

INTRODUCTION

HAVE YOU VISITED THE GEM OF CENTRAL ASIA??!!

Uzbekistan, which lies at the crossroads of the ancient Silk Road, has been gaining international media prominence as one of the newest and most exciting destinations to discover.

Mindful of this, a post-graduate study (Termez State University) entitled “Approaches to developing tourist amenities based on a research on the image of Uzbekistan as a tourist destination” is being conducted to gather information to improve the quality and development of tourism in the country, and fulfill Uzbekistan’s potential of becoming a top travel destination in Central Asia in the near future

If you have been to Uzbekistan, we would relish the opportunity to learn about your experience, thoughts and satisfaction of your visit by participating in this 10-minute qualitative survey for the above study.

Your participation will deeply contribute to the objectives of the study to ensure that every future visitor to Uzbekistan, whether for leisure, for work or for other purposes, enjoys a positive, exciting and memorable experience in our country.

Kindly note that all responses will be anonymous.

Thank you very much for taking the time to complete this survey.

1) Which country do you come from?

2) Age

- a) 16-25 years b) 26-35 years c) 36-45 years d) 46-55 years
e) 56-65 years f) over 65 years

3) Sex

- a) Male b) Female

4) Number of nights stay in Uzbekistan?

- a) 1-3 days b) 4-7 days c) more than 7 days

5) Average daily cost per person in Uzbekistan?

- a) Less than USD 30 b) USD 30-50 c) USD 50-100 d) more than USD 100

6) Type of holiday?

- a) Self-organised b) Organized (through a travel agency)

7) How many times have you visited Uzbekistan before today?

- a) This is my first time in Uzbekistan b) 2-3 times b) more than 3 times

8) Do you think you will visit Uzbekistan again?

- a) Yes b) No c) I don't know

9) What kind of accommodation did you choose?

- a) hotel b) guest house c) private apartment
d) other

10) How did you hear about Uzbekistan?

- a) Recommended by friends or relatives b) Tourism trade fair c) Internet
d) Travel agency e) other

11) Reasons why you chose to come to Uzbekistan?

- a) Holiday and relaxation b) entertainment c) recommendation by friends or relatives
d) nature and landscape e) culture f) sports
g) health and beauty services h) work i) hobby j) visiting friends or relations

k) Uzbekistan's cousine

l) others (Please describe)

How would you rate your level of satisfaction with regard to what **Uzbekistan** has to offer?

1-very unsatisfied, 5-very satisfied

12) Climate	1	2	3	4	5
13) Catering services	1	2	3	4	5
14) Opening hours of catering services	1	2	3	4	5
15) Shopping and Souvenirs	1	2	3	4	5
16) Quality of accomodation	1	2	3	4	5
17) Choice of accomodation	1	2	3	4	5
18) Available tourist information prior to your arrival in your chosen destination	1	2	3	4	5
19) Friendliness of the local people	1	2	3	4	5
20) Professionalism of the tour operators	1	2	3	4	5
21) Availability of tour operators	1	2	3	4	5
22) Cultural events and activities	1	2	3	4	5
23) Tour operators' knowledge of foreign languages	1	2	3	4	5
24) Local transportation	1	2	3	4	5

25) Parks, pedestrian and green areas	1	2	3	4	5
26) Historical-cultural heritage	1	2	3	4	5
27) Overall cleanliness and orderliness	1	2	3	4	5
28) Quality of water and sanitation	1	2	3	4	5
29) Safety standards	1	2	3	4	5
30) Natural landscape	1	2	3	4	5
31) Environmental conservation	1	2	3	4	5
32) Facilities for children	1	2	3	4	5
33) Opening hours of banks and shops	1	2	3	4	5
34) Entertainment facilities/activities	1	2	3	4	5
35) Sporting facilities/activities	1	2	3	4	5
36) Health tourism facilities	1	2	3	4	5
37) Local excursions	1	2	3	4	5
38) Quality-price ratio	1	2	3	4	5
39) Overall rating of what Uzbekistan has to offer as a tourist destination	1	2	3	4	5