



ТЕЗИСЛАР ТЎПЛАМИ
CONFERENCE PROCEEDINGS
СБОРНИК ТЕЗИСОВ

«Ипак ва зираворлар» фестивали даврида 2018 йил 26 май куни Бухоро шаҳрида «Бухоро вилоятининг туристик ва инвестицион салоҳияти» мавзусида ўтказилган халқаро илмий-амалий конференция

The International scientific-practical conference "Tourism and Investment Potential of the Bukhara Region" held on May 26, 2018 in Bukhara during "Silk and spices" festival

Международной научно-практической конференции «Туризм и инвестиционный потенциал Бухарской области» прошедшей 26 мая 2018 г. в Бухаре во время Фестиваля «Шёлк и специи»



«Ипак ва зираворлар» фестивали даврида 2018 йил 26 май куни Бухоро шаҳрида «Бухоро вилоятининг туристик ва инвестицион салоҳияти» мавзусида ўтказилган халқаро илмий-амалий конференция тезислар тўплами. -Бухоро: “Sadriddin Salim Vuxoriy” Durdona нашриёти 2018. -412 б.

Масъул муҳаррир:

Ҳ.Р.Ҳамроев – Бухоро давлат университети, Туризм кафедраси мудир и.ф.н., доцент

Такризчилар:

Б.Н.Наврўз-зода – Бухоро давлат университети профессори, и.ф.д.

Д.Ш.Явмутов – Бухоро давлат университети, и.ф.н., доцент

Дастурий-ташкилий қўмита

1. С.С. Рўзиев – Туризм соҳасидаги кадрлар малакасини ошириш ва қайта тайёрлаш Бухоро вилоят маркази раҳбари
2. О.Қ. Хуррамов – БухДУ Туризм кафедраси катта ўқитувчиси
3. Н.А. Джафарова – БухДУ Туризм кафедраси ўқитувчиси

Конференция шўьбалари:

1. Turizm sohasida tadbirkorlikni rivojlantirishning innovatsion yo'nalishlari.
2. Buxoro viloyatining investitsion salohiyati.
3. Turizmدا ta'lim, milliy urf-odatlar va hunarmadchilikni takomillashtirish omillari.
4. Ommaviy tadbirlarni tashkil etish muammolari va istiqbollari.

The sections of conference:

1. Innovative directions of entrepreneurship development in the sphere of Tourism.
2. Investment potential of the Bukhara region.
3. Factors of improving education, national traditions and handicraft in Tourism.
4. Problems and prospects of organizing public events.

Секции конференции:

1. Инновационные направления развития предпринимательства в сфере туризма.
2. Инвестиционный потенциал Бухарской области.
3. Факторы улучшения образования, национальных традиций и ремесел в сфере туризма.
4. Проблемы и перспективы организации общественных мероприятий.

Конференцияга топширилган тезисларнинг такорланганлиги www.text.ru сайти орқали текширилди.

Тезислар матнида келтирилган материалларнинг маъноси Дастурий-ташкилий қўмита аъзолари – Такризчилар – Масъул муҳаррир фикридан фарқ қилиши мумкин, бунинг учун муаллифларнинг ўзлари масъул деб ҳисобланади.

**INNOVATION IN TOURISM - AS ONE OF THE FACTORS OF
INCREASING THE LEVEL OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF
THE COUNTRY**

Tourism is the main economic activity that has a positive impact on economic growth and employment in the country, as it has a huge impact on key sectors of the economy, such as transport, hotel and restaurant services, trade, construction, consumer goods and many others.

Also, tourism is an important tool for strengthening the opinion of Uzbekistan in the world, shaping our values and contributing to the development of the country's attractiveness, which is the result of centuries of cultural exchange, linguistic diversity and creativity.

In addition, tourism is becoming an increasingly important aspect in the lives of citizens who travel more and more for business or leisure purposes. As an activity that affects the cultural and natural heritage, as well as traditions and modern culture in the country, tourism provides an opportunity for economic growth and sustainable development of Uzbekistan.

Thus, tourism is a complex intersectoral complex, which requires a systematic approach to regulating the socio-economic interaction of many branches of the economy, both at the state and regional levels.

The economic, political and social problems in the world that have affected the economies of all countries have had a significant impact on the demand for tourism services, so the issue of an innovative approach to tourism is becoming acute.

To understand what innovations in tourism and services are, how important they are, and how they are achieved, we must first determine the concept of innovation as such. Innovation is not just something new, it is the implementation of this new one, be it the most advanced experience in the field of management, implementation of tasks, the introduction of technology and the latest scientific achievements, aimed at improving the products and services required by the market. Tourism is for many countries the main source of income for the population, with a share in GDP of 50-60 percent. Even in developed countries, tourism is one of the most important sectors of the economy, which makes the innovation process, which is the key to the development of any industry, so important.

Proceeding from the aforesaid, it can be concluded that innovation in tourism is an ongoing and obligatory process, the essence of which is to develop new directions, create new tours and excursions, and offer a new tourist product on the market.

In accordance with the Strategy of social and economic development of the Republic of Uzbekistan until 2021, "the tourist and recreational complex is one of the most promising and priority areas for the development of the republic's economy, which is a multi-sectoral complex in which the interests of business entities are reflected. Increasing the level of social and economic development of any region depends to a large extent on the use of potential in the provision of tourist services.

In addition, the improvement or creation of new materials, equipment, technological processes, products, services and methods, fundamentally alters and significantly improves the efficiency not only of tourism, but also of the economy as a whole.

The successful development of a particular sphere of the economy largely depends on the periodically occurring innovation processes that affect not only the field of science and technology and technology, but are also closely related to economic and social transformations.

Innovation in tourism is the development, the creation of new tourist routes, projects, etc., the introduction of which will increase the employment of the population and ensure the growth of its incomes [1].

Innovations in tourism should be viewed as systemic events that have a qualitative novelty and lead to positive changes that ensure sustainable operation and development of the industry in the region [2]. Thus, the idea of creating and implementing tourist projects that do not even bring significant profits at the beginning can give an impetus to the development of tourism and thereby actively contribute to the creation of additional jobs and increased incomes of the population.

The scope of innovation is enormous, it not only covers the practical use of scientific and technical developments and inventions, but also includes changes in the product, processes, marketing, organization. Innovation acts as an explicit factor of change, as a result of activities embodied in a new or improved product, technological processes, new services and new approaches to meeting social needs.

Thus, innovative activity in the sphere of tourism is aimed at creating a new or changing existing product, improving transport, hotel and other services, developing new markets, introducing advanced information and telecommunication technologies and modern forms of organizational and managerial activity.

However, it should be noted that the introduction of innovations in tourism is significantly influenced by the economic situation in the country, the social situation of the population, national legislation, as well as intergovernmental and international agreements. Therefore, the motives and reasons for the emergence of innovations in tourism activities in each country are different. Nevertheless, several characteristic features can be distinguished:

- growth of the population's need to get acquainted with the way of life in other regions and acquire new knowledge;
- glut of the population by many traditional destinations;
- the aggravation of competition, the growth of proposals for standardized global products;
- the need to deter the departure of their citizens to zones similar to those in the regions of their country (nature, culture, climate);
- a harmonious combination of attractive conditions for recreation and travel (natural and cultural features, leisure opportunities, the acquisition of specific goods and special tourist services) to fully meet the needs of the most demanding tourists;
- technological revolution and expansion of services in the economy;
- the transition from the supply economy to the demand economy.

Unique and unique are the culture and art of the peoples of our republic.

Here, each nation has preserved its long traditions, folklore, folk crafts and ethnolinguistic appearance. The peculiarity of the Uzbek mentality is the kindness and cordiality of people. Attracting tourists to rest in the homes of the local population aims to create good human relations between them, the exchange of cultures and traditions. When such relationships are established, the hearts of people open up and make them ready for any creative creation, which is so necessary for all of us, in our difficult times.

Tourist routes to historical settlements that have preserved cultural heritage sites are of great historical, cultural and scientific value and are of great interest to tourists and holidaymakers.

Uzbekistan is a country with a lot of historical attractions and preserved in the inviolability of picturesque rural places, with nature parks and museum-cities "in the open air". Intensive tours and accommodation in family mini-hotels, the development of a network of which is actively encouraged by the state, in such tourist centers as Samarkand, Bukhara and Khiva.

Thus, in the region there is a unique opportunity to create the necessary conditions for the development of tourism as a highly profitable branch of the economy, whose potential in the republic is greatly underutilized. The emergence of a new product in the tourist services market will help to develop other, more advanced projects, to enable them to finance. Innovations in tourism require large material, financial costs. Therefore, state support is needed.

At the end of 2016, the President of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev signed a decree "On measures to ensure the accelerated development of the tourism industry of the Republic of Uzbekistan", which includes the creation and development of tourism infrastructure, simplification of visa procedures and provides for the establishment of the Coordinating Council for Tourism under the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan. The creation of the Coordination Council will allow coordinating the activities on the development of tourism between various ministries, departments and other business entities, as well as to promptly consider and solve issues related to the development of tourism in the country.

The key mechanism for state regulation and support of tourism development is the republican and targeted municipal tourism development programs developed on their basis. Successful implementation of the activities of regional targeted programs in the sphere in question will allow to ensure a faster development of tourism than in other sectors, competitiveness of the republic's tourism products in foreign markets.

Thus, innovative activity in the sphere of tourism is aimed at creating a new or changing existing product, improving transport, hotel and other services, developing new markets, introducing advanced information and telecommunication technologies and modern forms of organizational and managerial activity.

Literature:

1. Каурова А.Д. Организация сферы туризма: учеб. пособие. - СПб.: Герда, 2010. 188 с.
2. Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма. – М.: Кнорус, 2009. 164 с.
3. Иванова Н.И. Национальные

ТУРИЗМ ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИДА АҲОЛИ САМАРАЛИ БАНДЛИГИНИНГ ИҚТИСОДИЁТ РИВОЖЛАНИШИГА ТАЪСИРИ

Республикада ишга лаёқатли аҳолининг қанча кўп қисми туризм соҳасида банд бўлса бундан кўриниб турибдики, Ўзбекистон Республикаси иқтисодиётида туризм саноатининг ҳам ўрни тобора муҳим аҳамият касб этаётганини англатади. Бу эса туризм давлат ЯИМдаги улуши ҳам юқори бўлишини тaminлайди. Шундай давлатлар борки, аҳолисининг кўпроқ қисми туризм ва хизмат кўрсатиш соҳасида банддир. Шунинг натижасида хизмат кўрсатиш ва туризм соҳаси жуда юқори суръатда ривожланган ва туристлар оқими ҳам жуда юқори.

Бугунги кунда давлатимиз томонидан туризмни ривожлантиришга катта этибор берилмоқда. Хусусан кичик бизнесни ривожлантиришга йилдан-йилга имтиёзлар кенгайиб бормоқда. Бунинг натижасида туризм соҳасида кичик бизнес ҳам жуда жадаллик билан ривожланиб бормоқда. Йилдан-йилга туристик фирмалар, меҳмонхоналар сони кўпайиб мамлакат туризм соҳасида рақобатнинг ортишига, бунинг натижасида хизмат кўрсатиш сифатининг яхшиланишига, қолаверса, етишиб чиқаётган ёш салоҳиятли кадрларни иш билан таъминланишига эришилмоқда. Шу билан бирга мамлакатимизда ёш тадбиркорликни ривожлантиришга ҳам катта этибор берилмоқда, уларга ўз бизнесларини очиш учун банкларда имтиёзли фоизли кредитлар ажратилмоқда. Уларнинг бизнес ғояларини давлат томонидан ҳаётга тадбиқ қилишларига кенг имкониятлар яратилмоқда. Бунинг натижасида ёш салоҳиятли мутахассислар туризм бозорига ўзларининг инновацион ғоялари билан кириб келмоқдалар ва янги иш ўринлари яратилишига сабабчи бўлмоқдалар, бу эса туризм соҳасининг Ўзбекистон иқтисодиётидаги ўрнини янада мустаҳкамланишига сабаб бўлмоқда.

Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш ва унинг самарадорлигини оширишнинг асосий омилларидан бири мамлакатда ҳукм сураётган тинчлик, хавфсизлик, сиёсий ва ижтимоий-иқтисодий барқарорликдир. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрдаги “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони соҳа ривожидан янги қадам бўлди[1]. Мазкур ҳужжат мамлакат иқтисодиётининг стратегик тармоғи сифатида туризмни жадал ривожлантириш учун қулай иқтисодий ва ташкилий шарт-шароитлар яратиш, ҳудуднинг улкан туризм салоҳиятидан янада тўлиқ ва самарали фойдаланиш, мазкур тармоқни бошқаришни тубдан такомиллаштириш, миллий туризм маҳсулотларларини яратиш ва уларни жаҳон бозорларида тарғибот қилиш, туризм соҳасида Ўзбекистоннинг ижобий қиёфасини шакллантиришга йўналтирилганлиги билан аҳамиятлидир.

2017-2021 йилларда туризм соҳасини жадал ривожлантириш бўйича дастур сайёҳлар учун мўлжалланган объектларнинг ҳар томонлама мақбул бўлиши, транспорт ва меҳмонхона хизматлари ҳамда сайёҳлик логистикасини

такомиллаштириш ва сайёҳлик индустрияси билан боғлиқ хизматларнинг турли соҳаларига замонавий ахборот технологияларини жорий этишни таъминлайди[2].

Туризм хизматлари бозорида аҳолини иш билан бандлигини таъминлашда меҳнат бозори муҳим аҳамият касб этиб, ишчи кучи такрор юзага келишининг барча босқичларида: унинг етиштирилиши (ижтимоий-демографик жиҳат, янги ишчи кучи пайдо бўлиши), айирбошланиши (сотиб олиш-сотиш ҳаракати амалга оширилиши), тақсимланиши (ишчи кучининг ижтимоий, касбий ва ҳудудий кўчиши орқали тақсимланиши) ва меҳнат соҳасида фойдаланилиши босқичларида ходим билан иш берувчи ўртасида кечадиган ижтимоий муносабатлар тизими тушунилиши керак. Туризм соҳасида меҳнат бозори иш билан бандликни тартибга солишда фаол рол ўйнайди. Меҳнат бозорида асосий миллий ресурс - ишчи кучи шаклланади ҳамда турфирмалар, меҳмонхоналар ва турли хизмат кўрсатиш объектлари бўйича тақсимланади.

Меҳнат бозори иқтисодий фаол аҳолининг иш билан бандлигини, ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳасига жалб этилишини таъминлайди. У ходимнинг ўзи учун янада мосроқ иш жойига ўтишини енгиллаштиради. Меҳнат бозори орқали корхоналар зарур миқдорда ва талаб қилинган сифатга эга ишчи кучи билан таъминланади. Меҳнат бозори қандай кадрлар, мутахассислар, касбларга талаб борлиги, улардан қандайлари ортиқчалигини кўрсатади. Меҳнат бозорида рақобатнинг мавжуд бўлиши, бир томондан, ёлланма ходимлар ўз профессионал маҳоратини ўстириши ва кенгайтириши, малакасини оширишини рағбатлантиради, иккинчи томондан, иш берувчиларни қулай меҳнат ва унга ҳақ тўлаш шароитларини яратиш ҳамда сақлаб туришга ундайди.

Туризм хизматлар бозорида меҳнат бозорисиз мувозанатли иқтисодиётни бунёд этиб бўлмайди, чунки иқтисодиётни бошқариш, аввало, одамларнинг меҳнат фаолиятини бошқаришни назарда тутаяди. Шунинг учун кўплаб чет эллик иқтисодчилар меҳнат иқтисодиёти ва меҳнат социологияси масалаларини иш ҳақи ва иш билан бандлик имкониятларининг ўзаро боғлиқлиги, таълим ва ходимлар тайёрлашга капитал маблағ сарфлашни рағбатлантириш ва шу сарфларнинг самарадорлиги, меҳнатнинг ижтимоий масалаларини меҳнат бозори нуқтаи назаридан олиб қарайдилар.

Туризм соҳасида меҳнат бозори иш билан бандликни тартибга солишда фаол рол ўйнайди. Меҳнат бозорида асосий миллий ресурс – ишчи кучи шаклланади ҳамда корхоналар, тармоқлар ва минтақалар бўйича тақсимланади.

Туризм соҳасида меҳнат бозори ҳақиқий ишлашининг муҳим шартини унда барча меҳнат муносабатлари иштирокчилари: давлат, иш берувчилар ва ёлланма ишчиларнинг мос хатти-ҳаракатлари ҳисобланади. Бугунги кунда режали иқтисодиётдан бозор иқтисодиётига ўтаётган мамлакатлар бошқача шароитга тушиб қолди. Уларда меҳнат муносабатлари доимо ҳам эркин танланавермайдиган тўла иш билан бандликка мувофиқ келадиган одамларнинг сезиларли контингенти шаклланди. Иш билан банд одам учун меҳнат муносабатларига бозор муносабатлари элементларининг киритилиши анчагина оғир кечади. Бир хил ишга бир хил иш ҳақи бериш одамларнинг

тушунмовчиликлар ва норозиликларига сабаб бўлиши мумкин. Одамларда ишсиз қолиш гумони, айниқса, иш жойидан ўз айби билан эмас, балки иш ҳажмининг камайиши ёки корхонанинг (синиш) банкрот бўлиши туфайли маҳрум бўлиши руҳий зарбага олиб келиши мумкин. Ёлланма ходим меҳнат бозорининг асосий ходими ҳисобланганлиги учун ҳам унинг тушунча ва қарашлар тизими шу бозорга мувофиқ бўлиши керак. Меҳнат бозорида кишидан юқори касб-малака даражаси, касбий қайта ўқиш, малакани оширишга, зарур бўлганда, касбни ёки иш жойини алмаштиришга тайёрлик ва лаёқат талаб этилади. Фақат ижтимоий ва ҳудудий ҳаракатчанлиги юқори даражада бўлган кишига ўзи учун меҳнат бозорида юқори рақобатбардошлик даражасини таъминлашга имкон бериши мумкин.

Иш билан бандлик муносабатлари иқтисодий, демографик ва ижтимоий жараёнлар билан боғлиқ. Иш билан бандликнинг иқтисодий мазмуни ходимнинг ўз меҳнати билан ўзига муносиб ҳаёт кечиришни таъминлаш билан бир қаторда ижтимоий ишлаб чиқаришни ривожлантиришни ҳам ифодалайди[3].

Иш билан бандликнинг самарадорлигини давлат тараққиётининг мафкураси акс эттирадиган кўрсаткичлар билан тавсифлаб бериш мумкин. Булар меҳнат ресурсларининг ижтимоий фойдали фаолиятида иштирок этиш хусусиятларига асосланган тақсимлаш пропорцияларидан иборатдир. Улар меҳнат унумдорлигининг ўсиш даражаси, аҳолининг ишга бўлган эҳтиёжи қондирилиши ва иш билан тўлиқ бандликка эришилиши каби кўрсаткичлар билан ифодаланилади. Чунки, ижтимоий меҳнат унумдорлиги қанчалик юқори бўлса, жамиятда ходимларнинг даромадлари ва моддий шарт-шароитлар шунчалик кўпроқ тўпланади. Иш билан бандлик самарадорлигининг хусусиятларидан яна бири меҳнатга қобилиятли аҳолининг иш билан таъминланганлик даражасидир. Иқтисодий жиҳатдан бу кўрсаткич аҳолининг иш ва иш ўринларига бўлган эҳтиёжини акс эттиради.

Иш билан бандлик самарадорлигининг учинчи хусусияти ишловчиларнинг мамлакат иқтисодиётининг тармоқлари бўйича тақсимлаш тузилмасидан иборатдир. Ҳозирги вақтда аҳолининг иш билан бандлиги бўйича иқтисодиётдаги тармоқ тузилиши мавжуд жамият меҳнат потенциалидан фойдаланиш самарадорлиги даражаси пастлигини акс эттиради ва у тубдан ўзгартиришга муҳтождир.

Нихоят, иш билан бандлик самарадорлигининг тўртинчи хусусияти ишловчиларнинг касб-малака гуруҳларига бўлиниши ҳисобланади. У иш билан банд аҳолининг касб-малака гуруҳлари бўйича тақсимланиши ҳамда малакали ходимларга бўлган эҳтиёж билан мутаносиблик даражасини акс эттиради.

Давлатнинг тўлов талабини кўпайтиришга йўналтирилган хилма-хил усуллар воситасида иқтисодиётга аралашуви орқали иқтисодий фаолликни рағбатлантириш ва бунинг натижасида иш билан бандликни кенгайтиришга эришиш мумкин. Бунда ҳал қилувчи рол, Кейнс назариясига кўра, хусусий сармоя қўйилмаларини давлат томонидан рағбатлантириш ва тартибга солиш ҳисобланади. Сармоя қўйилмаларини кенгайтириш ишлаб чиқаришни ва хизмат кўрсатишни ривожлантириш асосида аҳолининг иш билан бандлигини

оширишни англатади. Аммо, фақат 40 ва 50-йилларга келиб, кейнсчилик “иш билан тўла бандлик” шиори асосида буржуа иқтисодий назарияси ва амалиётининг ташкилотчиларига айланди. 40–йиллар ўрталарида ишсизликни тартибга солиш бўйича пайдо бўлган расмий ҳукумат ҳужжатлари ва қонунчилик, одатда иш билан тўлиқ бандликни миқдор жиҳатдан аниқламаган. Кўрсаткичнинг пастроқ бўлиши “меҳнат бозорининг нормал ишлашига” мувофиқ келмайдиган, ишчи кучи талаб ва таклифининг оптимал нисбатини бузадиган ҳолат сифатида баҳоланган. 70-йиллар охиригача Ғарбий Европадаги 2-3% ишсизлик ва АҚШдаги 4,0% ишсизлик давлат сиёсати сифатида қабул қилинган. Ҳатто, социал-демократик ҳукумат “иш билан тўлиқ бандлик” сиёсатини ўтказган Швецияда ишсизликнинг расмий тан олинган энг кам даражаси 1,5% бўлган[4].

Халқаро Меҳнат Ташкилоти (ХМТ) услубияти бўйича иш билан банд эмаслик даражаси ишсизлар сонининг меҳнат ресурслари сонига бўлган нисбат билан тенглашади. У ишчи кучига бўлган талаб ва таклифидаги тузилмавий номуносибликни кўрсатади ва бу билан бу иш жойлари учун иш излаётган шахсларнинг бир вақтда мавжудлигини англатади.

Бугунги кунда иш билан бандлик қатор омиллар таъсирида шаклланади:

1. Ишлаб чиқариш соҳасида содир бўлаётган ўзгаришлар:

- хомашё, материалларни етказиб бериш ва молиялашнинг камайиши муносабати билан ишлаб чиқариш (иш, хизматлар) ҳажмининг камайиши;

- корхоналарда меҳнатни ташкил этиш ва унга ҳақ тўлашнинг такомиллаштирилиши;

- корхоналарда бошқарув тузилмаларининг такомиллаштирилиши.

2. Истемол саватининг қимматлашуви натижасида аҳоли турмуш даражаси, унинг даромадлари ва истеъмоли даражасидаги ўзгаришларда намоён бўладиган иқтисодий омиллар.

3. Омилларнинг ижтимоий-демографик гуруҳи:

- меҳнатга лаёқатли аҳоли сони;

- табиий ўсиш ва ўлим миқдори;

- мамлакатда ёшлар миқдорининг узлуксиз ўсиб бориши (коллеж ва лицей битирувчилари, ҳарбий хизматдан қайтганлар ва ҳоказо);

- миграция жараёнларини фаоллаштириш;

- кадрлар қўнимсизлигининг кескинлашуви.

Иш билан бандликнинг ҳозирги ҳолати кўп жиҳатдан меҳнат ва ижтимоий сиёсат соҳасидаги ўзгаришлар билан боғлиқ.

Иш билан бандлик соҳасидаги вазиятнинг ўзига хос хусусиятларидан бири тармоқларда иш билан таминланиш даражаси ҳар хил даражада эканлиги.

- ноишлаб чиқариш соҳасидаги иш билан бандликнинг паст даражада эканлиги, ишловчиларнинг кўпчилик қисми моддий ишлаб чиқариш соҳасида меҳнат қилаётганлиги билан характерланади;

- қишлоқ хўжалиги ва саноатда иш билан банд бўлган ходимлар сони нисбатан юқори бўлса-да, жами иш билан бандликдаги уларнинг улуши бироз пасайган.

Иш билан бандликнинг энг муҳим хусусиятларига унинг самарадорлиги нуқтаи назаридан йириклашган макро даражада баҳо бериш зарур. Бундай баҳо беришлар фақат мавжуд муаммоларни аниқлаш учун эмас, балки иш билан бандлик соҳасидаги ортиб бораётган қонуний тамойилларни аниқлаш учун ҳам муҳимдир.

Адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрдаги “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони.

2. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёевнинг “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги 4947-сонли Фармони “Халқ сўзи”, 2017 йил 7-февраль.

3. Зияев Т.М., Исроилова Ш.Т, Ёқубов Д.Т. “Ишчи кучи ва бандлик назариялари” ўқув қўлланма Тошкент-2011.

4. Абдурахмонов Қ.Х, Шоюсупова Н.Т. “Аҳоли иш билан бандлиги” ўқув қўлланма Тошкент-2011.

Tairova M.M.

BuxDU “Iqtisodiyot” kafedrasi dotsenti, i.f.n.

Hamidov Muhammadsodiq BuxDU talabasi

TURIZM SOHASI KORXONALARIDA INNOVATSION MARKETING VA UNDA FOYDALANISH

Iqtisodiyotda, xususan, turizm sohasidagi korxonalarda innovatsion faoliyatni rivojlantirishda marketingning o'рни va ahamiyati nihoyatda yuqori bo'lib hisoblanadi. Turistik korxonlarda innovatsion faoliyatni yanada rivojlantirishda innovatsion marketing texnologiyalarini qo'llash yaxshi samara beradi.

Marketing tadbirkorlikni boshqarishning muhim asosidir, zero undan ko'zlangan maqsad iste'molchilar ehtiyojini aniqlash va ushbu ehtiyojlarni qondirish maqsadida kichik korxonalar resurslarini safarbar etishdan iborat. Iqtisodiyotda raqobatni keskinlashtirish yo 'lida marketing konsepsiyasini ishlab chiqish yanada muhim ahamiyat kasb etib bormoqda. Tijorat sohasida marketing ishi samarali qo'llanilishi tufayli ushbu atama korxonani raqobat sharoitida boshqarish konsepsiyasi sifatida shakllandi¹.

Har bir korxonalar o'ziga xos shart-sharoitlarda faoliyat olib boradi va o'zining muayyan maqsadlarini hal etadi va shundan kelib chiqib, marketing tizimi ham uning qayerda, qaysi tarmoqda qo'llanilishiga qarab turlicha ko'rinishda bo'ladi.

Turizm sohasidagi korxonalarda marketing texnologiyalari qo'llanilishidagi jiddiy to'siq bunday korxonalar moliyaviy resurslari cheklanganligi bilan izohlanadi. Kichik korxonalar marketing uchun ulkan xarajatlar qilishga deyarli jur'at qilolmaydi. Biroq, bozorni o'rganish yoki to'g'ridan-to'g'ri (vositachisiz) savdo kabi marketing texnologiyalari har doim ham katta mablag'larni talab

¹ Андреев С.Н., Мельниченко С.Г., Мельниченко Л.Н. Основы некоммерческого маркетинга. – М., 2007. – с.256.

qilavermaydi va ko'p hollarda bu kabi marketing tadbirlarini korxonalar o'z ichki resurslari bilan ham amalga oshirishi mumkin. Yana shuni ham ma'lumki, marketing ishiga e'tiborsiz qarashdan ko'rilgan bevosita zarar ko'p hollarda "tejab qolingan" mablag'lardan oshib ketadi².

Turizm sohasidagi korxonalar kundalik amaliyotida innovatsion marketing faoliyatini samarali amalga oshirilishi quyidagi yo'nalishlarda olib borilishi lozim:

- bozordagi holat to'g'risida axborotni o'z vaqtida olish hamda uni to'g'ri tahlil qilish;
- marketing maqsadlarini to'g'ri yo'lga qo'yish va ularga erishishning asosiy yo'llarini ishlab chiqish;
- resurslarni maqsadlar bilan, maqsadlarni esa iste'molchilarning talabi bilan moslashtirish hamda bozor talabini yuqori darajada qondirish uchun mahsulot turi va assortimentini shakllantirish;
- reklamaning rag'batlantiruvchi tadbirlarini o'tkazish hamda bozorda o'z o'rnini, vositachilar va xaridorlarni topish uchun harakat qilish;
- marketing tizimini yangi korxonalar sharoitiga moslashtirish uchun kundalik boshqaruv ishini tashkil etish va boshqalar.

Innovatsion marketing innovatsiyalar bozori konyunkturasini o'rganish, innovatsion loyihani biznes-loyihalashtirish, uni amalga oshirishdan tortib innovatsiyalarni bozorga harakatlantirish, innovatsiyalar diffuziyasi va daromad olishgacha bo'lgan butun innovatsion siklning tizimli integratsiyasini ifodalab beradi.

Innovatsion marketing jarayoni yangi mahsulot to'g'risidagi g'oyani hamda xaridorning ushbu mahsulotga bo'lgan talabini aniqlashdan boshlanadi. So'ngra esa bozor kompleks tadqiq qilinadi. Mazkur tadqiqotni bozorni segmentlashdan boshlash maqsadga muvofiqdir, bu esa bozorni xaridorlar va sotuvchilar guruhiga bo'lib olishni anglatadi. Bozorni segmentlash sektorlar bo'yicha bozorni to'liq tadqiq qilish uchun asos bo'lib xizmat qiladi. Mazkur tadqiqotning maqsadi talab, uning hajmi va bozor imkoniyatlarini aniqlash, yangi texnologiya va mahsulot turini kelgusida yaxshilash va kengaytirish istiqbollari belgilash, shuningdek, innovatsiyaning pozitsiya egallashini aniqlash hisoblanadi.

Korxonalarda innovatsion marketingdan foydalanishning obyekti bo'lib, intellektual mulk, yangi materiallar va tarkibiy qismlar, yangi mahsulotlar, yangi jarayonlar, yangi bozorlar, tovar va xizmatlarni siljitishning yangicha tashkiliy shakllari hisoblanadi.

Fikrimizcha, innovatsion marketing - maqsadli marketingdir. Turizm sohasi korxonalarida innovatsion marketing bozorning muayyan segmentini tanlashga va mazkur segmentda mos innovatsiya va marketing majmuini ishlab chiqishga asoslanadi. Maqsadli marketingning xarakterli tomoni uning butun bozorga yo'naltirilganligi, uning alohida bo'g'inlariga emas, balki alohida qismlariga (segmentlar) yo'naltirilganligidir, u bozorni segmentlash asosida oldindan tanlanadi. Bu esa innovatsiya jarayoni, investitsiya doirasi, sotuvchisi va xaridori uchun eng

² Багиев Г.Л., Тарасевич В.М. Маркетинг: Учебник. - М.: Экономика, 2007–135с.

yuqori foydani ta'minlovchi bozorning aniq segmentini tadqiq qilinishiga e'tiborni qaratishga imkon beradi.

Demak, "Innovatsion marketing" – korxonaning bozor sharoitlarida tadqiq etish asosida uning innovatsion, ishlab chiqarish va sotish faoliyatini optimallashtirishga qaratilgan xo'jalik faoliyatining bir turi hisoblanadi. Boshqacha qilib aytganda, innovatsion marketing - korxonada an'anaviy marketingning usul va shakllarini doimiy ravishda takomillashtirib borishga qaratilgan marketing konsepsiyasidir.

Innovatsion marketingning asosiy maqsadi innovatsiyalarni bozorga kiritish strategiyasini ishlab chiqish va yangi mahsulotning bozorda mustahkam o'ringa ega bo'lishi hamda kelgusida uni eksportini ta'minlashdan iborat. Shuning uchun an'anaviy marketingdan farqli ravishda innovatsion marketing asosida innovatsiyalar bozorini tadqiq etish, bozorni test qilish, bozor konyunkturasini tahlil qilish, talabni shakllantirish, iste'molchilar xulq - atvorini modellashtirish orqali bozor segmentlari ishlab chiqish yotadi.

Innovatsion marketing korxonaga iste'molchi ehtiyojlarini yaxshiroq qondirish, zamonaviy biznesda ustuvorlikni "funktional" mahsulotlardan "innovatsion" mahsulotlarga o'tkazish hisobiga bozorni egallab olish imkoniyatini beradi:

- funktsional mahsulotlar eng muhim, zaruriy ehtiyojlarni qondirishga xizmat qiladi va aksariyat hollarda xarid joyiga qarab o'tirmasdan xarid qilinadi;
- innovatsion mahsulotlar esa, aksincha, texnika va modaning so'nggi so'zini ifodalaydi, ularga talabni oldindan aytish qiyin, ularning hayotiylik davri esa ancha qisqaroq bo'ladi.

Fikrimizcha, turizm sohasidagi korxonalar avvaldan o'z harakatlarini bozorni egallashga, segmentatsiyalarni kengaytirish va chuqurlashtirishga, o'z iste'molchilarini shakllantirishga qaratgan bo'lishlari lozim. Zamonaviy marketing faqatgina bozor tahlili va tashqi omillar bilan chegaralanib qolmasdan, balki doimiy imkoniyatlarni shakllantirishga ham o'z hissasini qo'shadi.

Innovatsion marketingda boshqaruv usullari vaziyatga qarab o'zgarishi mumkin. Innovatsiyalarning har bir hayotiylik sikliga alohida usul va strategiyani ishlab chiqish talab etiladi.

Odatda, tadbirkorlarning innovatsiyalarga rag'bati ularning sifatli, raqobatbardosh hamda yangi mahsulot ishlab chiqarish yoki yanada samarali va modifikatsiyalangan texnologiyalardan foydalanish asosida olayotgan foyda miqdorini oshirishga intilishi bilan belgilanadi. Muvaffaqiyatli innovatsiyalar haqiqatdan ham foyda va hatto qo'shimcha foyda keltiradi. Lekin, bu qo'shimcha foyda yoki qo'shimcha foyda yo'lidagi innovatsion bo'sag'adan hamma ham o'ta olmaydi, yangi mahsulot va texnologiyalarni o'zlashtirish davrida xarajatlar baland bo'ladi.

Biroq, innovatsion loyiha bilan shug'ullanish uchun tadbirkor imkoniyatga ega bo'lishi lozim. Avvalo, ekspertizadan yoki sinov ekspluatatsiyasidan o'tgan ixtiro yoki ilmiy-texnik faoliyatning boshqa natijasi, kamida texnologik qo'llash uchun yaroqli bo'lgan innovatsion g'oya bo'lishi lozim.

*Ashurova Sh.Sh., teacher,
Karshi State University, Republic of Uzbekistan*

TOURISM IS MAGNIFICENT INDUSTRY IN THE WORLD

Definitely, tourism plays an important role in the development or becoming popular of the country. Nowadays, global tourism is developing day by day in every place of the world. It is clearly seen that, by the help of tourism or organizing various touristic trips, one can enrich his or her knowledge about a particular area, basically, having an idea about its history, origin, culture, traditions or widely used customs. Many touristic offices conduct new marvelous journeys account the world, mainly, for broadening the people`s horizons.

Therefore, many well-known large world organizations put more unpleased on the global tourism. As we known, there are so many sight- seeing`s, historical places, monuments in the world. In this case, most people want to visit and be award of all news or information belonging to the certain country, and its sings.

International tourism has great beneficial sides all over the world. It many impact well on the education system, culture, traditions, interactions with people and other spheres. There is a great member of foreign countries which lives on the tourism. Such as UAE, the Saudi Arabia, France, Vatican and so on. We can include such famous countries to the global touristic centers. Because they are rich in religions centers, churches, as well as modern and fascinating buildings or towers which cause to have a strong desire boar traveler to go and see them closely.

It`s noticeable, to state that there is a high importance in using the foreign languages among the travelers in the tourism. That is why the group of tourists always need interpreters for explaining them, historical, geographical, archeological origin of the selected place. In fact, most guides know their own countries` past and present changes in order to inform the tourists. Among the foreign languages, the most widely used ones English, Russian, French, Chinese, Spanish, Italian and Arabian.

Beet most travelers know Russian and English and they can speak and share their opinions freely and fluently. Furthermore, most tourists known these languages. And we can say, English has a high importance in the branch of tourism. For example, when we go to our historical and exciting towns, we face a group of travelers who knows English very well, and we can easily have a good and entertaining communication with them.

In my opinion knowing more and more foreign languages has a bright future in accordance with the tourism. Every nation knows that there are great impacts of tourism to the development of the country in various fields. In can mostly effect to the industry. As a matter of fact, tourism increases the outcomes incomes of the government. For instance, our ancient Uzbekistan is rich in historical places wonderful sightseeing`s. Our country also receives more guests from different parts of the world. The tourists have a deep interest to our religion, culture, traditions and also national meals. Obviously, Uzbek national meals are famous for all over the world. As every country has a great history, our Uzbekistan has a long and

considerable in heritage through the world. In Uzbekistan, there are some prominent regions which are the witnesses of the thousands years' history.

Such as Samarkand, Bukhara, Khiva live on the tourism because they are the touristic centers of our country which involve the people by their beauty, miracle, long and rich history, national values, people's interactions and the famous saints who are our great ancestors.

In sum up Travelling to Uzbekistan is one of the most effective ways to widen one's horizon. Places filled with historical aura are still enjoyable for the foreigner's. Old buildings of the cities created by the excellent past times architects will surprise you with all their reputation. The reconstruction of ancient cities such as Samarkand Bukhara Shakhrisabz Khiva are contributing to develop an economical field of Uzbekistan. These remarkable monuments on the territory of Uzbekistan are put on the list of the values of the world civilization.

USES LITERATURES

1. [https://simple.m Wikipedia](https://simple.m.wikipedia)
2. Thinking through tourism. Julie Scott, Tom Selwyn
3. Culture on display: The production of Contemporary Visitability. Bella Dicks

Djabbarov I.G.

o'qituvchi, Buxoro davlat universiteti

MEHMONXONA XIZMATLARI SIFATINI JARAYONLI YONDASHUV ASOSIDA TAHLIL ETISH

Xizmat ko'rsatish sifati mehmonxona turlaridan birini tanlashda asosiy me'zonlardan biri hisoblanadi. Mehmon ishonchini qozonish va uni doimiy mijozga aylantirish – mehmonxona barcha bo'limlari tashvishi hisoblanadi. Shu bilan birga xizmat ko'rsatish baholash nisbatan mushkul bo'lgan murakkab kategoriyalardan birini tashkil etib, baholashni amalga oshirishda an'anaviy usullarni qo'llash ko'p hollarda nomaqbul hisoblanadi.

Mehmonxonalarda xizmatlar ko'rsatish sifatini baholashni tashkil etish jarayoni olimlar M.B. Yefremova va O.B. Chkalovalar tomonidan ishlab chiqilgan bo'lib, bu to'rt bosqichni o'z ichiga oladi.

Uning o'ziga xosligini alohida va kompleks biznes jarayonlarini ishlab chiqilgan protsedura va sifat ko'rsatkichlari orqali baholash imkonini beruvchi majmuiy yondashuvda namoyon bo'ladi.

Mehmonxona xizmatlari sifatini baholashda jarayonli yondashuvni qo'llash chog'ida eng mushkul bosqich – bu biznes jarayonlarni ishlab chiqish hisoblanadi. Bunda, dastlab umumiy biznes jarayoni ishlab chiqiladi, keyinchalik ko'rsatkich va sifat me'zonlari aniqlanadigan jarayon osti va operatsiyalar shakllantiriladi. Olimlar tomonidan o'tkazilgan tadqiqotlarga tayanadigan bo'lsak, mehmonxonadagi umumiy biznes jarayonlar soni o'rtacha hisobda 200 dan 500 birlikkachani tashkil etishi mumkin. Buni aniq misolda keltirib o'tamiz.

Mehmonxonalarda xizmat ko'rsatish biznes jarayonlarining umumiy ko'rinishi 2-rasmda ko'rsatilgan.

Mehmonxonalarda xizmat ko'rsatish umumiy biznes jarayonlari oltita jarayonostilardan iborat bo'ladi: bronlash, tashrif paytida ro'yxatdan o'tish, oldindan to'lovlar, xonaga joylashtirish, turli xizmatlarni ko'rsatish(ovqatlantirish, sog'lomlashtirish, konferens zallar, xona xizmati, maishiy xizmatlar, chipta buyurtmasi servisi va hokazolar), ketish oldidan yakuniy hisob-kitoblar.

Nomerni bronlash(Reservation) haqidagi so'rov turli kanallar (elektoron pochta, faks, telefon, teleks) orqali kleishi mumkin. So'rov kelganda komputer yoki daftarda mijoz haqida quyidagi ma'lumotlar qayd etiladi[1, 151]:

- Familiyasi, shaxslar soni, yashash manzili; фамилияси, шахслар сони, яшаш манзили;
- Qanday nomer va qancha muddatga kerakligi; қандай номер ва қанча мuddatга кераклиги;
- Nomer haqini to'lash kafolati va haqini kim to'lashi; номер ҳақини тўлаш кафолати ва ҳақни ким тўлаши;
- Mijozning alohida xohish-istaklari(xonada gullar, allergiyasi borlar uchun parsiz yostiq va sh.k.).

Bronlash, bronlash talabnomasini qabul qilishdan va u haqida yakuniy qarorni rasmiylashtirishgacha bo'lgan kichik jarayonostilar yig'indisidan iborat bo'ladi. Sifatli xizmat ko'rsatishni ta'minlash uchun ushbu kichik jarayonostilar aniqlab olinishi lozim. Xususan, mehmondan buyurtma talabnomasini olish ko'plab operatsiyalar ko'rinishida tasavvun qilish mumkin. Muallif tomonidan bronlash talabnomasini qabul qilish chog'ida ishlab chiqilgan operatsiyalar 3 blokdan iborat.

I. Shaxsiy aloqani o'rnatish:

- aniq tanishtiruv: “Xayrli tong(kun, kech), Mehmonxon “X”, “o'z ismini aytish”;
- agar abonent o'zbek tilida gapirmasa, salomlashuv ingliz tilida takrorlanishi lozim;
- yumshoqlik bilan mehmonning ismi aniqlanadi: “Iltimos, o'zizni tanishtiring” yoki, “Sizga qanday murojaat etsam bo'ladi?”

II. Kommunikatsiyaning asosiy qismi:

- mehmondan uning ehtiyojlari haqida ma'lumot olgandan so'ng, albatta mehmon talablari to'g'ri tushunilganligiga ishonch hosil qilish uchun takroriy so'rash lozim;
- ma'lumotlar maxsus bloknotga yozib borilishi zarur.

III. Xayrlashuv:

- Agar mehmon mehmonxonaga qolishga qaror qilgan bo'lsa, unga “Mehmonxonamizda vaqtni maroqli o'tkazing” deb ayting;
- Agar u mehmonxonada yashamayotgan bo'lsa, xayrlashuvni “Xayr, ishlaringizga muvaffaqiyat” deb yakunlash mumkin.

Odatda mijoz eng yaxshi mehmonxonani qidirib, bir nechta mehmonxonaga sim qoqadi. Binobarin, rezervlash stoli vakili o'z mehmonxonasining boshqa mehmonxonalardan afzal jihatlarini tavsiflab, mijozning tanlashiga ta'sir ko'rsatishi mumkin [1,164]. O'zi faoliyat yuritayotgan mehmonxonaning mavjud imkoniyatlarini jonli muloqot tartibida olib borishi, berilishi mumkin bo'lgan savollarga oldindan tayyorlangan javoblar bilan munosabat o'rnatishi, muloqot

qilishning odob-axloq qoidalarini o‘zlashtirganligi administratorning kasbiga layoqatlilik va mahoratini aniqlab beradi. Bunda mehmonxona xo‘jaligi xizmatlari bir biri bilan uzviy bog‘langan xizmatlar va jarayonlardan iboratligini inobatga olib har bir karayonni oldindan tuzilgan mezonlardan kelib chiqib xolisona baholash, mavjud kamchiliklar yoki mehmonxona iqtisodiy ravnaqiga to‘sqinlik qiluvchi salbiy omillarni erta aniqlagan holatda ularning oldini olish mumkin bo‘ladi.

Jarayonli yondashuv asosida mehmonxona xizmatlari sifatini baholashni tashkillashtirishning murakkabligi ko‘plab omillarni: mehmonxona turi va kategoriyasi, mehmon holati, uning yoshi, millati, xizmat ko‘rsatish vaqti va h.k. e‘tiborga olish bilan shartlangan. Masalan, VIP kategoriyadagi mehmonga xizmat ko‘rsatish aeroportning o‘zidan boshlanadi: yuqori sinfga tegishli dabdabali avtotransport yuboriladi, mehmonni mehmonxona boshqaruvidan bir vakil bir dasta gul bilan kutib olishi shart. Mehmonni yuki joyidaligiga ishonch hosil qilgandan so‘ng mashinaga kuzatib boriladi. Agar VIP mehmonning aniq kelish sanasi aniq bo‘lmagan hollarda, qabul qilish va joylashtirish xizmati oldindan ma‘lumotni kuzatib borish, va davriy ravishda mehmonxonaning manfaatdor xizmatlarini xabardor qilishi kerak.

1-jadval

“Telefon vositasida xonani bronlash” biznes jarayonining sifatini baholash ko‘rsatkichlari

Sifat ko‘rsatkichi	Baholash natijasi, holatlar soni*	
	Ha	Yo‘q
Telefon qo‘ng‘irog‘iga uchta gudok ichida javob berildi		
Xodim mos ravishda salomlashdi, mehmonxonani tanishtirdi, o‘z ismini aytdi		
Xodim aniq va xushmuoamalak bilan gapirdi		
Muloqot hech qanday shovqinlarsiz o‘tdi		
Xodim mehmon ismini bilib oldi		
Xodim xona haqida barcha zarur ma‘lumotlarni aytdi(qo‘shimcha xizmatlar va tariflar)		
Xodim darhol xona mavjudligini tekshirdi		
Xodim xona narxini va nimalar xona narxiga kiritilganligini aytdi		
Xodim to‘lov shakliga aniqlik kiritdi		
Xodim mehmonning chekishga nisbatan munosabatini aniqladi, mabodo mehmon chekmasa unga chekmaydiganlar uchun xonani taklif etdi		
Xodim mehmonga transfert xizmati zarurligini so‘rab aniqladi		
Xodim mehmonni kerkli bo‘lim bilan uladi (zarur hollarda)		
Agar mehmon telefon go‘shagi 6 gudok vaqti davomida ko‘tarilmaganda, darhol mehmon bilan aloqani qayta		

tiklash		
Xodim mehmonning telefon raqamini bilib oldi(elektron pochta, faks)		
Xodim muloqot oxirida kelishuvlarni qayta takrorladi va kelishuv aniqligiga erishdi		
Xayrlashuv odobiga rioya qilindi		

Manba: muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

* tekshiruv jarayonida mavjud bo‘lganda ko‘rsatkichga “Ha” natijasi belgilandi; tekshiruv jarayonida mavjud bo‘lmaganda ko‘rsatkichga “Yo‘q” natijasi belgilandi.

Shunday qilib, mehmonxonada biznes jarayonlarini ishlab chiqish, murakkab va vaqt kesimida anchagina uzoq muddat talab etadigan bosqich bo‘lib, undan xizmat ko‘rsatishni tashkil etish sifati bog‘liq bo‘ladi.

Xizmatning muayyan ehtiyojlarni qondirish qobiliyatini ta‘minlovchi eng muhim *xususiyatlariga* quyidagilar kiradi [2, 131]:

- ishonarlilik;
- jonkuyarlik;
- ishonchlilik;
- tezkorlik;
- kommunikativlik;
- seriltifotlik.

Aynan yuqorida sanab o‘tilgan xususiyatlarlar mehmonxonada har bir xizmat ko‘rsatuvchi xodimining ajralmas insoniy va kasbiy xususiyatlaridan bo‘lishi zarur deb aytish mumkin, ya‘ni taqdim etilgan xizmat mana ajralmas unsurlar zahirida yaratilgan xizmatning belgilangan sifatini ta‘minlash mumkindir.

Biznes jarayonlarini ishlab chiqqandan so‘ng ekspertlar sifat ko‘rsatkichlarini shakllantirish bilan shug‘ullanishadi. Majmuiy yondashuvning asosiy talabi ayni biznes jarayonining sifatini shakllantiruvchi keng qamrovli tashkil etuvchilarning ko‘proq sonini belgilab olishdan iborat. Misol sifatida, ishlab chiqilgan ikki biznes jarayonlarini baholashning sifat ko‘rsatkichlarini ko‘rsatamiz: telefon orqali xonani bronlash va mehmonga xonada xizmat ko‘rsatish (1-, 2- jadvallar).

2-jadval

“Mehmonga xonada xizmat ko‘rsatish” biznes jarayoni sifatini baholash ko‘rsatkichlari

Sifat ko‘rsatkichi	Baholash natijasi, holatlar soni*	
	Ha	Yo‘q
Xonani har kunlik tozalash 14.00 da yakunlandi		
Xodim ozoda yuniformalda edi		
Xodimning xulqi va o‘zini tutishi yoqimli edi		
“Bezovta qilinmasin” axborot taxtachasi qo‘yilganda xodim buni e‘tiborga oldi		
Mabodo mehmon xodimga iltimos bilan murojaat etganda, talabi qondirilgan		

Pol/gilam/kafel obdon yuvib tozalangan		
Xonada chang yo‘q		
To‘shak tartibli to‘shab taxlangan		
Ko‘rpa-to‘shaklar toza va nuqsansiz		
Eshik va deraza pardalari toza va tartib bilan osilgan		
Minibar yangilanagan		
Kansellariya jihozlari yangilangan		
Kuldonlar yuvib qo‘yilgan		
Ko‘zgular yuvilgan		
Xodim mehmonning shaxsiy anjomlarini yig‘ishtirib qo‘ydi		
Xona yig‘ishtirilgandan keyin hamma narsa oldingi joyida qoldirildi		
Iflos stakan, likopcha va boshqa oshxona jihozlari xonadan olib chiqilgan		
Axlat chelak toza		

Manba: muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

* tekshiruv jarayonida mavjud bo‘lganda ko‘rsatkichga “Ha” natijasi belgilandi; tekshiruv jarayonida mavjud bo‘lmaganda ko‘rsatkichga “Yo‘q” natijasi belgilandi.

Mehmonxonada xizmat ko‘rsatish sifatini kompleks baholash maqsadida mos bo‘lgan ko‘rsatkichlar qolgan biznes jarayonlar uchun ham aniqlab olinishi lozim. Tadqiqotlarimiz ko‘rsatganidek, biznes jarayonlarini ishlab chiqish mehmonxonaning alohida xizmat bo‘limlarida amalga oshirish maqsadga muvofiq. Shu holatda baholash natijalariga asosan tegishli mehmonxona bo‘linmasi uchun bartaraf etish chora-tadbirlarni ishlab chiqish imkoniyati bo‘ladi, shuningdek aniqlangan kamchiliklari tezda bartaraf etish, tegishli bo‘linma rahbarlariga shaxsiy javobgarlik mas’uliyatini oshirish mumkin bo‘ladi.

Muallif tomonidan ishlab chiqilgan ekspertlarning keltirgan mehmonxona xizmatlari sifatini baholash natijalarini aks ettiruvchi shakli 4 –rasmda ko‘rsatilgan.

Mehmonxona _____
 Mutaxassis _____ (FISH)
 Tekshirish sanasi _____
 Tekshirish vaqti _____

Ko‘rsatkichlar	Baho
1	
2	
3	
...	

Mutaxassis imzosi

1-rasm. Oraliq hisobotni namoyish etish shakli

Dalillarga asoslangan bazani yaratish va mutaxassislarning baholashlaridagi subyektivlikni farqni yo‘qotish uchun baholash jarayonida audiotexnika vositalarini qo‘llash katta ahamiyat kasb etadi. Mehmonxonalar menejmenti tomonidan audio ovoz bilan mustahkamlangan hisobotga ishonch, oddiy qog‘oz formatidagi hisobotlariga qaraganda sezilarli yuqori bo‘ladi.

Tadqiqot olib borish davomida Hozirgi kunga kelib Buxoro viloyati va shahrida mehmonxonalarining soni mos ravishda 131 va 118 tani tashkil etib, shundan 13 ta mehmonxona Vobkent, G‘ijduvon, Jondor, Rometan, Qorako‘l tumanlarida o‘z faoliyatini olib bormoqda. Buxoro viloyatida xo‘jalik yuritayotgan 131 ta mehmonxonalarini xizmat ko‘rsatish darajasi kesimida tasniflasak hozirda shu raqamdan 3 tasi to‘rt yulduzli, 17 tasi uch yulduzli, 20 tasi ikki yulduzli, 44 tasi B&B (yotoq va nonushta bilan ta‘minlaydigan mehmonxonalar) mehmonxonalar bo‘lib qolgan 47 ta joylashatirish vositalarini uy mehmonxonalar yoki darajasi aniqlanmagan mehmonxonalar tashkil etadi. Tadqiqot ekspertli usulda 2018-yil aprel oyida olib borildi. Ekspertlar soni 16 kishini tashkil etdi. Ekspertlar oldindan maxsus tayyorlangan dastur asosida tashkillashtirilgan o‘quv mashg‘ulotidan o‘tdilar.

Ekspertlardan har biri odatiy mehmon ko‘rinishida tadqiq etilayotgan hamma mehmonxonaga bir martadan qo‘ng‘iroq qilishdi. Baholash 16 ta ko‘rsatkichlar asosida olib borildi, qo‘ng‘iroqqa zudlik bilan javob berish, muloqotni aniq va xushmuomalalik bilan olib borishdan boshlab, mehmon bilan kelishuv erishish texnikasini amalga oshirishgacha. Tadqiqot kunduzi va kechqurungi vaqtlarda olib borildi. Ko‘rsatkichlarni tekshirish jarayonida mavjud bo‘lgan holda “Ha” javobi belgilandi, teskarisi tekshiruv paytda mavjud bo‘lmaganda esa “Yo‘q” javobi belgilab olindi.

Buxoro shahridagi o‘rganilgan 2, 3, 4 yulduzli hamda B&B mehmonxonalarda xonalarni bronlash sifatini baholash ko‘rsatkichlari bilan birga ularga qo‘yilgan ballar va ularning natijalari 3- va 4-jadvalda keltirilgan bo‘lib, ushbu mehmonxonalar nomlari berilmasdan ularga mos raqamlar belgilandi.

“Telefon vositasida xonani bronlash” biznes jarayoni sifatini baholash ko‘rsatkichlari

Sifat ko‘rsatkichi	Baholash natijasi, holatlar soni*		Ball (maksimal ball 44)
	Ha	Yo‘q	
Telefon qo‘ng‘irog‘iga uchta gudok ichida javob berildi			2
Xodim mos ravishda salomlashdi, mehmonxonani tanishtirdi, o‘z ismini aytdi			2
Xodim aniq va xushmuomalalik bilan gapirdi			4
Muloqot hech qanday shovqinlarsiz o‘tdi			2
Xodim mehmon ismini bilib oldi			2
Xodim xona haqida barcha zarur			4

ma'lumotlarni aytdi(qo'shimcha xizmatlar va tariflar)			
Xodim darhol xona mavjudligini tekshirdi			2
Xodim xona narxini va nimalar xona narxiga kiritilganligini aytdi			4
Xodim to'lov shakliga aniqlik kiritdi			2
Xodim mehmonning chekishga nisbatan munosabatini aniqladi, mabodo mehmon chekmasa unga chekmaydiganlar uchun xonani taklif etdi			2
Xodim mehmonga transfert xizmati zarurligini so'rab aniqladi			2
Xodim mehmonni kerakli bo'lim bilan uladi (zarur hollarda)			2
Agar telefon go'shagi 6 gudok vaqti davomida ko'tarilmaganda, darhol mehmon bilan aloqani qayta tiklash			2
Xodim mehmonning telefon raqamini bilib oldi(elektron pochta, faks)			4
Xodim muloqot oxirida kelishuvlarni qayta takrorladi va kelishuv aniqligiga erishdi			4
Xayrlashuv odobiga rioya qilindi (xayrlashuv so'zini yozing			4

Manba: muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

* tekshiruv jarayonida mavjud bo'lganda ko'rsatkichga "Ha" natijasi belgilandi

2018 yil may oyida Buxoro shahrida faoliyat yuritayotgan mehmonxonalar bronlash xizmatlarining sifatini baholash natijalari

№	Mehmonxona	Joylashtirish obyekti tipi	Ball	Baholash natijasi
1.	Mehmonxona №1	4*	8	Talabga javob bermaydi
2.	Mehmonxona №2	4*	34	Talabga javob beradi
3.	Mehmonxona №3	4*	30	Talabga javob bermaydi
4.	Mehmonxona №4	3*	18	Talabga javob bermaydi
5.	Mehmonxona №5	3*	38	Talabga javob beradi
6.	Mehmonxona №6	3*	36	Talabga javob beradi
7.	Mehmonxona №7	3*	42	Talabga javob

				beradi
8.	Mehmonxona №8	3*	26	Talabga javob bermaydi
9.	Mehmonxona №9	2*	24	Talabga javob bermaydi
10.	Mehmonxona №10	2*	26	Talabga javob bermaydi
11.	Mehmonxona №11	2*	14	Talabga javob bermaydi
12.	Mehmonxona №12	2*	22	Talabga javob bermaydi
13.	Mehmonxona №13	2*	30	Talabga javob bermaydi
14.	Mehmonxona №14	2*	34	Talabga javob beradi
15.	Mehmonxona №15	B&B	36	Talabga javob beradi
16.	Mehmonxona №16	B&B	14	Talabga javob bermaydi
17.	Mehmonxona №17	B&B	10	Talabga javob bermaydi
18.	Mehmonxona №18	B&B	10	Talabga javob bermaydi
19.	Mehmonxona №19	B&B	34	Talabga javob beradi
20.	Mehmonxona №20	B&B	32	Talabga javob bermaydi
21.	Mehmonxona №21	B&B	2	Talabga javob bermaydi
22.	Mehmonxona №22	B&B	24	Talabga javob bermaydi
23.	Mehmonxona №23	B&B	26	Talabga javob bermaydi

Joylashtirish vositalarida xonalarga buyurtmalarni qabul qilish jarayonini baholashda maksimal 44 ball belgilangan bo‘lib, shundan mehmonxona xo‘jaligida telefon vositasida samarali sotuvlarni amalga oshirish uchun minimal 34 balldan kam bo‘lmagan ko‘rsatkich tashkil etishi lozim. Shu ma’nodagi Buxoro shahridagi mavjud xo‘jalik yuritayotgan 131 mehmonxona orasidan tanlab olingan 23 ta joylashtirish vositasidan atigi oltitasida xonalarga buyurtmalarni qabul qilish xizmati talab darajasiga javob beradi va bu xizmatni biz ishlab chiqqan talab mezonlariga javob berganligi sababli bu bronlash xizmatini sifatli deb aytishi-mizga asos bo‘ladi.

Mehmonxona telefon vositasida bronlash xizmati sifatini baholash davomida quyidagi yo‘l qo‘yib bo‘lmaydigan kamchiliklar aniqlandi:

- 1) administratorlar xonani bronlash bilan bog‘liq suhbatda ingliz tilidagi so‘zlar ma‘nosini tushunmaydi;
- 2) Xonalarni bronlash texnikasini puxta o‘zlashtirmagan, buyurtma qabul qilish bo‘yicha kasbiy kompetentli emas;
- 3) Mehmonxona administratorlaridan ba‘zilari ingliz tilini bilmaganligi uchun telefon go‘shagini qo‘yib qo‘ygan holatlar kuzatildi;
- 4) Administrator xodimlar bronlash jarayonida xonaning jihozlanishi, qulayliklari bilan birga mehmonxona taklif etayotgan asosiy va qo‘shimcha xizmatlar haqida aniq axborotga ega emas;
- 5) Xodim qo‘ng‘iroq oxirida xayrlashuv odobiga rioya etmaydi
- 6) Administrator xonani bronlash uchun yoki potensial mehmonga kerakli ma‘lumotlarni berish va zarur savollarga javob olish ko‘nikmalari yetarli emas.
- 7) Bronlash bo‘yicha mas‘ul xodim biznes tilida muloqot qilish tartibiga rioya etmasdan, balki “qadr don do‘stim” deb murojaat etishi ijobiy holat emas.

Yuqoridagi kamchiliklarni bartaraf etish maqsadida quyidagilarni taklif etish mumkin:

- Outsorsing usulida tashqaridan mutaxassis chaqirib, mehmonxona bronlash xizmati xodimlarining malakalarini oshirish orqali;
- Buxoro viloyati turizm departamenti va Buxoro davlat universiteti tajribali shu sohada yetarli darajada malakaviy amaliyot tajribasiga ega professor-o‘qituvchilar bilan hamkorlikda mehmonxona xonalarni bronlash xizmati xodimlariga amaliy darslarni tashkillashtirish lozim;
- Mehmonxona o‘zida faoliyat yuritayotgan eng faol yuqori tajribaga ega kompetentli xodimlarning taqdimot va master klass o‘quv-amaliy darslar;
- Bronlash bo‘limi xodimining har biriga to‘g‘ri bronlash texnikasi yoritib berilgan risolalar bilan ta‘minlash;
- Mehmondan so‘ralishi mumkin bo‘lgan savollarga oldindan tayyorlangan javoblar mavjud ma‘lumot manbalari va bu ma‘lumotlarning administrator tomonidan to‘liq o‘zlashtirilgan bo‘lishiga erishish yordamida;
- Administrator lavozimiga avvalambor o‘z ishining mas‘uliyat darajasini anglagan, telefon orqali kommunikatsiya qilish qobiliyatiga ega, o‘z ishi natijasidan yuqori darajada ruhiy-ma‘naviy motivatsiyalangan xodimlarni tayinlash maqsadga muvofiq.
- Doimiy tarzda mehmonxona rahabariyati tomonidan “mystery guest” – sirli mehmon usulida bronlash jarayonini baholash, kuzatilgan kamchiliklarni bartaraf etish uchun tushuntirish ishlarini olib borish.

Shunday qilib, muallif tomonidan ishlab chiqilgan mehmonxona xizmatlarini baholashning jarayonli usul asosidagi majmuy yondashuvi biznes jarayonlarini chuqur o‘rganish, ularning sifatini baholash imkonini berib, oddiy sharoitlarda xizmat ko‘rsatish jarayonlarini baholash faoliyatiga maksimal yaqinlashtirish imkonini beradi. Buxoro viloyatidagi 23 mehmonxona biznes yuritish jarayoni tahlili shuni ko‘rsatdiki, hududda bronlash xizmati sifatini oshirish bo‘yicha bajarilishi lozim

bo'lgan bir qancha muammolar o'z yechimini kutayotgan bo'lib, bu muammolarning yechimi dastlab iste'molchi afzalligi va biznes yuritishning odob-axloq qoidalari negizida tashkil etilsa maqsadga muvofiq bo'ladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. М.Т. Алиева. Меҳмонхона менежменти. Дарслик. Т.: ТДИУ 2007. 335-бет.
2. R.S. Amriddinova. Mehmonxona servis xizmati. Ma'ruzalar kursi. SamISI, 2009y.
3. Ребрин Ю.И. Управление качеством [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ю.И. Ребрин. - Таганрог: Изд-во ТРТУ, 2004.
4. Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник для вузов / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. 1045 с.
5. Квартальнов, В.А. Теория и практика туризма /В.А. Квартальнов. М.: Финансы и статистика, 2003. 672 с.

*Кадырова Н.А.
Преподаватель в БДУ
Бухара, Узбекистан*

ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК ЭЛЕМЕНТ УВЕЛИЧЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТОКА В РЕСПУБЛИКУ УЗБЕКИСТАН

Современный турист разительно отличается от путешественника, который был 20 лет назад. К числу приоритетов, на которые стали обращать больше внимания туристы нового поколения, добавились такие элементы как забота об окружающей среде, возможность ведения здорового образа жизни во время путешествия, желание принимать участие в образе жизни и культурных традициях посещаемой территории и многое другое.

Разумеется, описанное выше, как и всё что рассмотрено в данной статье, относится к собирательному образу типового туриста – путешественника, направляющегося в другие государства в ознакомительных, культурно-просветительских целях. Материал не принимает в расчет особенности специфических видов туризма, таких как бизнес-туризм, медицинский туризм и прочее.

Существует множество точек притяжения, которые формируют интерес к посещению той или иной местности. В Узбекистане это в основном богатое культурное наследие, с её неповторимыми памятниками архитектуры, колоритными улочками, необычайным гостеприимством жителей и волшебной аурой восточной старины. Сегодня наше государство уделяет огромное внимание поддержанию и развитию данного аспекта. За последние несколько лет был проделан огромный объем работы для создания комфортной туристской инфраструктуры, обеспечения безопасности и повышения привлекательности региона для туристов. Исторические туристические направления, такие как Ташкент, Бухара, Самарканд и Хива значительно преобразились, стали удобней, ярче и красивей. Помимо этого, органы власти прикладывают немало усилий для создания новых центров притяжения с богатой историей и культурой и в других областях республики. Реставрируются древние памятники архитектуры, восстанавливаются местами позабытые

традиции, строятся гостиницы и музеи, прокладываются транспортные маршруты.

Всё это уже сегодня даёт свои плоды, и поток туристов в наш край растет из года в год. Однако мировой опыт показывает, что для получения максимальной экономической выгоды от туризма, государство, помимо развития ключевого направления и инфраструктуры, должно параллельно стимулировать зарождение новых направлений, которые смогут заинтересовать иностранных гостей и вызвать желание посетить Узбекистан.

Одним из таких направлений в отношении нашего региона, может легко стать гастрономия. Именно перспективности гастрономического туризма я бы хотела посвятить данную статью. Учитывая особенную, богатую узбекскую кухню и большое разнообразие полезных и пока еще не так сильно загрязненных химией даров природы, гастрономический туризм имеет существенные шансы на успех в нашем крае.

Гастрономический туризм – это путешествие по странам и континентам для знакомства с особенностями местной кухни, кулинарными традициями, с целью отведать уникальные для иностранного туриста блюдо или продукт.

Среди стран, в которых на сегодняшний день гастрономический туризм (иногда называемый продовольственным туризмом) формирует существенное направление в привлечении тур потока можно выделить Францию, Италию, Японию и США. А в таких государствах как Узбекистан, Хорватия, Вьетнам или Мексика, несмотря на то что, еда играет очень важную роль в общественном быте, для привлечения туристов используется не в полной мере.

Нельзя сказать, что, правительство не уделяет этому направлению внимания совсем. Проводимые фестивали, и презентации на темы, имеющие отношение к кулинарии и гастрономическим традициям Узбекистана, безусловно, способствуют развитию в этой сфере. К примеру, сам фестиваль Шелк и Специи в какой-то мере является методом повышения гастрономической привлекательности Бухары. Однако, на мой взгляд, принимаемые меры должны иметь более широкий охват, и целью их должно стать формирование интереса к узбекской кухне как к независимой категории, являющейся первопричиной посещения региона. Следует отметить, что в настоящее время, в целом, гастрономия — это лишь приятное дополнение к базовым туристическим программам, хотя и весьма важное, но всё-таки - дополнение.

Динамика последних лет показывает, что в туристических центрах Узбекистана из года в год растет число ресторанов с национальной кухней. Количество уникальных блюд насчитывает сотни разновидностей. Интерес туристов к нашей кухне стабильно растет. Популяризации узбекской кухни способствуют не только отзывы туристов посетивших нашу страну, но и огромное количество узбекских ресторанов по всему миру, а также популярные книжные издания с рецептами наших национальных блюд, написанные именитыми поварами.

Всё изложенное свидетельствует, что для формирования отдельного направления гастрономического туризма, в Узбекистане не потребуется

существенных усилий. Процесс уже идёт автоматически, благодаря огромному потенциалу традиционной национальной кухни. Следует лишь направить его в нужное русло, и обеспечить условия для централизованной и программной популяризации гастрономического туризма на зарубежных рынках туристических услуг.

Согласно данным Аналитического агентства «ТурСтат», Узбекистан сегодня входит в пятерку лидеров среди стран СНГ и ближнего зарубежья по привлекательности для гастрономического туризма среди граждан России. Учитывая богатство традиций нашей кухни, на мой взгляд, наш край имеет все возможности для того, чтобы быть в пятерке лидеров не только среди российских туристов, но и среди туристов всего мира.

Сегодня большинство крупных туристических агентств Узбекистана имеют в своей программе гастрономические туры, которые согласно статистике, пользуются популярностью. Однако назвать это направление загруженным пока нельзя. Для обеспечения полного раскрытия потенциала данной сферы туристического бизнеса требуется принятие государством ряда мер, направленных на систематизацию и придание динамики процессу.

Среди них можно отметить:

- централизованную популяризацию гастрофестивалей на зарубежных рынках (презентации, конференции, участие в выставках, мероприятия при посольствах, реклама в периодических изданиях, ТВ, в сети интернет и прочее);

- стимулирование создания частным бизнесом инфраструктуры, обеспечивающей максимально комфортное проведение гастрономических туров;

- создание и продвижение единого бренда, способствующего обеспечению узнаваемости данной категории туристических услуг;

- поддержку турагентств, предлагающих подобного рода услуги (фискальные послабления, компенсация маркетинговых расходов, направленных на популяризацию бренда гастрофестивала и пр.);

- защиту и признание местных продуктов посредством маркировки и обозначения места их происхождения;

- акцент на подготовку кадров в данном направлении;

- создание действенной системы сертификации, гарантирующей безопасность пищевых продуктов;

- увеличение количества фестивалей, конференций и прочих мероприятий внутри страны с приглашением иностранных гостей способных обеспечить приток туристов в страну (сотрудники посольств, руководители индустрии туризма и пр.);

Данный список можно дополнить, в зависимости от ресурсов, которые государство готово вложить в развитие данного направления. Кроме того, некоторые из указанных пунктов уже выполняются, и постепенно способствуют росту активности в сфере гастрономического туризма, однако для полноценного эффекта, желательно принятие масштабных мер во всех направлениях сразу.

Наблюдая за преобразованиями, происходящими в нашем государстве последние несколько лет, хотела бы отметить что, на мой взгляд, принятие мер по бурному развитию в сфере гастрономического туризма это лишь вопрос времени, причем, относительно не далекого.

Список использованной литературы

1. Ш.М. Мирзиёев. Мы все вместе построим свободное, демократическое и процветающее государство Узбекистан. Ташкент: Ўзбекистон, 2016.
2. Ш.М. Мирзиёев. Критический анализ, жесткая дисциплина и персональная ответственность должны стать повседневной нормой в деятельности каждого руководителя. Ташкент: Ўзбекистон, 2017.
3. А.Б. Бгатов. Безопасность в туризме. Россия. 2010.
4. Е.Л. Писаревский. Основы безопасности туризма. Россия. 2010.

Использованные интернет ресурсы

1. <http://mice-uzbekistan.uz>
2. <http://www.centralasia-travel.com>
3. <http://www.worldcitiescultureforum.com>

*Maxmudova N.O'., katta o'qituvchi,
Hakimov Farrux, talaba,
Buxoro davlat universiteti*

MEHMONXONA BIZNESINI RIVOJLANTIRISHDA TUROPERATORLARNING ROLI

O'zbekistonda mustaqillik yillaridan boshlab har bitta soha rivojlanishni boshladi. Shu o'rinda xizmatlar sohasi ham. Xizmatlar ichida turizmning ulushi yildan yilga o'sayotgani quvonarli holat. Turizm sohasi yaqin yillargacha O'zbekistonda yangi sohalardan biri edi. Ammo oxirgi yillarda turizmda ko'zga ko'rinarli o'zgarishlar sodir bo'ldi. Jumladan Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyev ta'kidlaganidek: «Hozirgi kunda milliy iqtisodiyotga yuqori daromad keltiradigan istiqbolli tarmoqlardan biri – bu turizmdir. O'zbekiston turizm sohasida dunyo bo'yicha ulkan salohiyatga ega bo'lgan davlat hisoblanadi. Yurtimizda 7300 dan ortiq madaniy meros ob'yektlari mavjud va ularning qariyb 200 tasi YUNESKO ro'yxatiga kiritilgan.

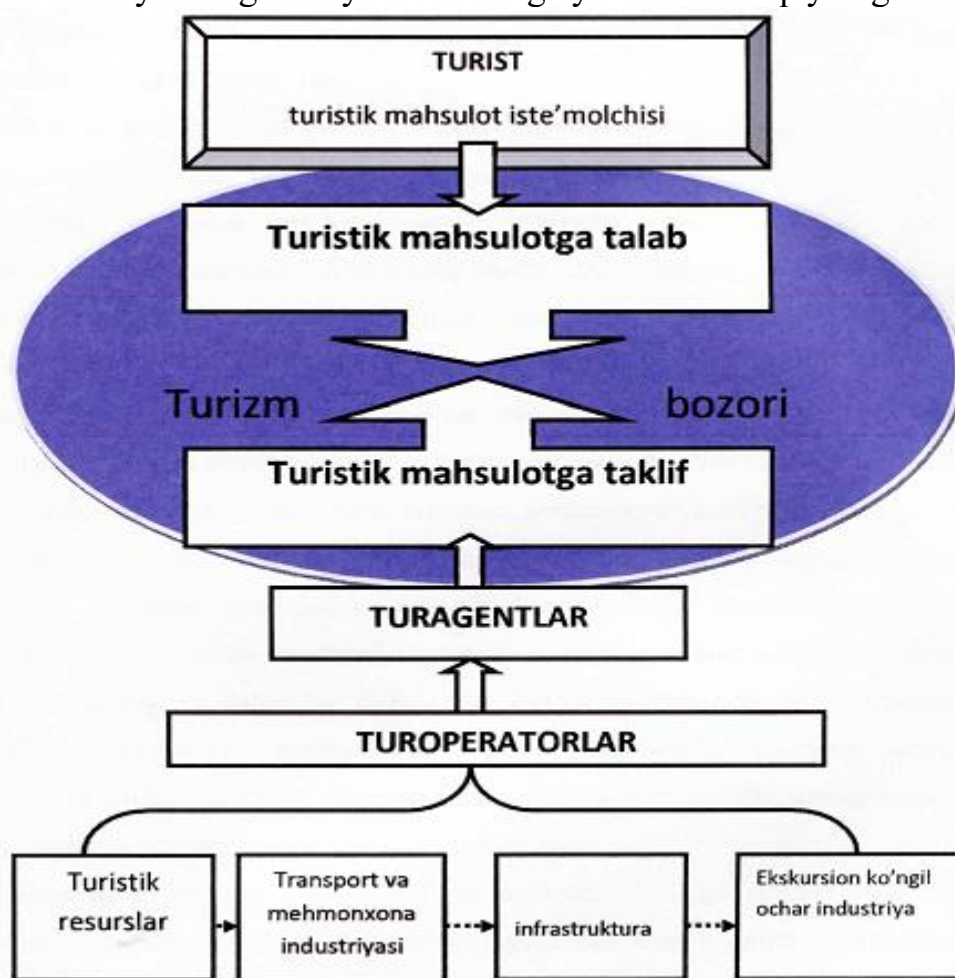
Shu bilan birga, mamlakatimizning betakror tabiati, go'zal dam olish maskanlari imkoniyatlaridan foydalanib, yangi turistik yo'nalishlar ochish mumkin. Bu sohaga jahon brendlarini faol jalb etgan holda, biz ziyorat turizmi, ekologik, ma'rifiy, etnografik, gastronomik turizm va bu sohaning boshqa tarmoqlarini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

Samarqand, Buxoro, Toshkent shaharlaridagi muqaddas qadamjolar va yodgorliklarni ziyorat qilish dasturini rivojlantirish va jadallashtirish zarur. Ichki turizm sohasidagi katta imkoniyatlarni ham to'liq ishga solish lozim».

Darhaqiqat hozirgi kunga kelib turizm iqtisodiyotning ajralmas negiziga aylangan. Bu esa yurtimizda turistik bozor va raqobat muhitini rivojlanishiga zamin yaratadi.

Shu o'rinda turistik bozor nima degan savol tug'iladi? Turistik bozor deganda, turistik mahsulot sotuvchilari va xaridorlari o'rtasida yuzaga keladigan va turistik mahsulot sotilishi yuz beradigan bozor tushuniladi.

Ularning asosiy vazifasi bozor talablarini o'rganish va qondirishdan iborat. Ulgurji turfirmalarga o'z biznesini rivojlantirish uchun sezilarli moliyaviy vositalarni investitsiya qilishga to'g'ri keladi. Bu o'z savdo markazi va mahsulotning harakati, samarali sotish tarmog'i yaratish va boshqalar uchun zarurdir. Turistik bozorning katta bo'lakligi va segmentatsiyasi va talab tuoperatorlarning faoliyatini o'z mahsulotini aniq ixtisoslangan yo'nalishga qaratishiga zarurat tug'diradi. Tuoperatorlik faoliyatining asosiy ixtisoslashga yo'nalishlari quyidagilar hisoblanadi:



1-chizma. Turistik xizmat bozorining faoliyati

(Б.Ш. Сафаров Минтакавий туризм бозорининг иктисодий механизмини такомиллаштириш. Монография. Тошкент-2013 б- б)

Turistik bozorning turistik mahsulot sotuvchilari va xaridorlari o'rtasidagi iqtisodiy munosabatlarning xususiyatiga to'xtaladigan bo'lsak, turistik mahsulotning har bir sotuvchisi va xaridori o'z manfaatlariga ega bo'ladi hamda bu manfaatlar o'zaro mos tushgandagina turistik mahsulot sotuvi amalga oshiriladi. Shu sababli, turistik bozor deganda, turistik mahsulot ishlab chiqaruvchilari va sotuvchilari

manfaatlarining o'zaro moslashtiruv instrumenti tushunilib, xo'jalik yurituvchi turistik subyekt uchun (turoperator, turagent) turistik bozor deganda ushbu subyekt mahsulotini xarid etishdan manfaatdor bo'lgan hamda bugun yoki ertaga uni xarid etish uchun yetarli pul mablag'lariga ega bo'lgan iste'molchilar yig'indisi anglanadi. Turistik bozorda eng muhim rolni turoperator bajaradi.

Turoperatorlar turistik mahsulotlarni ulgurji sotuvchilari hisoblanishadi.

Turoperatorlar turistik xizmatlar ishlab chiqaruvchilar va ularni chakana sotuvchilar o'rtasida bog'lovchi o'rinni egallaydi. Ommaviy turistik mahsulotlar (inklyuziv safarlar) yaratish uchun ular mehmonxona, restoranlar, transport korxonalari katta hajmdagi xizmatlarini sotib oladilar. Ulardan belgilangan yo'nalishda guruh va individual sayohatlar uchun safar paketlarini shakllantiradilar.

Turoperatorlar uyushtirilgan turizmning bosh generatorlari hisoblanadi.

Turoperator xizmatlar yetkazib beruvchilar bilan shartnomalar bo'yicha va turistlar ehtiyojlariga mos ravishda turlar komplektatsiyasi bilan shug'ullanadigan turistik firma(tashkilot)dir. Turoperator - bu turistik paket ishlab chiqaruvchidir. U turistik yo'nalishlar ishlab chiqish va turlar komplektatsiyasi bilan shug'ullanadi; ularning amal qilishini ta'minlaydi, reklamani tashkil qiladi, bu yo'nalishlar bo'yicha narxlarni hisoblaydi, turlarni to'g'ridan-to'g'ri yoki turistik agentliklar vositasida turistlarga sotadilar. Turoperatorlar turistlarni turli turistik xizmatlardan tanlash imkonini ta'minlab beradi va bir vaqtning o'zida boshqa shahar va joylarda buyurtma berish vazifasini o'z zimmasiga olib osonlashtiradi.

Turoperatorlar turizm industriyasida maxsus rolni bajaradilar. Ular turmahsulotlarni (joylarni-samolyotda, nomerlarni-mehmonxonada) sotib oladilar, turistik xizmatlar paketini shakllantiradilar va foyda olish maqsadida turli to'g'ri yoki bilvosita foydalanuvchilarga (turistlarga) sotadilar. Turoperator turistik xizmatlarni alohida ham sotishi mumkin. Bu yo foyda olish, yoki zaruriyat yuzasidan qilinadi. Birinchi holda, ya'ni, turoperator paket shakllantirayotganda u turmahsulotlar ishlab chiqaruvchisi sifatida faoliyat yuritadi. Ikkinchi holda, ya'ni, turoperator xizmatlarini alohida sotayotganda turistik xizmatlarning ulgurji dilleriga aylanadi. Bu holat turoperator ishlab chiqaruvchidan turistik paketni shakllantirish uchun kelagidan ortiqcha turistik xizmatlar sotib olganda bo'lishi mumkin. Bundan tashqari, hozirda ommaviy (ko'p) sotib olgani uchun mehmonxonalar va xizmatlar yetkazib beruvchilar orasida tegishli imtiyozlarga ega bo'lgan maxsuslashgan ulgurji turoperatorlari mavjud. Turoperatorning yana bir ahamiyatli jihati shundaki, u turistlar uchun iqtisodiy qulay bo'lgan turistik paketlarni shakllantirish uchun oladigan xizmatlarining narxi o'zgarishidan kafolatlan olish qobiliyatiga ega.

Ulgurji turoperator narxlari har doim mehmonxonalar narxlaridan arzon bo'ladi. Ammo baribir turoperatorni turmahsulotlarning keng ko'lamining ulgurji sotuvchisi sifatida emas, balki yangi mahsulotlar ishlab chiqaruvchi sifatida ko'rib chiqish lozim. Shunda u haqiqatga to'g'ri bo'ladi, turoperatorning asosiy faoliyati turlar yoki turpaketlarni shakllantirishdan iboratdir.

Turoperatorlik firmasi - bu barcha turistik xizmatlar va turlarni jamlab yagona turistik mahsulot sifatida shakllantiruvchi korxonalar. Turoperatorlik firmalari turistik marshrutlar ishlab chiqadi, turistik mahsulotdagi xizmatlarni bir tizimga bog'laydi va xizmatlarni sifatli ko'rsatilishiga javobgar bo'ladi. Turlarga narxlar belgilaydi.

Turagentlik firmasi esa vositachi korxonaga hisoblanadi. Tur mahsulotni realizatsiya qiladi ya'ni bozor tomon harakatlantiradi. Turizm bozorida turoperatorlik firmalarining ahamiyati katta hisoblanadi. Ular turistik mahsulotlarni ulg'ujii sotuvchilar hisoblanadi. Turoperatorlar turistik mahsulot ishlab chiqaruvchilar va ularni chakana sotuvchilar o'rtasida bo'g'lovchi o'rinni egallaydi. Ommaviy turistik mahsulotlar yaratish uchun ular mehmonxona, restoranlar, transport korxonalariga katta hajmdagi xizmatlarini sotib oladilar, ulardan belgilangan yo'nalishdagi guruh va individual sayohatlar uchun safar paketlarini shakllantiradilar. Turoperatorlik firmasi turizm bozorida asosiy "dastak" vazifasini bajaradi. Ularning asosiy vazifasi bozor talablarini o'rganish va qondirishdan iborat.

Turoperator va turagent o'rtasidagi asosiy farqlar:

A. Daromad tizimi bo'yicha: Turoperator ba'zi turistik xizmatlarni sotib oladi. Uning foydasi sotib olish va sotish narxlari farqidan shakllanadi. Ko'pincha, turoperator alohida xizmatlarni sotib oladi va keyin o'zining narx mexanizmi orqali turmahsulot kompleksini shakllantiradi. Turagent esa chakana savdo bilan shug'ullanib, uning foydasi boshqalarning turmahsulotlarini sotganligi uchun oladigan komissionlardan tashkil topadi. Turagent turmahsulotlarni turoperator yoki xizmatlar ishlab chiqaruvchilarning real narxlarida sotadi.

B. Turmahsulot tegishliligi bo'yicha:

Turoperator har doim sotish uchun turmahsulot zahirasiga ega bo'ladi, turagent bo'lsa mijoz sotib olish istagini bildirgan holdagina ma'lum xizmatlarni talab etadi. Biroq amaliyotda ba'zan turoperator va turagent orasidagi farqni ajratib bo'lmaydi, chunki har ikkalasi o'xshash vazifalarni hal qilishlari mumkin. Masalan, firma turoperator sifatida yo'nalishlar ishlab chiqishi, turistlar va boshqa agentliklarga sotishi ham mumkin. Xuddi shu vaqtda aynan shu turistik tashkilot turagent sifatida boshqa firmalardan xizmatlar sotib olishi va turistlarga sotishi ham mumkin. Shu o'rinda turoperator turmahsulotni ishlab chiqishda bir necha tashkilotlar bilan hamkorlik shartnomalarini imzolashi lozim. Bu tashkilotlar mehmonxona, restoran, transport va boshqa tashkilotlar. Bulardan eng muhimi mehmonxona tashkiloti hisoblanadi. Mehmonxona va turoperator o'rtasidagi shartnoma:

Mehmonxona xizmatlarini ko'rsatuvchi korxonalar bilan o'zaro munosabatlar asosan quyidagi bitimlar bilan aniqlanadi:

a) 30-80% bandlikni ta'minlash kafolati bilan joylar kvotasi haqida shartnoma.

Bunday shartnoma bo'yicha turistik firma mehmonxonadan shartnomada kelishilgan davr mobaynida turistlar bilan to'ldirishi lozim bo'lgan belgilangan miqdorda joylarni oladi. Bunda u ajratilgan joylar kvotasining 30-80% miqdorida to'lov amalga oshirishni kafolatlaydi, hatto, bu joylardan foydalanilmasa ham. Firma kvotaning qolgan qismini belgilangan muddatlarda bekor qilish huquqiga ega. Firma bu shartnoma bo'yicha mehmonxona joylariga odatdagi tariflarga nisbatan past narxlamini oladi.

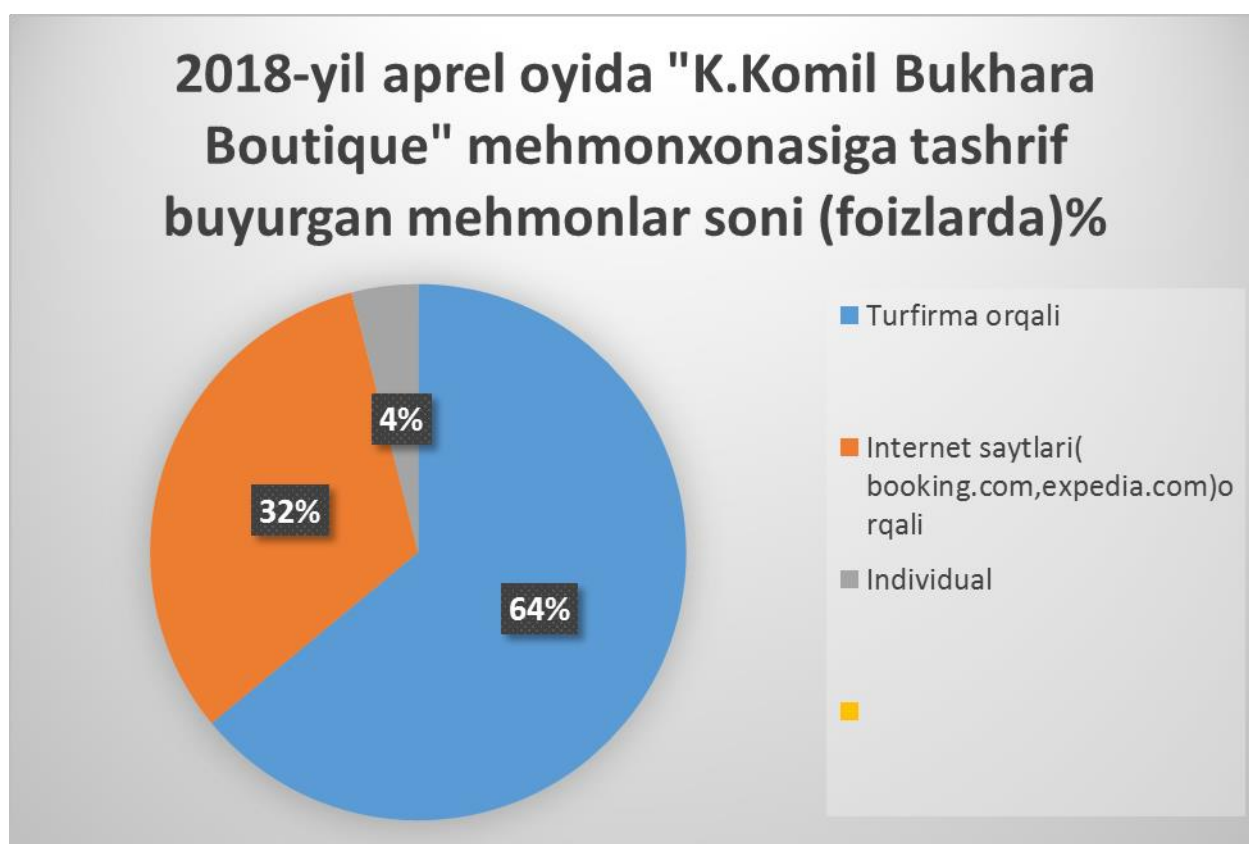
b) bandlikni ta'minlash kafolatisiz joylar kvotasi haqida shartnoma.

Bu shartnoma bo'yicha firma unga ajratilgan joylar kvotasini to'ldirishga hech qanday kafolat bermaydi. Firma mehmonxona bilan odatdagi tariflar bo'yicha hisob-kitob qiladi. d) to'liq to'lovlarni amalga oshirish bilan joylarni qat'iy sotib olish

haqida shartnoma. Bunday shartnoma bo'yicha firma mehmonxonaga ajratilgan joylar kvotasi bo'yicha, ularning to'lish-to'lmasligidan qat'iy nazar, to'lovlar to'liq amalga oshirilishini kafolatlaydi. Bunday sharoitlarda firma mehmonxonaga joylashtirish narxlarini odatdagi narxlarga nisbatan tushirish uchun savdolashadi.

c) Joriy bron qilish haqida shartnoma.

Bu turistik firmalar uchun nisbatan odatiy shartnoma hisoblanadi, ayniqsa, individual turizm bilan shug'ullanadiganlar uchun. Shartnoma bo'yicha firma mehmonxonadan hech qanday joylar kvotasini olmaydi. Mijozlar murojaat qilganlarida u mehmonxonaga bron qilish uchun talabnoma yuboradi va undan tasdiqlanganligi to'g'risida ma'lumot olganidan keyingina mehmonxona xizmatlarini sotishni amalga oshiradi. Bunday shartnomalarda odatdagi mehmonxona tariflari amal qiladi.



2-chizma. Muallif tomonida ishlangan

Istalgan variantda ham quyidagi shartlarni ko'zda tutish (kelishib olish) kerak:

- nomerlar narxi va bron qilish;
- nomerlar turlari va ularning zarur miqdori
- xizmat ko'rsatish (mavsum) davomiyligi;
- bo'sh davrlar;
- turistlarning ketish grafiklari;
- bir marta xizmat ko'rsatish davomiyligi va muddatlari;
- ko'rsatiladigan xizmatlar to'plami;
- ovqatlantirishni tashkil qilish shakli va miqdorini mehmonxona restoranida ovqatlantirish variantlari

- turistlarga ovqatlantirish xizmatini ko'rsatish vaqti;
- dam olishda maxsus qulayliklar (masalan, nogironlar, faxriylar uchun vah.k.);
- personallar gapirishi kerak bo'lgan tillar;
- turistlar kelishini tasdiqlash muddatlari (bron qilish);
- jarima sanksiyalarini e'lon qilmasdan kelishlarni bekor qilish muddatlari;
- bekor qilish o'lchami va muddatlari bo'yicha jarima sanksiyalari;
- ko'p miqdordagi kelishlar va doimiy bandlik uchun chegirmalar;
- miqdor jihatdan kam kelish, kelishlarning uzilishi, mehmonlarni joylashtirishdan bosh tortish uchun moddiy javobgarliklar;
- boshqa spetsifik masalalar (masalan, mehmonxonada sauna, bilyarddan foydalanish nomer narxiga kiradimi yoki yo'q, basseynning ish vaqti va boshqalar).

Bundan tashqari, xizmatlar yetkazib beruvchi hamkor berayotgan kafolatlarga ham e'tibor berish lozim. Xizmatlar yetkazib beruvchilar bilan munosabatlarda (shartnomada) narxlarning teskari oshishi imkonsizligi haqidagi shartni (narxlarni faqat sotilmagan xizmatlargaagina oshirish mumkin) ko'rib chiqish kerak va bu shartning bajarilishi mexanizmni ishlab chiqish lozim.

Pastdagi 2-chizmada "K.Komil Bukhara Boutique" mehmonxonasida bir oy ichida kelgan mehmonlarning qaysi vosita orqali kelganligi ko'rsatilgan. Bundan ham mehmonxona biznesining rivojida turoperatorning roli qanchalik muhimligini ko'rsak bo'ladi. Deyarli 65% turist bir oy ichida turoperatorlar tomonidan qilingan taklifga binoan kelyapti. Bu esa mehmonxonaning deyarli 65% daromadi turoperatorning say-harakatlari tufayli desak xato bo'lmaydi.

Turoperator turizm rivojlanishida muhim rol o'ynaydi. Turoperator o'z ishini bajara turib bir vaqtning o'zida mamlakat elchisi sifatida ham o'z ishini bajaradi. Mamlakat nomidan reklamani amalga oshirish orqali u mamlakatni tanitish vazifasini ham o'z bo'yniga oladi. Agar mamlakatga turist olib kirsa, har bitta soha rivoji uchun ulkan hissa qo'shadi. Mehmonxona tashkiloti, ovqatlantirish tashkiloti, transport, savdo-sotiq sohasi hamma soha bundan birdek manfaatdor bo'ladi. mamlakatda turizm sohasining ulushini oshirishni istasak avvalambor turoperatorlik faoliyatiga e'tibor qaratishimiz lozim. Zero donolar aytganidek, "Daraxt tomiridan suv ichar". Biz turizm sohasini bir daraxt deb oladigan bo'lsak, turoperatorlar shu daraxtning ildizlaridir, mehmonxona esa barglari. Agar ildiz suv ichsa, daraxt ham gullab yashnaydi, o'z navbatida mehmonxonalar ham. Shunday ekan, turoperatorlarlik faoliyati bilan shug'ullanadiganlarga imkoniyatlar berish lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. <http://uza.uz/uz/documents/o-zbekiston-respublikasi-prezidenti-shavkat-mirziyoyevning-o-22-12-2017>
2. Б.Ш. Сафаров Минтак, авий туризм бозорининг иктисодий механизмини такомиллаштириш.
3. Камилова F.К, Ro'ziyev S.S.- Turizm marketinggi. O'quv qo'lanma
4. Тухлиев И.С ва бошкалар.- Туризмни режалаштириш. Дарслик
5. Nurfayziyeva Mohinur Zayniddinovnaning "Turoperatorlik firmlarida raqobatbardoshlikni oshirish yo'llari" 5A610302 - "Turoperatorlik xizmatini tashkil

etish" Magistr akademik darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya.
SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI,2014
I JDK: 338.486.23: 659.113.2

*Tadiyeva S.U., i.f.n, dotsent,
Buxoro davlat universiteti*

BUXORONING MEHMONXONA INDUSTRIYASIDA KICHIK BIZNESNI O'RNI

Turizmning rivojlanishi birinchi navbatda turizm industriyasining o'zagi bo'lgan mehmonxonalar rivojlanishi bilan bog'lik. Chunki, mehmonxona biznesi turizmning ajralmas qismi bo'lib, birinchi navbatda turistlarni qabul qiluvchi va turistlarning tunashga, dam olishga bo'lgan ehtiyojlarini qondiruvchi, murakkab xizmatlarni amalga oshiruvchi eng muxim bo'lagi hisoblanadi. Shuning uchun ham XXI asr turizmida mehmonxonalar biznesida nafaqat xizmatlar assortimentini ko'paytirishga, balki ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatini va samaradorligini oshirishga alohida etibor berilmoqda, ya'ni xizmatlarning sifatini va samaradorligini oshirishda yangi-yangi texnologiyalar ishlab chiqilib amaliyotga joriy etilmoqda.

Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyevning 2016-yil 2-dekabrda "O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi farmoni mehmonxonalar tizimini rivojlantirishning yangi istiqbollari belgilab berdi. Prezidentimizning yuqoridagi farmonidan kelib chiqib qabul qilingan Vazirlar Mahkamasining tegishli qarorida mehmonxonalar tizimini rivojlantirish uchun qator imtiyozlar belgilangan.

Mehmonxona industriyasida tadbirkorlikni, xususan kichik shaklini rivojlantirish katta ahamiyatga ega.

Buxoro viloyatida mehmonxonalar soni yildan yilga ko'payib bormoqda. {ozirgi kunda Buxoro shaharning o'zida 126 ta mehmonxona mavjud. Mehmonxonalaridagi o'rin – joylar soniga nazar tashlaydigan bo'lsak, 2010 yilda jami o'rin-joylar soni 2290 ta bo'lgan, 2018 yilga kelib esa 4000 taga yetdi. Demak, 8 yil ichida Buxoro mehmonxonalaridagi o'rin joylar soni deyarli 2 baravar oshdi. Shulardan xususiy mehmonxonalarda, agarda 1995 yilda atiga 12 ta o'rin-joy bo'lgan bo'lsa, 2015 yilga kelib bu ko'rsatgich 3170 taga yetdi. Bu raqamlardan biz shuni ko'rishimiz mumkinki, mehmonxona industriyasida xususiy sektor juda tez suratlarda rivojlanib bormoqda.

Buxora shahridagi mehmonxonalarining huquqiy-tashkiliy maqomini tahlil qiladigan bo'lsak, ular qo'yidagicha:

1-jadval

Buxoroda mehmonxonalarining huquqiy-tashkiliy maqomi [1]

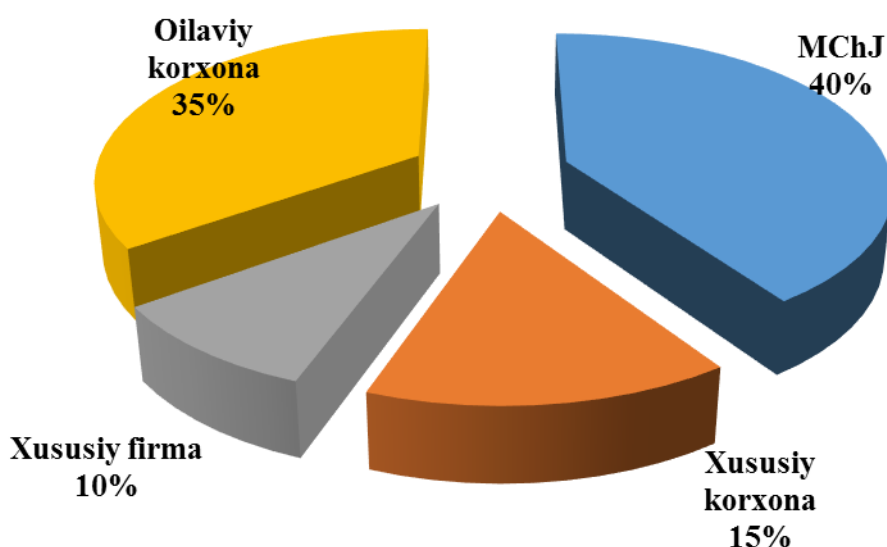
	Jami mehmonxonalar (soni)	Shu jumladan kichik mehmonxonalar (xonalar soni 1-25)	kichik mehmonxonalarining ulushi, % da
Mehmonxonalar, shu jumladan:	126	112	89

MChJ	51	40	78
Xususiy korxonalar	19	17	89
Xususiy firma	12	11	92
Oilaviy korxonalar	44	44	100

Buxoro mehmonxona industriyasida asosan MChJ maqomiga ega - 51ta yoki 40% korxonalar faoliyat yuritmoqda. Oilaviy korxonalarning soni 44 ta va ularning Buxoro mehmonxona bozoridagi ulushi 35% ga teng. (1 - diagramma)

1- diagramma

Buxoroda mehmonxonalarining huquqiy-tashkiliy maqomiga ko'ra ulushi (%da)



Zamonaviy dunyo tajribasidan ma'lumki, tadbirkorlikning oilaviy shakli kompaniyalarga eng daromadli korxonalar reytingiga kirishga imkon beradi. Dunyoning 200 ga yaqin oilaviy kompaniyalardan oshiq. Ko'pgina mamlakatlarda oilaviy biznes umumiy biznesning 70 foizdan ko'proq qismini tashkil etadi va iqtisodiyotning o'sishi va ish bilan bandligida muhim rol o'ynaydi. Ispaniyada barcha korxonalarning 75 foizi oilaviy korxonalar bo'lib, YaIMning 65 foizini tashkil qiladi. Lotin Amerikasida oilaviy kompaniyalar YaIMning 60 foizini tashkil qiladi. Evropa Ittifoqida faoliyat yuritayotgan korxonalarning 87 foizi yoki 21 milliondan ortiq firma - kichik kompaniyalardir. Xuddi shu holat AQShda kuzatiladi, u erda har uchinchi amerikalik oila kichik biznes bilan shug'ullanadi [2]

Tahlillar shuni ko'rsatmoqdaki Buxoro mehmonxonalarining tashkiliy-huquqiy maqomiga ko'ra asosiy o'rin oilaviy korxonalariga tegishlidir. Butun dunyo bo'ylab oilaviy biznes muvaffaqiyatining sirini nimada?

Innsbrux Universitetining iqtisodchilari mehmonxona va restoran oilaviy biznes sohasida tadqiqotlar olib borishdi. Natijalar shuni ko'rsatdiki, oilaviy korxonalar egalari oilaviy biznesning qo'yidagi afzalliklari mavjud deb hisoblaydilar:

1) xodimlarning yuqori shaxsiy manfaatdorligi;

- 2) shaxsiy, personallashtirilgan mahsulotni yaratish va shu tariqa sodiq mijozlarni saqlash qobiliyati;
- 3) atrof-muhitning o'zgaruvchan sharoitlarga biznesning yuqori moslashuvchanligi va egaluvchanligi;
- 4) kompaniyaning qulay, "boshqariladigan" hajmi;
- 5) mustaqillik;
- 6) mehnat xarajatlarini tejash. [3].

O'zbekistonda oilaviy korxonalar – bu yuridik shaxslar uchun tadbirkorlikning nisbatdan yangi innovatsion tashkiliy-huquqiy shaklidir. "Oilaviy Tadbirkorlik to'g'risida"gi Qononning 1-moddasiga muvofiq oilaviy tadbirkorlik oila azolari tomonidan tavakkal qilib va o'z mulkiy javobgarligi ostida daromad (foyda) olish maqsadida amalga oshiriladigan tashabbuskorlik faoliyat bo'lib, o'z ishtirokchilarining ixtoriyligiga asoslanadi. Oilaviy tadbirkorlik yuridik shakhs tashkil etgan yoki tashkil etmagan holda amalga oshirilishi mumkin. Yuridik shakhs tashkil etgan holda amalga oshiriladigan oilaviy tadbirkorlikning tashkiliy-huquqiy shakli - oilaviy korxonadir.

Oilaviy korxonalar tadbirkorlikning ilg'or shakli hisoblanadi, ayniqsa, mehmonxona biznesi sohasida. Shuning uchun, bizning fikrimizcha, bu tadbirkorlik shakliga tegishli qonunchilik va soliq bazasini takomillashtirish zarur.

ADABIYOTLAR

1. Buxoro viloyati turizmni rivojlantirish departamenti ma'lumotlari.
2. Зиновьева, Е.С. Балышев А.В. Государственная политика содействия инновационному малому бизнесу в США: уроки для России / Е.С. Зиновьева, А.В. Балышев // Вестник МГИМО Университета. – 2014. - №1. – С. 164-171.
3. M. Peters, D. Buhalis. Family hotel businesses: Strategic planning and the need for education and training. // Education and training. Special Edition 2004. University of Innsbruck (Austria), University of Surrey (UK). – 20 p.

*Давронов И.О.
Бухара, Узбекистан*

ИННОВАЦИИ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВО

За последние несколько десятилетий услуги сыграли главную роль в экономике большинства промышленно развитых регионов. Инновационные технологии и виды бизнеса изменили содержание окружающей среды. Инновационные услуги «означают что-то новое в образе жизни, организации, сроках и размещении того, что обычно можно охарактеризовать как индивидуальные и коллективные процессы, которые относятся к потребителям». Исследования в области инноваций в сфере услуг эволюционировали с глобальной точки зрения на перспективу разграничения, изображая ее как нечто отличное от инноваций продукта и, наконец, переход в перспективу синтеза. Перспектива подключения подчеркивает необходимость комплексного подхода к инновациям, который рассматриваются как технологические, так и нетехнологические аспекты.

Инновации можно измерить разными способами. Основываясь на деловом словаре, инновация - это метод перевода идеи или изобретения в товар или услугу, которая устанавливает ценность или за которую клиенты будут платить. Чтобы быть названным нововведением, идея должна быть тиражируемой по экономическим затратам и должна отвечать конкретной потребности. Инновации подразумевают «преднамеренное применение информации, воображения и инициативы в получении больших или разных ценностей из ресурсов». Инновации запускаются в новых продуктах, новых услугах и новых процессах, которые возникают в этих новых сочетаниях. Но для того, чтобы придумать эти новые комбинации, у кого-то должны быть свежие идеи. Изменения в туристской практике могут принести существенные выгоды за счет мотивации изменений к большей устойчивости в цепочке поставок туризма и других секторах.

Процветание в гостиничном бизнесе ничем не отличается: гостиничные новаторы участвуют в создании отелей, где, по их мнению, выгоды будут направлены в сторону промышленности; гостиничные сети разрабатывают стадию распространения, которая обеспечивает новые преимущества в отношении клиентов.

Инновационные технологии и виды бизнеса изменили структуру гостеприимства и туризма. Примером таких нововведений являются телефонные ключи, мобильная самообслуживание, онлайн-бронирование с телефонами, киоски для самообслуживания, устройства для лоббирующих медиа-панелей, электронные теги багажа, приносят с собой собственное устройство, умные -фонические посадочные талоны, системы оптимизации гостиничных услуг, инструменты для подключения устройств для гостей, голосовые телефоны через интернет-протокол, которые взаимосвязаны с экосистемой отеля, различные устройства для распознавания гостей, меню планшета и системы бронирования таблиц, чтобы назвать несколько. Эти нововведения могут иметь место на первой линии обслуживания, где клиенты наблюдают за инновациями или могут работать в бэкэнд и быть «невидимыми для потребителей». В некоторых услугах гостеприимства гости взаимодействуют с последними гаджетами в фойе отелей или используют свои собственные мобильные устройства для составления планов обеда или других услуг.

Инновации в индустрии гостеприимства и туризма относятся к локусу инновационных режимов обслуживания, отличающихся от инноваций продукта. В результате постоянных инноваций сервисные фирмы улучшили качество своего обслуживания и предложили более индивидуальный опыт. Это выполняется путем прогнозирования потребностей и потребностей клиентов, повышения лояльности через различные программы, расширения клиентской базы при одновременном снижении неиспользуемых мощностей и повышении эффективности и производительности. Сервисные инновации определяют способы создания и предоставления большей ценности клиентам через технологии или процессы. Он включает в себя постоянное совершенствование

и оптимизацию идей для расширения возможностей сотрудников, акционеров и потребителей. В результате инноваций возник новый опыт клиентов.

Инновационное сотрудничество между брендами, которые работают в разных отраслях, также формирует индустрии гостеприимства и туризма. Регистрация самообслуживания. Это может быть спасателем для менеджеров стойки регистрации. Гости могут сами проверить себя, избавиться от разочарования и стресса. Это освобождает время для стойки регистрации, чтобы посвятить время повышению удобства гостей и сохранению заказов. Кроме того, это просто удобно (и довольно круто). В Jumeirah Frankfurt в Германии и на Eccleston Square в Лондоне, Великобритания, гости могут следить за утренними новостями, чистив зубы, благодаря плоским экранам телевизора, встроенным в зеркало в ванной комнате. В Four Points Starwood в США также разрабатываются интеллектуальные зеркала на который должен читать заголовки или проверять прогноз погоды. Между тем бренд Aloft группы экспериментирует с зеркалом с сенсорным экраном, который позволяет гостям настраивать светодиодное освещение в ванной комнате.

Важной новой бизнес-моделью является совместная или совместная экономика, которая еще больше изменила ландшафт гостеприимства и туризма. Идея экономики обмена заключается в использовании неиспользуемых личных ресурсов, таких как велосипеды, чистая еда, тренажерные залы в номере. Отели усиливают оздоровительные привилегии в массе, отвечая путешествующей общественности, которая становится глубоко осведомленной о здоровье. Согласно докладу Spafinder Wellness 365, отели разрабатывают способы прибегнуть к заботе о здоровье туристов, потому что эти путешественники тратят в среднем на 130 процентов больше, чем стандартные гости. Существует так много примеров кампаний по охране здоровья в отеле: в отеле Kimpton Hotels выставляются меню из свежего сока, в том числе зеленый напиток из огурца, сельдерея, шпинат, капуста и лимон, в 10 ресторанах Кимптон по всей стране. Westin Hotels & Resorts запустила 15-миллионное движение «Вестин благосостояния», в котором есть преимущества для здоровья, такие как тренировочное снаряжение (доступно для аренды) и меню «SuperFoodsRx». Или рассмотрите новые отели EVEN, предлагаемые IHG, с эргономичными стульями, здоровыми меню и спортивными студиями.

Исследование инноваций в сфере туризма также находится в зачаточном состоянии. Различные причины лежат за небольшим числом научных исследований в этом секторе. Смысл туристического продукта как комбинации ряда элементов осложняет эмпирические исследования. На самом деле продукты туризма могут включать материальные и / или нематериальные элементы. Например, пункт назначения может быть выстроен как любой из многочисленных поставщиков, таких как гостиницы, рестораны, туристические фирмы / агентства, фирмы по прокату автомобилей, туристические гиды и т. Д. Кроме того, туризм - это не просто производство товаров или услуг. Несколько нематериальных характеристик воплощены в людях как личности.

В статье показано, что классификация инноваций и инновационная деятельность очень важны. Но также интересный вопрос - подумать об

источниках инноваций. И почему это важно? Потому, что инновации в гостиничном бизнесе не так распространены, поэтому их инновационные идеи в основном поступают из других секторов.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Barcet, A. (2010), "Innovation in services: a new paradigm and innovation model", in Gallouj, F. and Djellal, F. (Eds), The Handbook of Innovation and Services: A Multidisciplinary Perspective, Edward Elgar, Cheltenham, pp. 49-67.
2. Ушаков Д.С., Малахова Наталья Николаевна. Инновации в туризме и сервисе. Издательство: MapT, Ростов-на-Дону, 2008 г.

Мусаева Ж.К.,

БухМТИ катта ўқитувчиси

ТУРИЗМ СОҲАСИДА ИННОВАЦИОН БОШҚАРУВНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ

Мамлакатимизда олиб борилаётган кенг кўламли ислохотлар халқимиз томонидан қўллаб-қувватланмоқда. Бу ўзгаришларнинг дастлабки натижалари аҳолимиз ҳаёти ва кундалик турмушида ўзининг яққол ифодасини топмоқда, эл-юртимизнинг ижтимоий фаоллиги, эртанги кунга ишончи ўсиб бормоқда.

Фаол тадбиркорлик бизнес фаолиятини инновацион, яъни замонавий ёндашувлар, илғор технология ва бошқарув усуллари асосида ташкил этадиган иқтисодий йўналишдир. Айниқса туризм соҳасида тадбиркорликни ривожлантиришга кенг имкониятлар яратилмоқда.

Бугун биз давлат ва жамият ҳаётининг барча соҳаларини тубдан янгилашга қаратилган инновацион ривожланиш йўлига ўтмоқдамиз. Бу бежиз эмас, албатта. Чунки замон шиддат билан ривожланиб бораётган ҳозирги даврда ким ютади? Янги фикр, янги ғояга, инновацияга таянган давлат ютади.

Инновация – бу келажак дегани. Биз буюк келажакимизни барпо этишни бугундан бошлайдиган бўлсак, уни айнан инновацион ғоялар, инновацион ёндашув асосида бошлашимиз керак. [1]

Ўзбекистонда иқтисодиётининг либераллашуви жараёни жаҳон бозорларида туризм соҳасидаги кескин ўзгаришлар даврига тўғри келди. Жаҳонда туризм иқтисодиётнинг аҳамиятли тармоқларидан бирига айланди. Туризм индустрияси миллионга яқин ишчи ва хизматчиларни иш жойлари билан таъминлаб, улар касб маҳоратининг ўсишига имкониятлар яратиб бермоқда. Шунини айтиб ўтиш керак-ки, бу соҳада иш билан таъминланиш бошқа соҳаларга қараганда икки баробар тез ўсмоқда. Ички ва халқаро туризм ривожланиши тартибсиз равишда содир бўлмайди. Бу бошқарилиши лозим бўлган инсон фаолиятининг махсус шаклидир. Туризм индустриясида менежментнинг ривожланишига ижтимоий-иқтисодий, техник ва технологик омиллар таъсир қилади. Масалан, иқтисодиёт берадиган даромадларсиз туризмнинг оммавийлигига эришиб бўлмайди, демак бошқарилиш воситаси ҳам мавжуд бўлмайди.[2]

Ўзбекистон Республикаси Конституциясида фуқароларнинг дам олиш ҳуқуқлари белгилаб қўйилган, лекин бу ҳуқуқдан фойдаланиш учун қатор

ижтимоий ёъналишдаги муаммоларни ҳал қилиш лозим: транспорт, ёъл, овқатланиш ва бошқалар шулар жумласидандир. Бу ерда бошқарилиши керак бўлган туризм инфратузулмаси назарда тутилмоқда.

Менежмент соҳаси бўйича туризм ташкилотлари олдига иккита ўзаро боғлиқ вазифа қўйилади :

-бозор муносабатларини бутунлай амалиётга киритиш, яъни туризм менежментига бозор иқтисодиёти мазмунини сингдириш;

-туризм соҳасидаги "ноу-хау" янгиликларини янги аср шароитига мослаштириш, яъни дунёдаги шу йўналишда бўлган ўзгаришларни максимал равишда ҳисобга олиш.

Туризм индустрияси менежменти курсининг вазифаси туризм индустриясини бошқариш модели ҳамда ривожланган давлатлар тажрибасини ҳисобга олган ҳолда туризм соҳасидаги муваффақиятларни таҳлилий равишда талабаларга тушунтиришдан иборат.Туризм ривожланиши жараёнида, бу тушунчанинг турли талқинлари пайдо бўлди.Туризм тушунчасига таъриф бериш учун аввал унинг жараён сифатига белгиларини ажратиб олиш керак.

1. Жой ўзгартирилиши. Бу ерда мулоҳаза оддий муҳитдан ташқарида бўлган жойга сафарҳақида бормоқда (уйдан иш жойигача бўлган сафар бундан мустасно).

2. Бошқа бир жойга келиб жойлашиш. Бу ерда асосий шарт жойлашиш жойи доимий ёки узоқ муддатга мўлжалланмаслигидан иборат (жойлашиш 12 ойдан ошмаслиги керак).

3. Зиёрат манзилгоҳидаги манбадан меҳнат тўлови. Сафарнинг асосий мақсади, зиёрат манзилгоҳидаги манбадан тўланадиган меҳнат фаолиятини амалга оширишдан иборат эмас (бундай шахслар сайёҳлар эмас, балки эмигрантлар ҳисобланади). [3] Демак, туризм бу муносабатлар, алоқалар ва воқеа-ҳодисалар билан биргаликда кишиларнинг сафари ва уларнинг доимий ёки узоқ муддатга мўлжалланмаган жойлашуви ва уларнинг меҳнат фаолиятига боғлиқ бўлмаган мажмуадан иборат. "Туризм" сўзи "grand tour " (катта саёҳат) иборасидан келиб чиққан бўлиб, бошқа маданиятлар билан танишувга мўлжалланган сафар тушунилади. Туризм шу жумладан туркорхоналар ва биринчи навбатда туризм Мташкилотчилари ва воситачилари фаолиятидан иборат. Шундай қилиб, туризм иқтисоднинг бошқарилиши керак бўлган ва ўз ичига туризм ташкилотчилари ва воситачиларининг фаолиятини қамраб олувчи тармоқдир. Туризмни бошқаришда қуйидаги ёндашувлар ажратилади:

1. Таълимотлар бўйича ёндашув:

- илмий бошқарув таълимот мактаби;

- маъмурий бошқарув;

- инсонлар орасидаги муносабат ва ҳати-ҳаракат ҳақидаги фанлар;

-бошқарув фани ёки микдорий услублар.

2. Жараён ёндашуви-бошқарувни узлуксиз бошқариш функцияларининг йиғиндиси сифатида ўрганади.

3. Таҳлилий ёндашув.

4. Вазият ёндашуви.

Тўрт таълимот мактабининг бошқарув фикрининг ривожланишига кўшган ҳиссаси:

А. Илмий бошқарув таълимот мактаби:

- а) вазифаларни бажариш учун энг яхши услубларни аниқлашда илмий таҳлилдан фойдаланиш;
- б) вазифаларни бажариш учун энг мос келадиган хизматчиларни танлаш ва уларни ўргатиш;
- в) ўз вазифаларини самарали бажариши учун хизматчиларни керакли ресурслар билан таъминлаш;
- г) иш унумдорлигини оширишда моддий рағбатлантиришдан тизимли ёндашув асосида ва тўғри фойдаланиш;
- д) режалаштириш ва фикр юритишни иш бажаришдан ажратиш.

Б. Мумтоз (классик) бошқарув таълимот мактаби:

- а) бошқарув тамойилларининг ривожланиши;
- б) бошқарув вазифаларини таърифлаш;
- в) бутун ташкилотни бошқаришга тизимли ёндашув.

Д. Инсонлар орасидаги муносабат таълимот мактаби ва ҳати-ҳаракат ҳақидаги фанлар таълимот мактаби:

- а) шахслараро муносабатлар услубини қўллаб қониқиш даражаси ва унумдорликни ошириш;
- б) инсонлар орасидаги муносабат фанларини бошқарув ва ташкилот шаклланишида қўллаш.

Е. Илмий бошқарув таълимот мактаби:

- а) моделларни қўллаб мураккаб бошқарув муаммоларини англаш;
- б) мураккаб вазиятларда қарор қабул қилувчи раҳбарларга ёрдам берувчи миқдорий усулларни ривожлантириш.

Жараён ёндашуви. Бошқарув вазифаларига: режалаш, ташкил қилиш, мотивация ва назорат киради. А. Фаёлнинг фикрига кўра улар ўзаро боғлиқ бўлмаган ҳолда мустақил фаолият олиб боради.

Режалаштириш 3 саволга жавоб беради:

1. Ҳозирги вақтда биз қайердамиз (афзаллик ва камчиликларни аниқлаш)?
2. Атроф-муҳитга баҳо бериб, қайси ённалишда ҳаракат қилмоқдамиз (рақобатчилар, технология ва иқтисодий вазият)?
3. Кўзланган натижага қандай эришмоқчимиз?

Ташкил қилиш - маълум бир тузилмани яратиш ҳисобланади. Ташкилотга ким киради ва нима билан шуғулланиши керак?

Мотивация-ташкилот аъзоларининг режани бажариши ва улар бажараётган иш топширилган (делегирование) мажбуриятларга мос келиши демак.

Рағбатлантириш-инсон эҳтиёжларини яхши иш орқали қондиришдан иборат. Назорат - ташкилот ўз олдида қўйган мақсадларига эришишини таъминловчи жараён. Бошқарув Назоратининг 3 қирраси мавжуд. Улар қуйидагилардан иборат:

- стандартлар ўрнатилиши, маълум вақт оралиғида бажарилиши керак бўлган мақсадларни яққол аниқлаш;

- эришилган натижани баҳолаш ва кўтилган натижа билан солиштириш;
- тўғрилаш ва аниқлик киритиладиган жараён, тўғриқарор қабул қилиш ва алоқа (коммуникация, ахборат алмашинувини талаб этади.

Тўғриқарор қабул қилиш учун мутаносиб (адекват) ахборот керак. Уни олиш учун ишончли коммуникация зарур бўлади.

Тизимли ёндашув-одатда ташкилотнинг ўзаро алоқалари кўрсатилган блок-схема кўринишида тасвирланади. Аниқроғиҳаракатланувчи тасвир- "Iyubayl " яратилади. Агар раҳбарият ташкилотнинг бир қисмини ўзгартирса, бу ҳолат ташкилот функцияларига таъсир этади. Тизим - бутунлик ёки яхлитлик, таркибий қисмлари ўзаро боғлиқ бўлиб, ҳар бири бутунлик тавсифига ўз ҳиссасини қўшади. Масалан, тизимга машина, компьютер, телевизорлар мисол бўла олади. [4]

Ёндашувнинг марказида вазият, яъни, муайян вақтда ташкилотга кучли таъсир ўтказадиган вазиятлар тўплами туради.

Вазият ўзгарувчилари ички ва ташқига бўлинади.

Ички ўзгарувчилар одатда ташкилотда қўланиладиган қарорларни бошқариш натижаси, унга ташкилотнинг қуйидаги тавсифи киради: мақсад, ресурслар, ўлчамлар, меҳнат тақсимоли. Ташқи ўзгарувчиларга: рақобатчилар, ижтимоий омиллар, давлат томонидан тартибга солишлар ва ҳ. к. киради.

Вазият ёндашуви мавжуд услуб ва ғояларни муайян вазиятларда қўллайди. Вазият ёндашуви ички ва ташқи ўзгарувчилар асосини аниқлаб тизимлар назариясини амалиётда қўлланилишини кенгайтди.

Туризмда меҳнатни бошқаришнинг ўзига хос хусусиятлари мавжуд бўлиб, у бошқа соҳадаги ишчилар фаолиятидан фарқ қилади. Туризмда менежментнинг вазифаси, умумий тенденция ва унинг ривожланиш қонуниятларини аниқлаш ҳамда ўзига хос томонларини топишдан иборат. Туризм соҳасининг ўзига хос томонлари туризм ташкилотлари ва воситачилар таклиф қилаётган хизматларнинг ўзига хос хусусиятларидан келиб чиқади. Кўпчилик туризм ташкилотлари унча катта эмас. Катта туризм ташкилотлари фақат аҳоли зич яшайдиган жойларда тузилади, улар туризм индустрияси учун оддий ҳолдир, лекин бу завод сингари фақат бир турдаги сеҳ каби бошқарув тузилишига эга эмас.

Туризм индустриясида жуда кўп туризм ташкилотлари ва агентлари ягона ҳудудий бошқарув тизимига мос келиши керак ва бу бозорнинг узоқ муддатга мўлжалланган ишончилиги ва рақобатбардошлилигини таъминлаш мақсадларига қаратилган бўлиши керак. Туризм ташкилотларига иккиёқлама масъулят юклатилган бўлиб, улар ўз фаолияти давомида ҳудуддаги таклифни мувофиқлаштирувчи ташкилот вазифасини бажарадилар ва бутун ҳудуднинг фаолияти учун жавобгардирлар. [4]

Ривожланиш стратегияси бутун ҳудуддаги каби алоҳида туризм ташкилоти учун ҳам ишлаб чиқилиши лозим. Туризмнинг бошқарув объекти сифатида ўзига хослиги, ноаниқ ва қийин аниқланадиган мақсадлардир.

Фойдани кўпайтириш, фойда олишга қаратилган хусусий туристик ташкилотлари менежментининг асосий мақсади ҳисобланади. Туризм ташкилотлари менежменти учун бундай мақсадлар корхона, ҳудуд даражасида

мавжуд эмас. Туризм ташкилотининг муваффақияти нималардан иборат ва у қандай аниқланади?

Туризм бошқарувининг учинчи ўзига хос хусусияти, унинг ҳудуд ривожланишига чекланган таъсирдан иборат. Чунки, туризм ташкилоти давлат масалалари билан шуғулланади ва бунинг учун кўпинча давлат воситаларидан фойдаланади. Шу сабабли унга давлат сиёсатининг таъсири жуда катта бўлади.

Туризмнинг яна бир ўзига хослиги манфаатдор мижозларнинг унга кучли таъсир ўтказишидан иборат. Туризм ташкилотлари аҳоли орасида туризм ривожланишидан манфаатдор бўлган кредитор, сиёсий ташкилот, ҳокимлик ҳамда таъминотчилар билан бевосита алоқада бўлади.[5]

Меъёрлар асосида бошқарувга (туризм ташкилоти даражасида-корхона сиёсати, ҳудудий даражада эргаштирувчи тимсолни ишлаб чиқишни режалаштириш ва мувофиқлаштиришга) катта аҳамият берилади. Туризмнинг бошқарув объекти сифатида муҳим хусусияти унинг ўзига хос маҳсулотли, яъни маҳсулотнинг манбаидан ажралмаслигидир. Турмаҳсулот хизмат кўринишида бўлгани учун, унинг зарурий шarti мижознинг иштирок этиши ва уни оморга жойлаб бўлмаслигидадир. Турмаҳсулотнинг ташқи кўриниши унинг ўзига хослигини ташкил қилади. Туризм иқтисод, экология, сиёсат каби соҳаларга катта таъсир ўтказади ва улар ҳам ўз навбатида туризмга таъсир этади. Шунинг учун йил сайин туризмга талаб ортиб бормоқда.

Мамлакатимизда туризмни ривожлантириш йулида Давлатимиз раҳбари вилоятга ўтган йилги ташрифи чоғида Бухоро шаҳрининг сайёҳлик инфратузилмасини янада ривожлантириш мақсадида унинг тарихий қисмида ҳунармандлар мавзеси қуриш, Ҳақиқат ва Хўжа Нуробод кўчаларини кенгайтириб сайлгоҳга айлантириш, Пойи Калон ва Мир Араб мадрасаларини қайта таъмирлаш бўйича топшириқлар берган эди.

Шунга мувофиқ, Ҳақиқат кўчаси кенгайтирилиб, 1,5 метр қалинликдаги тупроқ қатлами олиб ташланди, тарихий обидала ратрофи очилди. Кўча бўйлаб биринчи қаватида дўкон ва уста хоналар бўлган, иккинчи қаватида ҳунармандлар оилалари яшайдиган уйлар қуришга киришилди. Натижада кўча шаҳарнинг тарихий қисмига монанд сайлгоҳга айланиб, Шавкат Мирзиёев Бухоро шаҳрининг тарихий қисмида вилоятда туризм соҳасини янада ривожлантириш концепцияси асосида амалга оширилаётган ишлар билан танишди.

Бухоро ўзининг бетакрор тарихий обидалари, осори-атиқалари, асрлар оша давом этиб келаётган миллий ҳунармандли канъаналари билан юртимиз туристик жозибадорлигини оширишда улкан салоҳиятга эга. Вилоятда 2018 йилда туризмни янада ривожлантириш концепциясига мувофиқ, 61 та лойиҳани ҳаётга татбиқ этиш кўзда тутилган. Жумладан, 32 меҳмонхона, 12 мотел, 10 истироҳат боғи барпо этилиб, “Бухоро Палас”, “Варахша” ва “Зарафшон” меҳмонхоналари реконструкция қилинади. Бундан ташқари, туризм бўйича халқаро ва миллий ташкилотлар билан ҳамкорликни кенгайтириш, ресторанлар қуриш, сайёҳларга хизмат кўрсатувчи транспорт воситалари харид қилиш, маданий мерос объектларини тадбиркорларга ижарага бериш, ҳаво шарида саёҳатни бормоқда. Вилоятга келаётган сайёҳлар бу ерга ҳам ташриф буюриб,

уста-хунармандлариши билан танишмоқда, ипак гиламлар, кашталар, зарбофтўнлар, турликийим-кечак, уй-рўзгорбуюмлари, сувенирлар харид қилиб, Бухоронинг қадимий доврўғини дунёга янада кенг ёйишга муносиб ҳисса қўшмоқда.

Жорий йилда Пойи Калон мажмуасидаги тарихий обидаларни таъмирдан чиқариш бўйича лойиҳалар ишлаб чиқилди. Хўжа Нуробод кўчасида жойлашган Абдулазизхон ва Улуғбек мадрасаларида таъмирлаш ва тиклашишлари амалга оширилади. Арк кўрғони мажмуаси атрофи ободонлаштирилиб, унинг ичкарасидаги бино ва иншоотлар таъмирланади. Мир Араб мадрасасини қайта тиклаш ва унинг янги ўқув биносини қуришишлари олиб борилади. Шу кўчанинг ўзида хунармандлар растаси қурилади.[6]

Шавкат Мирзиёев эски шаҳар қисмининг туризм инфратузилмасини ривожлантириш дастурлари билан танишар экан, ушбу ҳудуд том маънода Бухоронинг юраги бўлиши кераклигини таъкидлади.

Давлатимиз раҳбарига шаҳарнинг тарихий қисмидаги маданий мерос объектларини таъмирлаш ва тиклаш, улардан самарали фойдаланиш, тарихий обидаларни қамраб олган Бухоро шаҳар кичик ҳалқа йўли ҳамда пиёдалар йўлаклари қуриш, муҳандислик-коммуникация тармоқларини реконструкция қилиш, Ташқи иқтисодий фаолият миллий банки томонидан мамлакатимизда замонавий кинотеатрлар тармоғини барпо этиш лойиҳалари ҳақида маълумот берилди.

Президентимиз ҳар бир лойиҳа юзасидан ўз таклиф ва тавсияларини берди. Мир Араб мадрасаси бино ва иншоотлари, туристларга хизмат кўрсатувчи автоуловлар, инфратузилма объектларини кўздан кечирди. Пешку тумани ҳокимлигида вилоят фаоллари иштирокида йиғилиш да Бухоро вилоятини ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш, аҳоли турмуш даражасини янада ошириш, тинчлик ва осойишталикни мустаҳкамлаш, ёшлар тарбияси ва уларни иш билан таъминлаш масалаларига алоҳида эътибор қаратилди.

Давлатимиз раҳбарининг Бухоро вилоятига ташрифи давомида кўздан кечирилган истиқболли лойиҳалар, бўлиб ўтган учрашув ва суҳбатлар Фаол тадбиркорлик, инновацион ғоялар ва технологияларни қўллаб-қувватлаш йилида янги марралар сари дадил қадамлар қўйилиб, аҳоли фаровонлигини оширишда муҳим ютуқлар қўлга киритилаётганининг яна бир ёрқин тасдиғи бўлди. Туризмни ривожлантиришда бошқарув ва инновацион ёндашув давр талаби ҳисобланади.[6]

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси
2. Алиева М.Т., Норчаев А.Н. Менеджмент туризма: Учебное пособие. -Т.: ТГЭУ, 2007. -155 с
3. Aliyeva M.T., Umarjonov A. Turistik mamlakatlar iqtisodiyoti: Darslik. –Т.: Moliya, 2005. – 339 б.
3. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. – М.: Новое знание, 2005. -644 с. 24. Irmatov M.M., Aliyeva M.T. va boshqalar. Turizmni rejalashtirish: O‘quv qo‘llanma.

–Т.: 2005. -167 б.

4. Жукова. М.Ж. Менеджемент в туристском бизнесе: Учебное пособие. –М.: Финансы и статистика, 2005. -288 с.

5. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрий туризма.– М.: Финансы и статистика. 2004. -437 с39.

6. 2018 йилда вилоятда туризмни янада ривожлантириш концепцияси

*Boltayeva M.Sh.,
Buxoro, O'zbekiston*

O'ZBEKISTONDA SERVIS SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA INNOVATSIYALARNING AHAMIYATI

Bozor islohotlarining amalga oshirilishi, mamlakatning jahon hamjamiyatiga integratsiyalashuvi, jahon iqtisodiy tizimining bilimlar va axborot rolining o'sishi tomon o'zgarishi, yangi texnologiyalar va kapital bozori o'rtasidagi aloqalar kuchayishi bilan mamlakatimiz iqtisodiyotining innovatsion rivojlanish yo'liga o'tishi dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Dunyoning yetakchi rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarida rivojlanish umumiy qonuniyatlari va tendensiyalarini bilish, shuningdek, boy tabiiy resurslar, ishlab chiqarish va ilmiy-texnik salohiyatga ega bo'lgan O'zbekistonning o'ziga xos sharoitlarini hisobga olgan holdagina O'zbekistonning innovatsion rivojlanish yo'liga o'tish yo'llari va usullarini ishlab chiqish mumkin. Bu borada Respublika Prezidenti Shavkat Mirziyoev shundan degan edilar “Bugun biz davlat va jamiyat hayotining barcha sohalarini tubdan yangilashga qaratilgan innovatsion rivojlanish yo'liga o'tmoqdamiz. Bu bejiz emas, albatta. Chunki zamon shiddat bilan rivojlanib borayotgan hozirgi davrda kim yutadi? Yangi fikr, yangi g'oyaga, innovatsiyaga tayangan davlat yutadi”³

Shu munosabat bilan 2018 yilga yurtimizda “Faol tadbirkorlik, innovatsion g'oyalar va texnologiyalarni qo'llab-quvvatlash yili,” deb nom berildi. Faol tadbirkorlik biznes faoliyatini innovatsion, ya'ni zamonaviy yondashuvlar, ilg'or texnologiya va boshqaruv usullari asosida tashkil etadigan iqtisodiy yo'nalishdir.

Aynan shunday sharoitida xizmat ko'rsatish korxonalarini o'z faoliyatlarini doimiy takomillashtirib borishlari uchun zamonaviy texnika va texnologiyalarga ehtiyoj tug'iladi. Bunda innovatsion faoliyat rivojlanishning kafolati sifatida xizmat qiladi. Respublikamizda innovatsion faoliyatni tartibga solish uchun mustahkam qonunchilik tizimi tashkil etilgan bo'lib, hozirgi kunda yanada takomillashtirishga alohida e'tibor qaratilib kelinmoqda. Innovatsion faoliyatni tashkil etishning uslubi va uslubiyotini takomillashtirishdan maqsad innovatsiyalar bo'yicha konseptsiyalar yaratish va ularni iqtisodiyotimizning o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda amaliyotga joriy etish zaruriyati bilan izohlanadi.

Hozirgi vaqtda butun dunyoda, shuningdek O'zbekistonda ham iqtisodiyotning noishlab chiqarish, xususan xizmat ko'rsatish sohasiga e'tibor tobora kuchayib bormoqda. Insonlar bo'sh vaqtlarini samarali o'tkazib, dam olishga, sog'ligini

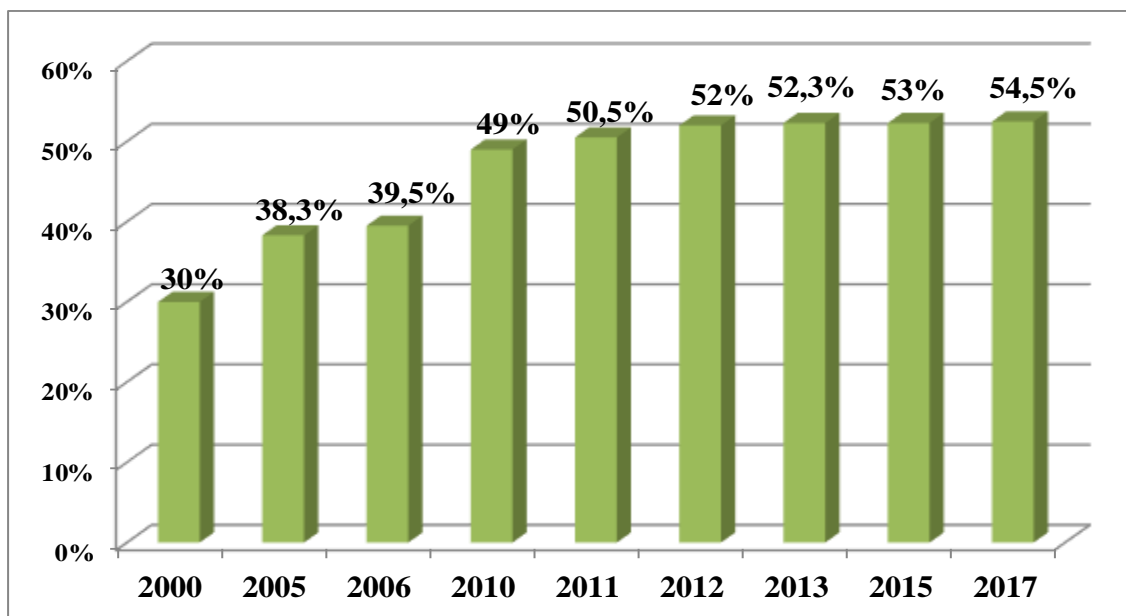
O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. Xalq so'zi gazetasi ³

tiklashga, dunyoni, xalqlarning urf - odatlari, qadriyatlarini bilishga intilmoqdalar. Bunday xizmatlarni turizm sohasi ko'rsatadi. XX asrga kelib bunday intilishlar kuchaydi va xizmatlar sohasini rivojlanishiga turtki bo'ldi. Ayrim mamlakatlarda turizm sohasi juda ham barqaror rivojlanib bormoqda va ularning har yillik o'sish sur'ati 11%-12% gacha boradi. Bu esa xizmat ko'rsatish sohasining qanchalik darajada mamlakatlar iqtisodiyoti tizimida hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanligidan dalolat beradi. Shunisi qiziqki, turizm rivojlanishi natijasida transport, bozor infratuzilmasi, savdo-sotiq, oziq-ovqat tarmoqlari, qurilish, hunarmandchilik va boshqa xizmat ko'rsatish tarmoqlari ham rivojlanib boradi.

Kelajakda aholiga xizmat ko'rsatish sohasining kengayishi munosabati bilan xizmat ko'rsatish sohasida band bo'lganlar soni ortib boradi. Turizm sohasida hamkorlik qilish orqali xo'jalikning jadal rivojlanishi, uning iqtisodiy ahamiyatining o'sishi turistik xizmat sohasining katta foyda keltira olishi, bu sohaga sarmoyalarni ko'plab sarflanishiga olib keldi. Mablag'ni ko'p talab qilishiga qaramay, turistik sohaga sarflangan sarmoya juda foydalidir, chunki u o'zini nisbatan tez qoplaydi. Xorijiy turistlardan olinadigan pul tushumlari daromadga aylanadi va milliy iqtisodiyotning turli tarmoqlarida muomalada bo'ladi.

Bugungi kunda mamlakatimizda xizmatlar sohasining rivojlanish holati xususida ayrim dalillarni, ko'rsatkichlarni keltirishni maqsadga muvofiq deb topdik (1.1-diagramma).

1.1-diagramma
Mamlakatimiz iqtisodiyotida xizmatlar sohasining YAIMdagi ulushi
(foizlarda)



Manba: O'zbekiston Respublikasi Davlat Statistika Qo'mitasi ma'lumotlari asosida tuzilgan.

Mamlakatimiz iqtisodiyotida ushbu sohaning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi 2000 yilda 30 foizni, 2005 yilda 38,3 foizni, 2006 yilda 39,5 foizni 2015 yilda 54,5 foizni tashkil qilgan. Aksariyat rivojlangan mamlakatlarda bu ko'rsatkich 60-80 foizni tashkil etadi va iqtisodiyotlarida band bo'lgan aholining 70 foizi aynan shu

sohada faoliyat ko`rsatmoqda. Shulardan kelib chiqqan holda, xukumat tomonidan mazkur sohani jadal rivojlantirish zarurligiga katta e`tibor qaratdi. Chunki, xizmat ko`rsatish sohalarining rivojlanmaganligi aholi iste`mol xarajatlari tarkibiga ham o`z ta`sirini ko`rsatadi.

Bugungi kunda respublikamiz aholisining iste`mol xarajatlari tarkibida xizmatlarning ulushi 15,4⁴ foizni tashkil qilsa, bu ko`rsatkich rivojlangan mamlakatlarda 50-60 foizni tashkil etmoqda. Shu o`rinda ta`kidlash kerakki, xizmat sohalarini rivojlantirish oilalarni maishiy texnika, kompyuter va shaxsiy avtotransport turlari bilan ta`minlash darajasining oshishiga hamda ularga ko`rsatilayotgan xizmat turlarining ko`payishiga ham imkon yaratadi.

Shu bilan birga, xizmat sohasini rivojlantirishdagi jiddiy kamchilik, bandlikni oshirish va aholi daromadlarini ko`paytirish, mahalliy byudjetlarni to`ldirishni manbai sifatida servis va xizmat ko`rsatish imkoniyatlaridan kam foydalanilishi hisoblanmoqda. Xizmat ko`rsatish sohasi qishloq joylarda sust rivojlanmoqda. Shular sababli, xizmat ko`rsatish sohasining yalpi ichki mahsulotdagi ulushi bozor mezonlariga mos kelmaydi va uni dunyoni rivojlangan mamlakatlarida bu sohada erishilgan ko`rsatkichlarga taqqoslab bo`lmaydi.

Bu mamlakatlarda xizmatlarni yalpi ichki mahsulotdagi ulushi 60-80 %ni tashkil qiladi, xizmat sohasida iqtisodiyotda band bo`lgan aholining qariyb 70 %i mehnat qiladi, aholining iste`mol xarajatlari tarkibida esa, mazkur soha 50-60 %ni tashkil qiladi. Respublikamizda esa, bu ko`rsatkich 10-15 %dan oshmaydi.

Xizmat ko`rsatish sohasi iqtisodiyotimizni barqaror rivojlantirishning eng muhim manbai va omili hisoblanadi.

2016 yil ykunlari bo`yicha berilgan ma`lumotlarga ko`ra xizmatlar ko`rsatish oldingi yilga nisbatan 12,5 %ga oshdi va YIMdagi ulushi 59,3 % dan 59,5% ga oshganligini ko`rishimiz mumkin. 2010 yilda xizmatlar sohasining YIMdagi ulushi 49%ni 2015 yilda esa 54%ni tashkil qilgan edi. Shuningdek 2016-2020 yillarda xizmat ko`rsatish sohasini rivojlantirish dasturini amalga oshirish doirasida 2,3 mingdan ziyod ob`ekt barpo etildi. Ko`rsatilgan xizmatlar hajmi 12,1 % , xususan aloqa va axborotlashtirish xizmatlari 22,9, sog`liqni saqlash xizmatlari 14, avtotransport xizmatlari 15,7, savdo xizmatlari 13,1% ga ko`paydi.

Innovatsiyalar, fan va texnika rivojining o`zaro aloqasi innovatsion jarayonning asosi bo`lgan yangi texnika texnologiyani yaratish va o`zlashtirish jarayonini ko`rib chiqishdan kelib chiqadi. Innovatsion jarayon quyidagi bosqichlarni o`z ichiga oladi: fan-texnika-ishlab chiqarish-iste`mol. Innovatsion jarayonning boshlanishini fundamental va izlanish xarakteridagi, ya`ni sof nazariy turdagi ilmiy tadqiqotlar bilan bog`lashadi. Boshqacha qilib aytganda, joriy davrda minimal ma`lumotlar mavjud bo`lgan yoxud umuman mavhum bo`lgan tabiat xususiyatlari tadqiq etiladi.

Servisda innovatsion faoliyatni davlat tomonidan rag`batlantirish alohida ahamiyat kasb etadi. Bu esa respublikamizda innovatsion faoliyatni xalqaro talablar asosida takomillashtirishni zarur qilib qo`ymoqda, ayniqsa respublikamizning jahon hamjamiyatiga qo`shilishi, turli xalqaro tashkilotlarda qatnashishi innovatsion

^{4,4} Ўзбекистон Республикаси Давлат Статистика Қўмитаси маълумотлар

rivojlanishning uslubiy tamoyillarini jahon amaliyotida qabul qilingan andozalar talablariga javob berishni talab etadi.

Respublikamizda innovatsion faoliyatni tartibga solish uchun mustahkam qonunchilik tizimi tashkil etilgan bo'lib, hozirgi kunda yanada takomillashtirishga alohida e'tibor qaratilib kelinmoqda. Innovatsion faoliyatni tashkil etishning uslubi va uslubiyotini takomillashtirishdan maqsad innovatsiyalar bo'yicha konseptsiyalar yaratish va ularni iqtisodiyotimizning o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda amaliyotga joriy etish zaruriyati bilan izohlanadi.

O'zbekiston mustaqillikka erishganidan so'ng, mamlakat va jamiyat hayotida tub islohotlar amalga oshirildi. Bugun, O'zbekiston, avvalambor o'zining kuch va imkoniyatlariga tayangan holda, ijtimoiy yo'naltirilgan bozor iqtisodiyotiga asoslangan huquqiy demokratik davlat barpo etish yo'lidan og'ishmay qat'iyat bilan bormoqda. Mustaqil taraqqiyotimizning o'tgan 25 yillik davri mobaynida amalga oshirilgan keng ko'lamlı ishlar, xayotimizning barcha sohalarida, shu jumladan tadbirkorlik va xususiy sektor sohasidagi islohotlar bugungi kunda o'zining ijobiy natijalarini bermoqda. Mamlakat miqyosida tadbirkorlik sinfining ahamiyati barqaror oshib bormoqda, chunki mazkur soha mamlakat iqtisodiyotining taraqqiyoti uchun keng imkoniyatlar ochib beradi.

Innovatsion faoliyat o'ziga xos murakkab va ko'p qirrali masala bo'lib, korxonaning tadqiqotlar, ishlab chiqarish hamda sotuv munosabatlari majmuini qamrab oladi. Uning samaradorligini oshirishda asosiy o'rin boshqaruvga tegishlidir.

Servisda innovatsion faoliyat o'zida turli funksiyalar (marketing, rejalashtirish, tashkil etish, nazorat) birikmasini namoyon etib, ularning har biri o'ziga xos va turli-tuman aniq tadbirlarni amalga oshirishni talab etuvchi korxonalar alohida bo'linmalari o'rtasidagi o'ziga xos va turli-tuman o'zaro aloqa masalalarini yechish hamda korxonaning tashqi muhiti o'zgarishlariga mos samarali faoliyat olib borishini ta'minlashga yo'naltirilgandır. Boshqaruv sohasi nafaqat ishlab chiqarish, balki ilmiy tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlari, sotuv, moliya, kommunikatsiyalar, ya'ni korxonalar faoliyatining barcha sohalarini qamrab oladi.

Hozirgi kunda O'zbekiston Respublikasi iqtisodiyoti tobora bozor munosabatlariga kirib borayotgan sharoitda ishlab chiqarishga ilmiy texnika taraqqiyoti yangiliklarini kiritish strategiyasini tuzib biluvchi, loyihalarni ishlab chiquvchi va ularni taxlil qilishni biluvchi mutaxassislarni tayyorlash muhim ahamiyatga ega. Servisda innovatsion faoliyatni joriy etish bozor munosabatlari sharoitida ishlay oladigan hamda korxonalar ilmiy texnik siyosatini samarali tashkil etishga qodir malakali boshqaruvchilar va mutaxassislarni tayyorlash, ya'ni servis sohasi ishtirokchilariga innovatsion faoliyat borasida zamonaviy fikrni shakllantira oladigan, xo'jalik yuritish va boshqaruvda yangicha usullarni qo'llay oladigan, shuningdek, innovatsiya sohasida rahbarlik san'ati sirlarini o'rgana oladigan darajada nazariy va amaliy bilimlar berishdir. Servisda innovatsion faoliyati asosiy vazifasi servisda innovatsion faoliyatni boshqarish tizimini takomillashtirish, shuning negizida bozorni zarur yuqori sifatli xalq iste'moli mahsulotlari bilan boyitish, jahon bozoriga chiqishga keng yo'l ochish va o'z mahsulotlarini xorijiy davlatlarda raqobatbardosh etib tayyorlash, uni valyutaga sotish va bu bilan respublika

iqtisodiyotini boshqarishni xalqaro andozalarga olib chiqadigan darajadagi kasbiy mahoratga ega mutaxassislar yetishib chiqishining ilmiy negizini ta'minlashdir.

ADABIYOTLAR

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. Xalq so'zi gazetasi
2. Новиков В.С. Инновации в сервисе. учебник. –Москва: Юнити, 2009г.
3. Морозов Ю.П. Инновационный менеджмент. ЮНИТИ. Москва. 2000

Djafarova N.A.
Turizm fakulteti o'qituvchisi
Buxoro davlat universiteti

O'ZBEKISTON TURIZM STATISTIKASI TIZIMIDA ISLOHOTLARNI AMALGA OSHIRISH

“O'zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi faoliyatini tashkil etish to'g'risida” gi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarorida “O'zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi” faoliyatining asosiy vazifalaridan biri etib “turizm faoliyati sohasida birinchi navbatda BMT ning Butunjahon turizm tashkiloti, turizm bo'yicha nufuzli xalqaro va milliy tashkilotlar hamda turizm sohasida faoliyatni amalga oshiruvchi xorijiy kompaniyalar bilan xalqaro hamkorlikni kengaytirish, **xalqaro va davlatlararo standartlar va normalarni turizm faoliyati va amaliyotiga joriy etish**” belgilangan. [1]

BTT tomonidan chop etiladigan Highlights va “[Annual Report 2015](#)” jurnallari, Avstriya Milliy Turizm Offisining 2015-yilgi hisoboti hamda BTT tomonidan hozirgi statistika ma'lumotlar eng mukammal tayyorlanadigan mamlakat deb tan olingan Fransiyaning “Parij shahri Muhim Raqamlari, 2016” hujjatlari o'rganib chiqilib, ular asosida quyidagi ko'rsatkichlar yagona jadvalga birlashtirgan hisobot e'lon qilinishi tavsiya etiladi:

- 1) ichki turizm, xalqaro turizm, jami tashrif buyuruvchilar miqdori;
- 2) mavsumiy va mavsumiy bo'lmagan davrlarda tashrif buyuruvchilarning soni;
- 3) xalqaro turistik daromadlar, xarajatlar, ularning birta turistga to'g'ri keladigan o'rtachasi;
- 4) Turistik kunlar jamisi va birta turistga to'g'ri keladigan o'rtachasi;
- 5) O'zbekistonga boshqa davlatdan kelgan tashrif buyuruvchilar va ularning jamiga nisbatan ulushi.

1 - jadval

Davlatlar bo'yicha O'zbekiston Respublikasiga kelgan tashrif buyuruvchilar (chet el fuqarolari) soni (kishi)

№	Mamlakatlar	Tashrif buyuruvchilar (kishi)		Farqi (%)	2015-yilning jamiga nisbatan ulushi (%)
		2014	2015		
1	Qozog'iston	1 142 865	1 250 812	107947	65,22

2	Tojikiston	275 602	212 376	-63226	11,07
3	Qirg'iziston	114 296	139 790	25494	7,3
4	Rossiya	117 531	113 318	-4213	5,91
5	Turkmaniston	39 714	46 845	7131	2,44
6	Turkiya	37 927	36 256	-1671	1,89
7	Koreya	28 852	25 679	-3173	1,34
8	Afg'oniston	16 690	18 414	1724	0,96
9	Hindiston	18 602	18 058	-544	0,94
10	Xitoy	11 317	11 758	441	0,61
11	Eron	8 214	6 315	-1899	0,33
12	Germaniya	7 777	5 529	-2248	0,29
13	BAA	4 353	4 802	449	0,25
14	Fransiya	5 964	3 540	-2424	0,18
15	Isroil	3 247	3 439	192	0,18
16	Ozarbayjon	3 519	2 905	-614	0,15
17	Italiya	3 433	2 421	-1012	0,13
18	Malaziya	3 260	2 404	-856	0,13
19	Yaponiya	2 417	2 276	-141	0,12
20	Ukraina	4 478	2 269	-2209	0,12
21	Birlashgan Qirollik	1 920	1 810	-110	0,09
22	AQSH	1 365	1 206	-159	0,06
23	Tailand	1 145	1 186	41	0,06
24	Belarus	630	1 127	497	0,06
25	Litva	612	755	143	0,04
26	Latviya	563	384	-179	0,02
27	Pokiston	14	361	347	0,02
28	Gruziya	135	225	90	0,01
29	Saudiya Arabiston	71	212	141	0,01
30	Ispaniya	1534	186	-1348	0,01
31	Polsha	345	168	-177	0,01
32	Vyetnam	36	148	112	0,01
33	Avstriya	131	88	-43	0,005
34	Chexiya	1 874	68	-1806	0,004
35	Belgiya	77	67	-10	0,004
36	Qatar	40	59	19	0,003
37	Quvayt	55	50	-5	0,003
38	Shveysariya	77	46	-31	0,002
39	Slovakiya	50	46	-4	0,002
40	Bolgariya	63	28	-35	0,001
41	Ruminiya	17	24	7	0,001
42	Gretsiya	39	23	-16	0,001
43	Estoniya	27	22	-5	0,001
44	Sloveniya	68	21	-47	0,001

45	Vengriya	38	20	-18	0,001
46	Avstraliya	31	4	-27	0,0006
47	Shvetsiya	12	7	-5	0,0004
48	Boshqa xorijiy mamlakatlar	854	115	-739	0,006
49	Boshqa MDH mamlakatlar	80	52	-28	0,004
Jami		1 861 961	1 917 714	55 753	100

Manba: O'zbekiston Respublikasi statistika qo'mitasi tomonidan olingan ma'lumotlar asosida muallif tomonidan tayyorlangan.

O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi tomonidan ishlab chiqilgan "O'zbekistonda Turizm, 2016" deb nomlangan statistik to'plamda mamlakatimizga tashrif maqsadlari quyidagilarga ajratilgan:

1. Turistik firma va tashkilotlar
2. Mehmonxona va boshqa turdagi joylashtirish maskanlari
3. Kurort-sanatoriya maskanlari
4. Dam olish tashkilotlari
5. Turistik zonalar

Ushbu maqsadlar yuzasidan yurtimizga 50 dan ortiq mamlakatlardan tashrif buyuruvchilar turistik safarlarni amalga oshirishadi. Mavjud raqamlar yordamida 1-jadval shaklida ma'lumotlarni e'lon qilinishi maqsadga muvofiq bo'lar edi. Mamlakatlar ro'yxati, tashrif buyuruvchilar soni, oldingi yildan farqi hamda jamiga nisbatan ulushi kabilar hisobi olib borilishi va birta jadvalda birlashtirilishi, undagi axborotning barchaga tushunarli bo'lishiga sabab bo'ladi deb hisoblaymiz.

Statistika ma'lumotlarni mavsumiy va mavsumiy bo'lmagan davrlarga ajratib taqdim etilishi, mavjud axborotlarni turli yo'nalishlarda qo'llashga, mamlakat turistik salohiyatiga chuqur baho berishga ko'maklashadi.

2 - jadval

Avstriya mamlakati tashrif buyuruvchilar

Tashrif buyuruvchilar	2015 yilning qish fasli	2015 yilning yoz fasli	2015 yil
Turistik kunlar	65.8 mln (+2.1%)	69.4 mln (+3.3%)	135.2 mln (+2.5%)
Ichki turizm	15.2 mln (+0.7%)	21.1 mln (+2.7%)	36.4 mln (+2.1%)
Xalqaro turizm	50.6 mln (+2.5%)	48.3 mln (+3.5%)	98.8 mln (+2.6%)
Tashriflar	17.5 mln (+3.6%)	21.9 mln (+6.3%)	39.4 mln (+4.9%)
Ichki turizm	5.2 mln (+2.4%)	7.4 mln (+4.0%)	12.7 mln (+3.5%)
Xalqaro turizm	12.2 mln	14.5 mln	26.7 mln

	(+4.1%)	(+7.5%)	(+5.6%)
--	---------	---------	---------

Manba: [Tourism in Austria: Facts & Figures](#), Factsheet Tourism in Austria 2015.

[Elektron resurs]: <https://newsroom-en.austriatourism.com/tourism-in-austria-facts-figures/>

Yuqoridagi jadvaldan ko'rish mumkinki, Avstriya mamlakatining statistik ma'lumotlari ikkiga ajratilib, qish va yoz mavsumlari statistik ko'rsatkichlari yordamida talqin etiladi. Ushbu tizimni mamlakatimizda qo'llanilishi, har bir mavsumning jamiga nisbatan ulushini aniqlashga ko'maklashadi. Bunday axborot, ayni qaysi mavsumda tashrif buyuruvchilarning oqimi ko'pligini ko'rsatish, bundan kerakli xulosalar chiqarib, mavsumiylikni yumshatishda yangi takliflar ishlab chiqishga manba bo'lib xizmat qiladi.

Turistik daromadlarni hisoblash, turizm sohasining mamlakat iqtisodiyotidagi ulushini aniq sonlarda ifodalashga, turizm sohasidan kelayotgan daromadlarni aniqlashga ko'maklashadi.

Xulosa qilib aytilganda, hozirgi kunda mamlakatimiz turizm statistikasini takomillashtirish va xalqaro standartlarga moslashtirish uchun qaror va farmonlar qabul qilinganligi kabi ilk qadamlar amalga oshirilgan bo'lib, endilikdagi asosiy vazifa berilgan imkoniyatlardan foydalanib mavjud statistik axborotlarni mukammallashtirish va xalqaro darajada ommaga e'lon qilishdir.

ADABIYOTLAR:

1. "O'zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi faoliyatini tashkil etish to'g'risida" O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami, 2016-yil, 49-son, 559-modda.
2. [Tourism in Austria: Facts & Figures](#), Factsheet Tourism in Austria 2015.
[Elektron resurs]: <https://newsroom-en.austriatourism.com/tourism-in-austria-facts-figures/>
3. Александрова А.Ю. Статистика туризма. Учебник. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 464 с.

*Tokhirov J.R., Lecturer,
Bukhara State University, Uzbekistan*

SMALL INVESTMENTS IN ECO-TOURISM INFRASTRUCTURE

International tourism, the development of which is leaps and bounds, as one of the most successful industries, is directly related to this issue. Uzbekistan is an active member of the world community and is at the stage of formation of a market economy, pays great attention to the development of those sectors of the economy, which bring large profit the country and tourism is no exception.

One of the priority directions of modern international tourism is ecotourism. It is no coincidence, since the main reason for the further development of the hospitality rooted in the collimation of relations in the "tourism - environment" system. Hence, obviously, and the origin of the concepts of "soft tourism", or "green tourism". That focus on the environmental component in order to attract tourists can be attributed to increased attention in recent years to visit places with uncontaminated nature.

On the emergence of eco-tourism had a significant impact the processes of industrialization and urbanization. There is no doubt that industrialization strengthens the economic power of the country, creates the material conditions for its further development. But at the same time, it restricts the living space of people, limiting their mobility, subjects them to "iron Moloch", imposing man they dictated the rhythm and pace of life.

The process of urbanization is irreversible, and question it - anyway, that the fight against windmills. According to the forecast of the United Nations, in the industrialized countries, the share of urban population will exceed 90% by 2025, but a hundred of the largest cities in the world will total more than 5 billion. This explains the growing interest in eco-tourism. Many sociological studies show that among the leading motives of travel to the fore more and more pushed people's desire to communicate with nature. For example, in one survey, tourists who prefer a refreshing holiday in the mountains, answered that they wanted to breathe fresh air, see the clear streams, tranquil mountains and lawns, where cows, but not displayed in supermarkets.

Eco-tourism - is a kind of tourism, which is expressed in the active time of transmission to the human environment, not only with the use of its recreational, educational and other opportunities, but also with regard to their conservation and enhancement, both on a conscious and on a practical level.

The basic idea of eco-tourism - is, above all, concern for the environment, which is used for tourism purposes. It is this use of the wealth of nature combined with the education of love for her, the statement of the importance of its protection and is the hallmark of ecological tourism.

The idea received a specific embodiment is that ecotourism is intended to:

- Continuously, systematically and purposefully cultivate balance environmental criterion we Natural environment;
- To harmonize the relationship between the environment, society and economy;
- To focus the organization on the tour to preserve and increase the use value of the natural environment through the allocation of part of the tourism revenue to solve related problems;
- To subordinate short-term interests to profit from tourism long-term interests of nature conservation for future generations as well as for the further development of tourism;
- To form the tourists a sense of personal responsibility for the state of nature and its future, maintaining their sense of belonging to it as an organic part of it.

Development of ecological tourism in the republic, in the presence of a strong ecological tourism base, is constrained mainly by economic and organizational reasons. Among the economic reasons are:

- Lack of the necessary initial capital for financing the creation of environmental centers, which would have started exploring the whole complex of issues related to the development of targeted programs of environmental travel;
- Small investments in eco-tourism infrastructure, which affects the condition of the hotel, tourist transport services;

- Lack of funds for an advertising campaign in order to attract the attention of potential tourists to visit at least those areas that have any infrastructure for the reception, accommodation and guest services.

For organizational reasons include:

- The limitations of the tourist routes in the field of eco-tourism and a weak furnished;

- Lack of specialized tour companies in the area of eco-tourism;

- Bureaucratic restrictions and restrictions on access to the eco tourist attractive in relation to the natural places mainly due to no elaboration mechanism of interaction between the administration of protected areas with the organizers of tourist trips and eco-tours;

- Modest set of recreational services for tourists;

- The lack of ecotourism advertising;

- A limited number of qualified professionals in the field of eco-tourism, can take over the development, organization and conduct eco-tours;

- Lack of adequate legal framework of ecotourism.

To this we must add the factor of psychological unpreparedness to participate in the organization and conduct of the eco tours as the administration of protected areas, and living in these territories of the local population. In this direction a lot of work to be done. Its result would be a recognition of the ecological tourism in environmental protection activities, entrusted by law as a full participant in the protected areas, which, in fact, he suggests, but rather in a correct manner.

In Uzbekistan, the use of tourism as a potential factor in the development of individual regions takes place within the framework of the adoption of target complex programs. Almost all areas with promising tourism resources, developing such projects. As part of the program allocated promising types of tourism, as also defined a list of specific actions to implement them.

In the territorial structure of the economy of the country can find a lot of places for which the tourist activity will be an additional impetus for the development, and the government should take care of it. A limitation of polluting industries, agriculture and transport, the formation of comprehensive income regions tourism acts battery of economic policy. There is no doubt that it is eco-tourism, environmental constraints of production form the economy of the future both in Uzbekistan and abroad.

References:

1. Honey M. Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise? Island Press, Washington, D.C., USA, 1999.

2. Kekushev V.P. Fundamentals of Management and other eco-tourism: Textbook. - M.: MNEPU 2001.

3. Klancnik R. International Tourism up by 5,5% to 808 million Arrivals in 2005// News Releases, WTO Press and Communications Department. - Madrid. - 24 January 2006.

4. Yegorenkov LI Environmental tourism and service. Textbook. M.: Finance and Statistics, 2003.

5. <http://www.ecotourism.org>.

XIZMATLAR SIFATINI OSHIRISH MEHMONXONA KORXONASINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRUVCHI VOSITA SIFATIDA

Mehmonxona industriyasining rivojlantirilishi turli maqsadga ko‘ra barpo etilgan joylashtirish vositalari xizmatlari ko‘lami va turini kengaytirishga qaratilgan. Bu kabi yo‘nalishlarni rivojlantirish mehmonxona biznesi vakillari o‘z oldiga qo‘ygan muayyan maqsad va vazifalari natijasi hisoblanadi: ko‘rsatiladigan xizmatlar raqobatbardoshligi darajasini oshirish, doimiy mijozlar ma‘lumotlar omborini yurutish [1].

Bu yerda eng muhim jabha maqsadli mijozlarning kutishlarini oqlaydigan, hattoki ortig‘i bilan qondiradigan xizmatlarni taklif etish hisoblanadi. Xaridor doim xizmatning narxi va sifatining muayyan muvofiqligigiga erishishga harakat qiladi. Shuni qayd etish lozimki, xizmatlar xaridori, tovarlar xaridoriga qaraganda narxlarning yuqoriligidan kamdan kam hollarda shikoyat qiladi. Agar xaridor tovar narxini oshirilgan deb topganda, u bu tovar yoki xizmatni xarid qilmasdan ketib qoladi. Xizmatdan qoniqmaslik, o‘z navbatida bozor ulushidagi yo‘qotishlarga olib keladi. Aynan shuning uchun xizmatlar ishlab chiqaruvchilar imkoni boricha o‘zlarining maqsadli mijozlari ehtiyojlari va kutishlarini yuqori aniqlikda oydinlik kiritishlari kerak [2].

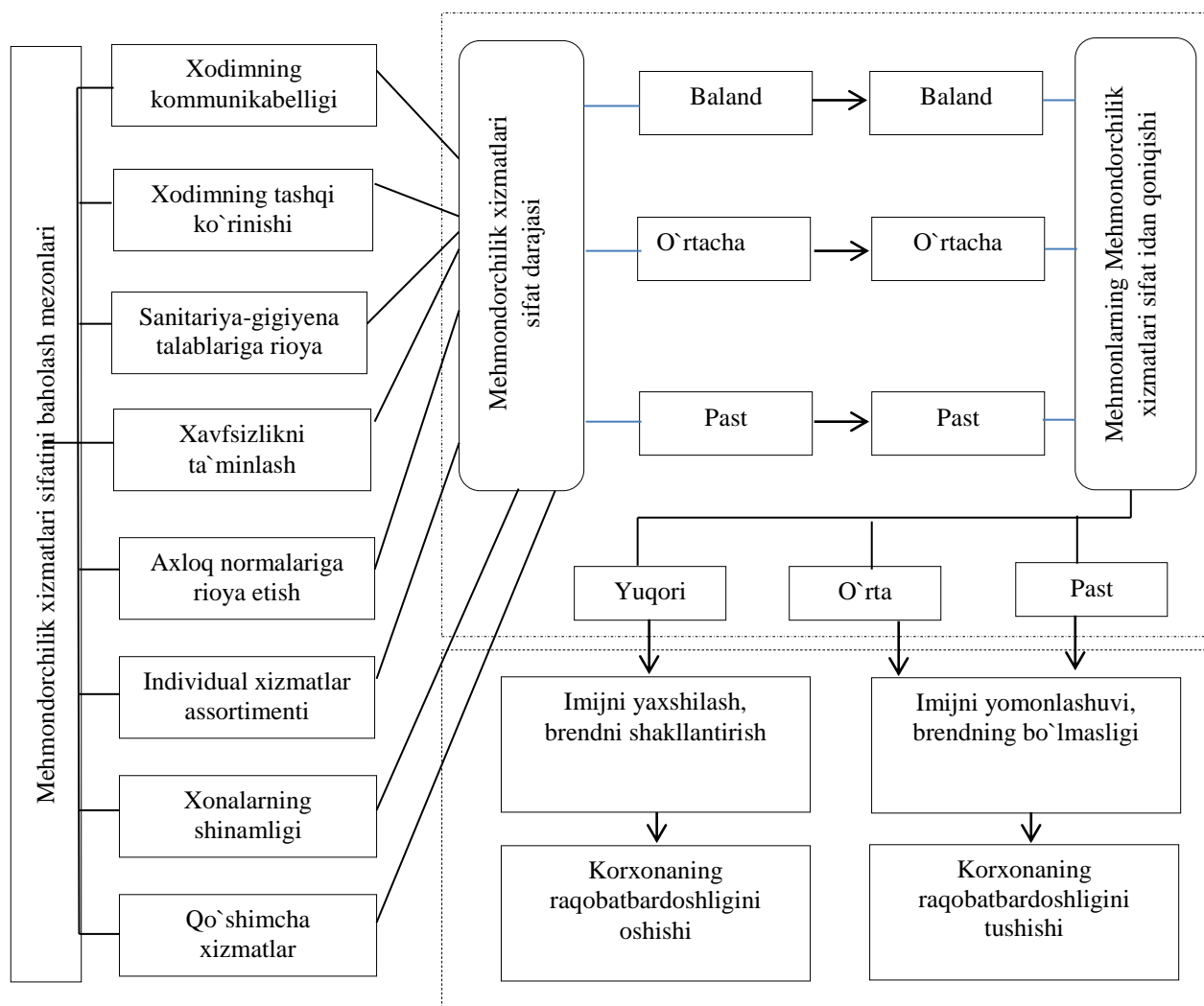
Xizmatlar bozorining ochiqlik darajasining ortishi va mehmonxona korxonalari orasida raqobatning keskinlashuvi ular oldiga xizmatlar sifati va mijozlar ko‘z o‘ngida xizmatlar jozibadorligini doimiy oshirib borish vazifalarini qo‘ymoqda. Iste‘mol va xaridorlarni o‘zgartirayotgan omillar sifatni oshirish masalalarini oldingi planga chiqarmoqda. Sifat deganda iste‘molchiga qoniqish hissini paydo qiluvchi yoki kamchiliklarning bo‘lmasligi, mijozda qoniqish holatini kuchaytiruvchi xizmatning xossa va xarakterli xususiyatlari tushuniladi.

Demak, sifat – bu, eng avvalo, xizmatdan qoniqish hissi, sifatli xizmat esa – bu mehmon talablariga javob beradigan xizmatdir. Sifat darajasi, o‘z navbatida mijozning mehmondorchilik tashkilotlarida real va xohlangan xizmat ko‘rsatish borasidagi ta‘assurotlarining qanchalik muvofiq kelish darajasidan kelib chiqadi [3]. Mehmonxona korxonalari uchun potensial mijoz sifat deganda nimani tushunishi hal qiluvchi rol o‘ynaydi, yoki ular uchun iste‘molchilarning qiyofasi muhim hisoblanadi.

Iste‘molchi xizmat sifatini baholashda unga ko‘rsatilgan xizmatni, o‘zi olishni xohlagani bilan taqqoslaydi. Kutiladigan xizmat kutiladigan sifatni namoyon etadi va iste‘molchilarning individual norma va istaklari, kutganlari haqida obyektiv ta‘assurotlar yoki boshqa chog‘ishtirish standartlari bilan bog‘lanishi mumkin. Sifat bahosi shu kabi xizmatlarni ishlab chiqaruvchilarga murojaat etish, xizmat haqida bilish, bozor kommunikatsiyalari (reklama e‘lonlari, OAV, kataloglar, iste‘molchining shaxsiy istagi va ishlab chiqaruvchining obro‘yiga bog‘liq bo‘ladi. Iste‘mol qilinayotgan xizmat his etiluvchi sifat sifatida saralangan idrok qilish, moslashish hamda idrok qilinayotganlarni tuzatuvchi ta‘sirlariga bo‘ysungan [4].

Oxirgi yillarda O‘zbekistonga tashrif buyuruvchi xorijiy sayyohlar soni ortib bormoqda hamda mahalliy sayyohlar uchun “O‘zbekiston bo‘ylab sayyohat qil” hamda “Buxoro bo‘ylab sayohat qil” dasturi asosida tashkil etilib kelinayotgan sayohat aksiyalarining amaliyotga tadbiq etilishi iqtisodiyotning mehmonxona sohasi vakillari uchun mavsumsiz paytlarda ham o‘rinlarni band qilish imkonini bermoqda. Bunday holat mehmonxonona korxonalarida raqobatning bir muncha kuchayishiga sabab bo‘lmoqda, bu esa o‘z navbatida raqobatdagi ustunlikka erishishga istakni kuchaytirib xizmatlar sifatini yaxshilashga muhim turtki bo‘lmoqda. Milliy mehmonxona xizmatlari bozorida xizmatlar assortimenti va narx siyosati mos ravishda bir xil bo‘lganligi uchun, raqobatdagi bosh ustunlik bu raqib mehmonxonalariga qaraganda ancha yuqori darajadagi sifatli xizmatni taqdim etish hisoblanadi.

Mehmonxona xo‘jaligi korxonalarining raqobatbardoshligiga sifatning ta’sir etishining ko‘rinishi 1-rasmda ko‘rsatilgan.



1-rasm. Mehmonxona xo‘jaligi tomonidan ko‘rsatilgan xizmatlar sifatining raqobatbardoshlikka ta’siri

Sifat tushunchasini hosil qiluvchi asosiy omil, bu turli talablar va shinamlikni o‘zidan kelib chiqib tushunadigan mehmonlarning ehtiyojlarini to‘liq qondirish

hisoblanadi. Masalan, rossiyaliklar yaxshigina mini-bar va turli tuman ichimliklar va xohlagan tabga mos bo'lgan gazaklarni taklif etuvchi xizmat ko'rsatishning keng tizimi mavjud mehmonxonalarni shinam deb hisoblashadi. Amerikaliklar esa, kokteyl ichimligini tayyorlash uchun joy ajratish ko'zda tutilgan, xohlagan vaqtda muz bo'laklari mavjud, shuningdek xavsizlikning samarali tizimi ishlayotgan xonalari bo'lgan mehmonxonalarni shinam deb bilishadi. Yevropaliklar sanuzel va ovqatlantirish korxonalarining turli xildaligiga asosiy e'tibor qaratishsa, yaponiyaliklar mehmonxonada mahalliy tilni bilmasdan to'g'ri yo'nalish olish imkonini beruvchi zarur ma'lumotni tezgina olish va piktogrammalar tizimi (maxsus ramziy belgi va rasmlar) ning va sharqona oshxonaga ega restoranning mavjudligini muhim deb hisoblashadi [5]. Xizmat sifatini baholash mushkuldir, chunki maxsulotdan farqli ravishda xizmatlar xususiyatiga sezilmaslik, ishlab chiqarish va iste'molning ajralmasligi, sifatning o'zgaruvchanligi va saqlanmaslik xosdir [6, c. 66].

Mehmondorchilik xizmatlari darajasi bir nechta me'zonlar asosida aniqlanadi: xodimning tashqi ko'rinishi, maxsus ish kiyimining bo'lishi, ishchilarning shaxsiy gigiyenasi va turmashi, mijozlar muloqot qilganda xodimlar tomonidan odob-axloq qoidalariga amal qilinishi va korporativ etika, xonalar, xollar, restoran va boshqa jamoat joylarida tozalik va tartibni talab qiluvchi sanitariya gigiyena talablariga rioya etish, bino interyerini jihozlash va bezashda tabiiy materiallar va gullardan foydalanish; xonalarning shinamligi; mehmonxonada tunovchilarni qo'riqlash va ular xavfsizligini ta'minlash; mehmon istagi bo'yicha individual va qo'shimcha xizmatlar assortimenti.

Mehmonxonada xizmatlarini 1-rasmda keltirgan me'zonlar bo'yicha baholash ko'rsatilibayotgan xizmatning darajasini belgilab olish, oqibatda esa mijozning – xizmat iste'molchisining qoniqish darajasini aniqlash imkonini beradi.

Taqdim etilayotgan mehmonxonada xizmatlarining yuqori, o'rta yoki past darajadasi mijozda mos ravishda qoniqish darajasini shakllantiradi: yuqori, o'rtacha yoki past.

Mijozlarning mehmonxonada xizmatlari bilan yuqori darajada qoniqishi mehmonxonada imijiga ijobiy ta'sir o'tkazadi, uning brendini shakllanishiga olib keladi. Agar brendni, aniq xizmatning ijobiy ruhiy assotsiatsiyalariga asoslangan korxonada obro'sini ko'rsatuvchi tushuncha sifatida qarab chiqsak, unda brendni shakllantirish va mehmonxonaning imijini oshirish faqatgina iste'molchilarning taqdim etilgan xizmatlardan yuqori darajada qoniqqandagina amalga oshadi, deb xulosa qilish mumkin.

Zamonaviy mehmonxonada xizmatlari bozori nuqtayi nazaridan, shu bozorda faoliyat yuritayotgan korxonaning raqobatli pozitsiyasi ko'p holatlarda kuchli brendning mavjudligi bilan baholanadi, shu o'rinda brend pozitsiyalash va rivojlantirish ustida doimiy ishlash muhimligini talab qiladi. Kuchayib boruvchi raqobat, bir xil narxdagi segmentda mehmonxonada analogik xizmatlarining turli tumanligi mehmonxonada korxonalarini qo'shimcha raqobatda ustunliklarga erishish yo'llarini yaratishga majbur etmoqda, bulardan biri esa kuchli brendni yaratishdir. O'rtacha va past darajadagi qoniqish mehmonxonada korxonasi imijini pasaytiradi va ijobiy emotsional assotsiatsiyalarni vujudga keltirmasdan, ko'rsatilgan xizmatlarning brendini shakllanishini ta'minlamaydi.

Mehmonxona xizmatlarini sifatining yakuniy iste'molchilari – xizmatning xaridorlari foydalanilgan xizmatning sifatiga obyektiv va xolis baho beruvchi hakamlardir. Shu nuqtai nazardan kelib chiqib shuni ta'kidlash mumkinki, har bir mehmonxona xo'jaligi xizmat sifatining hozirgi ahvolini aniqlashi, mijozlarning istak va talablari qay darajada qondirilayotganini aniqlash aynan mijozlarning xizmatdan qoniqish darajasi negizida baholash ko'rsatkichlarni ishlab chiqish zarur hisoblanadi. Juliet M. Getty and Robert L. Getty tunash sifati indeksi ko'rsatkichlari ishlab chiqilgan bo'lib, bu baholash usulidan mehmonxonada sifadni boshqarish bo'limi mas'ullari yoki mehmonxonaning bronlash va xizmat ko'rsatish bo'limi menejerlari o'z faoliyatini obyektiv baholash imkoniga ega bo'ladilar(1-jadvalga qarang) [7].

1-jadval

26 ko'rsatkichdan iborat tunash joyi sifati

Kattalik	O'lchov birligi
Seziluvchanlik	1. Mehmonlarni qabul qilish stolining vizual jozibadorligi 2. Xodimlarning toza va ozoda yuniformalariga ega 3. Retoran atmosferasining yoqimlilikligi 4. Do'konlarning yoqimli va jozibali bo'lishi 5. Tashqaridagi choratrof maftunkor bo'lishi 6. Mehmonxona charog'on va yetarlicha yoritilgan bo'lishi 7. Mehmonxona ichki va tashqi ko'rinishi yaxshi holatda saqlangan 8. Mehmonxonaning toza-ozodaligi
Ishonchlilik	9. Xonani band qilish samarali amalga oshirildi 10. Xonaning va'da berilganidek tayyorligi 11. Televizor, radio, konditsioner, chiroqlar, va boshqa mexanik jihozlar soz holdaligi 12. Men to'laganimga mos xonaga ega bo'ldim.
Hozirjavoblik	13. Xodimlarning mijozlar talablariga tezgina javob qaytarishi 14. Mehmonxona haqidagi ma'lumot risolasi berilganligi 15. Xodimlar savollarga javob berishga tayyor edi 16. Xodimlar muammomni hal etishga tezgina kirishishdi 17. Xona xizmati darhol ko'rsatildi
O'z-o'ziga ishonch	18. Xodimlarning mahalliy diqqatga sazovor joylar haqida bilishi 19. Xodimlarning mehmonlar bilan hurmat bilan murojaat etishi 20. Xodimlarning mehmonlar savollariga xushmuomalalik bilan javob qaytarishi 21. Mehmonxona yon atrofi xavfsizligi 22. Mehmonxona anjomlari qulay tarzda joylashtirilgan
Kommunikatsiya	23. Hisobga kiritilgan to'lovlar aniq qilib tushuntirilishi 24. Mehmonlarni qabul qilish stolida bo'linmagan e'tibor qaratilishi 25. Bronlash bo'limi xodimining alohida mijoz alohida

	ehtiyojlarini aniqlashga urinishi 26. Xodimlar tomonidan mehmon ehtiyojlarini oldindan aniqlanganligi
--	--

Statistik ma'lumotlar yig'ilganidan keyin tunash sifati indeksi bahosi (TSI) hisoblab chiqiladi. Javoblarning 1/3 qismi salbiy bo'lganda baholash natijasi pastligini, agar savollarning 2/3 va undan ortig'i ijobiy bo'lganda tunash sifati indeksi yuqori deb hisoblashga asos bo'ladi.

Ko'rsatkichlarning yaroqliligi va ishonchliligi ko'rib chiqilganda tadqiqotchilar TSI bilan qoniqish o'rtasida bog'liqlikni kashf etishdi. Qoniqishni hisob-kitob qilishda mijozlarga berilgan quyida keltirilgan 3 ta savoldan foydalanildi:

1. Siz tunayotgan mehmonxonani do'stingizga tavsiya qilgan bo'ladingizmi?
2. Mehmonxonada yashashingiz davomida biror muammoga duch keldingizmi?
3. Agar javobingiz ha bo'lsa, muammo qoniqtirgan darajada hal etildimi?

Shunday qilib, yuqorida aytilganlarni yakunlab, shunday xulosa qilish mumkinki, mehmonxona xizmatlari bozorida raqobatning kuchayib borishi va mijozlarning – mehmonxona xizmatlari iste'molchilari talabi va ehtiyojlarining o'sish tendensiyasi ularni raqobatbardoshlikni oshirish hisobidan raqobatdagi pozitsiyasini mustahkamlash yo'llarini izlab topish uchun zarurat tug'dirmoqda. Taqdim etilayotgan xizmatlarning takrorlanmasligi hisobidan mehmonxona xo'jaligi korxonalari raqobatdagi ustunlik bo'lib ko'rsatilinayotgan mehmonxona xizmatlarining sifati hisoblandi, chunki mehmonxona faoliyatining aynan shu yuqori darajasi mijozlarning xizmatlardan yuqori darajada qoniqishlarini ta'minlaydi, korxonaning imijini yaxshilaydi, taqdim etilgan xizmatlarning brendini shakllantiradi.

Olingan natijalar asosida berilgan takliflar mehmonxona xo'jaligi rahbar va menejerlariga mo'ljallangan.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Самойлова Е. А. Управление конкурентоспособностью предприятий сферы гостиничного хозяйства: на примере ОАО «ГК «Космос»: автореф. дис. ... канд. экон. наук. – М., 2009. – 19 с.
2. Анализ качества гостиничных услуг на примере гостиницы Калининград. – URL: <http://ref.by/refs/54/12732/1.html>
3. Управление качеством услуг в индустрии гостеприимства. – URL: <http://buklib.net/books/23528/>
4. Качество услуги как объект управления. – URL: <http://ooph.ru/1174.html>
5. Государственное регулирование гостиничного дела // Гостиничное дело. – URL: http://dw6.ru/pokazateli_kachestva_ostinichnyh_uslug.html
6. Кальченко Л. А., Подоляк Я. В. Управление системой качества услуг в гостиничном бизнесе // Культура народов Причерноморья. – 2007. – № 121. – С. 66–68.
7. Juliet M. Getty and Robert L. Getty. "Lodging quality index (LQI): assessing customers' perceptions of quality delivery", International Journal of Contemporary Hospitality Management 15/2 [2003]

TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHDA HUNARMANDCHILIKNI AHAMIYATI VA INNOVATSIYALARNI O'RNI

Tadbirkorlik-shaxsning o'z bilimini, kuchuni, pulini sarflash orqali, tavakkalchilik asosida yuqori daromadga erishish jarayonidir. Hozirgi kunda tadbirkorlik nafaqat iqtisodiyotning asosiy qismi, balki jamiyat hayoti uchun muhim ahamiyat kasb etmoqda.

“Bugungi kunda tadbirkorlik nazariyasini rivojlantirishning to'rtta bosqichi mavjud. XVIII asrdayoq vujudga kelgan birinchi bosqich – tadbirkorlik xavf-xatarini o'ziga olish, boshqacha qilib aytganda, tavakkalchilik bilan bog'liq.

Tadbirkorlikning ikkinchi bosqichi esa innovatsiya jarayoni bilan bog'liqdir. Amerikalik iqtisodchi olim Y.Shumpeter katta hissa qo'shgan. Uning fikriga ko'ra, tadbirkorlikning novatorlik xarakteri quyidagilarda aks ettiriladi:

- bozor uchun yangi tovar ishlab chiqarish;
- ishlab chiqarish jarayoniga yangi texnologiyalarni tatbiq etish;
- yangi sotish bozorlarini o'zlashtirish;
- xom ashyoning yangi turlari va manbalarini toppish.

Tadbirkorlikni vujudga kelishining uchinchi bosqichi tadbirkorlikning alohida shaxsiy sifatлари: iqtisodiy va ijtimoiy vaziyatning o'zgarishida to'g'ri yo'l topa bilish qobiliyati, boshqaruv qarorlarini tanlash va qabul qilishda mustaqillik, boshqaruv qobiliyatlarining to'la namoyon bo'lishi bilan ta'riflanadi.

Tadbirkorlik nazariyasining rivojlanishidagi hozirgi bosqichni to'rtinchi bosqichga kiritish mumkin. Uning paydo bo'lishini tadbirkor harakatini tahlil qilishdagi boshqaruv aspektiga ko'chirilishi bilan bog'laydilar. Bu hozirgi vaqtda nazariyada tadbirkorlik muammolari tahlili ko'plab o'zaro bog'liq fanlar doirasida olib borilishini bildiradi” [1].

Bular asosan tadbirkorlikni tashkil etish va rivojlantirish bosqichlari hisoblanib, hozirda davlatimizni rivojlantirish, uni jahon bozorga olib chiqish tadbirkorlikni asosiy maqsadlardan biri hisoblanadi. Yuqorida ta'kidlanganlarni inobatga olgan holda, davlatimiz bunga munosib ravishda tadbirkorlarga imkoniyatlar yaratish orqali ularga xazina o'chog'ini ochib berdi.

Tadbirkorlikni rivojlantirishda bevosita hunarmandchilikni ham roli va ahamiyati juda yuqori hisoblanadi, chunki hunarmand oddiy bir resursdan butun dunyo aholisi uchun ahamiyat kasb etadigan kichik bir san'at asari yaratadi. Bu ham o'z navbatida hunarmandchilik tadbirkor turi sifatida gavydalanitiriladi. Hunarmandchilik O'zbekistonda qadimdan rivojlanib kelmoqda, xususan Buxoro, Xorazm va shunga o'xshash qadimiy shaharlarga rivojlanib, dunyo aholisini o'ziga kichik bir buyumi orqali tarannum etib kelmoqda.

Azaldan Buxoroda zargarlik va zardo'zlik rivojlangan bo'lib, keyinchalik naqqoshlik, uymakorlik, tikuvchilik, buyro to'qish kabi ko'plab hunarlar yuzaga kela boshladi. Hozirda kelib hunarlarning ayrim turlari yo'qolib bormoqda, bu esa shu hunarga bo'lgan talabning kamligi va ustoz shogird an'anasi davom ettirishda ba'zi bir kamchiliklar yuzaga kelganligidan dalolat beradi. Bu muammolarni bartaraf

etishda, hunarmandchilikni rivojlantirishda davlat tomonidan bir qancha imkoniyatlar berilmoqda. Jumladan:

- “Hunarmandlar- “Hunarmand” uyushmasi a’zolari soliq imtiyozlariga ega bo’lib, mahsulot exportidan tushgan xorijiy valyutalarni erkin tasarruf etish huquqiga ega bo’ldi’
- O’zbekiston Respublikasining Prezidenti Sh.M.Mirziyoyev 2017 yilning 17 noyabr kuni “Hunarmandchilikni yanada rivojlantirish va hunarmandlarni har tomonlama qo’llab-quvvatlash chora-tadbirlari to’g’risida”gi farmoniga binoan, 2017 yilning 1 dekabridan hunarmandchilik sub’ektlari – “Hunarmand” uyushmasining a’zolari; yoshga doir pensiya va nafaqa oluvchilar byudjetdan tashqari Pensiya jamg’armasiga sug’urta badali to’lovidan ozod etiladi;
- Hunarmandchilik faoliyati mahsulotlarini (Tovar, ish, xizmatlar) ishlab chiqarish va sotishda qat’iy belgilangan soliq to’lovidan to’liq ozod etilsin;
- Qishloq tumanlarida ro’yxatdan o’tgan va faoliyatini amalga oshirayotgan hunarmandlar o’z faoliyatining dastlabki ikki yil mobaynida byudjetdan tashqari Pensiya jamg’armasiga belgilangan sug’urta badalining 50 foizini to’laydi;
- Hunarmandlar tashqi reklama vositalarini joylashtirishda mahalliy byutjetga to’lanishi belgilangan to’lovlarning 50 foizi miqdorida imtiyoz berish joriy etilmoqda;
- Hunarmandlarga o’z faoliyatini amalga oshirish uchun imtiyozli tartibda joy ajratish masalasiga a’lohida e’tibor qaratilgan. Bunda ular tomonidan davlat mulkini ijaraga olishda ijara to’lovi belgilangan eng kam to’lovning 50 foizi miqdorida belgilanadi;
- 2018 yilda respublikamizning barcha hududlaridagi 16 ta kasb – hunar kollejida “Hunarmand” uyushmasining a’zosi bo’lgan hunarmandlarni o’qituvchilar sifatida jalb qilgan holda, hunarmandchilik bo’yicha yangi kasbiy ta’lim yo’nalishlari ochilishi nazarga tutilgan
- 2018-2019 yillarda 23 ta shahar va tumanlarida Hunarmandchilikni rivojlantirish markazlarini yaratish nazarda tutilgan” [2].

Bundan tashqari, 2018-2019 yillarda qiymati 146.6 milliard so’mga teng, shundan 86.8 milliard so’m tijorat banklari kredit mablag’lari hisobiga, aksariyati qishloq joylarida to’g’ri keladigan 9 mingdan ortiq yangi ish o’rinlari yaratilishini ko’zda tutuvchi 3015 ta loyiha amalga oshiriladi [2].

Shularni inobatga olgan holda hunarmandchilikni rivojlantirishda, ba’zi bir muammolarni qisman hal qilishda yordam beradigan “Hunarlar-xalqimiz boyligi” innovatsion loyihani taklif etaman. Bu loyihaning asosiy maqsadlari quyidagilar:

- o’zbek xalqining madaniyatini hunarmandning yaratgan mayda mahsuloti orqali jahonda ko’rsatish;
- pul aylanmasini to’g’ri taqsimlash, aholiga arzon sifatli mahsulot yetkazish va monopoliyani oldini olish;
- turistlarni jalb qilish orqali katta natijaga erishish va turistlarni vaqtini unumli foydalanishiga yordam berish;
- hunarmanchilik mahsulotini xarid qilishda, is’temolchilarning qiyinchiliksiz ularga erishish;

- tadbirkorlikni rivojlantirishda va boshqa bir hunarlarni rivojlantirishda, bandlikni ta'minlashda (ya'ni uyushmagan yoshlarga hunarlar o'rgatish va shu bilan birga ishchi o'rin yaratishda) o'z hissasini qo'shish;
- aholiga arzon sifatli mahsulot yetkazish;
- iqtisodiyotning o'sishiga oz bo'lsada ulush qo'shish.

Xulosa qilib shuni aytish kerakki, O'zbek xalqi o'zining boy milliy qadriyatlari, ma'naviy merosi, bir necha asrlik qadamjolari, shuningdek, betakror hunarmandchilik ishlari bilan ham jahon turizm bozorida alohida ahamiyatga ega bo'lib, butun dunyo xalqini o'ziga jalb etib kelmoqda. Umuman olganda, joriy yilda muhtaram prezidentimiz SH.M.Mirziyoyev ko'plab islohotlar o'tkazmoqdalar va hunarmandchilik mahsulotlarini keyingi avlodga qoldirish va ularni jahon bozoriga olib chiqish uchun imkoniyatlar va imtiyozlar yaradilar.

Adabiyotlar ro'yxati:

1. Kichik biznes va tadbirkorlik fanidan ma'ruza matni. i.f.n. dots. I.E.Tursunov; 7 bet.
2. <https://www.gazeta.uz/oz/2017/11/2/hunarmand/>

*Sharifova Sh.Sh.,
Turizm kafedrası o'qituvchisi,
Buxoro davlat universiteti*

YOSHLAR TURIZMINING YOSH JIHATIDAN KLASSIFIKATSIYASI VA ULARNING O'ZIGA XOSLIKLARI

Bolalar turizmi- bolalar bo'sh vaqtini maroqli o'tkazilishiga yo'naltirilgan turizmning ko'rinishidir. Bolalar turizmi- bu bilish ekskursiyalari, bolalar oromgohlari, robinzonadlar (sarguzashtga boy bo'lgan sayohatlar). Maktab ta'tillari va yozgi ta'til davomidagi ko'plab quvnoq ta'tillar, dunyoqarashni kengaytirish, yangi do'stlar orttirish boshqa bir qator bolajonlarni shodlantiruvchi turizm faoliyatidir. Misol uchun, bu faol dam olish, ekologik lager, ot turizmi, trekking, sayrlar, suv turizmi, rafting, robinzonadlar vata'limiy markazlar. Bolalar turizmi maktabgacha va maktab yoshidagibolalar lageri dunyosidagi uncha katta bo'lmagan ekskursion turlardan boshlanadi. Bolalar lagerlarining turlari:sog'lomlashtiruvchi lagerlar va komplekslar, sport-sog'lomlashtiruvchi lagerlar hamda xalqaro bolalar markazlari("Artek"). Keyingi o'n yillikda xalqaro bolalar turizmi ham rivojlanib bormoqda. Turfirmalar bolalar va ularning ota-onalari uchun ko'plab qiziqarli turlarni, ya'ni yangi madaniyatga olib kirish, chet tillarini o'rgatish, sport hordiq kabilarni taklif eta oladilar. Mutaxassislar fikricha bolalar eslarini taniganlaridan ya'ni 4-5 yoshdan boshlab sayohatga chiqishga qiziqish bilsiradilar. Lekin bu bilan ularga bir yosh yoki undan ham erta davrlarda sayohatga chiqish taqiqlanadi degani emas. Uzoq muddatli va masofali turlarga 2-3 yoshlik davrlarda bolalarni olib chiqilsa oqilona qaror hisoblanadi va buni faqat yozda emas, qishda ham amalga oshirish mumkin.

Bolalar turizmi bu juda ma'suliyatli, chunki, turoperatorlar bolalar yoki yoshlar turistik lagerlarini tanlab, undagi to'liq jarayonni, ya'ni, joylashtirish, ovqatlantirish, tibbiyot, qo'riqlash xizmati, ko'chish qulayligi va eng asosiysi bolalar o'yinlari

tashkilotchilari ishlari va programmalarini sinchiklab tashkil etishlari darkor. Bolalar turizmi bozori Chexiya, Vengriya, Sloveniya, Italiya, Turkiya, Gretsiya, Kipr, Buyuk Britaniya kabi mamlakatlardir. Bolalar turizmiga talab taklifga mos holda mavsumiy xarakterga ega, va albatta, maktab taa`ntillariga borib taqaladi, kuz va bahorda bir hafta, qishda ikki hafta, yozda esa uch oyni tashkil etadi. Yoz oylari talab va taklifning eng cho`qqiga ko`tarilgan va mo`tadillashgan davri hisoblanadi. Bugungi kunda bolalar turizmi bozorida asosiy xaridorlar har yilgi sog`lomlashtiruvchi va sanatoriya- kurortlagerlarini stabil moliyalashtiruvchi tashkilotlar va jismoniy shaxslar.

Maktab turizmi (pedagogic turizm)- bu turistik o`lkashunoslik faoliyat bo`lib, maktab yoshidagi bolalarning rekreatsion talablarini qondirishga qaratilgan. Maktab turizmining o`zi o`z ichida yana ikki turga bo`linadi: sinfiy turizm- ko`lam jihatdan kichik bo`lib, maktabning barcha sinf o`quvchilari uchun majburiy hisoblanadi. Va to`garak turizmi- sayohatga qiziquvchi va o`lkashunoslikka chanqog`I baland toshlar faoliyati. Maktab turizmi turli xil ko`rinishlarda bo`ladi: sayrlar turli ko`rinishdagi (piyoda, chang`ida va h.k.) turli vaqt davomiyligidagi, turli darajadagi, qiyinlik darajasi farqlanuchi, mahalliy, uzoq masofali, piyoda va transportli ekskursiyalar, to`garakdagi, seksiya va klubdagi mashg`ulotlar, turistik yig`ilishlar, turistik bellashuvlar, seminarlar, konkurslar, konferensiyalar, ko`rgazmalar, bayramlarva boshqalar.

Maktab turizmida harakatda bo`ladigan ikki tomon mavjud – qatnashuvchi (o`quvchilar) va tashkilotchi (maktab o`qituvchilari, ma`muriy xodimlar). Shuning uchun ham maktab turizmi rejalashtirilgan va mustaqil turizmlarning oraliq turizmi hisoblanadi. Mustaqil faoliyat ko`rinishi bu o`quvchilarning ota-onalari va ustozlaridan yashirincha sayohatga otlanishlaribo`lib, unda boshqaruvchi lider boshqa qatnashchilar ichidan tan olingan tenqur hisoblanadi. Maktab davrida turizmning bu ko`rinishi salbiy hisoblanib nazoratsiz va pedagog ta`sirisiz tashkillashtiriladi. Ammo talabalik davrida bunday mustaqil tashkillashtirilgan turizm salbiy ifoda kasb etmaydi. Talabalar va `oqituvchilar nigohida turizmga nisbatan qarash farqli bo`lsa-da, bir –biriga qarama – qarshi emas. Bolalar uchun turizm- faol dam olish formasi, qiziqarli mashg`ulot, noodatiy romantik yashash tarzi. Oqituvchilar uchun esa o`z tarbiyalanuvchilarini yaqindan bilish va ularning keng bilim olishiga chuqurroq ta`sir o`tkazish usuli ekan. Va tushunishadiki, turizm faqatgina ko`ngilxushlik emas, va unda ish va hordiq chegarasini aniq belgilash mumkin emas. O`qituvchi bolallarni turistik sayohatga olib chiqar ekan undan ko`zlangan maqsadga faqatgina sayohat faoliyat turlarini bolalar qiziqishidan kelib chiqib tanlasa o`z maqsadiga tezroq yetishadi. Maktab turizmi bozorini ko`proq Chexiya, Vengriya, Germaniya, Fransiya, Skandinaviya, Buyuk Britaniya kabi davlatlar egallagan.

Yoshlar turizmi (Talabalar turizmi)- turizmning ko`p qirrali turi bo`lib 35yoshgacha bo`lgan insonlarning ehtiyojlariga qaratilgan faoliyat turi hisoblanadi. Yoshlar turizmi birinchi navbatda siyosiy propagandalik maqsadlarga qaratilgan tematik sayohatlar, turistik ekskursion sayrlar, daryo va dengiz kruizlari, turistik patriotic klublar, dam olish kunlari marshruti, tematik va obzorli ekskursion sayohatlar, va o`quv tarbiyaviy va sanoatga bag`ishlangan ekskursiyalar, turistik sog`lomlashtiruvchi programmalar va boshqalar. Yoshlar turizmida (30 yoshgacha

boʻlgan yoshlar) nisbatan kamroq qulayliklarga ega boʻlgan joylashtirish va tashish, koʻproq mahalliy holi va koʻngilli yoshlar bilan ekskursion va koʻngil ochish (diskoteka, tungi klub va barlarda) faoliyatlari hisobiga arzonroq turni afzal koʻrishadi. Yoshlar bir joyda oʻtirishni xohlashmaydi, ular har doim harakatda, ularga oʻtkir hissiyotlarni tuyish, ekstremal sport turlari bilan shugʻullanish kabi faolliklar yoqadi. Yoshlar turizmining asosiy turlariga dayvind, vindserfing, kaytsetfing, togʻ changʻI va alpinism kabi turlar maʼqul keladi. Ekstremal yoshlar sayohati baland togʻlari mavjud boʻlmagan yirik shaharlarda ham tashkil etiladi. Bunda zamonaviy texnika asboblaridan balandliklar va tepaliklar hosil qilinib bunday joylarda ham yoshlarga sayohatga boʻlgan ehtiyojlarini qondirish uchun imkon yaratiladi. Bunday ishlarni amalga oshirish uchun yoshlarga qatʼiyat va iroda qoʻrquvni yenga olish, va oʻziga ishanch qobiliyati zarur. Barcha insonda oʻz matonatini oʻziga isbot qilishga intilish tuygʻusi mavjud va bu tuygʻu ekstremal yoshlar turizmini amalga oshirishga undaydi. Yosh ekstremallar mashaqatli kechilasigan turistik marshrutlarni tanlab, qiyinchili va xavflardan oʻtib oʻzlari zavqlanadilar.

Yoshlarning turistik faoliyati – ilk bor XX asrning 20-30-yillaridatalabalar turizmi va ayrboshlanuvi, yoshlar birlashmari harakatlari koʻrinishida rivojlanib bordi; 40-50-yillarda maktab yoshdagilar turizmi;60-70-yillardaxalqaro va regional yashlar birlashmalarini ayrboshlash davri avj oldi; 80-yillar intensive rivojlanish davri boʻlib, bu turizmni tashkillashtirib beruvchi malakari moslashgan firmalar dunyoga kela boshladi. Yoshlar turizmi qator davlatlar qonunchiligi va xalqaro huquqiy normalar tomonidan mustahkamlanadi va qoʻllab quvvatlanadi. Masalan, SBSE qonuniy akti(1975), Xalqaro turizm boʻyicha Manil deklaratsitasi(Fillipin 1980). Hozirgi kunda dunyoda 300 dan ortiq yoshlar turizmi tashkilotlari, 30 dan ziyod xalqaro truism tashkilotlari faoliyat yuritmoqda. Har yili 25mlndan ziyod oʻgʻil qiz oʻsmirlar va yoshlar madaniy va taʼlimiy ayrboshlanadi.

Yoshlar turizmi butun dunyoda Yoshlar turizmi va ayrboshlanuvi byurosi (BITEJ -VGGESG)tomonidan koordinatsiyalanadi. Oʻz faoliyatini 1961-yildan boshlab yuritib, shtab kvartirasi Budapeshtda. 50 mamlakatdagi 67ta yoshlar turistik tashkilotlarini birlashtirib, 100mlndan ziyod yoshni har yili taʼlimiy va tarbiyabiy xarakterdagi sayohatlarini tashkillashtiradi. Yoshlar turizmi bozori Avstraliya, Yangi zellandiya, Niderlandiya, Chexiya, Vengriya, Fransiya, AQSH kabi davlatlardir.

Yoshlar turizmi mahsulotining farqli jihatlari. Turizm mahsuloti sayyohlar umumiy va xususiy ehtiyojini qondirishga yoʻnaltirilgan tabiiy va inson yaratgan elementlar hamda kompleks tarkibga ega boʻlgan, moddiy tovarlar va xizmatlar yigʻindisidir. Kompleksliligi komponentlar, qatnashuvchilar va mahsulotlar turlarining koʻpligidan kelib chiqadi. Turizm mahsuloti transport, turar joy, oziq ovqat, rekreatsiya va shu kabi oʻzaro bogʻlangan turli komponentlardan tarkib topgan boʻlib, bu mahsulotning sifati uygʻunlik va umumiylikka borib taqaladi. Qatnashuvchilarning koʻpligi bois, turmahsulot ozning yaxlitligini kamdan kam hollarda yagona iqtisodiy soha tomonidan taqdim etiladi. Odatda, turizm mahsulotini yaratishga qatnashadigan kompaniyalar yagona tashkilotga vertical va gorizontal integratsiyalanmagan. koʻp hollarda ular orasida rasmiy va norasmiy kelishuvlarga bogʻliq. Turmahsulotning yaratilishida qatnashadigan tashkilotlar orasida boʻlishi mumkin boʻlgan kelishmovchiliklarning oldini olish maqsadida tarkibiy elementlar

orasidagi uyg'un integratsiya qaysiki, barcha ishga jalb etilgan tashkilotlar va shaxslarning o'zaro hamkorligini o'z o'rniga qo'ya oladi(transport kompaniyalar, mehmonxona restoran ma'muriyasi, savdogarlar, turizm tashkilotlari, tur operatorlari, koordinatsiyalovchi shaxslar, mahalliy hukumat va b.). Turizm mahsuloti atamasi juda keng ma'noda ishlatiladi, mehmonxona va restoran xizmatidan boshlanib, ko'ngilochar parklar bilan davom etib, mijozga yaxlit holda taqdim etiladigan butunlikni o'zda namoyon etadi (qulay narxda). Odatda bu individual mahsulotlarning har birining ham o'z atamasi mavjud, masalan, mehmonxona mahsuloti, restoran mahsuloti, rekreatsion mahsulotlar lekin turizm mahsuloti kichik mashtabda(mehmonxona mahsuloti sifatida) yoki katta mashtabda(kurort, shahar va davlat miqyosida) qo'llaniladi.

Yoshlar sayohati mahsulotlarining xususiy hollari tadqiqotchilar Richard va Wilson(2003,2007) tomonidan berilgan xulosalarga tegishli. Asosiy izlanishlar va ilmiy tadqiqotlar turizmning maxsus turlari emas, balki, aynan yosh insonlar qiziqish bildirgan hardiq olishga yo'naltirilgan faoliyatlarga diqqat qaratilgan(Roberts, 1983). 1970-yillarda Cohen(1973) va Vogh(1976) tomonidan o'tkazilgan izlanishlarda yoshlarning "tasodifiy" sayohatlari elementlari aniqlangan bo'lsa, Yevropa turizm bozorida yoshlar turistik segmenti ajrala boshlangan. (tadqiqotlar - 1998; Horak and Weber - 2000; Pastor - 1991; Wheatcroft and Seekings -1995). Yoshlar sayohati mahsulotlari komponentlari haqidagi asos manbaalarning yana biri Richard va Wilson (2003, 2007) ilmiy izlanishlari edi, Clarke (1992) tadqiqotiga asosan esa yoshlar sayohatining uchdan bir qismi dengiz bo'ylariga to'g'ri keladi. Keying yillarda yozilgan Snak, Baron va Neacsu(2001), Balaure, Catoiu va Veghes(2005), Conrady va Buck(2010) hamda BTT(2009) tadqiqotlar va ma'lumotlar yoshlar turizmini o'rganishda muhim manbaa hisoblanadi.

Yoshlar turizmi mahsuloti foydalanishga imkon yaratilganlik, transport va turistik qulayliklarning xavfsizligi, moslashuvchanlik va servis safari kabi xususiyatlarga ega bo'lgan juda kompleks va spesifik mahsulotdir (paket holidi). Bu 4 sifatiy aspektlar qat'iy bo'lmasligi mumkin, ammo juda keng ma'noda tushuniladi. Masalan, foydalanishga imkon yaratilganlik narxlarda ko'rinishi mumkin, yaroqlilik kabi. Umuman, yosh insonlar sayohat qilish tajribalarini o'z ota-onalari yoki oila a'zolaridan hosil qiladilar, shuning uchun ularning sayohatdan kutishlari va talablari baland bo'ladi. Bu amalga oshirish darajasiga yetganda ular xizmat ko'rsatilishga qo'shimcha tarzda sifatli mahsulotlarga ega bo'lisini ko'zlaydilar(bronlash sistemalari, web saytlar va b.).

Yoshlar moslashuvchan formulalarni yoqtiradi va natijada, ayni bir sarguzasht faqat bir nechta insonnigina o'ziga jalb etadi. Shuning uchun moslashuvchanlik actual turizm va information taklifning juda keng bo'lishini taqozo etib, turizm mahsulotida noaniqlilik va shubhaning bo'lmasligiga erishish uchun kompleks va boy bo'lishi kerak.

Noaniqlik ba'zi turistik mahsulotining xususiyatidir, ayniqsa qisman tashkillashtirilgan mahsulotlar ya'ni ekzotik destinatsiyalar uchun. Turistlar ayniqsa ayol sayyohlar noaniqlilikni va shubhalilikni qabul qilisha olmaydi. Garchand, qisman tashkillashtirilgan tur bo'lsa-da, ular manzilga yetgungacha yo'l yo'lakay va unga yetganlarida ham riskdan xoli b'olishni istashadi.

Narx sensitivligi yosh sayyohlar uchun juda muhim, chunki ularning budjetlari chegaralangan, natijada ular o'zlari kutayotgan eng yaxshi sifatni minimum narxda kutishadi. Raqobatli narxlar rekreatsional talablar darajasi bilan parallel ravishda oshadi.

Boltayeva M.Sh.

Buxoro davlat universiteti

BUXORO VILOYATI MEHMONXONA XIZMATLARIDA YANGI XIZMAT TURLARINI JORIY ETISHDA INNOVATSION FAOLIYATNING O'RNI

Jahon turizm tashkilotining xabar berishicha, turizm va mehmondorchilik sohasining rivojlanishi modeli oxirgi 20- 25 yil ichida o'zining samarasini bermoqda. Ya'ni, 1990-yillardan boshlab turizm operatorlari o'z mijozlarining nimalarni istashlarini aniq bilib olgan tarzda har bir mijoz uchun mos keladigan turpaketlarni yaratib, mijoz xarid etadigan narxda ularni sotib kelgan. Turizm mazillari esa, o'z infratuzilmasi, boshpanalari, attraksionlari hamda boshqa qulayliklarini takomillashtirib, ularni sotish uchun turizm operatorlariga taqdim etib kelishdi.

Jahonga o'zining qadimiy yodgorliklari bilan tanilgan Buxoroning turistik salohiyati nihoyatda yuqori. Bu zaminda turizmni yanada rivojlantirish, uning infratuzilmasini takomillashtirish uchun barcha imkoniyatlar yetarli. Ayni paytda viloyatda sayyohlarni yuqori saviyada kutib oladigan 120 ga yaqin mehmonxona faoliyat ko'rsatmoqda, aeroportning yangi terminali foydalanishga topshirildi, turistik markazlarga eltuvchi yo'llar rekonstruksiya qilinib, madaniy va tarixiy ob'yektlarda ta'mirlash ishlari jadal olib borilmoqda. Bir so'z bilan aytganda, shaharning iftixori sanaluvchi aksariyat tarixiy obidalarning to'liq bir ansambl tarzida ekanligi xorijiy va mahalliy turistlarni doimo o'ziga jalb etib kelmoqda.

Kelayotgan sayyohlar sonining o'sib borishi, ularning Buxoroga qiziqishi natijasida shahrimizda qadimiy hunarmandchilik, noyob kasblar qayta tiklandi.

O'zbekistonga tashrif buyuruvchi turistlarning 60% ni yevropaliklar tashkil etadi.

Internet va har xil global axborot uzatish tarmoqlaridan samarali va unumli foydalanish O'zbekistonda turizm iqtisodiyotini rivojlantirish dolzarb va yaqin kelajakda hal qilishi kerak bo'lgan masalalardan biridir. Turizm mehmonxonaning turli bo'limlari: porte, restoran xizmati, sotish, banketlar tashkil etish bo'limini avtomatlashtiruvchi dasturlarning birlashtirilgan paketidan tashkil topgan. Lodging Touch tizimi buxgalteriya dasturlari, mehmonxona daromadini oqilonalashtirish tizimlari, pullik televidenie, telefon, nomerga kirishni nazorat qilish va b. tizimlar bilan bog'lanishi mumkin.

Buxoro viloyatida turizm hamda mehmonxona xo'jaliginig holatini quyidagi jadval asosida tahlil qilishimiz mumkin. (1 -jadval)

Buxoro viloyatidagi faoliyat yuritayotgan turistik tashkilotlarni ko'rib chiqadigan bo'lsak, turistik tashkilotlar ham yildan- yilga ortib bormoqda. Shulardan ko'pi kichik biznes sohasiga to'g'ri kelishining guvohi bo'lishimiz mumkin. 2008- yilda jami turistik tashkilotlar 63 ta bo'lsa, mehmonxonalar soni 48 ta va shundan 46 tasi xususiy mehmonxona hisoblanadi.

1-jadval.Buxoro viloyatida 2008-2016 yillarda faoliyat yuritayotgan tashkilotlar tahlili

Ko'rsatkichlar	Yillar							2016
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	
Jami turistik tashkilotlar	63	65	66	64	80	85	108	178
Mehmonxonalar	48	51	54	55	66	68	76	120
Shundan, xususiy mehmonxonalar	46	49	49	50	61	63	75	118
Tur firmalar	15	14	12	14	14	17	32	58
Mehmonxonalaridagi Jami xonalar soni	1891	2226	2290	2338	2573	2800	3263	4894
Shundan, xususiy mehmonxonalarda	1403	1537	1620	1649	1753	1988	2825	4237

Manba : Buxoro viloyati statistika qo'mitasidan olinga ma'lumotlar asosida

2016 – yil yilliga kelib jami turistik tashkilotlar soni 178 ta bo'lsa, ulardan 120 tasi mehmonxona va shu 120 mehmonxonadan 118 tasi xususiy mehmonxonadir. Bu ko'rsatkich shuni anglatadiki.Buxorodagi qariyb barcha mehmonxonalar xususiy mehmonxonalar hisoblanadi.

Buxorodagi turfirmalar haqida fikr yuritadigan bo'lsak, turfirmalar ham oxirgi 3 yil ichida o'tgan yillarga nisbatan ancha ko'paygan.Tur firmalar 2012- yildan keyin tez ko'paya borgan. 2012- yilda turfirmalar soni 14 ta bo'lgan bo'lsa, 2013- yilda tur firmalar 17 tani tashkil etgan. 2014- yilga kelib esa tur firmalar soni 32 taga yetgan va 2012- yilga nisbatan 2,28 baravar oshgan. 2016 yida ular soni 58 taga yetdi, amalda faoliyat yuritayotgan tur firmalar 32 ta. Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, Buxoro viloyatida turistik tashkilotlar yildan- yilga ortib bormoqda va turistik tashkilotlar sonida kichik biznesning hissasi ortib bormoqda. Buning barchasi Buxoroning destinatsiya sifatida rivojlanishiga olib keladi.

Turli mamlakatlardan kelgan va turli sayohatlar, an'analar, fel-atvorga ega turistlar bir-birlarini tushunishlari va birgalikda umumiy qarorga kelishlari lozim bo'ladi. Bir mamlakat miqyosida anchayin murakkab jarayon bo'lmish texnologiyalarni boshqarish jarayoni bir qancha davlatlar ishbilarmonlari va olimlarining birgalikda ishlashi jarayonida yuzaga keluvchi ko'pgina qiyinchiliklardan iborat. Shu sababli muvaffaqiyat kafolatlanmaydi, lekin ularning maqsadlari sinchkovlik bilan aniqlanib, kelishib olinsa, ko'p millatli izlanish va tadqiqotlarning muvaffaqiyatli bo'lishiga imkon bor.

Global kompyuter tarmog'i er sharining istalgan burchagida tunu kun turistik axborot olishga imkoniyat yaratadi. Internetga joylashtirilgan reklama hech nima bilan solishtirib bo'lmaydigan samara beradi. Uni Er sharining har bir burchagida potensial mijozlar istagangan vaqtda ko'radi. Reklama materiallari erkin fotosuratlar, grafika va tovush effektlari, multiplikatsiya va hatto video bilan jihozlangan bo'lishi mumkin. Internet saytiga qo'yilgan reklama bosma ko'rinishda chiqqan reklamaga

nisbatan ancha arzon bo'ladi. Multimediya broshyuralari zudlik bilan va engil almashtirilish imkoniyatiga ega, bu esa «yonayotgan» takliflar uchun juda qulaydir.

Kelajakda O'zbekistonni iqtisodiy salohiyatini rivojlanishining asosiy omillaridan biri - iqtisodiyotni innovatsion rivojlanish yo'liga o'tkazishdir. Bu yo'nalishni asosiy maqsadi ishlab chiqarishni texnologik darajasini va raqobatdoshligini oshirish, innovatsion mahsulotni ichki va tashqi bozorlariga chiqishini ta'minlash, ichki bozorda import mahsulot o'rnini egallash, eksportga moslangan iqtisodiyot tizimini yaratishdir.

Hozirgi vaqtda O'zbekiston Respublikasida milliy innovatsion tizimini yaratish nafaqat ilmiy-texnik sohaning muhim vazifasi, balki milliy iqtisodiyotning raqobatdoshligini oshirish vazifasi xamdir.

Texnologiyalar tijoratlash bu ilmiy-texnik ishlanma to'g'risidagi axborot va bilimdan va yoki ishlanmani (texnologiyani) o'zidan tijorat amaliyotiga kiritib foyda (daromad) olishni ifodalaydi.

Mehmondo'stlik sanoatini o'zgartirgan texnologik yangiliklar quyidagilar:

1. **Online bron tizimlari:** online buyurtmalar mexmonxona sohasida keng tarqalgan, shuningdek, ularning mashhurligini ortirish maqsadida ko'p restoronlarda ham qabul qilinyapti. Online bron tizimi bu- mijozlar xohlagan paytda, telefon qulay bo'lmaganligi sababli xona yoki stol band qilishlari mumkin. Bu mijozlarga xizmat va marketingga yangi o'lchovlar olib keladi. Ko'plab rahbarlarning hisoblashicha online bronlashtirish xizmati yaxshi rejalashtirilgan va ko'plab talab qilinayotgan mobil do'st veb sayti hisoblanadi. Ko'p mexmonxona va restoranlar uchun eng muhim qaror bu uchinchi tomon online bronlashtirish tizimidan foydalanish, yoki o'zi tayyorlagan tizimni rivojlantirish. Har ikkala yondashuvning ijobiy va salbiy tomonlari bor. Shuning uchun korxonalar o'z shaxsiy ehtiyojlariga asoslangan holda tanlashlari kerak bo'ladi.

2. **EPOS-elektron sotish nuqtasi.** Elektron sotish nuqtasi tizimi samarali faoliyat ko'rsatib kelmoqda, mijoz xizmatini yaxshiroq ta'minlash imkonini beradigan yanada ko'proq mexmondo'st biznes holiga kelmoqda. Elektron sotish nuqtasi hajm, rezervasyonlar, aksiyalar, qolaversa bir tugma tegish haqida ma'lumot beradi. Bundan tashqari xodimlar bir jadvalda ba'zi **POS ilovalar**, buyruqlar, buyurtmalar va to'lovlarni to'g'ridan to'g'ri qayta ishlashlari mumkin. Bu ularga katta harakat beradi va mijozlar uchun qulaylik darajasini oshiradi.

3. **CRM-mijozlar munosabatini boshqarish.** Mijozlar munosabatlarini boshqarish dasturi aloqalar va axborot tashkilini bir joyda boshqarish imkonini beradi. Samarali mijozlar munosabatini boshqarish, mijozlar bilan oson munosabat qurishni ta'minlaydi. Shuningdek, muhim ma'lumotlarni osongina tuzishda barcha xodimlar uchun qo'llanma hisoblanadi.

4. **Marketing avtomatlashtirish.** Marketing avtomatlashtirish moslashtirilgan e-mailni o'z faoliyati va shaxsiy ma'lumot asosida mijozlarga jo'natish uchun imkon beradi. Asosiy misol avtomatik ravishda o'z tug'ilgan kunlarini mijozlar uchun chegirma bilan e-mailda yuborish hisoblanadi.

Biroq rivojlangan marketing avtomatlashtirish dasturi ancha murakkab vazifalar beradi. Masalan, biznesga tashrif buyurgan mijozlar uchun pochta lashtirish.

Bu restoranlar va kichik joylar uchun ololmydigan chiqim bo'lsada, ko'plab katta biznes mexmonxonalar uchun qayta biznesni rivojlantirishda rag'batlantirish va ularning istiqbolini rivojlantirishda katta foyda bo'lishi mumkin.

5. Ijtimoiy media. Ijtimoiy media mavjudligi mexmondo'stlik sanoati, ayniqsa Facebook, restoran va mexmonxonalarni baholash uchun mashhur platforma deb berilgan muhim ahamiyatga egadir. Umuman olganda virusli marketing g'oyasi mutaxassislar fikrini anchadan beri band etib kelganiga qaramay, faqatgina, internetning faol rivojlanishi va ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlarda bu vosita tan olindi va mashhur bo'ldi.

Korxonalar ham oddiygina ularning hammasini qo'shilishi o'rniga o'zgalarning maqsadli auditoriyasi asosida o'zlarining ijtimoiy media platformalarini tanlashlari mumkin.

6. Smartfonlar. Smartfonlarni oshirish mijozlarga xizmatni yaxshilash va korxonalar mexmondo'stligi uchun yana bir imkoniyatdir. Hilton worldurde mexmonlarga smartfonlari orqali mijozlarga xona tanlash, xaritalar tekshirish, yoki xarid qilish kabi qo'shmcha talablar afzalligini taklif qiladi. Yana ijobiy tomoni inqilobiy xizmati yaqinda smartfonlar xona kalitlari sifatida faoliyat ko'rsatadi, xavfsizlik texnologiyasidan foydalanib keng taqdim etiladi.

7. Smart texnika. Smart texnika va uy avtomatlashtirish taraqqiyoti mexmonxona sanoatiga erishish uchun boshlangan va hech qanday shubhasiz kelajakda katta ta'sir qiladi. Yoritish, harorat, panjur, signallar, tv, radio va xona xizmatlari bitta kompyuter plansheti orqali nazorat qilinadi, yoki mexmonlar bitta ilovadan yuklab olib o'z qurilmalaridan kirishlari mumkin.

8. Smartfon arizasi iltimoslari. Yuqorida eslatib o'tilganidek, ba'zi, katta Starwood Hilton va Marriottga o'xshagan mexmonxonalar, mexmonlarga mexmonxona uylari va xizmatlarga kirish uchun o'zlarining smartfonlaridan ishlatishga ruxsat beriladi. Uchala mexmonxonalarda, mexmonlar smartfonlarni xonalar, ochiq uylar, eshiklar va faqat mexmonlar kirishi mumkin bo'lgan fitness va bayesnlr ochish uchun ishlatishadi.

9. Boshqa mexmonxonalar mexmonlarga uy haroratini boshqarish, xona yorug'ligini boshqarish va televizor kanallarini o'zgartirishga imkoniyat berishadi. Yaqin kelajakda texnikalar odamlar tomonidan boshqariladigan mexmonxonalarni yaratish judayam muhim bo'lib q'olmoqda.

10. Mexmonxonalar mexmonlarga o'zlarining xonalari o'zlariga moslashtirishga ruxsat berish orqali smart boshqarishlarni rivojlantirish. Mexmonxonalarning appllari orqali, tahrif buyuradigan mexmonlar oldindan o'z xonalarining harorati va yorug'ligini o'rnata olishadi.

11. Beacon. beacon va ibeacon atamalari teng ma'noda qo'llaniladi.*ibeacon bu apple texnik standartining ismi bo'lib u mobil appllarni signalni eshitishga va javob qaytarishga yordam beradi. Mexmonxonadagilar beacon texnologiyasiga sekin erihishgan ammo, ularning boshqa sanoat, restoran, aeroport va muzeylardagi muvofiqiyatlari bilan beacon lar memonxona texnologiyasidan keyingi katta narsa hisoblanadi. Smartfonlar mehmonlar va kichik elektron beacon bilan aloqada bo'lishga yordam beradi.

Bundan tashqari ,uyali aloqa vositalari orqali marketing (Mobile marketing) – simsiz telefonlar yoki telefon turiga kiradigan uskunalar, telekommunikatsion texnologiya va tizimlar orqali marketingni amalga oshirish ham mumkin.

Mobil marketing tovar va xizmatlarni harakatlanishini, marketing va reklama aksiyalarini uyali telefon vositasida amalgam oshirishdir. Mobil marketingini ishlatish quidagilarga yordam yordam beradi:

- reklama aksiyasini tashkil etish;
- sotuvni rag'batlantirish aksiyalarini o'tkazish;
- PR(omma bilan aloqadorlik) aksiyalarini tashkil etish;
- savol javob yoki anketa sifatida o'tkazish;
- iste'molchilarni ma'lumotlar bilan qo'llab quvatlash;
- entertainment marketingni o'zining aksiyasida ishlatish;
- iste'molchilar hamkorini tashkil etish va h.k.

-SMS marketing –mobil marketingining keng tarqalgan ko'rinishi bo'lib, abonentlar va reklama qiluvchilar uchun juda keng qulayliklar yaratilgan.

-IVR (ovozli xizmatlar) –bu texnologiya, endigina bizning davlatga kirib kelmoqda. Reklama qiluvchilar uchun eng mashhur keyslardan biri bo'lib, avtomatik interactive xizmatlar ishlatiladi.

Mehmonxonalarda xizmat ko'rsatish sifatini zamonaviy ko'rinishlaridan biri SPA xizmatlarini joriy etish sanaladi. Buxoro shahrida joylashgan "AziyaBuxara" mehmonxonasida yaqinda ayollar uchun tabiiy milliy saunalar xizmati tashkil qilindi. Ushbu xizmat shahrimiz mehmonxonalarining birortasida ham ko'rsatilmaydi. Buxoro shahridagi "Doston Hays" restorani esa milliy taomlarni mehmonlar ishtirokida "master klass" uslubida tayyorlab ko'rsatadi.

Bundan tashqari Buxoro shahrida joylashgan "Grand Emir" mehmonxonasi kommunal xarajatlarni tejash texnologiyasiga ega bo'lgan yagona mehmonxona bo'lib, bunda dushdan keladigan suvning qayta tozalanib, hojatxonalariga ishlatish uchun qayta sarflanishi joriy etilgan. Bu mavjud sarflangan suvdan unumli foydalanish imkonini beradi, hamda suv ucun to'lanadigan xarajatlarni tejaydi.

Hozirgi kunda viloyatdagi mehmonxonalarda innovatsion yangiliklar kiritish imkoniyatlari nisbatan chegaralangan. Chunki mavjud mehmonxonalar mavsumiy daromad ko'rishadi va hajm jihatdan unchalik katta bo'lmagan mehmonxonalar sanaladi. Shunga qaramasdan, ushbu mehmonxonalar tizimida smartfon xizmatlarini joriy etish katta xarajat talab qilmaydi. Buning uchun internetda viloyatimizda mavjud barcha mehmonxonalar bazasini yaratib unda nomer fondi joylashgan joyi, ko'rsatiladigan xizmat turlari, mehmonxonaga olib boruvchi yo'llar, murojaat uchun mas'ul shaxslar telefon raqamlari kiritilishi maqsadga muvofiq bo'lar edi. Shaharga kelgan turist aeroportning o'zida ushbu ilovani maxsus kioskdan, ma'lum bir mablag' evaziga yuklab olib, individual sayohatni uyushtirishi mumkin bo'lar edi. Bundan tashqari xuddi shunday smart ilova orqali o'zi tanlagan mehmonxonani etib kelgunicha smartfon orqali issitishi salqin qilib qo'ishi yoki mehmonxona restoranidan buyurtma berib qo'yishi mumkin. Bu ilova yoshlarbop bo'lib, viloyatga yoshlar oqimini jalb qilishga hamda individual tarzda sayohat qiluvchilarni ko'paytirish imkonini beradi.

ADABIYOTLAR

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning 2016 yil yakunlari va 2017 yil iqtisodiy va ijtimoiy dasturi eng muhim yo`nalishlari va ustivor vazifalariga bag`ishlangan majlisidagi ma`ruzasi. Xalq so`zi 2017 yil 16-yanvar.
2. Новиков В.С. Инновации в сервисе. учебник. –Москва: Юнити, 2009г.
3. Морозов Ю.П. Инновационный менеджмент. ЮНИТИ. Москва. 2000

*Таджиева С.У., к.э.н., доцент
Бухара, Узбекистан*

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ГОСТИНИЦ В БУХАРЕ

В настоящее время самым быстро развивающимся и перспективным сектором экономики является туризм. Одной из составных частей туризма является индустрия гостеприимства. Главная задача гостеприимства — это обслуживание туристов в период их пребывания вне постоянного места жительства.

В Узбекистане, в частности в Бухарской области гостиничная индустрия развивается быстрыми темпами. Этому способствует поддержка данной сферы со стороны правительства Республики. В настоящее время принят ряд законов, а также государственных стандартов, регулирующих правовую и нормативную базу.

Основную долю рынка гостиничных услуг Бухары представляют малые гостиницы. В соответствии с Государственным стандартом Республики Узбекистан O`zDSt_3220_2017 «Туристические услуги. Средства размещения. Общие требования» в зависимости от номерного фонда средства размещения подразделяют на:

- Большие (свыше 200 номеров);
- Средние (от 51 до 200 номеров);
- Малые (от 16 до 50 номеров);
- И мини (до 15 номеров).

В настоящее время в Бухаре действует более 120 гостиниц на 4000 койко-мест. В основном все гостиницы (90%) подпадают под категорию мини и малых средств размещения, 9% гостиниц это средние.

Из мирового опыта развития гостиничной индустрии известно, что малые гостиницы легче адаптируются к каждому клиенту, имеют персонализированные услуги, что не исключает привнесения в быт национального колорита. Кроме этого, цены в данных гостиницах дешевле, за счет гибкой системы скидок.

Преимуществами данных гостиниц является доступная цена, наличие хорошего ремонта, так как хозяева стараются следить за состоянием гостиницы, а также спокойная домашняя обстановка.

Отсутствие развитой инфраструктуры – один из недостатков малых гостиниц. В больших отелях можно найти несколько ресторанов, баров, салонов красоты и тд. Малые гостиницы чаще всего ограничиваются рестораном или баром. Кроме этого трудности возникают в кадровой сфере.

Обычно персонал гостиницы ограничивается несколькими человек. В большинстве случаев, в бухарском гостиничном бизнесе, владелец гостиницы выполняет роль директора, менеджера и маркетолога. Вследствие чего не всегда хватает умений и навыков по продвижению, рекламе и работе с персоналом.

Примечателен опыт работы гостиницы «Сиявуш». История данной гостиницы начинается с 1998, когда количество номеров составляло всего 4 комнаты. Благодаря усердной работе, грамотному подходу как в хозяйственной части, политике ценообразования, так и в подборе и мотивации персонала, на данный момент гостиница располагает 30 комфортабельными номерами.

К сожалению, присутствуют гостиницы, где владельцы не имеют представления ни о маркетинге, ни о качестве предоставляемых услуг.

Конечно же требовать от руководства малых гостиниц «многопрофильности» невозможно. Выходом являются обязательные тренинги и стажировки. А также, на наш взгляд, необходимо объединение малых гостиниц в ассоциации с целью проведения маркетинговых исследований рынка, рекламной политики.

Toxirov J.R.

*“Turizm” kafedrası o’qituvchisi,
Buxoro davlat universiteti*

O’ZBEKISTONDA TURIZM SOHASINING HOLATI VA RIVOJLANTIRISH TENDENSIYALARI

Turizm kamxarajat va eng serdaromad soha sifatida iqtisodiyotning eng yetakchi tarmog’i hisoblanadi. Shuning uchun har bir davlat turizmni rivojlantirishga katta e’tibor qaratadi. Bugungi kunda turizm rivojlangan davlatlarda mazkur sohaning YaIM (yalpi ichki mahsulot) dagi ulushi 10-20 foiz, hatto ba’zi mamlakat (San-Marino, Vatikan va boshqa) lar 50-60 foizdan ham yuqori bo’lmoqda. Mamlakatimizda esa turizmning YaIMdagi ulushi 2 foizdan ortiq bo’lib, ichki imkoniyatlardan samarali foydalanilsa, bu ko’rsatkichni 10 foizga yetkazish mumkin.⁵

Milliy iqtisodiyotni va turizm sohasi faoliyatini rivojlashtirishni muvaffaqiyatli boshqarish, jamiyatda yuz beruvchi har xil jarayonlarni tartibga solish uchun barcha boshqaruv sub’ektlari o’z qo’ygan maqsadlarini belgilab olish kerak va maqsadga erishishni ta’minlaydigan ilmiy asoslangan tadbirlarni tayyorlash zarur. Ushbu qo’yilgan muammolarni hal qilish rejalashtirish jarayonida hal etiladi.

1–jadval

Davlat bojxona qo’mitasining ma’lumotlariga ko’ra 2016 yilda O’zbekiston Respublikasiga shaxslar quyidagimaqsadlarda kirib kelgan⁶.

№	Maqsadi	Soni (ming)	% da
1	Xizmat yuzasidan	150,6	2,0
2	O’qish	6,3	0,1

⁵ Turizm Uzbekistan gazetasi №2 (02) 3 mart. 2017 yil.) 1-bet.

⁶ <https://stat.uz> ma’lumotlari.

3	Ishlash	53,1	0,7
4	Sayohat qilish	175,7	2,4
5	Qarindoshlarini yo‘qlash uchun	1661,6	22,6
6	Davolanish	27,3	0,4
7	Doimiy yashash joyiga	5255,3	71,5
8	Tijorat maqsadida	17,2	0,2

Jadvaldan ko‘rinib turibdiki sayohat qilish maqsadida atigi 2,4% shaxs tashrif buyurgan. Ushbu raqamlarni ko‘paytirish yangi turistik korxonalarini tashkil qilish bilan bog‘liq.

Bu borada joriy yilning 5-dekabrda Prezidentimizning “Chorvoq” erkin turistik zonasini tashkil etish to‘g‘risidagi PF-5273 sonli farmonni imzolashlari, hududlarda turizm sohani jadal rivojlanishiga asos bo‘lib xizmat qiladi.

Bugungi kunda Toshkent viloyatida mahalliy va xorijiy turistlarga xizmat ko‘rsatuvchi jami 120 ta korxonalar faoliyat ko‘rsatmoqda: ulardan 15 tasi turistik operatorlar, kuniga 2440 ta turistga xizmat ko‘rsatish imkoniyatiga ega bo‘lgan 45 ta mehmonxona, 71 ta sanatoriy va dam olish maskanlari. Turizm xizmatlari eksportning jami 44,6 million AQSh dollarini tashkil etadi, bu esa o‘shning 109,2 foizini tashkil qiladi⁷.

Shuningdek turistik xizmatlarni ko‘rsatish yangi ishchi o‘rinlarini tashkil qilish demakdir. Ikkinchi tomondan turizm boshqa sohalaridan farqli o‘laroq tevarak atrofga sezilarli zarar yetkazmaydi. Turizmiing rivojlanishi boshqa sohalarning (yengil va oziq-ovkat sanoati, kishlok xo‘jaligi) rivojlaniga ham ijobiy ta‘sir ko‘rsatadi va iqtisodiyotni rejalashtirishda muhim rol o‘ynaydi. Tabiiyki bunday rejalarni tuzishda investitsion dasturlarni moliyalashtirish nazarda tutiladi.

Fikrimizning isboti sifatida quyidagi ma‘lumotlarni keltirib o‘tishni ma‘qul dep topdik. Eng yirik yuqori daromadli va eng dinamik tarmoqlardan biri bo‘lmish, daromadliligi bo‘yicha faqat neft qazib olish va qayta ishlashdan keyin turadigan turizm, Butunjahon turistik tashkilotining (BTT) taxliliga ko‘ra sayyoramiz ishlab chiqarish-servis bozorining 10 % ini ta‘minlaydi. Dunyo ichki milliy mahsulotining 6%, jahondagi investitsiyalarning 7%, dunyo iste‘mol harajatlarining 11 %, butun soliq tushumlarining 5–6%, har 16 - ishchi o‘rni mana shu mehmondo‘stlik sohasiga to‘g‘ri keladi. Keltirilgan raqamlar turizm sohasi faoliyat ko‘rsatishning bevosita samarasini tavsiflaydi⁸.

Asosiy kapitalga investitsiyalarning o‘zlashtirilgan hajmi bo‘yicha hududlar kesimida Toshkent shahri hamon yetakchilik qilmoqda. Ushbu hududda jami asosiy kapitalga investitsiyalarning 22 %i o‘zlashtirildi. Shuningdek Buxoro viloyatida o‘tgan yilning mos davriga nisbatan tushish kuzatilgan bo‘lsada, investitsiyalar hajmi bo‘yicha Respublikadagi ulushi Toshkent shahridan keyingi o‘rinda 15 % ni tashkil etmoqda. Qashqadaryo va Navoiy viloyatlarida ushbu ko‘rsatkich mos ravishda 12 va

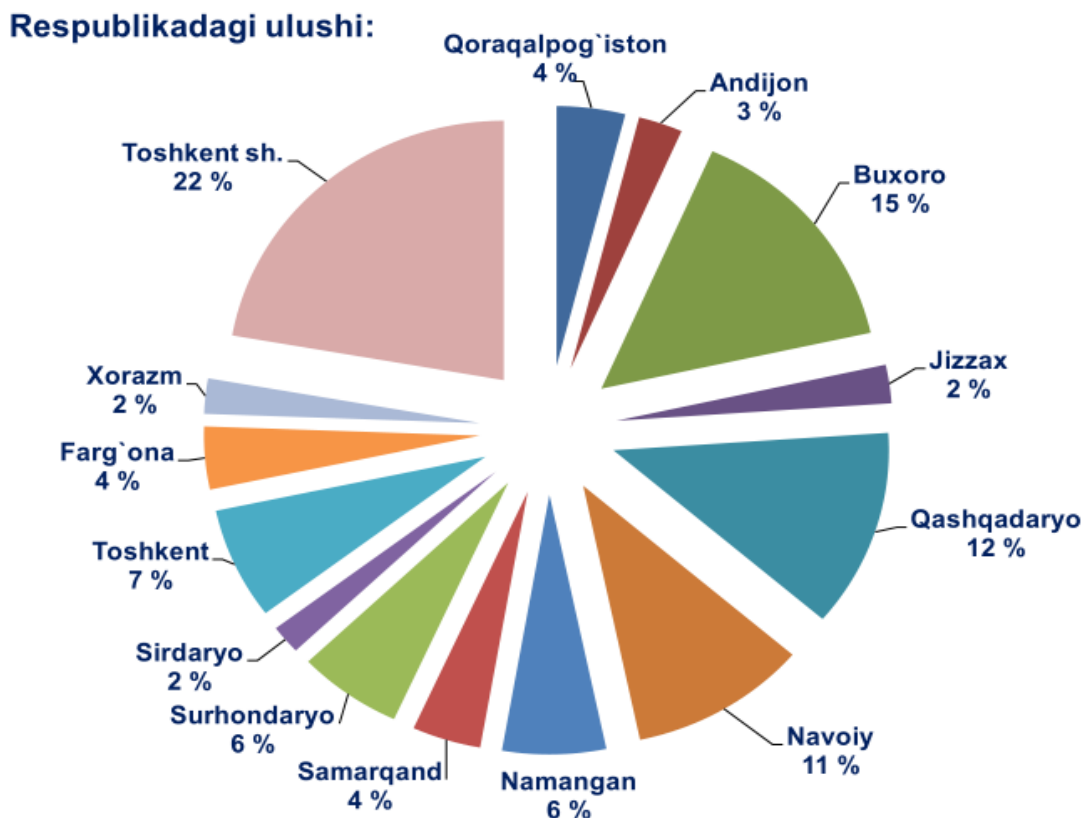
⁷ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «Chorvoq» erkin turistik zonasini tashkil etish to‘g‘risida»gi farmoniga sharh.-T.: “Xalq so‘zi” gazetasi, 2017 yil 6 dekabr, № 245 (6939)

⁸ Tuxliyev I.S., Qudratov G‘.X., Pardayev M.Q.. Turizmni rejalashtirish. Darslik. «Iqtisodiyot moliya» nashriyoti. Toshkent. 2010. 4-bet.

11 %ni tashkil etdi. Sirdaryo, Xorazm hamda Jizzax viloyatlarida investitsiyalar eng kam o`zlashtirildi, har birining Respublikadagi ulushi 2 %ni tashkil etdi.

O'zbekiston Respublikasi davlat statistika qo'mitasining 2018 yil yanvar-mart oylarida hududlar kesimida asosiy kapitalga investitsiyalar.⁹

1–diagramma



Xulosa qilib aytganda, turizm sohasida investitsiyalarni jalb qilish sof iqtisodiy samara bilan birga, bu soha inson hayotiy kuchining qayta tiklanishi va o'z bo'sh vaqtdan oqilona foydalanishini ta'minlaydi. Ilmiy-texnik taraqqiyot bir tomondan jismoniy charchashning kamayishiga olib kelgan bo'lsa, ikkinchi tomondan asabiy zo'riqishlarga olib kelmoqda. Shu munosabat bilan dam olishni rejalashtirish va tashkillashtirishning roli oshib bormoqda.

Xorijiy mutaxassislar O'zbekiston Respublikasini uning nodir tabiiy resurslari va tarixiy-madaniy merosi tufayli turistlik jihatdan istiqboli porloq malakatlar jumlasiga kiritadilar.

O'zbekistonning milliy-madaniy tiklanishi sharoitida ichki turizmning roli tobora ortib bormoqda. Shuning uchun O'zbekiston turistlik kompaniyalarining rejalarida uning ijtimoiy, iqtisodiy va bilish funksiyalarini har tomonlama qo'llab-quvvatlash nazarda tutilgan, chunki bozor munosabatlariga o'tishda aynan ularga katta zarar yetadi. Hozirgi kunda sayohat qilmoqchi bo'lganlarning ko'pchiligi tarixiy-bilish va davolanish, sog'liqni tiklash marshrutlarini kam tanlaydilar, ular ko'proq savdo qilish va foyda olish uchun chet elga borishni ma'qul ko'radilar.

⁹ <https://stat.uz> ma'lumotlari.

Foydalanilgan adabiyotlar ro`yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Chorvoq» erkin turistik zonasini tashkil etish to'g'risida»gi farmoni 2017 yil 5 dekabr PF-5273 son.
2. Tuxliyev I.S., Qudratov G'.X., Pardayev M.Q.. Turizmni rejalashtirish. Darslik. «Iqtisodiyot moliya» nashriyoti. Toshkent. 2010 yil.
3. Turizm Uzbekistan gazetasi №2 (02) 3 mart. 2017 yil.)
4. <https://stat.uz> – Rasmiy sayti.

*Sobirova Z.R., lecturer,
Bukhara State University*

MUSEUM AS A TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF THE CITY

When it comes to museums, we imagine the Hermitage, the Louvre, Tate Modern and a couple of dozens of large museums. They have huge opportunities, large staff and, of course, are the most important social, touristic, infrastructural or even political institutions. The contribution of these museums to urban and world life is priceless, as is the experience they give us for work. [1] However, there are still tens of thousands of small regional museums, whose role, albeit on a smaller scale, is important for their cities.

A little over a year ago I began to study the work of the museums of Uzbekistan, and, most importantly, the life of a small but very important from various viewpoints of the House-Museum of our ancestor F. Khodjaev in the city of Bukhara with a population of 285 thousand people. Despite the scale of the personality, the impressive volume of unique exhibits and the role of the museum in the life of the city, the problems facing the museum are more of a domestic nature than cultural. What is banal for the "monsters" of the museum business is the main thing here.

I do not know, whether a knowledge and experience in other professions helped me in understanding of problems and prospects of local museums, but as a result of thoughts about the future of the House-museum there were calculations, universal for the majority of small museums. Because of the understandable situation. Moreover, the museum life does not involve millions, does not require large investments. [2]

The museum is an important part of any city space. The task of the museum - not to store in dusty cabinets exhibits, and by any means to scroll through the maximum number of people.

Firstly, it is, a tourist factor: museums among possible leisure facilities occupy an important place.

Secondly, cultural and social: understandable employment of the population.

Thirdly, professional: museums, in any case, attract cultural people.

I started my journey through museums from the obvious way – from the Internet. [3] It would seem, such ordinary for the city dweller thing as Wi-Fi becomes actual outside of large agglomerations. Popular options for small cities are cafes. So why this place cannot be a museum? For someone who came intentionally, it will be a pleasant surprise, for someone the motivation to go. In addition, no matter that the

man came for Wi-Fi. Next time he will come to see. Yes, even if he sits like that. The museum and the walls help.

Taking pictures is obligatory. You go to a museum, you like something. The view from the window. Even with friends for a memory. Nevertheless, it is scary to get a phone, someone runs and shouts that it is forbidden to shoot. Today, when everyone has smartphone in the pocket, which is the main tool of communication with the outside world, and the main camera, our task is to stimulate the guests of the museum to take photos. This is free advertising. This is an important point of promotion.

The exit through the souvenir shop as a phenomenon is not only an element of entertainment, but also a point of income. As for the big museums, it is possible to get out of it only through the shop, which is the only way going out. This should be correct for small establishments too. Cynically, at the point of leaving the museum the visitor should have the opportunity to spend money. In addition, it often happens that even tourists cannot buy the notorious magnet on the refrigerator. The museum should be not only a point of distribution of any thematic products, but also its customer. Even in the small scale of handicrafts, it has an economic effect both for the museum and for the local population. [4]

Museum - as a platform for events. Once again I remind you that the main task is to drag a visitor to the museum. Bukhara's example of recent days: The birthday of the radio station "Istiklol" was held in the Art Museum Kamoliddin Behzod. Where, to my shame, I have not been before. I came, in fact, to party. Next time I am going to study the content carefully. Museums should hold events and earn money. Of course, without shocking the audience... The rest is only for the benefit of both society and me.

The development prospects of the museum, the increase of population coverage and the throughput of tourist capacity are not only the growth of the museum itself, but also the impact on the whole area. [5] Despite the important role of museums in the tourism program, the issue of eating arises quickly, since whatever the interesting content, the person wants to drink and eat. If this option cannot be provided by the museum, which can be one of the sources of income, at least it stimulates the surrounding business to develop the appropriate infrastructure. If there are people around the museums, there will be restaurants and shops.

For restaurants and shops there will be demand for hotels, demand for souvenirs, demand for tourism, and growth of popularity of the city. The local museum can be a brand of the region, as are numerous American museums like the Zippo Museum. Today, small museums can become a tool for the development of the city, its cultural environment, because the fate of today's museum is being a creative and entertaining center, and not a dusty repository of exhibits.

References:

1. Соболев Б. П. Экспонаты музея рассказывают
2. Майстровская М. Т. Музей как объект культуры. Искусство экспозиционного ансамбля. — Прогресс-Традиция, 2016. — 672 с. — ISBN 978-5-89826-447-5.
3. www.artmuseum.uz

4.Юренева Т. Ю. Музей в мировой культуре. — РУССКОЕ СЛОВО-РС, 2003. — 536 с. — ISBN 5-94853-099-X.

5. Рыков А. В. Тёмная сторона музея. К вопросу о восприятии культурной институции в современной западной теории. Сборник статей. — Музей и музейщики. Проблемы профессионального образования. — СПб: Изд-во Гос. Эрмитажа, 2015. — С. 94-100.

*Муратова Г.С., Мирзоева И.Э
Бухоро ш., Ўзбекистон*

ТУРИСТИК РЕСУРСЛАР ЖОЙЛАШУВИНИНГ ГЕОГРАФИК ХУСУСИЯТЛАРИ

Маълумки, география энг қадимги фанлардан бири сифатида бутун ер шари, унинг қисмлари, қуруқликлар, океан ва денгизлар, уларнинг табиати, табиий бойликлари, аҳолиси, хўжалиги ҳақида кўплаб билимларни тўплаган. Узоқ вақт мобайнида тўпланган географик билимлар инсонлар томонидан табиат ва унинг бойликларидан фойдаланиш имкониятларини очиб беради. Инсонлар учун янги ерлар, табиий бойликлар кашф этилди.[1]

Ресурс - сўзи французча бўлиб “яшаш воситаси” деган маънони билдиради. Табиий жисмлар ва кишилар фойдаланадиган энергия турлари ресурслар дейилади. Жумладан, туристик ресурслар ва уларнинг географик жиҳатларига тўхталамиз.

Туристтик ресурс миллий бойлик ҳисобланади. Лекин, улардан алоҳида муҳим аҳамиятга эгалари халқаро миқёсдаги объектлар ва эсдалиқларга киради. Туризмнинг мақсадига қараб табиий ресурсларни бир нечта турларга бўлиш мумкин. Муҳим туристик ресурсларга ноёб сифимли иншоотлар - эҳромлар, макбаралар, хайкаллар, ибодатхоналар, меъморчилик анжомлари, парклар, музей коллекциялари ҳамда замонавий иншоотларнинг кўп қаватли бинолари ва бошқа катта гидротехник иншоотлар киради.[4]

Маълумки, БМТнинг 1972 йилда қабул қилган конвенциясида халқларнинг нодир маданий ёдгорликларини авайлаб асрашга келишилган. Ҳозирги кунда дунё бўйича 500 дан ортиқ маданий ёдгорликлар рўйхатга олинган бўлиб, улар ўзига хос такрорланмас тарихий-маданий ансамбллар, меъморчилик ёдгорликлари, табиий кўриқхоналар ва бошқа туристик аҳамиятга молик объектларни қамраб олган.

Масалан, Франция шимолида жойлашган Монт Сант - Мишел табиий туристик ресурсида ақл бовар қилмас даражадаги (сув сатҳи билан ажралиб турувчи) денгизнинг кўтарилиши ва пасайиши ҳодисаси мавжуд. Ёки, Хитойдаги йирик дарёлардан бирининг делтаси кунига икки марта сув кўтарилишида денгиздан дарёнинг оқимиға қарши қудратли тўлқин юзага келади. Бу ажойиб ҳолат ҳар куни Ченг- ху - фа дарёсида бўлиб ўтади. Тўлқин баландлиги 7 м., тезлиги соатига 27 км. Бундан табиий ҳолат (тўлқин баландлиги 14 м.) Амазонка дарёсида ҳам кузатилади.

Индонезиядаги Бали оролида туристлар учун жозибадор табиий ресурс "бетакрор қуёш ботиши" ҳисобланади. Аниқ айтиш мумкинки, бундай қуёш

ботиши бошқа кўшни оролда ҳам, яъни ушбу кенгликда жойлашган бошқа океанлардаги оролларда ҳам кузатилади. Туристлар энг чиройли кун ботиш манзараси деб ишонишади ва ушбу манзарани тамоша қилиш учун ернинг ўндан бир қисмини босиб ўтишади. Ушбу туристик маҳсулотни ҳаракатга келтириш учун ҳаддан ташқари кўп маблағ ажратилган. Жойнинг ўзида эса энг юқори даражадаги сервис ташкил қилинган.

Айтиб ўтиш керакки, туристлар нафақат ибодатхоналар, эҳромлар ва инсон тамонидан яратилган бошқа қадимий иншоотларни, балки ер юзининг турли худудларидаги замонавий ютуқларни ҳам - автомобил заводларининг йиғув конвейерлари, туристлар тамонидан ҳайрат билан қабул қилинадиган колбаса заводлари, пиво ишлаб чиқариш ва шахталар, гидротехник қурилмаларни бажону дил кўриб кетишади.[3]

Ер таги шахта ва тоғ қазув ишларини кузатувчи туристлар гуруҳи ҳам мавжуд. Масалан, барча туристлар Жанубий Африка Республикасидаги олмос конлари, олтин шахталарини келиб кўришади. Баъзи шахталардан экскурсион мақсадларда эмас, балки ер тагида табиат тамонидан яратилган ўзига хос микро иқлимда даволаниш мақсадида фойдаланилади. Масалан, Алп тоғидаги олтин руда эски шахтасида (юқори ҳарорат ва намликда радон ингаляцияси) таклиф қилинади.

Туризм ва экскурсиянинг кенг тарқалган турларидан бири ғорларга ташриф бўлиб, фақат Грецияда туристлар тамоша қилиши мумкин бўлган 3500 дан ортиқ ғорлар ва ундан ҳам кўпроқ томоша қилинмайдиган ғорлар мавжуд. Жуда улкан ғорлар Мексика, АҚШ, Жанубий Африка Республикаси, Россия ва бошқа мамлакатларда жойлашган, уларнинг катта қисмига хавфсизликни таъминлаш мақсадида осон бўлган залларга қисқа муддатли ташрифлар билан чегараланишади. Спортчи туристлар узоқроқ ва чуқурроққа тушадилар, лекин бунинг учун тегишли тайёргарлик, қуролланиш ва туристик гуруҳ кузатуви бўлиши керак.

Акваториялар - муҳим туристик ресурслардан ҳисобланади. Дунёда 50 млн сув ости туризми ишқибозлари маска билан унча катта бўлмаган чуқурликларда ва акваланг билан 70 м.гача бўлган чуқурликда сузишади. Бундай саргузаштлар ишқибозлари учун сув ости дунёсини ўрганиш ҳақиқий ором ҳисобланади. Масалан, Қизил денгиз сув остида сузиш учун чексиз имкониятларга эга ва курортга келганлар учун кўнгил очишининг энг муҳим турларидан бири ҳисобланади.

Сув ости хазиначарини, қадимий ёдгорликлар ва чўккан кемаларни қидириш ва тамоша қилиш туризмнинг энг муҳим туридир. Греция, Кипр, Италия, Туркия ва Ўрта ер денгизидаги бошқа мамлакатлар ўзининг сув ости хазиначаридан унумли фойдаланишади.[2]

Чўккан кемаларни тамоша қилиш - энг машҳур саргузашт турларидан бири. Фин кўрфазида викинглар (8- аср охири ва 11- аср ўрталарида Европа мамлакатларига денгиз йўли орқали савдо - сотиқ учун борган, қароқчилик ва босқинчилик юришлари қилган скандинавлар) ва швед - рус урушлари давриданиккинчи жаҳон уруши давригача бўлган турли вакилларга хос 5000 га яқин сув ости объектлари аниқланган. Крест бурни атрофидаги Виборг райони

алоҳида қизиқишга эга. У ерда бир вақтнинг ўзида курашда ҳалок бўлган 150 дан ортиқ швед кемалари топилган. Сув ҳарорати совуқлиги туфайли кемалар яхши сақланган. Фин қўлтиғи сувида (архив маълумотларига қараганда) биринчи фин авлиёси - авлиё Генрих ётибди. У 1720 - йили келтирилган ва ибодатхонанинг бошқа хазиналари билан бирга сувга бутунлигича туширилган. Тарихий қийматга эга бўлган шунга ўхшаш объектлар Ладога кўли (Россия) сувида топилган. Бу ҳудудларда сув тагига тушишларни ташкил қилувчи махсус туристик фирмалар фаолият кўрсатади.

Қайд этиш жоизки, туристик объектлар ўзининг тарихий келиб чиқиши, географик жойлашуви, табиий шароит таъсирида юзага келади. Туристтик ресурслар бўлсагина туризм амалга ошади. Шундай экан туристик ресурслар географиясини кенгайтириш ҳамда уларни асрашимиз лозим.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Vahobov N. Umumiy Yer bilimi. Darslik. –Т.: Bilim, 2005.
2. Солиев А.С., Усмонов М. Туризм географияси. Самарқанд-2005.
3. Самойленко А.А. География туризма. Ростов-на-Дону., 2006.
4. Ўзбекистон миллий энциклопедияси. Тошкент, 7- том.-2000-2006 йй.

*Тошов Ҳ.М., ўқитувчи,
Бухоро давлат университети*

МЕҲМОНХОНАЛАРДА ХИЗМАТЛАР ХИЛМА-ХИЛЛИГИ МУВАФФАҚИЯТ ГАРОВИ

Мамлакатимиз иқтисодиётида янги суратлар билан ривожланаётган туризм соҳаси бугунги кунда ўзининг кенг ва алтернати муносабатларга асосланишга ўтаяпти десак менимча муболаға бўлмайди. Анжуман шўбаларидан бири бўлган меҳмондорчиликдаги инновациялар бўғини ҳам сўзимизнинг яққол исботидир.

Бугунги кунда қурилаётган бир-биридан чиройли, ҳашамдор, чел элникидан қолишмайдиган меҳмонхоналарнинг аксарияти ташқи кўриниши жиҳатдан миллийлигимизни сақлаб қола олган. Мана шу миллийлик ва миллий хусусиятлар, меҳмонхоналар хизматларига ҳам кириб бориши хорижликлар ва республикамиз сайёҳларига ижобий таъсир кўрсата олади, ҳамда музкур жой ва ҳудуд меҳмонхонаси ҳақида илиқ таассуротлар шаклланади.

Меҳмонхоналаримизнинг иш фаолиятида, хизмат кўрсатиш тармоқларида хорижликлар учун бир қанча қилиниши зарур бўлган жиҳатлар ҳам мавжуд бўлиб уни аста секинлик билан бартараф этиш мақсадга мувофиқдир. Жумладан хорижий фуқороларнинг деярли барчасига жуда зарур бўлган энг оддий ҳисобланган 30-40 сўздан иборат бўлган ўзбекча луғатларни, қайси тилда гапирса ўша тилнинг ўзбекча-тегишли тил электрон дастури яратиб берилса сайёҳнинг яна бир имконияти ошган ҳисобланади. Қайси сўзларга эҳтиёж сезишини эса сўровнома ўтказиб бемалол аниқласа бўлади. Меҳмонхоналаримизда кўшимча яна миллий анъаналаримизни ифодаловчи маданий тадбирлар, ўйинлар, турли хил бепул тўғараклар, кўнгилочар мусобақалар, миллий рақс ва кўшиқлар ёхуд бирор бир (тезда

ясаладиган) хунармандчилик буюмлари мусобақалари ўтказишга имкон берадиган тўғаракларни ташкил этилса бу ҳолатлар сайёҳларга ўзгача қувонч ва шодлик улашишига ишонамиз ва бу фойдадан холи бўлмайди.

Меҳмонхоналаримиздаги миллийлик тўғрисида сўз кетганда улар хоналарининг жиҳозланишига алоҳида урғу бериш зарур. Биз ҳар бир хона, ҳар бир жиҳоз учун масъуллигимизни ҳис қилиб шароит яратишимиз керак. Бунда аждодларимиздан бизгача етиб келган хунармандчилик дурдоналари , деворларга чизиладиган гул нақшлари, урф-одатларимиз ифодаланадиган ва халқимизнинг яшаш тарзи кўрсатилган расмлардан унумли фойдаланишимиз, турли даврлар акс этган деворий суратлар ва бошқаларнинг ўз ўрнида ишлатилиши ватанимизнинг сайёҳликдаги муҳим инновацияларидан дея айта оламиз. Меҳмонхонада турли хизматларнинг жорий этилиши тегишли шаҳар ёки ҳудудда сайёҳ бўлиб турган кимнингдир фикрини ўзгартиришни, уни керак бўлса яна қайта келишигача таассурот қолдирилишини кўзда тутиши керак

Мисол учун овқатланиш жараёнида янгича усул, овқатни тахта қошиқларда ейишни таклиф қилиш, бу ҳам кишида ўзгача ҳисни уйғотади, ёки бўлмаса меҳмонхона хонасининг бир бурчагида халқимиз шаҳару-қишлоқларида тарихда кўп фойдаланилган араванинг кичик нусхасини ясаб қўйиш ёки кичкинагина бешикча ясаб қўйиш, буларнинг барчаси миллий анжомларимизни эсдан чиқармаганлигимиз, биз учун қадрли эканлигини ифодалаб туради.

Биз меҳмонхона фаолиятини шундай ташкил этишимиз керакки бунда миллийлик ва замонавийлик меҳмонхонанинг ҳар бир бурчаги ҳар бир элементида ўзаро уйғун ҳолда сайқалланиб сайёҳни ўзига жалб қила олсин.

Меҳмонхоналаримизда психология хизматининг ташкил этилиши ҳам айна муддаодир. Чунки сайёҳлар орасида турли касб эгалари турли ёш кишилари бўлиши табиий ҳол уларни маълум маънода бир гуруҳ бўлиб шаклланиши, ўзаро дўстлик руҳини шакллантира олиш учун киши яхшигина психолог бўлиши талаб этилади.

Шунингдек сайёҳларнинг шаҳар ёки тегишли ҳудудда эркин ҳаракатланишларини таъминлайдиган қўшимча чора тадбирларнинг ишлаб чиқилиши (албатта хавфсизликни таъминлаган ҳолда) маълум маънода улар учун қўшимча қулайлик ҳисобланади. Бунга мисол қилиб сайёҳларни барча қулайликларга эга бўлган ва вақтинча фойдаланишни таъминлайдиган ҳужжатлар асосида енгил автомашиналарни (бунда jps ва бошқа қурилмалари билан жиҳозланган) ижарага бериш ёки улар учун қўшимча имкониятли автомашиналар сотиб олишни ҳам ўйлаб кўрилса, бу ҳам арзийдиган тадбирлардан саналади .

Республикамизда сайёҳлик соҳасида улкан имкониятлар мавжуд ва лекин уни янада такомиллаштиришни, имкон қадар бу соҳа фаолиятини камчиликсиз олиб боришни назарда тутиб вақти-вақти билан сайёҳлардан анкета сўровномалари олиб бориш ва уни таҳлил қилиб фаолиятларида қўллаб боришни ташкил этиш, такомиллаштиришнинг энг мақбул йўли саналади.

Юқорида айтиб ўтилганидек меҳмонхоналар хизматларининг кенг қамровли бўлиши, унинг келажакдаги истиқболи, ҳамда мамлакатимиз туризм салоҳиятини юксалиши таъминланишида муҳим меъзон бўла олади.

Kilichov M.H.
Bukhara State University

APPLICATION OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN TOURISM: INTERACTIVE INFORMATION SYSTEM-GUIDE

The thrust of modern man to travel has somewhat diminished in comparison with the past and especially the century before last. There are many reasons for this, not the last is the inertia of modern people, their dependence on the achievements of civilization, including, of course, computers. Meanwhile, the desire to learn new things is still alive. Therefore, the creation of all kinds of educational and cognitive computer programs is a very urgent task.

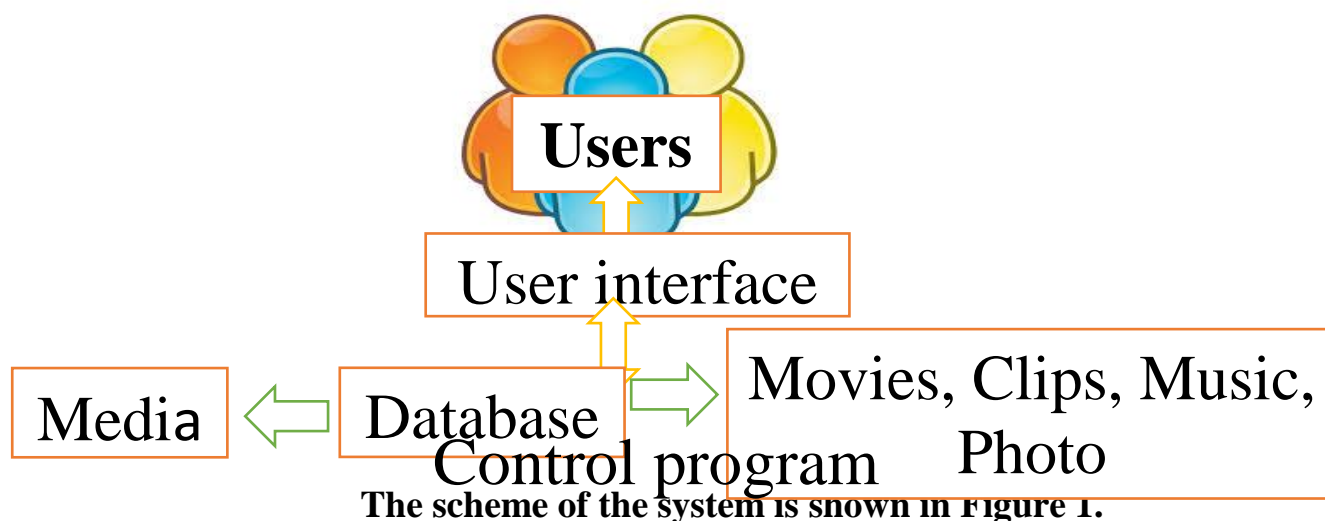
The purpose of the work: to analyze a sufficient set of functions of an interactive guide program and to find possible methods for its implementation.

An interactive system is proposed, the purpose of which is to replace virtual tours with virtual ones, giving the user the same amount of information as for a "live" excursion. [2] The application of such a system can be as follows:

- Firstly, those wishing to go on excursions without leaving home can use such a system for their intended purpose, i.e. go through the tour, browsing photos and movies on the computer and listening to the explanations of the electronic guide;
- Secondly, tourists can use such a system as an additional source of information, for example, with a real tour without a guide-man;
- Thirdly, selective versions of the system can be used by travel companies as advertising tools when offering customers certain routes;
- Fourthly, the system can be used as a training tool for the preparation of new guides and / or advanced training already experienced.

All listed applications can be varied by the travel agency as needed.

The scheme of the system is shown in Figure 1.



Thus, from the above, it is possible to derive the functions that an interactive system should perform and the requirements that it must satisfy:

- 1) The system should have a convenient and understandable interface for providing the most comfortable user communication with the system.
- 2) The system should be based on a database containing as much information as possible on the subject area.
- 3) The system should be easily reconfigured in accordance with the functions performed.
- 4) The system must be scalable.
- 5) The system should contain data of complex structure, including clips, clips, photographs, and have multimedia capabilities.
- 6) The system should be able to change the contents of the database used without additional effort.
- 7) The system must be trainable, that is, it should be possible to replenish the stored data in accordance with new information about the objects.
- 8) The system should provide the possibility of dialogue with the user. [1]

The basis of the interactive system is the database. As a model of data representation we will use the relational model. The choice of this particular model is due to its traditionality, the presence in the model of the necessary means for connecting multimedia facilities and the ease of scaling.

When creating a database, one of the most difficult tasks is collecting complete data about excursion routes. It is important to choose the right illustrative material and the accompanying text. The text of usual excursions is not always suitable for this. The information should be more complete, since the system is declared as interactive and the client can ask questions and expects to receive an answer. And if the guide-man can answer any question not provided by the text of the excursion, based on his knowledge and experience, then for the same effect with an electronic excursion, all the data about the visited object should be preliminarily entered into the database. At the same time, it is necessary to implement the training function of the system and make replenishments and changes to the database as soon as a need arises.

The control program is designed to provide communication of disparate data and their presentation through the interface. Particular attention is paid to the problem of the correspondence of text, video and audio data. In addition, the control program should ensure the consistency of the text: in the database, information is stored in the nominative, while in the composition of the sentence it is necessary to conjugate the words.[3]

The structure of the program is shown in Figure 2.

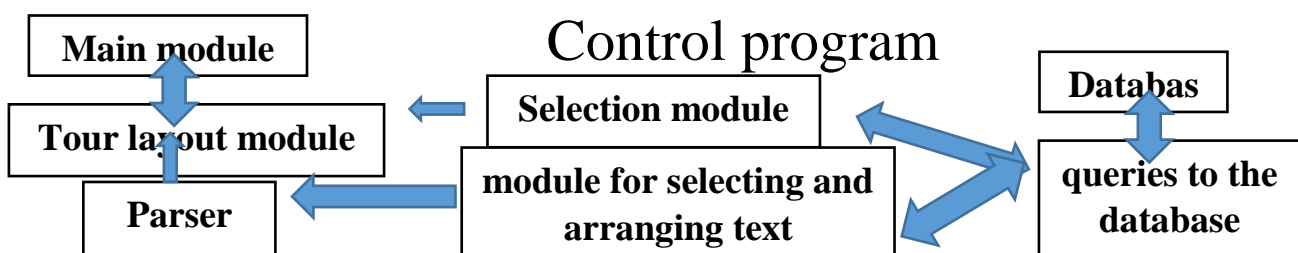


Fig. 2. Structure of the management program

The article analyzes one of the possible additions to the services of the tourist business. Potential ways of using the interactive guide system are noted. The main functions of this system and the requirements that the system must satisfy are revealed. The structure of the system based on the relational database is described, and the structure of the control program, providing for the exchange of data with the database and processing of the data obtained. We can assume that the use of such systems will allow travel companies to expand the range of services provided.

Literature:

1. Дейт К.Дж. Введение в системы баз данных / К.Дж. Дейт. – 7-е изд. – М.: Вильямс, 2001. – 1072 с.
2. Олифер Н.А. Сетевые операционные системы /Н.А. Олифер, В. Г.Олифер. – СПб.: Питер, 2007. – 544 с.
3. Кузнецов С.Д. Основы баз данных/С.Д.Кузнецов.–2-е изд.– М.: Интернет-информ. технол., 2007. – 342 с.

С.Абдухамидов СамИСИ мустақил тадқиқотчиси
А.Аблакулов ТДИУ мустақил тадқиқотчиси

ТУРИЗМ СОҲАСИНИ ИННОВАЦИОН РИВОЖЛАНТИРИШ ЙЎЛЛАРИ

Бугунги кунда бутун дунё мамлакатлари томонидан умумэтироф этилаётган масалалардан бири маҳаллий, минтақавий ва жаҳон миқёсида хизмат кўрсатиш соҳасининг етакчи тармоқларидан бири бўлган ва бугунги кунда иқтисодийнинг стратедик сектори мақоми берилган туризм соҳасининг барқарор ривожланишига эришиш ҳисобланади.

Сўнги йилларда туризм соҳасининг тез суръатларда ўсиши ва таъсир доирасининг кучайиши дунё мамлакатлари ўртасида алоқаларнинг ривожланишида муҳим омил бўлмоқда. Шунингдек, туризм жаҳон ва миллий иқтисодийга сезиларли таъсир кўрсатмоқда.

Туризм соҳаси кўплаб мамлакатлар ялпи ички маҳсулотининг 10-12 % ва ундан кўпроқ кўрсаткичларни ташкил қилмоқда, бироқ турли даврларга мансуб юзлаб тарихий меъморий обидаларга эга бўлган дунёга машхур шаҳарлар (Самарқанд, Бухоро, Хива ва б.)ни ўз ичига олган Ўзбекистон туризмидаги ялпи ички маҳсулот кўрсаткичи ҳали анча паст. Туризм хизматларини ривожлантириш учун етарли даражада улкан туристик ресурслар мавжуд бўлган бир пайтда ҳам мамлакат ялпи ички маҳсулотидаги улуши 3 % га ҳам етмаслиги мақсадга мувофиқ эмас.

Шунинг учун ҳам туризм соҳасининг жадал ривожланишини таъминлаш бугунги кунги долзарб масалалардан бири бўлиб қолмоқда. Шу сабабли, Муҳтарам Президентимиз Ш.М.Мирзиёев томонидан туризм соҳасини ривожлантириш, уни янги босқичларга кўтариш, туристик хизматлар ассортиментини ва сифатини ошириш, туризм инфратузилмасини замон талаби даражасида шакллантириш ва ривожлантириш, туризм соҳасидаги муаммоларнинг ижобий ечимлари бўйича кенг кўламли имкониялар ва шароитлар яратиб берилаётганлиги, айниқса “Ҳаракатлар стратегияси”нинг

ишлаб чиқилиши туризм соҳаси кўрсаткичларининг барқарор ўсишини таъминлаб бермоқда.

Бундай ўсиш кўрсаткичларининг таъминланишида Президентимиз томонидан 2018 йилни “Фаол тадбиркорлик, инновацион ғоялар ва технологияларни қўллаб-қувватлаш йили” деб эълон қилиниши ва туризм соҳасида инновациялардан кенг фойдаланиш муҳим аҳамият касб этмоқда.

“Инновация”, “инновацион фаолият” ўзи нима ва уларнинг туризм соҳасига қандай алоқаси бор? деган савол туғулади. Инновация атамасини Й.Шумпетер қуйидагича изоҳлайди, “инновация – бу янги материаллар ва компонентлардан фойдаланиш, янги жараёнларнинг жорий этилиши, янги бозорларнинг очилиши, янги ташкилий шаклларнинг киритилишига асосланган барча янги услубларнинг янги қўшулуви ва тижоратлашувидан иборат ҳосила функцияларининг жиддий ўзгаришидир” деб таъкидлайди¹⁰.

Мамлакатимиз олимларидан И.С.Тухлиев ва Б.Ш.Сафаровларнинг хулосалари бўйича туризм соҳасидаги инновацион фаолият бу – янгисини яратишга ёки мавжуд маҳсулотни ўзгартиришга, транспорт, меҳмонхонага оид ва бошқа хизматларни такомиллаштиришга, янги бозорларни ўзлаштиришга, илғор ахборот ва телекоммуникация технологияларини ҳамда ташкилий-бошқарув фаолиятининг замонавий шаклларини киритишга йўналтирилган бўлади¹¹.

Доц. Х.М.Маматқуловнинг “Хизмат кўрсатиш соҳасига оид атамалар ва иборалар изоҳли луғати”да инновация тушунчасига қуйидагича таъриф беради. “Инновация –техника, технология, меҳнатни ташкил қилиш ва бошқариш соҳасида фан ютуқлари ва илғор тажрибалардан фойдаланган ҳолда янгилик жорий этиш” деган таърифларни келтиради¹².

Бизнинг фикримизча туризмда инновацион фаолият бу – янги техника ва технологиялардан фойдаланган ҳолда, янги турдаги туристик маҳсулотларни яратиш, янги реклама воситалари ёки усулларини қўллаган ҳолда туристик маҳсулотлар ҳақида туристларга маълумотлар етказиш ёки мавжуд туристик ресурслардан фойдаланишнинг самарали йўллари ишлаб чиқиш демакдир.

Мамлакатда фан ва ахборот технологияларнинг тараққий этиши ва уларнинг туризм соҳасига йўналтирилиши, мамлакатнинг ижтимоий – иқтисодий ривожланиши, инфратузилмаларни ривожлантириш, мавжуд туристик ресурсларнинг рекламасини тўғри йўлга қўйиш, турли компютер дастурлари асосида виртуал анимацион дастурларни яратиш орқали туризм соҳасидаги қатор камчиликлар бартараф этилади. Бу ахборотлар Ўзбекистонга келувчи хорижий туристлар оқимини кўпайтиришга ёрдам беради ва албатта бунинг натижасида туризм соҳасининг мамлакат иқтисодиётидаги улуши юқори суръатлар билан ошишига олиб келади.

Туризм билан боғлиқ фаолият турларининг турли соҳаларидаги янги технологик ўзгаришларга ўз вақтида эътибор қаратиш, ишлашнинг янги

¹⁰ Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982.

¹¹ И.С.Тухлиев, Б.Ш.Сафаров “Туризмда инновацион фаолият” фанидан ўқув – услубий мажмуа С.: 2011 й.

¹² Х.М.Маматқулов “Хизмат кўрсатиш соҳасига оид атамалар ва иборалар изоҳли луғати”. Т.: “IQTISOD – MOLIYA” 2010 й.

услугларини яратиш ва фаолият натижаларини такомиллаштириш бу соҳани ривожлантиришнинг зарурий шартини бўлиб ҳисобланади. Инновацияларни жорий этиш зарурияти рақобат кураши ҳамда бозорнинг бошқа бир қатор талабларини ҳам рағбатлантиради.

Ҳозирги вақтда туристларнинг сервис даражасига бўлган талаблари ошиб туристик сафарларда дам олишнинг фаол шакллари таъсири кучайиб бормоқда, экзотик турлар туризмнинг анъанасига айланиб, саёҳатларда завқланишга ва тез-тез алмашинадиган таасуротларга талаблар ортмоқда. Саёҳатчилар ўз дидларига кўра танланган индивидуал сафарларни маъқул кўришмоқда. Олдинги маълум ва машҳур бўлган дам олиш жойлари, курортлар кўпларни қониқтирмай қўйган. Шунга кўра туристик фирмалар ўз маҳсулотини умуман туристларга йўналтирмасдан, балки мижозларнинг аниқ мақсадли гуруҳларини қониқтиришга қаратиш лозим бўлмоқда.

Туризмнинг хусусиятлари ўзгариб бораётган бир вақтда янги технологиялар асосида рақобатбардош хизмат кўрсатишни ташкил этиш, оммавий, стандарт ва мажмуали туристик хизмат кўрсатиш ўрнига туристлар талаб ва эҳтиёжларидан келиб чиқиб уларнинг буюртмаларига кўра турмаҳсулотларни тайёрлаш талаб этилмоқда. Бунинг учун албатта мутахассислардан талаб этилаётган асосий масалалардан бири бу, хорижий туристларга тақдим этилаётган мавжуд турпакетларни танлаб олиш жарёнида туристларнинг билвосита иштирокини таъминлаш яъни улар ўз мамлакатида туриб бўлажак саёҳатини режалаштириш ва бу ҳақидаги маълумотларини туроператорларга тақдим этиш имкониятини яратиш бериш масаласи ҳисобланади.

Юқоридаги туризмнинг ривожланишига таъсир этадиган омиллар нуқтаи назаридан келиб чиқиб шуни айтишимиз мумкинки, инновациялар ҳозирги шароитда туризмнинг халқаро туризм бозорига кириб бориши ва у ерда ўз ўрнини эгаллашида асосий восита бўлиб ҳисобланади. Албатта янгиликлар бозор эҳтиёжларига кўра жорий қилиниши ҳамда туризм мутахассислари уларнинг зарурлиги ва мақсадлилигини кўра билиши лозим.

Ҳозирги вақтда туризм соҳасидаги инновацияларга мавжуд туристик маҳсулотларни ўзгартиришга ёки янгисини яратишга, янги бозорларни ўзлаштиришга, илғор ахборот ва телекоммуникацион технологиялардан фойдаланишга, транспорт ва меҳмонхона хизматларини тақдим этиш ҳамда бронлашни такомиллаштиришга, туристик корхоналарда ташкилий-бошқарув фаолиятининг замонавий шакллари жорий этишга қаратилган фаол-ҳаракатлар натижаси сифатида тушунмоқ зарур.

Бугунги кунда Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти профессор-ўқитувчилари ҳам туризм соҳасини инновацион ривожлантиришга ўзларининг муносиб ҳиссаларини қўшиб келмоқда. Хусусан, и.ф.д., профессор И.С.Тухлиев раҳбарлигида олиб борилаётган туристик-рекреацион ресурсларнинг геоахборот тизимини яратиш ҳамда туризм геоахборот тизимида янги замонавий турмаршрутларни яратиш туризм соҳасини инновацион ривожлантиришда муҳим аҳамият касб этади.

Мамлакатимизда туризм соҳасини инновацион ривожлантириш, туристик оқимни кўпайтириш мақсадида илмий ва амалий жихатдан қилиниши лозим бўлган ишларимиз хали талайгина. Жумладан:

- Туризм соҳасини инновацион ривожлантириш бўйича кенг кўламли илмий-тадқиқот ишларини олиб боришни ташкил қилиш;
- Таълим муассасаларида ўқувчиларга туристик маршрутларни ишлаб чиқишнинг назарий жихатларини амалий машғулотлар билан чуқур ўргатишни такомиллаштириш;
- Мавжуд туристик маршрутларни ҳар томонлама таҳлил қилиб чиқиш ва янги маршрутлар ишлаб чиқиш тамойилларини белгилаб олиш;
- туристик маршрутлар ишлаб чиқиладиган ҳудудларнинг ижтимоий-иқтисодий салоҳиятини чуқур ўрганиш, мавжуд туристик ресурсларидан фойдаланиш даражасини баҳолаш борасида инновацион усуллардан фойдаланишни ташкил қилиш ва б.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2018-йил 3-февралдаги “Ўзбекистон Республикаси туризм салоҳиятини ривожлантириш учун қулай шароитлар яратиш бўйича кўшимча ташкилий чора-тадбирлар тўғрисида”ги ПФ-5326-сон Фармони.

2. М.Р.Болтабаев, И.С.Тухлиев, Б.Ш.Сафаров, С.А.Абдухамидов “Туризм: назария ва амалиёт” дарслик. Т.: “Фан ва технология” 2018 й.

3. И.С.Тухлиев, Б.Ш.Сафаров “Туризмда инновацион фаолият” фанидан ўқув – услубий мажмуа С.: 2011 й.

4. И.С.Тухлиев ва б. “Ўзбекистоннинг туристик-рекреацион салоҳиятини ривожлантиришда минтақавий геоахборот тизимини шакллантириш” фундаментал давлат грантининг ҳисоботи. С.: СамИСИ 2017 й.

5. И.С.Тухлиев, Б.Ш.Сафаров “Туристик фирмалар инновацион стратегияларни тайёрлаш механизмлари”. Туризмни ривожлантиришда халқаро илғор тажриба ва уни Ўзбекистон шароитида қўллаш муаммолари республика илмий амалий анжумани. СамИСИ 7 июн 2011 й.

6. Х.М.Маматқулов “Хизмат кўрсатиш соҳасига оид атамалар ва иборалар изоҳли луғати”. Т.: “IQTISOD – MOLIYA” 2010 й.

7. Й.А. Шумпетер “Теория экономического развития”. М.: Прогресс, 1982.

G.S.Khojjeva, le professeur de l'université d'Etat de Boukhara.

D.Khotamova, l'étudiante de l'université d'Etat de Boukhara.

L'UTILISATION DES METHODES INTERACTIVES DANS LA PRODUCTION ORALE

La langue — est un moyen important de la communication entre les hommes. Quand on parle des langues étrangères, il faut constater qu'elles sont un pont de la science et de la culture pendant des siècles entre les nations du monde depuis l'antiquité.

Les recherches sur la langue et les langues étrangères ont des racines très longtemps. En Ouzbékistan, après l'indépendance, surtout les dernières années on fait une grande attention à l'enseignement des langues étrangères. Dans notre pays le système d'enseignement des langues étrangères, orienté vers la formation de la génération harmonieuse développée et bien instruite, s'est fondé dans le cadre de la mise en oeuvre de la Loi de la République d'Ouzbékistan sur l'Éducation et du Programme national pour la formation des cadres [1.]

Organiser une leçon de la langue étrangère comme FLE dans la domaine supérieure est aussi une grande responsabilité pour un professeur. Le thème «L'organisation du FLE dans la classe en utilisant des méthodes interactives dans la production orale à l'aide des verbes modaux au présent» est un cadre qui donne la possibilité d'utiliser les quatre compétences de CEFR. [2.] Tout d'abord il faut choisir les manières d'organisation de la leçon, telles que les méthodes et des jeux interactifs. Qu'est-ce que c'est la méthode interactive?

La méthode interactive - c'est l'action réciproque d'enseignants et apprenants et apprenants et apprenants.

Sur ce thème on a pris les méthodes "Breystorming", "Travail en binôme", "Travail en petits groupes" et les verbes modaux, comme „devoir”, „savoir”, „pouvoir”, „falloir”, „vouloir” aux formes négative et affirmative. Les compétences de la recherche sont compréhension orale, production orale, compréhension écrite et production écrite. On tache à organiser une leçon à l'aide 8 activités.

ACTIVITÉ 1 :

1.1 Le professeur fait "Brenstorming". L'une des méthodes interactives est Remue-méninge. Définition.

Le brainstorming, littéralement tempête de cerveaux ou remue-méninges, est une méthode participative de résolution de problèmes s'appuyant sur la créativité spontanée des participants. En fait, c'est bien la spontanéité qui est recherchée.

La technique du **brainstorming** a été conçue en 1935 par Alex Osborn, vice-président de l'agence de publicité américaine BBDO. C'était à l'origine une méthode de réunion de groupe soigneusement préparée puis tout aussi soigneusement exploitée pour trouver un nombre important d'idées publicitaires et promotionnelles pour les clients et les clients potentiels de l'agence en posant des questions.[3.]

C'est pourquoi le professeur pose des questions comme ci-dessous:

- Est-ce que vous devez respecter vos parents?
- Quelles langues étrangères savez-vous?
- Qu'est-ce qu'il faut faire avant de manger une pomme?
- Pouvez-vous jouer au foot?
- Qui voulez-vous être à la venir?

Après ces questions les apprenants précisent le thème essentiel de la leçon.

1.2 Le professeur demande aux étudiants la conjugaison des verbes modaux au présent et qu'est-ce qu'ils expérimentent.

- ❖ **Devoir** – je dois, nous devons, ils doivent - l'obligation
- ❖ **Savoir** – je sais, nous savons, ils savent - la connaissance
- ❖ **Falloir** – il faut - la nécessité

- ❖ **Pouvoir** – je peux, nous pouvons, ils peuvent - la possibilité
- ❖ **Vouloir** – je veux, nous voulons, ils veulent - la volonté

Cette méthode forme la compréhension orale et enrichit le base lexicale d'enseignant.

ACTIVITE 2 :

2.1. Le professeur explique la formule VM au présent et donne les exemples:

Sujet+VM+Vinf.+Parties de II^e degré de la proposition.

2.2. Les étudiants doivent donner encore les faits intéressants, comme:

- ✓ Une personne doit manger deux pommes par jour.
- ✓ Une personne de taille moyenne dépense plus de 2 litres d'eau corporelle par jour.
- ✓ Vous ne pouvez pas trouver une place délaissée dans le continent de l'Europe.
- ✓ Durant toute sa vie un homme peut faire 100 mille kilomètres à pied.

Cette activité améliore la production orale des étudiants et élargit leur base lexicale.

ACTIVITÉ 3 :

Travaille en groupe. Le professeur partage le groupe en quatre et donne les à chaque couple. Dans une minute les étudiants doivent écrire les réponses et lire leurs exemples.



ACTIVITÉ 4:

Les étudiants écoutent l'audio-texte. En consultant le ton audio «*Les règles de la politesse*», [4.] ils doivent répondre aux questions suivants par Vrai ou Faux pour justifier leurs choix. Cela développe la compréhension orale d'apprenant.

DOCUMENT 1 2^e ÉCOUTE

2 Choisissez vrai ou faux.

	Vrai	Faux
1. Quand vous êtes invité chez des Français, vous devez apporter des gâteaux	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Vous devez vous excuser si vous n'arrivez pas à l'heure.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Quand on vous présente quelqu'un, vous dites « Salut ».	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Les hommes doivent se lever pour dire bonjour aux dames.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Vous pouvez fumer à table quand vous voulez.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Quand vous avez faim, vous pouvez manger.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Vous ne pouvez pas dormir pendant la soirée.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Vous devez dire merci à la fin de la soirée.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ACTIVITÉ 5:

5.1. Le professeur représente le jeu "Phrase négative". Il donne les graphiques aux images. Les apprenants en coupant et en collant les côtés des carrés réalisent ce jeu en deux groupes.

5.2. Les apprenants en jetant le dé doivent composer des phrases à l'aide VM et former leurs variants négatifs pendant le jeu. On donne 3 minutes pour cette activité. Le jeu "Phrase négative" enrichit le parler, la production orale de l'étudiant.

ACTIVITE 6:

Les étudiants doivent composer 10 phrases



par écrit sur les verbes modaux en utilisant l'image «Au concert». Pour cette activité on donne 5 minutes. Cette méthode sert à améliorer leur production écrite.



ACTIVITÉ 7: Pour évaluer les apprenants le professeur donne un jeu pour chacun. On doit lire, signer ses réponses et trouver celles pareilles durant 3 minutes. Pendant le jeu on peut coller aussi son photo sur le feuille. Cette activité sert à travailler individuellement à la rapidité et développe la production écrite d'apprenant.

ACTIVITÉ 8: Le prof donne les mots clés de chutomots pour le devoir et les

Les Z'amis (les jeux)

Chaque apprenant répond au questionnaire ci-dessous, on doit coller son photo. Il doit ensuite circuler dans la classe et interroger les membres de son groupe pour identifier celui ou celle avec qui il a le plus de réponses communes. A la fin on doit coller au tableau des feuilles qui ressemblent l'un à l'autre. Symboles à utiliser pour compléter le tableau :

Je peux: ++
Je veux : +
Je ne veux pas: -

Prénom / activité	moi					
SAVOIR FAIRE LA CUISINE						
POUVOIR JOUER DU PIANO						
VOULOIR LIRE LES DRAMES						
DEVOIR ÊTRE ATTENTIF TOUJOURS						
VOULOIR REGARDER DES FILMS HISTORIQUES						
POUVOIR ECOUTER DE LA MUSIQUE PENDANT TOUTE LA JOURNÉE						
FALLOIR RESPECTER TOUJOURS LES CONSEILS DES PARENTS						

apprenants doivent trouver les mots essentiels. Ce jeu interactif améliore la compréhension écrite et aide à consolider les connaissances des étudiants sur le thème.

Chutomots Préparée par: G.Khojjeva			
Il peut éduquer qn.	Elle sait faire la cuisine.	Il doit faire de la gymnastique.	Il veut manger toujours de la glasse ou de bonbon.
Il peut donner les conseils.	Elle peut faire la vaisselle.	Il doit courir chaque matin.	Il peut aller au jardin d'enfants.
Il peut évaluer.	Il faut l'estimer toujours.	Il peut jouer au football.	Il faut faire attention à son éducation.

Variants remplis :

Chutomots		Préparée par: G.Khojieva	
LE PROFESSEUR	LA MÈRE	LE FOOTBOLEUR	L'ENFANT
Il peut éduquer qn.	Elle sait faire la cuisine.	Il doit faire de la gymnastique.	Il veut manger toujours de la glasse ou de bonbon.
Il peut donner les conseils.	Elle peut faire la vaisselle.	Il doit courir chaque matin.	Il peut aller au jardin d'enfants.
Il peut évaluer.	Il faut l'estimer toujours.	Il peut jouer au football.	Il faut faire attention à son éducation.

- Pour la conclusion on peut dire que ces méthodes et jeux utilisés servent à:
- faire participer tous les apprenants;
 - créer des activités pour la classe qui favorisent la prise de parole spontanée;
 - favoriser et gérer les interactions dans la classe, c'est-à-dire les échanges entre l'enseignant et les étudiants ou les les étudiants entre eux;
 - savoir travailler en collective et estimer les opinions l'un à l'autre;
 - formuler et centraliser des idées;
 - sortir de la logique du «Pour versus Contre» une idée établie en sortant une idée alternative;
 - lancer vite le plus grand nombre d'idées sur un sujet peu traité;
 - élargir la base lexicale des apprenants et aider eux se créer.

BIBLIOGRAPHIE:

1. La Loi de la République d'Ouzbékistan sur l'Éducation et du Programme national pour la formation des cadres. T:, 1997.
2. Cadre européen commun de référence pour les langues : apprendre, enseigner, évaluer, -Paris:, Didier, 2001.

RESSOURCES ELECTRONIQUES

3. <http://recitpresco.qc.ca/pages/banque-dimages-et-de-sons>
4. <http://www.francaisfacile.com>
5. www.google.fr
6. TV5MONDE

*Жумаев Р.Ф., Махмудова С.Х.
Бухоро, Ўзбекистон*

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ БЎЙИЧА ҲАРАКАТЛАР СТРАТЕГИЯСИДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ МАСАЛАЛАРИ

2017–2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси ижтимоий-сиёсий ҳаётнинг барча соҳаларини қамраб олганлиги билан ҳам аҳамиятлидир.

Шундай соҳалардан бири мамлакатнинг иқтисодий салоҳиятини юксалтирадиган тармоқ туризмдир. Туризмни ривожлантириш, хорижий инвестицияларни жалб этиш жараёнларида маълум бир муаммолар мавжуд бўлиб, уларнинг ҳал этилиши бугунги куннинг долзарб вазифаси ҳисобланади. Ҳаракатлар стратегиясида иқтисодиёт тармоқлари учун самарали рақобатдош муҳитни шакллантириш ҳамда маҳсулот ва хизматлар бозорида монополияни босқичма-босқич камайтириш бўйича вазифалар белгиланган.

Туризм тармоғи жаҳон савдосининг энг йирик тармоғига айланиб бормоқда ва ҳозирги кунда ер юзидаги жами товар ва хизматлар экспортида даромад келтириш бўйича иккита йирик тармоқ – нефть қазиб олиш ва автомобил саноатидан кейинги учинчи ўринда туради. Туризм соҳаси жаҳонда жами экспортнинг 10 фоизини беради, хизматлар савдосининг эса 35 фоизи туризмга тўғри келади. Буюк ипак йўлида жойлашган, асрлар давомида қадимий шаҳарлари билан машҳур, тарихий ва маданий ўтмишга эга Ўзбекистон Республикаси туризм тармоғини ривожлантириш учун реал имкониятларга эга[1].

Ҳаракатлар стратегиясида мамлакатимизда туризм индустриясини жадал ривожлантириш, иқтисодиётда унинг роли ва улушини ошириш, туристик хизматларни диверсификация қилиш ва сифатини яхшилаш, туризм инфратузилмасини кенгайтиришга олиб келадиган ўрта муддатли истикболда Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини ривожлантириш концепциясига асосан, шунингдек, 2017–2021 йилларда Концепцияни амалга оширишга доир аниқ чора-тадбирлар Дастурини ишлаб чиқиш режалаштирилган. Мазкур вазифанинг амалга оширилиши туризм соҳасининг тезкор ривожланиши, унинг иқтисодиётдаги улушининг ортиши, туристик хизматлар сифатининг ошишига олиб келади. Шу билан бирга, «Туризм тўғрисида»ги Қонуннинг янги таҳририни ишлаб чиқиш натижасида туристик соҳани ривожлантириш бўйича давлат сиёсатининг асосий йўналишлари аниқлаб берилади, мазкур соҳада тадбиркорликнинг кенг ривожланишига замин яратилади.

Ҳаракатлар стратегиясига асосан, 2017 йилда аэропорт ва вокзалларда хизмат кўрсатиш сифатини тубдан яхшилаш назарда тутилмоқда. Мазкур йўналиш хорижий туристларни кутиб олаётган ёки кузатаётган туристик фаолият субъектлари ходимларига белгиланган тартибда режим ва ҳимоя чораларига амал қилган ҳолда, махсус рухсатномалар бериш орқали аэропорт ва вокзаллар залларида ҳозир бўлишига рухсат бериш каби чора-тадбирларни ўз ичига олади.

Туристик хизматларни диверсификация қилиш ва янги туристик маршрутларни яратиш, жумладан: мамлакат барча ҳудудининг туристик имкониятини ўрганиш ва янги туристик маҳсулот ва маршрутларни шакллантириш; аҳоли учун турлар ва экскурсиялар ўтказиш бўйича чора-тадбирлар комплексини амалга ошириш; ички маршрутлар бўйича янги авиа алоқалар очиш; маркетинг тадқиқотларини ўтказиш асосида ҳудудий ва халқаро йўналишлар бўйича чартер рейсларини ташкил этиш мақсадида янги туристик маршрутларни яратиш, туризмнинг замонавий турларини

ривожлантириш, уларнинг жозибадорлигини кучайтиришга оид ислохотларни янада такомиллаштириш бўйича тадбирлар Ҳаракатлар стратегиясидан жой эгаллагани туристик хизматлар кўрсатувчи субъектларнинг имкониятларини янада кенгайтиради. Бу эса, ўз навбатида, мамлакатимиз туризм соҳасидаги иккита катта муаммони ҳал этиш, биринчидан, ўз фаолиятининг барча турларини миқдор ва сифат жиҳатидан кенгайтириш, иккинчидан, пулли хизматлар кўрсатиш соҳасини янада ривожлантиришга имкон яратади.

Юртимизда Самарқанд, Бухоро, Хива, Шахрисабз, Қўқон каби жаҳонга машҳур туристик шаҳарлар мавжуд. Тошкент, Жиззах ва Самарқанд вилоятларида табиат билан боғлиқ экологик туризмни ривожлантириш учун жуда қулай имкониятлар мавжуд. Туризм соҳасида деярли барча вилоят ва туманларда имкониятлар етарли, аммо юқорида санаб ўтилган ҳудудларда мутлақ ва нисбий устунликлар кўпроқ саналади.

Ҳаракатлар стратегиясида олис ва тоғли ҳудудларда туризм ва экотуризмни ташкил этиш, доривор ўсимликларни етиштириш, йиғиш ва қадоклаш бўйича дастурлар ишлаб чиқиш кўзда тутилган. Бунда, тоғ олди ҳудудларидаги қишлоқларда 10–15 та хонадонларда сайёҳларга хизмат кўрсатиш уйлари ташкил этилиб, яъни уйнинг битта ёки иккита хонаси деворлари сўзана, адрас билан безатилиб, кўрпача тўшалиб, хонтахта қўйилиб, ҳожатхона ва ошхонанинг санитар ҳолатлари тартибга келтирилиб, чет эллик сайёҳларга табиий манзараларни кўрсатиш билан бирга нон ёпиш, миллий таомларни тайёрлаш, миллий урф-одатлар билан таништириш каби хизматлар кўрсатилиши режалаштирилган.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёев 2017 йил 22 декабрда мустақил давлатимиз тарихида биринчи марта Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисига Мурожаатнома тақдим этди. Мазкур Мурожаатномада дунёнинг 33 мамлакатаида элчихоналаримиз фаолият кўрсатаётганлиги таъкидланди ва уларнинг фаолияти танқидий таҳлил қилинди. Ҳар бир элчихонага туризмни ривожлантириш бўйича кўрсатмалар берилди. Шунингдек, мамлакат ичкарисида ҳам мавжуд муаммолар кўрсатилди ва уларни тезкор бартараф этиш чоралари кўрилди. Жумладан, мамлакатимизнинг бир вилоятидан унга қўшни бўлган бошқа вилоятига ўтиш-чегара жойларида ўрнатилган постларнинг ҳаддан ташқари кўп эканлиги савдо-иқтисодий муносабатлар, ички ва ташқи туризм ривожига салбий таъсир кўрсатаётганлиги таъкидланди. “Кичик ҳаж” дастури асосида ички туризмни ривожлантириш таъкидланди [2]. Шу ўринда мамлакатимиз Президенти баъзи рақамларни келтирди: “Ўзингиз ўйланг, бугунги кунда мамлакатимиз ҳудудида 60 дан зиёд бундай постлар мавжуд. Энди тасаввур қилинг, оддий одам Хоразмдан Тошкентга машинада келмоқчи бўлса, йўлда 17 та постдан ўтади. Фарғона водийсидан келаётган киши эса 8 та ана шундай постга дуч келади. Шу муносабат билан вилоятлар чегарасидаги барча йўл-патрул постларини тугатиш, патрул хизмати стационар постлари сонини кескин камайтириш лозим”.

Мамлакатимиз иқтисодиётининг стратегик тармоғи сифатида туризмни жадал ривожлантириш учун қулай иқтисодий ва ташкилий-ҳуқуқий шарт-

шароитлар яратиш, ҳудудларнинг улкан туризм салоҳиятидан янада тўлиқ ва самарали фойдаланиш, туризм тармоғини бошқаришни тубдан такомиллаштириш, миллий туризм маҳсулотларини яратиш ва уларни жаҳон бозорларида тарғиб қилиш, туризм соҳасида Ўзбекистоннинг ижобий қиёфасини шакллантириш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрдаги «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ПФ–4861 сон фармони қабул қилинди[3]. Фармонга кўра, Бухоро давлат университетида туризм факультети очилди. Шунинг алоҳида таъкидлаш жоизки, Бухоро қадимий меъморчилик обидаларига бой. Аини пайтда бу ерда анъанавий маданий-тарихий туризм билан бир қаторда сайёҳликнинг экологик, спорт, даволаш-соғломлаштириш каби қатор турларини ривожлантириш борасида катта имкониятлар мавжуд. Бундан самарали фойдаланиш мақсадида Бухоро шаҳрида туристик эркин иқтисодий ҳудуд ташкил этиш ғояси илгари сурилди. Фармонда белгиланган ўрта муддатли истиқболда туризм соҳасидаги давлат сиёсатининг мақсадли ва устувор йўналишларида тармоқ учун, айниқса, менежмент ва маркетинг соҳасида малакали кадрлар тайёрлаш тизимини тубдан такомиллаштириш масаласи ҳам илгари сурилган эди. Зикр этилган факультет ана шу вазифалар ечимига қаратилган тадбирлар доирасида очилди. Бухоро шаҳрининг Эски шаҳар қисмида хорижий сайёҳларнинг бўш вақтларини туну кун мазмунли ташкил этиш учун 12 гектарлик “Қадимий Бухоро” туризм зонаси, унинг ҳудудида замонавий паст қаватли меҳмонхоналар, савдо-кўнгилочар марказлар, 500 ўринли амфитеатр барпо этилмоқда[4].

Юқоридагилардан келиб чиқиб, қуйидагича хулоса қилиш мумкин:

Биринчидан, ички туризмни ривожлантириш борасида давлат дастурларини кенг жорий қилиш лозим.

Иккинчидан, туризм соҳасидаги лойиҳаларга инвестициялар киритиш катта иқтисодий самара беради;

Учинчидан, олис ва тоғли ҳудудларда туризм ва экотуризмни ташкил этиш зарур;

Тўртинчидан, туристларнинг иқтисодий имкониятларини, зиёрат ҳамда туристик маршрутларини ҳисобга олган ҳолда ҳостел ва бошқа дам олиш масканларини кенгайтириш, унинг электрон дастурий харитасини ташкил этиш муҳим ҳисобланади.

Адабиётлар:

1. 2017–2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегиясини «Халқ билан мулоқот ва инсон манфаатлари йили»да амалга оширишга оид Давлат дастурини ўрганиш бўйича илмий-услубий рисола. – Т.: «Маънавият» нашриёти, 2017. – 123 бет.

2. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. – Тошкент: “Ўзбекистон” НМИУ, 2018. 61- бет.

3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрдаги ПФ–4861-сон «Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал

ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Фармони// Ўзбекистон Республикаси қонун ҳужжатлари тўплами, 2016 й., 49-сон, 558-модда, 2017 й., 1-сон, 3-модда.

4. Ўзбекистон Республикаси ҳудудларининг ижтимоий-иқтисодий ривожланишини комплекс ўрганиш натижалари бўйича йиғма таҳлилий материал. – Т.: “Sano Standart” – 2017. – 62-63 бетлар.

*Navruz-zoda L.B., o`qituvchi,
Najmiddinov S.N., talaba,
Buxoro, O'zbekiston*

BUXORO HUDUDIDA TURISTIK XIZMATLARGA INNOVATSION G'ÓYALARNI JORIY ETISH VA TAKOMILLASHTIRISH

Turizm davlatning aholisini hayot darajasini yuqori ko'rsatkichga ko'taruvchi va iqtisodiyotning o'sish sur'atlarini yuqorilashtiruvchi soha sifatida qaraladi. Turistik xizmatlar ham bu borada o'z ahamiyatiga ega bo'lib, turistlarning cheklanmagan ehtiyojlarini qisman yumshatishga xizmat qiladi.

O'z navbatida yuksak turizm salohiyatiga ega bo'lgan Buxoroda ham turizm industriyasini yanada rivojlantirish, sohada tadbirkorlik sub'ektlari faoliyatini rag'batlantirish, hududga mahalliy va xorijiy turistlar oqimini keskin ko'paytirish hamda tarmoq uchun malakali kadrlar tayyorlash yo'nalishida keng ko'lamli kompleks tadbirlarni amalga oshirish bo'yicha O'zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan 2017 yil 19 mayda qabul qilingan “Buxoro viloyati va Buxoro shahrida 2017-2019 yillarda turizm sohasini jadal rivojlantirish chora-tadbirlar to'g'risida”gi PQ-2980-sonli qarori bu borada muhim Dasturi amal bo'lib xizmat qilmoqda[1].

Buxoroning turizmini rivojlantirish va turistik obyektlarni modernizatsiyalash uchun 2017 yilning 16 noyabr kuni Buxoro viloyatida o'z faoliyatini yuritish jarayonida turizm sohasi bilan bog'liq uch yuzga yaqin tashkilotlar tashabbuslari asosida “Buxoro turizmi hamkor tashkilotlari” assotsiatsiyasi tashkil etildi.

Bu dasturlar, qarorlar va tashkil etilgan tashkilotlar o'z navbatida turizmni rivojlantirish, qolaversa mahalliy aholini turmush darajasini yuqori qilishga xizmat qiladi.

O'zbek turizmini rivojlantirish uchun tashkilotlar birgalikda faoliyat amalga oshirmoqdalar, bu jarayonlarni Din ishlari bo'yicha qo'mita, O'zbekiston musulmonlari idorasi, Toshkent islom universiteti, Islom sivilizatsiyasi markazi, Muqaddas qadamjolarini saqlash va obod etish xayriya jamg'armasi va “O'zbekturizm” ning ziyorat turizmini amalga oshirishda hamkorlik qilish bo'yicha memorandum imzolash taklifini taqdim etgani bilan asoslab berish mumkin[2].

Buxoro va Buxoro viloyatida sayyohlikni rivojlantirish bo'yicha uch yillik dastur qabul qilindi va dasturni bajarish davomida quyidagi ishlar qilinishi rajalashtirilgan:

- Buxoro brendini ishlab chiqish;
- 2017—2019 yillarda reklama kampaniyasi «Muqaddas Buxoro — Islom madaniyati o'chog'i» shiori ostida olib borish...

Yuqorida sanab o‘tilgan chora-tadbirlar hisobiga 2017—2021 yillarda sayyohlik xizmatlari hajmini 2,1 barobarga, sayyohlar sonini esa 1,9 barobarga oshirish rejalashtirilgan[3].

Bu ko‘rsatkichlarni inobatga olgan holda, Buxoro hududida birinchi bor tashkil etilgan innovatsion loyiha taqdim etildi. Bu loyihani Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi raisi Aziz Abduhakimov, G‘arbiy yevropaga safari mobaynida uchratib, buni O‘zbekistonda ham qo‘llashni taklif etgan. Bu loyiha havoda muallaq turgan darvish hisoblanib, rasimga tushuvchi sayyohlarimizning e‘tiboridan chetga qolmaydi. Ushbu loyiha Buxoroning qadimiy qismida joylashgan obidalarga yanada ko‘proq mehmonlarni jalb qilishga hissa qo‘shishi kutilmoqda.

Bundan tashqari, Buxoro hududida turizmni rivojlantirish va turistlarni turistik xizmatlardan foydalanishda qoniqish darajasini yuqoriga ko‘tarishga xizmat qiladigan, “Tourist symbol” innovatsion loyhasini taklif etamiz. Bu innovatsion loyiha turistik xizmatlarni rivojlantirish uchun o‘z oldiga quyidagi ilg‘or maqsadlarni qo‘yadi. Jumladan:

- Barcha tashrif buyurgan turistlarga xoxlagan turistik obyektни qiyinchiliksiz topishga yordam beradi;
- Buxoro hududini aylanish mobaynida turist adashib qolish ehtimolidan yiroqda bo‘ladi;
- Buxoro hududidagi gidlik xizmatini takomillashtirishda o‘z hissasini qo‘sha oladi;
- Turistga Buxoro hududidagi tarixiy va madaniy binolar va buyumlarni ko‘rishda yolg‘iz piyoda tomosha qilish imkoniyatini beradi;
- Turistning velosiped transporti orqali aylanishida qulaylik yaratadi;
- Turist o‘z imkoniyatidan kelib chiqqan holda mehmonxona, restoran va boshqa turli xil xizmatlarni tanlashi mumkin.

Loyiha ma‘lum bir maydon ham egallamaydi va yo‘lda harakatlanishni osonlashtiradi. Loyihani amalga oshirish kam xarajat asosida tashkil etiladi, bu esa kam xarajat orqali yuqori sifatga erishish imkoniyatini beradi.

Loyiha mobil dastur bo‘lib, uning yordamida turizmga xos belgilarning mazmun mohiyati ochib beriladi. Dasturda 25 ta davlat tili mavjud bo‘lib, turist xoxlagan tilga kirib ma‘lumot olish imkoniyatiga ega bo‘ladi. Turist dasturni mehmonxona va aeroportlarda yuklab olib biladi.

Misol tariqasida restoran



yoki mashinani ijaraga berish agentlikni quyidagi belgilar ostida ko'rsata olamiz.

O'ylaymizki, dastur turistlar uchun juda qulay bo'lib, kelgusida turistlarni Buxoro hududida kelish oqimini oshirishda va hududdagi barcha turistik obyektlarni nazorat qilishga va xizmatlardan unumli foydalanishga zamin yaratadi.



Hozirgi kunda bunga o'xshash innovatsion loyihalarni rivojlantirish davlat tominidan qo'llab-quvvatlanmoqda. Mamlakatimizdagi 600 dan ortiq sayyohlik ob'yeptini birlashtirgan «E-mehmonxonona» avtomatlashtirilgan tizimi ishga tushirildi. Bu bilan xorijiy va mahalliy sayyohlar hisobini olib borish mumkindir. Shuningdek, Madaniyat vazirligi, Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi va «Texno dargoh» MChJ tomonidan hamkorlikda amaliyotga tatbiq etilayotgan «VERUM QR» loyihasi doirasida Samarqand, Shahrisabz va Buxoro shahridagi sayyohlik ob'yektlari QR-kodlar bilan ta'minlandi. Mazkur QR-kodlar sayyohlarga bir necha soniya ichida tarixiy ob'yept, yaqin hududda joylashgan mehmonxonona, restoran va boshqa diqqatga sazovor maskanlar haqida ma'lumot olish imkonini beradi. Ma'lumotlar 12 tilda taqdim etiladi[4].

Xulosa qilib aytish mumkinki, hozirgi zamonda turizmni rivojlantirish va ularni takomillashtirishda innovatsion loyihalarni o'rni va ahamiyati yuqori ekanligiga shak-shubhasiz aminmiz. Xususan, Buxoro hududida turizmni rivojlantirishda, uning qadimiy binolar, avliyolari, pirlari, ziyoratgoh qadamjolarini innovatsion loyihalar asosida amalga oshirish orqali Buxoroda turistlarni kelish oqimini yillar mobaynida keskin oshirish imkoniyatiga egamiz.

ADABIYOTLAR

1. <https://uzbektourism.uz/uz/uzbekistonda-turizm/kadimiy-buxoro-turizm-zonasi>.

2. <http://www.religions.uz/news/view?id=683>

3. <https://www.gazeta.uz/oz/2017/05/29/buxoro/>

4. <https://www.xabar.uz/uz/w2j> (2018 yil 15-yanvar kuni O'zbekiston Prezidenti Matbuot xizmati huzuridagi press-xollda Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi tomonidan o'tkazilgan matbuot anjumanida qo'mita raisi Aziz Abduhakimovning so'zi.)

*Hamroyev H.R., i.f.n., dotsent
Buxoro davlat universiteti*

OILAVIY BIZNES YOSHLARDA TADBIRKORLIK MADANIYATINI SHAKLLANTIRISH O'CHOG'I SIFATIDA

“Oilaviy biznes” deganda yollanma ishchilarni jalb etmasdan oila a'zolari mehnatidan foydalangan holda xususiy tadbirkorlik bilan shug'ullanish nazarda tutiladi. “Oilaviy ish”ni rivojlangan davlatlarda avloddan avlodga o'tadigan merosiy biznes sifatida e'tirof etadilar. Uning asosiy motivastiyasi – kelajak avlodni moliyaviy farovonligini ta'minlash uchun oilaviy ishini tashkil etishdadir.

O'zbekistondagi oilalarida odatda farzand va nevaralarning kelajagi haqida qayg'urish keng ommalshgan. Biroq, bu say'-harakatlar jamg'arish xususiyatga ega. Ya'ni biz barkamollik davrimizda farzandlarimizni oilaviy va uy-joyli qilishga, bilimdon, kasb-hunarli va ish bilan band bo'lishlariga harakat qilamiz-da, lekin ularga ko'proq tayyor narsalarni qoldirib ketishga intilamiz. Bozor iqtisodiyoti sharoitida kelajak avlodning kasb-hunarimiz negizidagi tadbirkorlik ishimizni qoldirib ketgan taqdirda, ularga ko'proq iqtisodiy manfaat keltirgan bo'lar edik. Bu maqsadga erishish uchun "oilaviy biznes" alohida ahamiyat kasb etadi. Chunki u quyidagi afzalliklarga ega:

1. Umumiy ish tufayli barcha oila a'zolarini birlashtiradiki, bunday hamkorlik esa oilaning yanada jiplashiga, mustahkamlanishiga olib keladi.

2. Daromadni ko'paytirish va oila byudjetini oshirishga intilish.

3. Yoshlikdan bolalarni biznesga jalb etish imkoniyati vujudga keladi. Biznesni yuritish bo'yicha bilim va ko'nikmalarni ota-onadan, kattalardan o'rganish ko'p hollarda mutaxassislardan oladigan quruq nazariy saboqlardan afzalroqdir.

4. Oilaviy ishni farzandlarga me'ros qoldirib, ularning barqaror va farovon kelajagini ta'minlash.

5. Oila a'zolarining ish bilan bandligi, uzoqlarga ish qidirib ketmasdan o'z uyida qolib ishlashni afzal ko'rish.

6. Oila a'zolarining mehnatsevarlik, tejamkorlik, tashabbuskorlik, tadbirkorlik, mas'uliyatlilik kabi ijtimoiy - iqtisodiy ahamiyatga ega bo'lgan fazilatlarining shakllanishi.

Bizning fikrimizcha, O'zbekiston sharoitida oilaviy biznesning eng ma'qul turlari xizmat ko'rsatish bilan bog'liq bo'lishi maqsadga muvofiq bo'lardi. Istiqbolli oilaviy biznes faoliyatlariga quyidagilar kiradi:

+ Nonvoylik;

+ ertalab va kechqurn issiq nonlarni buyurtma asosida mijozlar uyiga etkazib berish xizmati bilan;

+ oilaviy qahvaxona, to'yxona, oshxona, choyxona;

+ go'zallik saloni;

+ qandalotchilik tsexi;

+ tikuvchilik tsexchasi;

+ mebel ustaxonasi;

+ gullar va sovg'alar do'koni;

+ internet klublar;

+ bolalar kiyim-kechagi va o'yinchoqlar magazini;

+ avtoservis xizmati kabi ish turlarini tavsiya etish mumkin.

Oilaviy biznesni rivojlantirish evaziga xonadonlarning daromadi oshadi va uy-ro'zg'ordagi ayrim:

❖ pazandalik, bog'bonchilik,

❖ bolalarga qarash,

❖ haydovchilik,

❖ qorovullik kabi ishlarni bajarish uchun yollanma ishchilarni jalb etish natijasida xonadon ichida qo'shimcha ish joylarni tashkil etish imkoniyati ham vujudga keladi.

“Oilaviy biznes”ning kamchiliklari ham mavjud. Ular quyidagilardan iborat:

- Ayrim oila a’zolarining nokompetentligi biznesni yuritishda muammolar kelib chiqaradi.

- Qarindoshlar nazarida ishbilarmonlik obro’ga ega bo’lmasligi mumkin. Psixologik jihatdan oila o’z biznesini yurgizishga tayyor bo’lmasligi mumkin.

- Oila a’zolaridan ayrimlari shaxsiy jizzakilik va takabburlikka berilishi mumkin.

Bunday muammolar sizning oilaviy biznesingizda uchratmaslik uchun oldindan barcha bo’lajak qiyinchiliklarni muhokama qilib, qarindoshlaringiz bilan birgalikda aniq qoidalarni ishlab chiqish ma’qul bo’ladi.

Oilaviy biznes o’z samaradorligi bilan xalqaro miqyosida yuqori nufuzli tadbirkorlik turiga aylangan. Uning negizida xalqaro darajada obro’li korporastiyalar yetishib chiqqan. Bunga Ford avtomobil korporastiyasi yorqin misol bo’la oladi. Genri Ford “Mening hayyotim, mening yutuqlarim” nomli kitobida o’z oilaviy biznesini vujudga kelish tarixi, an’analari va tajribalari haqida hikoya qilib, oilaviy avtomobilsozlik biznesini tashkil etishda quyidagi tamoyillarga e’tiborini qaratilganligini ta’kidlaydi:

1. Kelajagdan qo’rqma va o’tmishdan saboq olgin. Kim bo’lajagdan qo’rqsa, u o’z faoliyat doirasini toraytirib yuboradi. O’tmish bizga rivojlantirish yo’llari va vositalarini ko’rsatishi bilan foydalilidir.

2. Raqobatchilarga uncha ahamiyat berma. Kim o’z ishini yaxshiroq uddalasa, o’sha ishlashni davom etsin.

3. Umumiy manfaatga ishlashni shaxsiy naflikdan ustun qo’y. Daromad nafli ishning asosida emas, balki uning so’ngida qaror topishi lozim.

4. Ishlab chiqarish – arzon sotib olish va qimmat sotishni bildirmaydi. Bu, ko’proq mo’tadil narxlar bilan xom ash’yo va materiallarni xarid qilib ularni imkoni boricha kamroq qo’shimcha xarajatlar bilan iste’molchilarga etkazadigan sifatli mahsulotga aylantirishdir.

Tadbirkorlik qadimdan insonlar uchun o’z hayotini qurish, mustaqil ro’zg’or yuritish, tashabbuskorlik bilan mehnat qilib, oilasi, elu yurtining farovonligiga o’z hissasini qo’shishning muhim omili bo’lib kelgan. Qolaversa, ishbilarmonlik xalqimizning qon - qoniga singib ketgan ezgu fazilatdir. Aytish joizki, xonadonlarning oilaviy tadbirkorlik bilan shug’ullanishi oilalarning mustahkamlashga ko’maklashadi va turmushda uchraydigan turli muammolarni oqilona hal etish imkonini kengaytiradi. Tadbirkorlar oilasidagi turmush muammolari bilan bog’liq ziddiyatlar boshqa oilalardagiga nisbattan ancha kam uchraydi. Ta’kidlash lozimki, tadbirkorlarning yarmidan ortig’i oilaviy muammolarni yechish uchun o’z biznesi bilan shug’ullanayotganligi yordam berayotganini e’tirof etadi. Oilaviy biznesda odatda, vazifalarning ichki taqsimoti yuzaga keladi. Unda erkakning ham, ayolning ham va balog’atga etgan bolalarning ham mehnatidan foydalaniladi. Binobarin, oilaviy biznesning muvaffaqiyati ahillikda, uyushganlikda, ya’ni hammaning bir biriga yordam berishida, korporativ manfaatlarni birgalikda himoya qilishda, oila inoqligidadir.

Shundaq qilib, me’rosiy tadbirkorlik shaklidagi “oilaviy biznes” oddiy ish emas. U bilan shug’ullanish uchun tadbirkorlik faoliyat turining xususiyatlaridan kelib

chiqqan holda, har bir oila o'z oila a'zolarining tashabbuskorlik, tashkilotchilik, novatorlik, bozorshunoslik, tavakkalchilik kabi tadbirkorlik qobiliyatlarini rivojlantirib ish tutgandagina muvaffaqiyatga erishishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Karimov I.A. Bizning bosh maqsadimiz – jamiyatni demokratlashtirish va yangilash, mamlakatni modernizatsiya va isloh etishdir. T.: "O'zbekiston", 2005.

2. Navro'zzoda B.N. Nanoiqtisodiyot. O'quv-uslubiy majmua. BuxDU, 2012.

3. Navro'zzoda B.N. Individual sa'y-harakatlar: fuqarolarning jahon moliyaviy iqtisodiy inqirozi oqibatida zarar ko'rmasligida muhim ahamiyat kasb etadi. "Buxoronoma" gazetasi, 8 iyul, 2009 yil. 4b.

4. Дворкович А. "От инструментов макроэкономики к микро - и наноэкономике". <http://allmedia.ru/headlineitem.asp?id=312213>.

Sharifova Sh.Sh.,

Buxoro davlat universiteti

YOSHLAR TURIZMI: MUAMMOLAR VA ISTIQBOLLAR

Butunjahon Yosh Talabalar va Ta'lim Turizmi Konfederatsiyasining ma'lumot berishicha, "Yoshlar turizmi endilikda sayohat bozorining kichik sektori emas, u Facebookdan, McDonaldsdan va hattoki Argentina budjetidan yirikroq bo'lib, turistik tashriflardan 182 mlrd AQSh dollar daromad keltirdi. Global yoshlar turizmi sanoati yiliga 200 million xalqaro sayohatni amalga oshirib, turizmning boshqa turlaridan ko'ra tezroq ildalamoqda. BTT prognoziga ko'ra 2020-yilga kelib, 300 million yosh insonlar xalqaro turizmni amalga oshiradilar."¹³ BTT Jahon Turizm Barometri ma'lumotiga ko'ra, 2015-yilda butun dunyo bo'ylab xalqaro tashriflar soni 4.4 foizga ortib 1,184 mlrdga yetdi.¹⁴ Turizmning O'zbekiston YaIMdagi ulushi 2014-yilda 3.0 foiz (4208.8 mlrd so'm) bo'lsa bu ko'rsatkich 2015-yilda 4408.0mlrd so'm bo'lib 4.7foizga yetdi.¹⁵ Bu ko'rsatkichlar turizm sanoatining o'zni respublikamiz iqtisodiyotida tobora ortib borayotganidan darak beradi. Turizmning keng ommalashib ulgurgan turlaridan biri yoshlar sayohatini rivojlantirishimiz uchun ham yurtimizda yetarli potensial mavjud.

Prezidentimiz ta'kidlaganidek, o'zining tarixiy, madaniy va intellektual merosini asrab avaylashga, boyitish va ko'paytirishga, shuningdek, unib o'sib kelayotgan yosh avlodni milliy va umuminsoniy qadriyatlar ruhida tarbiyalashga yetarlicha e'tibor qaratmaydigan, har tomonlama uyg'un rivojlangan, mustaqil fikrlaydigan, o'z qarash va yondashuviga, grajdanlik pozitsiyasiga ega bo'lgan shaxsni kamol toptirishni o'z oldiga maqsad qilib qo'ymaydigan har qanday davlat va jamiyat tarix va taraqqiyot yo'lidan chetda qolib ketishga mahkum. Yoshlar ongi va madaniyatini yuksaltirishning, ona yurtiga muhabbat va vatanparvarlik ruhida

¹³ <http://www.europeancitiesmarketing.com/youth-tourism-generated-182-billion-dollars-tourism-receipts-2013-representing-200-million-international-trips-year/june-19/2014>

¹⁴ <http://media.unwto.org/press-release/2016-01-18/international-tourist-arrivals-4-reach-record-12-billion-2015>

¹⁵ <https://www.wttc.org/media/files/reports/economic%20impact%20research/countries%202015/uzbekistan2015.pdf>

tarbiyalashning vositalaridan biri bu o'z vatanini yaqindan bilishi, uning har bir go'shasini o'zi ko'rib his etishidir, nazarimizda.

Jahon mamalakatlari tajribasidan ayon bo'ladiki, yoshlar orasida turizmning ommalashishi ularning dunyoqarashini, ilmiy salohiyatini, yon atrofga dahldorlik tuyg'usini, madaniyatlararo tafovutlarga tolerantligini va tabiat hamda umumbashariyatga bo'lgan mehr muhabbatini oshirishga xizmat qiladi. Yurtimizda yoshlarga qaratilgan e'tibor yuksak darajada bo'lsada, sayohatga bo'lgan ommaviy yoshlar talabni oshirish, o'lkamiz turistik potensialidan to'laqonli foydalanish, yoshlarni o'z yurtini yaqindan bilishga qaratilgan chora tadbirlarni ishlab chiqishning zarurligi ilmiy izlanishlarimizning dolzarbligini taqozo etadi.

Xususan, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2012-yil 10-oktabrda qabul qilingan "O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori turizm va turistik infratuzilmani rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash, milliy turistik xizmatlarni xalqaro sayyohlik bozorlariga faol kiritishga xizmat qildi.

Albatta yoshlar turizmning shakllanishi va rivojlanishi turistik resurslarning salohiyatiga bog'liqdir. Mamlakat qanchalik turli – tuman turistik resurslarga ega bo'lsa, yoshlar turizmi rivojlanishi shuncha oson kechadi. Chunki yoshlar juda qiziquvchan va xilma –xillikni yoqtirishadi. Turizm respublikamiz iqtisodiyotida qishloq xo'jaligi, sanoat, transport va boshqa makroiqtisodiy tarmoqlar qatori o'zining munosib o'rniga ega bo'lishiga erishishimiz asosiy vazifalarimizdan biri hisoblanadi.

Tadqiqotlarning ko'rsatishicha, yosh turistlarning sayohati quyidagilar bo'yicha boshqa sayohatlardan farq qiladi: boshqa madaniyatlar tajribasi, til o'rganish, ko'ngillilik, ishlash yoki ilm olish. Ular mahalliy turmush tarzi bilan yaqindan tanishish, tanishlar orttirish va ijtimoiylashuvga moyil insonlardir. Ko'plab yosh turistlar qat'iy budjetda sayohat qiladilar. Ular sayohatni uzaytirish va pullarini ko'proq mashg'ulotlarga sarflash maqsadida arzonroq turar joy tanlashadi. Yosh sayyohlar kutilmagan kechirmalarni, noodatiy topilmalarni kashf qilishni sevadilar. Yuqoridagilarni nazarda tutib BTT "yoshlar turizmi"ga quyidagicha ta'rif beradi: **Yoshlar turizmi 1 yildan kam bo'lgan barcha mustaqil sayohatlarni o'z ichiga olib, motivatsiyaga ega bo'lgan 16-29 yoshli insonlarning boshqa madaniyatlar bilan yaqindan tanishishni, yangi kechirmalarni boshidan o'tkazishni qattiq xohlaydigan, o'zining odatiy muhitidan chiqib formal va noformal o'qib o'rganishni xohlaydigan yoshlar sayohatidir.**

O'zbekiston Respublikasi Davlat Standartida Turistik xizmatlar joylashtirish vositalariga bo'lgan talablar qismida joylashtirish vositalari, joylashtirish vositalari nomerlari, joylashtirish vositalarida ko'rsatiladigan xizmatlar, mehmonxona xizmatlarining texnologiyasi, mehmonxona, motel, kemping, sanitar- kurort tashkilotlari, pansionat, hordiq olish bazasi, turistik baza, mehmonxona motellarning kategoriyasi, milliy uy, yurta kabi tushunchalarga ta'rif berilgan. Yoshlar turizmida asosiy joylashtirish vositasi bo'lmish hosteller haqida so'z yuritilmagan. Shuning uchun biz quyida hostellarga bo'lgan talablar va tavsiyalarni ishlab chiqdik. Bunda biz Yevropa va boshqa mamlakatlar hostellariga qo'yilgan standartlarni o'rganib chiqdik va ularni O'zbekiston sharoitiga mos ravishda taklif tamiz.

Hostel iqtisodli joylashtirish vositasi bo`lib, ma`lum muddat yashashga mo`ljallangan, kam budjetli turizm uchun xos bo`lgan, turli sonli mijozlarni qabul qilishga mo`ljallangan xona/nomerlarga ega bo`lgan, mehmonlar muloqoti uchun mo`ljallangan alohida joy/ zonasi mavjud.

Kam budjetli turizm sayohat uchun chegaralangan mablag`ga ega bo`lgan insonlarga(yoshlar, kam taminlangan insonlar, qari insonlar) mo`ljallangan turizm. Hostellarga belgilangan dissertatsiyada ishlab chiqilgan standartlarni quyidagi jadvalda ixchamlashtirdik.

Hostellarga bo`lgan talablar

№	Talablar
1	2
1	Jihozlarga bo`lgan umumiy talablar:
1.2	Aloqaning mavjudligi:telefon, faks, internet
1.3	Favqulotda yoritish, tabiiy va sun`iy yoritgichlardan tashqari (fonarlar, chiroqlar, akkukulyatorlar)
1.4	Issiq va sovuq suv
1.5	Yuvinish xonasi va dushdan foydalanish imkoniyati kuniga 1 matradan kam emas
1.6	Xona haroartining 18 C°dan past bo`lmasligi
1.7	Yuvinish xonasining harorati 23 C°dan kam bo`lmasligi
2	Yashovchilar uchun maxsus joylarga bo`lgan talablar:
2.1	Jihozlangan hammom
2.2	Ovqatlanish yoki mustaqil ovqat tayyorlash uchun joyning mavjudligi
2.3	Kir yuvish va quritish uchun mo`ljallangan joyning borligi
2.4	Tozalash uchun joyning borligi
2.5	Dam olish va teleko`rsatuvlar tomosha qilish uchun joylarining borligi
2.6	Shaxsiy narsalarni saqlash uchun maxsus joylar ning borligi
3	Yashash xonasi va yotoqxonalarga bo`lgan talablar:
3.1	Tavsiya etilgan yashash xonasining maydoni 7m kvdan kam bo`lmasligi lozim
3.2	Qulflanadigan eshiklarning bo`lishi
3.3	yotoq: bir o`tinli 80x190sm ikki o`rinli 160x190sm
3.3.1	Matras qalinligi 8smdan kam bo`lmasligi lozim
3.3.2	To`shak
3.3.3	Choyshab
3.4	Sochiqlar bir kishiga kamida birta
3.5	Yong`in xavfsizligi va boshqa favqulotda vaziyatlarda evakuatsiya haqidagi ma`lumot materiallari
3.6	Tumbochka kamod
3.7	Kishi boshiga bitta stul
3.8	Shkaf (osma jihozlari bilan)

1	2
3.9	Shiftda qandil chiroq
3.9.1	Kirishda yoritqichlarning kalitlari
3.10	Deraza pardalari
3.11	Chiqindi chelaklari
4	Xizmatlar to`plamiga bo`lgan talablar va tavsiyalar
4.1	Sutka davomida mijozlarning qabul qilinishi
4.2	Ovqatlanirish yoki uni tayyorlash xizmati
4.3	Avtotransport va boshqa turistik xizmatlar
4.4	Choysablarni yangilash kamida haftasiga 1 marta
4.5	Sochiqlarni yangilash kamida 3kunda 1 marta
4.6	tozalash: <ul style="list-style-type: none"> – Har kunlik joriy tozalash(xonani to`liq yig`ishtirish) – Qisqa muddatli kunlik tozalash (pepelnitsalarni , stolni, chiqindi chelaklarini bo`shatish, yotoqni, hammomni yig`ishtirish) – Mijoz hisob kitob qilganidan so`ng to`liq tozalash

Xulosa qiladigan bo`lsak, hozirda yurtimiz bo`ylab sayohatga qiziquvchi yoshlar soni ancha oshgan, shu tufayli yoshlar turistik kartasi va hostellar ularning sayohatini ancha yengillashtiradi va qulaylashtiradi.

*Xazratov F.X.,
Teacher, Bukhara State University*

BUXORO VILOYATINING TURISTIK XARITASINI YARATISH

Innovatsiya – bu iqtisodiyotning ishlab chiqarish va xizmat ko`rsatish sohalarida texnologik, ishlab chiqarish yoki xizmat ko`ratishning yangicha uslub va g`oyalarni o`zida qamrab oladi.

Innovatsion g`oya – biror sohani innovatsion yondashuv asosida rivojlanishning yangicha cho`qqisiga olib chiqishni nazarda tutuvchi eng ilg`or tafakkur maxsuli demakdir.

Har qanday innovatsion g`oyaning asosida quyidagi fundamental tamoyillar yotadi:

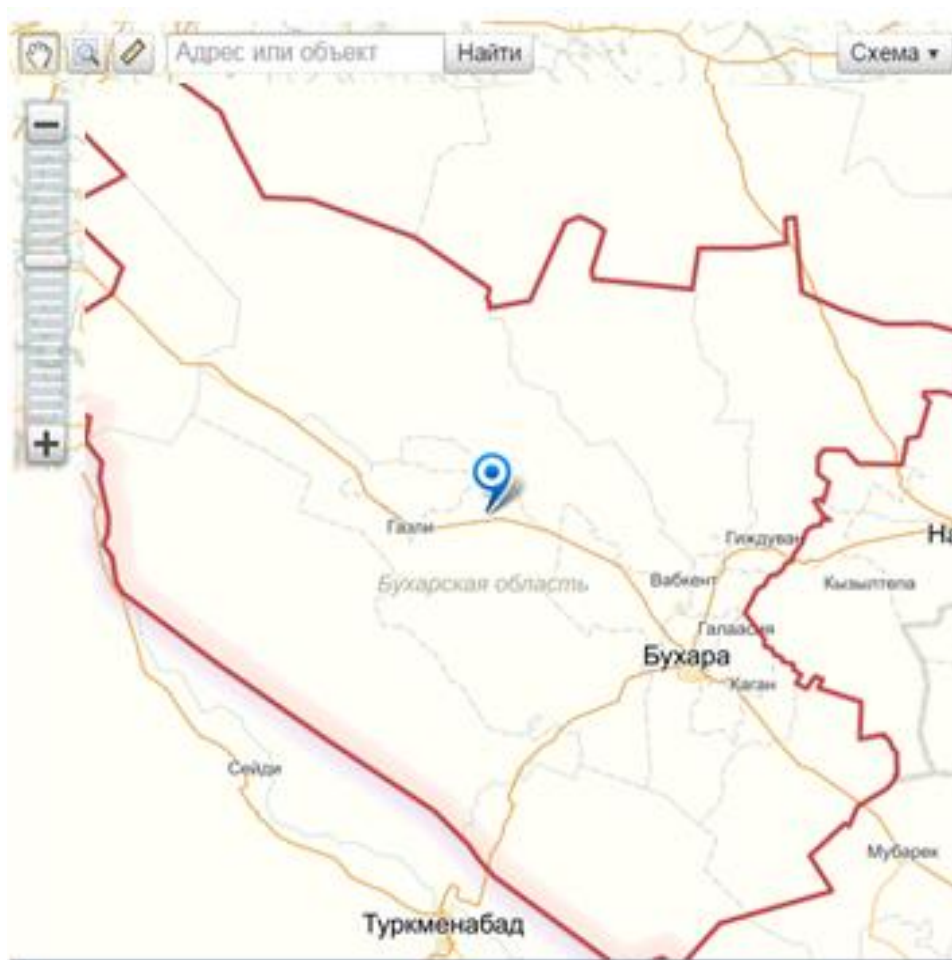
- 1)Tejamkorlik orqali iqtisodiy naf keltirishi kerak
- 2)Mehnat va ishlab chiqarish tashkil etishda samaradorlikni ta`minlash
- 3)Aholiga, bir so`z bilan insoniyatga qulaylik, naf keltirishi
- 4)Innovatsiyani amaliyotga joriy etgandan so`ng sarflangan xarajatlar qoplanishi

Tanlangan turistik xizmatlarni band qilish imkoniyatlari:

- Turistik hududdagi mavjud resurslardan samarali foydalanishga olib keladi;
- Viloyatda faoliyat yuritayotgan turistik korxonalar (mehmonxonalar, restoranlar, ekskursiya xizmatlarini ko`rsatuvchi hamda transport tashkilotlari;
- Hududga tashrif buyuruvchi turistik oqim 30%ga oshishi kuzatiladi, bu esa o`z navbatida sayyohlar tomonidan hududda qilinadigan turistik sarf-xarajatlarning miqdorini oshiradi;

-Mamlakat iqtisodiyotiga turizm sohasidan keladigan xorijiy valyuta miqdori yuksaladi;

Turizmning ham tashkil etilgan va ham tashkil etilmagan shakllari rivojlantiriladi;



1-rasm. Buxoro viloyatining xaritasi

Xorijiy va mahalliy sayyohlarga Buxoro viloyatidagi jami turistik resurslar va infratuzilma haqida “just in one space” tamoyiliga asosan axborot yetkazib, xizmatlarni bozorga tomon siljitish orqali Xalqaro turizmni rivojlantirish:

- Sayyohlarga O'zbekistonda mavjud turistik resurslar va hudud infratuzilmasi haqida yagona makonda joylashgan samarali xaritaviy (kartografik) ma'lumot taqdim etadi;

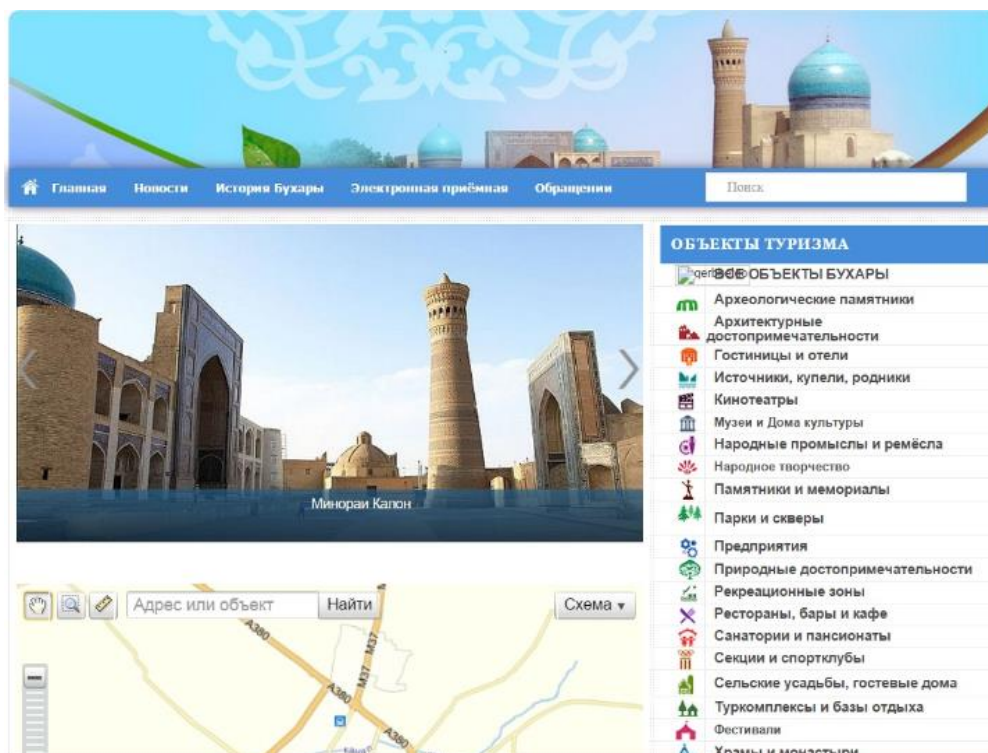
- Ma'lumot manbai bo'lish bilan birgalikda individual turist uchun o'z sayohatini optimal rejalash-tirish uchun qulay vosita sifatida xizmat qiladi.

- Tanlangan obyektlarga yetib borishda marshrut masofasini aniqlash imkoniyati mavjud;

-Turistlar o'zlarini qiziqtirgan obyektning joylashuvini xaritadan qidirish orqali topishi hamda uning joylashgan joyi haqida axborot olishi mumkin;

-Sayohat marshrut xartasini chop etib yo'l ko'rsatgich sifatida ishlata olish;

Sayyohlarning huddudagi turistik resurslar haqida ishonchli, to'liq va aniq axborotga bo'lgan ehtiyojini qondiradi.



2-rasm. Web-saytning ko`rinishi

Umumiy hisobda hududning xalqaro turizm bozorida mustahkam o`rin egallashi, ijobiy imijining shakllanishiga olib keladi, bu esa jahon turizm bozorida raqobatda yengib chiqishga imkon beradi.

Adabiyotlar:

1. Yu.S.Ana'ev, Geoinformatsion tizimlar. O'quv qo'llanma. Tomsk. 2003 y. 70 bet.
2. S.V.Pavlov, A.B.Nikitin, G.M.Sayfutdinova, ARCGIS dasturi orqali geoma'lumotlarni yaratish va undan foydalanish. O'quv qo'llanma. Ufa. 2005. 138 bet.

Хусенов М.З., Эргашев А.А.

*Ахборот технологиялар кафедраси ўқитувчилари,
Бухоро давлат университети*

ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА АХБОРОТ КОММУНИКАЦИОН ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ

Президентимизнинг шу йил 7 февралдаги Фармони билан тасдиқланган 2017-2021 йилларда Ўзбекистон Республикасини ривожлантиришнинг бешта устувор йўналиши бўйича Ҳаракатлар стратегияси барча соҳани қамраб олгани билан аҳамиятлидир.

Туризмни жадал ривожлантириш назарда тутилаётганлиги ҳам бу борада муҳим аҳамиятга эга. Чунки сайёҳларга хизмат кўрсатишдан тушадиган валюта мамлакатимиз иқтисодиётини юксалтиришга хизмат қилади.

Туризм соҳасидаги инновацияларни ривожлантириш, шунингдек, умуман, иқтисодиётни инновацион ривожлантириш масалаларига алоҳида эътибор қаратилмоқда.

Туризм соҳасида инновацион хизматлар бозорига кириш, маълум бир вақтнинг ўзида истеъмолчиларга юқори сифатли хизматлар кўрсатиш, туристнинг маънавий қониқиш даражасини, унинг турмушсифатини оширишга йўналтиришдан иборат.

Туризм соҳасидаги янгиликлар янги йўналишдаги маҳсулотни ишлаб чиқаришни назарда тутаяди, улар йўл ёки дам олиш жойи бўлиши мумкин, бундан ташқари улар бир қатор принципларга асосланган бўлиши керак, улардан фойдаланиш ижобий натижаларни олиб келиши керак.

Ҳозирги даврда барча муассаса ва ташкилотлар ўзининг шахсий веб сайтига эга бўлиши керак. Веб сайтнинг – фойдаланувчиларга маълумотларни етказишнинг энг қулай воситаси саналади.

Виртуал туризмнинг аҳамияти

1) Шахсий ресурсларнинг минимал сарфланиши: вақт ва маблағлар - виртуал экскурсиялар ҳозирча бепул, "йўл харажатлари" ва вақт талаб қилмайди, бундан ташқари, ҳар қандай вақтда бундай сафарни тўхтатиб, керак бўлса, вақти бўлганда яна давом эттириш мумкин.

2) Офлайн режимда мавжуд бўлмаган ҳудудларга ва объектларга деярли ҳар қандай вақтда ташриф буюриш мумкин. Виртуал туристик ногиронлиги мавжуд шахслар учун яхши истиқболларни яратаяди. Бироқ, виртуал туристик сайёҳлар кириш имкониятига эга бўлмаган ҳудудларга ташриф буюрадиган аҳоли гуруҳлари рўйхати анча кенг.

3) Хавфсизлик. Шубҳасиз, тармоққа саёҳат вақтида тармоққа саёҳат қилиш хавфи камроқ. Агар, Интернет хавфсизлиги қоидаларига риоя қилмасангиз, банк ҳисобингиздан пул маблағингизни йўқотишингиз мумкин. Бироқ, ҳар қандай ҳолатда, виртуал тур саёҳатчининг ҳаёти ва соғлиғига ҳеч қандай хавф туғдирмайди.

4) Маданий ёдгорликлар билан танишишнинг бевосита усули хорижий тилларни билмайдиган сайёҳлар учун қулайдир у маҳаллий аҳоли билан бевосита оғзаки мулоқотни ўз ичига олмайди ва шунинг учун тилни билмаслик ва яшаш жойлари тўғрисидаги билимларнинг етишмаслиги билан боғлиқ қийинчиликлардан сақлайди. Баъзи одамлар учун виртуал туристик саёҳат ҳақиқий саёҳатга тайёргарликдир.

Виртуал турнинг яратишнинг мақсади



Виртуал саёҳатларни яратишнинг қуйидаги мақсадлари ажратилиши мумкин: ахборот-танишиш (бу мақсадни амалга ошириш нафақат очик тўпламларни, балки омборхоналарда сақланадиган музей коллекцияларини ҳам намойиш етиш имконини беради);



Реклама ва намойиш (меҳмонхона биноларига эътиборни жалб қилишга ёрдам беради);



таълим ва маданий-маърифий (кўрғазма объектлари билан визуал танишиш чегараларини кенгайтириш имкониятини беради);



ижтимоий-реабилитация (ногиронлиги бор шахсларга яхшироқ ижтимоийлашишга имкон беради).



Сайтда ихтиёрий турдаги маълумотларни видео, расм, виртуал саёҳатларни жойлаштириш мумкин.

Виртуал саёҳат бу – 3D технологиялар ёрдамида объектни реалистик тасвирлашдир. Виртуал саёҳатларга сферик панорамалар, панорамик видеолар, объектнинг 3D реконструкциялари киради.

Фойдаланилган адабиётлар:

1. Рашидова Е.В., Зубарева Е.Г. Визуальное моделирование плоских механизмов // Science without borders -2015.
2. Sh.A.Nazirov, R.V.Qobulov, Ob'yektga mo'ljallangan dasturlash, O'quv qo'llanma, Toshkent: G'.G'ulom, 2008.

*Ҳалимова Г.С. катта ўқитувчи,
Бердиева Д. , талаба,
Бухоро давлат университети*

**ЛАНДШАФТЛАРНИНГ МАҲАЛЛИЙ СУВ ИМКОНИЯТЛАРИДАН
РЕКРЕАЦИЯДА ФОЙДАЛАНИШНИНГ ГЕОГРАФИК ЖИҲАТЛАРИ
(ҚУЛЖУҚТОВ ТИЗМАСИ МИСОЛИДА)**

Чўл ландшафтлари бошқа зонал ландшафт типларига қараганда ўзига хос **рекреацион имкониятларга** эга. Чўл зонасида жойлашган Қулжуктов тизмасига ўхшаш паст тоғларчи? Текисликларда яшайдиган аҳоли учун бу паст тоғлар бетакрор, мафтункор макондир.

Рекреация атамаси лотинча recreation – тиклаш, яъни меҳнат қилиш давомида сарфланган жисмоний, рухий кучларни тиклаш, мустаҳкамлаш маъносига эга. Рекреация тарихий категория, инсоннинг турмуш шароити, дунёқараши рекреацияга нисбатан ўзгариб, такомиллашиб боради. Иқтисодий фаровонлик ва у билан боғлиқ бўлган маънавий етуклик рекреацияга бўлган эҳтиёжни белгилаб туради. Ижтимоий ҳаёт даражаси юксалиб борган сари дам олишга, бўш вақтни мазмунли ўтказишга бўлган иштиёқ ортиб боради.

Бухоро, Навоий – Конимех воҳалари аҳолиси учун Қулжуктов тизмасининг жануби-шарқий этагида жойлашган Ҳазор Нур қабристонини энг улуғ зиёратгоҳлардан бири ҳисобланади. Ушбу қабристон бир вақтлар Зарафшон дарёсининг ўнг тармоғи бўлган Эчкиликсой – Дарёсойнинг эрозион фаолияти туфайли Қулжуктов тизмасидан ажралиб қолган Ҳазор Нур тоғ-тепалиги устида жойлашган. Тектоник-эрозион негизга эга бўлган ушбу тоғ-тепаликнинг мутлақ баландлиги 254 метрга тенг бўлиб, уни шарқ, жануб ва ғарб томондан ўраб турган шўрхок, қумли пастқамликлардан 90-100 метрга кўтарилиб туради. Тепаликнинг шимолий “пешона” қисми энг баланд, эрозион очилма қатламлар бу ерда баланд қоя ҳосил қилган. Тепаликнинг юзаси жануб томонга аста-секин пасаяди. Унинг 1,5-2,0 метрли юза қисми метаморфозлашган палахсаланган қумтош ва гилтош билан қопланган бўлиб, остида эса сарғиш охрасимон гилли қатлам ётади. Ушбу зиёратгоҳ, аниқроғи Ҳазор Нур ота ҳақида турли хил ривоятлар мавжуд. Тарихий манбаларда зиёратгоҳнинг VIII-IX асрларга мансуб эканлиги қайд қилинган [1]. Мазкур оролсимон тоғ-тепалик марказида Ҳазор Нур отанинг мақбараси жойлашган. Қайд қилиш жоизки қабрлар устида ўрнатилган соғона, белгилар ушбу қабрларнинг қозоқ миллатига тегишли эканлигидан дарак беради.

Зиёратгоҳга шимол томондан айланма йўл орқали чиқилади. Ниҳоят, энг баланд юзага чиқадиган зинапоя олдида зиёратчилар учун қалин деворли бинолар – масжид, дам олиш уйлари, ошхона ва керакли инфратузилмалар барпо қилинган. Зиёратгоҳда ичимли сув манбалари йўқ.

Зиёратга келувчилар яхши эзгу ниятлар билан, яшаш ва овқатланиш учун зарур бўлган шарт-шароитларга тайёргарлик кўриб келадилар. Зиёратгоҳда албатта қурбонлик қилинади, масжид муфтиси томонидан тиловатлар қилинади, бир неча соат дам олиб ёки тунаб қолиб, сўнгра 100-130 км узоқликдаги уйларига қайтадилар. Лекин зиёратга борадиган йўлнинг асосий қисми қаттиқ қопламли бўлсада, сифат даражасида эмас, таъмирга муҳтож. Иккинчидан, йўлнинг охири - Тўртқудуқ-Ҳазор Нур қисми дала йўллари бўлиб, зиёратчилар учун қийинчилик туғдиради. “Йўл азоби, гўр азоби”, деган ибора худди шу йўлларга тегишлидир. Мазкур жойларда “кўп тармоқли” йўлларни кўриш мумкин [2].

Қулжуктов тизмасининг бевосита рекреацион ресурсларга тегишли имкониятлари кўп қиррали ва чўл зонасидаги паст тоғларга хосдир. Ҳозирги даврда воҳалардан (маданий зоналардан) аксарият баҳор ойларида кириб келадиган дам олувчилар учун тизма табиатининг қуйидаги хусусиятлари эътиборга лойиқ.

1. Тизма худудининг кенг ва сокинлиги, бошқача қилиб айтганда акустик хузур-ҳаловатли эканлиги. Шовқин-сурондан холи бўлган худуд эканлиги.

2. Шифобахш минерал сув манбаларининг мавжудлиги. Юқорида қайд қилинганидек “Қизилқум чўл станцияси” олдидаги артезиан қудуғининг суви шифобахш ва чучук таркибга эга. Таркибида кумуш ва кремний элементлари етакчилик қиладиган ушбу сув асосида 2006 йилда “Аквариус” кичик корхонаси ишга туширилган эди. Кейинги икки йил давомида ушбу корхона иши тўхтатилган. Шунга қарамасдан қудуқ сувидан йўловчи, дам олувчиларнинг қисман бахраманд бўлиш имкониятлари мавжуд. Бундан ташқари мазкур станция худудидаги артезиан қудуқ сувидан фойдаланиш имконияти ҳам мавжуд [3].

3. Қулжуктов тизмасининг жанубий ёнбағрида 1959 йилда Қизилқум чўл станциясини ташкил қилинганлиги ҳам, тизманинг рекреацион имкониятни юксалтириб турувчи омиллардан бири бўлди. Станция доирасида ва атрофида қисқа муддатга келган эркин дам олувчилар учун зарур бўлган инфратузилма шароитлари мавжуд (электр энергияси, ошхона, минерал сув кабилар). Қулжуктов тизмаси доирасида ҳозирги даврда эркин дам олувчилар асосан икки ерни хуш кўрадилар. Биринчиси ва энг асосийси юқорида таърифланган Қизилқум чўл станцияси бўлса, иккинчиси Бошгужумди қудуғи манзилгоҳидир. Ушбу ерга Болтабой қудуғи олдидаги асфальт йўлдан борилади (25 км). Дам олувчиларни ушбу жойнинг икки жиҳати қизиқтиради. Биринчиси, чучук, салқин сувли қудуқнинг бўлиши, иккинчиси Қулжуктов тизмасининг иккинчи ўринда турадиган баланд тоғ тугуни Бошгужумди тоғини (773 м) жойлашганлиги.

Мамлакатимизда, жумладан Бухоро-Навоий вилоятларида рўй бераётган иқтисодий-ижтимоий юксалиш, келгусида Қулжуктов тизмасига ташриф буюрадиган эркин дам олувчилар сонини кўпайишига олиб келади. Шу боисдан тизманинг рекреацион имкониятларидан самарали фойдаланиш мақсадида қуйидаги илмий-амалий тадбирларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ.

1. Биринчи навбатда маданий зонадан (воҳалардан) Қулжуктов тизмасига борадиган транспорт шароитини, яъни қаттиқ қопламли йўлларни талаб даражасида ташкил қилиш лозим. Ҳозирги кунда эса бундан 23 йил аввал ўтказилган қаттиқ қопламли йўллар бутунлай издан чиқиб кетган. Айниқса Шофиркон – Нурлибой қудуғи (44 км), Болтабой қудуғи – Чуруқ қишлоғи (28 км), Чуруқ – Тошбулоқ гранит кони (22 км), Болтабой – Ҳазор Нур зиёратгоҳи (42 км) йўналишидаги асфальт ва дала йўллари таъмирга муҳтож.

2. Воҳалардан (маданий зонадан) Қулжуктов тизмасига келадиган дам олувчилар учун энг қулай муддат 1 апрель – 15 май кунлари ҳисобланади. Бу даврда об-ҳаво илиқ, нам, ўсимликлар дунёси яшнаб, униб-ўсади, қўй-қўзиларнинг кўпайиши, чўл ва ундаги тоғлар тароватли, жозибador масканга айланади.

3. Дам олувчилар учун энг қулай жой сифатида 3 та қудуқ этаги тавсия этилади. Булар Ботаника боғи (Оёкгужумди), Тошбулоқ ва ниҳоят Бошгужумди қудуқлари районида. Юқорида қайд этилганидек мазкур

масканлар юқори сифатли минерал сув ҳамда жозибадор рельефли паст тоғ сой водийларга эга.

4. Ҳазорнур қабристониغا келадиган зиёратчилар учун сув муаммосини ижобий ҳал қилиш мақсадга мувофиқ. Зиёратгоҳни артезиан қудук суви билан таъминлаш имкониятларини ишга солиш лозим.

АДАБИЁТЛАР:

1. Ўзбекистон миллий энциклопедияси. “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” Давлат илмий нашриёти. Тошкент, 2006. – Б. 707

2. Назаров И.К., Ҳалимова Г.С. Қулжуктов (Қизилқум) тизмаси ландшафтларини таснифлаш. Ўзбекистон география жамияти ахбороти. 38-жилд. Табиий ва иқтисодий географик мажмуалар. Тошкент, 2011, 12-15 бетлар.

3. Сув Ўзбекистон келажаги учун энг муҳим омил. Тошкент, 2007

*Hayrullayeva N.N., teacher,
Bukhara State University*

INNOVATIONS IN THE ORGANIZATION OF CHILDREN'S TOURISM

The direction of children and youth tourism itself as a child - it is no more than two centuries. Originally, the idea to organize children and teenagers vacation belonged to Pastor Biona from Switzerland.

In our country, children's tourism originated in the form of excursions, which were supposed to consolidate knowledge, with not too much enthusiasm received by schoolchildren. In 2008, in Uzbekistan, for the joy of children, the summer work of schoolchildren was abolished, which did not give anyone pleasure. Instead, the kids were able to enjoy the warm season and go on trips and on health trips. The very first health camps for Uzbek children were established near Djizzax, and then in the capital. Later in the country, there were pioneer detachments, which existed until the XX's of the last century.

Picture №1. The appearance of children's tourism



Source: www.google.com/search?q=appearance+of+child+tourism&tbm=isch&tbo=u&source

As for the present, now the tourism market has more diverse forms of tourism for children. Traditional forms of domestic tourism include:

- excursions for schoolchildren;
- local history;

- sports tourism (including sports and tourist competitions);
- amateur school exchanges;
- cognitive and recreational children's tours on a commercial basis;
- health improvement and recreation in children's camps.

For the systematic development of children's tourism already established, traditional forms require the development and implementation of innovative methods of work in this area. Introduction of innovations is an important moment in the development of children's tourism.

In order to create a new form of children's excursions, a draft animation program for children's fitness excursion "Sporting generation" was developed. The project is aimed at improving the general condition of the body, normalizing the emotional state, forming a positive lifestyle and fostering tolerance for the city's ecological attractions.

The idea of creating a project dedicated specifically to the water element, arose from the celebration of the "River of Life", held at the initiative of the Administration of the city of Bukhara. The holiday is held as part of the maintenance of the "Nature Day" initiative. Ecological holiday "Nature Day" is a partnership project aimed at protecting the environment, preserving the flora and fauna of the great Kyzyl-Kum desert.

The program is designed for the age category of 8-10 years. The main tasks of the fitness excursion are:

- create a new, interesting form of excursions for children;
- to consolidate in the minds of children the historical traditions of the Russian people associated with the water element;
- talk about the water area of the city of Amu-Bukhara;
- to promote a healthy lifestyle through children's fitness;
- attach to culture a careful attitude to nature;
- pay attention to the harmonization of man with nature.

This project includes a variety of tourism destinations. Namely: fitness (light physical exercise), excursion about the water (the history of the relationship of our ancestors to the water, the story of the sources, the magnitude, the route of the river, the story that the water has its own distinctive sign, the story of the holidays associated with water, traditions and customs); a story about the technique of correct breathing during exercise; the creative activity of excursionists in a playful form (to invent, to imagine, to depict the emblem of water in the form of a drawing).

Thus, the proposed project will allow to instill interest in active sports, acquaint with the ecological sight of the city of Abakan and teach them how to live and work in harmony with nature.

Reference:

1. Изотова М.А., Матюхина Ю.А. Инновации в социокультурном сервисе и туризме. - М.: Научная книга, 2012. - 136 с.
2. Комаров Л.К. Туризм и дети. - Новосибирск, 2011. - 48 с.
3. Малахова Н.Н., Ушаков Д.С. Инновации в туризме и сервисе / Н.Н. Малахова, Д.С. Ушаков. - М.: ИКЦ «МарТ», 2008. - 224 с.
4. www.tourlib.net/tourisminnovation

*Абдуллаев А.Ж., катта ўқитувчи,
Хусенов Мурод, ўқитувчи,
Жунайдуллоев М.А., талаба,
Бухоро давлат университети*

ТУРИЗМДА АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИДА ИННОВАЦИОН ФОЙДАЛАНИШ

Туризм ахборот технологияларини куллашда фаол иштирок этиб келаётган соҳалардан бири ҳисобланади. Ахборот технологияларининг устунлиги уларнинг ахборотларни туплаш, таҳлил қилиш ва узатишда яратиб берадиган катта имкониятлари билан белгиланади. Бу технологиялар маълумотларни истаган жойга, у қандай масофада жойлашганлигидан қатъий назар, тезлик билан ва минимал харажатлар эвазига етказиб бериш имконини беради. Ахборот технологияларининг бу имкониятларини инсоннинг интеллектуал қобилияти руёбга чиқаради ва ундан фойдаланишни таъминлайди. Ёки бошқача қилиб айтганда, ахборот технологиялари инсон интеллектуал қобилияти имкониятларини тулдиради, уни янада қучайтиради.

Ахборот технологияларининг туризмни ривожлантиришдаги роли бекиёс. Чунки туризмда ахборотлар тез ва узок масофаларга узатилиши лозим бўлади. Интернет-технологиялар туризмни инновацион асосда ривожлантириш учун кенг имкониятлар яратиб берди, Айнан интернет-технологиялар туфайли туристик хизматларни истеъмолчиларга мультимедияли реклама қилиш буйича ахборотларни йиғиш ва тақдим этиш электрон тизимларини куллаш имкониятлари пайдо бўлди.

Туризмда замонавий ахборот технологияларини куллаш асосида хизматлар ишлаб чиқариш жараёнларини модернизациялаш ҳали бошлангич босқичларини бошидан кечирмоқда. Лекин келажакда туризмда ахборот технологияларининг улкан истиқболлари тугрисида ҳеч қандай шубҳа йук. Бизнинг назаримизда, интернет-технологиялари тизими соҳасида инновацион жараёнларни ривожлантиришнинг энг асосий йуналишларидан бирига айланади. Информацион технологияларининг, телекоммуникация ҳамда электрон савдонинг туризмда кенг тарқалганлигига қарамадан, Ўзбекистонда фақат 2000 йиллардан бошлаб туристик корхоналар ва ташкилотлар ундан анча фаол фойдалана бошладилар.

Интернет туристик ташкилот ва корхоналарга унча катта бўлмаган сарф-харажатлар билан таклиф қилинадиган турмахсулотлар ва уларни сотишни ташкил этиш буйича муайян ахборотларни қуп сонли истеъмолчиларга етказиб бериш муаммосини ечиш воситаси ҳисобланади.

Бундан тапшари, у мижозлардан буюртмаларни тез ва самарали қабул қилиш ва зарурат бўлганда буюртмаларни олдиндан жойлаштириш, бозорда истеъмолчилар билан бўладиган алоқаларни осонлаштириш, хизматга оид маълумотларни чоп этиш ва тарқатишни арзонлаштиришда хдм муҳим рол уйнайди.

Истеъмолчиларга туристик хизматларни таклиф этувчи субъектлар, жумладан меҳмонлар анъанавий усулда мижозлар билан туроператорлар,

турагентлар, меҳмонхона тармоклари, олдиндан банд килишнинг (бронламок) компьютерлашган тармоқларидан фойдаланиб келганлар. Ушбу соҳада инновацияларни куллаш имкониятлари катта. Бу йуналишда виртуал воситалардан, яъни туристик фирма, меҳмонхона сайтларини кенг жорий килиш лозим булади. Бу саёхатчилар учун уртадаги воситачиларсиз (туроператор, турагент) туристик хизматлар ҳақида хилма-хил ахборотларни олиш, уларни танлаш ва эҳтиёж пайдо бўлганда хизматларга буюртмалар бериш имконини яратиб беради.

Кейинги йилларда жаҳон амалиётида туристик хизматлар савдосида интернетнинг роли тобора ошиб бормоқда. Бу соҳада айниқса АКД1 анча илгарилаб кетди. Тадқиқотларга қараганда ушбу мамлакатда туристларнинг 60 фоизи интернет орқали узларига маъқул хизмат турларини интернет орқали ахтариб топадилар. Туристик хизматларга талаб иккита омилдан жуда қўл келадиган бўлиб қолди: биринчидан, хизматнинг нархи ва, иккинчидан, хизматга оид ахборотларни топишдаги қўлайлик. Бу нуқтаи назардан унинг бошқа барча манба ва воситаларга нисбатан катта афзалликлари бор ва шу сабабли имконият тугдириб берилса, истеъмолчилар ундан самарали фойдаланишга ҳаракат қиладилар.

Статистик маълумотларга қараганда, АКШда онлайн технологияларни куллаш асосида туристик хизматларни сотиш ҳажми тез ошиб бормоқда ва бугунги кунда у 54 млрд-АКД1 доллорини ташкил этади, унинг жами туристик хизматлардаги улуши эса 23 фоизга етди. Энг қўл келадиган авиабилетларни онлайн технологиялари воситасида сотиш ҳисобига тугри келган бўлса (23,3 млрд. АКД1 долл), иккинчи урини меҳмонхоналарда уринларни онлайн технологияларда банд этиш (11,6 млрд. АКД1 долл.) эгаллади. Ривожланган мамлакатларда тармоқли хизматлар ҳажми йирик виртуал турагентликларда ҳам, туроператорлар сайтларида ҳам йил сайин ушиб бормоқда ва ушбу тенденция муқаррар тарзда ҳали узок вақт сакланиб қолади. Тадқиқотчиларнинг фикрига қараганда, янги онлайн технологияларни ишлаб чиқиш ва жорий этиш интернет орқали меҳмонхоналардаги уринларни ҳамда авиачипталарни олдиндан банд этиш (бронирование) сонининг қўлайлигига олиб келади ва 2015 йилга келиб туроператорларнинг веб-сайтлари орқали уларни сотиш ҳажмининг жами сотишлардаги улуши 70 фоизга яқинлашиб қолиши эҳтимолдан йироқ эмас (2012 йилда 62 фоиз). Европа туристик хизматлар бозорида ҳам онлайн технологиялар тез суръатлар билан ривожланиб бормоқда ва шунга мос равишда уларнинг туристик хизматлар савдосидаги улуши қўлаймоқда. 2002 йилда Европа бозорида онлайн тартибда сотилган туристик хизматлар ҳажми 7,6 млн еврога ёқин умумий сотиш ҳажмининг 3,6 фоизини ташкил этган бўлса, 2006 йилда унинг улуши қўлайиб уч мартага қўлайди ва 10 фоизга етди¹⁶. Бу курсаткич буйича бугунги кунда Буюк Британия биринчи уринда (улуши 38%), иккинчи уринда Германия (22%), учинчи уринда Франция

¹⁶ Чередникова Л.Е. Иновации в социально культурном сервисе и туризме: стратегия и тактика. Л.Е. Чередникова, А.А. Бовин, Б.И. Штейнголд - М., 2007, 60 б.

(12%), Финляндия, Исландия ва Скандинавия мамлакатлари 11% ни ташкил этади.

Европанинг колган давлатларида ушбу курсаткич 8-9 фоизни ташкил этади¹⁷. Ўзбекистонда туристик бизнесда интернет технологияларнинг салмоғи ҳали анча паст. Туристтик бизнес Ўзбекистонда сайтлар сони буйича ҳали охирги уринлардан бирини эгаллаб турибди. Бу соҳада пешкадамлик қилаётган еохалар “таълим”, “автомобил”, “курулиш”, “товарлар”, “тиббий хизматлар” ҳисобланади. Ҳозирги кунда купгина туристик корхоналар инновациялардан унумли фойдаланмайдилар ва одатда интернетни туристик хизматлар курсатиш буйича уз имкониятларини реклама қилишда катта эълонлар тахтаси сифатида фойдаланадилар. Бундай ёндашув табиғи, мамлакатда туризм соҳасида инновацион жараёнларни ривожлантиришда салбий таъсир курсатади.

Туристтик фирмалар, меҳмонхоналар амалиётининг таҳдили шуни курсатдики, истеъмолчилар бугунги кунда қуйидаги сабабларга қура интернет технологиялар воситасида харид қилишга нисбатан пассив муносабатда бўлишларининг бир қанча сабаблари бор:

- истеъмолчилар туристик фирма, меҳмонхоналарнинг анъанавий хизмат курсатиш усулларига нисбатан инновация усуллариининг афзалликлари ҳақида аниқ ва тула маълумотларга эга эмасликлари;

- туристик хизматлар ҳақидаги интернетдаги маълумотларни тула ва аниқлигига шубҳа билан қарашининг мавжудлиги;

- истеъмолчиларнинг виртуал агентликларга унчалик ишонмаслиги;

- истеъмолчиларнинг ишончли туристик сайтларни билмасликлари ҳамда улардан фойдаланиш буйича билимларнинг етишмаслиги.

Мамлакатда келажакда туристик хизматлар, жумладан меҳмонхона хизматларида инновацион жараёнларни жадаллаштириш мақсадида юқорида курсатилган камчиликларни бартараф этиш, истеъмолчиларда онлайн технологияларга ишончини ҳамда фойдаланиш саводхонлигини ва тажрибасини ошириш буйича кенг қуламда ташкилий ишларни олиб бориш лозим. Шу билан бир қаторда, онлайн технологияларини кенг жорий этиш ва ундан унумли фойдаланишнинг ҳуқуқий асосларини яратиш ва такомиллаштириш, шунингдек, истеъмолчиларда туристик хизматларни тулашда кредит қарталардан фойдаланиш учун шароит яратиш масалаларини ҳам ҳал этиш лозим. Ана шу йуналишлар асосида туризм ва меҳмонхона хизматлари соҳасида онлайн технологияларини кенг қуллаш мамлакатда ушбу соҳада олиб борилаётган ҳужалик субъектларининг миқозларини сафларини кенгайтириш, янги миқозларни жалб этиш, хизмат курсатиш ҳудудларини кенгайтириш ҳамда миқозлар билан ишлашда вақт ва маблағларни тежаш имконини беради. Бунда нафақат туристик ҳужалик субъектлари, балки истеъмолчиларнинг вақтлари ҳам тежаллади ва туристик хизматларга бўлган талабнинг ҳажмига катта ижобий таъсир курсатади, деб уйлаймиз. Ўзбекистонда туризм ҳамда унинг асосий бугини бўлган меҳмонхона хизматларида илғор интернет технологиялар аста-секин чоп нашрларни сиқиб

¹⁷ Уша ерда, 616

чиқармоқда, интернетдаги рекламалар ҳамда ахборотлар ёки бошқа инновацион усуллар анъанавий усулларни алмаштириб, уларнинг урнига мустахкам урнашиб бормоқда. Интернетда зарур булган ахборотларни излаб топишдаги қулайликлар тармоққа тез уланиш имконини берувчи янги ихчам симсиз узатиш жихоз ва мосламаларнинг яратилиши, туристик саёхатларга дахлдор ахборот хажмининг кенгайиши ва сифатининг яхшиланиб бораётганлиги туристик бизнес ва электрон тижоратнинг катта истикболлари хақида тасаввур ҳосил қилишга асос бўлади. Туризм соҳасида интернет хизматларидан фойдаланувчилар сони катта тезлик билан қупайиб боради. Чунки янги телекоммуникацион тизимлар истеъмолчиларга мустақил равишда ҳамда қулай шароитларда уз саёхат дастурини режалаштиради, саёхат йуналишини белгилайди, шунга мос равишда чипталарни буюради, меҳмонхонани танлайди, олдиндан жойни

банд қилади ва хоказо. Бундай инновацион жараёнлар мамлакатда ҳукумат томонидан олиб борилаётган сиёсатнинг мазмунига хдм тула мос келади. Бу хусусда мамлакатимиз Президенти И.А. Каримов шундай фикр билдирган: “Биз узимизга шуни яхши тасаввур этишимиз керакки, иктисодиётнинг барча соҳаларига, кундалик ҳаётимизга замонавий ахборот-коммуникация тизимларини кенг жорий этиш буйича туб ва ижобий маънодаги портлаш эффектини берадиган узгаришларни амалга оширмасдан туриб, истикболдаги мақсадларимизга эришиш кийин бўлади”¹⁸.

Туризмни ривожлантириш муаммосини ҳал этишда инновацион технологияларни қуллашнинг муҳим йуналишлардан бири – географик ахборотлар тизими (ГИС-географик информацион системалар) ҳисобланади.

*Djafarova N.A.
Turizm fakulteti o'qituvchisi
Buxoro davlat universiteti*

STATISTIK MA'LUMOTLARNI YIG'ISHNING VIZALARGA ASOSLANGAN TIZIMINI SHAKLLANTIRISH YO'LLARI

Vizalar xalqaro sayohatchilar safarining ajralmas bo'lagi bo'lib, mamlakatga turistik oqimning ko'pligi yoki kamligi ham aynan vizalar olish tizimi bilan chambarchas bog'liq sanaladi. Shu sababdan ham, hozirgi kunda turistik oqimning hajmini oshirish, hamda potensial turistlarni jalb qilish maqsadida “vizasiz” tartib qo'llamoqdalar.

Turistik oqimni jalb qilish maqsadida mamlakat administrativ bo'limi tomonidan interaktiv usullardan tortib qonuniy-normativ hujjatlar qabul qilish kabi turli xildagi chora tadbirlar amalga oshirilib, ular yordamida tashrif buyuruvchilar sonini yanada ko'paytirishga erishmoqdalar.

Bizning mamlakatimizda ham 2016-yilning dekabr oyida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal

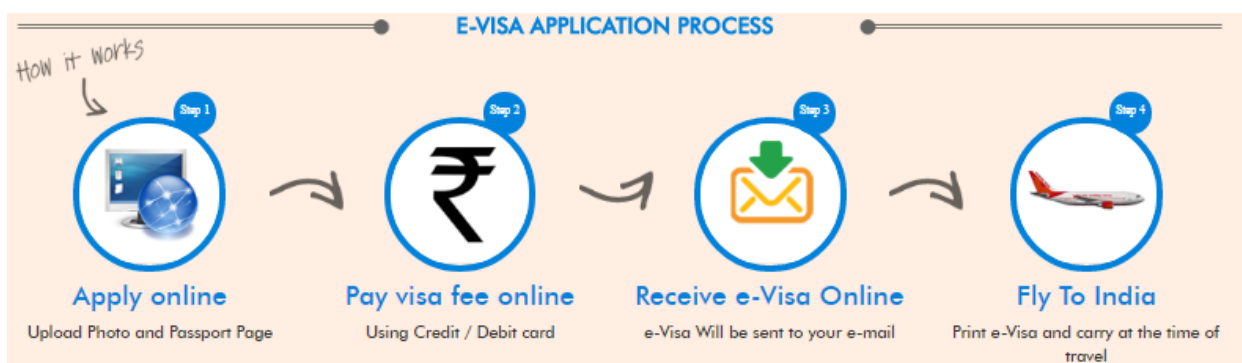
¹⁸ Каримов И.А. Бош мақсадимиз-кенг қуламли ислохотлар ва модернизация йулини катъият билан давом эттириш. Ўзбекистон Республикаси биринчи Президенти Ислам Каримовнинг 2012 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ҳамда 2013 йилга мулжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йуналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. Халқ сузи, 2013йил, 19 январ, 3 -бет

rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida" gi farmoni 1 – bandida “viza va ro‘yxatdan o‘tkazish tartib-taomillarini, pasport va bojxona nazoratini soddalashtirish” hamda 6-bandida “barcha mamlakatlar uchun 30 kun muddatga beriladigan yagona turizm vizalarini joriy etish; xalqaro aeroportlarda va O‘zbekiston Respublikasining Davlat chegarasi orqali o‘tkazish punktlarida vizalarni olish, shu jumladan tranzit vizalarni olish tartibini sezilarli ravishda **soddalashtirish**” va “2021 yilning 1 yanvariga qadar muddatda: vizalarni rasmiylashtirish va berish jarayonida zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanishni kengaytirish, shu jumladan, Tashqi ishlar vazirligining konsullik boshqarmasiga va O‘zbekiston Respublikasining chet eldagi diplomatik vakolatxonalariga tashrif buyurmasdan viza olishga hujjatlarni topshirish va so‘rovnomalarni to‘ldirishda **onlayn** tizimdan foydalanish,...” kabilar belgilangan. [1]

Elektron viza – bu eski usul o‘rniga kelgan o‘ziga xos nou-xaudir. Elektron vizalarni faqatgina onlayn olish mumkin. Ya’ni barcha anketa va hujjatlar tarmoq orqali taqdim etiladi. Bunda konsul bilan hech qanday suhbat amalga oshirilmaydi. Ular, odatda, turizm, qisqa muddatli o‘qish yoki professional safarlar uchun qo‘llaniladi.

Birinchi bo‘lib elektron vizalar Avstraliyada qo‘llanilgan. Asta sekin, ushbu tizim boshqa mamlakatlarda ham tadbiq etila boshladi.

Hozirgi kunda ko‘pgina mamlakatlar, shu qatori O‘zbekiston ham elektron vizalar tizimiga o‘tmoqda. Bu rasmiylashtirish jarayonini ham elchixona, ham ariza beruvchi uchun osonlashtiradi. Ariza beruvchi faqatgina konsullik bo‘limi elektron pochta-siga safarga tegishli bo‘lgan axborotlarni yuborishi, internet orqali viza to‘lovlarini amalga oshirishi va javobni kutishi yetarlidir. Elektron vizalar qog‘ozlidan farqli ravishda, ancha tezroq beriladi. Bu vizalar bo‘yicha qaror qabul qiluvchilarga axbrotning tez yetkazilishi evaziga amalga oshadi (1-rasm).



1 – rasm. Onlayn vizaga ega bo‘lish jarayoni

Manba: Hindiston elektron vizalar taqdim etish veb portali. Elektron resurs <https://indianvisaonline.gov.in/visa/tvoa.html>

Vizaga ariza yoki viza berish muassasasi saytiga ariza beruvchining o‘zi tomonidan beriladi (bu tizim Avstraliyada qo‘llaniladi), yoki akkreditlangan agent orqali (masalan, Singapur mamlakati) taqdim etilmoqda. Odatda, mamlakatga qilinadigan tashrifdan 72 soat oldin ariza topshirilishi lozim va passport yaroqlilik muddati kamida 6 oy davomida tugallanmasligi shart.

Ko‘pincha, onlayn vizalar minimal muddatlarga, ayrim mamlakatlarda maksimal 30 kundan, boshqalarida esa ko‘pi bilan 90 kungacha taqdim etiladi. Agar mamlakatga onlayn viza olish imkoniyati mavjud bo‘lsa, bu shu davlatga barcha turdagi vizalarni onlayn olib bilish imkoniyatini beradi degani emas. Ayrim hududlarda onlayn vizalarning turlari chegaralangan.

Mamlakatda elektron vizalar tizimi qabul qilinishi, bu u yerga viza olish osonlashadi degan ma‘noni anglatmaydi. Masalan, Avstraliya ushbu tizimga o‘tgan bo‘lishiga qaramay elchixonaga taqdim etilishi kerak bo‘lgan hujjatlar haligacha juda ko‘p. Farqi, tayyorlangan hujjatlar elchixonaga elektron pochta yuborilishidir.

Onlayn jarayonlarning o‘ziga xos kamchiliklari ham mavjud. Ko‘pgina mamlakatlarda elektron vizalar pullik, ular mamlakatning belgilangan aeroportlari tomonidagina qabul qilinadi, shuning uchun ham ma‘lumotlarni oldindan aniqlash zarur.

Elektron vizaning ustunlik jihatlari:

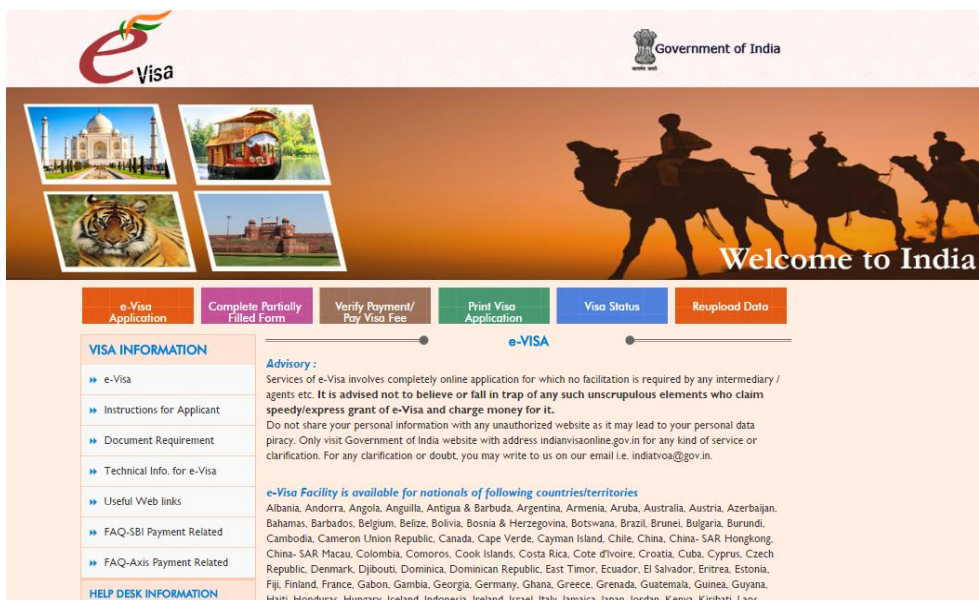
- pasportga yopishtiriladigan viza va orqasidagi muhr o‘rniga faqatgina kichik kirish va chiqish muhrlari bosiladi, bu esa pasport betlarini tejalishiga olib keladi;
- 72 soat ichida ariza yuboruvchining pochta qabul qilinganlik yoki qilinmagan to‘g‘risidagi javob keladi. Demak, safarga bilet olish yoki olmaslikni 3 kun oldin bilish mumkin;
- viza taqdim etuvchi shaxslar bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri ko‘rishish yoki suhbatdan o‘tish kerak emas.

Ushbu jihatlari bilan bir qatorda elektron vizaning kamchiliklari ham mavjud.

Ularga quyidagilarni misol keltirish mumkin:

- chegarada aloqa bilan muammo tug‘ilishi. Shuning uchun har doim viza tasdiqining qog‘oz variantidan bir nusxa olib yurish kerak;
- ayrim mamlakatlarda biznes-viza Internet orqali berilmaydi;
- elektron vizaning qog‘oz variantini chiqarib olish zarur, elektron qurilmalar orqali ko‘rsatish ta‘qiqlangan;
- bir xil davlatlarda elektron vizalar faqat havo yo‘llari orqali tashrif buyuruvchilarga taqdim etiladi, agar sayohatchi suv yoki yer orqali safarni amalga oshirsa, ular vizani belgilangan usulda olishlari kerak;
- elektron vizaliklar uchun chegaradan o‘tishda hech qanday alohida yo‘laklar yoki navbatlar mavjud emas.

Hozirgi kunda ko‘plab tashrif buyuruvchilarni o‘ziga jalb qilayotgan mashhur turistik jozibador joylardan biri bo‘lmish Hindistonda ham ushbu tizim keng foydalanishga joriy etilgan. Unda “E-Tourist Visa” deb nomlangan tizim hukumat portal bo‘lmish <https://indianvisaonline.gov.in/visa/tvoa.html> sayti orqali onlayn vizaga ariza berish mumkin (3.2- rasm). 60 \$ miqdoridagi to‘lov amalga oshirilgandan so‘ng, 4 kun ichida ariza topshiruvchining elektron pochta qutisiga 30 kunlik elektron viza yuboriladi. To‘lovlar onlayn tarzda amalga oshiriladi.



3.2- rasm. Hindiston elektron viza taqdim etuvchi portal

Manba: <https://indianvisaonline.gov.in/visa/tvoa.html>

Bu xizmatidan bir yilda 2 marta foydalansa bo‘ladi va faqat belgilangan aeroportlardagina qo‘llanilsa bo‘ladi. Ular: Dehli, Mumbay, Kalkutta, Chennai, Tiruvanantapurami, Bangalor, G‘aydarobod, Goa va Kochchi shaharlaridagi mahalliy aeroportlar. 150 dan ortiq mamlakatlarga o‘z eshigini ochgan bu mamlakatga maksimal 30 kunlik onlayn viza taqdim etiladi. Quyidagi shartlarga javob beruvchilarga mazkur tizimdan foydalanishlari mumkin:

1. Hindistonga dam olish, ekskursiya, qarindosh va do‘stlari bilan ko‘rishish, qisqa muddatli tibbiy davolanish yoki ish bo‘yicha safar kabi maqsadlarda tashrif buyurmoqchi bo‘lgan xalqaro sayohatchilar;
2. Pasport yaroqlilik muddati hindistonga kelishdan boshlab 6 oy muddat davomida tugamasligi;
3. Xalqaro sayohatchilar qaytish chiptalariga yoki sayohatni davom ettirish uchun boshqa chiptaga va sayohat uchun o‘zlari bilan yetarlicha mablag‘ olib kelishlari lozim, summasi belgilab qo‘yilmagan;
4. Diplomatik/rasmiy pasportlarga ruxsat berilmagan;
5. Har bir kishi o‘zining shaxsiy pasportiga ega bo‘lishi shart, ota-ona yoki turmush o‘rtog‘i hujjatlari bilan olishga ruxsat etilmagan;
6. “*International travel document*” sohiblariga yaroqli emas.

O‘rganilgan nazariy axborotlar va xorijiy davlatlarning amaliy faoliyati tahlilidan olingan xulosalar natijasida mamlakatimizda elektron vizalarni tadbiiq etilishida beriladigan asosiy takliflar quyidagilardan o‘rin olgan. Avvalo, vizalarga ariza qabul qilinishining yagona darchasini yaratish. Yagona darcha yordamida barcha axborotni bir joyga jamlash va ma’lumotlar uyg‘unligiga ega bo‘lish mumkin.

“Yagona oyna” ning joriy etilishi ham hukumatga ham foydalanuvchilar uchun samarali usul hisoblanadi. Ushbu mexanizm joriy etilishida xalqaro tashkilotlar tomonidan ishlab chiqilgan va amaliyotga tadbiiq etilgan tavsifnomalar, standartlar va boshqa vositalarni qo‘llash tavsiya etiladi. Mavjud standart va vositalar yordamida

faoliyatlar birligiga erishish, o'xshash tizimlar orasida o'zaro ma'lumotlar almashish kabi imkoniyatlar vujudga keladi.

Ikkinchidan, elektron vizalar taqdim etiladigan sayt orqali mamlakatimiz tashrif buyuruvchilari sonini hisoblashda qo'llanilishi maqsadga muvofiq deb o'ylaymiz. Bunday usul turizm statistikasiga uzluksiz axborot oqimini ta'minlaydi.

Oldingi rejada aytib o'tilganidek, onlayn vizalarga arizalar qisqa muddat davomida safar uyushtiruvchilarga taqdim etiladi. Bunda tranzit yo'lovchilar, qisqa muddat davomida tibbiy davonalish, ish safarlari, qisqa vaqt oralig'ida ta'lim olishga borish kabilar bo'lib, BTT tomonidan ishlab chiqilgan tavsiyanoma bo'limlarida ushbu sayohatchilarning barchasi tashrif buyuruvchilar kategoriyasiga kiritilgan. Demak, turizm statistikasida onlayn viza bilan safar qiluvchilarning hammasi turist va ekskursantlarni o'zida birlashtiruvchi tashrif buyuruvchilar deb hisobga olinib, ularning hisobini olib borish uchun ishonchli manba bo'lib xizmat qiladi.

Hisoblagich ayni saytda o'rnatilishi uni yaratuvchilar uchun qulay imkoniyatlar yaratadi deb hisoblaymiz. Bunda elektron viza olishga anketani to'ldirganlarning hisobi hamda ularda qanchasida ijobiy javob berilganligi miqdorini olib borilishi tavsiya etiladi. Ariza topshiruvchilarning hajmi to'g'risidagi ma'lumot mamlakatga tashrif buyurmoqchi bo'lgan potensial turistlarning hajmini baholashdagi manbalardan biri bo'lib xizmat qiladi.

Turizm statistikasini ishonchli va kamchiliklardan xoli axborot bilan ta'minlay olish har bir mamlakatning turizm sohasini rivojlantirish yo'lida turgan asosiy vazifalaridan biridir. Mamlakatimizda 2018-yilda joriy etilishi rejalashtirilgan onlayn viza tizimining asosiy maqsadi bilan bir qatorda, turizm statistikasini mukammallashtirishda yaratiladigan saytidan foydalanish maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz.

ADABIYOTLAR:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida" 2016-yilning 2-dekabrda farmoni, PF-4861-son
2. <https://indianvisaonline.gov.in/visa/tvoa.html>

Дилмонов Қ.Б.,

Бухоро давлат университети

ТУРИЗМ СОҲАСИДА РЕКЛАМА ВА УНИНГ ЖОЗИБАДОРЛИГИ

Реклама - ҳар қандай тўлов орқали амалга оширилган оммавий коммуникация жараёнларидир. Бу коммуникация усули орқали катта миқдордаги оммага чиқиш имкони бўлсада, ҳақиқий мижозларни топиш эҳтимоли нисбатан кам. Шунинг учун ҳам реклама анчагина қиммат, лекин, унинг самарасини баҳолаш анчагина қийин. Реклама эгаси хабар мазмуни, шакли ва манбаларини назорат қилса ҳам, реклама учун расмий тан олиши керак бўлган қонуний, ихтиёрий ва ижтимоий мажбуриятлар мавжуд. Баъзи мамлакатларда рекламага қонуний тақиқлар (Саудиа Арабистонидаги оғир цензура назоратидан тортиб "British Code of Advertising Practice" ("Британия Реклама Тажрибаси Кодекси") каби ихтиёрий келишувларгача бор. Бу каби назоратларнинг вужудга келиш сабаби реклама эгалари харидорларни хато ва

ҳақиқатдан йироқ маълумотлар билан йўлдан урмасликлари учун кўрилган чоралардир. Реклама берувчилар инсонларнинг диний ёки маданий қадриятларини ҳақоротловчи, мос бўлмаган реклама орқали ўзларининг маҳсулотига жиддий путур етказиши мумкинлигини англашлари жуда муҳимдир.

Аксарият меҳмонхона хўжалиги субъектлари рекламалари харидор ва бизнес бозорларига йўналтирилган бўлади. Бироқ тасодифий ҳолда йирик компания бошқа йўналишлардаги бозорлар (масалан, молиявий ёки сиёсий қизиқиш билдирувчилар) билан ҳам оммавий ахборот воситалари орқали алоқага чиқишлари мумкин. Рақобат асосида забт этиш мунозаралари вужудга келганда ҳар иккала компания ҳам натижага ижобий таъсир қилиш масадида рекламага кўпроқ сармоя тикадилар. Буюк Британиядаги «Forte Group by Granada»га аёвсиз курашлар билан эга бўлиш ҳам икки компания ҳам акция эгаларига таъсир кўрсатмоқчи бўлганлари ҳолда йирик реклама компаниялари ижроси кузатилганди.

Реклама компаниялари учун қуйидаги медиа воситаларини қўлланилиши мумкин:

- Газета
- Журнал
- Туристик маълумотлар столи
- ОАВ (радио, кино ва телевидение, телематн)
- Қидирув сайтлари, маълумотнома ва веб-саҳифаларда баннер ҳамда «поп-уп хабарлари»ни жойлаштириш
- Эълон пештахталари ва плакатлар
- Кўп қамровли медиа (автобус, такси, ер усти ва ости йўлларидаги поездлар, бензин стансиялари ва бошқалар).

Медиани танлашда компаниянинг маркетинг коммуникация мақсадлари ва бу учун ажратилган пул миқдори ҳисобга олиниши керак.

Газета рекламасининг нархига қуйидаги омиллар таъсир қилиши мумкин:

- Сотилган тиражлар сони ва ҳар бир тиражнинг ўқувчилари сони;
- Географик ўраб олиши (маҳаллий, ҳудудий, миллий)
- Газетхонларнинг тури (ижтимоий синфи, даромади ва турмуш тарзи)
- Рекламанинг ўлчами - каттароқ рекламалар қимматроқ бўлади; эътиборни жалб қилиш учун баъзан унга жимжимадор чизиқлар, нақшлар ёки суратлар қўшилиши мумкин. Аслида классик газета эълони фақат матн демакдир
- Рекламанинг жойлашуви - реклама газетанинг қайси жойида жойлашиши (энг биринчи бет, сўнгги бет ёки қайсидир жойни сўраш кўпинча қимматроқ бўлади)
- Вақти - шанба энг кўп газета ўқиладиган кун бўлгани сабабли нархи ҳам баландроқ
- Рекламанинг сони - бир вақтда бир нечта рекламани чоп этиш учун буюртмалар учун пастроқ нархлар таклиф қилинади

Газетанинг асосий камчилиги унинг ҳаёти қисқалигидадир. Газета ўқувчилари аксарият ҳолларда газета санаси эски бўлса ундаги маълумот ҳам ески дея уни ичидаги реклама билан бирга ташлаб юборишади.

Журналдаги рекламанинг баҳоланиш омиллари деярли газетанинг омиллари билан бир хил. Фақатгина фарқи шундаки, журналлар мавзулаштирилган болгани сабабли реклама берувчи ўз маҳсулотини аниқ унга қизиқадиган ва муҳтож оммага етказа олади, яъни ўзи мақсадлаган бозорга тўғридан-тўғри киради. Иккинчи фарқи эса журналларнинг ҳаёти газеталарникига нисбатан узунроқ бўлади. Шундай экан, реклама ҳам узоқроқ вақт амалда бўлади. Журналлар қоғозининг сифати ҳам юқорироқ, шу билан бир қаторда у ерда бир бетга тўлдириб рангли ва ҳаёт тарзига урғу берувчи эълонларни жойлаштириш имконияти мавжуд.

Масофадаги маркетинг ташкилотлари туристик эълонлар столи учун нашр этиладиган маҳсулотларни ишлаб чиқарадилар. Бу маҳсулотлар турар жойлар (меҳмонхона ва бошқалар), сайёҳлик жойлари, обидалар, ресторан ва барлар, мамлакатда бўлиб ўтаётган тадбирлар рўйхати ва рекламаларидан ташкил топган бўлади. Бу мамлакатга бормоқчи бўлган сайёҳлар ташкилот билан боғланиб маълумот сўрайдилар, маркетинг ташкилоти эса сайёҳларга юқорида айтилган маълумотни ўз ичида мужассам қилган брошураларни юборади. Кичик ётоқ хизматларини (Bed & Breakfast) таклиф этувчи бизнесменлар учун бу тарғибот йўли жуда ҳам қулай ҳисобланади.

Телевидения катта омма аудиторияларига узатиладиган ОАВ бўлгани учун нархи ҳам анчагина баланд. Бироқ реклама нархи рекламанинг узунлиги (одатий рекламалар 10 сониядан 1 дақиқагача давом этиши мумкин) ва намойиш этилиши вақтига қараб катта миқдорда фарқ қилиши мумкин экан. ТВ реклама учун меъёр 30 секунд бўлса ҳам, тунгги тамошабинлар бошқа дастурлар йўқлигида ТВ рекламаларни 30 дақиқагача кўриш имкониятига эгалар. Кечки янгиликлар ўртасида ёки муҳим миллий дастур орасида кўйиладиган рекламалар жуда ҳам катта суммани талаб қилади. Чунки шу пайтда телевисор тамошабинлари сони энг чўққи нуқтага етган бўлади. "Тунгги навбатчилик"да турадиган дастурлар орасидаги рекламаларнинг нархи энг паст ҳисобланади. Сабаби, тамошабинлар сони ҳам энг кам бўладиган вақт шу-да. Баъзи ҳолларда телевизорда узатиладиган рекламанинг ҳам самараси юқори бўлмаслиги мумкин. Барчамиз биламизки, телевизор шинавандалари реклама бўлаётган пайтда бошқа телэканални кўришни ёки реклама бўлаётган пайт экран қаршисини тарк этиб бошқа юмушлар билан шуғулланишни афзал кўришади. Телевизор орқали реклама учун жойга эга бўлиш ва номи чиққан компания бўлиб маълум натижаларга эришиш маълум миқдордаги бюджетни талаб қилади. Телевидения рекламаси оммавий маркетинг маҳсулотлари учун самарали. Шунинг учун ҳам меҳмонхона хўжалиги соҳасида энг кўп телевизор орқали реклама намойиш қиладиган компаниялар McDonald's, Burger King, KFS ва Wendy's каби фаст-фуд(fast- food) брендларидир.

Суний йўлдош орқали намойиш этиладиган каналлар орасида реклама учун алоҳида очилган телэканаллар меҳмонхона хўжалиги, сайёҳлик ва туризм соҳасида иш юритаётган кўпгина компаниялар учун янги имкониятлар туғдирди. Томас Сук (Thomas Cook) каби сайёҳлик агентликлари эса ҳатто ўзларининг шахсий каналларини яратишга муваффақ бўлдилар. Бу каналларда сайёҳлик фирмаларининг туристик пакетлари, дэнгиз саёҳатлари ва дам олиш

учун такдим этиладиган мамлакатлар рўйхатини ва маълумотларни дастурлар орқали кўриб осонгина буюртма бериш мумкин.

Телематн ҳақидаги қарашлар эса юқоридаги қарашларга мутлақ тескари. Бу усулнинг тарафдорлаши унинг ҳамёнбоп ва арзон эканини такидлашсада, унинг танқидчилари бу бутунлай самарасиз реклама услуби эканлигини айтишдан чарчашмайди.

Кино рекламаси телевидения билан ўхшаш бўлса ҳам, нарх жиҳатидан бироз арзонроқ. У асосан 18 ёшдан 30 ёшгача бўлган аудиторияни камраб олгани сабабли, бу услубдан меҳмонхона хўжалиги субъектларидан фақат фаст-фуд тармоқлари ва маҳаллий ресторанларгина фойдаланишади,

Сўнги йилларда радио орқали айти керакли мижозлар билан коммуникация қилиш имконияти пайдо бўлгани сабабли бу реклама тури машҳурликка эришди. Радиолар мавзуларга бўлиниб маълум табақадаги инсонлар учун фаолият олиб боради, ҳамда унда Top 40, Classical music, Talk, Спорт, 60s to 80s music каби тўлқинлар пайдо бўлган. Бу тўлқинлар мавзулаштирилган бўлгани сабабли телевизордан кўра ўз тингловчиларининг эътиборига кўпроқ сазовор бўла олади. Радионинг яна бир қулайлиги шундаки, унда реклама жойлаштириш телевидениячалик қиммат эмас. Қатор радиотўлқинлар реклама беришни хоҳловчилар учун содда ва қулай имкониятларни таклиф қилишади.

Сотув тарғибот ишлари ва сотишга йўналтирилган материалларнинг туб моҳияти қисқа муддатда ва тезкорлик билан сотишдадир. Тўғриси айтганда барча меҳмонхона хўжалиги субъектлари бу усқунани янги маҳсулот реализациясида (синов харидларини жалб қилиш учун), мавсумий бўлмаган ойларда (талабни ошириш учун), мижозлар билан аниқ бир муомалага киришишда (ички таклифларни тарғиб қилишда). Юқори даражали тарғибот ишлари аввалдан пухта режалаштирилган бўлади. Лекин, бозорда бирдан таклиф тушиб кетган ҳолларда сотув бўлими тез ҳолда сотув тарғибот компаниясини ишлаб чиқиб амалиётга тадбиқ этиши даркор. Сотув тарғиботи кўпинча маҳсулот ёки нархларни бир дастада жамлаб чиқаришдан иборат бўлади. Бу эса истеъмолчи учун маҳсулотнинг қадрини оширади.

Узоқ вақт давом этадиган тарғибот компаниялари кўпинча самарасиз бўлади. Сотув тарғибот ишлари ўз таъсирини узоқ вақтда йўқотади, шу билан бирга узоқ вақт давом этган чегирмалар компания номига путур еткази.

Тарғибот ишларини режалаштираётганда кўпгина омиллар эътиборга олиниши керак. Маҳсулот нархини танлаш бирмунча мураккаб бўлади. Бир хил маҳсулотни ишлаб чиқарадиган икки компания рақобатлашган пайтда бу муаммо бўлади. Масалан, бир ресторан 2 та таомни биттасининг нархида таклиф қилаётган бўса (50% чегирма), бошқа ресторан 25% чегирма билан рақобат қила олмайди. Шу билан бир қаторда тарғибот компаниялари доимий мижозларни жалб қилмайди. Арзон нархдаги маҳсулотларни кидириб юривчи истеъмолчилар қайерда чегирмалар бўлса, ўша ерга борадилар ва уларни доимий мижозлар сафига қўшиб бўлмайди. Энг сўнггида, тарғибот компанияси ҳаддан ташқари жалб қилувчи бўлмаслиги керак. Чунки компания

мижозларнинг эҳтиёжларини тўлиқ ва сифатли қондириш имкониятини йўқотиши мумкин.

Меҳмонхона хўжалиги субъектлари турли хил сотишга йўналтирилган материалларни ички маҳсулотларни тарғиб қилиш учун қўллайдилар. Қабулхона столида, лифт ичида, ётоқхоналарда, барда, ресторанда ва бошқа ҳордиқ чиқариш жойларида осилган ёки жойлаштирилган менюлар, варақалар, купонлар ва плакатлар савдога йўналтирилган материалларга мисол бўла олади. Савдога йўналтирилган материаллар маҳсулотнинг миқдорларга таништирувчи муҳим қуролдир. Кўп меҳмонхона хўжалиги фирмалари жозибадор савдога йўналтирилган материалларни чоп этсаларда, баъзи фирмаларнинг материаллари маълум санагагина тегишли, ҳамда жонга теккан бўлади ва улар миқдорларга салбий таъсир қилади. Англиянинг Леисестер шаҳридаги "The Belmont House Hotel " йил давомида бир нечта тадбирлар ташкил қилиб, бу тадбирларда доимий миқдорлар билан мулоқот қилиш, савдо тарғибий ҳаракатларни амалга ошириш ва бошқа ишларни амалга ошириш имконияти бўлади. Савдога йўналтирилган варақлар ётоқларда, барда ва ресторонларда тадбирга кўпроқ одам чақириш учун қўйилади.

*Farmanov E.A., o'qituvchi,
Buxoro davlat universiteti*

O'ZBEKISTONDA TURIZM INFRATUZILMASINI RIVOJLANTIRISH YO'LLARI (BUXORO TURISTIK MINTAQASI MISOLIDA)

Dunyo turizm sohasidagi o'sish O'zbekiston Respublikasi turizmidagi o'sishga ham ta'sir etdi. Mustaqillikning dastlabki yillaridan boshlab, O'zbekiston dunyo turizm bozoriga dadil qadamlar bilan kirib borib, jahon turizmidagi o'z o'rnini egallab kelmoqda.

Shuningdek, *O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev raisligida 22-fevral kuni videoselektor yig'ilishi o'tkazildi. Unda xorijiy turistlar oqimini ko'paytirish va ichki turizmni yanada rivojlantirish, sayyohlik xizmatlarini yaxshilash va turlarini kengaytirish bo'yicha ko'rilayotgan choralar natijadorligi tanqidiy tahlil qilindi.* Undan oldin, davlatimiz rahbarining 2016-yil 2-dekabrda «O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida»gi farmoniga muvofiq, sayyohlik mamlakatimiz iqtisodiyotining strategik tarmog'i sifatida belgilandi. Prezidentning 2017-yil 16-avgustdagi qarori bilan 2018-2019-yillarda turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar dasturi tasdiqlandi.[1] Shu dastur asosida yuqorida davlat idora rahbarlariga ham o'z vazifalarini belgilab berdi.

Hozirgi kunda respublikamizda xorijiy turistlarga asosan madaniy-tanishuv turlari taklif qilinib, ularning davomida tarixiy, arxitektura, diniy obidalar va ziyoratgohlar bilan tanishtiriladi, mahalliy aholining turmush tarzi va madaniyati ko'rsatiladi. Bunday turlar davomida asosan Samarqand, Buxoro va Xivadagi ob'ektlarga tashrif buyuriladi. Respublikamizda hammasi bo'lib 30 ga yaqin turlar taklif etiladiki, ularning ichida Toshkent va Farg'ona vodiysida amalga oshiriluvchi

ko'ngilochar, sarguzasht, ov, dam olish – davolanish, tog'-chang'i va golf sporti bilan shug'ullanish turlari ham mavjud.

O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasining ma'lumot berishida 2016-yilning yakuni bo'yicha, O'zbekistonda mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalari (obyektlar) soni 750 ta tashkil etmoqda. Shulardan, joylar soni, birlik hisobida 37795 ta bo'lsa, joylashtirilgan tashrif buyuruvchilar, ming kishida hisobidan esa 1513.1 tadir. Shundan, Buxoro mintaqasida litsenziyaga ega mehmonxonalar soni 2017 yilning II chorakgidagi yakunga ko'ra 94 tani tashkil etmoqda.[2] Bu ko'rsatgichning kamligi esa chetdan keladigan sayohlar oqimini oshishiga olib kelishiga to'sqinlik qilmoqda. Ushbu kam sonli mehmonxonalar sonini yanada oshirish maqsadida O'zbekiston Prezidenti Shavkat Mirziyoyev raisligida 27-fevral kuni bo'lib o'tgan videoselektor yig'ilishida esa hududlarda zarur infratuzilmalarni yaratish, IT-texnologiyalarni joriy etib, yangi xizmatlarni tatbiq etish, *yirik shaharlarimizda 100 tadan, boshqa shaharlarimizda 20 tadan mehmonxonalar* qurish bo'yicha ko'rsatmalar berildi. Toki, kelayotgan mehmonlar iqtisodiyotimizda ko'proq investitsiyalar qoldirsin deb ta'kidladilar.[3]

Shunday qilib xulosa qilishimiz mumkinki, yaqin 5 yil ichida O'zbekiston Respublikasida turizm sohasi jaddal sur'atlar bilan rivojlanadi va mehmonxonalar soni esa 5 barobarga oshishi taxmin qilinmoqda.

Mamlakatimizda turizmni rivojlantirishda qo'lga kiritilgan yutuqlarga nazar tashlaydigan bo'lsak, avvalo, o'lkamizga tashrif buyurayotgan xorijiy mehmonlar sonining oshib borayotganligini inobatga olish zarur bo'ladi. Ammo ushbu sohaning rivojlanishiga hali bir nechta salbiy omillar ham ta'sir qilmoqda. Buxoroga kirib keluvchi turistlar oqimining o'sishiga salbiy ta'sir etishi mumkin bo'lgan ba'zi hollarni sanab o'tish mumkin:

- ba'zi mehmonxonalarda taomlarning zamonaviy talablarga javob bermasligi;

- O'zbekiston ichidagi mehmonxona xizmatlarining narxlari asosiy raqobatchilariga nisbatan qimmatligi;

- turistlar esdalik uchun xarid qiladigan milliy suvenirlarimizning kamligi va nisbatdan qimmatligi;

- joriy infratuzilmani takomillashtirish va yangilarini yaratish uchun xususiy soha vakillarida mablag'larning yetishmasligi;

- targ'ibot masalalariga yetarlicha e'tibor berilmaganligi tufayli xorijiy fuqarolarning aksariyatida O'zbekiston to'g'risida ma'lumotning kamligi;

- O'zbekistondagi joriy narxlarning qimmatligidan tashqari, ba'zi hollarda, taklif etilayotgan tovar va xizmatlar sifatining shu narxga mos kelmasligi [4, Ct. 30-37].

Buxoro hududidagi turistik infratuzilmani tahlil qiladigan bo'lsak, u quyidagi ko'rinishga ega:

Aviatransport. Turistik mavsum paytida talab taklifdan oshib ketadi. "Buxoro" xalqaro aeroportidan O'zbekiston poytaxti Toshkentga har kunlik, haftaga 2 marta Farg'ona viloyatiga reyslar amalga oshadi, shu jumladan haftada 5 marta "Domodedovo" (Moskva), bir marta "Vnukovo" (Moskva), haftada 2 – marta "Pulkovo" (Sankt-Peterburg) ga reyslar amalga oshiriladi. Hamma yo'nalishlar bo'yicha cheklanmagan miqdorda aviayuk tashishlar amalga oshirildi. MDH

mamalakatlari va chet ellarga yo'lovchilarni tashish bo'yicha charter reyslar amalga oshiriladi. Biroq, Yevropa, Yaqin sharq, Uzoq sharq mamlakatlarga aviareyslar amalga oshirilmaydi, faqatgina Toshkent, Urganchdan amalga oshirilmoqda. Shuni ta'kidlash joizki, Buxoro xalqaro aeroporti *2013-yilda 2012-yil yakunlari bo'yicha yiliga 100 mingdan dan 500 minggacha yo'lovchilarni tashuvchi aeroportlar o'rtasida MDH mamalakatlari o'rtasida eng yaxshi aeroport unvoniga ega bo'ldi.* [5, 21.01.2016].

Temir yo'l transporti. Buxorodan Samarqand, Andijon va Toshkent shaharlariga kunduzgi va kechki poezdlar qatnamoqda. Shu bilan birga, *O'zbekiston 2016 – yilning avgust oyida Toshkent va Buxoro shaharlari o'rtasida tezyurar poezd qatnovini izga tushirilgan bo'lsada*, Prezidentimiz Shavkat Mirziyoevning 2017 yil 13- martdagi “Buxoro – Miskin temiryo'l liniyasini qurish chora-tadbirlari to'g'risida”gi qaroriga ko'ra bunyod etilgan mazkur yangi temir yo'l liniyasining umumiy uzunligi 355 kmni tashkil etgan. Uning 335 kilometrda yangitdan po'lat izlar yotqizilgan bo'lsada, qolgan 20 km masofadagi temir yo'l qaytadan ta'minlandi. Shuningdek, 2017 yil 1-dekabridan boshlab, mazkur temir yo'l liniyasi orqali yuk poezdlari qatnovi yo'lga qo'yilgan bo'lsada, 20 mart 2018 yildan boshlab Toshkent – Urgench va Toshkent – Nukus – Qo'ng'iro't yo'nalishidagi yo'lovchi poezdlar yangi qurilgan Buxoro – Miskin temir yo'l liniyasi orqali harakatlanishi boshlandi.[6]

Ma'lumki, Bu loyihaning ijobiy yutuqlaridan biri Buxoro – Urganch yangi temir yo'l qatnovi yo'lga qo'yilgan bo'lsa, yana bir yutuqlardan biri esa Buxoro viloyatidagi Olot-Qarako'l tumanlarida joy olgan Qandim gazni qayta ishlash zavodi yaqinidan joy olgan Poykent shahar xarobalariga borib ko'rish imkoni ham mavjuddir va ushbu yangi temir yo'l qatnovi orqali chet el sayyohlari uchun turistik yo'nalishni ishlab chiqilsa, sayyohatchilar oqimi yanada oshishi kutiladi.

Avtomobil transporti. Mustaqillikning ilk yillaridan ishonchli va qulay transport infratuzilmasini yaratish davlatimiz siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri etib belgilangan. Tarixan qisqa davrda qurib bitkazilgan xalqaro ahamiyatga ega avtomobil yo'llari, ko'priklar vatanimizning iqtisodiy va madaniy rivojlanishini ta'minlashda, xalqimizning uzog'ini yaqin qilishda muhim omil bo'lmoqda.

2017 yil yakunlariga ko'ra Avtomobil yo'llari davlat qo'mitasining ma'lumot berishicha, investitsiya dasturlarning bajarilishi bo'yicha, reja bo'yicha 260 km bo'lgan bo'lsa, unda sarflangan mablag' esa 606.3 mlrd so'mdir. Shuningdek, fakt nuqtai nazardan qilinga ish bo'yicha 264.4 km bo'lgan bo'lsa, unda sarflangan mablag' esa 617.7 mlrd so'm tashkil etmoqda, bunda reja asosida qilingan ishdan real ish esa 101.7 foizga ko'pdir. Shu bilan birgalikda, Mintaqaviy yo'llarning ta'mirlanishiga e'tibor qaratadigan bo'lsak, reja bo'yicha 2700 km ish qilingan bo'lsada, fakt bo'yicha bu ko'rsatgich 3234.8 km yo'llar ta'mirlangan.

Yuqoridagi ko'rsatgichdan kelib chiqqan holda, 2018 yilning I chorakning o'zidayoq, Buxoroda 85 kilometr yo'l qaytadan qurildi. Hamda, A-380 avtomobil yo'li xalqaro E-40 xalqaro transport yo'nalishining O'zbekistondagi qismi hisoblanib, u orqali Markaziy va Sharqiy Yevropa, Rossiya, Ukraina va Qozog'istonga chiqish ta'minlanib, O'zbekiston orqali trans-afg'on transport yo'nalishiga bog'lanadi. Ushbu avtomagistral Qoraqalpog'iston Respublikasi, Xorazm, Buxoro va Qashqadaryo

viloyatlari hududidan o'tib, davlatlararo, viloyatlararo aloqalarni ta'minlashda ham muhim bo'g'in hisoblanadi.[7]

Avtomobil yo'llarga qilingan ishlarning natijasidan kelib chiqqan holda, O'zbekistonda yo'l infratuzilmasining jadallik bilan rivojlanishidan dalolat bermoqda va keladigan sayohlarning yo'lda sarflaydigan vaqtini tez hamda xavfsiz tarzda o'z sayohatlarni amalga oshirishiga olib keladi. Unda tashqari,

Buxoroda turistik infratuzilmasini rivojlantirishda duch keladigan muammolariga qaraladigan bo'lsak,

- ✓ Avtomobillarni qo'yish joylarning mavjud emasligi;
- ✓ Internet portal mavjud emasligi;
- ✓ Mehmonxonalar aniq standart bilan ishlamasligi;
- ✓ Yetuk kadrlarning yetishmasligi;
- ✓ Sayyohlarga ko'rsatiladigan jamoat transportning talabga javob bermasligi;
- ✓ Va boshqa muammolardan iboratdir

Ushbu muammolar yechimi uchun bir qancha takliflarimiz quyidagilardan iborat:

- Shaharning tarixiy markazlaridan boshlab butun shaharda yagona dizayndagi informatsion ko'rsatkichlar o'rnatish (yakka tartibdagi mustaqil sayyohlar uchun qo'shimcha qulayliklar yaratish maqsadida);
- Labi Hovuz turistik kompleksi hududida yirik axborot informatsion markazi, vokzal va aeroportlar, aholi gavjum joylarida esa uning shahobchalarini yaratish (axborot olish bilan bog'liq bo'lgan muammolarini bartaraf etish maqsadida);
- Shahar bo'ylab o'rnatilgan bank terminallarida shahar haqidagi informatsion dasturni o'rnatish va uni yangilab turish (mavjud bo'lgan resurslardan ratsional tarzda foydalanib, ularni multivazifali xususiyatlarini yaxshilash maqsadida);
- Turistik obyektlarda statsionar durbinlarni o'rnatish;
- Yagona internet portali yaratib, unda shaharda mavjud bo'lgan barcha turistik tashkilotlar, diqqatgaga sazovor joylar, do'konlar va hokozolar haqidagi barcha ma'lumotlarni joylashtirish (distanstion va tez ravishda ishonchli ma'lumot olishni osonlashtirish, umumiy axborot tizimini yaratish maqsadida);
- Mehmonxonalarda turistlarga ma'lumot beruvchi punktlarni yaratish;
- Piyoda yurishga mo'ljallangan zonalarni tashkil qilish va takomillashtirish;
- Yuqoridagilarni amalga oshirishni yosh kadrlar zimmasiga yuklab, ularning shaharga bo'lgan munosabatlarini mustahkamlanishiga va shahar rivojiga o'z hissasini qo'shishiga ko'maklashish (yoshlarga o'z Vataniga bo'lgan mehri uyg'otish va shakllantirish, shahar ravnaqi va farovonligiga nisbatan kelajak avlodning munosabatini mustahkamlash maqsadida).

Yuqoridagi takliflarni hayotda tadbiiq etishdan ko'rilayotgan natijalar qisqacha quyidagilardan iborat:

- Buxoroga tashrif buyuruvchi sayyohlarning mustaqil tarzda sayohat qilishlari uchun qo'shimcha qulayliklar yaratilgani sababli, shaharning turistik obro'i oshishi;
- Domino effekti, ya'ni, bir sayyohning ijobiy bahosi mamlakatga tashrif buyuruvchilar sonini tabiiy hamda tizimli ravishda oshiradi;

- Shaharning turistik infratuzilmasi sifati sezilarli darajada oshadi va shaharning jozibadorligi ma'lum miqdorda oshadi;
- Kelajakda yosh kadrlar tomonidan yangi investitsiyalarni jalb qila oladigan turli yo'nalishlardagi loyihalar ishlab chiqiladi.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, turizm biz bilamizki hozirgi kunda jaddalik bilan rivojlanayotgan sohalardan biridir. Shuning bilan birga, turizm infratuzilmasi jahon iqtisodiyotining yetakchi tarmoqlaridan biri bo'lib, mamlakat iqtisodiy rivojlanishida katta ahamiyatga ega. Bu sohada rivojlangan davlatlarda juda katta bunyodkorlik ishlari amalga oshirilmoqda. Shu sababli turizmni rivojlantirishda ilg'or mamlakatlar modelidan foydalanish va ular erishgan yutuqlarni respublikamiz turizmiga tatbiq etish yo'llarini o'rganish lozimdir. Yuqorida aytilgan ba'zi kamchiliklarni ko'rib chiqib o'zimizga muofiqlashtirsak turizm sohasidan ozgina bo'lsa ham siljitgan bo'lardik.

Foydanilgan adabiyotlar:

1. O'zbekiston Respublikasi TIV matbuot xizmati 2018-yil 23-fevral, Yangiliklar xabarnomasi №38
2. Groupe huit, Стратегия устойчивого развития исторического города Бухара, 1087466: Проект <<Реконструкция очистных сооружений и канализационных сетей городов Бухара и Самарканд>> Стратегия развития города Бухара Предварительный отчет– Оценка ситуации, Сентябрь 2013

Саидова Ф.К., Преподаватель,

Бухарский государственный университет, Узбекистан

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГА ДЛЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА

Наличие электронной атмосферы в результате развития глобальных информационно-коммуникационных технологий и большого числа компаний, использующих возможности этой атмосферы в своем рабочем процессе, является самым значительным знаком экономики. Современные бизнесмены активно используют возможности информационных технологий. В большинстве случаев степень его использования указывает на успех ведения бизнеса и его место на внутреннем и внешнем мировом рынке.

Значительным достижением является появление и развитие Интернета в XX веке. В Узбекистане информационно-коммуникационные технологии и Интернет, такие как мобильный интернет, интенсивно развиваются и популяризируют гармонично с мировой тенденцией. В настоящее время пользователи Интернета составляют более 10 миллионов 200 тысяч человек или треть населения нашей страны. В нашей республике рабочая система Интернета более 4 раз, а скорость подключения к Интернету - более чем в 1,5 раза.

Интернет создает хорошую атмосферу. С его помощью компания может рекламировать свои промышленные товары, проводить маркетинговые исследования, после торговли она может продолжать общение со своими клиентами. Частные и не крупные компании широко используют электронный маркетинг на основе информационных технологий.

С развитием туризма туристический маркетинг был изменен не только местом и ролью участников туризма и их отношений, а также философией экономического процесса. Система всемирной информации сделала неэффективным путь традиционного маркетинга. В этом должны быть учтены специалисты, работающие в сфере обслуживания, которые хотят эффективно использовать возможности новых электронных соединений. Было время, когда люди не могли себе представить, как компьютеры выполняют сложную работу за несколько секунд.

Туризм стал одной из наиболее прибыльных сфер. Он состоит из билетов, билетов различных транспортных средств, системы бронирования гостиниц и поездок. В настоящее время в Узбекистане существуют представительства различных огромных систем, таких как Amadens, Gabriel, Sabre, World Spar, Apollo и другие. Кроме того, значение всемирной информационной системы - Интернет превышает.

Интернет-технологии помогают минимизировать расходы на международные телефонные переговоры и отправлять факс в туристических компаниях. Из года в год растет число туристических компаний, использующих систему для бронирования билетов и номеров в отелях. Такие системы дают возможность забронировать номер в отеле, не выходя из рабочего места, и сообщить о цене и выборе. Раньше для этого требовалось много времени и денег. В настоящее время агентства в системах используют последние новости, а не информацию за прошлый год.

Есть возможность посмотреть видео или фотографии о туристических товарах и прочесть комментарии, оставив от других пользователей это хорошее. Вы можете смоделировать свое путешествие, принять его для себя. Туристические агентства богаты рекламными объявлениями и интересными предложениями.

Электронный маркетинг выполняет электронную функцию через Интернет, информационные технологии и телекоммуникационные системы. Электронный маркетинг также называется интернет-маркетингом, веб-маркетингом, онлайн-маркетингом или цифровым маркетингом. Он играет важную роль в индустрии туризма и бизнесе.

Чтобы повысить роль функции маркетинга на электронном рынке, необходимо разработать следующие термины и факторы:

- расширение секторов сети Интернет в нашей республике;
- ускорение подготовки специалистов электронного бизнеса;
- развитие инфраструктуры и информационной структуры;
- повысить возможности оплаты населения и грамотности в отношении информационных технологий;
- привлекать отечественные и иностранные инвестиции для финансирования крупномасштабных проектов развития сети в регионах республики;
- обогащение собственного информационного ресурса важной информацией в Интернете;
- повышение функций онлайн-покупок;

□ создание юридических стендов для регулирования инструментов подключения и расширения процесса разработки;

□ подготовка специалистов в области образования и пользователей электронного маркетинга.

Методы электронного маркетинга:

1. Маркетинг в поисковых системах;
2. Показать рекламу;
3. Маркетинг по электронной почте;
4. Маркетинг блога;
5. Маркетинг в социальных сетях;
6. Мобильный маркетинг.

Маркетинг в поисковых системах находит много информации с ключевым словом в поисковых системах, таких как google, yahoo, yandex. Каждая компания и организация хотят попасть на первую страницу поисковой страницы. По статистическим данным 70% людей не открывают более 3 страниц результатов поиска. Чем выше рейтинг, тем больше продаж продуктов и услуг компании.

Реклама для рекламы - это реклама, расположенная на верхней, нижней, правой и левой частях рамки, показывающая изображения, текст и видео. Особенность в этом заключается в передаче на страницу, дающей много информации щелчком компьютерной мыши на небольшом месте. В настоящее время многие массовые блоги используют рекламные баннеры туризма.

Маркетинг по электронной почте отправляет информацию, связанную с бизнесом, группе людей по их адресу электронной почты. При этом широко используются методы выбора и отказа. Если метод opt-in добровольно получает информацию об их электронной почте, метод отказа отклоняет получение сообщения от 1-го сообщения адресата. Спам не поддерживается в маркетинге по электронной почте. Спам - это обязательные сообщения, поступающие по электронной почте от неизвестного адресата.

Маркетинг блога - это маркетинг реализации специальными веб-блогами для специальной темы. Особенностью этого является связь с маркетингом в социальных сетях. Хорошо развитые туристические блоги дают много полезной информации для будущего потребителя.

Social Media Marketing - это реализация маркетинговой функции с помощью социальной сети, тематических блогов и фото и видео-порталов.

Маркетинг в социальных сетях - это небольшая площадь с широким диапазоном возможностей, компании в разных секторах бизнеса проводят свою работу по общению с потребителями с помощью социальных сетей. Социальные сети создают возможность устанавливать связь с пользователями, налаживать долгосрочные отношения со своими потребителями, поддерживать позиции и брендинг компании, увеличивать продажи, развивать отношения бизнеса. На страницах социальных сетей компании публикуют различные идеи и комментарии об услугах и продуктах, размещают фотографии, видеоматериалы и презентационные материалы, осуществляют регулярную связь с потребителями.

Цель социальных сетей - общаться с людьми, разделяющими одни и те же интересы или деятельность. Взаимная связь выполняется внутренним адресом электронной почты или системой обмена сообщениями.

Социальные сети, как и другие средства электронного маркетинга, такие как оптимизация поиска, контекстная и баннерная реклама и традиционные средства рекламы, такие как внешняя и телевизионная реклама, имеют свои преимущества, такие как:

1. Пользователи имеют тенденцию делиться информацией, которая им интересна, с их близкими людьми. Это отражено в социальных сетях. При правильном подходе к этой функции можно максимально распространять.

2. В этом механизме так называемые вирусы, которые быстро распространяются, создается маркетинг, интерес, связанный с брендом, сами пользователи разбрасывают интерактивные приложения. Видео, инфографику и другие можно считать наиболее используемым вирусом.

Социальные сети основаны на принципе «Беспроводная сеть», есть два подхода:

Первый подход - взаимное распределение, что означает, что пользователь отправляет информацию о продукте своим окружающим людям или обращает внимание на контент, связанный с этим продуктом.

Второй подход - социальное распространение, что означает, что пользователь распространяет контент, интересный для него / ее, к его / ее слуховому аппарату со специальным механизмом социальной сети (на Facebook и vkontakte «Share», на командах Tweeter «Retweet»).

С точки зрения маркетинга второй подход намного эффективнее, потому что он включает в себя больше слуховых. В этом случае задачей marketolog является выявление интересов слухового аппарата для распространения информации о продукте или компании, понимание ведущей мотивации и на этой основе для подготовки быстро распространяемого интересного текста, изображений или видео.

Вообще, помимо факта идеи вирусного маркетинга, занимающего сознание специалистов, активного развития Интернета и, особенно, в социальных сетях, эта идея допускается и популяризируется.

Этот случай создает слишком важное условие для интернет-маркетинга, новости быстро распространяются, он устанавливает быструю и неделимую связь между людьми и создает возможность понять и получить информацию о средствах массовой информации.

Мобильный маркетинг выполняет маркетинговые действия с помощью беспроводных телефонов, телефонного оборудования, телекоммуникационных технологий и систем.

В качестве недостатков электронного маркетинга можно учитывать следующее:
- Зависимость от скорости интернета. Если какая-либо компания создает свою веб-страницу в огромной и сложной форме, пользователю требуется слишком много времени для загрузки и получения информации, а в результате она переходит на другую веб-страницу.

- Одним из факторов является оплата. В настоящее время большинство пользователей Интернета не верят в оплату электронным способом, и поэтому они отказываются использовать его.

- Доступность обмана. Случай не доставлять продукт или услугу покупателю, оплачивающему какой-либо продукт или услугу.

В качестве вывода есть достижения электронного маркетинга:

Восхождение на мировой рынок. Использование электронного маркетинга компаниями дает возможность бесконечного расширения и роста мирового маркетинга с внутреннего и внутреннего рынка;

Принимая во внимание Интернет-информацию, которая означает, что компания выполняет свои действия или нет, или для чего продукт предъявляет больше требований, все это создается Интернетом;

Экономия денег, это означает не превышение оплаты за рекламу. Скорость его, с которой не требуется много времени для получения необходимых результатов;

Скорость обмена информацией. Потребители могут получить важную информацию о нужных продуктах в поисковой системе Интернета или заказать нужный продукт.

Создает конкуренцию. Крупные или небольшие компании, производящие товары, конкурируют между собой, что удобно для потребителей.

Представленная выше электронная маркетинговая деятельность выходит и предлагает обзоры, сегодняшняя задача - широко использовать возможности электронного маркетинга, которые предоставляют возможности информационных технологий.

Список использованной литературы:

1. Брайан Хулиган, Дхармеш Шах. Маркетинг в Интернете: как привлечь клиентов с помощью Google, социальных сетей и блогов - М: «Диалектика» 2010 г: 42-143
2. Дамир Халилов «Маркетинг в социальных сетях». Москва, 2013 г.
3. Гусев Б.С. Аналитика веб-сайтов, - М.: «Диалектика», «Уильямс», 2013 г. с.105-117
4. Исследовательский центр Boston Consulting Group, www.bcg.com
5. Исследование NPD Group - январь 2013 г.

Пулотов А. А.,

Вилоят ҳокимининг туризмни ривожлантириш масалалари бўйича ўринбосари котибияти мудури

ТУРИЗМ СОҲАСИНИНГ АМАЛДАГИ ҲОЛАТИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ (БУХОРО ВИЛОЯТИ МИСОЛИДА)

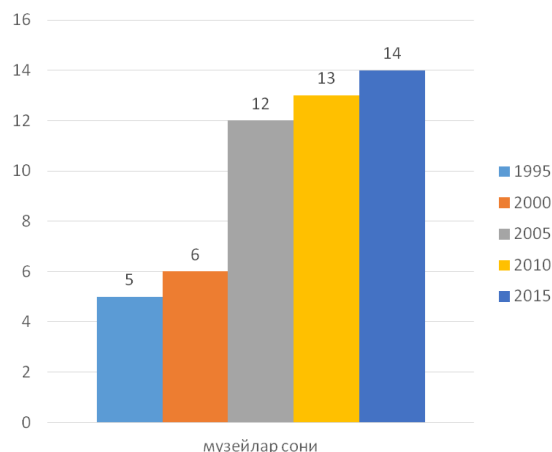
“Ер юзида Бухорони таърифни эшитмаган, уни билмаган, уни умрида бирор марта ўз кўзи билан кўришни орзу қилмаган маърифатли одам йўқ десак, асло хато бўлмас”

И.А.Каримов

Ижтимоий соҳанинг ажралмас қисми бўлиб ҳисобланган маданият соҳасида туризм алоҳида ўринга эга. Сабаби ҳар қандай миллат ва давлат тўғрисида маълумот беришнинг энг таъсирли йўлларида бири уни намойиш қилиш ёки ушбу давлатда бўлиб, мавжуд аҳволни ўз кўзи билан кўриш ҳисобланади. **Бошқача қилиб айтганда давлатнинг ижобий имиджини шакллантиришда спорт қанчалик тез самара берса, туризм шунчалик таъсирли самара берадиган соҳа бўлиб ҳисобланади.** Қолаверса туризм соҳаси табиий бойликлардан фойдаланмаган ҳолда четдан катта маблағ олиб келувчи, шу билан бирга қанчалик кўп фойдаланилса, шунчалик кўп нуфузи ва сифати ортиб борадиган соҳа бўлиб ҳисобланади. Ҳозирги кунда дунё **ЯИМ 5.5%** туризм соҳасига тўғри келади. Ривожланган Европа мамлакатларининг экспортининг 35-40% улуши туризм соҳасига тўғри келади. Ўзбекистондаги аксар вилоятлар, Хусусан Бухоро, Самарқанд ва Хива шаҳарларидаги мавжуд тарихий-обидалар ва диққатга сазовор жойлар ушбу ҳудудларда ҳам туризм соҳасини ривожлантириш имкониятини беради.

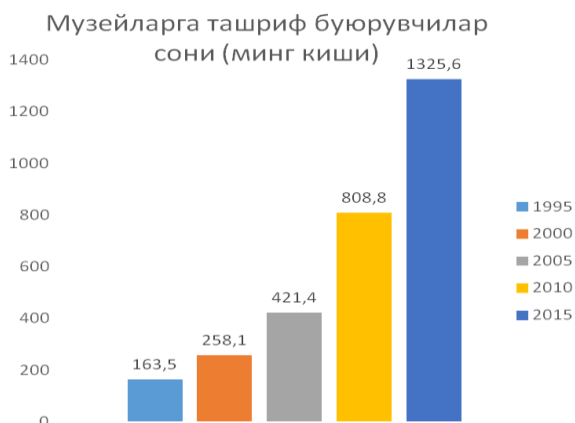
Ҳозирги кунда Бухоро вилоятида меҳмонхоналар сони 86 та (*шундан, 78 таси Бухоро шаҳрида жойлашган*) ва туристик фирмалар сони 35 тага (*шундан, 1 таси Когон шаҳрида*) етиб, сайёҳлар оқими йил сайин кўпаймоқда. Биргина Бухоро шаҳридаги барча меҳмонхоналар бир кунда 4000 га яқин (*1769 та хона ва 3610 та ўринга эга*) меҳмонларга халқаро стандартлар даражасида сервис хизмати кўрсатиш имкониятига эга.

Бухоро шаҳрида жами 300 га яқин тарихий-меъморий обидалар бўлиб, улардан 292 та маданий мерос объектлари давлат муҳофазасига олинган ва шундан 70 таси республика ва 222 таси маҳаллий аҳамиятга молик маданий мерос ҳисобланади. Қайд этиб ўтиш лозимки **Мустақилликдан сўнг шаҳарнинг 118 та тарихий обидалар БМТнинг илм-фан ва маданият ишлари бўйича ташкилоти ЮНЕСКОнинг Бутунжаҳон маданий мерос руйхатига киритилган** ва давлат муҳофазасига олинган.



Вилоятдаги барча меҳмонхона ва туристик ташкилотларда қўшимча хизмат турлари мавжуд. Масалан, меҳмонхоналарда тунаётган ҳар бир сайёҳ учун унинг хоши ва истакларига кўра шарқона ширинликлар, мева ва сабзавотлар, ҳунармандчилик маҳсулотлари, чой ва салқин ичимликлар тортиқ этилиши мумкин.

Бундан ташқари, айрим меҳмонхоналарда меҳмонлар учун овқатланиш, транспорт, ҳамроҳ-таржимонлик, конференц заллар, халқаро сўзлашувлар, намоиш дастурлари, сартарошхона, соғломлаштириш, жумладан, спа, чўмилиш ҳавзалари, сауна, массаж, тренажёр, велосипедлар ижараси, фито бар ва бошқа турдаги қўшимча хизмат турлари ривожланган.



Рақамларга эътибор берадиган бўлсак 1995 йилда вилоят бўйича жами 5 та музей бўлган бўлса, 2015 йилга келиб музейлар сони 14 тани ташкил этмоқда.

Ҳозирги кунда “**Бухоро Давлат бадий-меъморчилик музей-қуриқхонаси**”

Республикадаги энг қадимий музейлардан бири булиб, у 1922 йилда ташкил топган. Айни пайтда музей-қуриқхона 12 та филиаллардан иборат булиб, шуларнинг 8 таси Бухоро шаҳрида жойлашган.

Ушбу музейларга ташриф буюрувчилар сони ҳам сезиларли ортганлигини кузатиб, 2015 йил бўйича 1325.6 минг кишини ташкил этганлигини кўриш мумкин. Ушбу кўрсаткичдан Бухоро шаҳри (тарихий обидалар кўплиги боис) ва Когон туман (ислом дуёсида буюк авлиё ва пешволар, мисол учун Боҳовуддин Нақшбанд, Мир Кулол зиёратгоҳлари ва “Жайрон” кўриқхонасининг катта қисми жойлашганлиги) ининг ҳиссаси энг кўп ҳисобланади.

Туризм соҳасида алоҳида ўринга эга бўлган, аммо баъзи мутахассилар



томонидан соғлиқни сақлаш тизими соҳаси кирувчи санатория ва курортлар хизмати ҳам мавжуд бўлиб, Республикамизда санокли ҳисобланган (Бухоро вилоятида 2 та) санаториядан биттаси Бухоро шаҳри ҳудудида жойлашган бўлиб, 2015 йил давомида жами 1895.2 млн сўмлик хизмат кўрсатилган. Ўтган беш йиллик билан таққослайдиган бўлсак қарийб 5 мартаба ошганлигини кузатиш мумкин. Маълумот учун 2010 йилда ушбу миқдор 371.9 млн сўмни ташкил қилган.

Экскурсия ва саёҳатларда 2010 йилда 1529.9 млн сўмни ташкил қилиб, 2015 йилда 1411.3 млн сўмга етди. Ушбу сезиларли ўзгаришга олиб келган сабаблардан бири охириги йилларда сайёҳлик фирмаларининг сони сезиларли ошганлигини аниқроқ айтадиган бўлсак, охириги беш йилликда 20 дан ортиқ ташкилотларнинг очилганлигини айтиб ўтиш мумкин.

Биз Бухоро шаҳрини Республикамизнинг бошқа ҳудудлари билан таққослаб ўргандик. Бухоро шаҳри тарихий обидалар сони бўйича республикада етакчи ҳисоблансада, чет эллик сайёлар сони бўйича 3 ўринда (Тошкент ш. ва Хоразм вилоятидан кейин) эканлигини кўриш мумкин. Бунинг устига 2014 йилда Бухоро шаҳрига ташриф буюрувчилар сони 2013 йилга қараганда қарийб 3 минг кишига камайганлигини кўриш мумкин. Ваҳоланки Ҳалқаро туризм ташкилотининг (UNWTO) Самарқанддаги 2010 йилги конференциясида “Ўзбекистон йилига 2 миллиондан ортиқ хорижий турисларни қабул қилиш салоҳиятига эга” эканлиги айтиб ўтилиб, ушбу соҳада имкиноятлар кўп эканлигини билдиради. Соҳани ривожлантириш бўйича кейс стадининг таклифлар қисмида таклиф бериб ўтилади. Ҳозирда фойдаланишга қабул қилинган “Бухоро-Тошкент” тезюрар поезднинг “Мароқанд-Бухоро” қисмидаги йўлни 800 млн. АҚШ долларига яқин маблағлар ҳисобига электрлаштирилиб йўлга қўйилганлигини алоҳида таъкидлаш лозим. Ушбу поезд ҳисобига Бухоро-Тошкент оралиғи поездда 3 соатдан ортиқроқ босиб ўтиш имконини берди.

Минг киши	2010	2011	2012	2013	2014
Бухоро	46,7	58,3	46,4	62,5	59,7
Самарқанд	17,6	25,5	30,8	58,3	27,5
Хоразм	104,2	121,4	121,9	114,5	114,6
Тошкент ш.	147,9	155,1	274,5	267,3	283,3

Ҳар йили ўтказиб келинаётган “Ипак ва зираворлар” фестивали ўтказилмоқда. Бу эса шаҳримиз нуфузини ортиши билан бир қаторда меҳмонхона, туристик фирмалар ва хунармандлар томонидан яратилаётган маҳсулотлар ва хизматларни кўпроқ реализация қилиниши имконини бермоқда.

Мутахассислар маълумотиغا кўра Когон туманининг зиёратгоҳ жойларига ҳар йили ўртача миллионга яқин маҳаллий туристлар ташриф буюришади. Бу эса Бухородаги “Етти пир” зиёратгоғи жойлашган ҳудудларни келгусида туризм соҳасидаги имкониятлари катта эканлигини белгилаб беради.

Юқорида қилинган ишлар билан бир қаторда ҳали ечимини кутаётган бир қатор муаммолар мавжуд. Биз ушбу муаммоларни ҳал қилиниши имкониятига қараб қисқа муддатда ва узоқ муддатли муаммоларга ажратдик.

Қисқа муддатда ҳал қилиниши лозим бўлган

1. *Нафақат Бухоро вилоятида Республиканинг бошқа ҳудудларида ҳам, айниқса йўл бўйида ҳожатхоналар мавжуд эмас. Ушбу муаммонинг ечими сифатида ҳар 15-20 км масофада (йўлнинг икки четида шахмат тарзида) тадбиркорларга **автотеххизмат, савдо шаҳобчаси ёки АЁҚШ**ни қурилиши учун ер майдони ажратишда ҳозирги замон ҳамда ДСЭНМ нормаларига тўлиқ жавоб берадиган ҳожатхона қурилиши ва бунини маълум қилувчи йўл белгиларини ўрнатиш мажбурияти юклатиш мумкин. Ушбу ишларни амалга оширишда тегишли туман (шаҳар) ҳокимликлари бошчилигида ДСЭНМ ва туман архитектура ва қурилиш бошқармаларини масъул қилиб белгилаш лозим.*

2. *Бухорода сайёҳлар учун **таклиф қилинадиган овқатланиш шаҳобчаларининг санитар-гигиеник ҳолати замон талаблари даражасида эмас. Ўрганишлар натижасида Бухоро шаҳрида 100 дан ортиқ умумий овқатланиш шаҳобчалари мавжуд бўлиб, улардан санокли қисмигина халқаро стандартларга жавоб беради. Ушбу муаммонинг ечими сифатида барча умумий овқатланиш шаҳобчаларини хатловдан ўтказиб, кўпчилик ташриф буюрадиган умумий овқатланиш шаҳобчаларини ошхона ва ҳожатхоналарини талаб даражасига келтириш лозим. Бунда ҳам тегишли туман (шаҳар) ҳокимликлари бошчилигида ДСЭНМ ва туман архитектура ва қурилиш бошқармаларини масъул қилиб белгилаш ва ушбу ишларнинг назоратини олиб боришлари лозим.***

3. *Шаҳарнинг тарихий қисмидаги **пиёдалар кўп ҳаркатланадиган кўчаларда ахлат тўплаш урналари етарли даражада ўрнатилмаган. Бу муаммонинг ечими сифатида “Махсусавтоҳўжалик” ва шаҳар ободонлаштириш бошқарма масъул қилиб белгиланиши лозим. Бундан икки ташкилот ҳам хусусан “Махсусавтоҳўжалик” (чунки ушбу урналарда асосан полиэтилен маҳсулотлари чиқиндиси ташалиб, ташкилот қайта ишлаш учун фойдаланади) манфаатдор бўлиб ҳисобланади.***

4. *Бухоро вилоятидаги барча тарихий обидаларнинг янгидан хатловини ўтказиш лозим. Бунда тузиладиган ишчи гуруҳда **Тарихий обидаларни муҳофаза қилиш бошқармаси**, туман шаҳар архитектура ва қурилиш бошқармалари, туман ер, сув кадастр хизмати ва албатта маҳаллий ҳокимликлар ва МФЙ вакиллари ва ҳудудлар бўйича фаол оқсоқолларни жалб қилиш лозим.*

Юқоридаги муаммоларни биринчи навбатда ҳал қилиб олгандан сўнг босқичма-босқич кўйидаги масалаларни ҳам кўриб чиқиш вилоят туризм соҳасини истиқболдаги режалари бўлмоғи лозим.

1. *Бухоро шаҳрига тўғридан-тўғри келадиган **чартер рейсларни** йўлга қўйиш орқали туристик йўналишлардан бирига ўзгартириш орқали маблағларни иқтисод қилиш мумкин. Амалда Бухоро шаҳрида Европа ва бошқа давлатлардан тўғридан-тўғри рейслар мавжуд бўлмай, сайёҳларни шаҳримизга*

етиб келишда ҳам вақтдан ҳам маблағдан кўпроқ пул сарфланяпти. Агарда мана шу ортиб қолган вақтни сайёҳлар учун эркин вақт (free time) учун ажратсак, хунармандларимиз ва бошқа турдаги тадбиркорларимиз ишлаб чиқарган ёки яратган **миллий маҳсулотларимизни** кўпроқ реализация қилишимиз мумкин.

2. Бухоро шаҳридаги меҳмонхоналар ҳамда хунармандлар савдо марказларида **терминалларни** кўпайтириш ва **банкоматларни** ўрнатиш керак. Шунингдек, банкларнинг валюта айрбошлаш шахобчаларининг иш жадвалини вилоят банклари ҳал эта олмаяптилар, бу масалани сайёҳларнинг меҳмонхонада яшаш вақти билан ҳамоҳанг бўлиши зарур.

Ҳозирда фойдаланаётган йўналиш	кўп	Таклиф қилинаётган йўналиш	
Тошкент Самарқанд -354 км	-	Бухоро - Урганч 503 км	617 км масофа ютилади
Самарқанд - Бухара 268 км		Урганч- Бухоро 503 км	
Бухоро - Урганч 503 км		Бухоро Самарқанд 268 км	
Урганч - Тошкент 1120 км		Самарқанд Тошкент 354 км	
Жами: 2245 км		Жами: 1628 км	

3. Ўтказилган хатловдан сўнг Бухоро вилоятидаги тарихий объектларнинг ҳамда Бухоро шаҳрининг умумий кўринишини 3 D форматидаги фото ва видео лавҳаларини яратиш орқали сайёҳлар учун интерактив виртуал саёҳатни ташкиллаштириш лозим. Шунингдек электрон савдони жорий этиш мақсадида (меҳмонхонадан хоналарни, тарихий ва маданий объектлар ҳамда музейларга, паркларга кириш билетларини олдиндан бронлаштириш ва сотиб олиш) махсус сайт яратиш.

4. Шунинг алоҳида таъкидлаб ўтиш жоизки, вилоят туристик салоҳиятининг глобал интернет ресурсларидаги ташвиқоти ҳам талаб даражасида эмас. Масалан, туризм соҳасида машҳур бўлган **www.booking.com** ресурсида Тошкент шаҳридаги 32 та, Самарқанд вилоятидаги 32 та, Бухоро вилоятидаги 22 та ва **www.tripadvisor.com** веб-порталида эса Тошкент шаҳридаги 32та меҳмонхона ва 26та хонадон, Самарқанддаги 26 та меҳмонхона ва 31 та хонадон, Бухородаги 19 та меҳмонхона ва 27та хонадон рўйхати мавжуд бўлгани ҳавас қиларли даражада эмас. Ваҳоланки, ҳозирги кунда 100 га (2015 йил бўйича 86 та) яқин меҳмонхона фаолият юритмоқда. Бундан билиш мумкинки, рекламани янада ривожлантириб “Бухоро брендини” янада ошириш лозим.

5. Ўтказилаётган “Ипак ва зираворлар” фестивалига юртимизда фаолият юритаётган хорижий вакиллар билан бир қаторда “Берлин” “Лондон” каби халқаро туризм ярмаркаларида иштирок этиб Европанинг кўзга кўринган туризм ташкилотлари етакчилари ва вакилларини жалб қилиш орқали

шаҳримизнинг туризм соҳасини реклама қилишимиз мумкин. **Қолаверса** ҳозирда дунёда кечаётган иқтисодий нобарқарор аҳволда биз таклиф қилаётган хизматлар бошқа давлатларга қараганда арзонроқ бўлиши ҳисобига ҳам янги бозорларни эгаллашимиз мумкин. Шунингдек ушбу фестивалнинг бир қисмини туманлардаги мавжуд археологик ёдгорлик ва бошқа обидаларда ўтказиш ўша ҳудудларни янада ободонлаштириш билан бир қаторда кўпроқ танитади ва жалб қилади.

6. Ўзбекистонда ўтказиладиган “Халқаро туризм” ярмаркаларини Бухорода ўтказиш мумкин. Шунингдек турли халқаро ва минтақавий конференциялар, спорт мусобақаларини Бухоро шаҳрида ўтказиш. Мисол учун: бадий гимнастика, шахмат, шашка, теннис (шу жумлдан стол тенниси), курашнинг турли турлари қолаверса футбол бўйича Ўзбекистон терма жамоасининг баъзи ўйинларини Бухоро шаҳрида ўтказиш имкони мавжуд. (Маълумот учун “Бухоро” марказий уйингоҳи “Бунёдкор стадионидан кейинги ўринда 25000 мухлисни сиғдира оладиган мажмуа бўлиб ҳисобланади.”)

7. Нафақат Республикамизда шу билан бирга МДХ машҳур санаториялардан бири ҳисобланган “Ситораи Моҳи-хосса” санаториясининг “В” блокига амалда фаолият юритмаслиги эвазига сиҳатгоҳ тахминан 55-60% қувват билан ишламоқда. Агарда ушбу қисм ҳам таъмирланса, сайёҳларга тиббий туризм хизматини таклиф қиламиз. Бунинг учун маҳаллий ва хориждан кўпроқ сайёҳларни жалб этиш мақсадида маҳаллий ва хорижий ОАВлари орқали реклама-тарғибот қилиш ва вилоятда тиббиёт туризмини ривожланишига сабаб бўлади.

8. Шунингдек халқ табобатида кенг маълум бўлган аммо амалда кам қўлланадиган “Қум” ва “Туз”га кириш учун ҳам соҳани ривожлантиришдаги имкониятлардан бири бўлиб ҳисобланади. Сабаби Бухоро шаҳри атрофи ёз ойларида жуда иссиқ ва “Қум” ва “туз”га киришга қулай. Гарчи ушбу соҳанинг ҳам мухлислари бўлсада, ушбу соҳада хизмат кўрсатиш сифати қониқарли эмас. Боз устига ушбу соҳани кўпроқ тарғибот ташвиқот қилиш лозим.

9. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 19 майдаги ПҚ-2980-сонли “2017-2019 йилларда Бухоро вилояти ва Бухоро шаҳрининг туризм салоҳиятини жадал ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ижросини таъминлаш мақсадида ажратилаган 10Га даги ер майдони ҳозирда шаҳарнинг “Кўҳна ва боқий Бухоро” монументи жойлашган ҳудудда барпо қилинаётганлигини инобатга олиб, мазкур ҳудудга яқин **“Ситораи Моҳи-хосса” МФЙ ҳудудида балиқчилик ва овчилик** учун қулай ҳудуд бўлганлиги боис ушбу ҳудудда “кемпенг” лар ташкил қилиш лозим. Экотуризм йўналишида Когон туманидаги “Жайрон” эко кўриқхонаси ва Пешку туманида “Қорақир” замирида эко туризмни ривожлантириш мумкин. Сунъий балиқ ҳавзаларини ташкил қилиш орқали балиқ овчилигини йўлга қўйиш мумкин.

10. Шаҳарнинг тарихий қисмида олиб борилаётган хунармандлар растаси қурилиш ва тарихий обидаларни таъмирлаш ишларида сайёҳлар учун қулай инфраструктурани яратиш лозим.

*Явмутов Д.Ш., доцент, и.ф.н.,
Бухоро давлат университети*

БУХОРОДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ХУДУДНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИДАН ФОЙДЛАНИШ

Туризм жаҳон ва айрим мамлакатлар иқтисодиётнинг жадал ривожланётган соҳаларидан бирига айлангани ҳеч кимга сир эмас. Халқаро савдода уни бежизга жаҳон иқтисодиётининг кучли бешта соҳаси қаторига киритишмайдилар. Мазкур соҳа айрим минтақаларнинг, мамлакатларнинг ва шаҳарларнинг ялпи даромадининг асосий манбаи ҳисобланади. Бир сўз билан айтганда жаҳон иқтисодиётини, хўжалигини белгилаб берувчи асосий тармоқлардан биридир.

Туризм соҳасини 2017 йил якунлари бўйича таҳлил қилсак, соҳада жаҳон ЯИМнинг 10 %и яратилган. Унда 1,235 млрд. халқаро турист иштирок этган, туризм экспорти – 1,4 трлн. долларни ёки кунига 4 млрд. долларни ташкил этди. Соҳада 1,220 трлн. доллар ялпи даромад кўрилди. Дунё бўйича ўртача ҳар 10 кишидан 1 нафари туризм соҳасида хизмат қилади.

Ўзбекистон Республикасида юқоридаги рақамларнинг маҳаллий кўринишлари қуйидагича: мамлакатимизга 2017 йилда 2,69 млн. хорижий фуқаролар ташриф буюрган; 1,581 млн. долл. туризм хизматлари экспорти амалга оширилган; юртимизда 560 туроператорлар ва 850 жойлаштириш воситалари мавжуд.

2017 йилдан Ўзбекистон туризм соҳасида янги давр бошланди. Мамлакатимизда туризмни, жумладан, ички ва халқаро туризмни ривожлантириш давлат сиёсати даражасига кўтарилди. Яқин икки йил ичида чиқарилган фармон ва қарорлар, улар орқали туризм соҳасида тадбиркорларга яратилаётган преференциялар ва имтиёзлар, турли давлатлар билан ўзаро виза режимларининг соддалаштирилаётгани, маҳаллий аҳолининг ички туризмда иштироки учун берилаётган имтиёзлар ва имкониятлар шулар жумласидандир.

Берилаётган мазкур имтиёзлардан фойдаланган ҳолда маҳаллий ва халқаро туризмни ривожлантиришга ҳар бир ўзбекистонлик ўзининг ҳиссасини қўшиши зарур деб ҳисоблаймиз. Бунда дам олиб туриб ҳам соҳа ривожига ўз ҳиссасини қўшган ҳисобланади.

Туризмни ривожлантириш деганда биз кўр-кўрона хорижий давлатлар, туризм ривожланган минтақалар ва шаҳарлар тажрибасини тўғридан-тўғри қўллаб бўлмайди. Яқинда бир мақола ўқиб қолдим, мақола муаллифи Париж шаҳрига йилига 15 миллион сайёҳ ташриф буюргани, бу рақам ҳатто бизни мамлакатимизга ташриф буюрган сайёҳлардан ҳам кўплигини таъкидлаган. Бунинг бир қанча кўзга кўринадиган ва кўринмас сабаблари мавжуд.

Париж ва Франциядаги туристик шароитни Ўзбекистон ва Бухорода бирданига шакллантириб бўлмайди. Бунинг ўзига хос сабаблари мавжуд. Буларни ички ва ташқи омиллар деб ҳам ажратсак бўлади. Ички омиллар деганда ҳудуднинг туризмни ривожлантиришда инобатга олиш зарур бўлган ўзига хос томонлари, аҳолиси, унинг сони, ижтимоий ва касбий таркиби,

турмуш даражаси, минталитети, иқтисодиётининг тузилиши, инфраструктурасининг ҳолати каби омилларни киритамиз.

Ташқи омиларга эса табиати ва табиий шароити, мамлакатдаги ва унинг яқин қўшниларидаги сиёсий вазият, маъмурий-ҳуқуқий тизим, ҳудуднинг бошқа ҳудудларда маълум ва машҳурлиги каби омилларни киритиш мумкин.

Бухоро шаҳри ва вилояти мисолида туризмни ривожлантиришнинг ўзига хос жиҳатларини инобатга олишни қараб чиқсак, қуйидагиларга дуч келамиз.

Ҳамма жойда ҳам туризмни, иқтисодиётни ривожлантириш учун мазкур ҳудуд тўғрисида бизда тўлиқ маълумот бўлиши зарур. Ушбу мақолани ёзиш арафасида, зарурат туғилиб, соҳа мутасаддиларидан, тегишли мутахассисларидан Бухоро вилоятининг туристик потенциали тўғрисида маълумотлар сўраганимда, ўзим хоҳлаган жавобни ола билмадим.

Тўғри, Бухоронинг тарихий, археологик, иқтисодий имкониятлари, базаси тўғрисида бирқанча маълумотлар мавжуд (меҳмонхоналар сони, туроператорлар сони, ташриф буюрган сайёҳлар сони ва ҳ.к.). Бироқ булар ҳам тўлиқ эмас ва улар вилоятнинг туристик салоҳиятини тўлиқ намоён қилиб бера олмайди.

Бизнинг таклифга кўра вилоят туристик салоҳияти маълумотлар базасини яратиш лозим (вилоятлар базаси асосида Республиканикини). Унда Бухоро вилоятининг табиатидан тортиб, тупроғи, ўсимлиги, ҳайвонлари, рельефи, экологияси, минерал булоқлари, кумликлар, чўл ҳудудлари, даволовчи хусусиятли, балчиқли ва бошқа рекреацион ҳудудлари, аҳолиси, унинг турмуш тарзи, корхоналари ва б. Ушбу маълумотлар базасида туризмни ривожлантириш лойиҳалари, дастурлари тузилиши лозим.

Мазкур маълумотлардан фойдаланган ҳолда соҳани ривожлантириш учун тегишли мутахассислардан иборат тадқиқотчилар гуруҳларини шакллантириб, аввало Бухоро вилоятининг туризмни ривожлантиришда ўзига хос томонларини белгилаб олиш зарур бўлади. Ушбу маълумотлар туристларни жалб қилиш билан бирга энг аввало соҳани кам харажатлар эвазига самарали ривожлантиришга асос бўлади.

Оддийгина битта омил (бундай омиллар анчагина ва уларнинг ҳар бири илмий ёндошувни талаб қилади) мисолида Бухорода туризмни ривожлантириш имкониятларини кўриб чиқайлик.

Бухоро шаҳрининг географик жойлашган ўрни. Шаҳар чўл иқлими ҳукмрон, қурғоқчил ҳудудда, текис рельефда жойлашган. Шаҳарнинг географик жойлашуви омили бошқа омилларнинг ҳам шаклланишига асос бўлади. Унинг иқтисодиёти, ижтимоий соҳалари, табиати ва табиий бойликлари, тарихий обидалари, урф-одатлари ва ҳ.к.

Шу сабабдан Бухоро шаҳри ва вилоятида туризмни ривожлантиришда унинг географик жойлашувини инобатга олиш муҳим аҳамият касб этади. Чўл минтақасида, қурғоқчил иқлимли ҳудудда жолашгани, Бухорода туристик объектларни кўришда, туристик хизматларни шакллантириш ва амалга оширишда ушбу кўрсаткичларни инобатга олиш, келаётган сайёҳлар сонини янада ортишига олиб келади. Мазкур омил кураётган иморатларда ёзнинг ўта иссиқ, қишнинг совуқ бўлишини, ер ости сувларининг, захнинг ер бетига

яқинлигини, шамол кам бўлсада, у асосан чанг-тўзонли содир бўлиши, табиий дарё ва сойларнинг йўқлиги, кўлларнинг камлиги ва мавжудларининг ҳам узоқ масофада жойлашганини, чўл яйловлари, барханлар, тўқайлар анча олисда жойлашганини, ўсимлик ва ҳайвонлари ҳаёт тарзи ўзига хослигини ва бошқаларни инобатга олиш зарур.

Биргина мисолни икки ҳолатда кўрсак бунга янада яққол амин бўламиз. Масалан ҳозирда қурилаётган иморатларимизда вилоятнинг табиий-экологик, рельеф тузилиши хусусиятлари кўпинча инобатга олинмайди ва шу сабаб уларнинг ташқи дизайнини ташкил этувчилари (юза қопламаси, бўёғи, нақшлари) қисқа муддатда (5-10 йилда) кўриниш жозибасини йўқотмоқда, яъни ранги сўлмоқда, офтоб олади, қопламаси зах оқибатида кўчиб тушади ва ҳ.к.

Иккинчи ҳолатда бир неча юз, айримлари ҳатто минг йиллик қадимий ёдгорликларимизда эса бундай қисмлари ҳали ўзининг жозибасини йўқотмаган. Чунки, тажрибали ота-боболаримиз уларни қуришаётганда, ҳудуднинг ўзига хос томонларини, табиий-экологик шароитларини инобатга олишган ва иншоатларни соф табиий маҳсулотлардан яратишган. Ушбу иншоатларни қуришда ҳудуднинг ўзига хос хусусиятларига мос, уларга жавоб бера оладиган, меъёридаги материаллардан ва қуриш технологияларидан фойдаланишган.

Бухорода туристларга хизмат қилиш, сервис ишларини ошлиб боришда ҳам ҳудуднинг ўзига хос томонларини инобатга олиш катта аҳамият касб этади. Иқлимнинг қурғоқчиллиги, намликнинг камлиги, ҳаводаги чанг зарралари микдорининг бошқа ҳудудларга нисбатан кўплиги, куёш радиациясининг юқорилиги, сув ва тупроқда минерал таркибнинг нисбатан оғирлиги етиштирилаётган қишлоқ хўжалик маҳсулотлари таъмида акс (бошқа ҳудудлардагига нисбатан мазали ва калорияли бўлиши шундан) этиши каби кўрсаткичларни инобатга олиш керак.

Умуман хулоса қилиб айтганда, Ўзбекистон республикаси, жумладан Бухоро вилоятининг ижтимоий-иқтисодий, табиий-экологик хусусиятларини тадқиқ этиш ва улардан қилиб чиққан ҳолда туристик хизматларни кўрсатишни ташкил этиш соҳанинг янада самарали ривожланишига олиб келади ҳамда Ўзбекистоннинг туристик жозибадорлигини оширади.

*Atoyeva R.O., Qodirov Sh.S.,
Buxoro shahri, O'zbekiston*

TURIZM MAMLAKATIMIZNING ERTANGI KUNI

Sayyohlik sohasi dunyo iqtisodining eng jadal rivojlanayotgan sohalaridan biridir. Uning keng qamrovli taraqqiyoti esa, ko'plab mamlakatlar uchun katta daromad manbayiga aylanib bormoqda. BMTning Jahon sayyohlik tashkiloti ma'lumotiga ko'ra 2015 yilda dunyo bo'yicha 1 milliard 184 million sayyoh qayd etilgan bo'lsa, 2016 yil yakuni bo'yicha bu ko'rsatkich 1 milliard 235 millionga ya'ni, 3.9 foizga oshgan. Sayohatchilarga ko'rsatilgan eksport xizmatlari qiymati 2015 yilda qariyb 1,5 trillion AQSh dollarini tashkil qilgan. 2016–2017 yillarda bu raqamlarda katta tafovutni ko'rish mumkin. Bundan ko'rinib turibdiki, sayyohlik sohasi bugungi kunning eng muhim iqtisodiy sohalaridan biriga aylandi. Shu bois dunyoning ko'plab

davlatlari ushbu sohani yanada rivojlantirish, bu borada tegishli infrastrukturani jahon standartlari darajasida yaratish va sayyohlar oqimini oshirish bo'yicha barcha choratadbirlarni amalga oshirish bo'yicha bir qancha loyihalar ishlab chiqilmoqda [1].

Turizmning samaradorlik darajasi quyidagi raqamlarda o'z aksini topgan: 2015 yilda eng ko'p xorijlik mehmonlarni qabul qilishda Fransiya (83,7 million), AQSh (74,8 million), Ispaniya (65,0 million), Xitoy (55,6 million) va Italiya (48,6 million) kuchli beshlikda turishibdi. Germaniya, Buyuk Britaniya, Rossiya va Meksika kuchli o'ntalikdan joy olgan. Biroq bu ko'rsatkich bo'yicha Yevropa va Osiyoning bir nechta shaharlari yetakchilik qilmoqda. Bunga misol qilib Hongkong (27,7 million), London (17,4 million), Singapur (17,1 million), Bangkok (16,2 million) va Parij (15,0 million) singari shaharlarni keltirish mumkin. Butunjahon turizm va sayohatlar bo'yicha kengashi (BTSK) tomonidan berilgan bahoga ko'ra, O'zbekiston sayyohlar tashrifi bo'yicha dunyo mamlakatlari orasida 150-o'rinni egallaydi. Yurtimiz jahon sayyohlik bozorida o'z o'rniga ega bo'lishiga qaramasdan, turistlarga qulay sharoit yaratish, servis xizmatini yaxshilash, sayyohlik obidalarining jozibadorligini oshirish va reklamani kuchaytirish kabi masalalar past darajada yo'lga qo'yilgan. Turizm bo'yicha raqobatbardosh mamlakatlar reytingida dunyodagi (madaniy zaxiralar, arzon infratuzilma, sayyohlik mahsulotlari narxi, xavfsizlik darajasi bo'yicha) eng jozibador 140 ta sayyohlik maskani qayd etilgan bo'lib, ushbu ro'yxatda Qozog'iston 85-o'rin, Qirg'iziston 116-o'rin, Tojikiston 119-o'rinni egallagan, O'zbekiston esa Markaziy Osiyo davlatlari o'rtasida eng oxirgi o'rinda turibdi [2].

O'zbekiston– 7300 dan ortiq qadimiy -me'moriy va tarixiy obidalarga ega. Ularning ko'pchiligi Samarqand, Buxoro, Xiva, Shahrisabz, Termiz, Qo'qon va Toshkent shaharlarida joylashgan. Yurtimizdagi 200 dan ziyod tarixiy yodgorlik va obidalar YuNeSKOning madaniy merosi ro'yxatiga kiritilgan. Bu tarixiy obidalar sayyohlik sohasini rivojlantirish uchun muhim ahamiyatga ega. Sayyohlarni ohanrabodek jalb qilish hozirgi zamonning dolzarb masalalaridan biri sanaladi. Ana shunday usullardan ayrimlari bilan tanishib chiqamiz.

- ✓ Zamon talabiga javob beruvchi ko'pgina mehmonxonalarni barpo etish. Mehmonxonalarda qulay narxlarni belgilash va xushmuomalalikni shakllantirish;
- ✓ Turizmning yangi inovatsion yo'nalishlarini yo'lga qo'yish;
- ✓ Sayyohlik sohasidagi targ'ibot –tashfiqot (ayniqsa reklama) ni keng yo'lga qo'yish;
- ✓ Yurtimiz bo'ylab o'tkaziladigan festivallar e'lonini internet saytlarida joylashtirishni keng yo'lga qo'yish;
- ✓ Madaniy va tarixiy obidalarimizning jozibadorligini butun dunyoga ommaviy-axborot vositalari yordamida targ'ib etish;
- ✓ Turistik faoliyatni amalga oshiradigan tashkilotlar faoliyati kengaytirish;
- ✓ Xizmatlar sohasi yaxshilash;

Bu va boshqa ana shunday turizm sohasini rivojlantirish usullarini keng yo'lga qo'yish yaqin yillarda yurtimizda *yalpi ichki mahsulotidagi turizm sohasining ulushi 5 foizni tashkil etishi ko'zda tutilmoqda.*

Muxtasar qilib aytganda, turizm sohasini rivojlantirish mamlakatimizni yanada gullab yashnashida, hattoki, yurtimizning chekka-chekka hududlaridagi infratuzilmasining yaxshilanishida muhim o'rin tutadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. <https://www.mf.uz/uz/novosti-uzbekistana.html>
2. http://kun.uz/uz/news/turizmni_rivojlantirish_istiqbollari

*Hamroyev H.R., i.f.n., dotsent,
“Turizm” kafedrasini mudiri,
Buxoro davlat universiteti*

SAVG`OTI ISHLAB CHIQRISHNING NAZARIY ASOSLARI

Buxoro shahrida har yili o'tkazilib kelinayotgan “Ipak va ziravorlar” festivalida ko'plab turli millatdagi sayyohlar hamda festivalda o'zlarining mahsulotlari bilan qatnashib kelayotgan hunarmand ustalarning soni yildan yilga o'sib kelmoqda.

Turizm hunarmandchiligi turli xil soha va xizmatlardan tashkil topgan bo'lib, ular o'zlariga xos ish faoliyatlariga ega bo'lishsada, bir biriga o'xshash ehtiyojlari mavjud. Jumladan: mahsulotni rivojlantirishga bo'lgan ehtiyoj; ishlab chiqarishni rivojlantirishga bo'lgan ehtiyoj hamda bozorga kirish kabilar.

Sohalar turli xil bo'lsada hammasining maqsad vazifasi ma'lum bir mahsulot turining sifat darajasini oshirish, qo'lda yasalgan mahsulotlarning ham mahalliy aholi ham chet ellik tashrif buyuruvchilar nazaridan joy olishini ta'minlashdir. Shu bois, turizm hunarmandchiligi soha vakillari hozirgi zamon ishlab chiqarish darajasi va savdo sotiq tamoyillaridan kelib chiqqan holda ma'lum bir reja asosida ish yuritishadi. Har bir soha uchun, u yerda qanday hunarmandchilik mahsuloti ishlab chiqarilishiga qarab, o'zlariga xos nomlariga ega bo'lishadi hamda barchalari Buxoro hunarmandchilik jamiyatiga qarashli hisoblanib, ma'lum bir brend ostida faoliyat yuritishadi. Albatta bunda barcha soha vakillarining birgalikda hamjihatlikda ishlashlari muhim bo'lib, ularning birgalikda faoliyat yuritishlari zaruriyat sanaladi, chunki bu hunarmandchilikni rivojlantirishga xizmat qiladi. Lekin bundan oldin, har bir soha vakillaridan turizmدا hunarmandchilikni rivojlantirishga xizmat qilishga bo'lgan xohishlari so'rab chiqiladi. Shundan so'ng, rozi bo'lgan vakillar bilan birinchi uchrashuv tashkil qilinib, bu jarayon uchun ma'lum talab va standartlar o'ylab chiqiladi. Uchrashuvda, tayyorlov kurslaridan o'tishi kerak bo'lgan vakillar aniqlanadi va jarayon boshlanishida qayta nazoratdan o'tkaziladi. Tayyorlov kurslarida qatnashchilar bepul o'tkazilayotgan kurslar evaziga o'z vaqtlari va resurslarini xarajat qilishadi. Bu orqali qatnashchilarning tayyorlov kursini jiddiy qabul qilishliklariga erishiladi. Yuqorida aytib o'tganimizdek, tayyorlov kurslardan maqsad, hunarmandlar mahsulotlarining hozirgi zamon bozor talablariga javob berishilishiga erishish, hamda bu orqali turizmni yanada rivojlantirish.

Turistlarni mahsulotga kelishidan, mahsulotning o'zi turistda yetib borishi osonroq. E'tiborimizni Buxoro turizmiga qaratadigan bo'lsak, bu yerda turistlar hunarmandchilik mahsulotlarini ko'pincha biror yodgorlik chiqish eshiklarida, mehmonxonalarda, shaharda joylashgan mahalliy do'konlarda hamda festivallarda xarid qilishadi.

Hozirgi vaqtda, qo'lda yasalgan mahsulotlarni ishlab chiqaruvchilar mahsulot rivoji uchun zarur barcha ishlarni o'zlari qilishsada, ishlab chiqaruvchilar, dizaynerlar

va marketologlar sohani rivojlantirishlari uchun o'z javobgarlik hissiga ega bo'lishlari kerak, ya'ni o'z ishlarini o'zlari bajarishlari shart.

Boshqacha qilib aytganda, ishlab chiqaruvchilar ishlab chiqarish jarayonida mahoratli bo'lishlari mumkin, lekin savdo ishlarida tajribasiz bo'lishlari mumkin. Savdo ishi bo'lsa marketologlarning ishlari hisoblanadi. Har bir soha o'z vakillari tomonidan bajarilishi lozim. Faqat shundagina, hunarmandchilik mahsulotlari turizmni rivojlantirishda yetarli xizmat ko'rsatadi.

O'zbekistonda turistik-maskanlarda turistlar uchun xizmat qiluvchi do'konlarning xizmat ko'rsatish sifatini oshirish, ularning hunarmandchilik mahsulotlarini sotishlariga imkoniyat yaratib berish zarur. Yuqorida aytib o'tilganidek, keng qamrovda o'tkazilgan tayyorlov kurslari do'konlar xizmat sifatini oshirib, ularning turistlar ehtiyojini qondirishlariga xizmat ko'rsatadi. Buxoro turistik do'konlarida mahalliy qo'lda tayyorlangan mahsulotlar savdo sotig'ini rivojlantirib, boshqa hududlar, ya'ni Xiva, Samarqand, Shahrisabz va boshqa shahar va tumanlar hunarmandchilik mahsulotlari savdo sotiini boshlash kerak.

Mahsulotlarga bo'lgan ehtiyoj oshgan taqdirda, yanada ko'proq hunarmandchilik do'konlari ochiladi yoki bo'lmasa mavjud do'konlar yirikroq qilinib quriladi. Bunda davlat tomondan sarmoyalar va bank kreditlari soha vakillariga yordam sifatida berilishi mumkin. Hunarmandchilik do'konlari joylashuvi ham turizm rivojlanishiga o'z ta'sirini o'tkazmay qo'ymaydi. Ular ko'pincha, Buxoro misolida ko'radigan bo'lsak, mehmonxona yaqinlarida, turistlar ko'p qatnaydigan joylarda, masalan Kalon majmuasi va Ark majmuasida qurilishi mumkin. Bunday do'konlarni shahar chetida yoki turistlar ko'p qatnamaydigan joyda qurib, u yerga turistlar oqimini kutish behuda ish sanaladi albatta. Bundan tashqari, mahalliy qo'lda yasalgan mahsulotlar brendi va dizayni o'ziga xos bo'lishi lozim, chunki chet ellik tashrif buyuruvchilar ularni import qilingan boshqa mahsulotlardan ajrata olishlari lozim.

Mehmonxonalar va mahalliy hunarmand ishlab chiqaruvchilar birgalikda hamjihatlikda ishlashlari uchun shart – sharoitlar yaratib berish lozim. Mehmonxonalarni hunarmandchilik mahsulotlarini reklama qilishga va sotishga jalb qilish zarur. Ularning mahalliy ishlab chiqaruvchilar bilan mahsulotni kelishilgan narxlarda sotilishini, ikki tomonlama foyda bo'lishi uchun har ikki tomon uchun ham ma'qul bo'ladigan dizaynni o'ylab olishlari kerak. Faoliyat boshlanishida mehmonxonalar hunarmandlarni kerakli mahsulot hajmidan boxabar etishlari, hunarmandlar bo'lsa shu mahsulotlarni tez orada sifatli holda yetkazib berish chorasini ko'rishlari shart.

Hunarmandlar o'z mahalliy bozorlari bilan kifoyalanib qolmasdan, boshqa viloyatlar bozorlariga ham o'z mahsulotlarini chiqarishlari, bunda ular reklama, transport qilish xizmati, marketing va boshqa xizmatlaridan foydalanishlari kerak.

Quyida ishlab chiqaruvchi hunarmand va olib sotar savdogarlar o'rtasidagi munosabatning 3 yillik rivojlanish rejasi ko'rib chiqiladi:

1-yil

- Mavjud olib sotar savdogarlarni tayyorlov kurslaridan o'tkazib, ularni hozirgi zamon savdo sotiqli tizimi bilan tanishtirish, mijozlarga xizmat ko'rsatishni o'rgatish, mijoz xohish istaklaridan boxabar etish;

- Ularni mahalliy hunarmand ishlab chiqaruvchilar bilan tanishtirish;
- Boshqa ishlab chiqaruvchi hunarmandlarni izlab topish;
- Buxoro gid kitoblarida barcha hunarmandlar va olib sotar savdogarlar do'kon manzillari yozib borish;

- Mahalliy qo'lda yasalgan mahsulotlarni turistlar nazaridan chetda qoldirmaslik uchun turli xil festivallar o'zkazish;

- Mahalliy qo'lda yasalgan mahsulotlarni sotishga rozilik bildiruvchi mehmonxonalarni aniqlash;

- Yil oxirida barcha soha vakillari, shu jumladan ishlab chiqaruvchi hunarmandlarni ham jamlab yillik hisobot berish.

2 va 3 – yillar

- Olib sotar savdogarlarning har yillik qayta tayyorlov kurslarini davom ettirish;

- Buxoroning boshqa joylarida ham ishlab chiqaruvchi hunarmandlar va olib sotar savdogarlarni bir birlari bilan tanishtirish;

- Mavjud mahalliy hunarmandchilik mahsulotlariga brend o'ylab topish;

- Ishlab chiqaruvchilar uchun turistlar haqidagi turli xil ko'rgazmalar o'tkazilishi;

- Mehmonxona va boshqa turizm maskanlari bilan yaqindan kelishib ularda hunarmandchilik mahsulotlari savdo sotiini yo'lga qo'yish;

- Turizm savdo sotiini rivojlantirish uchun hunarmandchilik faoliyatini yanada kengaytirish.

Ma'lum hunarmandchilik mahsuloti brendini yaratishda uning qanchalik darajada turistlar tomonidan ma'qul ko'rilishiga bog'liq. Shu sababli, turistlarni yangi ishlab chiqarilayotgan mahsulotlardan boxabar etish, ular tashrif buyurayotgan turistik maskanda mavjud hunarmandchilik do'konlaridan xabardor etish va bundan tashqari turistlarga ma'lum mahsulot turini sotib olish sabablarini tushuntirish; noyob hunarmandchilik mahsulotlarini boshqalaridan qanday qilib ajratish o'rgatiladi. Turistik maskanlarda afisha va reklamalarda brend ostidgi yangi hunarmandchilik mahsuloti haqida doimiy yangiliklar berib turilishi ham kerak. Hozirgi zamon standartlariga javob berish uchun hunarmandlarning umumiy mahoratlarini va ishlash prinsiplarini oshirish zarur.

Turli xil tayyorlov kurslari hunarmandlarning ish faoliyatida yakka holda ishlashlariga majbur qilgan bo'lsada, bu tayyorlov kurslari umumiy qilib olganda hunarmandchilikning turizm rivojiga katta ta'sir ko'rsatishiga olib keladi. Uni yanada rivojlantirishda tayyorlov kurslarida malakali o'qituvchilarning mavjudligi ham muhim rol o'ynaydi. Har bir tayyorlov kurs boshlanishidan oldin, mazkur kurs hunarmandchilik sohalariga qay tarzda ta'sir ko'rsatib, sifat darajasini qanday darajada oshirishini hisob qilib olish zarur. Bundan tashqari, har bir tayyorlov kurslari doimo amaliy mashqlarni o'z ichiga olishi, hunarmandlarning kurs davomida egallagan bilim-ko'nikmalari tajribada sinab borilishi kerak.

Ma'lum bir hunarmandchilik mahsulotini yaratishda va unga o'ziga xos dizayn berishda ishlab chiqaruvchi hunarmandlarga mahalliy dizaynerlar, lozim bo'lganda chet ellik mahoratli dizaynerlar ham jalb qilinishi kerak. Ularning bir jamoa bo'lib ishlashlari mahsulotning yuqori sur'atlarda rivojlanishiga olib keladi. O'ylangan mahsulotlar mahalliy aholi qadriyatlarini va an'analarini o'zida mujassam etishi zarur,

ularning turizm bozori hayotidagi tutishi kerak bo'lgan o'rni o'rganib chiqilishi kerak. Ishlab chiqarilishi kerak bo'lgan yangi mahsulot qancha xom-ashyo talab qilishi, bundan tashqari hunarmandlarning mazkur mahsulot uchun bilim-ko'nikmalari yetarli bo'lishligiga ishonch hosil qilinadi.

Shuni yodda tutish joizki, ishlab chiqaruvchi hunarmandlarning turizm bozoriga kirib borishlari ularning yaratayotgan mahsulot sifatiga bolliqdir. Albatta, yangi mahsulotlar ustida ishlash, ularni ishlab chiqarish uchun ko'p vaqt sarflanishi mumkin. Bu jarayon ma'lum miqdorda xom-ashyolar ham talab qiladi. Bir mahsulot turi ustida 3-4 yil ham ish olib borilishi mumkin. Lekin aynan mana shu jarayon hunarmandchilik mahsulotlarini omma orasida mashhur bo'lishiga olib keladi va turistlar e'tiborini qozonishga sabab bo'ladi.

Quyida hunarmandchilik mahsulotini rivojlantirishning 3 yillik rejasi:

1-yil

• Mahsulot yaratishdan oldin, har bir soha vakillari malakasi baholanadi: ularning mahoratlari tekshirilib, bozor iqtisodiyotini rivojlantirishga bo'lgan qiziqishlari aniqlanadi;

• Mahsulot yaratilishiga chet ellik dizaynerlarni jalb qilish;

• Mahsulotning ilk ko'rinishlarini yaratish, zarur o'zgartirishlarni bajarish;

• Mahsulot brendi rivojlanishi uchun mahalliy dizaynerlar bilan suhbat olib borish;

• Mahsulot ishlab chiqarilgandan so'ng uning sifat darajasini tekshirish;

• Mahalliy dizaynerlar uchun tayyorlov kurslari olib borish;

• Chet ellik dizaynerlarning mahalliy dizaynerlar bilan yaqindan ish olib borishlari;

• Mahsulot ilk ko'rinishiga o'zgartirishlar kiritishni davom ettirish hamda turizm bozoriga tayyorlash.

2 va 3 – yillar

• Mahalliy dizaynerlar qayta tayyorlov kurslarini doimiy olib borish;

• Turizm bozorining hozirgi sharoitidan kelib chiqqan holda mahsulotga zarur o'zgartirishlar kiritishni davom ettirish;

• Mahsulotni turizm bozoriga chiqarish.

Ishlab chiqarishni rivojlantirish.

Ishlab chiqarishni rivojlantirish hunarmandchilik mahsulotlarining turizm bozorida rivoj topib ketishlarida muhim omil sanaladi. Bunda ishlab chiqarishda zarur bo'lgan texnologiyalarni mavjudligi, ishlab chiqarish ish joyida hunarmandlar uchun barcha shart-sharoitlarning yaratilganligi, hunarmandlarning texnik qismlarini yuritishda bilim-ko'nikmalarga ega ekanliklari hisobga olinadi.

Quyida ishlab chiqarishni rivojlantirishning 3 yillik rejasi ko'rib chiqiladi:

1-yil

• Hunarmandlar uchun zarur shart-sharoitlarni yaratib berish hamda ularning texnik qismlar borasida bilim darajalarini mustahkamlash;

• Ishlab chiqarishni rivojlantirishni boshlash.

2 va 3 – yillar

• Mahsulot ishlab chiqarishni davom ettirish.

Sarmoyalar va kreditlarning mavjudligi.

Izlanishlardan shu narsa ma'lum bo'ldiki, Buxorodagi ko'pgina hunarmandlarda sarmoyaning kamligi aniqlandi. Bu turizm bozorida hunarmandchilik mahsulotini rivojlantirishda katta to'siq bo'ladi va buning yechimi mahalliy kichik banklar bilan hamkorlik qilishdadir.

Quyida bank kreditlarini hunarmandchilik mahsulotlarini ishlab chiqarishga jalb qilishning 3 yillik rejasi:

1-yil

-Kredit beruvchi banklarni aniqlash va hunarmandlarga kreditlar olib berish.

2 va 3 – yillar

-Ishlab chiqarishni rivojlantirib mavjud kreditlarni to'lab borish.

Yagona maqsad yo'lida, hunarmandchiligimizni asrab avaylash, yuksaltirish va tanitish uchun hunarmandlar mahallalarini qayta bir joyga bir kompleks sifatida to'plab uni barpo etish, hunarmandchilik mahsulotlari o'z brendi asosida ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish zarur deb o'ylayman.

Turizmni rivojlantirib mamlakatimiz iqtisodiyotimizga foyda keltiruvchi omillarni tadbiq etishimiz zarur.

*Oripov M.A., i.f.n., dotsent,
Buxoro davlat universiteti*

BUXORO VILOYATIDA HUNARMANDCHILIKNI AN'ANAVIY SOHALARINI RIVOJLANTIRISH YO'NALISH VA ISTIQBOLLARI

Hunarmandchilik qadimiy soha sifatida milliy iqtisodiyotni rivojlanishiga salmoqli ulushga egadir. Ayniqsa, hunarmandchilikning an'anaviy sohalari: nonvoylik, sartaroshlik, zargarlik, misgarlik, to'qimachilik, tikuvchilik, temirchilik kabi an'anaviy sohalar uzoq tarixga ega bo'lib, ular ayni paytda ham o'z ahamiyati va maqomini yo'qotmagan holda rivojlanishda davom etmoqda. Garchi nomlari ko'rsatilgan kosiblikka asoslangan yakka hunarmandchilikka raqobatchi sifati hozirgi davrda innovatsion mashinalashgan texnologiyalarga asoslangan sanoat korxonalarini shakllanib rivojlanayotganligiga qaramasdan, qo'l mehnati bilan ishlab chiqarilayotgan zargarlik, misgarlik buyumlari, to'qimachilik, tikuvchilik mahsulotlari, tandirda yopgan non kabilarga aholi va sayyohlarning talabi o'sib bormoqda. Ayniqsa, Buxoro hunarmandlari tomonidan chiqarilayotgan "Buxoro", "Fors" gilamlari, adras, atlas va turli materiallardan ishlangan suvinerlar quroqchilik mahsulotlari o'z raqobatbardoshlik va bozorgirligi bilan farq qiladilar. Shu bois, Buxoro viloyatida chet elda talabi katta bo'lgan hunarmandchilik mahsulotlarini ishlab chiqarilishini yanada kengaytirish kerak. Masalan, Buxoroda qo'lda ipak va jundan tabiiy bo'yoqlardan foydalanib gilamlar (1.5m x 0.90m, 2m x 1.5m, 2m x 3m) ga Fransiya, Italiya, Buyuk Britaniya, Germaniya va boshqa Yevropa davlatlarida aholining qiziqishi katta. Bunday gilamlarni ishlab chiqarilishi Buxoroda an'anaviy hunarmandchilik sohasi sifatida ko'pyillik yo'lni bosib, avlodan-avlodga o'tib rivojlanmoqda.

Qayd etish kerakki kashtado'zlik, zardo'zlik mahsulotlarini ishlab chiqarishda ham Buxoro respublikamizda va uning tashqarisida ham o'z nufuziga ega. Biroq, hozirgi davrda mazkur sohalarda hunarmandlar chiqarilayotgan tovarlarning

reklamasi va dunyo bozorida keng tarqatish marketing strategiyasi mavjud emas. Ya'ni hunarmandchilik mahsulotlarini ishlab chiqarilishi va sotilishi mamlakatimizning ichki talabini qondirishga yo'naltirilgan. Hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqarishni kengaytirish orqali aholining bandligi va daromadlarini yuksaltirish uchun, mazkur mahsulotlarga milliy va jahon bozorida talabni chuqur o'rganish asosida hunarmandchilik mahsulotlarini bozordagi harakati strategiyasini ishlab chiqib amalga oshirish maqsadga muvofiqdir.

Aytish joizki, islohotlar davrida mamlakatimizda hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqarish bilan birga hunarmandlar tomonidan aholiga turli xizmatlar ko'rsatish ham yuqori su'ratlar bilan rivojlanmoqda.(1-jadval).

1-jadval

BUXORO VILOYATIDA 1995-2015 YILLARDA AHOLIGA MAISHIY XIZMATLARI KO'RSATISH HAJMI (MLN. SO'M)*

	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Aholiga pullik maishiy xizmat ko'rsatish hajmi, jami	76,8	4241,7	18448,5	40546,1	44411,1	55005,7	84892,3	107673,1	138969,3
shu jumladan :									
poyabzal ta'mirlash va yakka tartibda tikish	2,3	520,3	374,2	1327,7	2078,9	2465,3	3455,7	4179,6	6486,2
Kiyim-kechaklarni tuzatish va yakka tartibda tikish	19,2	700,3	889,4	1701,6	2476,6	3031,6	4220,9	6016,4	8197,1
Radio, televizor apparatlari, maishiy xizmat mashinasi va asbob-uskuna, metall buyumlarni ta'mirlash va yasash	4,2	502,0	606,7	1641,5	2992,0	3786,2	5634,3	7331,2	11072,0
transport vositalariga texnik xizmat ko'rsatish va ta'mirlash	4,4	413,1	2297,7	5600,4	9502,0	11993,2	16526,6	20939,5	29663,0
mebel ta'mirlash va tayyorlash	1,2	122,0	121,3	521,3	855,9	976,3	1415,0	1762,9	2387,2

* Jadval Buxoro viloyati statistika boshqarmasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tayyorlangan.

1-jadval ma'lumotlari Buxoro viloyatida aholiga pullik xizmatlar ko'rsatish xajmi 1995-2015 yillarda doimiy o'sish tendensiyasiga ega bo'lgan. Viloyatda aholiga pullik xizmat ko'rsatishni rivojlantirishga hunarmandlar ham sazovor hissa qo'shganlar. Biroq jadvalda keltirilgan hunarmandchilik turlari bo'yicha xizmatlar ko'rsatishni yanada oshirish zaxiralari mavjud. Ayniqsa qishloqlarda viloyatimiz hunarmandlari ko'rsatayotgan maishiy xizmatlar bilan to'liq qamrab olinmagan. Ayrim qishloqlarda moishiy asbob-uskunalar va kompyuterlarni ta'mirlash va ularga texnik xizmat ko'rsatish talab darajasida emas. Shuningdek, hunarmandchilik mahsulotlarini ishlab chiqarish va xizmatlar ko'rsatishni sifatini oshirish va tashkil etish tizimini ham takomillashtirish zarur. Hunarmandlar tomonidan ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar va xizmatlarni sifatini oshirish uchun ularni malakalariga baho berib, qullariga malaka darajasini aks ettiradigan rasmiy hujjat berishni joriy etish maqsadga muvofiqdir. Chunki, ayrim hunarmandlar ma'lum vaqt usta shogird turib hunarni puxta o'rganmasdan faoliyat yuritmoqdalar. Buni oqibatida ular tomonidan ishlab chiqarilgan tovarlar yoki ko'rsatilgan xizmatlarning sifati past bo'lmoqda. Ayniqsa bunday kamchiliklar uylarni ta'mirlash va bezak berish, tikuvchilik kabi sohalarda ko'p ko'zga tashlanib, buyurtmachilarning noroziliklariga sabab bo'lmoqda.

Takidlash joizki, bir qator hunarmandlar yuridik shaxs sifatida ro'yxaydan o'tmasdan faoliyat yuritmoqdalar. Bunday hunarmandlarni ro'yhatga olish maqsadga muvofiqdir. Chunki ular ish bilan band bo'la turib, ish stajiga ega bo'lmay yuribdilar. Shuningdek, "usta-shogird" tizimida fajliyat yuritayotgan barcha usta va ularning shogirdlarini ham rasman ro'yxatga olib, shogirdlarga o'rnatilgan tartibda hujjat berishni ta'minlash yaxshi samara beradi. Nomdor hunarmand ustalarni tayyorlaydigan shogirdlarini faoliyatiga qarab rag'batlantirishni yo'lga qo'yish ham sohada kadr tayyorlash va tovarlar sifatini oshirishga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Khurramov O.K.

*senior lecturer, department of tourism,
Bukhara state university, Uzbekistan*

TOURISM - THE EFFECTIVE INDUSTRY OF THE COUNTRY'S ECONOMY

What is the future of the tourism industry of the republic? Is it able to become a new driver for the national economy? Ask such questions can all whom the sphere of tourism is not indifferent. The Uzbek authorities are seriously puzzling the advertising incident and turning the country into a kind of Mecca for all inquisitive travelers.

Shavkat Mirziyoyev, was the refusal of the country's closeness. Despite the apparent benefit, this process was rather difficult.

The previous administration made a bet on security, while sometimes imposing unnecessary restrictions for both the guests and the citizens of the republic. For example, in an effort to protect a young independent state from unwanted guests of the special services, customs officers and diplomats determined that they would not take away any desire to come to the country.

Moreover, these restrictions also affected the Uzbeks themselves, for which special exit visas issued by the Ministry of Internal Affairs were introduced. In general, the authorities actively monitored that no one else came from abroad, and their own did not scatter in other countries. It is necessary to recognize that in difficult years of insecurity and a number of threats there were precautions. But the situation is changing, and you need to keep up to date.

Moves in this area began with the advent of the new president. True, even here it took a long and difficult journey. It would seem that at the end of 2016 the authorities finally approved a new order, within the framework of which, from April 1, 2017, the visa regime was completely canceled for tourists from 15 countries for a period not exceeding 30 days. In addition, the report should be accessible to citizens who have reached the age of 55, from 12 other countries.

However, a month later everything turned upside down. According to the new decree of the head of state, the abolition of visas for 27 countries, from above, was postponed until 2021. Six months later, in August 2017, a new benchmark appeared - a permanent working group was created to prepare proposals for the phased simplification of visa and registration procedures.

Then it seemed that the representatives of the power bloc re-entered the case, which would drag out this process for many years. But on February 10, 2018, a visa-free regime was introduced for a period of 30 days for citizens of seven states - Israel, Indonesia, South Korea, Malaysia, Singapore, Turkey and Japan.

Of course, these countries were chosen not by chance. For example, Turkey and South Korea - one of the largest investors in the economy of the country, representatives of these countries have long been living in the Uzbek market. Travelers from Indonesia and Malaysia form a promising stream of pilgrimage tourism, from Japan, Israel and Singapore - cognitive.

In addition, Uzbekistan with the same time has simplified the procedure for issuing tourist visas for citizens of 39 countries, including the United States, China, India, Australia and others. It provides for the issue of a visa within two working days, not counting the reception of documents, as well as cancels the requirement to provide a tourist voucher or an inviting legal or physical person to the Ministry of Foreign Affairs

Another positive moment - in Uzbekistan since May 1, 2018 will start issuing short-term visas to foreigners for a period of 72 hours. To speed up all inspection procedures, the Uzbek side will introduce short-term transit access for foreign travelers with such visas beyond the border zone of the airport for a familiarization tour of approved tourist programs.

Tourists who come to Uzbekistan often say that they are ready to return, but here the prices for flights and hotel rooms "bite". Indeed, for a European, for example, it is cheaper to fly to Turkey or Thailand, rather than enjoy the beauties of Samarkand or Bukhara.

Also in the long term, the cost of flights can be reduced through the introduction of public-private partnerships in airport management. Today, they all belong to the state and not only do not generate revenues, but are unprofitable. In Russia, for example, private companies are engaged in the management of

bathhouses, which earn money not only on servicing aircraft, but also in the market of passenger services.

In the coming years, the first such experiment will be conducted in Uzbekistan. Private owners are planned to transfer the airport "Karshi", to introduce there the "Nepal" regime, including with the involvement of airline-low cost.

As for the regulation of prices for hotel rooms, Uzbekistan will not apply administrative measures, but intends to operate market mechanisms. For example, entrepreneurs willing to build new hotels will provide concessional loans, as well as customs privileges for the import of necessary equipment. As a result of the emergence of a larger number of players in the market and the aggravation of natural competition, authorities believe, the prices for hotel rooms will go down.

Many foreign tourists are used not only to travel in comfort, but also to have a rest for real. With this in the country there were certain problems - foreigners simply had nowhere to go, and those entertainment establishments that worked closed at 23:00. The counted restaurant units worked until the last customer.

In addition, the process of issuing licenses for round-the-clock work will become more transparent. Official sources will publish an order and a list of entertainment facilities and other similar facilities with a 24-hour working schedule. In this regard, in relation to such institutions, certain requirements will be established for the availability of operational communication with the bodies of internal affairs.

Another important point - in the cities of the country there are practically no zones with free Wi-Fi, to which the same Europeans are used. To stimulate business to create them, the authorities provided a number of privileges and preferences.

Now, the tax base, including for a single tax payment, for operators, providers and other economic entities engaged in this activity is reduced by the amount of expenditures aimed at purchasing equipment and purchasing Internet traffic for the deployment of Wi-Fi zones.

Remained in the past, and another unpleasant feature, which perplexed all foreign tourists - a ban on photographing and shooting most of the public buildings. Previously, militia mercilessly caught violators and forced to delete the cadres. In the near future, everything will change, foreigners will even be allowed to shoot in the holy of all the saints - the metropolitan metro.

Will be "entertain" tourists and banks. They intend to invite them to buy gold bullion as a memory of Uzbekistan and a good investment. Also in the country in the coming months will simplify the procedure for exporting gold products abroad.

In addition, the program "Safe Tourism" is in full swing in the country. It includes measures to equip tourist infrastructure with video surveillance, connect objects that provide tourist services and ensure the safety of foreigners, to a single information and communication system, to create a database of tourists visiting the region.

Their role is intended to play and law enforcement. In the regional departments of the Ministry of Internal Affairs a special post was created - deputy head of tourism security. In addition, in Tashkent, as well as in Samarkand, Bukhara and Khorezm regions, "special patrols" came on constant alert, which caused a real sensation in social networks.

Employees of this unit are equipped with mobile translators, speak several foreign languages and are able to provide any necessary assistance to a foreign tourist.

And of course, where without traditional Uzbek hospitality and affability. Both the president and officials of different levels have repeatedly said that the country needs to raise the culture of service in all areas - in transport, in the hotel business, and in trade.

If a little more than 2.5 million foreign tourists visited Uzbekistan in the last year, then with new rules and developing infrastructure this indicator can grow several times in the coming years.

References:

1. Graburn N. H. H., Jafari J. Introduction: Tourism Social Science // *Annals of Tourism Research*, № 18, 1991. p. 7.
2. Botterill D., Gale T., Haven C. A Survey of Doctoral Theses Accepted by Universities in the UK and Ireland for Studies Related to Tourism 1990—1999 // *Tourist Studies*, № 2 (3), 2002.
3. Aitchison C. C. The Critical and the Cultural: Explaining the Divergent Paths of Leisure Studies and Tourism Studies // *Leisure Studies*, № 25 (4), 2006. p. 417.

Djuraeva D.D.
Teacher of tourism faculty,
Bukhara Satate University

THE TOURISM OPPORTUNITIES IN UZBEKISTAN

The implementation of measures for the development of tourism in Uzbekistan deserves special praise. Our country has been attracting tourists with its rich history, unique architectural traits and beauty of its nature. Thereby, under the leadership of our President Sh.M. Mirziyoyev, wide-ranging reforms are underway in the area of tourism development, in particular, the development of national tourism, raising the potential of tourists in the country. As a result of the efforts to support tourism development in recent years, its share in the country's GDP increased from 0.1% to 2%.

The visits in the country have increased 6 times in the last ten years. Our rich historical heritage is an important factor in securing a strong place in the international tourism market. Therefore, it is becoming one of the urgent tasks for today to use such wide tourism opportunities correctly and wisely, making our paradise Uzbekistan one of the best-loved destinations for tourists.

At least, tourism is not only a highly profitable sphere, but also a convenient and effective system for promoting national culture, history, traditions and achievements of countries. If the availability of favorable conditions and privileges, hotel business development, existing historical monuments, existing transport facilities, the availability of international airport, food infrastructure development, the availability of natural resources, rich historical cultural factors, clean ecological environment, the high interest of population in domestic and foreign tourism, sustainable development of socio-economic situation, rich cultural and historical

events, availability of museums are considered to be the strongest aspects of tourism development in our country, the seasonality of tourist services, financial problems in the hotel business, lack of sea routes, insufficient service provision, lack of specialists of international level, lack of marketing potential in tourism companies, high tourist prices in the national and world markets are going to be the weakness in developing tourism respectively.

Based on the above, we can propose to develop tourism in the country:

- Harmonization of normative documents and standards for existing tourist services with international standards;
- Development and implementation of international standards, including implementation and development of ISO-9001 standards;
- Improving the quality of roads leading to tourist facilities;
- Development of external and internal information communications for tourists, improvement of Internet sites, etc.
- Staff members of the local administration should be sent for training in advanced countries (USA, Japan, Canada, France, Germany), taking into account the lack of highly qualified specialists who can meet world standards;
- Development and implementation of large and small short and long-term projects that comply with international standards and requirements and based on the scientific method;
- Improvement of certification process;
- Raising the interests of young generation in the tourism industry and hotel business, and teaching them the ways of rational use of opportunities in this field.

According to the World Tourism Organization on tourism services, the activity of business entities in the tourism sector is directly and indirectly linked to at least 32 national sectors of the national economy and has a positive impact on their development.

According to the World Tourism Organization, in 2012, 1,030 million international tourists were registered worldwide, with revenues reaching \$ 1070 billion, showing an increase of 4.0% compared to 2011. In 2012, France became a leader in the list of tourist visits, where the United States and China ranked second respectively.

In sum, for the sustainable development of the national tourism services market, it is necessary not only to develop tourism but also other sectors of the economy linked to tourism.

*Ruziyeva G.F., o`qituvchi,
Buxoro davlat universiteti, O`zbekiston*

BUXORODA TURISTIK ERKIN IQTISODIY HUDUDLAR YARATISH ZARURATI VA IMKONIYATLARI

Turistik faoliyat Jahon iqtisodiyoti tarmoqlari orasida jadal sur`atlarda rivojlanayotgan sohalardan biridir. Undan keladigan foyda esa turistik destinatsiyalarning siyosiy, ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, innovatsion darajada rivolanishiga o`z hissasini qo`shmoqda. Sohaning rivojlanishi o`z navbatida mamlakat iqtisodiyoti uchun juda kata foyda keltiradi. Turizm sohasining muqobil

rivojlanishi, mamlakat iqtisodiyotiga foyda keltirishi uchun esa avvalombor turistik salohiyatni infratuzilma yuqori darajada bo`lishi lozim.

Turistik hudud bu shunday hududki, unda barcha sayyohlarni jalb qiluvchi turistik resurslar, sayyohlarga to`laqonli xizmat qiladigan turistik industriya jamlangan [1]. Bu aynan kompleks va bunday hududlarni zaruriy infratuzilmalardan iborat qandaydir diqqatga sazovor obyektlar majmui deb tushunish to`g`ri emas. Turistik hududda ma`lum bir shakllangan tur mahsulot to`laqonli taqdim etiladi. Bu shunday hududki, unda siz bir vaqtning o`zida ham diqqatga sazovor joylarni tomosha qilish, ham muzey, teatr, festivallarda ishtirok etish, ham dam olish, mehmonxona va umumiy ovqatlanish korxonalari xizmatlaridan foydalanish imkoniyatiga ega bo`lishingiz kerak. Bunday hududlar barcha xizmatlarni ma`lum chegarada qamrab oladi. Bunday hududlarda ma`lum bir iqtisodiy erkinliklar berilgan bo`lsa ular turistik erkin iqtisodiy hududlar deb yuritiladi. Iqtisodiy erkinliklar esa o`z navbatida hududda barpo etilgan obyektlarga qaratiladi.

Turistik erkin iqtisodiy hududlarning barpo etilishi, o`z navbatida turizm sohasining rivojlanishi, mamlakat iqtisodiyotiga turistlarni jalb qilish orqali valyuta tushumining ortishi, belgilangan iqtisodiy erkinliklar tufayli tadbirkorlarning erkin faoliyatini targ`ib qilish bilan bir qatorda hududning jozibadorligini yuksaltirish uchun ham amaliy asos bo`lib xizmat qiladi. Bunday hududlarning barpo etilishi mintaqa ko`rkiga ko`rk qo`shishi shubhasizdir.

Butun dunyoda faoliyat olib borayotgan turistik erkin iqtisodiy hududlar tajribasini o`rganib, jahon tajribasiga tayangan holda bugungi kunda respublikamizda bir nechta turistik erkin iqtisodiy hududlar barpo etish bo`yicha keng faoliyat olib borilmoqda. Respublikamiz iqtisodiyotida turizm sohasining ulushi iqtisodiyotning uchdan bir qismini tashkil qilmoqda. Respublikamiz tabiati, tinch aholi, diqqatga sazovor joylarning, tog`li hududlarning ko`pligi, umuman olganda resurslarning mavjudligi evaziga kundan kunga sayyohlar soni ortib bormoqda.

Bu sonlarning ortishi esa o`z navbatida, mamlakatimizda yaratib berilayotgan chegaraviy erkinliklar, kirish va chiqish jarayonlarining soddalashtirilganli evaziga desak mubolag`a bo`lmaydi. Yaqin 2 yil ichida sohada ro`y berayotgan izchil o`zgarishlar mahalliy aholining sayohat qilishi bilan bir qatorda mamlakatimizga kiruvchi sayyohlar sonining ortishini ham keskin oshirdi. Xususan, qo`shni mamlakatlar Qirg`iziston, Qozog`iston, Tojikiston hududlaridan keluvchi sayyohlar soni ortishi kuzatilmoqda. Buning uchun bir qator qulayliklarning yaratilganligi esa o`z navbatida sayyohlarimizning ortishi uchun xizmat qiladi.

Avval ta`kidlanganidek, turizm sohasida olib borilayotgan bunday o`zgarishlar bilan bir qatorda mamlakatimiz jozibadorligini yanayam oshirish maqsadida barcha hududlarda rekonstruksiya ishlari amalga oshirilmoqda, chet el investorlari ko`magida yangi mehmonxonalar, zamonaviy umumiy ovqatlanish korxonlari barpo etilmoqda. Shu bilan bir qatorda iqtisodiyotimizni rivojlantirish, davlatimizning jahon hamjimiyyatida o`z-o`rnini egallashi uchun erkin hamda turistik erkin iqtisodiy hududlar barpo etilib, eng avvalo mahalliy aholi ish bilan ta`minlanmoqda, shu bilan birga chet el investorlari jalb qilinib, mamlakat jozibasi yanada ortib bormoqda [2].

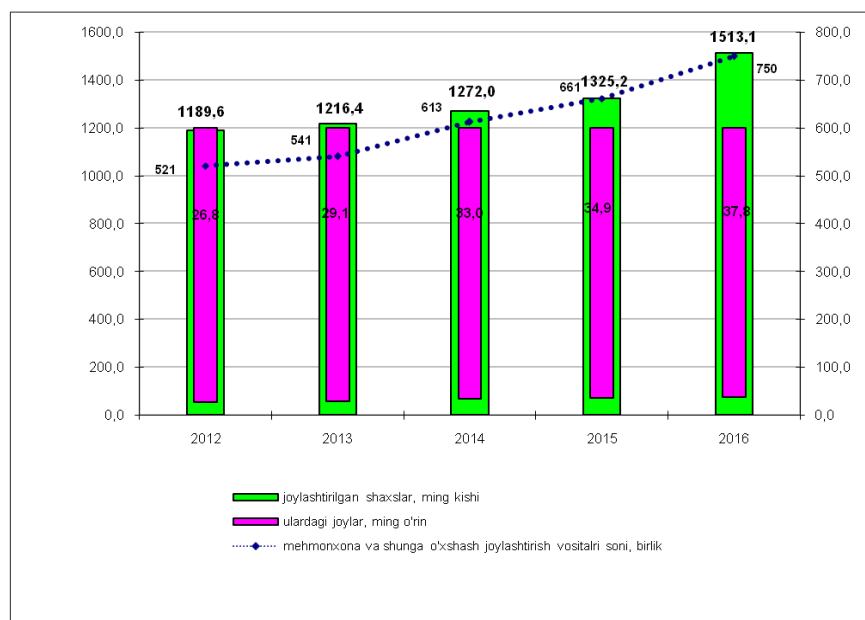
O`zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyev tomonidan 2017-2021 yillar davomida barcha sohalarni rivojlantirish dasturlari ishlab chiqildi. Mazkur

strategiyada turizm sohasiga alohida to'xtalib o'tilgan, xususan, me'yoriy-huquqiy bazani va xalqaro hamkorlikni rivojlantirish O'zbekistonga va Respublikadan safarlar ta'minlash, barcha hududlarida zarur infratuzilmani rivojlantirish, sayyohlik mahsulot diversifikatsiya qilish va yangi turistik ob'ektlarni yaratish, shuningdek, ichki va tashqi bozorlarda milliy turistik mahsulotlarning ortishini ta'minlash shular jumlasidandir.

Misol uchun, dasturga muvofiq Andijon viloyatida Xonobod shahrida dam olish joylari qurish, Forish va Jizzax viloyati Arnasoy tumanida, Shahrisabz va Qarshi tog' tizmalarida yangi zamonaviy dam olish joylarini qurish kabi vazifalar belgilangan. Bunday vazifalar ichida "Toshkent City", "Samarqand City" kabi obyektlarning qurilishi bilan bir qatorda, "Buxoro turistik erkin iqtisodiy hududi", "Chorvoq turistik erkin iqtisodiy hudud"larining qurilishi kabilar ham mavjud. Bu boradagi faoliyat ham amalga o'z tasdig'ini topib bormoqda.

1-rasm

Mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalari (2012-2016 yillar)



2017 – yil 20-aprel, № 02-09/1091 sonli O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi farmoniga muvofiq hamda Prezidentimiz [Mirziyoyevning 2017 yil 19 maydagi "2017-2019 yillarda Buxoro viloyati va Buxoro shahri turizm salohiyatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi PP-2980-sonli qaroriga](#) asosan viloyatimizda bu borada keng ko'lamli ishlar olib borilmoqda[3].

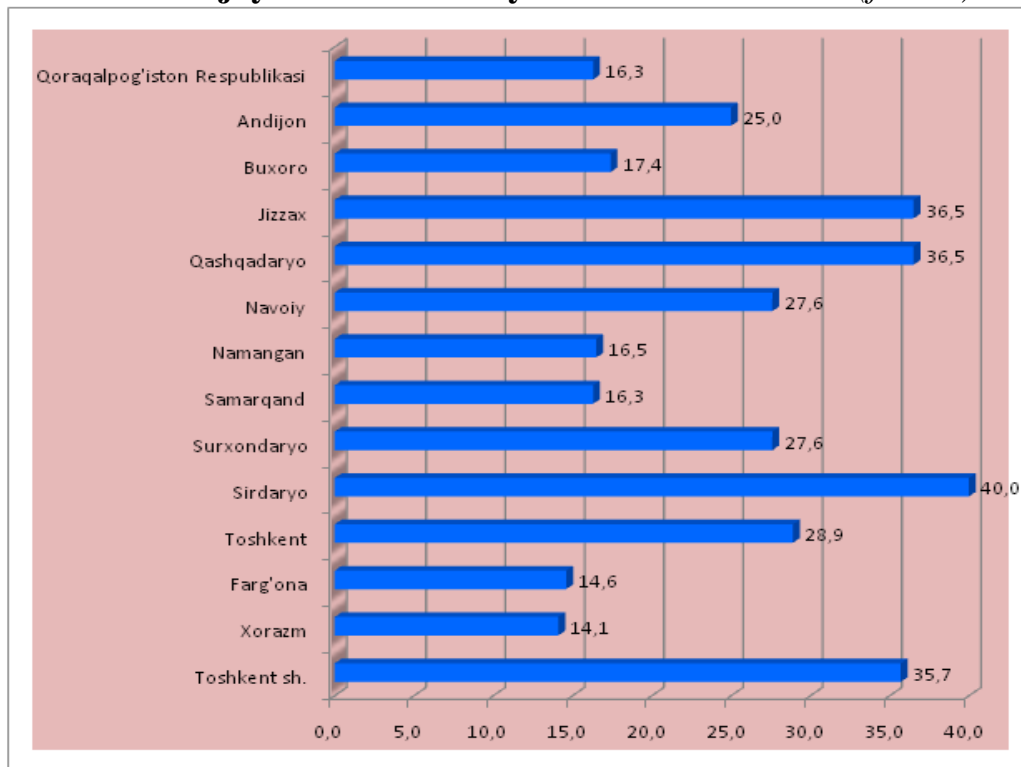
Bu borada quyidagi raqamlarga nazar soladigan bo'lsak, ular orasidagi farqlarni yanada chuquqroq anglashimiz mumkin.

2016 yilda butun Respublika bo'yicha mehmonxonona va shunga o'xshash joylashtirish vositalari soni 750 tani tashkil qildi va 2012 yilga nisbatan 44,0 foizga (229 ta) ko'paydi. Ulardagi o'rinlar soni 2012 yilga nisbatan 40,8 foizga (11 ming o'rin) ko'payib, 37,8 ming o'ringa yetdi. Mehmonxonalarga joylashgan shaxslar soni 2016 yilda 1513,1 ming kishini tashkil qilib, 2012 yilga nisbatan 27,2 foizga (323,5 ming nafar) ko'paydi. Bu sonlarning ko'payishi yuqori darajada bo'lishiga

qaramasdan, kata oqimdagı sayyohlar qabul qilish uchun yetarli darajada emas, xususan Buxoro viloyatida bunday oqimni qabul qilish uchun infratuzilma yetarli darajada emas[4].

2-rasm

Hududlar bo`yicha mehmonxona va shunga o`xshash joylashtirish vositalarida joylar fondidan foydalanish koeffisienti (foizda)



O`zbekiston Respublikasi bo`yicha mehmonxona va shunga o`xshash joylashtirish vositalarida joylar fondidan foydalanishkoeffisienti (o`rinlarning yil davomida band bo`lishi) 2016 yilda 26,1 foizni tashkil qilmoqda. Jumladan, eng yuqori ko`rsatkich Sirdaryo viloyatida 40,0 foiz, Jizzax va Qashqadaryo viloyatlarida 36,5 foiz, Toshkent shahrida 35,7 foizni tashkil qilmoqda, shuningdek yil davomida joylarning band bo`lishi Xorazm viloyatida 14,1 foiz, Farg`ona viloyatida esa 14,6 foizni tashkil etgan.

Buxoro viloyatida mazkur raqamlar 17,4 % tashkil qilayotgani yetarli darajada emas. Kichik haj ziyoratining tashkil qilinishi evaziga, yoki bo`lmasa islom mamlakatlari, xususan, Malayziya, Indoneziya davlatlaridan Buxoro viloyatiga tashrif buyurish istagidagi sayyohlar soni tahlil qilinganda mazkur oqimni qabul qilish uchun mehmonxonalar, sifatli xizmat ko`rsatish uchun umumiy ovqatlanish korxonalarining yetarli darajada emasligi, yoki bo`lmasa, "7 silsilayi sharif" deb yuritiladigan "7 piri bilan" mashhur viloyatimiz miqyosida bunday hajmdagi sayyohlar oqimini qabul qila olmasligi evaziga qurilishi rejalashtirilayotgan bunday hududlar soha rivoji uchun amaliy asos bo`lib xizmat qiladi.

"Ko`hna va boqiy Buxoro" deb nomlangan turistik erkin iqtisodiy hududda 2017-2021 yillar davomida mehmonxonalar, muzey, teatrlar qurilishi, "Shaxriston" bozorining qayta yo`lga qo`yilishi, xorijiy investorlar ko`magida "Buxoro Palace", "Zarafshon", "Varaxsha" kabi yirik mehmonxonalarining qayta ishga tushirilishi evaziga viloyatimiz yanada gullab yashnashi hamda ichki turizm bilan bir qatorda

chet ellik turistlarni qabul qila olish imkoniyati kengayishiga olib kelishi shubhasizdir.

Bunday hududlarning faoliyati o'z navbatida mavsumiylikning oldini olishga xizmat qilishi mumkin. Yangi turistik yo'nalishlar, masalan, speleoturizm, gastronomik turizm, etnoturizm, sarguzasht turizmi, biznes turizmi, ta'lim turizmi, oilaviy turizm kabi turlarni rivojlantirib, mavjudlarini yaxshilash uchun sa'y-harakatlar qilinishi ham sohaning rivoji uchun juda muhim omillardandir.

Xulosa qilib aytish mumkinki, turistik erkin iqtisodiy hududlarning barpo etilishi sohada bo'layotgan o'zgarishlarga sabab bo'lishi bilan bir qatorda, mintaqaga investorlarni jalb qilish, infratuzilmani va salohiyatni oshirish bilan biorga mahalliy aholi uchun yangi ish o'rinlarni yaratish bilan bir qatorda mamlkatga keluvchi turistlar sonini orttirib, davlat budjetiga foyda keltiradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Xoliqulov A.R. "Erkin iqtisodiy zonalar: nazariy asoslar va jahon tajribasi", Toshkent: "Sharq" nashriyoti. 2002. 186-b.
2. https://www.consultant.ru/law/ref/ju_dict/word/turistskaya_zona/
КонсультантПлюс, 1997-2018
3. <http://lex.uz/docs/3551110>
4. Намроев Н.Р. О необходимости и целесообразности создания свободной экономической зоны по туризму в Бухарском регионе. /Вестник Бишкекского Государственного университета экономики и предпринимательства. Ежеквартальный научно-практический журнал. 2, 2006. 110-111 стр.

Kurbanova M.X., o'qituvchi,

Najmiddinov S.N., talaba,

Buxoro davlat universiteti, O'zbekiston

O'ZBEK MILLIY URF-ODATLARI, HUNARMANDCHILIGI JAHON SAYYOHLARI E'TIBORIDA

Turizm iqtisodiyotning keng qamrovli tarmoqlaridan biri hisoblanib, davlatni iqtisodiyotini ko'taruvchi, urf-odatlarini va qadriyatlarini turistlar orqali dunyo bo'ylab tarqatuvchi soha sifatida namoyon bo'lmoqda. Bu yo'nalishda O'zbekiston ham o'zining qadimiy qadamjolari, pirlari, milliy urf-odatlarini, qadriyatlarini, milliy xalq ijodiyotini namoyon etish orqali jahon turizm bozorida o'z ulushini oshirib kelmoqda.

2017 - 2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirish beshta ustuvor yo'nalishlari bo'yicha ishlab chiqilgan Harakatlar strategiyasida ham hunarmandchilik faoliyatini rivojlantirishga alohida e'tibor qaratilgan. Xususan, oilaviy biznes va hunarmandchilikni moliyaviy qo'llab-quvvatlash ko'lamini kengaytirish orqali aholi tomonidan o'z xonadonlarida milliy hunarmandchilik asosida tadbirkorlik faoliyati amalga oshirilishi, qo'shimcha daromad yaratilishi inobatga olingan. San'at va hunarmandchilik milliy ko'rgazmalarini tashkil etish maqsadi esa yosh avlod ongida ajdodlarimizdan meros qolgan, hozirgi kungacha yetib kelmagan yoki unutilgan madaniy merosimizni qayta tiklash va ularga bo'lgan hurmatni uyg'otish asosiy ahamiyat kasb etadi. Bu sa'y-harakatlar nafaqat mahalliy

aholi orasida madaniyatni targ'ib qiladi, balki xorjlik sayyohlar oqimini oshishiga ham sababchi bo'ladi.

Shuningdek, 2016 yil 2 dekabrda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 4861-sonli "O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi farmoni mamlakatimiz turizm industriyasida tub burilish yasagan asosiy hujjatlardan biri bo'ldi. Shu asosda mamlakatimiz sayyohlik sanoatida qator islohotlar amalga oshirilishi boshlandi. Jumladan, "2017-2019 yillarda Buxoro shahri va Buxoro viloyati turizm salohiyatini jadal rivojlantirish" dasturida *turizm infratuzilmalarini qurish, turistlarning kechki bo'sh vaqtini mazmunli o'tkazish uchun sharoitlar yaratish* yo'nalishlarida milliy hunarmandchilikni rivojlantirish uchun bir necha tadbirlar ko'zda tutilib, Buxoroning tarixiy qismida ("Shahriston" bozori hududida) o'z ichiga an'anaviy hunarmandchilik ustaxonalaridan iborat ikki qavatli uylar, milliy suvenir mahsulotlari, zardo'zlik mahsulotlari, chop etilgan mahsulotlar, meva va sabzavotlar, shirinliklar va boshqa turistlar uchun qiziqarli mahsulotlar sotiladigan do'konlar, ikki qavatli hunarmandlar dahasini va yopiq bozorini qurish maqsad qilib belgilab olindi. Bundan tashqari, "Abdullaxon" madrasasida milliy urf-odatlar va an'analarning namoyishini tashkil etish, hamda "Ustoz-shogird" an'alaridagi hunarmandchilik ustaxonalarini yaratish ham 2017-2019 yillarda qilinishi kerak bo'lgan asosiy ishlar qatoriga kiritildi.

O'zbekistonda turli millat vakillari istiqomat qiladi. Ular har birining o'ziga xos turmush tarzi, milliy an'analari, qadriyatlari shu jumladan, hunarmandchiligi bilan farqlanadi. Ovqatlanish madaniyatini misol sifatida keltiradigan bo'lsak, mehmonlarni kutib olish, kattalar va kichiklarning o'tirishi, choy quyib berish tartibi, taom pishirish jarayoni, turlari, uni tortiq qilish madaniyati, dasturxon ustida duo o'qilishi, dasturxon atrofida mehmonlarning milliy liboslarda o'tirishi sayyohlar orasida alohida qiziqish uyg'otadi. Bundan tashqari, o'zining qadimiy, milliy va qadri bo'lgan marosimi sifatida to'ylar o'tkaziladi. Ayniqsa, bu marosimlar fasllarga bog'liq hisoblanadi, ya'ni qishki mavsumda o'tkaziladigan ziyofatlar, bahorgi tantanali marosimlar, Navro'z, "Buxoro shahri kuni" festivali, Qovun sayli, Mehrjon, "O'zbek shoyisi – jahon nazdida" nomli moda namoyishlari, "Buxoro hunarmandlari", "Sharq taomlari", "Nasriddin Afandi", "Ipak va ziravorlar" kabi festivallar yuqorida keltirilgan islohotlarning amaliy yechimi sifatida namoyon bo'ladi.

Bunga o'xshash ko'plab tadbirlar boy o'zbek xalqimiz hozirgi kunda o'z milliylikini jahonga ko'rsatishni yangicha yo'nalishi sifatida turistlarda qo'llash orqali amalga oshirilmoqda. Xususan, milliy urf-odatlarini namoyon etishni festivallar, ko'rgazmalar, bayramlar orqali mujassam etib kelayotgan "Ipak va ziravorlar" festivali nafaqat urf-odatlar, balki o'zining nodir va betakror buyumlari orqali turistlarni o'ziga jalb qiladigan hunarmandlar alohida ahamiyat kasb etadi. Bu yerda aynan hunarmandchilik mahsulotlari orqali o'zbek milliy urf-odatlari aks ettiriladi, buni qo'g'irchoqlar misolida, gilamchilik mahsulotlari, zardo'zlik, kulolchilik, kandakorlik buyumlari misolida ko'rishimiz mumkin.

Xalq hunarmandchilik mahsulotlari nafaqat xorijiy mehmonlarda, balki mahalliy aholining ham diqqatini tortmoqda. Bugunga kelib, Respublikamizda 500 dan ortiq korxonalar aynan suvenirlar tayyorlash tizimi bilan shug'ullanadi va ular

butun dunyoga tarqatiladi [2]. Buxoro xalqi azaldan o'zining qo'l mehnati, ya'ni zargarlik, zardo'zlik, misgarlik, kulolchilik, kashtachiligi bilan dunyoga dong taratgan. XVIII asrdan XX asr boshlariga qadar esa misgarlik, kandakorlik bo'yicha Markaziy Osiyoning asosiy markazi hisoblangan, aynan ma'lum bir hunarmandchilik turiga ixtisoslashgan mahallalar faoliyat ko'rsatgan. Biroq, hozirda aksariyat mahallalarda ota-bobolaridan qolgan hunarning davomchilarini topish mushkul.

Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyev 2017 yilning 17 noyabrida "Hunarmandchilikni yanada rivojlantirish va hunarmandlarni har tomonlama qo'llab-quvvatlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi farmoni imzoladi. Hunarmandchilik faoliyatini yo'lga qo'yishda, buyumlarni yaratishda turistlarni jalb qilish, turistlarni oqimini oshirish va ularga qulay infratuzilma yaratish borasida davlat tomonidan ishlab chiqaruvchilarga ko'plab imtiyozlar [3], misol tariqasida, hunarmandchilik faoliyati mahsulotlari (tovar, ish, xizmatlar)ni ishlab chiqarish va sotishda qat'iy belgilangan soliq to'lovidan to'liq ozod etilishi, yoshga doir pensiya va nafaqa oluvchilar byudjetdan tashqari Pensiya jamg'armasiga sug'urta badali to'lovidan ozod etilishi, qishloq tumanlarida ro'yxatdan o'tgan va faoliyatini amalga oshirayotgan hunarmandlar o'z faoliyatining dastlabki ikki yili mobaynida byudjetdan tashqari Pensiya jamg'armasiga belgilangan sug'urta badalining 50 foizini to'lashi, hamda hunarmandlarga o'z mahsulotlarini eksport qilishdan tushgan xorijiy valyutani erkin tasarruf etish, shu jumladan, bank hisobraqamlaridan chet el valyutasini naqd shaklda yechib olish huquqi berildi.

Berilgan imkoniyatlardan to'laqonli ravishda foydalanib, milliylikimizni qayta tiklash, mahalliy va xorijiy sayyohlar orasida targ'ib qilish uchun bir necha takliflar amaliy hayotga tadbiiq etilsa Buxoro viloyatida hunarmandchilikning turizm industriyasidagi roli yanada oshishiga olib keladi.

Xulosa qilib aytish mumkinki, O'zbekiston qadimdan milliy urf-odatlar va hunarmandchilik mahsulotlari asrlar mobaynida sayqallanib, o'z jozibardorligini oshirib kelmoqda. Bu borada davlat tominidan sohani rivojlantirishda ko'plab amaliy ishlar qilinganligi va bu sohaga e'tibor kuchli ekanligi hozirgi O'zbekiston sharoitida yaqqol o'z aksini topgan.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi farmoni. PF-4947-son. Toshkent. 2017 yil 7 fevral.
2. <https://uzbektourism.uz/uz/tadbirlar/xalq-hunarmandchilik-mahsulotlari-yarmarkasi>
3. <https://www.gazeta.uz/oz/2017/11/2/hunarmand/>

Қодиров Д.Х.,

Бухоро давлат университети

ЭКОТУРИЗМНИНГ АСОСИЙ ПРИНЦИПЛАРИ

Экотуризм ҳақида сўз борар экан, унинг асосий таркибий қисми табиий ҳудудларни барқарор ривожлантириш эканлиги назарда тутилади. Эътибор қаратсак, экотуризм тўғрисидаги таърифларнинг аксариятида барқарорликка эришиш мақсади ёки воситалари гапирилади. Бу "маданий ва табиий муҳитга

салбий таъсирни камайтириш”, “табиатни асраш йўлида иқтисодий фаолиятни кучайтириш” ёки экологик тарбия бўлиши мумкин. Шунинг учун ғарблик олим Крег Линдберг (Lindberg et al., 1998) оддий, аммо концептуал таърифни таклиф қилади: “экотуризм бу барқарор ва табиатга қаратилган туризм ҳамда рекреациядир”.

Туризмдаги барқарорлик туризмнинг экологик, ижтимоий-мадани ва иқтисодий умумий ижобий балансини, шунингдек ташриф буюрувчиларнинг бир-бирига ўзаро ижобий таъсирини назарда тутди. Шу туфайли, экология, иқтисодиёт ва ижтимоий ривожланиш нуқтаи назаридаги ижобий самараси юқори бўлган туристик фаолият турлари кўпроқ барқарор ҳисобланади.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, экотуризмнинг кескин замонавий тушунчасини табиат билан боғлиқ туризмнинг бошқа турларига қўлланадиган принциплар мажмуига тақаш мумкин. Экотуризмнинг асосий принциплари куйидагича:

1. Табиатга саёҳат, унинг асосий мазмуни табиат ва маҳаллий урф-одатлар билан танишиш;
2. Атроф-муҳитнинг экологик барқарорлигини қўллаш, экологик ва маданий-ижтимоий салбий оқибатларни камайтириш;
3. Табиатни ва маҳаллий ижтимоий-маданий муҳитни асраш;
4. Экологик тарбия ва маърифат;
5. Маҳаллий аҳолининг туристик фаолиятда иштироки ва даромад олиши;
6. Ташриф буюриладиган ҳудудларнинг барқарор ривожланишига самарали иқтисодий иштирок ва маблағ йўналтириш.

Саёҳат экологик бўлиши учун куйидаги жадвалдаги тамойиллар ва ўзига хос жиҳатлари бўлиши лозим:

Принциплар	Экотуризмнинг ўзига хос хусусиятлари
Атроф-муҳитнинг экологик барқарорлигини қўллаш, экологик ва маданий-ижтимоий салбий оқибатларни камайтириш	<input type="checkbox"/> рекреацион юкламалар тегишли меъердан ортиқча бўлмайди. <input type="checkbox"/> туризм ривожлантириш муфассал режалаштирилади, назорат қилинади ва бошқарилади <input type="checkbox"/> зиёрат уюштириладиган табиий ҳудудлар учун қоидалар ишлаб қилинади ва амал қилинади <input type="checkbox"/> сайёҳлар минадиган транспорт экологик бўлади <input type="checkbox"/> ахлат ташланмайди, махсус йиғиб олинади ва экотехнологик қайта ишлашга юборилади; <input type="checkbox"/> қўналға ва гулханлар махсус жойларда ўрнатилади; <input type="checkbox"/> табиат объектларидан ясалган сувенирлар харидига йўл қўйилмайди; <input type="checkbox"/> кўзқорин, мевалар ва шифобахш ўсимликлар, табиий сувенирлар рухсат

	<p>этилган жойлардан терилади;</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Отеллар, кемпинг, кулбалар экологик зарар келтирмайдиган жойларда қурилади, улар маҳаллий ландшафтни ва манзарани бузмаслиги лозим <input type="checkbox"/> отель ва кемпинглар зарарсиз материаллардан қурилади, уларнинг яшовчилари ортиқча сув ва энергия сарф этмайди, оқава сувлар тозаланади. Ёпиқ экотехнологиялар нуқсонсиз даражада қўлланади; <input type="checkbox"/> сайёҳлар овқати экологик тоза ва фойдали, уларнинг рациониди маҳаллий маҳсулотлар бўлади
<p>Табиат ва ижтимоий-маданий муҳитни асрашга кўмаклашиш</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> туристик фаолият қўриқланаётган ҳудудларни қўшимча молиявий манбаини ёки табиатни асраш тадбирларини таъминлайди; <input type="checkbox"/> сайёҳлар табиатни асрашда бевосита иштирок этадилар (волонтер, болалар эколагери ва б.); <input type="checkbox"/> Туристлар маҳаллий анъана ва маданий одатларга ҳурмат билан қарайдилар, турмуш тарзини ва қадриятларини ўрганадилар
<p>Экологик таълим-тарбия ва маърифат</p>	<ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Туристлар саёҳатдан олдин тур ўтадиган жой ва табиат ҳақида маълумотга эга бўладилар ҳамда қоидалар билан танишадилар <input type="checkbox"/> сайёҳлар табиатни асраш учун жавобгар эканликларини аниқ англаб этадилар <input type="checkbox"/> Тур ва экскурсиялар экологик маърифий компонентни ўзида мужассам этади <input type="checkbox"/> Турларни мутахассис гид-экологлар олиб боради <input type="checkbox"/> зиёрат объектлари қизиқарли ва экологик қулай табиий ва маданий ландшафт ҳисобланади <input type="checkbox"/> дастурга ўқув экологик сўқмоқлар, табиат музейлари, ўлкашунослик музейлари, экотехнологик хўжаликлар ва б. киради. <input type="checkbox"/> Туристлар маҳаллий экологик муаммолар ва табиатни ҳимоя қилиш лойиҳалари бажарадиган ечим йўллари билан танишадилар.

	<input type="checkbox"/> Туристлар ўзларининг кучи доирасидаги маҳаллий экологик муаммолар ечимини топишда иштирок этадилар
Маҳаллий аҳолининг туристик фаолиятда иштироки ва даромад олиши	<input type="checkbox"/> асосан маҳаллий маҳсулот ва ишчи кучи ишлатилади <input type="checkbox"/> маҳаллий аҳоли туристик бизнесга жалб этилади ва ўзларининг анъанавий хўжалик шакллари ривожлантириш имкониятига эга бўлади. <input type="checkbox"/> экотуристлик фаолиятдан тушган даромад турли ижтимоий қатлам ва гуруҳлар олади (таъсир ўтказишни кенгайтириш тамойили), бунда табиий муҳитни асраш маҳаллий аҳолига иқтисодий фойда келтиради
Ташриф буюриладиган ҳудудларнинг барқарор ривожланишидаги иқтисодий самарадорлик	<input type="checkbox"/> туристик фаолиятни ривожлантиришга комплекс ёндашув <input type="checkbox"/> мукамал режалаштириш, мониторинг ва бошқарув <input type="checkbox"/> маҳаллий ривожлантириш режасига экотуризм интеграцияси <input type="checkbox"/> Турли соҳа ташкилотларининг ўзаро ҳамкорлиги <input type="checkbox"/> туризмдаги даромад маҳаллий бюджетдан тўлиқ тортиб олинмайди, бироқ уни тўлдиришга ва маҳаллий иқтисодни қўллашга йўналтирилади

Замонавий экотуризмни сайёҳларнинг мотивацияси ва туристик оқим ҳажмини инобатга олмай туриб тасаввур қилиш қийин. Асосий масала табиат қўйнига экотуристлик турни ташкил қилувчилар бундай саёҳатлар табиий ва маданий муҳитга қандай таъсир кўрсатиши ҳамда қандай оқибатларга олиб келишини англашлари зарурлигида.

Хулоса қилганда, экотуризмнинг алоҳида баъзи тамойиллари бажариладиган ва бевосита натижаси табиий муҳитни асрашни яхшилаш бўлмаган саёҳатни экотуристлик саёҳат деб айтиб бўлмайди.

Azimova M.A.,

Shofirkon tuman 3-maktab o'qituvchisi

BUXORO VILOYATIDA XIZMATLAR SOHASI RIVOJLANISHINING TAHLILI

Buxoro viloyatida xizmatlar sohasi rivojlanishi o'ziga xos jihatlarga ega. Masalan, Respublikamizda YaIMning yarmidan ortig'ini Xizmatlar sohasi berayotgan bo'lsa, Buxoro YaIMning 47 %ini Xizmatlar sohasi beradi. Bu holning bir qator kelib chiqish sabablari bor. Har holda, xizmatlar sohasi Buxoro viloyatida

ham yuqori sur'atlarda rivojlanmoqda. Masalan, 2000 yilda Viloyat YaHMning 25 %ini bergan Xizmatlar sohasi hozirda o'zining ulushini 22 %ga oshirib, 47 %ga yetgani bu fikrning isboti bo'la oladi.

1-jadval.

Buxoro viloyatida 2007-2016 yillarda YaHM hamda Xizmatlar sohasining rivojlanishi, mlrd so'm

	Yalpi hududiy mahsulot	Chakana Tovar aylanmasi	Jami xizmatlar	Pullik xizmat ko'rsatish
2007	1 944,2	516,3	653,1	164,8
2008	2 510,9	702,3	874,2	231,9
2009	3 424,6	1054,1	1 193,3	283,0
2010	3 901,1	1290,2	1 512,9	394,8
2011	4 693,1	1726,5	1 938,6	544,8
2012	5 713,9	2259,7	2511,5	745,5
2013	6 589,3	2958,2	3387,8	1007,2
2014	7250,0	3683,5	4288,1	1264,6
2015	9354,9	4440,9	4817,2	1530,4
2016	10924,4	5595,8	5173,0	1868,6

Jadval muallif tomonidan Statistika qo'mitasining Buxoro hududiy boshqarmasi ma'lumotlari asosida tuzildi.

Oxirgi 10 yilda Buxoro viloyatida YaHM hamda Xizmatlar sohasining rivojlanish ko'rsatkichlari kuzatilganda quyidagilarni ko'rish mumkin bo'ldi:

1. Odatda, Buxoro viloyatida ko'rsatilgan Jami xizmatlarning hajmi Chakana Tovar aylanmasidan ko'p bo'lgan, faqatgina 2016 yilga kelib Chakana Tovar aylanmasining hajmi biroz ortib ketgan.

2. YaHM har yil o'rtacha 21 %dan o'sganda, Pulli xizmatlar hamda Chakana Tovar aylanmasi 30-31 %dan o'sib kelgan. Jami xizmatlar esa, 26 %dan o'sib kelgan.

	Yalpi hududiy mahsulot	Chakana Tovar aylanmasi	Jami xizmatlar	Pullik xizmat ko'rsatish
2007	1 944,20	516,3	653,1	164,8
2008	2 510,90	702,3	874,2	231,9
2009	3 424,60	1054,1	1 193,30	283
2010	3 901,10	1290,2	1 512,90	394,8
2011	4 693,10	1726,5	1 938,60	544,8
2012	5 713,90	2259,7	2511,5	745,5
2013	6 589,30	2958,2	3387,8	1007,2
2014	7250	3683,5	4288,1	1264,6
2015	9354,9	4440,9	4817,2	1530,4
2016	10924,4	5595,8	5173	1868,6

Buxoro viloyatida Chakana savdo va Xizmatlar sohasi ko'rsatkichlari Umumiy Yapli Hududiy Mahsulotga qaraganda o'rtacha 5-10 % yuqori sur'atlarda rivojlanmoqda. Demak, boshqa sohalarga qaranda Xizmatlar sohasi juda ham yuqori sur'atlarda rivojlanishi Viloyat YaHMning o'sishiga asosiy hissa qo'shib kelayopgan sohadir.

1-jadval.

Buxoro viloyati hududlarida Jami xizmatlar ko'rsatilishi

		2010	2011	2012	2013	2014	2015
1	Buxoro shahri	682,7	895,2	935,7	1224,6	2178,8	2193,5
2	Kogon shahri	70,3	96,7	119,5	153,1	141,5	174,4
3	Buxoro tumani	58,6	75,4	114,1	164,4	141,4	167,8
4	Vobkent tumani	41,5	54,3	82,1	114,3	126,8	151,2
5	Jondor tumani	45,6	68,8	96,8	129,7	125,2	160,8
6	Kogon tumani	48,4	65,1	91,4	144,8	106,3	122,9
7	Qorako'l tumani	43,7	55,7	88,2	115,4	124,1	162,5
8	Qorovulbozor tumani	211,1	239,5	388,9	492,5	498,2	608,0
9	Olot tumani	49,9	56,7	139,9	196,1	171,1	226,2
10	Peshko' tumani	33,1	42,0	67,4	99,8	104,6	150,3
11	Romitan tumani	59,8	80,3	117,0	168,0	153,0	178,6
12	Shofirkon tumani	38,3	52,7	69,4	103,4	118,3	143,0
13	G'ijduvon tumani	129,9	156,1	201,0	281,6	298,7	378,0
	Viloyat bo'yicha	1512,9	1938,6	2511,5	3387,8	4288,1	4817,2

Jadval muallif tomonidan Statistika qo'mitasining Buxoro hududiy boshqarmasi ma'lumotlari asosida tuzildi.

Buxoro viloyati bo'yicha 2010-2015 yillarda ko'rsatilgan Jami xizmatlarning 44%i Buxoro shahrida ko'rsatilgan. Undan keying o'rinda 13% hissa bilan Qorovulbozor tumani turibdi. 8 % hissa bilan G'ijduvon tumani uchinchi o'rinni egallab turibdi.

Olot tumanining ulushi 5 %ni tashkil etsa, qolgan shahar va tumanlarning hissa 3-4 % atrofida turibdi.

2010-2015 yillarda Buxoro viloyati shahar va tumanlari orasida Jami xizmatlar ko'rsatish bo'yicha taqsimotni ko'rib chiqib, eng yuqori sur'atlarda o'sish bo'yicha dastlabki uch o'rinni egallagan hududlarni aniqlab oldik.

1. 2010 yilda Viloyat jami ko'rsatkichi oldingi yilga nisbatan 15,6 %ga o'sgan holda, Qorovulbozor tumanida 64,6 %, Olot tumanida 62,7 %, Peshko' tumanida 47,5 %li o'sishga erishilgan.

2. 2011 yilda Viloyat jami ko'rsatkichi oldingi yilga nisbatan 16,5 %ga o'sgan holda, Buxoro shahrida 18,3 %, Kogon tumanida 17,5 %, Shofirkon tumanida 17,4 %ga o'sishga erishilgan.

3. 2012 yilda Viloyat jami ko'rsatkichi oldingi yilga nisbatan 16,8 %ga o'sgan holda, Qorovulbozor tumanida 44,4 %, Vobkent va G'ijduvon tumanlarida 17 %ga o'sishga erishilgan.

4. 2013 yilda Viloyat jami ko'rsatkichi oldingi yilga nisbatan 22,8 %ga o'sgan holda, Kogon tumanida 31,9 %, Buxoro shahrida 27,3 %, Shofirkon tumanida 24,4 %ga o'sishga erishilgan.

5. 2014 yilda Viloyat jami ko'rsatkichi oldingi yilga nisbatan 17,8 %ga o'sgan holda, Olot tumanida 27,5 %, G'ijduvon tumanida 23,9 %, Shofiron tumanida 22,6 %ga o'sishga erishilgan.

6. 2015 yilda Viloyat jami ko'rsatkichi oldingi yilga nisbatan 13,9 %ga o'sgan holda, Peshko' tumanida 33,4 %, Olot tumanida 20,9 %, Jondor tumanida 19,2 %ga o'sishga erishilgan.

7. 2010-2015 yillarda Viloyat tumanlari orasida Jami xizmatlar ko'rsatish bo'yicha oldingi yilga nisbatan eng ko'p o'sgan hududlar orasida Olot va Shofirkon tumanlari 3 martadan; Buxoro shahri, Kogon tumani, Peshko' tumani va G'ijduvon tumanlari 2 martadan; Vobkent va Jondor tumanlari 1 martadan dastlabki uch o'rinlardan birini egallab kelgan. Kogon shahri, Buxoro tumani, Qorako'l tumani va Romitan tumani esa biron marta ham dastlabki uch o'rinni egallamagan.

Demak, Buxoro viloyati hududlari orasida Jami xizmatlarning o'sishiga asosiy hissani Olot va Shofirkon tumanlari qo'shib kelayotgan bo'lsa, Kogon shahri, Buxoro tumani, Qorako'l tumani va Romitan tumani autsayder sifatiga ega bo'ldi.

Орипов М.А., доцент,

Маматова Н.Х., доцент

Бухоро давлат университети

БУХОРО ВИЛОЯТИ ТУРИСТИК САЛОҲИЯТИДАН КОМПЛЕКС ФЙДАЛАНИШИНИНГ КОНЦЕПТУАЛ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Мамлакатимизда туризмни жадал ривожлантириш долзарб масалалари сифатида ҳукуматимизнинг доимий диққат марказида турибди. Масалан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрдаги ПФ-4861-сонли “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида” ги фармонида туризмни ривожланишини жадаллаштириш ва соҳа салоҳиятини тўлароқ реализация қилишни таъминлаш бўйича қатор чора-тадбирлар белгиланган. Фармонда “..... туризмни ривожлантиришнинг яхлит концепциясини

шакллантириш ва изчил амалга ошириш, туризмга иқтисодийнинг стратегик сектори мақомини бериш, ушбу соҳани барча ҳудудларни ва ўзаро боғлиқ тармоқларни комплекс равишда жадал ривожлантиришнинг етакчи кучига айланиш лозим бўлган иқтисодийни диверсификациялаш, таркибий ўзгариши ва барқарор ривожланишнинг қудратли воситасига айлантириш, яратиладиган ялпи ички маҳсулотда, маҳаллий бюджет даромадларида туризмни улушини кўпайтириш, иш билан таъминлаш, аҳолининг турмуш даражаси ва сифатини ошириш бўйича тизимли чора-тадбирларни амалга ошириш” зарурлиги қайд этилган. Мазкур фармонни ижросини таъминлаш мақсадида юртимизда кўплаб ишлар амалга оширилмоқдаки, улар натижасида туризм соҳасида силжиш юзага келмоқда. Масалан, 2017 йил якунларига кўра Ўзбекистонга 2,69 млн.нафар фуқаро ташриф буюрган, шу жумладан Бухоро вилоятига 154631 нафар хорижий сайёҳлар ташриф буюрган. Бухоро вилоятида 2016 йилда 91 та туристик ташкилотлар фаолият юритган бўлса, уларнинг сони 2017 йилда 162 тани ташкил этган. Энг муҳими вилоятда туристларнинг ўртача қолиши 2017 йилда 2,6 кунни ташкил этган, бу 2016 йилга 2 кунга нисбатан 0,6 кун кўпдир. Бу юқори суръат билан ўсган ижобий натижа ҳисобланади. Чунки, келган сайёҳ юртимизга қанча кўп қолса, у шунга мос равишда кўпроқ туристик хизматлардан фойдаланилади. Бу эса туристик ташкилотларининг даромадини ошишига сабаб бўлади ва пировардида туризмни янада ривожланишга асос бўлади.

Шу боис, юртимизнинг туристик потенциалидан янада кенгрок фойдаланиш зарур. Чунки, туризм буттун дунёда энг кенг ва тез ривожланаётган бозор саналади. БМТ халқаро туризм ташкилотининг маълумотларига қараганда, жаҳоннинг ялпи ички маҳсулотининг 10 % туризм соҳасида яратилиб, соҳа ёқилғи, кимё ва озиқ-овқат саноатидан кейинги 4 ўриндаги йирик соҳага айланиб, туризм маҳсулотларинияратишда дунёда банд аҳолининг 10 нафаридан 1 нафари фаолият кўрсатмоқда. Франция, Испания, Италия каби мамлакатларида эса туризмнинг иқтисодийдаги солмоғи янада ҳам юқорирокдир. Туризм бу мамлакатларда стратегик муҳим соҳа моқомига эга бўлганига анча бўлган. Мазкур мамлакатларда туризмни кенг ривожланишига асос улардаги бой туристик салоҳияти ва географик жойлашув мавқеи билан бирга соҳанинг инфратузилмасини ривожланганлигидир.

Шу боис, юртимизда туризмни ривожлантиришда Ўзбекистон Президентининг ПФ-4861-сонли фармонида қайд этилганидек комплекс ёндашган ҳолда соҳани концептуал ривожланиш стратегиясини ишлаб чиқиш лозим. Бизнингча, Ўзбекистондаги мафтункор табиати, тарихий обида ва маданий мерос, бетакрор хунармандчилик маҳсулотлари, юксак меҳмондорчилик фазилатлари, анъанавий пазандачилик, зиёрат масканлари, тотли мева-сабзавотлари туристларни бефарқ қолдирмайди. Бироқ буларни барчасини дунё туристларига кўрсатиш учун биринчи навбатда туризм инфратузилмаси ривожлантиришни ҳамда глобал туризм сервис хизматлари андозаларига мос хизматлар таклиф этишни тақозо этади. Айниқса, Бухоро вилоятида туризмни ривожлантириш учун нафақат Бухоро шаҳри маданий-тарихий объектларига сайёҳат ва зиёрат туризмни ривожлантиришга, балки

вилоятнинг барча туманларида мавжуд туристик салоҳиятидан комплекс тарзда фойдаланишни таъминлаш куннинг долзарб масалаларидан ҳисобланади. Бунинг учун дастлаб, Бухоро вилоятида жойлашган тарихий аҳамиятига эга меросимизни ўрганиб, у жойларни туристик масканларга айлантиришимиз зарур. Масалан, Вардонса (ҳозирги Вардонзе Шофиркон туманида), Ромтин (Ромин туманида), Варахша (Жондор туманида), Бойканд¹ (Пойкент, Қоракўл тумани) каби эски шаҳарлар қолдиқларини қайта тиклаб, туристик масканларга айлантириш мақсадга мувофиқдир.

Мазкур жойларда маданий-тарихий объектларга саёҳат билан бирга эко-агро, зиёрат, саҳро, **гестраномия** туризми ва қадимий даволанишни ташкил этиш имкониятлари мавжуд бўлиб, улардан комплекс фойдаланиш зарурдир.

Бизнингча, вилоятимиздаги туризм потенциалидан янада самаралироқ фойдаланиш учун унинг ҳудудини, тарихини ўрганиб, тарихий –маданий объектларни хатловдан ўтказиб, уларни туристик масканларга айлантириш орқали ободонлаштириш давр талабидир.

Масалан “Вардонзе” қўрғони (Вардона қалъаси) айна кунда археологик қазилмалари натижасида вайронага айланган ва у ердаги “Бурқи Сармаст” зиёратгоҳи ҳам қаровсиз ҳолатга келиб қолган. Лекин, бу жойни сайёҳлар учун тарихий ва зиёрат масканига айлантириб, атрофида эса саҳро туризми, агро туризм ва сайёҳларни қумдан фойдаланиш орқали даволашни йўлга қўйиш мумкин.

Таклиф этилаётган туристик масканларни баорпо этилиши аҳолини бандлиги ва даромадини ошириш билан бир қаторда, юртимизга хорижий сайёҳларни қизиқишини ортишига ҳам асос солади.

Шу боис, Бухоро вилояти туман ва шаҳарларида комплекс ёндашувга асосланган туризм кластерини ривожлантиришнинг стратегик истиқболли концепциясини тайёрлаш даврнинг тақозосидир.

Адабиёт

1. Абу Бакр Муҳаммад ибн Жаъфар ан –Наршахий Бухоро тарихи /Тарихий асос/ Таҳрир ҳайъати: Б.Аҳмедов ва бошқ. / Т.: Камалак, 1991-336 б. 98-100 бетларда.

Djafarova N.A.,

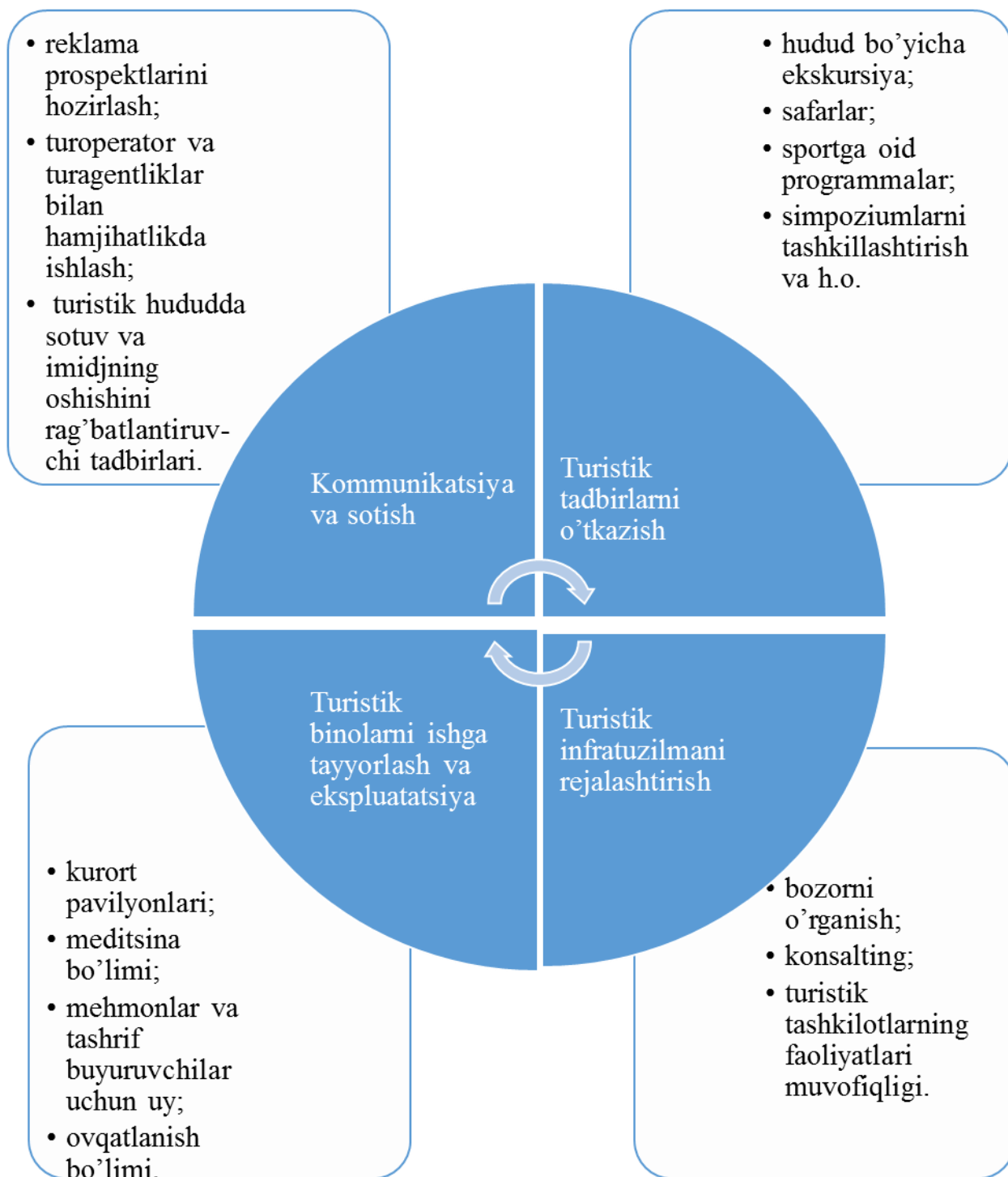
o'qituvchi, Buxoro davlat universiteti

TURISTIK HUDUDLARNING TARKIBIY TUZILISHI HAMDA FAOLIYA DOIRASI

Turistik hudud sifatida har qaysi dunyodagi eng mashhur shahar, yoki turistlarni jalb qiluvchi yodgorlik va diqqatga sazovor bo'lgan joylarga ega aholi kam yashaydiga joylar bo'lishi mumkin. Turistik hududlar bir-biridan keskin farq qilishi mumkin.

Turistik hududda birlashgan turistik tashkilot mavjud bo'lishi juda muhim sanaladi. Bunday tashkilot o'z hududida kooperativ (birgalikda bajarilishi kerak bo'lgan) vazifalarni amalga oshirishni o'z bo'yniga oladi. Bir tomondan bunday tashkilotlar turistik hududda o'zaro muvofiqlashtiruvchi funksiyasini oluvchi tashkiliy tuzilma boshqaruvining o'zgacha ko'rinishi bo'lib hisoblanadi. Menejment

uchun alohida tashkilot bilan bir qatorda turistik hududlar ham maxsus tashkiliy tuzilmalar tomonidan koordinatsiyalanishi muhim sanaladi. Boshqa tomondan, turistik tashkilotlar turistik vositachilar sifatida katta ahamiyatga egadirlar, ya'ni bunday ko'rinishdagi turistik tashkilotlar marketing funksiyalarini bajarishi kerak, kooperativ xususiyatni o'zida jamlashi va davlat miqyosida yoki yakka tartibda ishni tashkillashtira olish imkoniyatiga ega bo'lishi kerak.



1 - rasm. Turistik hududning faoliyat doirasi.

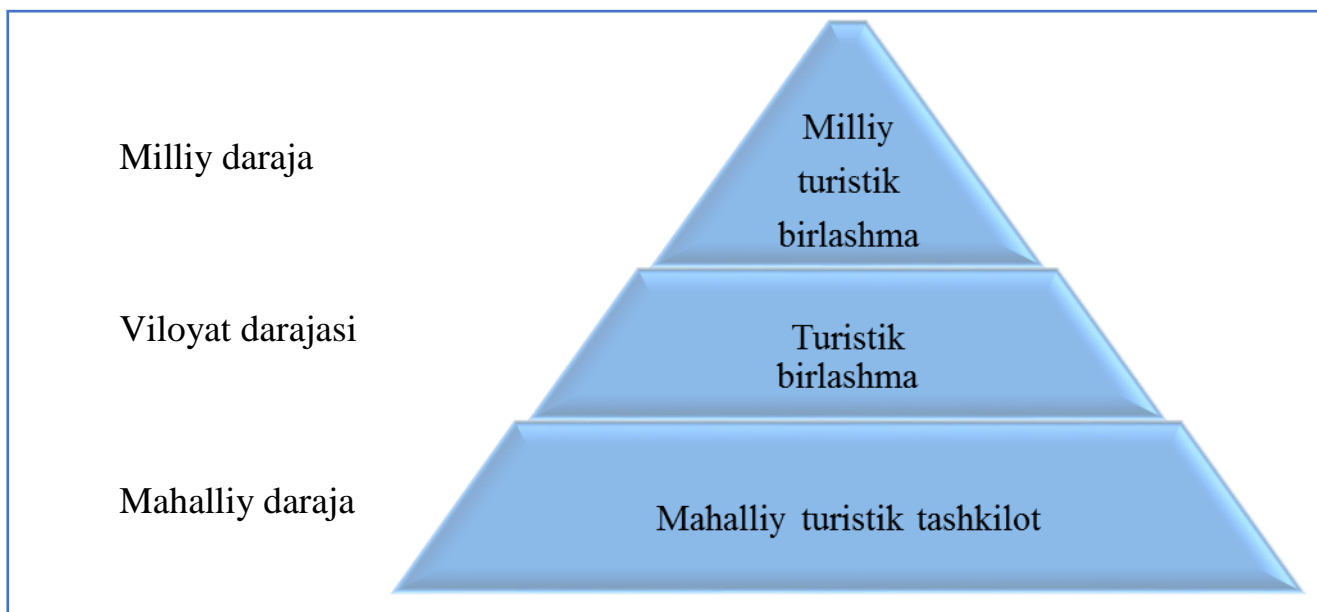
Manba: Менеджмент туризма: Учеб. пособие.- Мн.: БГЭУ, 1999. - стр. 72.

Har qanday holatda ham, turistik tashkilot turistik siyosatni vujudga keltiradi, ya'ni turizm uchun manfaatli qolibga solingan shartlar-sharoitlar yaratish va uni qaramog'i ostidagi hududda rivojlanishini rag'balantirishi lozim. Bunday tashkillashtiruvchi tuzilmalar xususiy (birlashgan) yoki davlatga oid turistik tashkilotlar tuzilmalari hisoblanadi.

Turizm - bu nafaqat iqtisodiyotning muhim bo'lagi, balki murakkab tashkiliy tuzilma hamdir. Turizmga taalluqli bo'lgan hamma narsani aynan aniqlab bo'lmaydi: iste'molchilar turistik tuzilmaning o'zaro yaqin aloqadorligini sezishmaydi, turistik tashkilotlar vakillari esa umumiy sistemadagi faoliyatlarining faqatgina bir qismini ajratib ko'rsatishadi. Shu qatorda turizm tuzilmasi turistik hudud, korxonalar va tashkilotlarda ish o'rinlarini va ishni taqsimlash bilan ham shug'ullanadi.

Turistik tuzilmaning boshqarilishi deganda, maqsadlar va vazifalarni strukturaviy bo'limlar va tashkilot ishchilari orasida maqbul ravishda taqsimlash tushuniladi. Tashkiliy tuzilmaning tarkibini birikma, o'zaro bog'lanish, o'rnashish tartibi va tashkilotning alohida taqmoqlari o'zaro aloqadorligi tashkil qiladi.

Turistik tashkilotlar tuzilmalari o'z faoliyatlarini 3 darajada amalga oshirishadi: milliy (federal), viloyat va mahalliy.



2 - Rasm. Turli xil turistik hududlarni boshqarish iyerarxiyasi.

Manba: Менеджмент туризма: Учеб. пособие. — Мн.: БГЭУ, 1999. — стр. 73

Turistik boshqaruv organlari va birlashmalar avvalam bor moliyalashtirish turi bo'yicha quyidagi turlarga ajratiladi: boshqaruv organlari davlat budjetidan, birlashmalar esa a'zolar to'laydigan badallar va xususiy turistik tuzilmalar daromalari hisobidan faoliyat yurituvchi tashkilotlar sanaladi. Boshqaruv organlari va birlashmalar turistik boshqaruvlar oldin bajarmagan ishlar bilan shug'ullanishadi. Bular:

- turistik infrastrukturani tashkil etish;
- reklama;
- mehmonlarga xizmat ko'rsatish;

- turistlarni joylashtirish xizmatiga vositachilar.

Misol keltiradigan bo'lsak:

- Hududning jozibadorligini oshirish uchun kempinglar qurish rejalashtirilgan;
- Turli xil zamonaviy texnikalardan foydalanib yarmarkalarda turistik hududni prezentatsiya qilish;
- Shahar bo'ylab ekskursiya, shaharda bo'lib o'tadigan qiziqarli tomosha va bazmlar to'g'risida ma'lumotlar taqdim etish;
- Oldindan bron qilmasdan tashrif buyurgan sayyohlarga bo'sh o'rinlar mavjud bo'lgan mehmonxona va tunash mumkin bo'lgan joylar haqida ma'lumot berish.

Turistik hudud menejmentida davlat tashkilotlari bilan bir qatorda xususiy korxonalar ham mavjud. Ular orasida quyidagilar ajratiladi:

- Turistik vositachilar birlashuvi. Bunday turdagi tashkilotlar turistik tarmoqda bitim tuzish, tarmoq faoliyatini himoya qilish, noqonuniy ish metodlarini chetlatishlar kiradi;
- Xususiy mehmonxona va restoranlar kabi turistik tashkilotlar;
- Mahalliy darajadagi turistik tashkilotlar;
- Xorijiy turistlarni e'tiborini jab qiluvchi reklama tashkilotlari.

Turli xil territorial darajasi – hududiy, viloyat, mamlakatlardagi turistik tashkilotlar faoliyati muhim sanaladi. Darajadan kelib chiqqan holda menejment vazifalari turlicha hal qilinadi.

Turistik tashkilotlardan kutiladigan vazifalar: turistlar uchun informatsion byuro tashkiloti; bozorni o'rganish; yuqori pog'onadagi tashkilotlar turistik hudud muammolaridan xabardor bo'lishi; xalqaro bozor uchun marka ishlab chiqish; kadrlarni tayyorlash va malakasini oshirish dasturlari; mehmonxonalarda o'rinlarni bronlash sistemasi; yarmarkalarda umumiy qatnashish; OAV; alohida hududlarda marketing va boshqalar.

Nosirova D.M.,

Bukhara State University

HISTOIRE TOURISME DEL'OUZBÉKISTAN

Nous savons que, actuellement le tourisme developpe sans cesse. Auparavant il y avait une grande route de la soie. Le pays est donc assez éloigné de la France, avec 3 heures de décalage horaire, ce qui n'empêche pas d'avoir tout de même 700 000 touristes environ par an. C'est relativement peu, ce pays de 30 millions d'habitants est encore épargné par le tourisme de masse. Pourtant, les paysages ouzbèks, ses monuments et surtout l'hospitalité de ses gens en font un des pays au plus fort potentiel de croissance touristique. Chaque année, ce sont de plus en plus de touristes étrangers qui viennent découvrir les charmes de l'Asie Centrale, la plupart des groupes de Français, qui n'ont pas peur d'affronter le climat continental, très chaud en été, très froid en hiver. Il ne faut pas oublier que le pays est un ancien pays communiste, encore peu habitué aux « commodités » du monde capitaliste. Du coup, niveau « Sum », la monnaie locale, les habitants ont l'habitude d'éviter de passer par les banques, étant donné des procédures (vraiment) fastidieuses pour justifier tout

mouvement d'argent sur les comptes bancaires. Résultat: un marché noir existe pour le change de devises avec les touristes, qui est beaucoup plus intéressant si vous pensez à arriver avec des euros ou des dollars en poche. Sinon bien sûr il y a quelques bureaux de change dans les grandes villes (Tachkent, Samarcande, Boukhara...) mais quoiqu'il en soit, oubliez nos bons vieux distributeurs automatiques de billets pour obtenir des Sums (ou Cym). Un vaste programme de construction de lotissements est en cours dans tout le pays. La majorité du pays est couverte par le plus grand désert d'Asie Centrale, le Kyzyl Kum, « Sable Rouge » en langue ouzbèk. Encadré par deux grands fleuves, l'Amou-Daria et le Syr-Daria, ce désert était l'étape cruciale de la route de la Soie, il était impossible de le traverser si on était mal préparés. Aujourd'hui, le côté désertique a été fortement L'Ouzbékistan, un pays de haute culture qui est profondément ancré dans les siècles d'histoire d'Asie Centrale. Dans toute son histoire l'Ouzbékistan a été un pont entre l'Orient et l'Occident, entre les peuples et les nations, un croisement d'anciennes routes, un lieu de rencontre entre les hommes à travers toutes leurs diversités linguistiques, culturelles et religieuses. En effet, la Grande Route de la Soie a joué un rôle primordial dans le développement culturel de l'Ouzbékistan, mais aussi dans tout l'Orient et toutes les civilisations mondiales. Cette terre ancestrale a connu les guerres des empires, l'essor et la décadence des civilisations, elle a vu naître la pensée scientifique, les merveilles architecturales de l'urbanisation. Sur cette terre de grands savants et théologiens ont vécu et des lieux sacrés de l'islam se sont élevés. Nos ancêtres ont beaucoup contribué au développement de la civilisation mondiale. De grands savants et penseurs comme Avicenne, Oulougbek, Al-Berouniy, Alicher Navoi, Al-Khorezmi sont connus dans le monde entier. [2]

Les plus anciennes villes du monde comme Samarkand, Boukhara, Khiva, Kokand, Shakhrisabz, Tachkent se trouvent en Ouzbékistan et sont connus par leurs chefs-d'œuvre originaux de l'architecture du Moyen Age et des maîtres d'artisanats. Dans le pays il y a environs quatre mille monuments dont la plupart est admie par l'UNESCO, comme de précieux témoignages de la civilisation dans cette région du globe. L'Ouzbékistan est connu non seulement par son riche héritage historique, culturel et spirituel, par l'originalité de son patrimoine historico-architecturale, mais aussi par ses infrastructures, son secteur industriel et par son industrie touristique bien développées. Nous avons tous une destination exotique et inconnue, évocatrice de mille rêves et d'histoires. Tout au long de ma vies, j'ai beaucoup lu et appris sur de très nombreux pays, à un tel point que parfois, même sans y être allé, j'ai l'impression de déjà connaître. Aujourd'hui, rares sont les pays qui échappent à cet état de fait, mais il existe encore quelques endroits de la planète complètement inconnus, délaissés par le tourisme de masse ou les médias. Ce sont les pays traversés par l'ancienne Route de la Soie, pratiquement inconnus de nos contrées.

Ancien pays de l'URSS L'Ouzbékistan a obtenu son indépendance en 1991, à l'effondrement de l'URSS. Englobé dans le l'ancienne grande puissance soviétique, il ne pouvait pas être inclus dans les grands reportages touristiques ou culturels à cette époque, l'URSS étant solidement cadenassée et protégée des touristes et des médias occidentaux. Seuls quelques connaisseurs privilégiés qui n'avaient pas peur d'utiliser l'agence touristique d'Etat « Intourist », venaient en Ouzbékistan, flanqués en

permanence d'un guide chargé de les surveiller autant que de les guider. D'un point de vue européen, ce n'est pas le nom du pays qui est connu, mais plutôt le nom de Samarcande, l'ancien carrefour principal de la Route de la Soie, ville du commerce international par excellence depuis l'Antiquité. [2]

Statue équestre de Tamerlan devant le Palais des Congrès sur la place Amir Timur. Certaines personnalités originaires de ce qui est aujourd'hui l'Ouzbékistan sont très connues dans nos contrées occidentales, bien plus que le pays lui-même: Tamerlan « Timur le Boiteux » est né à Chakhrisabz, au sud de Samarcande. Il est plus connu en Ouzbékistan sous le nom d'Amir Timur, c'est-à-dire « l'Emir de Fer », le grand conquérant du XIV^e siècle. Une autre personnalité, moins connue, eu pourtant bien plus d'impact dans notre civilisation moderne: Al-Khawarizmi « qui vient de la province du Khwarezm ». Originaire de Khiva, principale ville du Khwarezm dans l'ouest du pays, il n'est autre que le théoricien de l'algorithme, dont le mot n'est qu'une déformation de son nom! Il est également la personne connue comme étant l'un des pères de l'Algèbre, (mot issu d'ailleurs du titre de l'un de ses livres) ou la personne qui popularisa l'utilisation des chiffres arabes. Son importance scientifique mériterait qu'il soit au moins aussi connu qu'Archimède. [2]. Carte de la Route de la Soie, affichée à Khiva. Histoire de l'Ouzbékistan est riche et très ancienne. Lieu de passage, traversé d'est en ouest et du nord au sud par les commerçants, il a subi l'influence de nombreuses civilisations, que nous retrouvons encore aujourd'hui, que ce soit architecturalement ou culturellement. Le pays est donc extrêmement brassé, il n'est pas étonnant de voir des personnes aux yeux bridés mais parfois clairs, parler une langue d'origine turque, à la peau brune, de religion musulmane et de culture économique ouzbeque.

Bibliographies

1. Malreaux A. MCH La Condition Humaine. – P., 1985.
2. www.google.uz

*Doniyorov B.N.,
BuxDU Ekologiya kafedrasi o'qituvchisi
Buxoro sh., O'zbekiston*

TURIZM SOHASIDA AHAMIYATLI BUXORO VILOYATI AGROSENOZLARIDAGI MANZARALI VA SAYROQI QUSHLAR

Aholi soni kunsayin ko'payib borayotgan bir vaqtda, antropogen ehtiyojlar ham chegarasiz yuksalmoqda. Masalan, oziq-ovqat, kiyim-bosh, qurilish materiallari, kundalik faoliyat uchun zarur buyumlar va boshqalar. Bular orasida 14 - asrdan rivojlanib kelayotgan turizm sohasi alohida o'ringa ega. Insoniyat o'zi anglagan ehtiyojlarini qondiruvchi noyob manba borliqdir. Tabiat bilan insoniyat orasida betakror muvozanat mavjud. Turizm sohasi mazkur mavjudlik komponentidir.

Tabiatni muhofaza qilish, turizm uchun ahamiyatli turlar xilma-xilligini va tarixiy obidalarni mavjudligicha saqlab qolish, ular bilan bog'liq ekoturizmning busbutunligini ta'minlash hozirgacha ham umumbashariy ahamiyatga ega bo'lgan muammo sifatida e'tirof etilmoqda. Bunday muammolarni bartaraf etishda, insonlarning ekologik-huquqiy savodxonligini, ongini, ekologik-huquqiy ta'lim va tarbiyasini, madaniyatini yuksaltirish muhim vazifalardan biri hisoblanadi.



Turli xildagi madaniy meros obidalari, shuningdek, milliy-madaniy yodgorliklar bilan bir qatorda Buxoro viloyati agrosenozlaridagi manzarali va sayroqi qushlarni o'rganish masalasi dolzarbligicha qolmoqda. Mazkur masalani hal etish nafaqat tarixiy obidalarni qushlar ta'siridan saqlash orqali ekoturizm sohasini yuksaltirish, balki Buxoro viloyati agrosenozlaridagi manzarali va sayroqi qushlarning bioekologiyasini o'rganish, ularning turizm sohasida ahamiyatini aniqlash orqali ekologik turizmni barqarorlashtirish imkonini beradi.











Tadqiqotlarimiz turistik ahamiyati juda yuqori bo'lgan Buxoro viloyat agrosenozlaridagi manzarali va sayroqi qushlarini tur tarkibini aniqlash, biologiyasi va ekologiyasini o'rganish hamda shu asosda ayrim xulosalarni umumlashtirishdan iborat bo'ldi.









Buxoro viloyatidagi turistik ahamiyat kasb etadigan istirohat bog'lari, xiyobonlar, bog'lar va kichik ekin maydonlari, ta'lim muassasalari va turli tashkilotlar hovlisidagi daraxtlar, o'simliklar shu jumladan, tarixiy obidalar sayroqi qushlarning uya qurishi, oziqlanishi, dam olishi, tunashi va boshqa hayotiy jarayonlarini o'tkazish joyi bo'lib xizmat qiladi. Shuning uchun mazkur hududlar doirasida manzarali va sayroqi qushlar ekologik o'rnini o'rganish turizm sohasini rivojlantirishning ustivor yo'nalishi hisoblanadi. Buxoro viloyat agrosenozlaridagi manzarali va sayroqi qushlar tur tarkibi va uchrash xususiyatlari quyida 1-jadvalda keltirilgan

1-jadval

Buxoro viloyat agrosenozlaridagi manzarali va sayroqi qushlar tur tarkibi va uchrash xususiyatlari

T/r	Turlar	Uchrash xususiyatlari		Rasmi	
		O'troq	Kelib uyalab ketuvchi		Uchib o'tuvchi
1	<i>Coturnix coturnix</i> - Bedana			+	
2	<i>Phasianus colchicus</i> - Qirg'ovul	++			

3	<i>Cuculus canorus</i> – Oddiy kakku		+		
4	<i>Apus apus</i> – Qora uzunqanot		+		
5	<i>Upupa epops</i> – Sassiq popishak		+		
6	<i>Hirundo rustica</i> - Qishloq qaldirg'ochi		+		
7	<i>Motacilla flava</i> - Sariq jibljajibon			+	
8	<i>Motacilla feldegg</i> - Qoraboshli jibljajibon			+	
9	<i>Motacilla alba</i> - Oq jibljajibon			+	
10	<i>Motacilla personata</i> - Niqobli jibljajibon		+		
11	<i>Lanius schach-</i> Uzun dumli qarqunoq		+		
12	<i>Oriolus oriolus</i> - Zarg'aldoq		+		

13	<i>Acridotheres tristis</i> – Mayna	++			
14	<i>Sturnus roseus</i> - Ola chug'urchuq			+	
15	<i>Sturnus vulgaris</i> - Oddiy chug'urchuq	++			
16	<i>Pycnonotus lucogenys</i> - Andalib			+	
17	<i>Cercotrichas galactotes</i> - To'qay bulbuli		+		
18	<i>Remiz pendulinus</i> - Vahimaqush		+		
19	<i>Parus bokharensis</i> - Buxoro chittagi	++			
20	<i>Passer montanus</i> - Dala chumchug'i	++			
Jami		5	9	6	20

Izoh: Jadvaldagi qushlardan quyidagilarni bedana, qirg'ovul, sassiq popishak, sariq jibljibon, qoraboshli jibljibon, zarg'aldoq, to'qay bulbuli, buxoro chittagi manzarali va sayroqi guruhiga, kakku, qora uzun qanot, qishloq qaldirg'ochi, uzun dumli qarqunoq, mayna, ola chug'urchuq, andalib, vahimaqush sayroqi guruhiga,

oqjibljajibon, niqobli jibljajibon, oddiy chug'urchuq, dala chumchuq manzarali guruhga shartli ravishda kiritish mumkin[1.,2].

Bedana uchib ketuvchi manzarali-sayroqi qush bo'lib, ko'pincha uni qafaslarda saqlab parvarish qilinishini guvohi bo'lamiz. Tabiatda bu tur cho'llar, sug'oriladigan yerlar, to'qayli o'rmonlar[3] va inson tomonidan o'zlashtirilgan hududlarda panoh topadi. Uning teri hosilalari yengil sanoat va kasmetologiyada qadir topgan. Go'shti va tuxumi foydali parxezbop ozuqaligi bilan kishi e'tiborini tortadi.

Qirg'ovul muhofazaga olingan o'troq tur bo'lib, erkagi bilan urg'ochisi orasida jinsiy demorfizm shakllangan. Turga xos manzarasi va yangroq ovozi kishini hayratga soladi. Vohalarda va butazorlarda uni ko'p ko'rish mumkin. Oziqasini yerdan topsa ham kechasi daraxtlarda tunaydi.

Zarg'aldoq ko'zga kam tashlanib, yoqimli ovozi bilan o'zini tanitadigan, jinsiy demorfizmga ega, kelib uyalab ketadigan tur. O'ziga tortadigan ovozi va betakror manzarasi qisqa vaqtda kishilar e'tiboriga tushadi.

To'qay bulbuli bir ko'rganda boshqa turlardan ajratish oson bo'lgan, qishda uchib ketadigan jannat qushi. Inson tomonidan o'zlashtirilgan suv havzalari atrofida, butazorlar orasida yashaydi. Ertalab tongda va kunning ikkinchi yarmida jonli sayrashi insoniyat borki, uning nazariga tushadi.

Bedana, qirg'ovul, zarg'aldoq va to'qay bulbuli kabi Buxoro agrosenozlaridagi manzarali va sayroqi qushlarni viloyat hududida yaqin kelajakda sonini muvozanatli ko'paytirish turizm sohasidagi serqirra ehtiyojlarni yechimini topishga qo'l keladi.

Xulosa qilib aytganda Buxoro viloyatidagi ko'kalamzorlar, suvliklar va ular atrofidagi to'qayzorlar hamda ko'ngil ochar va dam olish markazlari, ziyoratgohlar, alohida muhofaza qilinadigan hududlarda uchrovchi manzarali va sayroqi qushlarga nisbatan mehr shavqat ruhida munosabatda bo'lish yaqin kelajakda ular turizm sohasi istiqboli uchun xizmat qilishini garovi hisoblanadi.

ADABIYOTLAR

1. Симонов Б.А., Певчие и декоративные птицы. Тошкент: "Узбекистан".1977. 80-84 б.
2. Худойберdiyev Т., Rasulov O., Toshkent hayvonot bog'i. Toshkent: "Sharq". 2004. 32-52 б.
3. Митропольский О.В., Бакаев С.Б., Кашкаров Р.Д., Кашкаров О.Р., Ўзбекистон қушлари бўйича қисқача маълумотнома 130 та тур. Тошкент. 2013. 60 б.

Мўминов Х.И.

БДУ иқтисод кафедраси доценти

ХУНАРМАНДЧИЛИКНИНГ РИВОЖЛАНИШИ ВА АҲОЛИ ИШ БИЛАН БАНДЛИГИНИНГ ЮКСАЛИШИ

Аҳолининг юқори даражада иш билан бандлиги унинг турмуш даражаси юқори бўлиши, мамлакат иқтисодий ривожланишига ижобий таъсир кўрсатади.

Навоий вилоятида ташкил қилинган, ҳозирги вақтда самарали фаолият юритаётган эркин иқтисодий индустриал зонадаги янги ташкил топган корхоналар мамлакатимиз иқтисодиёти юксалишида ўзининг ижобий самарасини кўрсатмоқда. Бундай ҳудудлар кейинги йилларда Ангрен махсус

индустриал зона ва Жиззах иқтисодий индустриал зоналар шаклида Тошкент, Жиззах ва Сирдарё вилоятларида ҳам ташкил қилинди. Ҳозирги вақтда қадимий шаҳарлар ҳудудида эркин туризм ҳудудлари ташкил қилинмоқда.

Туризм соҳасида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик фаолиятини ривожлантириш миллий иқтисодиётимиз барқарорлигини таъминлашнинг муҳим макроиқтисодий омилларидан бири ҳисобланади.

Ҳунармандчилик жамият учун бошқа корхоналарга нисбатан кўпроқ янги товарлар етказиб бера олади ва бу билан истеъмол товарлари бозорида ҳамда истеъмолчиларнинг талабини кенгроқ ўрганиб, ўз фаолиятини талабга мослаштира олади.

Бухоро шаҳрида фаолият кўрсатаётган «Шаҳбоз-Шаҳром» хусусий фирмасини бугунги кунда республикамизда яхши билишади. Ушбу фирмани раҳбари Муҳаббат Тешаева 2006 йилда Президент соврини учун ўтказилган «Ташаббус» кўрик танлови республика босқичида «Энг яхши тадбиркор» номинациясида ғолиб чиққан.

Йилига 700 минг квадрат метр гилам тайёрлаш қувватига эга корхона яқин вақтгача муҳим хом-ашё синтетик ип-калавани хориждан импорт қиларди, 2010 йилнинг бошида бунга зарурат қолмади, чунки Европа Ривожланиш ва тараққиёт банкнинг бир миллион АҚШ доллари миқдоридаги кредити асосида синтетик ип-калава ишлаб чиқариш цехи ташкил этилди. Ҳозир бу корхонада 43 киши меҳнат қилиб, йилига 3000 тоннагача маҳсулот ишлаб чиқарилмоқда, ушбу ип-калаванинг бир қисми ички ишлаб чиқаришга кетмоқда, қолганлари республикамиздаги турдош корхоналарга юборилмоқда.

Бундан ташқари, Бухоро вилоятидаги тадбиркорлар фақат республикамизда эмас, балки хорижлик шериклар билан ҳам яқин ҳамкорлик алоқаларини ўрнатмоқдалар, бунинг сабаби, улар учун қулай инвестицион шароитнинг яратиб берилиши ва чет эл сармоясини жалб этиб, ундан ўринли ва самарали фойдаланишдир.

Бухоро вилоятида ҳунармандчиликни ва бу орқали иш билан бандликни янада ошириш учун қуйидаги тадбирларни бажариш муҳим деб ҳисоблаймиз:

– Ўзбекистон Республикасидаги ҳунармандлар ҳамда уларнинг ишлаб чиқарган маҳсулотлари, уларнинг сифати, маҳсулот нархлари, сотиб олинганда кўрсатилаётган хизматлар ва бошқалар тўғрисида тўлиқ маълумот берувчи каталоглар ишлаб чиқаришни йулга қуйиш ва мамлакатнинг барча ҳудудларига етказилишини таъминлаш;

– Вилоят оммавий ахборот воситаларида ҳунармандлар ҳуқуқларини муҳофаза қиладиган курсатувлар ва нашрларни ташкил қилиш ва кўпайтириш. Масалан, “Ҳунарманд - тадбиркор” телекўрсатувини ташкил қилиш;

– Ўзбекистонда ҳунармандларни руйхатдан ўтказишда уларни руйхатдан ўтказиш тизимини автоматлаштириб, бу жараёнда ҳудудлар макомини ошириш зарур. Вилоят марказидаги шаҳарларда корхонага ном сўраш фаолияти 3-4 кунга, вилоятнинг чекка ҳудудидаги туманларда 1-2 ҳафта вақт сарфланишига сабаб бўлмоқда. Ҳозирги вақтда Ўзбекистон Республикаси Статистика Кўмитаси томонидан бундай ишларда анча қулайликлар яратилган, лекин баъзи ҳолатларда электр ва интернет билан бўлаётган муаммолар

тадбиркорлар ишини қийинлаштирмоқда.

*Xodjiyeva M.S.
Buxoro shahri*

AGROTURIZMNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

Annotatsiya: Agroturizm – turizm industriyasining yoʻnalishi boʻlib, tabiiy, tarixiy-madaniy va boshqa qishloq xoʻjalik resurslaridan foydalanishga asoslangan, sayyohlik kompleksini yaratish uchun moʻljallangan sohadir. Respublikamizning qariyb barcha hududlarida agrar turizmni amalga oshirish imkoni mavjud. Buning uchun zaminimizda hamma sharoitlar mavjud va koʻplab viloyatlarda shu soha boʻyicha koʻplab ishlar amalga oshirilmoqda.

Аннотация: Агротуризм – это один из направлений туризма, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и других ресурсов сельской местности, для создания туристского комплекса. Почти во всех регионах нашей республики есть шансы для развития агротуризма. Для этого есть все необходимые условия и многие регионы используются этим.

Annotation: Agrotourism – is one of the directions of tourism, focused on use of natural, cultural and historical and other resources of rural areas, for creation of a tourist complex. Almost in all regions of our republic there are chances for development an agrotourism. For this purpose, there are all necessary conditions and many regions are used by it.

Kalit soʻzlar: ekoturizm, agroturizm, somon xirmoni, baliq ovi, mehmon, mehmondoʻstlik.

Ключевые слова: экотуризм, агротуризм, сеновал, рыбалка, посетитель, гостеприимство.

Key words: ecotourism, agrotourism, mow, fishing, visitor, hospitality.

Soʻnggi yillarda jahon turizmida agroturizm sohasi jadal tarzda rivojlanib bormoqda. Agroturizm, qishloq turizmi, yashil turizm, qishloq xoʻjaligi turizmi – bularning bari qishloq joylari (ovul, qishloq, fermer xoʻjaligi, shaxsiy hudud) dagi olib boriladigan turizm turining sinonimidir. Ushbu joylarda shovqin-suronli shaharlardan kelgan sayyohlar aholining urf-odatlarini, yashash tarzi bilan tanishishadi, qishloqdagi uylarda yashashadi hamda qishloq xoʻjaligidagi ishlarda ishtirok etishadi. Bayram hamda festivallarni nishonlashda sayyohlar turli xildagi musobaqalarni tomosha qilishlari va ularda ishtirok etishlari mumkin.

Avvalo, uzoq tarixga ega boʻlgan, oʻzida oʻtmishning urf-odatlarini saqlab qolgan, aholisi ajdodlardan meʼros boʻlgan xalq folkloridan foydalanuvchi ovullar koʻplab sayyohlarni oʻziga jalb qilib kelmoqda. Shu bilan birga, sayyohlar ekologik toza qishloq taomlarini taʼtib koʻrishlari, toza havodan bahramand boʻlishlari, qaysidir qishloq xoʻjalik ishlarida ishtirok etishlari, organizmni jismoniy hamda psixologik tomondan tiklash imkoniga ega boʻlishadi. Boshqacha qilib aytganda, agroturizm turli faoliyatlarni oʻrganish imkonini beradi. Bularga: ot minish, meva va sabzavotlar yigʻim-terimida qatnashish, echki va sigir sogʻish, taomlar tayyorlash, hunarmandchilikning turli sohalarida ishtirok etish (tikish-bichish, toʻqish,

kashtachilik, kulolchilik va h.k) kabilar kiradi. Sayyohlar hududlardagi urf-odatlarni o'rganish, ularning madaniyati va folklori (musiqiy namoyishlar, odatlar) bilan tanishishadi.

Agroturizm Yevropa mamlakatlarida yaxshi rivojlangan. Sayyohlarni qishloq uylari va fermer xo'jaliklariga joylashtirishdan tashqari yana qayta ta'mirlangan qadimiy qasr, cherkov, tegirmonlarda yashashi uchun sharoit yaratiladi. Shu yo'l orqali sayyohlarda qadimiylilik bilan yaqindan tanishish imkoni yuzaga keladi. Qolgan xizmat turlari – qishloq uylarida yashash, qishloq mahsulotlari bilan oziqlanish, o'simlik va mevalarni terish, uy hayvonlarini parvarishlash, o'tlarni o'rib, g'aramlash, baliq ovi, ko'ngilochar mashg'ulotlar va boshqa xizmat turlari yuqori darajada tashkillashtirilgan.

O'zbekistonning qariyb barcha hududlarida agrar turizmni amalga oshirish imkoni mavjud. Chunki respublikamizning katta qismi agrar hudud. Qulay ekologik va iqlim sharoiti, kerakli infrastruktura, misli ko'rilmagan etnografik madaniyat hamda an'anaviy mehmondo'stlik – bularning barchasi bizning davlatimizda mavjud va agroturizm uchun xizmat qilishi mumkin.

Turizm ushbu yo'nalishining rivojlanishi qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti rivojlanishi va mustahkamlanishiga asos bo'ladi, mehmondorchilik sanoatida yangi ish o'rinlari yaratiladi, qishloq aholisining shaharga ko'chib kelishi kamayadi, qishloq aholisining intellektual va madaniy salohiyati oshadi, ekologik toza ozuqa mahsulotini yetishtirish imkoniyati oshadi. Tabiiy resurslarning saqlanib qolishida agroturizm katta rol o'ynaydi.

Agrar turizm ekologik turizm bilan juda o'xshash, ammo bu turizm turlari bir-biridan farq qiladi. Bunday o'xshashlik yurtimizdagi turizm rivojlanishida katta hissa qo'shmoqda. Chet el sayyohlarini yurtimizdagi nimalar o'ziga bunchalik jalb qiladi?

Avvalo – O'zbekistonning o'ziga xos turistik brendlari, o'ziga xos tabiati, misli ko'rilmagan sharqona arxitektura, tut va teraklar bilan qurshab olingan rang-barang qishloqlar, somon va toshdan qurilgan ajoyib uylar, ot, tuyalar, mazzali sharq taomlari, mehmondo'stlik, daturxon, meva va sabzavotlar va boshqa ko'plab narsalar sayyohlarni o'ziga jalb qiladi.[1]

O'zbekistonning barcha hududlarida agroturizmni rivojlantirishda turli usullardan foydalanilmoqda. Samarqand va Toshkent viloyati hududlarida uzumdorchilik yaxshi rivojlangan bo'lib, sayyohlarga ushbu yetishtirilgan uzumlardan ta'tib ko'rish, o'sha uzumdan tayyorlangan vinoni ichib mazasiga baho berish imkoni yaratilgan.[2] Yana ba'zi hududlarda oqar suvlar, kanallar, ariqlar ustida katta tapchanlar o'rnatilib, shahardan keluvchi mehmonlar, turli yo'nalish haydovchilari, sayyor sayyohlarni jalb qilib, u yerda dam olish imkoni yaratiladi.[1] Tog'li hududlarda esa asosan ichki turizm hamda tibbiyot turizmi amalga oshiriladi. Bundan tashqari hududlarda agroturizmning yana ko'plab turlarini amalga oshirish mumkin.

Yevropa mamlakatlarida shaharlik sayyohlar dam olish maqsadida tog'li rayonlarga borishni istahsa ular tog'da yashovchi aholi bilan kelishilgan holda ish tutishadi. Ya'ni, tog'lik aholi sayyohlar uchun o'z uylaridan joy ajratishadi. Buning evaziga sayyohlar uy egalariga qishloq xo'jalik ishlarida yordam berishadi. Sayyohlar aholiga mevalarni terish, dorivor o'simliklarni yig'ish, poliz ekinlarini o'stirish va

terishda yordamlashishadi. Buning natijasida sayyohlar toza ob-havodan bahramand bo'lishadi, qishloq xo'jalik ishlarini o'rganishadi, dorivor o'simliklarni yovvoyilaridan ajratishni o'rganib olishadi, ruhan va jismonan dam olishadi, toza ekologik mahsulotlardan oziqlanishadi. Shunday usullarni bizning mamalakatimizda ham amalga oshirish imkoni mavjud. Tog'larda istiqomat qiluvchi aholiga xo'jalik ishlarida ishtirok etish, asalarichilik ishlarida yordamlashish, yilqichilik, parrandachilik, pillachilik, chorvachilik va hokazolarda ishtirok etish kabilarni amalga oshirishni yo'lga qo'yilsa, ham agroturizm sohasiga katta hissa qo'shilgan bo'lar edi. Natijada esa sayyohlarda ushbu soha bo'yicha talaygina tushunchalar shakllantirilar edi va ularning dam olishini yuqori darajada tashkillashtirish imkoni yuzaga kelar edi. Sayyohlarga tog'li rayonlarda o'suvchi dorivor o'simliklarni yig'ish, ularning xususiyatlari, qo'llash usullari to'g'risidagi ma'lumotlarni o'rgatish ham samarali foyda keltiradi. Chunki sayyohlar dorivor xususiyatga ega bo'lgan o'simliklar haqida ma'lumotga ega bo'lishadi hamda ularda tibbiy madaniyat shakllantiriladi. Bunday ishlar albatta, o'z-o'zidan bo'lmaydi. Bularni amalga oshirishda o'sha soha mutaxassislari bilan birgalikda faoliyat yuritish kerak bo'ladi. Dorivor o'simliklarni yig'ishda o'simlikshunos mutaxassis bo'lmasa bu ishni amalga oshirish qiyin va samarali natijaga erishib bo'lmaydi. Ko'pchilik o'simlik turlarini yig'ishda turlicha shart-sharoit talab qilinadi. Ba'zi o'simliklarni kunning oxirida yig'ish talab qilinsa, boshqa bir turini quyosh chiqmasdan oldin terish kerak. Yana ba'zi o'simlik mevalarini yig'ishda hamma xuddi shunday jarayon amalga oshiriladi. O'simliklarni faqatgina kunning ma'lum qismida emas, yilning fasllariga, ob-havo sharoitiga, yashash muhitiga qarab ham yig'ib olinadi. Misol uchun, chakanda o'simligining mevasi juda ko'p shifobaxsh xususiyatlarga ega. Bu o'simlik mevasini faqatgina qishda birinchi qor yog'gandan keyin yig'ib olinadi. Aks holda, uning dorivorlik xususiyati pasayadi.

Bundan tashqari o'simliklarning ko'plab turlari yo'qolib bormoqda. O'z boshimchalik bilan yoki o'simlik haqida biror ma'lumotga ega bo'lmay turib yulinishi, ularni o'z maqsadi yo'lida ishlatilish sababli o'simliklarning soni kamayib ketmoqda. Hozirgi kunda noyob va yo'qolib boradigan o'simliklar turlarini saqlab qolish hamda ko'paytirish muammolari qiyinlashmoqda. Mutaxassislar tomonidan o'simliklarni u yoki bu hududlarda tarqalishini aniqlash, populyatsiya holatini o'rganish, turlarni yo'qolib borishiga ta'sir qiluvchi omillarni hisobga olinishida o'z vaqtida chora ko'rilmasa, muammolarni yanada chuqurlashib borishi turgan gap. "O'zbekiston florasida" da qayd qilingan 146 oilaga mansub 4230 ta yovvoyi va madaniy o'simliklarning 577 turi dorivor o'simliklar hisoblanadi. Bu dorivor o'simliklar turli oila vakillaridir. Shu o'simliklarni qirilib ketishini oldini olish, turlarni saqlab qolish hamda ko'paytirish har bir yurtdoshimizning vazifasidir.

Xulosa qilib aytganda, agroturizmni amalga oshirish, hamda uni rivojlantirish orqali talaygina yutuqlarga erishish mumkin. Avvalo, sayyohlarning jismoniy va ruhiy dam olishiga erishiladi. So'ng yangi ish o'rinlari yaratilishi, bir qancha mutaxassislarni jalb qilib, sohani rivojlantirish orqali iqtisodiy yutuqlarga erishish, yo'qolib borayotgan turlarni saqlab qolish, qishloq xo'jaligidagi ishlarda aholiga yaqindan yordam ko'rsatish va ko'plab yutuqlarga erishish mumkin.

Adabiyotlar:

1. www.orient-tracking.com
2. mg.uz.publish.doc

Tairova M.M.
BuxDU “Iqtisodiyot” kafedrası dotsenti, i.f.n.
Hamidov Muhammadsodiq
BuxDU talabasi

IQTISODIY BARQARORLIKNI TA’MINLASHDA TURIZMNING O’RNI

Maqolada iqtisodiyot barqarorligini ta’minlashda turizmning ahamiyati yoritilgan bo’lib, turizm sohasining rivojlanish ko’rsatkichlari tahlil qilingan.

Tayanch iboralar: milliy iqtisodiyot, xizmat ko’rsatish, turizm, turizm industriyasi, sayyoh, turistik korxonalar.

Iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirish sharoitida iqtisodiyotning tobora integratsiyalashib borayotganligi, xalqaro aloqalarning tizimli takomillashuvi natijasida turizm sohasining barqaror rivojlanib borayotganligini ko’rish mumkin. Iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirish sharoitida turizm sohasining milliy iqtisodiyotdagi o’rni va nufuzi ham tobora ortib bormoqda. Chunki turizm eng serdaromad sohalardan biri bo’lib hisoblanadi.

Bugungi bozor raqobati sharoitida turizm iqtisodiyotini isloh qilish va milliy taraqqiyot modelini mukammallashtirishga o’zining hissasini qo’shuvchi tarmoq sifatida shakllanishi uchun muayyan shart-sharoitlar yaratilgan.

Respublikamizda turizm salohiyatini tubdan oshirishga, turizmga iqtisodiyotning strategik sektori maqomini berish va turizm faoliyatini har tomonlama rivojlantirish bo’yicha keng ko’lamli islohotlar amalga oshirilmoqda.

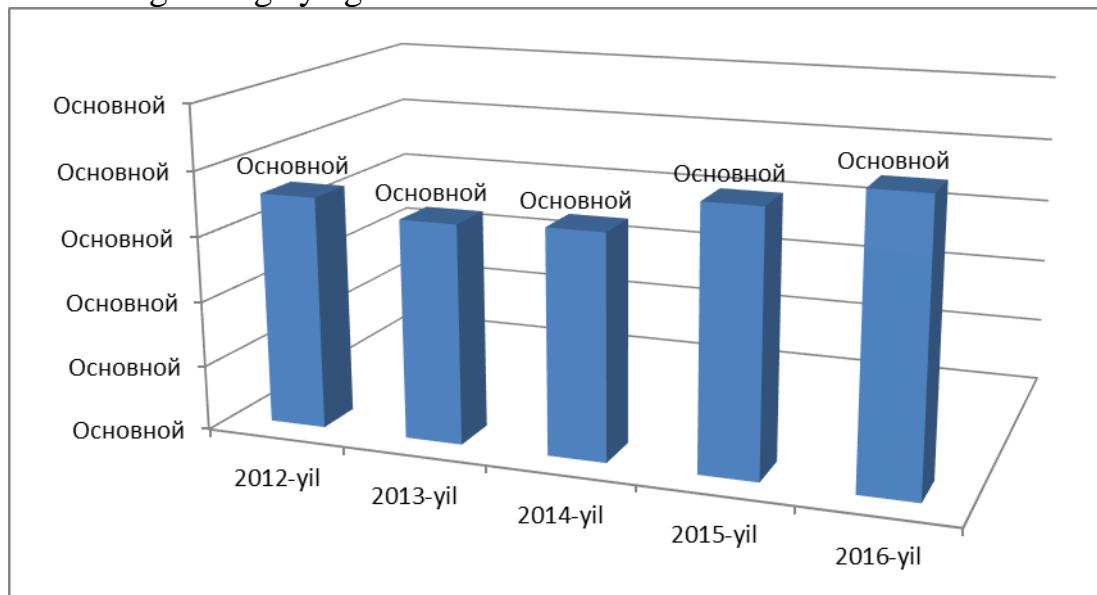
O’zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyevning bevosita tashabbusi va rahbarligida qabul qilingan hamda izchil amalga oshirilayotgan 2017-2021 yillarda O’zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo’nalishi bo’yicha Harakatlar strategiyasida ham xizmat ko’rsatish sohasi hamda turizmni rivojlantirish bo’yicha muhim vazifalar belgilab berilgan. Jumladan:

- Xizmat ko’rsatish sohasini jadal rivojlantirish, yalpi ichki mahsulotni shakllantirishda xizmatlarning o’rni va ulushini oshirish, ko’rsatilayotgan xizmatlar tarkibini, eng avvalo, ularning zamonaviy yuqori texnologik turlari hisobiga tubdan o’zgartirish;
- Turizm industriyasini jadal rivojlantirish, iqtisodiyotda uning roli va ulushini oshirish, turistik xizmatlarni diversifikatsiya qilish va sifatini yaxshilash, turizm infratuzilmasini kengaytirish;
- Faoliyat ko’rsatayotgan erkin iqtisodiy zonalar, texnoparklar va kichik sanoat zonolari samaradorligini oshirish, yangilarni tashkil etish va boshqalar.

O’zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyev turizmni rivojlantirish bo’yicha: “Biz hozir faqat turizmni rivojlantirish bilan shug’ullanadigan tuzilmaga doir masalalarni tasdiqladik. Bu choralar turizmning O’zbekiston iqtisodiyoti rivojiga qo’shadigan hissasini oshirish, tarixiy va madaniy qadriyatlarimizni targ’ib qilish,

shuningdek, valyuta zaxiralarini to'ldirish bo'yicha aniq chora-tadbirlar bilan kuchaytirilishi zarur"¹⁹ deya ta'kidlaganlar.

Mamlakatimizga tashrif buyurayotgan sayyohlarga xizmat ko'rsatuvchi turistik firma va tashkilotlar soni ham yildan-yilga tobora ortib bormoqda. 2016-yilda faoliyat yuritayotgan turistik firmalar soni 433 tani tashkil etgan bo'lsa, bu ko'rsatkich 2012-yilga nisbatan 75 taga ko'p. Ushbu korxonalar tomonidan xizmat ko'rsatilgan shaxslar soni 2012-yilda 511.6 ming nafarni tashkil etgan bo'lsa, 2016-yilda 465.4 ming nafarga yetgan.



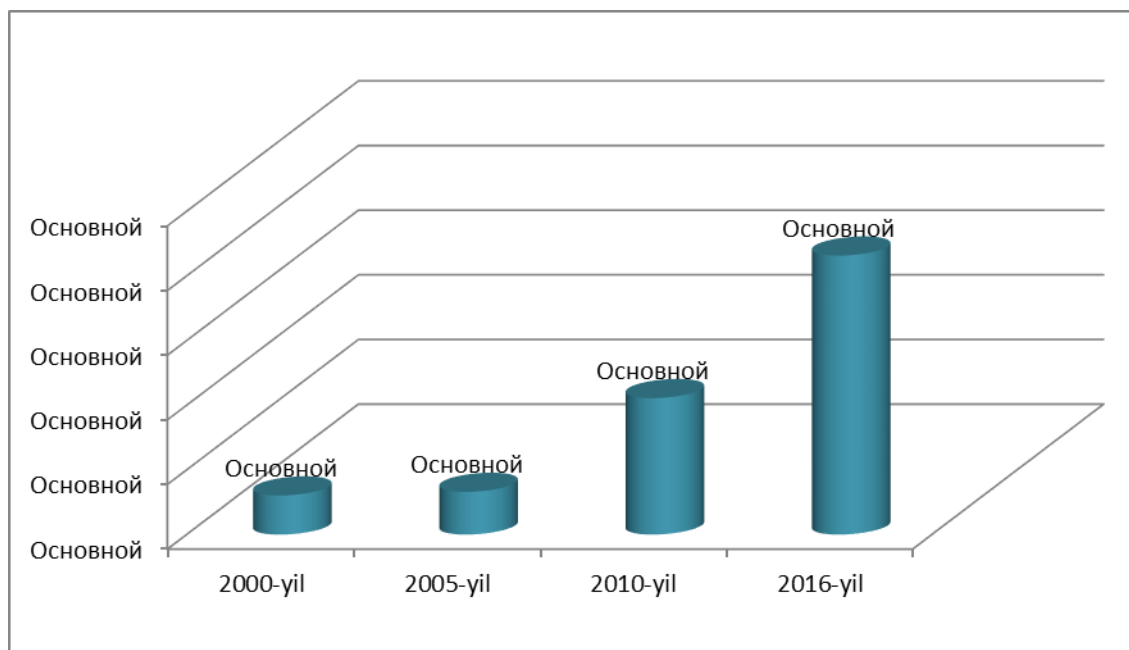
1-rasm. Turistik faoliyatni amalga oshirgan tashkilotlar soni (2012-2016 yillar)²⁰

Turistik faoliyatni amalga oshiruvchi korxonalar faoliyatini har tomonlama qo'llab-quvvatlash orqali bunday turdagi faoliyatni amalga oshiruvchi subyektlar sonining ortib borishi hamda sayyohlarga ko'rsatiladigan xizmatlar ko'lamining yanada yaxshilanib borishiga zamin yaratadi.

Mamlakatimizda turizm sohasining yildan-yilga rivojlanib, taraqqiy topib borishi natijasida yurtimizga kelayotgan sayyohlar soni ham tobora ortib bormoqda. So'nggi yillarda turizmning rivojlanib borishi orqali yurtimizda ichki turizm ham jadal tarraqiyot yo'lidan odimlab bormoqda. O'zbekistonda turizmning tez sur'atlar bilan o'sishi mamlakatimizga katta miqdordagi valyuta tushumlarining kirib kelishi hamda yangi ish o'rinlarining paydo bo'lishiga olib kelmoqda.

¹⁹ O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyevning mamlakatimizni 2016-yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning asosiy yakunlari va 2017-yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining kengaytirilgan majlisidagi ma'ruzasi. // Xalq so'zi. 2017-yil 16-yanvar.

²⁰ www.stat.uz ma'lumotlariga asosan muallif tomonidan tuzildi.



2-rasm. O'zbekiston Respublikasiga kelgan chet el fuqarolari (Rasmiy deklaratsiyadan o'tganlar, O'zbekiston Respublikasi Davlat bojxona qo'mitasi ma'lumotlariga asosan)²¹

Rasmda keltirilgan ma'lumotlardan shuni ko'rish mumkinki, 2016-yilda O'zbekiston Respublikasiga 2157.7 ming nafar chet el fuqarolari tashrif buyurgan, bu esa 2000-yilga nisbatan 7 barobarga ko'paygan. Turizmning jadal taraqqiyot sari odimlab borishi mamlakat iqtisodiyotini ham barqaror iqtisodiy o'sish sari yetaklaydi.

*Хамроев Шохрух.
БДУ, магистр*

БУХОРО АРКИДА ҲУНАРМАНДЧИЛИК ШАҲАРЧАСИ ТУРИСТИК МАСКАН СИФАТИДА

Бухоро Хитойдан Римгача олиб борувчи Буюк Ипак йўлининг энг муҳим чорраҳаларидан бирида жойлашган. Асрлар мобайнида бу шаҳар Буюк ипак йўлининг савдо йўлида, савдогарлар ва саёҳатчилар, географлар, истиблочилар ва забт этувчиларнинг йўлида жойлашган эди. Бу эса ўз навбатида унинг ўзига хослигига таъсир қилмай қолмас эди. Бухоро бўйлаб юрсангиз, унинг тор кўчаларида кезишингиз ва кўк гумбазли ҳашаматли бинолар ҳамда кичик лойсувоқ уйлардан завқ олишингиз мумкин. Аммо, улар ичида жуда катта потенциалга эга бўлган объект Арк ҳисобланади.

Арк қалъаси юз йиллар давомида Бухоро ҳукмдорларининг расмий яшаш жойи бўлган. У баландлиги 16-20 метр бўлган сунъий тепаликда қурилган. Қалъа майдони қарийб 4 гектар. Одамлар кўпинча уни “шаҳар ичида шаҳар” деб аташган, чунки унда одатдаги шаҳарнинг ҳамма нарсалари: кўчалар, тор кўчалар, сарой, масжидлар, устахоналар бор бўлган. Бухоро шаҳрида ҳар йили ўтказилиб келинаётган “Ипак ва зираворлар” фестивалида кўплаб турли

²¹ www.stat.uz ma'lumotlariga asosan muallif tomonidan tuzildi.

миллатдаги сайёҳлар амда фестивалда ўзларининг маҳсулотлари билан қатнашиб келаётган хунарманд усталарнинг сони йилдан йилга ўсиб келмоқда.

19- май 2017 –йилдаги “2017-2019 йилларда Бухоро шаҳри ва Бухоро вилояти сайёҳлик салоҳиятини жадал ривожлантириш чора-тадбирлари” тўғрисидаги 2980-сонли қарор қабул қилинди. Ушбу қарорда: 2017-2019 йилларда Бухоро шаҳри ва Бухоро вилояти сайёҳлик салоҳиятини жадал ривожлантириш дастурини тасдиқлаш ва унинг устувор йўналишларидан бири сифатида куйидаги олинган:

- Бухоро шаҳри ҳудудини ободонлаштириш, валюта айирбошлаш пунктларини ташкиллаштириш, сайёҳлик инфратузилмаси объектларида банкноматлар ва терминаллар ўрнатиш, совғалар ва сувенирлар дўконлари жойлашадиган янги савдо кўчасини яратиш, сайёҳлар тўпланадиган гавжум жойларда Wi-Fi-ҳудудларини яратиш;

Худди шунинг учун ҳам Арк қўرғонида туризм хунармандчилигини ривожлантириш мақсадга мувофиқдир. Туризм хунармандчилиги турли хил соҳа ва хизматлардан ташкил топган бўлиб, улар ўзларига хос иш фаолиятларига эга бўлишсада, бир бирига ўхшаш эҳтиёжлари мавжуд. Жумладан: маҳсулотни ривожлантиришга бўлган эҳтиёж; ишлаб чиқаришни ривожлантиришга бўлган эҳтиёж ҳамда бозорга кириш кабилар.

Соҳалар турли хил бўлсада ҳаммасининг мақсад вазифаси маълум бир маҳсулот турининг сифат даражасини ошириш, қўлда ясалган маҳсулотларнинг ҳам маҳаллий аҳоли ҳам чет эллик ташриф буюрувчилар назаридан жой олишини таъминлашдир. Шу боис, туризм хунармандчилиги соҳа вакиллари ҳозирги замон ишлаб чиқариш даражаси ва савдо сотиқ тамойилларидан келиб чиққан ҳолда маълум бир режа асосида иш юритишади. Ҳар бир соҳа учун, у ерда қандай хунармандчилик маҳсулоти ишлаб чиқарилишига қараб, ўзларига хос номларига эга бўлишади ҳамда барчалари Бухоро хунармандчилик жамиятига қарашли ҳисобланиб, маълум бир бренд остида фаолият юритишади. Албатта, бунда барча соҳа вакилларининг биргаликда ҳамжиҳатликда ишлашлари муҳим бўлиб, уларнинг биргаликда фаолият юритишлари зарурият саналади, чунки бу хунармандчиликни ривожлантиришга хизмат қилади. Лекин бундан олдин, ҳар бир соҳа вакилларида туризмда хунармандчиликни ривожлантиришга хизмат қилишга бўлган хоҳишлари сўраб чиқилади. Шундан сўнг, рози бўлган вакиллар билан биринчи учрашув ташкил қилиниб, бу жараён учун маълум талаб ва стандартлар ўйлаб чиқилади. Учрашувда, тайёрлов курсларидан ўтиши керак бўлган вакиллар аниқланади ва жараён бошланишида қайта назоратдан ўтказилади. Тайёрлов курсларида қатнашчилар бепул ўтказилаётган курслар эвазига ўз вақтлари ва ресурсларини харажат қилишади. Бу орқали қатнашчиларнинг тайёрлов курсини жиддий қабул қилишликларига эришилади. Юқорида айтиб ўтганимиздек, тайёрлов курслардан мақсад, хунармандлар маҳсулотларининг ҳозирги замон бозор талабларига жавоб беришилишига эришиш, ҳамда бу орқали туризмни янада ривожлантириш.

Туристларни маҳсулотга келишидан, маҳсулотнинг ўзи туристда етиб бориши осонроқ. Эътиборимизни Бухоро туризмига қаратадиган бўлсак, бу

ерда туристлар хунармандчилик маҳсулотларини кўпинча бирор ёдгорлик чиқиш эшиклариди, меҳмонхоналарда, шаҳарда жойлашган маҳаллий дўконларда ҳамда фестивалларда харид қилишади.

Ҳозирги вақтда, қўлда ясалган маҳсулотларни ишлаб чиқарувчилар маҳсулот ривожини учун зарур барча ишларни ўзлари қилишсада, ишлаб чиқарувчилар, дизайнерлар ва маркетинглар соҳани ривожлантиришлари учун ўз жавобгарлик ҳиссига эга бўлишлари керак, яъни ўз ишларини ўзлари бажаришлари шарт.

Бошқача қилиб айтганда, ишлаб чиқарувчилар ишлаб чиқариш жараёнида маҳоратли бўлишлари мумкин, лекин савдо ишларида тажрибасиз бўлишлари мумкин. Савдо иши бўлса маркетингларнинг ишлари ҳисобланади. Ҳар бир соҳа ўз вакиллари томонидан бажарилиши лозим. Фақат шундагина, хунармандчилик маҳсулотлари туризмни ривожлантиришда етарли хизмат кўрсатади.

Ўзбекистонда туристик масканларда туристлар учун хизмат қилувчи дўконларнинг хизмат кўрсатиш сифатини ошириш, уларнинг хунармандчилик маҳсулотларини сотишларига имконият яратиш зарур. Юқорида айтиб ўтилганидек, кенг қамровда ўтказилган тайёрлов курслари дўконлар хизмат сифатини ошириб, уларнинг туристлар эҳтиёжини қондиришларига хизмат кўрсатади. Бухоро туристик дўконларида маҳаллий қўлда тайёрланган маҳсулотлар савдо сотиғини ривожлантириб, бошқа ҳудудлар, яъни Хива, Самарқанд, Шаҳрисабз ва бошқа шаҳар ва туманлар хунармандчилик маҳсулотлари савдо сотиғини бошлаш керак.

Маҳсулотларга бўлган эҳтиёж ошган тақдирда, янада кўпроқ хунармандчилик дўконлари очилади ёки бўлмаса мавжуд дўконлар йирикроқ қилиниб қурилади. Бунда давлат томондан сармоялар ва банк кредитлари соҳа вакилларига ёрдам сифатида берилиши мумкин. Хунармандчилик дўконлари жойлашуви ҳам туризм ривожланишига ўз таъсирини ўтказмай қўймайди. Улар кўпинча, Бухоро мисолида кўрадиган бўлсак, меҳмонхона яқинларида, туристлар кўп қатнайдиغان жойларда, масалан Минараю-калон мажмуаси ва Арк мажмуасида қурилиши мумкин. Бундай дўконларни шаҳар четиди ёки туристлар кўп қатнамайдиган жойда қуриб, у ерга туристлар оқимини кутиш беҳуда иш саналади, албатта. Бундан ташқари, маҳаллий қўлда ясалган маҳсулотлар бренди ва дизайни ўзига хос бўлиши лозим, чунки чет эллик ташриф буюрувчилар уларни импорт қилинган бошқа маҳсулотлардан ажрата олишлари лозим.

Меҳмонхоналар ва маҳаллий хунарманд ишлаб чиқарувчилар биргаликда ҳамжиҳатликда ишлашлари учун шарт – шароитлар яратиш зарур. Меҳмонхоналарни хунармандчилик маҳсулотларини реклама қилишга ва сотишга жалб қилиш зарур. Уларнинг маҳаллий ишлаб чиқарувчилар билан маҳсулотни келишилган нархларда сотилишини, икки томонлама фойда бўлиши учун ҳар икки томон учун ҳам маъқул бўладиган дизайнни ўйлаб олишлари керак. Фаолият бошланишида меҳмонхоналар хунармандларни керакли маҳсулот ҳажмидан бохабар етишлари, хунармандлар бўлса шу

маҳсулотларни тез орада сифатли ҳолда етказиб бериш чорасини кўришлари шарт.

Хунармандлар ўз маҳаллий бозорлари билан кифояланиб қолмасдан, бошқа вилоятлар бозорларига ҳам ўз маҳсулотларини чиқаришлари, бунда улар реклама, транспорт қилиш хизмати, маркетинг ва бошқа хизматларидан фойдаланишлари керак. Юқорида келтирилганлардан хулоса қилиш мумкинки, музей ўз фаолияти натижасида Арк территориясининг 80 фоизи вайрон бўлиб ётган қисмини тиклаш ва обод қилиш учун маблағ топа олмайди. Яқин келажакда давлат бюджетидан ҳам умид қилиб бўлмайди. Бу муаммони ҳал қилишнинг оптимал йўлини таклиф этмоқчимиз. Бунинг учун жаҳон тажрибасидан фойдаланиш, халқаро туризм экспертлари билан фикр алмашиб музокаралар қилиш, туризм сектори учун тайёрланаётган кадрларни махсус тарзда чет элларда малакасини ошириш ва бошқа кўплаб тадбирларни амалга ошириш зарур. Вайрон бўлиб ётган Арк майдонини тиклашга маблағ топиш учун Арк территориясида жойлашган музей ва вайрон бўлиб ётган майдоннинг бир қисмида туристларни ўзига жалб қила оладиган, Бухоронинг миллий колоритини кўрсата оладиган маҳалла ташкил қилиш керак.

Хуллас, “тарихий туристик маҳалла” ташкил қилиш керак, унда ота-боболаримиз яратган турли хил маҳсулотларнинг музей, кўرғазма, виставкаларини ташкил қилиш мумкин. Бундай маҳаллада асосан келган туристларга миллий хунармандчилик маҳсулотлари яритилиши (мастер класс) намойиш этилиши билан бирга туристлар хоҳишига кўра хунармандчилик маҳсулотлари яратилиш жараёнида қатнашишлари ҳам мумкин. Бу турдаги тарихий туристик маҳаллани Бухоро шаҳрининг Арк кўрғонида ташкил этиш учун барча имкониятлар мавжуд бўлиб, улардан ҳар томонлама тўғри ва оқилона фойдаланиш мақсадга мувофиқдир. Фақат бу маҳалла - комплексни юртимизнинг урф-одатлари ва анъаналаридан келиб чиққан ҳолда яратсак, кўзланган мақсадга эришиш мумкин.

Бухоро шаҳрида хунармандчиликнинг кўплаб турлари тараққий этганлигини инобатга олган ҳолда, тарихий туристик маҳаллада хунармандлар растасини қуришни ҳам кўзда тутилади. Сайёҳлар хунармандлар устахоналаридан турли хилдаги хунармандчилик маҳсулотларини сотиб олиш билан бирга зардўз, кулол, чилангар, кандакор, гиламдўз, мусаввир, патдўзларнинг кўрсатадиган мастер-классларини томоша қилиб уларда бевосита ўзлари қатнашишлари мумкин. Бу ҳам албатта юртимизга ташриф буюрадиган туристлар онгида ўзига хос бир таассурот уйғотиши табиийдир.

Бундай туристик объектларнинг барпо этилиши юртимизга келадиган сайёҳлар сонини кўпайтиришга хизмат қилиши билан бирга мамлакатимиз иқтисодиётига ҳам катта фойда келтириши шубҳасиздир. Чунки, ҳисоб-китобларга кўра мазкур маҳалладан йилига 2-3 млн АҚШ доллари миқдоридан даромад кўриш мумкин. Албатта, бу даромаднинг асосий қисми Арк кўрғонида археологик ишлар олиб бориш ва уни тиклашга ажратилиш керак. Бу маҳалланинг туризм соҳасига келтирадиган фойдасидан ташқари яна бир муҳим жиҳати шундаки, юртимизда йўқолиб бораётган анъаналар, хунармандларнинг устоз-шогирд мактаблари, қадимий фольклор, лапар ва

ўланлар каби номоддий маданий меросимизни сақлаб қолиш учун ҳам хизмат қилади.

АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 19 maydagi 2017-2019 yillarda Buxoro shahri va Buxoro viloyati turizm salohiyatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida gi PQ-2980-sonli qarori.
2. Mirziyoyev, Shavkat Miromonovich. Tanqidiy tahlil, qat’iy tartib-intizom va shaxsiy javobgarlik – har bir rahbar faoliyatining kundalik qoidasi bo‘lishi kerak. Mamlakatimizni 2016 yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning asosiy yakunlari va 2017 yilga mo‘ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo‘nalishlariga bag‘ishlangan Vazirlar Mahkamasining kengaytirilgan majlisidagi ma’ruza, 2017 yil 14 yanvar / Sh.M. Mirziyoyev. – Toshkent : O‘zbekiston, 2017. – 104 b.
3. <https://misgempakpower.wordpress.com/e-tourism/>
4. <https://www.austrade.gov.au/International/Invest/Opportunities/Tourism-infrastructure>
5. <http://www.kohl-int.com/en/tourism-infrastructure/tourism-infrastructure/63-0.html>

Қодиров Д.Х.,

Бухоро давлат университети

ЭКОТУРИЗМ КОНЦЕПЦИЯСИ ВА РИВОЖЛАНТИРИШ ИСТИҚБОЛИ

Охирги пайтда саёҳат географияси борган сари кенгайиб бормоқда. Сайёҳларнинг ҳам шунга яраша талаблари ва диди нозиклашиб бораяпти. Баъзан уларни ҳайратга солиш ҳам осон кечмайди. Шунинг учун қизиқ бир парадоксга вужудга келган: цивилизация неъматлари кўп, бироқ инсон улардан ёввойи табиат фойдасига воз кечишга тайёр. Бунга яққол мисол экологик туризм ҳисобланади. Ушбу саёҳат йўналиши жудаям оммалашиб бормоқда. Сайёҳлар қулай ва дабдабали меҳмонхоналардан, транспорт воситалари ва турли хил инсон яратган ихтироларидан юз ўгириб, оддий табиийлик ва сокин табиат билан ёлғизликни афзал билмоқда.

Хўш, нимаси билан яшил туризм инсонларни жалб этади. Нега улар шовқин шаҳар ҳаётини очик юлдузли осмон остида дам олишга тайёр? Шу сабаб экотуризм турлари ҳақида билмоғимиз лозим. Мутахассислар экотуризмнинг бир қанча турини ажратиб кўрсатадилар. Замонавий экотуризм турли мақсадларни кўзлашига қараб бир нечта йўналишларни ўз ичига қамраб олади:

Илмий – табиатни ўрганиш, дала тадқиқотлари ва турли кузатишларни олиб боришга қаратилади;

Фаол – пиёда сайр-саёҳат, альпинизм ва велосипеҳат;

Тарихий - миллий ўзлик ва турмуш тарзини қўллайди, маданий анъаналар билан таништиради;

Табиат резерватларига саёҳат – турли кўрикхона ва миллий паркларга уюштирилади;

Агротуризм – мегаполис аҳолиси ўртасида актуал саналади. шаҳар аҳолиси қишлоқ, табиат қўйнидаги оромгоҳ ва ўрмонларга саёҳат қилади, шунингдек фермер хўжаликларига бориб деҳқончиликни ўрганади.

Экотуризм саёҳатнинг бошқа турларидан фарқ қиладиган ўзига хос хусусиятларига эга. Унинг концепцияси қуйидагиларни ўз ичида мужассам этади:

- Табиатга салбий таъсир кўрсатишга қаршилик;
- Очиқ ва тоза ҳавода дам олишни оммавийлаштириш;
- Она ер маданиятини ўрганиш;
- Табиатни асрашга доир тадбирларни қўллаб-қувватлаш;
- Экологик таълимни тарғиб этиш;
- Сайёҳлар учун алоҳида регионлар жозибадорлигини оширишни назарда тутати.

Таъкидлаш жоизки, туризм тушунчаси билан боғлиқ масалага ойдинлик киритилгани билан, эко деган тушунча билан боғлиқ тушунчалар ҳали тўлиқ ечимини топмаган. Ҳамма яшил нарсага мода кенг тарқалаётган бир пайтда онгимиз турли кодли сўзлар ва рамзларга мослашиб кўникма ҳосил қилмоқда. Оддий бир мисол, яшил япроқлар ва эко сўзи турли хил бир марталик идишлар ва химиявий воситаларга, пластик пакетлар ва экологик тоза бўлмаган предметларга ҳам ёрлик сифатида урилмоқда. Шунинг учун рекламага ҳам ишониб бўлмайди. Мутахассислар экотуризмни масъулиятли саёҳат деб қарайдилар. Бунда табиат ҳимояси ва маҳаллий аҳолининг турмуши, фаровонлигига ёрдам бериш лозим. Бу таърифни Халқаро экотуризм ташкилоти беради. Шунингдек, экотуризмни Халқаро ёввойи табиат фонди (WWF) ҳам белгилаб беради.

Экотуризм – бу табиатга йўналтирилган туризм бўлиб, ўз ичига экологик таълим ва маърифат дастурларини олади ҳамда экологик барқарорлик тамойилларига мувофиқ амалга оширилади «Nature-based tourism that involves education and interpretation of the natural environment and is managed to be ecologically sustainable.» (Commonwealth Department of Tourism (1992), Australian National Ecotourism Strategy, Canberra.)

«Экологик туризм – бу табиат масканларига маҳаллий маданият ва табиий муҳитни чуқур тушуниш мақсадидаги аниқ йўналишга эга саёҳат бўлиб, экотизим яхлитлигини бузмайди ҳамда маҳаллий аҳоли учун табиий ресурсларни ҳимоя қилишни фойдали қилади. «Purposeful travel to natural areas to understand the culture and natural history of the environment, taking care not to alter the integrity of the ecosystem, while producing opportunities that make the conservation of natural resources beneficial to local people.» (Ecotourism Society, 1994).

«Экотуризм – бу табиий туризмнинг барқарор шакли бўлиб, биринчи навбатда ёввойи табиатдаги ҳаётга ва уни билишга қаратилгандир ҳамда атроф муҳитга таъсирни, истеъмол ва харажатни камайтириш учун ахлоқий меъёрлар асосида ташкил этилиб, маҳаллий даражага йўналтирилган бўлади (назорат, афзалликлар ва қўлами нуқтаи назаридан). Одатда бундай туризм шакли қўриқланадиган ҳудудларда ривожланади ва ушбу ҳудудларни асраб қолишда

ҳисса қўшиш учун чақирилган. «A sustainable form of natural resource based tourism that focuses primarily on experiencing and learning about nature, and which is ethically managed to be low impact, non-consumptive, and locally orientated (control, benefits and scale). It typically occurs in natural areas, and should contribute to the conservation and preservation of such areas.» Fennell, D. (1999), Ecotourism, Routledge.

Экотуризм концепциясини қуйидаги негиз тамойиллар кўринишида тасаввур этишимиз мумкин. (Steck, 1999):



Хулоса ўрнида айтишимиз керакки, экотуризмни Бухорода ривожлантириш учун юқорида зикр этилган тамойиллардан келиб чиқиб ёндошилса, ҳам табиий ресурслар ҳимоя остига олинади, ҳам маҳаллий аҳоли даромади ошади. Шу билан бирга қўшимча иш ўринлари яратилиши ва ҳудуд инфратузилмасини ривожлантириш имконияти кенгайди. Таъкидлаш керакки, Бухоронинг ҳар бир туманида экотуризмни ривожлантириш имкониятлари мавжуд. Қорақир, Оғитма, Тўдакўл ва Денгизкўл каби сув ҳавзаларида экотуризмнинг турли йўналишларида саёҳатлар ва турлар ташкил этиш ва транспорт йўналишларини яратиш жуда самарали деб ҳисоблайман. Бунда нафақат ёзги, балки қишки фаслга мос кемпинглар қуриш ва шароит яратиш талаб қилинади.

To'xsanov B.Z.,
Buxoro viloyati turizmni rivojlantirish departamenti,
istiqboli hududlarni rivojlantirish bo'lim boshlig'i

**G'IJDUVON – MUHIM MILLIY HUNARMANDCHILIK MASKANI
SIFATIDA**

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 19 maydagi PQ-2980-sonli “2017-2109 yillarda Buxoro viloyati va Buxoro shahrining turizm salohiyatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi qarori nafaqat viloyatimizda balki viloyatimizdagi har bir shahar va tumanlarda ham turizm salohiyatini oshirish, turizm infratuzilmasini yaxshilash uchun muhim omil bo'lib hisoblanadi.

Buyuk ipak yo'lida joylashgan G'ijduvon qadimdan o'z hunarmandlari bilan ma'lumu mashhur bo'lgan. Bugungi hunarmandlar avlodi ham kulolchilik, zardo'zlik, patdo'zlik, ganchkorlik, o'ymakorlik, qandolatchilik, beshiksozlik kabi ko'plab hunarlarni san'at darajasiga etkazib ajdodlar an'anasini davom ettirishmoqda.

Turizmni rivojlantirishda hunarmandchiligimiz nechog'lik muhim ekanligi, bu yo'l bilan chet ellik sayyohlarni ko'proq jalb etish mumkinligi rejasini ishlab chiqish, ko'rgazmalar tashkil etish muhim deb o'ylayman. G'ijduvonda hunarmandlar mahallasini tashkil etish yo'li bilan sayyohlarni qiziqtirish va u yerda uch-to'rt kunlik ekskursiya tashkil etish. Hunarmandlar mahallasida birinchi navbatda G'ijduvon tarixini, an'analarini, udumlarini o'zida jamlagan muzey tashkil etish zarur.

Mahallada milliy bayramlar, turli xil xalq o'yinlarni tashkil etish, milliy oshxonamiz ya'ni milliy taomlarimizni tayyorlab ularning ko'nglini xushnud etish, ularga qanday mehmondo'st xalq ekanligimizni ko'rsatish zarur. Undan keyin ular o'zlari qiziqqan mahalladagi ustaxonalariga borib, ularning yaratilishi bilan yaqindan tanishishadi, o'zlari ham o'rganish imkoniyati bo'ladi.

Misol uchun kulolchilik ustaxonasiga borib ular ham kulolchilik mahsulotlarini tayyorlashlari uchun imkoniyatlar yaratib berish yo'li bilan ularni qiziqtirish kerak. Bu o'z navbatida keladigan sayyohlar bilan hunarmand ustalari bilan bevosita aloqa o'rnatiladi. Ustaxonalarida sayyohlarning istak-xohishlari bilan mahorat darslari (master class) o'tilib ularning hududda qiladigan sayohati kunlari uzaytiriladi. Sayyoh mahorat darslarida hunarmandchilik san'ati tarixi, hunarmandchilikka oid bo'lgan voqea va afsonalar, hunarmandchilik mahsulotlarini tayyorlash jarayonlari, ustaning oilasi, uning hayoti, turmush tarzini ham kuzatib borishiga imkoniyat yaratiladi. Shu bilan birga sayyoh o'tagan mahorat darslaridagi bilimlari asosida tur firmalar bilan kelishgan holda, sayyohlar o'rtasida har xil bellashuvlar va musoboqalar uyushtirish ham mumkin.

Turli hunarmandlar ustaxonalarida ekskursiya uyushtirganlaridan so'ng, ular mahallada o'tkaziladigan bayram tadbiriga borishadi. U yerda har xil spektakllar, xalq o'yinlari, folklyor, raqs, kurash, dorbozlar o'yini, qo'chqor uyushtirish musoboqalarini shohidi bo'lishlari mumkin. Milliy taomlarimizdan bahramand bo'lishlari, ularni o'zlari tayyorlashlari imkoniyati bo'ladi. Osh pishirish bo'yicha musobaqa tashkil etish, ularni baholash, g'oliblarni hunarmandchilik mahsulotlari bilan taqdirlash kabi interfaol ishlar olib borib ularda unutilmas ta'assurotlar qoldirish

kerak. Qiziqishlari orttirib yana sayohatga chiqqanlarida bizning yurtimizga tashrif buyurishlari, boshqalarga aytib ularni qizitirishlariga, an`ana va udumlarimizni, hunarmandchiligimizni dunyoga tanitishga erishishimiz kerak.

Bundan tashqari, hunarmandlar shaharchasida har bir hunarmand o`zining to`garak faoliyatini ham yo`lga qo`ysa maqsadga muvofiq bo`lar edi.

Bu to`garak asosan imkoniyati cheklangan bolalar hamda kam ta`minlangan bolalar jalb etiladi. To`garak bepul o`z faoliyatini boshlaydi. Usta hunarmandlarga unga ajratilgan joyning bir qismida to`garak o`taydigan ish xonasiga va ikkinchi qismida esa galereya ochiladi. Bu galereyada bolalar yaratgan mahsulotlar joylashtirilib boriladi. Albatta, bu kabi galereya Buxoroga tashrif buyuradigan sayyohlar e`tiborini chetda qoldirmaydi. Galereyadagi mahsulotlar sayyohlarning juda katta qiziqishlari bilan sotib olinadi va bu tushgan mablag`lar imkoniyati cheklangan hamda kam ta`minlangan bolalarga ajratiladi.

Bu albatta, xorijiy sayyohlarning qiziqishlari oshib mamlakatimizga bo`lgan tashriflar 2-3 baravar oshishiga olib keladi, bundan tashqari ijtimoiy muhit yaxshilanadi hamda davlat budjetining oshishiga ham olib keladi.

Xulosa qilib aytadigan bo`lsam, hunarmandchiligimiz tarixini o`rganib chiqib, ajdodlarimizdan nechog`lik muhim va katta meros qolganligiga amin bo`ldim. Ularning hunarmandchiligimizni rivojlantirishda ko`rsatgan jonbozliklari tahsinga sazovor. Biz bu ulkan merosni asrab avaylashimiz, ulardan oqilona foydalanishimiz kelajak avlodning burchidir.

Xalq hunarmandchiligi O`zbekistonning muhim ma`naviy meroslaridan biri sanaladi. U mahalliy aholi qoniga shunchalik singib ketganki, ularning turmush tarzlarining ajralmas qismi hisoblanadi. Davlat rahbarlari uning davlat rivojidagi muhim o`rnini ham bir necha bor ta`kidlab o`tishgan.

Hunarmandlar jamiyatda o`z o`rinlarini egallashlari, hunarmandchilik ishlarida barcha shart-sharoitlar mavjud bo`lishiligi, hamda turizm sohasida aholi bandligini oshirish va davlatimizning iqtisodini rivojlantirish uchun O`zbekistonda mustaqillik yillarda hunarmandchilikning keyinchalik rivojlanishi uchun zarur choralar ko`rib kelinyapti.

Hozirgi paytda davlatimiz tomonidan hunarmandchilar uchun yaratilayotgan shart-sharoitlar Buxoro shahar va tumanlarida hunarmandchilikning izchil rivojlanishiga olib kelyapti.

Shular bilan bir qatorda, hunarmandchilik mahsulotlarini ishlab chiqarish va sotishda ba`zi bir muammolar haligacha mavjud.

Keyingi yillarda suvenir va hunarmandchilik mahsulotlari qo`shni mamlakatlar: Hindiston, Xitoy, Arab mamlakatlarida juda tez suratda rivojlanib bormoqda. Bu mahsulotlarning Buxoroga yoki umuman oladigan bo`lsak, O`zbekistonga hech qanday aloqasi yo`q. Biroq, yosh hunarmandlar tomonidan tayyorlanilayotgan uncha qimmat bo`lmagan mahalliy hunarmandchilik mahsulotlari o`zining raqobatbardoshligi bilan bahslasha oladi va region turizmini rivojlantirishda muhim rol o`ynaydi. Suvenir bozorini rivojlantirish uchun avvalo barcha shu sohaga qiziqishi bo`lgan davlatlar bilan hunarmandchilikda zarur izlanishlarni olib borish kerak.

Bizning fikrimizcha, mazkur izlanishlar maqsad va vazifalari quyidagilardan iborat:

1. “Hunarmand” uyushmasining veb-saytini yaratish va takomillashtirish;
2. Mavjud suvenir va hunarmandchilik mahsulotlari xususiyatlarini o’zganish;
3. Gijduvon va boshqa tumanlarda hunarmandchilik mahsulotlariga bo’lgan ehtiyojni hamda ularning bozorini o’rganish;
4. An’anaviy hunarmandchilikda mavjud imkoniyatlardan kelib chiqqan holda mahsulotlarning turizm bozorida turgan o’rnini o’rganish;
5. Hunarmandchilik sohasida mavjud yo’nalishlarni o’rganish, G’ijduvon tumanida mazkur sohada yangi hunarmandchilik yo’nalishlarini yaratish hamda mahalliy rasmiylarni ularni qo’llab quvvatlashga jalb etish;
6. Regiondagi tur-biznes va turizm industriyasidagi liderlardan hamda aholi orasida hunarmandchilik mavzusidagi zarur so’rovnomalarni o’tkazish;
7. Qo’shni tumanlarda (Shofirkon, Vobkent) suvenir mahsulotlari ishlab chiqarish bozorini o’rganish;
8. Hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqarilayotgan hamda sotadigan joylarda xorijiy turistlar va sayyohlardan shu soha asosida anketali so’rovnomalari olish;
9. Suvenir mahsulotlarini reklama qiluvchi korxonalar yaratilishining choralarini ko’rish;
10. Gijduvon tumanida “Hunarmand” uyushmasi va “Tadbirkor ayol” assotsiatsiyasida kichik bo’limlar yaratish orqali mamlakatda suvenir mahsulotlarini ishlab chiqaruvchi hunarmandlar o’z mahsulotlarini rivojlantirishlari uchun zarur qulayliklarni yaratish;
11. Hunarmandlar ishlab chiqargan mahsulotlarni sotish uchun elektron magazinni tashkil etish.

Regionda suvenir sohasidagi mavjud muammolarni qarab chiqadigan bo’lsak, mahsulotning marketologlar nazariyasidan kelib chiqqan holda mavjud emasligi, hunarmandchilik sohasidagi ustuvor yo’nalishlarga e’tiborning kamligi, mahsulotlarni ishlab chiqarish, qadoqlash va ularning bozor munosabatida yengil-yelpi sotilishi hisoblaniladi.

- Xorijiy suvenir mahsulotlarni uzluksiz import qilinishi;
- Tumanda suvenir brendining va suvenir marketingining yo’qligi;
- Xorijiy sayyohlarga arzon suvenir mahsulotlarini sotish;
- Hunarmandchilik mahsulotlarining ko’p hollarda turistlar didiga mos kelmasligi.

Suvenir mahsulotlarini rivojlantirishning foydali tomonlarini baholash uchun turizm bozori rivojlanishining quyidagi tamoyillarini aytib o’tish joizdir:

- Aholining texnologik bilimlarini oshirish, suvenir mahsulotlarini internetda qidirish va sotib olishlarini rivojlantirish;
- Yangi noan’anaviy turizm mahsulotlarga bo’lgan ehtiyojni hisobga olgan holda ularga yuqori darajali qulayliklarni yaratib, ishlab chiqarishni boshlash;
- Turizmning boshqa sohalari ham rivojlana boshlashi;
- Biznes turizm hamda congress-ko’rgazmali turizmda faol rivojlanishi;
- Tashqi turizmning rivojlanishi;
- G’ijduvonda asosiy bozorning yaratilishi – xorijiy bozor.

Suvenir mahsulotlariga bo’lgan umumiy ehtiyoj iste’molchilarning aynan turli guruhlariga qaratilishi lozim. Ko’p talab qilinadigan klassik suvenir mahsulotlari

sanalgan: sumkalar, mobil telefonlar uchun qoplamalar va turli xildagi magnitlar hisoblaniladi

Iste'molchilar ko'p talab qiladigan suvenir mahsulotlariga bo'lgan talablar: sotib olinayotganda suvenirning aynan Gijduvondan ekanligini bildirish uchun Gijduvon rasmini unda tushirilishi yoki yozilishi bir necha bor kuzatildi.

Suvenir mahsulotlarga bo'lgan umumiy talablar:

- An'anamizdan yiroqlashmagan holda yangi va zamonaviy mahsulotlar ishlab chiqarish;

- Suvenir mahsulotlarda o'ziga jalb qiluvchi xususiyatlarga e'tiborni qaratish;

- Xilma-xillilik (suvenir mahsulotlarining keng turlari);

- Ishlab chiqaruvchi korxonaning(hunarmandning) yaratgan mahsulotidagi ajoyib dizayn, chiroyli qadoq hamda yorlig'i;

- Ishlatilgan xom-ashyoning tabiiy bo'lishliligi;

- Qulay va turli xil funksiyaliligi;

- Suvenir mahsulotda biror afsona yoki mifning mavjudliligi;

- Suvenir mahsulotning o'z brendi bo'lishliligi;

- Narx jihatdan uncha qimmat bo'lmasliligi va hamma uchun hamyonbop bo'lishliligi.

Shuni aytib o'tish kerakki, suvenirlarni rivojlantirishdagi marketingga, aniqlikka hamda e'tiborning aynan shu yo'nalishiga qaratilishi uchun quyidagi usullar qo'llanilishi mumkin:

- nomenklatura bo'yicha suvenir mahsulotlar ishlab chiqarishdagi cheklovlar – faqat Gijduvon va unga yaqin aholi turar joylarida sotib olsa bo'ladigan, 3-6 ta dan ko'p bo'lmagan mahsulotlar ishlab chiqarish;

- suvenirlarda miflar mujassamidagi cheklovlar – umumiy qilib olganda 2-3 tadan ko'p bo'lmagan miflar va afsonalarni o'zida mujassam etgan bo'lishi kerak hamda bu afsonalar doimo chet tillarida tarjima qilib borilishi kerak;

- suvenir mahsulotlarining ikki asosiy yo'nalishlarida (“Yuqori daraja”, “O'rta daraja”) xos dizayn ishlab chiqish, xos rasmlarni o'ylab topish, ranglar uyg'unligini oshirish bilan birga ularning rastalarda joylashtirilishiga ham e'tiborni qaratish lozim.

Yana bir bor shuni aytib o'tishim joizki, oldingidek “turistlar kelaveradi, savdo bo'laveradi” degan tushuncha edni yo'q. Shu narsa aniqki, hozirda turizm sohasidagi eng mashhur va katta korxonalar vakillari ham o'z ishchilarini har besh yilda tayyorlov kurslaridan o'tkazishyapti va mahsulotlarini har davrning talablariga javob beradigandek ishlab chiqarishyapti. Hozirda butunjahon turistik hamjamiyati hamda YUNESKO tomonidan “Ipak yo'lining tarixiy-an'naviyligi sari” loyihasi ishlab chiqilgan. Mashhur olimlar nazariyasi asnosida Ipak yo'lining asosiy savdo-sotiq shaharlaridan biri hisoblangan bizning shahrimizga ham endilikda xorijiy sayyohlarning kelishi oshishi kutilmoqda. Shuning uchun xorijiy sayyohlar talablarida javob bera oladigan sifatli va an'anaviy, milliylikimizni yo'qotmagan hunarmandchilik mahsulotlarini ishlab chiqarishga hozirdan bel bog'lashimiz zarur.

Xalq hunarmandchiligi O'zbekistonning muhim ma'naviy meroslaridan biri sanaladi. U mahalliy aholi qoniga shunchalik singib ketganki, ularning turmush tarzlarining ajralmas qismi hisoblanadi. Davlat rahbarlari uning davlat rivojidagi muhim o'rnini ham bir necha bor ta'kidlab o'tishgan.

Hunarmandlar jamiyatda o'z o'rinlarini egallashlari, hunarmandchilik ishlarida barcha shart-sharoitlar mavjud bo'lishligi, hamda turizm sohasida aholi bandligini oshirish va davlatimizning iqtisodini rivojlantirish uchun O'zbekistonda mustaqillik yillarda hunarmandchilikning keyinchalik rivojlanishi uchun zarur choralar ko'rib kelinyapti.

Hozirgi paytda davlatimiz tomonidan hunarmandchilar uchun yaratilayotgan shart-sharoitlar G'ijduvon tumani va boshqa tumanlarida hunarmandchilikning izchil rivojlanishiga olib kelyapti.

*Абдуллоев А.Ж., катта ўқитувчи,
Жунайдуллоев М.А., талаба,
Бухоро давлат университети*

ТУРИЗМ СОҲАСИ ВА УНИНГ САЛОҲИЯТИДАН УНУМЛИ ФЙДАЛАНИШНИНГ ИЖТИМОЙ-ИҚТИСОДИЙ ТАРАККИЁТДАГИ АҲАМИЯТИ

Ўзбекистон иқтисодиётини ривожлантирувчи энг муҳим устувор йуналишлардан бири бу - хизматлар соҳаси булиб ҳисобланади. Ҳрзирги кунда хизмат курсатиш соҳаси усиш суръатлари, янги пайдо булган хизматлар турлари сони, бозор ҳамда истеъмолчилар эҳтиёжларига мослашиш буйича муҳим аҳамиятга эга булиб бормокда. Ушбу соҳа мамлакатимиз ялпи ички маҳсулотидаги улуши эса бугунги кунда 53 фоиздан зиёдни ташкил этмокда. еспубликамызда хизмат курсатиш соҳасини бозор муносабатларининг шаклланиши ва чуқурлашиб бориши билан янада ривожлантириш, унда ракобат муҳитини вужудга келтириш ҳозирги мураккаб шароитда кун тартибига турли янги ва ута муҳим масалаларни куймокда. Шунингдек , кайд этиб утилганлар каторида туризм соҳасидаги меҳмонхона ҳужалигини хизматларининг сифат самарадорлигини ошириш масаласи ҳам ута муҳим аҳамият касб этади.

Туризм соҳасининг тараккиёти иқтисодиётнинг муҳим тармоклари ҳисобланган транспорт ва алоқа хизматларининг усишига, истеъмол товарлари ишлаб чиқаришнинг кенгайишига, қурилиш ва кишлок ҳужалигининг юксалишига , шунингдек, ташки савдо айланмасига ижобий таъсир курсатади. Мамлакатимиз узининг мустакил ижтимоий-иқтисодий тараккиётини амалга ошириш борасидаги иқтисодиётни таркибий узгартириш ва диверсификациялаш сиёсати замирида бир катор муҳим вазифалар юзага келди. Булар: туризм соҳасини замонавий стандартлар асосида шакллантириш, маҳаллий туристик ресурсларни купайтириш, туристик комплексларни ташкилий ва моддий жихатдан таъминлаш , инфратузилма ва сервис хизматларини йулга куйиш, замонавий маркетинг билан қуролланган бошқарув тузилмаларини ташкил этиш ва мувофиқлаштириш, инвестиция ва кадрлар ресурси билан таъминлаш ҳамда мунтазам такомиллаштириб бориш, инновацион жараёнларни жадаллаштириш ва бошқалар. Ўзбекистон республикасини модернизациялаш ва иқтисодиётни эркинлаштиришга қаратилган ривожлантириш дастурларида хизмат курсатиш соҳасини, хусусан, туризмни ривожлантириш билан боғлиқ бир катор режалар амалга оширилиб

келинмокда. Туризм бозори канчалик кенгайса, бу бозорда туристик махсулотлар канчалик купайса, уша холатда бу бозордан туризм махсулотларини олувчилар сони купаяди. Туристик бозорда туристик махсулотларнинг купайиши уша бозор жойлашган мамлакатларда туризм соҳасининг ривожланганлигини курсатади. Туризм ХХІ асрга жаҳон иктисодиятига жуда катта таъсир килувчи ижтимоий-иктисодий соҳа булиб кириб келди.

Бутун жаҳон иктисодиёти ривожланишининг хозирги боскичида туризм тез ривожланиб бораётган тармоқлардан бири ҳисобланиб, ушбу соҳа мутахассислари томонидан “келажак индустрияси” сифатида эътироф этилмокда. 1987 йилдан бошлаб бугунги кунга қадар ушбу тармоқнинг дунё микёсида ривожланиш даражаси уртача 14,8 фоизни ташкил этди, ваҳоланки бошқа тармоқларда тегишли давр оралигида ушбу курсаткич 8,8 фоиз даражасидан ошмади²². Бугунги кунда халқаро туризм тармоғига дунё буйлаб яратилаётган ҳар ун иккинчи янги иш урни тугри келиб, кейинги ун йилликда дунё микёсида 120 миллион кишининг (ишсиз аҳолининг 3,5 фоизи) ушбу тармоқда иш билан таъминланиши тахмин килинмокда²³. Маълумки, сунгги йилларда халқаро туризм тармоғи, иктисодиётнинг бошқа барча тармоқлари сингари, жаҳон молиявий-иктисодий инкирози таъсирида остида булиб, жаҳон туризм бозорида талабнинг маълум бир даражада пасайишига олиб келди. Буни қуйи да келтирилган расмда қуришимиз мумкин. Аммо, инкирозга қарши чора-тадбирлар натижасида қисқа муддатдаги пасайишдан сунг жаҳон туризм бозорида узиш қузатилмокда. Демак, шунини алоҳида таъкидлаш лозимки, халқаро туризм тармоғи глобал иктисодий, сиёсий, экологик ва бошқа сабаблар таъсири остида вақт-вақти билан вужудга келаятган муаммоларга қарамай, тез суръатлар билан ривожланиш тенденциясига эга. БТТ бош секретари Талеб Рифаининг таъкидлашича, 2012 йилда Европа ҳудудидаги бир қатор давлатларда қузатилаётган молиявий қийинчиликларга қарамай, туризм жаҳон молиявий-иктисодий инкирози туғайли охириги 60 йил ичида энг паст ривожланиш курсаткичларни намоён этган 2009 йилдан сунг уз-узини тиклаш тенденциясини давом эттирмокда. Дунё микёсида 2009 йилдаги 3,9 фоиз пасайишдан сунг туристлар сони 2010 йилда 6,6 фоизга, 2011 йилда 4,4 фоизга усди²⁴. га усиб, умумий хизматлар савдосининг жаҳон буйича 30-35% ни ташкил қилмокда. Бутун жаҳон Туризм Ташкилотининг “Туризм-2020 йилгача” мавзусидаги статистик маълумотида 2020 йилга қариб халқаро туристларнинг сони 1,6 млрд кишини ташкил қилиб, туризмдан олинган фойда икки триллион АҚШ долларигача етади. Туристик оқимнинг тургун равишда узиши ҳар йили 3-5% гача купаяди. Ўзбекистон юксак иктисодий салоҳиятга, беҳисоб ер ости ва ер усти моддий ойлиқларига, ажойиб об-ҳаво ва иқлим шароитларига, салмоқли меҳнат ресурсларига эга. Аҳ;оли сони буйича Ўзбекистон дунё мамлакатлари ичида 40- уринни, МДХ, давлатлари ичида эса 3- уринни эгаллайди. Шунда қилиб айтганда, мамлакатда мавжуд булган улкан

²² Лапицкая Л.В., Стрелец Е.В. Маркетинговые исследования тенденций развития регионального туристического рынка. Выпуск 17. Проблемы региональной экономики

²³ <http://www2.unwto.org/ru>

²⁴ UNWTO Tourism Highlights

ик;тисодий салохият унинг иктисоди юксак ривожланган мамлакатлар сафидан урин олиши учун етарли. Бугунги кунда мамлакатда изчиллик билан олиб борилаётган ижтимоий- иктисодий сиёсат айнан шу улкан иктисодий салохиятдан унумли фойдаланиш асосида мамлакат аҳолиси турмуш даражаси ва сифатини ривожланган мамлакатлар даражасига кутаришга каратилган. Энг мухими, бу сиёсат объектив равишда узининг амалий натижаларини бермоқда. Бу хусусда Ўзбекистон Республикаси биринчи Президенти И.А. Каримов шундай деб таъкидлаган: “...юртимизда амалга оширилаётган ислохотларнинг самарадорлиги ва таъсирчанлиги Ўзбекистоннинг дунёдаги ривожланган демократик давлатлар каторига кириши учун бугунги кунда барча имкониятлар яратилди, деб айтишга тула асос беради”²⁵. Юкорида зикр этилган юксак мақсад ва марраларга эришишда Ўзбекистон туристик салохиятининг, унда мужассамлашган имкониятларнинг алохида урни бор. Бу улкан салохиятни рўёбга чиқариш, келажакда уни мамлакат ижтимоий-ик;тисодий юксалишининг энг мухим. омилларидан бирига айлантириш, туризм соҳасининг ялпи ички маҳсулот ва аҳоли бандлигидаги улушини бу соҳада пешкадамлик қилаётган мамлакатлар курсаткичларига яқинлаштириш вазифаларини бугунги куннинг энг долзарб макроиктисодий муаммолари даражасига кутаради.

Ўзбекистон туристларнинг диққат-эътиборини тортадиган тарихий обида ва ёдгорликларга, турли хил меросларга, узига хос анъана ва кадриятларга бой мамлакат. Хозирги кунда Ўзбекистон худудида таниқли ташкилот - ЮНЕСКО томонидан утмишдан қолган маданий ва уз тарихига эга булган мерос сифатида руйхатга олинган турт мингдан зиёд маданий ёдгорликлар, моддий ва маънавий кадриятлар мавжуд. Булардан аксариятининг тарихи узок; утмишга, яни 2000, 3000 йиллар олдинги даврларга бориб тақалишини эътиборга олсак, дунёнинг қамдан-қам мамлакатлари бу соҳада Ўзбекистонга тенглаша олиши мумкинлигига амин

буламиз. Ўзбекистоннинг қупгина шаҳарлари, айниқса, Самарқанд, Бухоро,

Хива, Тошкент, Термез Шарқ цивилизациясининг бешиги, илму-фан маркази булганлиги, унинг номи билан дунёга машхур буюк шахсларнинг (А.Темур, М. Улугбек, Ибн Сино, А.Навоий, Ал Хоразмий ва боишчалар) ҳдети ва ижоди узвий боғқлиги мамлакатни сон-санок, сиз туристлар учун дилқаш, жозибали, узига тортувчи, қатта қизиқиш уйғотишга молик туристик масқан сифатида тан олинишига асос булаолади. Дунёда Ўзбекистоннинг оламда машхур қадимий шаҳарларини бир қуриш, буюк инсонлар қадамжойларини ва мақбараларини бир марта зиёрат қилиш иштиёқи билан яшаб юрган инсонларнинг сон-саногии йук. Буларнинг барчаси Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш учун қатта имконият тугдиради.

Ўзбекистонда туризм соҳасида 900 га яқин ташкилот ва фирмалар фаолият қурсатапти, шулардан 370 таси меҳмонхоналар булиб, улардаги умумий уринлар сони 16010 тани ташкил этди. Фақатгина 2008-2012 йиллар

²⁵ Каримов И.А. амалга оширастган ислохотларимизни янада чуқурлаштириш ва фу қарол и қ жамият қуриш - ёруғ келажакимизнинг асосий омилдир. Президент Ислом Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси конституцияси қабул қилинганининг 21 йил л и гига бағишланган тантанали маросимдаги маърузаси. Зарафшон газетаси, 2013 йил, 7 декабр.

мобайнида Ўзбекистонда меҳмонхоналар сони 91 (370-279)тага, ёки 33,0 фоизга, улардаги уринлар сони эса 379 (16010-15631) тага, ёки 2,4 фоизга кўпайди²⁶.

Ўзбекистонда туризм соҳасидаги мавжуд улкан салоҳият ва ҳозирги кунда ундан фойдаланиш ҳолатининг таҳдили бу соҳада мамлакатда уз ечимини кутаётган муаммоларнинг кенг катлами борлиги ва уларни ечмасдан туриб белгиланган марраларга эришиш мумкин эмаслигини кўрсатди.

*Axrorova N.O`
Turizm fakulteti talabasi,
Buxoro davlat universiteti*

YOSHLAR TURIZMINI RIVOJLANTIRISHDA MILLIY HUNARMANDCHILIKNING O'RNI

Bugungi kunda turizm va mehmondo'stlik sohasi dunyodagi ENG ILG'OR va ENG TANIQLI sohalardan biri hisoblanadi. BTT tomonidan berilgan tahliliy natijalarga ko'ra, 2017-yilda turizm va sayohatning dunyo iqtisodiyotidagi ulushi 3,5%ga oshishi nazarda tutilgan. Turizm va sayohatning butun dunyo YaIMdagi ulushi 7,6 trillion AQSh dollarini tashkil etadi, mazkur soha dunyo bo'ylab 292 million ish o'rinlari va umumiy xizmat eksportlarining 30%ini ta'minlab beradi. O'zbekistonda ham turizm sohasining shiddat bilan rivojlanib borayotganligiga amin bo'lish mumkin. 2017-yilning 1-yarim yilligida O'zbekistonga 1 150 000 xorijiy tashrif buyuruvchi, shu jumladan, Buxoro viloyatining o'ziga esa 65 000 xorijiy, 58000 mahalliy turist tashrif buyurganligi qayd etilgan. Hukumatimiz tomonidan qaratilayotgan e'tibor esa turizm sohasining barqaror rivojiga asos bo'lmoqda.

PQ-2980 "Buxoro viloyati va Buxoro shahrida turizmni rivojlantirish choratadbirlari"ga asoslangan holda birgina Buxoro hududining misolida ko'plab o'zgarishlarni kuzatish mumkin. Aytib o'tish joizki, O'zbekistonda turizmning turli yo'nalishlarini uchratishimiz mumkin, lekin yoshlar turizmi bugungi kunda mamlakatimiz uchun mazkur sohaning yangi yo'nalishlaridan biri sanaladi. O'zbekiston yoshlar ittifoqi, Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi, Madaniyat vazirligi, viloyat hokimligi hamda boshqa qator tashkilotlar hamkorligida 2017-yil 14-15-avgust kunlari "O'zbekiston Respublikasida ichki turizmni rivojlantirish istiqbollari va unda yoshlarning o'рни" mavzusida forum bo'lib o'tdi. Forumda mamlakatimizning turizm sohasida faoliyat yuritayotgan yosh tadbirkorlar, turistik tashkilot vakillari, madaniy meros ob'ektlari va muzeylar sohasi mutaxassisleri, turizm ixtisosligi bo'yicha tahsil olayotgan talabalardan iborat 240 nafar ishtirokchi qatnashdi.

Forum yuzasidan mamlakatimizda turizmning joriy holati borasida ko'plab muammolar o'rta tashlandi va shu o'rinda aytilishi muhimki, yoshlar turizmini rivojlantirish borasida bir necha tadbirlar, master-klasslar va xalqaro yoshlar festivallarini o'tkazish takliflari bildirildi hamda milliy hunarmandchilikning bu boradagi ahamiyati ham ta'kidlab o'tildi.

²⁶ Основные показатели развития туризма и отдыха в Республике Узбекистан. Статистический бюллетень, Госкомстата РУз (2009, 2010, 2011, 2012 гг).

O'zbekistondagi yoshlar qatlamini o'rganar ekansiz, ularning viloyatlarimizning boy tarixi, urf-odatlarini, tarixiy yodgorliklari, milliy hunarmandchiligiga bo'lgan qiziqishi nihoyatda cheksiz ekanligiga guvoh bo'lamiz. Hunarmandchilik maktablari bo'ylab tashkil etiladigan sayohatlar, ekskursiyalar nafaqat o'zbek yoshlari, balki xorijiy yoshlarning ham e'tiboridan chetdan qolmasligi shubhasizdir. Shonli o'tmishimizdan darak beruvchi milliy hunarmandchiligimizni o'rganish borasida yoshlarda milliy o'zlikni anglash, an'ana va qadriyatlarimizga nisbatan hurmat va iftixor tuyg'usini uyg'otadi.

Yoshlar va hunarmandlar o'rtasida o'zaro hamkorlik hamda aloqani o'rnatish maqsadida quyidagi takliflarni amalda qo'llash maqsadga muvofiq deb o'ylaymiz:

- Hunarmandlar bilan birgalikda Yoshlar ittifoqi huzurida "Hunarmandlar to'garagi" ni tashkillashtirish va nafaol yoshlarning qiziqishi, iste'dodiga ko'ra ularga mos bo'lgan hunarmandchilikning barcha turlarini hech qanday to'lovlarsiz o'rgatishning yo'lga qo'yilishi;

- shu asosda yosh hunarmandlarning viloyatlar bo'ylab tajriba almashishlarini amalga oshirilishi maqsadga muvofiqdir.

- Hunarmandlarning ijodiy ko'rgazmalariga ko'proq yoshlar qatlamini jalb etish;

- Hunarmandlar festivalini keng miqyosda o'tkazish, uning nufuzini oshirish.

Mamlakatimiz turizmi uchun rivojlantirilishi kerak bo'lgan yo'nalishlardan biri bu yoshlar turizmi hisoblanib, mazkur yo'nalishni turli sohalar orqali keng tarqalishiga imkon va qulayliklar yaratish muhim vazifalardan biridir. Bu o'rinda hunarmandchilikka e'tibor qaratish ahamiyatga molik. Xususan, hunarmandchilik maktablari bo'ylab tashkillashtiriladigan tur-sayohatlar har qanday yoshlarni jalb eta olishiga aminmiz. Birgina Buxoro viloyatining hunarmandchilikdagi salohiyati shu toifadagi sayohatlarni tashkil etish uchun asos bo'la oladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. www.betakrorbuxoro.uz
2. www.yi.uz
3. www.uza.uz

Kurbanova M.X.

O'zbekiston, Buxoro

BUXOROI SHARIFNING TABARRUK ZIYORATGOHLARI BO'YLAB

"Hozirgi kunda milliy iqtisodiyotga yuqori daromad keltiradigan istiqbolli tarmoqlardan biri – bu turizmdir. O'zbekiston turizm sohasida ulkan salohiyatga ega bo'lgan davlat hisoblanadi... Samarqand, Buxoro, Toshkent shaharlaridagi muqaddas qadamjolar va yodgorliklarni ziyorat qilishdan iborat bo'lgan "kichik haj" dasturini rivojlantirish va jadallashtirish zarur".

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoyev

2017 yil 19 mayda O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev "2017-2019 yillarda Buxoro shahri va Buxoro viloyati turizm salohiyatini tezkor rivojlantirish dasturi"ga bag'ishlangan Prezident Qaroriga imzo chekdi. Qarorda Buxoro viloyatining turistik potensialini hisobga olgan holda turli chora-tadbirlar

ishlab chiqilgan. Jumladan, *yangi mehmonxonalar va turizm infratuzilmalarini qurish, umumiy ovqatlantirish tizimini takomillashtirish va turistlarning kechki bo'sh vaqtini mazmunli o'tkazish uchun sharoitlar yaratish, ...madaniy meros ob'ektlarini qayta ta'mirlash, yangi turistik yo'nalishlarni tashkil etish va turizmning yangi turlarini rivojlantirish (gastronomik, ekologik, ekstremal, tibbiy va ilmiy turizm)* kabi strategik yo'nalishlarda takliflar keltirilgan hamda qator loyihalar tasdiqlangan.

Mazkur qayd etilgan infratuzilmalarni rivojlantirish asnosida Buxoro viloyati hududida mavsumiylik muammosini sezilarli darajada kamayishiga erishish mumkin. Biroq, erkin turistik zona talablariga javob berish va shu asosda hududni rivojlantirish maqsadida yanada yangi turistik masulotlar taklifi, innovatsion g'oya va ishlanmalari talab etiladi.

Buxoro qadim-qadimdan avliyolar, pirlar shahri sanalgan. Ushbu makonda ziyorat turizmini rivojlantirish orqali ham mahalliy ham xorijiy sayyohlarni jalb qilish mumkin bo'ladi. Abul Hasan Abduramon ibn Muhammad Nishopuriy "Xazoin ul ulum" ("Ilmlar xazinasini") asarida yozganki, "Buxoro qadimdan suvi shirin, havosi latif, atrofi keng, nozu ne'mat, mollari ko'p bo'lishi bilan ziynatlanib, hozirgacha ulamo toifasining to'plangan joyi, faqat balog'at va shirin so'zlarning manbai bo'lib kelgan". Mana shuning uchun Buxoro shahri va uning atroflarida 160 ta avliyolik darajasiga sazovor bo'lgan mashoyixlar, olimlar, donishmandlar va shoirlarning qabrlari va qadamjolari mavjuddir. Ming afsuski, Sovetlar hukmronligi davrida viloyat, shahar, nohiya hakamlari "Inqilob nomi bilan" hamda dinga qarshi kurash shiori ostida turli bahonalar bilan qaror va buyruqlar chiqarib, xalq tomonidan asrlar davomida e'zozlab kelingan ko'pgina avliyolarning muqaddas mozorlari va qabrlarini yer bilan yakson qildilar.

Mustaqillik davrida qadimiy obidalar, ziyoratgohlarni tiklashga bo'lgan e'tibor yana kuchaydi. Bugungi kunda ularning bir qanchasi muhim ziyorat maskanlariga aylanmoqda. Shunday bo'lsada, ular to'g'risidagi ma'lumot xalq orasida keng tarqalmagan. Shuning uchun, Buxoro shahri ichida "Yetti Avliyo" loyihasini ilgari surish mavjud masalani yechishga turtki bo'ladi. Bu yangi yo'nalish "Islom dini gumbazi" bo'lgan Buxoroi Sharifda karomatga ega bo'lgan yettita avliyolarni ziyoratidan tarkib topgan. Bular:

- Hojat baror – Imom Abu Hafz Kabir Buxoriy
- Poyanda Muhammad Shohi Axsiiy Fayzobodiy
- Shayx Sayfiddin Boharziy
- Hazrat Shayx Abdulqodir Jeloni (Geloni) Piri Dastgir
- Abu Bakr Muhammad ibn Ahmad (Hazrat Boboyi Porado'z)
- Xo'ja Ismatullo Buxoriy
- Said Abulhasani Poband (Said Pobandikusho)

Mazkur yo'nalish "*Buxoroi Sharifning 7 Avliyosi*" deb nomlanadi. Ziyorat turizmining bu yo'nalishini amalga oshirishda hududda mavjud barcha ziyoratgohlarni o'rganib, yo'lga qo'yiladigan turistik marshrutning uzoq muddatli strategiyasini belgilash, O'zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish Davlat qo'mitasi bilan hamkorlikda ushbu ob'ektlarda turistik infratuzilmani shakllantirib, yangi turistik yo'nalishni yo'lga qo'yish, turmahsulotni turistik bozorga olib chiqish,

marketing tadqiqotlari o'tkazish orqali asosan ichki sayyohlarni jalb etish natijasida birinchidan, respublikamiz aholisi orasida tariximizni targ'ib qilish, ikkinchidan, turistik oqimni ko'paytirish orqali Buxoro viloyatidagi qisqa turistik mavsumni uzaytirishga erishish maqsad qilingan.

Hozirgi kunda Buxoro viloyati hududida "7 Pir" turistik yo'nalishi yo'lga qo'yilgan bo'lib, ekskursiyalar asosan mustaqil ravishda ziyoratchilar tomonidan amalga oshirilmoqda. Yuqorida qayd etilgan ziyoratgohlarga ham mahalliy aholi yagona tur yo'nalish sifatida emas, balki tashrif maqsadlaridan kelib chiqqan holda ziyorat qiladilar. Mazkur turmarshrutni yo'lga qo'yish natijasida ishning debochasi sifatida ta'kidlangan 7 ta avliyoni ziyorat qilishdan boshlab, keyinchalik uning ko'lamini kengaytirish, ya'ni ushbu marshrutning ijtimoiy-iqtisodiy samarasi aniqlanganidan so'ng boshqa yana yettita avliyolar bo'ylab turmarshrutni shakllantirish orqali ushbu "7 Avliyo" loyihasining uzluksiz faoliyatini ta'minlash strategik reja qilib belgilab olingan.

Ushbu tur yo'nalishni Buxoro viloyati bo'ylab yo'lga qo'yilishi bir qator ijobiy natijalarni keltirib chiqaradi:

- Milliy tariximiz ildizlari qayta tiklanadi, aholi orasida targ'ibot-tashviqot ishlari olib boriladi;
- Ziyorat obyektlariga borish uchun infratuzilma yaxshilanadi;
- Mavjud resurslardan foydalangan holda yangi turistik yo'nalish yaratiladi;
- Ichki turizm rivojlanadi;
- Mahalliy sayyohlar soni oshishi hisobiga hududdagi turistik mavsumni uzayishiga erishiladi;
- Turmarshrutni tijoratlashtirishdan tushgan daromad evaziga yo'nalish ko'lami kengaytiriladi;
- Turizm fakulteti tarkibida faoliyat olib boruvchi fakultetning turistik firmasi tashkil etiladi.

Xulosa qilib aytganda, ziyorat turizmni Islom dini gumbazi bo'lgan Buxoroi Sharifda istiqboli eng yuqori bo'lgan yo'nalishlardan biri sanaladi.

Джаббаров И.Г., преподаватель

Бухарского Государственного университета

ВОЗМОЖНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННУЮ ТУРИСТСКУЮ ИНТЕРАКТИВНУЮ КАРТУ ОБЛАСТИ БУХАРЫ

Бухарская область и город Бухара из древних времён считался местом расположенной на перекрёстке Великой шёлковой пути. Регион славится не только своим архитектурными памятниками и достопримечательностями, но и несколькими видами народной ремёсла.

Исходя из статистических данных в Бухарской области зарегистрирована более 660 архитектурных памятников, которые по сей день существует, задействованы деятельности ремесленников свыше 20 видами ремесел, наличие археологических объектов, таких как Варахша, Пойкент история, которых датируется свыше тысячи лет, достаточно развитая инфраструктура, обеспечивающая качественного ночлега и питания для путешественников и других

потенциальных возможностей. Регион по численности прибывающих в область иностранных туристов отстаёт от других туристических регионов как Ташкент и Самарканд. Более того, в Бухарской области степень эффективности применения весомых туристических ресурсов и услуг туристических организаций относительно низкая или использование музеев и других достопримечательностей, как туристический ресурс распределена неравномерно. Во многих случаях для обеспечения единой информационной пространства и способствующую выход индивидуальных туристов – путешествующих неорганизованным способом, на информационную базу, сохраняющая исчерпывающую информацию о туристических ресурсах для удовлетворению нужд путешественников к доступу качественной информации всё ещё остаётся проблемой.

Высокий уровень международной конкуренции на мировом туристском рынке заставляет государства прилагать огромные усилия для привлечения туристов в страну, использовать новые технологии продвижения национального турпродукта, вкладывать существенные финансовые ресурсы в продвижение туристских дестинаций.

Одним из важных факторов, непосредственно влияющих на расширение и увеличение туристских потоков в дестинацию, является состояние рекламно-информационного обеспечения туристической индустрии. Реклама туристского потенциала дестинации, активное продвижение национального туристского продукта являются необходимым условием роста туристских потоков в эту дестинацию и способствуют увеличению дохода от туризма [1].

По статистическим данным Бухарского регионального государственного департамента по развитию туризма 2017 года в Бухару посетили 169 тысяч иностранных туристов, что составляет менее 8 % от общего количества туристов, пребывавших в Республику Узбекистан по туристическим целям. К тому же важно отметить, что большая часть потока прибывших в страну туристов составляет групповые туристы, чьи путешествия было организовано турфирмами. Исходя из выше приведённых аргументов, в Бухарском регионе имеется достаточно высокий потенциал, что бы обслужить более чем 2 миллионов туристов ежегодно, и естественно, что бы способствовать резкого увеличения туристского потока, прежде всего, нужно привлечь их внимание к региону.

По мнению специалистов, основной причиной низкого потока туристов в регионах является не владение комплексного представления о туристических ресурсах в регионе.

Поэтому, организация эффективного использования туристических ресурсов, вместе с повышением потока туристов, увеличения время пребывания туристов в регионе и предоставление для них полного, качественного, точного и удобной информации, также создание инновационной туристической интерактивной карты региона, основанная на ГИС технологиях, которая помогает формированию туристических маршрутов по региону считается одним из важных направлений обеспечения конкурентоспособности в международном рынке туристических услуг.

ГИС дают возможность оперативного реагирования на любую возникающую ситуацию по какой-либо территории, с получением по ней всей необходимой картографической и тематической информации. Они представляют собой картометрическое исследование с одновременным построением любых карт, планов и схем. На основе ГИС можно моделировать различные процессы, явления и изучать изменение их состояния во времени [2].

Использование ГИС технологий в сфере туризма и сервиса будет способствовать как формированию положительного имиджа Бухарского региона на международном рынке туристских услуг, так и обеспечению достойной позиции на мировом туристическом рынке.

Основная разница этой карты от традиционных печатных карт является то, что эта карта – интерактивная, то есть это карта не только дает полную, исчерпывающую информацию туристу о выбранном объекте, также создает

удобства по поводу как добраться к этому объекту. При активации туристом знака «Гостиницы» на интерактивной карте появляется несколько десятков знаков гостиниц (см. 1-рисунок). Если турист относится к категории сегмента предпринимателей, то при выборе гостиницу поближе к аэропорту или к железно дорожному вокзалу интерактивная карта является первостепенной



- | | |
|-----------------------|--------------------------------------|
| | Все объекты Бухарской области |
| | Археологические памятники |
| | Архитектурные достопримечательности |
| | Рекреационно-оздоровительные центры |
| | Народные промыслы и ремёсла |
| | Природные достопримечательности |
| | Парки и скверы |
| | Винные дегустационные центры |
| | Фестивали |
| | Базары |
| | Музеи и дома культуры |
| Инфраструктура | |
| | Гостиницы |
| | Рестораны |
| | Кафе и бары |
| | Турфирмы |
| | Интернет клубы |
| | Банки |
| | Телеграф |
| | Почта |
| | Автовокзал |
| | Аэропорт |
| | Железнодорожный вокзал |
| | Авиа и ж.д. кассы |
| | Больницы и врачебные пункты |
| | Бензоколонки |

удобством в этой направлении.

Рис.1 Вид интерактивный туристической карты Бухарской области

Источник: разработка автора

В Бухарской области для организации рационального использования существующих туристических ресурсов, а также для индивидуальных и групповых туристов, в зависимости от их целей и свойств путешествия, данная туристическая интерактивная карта должна послужить «мостом» между потребителями тур услуг и тур организациями, которая будет своевременно предоставлять актуальные новости пользователям. Кроме того, созданная интерактивная карта послужит как инструмент для потенциального туриста, который наглядном образом сможет планировать индивидуальный туристический маршрутов по региону в разрезе дней и интересующих объектов в целом.

В Бухарской области в развитие иностранного туризма разработка интерактивных туристических карт приведёт к следующим результатам:

- владение интегрированной информационной базой, находящиеся в едином информационном пространстве. С точки зрения туристов для организации их путешествия им необходимо знать в каком географическом районе расположены гостиницы, предприятия общественного питания, развлекательные и анимационные мероприятия, достопримечательности, а также автозаправки, больницы, авиакасы и другие необходимые объекты создающие благоприятные условия путешествующим;
- Самый удобный и оптимальный способ составления туристического маршрута;
- Возможность доступа к информации об объектах региона в самый кратчайшей время и в полном объёме;
- Максимальное удовлетворение туристов от познания потенциала туристского региона, удовлетворение нужд в соответствии с их потребительскими предпочтениями;
- Повысить эффективность путём организации рациональной использование туристических ресурсов;
- Извлекать нишу из международного и внутреннего рынка туризма исходя из тематики путешествия путём распределения в разных географических направлениях, приспособлять номенклатуры и качества услуг к конкретному сегменту по видам путешествия.

Внедряемые в разных областях социальной деятельности практические системы информационной поддержки решают разные вопросы: одни производственные или медицинские, а другие в социальной-культурной сервисе, туризме и т.д. [3].

Предложенная нами модель инновационной туристической интерактивной карты Бухарской области как практической информационной системы будет внедрена в сфере сервиса и туризма в качестве испытательной-пробной основе. Предлагаемая электронный адрес данной интерактивной туристической карты www.imapbukhara.uz, по оценкам внедрение данного

проекта в сферу туризма и соответственно, после получение ожидаемых результатов от внедрение можно будет создавать туристские интерактивные карты остальных регионов Республики Узбекистана.

В настоящее время было разработана бренд и девиз веб-сайта инновационной разработки, где содержатся интерактивная карта области



Бухары

Рис.2 Бренд и девиз туристической интерактивной карты Бухарской области

Источник: разработка автора

В результате создание и внедрение туристической интерактивной карты Бухарской области поток туристов будет увеличиваться на 25-30%, также увеличится количество ночлегов в регионе, что в итоге повышается уровень затрат туристов. Это в свою очередь влияет положительно на валютные поступления от туризма в бюджет региона.

Список использованных источников

1. И.В. Гончарова, Т.П. Розанова, М.А. Морозов, Н.С. Морозова. Маркетинг туризма: учебное пособие / — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 224 с.
2. Геоинформатика: учебное пособие / Лайкин В.И., Упоров Г.А. — Комсомольск-на- Амуре: Изд-во АмГПГУ, 2010. — 162 с
3. Х.М. Маматкулов “Инфраструктура Туризма” Курс лекций. САМИСЭ. 2009. -230 с.

*Atoyeva R.O.
Buxoro shahri*

YURTIMIZDA RIVOJLANTIRILISHI KERAK BO'LADIGAN TURIZM YO'NALISHLARI

O'zbekiston – tarixiy yodgorliklar, muqaddas qadamjolarga boy yurt sifatida ulkan turistik salohiyatga ega. Samarqand, Buxoro va Xiva kabi Buyuk Ipak yo'li o'tgan buyuk qadamjoylar necha yillardan beri o'zining boy tarixiy obidalari orqali turistlarni o'ziga jalb etib kelmoqda. Yurtimizda turistlar ko'lamini yaxshilash va oshirish maqsadida davlatimiz rahbarining 2016-yil 6-dekabrdagi “O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida”gi, 2018-yil 5-fevraldagi “O'zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratish bo'yicha qo'shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to'g'risida”gi farmonlari qabul qilindi [1]. Farmonda mamlakat iqtisodiyotining strategik tarmog'i sifatida turizmni jadal rivojlantirish uchun qulay iqtisodiy va tashkiliy-huquqiy sharoitlar yaratish, yangi turizm yo'nalishlarini yo'lga

qo'yish, hududlarning ulkan turizm salohiyatidan yanada to'liq va samarali foydalanish, turizm tarmog'ini boshqarishni tubdan takomillashtirish masalalariga e'tibor qaratilgan.

Jahon mamlakatlarida yalpi ichki mahsulotidagi turizm sohasining ulushi 10 foizni tashkil etsa, yurtimizda bu ko'rsatkich bor-yo'g'i 2-3 foizni tashkil etadi. Shu sababli davlatimizda turizmning ahamiyati va rolini oshirish maqsadida keng imkoniyatlar yaratilmoqda. Natijada bu sa'y-harakatlar tufayli yaqin yillarda bu raqam 5 foizgacha ko'tarishlihi kuzatilmoqda. O'zbekistonda turizm o'sishining asosiy manbalari bo'lib, nafaqat xorijdan turistlarni jalb etish, balki ichki turizmni ham rivojlantirish masalalarni o'z ichiga oladi [2].

So'nggi yillarda jahon bo'ylab turizmning unutilgan va yangi innovatsion ko'rinishlari paydo bo'lmoqda. Ana shunday yo'nalishlarning ayrimlarini o'zbekona mentalitetimizga mos kelgan holatda qo'llash, yurtimizni iqtisodiy rivojlantirishni ta'minlaydi.

Qishloq turizmi yo'nalishiga shaharlarda yashovchi o'zbekistonliklarni, hamda xorijlik sayyohlarni ham jalb etish mumkin. Bunda sayyohlar qishloqning toza havosidan bahra oladilar, yangi uzilgan sarxil meva-sabzavotlarni, sut mahsulotlarini tatib ko'radilar. Keyingi paytlarda jahonda paydo bo'lgan Agroturizm sohasi mana shu turistik yo'nalishga mansub bo'lib, sayyohlarni ayni hosilni yig'ib olish davrida ishtirok etishlarini nazarda tutadi. Baliq tutishdan boshlab asalarichilikkacha bo'lgan barcha sohalarda turistlarni jalb etish sohaning rivojlanishiga, hudud infratuzilmasining yaxshilanishiga va fermerlarimizni qo'shimcha daromad olishlariga erishiladi. Bahorda qulupnay, kuzda qovun sayllarini yo'lga qo'yish sayyohlar qiziqishini oshiradi.

Gastronomik turizm yo'nalishida xorijiy yoki mahalliy sayyohlarni to'g'ridan-to'g'ri milliy taomlarning tayyorlanish usullari bilan tanishtiradi. Tayyor taomlarni esa restoranlarda tortish orqali qo'shimcha sarmoya olishga erishiladi.

Festival turizm yo'nalishini rivojlantirish uchun yurtimizda tashkil etiladigan barcha festivallar reklamasini ommaviy-axborot vositalari yoki internetda joylashtirishni keng yo'lga qo'yish zarur. «Sharq Taronalari», «Ipak va Ziravorlar», «Hunarmandlar festivali», «Boysun Bahori» kabi bir qator festivallar davlatimizda turistlar tashrifini oshiradi.

Ziyoratchilik turizmi O'zbekistonda shiddat bilan taraqqiy toptirish mumkin bo'lgan turistik yo'nalishlardan biri sanaladi. Yurtimizda Islom olamining buyuk muhaddisi Muhammad ibn Ismoil al-Buxoriy, Najmiddin Kubro kabi mutafakkirlarning ziyoratgohlari, Buxorodagi «Yetti pir» hamda Bahouddin Naqshbandiy qadamjoylarni yurtimiz bo'ylab keng targ'ib etish orqali ichki turizmni keng yo'lga qo'yish mumkin.

Sayyohlarni tabiat bilan yolg'iz qolib ruhiy quvvat, ilmiy bilim olishlarida ekoturizmni o'rni katta. Ana shunday ekologik turistlar uchun mehmonxona sifatida qo'riqxonada barpo etiladigan uylardan foydalanish mumkin. Bu esa ayniqsa tabiatshunos olimlarning xavfsiz masofadan turib hayvonlarga ozor yetkazmasdan turib ularning biologiyasini o'rganish imkoniyatiga ega bo'ladilar. Hattoki, ekologik turistlarning xalqaro hamjamiyati tuzilgan bo'lib, ayrim sayyohlar dam olish va ilm o'rganish asnosida atrof-muhitga foyda keltirishni istaydilar. Hozirda O'zbekistonda

ushbu turizm turini rivojlantirish, sayyohlarga ekologiya bilan yuzma-yuz bo'lishga sharoit yaratish imkoniyatlariniga keng e'tibor berilmoqda. Orol bo'yi mintaqasi, Qizilqum cho'llari, Aydarko'l tog' tizmalari, Jayron ekologik markaz va boshqa bir qator ekologik hududlarni yetarli darajada turistik hududga aylantirish iqtisodiyotimizni barqaror o'sishiga erishiladi. Modomiki, turizm iqtisodiyotimizning tayanch sohalaridan biriga aylantirish vazifasi davlat siyosati darajasiga ko'tarilgan ekan, ushbu turizm sohalarini rivojlantirishda barchamiz o'z hissamizni qo'shmog'imiz darkor.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. <https://www.mf.uz/uz/novosti-uzbekistana.html>
2. http://kun.uz/uz/news/2017/03/25/turizmni_rivojlantirish_istiqbollari

*Рўзиев Иззатилло,
хунармандлар уюшмаси аъзоси
Бухоро ш., Ўзбекистон*

БУХОРОНИНГ АРК МУЗЕЙИНИ БОЙИТИШ ЙЎЛЛАРИ

Бухоро - Шаркнинг қадимий шаҳарларидан бири, мусулмон ренессанси шаклланган ва гуллаб-яшнаган гўша, Шаркнинг ўзига хос тарихий-меъморчилик музейи эди. **Бухоро – жаҳоннинг энг қадимий шаҳарларидан бири: 1997 йилда шаҳар ўзининг 2500 йиллик юбилейини нишонлади. 1993-йилда Бухоро шаҳрининг тарихий маркази (ЮНЕСКОнинг 1-сессиясида, Колумбия) “Бутунжаҳон маданий мерослари рўйхати”га киритилган. Бухоро номи дастлаб IX асрда тарихчи Наршахий томонидан зикр этилган.** Археологик қазилмалар натижасига асосан олимлар ушбу шаҳар эрамизгача бўлган даврда ҳудуднинг иқтисодий ва маданий ҳаётида муҳим роль ўйнаган деган хулосага келганлар. Бухоро Хитойдан Римгача олиб борувчи Буюк Ипак йўлининг энг муҳим чорраҳаларидан бирида жойлашган ва асрлар давомида муҳим роль ўйнаб келган.

Бухоро шаҳрида Минораи Калон, Исмоил Самоний мақбараси, Чашма Аюб каби қатор жаҳон архитектурасининг дурдоналари бор. Аммо улар қаторида маҳаллий ҳукмдорларнинг қўрғони бўлган Арк алоҳида ўринга эга. Ҳозир Арк юртдошларимиз ҳамда чет эллик меҳмонларни оҳанрабодек ўзига тортувчи ноёб тарихий-меъморий ёдгорлик сифатида ном қозонган. Аркнинг ўзида меъморий иншоотларнинг катта бир мажмуаси жойлашган, асосий шарқий қисми ҳозирда коммунистлар туфайли археологик ёдгорликка айланиб қолган. Бир музей шаҳарни бомбардимон қилинишини ҳеч қандай ғоя билан, саройларда бекиниб олган душманни янчиб ташлашга қаратилган бирон-бир ҳарбий-стратегик режа ёки ўзга бир важ билан оқлаб бўлмайди. Аммо коммунистлар Арк қўрғонининг саксон фоизини харобаларга айлантиришган. Ҳозирги пайтда бу қўрғонда музей ташкил қилинган бўлиб, у муҳим туристик объект ҳисобланади.

“Арк” – қадимий археологик ёдгорлик бўлиб, Бухоронинг тарихи ва маданиятини очиб беради. Қадимги даврлардан бошлиб, 1920 йил сентябр ойида амирлар ҳукумати барбод бўлгунга қадар давлат ҳукмдорларининг

саройи бўлган. XX асрнинг 40-йилларида музей кўрғазмаси очилганлигини билиб олдик. Бугунги кунда бу эрда Бухоро давлат бадий-меъморчилик музей-кўриқхонасининг бош офиси, қадимги ва янги тарих, табиат бўлимлари кўрғазмалари ҳамда музей фондлари жойлашган бўлиб бу бўлимлар билан амалиётимиз давомида танишиб чиқиш мумкин. Музей бўлимларини кузатиб чиқсак, уларнинг ичида энг каттаси Тарих бўлими (қадимги даврлардан бошлаб – XV а.) ҳисобланади. Бўлимнинг энг диққатга сазовор экспонатлари: ҳарбий қуроқлар (XVIII-XX а.а.), суфийлик таълимотининг “Жанди” тармоғи бошлиғининг кийимлари (XIX а.), Бухоро амири тахти (XIX а.), машҳур Бухоро матолари (XIX а.), Бухоронинг экспорт ва импорт маҳсулотлари ҳисобланади.

Энг катта аҳамиятга эга бўлган бўлим - Тангашунослик ва эпиграфика бўлими ҳисобланади. Бухоро давлат музей-кўриқхонасида 20000дан ортиқ турли даврларда юритилган тангалар, муҳр, тамғалар, Бухоро хонлиги ва амирлигининг пуллари, XVIII-XX асрлардаги Россия Империясининг ҳамда замонавий пул бирликлари сақланаяпти.

Кейинги бўлим - Бухоро вилояти табиати бўлимидир. Бу бўлимда Зарафшон водийсининг қуйи қисмида жойлашган Бухоро вилоятининг географик ўрни, иқлим ва тупроқлари билан танишасиз.

Аҳамиятли бўлимлардан яна бири - XVIII – XX асрлар қўлёзма ёдгорликлари кўрғазмаси. XVIII асрнинг бошларида қурилган сарой масжидида антиқа қўлёзмалар, Қуръонлар, буюқ олимларнинг, тарихчиларнинг, Шарқ шоирларининг асарлари тақдим этилган. Алишер Навоий, Абдурахмон Жомий, Жалолиддин Румий каби буюқ адибларнинг асарлари машҳур ҳаттотлар – Муҳаммад Хўжа Насафий, Муҳаммад Шариф Ганжибой, Муҳаммад Хасани Манжурий (XIX а.) томонидан қайта ёзилган. Кўрғазмада ҳаттотларнинг асбоблари-сиёҳдон, қаламдонлар, китоб қўйиш учун мўлжалланган лавҳлар тақдим этилган.

“Бухоро воҳаси. Қадимги ва ўрта асрлар тарихи” кўрғазмасида Қушбеги ҳовлисида (бош вазир уйи) археологик қазилмалар натижасида топилган ноёб буюмлар тақдим этилган. Унда бадий жиҳатдан ёки тарихий ёдгорлик сифатида катта аҳамиятга эга бўлган тасвирий ва халқ амалий санъат наъмуналари, бадий жиҳатдан ёки тарихий ёдгорлик сифатида катта аҳамиятга эга бўлган тасвирий фото материаллари, географик кашфиётлар, фан тарихи, тарихий воқеалар ва ҳадислар билан боғлиқ бўлган турли хил хариталар, атласлар, глобуслар, тарх ва чизмалар мавжуд. Энг қадимги даврдан то ҳозиргача яратилган қўлёзма, тошбосмо, дасхатдаги китоблар ҳам бор.

Энг катта ўринни эгаллайдигани тангашунослик ва эпиграфика бўлимидир. Бухоро Давлат музей-кўриқхонасидаги “Тангашунослик ва эпиграфика бўлими 1986 йилда очилган. Бўлим экспозицияси Аркнинг Саломхона ҳовлисидаги “Меҳмонхонаи Раҳим-хон” хонасида жойлашган. Бўлимнинг фондида 20 мингдан ортиқ музей ашёлари сақланаяпти. Улардан 400 дан ортиғи исломдан олдин бўлган даврга тегишлидир.

Эпиграфика - бадий санъатнинг ҳамма соҳасида унинг маъносини, кўринишини бойитишда катта рол ўйнайди. Форс-тожик шу билан бирга араб эпиграфикаси ҳам доим безашда бадий асарларини тузишда эпиграфика

санъатнинг таркибий қисми бўлган. Кенг ҳашаматли бинолардаги, металлдаги, чиннидаги, сопол идишлардаги, ёғочдаги, газламадаги эпиграфик ёзувлар унга жуда катта ҳурмат обрў келтирди. Ҳар бир буюмдаги ёзувлар ўз хусусияти билан, яъни ҳарфларнинг гулларга ўхшатиб ясалиши, эгилувчанлиги композицияларнинг ҳар хиллиги буюмларнинг кўркига кўрк қўшади.

Эрон ва унинг атрофидаги давлатларга тарқалганлигини ҳисобга олиб, биз айтишимиз мумкинки, бу санъат ҳунармандчилиги Эрон, Ўрта Осиё ва умуман мусулмон дунёсида кенг қўлланилган. Вақт ўтиши билан, бир томондан эпиграфиканинг характери ва декорастиясини ўзгартирган бўлса, иккинчи томондан ўсимликларга ва ҳайвонларга ўхшатиб ишланган элементлар то ҳозирги кунимизгача сақланиб қолган. Рус сайёҳи Н. И. Веселовскийнинг фикрича : "Агар исломни бир бутун цивилизация деб олсак, ҳар бир категориядаги предметнинг мусулмон санъатида ўзининг мос келадиган ёзуви бор деб таъкидлайди. Масалан: Масжидларда Қуръондан оят ва пайғамбар ҳадисларидан ёки биринчи тўрт халифаларнинг номлари, саройларда эса шеърлар ва диний чақириқлар билан, қуролларда **Қуръондан** оят, дубулғада бошқа, қиличда бошқа ва қалқонда яна бир бошқа оят ёзилган. Уй-рўзғор буюмларида эса буюмнинг эгасига яхши тилаклар тиланган бўлиб, шунга ўхшаган буюмларнинг ҳар бирига алоҳида ёзув бўлиши мумкин. Масалан: Шамдон уй-рўзғор учун бўлса, эгасига яхши тилаклар тиланган **ёзув** билан бўлиши мумкин, масжид учун ишланган шамдонда эса диний шеър битилган бўлиши мумкин.

Қадимги уй-рўзғор буюмлари **табақ, лаган,** ликопчаларда араб эпиграфикасини **жуда** кўплаб учратиш мумкин. XV асрлардан кейин эса араб алифбосида, лекин маҳаллий тилларда ёзилган эпиграфика пайдо бўла бошлади. Ҳашаматли масжид, мадрасаларда араб эпиграфикаси деярли ўзгаришсиз **қолди.** Айрим ҳолларда эса кичик уй анжомларига эски буюмлардан нусха олиб **ёзиш расм** бўлган. Бухороликлар нафақат ўзларининг нақший ёзувлари билан, шеъри маънони англамасдан, балки бу шеърда ёзув беаган нарсанинг маъноси ва мазмунини ёритганлар. Бу ишда ўз ишининг устаси ҳам, оддий ҳунарманд ҳам, доимо содиқ бўлиб келган. Ёзув безакларининг махсус қисмини мато ташкил этиб, у ўз ичига кундалик кийим-бошни ва уйни безакларини олади. Бу икки қисм эпиграфикаси (тикилган чопонда Қуръон сураларидан келтрилиган оятлар, кўйлак (вит.7), бош кийимлар, сузани, ойнахалта, борпушлар уй безаклари ҳисобланган. Уларда яхши тилаклар ва лирик шеърлар битилган.)

Каштадўзликни араб ёзуви билан ёки унга ўхшаган ёзув безаклари билан безатиб келинган. Афсуски бадий газламаларнинг асосий қисми Ўрта Осиёда асосан XIX асрга оид. Экспозистияда кўрсатилган экспонатлар ҳам XIX асрнинг охири XX асрнинг бошига мансуб. Бадий газлама эпиграфика безакларига кўз югуртирганимизда шуни айтиш мумкинки, кейинги пайтларда меъморчилик ўймакорлик, кулолчилик, заргарлик ва каллиграфияда мустаҳкам ўзаро алоқа борлигини кўрамиз. Эпиграфика ёзувлари ўз маъносини юқотиб белбоғлар ва рўмоллардаги ёзув бало қазолардан сақлаш учун тикилган.

Эпиграфик ёзув халқнинг ўзига қилган тасавури бўлиб нафақат бевосита маънога эга бўлмасдан, балки илоҳий белгиларни ҳам билдирган. Эпиграфик ёзувларнинг кийимларда кенг тарқалиши табиийки, инсонни ёмон нарсалардан жин-ажиналардан, касалликлардан сақлаш белгиси ҳисобланган. Экспозицияда кўрсатилган пешонабандда "Оллох-таоллога таваккал қиламан" деб ёзилган. (вит.7). Жаҳонгашта дарвешларнинг чопон ва кулоҳларидаги ёзув ҳаттотликнинг ажойиб намунасидир. Кўпинча қаландар уст боши ўзининг ёрқин хусусиятига эга бўлиб, кўп асрлик анъанани ўзида ёритган. Кашта панчдан жунлар билан тикилган бўлиб, қатъий аниқ жойлашган. У чопоннинг элкаларида ёки икки томонидан то этагигача, орқа томонида ҳар хил кўринишдаги нақшли ёзувлар билан тикилган.

Музейни бойитишнинг энг асосий йўли – Бухоро ва бошқа қўшни вилоятларда яратилган ва яратилаётган ҳунармандчилик, косибчилик маҳсулотларини йиғиб, уларни кўрғазмасини ва алоҳида музей бўлимини ташкил этиш мақсадга мувофиқдир. Бухоро усталари ҳозирги пайтда зардўзликда, каштачиликда, кандакорликда каби қатор соҳаларда соҳаларда санъат асарларини яратишмоқда, десак муболаға бўлмайди. Уларни арзон – гаровга хорижликларга сотиб юборишмоқда. Бу санъат асарлари ё шахсий коллекцияларда ёки чет эл музейларидан ўрин эгалламоқда. Шунинг учун музей ичида ушбу маҳсулотларни йиғиш, кўрғазма қилиш масалалари билан шуғулланувчи бўлимни ташкил этган мақсадга мувофиқдир.

Адабиётлар рўйхати:

1. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2016 - йил 26 - февралдаги “2016-2020 – йилларда хизматлар соҳасини ривожлантириш дастури тўғрисида”ги 55-сонли қарори.
2. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2017 - йил 15 - мартдаги “Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини янада қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 137-сонли қарори.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 yil 19 maydagi 2017-2019 yillarda Buxoro shahri va Buxoro viloyati turizm salohiyatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida gi PQ-2980-sonli qarori.
4. Андреев М.С., Чехович О.Д. Арк Бухары. Издательство «Дониш». Душанбе.1972.218с.
5. «Бухоро». Қисқа луғат, Т. 1958 йил.223 бет.
6. Маньковская З. Л. «Бухоро». Т., Ф. Ғулом нашриёти, 1991.
7. Наршахий М. Бухоро тарихи. Т. “Шарқ машъали” журнаliga илова “Шарқ баёзи” 1993.125 б.
8. Ремпель Л. «Бухоро. Яқин ва узоқ». Т., Ф. Ғулом нашриёти, 1981.
9. <http://www.constanttour.ru/>
10. <http://www.goperu.ru/>
11. <http://www.tourism.com/>
12. <http://www.Betakrorbuxoro.uz>
13. <http://www.Buxoro.uz>
14. <http://www.Bukhara-museum.uz>

**MINTAQALAR MISOLIDA TA'LIM, AN'ANA VA UDUMLAR,
HUNARMANDCHILIKNING TURIZM SOHASIDAGI O'RNI**

Turizm necha ming yilliklar davomida rivojlanib, takomillashib kelayotgan qadimiy faoliyat turlaridan biridir. Qadim-qadimdan ota-bobolarimiz, ajdodlarimiz ham turli maqsadlarda turizmni amalga oshirishgan: diniy, ilmiy, tijorat, sayohat va boshqa bir qancha maqsadlarda. Barchamizga ma'lumki, hozirgi kunda turizm iqtisodiyotning eng serdaromad va jadal sur'atlarda ildam o'sib borayotgan sektorlaridan biriga aylanayapti. BAA misolida olib qaraydigan bo'lsak, yaqin 50-60 yil ilgari bu davlat jahonga mashhur emas edi, insonlar bu davlat haqida na tushuncha va na tasavvurga ega emas edilar. Faqatgina o'zining neft-gaz, platina, mis, temir rudalari kabi foydali tabiiy zahiralari orqali kun kechirgan va boyigan. Ammo hozirgi kundachi? Hozirda Dubai shahri yirik turistik salohiyatga ega shaharlardan biridir. Endilikda BAA tabiiy konlari yordamida emas, balki dunyoga nom taratgan destinatsiyalariga kata turistik oqimdan tushayotgan daromad ya'ni turizm yordamida "hayot kechiryapti" desak mubolag'a bo'lmaydi. BAA da "Holiday Inn", "Hyatt hotels", "Howard Johnson", "Jumeirah hotels&resorts" kabi mehmonxon zanjirlarining sanoqsiz filiallari mavjud bo'lib, o'z faoliyatini hozirgi kunga qadar yuritib kelyapti^[1]. Ammo nima sabab O'zbekistonda xalqaro maqomdagi mehmonxona zanjirlari mavjud emas, qanday kamchiliklar bor mamlakatimizda? Qanday sa'y-harakatlar, qanday omillar ta'sirida BAA bunday yuksak natijaga erishdi? So'nggi 2015-yilgi statistik ma'lumotga nazar solsak, BAA ga 14,2mln turist tashrif buyurgan va bu ko'rsatkich o'tgan yilgiga nisbatan 7,5%ga oshgan^[2]. Nega ko'hna va boy tarixga ega bo'lgan, azal-azaldan qad ko'tarib kelayotgan nodir va durdona tarixiy yodgorliklarimiz, noyob obidalarimiz, madaniy meroslarimiz, turizm rivojlangan sohaga aylantirish uchun ulkan potensialga ega bo'la turib, bundan unumli foydalana olmaymiz? Bugungi kunda barcha obidalarimizning umumiy soni 7000dan ziyod va ulardan 400tasi UNESCO muhofasi ostidadir. O'zbekistondagi turistlar tashrif buyuradigan shaharlar tarixi ming yilliklarga borib taqaladi. Bizning mamlakat uchun turizm sohasi endi yuksalib kelayotgan, iqtisodiyotning "yosh" tarmoqlaridan biridir, uning ajralmas bir bo'lagidir. Tabiiyki bu sohada mutaxassislar ham kam. Menga- turizm yo'nalishida tahsil olayotgan yosh kadr sifatida juda yaxshi ma'lumki turizm yo'nalishi yangi va yosh soha bo'lganligi sabab, bizga dars beradigan o'qituvchilarning aksariyati ham aynan turizm sohasi vakillari emas. Ammo bizga turistik oqimni kengayirish, turistlar e'tiborini jalb qila oladigan darajada turistik mahsulot yaratish, O'zbekistonda mavjud bo'lgan mavsumiylikni yo'qotish, turizmni barcha shakllarini yaratish va ularni rivojlantirish istiqbollari to'g'ri rejalashtirib, imkon qadar potensialimizdan maksimal ravishda foydalanish uchun bizga yetarli bilim va ko'nikmani yetkaza oladigan mutaxassislar, aynan turizm sohasi vakili bo'lishlari kerak emasmi? Mening nazarimda ta'lim tizimiga o'zgartirish kiritish kerak, rivojlangan mamlakatlar andozasi asosida biz ham o'z modelimizni yaratishimiz darkor.

Chetki fanlarni qisqartirib, mutaxassislik fanlarini ko'paytirsak, amaliy mashg'ulotlar sonini orttirsak, mutaxassislik fanlarini yaxshi o'zlashtirgan talabalani, o'z ustida ishlab, yangilik kiritgan o'qituvchi-kadrlarni chet davlatlarga imtiyozli ravishda bilim va ko'nikmalarni almashish maqsadida o'qishga yoki bo'lmasam malaka almashinish uchun o'qishga, amaliyotga yuborilsa, bizga aynan to'g'ri yo'nalish bera oladigan professionallarni vaqtincha jalb qilib, ular tomonidan seminar-treninglar o'tkazilib, ish jarayonini o'rgansak foydaga muvofiq bo'ladi. Bizga dars beradigan o'qituvchilarning o'zlari ham nafaqat nazariya balki amaliy ko'nikmalarga ega bo'lishsa ko'zlangan maqsad sari ildamlaymiz, ya'ni ular dars berishdan tashqari shu soha bilan bevosita bog'liq faoliyat turi bilan shug'ullanishsa, amalda tadbiriq etishsa yanada samaraliroq bo'ladi. Turizm infratuzilmasi keng tushuncha bo'lib, bir necha sohalarni qamrab oladi. Shu jumladan, asosiylari: restoran servisi, mehmondo'stlik sanoatidir. Bu fanlarni o'zlashtiryapmiz ammo bizga restoran servisi bo'yicha amaliy mashg'ulotlar o'tilmaydi. Meni taklifim, universitet doirasida bunday amaliyotni o'tkazish imkoiyatiga ega bo'lishimiz uchun laboratoriya xonalari tashkillashtirilishi kerak. U xonada restoran servisi uchun zarur barcha anjomlar bilan ta'minlansa, yanada chuqurroq o'rganar edik va kengroq tushunchaga ega bo'lar edik. Yoki universitet "Yoshlar Ittifoqi" bilan hamkorlikda kichik turistik firma ochib, uyerga aynan "Turizm" fakulteti talabalari jalb qilinsa, talabalarning o'zlari tur mahsulot yaratishsa, talabalar qo'llab-quvvatlansa, bu ham talabalarga yaratilgan imkoniyat bo'lgan bo'lar edi va ular keyinchalik ya'ni o'qishni tugatishgach anchagina ko'nikma va amaliyotga ega bo'lishar edi.

Respublikamiz bo'yicha "Turizm" kolleji faqatgina uchta viloyatda mavjud edi: Toshkent shahri, Urganch shahri va Buxoro shaharlarida. Lekin hozirgi kunda respublikamiz bo'yicha Toshkent turizm kasb-hunar kolleji, Toshkent turizm va biznes kasb-hunar kolleji, Urganch tadbirkorlik va turizm KHK, Samarqand turizm va xizmatlar sohasi KHK, Nukus turizm va servis KHK, Anijon turizm va xizmatlar sohasi KHK, Zomin pedagogika va turizm KHK, Qarshi xizmatlar sohasi KHK, Termez axborot texnologiyalari va turizm KHK, Angren turizm va mehmonxona xo'jaligi KHK, kabi kollejlarda foaliyat ko'rsatyapti^[3]. Yuqoridagi barcha kollejlarda 2017-18 - o'quv yilida qayta ixtisoslashtirildi. Avvaliga uchtagina bo'lgan bo'lsa, endilikda bu yo'nalishdagi kollejlarda soni ortgan. Bunga sabab, Prezidentimiz Sh.M.Mirziyoyevning 02.12.2016-yildagi "O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi farmonining "Turizm sohasidagi davlat siyosatining maqsadli vazifalari va ustuvor yo'nalishlari etib belgilangan" 1-bandida keltirilgan: "Turizm tarmog'i uchun, ayniqsa menejment va marketing sohasida malakali kadrlarni sifatli tayyorlash tizimini tubdan takomillashtirish" punktining ulkan hissasi bor^[4]. Ko'rinib turibdiki, turizm sohasidagi ta'lim yo'nalishiga ham salmoqli e'tibor qaratilyapti va yaqin 4-5 yil ichida malakali kadrlar yetishib chiqadi.

Yuqorida ta'kidlab o'tganimdek, O'zbekiston necha ming yillik o'tmishga, ko'hna va boy tarixga ega go'zal mamlakatdir. O'zbekiston xalqlarining o'ziga xos madaniyati miloddan avvalgi IV asrda sivilizatsiyaning boshlanishi davrida shakllangan^[5]. Diyorimizda asrlar davomida nafaqat o'zbek xalqining balki shu zaminda turli davr va dinlarning ham urf-odatlarini, an'analarini saqlanib qolingani va

milliy urf sifatida shakllanib kelyapti. O`zbekistondagi har bir voqa, viloyat hattoki qishloqlarda ham milliy urf-odatlarimiz haligacha saqlangan va ular o`zida o`zbek xalqining ongi va madaniyatini mujassam etadi.

O`zbeklarning ko`p asrlik madaniyati, urf-odatlari necha zamonlardan buyon ajdodlarimiz, momolarimiz tomonidan asrab kelinmoqda va avloddan avlodga yetkazish, o`zligimizni yo`qotmaslik uchun zamonaviy hayotga keldi. O`zbeklarga xos urflar sanoqsizdir. Ulardan biri an`anaviy choy ichish joyi-ya`ni mahallaguzarlardagi choyxonalarda yoshi ulug` bobolarimiz, dadalarimiz bir piyola choy ustida, osh pishirib yig`ilishlarini aytishimiz mumkin. Asosan choyxonalar suvli joylarda, serdaraxt, sersoya joylarda quriladi. Yurtimizning har bir nuqtasi, go`shasida o`zining mahalliy an`analari bor. Surxon vohasidagi eng mashhur tadbir: ko`pkari{uloq,buzkashi} hisoblanadi. Bu milliy o`yin odatda bahor va kuzda kuchli, mard va jasur yigitlar o`rtasida uyushtiriladigan o`yin hisoblanadi. O`yinda epchil yigitlar qo`zichoq yoki echki uchun kurashishadi, g`olib marraga raqibiga o`ljani olishga imkon bermagan tarzda yetib kelishi kerak. O`yinga oldindan va puxtalik bilan tayyorlanishadi. Dastlab, siz otni tanlashingiz kerak, u tezkor, past bo`yli va chidamli bo`lishi kerak. O`yin uchun tayyorgarlikning keyingi bosqichi - kiyim tanlash. Ishtirokchilar odatda, o`zlari uchun paxta chopon va qalin paxtalik shim tanlashadi. Bunday tanlovga sabab, qatnashchilar qizg`inlik bilan bir-birlariga qamchi orqali urishlari mumkin[o`yin qoidalariga zid emas] va paxtalik kiyimlar yaxshi himoya hisoblanadi. Epchil yigitlar g`olib bo`lishgach qishloq oqsoqoli yoki hurmatli mehmon ularga sovg`ani taqdim qiladi. Qadimda sovg`a tariqasida : gilam., qimmatbaho matolar, buqalar, qo`y va echki berilgan bo`lsa, hozirgi kunda qimmat maishiy texnika hattoki avtomobil ham bo`lishi mumkin^[6].



manba:Advantour.com

Milliyligimizga xos bo`lgan odatlarimizdan : beshik to`yi, xatna to`yi, kelin salom xna qo`yish marosimlari, dorbozlar namoyishi, kurash tushishlarni ham misol qilish mumkin.

Xatna to`yi-bu mahalliy tilda “sunnat to`yi”dir. Odatda o`gil farzand ko`rgach, farzndning otasi yaqin qarindosh, yoru-birodarlari orasida to`y qilib, nishonlaydi. Beshik to`yi odatda bolaning tug`ilganidan keyin, yettinchi, to`qqizinchi, o`n birinchi va qirqinchi kuni amalga oshiriladi. Kelin tomondan boy bezatilgan beshik va chaqaloq uchun kerakli aksessuarlar, shuningdek chaqaloq uchun turli kiyimlar, o`yinchoqlar keltiriladi. Yana bir o`zgacha marosim- bu “Salla bog`lash” marosimi hisoblanib, mamlakatning ba`zi vohalariga xos b`olib, bu qizning onasi tomonidan uyushtiriladigan marosimdir, mohiyati shundan iboratki, qizi farzand ko`rgach onasi

farzandi uchun uyushtiradigan bayramdir. Bu udum quyidagicha amalga oshiriladi: xonaga ko`rpacha yozilib, yosh ona shu yerga boshlab kelinadi, dindor,taqvodor ayol yosh onani kiyintirib, boshiga salla bog`laydi, ona uchun kerakli bo`lgan barcha kiyimlarni qizning onasi taqdim qiladi[sovg`a]. kiyimlar bayramona,bezakli bo`lishi kerak. Shundan so`ng yosh ona barcha zaifalarga,so`ngra otasi,turmush o`rtog`iga salom beradi. Shu bilan bu marosim o`z nihoyasiga yetadi^[7].



manba:buhkarapiter.ru

O`zbek xalqi an`ana- marosimga boy xalqdir. Nega urf-odatlariga to`xtalganim, turizm bilan aloqadorligini yoritishga harakat qilganim sababi shundaki, bizni mamlakatga tashrif buyuradigan turistlarni aksariyatiga bizdagi mavjud, milliylikimizni o`zida mujassam etgan an`ana va udumlarimiz juda ham qiziqdir, va ularni jalb qilish maqsadida etnografik turlarni tashkil qilishimiz mumkin. Nafaqat xalqaro turizmni balki ichki turizmni rivojlantirishda ham bunday turlar salmoqli darajada o`z hissasini qo`shadi. Sababi, mahalliy aholi orasida o`z manzilidan chetga chiqmagan qatlam ham bir talaygina. Mahalliy turistlarga ham bunday udumlarni, an`analarni guvohi bo`lish qiziqdir. Shuning uchun milliylikimizni aks etgan urf-odatlarimizni saqlab, ularning yordamida katta turistik oqimni jalb qilish imkoniyatiga egamiz.

Xalq hunarmandchiligi - O'zbekistonning eng muhim madaniy merosi sanaladi. Ular atrof-muhit bilan chambarchas bog'liqdir, ular an'anaviy turmushning ajralmas qismidir. Qayd etish lozimki, o'tgan yillar davomida respublikamizda milliy hunarmandchilikni rivojlantirish, xalq badiiy hunarmandchiligi va amaliy san`atining ko`p asrlik an`analarini saqlab qolish, hunarmandchilik bilan shug`ullanuvchi shaxslarni qo`llab-quvvatlash bo`yicha amalga oshirilgan chora-tadbirlarga qaramasdan, hunarmandchilik ommaviy yo`nlisga aylana olmadi. Mustaqillik yillarida O'zbekiston asta-sekin hunarmandchilikni yanada rivojlantirish uchun zarur shart-sharoitlar yaratdi, jamiyatda muvaffaqiyatli ish uchun barcha shart-sharoit mavjud, aholining turizm sohasida bandlik o'sishi va mamlakat iqtisodiyotining yuksalishi uchun zamin yaratdi. Buxoro hunarmandlari mahsulotlari mahalliy va xorijiy sayyohlar orasida katta talabga ega. Buxorolik hunarmandlar doimiy ravishda Yevropaning ko'plab xorijiy ko'rgazmalarida ishtirok etadilar. "Eng yaxshi hunarmand" nominatsiyasida "Tashabbus" Respublika tanlovida o'z asarlarini faol namoyish etmoqdalar. Har yili "Ipak va ziravorlar" sayyohlik festivali va hunarmandlar yarmarkasi o'tkazilmoqda. 2017-yilda 16- "Ipak va ziravorlar"

festivalida nafaqat mahalliy hunarmandlar balki xorijiy hunarmandlar ham qatnashishdi. Har yili anʼanaviy tarzda bu festival Buxoro shahrida oʻtkaziladi, va shu bilan birga turizm rivojiga ham sezilarli drajada oʻz hissasini qoʻshib kelayapti.

“Buxoroning Gʻijduvon tumanida Narzullayevlar kulolchilik maktabi ham mintaqada oʻziga xos oʻrin va obroʻga egadir. 2014-yil Portugaliya poytaxti Lissabonda boʻlib oʻtgan “Ishonch-2014” xalqaro tasviriy sanʼat koʻrgazmasida bu maktabning vakili Alisher Narzullayev Gran-Pri sovrindori boʻlishga muvassar boʻldi.



manba: ceramrus.ru

Sakkizinchi bor oʻtkazilgan koʻrgazmada Oʻzbekiston, Germaniya, Fransiya, Chexiya, Isroil, Ozarbayjon, Rossiya, Eron va boshqa davlatlardan 100ga yaqin hunarmand amaliy bezak sanʼati, rangtasvir, haykaltaroshlik va arxitektura kabi yoʻnalishlar boʻyicha oʻz ijod namunalarini namoyish etgan. Koʻrgazmada Markaziy Osiyodan yagona hunarmand-Oʻzbekiston vakili- buxorolik taniqli kulol A.Narzullayev uchun ajratilgan pavilyonda milliy sopolsozli sanʼati mahsulotlari- tovoq, koʻza, payola, kosa va boshqa jihozlar oʻrin oldi. Milliy buyumlar xorijlik ishtirokchilarda katta qiziqish uygʻotdi. Gʻijduvonda bir paytlar mashhur boʻlgan sopolsoz usta Ibodulla Narzullayevning farzandi Alisher sulolaning oltinchi vakili sifatida kulolchilik sanʼati rivojiga munosib hissa qoʻshib kelmoqda. Gʻijduvonda Narzullayevlar oilasi tomonidan sopolchilik haqida hikoya qiluvchi muzey tashkil etilgan [manba: “Ozbekturizm” MK matbuot xizmati, 2014-yil].

Buxoro oʻzining zardoqlik, kulolchilik, temirchilik, gilamdoʻzlik, kashtachilik va zargarlik kabi hunarmandchilik turlari bilan tanilgan. Shaxristondagi gilam toʻqish ustaxonasiga tashrif buyursak, gilamdoʻz qizlar bilan ushbu qadimiy hunarmandchilik sirlari bilan yaqindan tanishish mumkin.

Oʻzbekiston Respublikasi prezidentining “2017-2019 yillarda Buxoro viloyati sayyohlik salohiyatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari toʻgʻrisida” gi 2980-sonli qarorning qabul qilinishi Buxoroning turizm sohasida nafaqat kamchiliklarni tuzatish balki, turizmni bu hududda yana rivojlantirishga yoʻl ochib berdi. Qarorga koʻra : “Buxoro shahrining tarixiy qismi “Shaxriston “ bozori hududida milliy meʼmorchilik anʼanalariga xos stilistik , dekorativ usullarni qoʻllagan va hunarmandlar rastasi va yopiq bozir tarixiy koʻrinishini saqlagan holda ikki qavatli hunarmandchilik ustaxonalari va milliy suvenir mahsulotlari , zardoʻzlik buyumlari , kitob mahsulotlari bilan savdo qiluvchi doʻkonlar qurish” [<http://uza.uz/>] .

Jizzax viloyatida kichik meʼmorchilik buyumlari, yogʻoch oʻymakorligi, soatsozlik, mahsidoʻzlik, temirsozlik, kulolchilik [<http://norma.uz/>] ; Samarqandda

sandiqsozlik, temirchilik, suzanido`zlik, kulolchilik [<http://pv.uz>] rivojlangan. Yurtimizning deyarli barcha viloyatlarining o`ziga xos hunarmandchilik turlari mavjud. Vazirlar Mahkamasining 02.09.2017yildagi 687-sonli “ Farg`ona viloyatining Marg`ilon, Rishton, Qo`qon tumanlarida hunarmandchilikni rivojlantirish chora-tadbirlari to`g`risida”gi qaroriga binoan : viloyatda hunarmandchilik va turizm markazlari qurilishi taklifi tasdiqlandi [<http://norma.uz/>] .

Har yili sentyabr oyida xalq hunarmandchiligi va amaliy san`atini namoyish etishga yo`naltirilgan “Sharq marvaridi” O`zbekiston an`anaviy san`at xalqaro festivali tashkil etiladi hamda har yili hunarmandchilik mahsulotlarining “Oltinqo`l hunarmand” xalqaro ko`rgazmasi tashkil etiladi [<http://sputniknews-uz.com>] .

“Hunarmandchilikni yanada rivojlantirish va hunarmandlarni har tomonlama qo`llab-quvvatlash chora-tadbirlari tog`risida” 17.11.2017-yildagi farmoniga ko`ra, milliy hunarmandchilikni rivojlantirishning asosiy yo`nalishlari etib hunarmandlarni har tomonlama qo`llab- quvvatlash, ularga yer maydonlari va binolar ajratish, imtiyozli kreditlar berish, hunarmandchilik faoliyati mahsulotlarini ishlab chiqarish va sotishda qat`iy belgilangan soliq to`lovidan to`liq ozod etiladi, shu bilan birga hunarmandlarga o`z mahsulotlarini eksport qilishdan tushgan xorijiy valyutani erkin tasarruf etish huquqlari berilgan [<http://uza.uz/>] .

Ko`rinib turibdiki, prezidentimiz rahnamoligida hunarmandlar uchun keng imkoniyatlar yaratilib berilyapti va bu mintaqalarda turizmni rivojlantirishda munosib o`rin egallashi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro`yxati:

-
- [1] <http://uae-dubai.ru>
 - [2] <http://pna.ru>
 - [3] <http://norma.uz>
 - [4] <http://uza.uz>
 - [5] <http://advantour-uzbekistan.com>

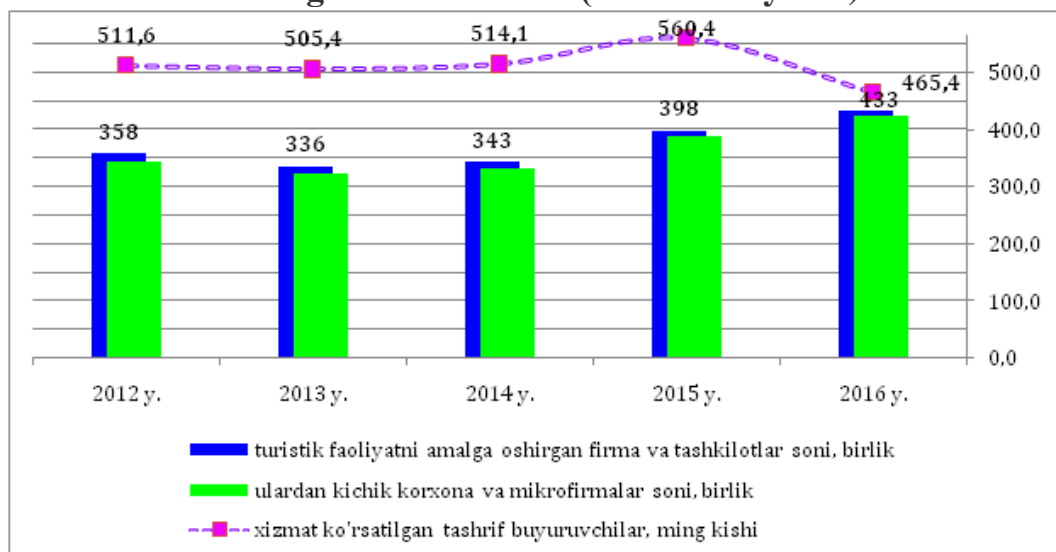
*Ruziyeva G.F., o`qituvchi,
Buxoro davlat universiteti, O`zbekiston*

BUXORO HUDUDIDA TURISTIK KOMPANIYALAR FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHNING ISTIQBOLLI YO`LLARI

Ma`lumki rivojlangan davlatlar yalpi ichki mahsulotida turizmning ulushi 10-20 foizni, hatto ba`zi mamlakatlarda 50-60 foizdan ham yuqorini tashkil etadi. Yurtimizda esa 2010-2015 yillar kesimida bu ko`rsatkich 2 foizda ortiqroqni tashkil qilib kelgan. Ichki imkoniyatlardan foydalanib bunday ko`rsatkichlar foiz ulushini orttirish mumkin bo`ldai. Buning natijasi sifatida 2017 – yilning oxirgi kvartali 2018-yilning boshida bunday ko`rsatkichlar soni foiz hisobida ortib borishi kuzatilmoqda.

Turizm termini respublikamiz mahalliy aholisida chuqur singib bormagan, ular ichki turizmda oilaviy, yakka holda sayohat qilishadi biroq, bunday sayohatlar asosan o`zlari tomonidan, hech qanday shu faoliyat bilan shug`ullanadigan tashkilotga murojaat qilmasdan tashkillashtirilda. Bu o`z navbati yoki bunday turistik kompaniyalarning faoliyati to`g`ri tashkillashtirilmaganligi, yoki bo`lmasam mahalliy aholi bunday faoliyatdan xabardor emasligi bilan izohlanadi.

Turistik faoliyatni amalga oshirgan tashkilotlar va ular tomondan xizmat ko'rsatilgan shaxslar soni(2012-2016 yillar)



2016 yilda faoliyat yuritgan turistik firmalar soni 433 tani tashkil qilgan, 2012 yilga nisbatan 75 taga ko'p. Ular tomonidan xizmat ko'rsatilgan shaxslar soni 2012 yilda 511,6 ming nafarni tashkil qilgan bo'lsa, 2016 yilda 465,4 ming nafarga yetgan. Bu ko'rsatkichlar oldingi yillarga nisbatan yuqori bo'lishiga qaramasdan yuqorida izohi keltirilgan turizm sohasidagi yalpi ichki mahsulot ulushini 10-20 foizga keltirish uchun yetarli emas.

1-jadval

2016 yilda sotilgan sayyohlik yo'llanmalarining soni va qiymati

	Soni, birlik	Qiymati, mln.so'm
Sotilgan sayyohlik yo'llanmalari jami	103093	100906,1
Ulardan bevosita aholiga	101703	99431,3
shu jumladan:		
O'zbekiston hududi bo'yicha O'zbekiston fuqarolariga	44763	17996,3
Chet el mamlakatlari bo'yicha O'zbekiston fuqarolariga	15194	12797,4
O'zbekiston xududi bo'yicha MDH fuqarolariga	9942	11971,0
O'zbekiston xududi bo'yicha boshqa chet el mamlakatlari fuqarolariga	31804	56666,6

2016 yilda sayyohlik yo'llanmalarining 98,7 foizi (101,7 ming dona) bevosita aholi tomonidan sotib olingan. Jumladan Respublika hududi bo'yicha O'zbekiston fuqarolariga 44,8 ming dona (44,0 foiz), MDH fuqarolariga 9,9 ming dona (9,8 foiz), boshqa chet el mamlakatlari fuqarolariga 31,8 ming dona (31,3 foiz) yo'llanma sotilgan. Shuningdek chet el mamlakatlari bo'yicha O'zbekiston fuqarolariga 15,2 ming dona yo'llanma sotilgan. Bu ko'rsatkichlar 2017 – yil hisobiga oshgan.

Bu ko`rsatkichlarning ortishi, turizm salmog`ining ko`payishi, bunday faoliyatlar to`g`risida aholining xabardor bo`lishi uchun esa avvalombor turizm sohasi xodimlarining barchasining faollidi talab qilinadi. Turizm tushunchasining o`zi 2016-yilga qadar ko`pchilik aholi qatlami uchun umuman notanish termin bo`lib kelganligi ham hech birimiz uchun sir emas. Oxirgi bir yilda amalga oshirilayotgan imkoniyatlar va faoliyatlar bu tushunchaning har bir xonadonda yosh-u qarining qulog`iga yetib borgulik darajad bo`lishini ta`minlab berdi. Biz mahalliy aholimizga turizm nima ekanligini ichki turizmni rivojlantirish borasida olib borayotgan faoliyatimizda tushuntirishga harakat qildik. Xo`sh, aynan shu xizmatni ko`rsatayotgan shaxslar faoliyati qoniqarli darajadami? Ularning ish faoliyatini oshirishning qanday imkoniyat va yo`llari ochib berildi? Degan savollarga javob topish lozim.

Bunday xizmatlarni ko`rsatuvchi ichki hamda kirish va chiqish turizmi bilan shug`ullanuvchi tadbirkorlar faoliyati o`z navbatida yuqori turuvchi tashkilotlar tomonidan kuztilib, faollashtirilib, yengillashtirilib boriladi. Har bir sayohat qilayotgan shaxs xavfsizligi oliy o`rinda turib, turistik kompaniyalar o`z navbatida yuridik maqomga ega, litsenziya va sertifikatini bo`lishi muhim hisoblanadi. Turizm faoliyatini litsenziyalash tartibi 2000 yildan buyon faoliyati tashkillashtirilgan bo`lib bugungi kunga qadar bir necha marta o`zgartirish va qo`shimchalar kiritildi. Bugungi kunga kelib bu tizim juda ham soddalashtirildi. Bundan asosiy maqsad tadbirkorlik faoliyatiga yengilliklar berish, monopol bozorni yo`qotish bilan bir qatorda kompaniyalar sonini orttirish hisobiga raqobat muhitini shakllantirib xizmatning sifatini oshirish bo`lib hisoblanadi. Bunday tartib bozordagi monopol tadbirkorlar sonini orttirish hisobiga sifatli xizmatning ko`rsatilishini ta`minlab beradi.

1-jadval

Xizmatlarning YaIM (YaHM) dagi ulushi dinamikasi

(yalpi qo`shilgan qiymatga nisbatan foizda)

	1995y.	2000y.	2005y.	2010y.	2017y.*
O`zbekiston Respublikasi	39,8	42,5	41,4	46,9	49,5
Qoraqalpog`iston Respublikasi	40,3	52,2	52,6	56,9	50,2
viloyatlar:					
Andijon	31,2	33,0	28,2	39,4	44,1
Buxoro	33,6	32,4	31,0	33,2	39,2
Jizzax	34,0	37,7	34,3	41,3	44,7
Qashqadaryo	29,4	31,0	24,6	26,1	36,3
Navoiy	25,5	28,1	21,0	21,9	26,0
Namangan	31,7	36,0	37,6	48,5	49,4
Samarqand	38,8	35,6	34,6	40,8	45,3
Surxondaryo	35,1	31,7	33,9	45,5	50,3
Sirdaryo	38,8	31,8	28,7	35,1	36,4
Toshkent	33,0	28,9	27,8	39,8	41,5
Farg`ona	30,2	36,8	36,5	46,2	51,0

Xorazm	30,0	34,6	35,6	47,5	46,9
Toshkent sh.	52,0	66,8	70,9	64,6	61,6
*) dastlabki ma`lumotlar					

Respublikamiz YaIMda xizmatlar sohasining ulushi qariyb 50%ni tashkil qilsa, shundan 5-8% qismi turizm sohasi ulushiga to`g`ri kelmoqda. Bugungi kunda Buxoro viloyatida bu sohaning rivojlanishi uchun bir qator ishlar amalga oshirilmoqda. Xususan, turistik kompaniyalar faoliyati misolida oladigan bo`lsak holat quyidagicha: xizmat ko`ratish tarmoqlarini ichida qamrab olgan firma ustav fondi eng kam oylik ish haqqining 400 baravari miqdorida shakllantirilgan bo`lsa ichki, kirish hamda chiqish turizmlariga oid litsenziya olishga haqli. Agar shu ko`rsatkich eng kam oylik ish haqqining 40 baravari miqdorida bo`lsa faqatgina ichki turizmga oid litsenziya olinadi.

Turizm faoliyatini litsenziyalash to`g`risdagi nizom Vazirlar Mahkamasining 2003 yil 11 noyabrdagi 497-son qaroriga muvofiq, nizomda belgilangan talablar asosida berilgan. So`ng tartib soddalashtirilib, Vazirlar Mahkamasining 2017 yil 6-apreldagi 189-sonli qaroriga asosan bugungi kunga qadar litsenziya berish tartibi olib borilmoqda. Bunday faoliyatning olib borilishi o`z navbatida yuqori turuvchi organ, O`zbekturizm milliy kompaniyasi, Turizmni rivojlantirish davlat Qo`mitasi tomonidan berib boriladi. O`zbekiston Respublikasi Prezidentining №ПФ-5409 11.04.2018 qabul qilingan qaroriga muvofiq litsenziya berish hududiy tashkilotlar tomonidan amalga oshirilishi rejlasmatirilgan. Mazkur qaror 2018 yil 1-iyun sanasidan kuchga kirishi ko`zda tutilgan.

Bunday yengilliklar tadbirkorlar sonining ortishiga olib beladi va o`z navbatida hududiy tashkilot bo`yniga kata vazifa yuklaydi. Sertifikatlash tizimining ham yengillashtirilishi amalga oshirilishi natijasida o`ylaymanki turistik kompaniyalar soni ortadi, ovvoragarchilik va xarajatlarning kamligi evaziga esa tashkil qilinadigan turistik marshrutlar, maqsadli, dam olishga yo`naltiruvchi turlar narxi arzonlashadi va targ`ibot natijasi o`laroq soha bundanda taraqqiy topadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro`yxati:

- 1.«O`zbekiston Respublikasi turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta`minlash chora-tadbirlari to`g`risida» 2016 yil 2 dekabrdagi ПФ-4861-sonli Farmoni// “Lex.uz”.
- 2.«O`zbekiston respublikasini yanada rivojlantirish bo`yicha harakatlar strategiyasi» ПФ. 2017 yil 7 fevral.// ”Xalq so`zi”.
- 3.<http://www.tio.by/novosti/K-konczu-sleduyushhego-goda-turistov-v-Belarusi-budut-schitat-po-metodike-YuNVTO>

Амонова Д.Б.,

ўқитувчи Бухоро давлат университети

ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА МИЛЛИЙ ХУНАРМАНДЧИЛИКНИНГ ЎРНИ

Бугунги кунда туризм соҳаси нафақат жаҳон иқтисодиётида балки мамлакатимиз иқтисодиётида ҳам, муҳим ўрин эгаллаб келмоқда. Шу жумладан, туризм соҳасидаги оилавий бизнесни ривожлантириш учун

имтиёзли кредитларни узоқ муддатли қилиб берилди. Мамлакатимиз иқтисодиётида туризм асосий соҳалардан бири бўлиб, хорижий сайёҳларнинг ташрифи йилдан-йилга кўпайиб, улар ҳисобига тушаётган тушум ҳажми ошмоқда. Шунинг учун ҳам туризмни янада тараққий эттириш республикамизни гуллаб - яшнашига хизмат қилади.

Ўзбекистон аталмиш жаннатмакон диёримиз - ўзига хос меъроси - тарихий обидалари, барҳаёт урф - одатлари ва албатта, миллий ҳунармандчилик анъаналари билан бутун жаҳон эътиборини тортиб келмоқда. Хар бир ҳудуд ўзига хос туристик жозибадорликка эга қолаверса, мамлакатимиз жаҳон цивилизациясининг энг ёрқин саҳифаларидан жой олган қадим маданият бешигидир, чунки ватанимизнинг бой тарихи, миллий маданияти ҳамisha ҳалқаро жамоатчиликнинг ҳайрат ва ҳавасини уйғотади жумладан, мамлакатимиз Президенти раҳнамолигида ижтимоий йўналтирилган бозор иқтисодиётини ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилган, чунки туристик инфратузилмалар, ўз таркибига меҳмонхоналар, овқатланиш хоналари алоқа йўллари йиғиндиси, коммуникациялар, ташкилотлар, дўконлар, спорт иншоотларини бирлаштиради ва туристик хизмат кўрсатувчи корхоналар билан чамбарчас ҳолда боғлангандир, шу жумладан юртимизда туризм соҳасига катта эътибор берилди, шу сабабли ҳам истиқлол туфайли мамлакатимизда миллий ҳунармандчиликни ривожлантириш сари кенг имкониятлар очиб берилди биз биламизки қадимий ва боқий Бухоромиз ҳам ўзининг қад рослаган муҳташам обидалари билан бир қаторда миллий ҳунармандчилик хусусан ёғочсозлик, чиллангарлик, зардўзлик, каштачилик каштачилик, тўқувчилик, кулолчилик, тикувчилик каби кўплаб йўналишдаги амалий санъат турлари билан раванқ топган.

Истиқлол йилларида Бухорода янги меҳмонхоналар қад рослади. Бухоро шаҳридаги собиқ «Шахристон бозорида ҳунармандлар маркази ташкил этилди ва албатта ҳудуднинг туристик салоҳиятини янада кенгроқ тарғиб қилиш мақсадида «Ипак ва зираворлар» фестивали, Бухоро шаҳри куни» «Ковун сайли» ва «Бухоро ҳунармандлари фестиваллари ташкил этилиши ҳам туристик салоҳиятини оширади ва хорижлик юртдошларимизнинг эътиборини қозонади. Шу боисдан ҳам, ҳунармандчиликни ривожлантириш бўйича кўплаб чора тадбирлар биринчи Президентимиз томонидан қатор қарор ва фармонлар имзоланган эди, мисол тариқасида 2010 йил 30 - мартдаги «Халқ ҳунармандчилиги ва амалий санъатни янада қўллаб қувватлаш тўғрисида»ги фармони ҳам миллий ҳунармандчиликнинг тараққий этилишига туртки бўлди.[1]

Хусусан кўплаб халқаро фестиваллар оммавий тадбирлар ташкил этилди улар учун асбоб ускуналар, ўзларининг меҳнат ва салоҳиятларини намоён қилиш учун кўплаб шарт-шароитлар яратилди. Бундан ташқари, ҳунармандларимиз томонидан устоз-шогирд анъаналари давом эттирилди. Биз биламизки, ҳунармандчилик маҳсулотларини бозор инфратузилмасини ривожлантириш мақсадида ўзбекистон савдо саноат палатаси ва «ҳунарманд» уюшмаси ўз фаолиятини юритиб келмоқда, шу сабабли юртимизнинг чекка қишлоқларида ўз меҳнатлари намоён қила олмайдиган ҳунармандлар талайгина

уларнинг хунармандчилик буюмлари жаҳон бозорида сотиш учун шартномалар тузилди ва уларнинг фаолиятини ёритиш учун телевидения ходимлари томонидан лавхалар ёрилди ва фестивалларда улар учун шаҳопчалар ва имкониятлар яратилди ўзлари томонидан тайёрланган кўл-мехнатлари ва ижод маҳсуллари кенг оммага намойиш этилди. Бу еса мамлакатимизда туризм салоҳиятини янада ривожлантиришга имкониятлар эшигини очди.

Мана шундай самарали хатти-харакатлар юртимизда туризм соҳасига бўлган эътибор ошгани ва ташриф буюрувчиларнинг салмоғи кўпайганидан далолат беради. [2] Чунки мана шундай тинч ва осойишда давлатимизнинг ривожланган давлатлар қаторида ўрин олишида миллий хунарманчиликнинг хиссаси беқиёсдир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Мирзаев М. А., Алиева М.Т «Туризм асослари» Тошкент 2011
2. <http://ziyonet.uz>

*Farmanov E.A., Farmonov O.A.,
Buxoro davlat universiteti*

BUXORO TURIZM INFRATUZILMASINI RIVOJLANTIRISHDA ITALIYA MAMLAKATINING TAJRIBASIDAN FOYDALANISH

Turizm sohasi hozirgi kunga kelib ichida eng serdaromad sohalaridan biri sifatida iqtisodiyotga katta foyda keltirmoqda. Hamda, dunyo miqyosida har yili sayohat qiluvchilar soni esa yildan-yilga oshib bormoqda. BMTning Jahon sayyohlik tashkilotining statistika jurnalining ma'lumot berishicha, 2015 – yilda dunyo bo'yicha 1.184 million kishi sayyoh qayd etilgan bo'lsa, 2016 – yilga kelib bu ko'rsatkich 1.235 million sayyoh qayd etilib, ya'ni o'tgan yilga nisbatan foiz hisobiga oladigan bo'lsak 3.9 foizga oshdi. Shuningdek, ko'rilgan daromad esa 1.4 trillion AQSH dollariga teng bo'lib, bu ko'rsatkich jahon YaIM ning 10 % tashkil etadi. Agardan turizm sohasi shunday o'shish bilan davom ettiraversa, BMTning Jahon sayyohlik tashkilotining bashorat qilinishicha, 2030-yilga borib sayyohlar soni 1.8 mlrd kishiga yetishi kutilmoqda. Hamda, yuqoridagi sonlar shuni ko'rsatmoqdaki, 2016–2030 yillar oralig'ida bu raqamlardan katta tafovutni ko'rish mumkin bo'ladi.

Bundan ko'rinib turibdiki, sayyohlik sohasi bugungi kunning eng muhim iqtisodiy sohalaridan biriga aylandi. Shu bois dunyoning ko'plab davlatlari ushbu sohani yanada rivojlantirish va tegishli infratuzilmani jahon standartlari darajasida tenglashtirib shu bilan birgalikda, sayyohlar oqimini oshirish bo'yicha barcha chora-tadbirlarni amalga oshirmoqda. [1]

O'zbekeistonida turizm sohasini yanada rivojlantirish maqsadida, davlatimiz rahbarining 2016-yil 2-dekabrda "O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi farmoniga muvofiq, sayyohlik mamlakatimiz iqtisodiyotining strategik tarmog'i sifatida belgilandi. Prezidentning 2017-yil 16-avgustdagi qarori bilan 2018-2019 yillarda turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar dasturi tasdiqlandi.[2] Shuningdek, ushbu dastur bo'yicha, mintaqalarning turistik jozibadorligini oshirish, turizm infratuzilmani yaxshilash va xizmat turlarini yanada oshirish yo'li bilan

mavsumiy davrning uzaytirish orqali hududlarning turistik salohiyatini yanada yaxshilashga qaratilgandir.

Xususan, 2017 – yil 19 – may kuni O'zbekiston Respublikasi prezidentining “2017–2019 yillarda Buxoro shahri va Buxoro viloyati sayyohlik salohiyatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi 2980-sonli qaror qabul qilindi.[3]

Hamda, ushbu qaror bo'yicha viloyatining xizmatlar ko'rsatish sohasini jadal rivojlantirish, ko'rsatilayotgan xizmatlar tarkibi, eng avvalo, xizmatlarning zamonaviy yuqori texnologik turlari hisobiga tubdan o'rgartirish, shu bilan birgalikda, turizm industriyasini rivojlantirish, iqtisodiyotda uning roli va ulushini oshirish bilan yo'l-transport infratuzilmasini yana rivojlantirishga qaratilgandir.[4]

Hammaga ma'lumki, Buxoro shahari – 7 sharif shaharlardan biridir va ushbu zaminda eng mashhur mutafakkir allomalar, avliyolar, zamonasining eng buyuk shaxslari yetishib chiqqan bo'lib, hozirgi kunga kelib, bu zamin 2500 yillik uzluksiz tarixga egadir. Hamda, ushbu ochiq osmondagi muzey, o'zining 140dan ortiq tarixiy obyektlari bilan chet el sayyohlarning diqqatiga sazavor bo'lib kelmoqda.

O'zbekiston turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasining 2017 – yilning yakuni bilan, hududda 120 dan ortiq mehmonxona, 50 ga yaqin turfirma va boshqa turistik xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlar faoliyat olib bormoqda. Undan tashqari, O'zbekiston Respublikasi prezidenti Mirziyoyev Sh.M. o'tgan safar tashriflari chog'ida viloyatning turizmni rivojlantirish uchun bir nechta ko'rsatmalar bergan edilar, hamda ushbu ko'rsatmalarni amalda ko'rish uchun 2018 – yil 18 – fevral kuni Buxoro viloyatiga amaliy tashrifda bo'ldilar. Shuningdek, viloyatning suvenirilar ishlab chiqarish va ularni maxsus kiosklarda sotish, aeroportlarda faoliyat yuritadigan “Duty Free”, “Tax Free” tizimidagi savdo shoxobchalarini turistik shaharlarda ham ochilishi, tadbirkorlik subyektlarini jalb qilgan holda avtomobil ijarasi markazlari va Wi-Fi zonalar tashkil etilganlik kabilarini ko'zdan kechirib, viloyatning boshqa turistik infratuzilmasi bilan ham yaqindan tanishdilar. Shu bilan birga, turizmni rivojlantirish uchun kelasi yilgi yanada muhim bo'lgan ko'rsatmalar berib o'tdilar.

Bilamizki, BMTning Jahon sayyohlik tashkilotining ma'lumot berganidek, 2016 yilda 1.235 million sayyoh qayd etilgan bo'lsa, shundan 616 million ya'ni 50 % ni Yevropa mintaqasiga to'g'ri keladi. Ushbu mintaqa o'zining betakror tabiati, go'zal dam olish zonalari tashkil etilganligi, hamda turistik infratuzilmaning takomillashganligi bilan birgalikda hududlarning o'z turistik brendlari bilan boshqa dunyoning mintaqasidan ajralib turadi.

Ushbu qadimgi svilizatsiya markazlardan biri va sharq uyg'onish renessansi sifatida Yevropaning eng qadimiy mamlakatlar sirasiga kiruvchi davlat - Italiya davlati hisoblanadi. Hozirgi kunda ushbu mamlakatda 60 milliondan ortiq aholi istiqomat qilib kelib, mazkur mamlakatda sayyohlar oqimi yiliga 60 millionni tashkil qiladi. Hamda, mamlakat o'z iqtisodiyotiga katta foyda keltirib, ya'ni YaIMning 12 % tashkil etadi.

Joriy yilda muallif tomonidan yuqoridagi davlatga sayohatini amalga oshirish orqali o'z ilmiy tadqiqot izlanishlari olib borgan. Hamda Buxoro

mintaqasining turizm infratuzilmasini yanada rivojlantirish uchun 2 ta aniq taklif keltirildi:

1. *Temir yo'llar vokzallarida o'z-o'ziga chipta xarid qilish xizmati (self service ticket) bankamatlarni o'rnatish;*
2. *Buxoro hududining eski shahar qismida toza ichimlik suvini ta'minlash (free, hech qanday ortiqcha to'lovlarsiz);*

Temir yo'llar vokzallarida o'z-o'ziga chipta xarid qilish xizmati (self service ticket) bankamatlarni o'rnatish

Hozirgi kunda bunday bankamatlar nafaqat Yevropa mamlakatlarida, qolaversa barcha rivojlangan va rivojlanayotgan davlatlarda keng foydalanib kelinmoqda.

Quyidagi rasmda bankamat Italiya davlatining Padova shaharidagi temir yo'l vokzalida o'rnatilgan bo'lib, kun-u tun chet el sayyohlari va mahalliy aholiga xizmat qilib kelmoqda.

Buning afzallik tomoni shundan iboratki, ushbu bankamat orqali siz aniq manzilni tanlab olish hamda kelib ketish vaqtlarigacha tushunarli tarzda bilib olish imkoniyatiga ega bo'lasiz. Agarda bunday bankamatlarni Buxoroning eski shahar qismida va shaharning serqatnov aholi punktlarining oldiga o'rnatilsa, ham sayyohlar ham mahalliy aholiga qulay va tushunarli bo'ladi. Bilamizki, Buxoro viloyatining temir yo'l vokzali Kogon shaharida joylashgan bo'lib, Buxoro shahar bilan orasidagi masofa 15 km ni tashkil etadi. Hamda, biletlarni sotib olishga esa ba'zi bir muammolarga duch kelinadi. Bunday muammolarni bartaraf etish uchun Buxoro shaharining gavjum joylarida o'rnatilsa maqsadga muvofiq bo'lar edi.

Buxoro hududining eski shahar qismida toza ichimlik suvini ta'minlash



Italiya davlatining Rim shaharida radiusi 30 metrgacha bo'lgan joylarda tashkillashtirilgan ushbu suv ta'minoti, shaharni piyoda aylanishni hush ko'radigan sayyohlar mo'ljallangandir. Bilamiz, kundalik hayotimizda suvga bo'lgan talab yuqori turib, chet el sayyohlarning qulayligini ko'zlagan holda ushbu ko'rinishlardagi toza ichimlik suvi ta'minotini tashkillashtirish mumkin bo'ladi.

Bunday toza ichimlik suvi joylarning tashkillashtirish bizning hududda juda va juda zarur, nimagaki, Buxoro viloyati cho'l zonasida joylashganligini inobatga olganda, yoz fasli juda



issiq bo'ladi va sayohatchilar tez-tez chanqashlarini inobatga olgan holda bunday joylarni tashkillashtirish zarur va kerakdir.

Xulosa tariqasi, turizm infratuzilmasi jahon iqtisodiyotining yetakchi tarmoqlaridan biri bo'lib, mamlakat iqtisodiy rivojlanishida katta ahamiyatga ega. Bu sohada rivojlangan davlatlarda juda katta bunyodkorlik ishlari amalga oshirilmoqda. Shu sababli turizmni rivojlantirishda ilg'or mamlakatlar modelidan foydalanish va ular erishgan yutuqlarni respublikamiz turizmiga tatbiq etish yo'llarini o'rganish lozimdir. Yuqorida keltirilgan takliflarni o'rgangan holda o'zimizga muvofiqlashtirsak turizm sohasidan ozgina bo'lsa ham siljitgan bo'lardik.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

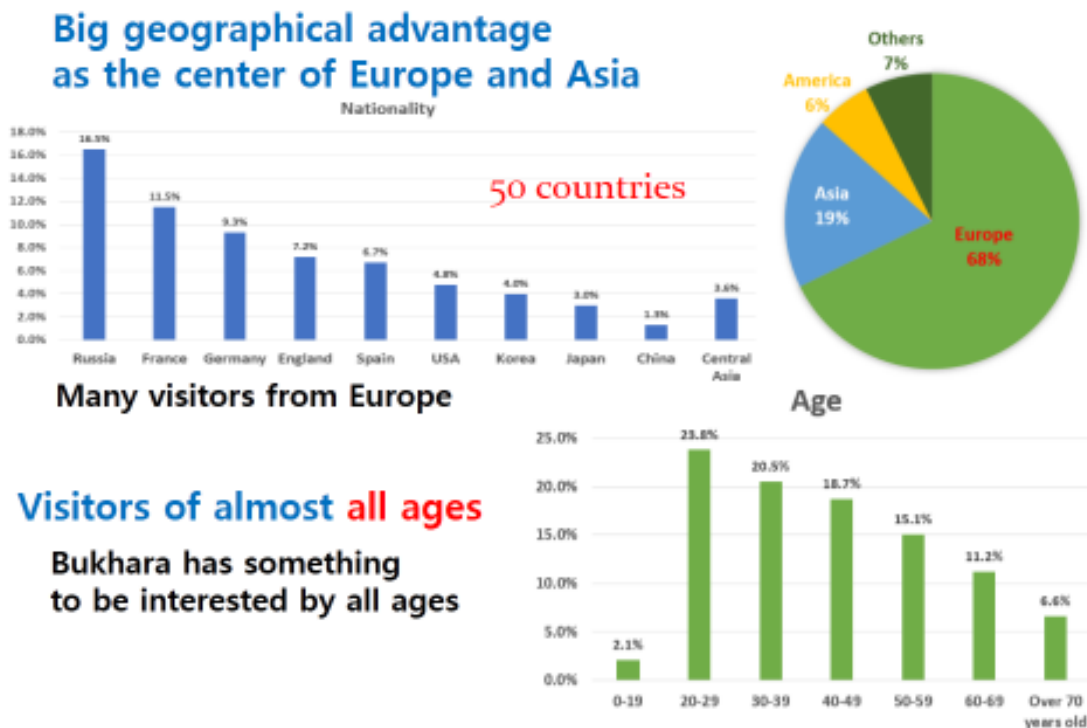
1. <https://kun.uz/uz/news/2018/01/02/uzbekistonda-turizm-kaj-avolda-va-uni-rivozlantiris-ucun-nimalar-kilis-kerak-mutahassis-takliflari>
2. Yangiliklar Xabarnomasi №38, O'zbekiston Respublikasi TIV Matbuot xizmati 2018-yil 23-fevral
3. <http://www.naesmi.uz/uz/site/page.html?id=27847>
4. "Yoshlar ovozi" gazetasi, 103-son, 2017-yil 23-dekabr

Kang Heechun

KOICA Volunteer Instructor at Bukhara State University

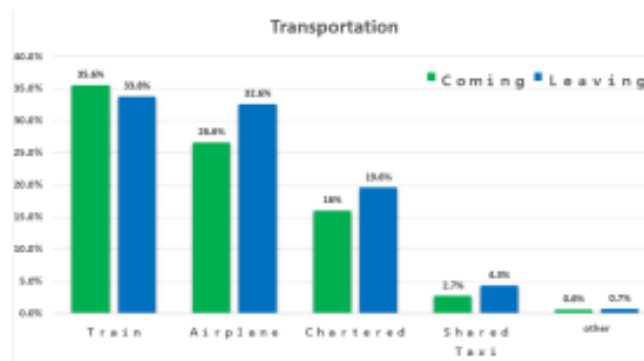
INTERNATIONAL VISITOR TREND SURVEY RESULT AND SUGGESTIONS

1. Bukhara, the city visited by all ages from 50 countries

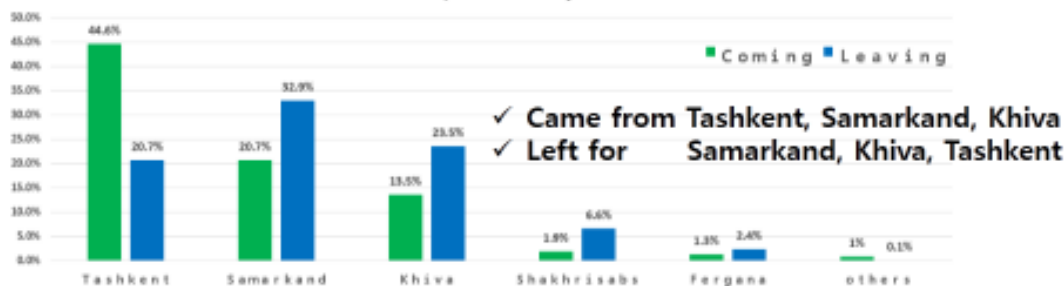


2. City with good access to air and rail

64.3% of visitors used airport (34.7%) and train (29.6%)



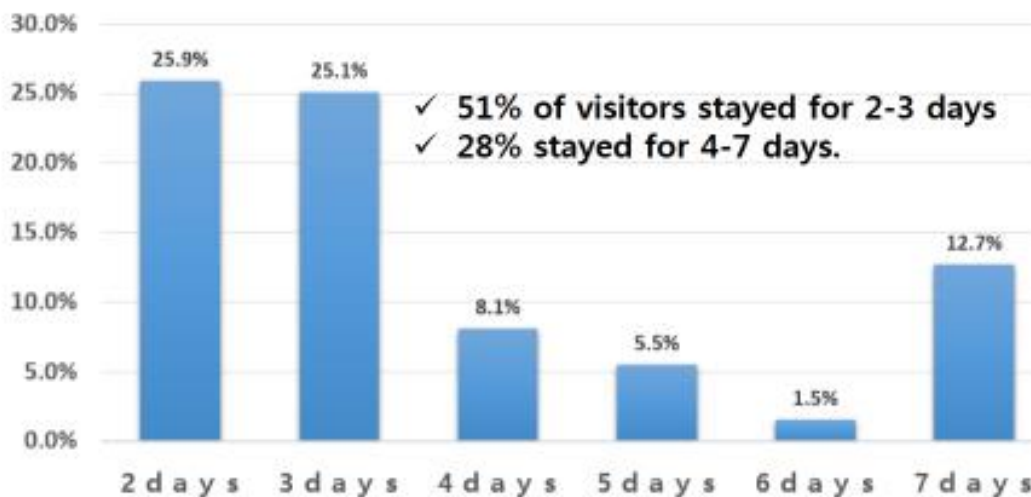
From/To What City



Most frequent route : Tashkent → Bukhara → Samarkand and Khiva

3. City where visitors stay for more than 3 days, not via

Staying in Bukhara



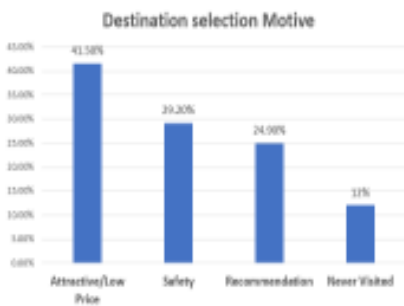
The average stay is 3.6 days.

Bukhara is a charming city where visitors can be caught.

4. The city with high touristic potential to develop into a world class tourism city

High satisfaction (82%) and intention to revisit (85%) & recommend (85%) in spite of the early stage of tourism.

Among the total opinions (260),
76% (197 cases) are positive



Praise 35%
Great tour 17%
Good tour 24%
Suggestions 23%



Low prices & safety
become the most competitiveness

Geographical advantage + Good access + High satisfaction + Low prices + Safety
Bukhara has great tourism potential

5. The city excessively based on historical & cultural resources and European tourists.

65% of visitors were interested in history and culture

Uzbek Food 15.4%, Nature & Scenery 11.5%, Pilgrimage 3.4%, Others 1.5%



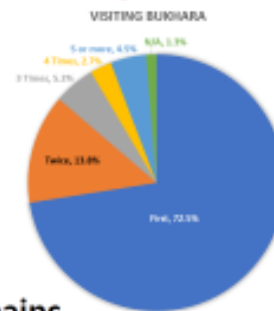
- ✘ Only **3.6%** came from the nearest Central Asia
- There is very little tourism demand in very close countries.
- ✘ Only **7.6%** came from China, Japan and Korea
with the largest number of tourists in the world.

6. The city with small number of returning visitors

The ratio of visitors who visited more than twice is **only 26%**.

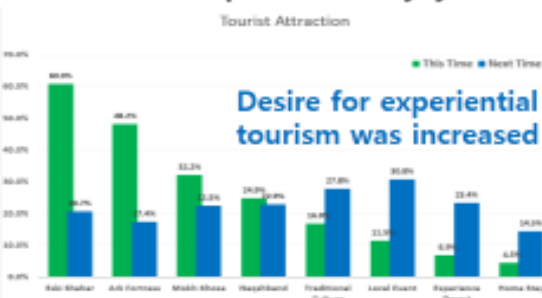
Only 4% of visitors answered they visited again because they thought their previous visits were good.

This means that satisfaction (82%) and revisit intention (85%) are high but **do not lead to actual revisit**.



Some reasons

1. Simple tourism resources dependent on Islamic remains and lack of places to enjoy.



2. Lack of tourism infrastructure, facilities and amenities.

- Satisfaction of 20s with the most visiting (23.8%) is only 75%.

3. Bukhara is a difficult city to visit.

- 64% of visitors decided to visit 3 months ago.

7. The city that is difficult for individual tourists to visit.

Individual travelers account for only **22%**(147) of the respondents(668)

Individual Travelers(Total 147 visitors)



69% of individual travelers are on their first visit, and then sharply decreasing.

Due to the difficulty of getting a visa, inconvenience of registration and the difficult conditions to travel without a guide

Many comments about lack of information and abolition of registration.

8. The city lacking touristic infrastructure & facilities

The most insufficient information

1. Cultural experience program/event/festival(43.1%),
2. Free Wi-Fi(29.6%)
3. Unclear taxi price(28.4%),
4. Location of public toilet(27.4%)

Key comments for improvement

	Number	Main Contents
Total	319(100%)	
Wi-Fi & Internet	45(14.1%)	Free wi-fi, Slow, Expensive
Streets	42(13.2%)	Bad road, Rapid termination of constructions, Dust & Uncleaness, Lack of Street lights & Sidewalks, Etc.
City Traffic	33(10.4%)	Expensive taxi price, Lack of transport information, Shuttle service from train station to Old Town, Etc.
Toilets	23(7.2%)	Lack, uncleaness, Free toilets, Etc.
Service	16(5.0%)	Lack of service, Need for employee qualification, Etc.
Others	160(50.1%)	Overcharging, Lack of tourist map, Inconvenience of exchanging money, Events & Festivals, Improvement of registration, Lack of Tourist Information Center, Etc.

Major policy tasks extracted from the result of survey

1. Expansion and improvement of tourism infrastructure and facilities

- Improvement of Wi-Fi, streets, public toilets and city traffic, etc.



- Increasing of places to enjoy and relax such as bars, coffee shops.



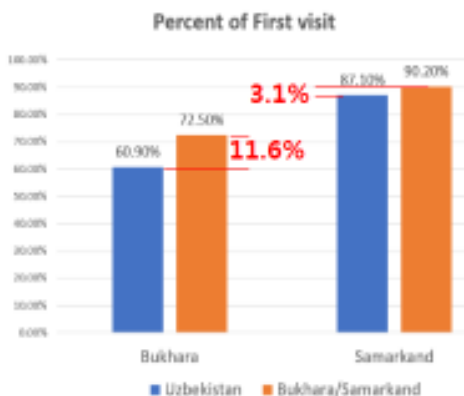
(Siem Reap, Cambodia)

2. Creation and increase of experience tourism programs

- Creation and expansion of local events & festivals and traditional culture & lifestyle experience programs, etc.

3. Aggressive promotions and attracting Asian tourists

○ Bukhara seems less known than Samarkand.



- Among Bukhara visitors, 60.9% visited Uzbekistan for the first time and 72.5% visited Bukhara for the first time.
- This means that **11.6%** (72.5% - 60.9%) selected Bukhara **as their destination for the first time** when they visited Uzbekistan more than twice.
- 11.6% of Bukhara is **3.7 times higher** than Samarkand's 3.1% (90.2% - 87.1%).

○ Very few tourists visited through official promotion.

- ✘ Only **3.6%** came through 'Exhibit of Uzbekistan at a Travel Fair'
- ✘ **12%** came because they had never visited the country before.

○ Only 18.7% of tourists came from Asia.

with the largest number of tourists in the world.

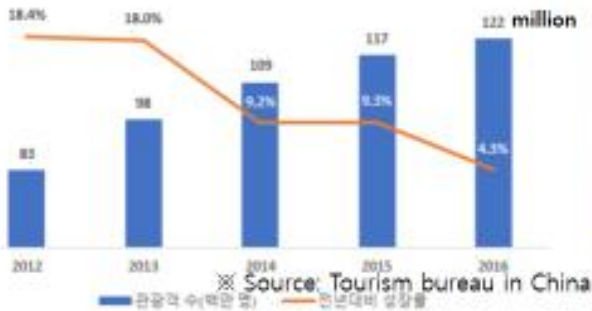
The policy proposals for improving **tourism in Bukhara**

1. Attracting Chinese tourists and Familiarization Tour(FAM) for China power bloggers
2. Attracting LCC(Low Cost Carrier)
3. Making and connecting bicycle routes for tourists
4. Promotion of dust reduction campaign
5. Creating and playing regularly unique folk performances

✓ **These proposals can be realized on a relatively small budget.**

1. Attracting Chinese tourists and Familiarization (FAM) Tour for China Power bloggers

China's overseas tourists trend



(Chinese Power Bloggers Visiting Korea)

- ✓ In 2016, 122 million Chinese people traveled abroad and spent \$ 110 billion. **Have to work hard to attract Chinese tourists.**
- ✓ In this era of internet, Chinese power bloggers have strong influence.
- ✓ The results of the FAM tour are shared with millions of followers by writing posts and uploading photos on internet website.

FAM Tour is a low-cost, high-efficient method for attracting Chinese tourists

2. Attracting Low Cost Carrier(LCC) to Bukhara International Airport

LCC passenger growth rate 1.5 times the global average.

LCC in Southeast Asia accounts for 56% of the aviation market.



※ source : Aviation Market Overview, Martin Sutton(Standard Chartered Bank)

LCC is creating demand for new aviation with low price

LCCs will improve visitor access and create new foreign tourists.

3. Making and connecting bicycle routes for tourists

Bukhara is the best city to make bicycle-centered city

- Bukhara is a small city on the plain.
 - A city to go anywhere within an hour
- A solution to problems that come from automobile-driven traffic such as dust, air pollution, traffic jam, road damage.
- Many cities in the world are aiming at bicycle-friendly cities.
 - In Portland, Oregon, USA, 4.5 million out of 17.4 million tourists came for bicycle tourism in 2013.
 - In the Netherlands, 29% of foreign tourists selected bicycles as tourism activities



Making bicycle-only roads linking sightseeing

- Possible to make at relatively low cost
- Bicycle rentals & parking places, guide signs, restrooms, bicycle-specific tourist map are required.



A bicycle centered city will greatly improve the image of Bukhara and increase the number of tourists

4. Promotion of dust reduction campaign

Bukhara has little rain or snow

- Due to lack of road pavement, too many cars and vacant lands, dust is becoming the biggest cause of pollution and uncleanness.
- When tourists walk for a while, their shoes will become full of dust.

Dust reduction measures

- Start bike riding campaign
- Limit the speed of the car on the back roads.
- Paving and vacuuming of roads
- On vacant lands, planting grass, flowers and trees
 - Promotion by using the Idle and surplus labor
 - Government or city supports materials.
- ※ Korea's "Saemaul Movement in the 1970s"
 - Korea carried out road pavement and roof improvement, etc., by using idle labor force.



If there is no dust, Bukhara will be a good city for tourists to stay and wealthy retirees to live.

5. Creating and playing regularly unique folk performances



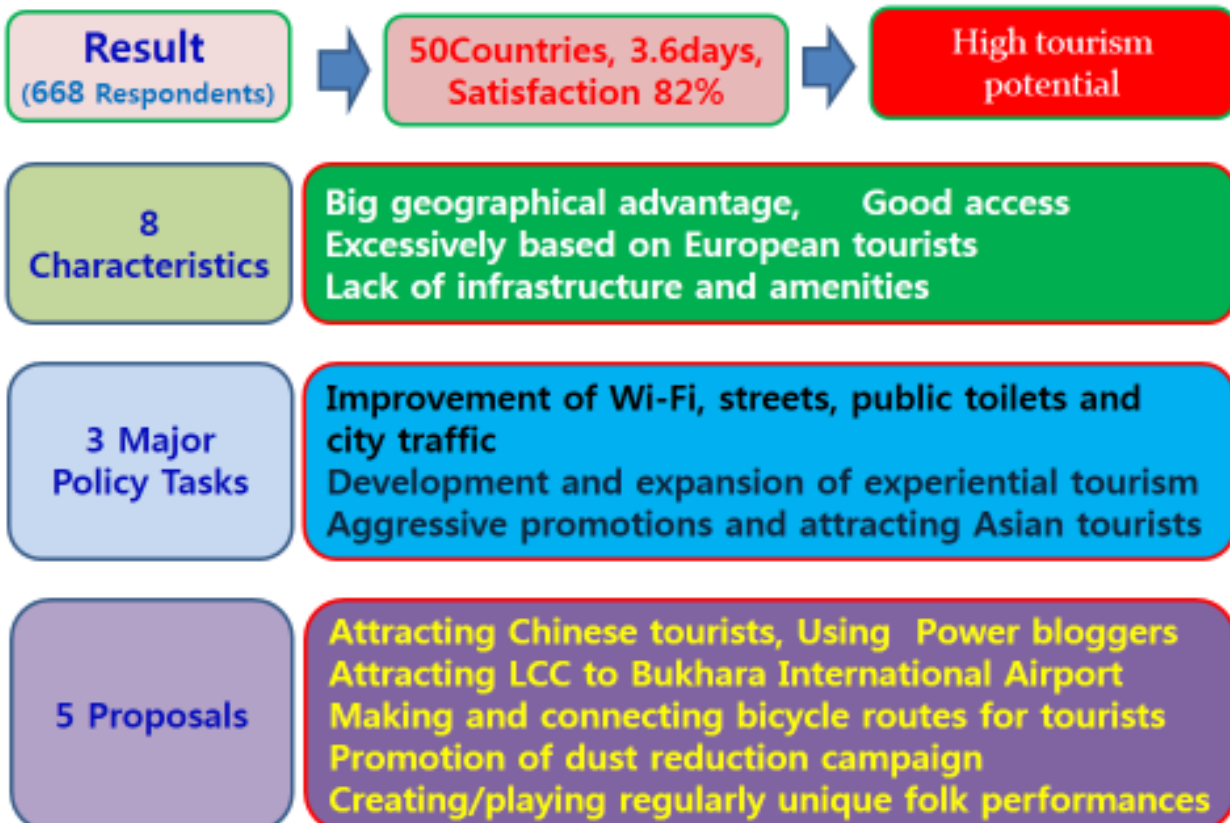
- Bukhara lacks special things to enjoy beside Islamic remains.
- Unique performances by regions are becoming an icon of tourism.



- Bukhara needs to plan performances on the theme of Silk Road, caravan, and various traditional cultures of more than 100 ethnic groups

Good performances will give tourists the fun and originality of Bukhara and will have the same effect as creating a new tourist destination.

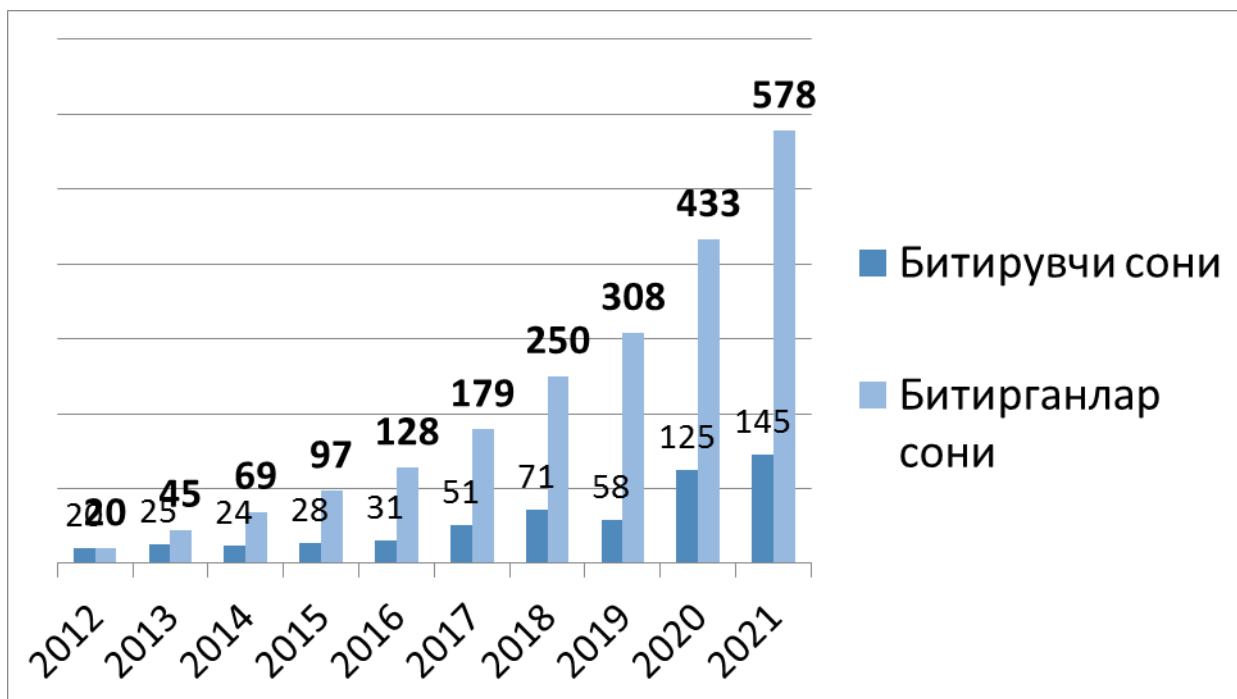
Summary



ТУРИЗМ ТАЪЛИМИ ВА ИШ БЕРУВЧИЛАР БИЛАН ҲАМКОРЛИК ИСТИҚБОЛЛАРИ

Бухоро вилоятида туризмни ривожлантиришнинг йирик потенциали эга бўлиб, бу борада унинг конференциялар, маданий билиш, экологик, тиббий, фольклор этнографиктуризм каби кўплаб турларини таклиф этиш шароитлари мавжуд. Худуддаги рекреацион ресурслар туристларни бутун йил давомида қабул қилиш имконини берсада, халқаро туризм мавсуми нисбатан қисқа муддат давом этадики, натижада мавжуд имкониятлар эса туризм секторини малакали кадрлар билан таъминлаб боришни қатъий талаб қилади.

2012 – 2021 йилларда тайёрланадиган мутахассислар



2018 йил ҳолатида Бухоро Давлат Университети Туризм факультети Туризм кафедрасида 863 нафар талаба ва 7 нафар магистрант, шу жумладан:

- “Туризм” йўналишида 81 та
- Меҳмонхона хизматларини ташкил этиш ва бошқариш” йўналишида 184 та
- “Хизматлар” йўналишида 130 та
- “Туризм” мутахассислигида 7 та магистрант
- “Хизматлар (кичик бизнес ва тадбиркорлик)”, “Иқтисодиёт”, “Касб таълими (иқтисодиёт)”, “Тасвирий санъат”, “Касб таълими (амалий санъат)” йўналишларида таҳсил олишмоқда.

- Жами: 22 нафар педагог-ҳодим.
- Туризм йўналишларида дарс берувчилар: 14 нафар.

Шу жумладан: 1 нафар фан доктори

5 нафар фан номзоди

• Ўртача ёш: 39 ёш, Илмий салоҳият: 42,8 %

• 9 нафар педагог-ҳодим Европа ва Осиенинг етакчи университетларида ўқишган, малака оширишган ва илмий тадқиқотлар олиб боришган.

• 14 та фан инглиз тилида ўтилади, соҳага оид хориж адабиётларининг базаси яратилган. Кафедра ҳузурида энг сўнгги русумдаги техник жиҳозлар билан таъминланган синф хоналари ташкил қилинган.

• 1 нафар жанубий корейлик мутахассис ишламоқда. 2016-2017 ўқув йилида 6 нафар, 2017-2018 ўқув йилида 8 нафар хорижлик мутахассис маърузалар ўқиди.

• Талабалар университет ҳузурида очилган марказлар ва курсларда инглиз, француз, немис, корейс, япон тилларини ўрганиш имкониятига эгалар.

• Кафедра “Ипак ва зираворлар” фестивали кўнгиллиларини тайёрлайди ҳамда фестиваль доирасидаги тадбирлар ташкилотчиларидан ҳисобланади.

• 2010-2017 йиллар мобайнида 30 нафарга яқин талаба, 20 нафардан ортиқ ўқитувчи хориж университетларига ўқишга ва малака оширишга юборилди. 2017-2018 ўқув йилида эса 4 нафар талаба ва 6 нафар ўқитувчи хорижда бўлиб тажриба ошириб қайтишди.

• Сўнгги йилларда Европа Иттифоқининг Темпус ва Эрасмус+ дастурлари доирасида 3 та лойиҳа, республика илмий грантлар танлови доирасида 2 та лойиҳа амалга оширилмоқда.

• Туризм йўналишидаги 2 нафар талаба Навоий стипендиясини қўлга киритди, 6 нафар талаба БМТ танловларида ғолиб чиқди.

• Меҳмонхоналар ва ресторанларда амалий машғулотлар ташкил қилинмоқда.

• Факультет ҳузурида “Туризм соҳаси кадрлари малакасини ошириш ва қайта тайёрлаш Бухоро вилоят маркази” фаолият кўрсатмоқда. Марказда бўлғуси гидлар тайёрланмоқда, 43 нафар “Туризм полицияси” ходимлари ўқитилди, Бухоронинг туристик харитаси устида иш олиб борилмоқда.

• “Бухоро бўйлаб саёҳат қил!”, кейинчалик эса “Ўзбекистон бўйлаб саёҳат қил!” дастурида факультетнинг 120 нафардан ортиқ талабалари кўнгиллилар сифатида иштирок этишди.

Иш берувчилар билан ҳамкорлик истиқболлари қуйидагилардан иборат:

Факультетнинг асосий иш берувчи ҳамкорлари – меҳмонхоналар, туризм агентликлари, туроператорлар ва бошқа туристик хизмат кўрсатиш корхоналари ҳисобланиб, иш берувчилар билан ҳамкорлик йўналишлари:

✓ Талабаларнинг малакавий амалиётларини ҳамкорликда ташкил этиш;

✓ Иш берувчиларнинг эҳтиёжлари асосида ўқув режаларига ўзгартиришлар киритиш;

✓ Битирувчи талабаларнинг малакавий ишларига қўшма раҳбарлик қилиш;

✓ Иш берувчи корхоналар вакилларининг мастер-классларини ташкил этиш;

✓ Битирув малакавий ишларга қўшма раҳбарлик қилиш;

✓ Битирув ишлари ҳимоясида иштирок этиш;

✓ Инновацион ғоялар танловларини биргаликда ўтказиш орқали илғор ғояларни танлаб олиш ҳамда амалиётга жорий қилиш;

✓ Иш берувчи эҳтиёжига кўра махсус тайёргарликка эга битирувчиларни тайёрлаб бериш;

✓ Туризм факультетида иш берувчилар эҳтиёжига кўра тадқиқотлар, ҳолат таҳлили, бизнес-планлар тайёрлашда кўмаклашиш имконияти мавжуд.

Бухоро вилояти туризмидаги муаммоларни ҳал қилишда ҳамда иш берувчилар билан ҳамкорликни кучайтириш режалари Европа ва Осиё давлатлари билан бир қатор лойиҳалар ишлаб чиқилмоқда:

- Франция элчихонаси билан француз туристлари, Япония халқаро ҳамкорлик ташкилоти JICA билан япон туристлари, Корея халқаро ҳамкорлик агентлиги KOICA билан корейлик туристлар билан ишлаш бўйича қўлланмалар тайёрлашга келишилди.

- 2018-2019 ўқув йилида камида 5 нафар талаба, 8 нафар педагог-ҳодимни хориждаги ҳамкор ОТМларга юбориш режалаштирилган.

- Аҳоли ўртасида туризм маданиятини юксалтириш мақсадида Ўзбекистон ва Бухоро туризми, туризмнинг ижтимоий-иқтисодий тараққиётдаги ўрни, туристларга муносабат борасида тақдимот тайёрлаб, барча ОТМлар, ўрта махсус билим юртлари, мактабларга тарқатиш.

- Маҳаллий телевидение билан туризм маданияти борасида, хорижий тилларнинг базавий кўникмалари тўғрисида кўрсатувлар тайёрлашга кўмаклашиш.

Туризм тадқиқотлари маркази факультет ҳузурида республикамиз ва вилоятимизда туризмни ривожлантириш бўйича тадқиқотлар олиб борувчи марказ тузилиши режалаштирилган.

- Европа Комиссиясининг Темпус дастури доирасида амалга оширилган халқаро лойиҳалар техник жиҳозлари ва тажрибасидан фойдаланилади.

- 5-6 йўналишда илмий гуруҳлар режалаштирилган.

- Хориждаги ҳамкор университетлар билан музокаралар олиб борилмоқда.

- Хориждаги ҳамкор ОТМлар, шунингдек республикамиздаги халқаро ташкилотлар билан бирга семинар-тренинглар, мастер-класслар ташкил этилади.

- Илмий ва амалий грант лойиҳаларида иштирок этилади.

“Туризм тадқиқотлари маркази” илмий йўналишлари туризм ва барқарор ривожланиш, туризм ва маданий мерос бойликлари, зиёрат туризми, гастрономик туризм, туризм менежменти, туризмда ахборот технологиялари, туризм таълими кабилардан иборат.



Иқтисодий тадқиқотлар / Тадбиркорлик кўникмалари маркази

- Европа Комиссиясининг Эрасмус+ дастури МАЙНД (MIND: Management-Innovation-Development) лойиҳаси доирасида ташкил қилинади.
- Техник жиҳозлар лойиҳа маблағлари асосида олиб келинади.
- Талабалар учун факультет ўқитувчилари ва таклиф қилинадиган мутахассислар иштирокида кичик курслар ва мастер-класслар ташкил қилинади, шу жумладан:

бизнес-режа тузиш кўникмалари, резюме ёзиш кўникмалари,
тадбиркорликни ташкил қилиш йўллари, маркетинг тадқиқотлари ва ҳоказо.

*Hazratov F.X., teacher,
Bukhara State Universiteti*

EDUCATION IN TOURISM, MODULAR TRAINING IN THE TEACHING OF FOREIGN LANGUAGES

More recently he appeared in Uzbekistan in the higher education system, the new technology education -MODULAR training. In European countries, it appeared at the end of the Second World War, when it became necessary to rapid learning professional skills, but this term has not yet been adapted to the education and vocational training.

The term "module" comes from the Latin word *modulus* - "measure" and is widely used both in pedagogy and in a number of other sciences.

The module as the training program is personalized in content, methods and techniques of training, level of independence, the pace of the cognitive activity of the student, and thanks to this modular training is significantly different from other systems of training in the methodology of teaching foreign languages. The essence of this method lies in the fact that the student himself must examine the selected part of the course on individually developed scheme.

The main provisions of the student-centered approach to the practice of teaching foreign languages is dominant role of independent work of the student, in which he is an active subject of learning activity and where he supervises the learning process and to monitor the results of mastering a foreign language. By using modular training in the universities most relevant method is the study and use of innovative technologies. At the profile level learning a foreign language is necessary to use technology of modular training, the main objective of which is the willingness and ability of the university student to independent study of a foreign language.

The main principle and content of the training is presented in complete independent set-modules (information blocks) that develop and provide training for teachers, Complexes - modules are methodological guidance on its application, which specifies not only the volume of the studied content, but also its level of assimilation. At the forefront are the student's abilities and skills as independence, self-organization, self-control and self-esteem, as well as a desire to give full time to acquire these qualities not only in the study of foreign languages, but also to explore other sciences and subjects. Unfortunately, not all first-year students, where there is a profile and learning foreign languages at an early stage of learning have already formed the quality of data. In this case, the teacher should be divided into stages of a major educational goal, which is to solve the problems it is necessary to form it within the individual elements of training modules. The relationship between teacher and student are inherently subject-subject relationship, the result of which is a separate and awareness in order to achieve the required level in a modular training and where the necessary degree of student adaptation to the new conditions of methodological and pedagogical process.

When subject-subject relationship in modular training instructor develops the so-called instructions or guidelines to help students when using these instructions to independently acquire knowledge through information provided to it by using modular technology of training, which is based on manipulation of the free educational material. The task of the teacher is to manage student learning activities, constant encouragement and motivation of their independent work. The cycle 'Self or extracurricular activities, and self-control is carried out on the keys. It is central, because in it lies a full self-technology and self-control. Material for learning arranged in blocks, is provided to each student for independent work. The student finds and fixes their own reference synopsis explained teacher training material, making a series of exercises in his assimilation and step by step self-control on the keys, meets the requirements and plan the project tasks (if it is provided as a final stage module assimilation), clarifies the terms of operation of the module and time

final test. Each module is the integration of different types and forms of education and training material as a whole, aimed at solving common problems, and the main goal, which is based on problem-based learning.

In developing the module structure must take into account the individual characteristics of students to easily change the content of training and the possibility of its use in the teaching of foreign languages, which indicates a comprehensive didactic purpose, and realize how personally meaningful expected results.

Thus, the modular training has the following advantages. This independence, in which students reach a specific goal of the educational process - reinforce knowledge on a particular subject. Since students pay in learning a lot of time for independent work, the students gain important skills such as self-organization, self-control and self-esteem. Students have the opportunity to realize themselves them selves in the learning process, to independently determine the level of development of knowledge, to see the shortcomings in their knowledge and skills and to address these shortcomings. Using training modules developed elements such as a student card, as independence and collectivism. Use of modular training contributes to the change and improvement in the efficiency of traditional grammar teaching methods, vocabulary and so on. D. Joint work of the teacher and the student based on individual approach and is koordiniruyusche consultative approach. With modular training used the personal experience of the student; creates conditions for individual work, where training programs are determined; student has the opportunity to fulfill your potential, to obtain positive results in the learning process, the teacher develops a variety of individual approaches in the learning process. The main function of the teacher in the learning module, as already mentioned above, is based on an individual approach to each student, - consulting and coordinating. This technology allows the student learning not only cramming the material under study, which is fairly typical of the traditional education system, and to produce their own information on a given topic. This form of work teaches students to look for the right information without someone's guiding role that is essential for the formation of the person and a professional in his activity. Such training is more effective than communicating with an audience of 20 people. It is much more effective than the usual form of training and makes you think and not stupid to learn the material issued.

The main disadvantage of modular training should include the following: the composition of modules is quite troublesome and time-consuming process for the teacher and takes a long time; the student is not always mentally prepared for independent learning, since it is completely absent motivation to study this subject, because it considers it an afterthought. In this case, the teacher is required to make every effort to convince the student of the need for learning a foreign language for success in his future career and only then offer modular training. In some cases, it is impossible to use modular training method on any material; sometimes it is impossible to apply for teaching emotionally-shaped or descriptive material.

LECTURES

1. Агопонов С.В. Средства дистанционного обучения - СПб.: БХВ-Петербург, 2005. - 109 с.

2. Вуль В. Электронный учебник и самостоятельная работа студентов: в сборнике Учебные и справочные электронные издания: опыт и проблемы: Материалы научно-практической конференции. - СПб.: Петербургский институт печати, 2002. - 157 с.

3. Демкин В.П., Можяева Г.В. Технологии дистанционного обучения. - Томск, 2007.

4. Для студентов лекции, методички, учебники. Страница "Организация обучения Online в сетевой среде с использованием системы дистанционного обучения Moodle". <http://pws49.awardspace.com>

Xodjayeva D.X.

Bukhara city, Uzbekistan

PECULIARITIES OF RURAL TOURISM DEVELOPMENT IN UZBEKISTAN

Tourism is one of the most important spheres of the modern world economy, aimed at meeting the people's needs for recreation, which ultimately contributes to the improvement of the quality of life of the population. As is known, the development of tourism affects the more productive development of the economy of any state, regardless of the sectoral structure of the economy.

Depending on the purpose of the trip, the desire to get one or another of the tourist experience, as well as the chosen tourist route, distinguish many types of tourism. Among the specialized species there are sports, educational, therapeutic and health, spiritual, educational or religious, extreme, rural tourism, scientific, gastronomic, etc. Uzbekistan has a rich resource and natural potential for the development of virtually all types of tourism.

The development of the tourism industry is becoming one of the priority economic tasks of our state, especially within the framework of the regional economy. In the decree adopted by the President of the Republic of Uzbekistan "On the Strategy of Actions for the Further Development of the Republic of Uzbekistan for 2017-2021" one of the priority directions for the development and liberalization of the economy is "... accelerated development of the tourism industry, enhancing its role and contribution to the economy, diversification and quality improvement tourist services, expansion of tourist infrastructure"²⁷.

In recent years, so-called rural tourism has received rapid development in world tourism. The practice of developed countries shows that rural tourism has an effective impact on the economic and social development of rural areas. In turn, the development of rural tourism directly depends on the socio-economic conditions, the state of the infrastructure and the attractiveness of a certain tourist region.

Rural tourism, as well as its varieties of agritourism and farm tourism, is close to ecological travel in that the destinations of such tourism are the territories remote from urban centers and megacities. This is tourism associated with staying in rural

²⁷ Указ Президента Республики Узбекистан О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан (Собрание законодательства Республики Узбекистан, 2017 г., № 6, ст. 70, № 20, ст. 354)

areas, living in rural houses or peasant families, resting in nature, with picturesque landscapes, in a secluded rural environment, with a measured pace of life, with participation in local folk traditions, festivals, rituals, etc. The countryside has opportunities for walking or horse riding, fishing, gathering mushrooms, berries, herbs, etc. Coloring this kind of tourism gives a "live" culture of the rural community: people with their own way of life, including life, costume, cuisine, crafts, language (dialects), folklore. Destinations of rural tourism differ in their geographical and climatic features (plain or mountain, lake or coastal areas, northern or southern), more or less remoteness from urban centers [1, p.28].

The history of the development of rural tourism shows that a society with a high level of income has always "gravitated" to visit places far from the centers, to be alone with nature, to feel all the "delights" of rural life.

Often, rural tourism is similar to eco-tourism, because both are directly related to nature. However, there are differences. Ecological tourism is recreation in ecologically clean zones, participation in ecological projects for the conservation of flora and fauna. The main thing in ecotourism is that in the center of the tourist product is a rare, exotic natural environment. And the presence of the latter very often makes this kind of tourism "expensive".

Rural tourism, in turn, includes virtually all types of visits to rural areas: for the purposes of acquaintance with culture, cooking, sightseeing, located in remote rural areas, simply relaxing in the fresh air.

The experience of the development of rural tourism in the developed countries of Europe shows that the construction of railways, that is, the development of transport infrastructure, "made" a visit to rural areas more accessible. It should also be noted that, the profit from this type of tourism in developed countries of Europe is hundreds of millions of dollars. The main recognized leaders in attracting tourists to the countryside are Spain, France, Italy, Ireland, Switzerland and Scandinavian countries [3, p.94].

In Europe, in addition to locating tourists in rural houses and farms, it is possible to place in reconstructed ancient castles, monasteries and mills, where visitors to a large extent come into contact with antiquity. The rest of the services - living in a rural home, eating village food, gathering plants and berries, caring for pets, haymaking, fishing and many other types of services and entertainment are organized at a high level.

To date, rural tourism is one of the most promising types of tourism, having a positive impact on the sustainable development of the territory and obtaining economic benefits.

The development of rural tourism is an additional source for the agricultural economy, through the diversification of agro-industrial production, increasing the share of eco-products, increasing the incomes of farmers, and, in general, the welfare of the rural population.

Thus, in France, every third tourist is a rural tourist, in the UK 10% of entrepreneurs doing business in rural areas offer services in the field of rural tourism, in Germany this figure is 4% [4].

Based on the experience of the development of this type of tourism, it is here that several national European models of rural tourism organization have emerged: the British, French, German, Italian, Czech, Spanish and Latvian models. Let us consider some of them.

The development of rural tourism in Germany dates back to the 1960s. For the German model, it is typical to live and eat in the farmer's house. The construction of new buildings in rural areas is not very practiced. In Germany, rural tourism has a special focus on farming, that is, direct work in fields, household plots or in the garden. Event tourism also needs to be attributed, within the framework of this model, to rural, the type of frequent trips of residents to the countryside during the festivals. In general, this is the country that was one of the first in Europe to start promoting this type of tourism.

Characteristic features of the British model are accommodation systems that provide both contact with the farmer's family and the possibility of self-service, and, in view of the developed riding culture, frequent practices of communication with animals, trips around the countryside. The British model includes elements of cognitive and ecological tourism.

The essence of the Italian model is the combination of a typical holiday in the countryside with the restoration of health, the study of gastronomy and locally produced products, which differ due to their territorial location, as well as playing sports. In Italy, this type of tourism originates immediately after the Second World War, and later becomes an official part of its economy.

One of the main conditions of rural hospitality in Italy, which the state sets before the hosts, host guests, is that they should not stop their agricultural production. Tourists can take only those farms that have passed special training courses, as well as whose living conditions comply with all European norms and standards. Accommodation of tourists takes place in the apartments and rooms, that is, depending on the cost of the tour package. Sometimes in practice there are also tent camps.

However, one can not refute the fact that there is no single or universal model for the development of rural tourism. In each country and even the region, in accordance with the peculiarities of natural conditions and resources, traditions and way of life pursued by economic policy, there is a concept for the development of rural tourism.

In general, examining the experience of the development of rural tourism in Europe, the following conclusion can be drawn: the development of tourism in rural areas is a real opportunity to narrow the gap between the most backward rural areas and the industrialized centers of the country or region.

Uzbekistan is a country with a lot of historical attractions and preserved in the inviolability of picturesque rural places, with nature parks and museum-cities "in the open air". Intensive tours and accommodation in family mini-hotels, the development of a network of which is actively encouraged by the state, in such tourist centers as Samarkand, Bukhara and Khiva.

You can use the opportunity to travel to the countryside, mountain villages, where hospitable locals, individual service, the opportunity to live for several days in

the real atmosphere of the Uzbek house, feeling the charm of simple life, plunging into ancient culture and touching the land with centuries-old traditions.

The peculiarity of the Uzbek mentality is the kindness and cordiality of people. Attracting tourists to rest in the homes of the local population aims to create good human relations between them, the exchange of cultures and traditions. When such relationships are established, the hearts of people open up and make them ready for any creative creation, which is so necessary for all of us, in our difficult times.

Locals know all the paths in the mountains and can carry tourists to waterfalls, to lakes, to caves and to almost unknown places. All this is still preserved in Uzbekistan.

Guests will be taught how to ride, milk a cow, mow hay, shoot down butter, spinning yarn, pick cotton and many other practical skills, without which life in the countryside is impossible.

If the guests wish, then the host family will organize hikes in the mountains or steppe for mushrooms, berries, nuts, herbs, will also offer traditional sightseeing services for acquaintance with the culture, traditions and way of life of indigenous peoples, treat them with national dishes prepared from environmentally friendly products, which is very lacking in many developed countries.

In some regions of Uzbekistan rural tourism has already received a certain development, although there is no strong competition in this area. For example, rural tourism is well developed in the Jizzakh, Bukhara, Navoi regions, in the northern slopes of the Nurata Ridge. In rural settlements such as Eski Farish, Uhum, Hayat, Mejrum, guest houses have been organized where it is possible to get acquainted with rural life directly, i.e. baking of bread, process of production of local melted butter, etc. In addition, guests of these houses make fascinating walks in the mountain tracts, get acquainted with the flora and fauna of the Nurata mountain range. There is a possibility of renting horses and donkeys.

Among the sights of this region, you can note individual petroglyphs, the high-altitude lake Fazilman, as well as a huge specimen of the eastern biota in the village of Mejrum.

Usually, after visiting guest houses in villages of the northern slopes of the Nurata ridge, tourists go to yurt camps located in close proximity to Lake Aidarkul. Here they can get acquainted with the nature of the Aydar-Arnasai lake system, and also come in contact with the sand of the Kyzylkum desert, coming close to the camp. Acquaintance with the life of desert residents and their traditional way of life can also be included in the program of these tours.

Also in the Bukhara region there is an experience of revival of crafts, such as the production of ceramic products, using the example of the Gijduvan School of Ceramics of the family of the Narzullaevs in the sixth generation, which differ in the use of special geometric shapes and colors in ornaments famous not only in our country but all over the world. Guests are given the opportunity to participate in the process of production of ceramic products.

Unlike other areas of tourism, rural tourism has its own specifics, which is expressed in minimizing costs, primarily for food and accommodation. Naturally, food in rural areas is 2-2.5 times cheaper than in the city. Accommodation here is

also cheaper, especially in the summer. This at least halves the cost of vouchers and that creates an additional opportunity to attract visitors to our country.

Proceeding from the above, it is possible to list the following socio-economic prerequisites for the development of rural tourism in Uzbekistan:

1. High natural and agricultural potential of the country;
2. Presence of cultural and historical monuments of world purpose;
3. Goodwill and cordiality of the Uzbek mentality (which is important for the development of all types of tourism);
4. The revival of ancient crafts and traditions, the "unique" rural way of life;
5. Active state policy, that is, a large number of organizations that can promote the development of rural tourism.

In general, the development of rural tourism in socio-economic terms solves a number of whole tasks:

- ensuring the socio-economic development of rural areas through relatively non-traditional activities;
- creation and increase of jobs in the hospitality industry (providing employment in rural areas);
- reducing the outflow of youth from rural areas;
- preservation and popularization of the traditional rural way of life, crafts, methods of cultivation of land, etc. ;
- revival of national traditions, customs, national culture;
- solving environmental problems related to nature protection;
- development of rural infrastructure;
- enhances the cultural and intellectual level of the villagers;
- stimulates the production of environmentally friendly food;
- the development of new professions related to maintenance;
- creation and active functioning of tourist enterprises in remote and sparsely populated regions, etc.

Thus, the presented analysis showed that our country has a rich natural and agricultural potential. It also requires a systematic approach that will increase and create serious competition for rural areas, will increase the demand for tourism services and thereby ensure their sustainable development.

LITERATURE

1. Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е. Л. Писаревского. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 384 с.

2. Кундиус В.А., Чермянина В.В. Проблемы и перспективы агротуризма в регионе // Известия Алтайского государственного университета. - 2011. - №2. - С.289.

3. Григорьева М. П. Сельский туризм: понятие, история и тенденции развития. международный научный журнал «Символ Науки» №1/2016 ФГБОУ ВПО «Оренбургский государственный университет»

4. Национальная ассоциация сельского туризма. [Электронный ресурс].- режим доступа <http://www.naturs.ru/>

TO IMPROVE READING SKILL AMONG THE STUDENTS

Processing text involves understanding the information and /or arguments included in the source text and then transferring these to another text, usually in a more condensed form, in a way that is appropriate to the context of situation. In other words, the outcome represents a condensing and or reformulating of the original information and arguments, focusing on the main points and ideas in the source text. The key word of the processing information scales in both speaking and writing is 'summarizing'. Whereas in Relaying specific information the user/learner will almost certainly not read the whole text (unless the information required is well hidden!), in Processing text, he/she has first to fully understand all the main points in the source text [1].

Processing texts thus related to Reading for information and argument (sometimes called reading for detail, or careful reading), although the information concerned may have been given orally in a presentation or lecture. The user/learner may then choose to present the information to the recipient in a completely different order, depending on the goal of the communicative encounter. Key concepts operationalized in the two scales include the following:

- ▶ summarizing main points in a source text;
- ▶ collating such information and arguments from different sources;
- ▶ recognizing and clarifying to the recipient the intended audience, the purpose and viewpoint of the original.

Progression up the scale is characterized as follows: In general, as one moves up the scale, the more cognitively and linguistically demanding the process described by the descriptor, the greater the variety of text-types, the higher the degree of complexity of the texts and the abstractness of the topics, the more sophisticated the vocabulary. There is no descriptor for A1. At A2, the learner may need to supplement his/her limited repertoire with gestures, drawing or expressions embedded from other languages. At lower levels, source texts are simpler, more factual concerning everyday topics and topics of immediate interest. By B1, texts include TV programmers, conversations and well-structured written texts on topics of interest. By B2, the user/learner can synthesize and report information from a number of sources, for example interviews, documentaries, films and complex written texts in his/her fields of interest. By the C levels, he/she can summaries long, demanding professional or academic texts in well-structured language, inferring attitudes and implicit opinions, and explaining subtle distinctions in the presentation or facts and arguments. In the two scales, Language A and Language B may be two different languages, two varieties of the same language, two registers of the same variety, or any combination of the above. However, they may also be identical. In the former case, users should specify the languages / varieties concerned; in the latter case, users should simply remove the parts in brackets. Translating a written text in speech is a largely informal activity that is by no means uncommon in everyday personal and

professional life. It is the process of spontaneously giving a spoken translation of a written text, often a notice, letter, email or other communication. Key concepts operationalized in the scale include the following: [2]

- ▶ providing a rough, approximate translation;
- ▶ capturing the essential information;
- ▶ capturing nuances (higher levels).

Progression up the scale is characterized as follows: The scale moves from rough translation of routine, everyday information in simple texts at the lower levels to translation with increasing fluency and accuracy of texts that become increasingly more complex. The distinction between levels A1 to B1 is almost solely the type of texts involved. By B2, the user/learner can provide spoken translation of complex texts containing information and arguments on subjects within his/her fields of professional, academic and personal interest, and at the C levels he/she can fluently translate a complex text on a wide range of general and specialized subjects, capturing nuances and implications. Translating a written text in writings by its very nature a more formal process than providing a spoken translation. However, this CEFR descriptor scale is not intended to relate to the activities. [3]

References:

1. Amabile, M (1996) Creativity in Context. Boulder, Co: Westview Press.
2. Boden, M (1990). The Creative Mind. London: Abacus.
3. Carter, R (2004) Language and Creativity: The art of common talk. London: Routledge.

*Равшанов Ў.Р., магистрант,
Шодиев Ж.Х., талаба,
Ўзбекистон, Бухоро*

XVII АСР БУХОРО ЁДГОРЛИКЛАРИДА ЗООМОРФИЗМ АСРИ

Исломгача бўлган Бухоро тарихий ёдгорликларида инсон, ҳайвон, куш тасвири ва бошқа шаклларнинг безак элементларини кўплаб учратиш мумкин. Масалан, биргина Варахша саройи харобаларида ўттизга яқин шундай турдаги деворий суратлар топиб ўрганилган. Шунингдек, Пойкент вайроналаридан топилган устунларнинг пастги таянч қисмида товус шакллари бутунлигича сақланган. Варахша тасвирлари ганчдан Пойкент тасвирлари эса лойдан ишланганлиги билан ажралиб туради. Аммо воҳанинг кейинги даврлардаги меъморчилик услубида зооморфизм элементлари сиқиб чиқарилади. Бунга сабаб ушбу давр (VIII – XX аср бошлари) бинолари қурилишининг асосий буюртмачиси диний ташкилотлар бўлганлиги эди. Ислом дини ўзидан олдинги диний қарашларни рад этиш ва инсонларни турли буюм ва санамларга сиғинишини тақиқлаш мақсадида ҳайвон ва инсон шаклларини маиший турмушда ва умуман рамзий маънода ишлатишни ман қилди. Турли вазифаларни бажарган тарихий биноларни энди ислимий (ўсимликсимон) ва ҳандасавий (геометрик) шакллар безай бошлади. Шунга қарамасдан, “Қуббат ул-ислом” шарафли Бухоро биноларида зооморфизм баъзан очиқ ва баъзан яширин акс этиб келган. Зооморфизм асрида Ўрта Осиёнинг Самарқанд шаҳрида Шердор мадрасаси (1618-36), Нодир девонбеги мадрасаси (1630-35),

Бухорода Нодир девонбеги мадрасаси (1622) ва Абдулазизхон мадрасалари (1652) бунёд этилган. Самарқанднинг бу икки мадрасаси пештоқлари “шер елкасида қуёшни элтаётган ва олдинда кийик қочаётган” ҳолатда тасвирланган. Регистон ансамблининг ажралмас қисми бўлган Шердор мадрасаси моҳир меъмор Абдужаббор томонидан Самарқанд ҳокими Ялангошбий Баҳодир буйруғи билан қурилган. Мадрасанинг номи унинг кириш пештоқидаги икки шер номидан олинган. Мусулмон астрономиясида қуёшнинг Асад буржи, яъни Шер рўбарасида бўлиши замоннинг бахтиёр бўлишига ишорадир. Шунингдек, мадрасанинг 1618 йил июль ойида битказилганлигини ҳам англатади[1]. Қадимдан шер табиат ҳукмдори сифатида шоҳларнинг қудрат рамзига айланади. Қуёш эса буюк илоҳ Ахурамазда ва инсонлар ўртасида воситачи, жангчи Митранинг рамзи ҳисобланган. Шер елкасида қуёш тасвири қадимий Эрон қоятош суратларида зардуштийлик динининг белгиси сифатида илк маротаба пайдо бўлган. Кейинчалик бу тасвир Форс ҳукмдорларининг давлат муҳрига кўчади. Темурийлардан Бобур Мирзонинг байроғида ҳам ушбу тасвир мавжуд бўлган.

Шер тасвири Нодир Мирзо Тоғой ибн Султон Мирзо Девонбеги томонидан қурилган яна бир Самарқанд мадрасасида акс эттирилган. Мадрасанинг кириш пештоқида шер, унинг олдида кичик бир кийик қочиб кетаётган деворий панно акс этган. Бундан ташқари, Нодир девонбеги Самарқандда 1630 йилда намозгоҳ-хонақоҳхам қурдирган. Мифологик арслон ва бургут тасвирлари мил.авв. III минг йилликда Суза деворий суратларига илк бор ишланган[2].

Бухоронинг Лаби Ҳовуз мажмуасидаги Нодир Девонбеги мадрасаси XVII аср зооморфизмининг яна бир намунасидир. Мадрасанинг дастлаб карвонсарой мақсадида қурилиши бошланади. Аммо қурилишга Бухоро хони аштархоний Имомқулихон аралашгандан сўнг бино мадрасага айлантиради. Мадраса пештоқида тасвирланган хумо қуши оёғида **чўчка** олиб кетаётган ҳолда тасвирланган. Пештоқ ўртасида ярим айлана қуёш инсон қиёфасида тасвирланган. Афсонавий хумо тасвири ҳам қадимда Ўрта Осиё халқларининг қут-барака ва аёллар ҳомийси бўлиб, қадимий Варахша қўрғонидан археолог Шишкин томонидан аёл бошли хумо ҳайкалчаси топиб ўрганилган. Мўғуллар босқинидан сўнг Ўрта Осиё халқларида ананавий семруғ ва Хитой жонзодларига хос хумо қушлари бир бутунликда тасвирлана бошланди. Ушбу схоластика даврида жонли тасвирларни омма олдида кўрсатиш меъмор ва буюртмачидан катта қаҳрамонликни ҳам талаб қилган.

Бухоронинг ўзига хос такрорланмас яна бир ёдголиги Абдулазизхон мадрасасидир. Ушбу мадрасани шартли равишда “Аждар мадраса” деб аташимиз мумкин. Мадрасани бу ном билан аташимизнинг илмий асоси бор. Чунки мадрасанинг кириш қисмидан бошлаб, унинг меҳроб ва атроф панноларигача турли шаклда “аждар бош” суратлари мавжуд. Суратлар бошқа ўсимликсимон нақшлар билан аралаш ишлангани учун уларни ажратиш олиш анча диққатни талаб қилади. Моҳир меъмор Мимхоқон ибн Хўжа Муҳаммадамин иши билан XVII аср зооморфизмига катта ҳисса қўшди. Ушбу афсонавий жонзод Анов шаҳристонидagi масжид қаносларида (кўкрак –

пештоқнинг икки ён томони) ва Шахрисабздаги Малик Аждар масжид-мадрасасида ҳам мавжуд бўлган. Аждар илонлар шоҳи сифатида ёмон кўздан асровчи рамзий маънога эга. Тадқиқотимиз марказидаги Абдулазизхон мадрасасида аждар тасвири ўзига хос идишлар билан чамбарчас ишланган. Сабаби осмон буржларидан бўлмиш балиқ ўрнида баъзан аждар ҳам тасвирланган (айнан Хитойда балиқ буржи йўқ бўлиб, ўрнини аждар буржи эгаллаган). Мадрасанинг кириш қисми ўнг томонида йирик кўзанинг дастаси кўк ва оқ рангли тождор аждар тасвирланган. XV асрда Мин сулоласи давридаги идишларга оқ ва кўк рангли уч оёқли аждар тасвирини ишлаш урф бўлган. Суратлар бинонинг асосий кириш, пешайвон гумбази, масжиднинг ички қисмларда тасвирланган. Суратларни ўрганиш давомида бизга уларнинг аксариятида парча-кошинлар тушиб кетганлиги катта ноқулайлик туғдирди. Шундай бўлса-да, юқорида эслатилган хоналарда бир неча ҳайвон тасвирларини аниқлашга муяссар бўлдик. Мадрасанинг кириш пештоқида:

“Бахт куши давлатинг ғуломи эрур,

Йўллариингга офтоб сочар беҳад нур” байти битилган. Ушбу байтга монанд қуёшга томон талпинаётган қуш тасвири бош пештоқнинг икки ён томонида иккинчи ярусига ишланган.

Мадраса қурилишида биринчи навбатда, қишки масжиднинг меҳробида жойлашган сурат, “Абулфайзхон тарихи” асарида келтирилишича, ҳукмдор ўз суратини ишлашни меъморларга буюради[3]. Аммо инсон (аслида жонли нарсаларнинг қиёси) тасвирини ишлаш диний чекланганлиги сабабли, ушбу вазифа махфий бажарилади. Меҳробнинг ўнг томон деворида эса бирор бир ёдгорликда учратилмайдиган араб қурилиш услубидаги уч бино мажнунтоллар остида тасвирланган. Бу ҳолат XVII аср Вухоро миниатюраларида ҳам мавжуд. Айниқса, мажнунтол тасвири XX аср бошига келиб хона интерьер безагида урф бўлган. Мадрасанинг ички шарқий пештоқида бўртма гулдон ишланган бўлиб, унинг икки ён томонида (дастак сифатида) айлана бошли қуш тасвири бўйин қисмигача ишланган.

Ҳозирда аниқлаб бўлмаган (суратлар асосан кундал услубида ишланганлиги сабабли юза қисми ўчиб кетган), аммо афсоналар орқали бугунгача халқ орасида мавжуд бўлган ривоятларда қишги масжид-хонақоҳга киришда жанубий деворга илон ва чаёнлар сурати туширилган бўлиб, бу фоний дунёнинг машаққатларидан инсонларни огоҳлантиради. Қишги масжиднинг кириш пештоқининг ичкари томонида иккита айиқ тасвири бўлиб, мансаб ва бойлик инсонларни синаш учун берилишини англатса, деворнинг шарқий қисмида бойлик ва мансабга берилиб, Оллоҳни унутмаслик ҳақидаги оятлар битилган. Абдулазизхон сарой меъморлари асосини ҳиндлар ташкил этган. Ушбу мадраса ҳам уларнинг ғоялари асосида бадиий безалган. Ҳинд санаъти тасири ушбу давр минатюраларида ҳам ўз аксини топган.

Мадраса безаклари услуби тўрт тарихий даврни босиб ўтган. XIX асрда шикастланган хоналарнинг деярли барчаси, гулқоғозлар билан безатилади. Аммо мадрасада доимий таълим жараёни олиб борилганлиги сабабли талабалар томонидан ушбу безакларга ҳам жиддий зарар етказилади. Мадрасанинг ҳақиқий инқирози Бухоро советлар томонидан эгаллангандан сўнг рўй берди.

Мадраса хоналаридаги ёзувлардан аниқланишича, ўтган асрнинг 20-30 йилларида совет ҳарбий курсантлари шу ерда истиқомат қилишган. Кейинги таъмирлаш ишлари уста Ширин Муродов раҳбарлигида олиб борилган.

Бугунги кунда мадрасанинг Ўрта Осиёда ягона эканлигини кўрсатиб турувчи декоратив безаклар йўқолиб бормоқда. Масалан, Л.И.Ремпель тадқиқотларида учрайдиган безакларнинг айримлари тўкилиб тушган. Тадқиқот жараёнида аниқланган суратлар ҳам кундал услубида ишланган бўлиб, улар ҳам ўчиб кетиш арафасида. Мадрасанинг шарқий пештоқи хужраларининг 80% йиқилиб тушган. Пештоқ ҳам тушиб кетиш арафасида турибди. Мадрасада кенг кўламли реставрация ва консервациялаш жараёнини бошлашдан олдин илмий комиссия тузилиб, унинг хулосалари билан ишланса маданий меъросимиз имкон қадар авлодларга ўз холатида етказилади.

АДАБИЁТЛАР

1. Абу Тохирхожа Самарқандий. Самария. Т.:1991. Б-27.
2. Шишкин В.А. Варахша. М.: 1963. С-176.
3. Абдурахмон Толе. Тарихи Абулфайзхон. Т.:1959.

*Mamatov D.Q., katta o'qituvchi,
Buxoro davlat universiteti*

OLIY O'QUV YURTLARIDA TALABALARNING MUSTAQIL TA'LIM JARAYONINI TASHKIL QILISH MUAMMOLARI

Hozirgi zamon talablariga binoan oliy o'quv yurtlari oldida turgan eng muhim vazifalardan biri jahon standartlari talablariga javob bera oladigan bilimli, zukko va raqobatbardosh mutaxassislar tayyorlashdan iboratdir.

Yuqoridagilarni nazarda tutib bugun talabalar faoliyatida mustaqil ta'limni joriy etish davr talabi. Mustaqil ta'lim deyilganda o'quv materiallarini o'quvchilar ongida ilmiy izlanishga o'xshata bilish vazifalari va mustaqil fikr bo'ladigan qilib o'rgatish tushuniladi.

Oliy ta'lim tizimida mustaqil ta'limni tashkil etish, talabani mustaqil ishlashiga undovchi motivlarni aniqlash, ularning mustaqil bilim olish ko'nikmalarini shakllantirish dolzarb pedagogik muammo hisoblanadi. Chunki axborot va bilimlar doirasi tez sur'atlar bilan kengayib borayotgan hozirgi sharoitda barcha ma'lumotlarni faqat dars mashg'ulotlari paytida talabalarga to'liq yetkazib bo'lmaydi.

Tajribalar shuni ko'rsatadiki, talaba faqat mustaqil shug'ullanganda va o'z ustida ishlagandagina bilimni chuqur o'zlashtiradi, ularda mustaqil faoliyat ko'rsatish qobiliyati shakllanadi hamda ijodiy ishlashga qiziqish paydo bo'ladi. Shu sababli talabalarning mustaqil ta'lim olish jarayonini tashkil etish uchun zarur bo'lgan barcha o'quv- uslubiy ta'minotni yaratish oily ta'lim muassasasi oldida turgan asosiy vazifa hisoblanadi.

Rivojlangan davlatlarda jamiyat taraqqiyoti oily ta'lim rivojlanishi bilan uzviy bog'langan bo'lib, zamonaviy axborot texnologiyalar zamirida fan va texnikaning rivojlanishi jamiyatda mustaqil ta'limga bo'lgan ehtiyojini yana kuchaytiradi. Bu

ta'lim muassasalarida ta'lim oluvchilarni mustaqil bilim olishlarini yangi pog'onaga ko'tarishni taqazo qilmoqda.

Kafedralar professor – o'qituvchilariga fanlardan talabalar mustaqil ishlarini bajaralishini tashkil etishda quyidagi talablar qo'yiladi:

Misol uchun chizma geometriya fanidan

a) fanning o'ziga xos xususiyatlarini e'tiborga olgan holda talabalar mustaqil ishlari mazmuni va hajmini meyyoriy – metodik xujjatlarga tayanib asoslash;

b) talabalar mustaqil ishlarini tabaqalashtirilgan holda rejalashtirish hamda tematikasini shakllantirish;

c) talabalar mustaqil ishlarini fanlarning xususiyatlarini e'tiborga olgan holda va talablari asosida mavzudan o'tgan sari murakkablashtirib borish tamoyili asosida tayyorlash;

d) ta'lim yo'nalishlari bo'yicha umumta'lim, umumkasbiy va ixtisoslik fanlaridan talabalar mustaqil ishlarning mazmuni va murakkablik darajasini tahlil etish va shu asosda fanlardan talabalar mustaqil ishlari dasturini ishlab chiqish;

Talabalar mustaqil ishlarini rejalashtirish jarayoniga boshqarishda asosiy mas'uliyat fan o'qituvchisi zimmasiga yuklanadi. O'qituvchi tomonidan zamonaviy pedagogik texnologiyalar asosida darsning modeli aniqlanadi, o'quv maqsadlari (o'qituvchining va identiv o'quv maqsadlari) shakllantiriladi.

Shu asosda har bir asosiy savol bo'yicha mustaqil ish topshiriqlari tuziladi hamda o'quv mashg'ulotlari jarayonida talabalar faoliyatini boshqarish mustaqil ishga jalb etish, nazorat qilish, rag'batlantirish, baholash, xulosalash kabi bosqichlarni puxta tayyorlashga erishiladi. Fan bo'yicha o'quv dasturi talabalar mustaqil ishlarini rejalashtirishda asosiy manba hisoblanadi.

Talabalar mustaqil ishlarini bajarish jarayoni loyixalashtirilayotganda talabalarda o'z-o'zini boshqarish va nazorat qilish ko'nikmalarini shakllantirilishi e'tiborga olinadi. Talabalar mustaqil ishlarini o'qituvchining o'quv dasturida fan bo'yicha amalga oshiriladigan ishlar to'la aks ettiriladi.

Talabalar mustaqil ishlarini amalga oshirishda samaradorlik ko'p jihatdan topshiriqlarning to'g'ri rejalashtirilganligiga, aniq maqsadni mo'ljallab tayyorlanganligiga, tarqatma va o'quv- metodik materiallarning sifatiga har tomonlama bog'liq.

Moddiy-texnik va dasturiy taminotning talabalar mustaqil ishlarining tashkil qilishda roli kattaligini e'tiborga olgan holda mustaqil ishlarni bajarishdagi samaradorlikni o'quv- metodik va axborot ta'minoti sifatiga aloqadorligi qonuniyatlarini ilmiy – metodik jihatdan o'rganish dolzarb vazifalardan biri hisoblanadi. Shu o'rinda o'quv- metodik adabiyotlar, ma'ruza matnlar, o'quv- metodik majmualar me'yoriy o'quv metodik hujjatlar, topshiriqlar to'plami, ilmiy, ilmiy –metodik hamda davriy nashrlarning alohida e'tiborga olish zarur.

Talabalar mustaqil ishlari samaradorligining fan o'qituvchilarning uslubiy nuqtai- nazardan puxta bilimga egaligi va ularning pedagogik maxoratiga bog'lanishi ham o'rganilishi zarur bo'lgan masalalardandir.

Talabalar ijodiy qobiliyatlaring rivojlanganligi ularda yuqori darajadagi faollik hamda mustaqillikning shakllanganligi muhim omillaridan hisoblanadi. Ularda ijodiy

qobiliyatni shakllantirish va rivojlantirishda mustaqil ta'limni katta ahamiyatga va imkoniyatlarga ega ekanligi masalalari J.Tolipovning ilmiy- metodik ishlarida atroflicha tahlil etilgan.

Talabalarning ijodiy qobiliyatini rivojlantirishda o'quv fani mazmunining asosiy ahamiyatga ega ekanligini e'tiborga olgan holda, o'qituvchi tomonidan o'quv materiallarni bayon etsihda eksperimental faktlar va ularning fan nazariyasi bilan bog'lanishi hamda qanday tajribalar asosida tasdiqlanishini to'la tushuntirish talab qilinadi. Mustaqil ta'lim olish talabalarda ijodiy faoliyatini faollashtiriladi, o'zlashtirilgan bilimlarni chuqurlashtirilib boriladi, aqliy qobiliyatning takomillashishini taminlaydi.

Mustaqil ta'limning yoki uning muhim tarkibiy qismi bo'lgan talabalar mustaqil ishlarining reja asosida puxta ishlangan dastur asosida bajarilishi erkin fikrlashni shakllantirishda ham katta ahamiyatga ega bo'ladi.

Mustaqil ta'lim samaradorligini oshirish uchun dastlabki kurslarda talabalarning fanlardan auditoriyadan tashqari mustaqil ishlarini tashkil etishning o'ziga xos xususiyatlari, kutubxonada adbiyotlardan va internetdan foydalanib turish zarur.

Bu ishlar kafedralar professor- o'qituvchilari tomonidan reja asosida amalga oshirilishi talab etiladi.

Kadrlar tayyorlash milliy dasturida chuqur nazariy va amaliy bilimlar bilan bir qatorda tanlangan sohasi bo'yicha mustaqil faoliyat ko'rsata oladigan, o'z bilimi va malakasini mustaqil ravishda oshirib boradigan, masalaga ijodiy yondashgan xolda muammoli vaziyatlarni to'g'ri aniqlab, tahlil qilib, sharoitga tez moslasha oladigan mutaxassislarni tayyorlash asosiy vazifalardan biri sifatida belgilangan.

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki, talabaning mustaqil ishlashga o'rgatish ko'p jihatdan fan o'qituvchisiga bog'liqdir. Agar professor- o'qituvchilar bu jarayonga mas'uliyat bilan yondashib, tegishli nizom va yo'riqnomalar asosida ishlarni tashkil qilsalar va bunga Oliy ta'lim muassasida yetarli sharoit va imkoniyatlar bo'lgandagina yuqori natijalarga erishiladi.

Shuni unutmashlik lozimki, bo'lajak mutaxassisni ishlab chiqarishda mustaqil faoliyatini yurita olish ko'nikmasi faqat mustaqil bilim olish hamda uni amalda sinab hozirgi kun talablariga javob berishiga layoqatli bo'ladi.

Adabiyotlar

1. В. Шаламов. В организация самостоятельной работы в образовательных учреждениях. – “Проект Ахей”. 2008,
2. Болтаева М. Дадамирзаев М. Мустакил иш – таълимнинг фаол шакли ва методи сифатида\\ Педагогик таълим. 2008 4-сон 32-36 бетлар
3. Беляева А. Управление самостоятельной работой студентов\\ Высшее образование в Россию 2003 №6. – С. 105-109

Djurayeva D.D.

Buxoro davlat universiteti

HUNARMANDCHILIK VA TURIZM KICHIK BIZNES POYDEVORI

Hozirgi kunda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Turizm o'zining milliy modelini shakllantirmoqda. Bu

modelning ijobiy tomoni shundan iboratki, bu mamlakatdagi ijtimoiy iqtisodiy va siyosiy vaziyatni yaxshilashga yordam beradi, kapital oqimi darajasini yaxshilaydi va eng asosiysi xususiy va tijorat kompaniyalari turistlarga xizmat ko'rsatadi. U mamlakatlar o'rtasida hamkorlikni rivojlantirish va O'zbekistonda investitsiyalar hajmini oshirishga yordam beradi. Bizga ma'lumki milliy hunarmandchilik O'zbekistonda qadimdan rivojlanib ajdodlardan avlodlarga an'anaviy tarzda o'rgatib kelinmoqda. Mustabid tuzum davrida milliy hunarmandchilik tubdan izdan chiqdi. Faqatgina mustaqillik arafasida bu qadriyatlar qayta tiklandi. Ya'ni kulolchilik, ipakchilik, temirchilik, to'quvchilik tufayli insonning ishlab chiqarish faoliyati takomillashib bordi. Kishilik jamiyati rivoji oqibatida sanoat ishlab chiqarishi kurtak sochdi. Bunda turli ixtisosliklar rivojlandi. Masalan, kashtachilik, to'quvchilik, gilamchilik, misgarlik, binokorlik shular jumlasidandir. Buxoro turistlar shahri bo'lib, bu yurtda turli xil hunarmandchilik namunalari sayqallanib kelgan. Sopol idishlarda archasimon, yo'l yo'l, gulli naqshlar mukammal ishlangan, zardozi ayollarimiz tomonidan jilovkor san'at asarlari yaratilgan, eng zo'r tarjimalar Buxoro tarjimonlari tomonidan amalga oshirilgan. Yurtimiz o'zining boy tarixi, noyob osori atiqalari maftunkor tabiati, jozibasi go'zalligi bilan turistlarni o'ziga jalb etib kelmoqda. Shu bois Prezidentimiz Sh.M.Mirziyoyev rahnamoligida turizmni rivojlantirish, xususan milliy turizmni rivojlantirish, yurtimizda sayyohlarning salohiyatini yanada yuksaltirish borasida keng ko'lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. So'nggi yillarda turizmni rivojlantirishni qo'llab quvvatlash borasida amalga oshirilayotgan say harakatlar natijasida uning mamlakat YaIM dagi ulushi 0,1% dan 2% gacha ko'tarildi.

Mamlakatimizga kelayotgan sayyohlar so'nggi o'n yilda 6 barobarga ortdi. Boy tarixiy merosimiz xalqaro turizm bozorida mustahkam o'rin egallashimizga muhim omil bo'lmoqda. Ana shu imkoniyatlardan to'g'ri va oqilona foydalanish jannatmonand O'zbekistonimizni sayyohlarning sevimli maskanlaridan biriga aylantirish bugunning dolzarb vazifalaridandir.

Zero turizm nafaqat yuqori daromad keltiruvchi soha, balki, mamlakatlarning milliy madaniyati, tarixi, an'analari va erishayotgan yutuqlarini targ'ib qilishning qulay va samarali tizimi hamdir. Mamlakatimizda turizmni rivojlantirishning kuchli jihati yetarli shart sharoitlarni imkoniyatlarni, imkoniyatlarni imtiyozlarni mavjudligi, mehmonxona xo'jaligining rivojlanishi, mavjud tarixiy obidalar, mavjud transport imkoniyatlari, xalqaro ayeroport borligi oziq-ovqat bo'yicha infratuzilmaning rivojlanganligi tabiiy resurslarning mavjudligi, boy tarixiy madaniy omillarga egaligi, toza ekologik muhit aholining ichki va tashqi turizmga qiziqishi yuqoriligi, ijtimoiy iqtisodiy holatning barqaror rivojlanishi, tarixiy va madaniyatimizga oid boy tadbirlar bayramlar mavjudligi, muzeylar ko'pligi bu turizmni rivojlantirishning kuchli tomoni bo'lsa, kuchsiz tomoniga turistik xizmatlarning mavsumiyliigi, mehmonxona xo'jaligidagi moliyaviy muammolar, dengiz yo'llarining yo'qligi, servis xizmatlarining yetarli darajada shakllanmaganligi, xalqaro standartlar talabi darajasidagi mutaxassislarining kamligi, turistik korxonalarda marketing yetarli darajada rivojlanmaganligi milliy va jahon bozoridagi turistik mahsulotlar narxining yuqoriligini aytish mumkin.

Yuqoridagilardan kelib chiqqan holda mamlakatda turizmni rivojlantirish uchun quyidagilarni amalga oshirish taklif qilsa bo'ladi:

- Mavjud turistik mehmonxona xizmatlari bo'yicha me'yoriy hujjatlar hamda standartlarni xalqaro me'yorlar bilan uyg'unlashtirish;
- Turistik obyektlarga olib boradigan avtomobil yo'llarining sifatini oshirish;
- Tashqi va ichki turistlarga xizmat qiladigan axborot kommunikatsiyani rivojlantirish, internet saytlarini takomillashtirish va boshqalar.
- Jahon standartlari va talablariga mos keladigan, ilmiylikka asoslangan katta va kichik qisqa va uzoq muddatga mo'ljallangan loyihalarni ishlab chiqish va ularni amalga oshirish;
- Sertifikatlashtirish jarayonini takomillashtirish;
- Mamlakatimizda yoshlarning turizm sanoatida hamda mehmonxona biznesiga bo'lgan qiziqishlarini ortirib shu sohadagi imkoniyatlardan oqilona foydalanish yo'llarini o'rgatish.

Milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligi iqtisodiy faoliyat jarayonlari va uning natijalarini aks ettiruvchi ko'rsatkichlarda kichik biznes ulushining yuqori bo'lishiga ham bog'liqligi shubhasiz.

Kam xarajat hisobiga yangi ish o'rinlarini yaratish imkoniyati, yirik biznes kira olmaydigan bozorni egallay olish qobiliyati, ayniqsa xizmat ko'rsatish sohasida va uncha katta bo'lmagan mahalliy resurs bazalarini o'zlashtirishda juda qulay tashkiliy shakl ekanligi kichik biznesni rivojlantirishning ahamiyati beqiyosligini ko'rsatadi. Shu sababli ham kichik biznesni jadal rivojlantirish masalasi mahsulot ishlab chiqarishni mahalliyashtirish xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish shuningdek mamlakatning eksport salohiyatini oshirish masalalari bilan chambarchas bog'langan.

Bugungi kunda aholi va sayyohlarning mehmonxona xizmatlariga ehtiyoji barqaror rivojlanib bormoqda. Mazkur biznes faoliyati yuqori rentabelli bo'lib, mazkur sohada ko'pgina tadbirkorlik subyektlari samarali faoliyat olib bormoqda, raqobatbardosh xizmatlarni aholiga taqdim qilmoqda. Ushbu taqdim etilayotgan xizmatlar malakali mutaxassislar tomonidan amalga oshirilmoqda.

Hozirgi kunda viloyatimiz aholisi moddiy turmush darajasini yaxshilash, ish bilan bandligiga ko'maklashishda o'zining munosib hissasini qo'shish mehmonxona xizmatlari bozorida o'z mavqeiga va raqobat afzalliklariga ega bo'lish, o'zining moliyaviy salohiyatini va foydasini oshirishni o'z oldiga maqsad qilib qo'ygan hamda jamiyat a'zolarining turmush sharoitini kundan kunga yaxshilab borishni mo'ljallamoqda.

Mehmonxona xo'jaligida kadrlar boshqaruvining maqsadi har bir xodimdan samarali foydalanishni tashkil qilishdan iborat. Bu esa o'ta murakkab jarayon. Chunki har bir xodim o'z kamchiligiga juda kam e'tibor qaratadi va aksariyat holatlarda o'zini eng kerakli xodimman, degan tasavvur bilan yuradi. G'o'yo u mazkur korxonada faoliyat ko'rsatmasa, u yerdagi ishlar to'xtab qoladigandek o'ziga yuqori baho beradi. Endi bunday tasavvurdagi xodim mehmonxonaning samarali faoliyat ko'rsatishini emas balki o'ziga bo'ladigan e'tiborni ko'proq o'ylaydi.

Xodim mazkur korxonada yutug'ida mening ham kamtarona hissam bor, ammo bu faqat mening shaxsim bilan bog'liq emas degan tushunchasini his qilishi lozim.

Aks holda u yanglishadi. Chunki hamma muvaffaqiyatlarning “kaliti” menman deyish ko’p xatoliklarga sababchi bo’lishi mumkin.

Mehmonxona xo’jaligi xodimlari faqat foyda olishni ko’zlab faoliyat ko’rsatsa, keyinchalik kelishi kutilayotgan foydani boy berishlari mumkin. Shu tufayli ular xizmatining nechog’lik zarurligini o’ylab faoliyat ko’rsatishlari lozim. Agar mijozga zarur xizmatlarni ko’rsatsangiz albatta, foyda o’z o’zidan kelaveradi. Demak, mijozlar talabini o’rganish mehmonxona xodimlarining asosiy tamoyillaridan bo’lishi shart.

Xodimlarning mehmonxona faoliyatidagi o’rnini his qilishi lozim bo’lgan jihatlariga quyidagilarni kiritgan bo’lardim: mas’ullik, iste’molchi talabining o’rganilganligi, xodimning o’ziga bo’lgan ishonchini his qilishi, xizmatga talabning mavjudligi va yuqori sifat past narx (davlat qarorlari).

Bugungi kunda turizm xizmatlar bozori Butunjahon turistik tashkiloti ma’lumotlariga qaraganda, turizm sohasida xo’jalik yurituvchi subyektlarning faoliyati milliy iqtisodiyotning kamida 32 ta tarmog’i bilan bevosita va bilvosita bog’langan bo’lib ularning rivojlanishiga o’z ta’sirini o’tkazadi.

Butunjahon turistik tashkiloti ma’lumotlariga ko’ra, dunyo bo’yicha 2012 yil jami 1030 mln. xalqaro turistlar qa’bul qilingan, tushumlar \$1070 mlrd ga yetgan va bu 2011 yilga nisbatan 4,0% o’sganini ko’rsatmoqda. 2012 yilda turistlarni qabul qilish bo’yicha birinchi o’rinda Fransiya tursa, 2 chi va 3chi o’rinda mos ravishda AQSH va Xitoy mamlakatlari turibdi.

Xulosa qilib aytadigan bo’lsak, milliy turizm xizmatlar bozorini barqaror rivojlantirish uchun nafaqat turizm sohasini, balki, hunarmandchilik unga turdosh bo’lgan iqtisodiyotning boshqa tarmoqlarini ham rivojlantirish kerak.

*Жўраева З.Т., катта ўқитувчи,
Бухоро давлат университети*

ТУРИСТИК КОРХОНАЛАРДА КОММУНИКАТИВ ТЎСИҚЛАРНИНГ АСОСИЙ САБАБЛАРИ

Туризм индустрияси Ўзбекистон иқтисодиётининг сезиларли соҳасига айланиб бормоқда. Туризм соҳасига туроператорлар ва турагентликлар билан биргаликда турли йўналишдаги ташкилотлар, корхоналар, фирма ва компаниялар, жумладан, молиявий-кредит ташкилотлари, транспорт компаниялари, умумовқатланиш корхоналари, саёҳат марказлари, меҳмонхоналар тўрлари, сувенир дўконлари ҳам жалб этилган.

Туризм-бу юқори малакали мутахассислар фаолиятини талаб қилувчи алоҳида коммуникатив соҳа ҳисобланади. Халқаро иқтисодий Иттифоққа интеграциялашиш учун ташкилотлар ўзининг ишончли, компетентли ҳамкор сифатидаги имижини ярата олиши керак. Бунда ҳамкор - мамлакатларнинг миллий ўзига хосликлари, хусусиятлари, қоидалари, бошқа миллат вакиллари ахлоқ-одоб қоидалари билан чуқур таниш бўлишлари ва уларни амалда тўғри, мақсадли қўллаш талаб қилинади.

Аксинча, бошқа маданиятлар ҳақида маълумотга жга бўлмаслик, тушунмаслик, қабул қила олмаслик ишбилармонлик муносабатларининг бузилишига олиб келади. Мисоллар келтираемиз. Англиялик, канадалик ва америкалик бизнесменлар ишбилармонлик учрашувларида суҳбатни жонлантириш, уни норасмий муносабатлар даражасига келтириш мақсадида ҳазил-хузулларни кўп ишлатишади; бошқалар, масалан, немислар, японлар мулоқотлар доирасида қандайдир юморларни ҳазм қила олишмайди. Юмор-жуда инжиқ материя ҳисобланади: французни кулдирган ҳазил японияликни мавҳум ҳолга тушириши мумкин, чунки японияликлар ҳамкорларининг ҳар бир сўзини тўғри қабул қилишади.

Яна бир мисол. Турли маданият вакилларининг вақт ва масофага муносабатларини кўриб чиқамиз. Италияликлар ҳамкорлар билан учрашувга ярим соатгача кекиб келишлари мумкин, бу уларнинг ватандошларида ҳеч қандай мунозараларга сабаб бўлмайди. Уларни французлар ва испанлар жуда ҳам айбламайдилар. Немислар эса уларни 5 минут атрофида куттирадиган кишиларни умуман ёқтирмайдилар. Хитойликлар учрашувга 15-30 минут аввалроқ келишади. Вақт қадри айниқса АҚШ, Германия, Швейцария, Австрия, Скандинавияда анча юқори баҳоланади.

Масофа масаласи борасида турли халқлар ўз қарашларига эгалар. Испаниялик ёки африкаликлар суҳбат чоғида ўз суҳбатдошининг қўлини ушлаб туриши, шу орқали ўзига хос, дўстона муносабатни намойиш этмоқчи бўладилар. Японлар эса ҳар қандай яқинликни гигиенага тўғри келмаслигини уқтиришади. Данияликлар, немислар, шведлар, финлар шахсий масофавий зоналарини бузишганда, дискомфорт сезадилар.

Бу мисоллар асосида айрим маданиятлар яхши, айримлари эса ёмон, деган хулоса чиқармоқчи эмасмиз. Маданиятлар ҳар хил бўлади, уларга мослашиш зарур, бегона тилни, бегона маданиятни ўрганиш- самарали тадбиркорлик ҳамкорликлари, омадли фаолият учун гаров сифатида хизмат қилади. Ҳар бир халқ, миллат ўзини энг яхши, энг ақлли деб ҳисоблайди. Ўзига яқин олиш тушунишни, қўллаб-қувватлашни, ҳамдардликни чақиради, бегоналик эса- аксинча, тушунмовчиликларнинг сабабчиси бўлади. Шундан коммуникатив тўсиқлар, ишончсизлик, низоларни юзага келтиради. Маданиятлараро коммуникациялар асосини билиш “алоқа зонасида” ишлайдиганлар учун ўта катта зарурат ҳисобланади.

Маданиятлараро коммуникация- бу турли маданиятлар вакилларининг ўзаро алоқа ўрнатиши жараёнидир.

Турли маданиятлар вакиллари билан мулоқот ўрнатиш стиллари. Бунда мулоқотга тайёрланиш ва уни юритиш жараёнида маданиятлар ва миллий хусусиятларга алоҳида эътибор қаратиш лозим. Турли миллат вакиллари турлича кўринишда мулоқотлар ўрнатишади. Уларда маданий ўзига хосликлар ва қарама-қаршиликлар юзага чиқади. Масалан, монофаол маданият халқлари юқори даражада ташкилий жиҳатларга эътибор қаратишади, улар вақтнинг қадрига етишади, лойиҳанинг таҳлилига катта эътибор қаратишади, барча муаммоларни кетма-келдикда ҳал этишади (айниқса, немислар, швейцарияликлар). Уларнинг жестикуляцияси ва мимикаси анча муқим,

ўзгармас бўлади. Қарор қабул қилинганидан сўнг эса, уни ҳаракатнинг асосий дастаги сифатида амалга оширишга киришилади.

Полиактив маданиятга эга халқ вакиллари эса келишмовчиликлар жараёнида анча эмоционал, ҳиссиётли бўлиб, реаллик қоидалардан кўра анча зарурроқ, деб ҳисоблашади. Улар суҳбатни ўртасидан бузишни ёқтирмайдилар. Улар катта ҳажмдаги ахборотга эга бўладилар, диалогни мўлжаллайдилар. Жестикуляциялар ва мимикалари анча номутаносиб бўлади.

Реактив маданият вакиллари- дунёдаги энг яхши тингловчилар ҳисобланишади. Улар ҳеч қачон сўзлаб турган кишига халақит беришмайди. Эшитиб туриб, жавоб қайтаришга шошилмайдилар. Жимлик- бу кўриб чиқилиши керак бўлган масалаларнинг, таклифлар ва танқидларнинг ўта муҳимлигига урғу беришни англатади.

Реактив маданият вакиллари келишувлар жараёнида ўз позицияларини доимо яширишга ҳаракат қиладилар ва оппонентнинг ҳолатини чуқур ўрганишга ҳаракат қилишади. Суҳбат чоғида катта танаффуслар қилишга, ўз фикрини тўла очиб бермасликка ҳаракат қилишади. Айниқса, японлар ўз суҳбатдошларининг ён томонида ўтириб, қаршидаги қандайдир нуқтага тикилиб туришни маъқуллашади. Улар новербал коммуникация усталари ҳисобланишади. Жуда кўп саволлар беришади, келишувларни иложи борица узоқ муддатга, ҳатто ойларга чўзишлари мумкин. Уларнинг суҳбатида **нимани** гапираётгани эмас, **қандай** гапираётганлиги муҳимроқ ҳисобланади.

Улар шатрномада қандайдир маълумотнинг кичик шрифтларда ёзилганига дуч келишса, унга эътибор қаратмасликлари мумкин.

Келишувларни амалга ошириш борасида тавсиялар. Келишув жараёнида асосий қоида-бу декорумга риоя этиш- яъни суҳбатдошга, унинг ҳаракатларига нисбатан салбий ҳиссиётларни юзага чиқармаслик ҳисобланади. Суҳбатдошингизни эшита олиш, пунктуал бўлиш талаб этилади. Қарши томонни ўз таклифларингизнинг самарадорлигига, маҳсулот сифатига, етказиш муддатларининг аниқлигига ишонтира олишга ҳаракат қилиш зарур.

Булра ҳаммаси, албатта, умумий ўйин қоидалари ҳисобланади, бироқ албатта турли мамлакатлар халқларининг хусусиятларига эътибор қаратиш шартдир.

Яна бир неча мисоллар келтирамиз. Америкаликлар ҳамкорлик вақтида қисқа муддатли самарага ва асосийси тезликда бўладиган катта ҳажмдаги фойдага эга бўлишни мақсад қилиб қўйишади. Улар учун вақт-бу пулдир. Улар агрессив, қарор қабул қилишни яхши кўришади. Японлар эса, аксинча, узоқ муддатли самара ва узоқ муддатли муносабатларни мўлжаллашади.

Французлар нисбатан инжиқроқ, мантиқ ва аргументлашни юқори баҳолашади. Келишувлар улар учун ўзларининг дунёқарашларини, жўшқинликларини намойиш эта олиш имконини берувчи форум сифатида баҳоланади. Французлар келишувларнинг эстетик тарафларига- ўтказилиш жойи, кийим, стилга катта эътибор қаратадилар.

Британияликлар дипломат, анча ўйлаб иш қилувчи халқ. Америкаликлардан фарқли равишда, тинч, паст тезликдаги суҳбатни маъқул кўришади.

Лотин америкаликлар ўзини ҳимоя қилишга тайёрланишади ва келишувларни чўзишга ҳаракат қилишади.

Араб мамлакатлари вакиллари келишув жараёнида воситачиларни ишлатишни маъқул кўришади. Шунинг учун унутмаслик керакки, араб мамлакатларида спиртли ичимликлар ичиш, чўчка гўшти истеъмол қилиш ва эркаклардан унинг хотини соғлиғи ҳақида сўраш мумкин эмас, бу қатъий таъқиқланади. Араблар эга бўлган мулк ва бойликлардан эҳтиросда эканлигини яққол билдириш мумкин эмас.

Қуйида турли миллат вакиллари билан мулоқот олиб бориш тартиби тўғрисидаги тавсиялар берилади.

Моноактив маданият вакиллари билан келишувда:

1. Уларнинг асосий қадриятларига: тартиби, пунктуаллиги, озодалиги, квалификациясига ҳурмат билан муносабатда бўлинг;

2. Асосий, энг қийин саволлар суҳбатнинг бошидан оқ берилишига тайёр бўлинг;

3. Ҳаракатларингиз, кийимингиз, нутқингиз жуда озода бўлиши шартлигини унутманг;

4. Унутманг, иш олиб борилаётган вақтда айрим халқлар вакиллари ҳазилларни кўтаришмаслиги мумкин. Жумладан, немислар фақат шартнома имзолангандан сўнггина сиз билан ҳазил-хузул қилишлари мумкин.

Полиактив миллат вакиллари билан келишувлар учун тавсиялар:

1. Мулоқотларни эҳтиёткорлик билан олиб бориш тавсия этилади;

2. Сизни шошилтириб қўядиган саволлар билан диққатингизни жалб этишлари мумкинлигига тайёр бўлинг;

3. Ноформал факторлар катта аҳамият касб этади. Бунда сиз ҳамкорингизга ёқиб қолишингиз жуда муҳим саналади.

Реактив маданиятга эгалар билан мулоқот учун тавсиялар:

1. Ҳамкорингизни диққат билан тингланг ва унинг мақсадларини тушунишга ҳаракат қилинг.

2. Кутиш тактикасини қўлланг, саволларни кейинга қолдирилинг;

3. Масофа сақлашга ҳаракат қилинг.

Юқоридагилардан келиб чиқиб айтишимиз мумкинки, юртимизга туристларни жалб қилиш, уларда илиқ таассуротлар уйғотиш мақсадида туристик корхона ва ташкилотлар ходимларини психологик жиҳатдан тайёрлигини таъминлаш учун ҳатто қайта ўқитишни ҳам амалга ошириш зарурати пайдо бўладики, бу жараён албатта дунё халқлари маданиятларини ўрганиш, тадқиқ этиш ва амалда қўллаш учун дастуриламал ҳисобланади. Туристик ташкилот ходимларининг билими, малакаси чуқурлиги даромадларни максималлаштириш имконини беради.

АДАБИЁТЛАР:

1. Психология делового общения в туризме и гостеприимстве: учебное пособие / коллектив авторов; под общ. ред. Е. С. Сахарчук. — М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. — 192 с.

2. Alieva M.T. Mehmonxona menejmenti. Darslik. - T: TDIU. 2009. -275 b.

*Maxmudova N.O'., katta o'qituvchi,
Muhammedov Baxtiyor, talaba,
Buxoro davlat universiteti*

MEHMONXONADA KADRLAR SIYOSATINI SHAKLLANTIRISH YO'NALISHLARI

Mehmonxonada xodimlarni tanlashning asosiy printsipli "Kerak bo'lgan xodimni to'g'ri vaqtda, to'g'ri joyida shakllantirish"dir. Ushbu tamoyilni amalga oshirish tizimli yondashuvni talab qiladi.

Shuni ta'kidlash kerakki, mehmonxonaning rahbariyati xodimlarni ishni bajarish uchun zarur bo'lgan texnik ko'nikmalarga ega bo'lishlariga yordam berishlari kerak, ammo ularni mijozlarga va hamkasblariga nisbatan mehr va do'stona bo'lishni o'rgatish juda qiyin. Shuning uchun xodim tanlashda to'g'ri tanlovni amalga oshirish uchun barcha sa'y-harakatlarni amalga oshirish kerak.

Mehmonxonaning har bir bo'limining menejeri o'zing ish joylariga xodimlarni to'ldirish zarurligini aniqlaydi va tegishli xodimlarni mustaqil tanlaydi, yoki Xodimlar bo'limiga buyurtma beradi.

Mehmonxonada xodimlarni jalb qilish uchun quyidagi usullar qo'llaniladi:

Hamkorlar yordami bilan tanlov usuli. Hozirgi kunda bu usul Rossiyada juda mashhur bo'lib, uning mohiyati tashkilot hamkorlariga murojaat qilish, yordam so'rash va nomzodlarni o'z qarindoshlari va tanishlari orasida norasmiy ravishda qidirishga qaratilgan.

O'zini namoyon etgan nomzodlar. Mehmonxonada doimiy ravishda xatlar va fakslarni rezyumedan, shuningdek, ish qidirish bilan bant bo'lgan kishilarning telefon qo'ng'iroqlarini qabul qiladi. Mehmonxonada bu odamlarning ma'lumotlar bazasi yo'q, lekin ular o'z bilimlari va ko'nikmalarini ko'rsata olishsa ular ish o'rinlariga ega bo'lishlari mumkin.

Matbuotda reklama orqali xodimlarni jalb qilish. Bu usul, odatda, ommaviy kasblar uchun nomzodlarni tanlab olishga yordam beradi, masalan, restoranlarda ofitsiantlar zaruriyati, Mehmonxonada mehmonxonasida esa bu usul ko'proq marketing va savdo bo'limida amalga oshiriladi.

Ta'lim muassasalarida uchrashuvlar va bandlikka ko'maklashish kunlarini o'tkazish. Ushbu uslublar asosan yosh mutaxassislarni mehmonxonada sohasiga jalb qilish uchun ishlatiladi.

Internet. Global tarmoq so'nggi yillarda nomzodlarni tanlashning yana bir muhim vositasiga aylandi. Uning asosiy afzalliklari tezligi, qamrovi kengligi va nomzodlar bilan real vaqtda muloqot qilish qobiliyatidir.

Birlamchi tanlov tanlangan nomzodlarning ro'yxatini tahlil qilish va ular mehmonxonada talablariga muvofiqligi bilan boshlanadi. Birlamchi tanlovning asosiy maqsadi bo'sh lavozimni to'ldirish uchun zarur bo'lgan eng kam xususiyatlarga ega bo'lmagan nomzodlarni ko'zdan kechirishdir. Tabiiyki, mehmonxonaning turli bo'limlari uchun minimal to'siq farq qiladi. Misol uchun, agar xizmatchi uchun bir nechta chet tillarini bilish zarur bo'lmasa, unda kelgusida xizmat ko'rsatuvchi xodim uchun - kamida ikkitasi bilishi lozim .

Agar xodim tanlashda kadrlar bo'limi shug'ullanadigan bo'lsa dastlab xodimlar bo'limidagi mutaxassis va yangi ishchi bilan suhbat bo'lib o'tadi. Bunda mutaxassis

yangi xodimning tahliliy ko'nikmalarini, belgilar, hayot falsafasi, motivatsiya, ish qobiliyati sifatida nomzodning umumiy xususiyatlarini baholaydi. Agar intervyuning ijobiy bo'lsa, nomzodga bo'lim boshlig'i bilan oldidan suhbatga ruxsat beriladi va u yangi xodimga bo'lgan ehtiyojni bildiradi.

Juda kichiklarini inobatga olmaganda, mehmonxonalarda boshqa har qanday korxonadagi kabi, bir kishi barcha jarayonlarni shaxsan nazorat qila olmaydi. Ko'p hollarda mehmonxona xodimlari tarkibi quyidagilarga bo'linadi:

- Menejment siyosatini yurituvchi va boshqaruvchi jamoa – bosh menejer va asosiy bo'limlar boshliqlari

- Kichik bo'limlar boshliqlari

- Yordamchi bo'limlar boshliqlari

- Umumiy xodimlar, texnik personal va boshqalar

Bosh menejer - yuqori boshqaruv tomonidan belgilangan siyosatni ta'riflash va yuritish uchun mas'ul shaxsdir. Mehmonlarga qulay sharoit yaratishda asosiy mas'uliyat joylashtirish bo'limi menejeriga yuklatiladi.

U mehmonxonalarda xodimlar soni bo'yicha eng katta bo'limni boshqaradi. Bo'lim xodimlari mehmonlar bilan bevosita aloqada bo'lishadi.

Bo'lim menejeri bosh menejeringing eng muhim javobgarligi bo'lgan mehmonxona xonalarining kunlik faoliyatini ta'minlash ishlari bilan shug'ullanadi.

Oziq-ovqat va ichimliklar bo'limi menejeri, shuningdek, mehmonlar bilan munosabatlarini ham o'z ichiga olgan bo'limni boshqaradi. Restoranlarda, qahvaxonada, barlarda va ziyofat zallarida xizmat qiluvchi xodimlar nafaqat istiqomat qilayotgan mehmonlar bilan, balki mehmonxonaning yotoqxonalaridan boshqa barcha imkoniyatlaridan foydalanishi mumkin bo'lgan jamoatchilik vakillari bilan ham bevosita aloqada bo'ladi. Bu bo'lim, ehtimol yoshi ulug' mehmonxona egalari aytadigan "Servis bizning eng muhim mahsulotimiz" iborasini ko'rsatib beradigan bo'limdir.

Bosh muhandis binoning tashqi qiyofasi va moddiy holati bilan shug'ullanadi. Bu mehmonxonani muvaffaqiyatli boshqarish uchun kerak bo'lgan jamoaviy ishlarning kichik bir misolidir. Turli yig'ilishlar va banketlar o'tkazish uchun imkoniyatlarga ega bo'lgan yirik mehmonxonalar o'zlarining sotuv va shartnoma mutaxassislarisiz samarali faoliyat yurita olishmaydi. Inson resurslari bo'limi mijozlarga xizmat ko'rsatmaydi, tushumlar hisobini yuritmaydi, lekin mehmonxonaning samarali faoliyat ko'rsatishida muhim ahamiyatga ega.

Inson resurslari bo'limining asosiy 3 funksiyasi ishga qabul qilish, ishga tegishli ijtimoiy paketlarni boshqarish hamda malaka oshirishni tashkil qilishdir. Inson resurslari bo'limi boshlig'i mehnat qoninchiligi bo'yicha mutaxassis bo'lishi hamda boshqa bo'lim boshliqlariga maslahat bera olishi zarur.

Inson resurslari bo'limi mijozlarga xizmat ko'rsatmaydi, tushumlar hisobini yuritmaydi, lekin mehmonxonaning samarali faoliyat ko'rsatishida muhim ahamiyatga ega.

Inson resurslari bo'limining asosiy 3 funksiyasi ishga qabul qilish, ishga tegishli ijtimoiy paketlarni boshqarish hamda malaka oshirishni tashkil qilishdir.

Inson resurslari bo'limi boshlig'i mehnat qoninchiligi bo'yicha mutaxassis bo'lishi hamda boshqa bo'lim boshliqlariga maslahat bera olishi zarur.

Mehnatni baholash (performance appraisal) - xodimlarning ish samaradorligini aniqlashda - har bir xodimning individual ishlashini va uning vakolati darajasini o'lchash usuli hisonlanadi.

Mehnatni baholash - biznesni boshqarish tizimining asosiy elementlaridan biri. «Faoliyatni baholash» amaliyotidan foydalangan holda, kompaniyaning rejalashtirilgan ish faoliyatini amalda bo'lgan korrelyatsiya qilish, xarajatlarni taqqoslash va olingan natijalarni taqqoslash.

Ishlarni baholash natijalari bo'yicha kompaniya umumiy va har bir xodimning shaxsiy ishlashi haqida aniq tasavvurga ega bo'ladi. Shu sababli, aniqlangan muammolar va kamchiliklarga muvofiq kompaniyaning boshqaruv tizimini markazlashtirish va aniq sozlash mumkin.

Mehnatni baholash ikki obyektga qaratilgan:

- xodimning malakasi darajasi;
- uning ishi natijasi darajasi va sifati.

Xodimning vakolati uning shaxsiy natijalarining hajmi va sifatiga to'g'ridan-to'g'ri ta'sir qiladi. Xodimlarning malakasi darajasi baholash - markazining texnologiyasini baholashning eng yaxshi usulidir. Ushbu bo'limda siz xodimlarning ishlash darajasini va sifatini aniq o'lchash imkonini beradigan ba'zi usullarni ko'rib chiqishni taklif qilaman. Zamonaviy biznes amaliyotida xodimlarning ish faoliyatini baholash uchun asosan quyidagi usullar qo'llaniladi:

Asosiy ishlash ko'rsatkichlarini baholash

Ish natijalarini baholashning ushbu uslubi ko'plab rus va g'arb kompaniyalari orasida eng mashhurdir. Asosiy ishlash ko'rsatkichlari - muayyan xodimlar, bo'limlar, bo'linmalarning muvaffaqiyati ko'rsatkichlari bo'lib, ularning miqdori (vaqt, maqola soni, daromad, oilaviy ahvoli va hokazo) yoki sifatli ifoda (vakolat darajasi, xizmat ko'rsatish sifati).

Odatda, har bir ish jarayonida asosiy ko'rsatkichlari uchun maqsad, minimal va maksimal hajmlar (masalan, chorakda ishlab chiqarilgan qismlarning minimal miqdori, kutilgan yoki maqsad qismlari soni va chorakda ishlab chiqariladigan maksimal qismlar). Ko'pgina hollarda Asosiy ishlash ko'rsatkichlarilar har bir xodim uchun 1 yil muddatga belgilanadi va belgilangan muddat oxirida natijalar rejalashtirilgan ko'rsatkichlar bilan taqqoslanadi.

Asosiy ishlash ko'rsatkichlari tizimi sizning strategik maqsadlarga erishishingiz asosida Kompaniyaning muvozanatli ishlashi tizimini yaratishga imkon beradi.

MBB tomonidan baholash (Maqsadlar bo'yicha boshqaruv). MBB tizimining asoschisi mashhur iqtisodchi Peter Druker hisoblanadi. 1954 yilda u rahbariyatning maqsadini aniqladi - natijalarga erishdi. "Korxonada tashqi muhitda erishilgan natijalar uchun rahbariyat mavjud. Boshqaruv ushbu natijalarga erishish uchun resurslarni safarbar qilishi kerak. Menejment har qanday tashkilot - savdo korxonalar, cherkov - tashkilot tashqarisida tashqi muhitda rejalashtirilgan natijaga erishish imkoniga ega bo'lishi uchun mo'ljallangan."

Maqsadlar bo'yicha boshqarish usuli ma'lum bir davr (oy, chorak) boshlanishida Kompaniyaning xodimlari va bo'limlarida SMART mezonlariga muvofiq keladigan aniq maqsadli maqsadlar belgilanadi:

- ixtisoslashgan (**Specific**) - har bir xodim / bo'lim / bo'lim uchun aniq, o'ziga xos bo'lishi;

- O'lchovli (**Measurable**) - anglatadi (natija o'lchov birligi - qismlar, foizlar, rubl, tonna va boshqalar) aniqlash kerak;

- realistic(**Achievable**)- belgilangan muddatda erishish mumkin bo'lishi;

-natijaga yo'naltirilgan(**Result-oriented**)- harakatga yo'naltirilgan emas;

- vaqt chegarasi(**Time bound**) - belgilangan vaqtga (maqsadga erishish muddati aniqlanishi kerak).

SMART mezonlari bo'yicha shakllangan maqsadga misol: 2017 yilning uchinchi choragida A toifasidagi tovarlarni 200 ming rubldan kam bo'lmagan miqdorda sotish.

Rejalashtirilgan davr oxirida har bir xodim belgilangan maqsadlarga qanchalik yaxshi erishganligi to'g'risida hisob-kitob qilinadi. Ushbu ma'lumotlarga asoslanib, Kompaniya eng muvaffaqiyatli ishchilarni rag'batlantiradi va kelgusida xodimlarning ish faoliyatini yaxshilash uchun choralar ko'radi.

BARS (Behaviorally Anchored Rating Scale - Behavioral Rating Scale)

BARS usuli xodimlarning xulq-atvorini Kompaniya tomonidan qabul qilingan normalar va standartlarga muvofiqligini baholash uchun ishlatiladi. Odatda, bu usul o'z xatti-harakati muvaffaqiyatli ishlaydigan xodimlarning toifalarini baholash uchun ishlatiladi (masalan, texnik xodimlar). Rossiyada BARS usulini qo'llashning eng ommalashgan shakllaridan biri sirli xaridor texnologiyasi bo'lib, chakana savdoda xodimlarning samaradorligini baholash uchun ishlatiladi.

Bundan tashqari, BARS tashkilotning korporativ madaniyatini shakllantirish va rivojlantirish uchun ishlatilishi mumkin, uning ajralmas qismi bir-biriga va Kompaniya mijozlariga nisbatan xulq-atvor va xodimlarning muayyan turidir.

Umuman olganda, Kompaniya faoliyatida BARS usulini joriy etish texnologiyasi besh bosqichda tasvirlangan:

1. Kompaniya turli xil toifadagi xodimlarni biznesda (yoki kasbiy faoliyatning muayyan sohasiga) kerakli yurish-turish shakllari bo'yicha **so'rov** o'tkazadi;

2. Bundan tashqari, tartibga solish uchun kadrlarga **xatti-harakatlar ko'rsatkichlarining** umumiy ro'yxati (ijobiy va salbiy) beriladi.

3. So'ngra turli xulq-atvor turlarini tavsiflaydigan muayyan faoliyat turlariga nisbatan **xulq-atvor turlarining reyting** baholari yaratiladi: kutilganidan juda kutilmaganicha.

4. Shundan so'ng, tanlangan tarozi **besh ballik shkala** bo'yicha baholanadi. B (+1) kutilganidan yuqori bo'lgan (+2) kutilgan natijadan, C (0) kutgandan ko'ra, D (-1) kutilganidan past, E (-2) esa qoniqarli emas.

5. Ishlab chiqarilgan **xatti-harakatlar modeli** Kompaniya xodimlari samaradorligini baholash uchun ishlatiladi.

"Umumjahon standartlar" usuli. "Umumjahon standartlar" usuli ishonchliligi va ishonchliligining yuqori darajasini saqlab turishda xodimlarning samaradorligini baholashning eng sodda va eng arzon usuli hisoblanadi. Umumiy ishlash standartlari har qanday kasbiy faoliyatning uchta asosiy parametrlari asosida ishlab chiqilgan:

1. vazifalar va mas'uliyatlar doirasi;

2. vazifalar va funksiyalarni bajarish muddati;

3. Funktsiyalar va vazifalarni bajarish sifati.

Hodisaning normasi, odatda, ish tavsifida belgilangan xodimning rasmiy vazifalarini qamrab oladi. Bundan tashqari, topshiriqni bajarishning uchta darajasi - eng kam ish haqi vazifalari va ustunlik vazifalari jihatidan ajratiladi.

Umumjahon standartlari uslubining o'ziga xos xususiyati, uni qo'llash ish topshiriqlarini bajarish vaqti, ishlarining mazmuni va xodimning funktsional vazifalari bilan bog'liq emas. Bu unga qulay va ayni vaqtda samarali baholash vositasini beradi.

*Amonova D.B., o'qituvchi,
Buxoro davlat universiteti*

O'ZBEKISTONNING TURIZM TARAQQIYOTIDA EKOLOGIK TURIZMNING O'RNI

Bugungi kunda O'zbekistonda turizm keng rivojlanib borayotgan yo'nalish bo'lib, iqtisodiyotimizning rivojlanishida, aholi bandligini ta'minlashda, xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda va aholi daromadlarini oshirishga keng turtki bo'lmoqda. O'zbekistonning milliy urf-odatlarini, qadriyatlarini, ko'hna va tarixiy obidalari, betakror va jozibali arxitekturalari va milliy liboslari xorijlik mehmonlarni o'ziga jalb etmasdan qo'ymaydi. Har bir viloyatining milliy liboslari, taomlari, arxitekturasi va milliy hunarmandchilik ishlari bir-birini takrorlamasligi tashrif buyuruvchilarda katta qiziqish uyg'otadi. Bu esa, mamlakatimiz turistik salohiyatini yanada oshirishga xizmat qiladi. Turistik oqimning ko'payishiga sabab bo'ladi. Buxoro, Samarqand va Xorazm viloyatlari o'zbekistonning asosiy turizm markazlarini tashkil etadi. O'zbekistonga tashrif buyuruvchi xorijlik mehmonlarning ko'pchiligi o'z sayyohatlarining ekologik jihatlari bilan qiziqishadi. Mamlakatning ekologiyasi, etnografiyasi va geografiyasi, tabiiy hududlari: bog'lar, tog'lar, cho'llari, o'rmonlari va daryolari bilan ham qiziqishadi va bu hududlarga ekskursiya qilishadi. O'zbekistonning maxsus qo'riqxonalarida saqlanayotgan (xongul, oq dumli burgut, dilband lolasi) kabi endemik turlari sayyohlar qiziqishini yanada oshiradi. Atrof-muhitni va o'zbekistonning flora va faunasini muhofaza qilish o'zbekistonda ekoturizmni rivojlanishida va turistik oqimni ko'payishida keng rol o'ynaydi. Mamlakatimizda so'ngi yillarda atrof-muhitni muhofaza qilish, mavjud biologik turlarni saqlab qolish borasida bir qator tadbirlar amalga oshirildi. Jumladan, 2001–2005 yillarda G'arbiy Tyan-Shanning biologik turlarini asrash bo'yicha xalqaro bank– GEF loyihalari va xalqaro loyiha– Europe Aid loyihasi amalga oshirildi.[2] Bu loyihalar atrof-muhitni muhofaza qilish, tabiatni asrash, mahalliy aholini turizmga jalb qilish orqali qo'shimcha daromad orttirish bilan bevosita bog'langan.

Bu esa, mamlakatimizni iqtisodiy jihatdan aholi ko'proq yagona moddiy manba sifatida natural xo'jalikka suyanadi va shuning uchun ham chorvachilik va dehqonchilikni jadal rivojlantiradi. Mahalliy jamoaga muqobil faoliyat sifatida turizm bilan, ya'ni, mahalliy flora va faunaga, landshaftga, xalq tarixi va madaniyatiga qiziqqan xorijiy va mahalliy sayyohatchilarni qabul qilish va ularga xizmat ko'rsatish taklif etadi. Bu soha mavsumiy bo'lsa ham, aniq reja asosida, uddaburonlik bilan olib borilsa, mavsumni cho'zish, daromadni esa yil mobaynida bir xil olish mumkin. Aholi turarjoy, ovqatlantirish, transport, odatlar va hunarlarini namoyish qilish,

gidlik, himoya va xavfsizlik xizmatlarini ko'rsatadi.[1] mamlakatimizdagi ayrim ekologik muommolar o'zbekistonga tashrif buyuruvchi xorijlik mehmonlarimizga ba'zi noqulayliklarni tug'diradi, bu esa yurtimizda turizm rivojlanishida salbiy omil bo'lib xizmat qiladi. Ayniqsa, turistik salohiyati bo'yicha yuqori o'rinni egallagan buxoro viloyati o'zining ko'hna tarixiy obidalari, miniaturalari, milliy liboslari bilan turistlarni o'ziga jalb etadi, ammo, ayrim ekologik muommolari bilan turistlarga ayrim noqulayliklarni tug'diradi. Masalan, ichimlik suvi, qurg'oqchiligini misol keltirish mumkin.

Atrof-muhit tozaligi va mintaqaviy ekologik muommolarni hal etish turizm rivojlanishida, turistlar oqimini oshirishda juda katta ahamiyat kasb etadi. Chunki, atrof-muhit buzilsa va noqulay ekologik sharoitlarga chet ellik turistlar kelmay qo'yadi, bu esa mahalliy aholining daromadlariga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Masalan, buxoro viloyatida ekologik muommolarni, ya'ni aholini toza ichimlik suvi bilan ta'minlash, sho'rga, garmselga va qurg'oqchilikka chidamli o'simliklar bilan boyitish orqali viloyat iqlimini yumshatish va kislorod balansini ko'paytirish buxoro viloyati turistik salohiyatini yanada oshirishga xizmat qiladi. Bu esa aholini dehqonchilik, chorvachilik mahsulotlari bilan boyitadi, tuproq unumdorligini oshiradi. Natijada viloyatda turistik oqim oshadi, mahalliy aholi boshqa hududlardan keltirib emas, balki, o'zi yetishtirgan sifatli oziq-ovqat mahsulotlari bilan turistlarni ta'minlaydi, ya'ni, yordamchi xo'jalik (aholi uy-joy tomorqasidagi bo'sh yerlarga ekilgan sabzavot mahsulotlari) ham daromad keltira boshlaydi. Aholi imkoniyati darajasida hunarmandchilik kasblarini, dehqonchilik, chorvachilikni tiklaydi. Bu aholiga katta daromad keltiradi va aholidan katta investetsiya talab qilmaydi. Tabiatdan tartibsiz, aniq rejasiz foydalanish esa, mamlakat uchun katta zararlarni olib kelishi mumkin. Shuning uchun respublikamizda bu sohaga borasida muhim chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. qarorlar qabul qilinmoqda. Masalan, Atrof-muhitga salbiy ta'sir ko'rsatayotgan 191 ta subyekt faoliyatini to'xtatib qo'yilishi natijasida tabiatni ifloslantiruvchi 50 tonna moddalarning atrof-muhitni zararlanishini oldi olindi.[3] Tabiatga salbiy ta'sir ko'rsatadigan har qanday sanoat, qishloq xo'jaligi va boshqa korxonalar qurish taqiqlandi.

Mamlakatimizda ekoturizmni rivojlantirishga oid bir qancha qarorlar qabul qilindi. Jumladan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006 yil 17 aprelda O'zbekiston Respublikasi 2006–2010 yillarda xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risidagi PQ–325-sonli. qarorni

amalga tatbiq qilish hamda ekoturizmni rivojlantirish maqsadida Tabiatni muhofaza qilish davlat qo'mitasi O'zbekiston Respublikasida ekologik turizmni rivojlantirish kontseptsiyasi va uning yaqin kelajakdagi istiqbollari ni ishlab chiqdi. [2] Respublikada ekoturizmni rivojlantirish uchun amalga oshirilayotgan zarur chora-tadbirlar, ya'ni atrof-muhit muhofazasi va mehmonlarga noqulaylik tug'diruvchi ayrim ekologik muammolarni bartaraf etish choralari ko'rilganda O'zbekiston Respublikasi ekologik turizmi taraqqiy etgan mamlakatlar qatorida o'rin egallashida muhim ahamiyatga ega.

ADABIYOTLAR

1. Mirzayev M.A., Aliyeva M.T. "Turizm asoslari" Toshkent 2011

2. O'zbekiston Respublikasida 2006–2010 yillarda xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. 2006 yil 17 aprel.

3. Ziyonet.

*Аҳмадова З.Ш, талаба,
Бухоро давлат университети*

XIX АСР ОХИРИ XX АСР БОШЛАРИДА БУХОРО ВОҲАСИДАГИ ИПАК МАТОСИДАГИ СИРЛИ ЁЗУВЛАР

Неча асрлардинким Туркистон худудида миллий кадрятларни ўзида мужассам этган хунармандчилик анъаналари ва қатор тармоқлари ўз аҳамиятини ёқотмай илдиз отиб келмоқда бу эса авлодлар учун шарафли ифтихорли жараён ҳисобланади. Дунёнинг турли минтақаларида бизнинг она ватанимизга тарихимизга миллий анъаналаримизга ҳавас билан қарайдиган мамлакатлар учун қуёш чарақлайдиган Она Ватанимизнинг турли воҳаларида миллий урфга айланган халқаро фестиваллар тадбирлар бўлиб келяпти. Бу каби халқаро тадбирлар кишилар ҳаётида ўчмас из қолдириб келмоқда. Шундай тадбирлардан бири Шариф шаҳар Бухорода кенг миқёсда қардош халқларни ўз бағрига чорламоқда : Шу ўринда қадимдан юртимизнинг гўзал ва боқий Бухоро воҳасида хунармандчиликнинг Марказий Осиёнинг энг ривожланган мамлакати Хитойдан кириб келган ипак матолар ва уларнинг бежиримлиги бизнинг ота боболаримизнинг диққат эътиборини тортмай қолмади. Демак Буюк Ипак йўли орқали олиб ўтилган энг оммавий товарлардан бир шойи бўлиб, у дастлаб Хитойда ишлаб чиқарилган. Бу ерда қадим замонлардан буён шойи парчасидан тўлов воситаси сифатида ҳам фойдаланилган Ўрта асрларда Хитойликлар пул белгиларини шойи матода боса бошлашган. Уларнинг бу ишлаб чиқариш усули XX асргача давом этди: Цинь салтанатининг марказий молия органлари, вилоят ва шаҳарлар ғазнаси, хусусий банклар ва савдо фирмалари йирик тўловларни таъминлаш учун махсус шойи пуллар чиқаришган. XXI нинг ҳозирги Синзян-Уйғур автоном худудида 1933-1934 йилларда мавжуд бўлган Шарқий Туркистон ислом республикаси ҳам ўзининг шойи банкноталарига эга бўлган. Маҳмуд Кошғарий (XI аср) ҳам ўз луғатида: “Уйғур хонининг муҳри босилган, пул сифатида қўлланган мато парчаси етти йилда бир марта ювиб-тозаланиб, унга яна қайта муҳр қўйишган” деб қайд қилган.

XX аср бошларида Ўзбекистон худудида жумладан Бухорода ҳам шойи кириб келиши билан ўзбек халқи бу жозибадор матодан каштачилик усулида фойдалана бошлади маълум бўлишича XIX аср охири XX аср бошларида ипакдан анъанавий тарзда турли хил матолар тўкила бошланди.

Ипакдан каштачилик хунарини ўрганиш ўзининг кўп асрлик ривожланиш тарихида халқ турмуши, унинг анъанавий яшаш тарзи, урф-одати, географик ўрни билан ҳамоҳанг ривожланган.

Ипак каштачиликги хунари билан аёлларнинг деярли барчаси шуғулланишган.

Қиз бола ёшлигидан бопшаб, кашта тикишга ўргатилган.

Хунармандчилик- нинг бошқа турларида шогирдлик машаққатини узоқ муддат босиб ўтишга тўғри келса, каштачилик хунари махсус билимни талаб қилмаган. Бу хунар маҳсулотига асосий истеъмолчи хонадон ахлининг ўзи ҳисобланган. Шунинг учун ҳам каштанинг дастлабки намуналари унчалик катта эътиборга эга бўлмаган.

Аксарият ҳолларда каштачилик буюмлари бозорга мўлжалланмаган, асосан хонадон эҳтиёжини қондириш, урф-одатларни давом эттириш учун тикилган. Кашта тикаётган чеварлар қалбларидаги беғубор орзу-истакларини рангба-ранг ипак иплардан майин, нафис, гўзал нақдшар тикиб изҳор этганлар.

XIX аср II ярмига келиб, Бухоро воҳасининг жанубий ва унинг атрофидаги кўплаб қўрғонларда Бухоро каштачилик мактаблари анъаналарига яқин, ҳолда шаклланди.

Бухоро кашталари услубига кўра Сурхон воҳаси кашталари сингари, асосан, йўрма усулида бажарилган. Бухоро мактабида кўпроқ игна билан йўрма чоки бажарилганлигининг сабаби чеварлари ипак ипларни чапрост қилиб чилликда тоб бериб бажарсалар, Бухоронинг машҳур турар жойларидан бири Гиждувонда ҳам кашталари асосан оқ, кулранг, малла, табиий рангли карбос, қизил сатин, оқ сурп ва қўнғир ранг репсгатикилган бўлса, Бухоро кашталари оқ карбос, рангли адрас, шойи ва ҳисори матоларга бажарилганлиги билан фарқланади.

Каштачиликда асосан ипакдан сўзаналар, жойпўш ва жойнамозлар композицияси анъанавий марказий майдон, кенг ҳошия ва иккига тор ҳошиялардан иборат, марказий майдонда жилокор нақшлар кетма-кет ҳолатда жойлаштирилади.

Ипак билан безатилган нақшлар кенг ҳошияда асосан бир қатор қилиб тикилади. Бу нақшлар иккита тор ҳошияда бир-бирига ўхшаш геометрик “ислимий” нақш - “миандр”, “мавж” ёки “себарг”дан икки ёки уч қатор йўрма чизикдари ўтказилган. Композицияни биринчи ҳолатда асосан геометрик доиралар, “тўпбарпуплар”, буталар ва “шоҳчалар” ташкил қилади. Очик қолган жойларга барг, шоҳча, кўзача, оқтоба, айрим ҳолларда кушлар тасвири тикиб тўлдирилган. Иккинчи ҳолатда кенгга буюмининг композицияси услублаштирилган ўсимликсимон нақшлардан, яъни “бугагуп” “гуп-дарахт”, “шоҳчагуп”, “искандар печон”, “сафсаргуп”, “гуптожихўроз” ва мажнунтол нақшларидан тузилган бўлади. Бу ҳолатда кенг ҳошия марказий майдон нақдшни такрорлайди, қолган икки тор ҳошияга бироз мавҳумий ислимий нақдшар тикиб тўлдирилади. Учинчи ҳолатда катта буюмга бошдан - оёқ геометрик ўрама нақш “жингалак”, “қўш-қўрак”, “таштак”, “ангури” нақдшари билан тикилади.

Композицияни бойитиш мақсадида улар орасига ондасонда “сафсаргуп” туширилган ҳолларини учратамиз. Ипак кашталарда иссиқ ва совуқ ранглар қарама-қарши асосда қурилган.

Ипак кашталардаги тасвирлар рамзий маънога эга бўлиб, чеварларнинг осмон жисмлари, сув ости дунёси, ўсимликлар оламига ўзгача ёндашганликларини кўрамайди. Тўртинчи ҳолда кашта буюмларини араб ёзувида форсий ва туркий тиллардаги байтлар тикиб безатишган.

Одатда йирик кашта буюмлари нус халарини махсус тажрибага эга бўлган

чизмакаш - нусхачилар чизишган. Чизмакаш накдшарни “ранги сиё” - қора табиий бўёқ билан чизган. Кашта композицияси чизилаётганда, матоҳ яхлит тахта қилиб тикилгач, унинг диоганаллари бўйича қатлаб, маркази топилган, кейин асосий майдон ва кенг хошияга ажратганлар.

Ҳар бир кашта нусхасини яратиш чизмакаш учун ижодий жараён ҳисобланган. У ҳеч вақт тайёр улгуцан нусха кўчирмаган. Аммо у кашта нусхасини каштачига ҳам чизма тарикасида бермаган. Унинг хунари илоҳий сирга эга деб ҳисобланган. Каштачи тикиш осон кечиши учун тахтани бўлақларга ажратиб тикишга киришган. Агар бўлақлар каштачилар орасида тарқатилса, тикиш услуби келишилиб, танланган иплар асосан ипак иплар рангларига қараб, ўзаро тарқатилган. Баъзан нақшларни ранглари нусхачи (чизмакаш) томонидан белгилаб берилган ёки иплардан оз-оздан накдшарга игна билан кўклаб-тикиб қолдирилган.

Каштачи чеварлар кангга тикиш пайтида эркинликка эга бўлишган, айрим гул ва нақшларни тикишда асосий ранглардан ташқари қушимча ранглар ўйинини қилишган. Айрим ҳолларда баъзи унсурларни тикмай қолдиришган. Нақш унсурларини тикмасдан қолдиришнинг маъноси, каштачи чеварга кўз тегмасин, унинг хунарини келгусида фарзандлари давом эттириши учун ҳам шундай қилинган.

Ипакдан тикилган сўзаналар асосан ранг-баранг “гул-бута”, “гул даста”, “тупбарггул” накдшари билан безатилган. Гуллар, ўсимликлар, ҳайвонлар, қушардан таркиб топган нақшлар табиат тимсоли накдшари Бухоро анъанавий кашталарида кўп иншатирилган. Бухоро воҳасидаги каштачилар рангларни маҳаллий тилда қуйидаги номлар билан аташган. Пистоқи - яшил ранг, нофармон - сиёҳ ранг, нилоби - кўк ранг, ширчойи - гулоби ранг, гилоси - тўқ кўзил ранг, жигари - тўқ қўнғир ранг, кабути - яшил ранг, сиёҳ - қора ранг, зард қизил ранг, хокистар - кул ранг шулар жумласидандар.

Ипак ипларни табиий бўёқларга бўяш учун ип калавалари аччиқ тош (зоп) эритилган сувга солиб қўйилган, кейин тозалаб олинган рангга солиб қайнатилгач, сиркали сувга ботириб олиб қуритилган. Қуритилган ип қайта калава қилинаётганда “хор-чўп”-силлиқ таёқча билан текисланган. Текисланган ип игна тешигидан яхши ўтган ва кашта сатҳида яхши юрган, бигизга яхши илинган. XX аср бошларига келиб, табиий ранглар ўрнини анилин бўёқлар эгаллади. Кашта матоҳдари фабрикада тайёрланган турли рангли сатин, фаранги, репс, бўммази, шатлонка ва бошқалар ташкил қила бошлади. Бухорода ипак кашталари ўзининг майин рангларини сақлаб, тез, ёрқин, офтобда товланадиган тез кўзга ташланадиган ёрқин рангларни кўпроқ ишлата бошлади.

Умуман олганда XIX аср охири XX аср бошларида Кўҳна ва Боқий Бухоро воҳасида ипак матоларга сайқал бериш Туркистон ҳудудидаги бошқа воҳа хунармадларнинг хунарига қараганда моҳирона дид нозикчилиги муштаррак этганлиги ва ипак матолардан янгича кўриниш акс этган маҳсулот яратишлари билан фарқланиб турганлар.

Адабиёт:

1. Муҳаммад Наршахи. История Бухары 1897

2. Мукминова Р.Г. Очеркипо истории ремесла в Самарканде и Бухаре в XIX- XX веке. Ташкент 1976

Rashidov N.E., Elmurodov U.N., Elmurodova N.N.
O`zbekiston Respublikasi Buxoro shahri

TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA BIOLOGLARNING O`RNI

Hozirgi vaqtda respublikamizda turizm sohasida sezilarli darajada siljishlar yuz bermoqda, turizm infrastrukturasi rivojlantirishga alohida ahamiyat qaratilmoqda. Mazkur sohadan davlat buydjetiga tushayotgan daromadlar ko`payib, faoliyat yuritayotgan turfirmalar va agentliklar soni ortmoqda. Shuningdek, turistlarga xizmat ko`rsatuvchi mehmonxonalarning xizmat ko`rsatish sifati va soni bo`yicha ijobiy korsatkichlarga erishayotgani, turli ko`ngilochar joylar, dam olish maskanlari barpo etilayotgani quvonarli hol, albatta. Bu borada avvalo, sayyohlik firmalari va agentliklari tomonidan xorijda reklama ishlari olib borilishi, turli xalqaro sayyohlik ko`rgazmalarida yurtimiz sayyohlik firmalari hamda agentliklarining faol ishtirok etishi chet el aholisi-ning qiziqishini yanada oshishiga sabab bo`ladi. Ularni jalb etishdan tashqari, hozirda mavjud sayyohlar oqimini qoniqtiradigan darajada xizmat ko`rsanilishi, yurtiga qaytgan sayyohlar tomonidan hamyurtlariga ham bu haqda turli ma`lumotlar va tavsiyalar berilishi orqali tashqi turizmni yanada rivojlantirish, sayyohlar oqimini yanada ko`paytirish mumkinligi jahonning turizm sohasida tadqiqotlar olib borilayotgan marketing va menejment xizmatlarida ham eng asosiy yo`nalish sifatida tavsiya etilgan. Bunda nafaqat sayyohlik firmalari hamda agentliklari tomonidan ko`rsatilgan xizmatlarga, balki, mamlakatimiz ichida ham yuqori darajada xizmatlarning ko`rsatilishi, ayniqsa, ekskursiya davomida ekskursavod va gidlarning o`zini tutishi, bilim darajasi, odob-axloqi hamda har tomonlama xalqaro standartlarga javob bera olishi, yuqori kvalifikatsiyaga ega ekanligi ham alohida ahamiyat kasb etadi [1].

Shu o`rinda ta`kidlash joizki, rivojlangan xorijiy mamlakatlarda sayyohlarga ma`lumot beruvchi fsiy mutaxassislar oily ta`lim muassasalari diplomlariga ega bo`lib, ular shu bilan birga, turli treninglar va malaka oshiruvchi tadbirlarda faol ishtirok etib turishi shart etib belgilangan. Bu ularning doimo har qanday sharoit va vaziyatda tayyor turishlari, shu bilan birgalikda, ularning maxsus bilimiga ega bo`lishlari, maxsus ruxsatnomaga ega bo`lmagan boshqa yo`nalish mutaxassislaridan foydalanish darajasining keskin kamayishigaolib keladi. Shu orqali bir tomondan ham ish mavsumiy bo`lsada qo`shimcha ish o`rinlari yaratilishi, ikkinchi tomondan sifatli xizmat ko`rsatilishiga erishish mumkin.

Biror hudud yoki mamlakat haqida to`la ma`lumot bera olish uchun nafaqat shu mamlakatning tarixi, uning tarixiy obidalari, balki, tarixiy-geografik rivojlanishi, joylashuvida o`simlikliklar dunyosida doriborlik xusisiyatiga ega bo`lgan, tarkibida efir moylari, alkaloidlari, monasaxaridlari, turli xil rang beruvchi va inson sog`ligi uchun ehg muhim bo`lgan vitaminlarga boy bo`lgan turlarining ko`pligi, hayvonot olamining rang barangligi, uning turli-tuman obektlari joylashuvida bio-geografik o`rinning muhumligi, bu joylashuv uning tarixiy taraqqiyoti, turli rivojlanish davrida

turli omillarning o`zaro ta`sirlashuviga sabab bo`lishi barchamizga birdek ma`lum, albatta[2].

Shu o`rinda, yosh mutaxassislarimiz ko`pchiligi filologiya yoki qisman tarix yo`nalishi mutaxassislari ekanligi bio-geografik bilimlarni turizm sohasining tegishli qismida etishmayotganini ko`rsatadi. Gidlar sayyohlarga sifatli xizmat ko`rsatishlari uchun nafaqat tarixiy obektlarimiz haqida, balki, yo`l davomida ular talabiga binoan turli ma`lumotlar, masalan, o`zbek milliy urf-odatlari, to`y mfrosimlari, aholi milliy tarkibi, ularning o`ziga xos jixatlari, Ozbekistonning viloyatlari, ularning go`zal tabiatining o`ziga xosligi va mehmon do`stligi bilan ajralib turishi, iqtisodiyotining rivojlanishi va unda etakchi viloyatlar, ulardagi yangi qurilgan va qurilayotgan bino, inshoot va korxonalar, milliy kiyimlarimiz, bayramlarimiz va boshqa yutiqlarimiz to`g`risida ma`lumot berib borishlariga to`g`ri keladi. Hozirda esa bunday mutaxassislar soni ancha kamchilikni tashkil etib, ular o`z ustida qo`shimcha ishlash evaziga o`z faoliyatlarini olib bormoqda.

Chunki, tilshunoslik, tarix, biologiya, geografiya, o`lka madaniyati haqida to`liq bilimga ega bo`lish katta vaqt talab etib, nafaqat, o`z ustida ishlash, balki shunday ta`lim sohalarining mavjud bo`lishini talab etmoqda. Ko`p hollarda tashrif buyrgan sayohning O`zbekiston tarixi hamda madaniyati haqidagina bilimga ega bo`lib qaytishi kuzatilmoqda. O`zbekistonga o`xshash yosh mustaqil, jahonga tanilib borayotgan mamlakatlar uchun eng katta rolni reklama roliklari, ko`rgazmalardan ham ko`ra ko`proq sayyohlar o`ynashini hisobga olsak, ularga faqat tarixiy ma`lumotlargina emas, tabiiy va iqtisodiy-geografik, o`lkashunoslik ma`lumotlarini berish, yurtimizning eng diqqatga sazovor maskanlarini, erishayotgan yutuqlarimizni ko`rsata bilish va shu orqali yurtimizni xorijga tanitishimiz, kelgusida ularning yana qaytib kelishini yoki hamyurtlariga O`zbekistonga bo`lgan qiziqishini uyg`ota olishlari alohida ahamiyat kasb etadi. Bunday kompleks ma`lumotlarni tarix va xorijiy tilni yaxshi o`zlashtirgan biolog bera oladi, turizm sohasida ularning o`z o`rni bor. Biologlar o`lkani, joy xususiyatlarini yaxshi biladi, voqea-hodisalarni bir-biri bilan bog`lay oladi. Chunki, turizm har qanday mamlakat uchun kam xarajat bilan katta daromadni qo`lga kirituvchi soha bo`lganligi sababli rivojlangan davlatlarda ham mazkur sohaga e`tibor bilan qaraladi.

Adabiyotlar ro`yxati

1.Samadov T.R. Turizmni rivojlantirishning dolzarb masalalari. Konferentsiya materiallari.Toshkent: 2004.24-26 b.

2.Xolmatov X.X., Habibov Z.X., Olimxo`jaeva Z.N. O`zbekistonning shifobaxsh o`simliklari. Toshkent: "Ibn Sino" nashriyoti. 1991. 208 b.

*Шомуродов О.Н., ўқитувчи,
Бухоро давлат университети*

ШАРҚ МИНИАТЮРА МАКТАБЛАРИНИНГ ЮЗАГА КЕЛИШИ ТАРИХИ

Жахон маданияти тараққиёти тарихида Шарқий Арабистон халқлари санъатининг ҳам муҳим ўрни бор. Халифаликнинг (Сурия, Миср, Фаластин,

Шимолий Африка, Эрон, Ўрта Осиё, Жанубий Испания) кўпгина шаҳарларида ривожланган Ўрта аср араб маданияти инсониятнинг прогрессив ривожланишида Янги бир босқич бўлди.

Шарқий Арабистон халқларининг асосий хизмати шунда бўлдики, улар кейинги авлодларга антик грек-рим маданиятининг кўпгина ютуқларини сақлаб қолиб, уни ривожлантирган ҳолда етказиб келдилар.

IX-XIII асрлар давомида Яқин ва Ўрта Шарқ мамлакатлари, Эрон, Озарбайжон ва Ўрта Осиё халқлари бир-бири билан узвий алоқада бўлиб келганлар. Бокдод, Шероз, Табриз, Самарқанд каби шаҳарлар маданияти ва тараққиётнинг маркази бўлиб, ўзларининг кўзга кўринган олимлари, шоирлари, ҳамда фан ва маданият ўчоқлари билан бутун дунёга танилган эдилар.

Тасвирий санъатнинг ривожланишида тирик жонзотни тасвирлашни ман этган ислом дини маълум даражада тўсқинлик қилади. Аммо бу қаршиликлар тасвирий санъатнинг умумий тараққиётини бука олмайди.

Мана шу таъқиқланган ишлар натижасида Шарқий араб мамлакатларида дастгоҳлик тасвирий санъатнинг ривожланиши бирмунча қийин бўлади. Унинг ўрни эса қўлёзма китобларга ишланган безаклар-миниатюра санъати эгаллайди.

Миниатюрани юзага келишида ривожланиш араб тилида бадиий адабиётнинг равнақи, китобнинг қадимдан илму маърифат манбааи сифатида юксак қадрланганидан далолат беради. Миниатюра каллиграфия, саҳифаларни зийнатлаш, муқова беағи билан бир қаторда қўлёзманинг энг асосий мураккаб декоратив элементларидан бирини ташкил қилар эди. Миниатюранинг асосий ахамияти текст мазмунини тушунтириш ва умуман олганда дунёвий характерга эга бўлган асарларни безашдан иборат эди. Асосан проза, поэзия, илмий трактаталар, тарихий хроникалар акс этган асарларга миниатюра ишланган. Улар орасида «Калила ва Димна» хикоялари грек врач Диоскоритнинг «Фармология», Рашидиддиннинг «Жамъиут таворих» асарлари бор эди.

XIV аср охирида Эрон миниатюра санъатида Шероз мактаби юзага келади. Жанубий Эроннинг бу шаҳри машхур шоирлар Саъдий ва хофизнинг ватани бўлмиш Шероз бир неча асрлар давомида маданият ва санъат маркази бўлиб келади. Адабиёт, шеърият ва ранг тасвир барқ уриб ривожланади. 1370 йилда «Шохнома» асарига ишланган иллюстрация Шероз миниатюрасининг илк намунаси. Бу асар композициясининг жуда ҳам соддалиги-бир оз примитивлик, манзара фонларнинг ривожланмаганлиги, бўёқлар уйғунлигининг сустлигидан далолат беради. Шунга қарамасдан Шероз мактабининг биз учун аниқ лўнда ва айни вақтда ўта соддаликни кўрамай. Тошкентдаги Шарқшунослик институтида XIV асрнинг иккинчи ярмига тегишли Амир Хусрав Дехлавийнинг «Хамса» асари қўлёзмаси сақланмоқда. Бунда иллюстрацияларда лирик сюжетлар асосий ўринда туради. «Шохнома» миниатюраларига яқин бўлишига қарамасдан бу ерда услубнинг анча етуқлиги кўзга ташланади. Кам фигурали композициялар ранг жихатидан жуда гўзал бўлиб чизиклар ранглар мутаносибликда ритмик уйғунликка эга, нафислик билан соддалик узвий боғланиб кетган.

Шероз мактаби учун хос яна бир хусусият манзара асар яратишга кучли қизиқишдир. Бу ерда манзара тасвирига биринчи марта катта эътибор берилганини, унинг конкретлаштирилганини кўриш мумкин.

XIV асрнинг биринчи ярмида Шерозда китоб санъати юксак даражада ривожланади. Миниатюрнинг бадий тили бойиб, етукликка эриша бошланди. 1410 ва 1420 йилларда «Форс шеърятти мажмуаси» ва 1425 йилдаги «Шохнома» қўлёзмалари қизиқарлидир. Шероз хоками Искандар Султон учун яратилган «Мажмуа» миниатюраларда Низмий достонидаги бош қаҳромон Хусравнинг мураккаб образи икки аспектда ёрқин тасвирланган. Хусрав-ботир ва жасур қаҳромон, шу билан бирга айшу ишратга, кайфу сафога берилган хоким. Аммо афсуски, номаълум рассом томонидан яратилган бу асарда образнинг барча хамма қирралари тўла ечиб берилмаган бўлсада, поэманинг эмоционал рухига бирмунча яқинлашилган.

Шероз миниатюрасининг яна ўзига хос хусусиятларидан бири «Шохнома» иллюстрациясидаги чизгилар одамлар ва хайвонлар характериани жуда аниқ қилиб тасвирланган.

Адабиётлар рўйхати

1. А.Мадалиев, Н.Норматов. Шарқ миниатюра мактаблари. Тош. 1979 йил.
2. Г.Пугаченкова. Ўрта Осиё миниатюралари. Москва. 1979 йил.
3. П. П. Шабаратов. “Миниатюра” маърузалар матни. Тошкент. 2000 йил.

Абдуллаев К.Ф.,

Бухара.Ўзбекистан

НАЦИОНАЛЬНОЕ РЕМЕСЛО - КАК ФАКТОР РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В БУХАРЕ

Ремесло - одна из наиболее древних форм производственной деятельности человека, которую можно определить, как мелкое ручное производство, основанное на применении ручных орудий труда и личном мастерстве работника, позволяющем производить высококачественные, часто высокохудожественные изделия.

Ремесло- национальное отражение узбекского народа, отрасль, которая имеет почётное место на мировом уровне. Почитание профессий, которые передаются из поколения в поколение священный долг каждого жителя такого прекрасного государство.

В нашей стране издревле было хорошо развито ремесленничество. Традиции изучения ремесел с детства, стремление приносить пользу людям стали национальными ценностями нашего народа. На протяжении столетий увеличивались виды народных промыслов, обогащались новыми стилями и школами. Сегодня в нашей стране насчитывается 34 вида ремесленнической деятельности.

Бухара на протяжении ряда веков являлась центром ремесленничества. На протяжении ряда веков географические, политические и экономические преобразования по-разному влияли на развитие ремесел. Однако в Бухаре

развитие народных ремесел не прерывалось ни при каких обстоятельствах, и Бухара оставалась центром ремесленничества. Здесь развивались основные виды традиционного узбекского декоративно-прикладного искусства: керамика, чеканка по меди, ювелирное дело, золотое шитье, резьба и роспись по ганчу. Архивные документы показывают, что даже когда в XX веке происходило повсеместное, в том числе в регионах Бухары, вытеснение ремесленных мастерских промышленностью, в наименьшей степени от этого пострадало бухарское ремесло.

В развитии бухарских народных ремесел определяющую роль сыграли такие факторы, как хранение традиций, семейные династии, наследственный характер ремесел, использование природного материала, индивидуальный, творческий подход к изготовлению каждого изделия, поиски новых творческих идей. Дивное использование богатого опыта наставников пожилого возраста, юный возраст учеников.

Благодаря созданным в годы независимости условиям в целях возрождения и преумножения национальных ценностей открылась широкая дорога и для нового расцвета ремесленничества. Была организована Республиканская ассоциация «Хунарманд» с отделениями на местах. Если в былые времена мастера и ремесленники сталкивались с различными трудностями и преградами в демонстрации и реализации своих изделий, то сегодня в каждом районе и городе созданы центры ремесленников, на рынках и в торговых комплексах - специальные торговые ряды.

Поддерживаются династии ремесленников, особенно в плане передачи секретов мастерства молодежи на основе традиций "Мастер-ученик".

Неслучайно Президент нашей страны Шавкат Мирзиёев уделяет особое внимание вопросам дальнейшего развития ремесленничества, всесторонней поддержки народных мастеров.

Развитие народных ремесел является одним из движущих сил развития туризма, повышения престижа страны.

В старине, в поисках знаний люди путешествовали на запад и на восток. А сейчас для изучения промыслов люди приезжают в Бухару. Тот факт, что жители таких стран как, США, Германия, Италия, Япония, Чехия, Франция, Афганистан, Таджикистан доказывает многогранность и распространенность узбекского ремесла. Более 10 ремесленников были удостоены сертификата ЮНЕСКО «Опытный мастер», ещё 50 ремесленникам за их вклад были удостоены «Сертификатами качества» от международной организации ЮНЕСКО и КАКСА. За последнее время более 20 ремесленников участвовали в многочисленных выставках и конкурсах и были награждены различными дипломами, сертификатами и грантами. Больше не в одной стране мира не уделяется такого внимания, народному промыслу как в Узбекистане, у них не берутся налоги и предоставляются всеми условиями для творчества. Такого внимания к народному промыслу нет даже в соседних с Узбекистаном Республик. Ремесленники из этих государств смотрят на них восхищением.

Были основаны «Гиждуванский центр гончарства» в городе Гиждуван, «Центр Ремесленников» в городе Вабкент, «Центр вышивки» в городе

Шафиркан, «Бухарский золотошвейный центр», «Бухарский центр шелковых ковров», «Бухарский центр скульптуры и чеканки» в городе Бухара, помимо этого в средней школе №23 были открыты классы с ремесленным уклоном. Для того чтобы ремесленники свободно могли продавать свои изделия на базарах всех городов и районов Республики были организованы «Ряды ремесленников». Изготовленные изделия выделяются своей низкой ценой и высоким качеством.

Узбекистан во все времена был притягателен для иностранцев. Архитектурные памятники вместе с уникальным народным творчеством привлекают туристов, бизнесменов, работников науки и искусства.

Поэтому ремесленничество важное звено с точки зрения развития туризма, а также поднятия престижа национальной культуры на международной арене. Ремесленничество, как деятельность с большим экспортным потенциалом, приобретая экспортную направленность, будет способствовать экономическому росту и увеличению объемов внешнего товарооборота.

В современных условиях ремесло обогащается новыми знаниями, материалами и технологиями, а также новыми возможностями коммуникации, кооперации и специализации. Все эти качества позволяют вписать ремесленничество в систему инновационной экономики, которая строится в современном Узбекистане.

Литература

1. Булатов С.С. Ўзбек халқ амалий безак санъати: ўқув-методик қўлланма/. -Т.: Мехнат, 1991. -384 с
2. Чупин Ю.Н., Новые этапы развития ремесленной деятельности: - Екатеринбург.:2016. 62 с

*Муסיнова А.С., ўқитувчи,
Бухоро давлат университети*

МИС КАНДАКОРЛИК САНЪАТИНИНГ ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШДАГИ ҲИССАСИ

Хозирги кунга келиб Ўзбек халқ амалий санъатида яратилган махсулотларга халқимиз ҳамда давлатимиз меҳмонларининг талаби ниҳоятда катта бўлди. Бу махсулотлар нафақат инсон эҳтиёжини қондириш, балки уларга эстетик дидини юксалишига, ўзбек халқининг маданиятини янада юксалтиришга муҳим роль ўйнайди. Амалий санъат буюмлари аввалам бор, одамларга бадиий ва эстетик завқ беради. Гўзаллик туйғусини ривожлантириш, юксак эстетик дидини шакллантириш, санъат асарларини, тарих ва архитектура ёдгорликларини, табиат гўзалликлари ва бойликларини тўғри тушуниш ва қадрлаш маҳоратини ривожлантиради.

17.11.2017 йил Ўзбекистон Республикаси Президентининг ПФ-5242-сонли “Хунармандчиликни янада ривожлантириш ва хунармандларни ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш чора-тадбирлари” тўғрисидаги Фармони эълон қилинди.

Фармонга асослаб Ўзбекистон халқларининг бой маданий мероси ва тарихий анъаналарини тўлиқ сақлаб қолиш ва кўпайтириш, миллий ҳунармандчилик, халқ бадиий ва амалий санъатини янада ривожлантириш, ҳунармандчилик фаолияти билан шуғулланувчи фуқароларни ҳар томонлама кўллаб-қувватлаш бўйича мақсадли ва комплекс чора тадбирларни амалга ошириш, шу асосда аҳоли, айниқса ёшлар, аёллар ва кам таъминланган оилалар бандлигини таъминлаш мақсадида қатор чора-тадбирлар белгилаб мақсад қилиб қўйилди.

Шу мақсадда БухДУ Туризм факультетида ҳам амалий санъатнинг бир тури бўлмиш мис кандакорлик санъати фан сифатида ўргатилиши жараёнида талабалар билим доирасини кенгайтириш билан бирга катта тарбиявий жараён босиб ўтилади.

Айниқса, миллий анъаналаримиз, урф-одатларимиз, кадриятларимиз асосида давлатимизнинг буюк келажаги бўлмиш ёш авлодга чуқур билим бериш ўқитувчидан юксак қобилиятни ва ишчанликни талаб қилади²⁸.

Кандакорлик - бу олийжаноб ҳунар. Кандакор ва темирчининг фарқи, бу - наққош, ўймакор ва устанинг фарқидир. Кандакор бир кўза офтобани яшаш учун нафақат қуювчи, балки темирчи, кандакор ва металлга ишлов берувчи, ўймакор ва бўёқчи бўлиши керак.

Маиший мақсаддан ташқари мис ва жездан ишланган кандакорлик идишлари Ўзбекистонда бадиий хусусиятлари туфайли доим юксак баҳоланган ва жовонларнинг энг гўзал безаги бўлган.

Мисгарлик маҳсулотлари хонадон эгасининг ўзига тўқлигини ва мансабдорлигини билдирган. Металлни қайта ишлаш санъати сополчиликдан сўнг ривожланган энг қадимий санъат турларидан бири ҳисобланади. Бизгача бу бадиий санъатга тенг ҳунарнинг бир нечта қадимий намуналари етиб келган. Улардан энг қадимийларини археологлар мил.авв. 4-мингликка тегишли деб ҳисоблашади. Биз биламизки, бу давр тарихда «Бронза даври» номини олган. Металлни қайта ишлаш санъати ўрта асрларда ўз ривожининг энг юқори чўққисига эришган, айниқса, Темурийлар даврида.

Шундай, ўтган асрнинг 70-йилларида Самарқанд марказидаги Регистон майдонида олиб борилган археологик ишлар натижасида ўрта аср кандакор усталарининг меҳнат намуналари топилди. Топилган буюмлар ўртасида ўсимлик ва геометрик услубдаги босма нақшли безаклар билан безатилган тилла рангли бронза идиш бор.

Бази идишларда эса ёзувлар ва олтин нақшлар билан безатилган. Кўплаб бронзадан ясалган буюмларни тақдири осон кечмади. Қадимда бронза нафақат бадиий хусусияти учун кадрланган, балки бу сармоя тури эди. Бу қиммат металлни кераклигида бемалол танга куйишда ишлатиш мумкин бўлган. Қадимда шундай ҳам бўлган, айниқса, 16-17 юзйилликда мис бронзани ўрнини

²⁸ А. Холиқов, Педагогик маҳорат. Тошкент «IQTISOD-MOLIYA»

эгаллайди. 19-асрнинг ўрталарида мисгарлик маҳсулотларини ишлаб чиқариш санъати ўз ривожини чўққисига етди. Фақатгина Бухоронинг ўзида – 400 та мисгар, Хивада – 200 та мисгар бор эди.

Мисга ишлов бериш марказлари сафига Тошкент, Самарқанд, Қўқон, Марғилон, Қарши, Шахрисабз ҳам киради. Усталар томонидан ясалган Кандакорлик буюмлари нафақат маиший хизматлар учун, балки турли диний маросимлар учун ҳам ишлатилган. Булар орасида офтоба, чойидиш, мис коса, мис лаган, мис кутичалар, чилим чекиш учун мосламалар, сиёҳдонлар, иссириқдонлар бўлиб, улар босма нақшлар билан безатилган. Бу анъанавий шакллар ҳозир ҳам кандакор усталарнинг санъат асарларини безаб туради.

Олимларнинг айтишича, Ўзбекистон мисгарлик идишлари ва Шарқий Туркистон, Хиндистон, Эрон, Туркия, Кавказ мисгарлик буюмлари билан ўхшаш хусусиятлари бор. Бу факт Ўрта Осиё давлатларининг Буюк Ипак Йули ўтадиган кўпгина мамлакатлар билан савдо ва маданий алоқадор бўлганлигини билдиради.

Ўзбек кандакорлиги ўзида ўймакорликнинг турли услубларини мужассамлаштиради. Бундан ташқари, ўзбек усталари маҳсулотнинг қопқоғи, дастаси ва таглигини бажаришда кесма ўймакорлик услуги шабакани қўллашади.

Кандакорлик маҳсулотини тайёрлаш учун ўтган асрлардаги сингари кандакор уста мис бўлаги ёки жез (мис вар рух қотишмаси) дан фойдаланадилар. Ҳозирги кандакор усталарнинг асбоб-ускуна жихозлари ўрта аср усталариникидан фарқ қилмайди. Ўрта асрда фойдаланган асбоб – ускуналардан бугунда ҳам фойдаланишади. Оддий ва қийин бўлмаган асбоблар ёрдамида кандакор санъат асари яратади.

Мохир устанинг масъулиятли иши учун унга болға, омбўр, қисқич, эгов, қайчи керак бўлади. Ўймакорлик ишлари қаттиқ металлдан ясалган турли хил нақш қаламлар билан амалга оширилади. Яна асбоб тўпламларига уларни чархлаш учун ишлатиладиган қайроқ тош киради.

Маҳсулотни сиртки кўринишини яхшилаш учун уста паргор циркулдан фойдаланади. Наққошлик санъатидан хабардор мохир усталар нақш безакни тайёр маҳсулотга чиза бошлайдилар. Кандакор ишлаётганда маҳсулотни юмшоқ ёстикқа қўйган холда паст ёғоч столга ўтириб ишлайди. Қиздирилган металл парчасини керакли маҳсулот шаклига кириши учун ўра бошлайдилар. Кандакорликда баланд кўза ясаш учун дастлаб уни қум билан тўлдиришади. Иш охирида уста нақшнинг четларини теккислайди, тенглаштиради, ранг беради, нақшнинг устини силлиқлайди. Идиш ва косаларнинг ичи оқартирилади. Маҳсулотнинг тақдири тўла-тўққис устага боғлиқ.



Уста ўз кўлидаги материални мукаммал билиши ҳар ҳил шакли идишларни ясаб билиши ва уларни турли хил нақшлар билан безаш, қопқоқ учун гумбазли кубба ва офтоба учун шакли дасталар ясаб билиши лозим.

Қадимда бронза қўйишнинг ўзи металга ишлов беришнинг алоҳида тармоғи ҳисобланган. Катта микдорда узуклар, эшикка дасталар, қамар тукалари, узангилар, эгар-жабдук, тугмалар, туялар учун қўнғироқлар ясаиб Буюк Ипак Йўлидаги карвонларда сотилган. Кандакорлик маҳсулотлари арнаментига усталар кўпроқ ўсимлик ва геометрик шакли нақшлардан фойдаланишган. Хайвонлар тасвири эса камдан-кам ишлатилган. Бу элементлар шундай номланади: чашми булбул, қўчқороқ, капалак, илон изи. Катта безакларда асосан геометрик шакли нақшлардан фойдаланилади. Буларнинг асосида қадимий меъморий шакллари ётади, масалан, ғишт, меҳроб, занжир. Ранг беришда майин синиқ чизиқли нақшлардан кенг қўлланилиб, вертикал ва горизонтал чизиқли композициялар кенг тарқалган.

IX аср охири – XX аср бошларида кандакорлик идишларида ёрқин рангдаги сирли бўёқлар пайдо бўлган ва шу бўёқлар устига қимматбаҳо тошлар ёки рангли шишалар безак сифатида қўлланилган, бу эса ўз навбатида маҳсулотни жозибадорлигини ва жонлилигини оширган. Ушбу хунарнинг билимдонлари уни маҳсулотнинг безаги, ранги, нақшнинг чуқурлиги ва рельефига қараб Ўзбек кандакорлигининг вилоятлараро турлилигини фарқлашган.

Хивалик мисгарлар сув учун ён атрофлари қалин, баъзан эсакиррали идишлар ишлаб чиқаришган. Бу вилоятда нақшнинг рельефи бошқа вилоятларга нисбатан чуқурроқ бўлиб, қора рангли бўёқ билан бўяшган. Ўсимлик нақши бўлмиш ислимидан ташқари бошқа турдаги мураккаб шаклдаги нақшлар ҳам қўлланилган, бу буюмнинг жозибадорлигини оширган.

Қарши ва Шахрисабз хунарамандчилик маҳсулотлари турли хил шаклдаги ўйма нақшлари билан фарқланади. Асл кўринишдаги Қарши офтобаси шарсимон шакли ва майин дастаси билан машҳур. Ювиниш учун усталар ўзига хос тўзилишдаги чиғанок кўринишида бўлган идиш ишлаб чиқарганлар. Шахрисабзлик усталар кандакорлик идишларини безатишда қўшимча пластинкалар, феруза босилган медальонлар, рангли шишалар ва рангли бўёқлардан фойдаланишган.

Қадимдан бухоролик усталарнинг кандакорлик маҳсулотлари энг машҳурлардан ҳисобланган. Бухорода таҳорат учун кўзалар, сув учун идишлар ва чойнаклар ишлаб чиқарилган. Бухоролик усталарнинг ўймакор нақшлари чуқурроқ бўлган. Ўсимлик шаклидаги безаклардан ташқари, маҳсулотни хаттотлик ёзувлари безалган. Бухорода машҳур Кандакорларнинг авлодлари бўлмиш Саид Фаёзов, Махмуд Ғуломов, Содик Мусинов яшайдилар. Уларнинг меҳнат намуналари кўпгина мамлакат музейларида учратиш мумкин. Бу ернинг машҳур маҳсулотлари мис лалилар бўлиб, улар дасти нақшлар ва Бухоронинг меъморий ёдгорликлари тасвири билан безатилади.

Самарқанд кандакорлиги охириги юз йилликларнинг бадиий анъаналарини сақлаб қолган. Самарқанд чой идишининг шакли Ўзбекистоннинг бошқа худудларидагидан фарқ қилади. Идишнинг дасталари жимжимадор шаклда ясалиб майин турли безаклар билан безатилган. Металлни қайта ишлашнинг қадимий марказларидан бири Фарғона воҳаси ҳисобланади. Марғилонлик усталар сув ва чой идишларига сеvimли бодомсимон нақш калампирни чизишади. Фақат Фарғонада анъанавий мис лампалари ва шамдонлари ишлаб чиқаради. Мис маҳсулотлари орасида узун ва келишган ўрдак шаклидаги офтобалар учрайди. 19-асрнинг охирида Кўқон усталари Ўзбекистонда биринчи бўлиб лалиларда меъморий ёдгорликларини тасвирлай бошладилар. Бунга мисол Худоёрхон қасри ва афсонавий хайвонлар.

Тошкент кандакорлигида елпигич, зулук, беланчак, доира босма нақшлари кўпроқ учрайди. Бу услубий мойиллик машхур уста Фозилжон Обидовнинг ишларида мужассам. Тошкентлик Кандакорлар сулоласидан бўлмиш Мадалиевлар бошқа мамлакатларда ҳам машхур. Оила боши уста

Мақсуд Мадалиев Марғилонда машхурликка эришиб, кейинроқ Тошкентга кўчиб ўтади ва бу ерда 15 йил мобайнида яшаб ижод қилади. Уста Мақсуд томонидан яратилган идишлар бетакрорлиги билан ажралиб туриб улар кумуш ҳамда қимматбаҳо тошлар билан безатилиб, Ўзбекистон, Россия, Франция, Италия музейларида сақланмоқда. Уста Мақсуднинг укалари касбининг давомчилари ҳисобландилар. Хотини



Зухро опа ҳам кандакорлик ва металга нақш босиш санъатини тула ўрганди. Сулоланинг уч юз йиллик анъанасини унинг уғиллари давом эттиришиятилар. Кўпгина халқ хунармандлари сингари бу оила фарзандлари ҳам Ўзбекистон хунармандлар уюшмасига «Хунарманд»га аъзо ва халқ усталари ташкилоти бўлмиш «Уста» билан ҳамкорликдадилар.

Қадимий Ўзбек хунармандчилигини ҳозирдаям қўли гул усталаримиз давом эттириб уни ривожига катта ҳисса қўшиб, Ўзбекистон халқ хунармандчилигини дунёга танитяптилар.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Ҳалимова Д., Мухсинов С. Мис уймакорлиги. – Б.: 1992.-30 б.
2. Қосимов К. Наққошлик. – Т.: “Ўқитувчи”, 1990.157 б.
3. А. Холиқов, Педагогик маҳорат. Тошкент «IQTISOD-MOLIYA» 2010. 18 б.

*Djurayeva Nilufar, talaba
Buxoro davlat universiteti*

TURIZM RIVOJLANISH PALLASIDA

Xizmat ko'rsatish sohasida o'z ahamiyatini kundun kunga oshirib borayotgan soha turizm (sayyohlik) sohasi hisoblanadi. Turizm hozirda jahon iqtisodining eng

jadal rivojlanayotgan sohalaridan biridir. Uning keng qamrovli taraqqiyoti esa, ko'plab mamlakatlar uchun katta daromad manbaiga aylanib bormoqda.

Tayanch so'z va iboralar (o'zbekcha): sayyohlik, turist, xizmat, eksport xizmatlari, barqaror rivojlanish, reklama, umumiy sig'im, sayyohlar oqimi, sayyohlik potentsiali, investor, islohotlar.

Main terms (english): tourism, tourist, service, export service (tourism export), sustainable development, promotion, total found, touristic flow, touristic potential, investor, reforms.

Buning isboti sifatida quyidagi faktlarni keltirib o'tish lozim. BMTning Jahon sayyohlik tashkiloti ma'lumotida 2015 yilda dunyo bo'yicha 1 milliard 186 million sayyoh qayd etilgan bo'lsa, 2016 yil yakuni bo'yicha bu ko'rsatkich 1 milliard 235 millionga ya'ni, 4 foizga oshgan. Sayohatchilarga ko'rsatilgan eksport xizmatlari qiymati 2015 yilda 1,260 trillion AQSh dollarini tashkil qilgan. Hamda yaqin yillardagi ko'rsatkichlarda ham tafovutni ko'rish mumkin.

Demak, bugungi kunning eng muhim iqtisodiy sohalaridan biri turizm sohasi ekanligi ayni haqiqat. Shu bois dunyoning ko'plab davlatlari ushbu sohani barqaror rivojlantirish, bu borada jahon standartlariga mos infrastrukturani yaratish va sayyohlar oqimini yanada oshirish bo'yicha barcha chora-tadbirlarni amalga oshirmoqda. Jahon bozorida xorijlik sayyohlarni qabul qilish bo'yicha Fransiya, AQSh, Ispaniya, Xitoy, Italiya mos ravishda kuchli beshlikda yetakchilik qilayotgan davlatlardir. Ulardan so'ng Buyuk Britaniya, Germaniya, Meksika, Tailand va Avstriya kuchli o'ntalikda turishibdi.

Biroq bunday ilg'or davrda O'zbekistonda sayyohlik sohasining sustligini ko'rish mumkin. Xususan, Butunjahon turistik tashkiloti (BTT) tomonidan berilgan bahoga ko'ra, O'zbekiston sayyohlar tashrifi bo'yicha dunyo mamlakatlari orasida 150-o'rinni egallaydi. Yurtimiz jahon sayyohlik bozorida o'z o'rniga ega bo'lishiga qaramasdan, turistlarga qulay sharoit yaratish, servis xizmat darajasini jahon standartlariga javob bera oladigan miqyosda yaxshilash, sayyohlik obidalarining jozibadorligini oshirish va reklamani kuchaytirish darajasi past, hamda mehmonlarni qabul qilish uchun joylashtrish vositalarining umumiy sig'imi juda ham kam. Shu jumladan, O'zbekiston bo'yicha mehmonxonalar soni 750 ta bo'lsa, ularning umumiy sig'imi bor yo'g'i 22000 tani tashkil etadi, xolos. Bu esa bir tomondan turizm infratuzilmasidagi yetishmovchiliklardan dalolat beradi. Mamlakatimizda turizmni rivojlantirish borasida keng ko'lamli ishlar amalga oshirilyapti. Shunday ekan, turistlar oqimini yaratish, ularni yurtimizga chorlash uchun nima qilishimiz kerak?

Yurtimizda turizmni sohasini jadal rivojlantirish uchun Misr ehromlariy-u Parijning Eyfel minorasining bo'lishi shart emas, o'zimizda bulardan ham ziyod, faxrlansa, maqtansa arzigulik boy tarixiy-madaniy merosimiz bor. Shu o'rinda aytish joizki, yurtimizda 7300 dan ortiq qadimiy-me'moriy va arxeologik obidalar mavjud bo'lib, ularning aksariyati Samarqand, Buxoro, Xiva, Shahrisabz, Termiz, Qo'qon va Toshkent shaharlarida bo'lib, ularning 200 dan ziyod tarixiy yodgorlik va obidalari YuNeSKOning madaniy merosi ro'yxatiga kiritilgan. Bundan tashqari, o'zbek xalqi tarixini, o'tmishini aks etgan o'zining betakror turli urf-odatlarini, xilma-xil qadriyat-ana'nalariga egadir. Shunday imkoniyatlarga ega bo'lib turibmiz, afsuski undan to'laqonli foydalana olmaymiz. Ayni paytlarda davlatimiz rahbarining 2016 yil 2

dekabrdagi «O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida»gi Farmoni sohada uchrayotgan xato va kamchiliklarni bartaraf etib, uni izchil rivojlantirishga qaratilgani bilan ahamiyatlidir.

Prezidentimiz mamlakatimizni 2016 yilda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning asosiy yakunlari va 2017 yilga mo'ljallangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'nalishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining kengaytirilgan majlisida turizm haqida so'z yuritar ekan, bunday serdaromad soha rivoji e'tibordan chetda qolib kelayotgani, uning O'zbekiston iqtisodiyoti taraqqiyotiga qo'shadigan hissasini oshirish, tarixiy va madaniy qadriyatlarimizni targ'ib qilish, shuningdek, valyuta zaxiralarini to'ldirish bo'yicha aniq chora-tadbirlar ko'rilishi zarurligini alohida ta'kidladi. Ayni paytda 2018-yil davomida turizm sohasida o'sishlar, yangilanishlarni ko'rishimiz mumkin. Joriy yilda viza tizimining yengillashtirilganligi, hatto 7 ta davlatga viza tizimini bekor qilinganligi to'g'risida chora-tadbirlarning amalga oshirilganligining guvohi bo'lib turibmiz, bundan tashqari turizm sohasida investorlarni jalb etish uchun bir muncha imtiyozlar kiritildi va boshqa bir qator soha rivoji uchun ko'zlanayotgan islohotlarni ko'rishimiz mumkin. Yurtimizda turizm sohasi endi kurtak ochishni boshlayapti desak mubolag'a bo'lmaydi. Sayyohlikni barqaror rivojlantirish va uni saqlab qolish uchun bizga ancha yil oldin shunday islohotlar ko'lami zarur edi.

Yurtboshimizning shunday tashabbuslari bilan yurtimizning sayyohlik potensialidan to'g'ri va samarali foydalanamiz deb ishonib aytish mumkin, sababi bunday islohotlarning barchasining negizida yurtimiz ravnaqi, xalq manfaati, hayotimiz farvonligi turibdi. Bunday ijobiy o'zgarish, rivojlanishni yangi bosqichga ko'tarish uchun hammamiz o'z vazifamizni chin yurakdan ado etishimiz, kasbimizning mutaxassisi bo'lishimiz lozim, zero bu borada yetuk kadrlar talab etiladi. Turizm sohasida tahsil olayotganim tufayli, turizmni rivojlantirish va sayyohlar sonini oshirish borasida takliflarim quyidagicha:

- Davlat va xususiy sherikchilik munosabatlarini yo'lga qo'yib, katta sig'imli 4 va 5 yulduzli mehmonxonalar, yuqori kategoriyali restoran, bar va boshqa umumiy ovqatlanish tashkilotlari faoliyatini yo'lga qo'yish kutilayotgan ulkan turistik oqimni sig'dira olishning hamda mehmonlarning ovqatlanish ehtiyojlarini qondirishning asosi hisoblanadi.

- Sayyohlar qiynalmay manzilga borishlari uchun shahar ichi va tashqarisida axborot ma'lumotlari xizmati tarmog'ini (kamida 3 ta xorijiy tilda) yaratish. Bu asosida turistik obyektlar, masofa, transport harakatlari to'g'risidagi ma'lumotlari mavjud yo'l xaritalari, aholi gavjum joylarda peshtaxtalar o'rnatish kerak.

- Faqatgina xorijiy sayyohlarning oqimini kutishga bog'lanib qolmay, ichki turizmni rivojlantirish uchun chora-tadbirlar ishlab chiqish. Bunda aholining barcha yoshdagilari- bolalar, yoshlar, o'rta yoshli va keksa yoshdagi aholi uchun turli maqsadlardagi (ekoturizm, tog' turizmi, plyaj turizm, rekreatsion turizm va boshqalar) ijtimoiy turizmni yo'lga qo'yish mahalliy aholini sayohat qilishga o'rgatishning eng oqilona usulidir

- Tarixiy-madaniy yodgorliklarimizni rekonstruksiya qilish emas, balki ularni aslicha, kerak bo'lganda xorijning tajribali mutaxassislarini jalb etish orqali

saqlab qolish usullarini qo'llash noyob meroslarimizni kelajak avlodga yetkazib berish uchun ham yaxshi asos bo'ladi.

Yuqoridagilardan xulosa qilib aytganda, demak turizmni rivojlantirish uchun biz yurtimizda bor turistik imkoniyatdan to'laqonli foydalana olishimiz, yangi turizm turlarini ochishimiz va bu sohada yetuk kadrlarni yetishtirib chiqish zarur. Hamda turizmni barqaror rivojlanishini ma'lum davlat dasturlari, strategiyalari bo'yicha ushlab qolish zarur. Bu esa davlatimizga nafaqat daromad, shu bilan birga yanada ko'proq ish o'rinlari, yangi-yangi xizmat turlarining yaratilishi va ularni yo'lga qo'yilishiga asosiy turtki bo'ladi.

ADABIYOTLAR

1. <https://www.wttc.org>»countries- 2017 edition
2. World Travel & Tourism Council (WTTC), The Harlequin Building, 65 Southwark Street, London United Kingdom 2016
3. <https://www.statista.com>

*Mirzayeva M.R., o'qituvchi,
Buxoro davlat universiteti*

BUXORO SAN'ATIDAGI MILLIYLIK VA IPAKCHILIK AN'ANALARI

Mustaqillik davrida an'anaviy badiiy hunarmandchilik turlarini qayta tiklash xususiy mulkni vujudga keltirish va bozor iqtisodiyotiga o'tish bosh iqtisodiy omilga aylandi.

O'zbekiston Respublikasining birinchi Prezidenti I.A.Karimov tomonidan xalq ustalari maqomini mustahkamlash, an'anaviy hunarmandchilikni qo'llab quvvatlashga qaratilgan qator hujjatlar va farmonlar e'lon qilindi. Yuqori sifatli mahsulotlarni qayta tiklashda olimlar, mutaxassislar, san'atshunoslardan iborat, ekspertlar hamjamiyati katta rol o'ynadi.

Mustaqillik yillaridan boshlab qator milliylik va urf-odatlarni o'zida mujassamlashtirgan xalqlar hamdo'stligini mustahkamlaydigan, madaniyat o'choqlari shakllangan vohalarda an'anaviy tarzda yuzdan ortiq festivallar o'tkazilib kelinmoqda.

Shu jumladan, har yili may oyida O'zbekiston madaniyati va san'ati markazlari tomonidan "Ipak va ziravorlar" xalqaro festivali an'anaviy tarzda bizning vohamiz Ko'hna va Boqiy Buxoroda ham o'tkazilib kelinmoqda. Festival ishida qatnashish jarayonida O'zbekistonning turli regionlarida yashovchi xalq ustalari bilan muloqotlar, ularning ijodi bilan tanishuv ushbu qadimiy ko'hna viloyatga ilmiy ekspiditsiya uyushtirish zarurligi haqidagi fikrga olib keladi. Boz ustiga Buxoroning ayniqsa keyingi o'n yilliklardagi serqirra xalq madaniyati ilmiy va ommabop asarlarda deyarli barcha sohalari yoritilib bormoqda. Zero, jahon madaniy merosini saqlashga qaratilgan ko'plab xalqaro akt va konferensiyalarning, jumladan YUNESKOning asosiy vazifasi xalq madaniy o'choqlarini kataloglashtirish hamda ularning yaratuvchilari haqidagi ma'lumotlarni yig'ishdan iboratligiga qaramay, hali-hanuz Buxoro zardo'zchiligi va kashta ishlab chiqaruvchi asosiy markazlar ularga naqsh solib bezash va texnologik o'ziga xos usullari xususiyatlari o'rganilib tahlil qilinib kelinmoqda.

Bugungi kunda viloyat el-elatning turliligi bilan ajralib turadi. Bu yerda asrlar davomida o'zbek, tojik, arab va turkmanlar bahamjihat yashab kelishadi. Mazkur voha uchun madaniy Landshaftning o'ziga xosligi urug'lararo, elatlararo va millatlararo bo'lib, bu esa o'z navbatida an'anaviy hunarmandchilikning badiiy xususiyatlarni aniqlashda yordam beradi. Buxoro vohasida an'anaviy asosiy maktab va markazlar XVIII –XX asrning boshlarida shakllangan, zero ular xilma-xilligi bilan ajralib turgan. Badiiy gazlama ishlab chiqarishdan tashqari kulolchilik, kandakorlik, zargarlik san'ati, yog'och va ganch o'ymakorligi hamda naqsh-u nigoronlari bo'yicha yirik markazlar mavjud bo'lgan. Bugungi kunda viloyatda an'anaviy gilamdo'zlik va kashtachilik yaxshi rivojlangan.

Asosiy xomashyosi qo'y hamda tuya yungi bo'lgan gilamdo'zlik ilgari ko'chmanchi hayot kechirgan xalqlarda (turkman, arab,o'zbeklarning qo'ng'iroq urug'i) keng tarqalgan. Aynan Buxoro vohasida to'qimachilik kombinati matolarini bezash san'ati tarixi ildizlari uzoq o'tmishga borib taqaladi. Minglab yillar ilgari Xitoy, Hindiston, Misr kabi mamlakatlarda matolarni bo'yash ishlari amalga oshirilgan. Iso tug'ilganga qadar 12-yuz yillikda Tir va Sidonda to'q qizil matolar deyarli oltin bahosida qadrlangan. Matoni yaxlit bo'yashdan farqli, unga naqsh va tasvirlar tushirish anchayin murakkab jarayondir. Aynan Buxoro vohasida kashta va mato bezaklari bilan bir qatorida, matolar asrlar davomida ishlab chiqilgan naqshlar, batiq bandani, chitgari singari bo'yash texnikasi bilan bezatilgan. Garchi Ermitajda qadimgi Yunonistonning dastlabki chit matosi mavjud bo'lsada, matoga gul bosish an'anasi qachon vujudga kelganini aniq belgilab bo'lmaydi.

Paxta va ipakdan mato ishlab chiqarish vohamizda qadimdan rivojlangan. Olacha, qalami, susi chit kabi paxta, beqasam, adras, baxmal, banoras singari yarim shoyi, shoyi xonatlas ipak matolari ma'lum. Ular tekis bo'yalgan yoki turli endilikdagi yo'l-yo'l, katakli, boy rangli abri naqshlar bilan bezatiladi. Matolarni bezashning an'anaviy usullari orasida qo'lda gul bosish orqali bezash usuli alohida o'rin egallaydi. O'zbekistonning ham donador, ham metrajli matolar ishlab chiqaradigan ko'pgina to'qimachilik markazlarida matolar tasvirlari o'simlik va geometrik bezaklarning o'zaro uyg'unligidan iborat . Bosilgan gullar qizil-qora singari ikki rangdan tortib xilma-xil ranglarda bo'ladi. Buxoroda ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarning o'zgarishi ishlab chiqarilayotgan matolar uslubi almashinuviga ham ta'sir qiladi. Buxoroda tashkil qilingan jabrikalonda ishlab chiqarilgan gul bosma matolar hunrmandlar qo'lida tayyorlangan mahsulotlarni siqib chiqardi. XIX asrning II yarmida ingichka chiziqli bezaklar bo'rtma shakllar tomonidan siqib chiqarildi. Negaki ular sifatli bo'yoqlarni talab qilmas edi. Ko'pgina naqshlar, masalan tashqi, kiyimlar uchun naqshlar deyarli yo'qolib ketdi. Ularning o'rnini mahaliy aholining didiga mos fabrikada ishlab chiqarilgan matolar egalladi . Sharqda ishlab chiqarilgan gazlamalar Yevropa sanoatchilarning e'tiborini doimo tortib kelgan. Aynan go'zal vohamiz Buxoro naqshlari esa Ivanovo Voznesenk to'qivchilari uchun namuna bo'lib xizmat qiladi. Rossiya Sharq bozoriga e'tibor qaratib chitga gul bosish sanoatida sharqona naqshlarning xilma-xil turlarini ishlab chiqdi. Lekin ularni aynan Sharqniki deb bo'lmaydi. Chunki ularga ba'zan fransuz yoki italyan namunalari ham aralashgan. Lekin bu iste'molchilar orasidan Rossiyada ishlab chiqarilgan matolarning ommalashib ketishiga to'sqinlik qilmadi. XX asr boshida

Rossiya fabrikalari matolarni olib kelish keskin qisqardi. Mahalliy hunarmandlar ishlab chiqarilgan gazmol va gulli matolar salmog'i oshib ketdi. Endi matoga gul bosuvchi qolibchalar fabrika gazlamalari beragidan matolardan foydalana boshlandi.

Siyosiy tuzumlarning keyingi almashinishi ko'plab o'zgarishlarga olib keldi. Bu to'qimachilik san'atiga ham ta'sir qildi. 1917-yildan keyin to'qimachilik xususiyatiga ega bo'lib qoldi. Matolarni badiiy bezash masalasiga iqtisodiy emas, balki mafkuraviy nuqtai nazardan yondashish ko'pincha an'anaviy, moda tamoyillarini sotsialistik madaniyat turkumlarga almashtirishga olib keldi. Bu esa iste'molchilarga ishtiyoq uyg'otmadi. Agar ilgari bozor o'rganilib, to'qimachilik fabrikalari ishlab chiqaradigan mahsulotlarga mahalliy aholi talabi hisobga olingan bo'lsa, 1930-yillar boshiga kelib, 1929-yilning yanvarida bo'lib o'tgan to'qimachilik sanoatlari ko'rgazmasida ta'kidlanganidek, to'qimachilik bozorda matolarni bezash borasida alohida yutuqlar ko'rinmadi. Buxoroda to'qimachilik uchun naqsh yaratish oson kechmagan. Qo'shni hududlar savdogarlarning talabini qondirish ular bilan aloqalar o'rnatish juda katta mehnat talab qilgan.

Buxorolik hunarmandlar kasblarini qo'llash va rivojlantirish muhim ahamiyatga ega. Negaki ular tayyorlagan mahsulotlar o'lkadagi umumiy ishlab chiqarishning salmoqli qismini tashkil etadi va jahon bozorida sotiladigan qimmatli materiallarni beradi. Vohamizning bu kabi go'zalligi shu mehnat mahsullarida bilinadi. Buxoro gilamlari, ipak matolari, kumush va ipak kashtalari nafaqat butun dunyoni, balki qalblarni ham junbushga keltiradi.

Sharq ishlab chiqarishi va zeb-ziynat ashyolari sifatida katta ahamiyat kasb etib kelayotgan Buxoroyi Sharif usta va hunarmandlari kasb korlari necha asrlardan beri tillarda doston.

Shuning uchun, mahalliy aholining farovonligi Buxoroda katta miqdorda olib chiqib ketilayotgan mahsulotlarga ko'proq bog'liq bo'lib qoldi.

Buxoroda asrlar davomida qo'lda to'qilgan matolar fabrikanikidan pishiqroq va oddiy odamlar uchun foydaliroq. Ayniqsa, Buxoroning eski shaharida joylashgan dehqonlar uchun shoyi va paxtadan pishiq va yupqa matolardan kiyim kiyishga to'la imkoniyat bo'lgan. Chunki aynan eski shaharda matolarni to'quvchi ustalari faoliyat olib borgan. Aynan o'sha davr bilan taqqoslaydigan bo'lsak, Rossiya qishloqlarida qolin kanop ipdan to'qilgan kiyim qanchalik ko'p bo'lsa, bu yerda paxta va shoyi matolar shunchalik ko'p.

Shoyi matolarning hunarmandlar tomonidan ishlab chiqarilishi ikki tomonlama foyda keltiradi, ya'ni ishchilar haq oladi va kishilar chiroyli va qulay kiyimga ega bo'ladi.

Mahalliy matolar o'zining sifati va afzalligi, eng muhimi pishiqligi jihatdan yaxshi. Ular shuning uchun evropa bozorida ham xaridorgir. Shu boisdan o'lkaning xorij bilan savdo-sotig'ining asosiy qismini matolar tashkil etadi.

Agar bu ishlab chiqarishga yordam berilsa, Buxoro shoyi matolari yanada yaxshi bo'lishi mumkin edi...

O'lkada yana bir muhim ishlab chiqarish bor— bu o'yma naqshlar jozibasi deya ta'rif etiladi. Buxoroda mis kandakorligi ham o'zining kulolchiligi singari yurtimizda, hamda xorijda xalq ijodoyotining yetakchi turi sifatida mashhurdir.

O'yma mis kandakorligi mahsulotlarini uch xildagi mutaxassis ustalar tayyorlaydi. Misgarlar qizil va sariq mis, shuningdek, latundan shakl tayyorlaydilar. Mis quyuvchilar (rixgarlar) bo'lajak mahsulotning tutqichi, qubbo qopqog'i, jo'mragi (sanula) oshiq-moshig'i (chaspak) kabilarni tayyorlaydilar. Buxoro vohasidagi hunarmandchilikning bu ko'rinishi juda mayda zarrachani ham cheklab o'tmaydi. Naqsh berish juda katta mehnat talab etadigan jarayondir. Buxoro mis kandakorligi maktabi mahsulotlari Qo'qon, Toshkent, Xorazm va Qarshi mahsulotlaridan soddaligi va shakllarning sipoligi bilan ajralib turadi. Nisbatan bo'sh tanga chiziqchalar yoki nuqtalar tushuniladi. Tekis keng kundallar Buxoro misgarligi mahsulotlariga alohida ifodalilik baxsh etadi.

Plastik aniq o'simliksimon islimiy bezaklar nihoyatda yuqori did bilan chiroyli va bejirim ishlangan. Buxoroning ayrim misgar ustalar o'z mahsulotlarini o'simlik bezaklariga moslab, arab yozuvlari bilan ham bezaganlar. Ayrim hollardagina ular nihoyatda mohirlik bilan turli ranglarga bo'yalgan.

Buxoro kandakorligi – o'ta nozik va mahorat bilan yaratilgan san'at. U po'lat, qalam va bolg'acha kabi asboblar yordamida yaratiladi. Kandakorlikda po'lat qalamning bir necha turidan foydalaniladi.

XX asrning 60-yillarida Buxoro an'anaviy kandakorligini qayta tiklash va uni rivojlantirish hozirgi kunda ham bu hunarmandchilikni dunyoga tanitish uchun Buxorolik kandakor ustalar faoliyat olib boryaptilar.

Har bir vohaning o'z milliy an'analari bo'lganidek, bizning Sharif Buxoromizning asrlarga tatigulik an'analari barhayot yashashi va uni dunyoga tanitish, dunyoning madaniyat markazlari darajasiga ko'tarib, bu buyuk badiiy an'analarni davom ettirgan holda joylarda yoyish har bir o'zbek farzandining qalbidagi eng oliy orzuga aylansin.

Adabiyotlar:

1. Karimov I.A. "Bizdan ozod va obod Vatan qolsin" T., O'zbekiston 1996
2. Нурбахш Ж. "Таверна среди руин". М.: "Прогресс", 1992, -.
3. Соболев Н.Н. "Очерки по истории украшения тканей". М – Л. -1934.
4. Muxmutov A. "Madaniyat ko'priklari". M: 2012-yil.

Рўзиев С.С., и.ф.н, доцент

Бухоро давлат университети

БУХОРОДА ГИДЛАР ТАЙЁРЛАНИШИГА ЯНГИ ЧАҚИРИҚ

Мамлакатимизда амалга оширилаётган ислохотлар айниқса туризм соҳасида жадал кечаяпти. Бу ислохотлар туризм соҳасининг ривожланишига ҳамда мамлакатимизда, хусусан Бухоро шаҳрида гидларнинг хизматиغا бўлган талабнинг ошишига олиб келади.

Бухорода гидларнинг фаолияти ўзига хослиги билан ажралиб туради. Ҳозирда Бухорода 60 нафар атрофида гид ўзининг қонуний фаолиятини амалга ошириб келмоқда. Уларнинг аксарияти хорижий тиллар йўналишлари битирувчилари бўлиб ҳисобланади, бир қисми эса тарих йўналиши бўйича олий маълумотга эга. Булардан бошқа йўналишлар бўйича маълумотга бўлган гидларнинг сони эса ниҳоятда камдир. Соҳада фаолият юритаётган бу

гидларнинг ҳаммаси бир неча ойлик Асосий курсларни муваффақиятли тугаллаган ҳамда вақт-вақти билан малака ошириб туради.

Баъзи гидлар, бу соҳада ишлаш учун чет тили ҳамда тарих бўйича билимларга эга бўлиш ҳамда психологик жиҳатдан чидамли бўлиш етарлидир, тез тиббий ёрдам кўрсатиш, ҳуқуқий масалалар, маҳаллий табиий бойлик хусусидаги билимлар кабиларни ўзлаштириш унча шарт эмас деб ҳисоблайдилар. Уларда бунақа фикрнинг туғилишига сабаб, ўз фаолиятлари давомида иш берувчилар улардан асосан тил билишни, тарихни билишни, гуруҳ билан ишлай олишни, кичик ташкилий қобилиятга эга бўлишни ҳамда психологик бардошли бўлишни талаб этадилар. Бошқа жиҳатлардан хабардор бўлишини деярли талаб этмайдилар. Гидларга бунақа талабни қўювчи туризм операторларининг юқорида санаб ўтилган талабларни қўйишларига ҳам асос бор: улар Бухорога асосан тарихга ва маданиятга қизиққан (баъзан инжиқ) туристларни жалб этадилар ҳамда уларга айнан шунақа хизмат кўрсатишни сўрайдилар. Шунингдек, гидларни танлаганда унинг тил билиши, тарихни билиши кабилардан ташқари ташқи жиҳатдан кўркам бўлишига ҳам эътибор берадилар.

Бундай вазият ҳозиргача ўзини оқлаб келган бўлсада, яқин келажакда ўзининг камчилигини кўрсатиши мумкин.

Негаки, бунгача бир неча мамлакат фуқаролари учун Ўзбекистонга кириш визаларини олиш тартиби енгиллаштирилмаган, баъзи мамлакат фуқаролари учун қисқа муддатли визасиз режим жорий этилмаган пайтда мамлакатимизга келувчи туристлар асосан визани марказлаштирилган ҳолда туруператорлари ёрдамида олар эдилар. Бунда туруператорлар Бухорога келувчи туристларга асосан Буюк ипак йўли меросига бағишланган турмахсулотларни таклиф этар эдилар. Шунга яраша, Бухорога келувчи туристларнинг аксарияти тарихга ва маданиятга қизиққан туристларда шу турдаги талабга эга бўлар эди.

Эндиликда эса, қатор мамлакатлар фуқароларига Ўзбекистонга қисқа муддатга кириш учун виза керак бўлмаслиги, бошқа қатор мамлакатлар фуқароларига виза бериш тартиб соддаллаштириб, виза нархининг арзонлаштирилганлиги, шунингдек, авиақатновдаги баъзи муаммоларнинг ижобий ҳал этилаётганлиги ўз навбатида бизнинг мамлакатга келувчи туристлар оқимини оширади, бундан ташқари, келувчи туристларнинг туруператорларга қарамлик ҳолларини камайтиради. Натижада, Бухорога келувчи туристларнинг орасида фақатгина тарих ва маданият билан қизиқувчиларнинг ҳиссаси камайиб, бошқа турдаги туристларнинг ҳиссаси ошиб боради.

Ўзбекистонга, хусусан, Бухорга келаётган бошқача талабга эга бўлган туристларнинг эҳтиёжларини қондириш учун эса, Бухоронинг гидларидан маҳаллий ўсимлик, ҳайвонот, сув дунёси вакиллари, табиий бойликларимиз ҳақида ҳам чуқур билим бўлиши кераклиги талаб эталидаган бўлади. Бундан ташқари, туруператорларнинг қарамоғида ҳаракатланмайдиган туристлар ҳиссасининг ошиши уларнинг соғлиги ҳамда хавфсизлигини таъминлаш учун

шунга мос кўшимча равишдаги билимларни чуқур эгаллаган гидларни кўпайтиришни талаб этади.

Бухорода туризм полициясининг ташкил этилганлиги туристларнинг янада хавфсизилигини таъминлашга ўзининг ҳиссасини кўшсада, *Бухоро гидларига чуқурлаштирилган тиббий ёрдам ҳамда ва ўлкашуносликка оид билим берувчи курсларини ташкил этиши* мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз.

*Мадримов Б.Х., и.о. профессор,
Абдуллаев С.С., доцент.*

Бухарский государственный университет

НАРОДНОЕ ИСКУССТВО БУХАРЫ КАК АСПЕКТ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ТУРИЗМА

Прекрасная и древняя Бухара является одним из немногих городов где сохранились почти все виды архитектурных сооружений, воздвигнутых с IX века, что даёт право называть его «городом - музеем». Бухара неоднократно упоминается в исторических летописях как один из без преувеличения мировых центров зодчества, науки, культуры и искусства. К примеру, о связях древней Бухары в средние века с древней Русью говорят материалы старорусских архивов о дарах Бухары и Хивы, поступавших ко дворам московских князей: «...шоломы и сабли булатные навожены золотом и травами», «...ножны булатные навожены золотом оков серебряный», «...тулубасы булатны и медяны, навожены красками травы и золотом» (1, с. 64). Богатейшее теоретическое и научное наследие о «звезде Востока» Бухаре средневековых поэтов и писателей хранят информацию не только об исторических событиях, но и содержат дух прошедших эпох, культурную среду, которая отражает и передаёт систему как материальных, так и духовных ценностей, выработанных на протяжении многих столетий. Наиболее ярко эта культурная среда ощущается как в зодчестве, но и в народных видах творчества. Образно говоря, «душа» народа, его мировоззрение и глубинная культура на протяжении многих веков сохранилось в геометрической и художественной рапсодии архитектурных шедевров IX – XVIII вв., (Исмаил Самани, Чашми-Аюб, ансамбль «Минораи Калон» и др.). Культурная среда, массовые виды прикладного искусства, такие как художественная вышивка, ковроделие, керамика и др. запечатлена в традициях, образах, укладе жизни бухарцев. Вот почему многие исследователи называют этот город – музей «Венецией Востока», вот почему восстановлению и возрождению облика старинного города, уникальных видов ремесел сейчас придается огромное внимание как со стороны государства, так и со стороны международных организаций в частности ЮНЕСКО.

Такие виды ремёсел Бухарского оазиса, как медночеканное, ювелирное искусство, керамика, художественная вышивка, золотое шитье, резьба по дереву и ганчу со своими, присущими только им художественными особенностями, стилем, оригинальной композицией, орнаментальными мотивами и приёмами работы снискали широкую известность и славу

старинных центров художественных ремесел Бухары. Художественные ремесла, несомненно являются своеобразным индикатором, показателем уровня развития цивилизации. И с этой точки зрения традиционные ремесла должны рассматриваться как памятники, вобравшие в себе как технологические, художественные традиции поколений ремесленников – творцов. С другой стороны, многовековые виды традиционного искусства показывают специфику и особенности этнокультурных процессов, форм бытовавших культовых и идеологических воззрений, уровень цивилизации того или иного периода.

На наш взгляд, использование традиционных видов искусств Бухары в развитие культурных, интеллектуальных, видов туризма имеет важное значение. Задача – создание особой эмоционально – психологической атмосферы в архитектурном пространстве культурной среды исторической части города, иначе говоря формированию логистики интеллектуального, культурного туризма. И здесь большая роль принадлежит таким видам традиционного народного искусства, как декоративно – прикладное искусство, художественная обработка ткани, дерева, металла, ганча, росписи и др.) в исконных центрах художественных ремесел.

В последние годы стал традиционным весенний международный фестиваль народных ремесел, «Ипак ва зираворлар» в русле направления «Великий шёлковый путь», в котором принимают участие ремесленники – мастера прикладного искусства из практически всех Республик Центральной Азии, в том числе представители художественных центров практически всех регионов Узбекистана. Это масштабное мероприятие, где представлены все изделия мастеров ремесленников.

Традиционное искусство Бухары, как было подчеркнуто выше, тесно связан с историей и культурой народа, его восприятием окружающей среды. Создатели узоров и орнаментов уникальных видов прикладного искусства все время обращались к природе, используя увиденное, не копировали его, а перерабатывали, (стилизуя) и сохраняя самое характерное, наиболее близкое национальному характеру, местным особенностям, эстетическим вкусам, понятиям о красоте.

Во многих древних мечетях и мадраса в худжрах – кельях первого яруса зданий разместились ремесленники – чеканщики по меди, миниатюристы, мастерицы художественной вышивки, ткачи ковров и др. Изготавливается и демонстрируется дизайн старинных одежд в современной трактовке моды. Театрализованное представление проводится в Бухаре в медресе «Нодир Девонбеги» и «Кукалдош», во время вечернего ужина за «хон-тахта» – старинного стиля столиками, что создаёт дополнительный комфорт и уют. Такая логистика требует дальнейших целенаправленных действий. Очень важно, чтобы у гостей общее впечатление о Бухаре, её культуре и искусстве было цельным. И естественно, вечерние экскурсии в старинные места должны вобрать в себе воедино гастрономический и развлекательный, интеллектуальный, культурный виды.

Для расширения возможностей сферы потенциала народного творчества, в частности духовного потенциала прикладного искусства в развитии туризма,

на наш взгляд, прежде всего необходимо уяснить их сущность и содержание, критерии художественности и утилитарности.

В чём же заключается специфика и сущность, к примеру, традиционного народного декоративно – прикладного искусства? Прежде всего, необходимо уяснение их различий по типу созданных изделий (керамическая посуда, ткани, ювелирные украшения и др.), по материалу изделия (художественный металл, дерево, папье – маше, керамика и т.д.), по технике обработки материала (чеканка по меди, литье, ковка, резьба и роспись по дереву и ганчу, лаковая миниатюра и т.п.). (2, с. 114). Следующая задача – знание особенностей и специфики традиционных центров бухарских художественных ремёсел, к примеру особенностей, Бухарской, Шафрианской, Гиждуванской, Каракульской школ художественной вышивки. Третье – логику их развития, ориентацию на потребителя в туризме. В-четвёртых, использование информационных возможностей современных телекоммуникационных сетей, а также увеличение количества и качества рекламы в интернете и социальных сетях.

Также нужно особенно подчеркнуть, что потребитель должен не только восхищаться одухотворённой красотой великолепной керамики Гиждувана, причудливыми узорами и орнаментами знаменитого бухарского золотошвейного искусства, затейливой вязью узоров медно – чеканного искусства Бухары, но и полезность, эстетическую значимость и ценность каждого изделия. (3, с. 23)

В этих условиях одним из важных элементов логики культурной среды является продуманная система создания каталогов по каждому виду художественного ремесла и традиционных центров национальной классической бухарской школы. Такая работа сейчас нами осуществляется в содружестве с ведущими учеными искусствоведами Бухары и Республики. Также представляется важным разработка пакета образовательной программы обучения различным видам исконных видов ремесел – художественной вышивке, золотому шитью, набойке и т.п.

На обогащение содержания культурной среды Бухарская школа с большой буквы несомненно окажет влияние через свой, присущий только ей выразительный композиционный строй, отражающая архаические пласты народного творчества.

Праздники ремесел несомненно служат, наряду с решением экономических аспектов туризма, превращению народных форм культуры, в частности традиционных видов искусств из пассивной формы потребления в интеллектуальную, духовную, особую форму культурного туризма.

Литература

1. И.Ю. Крачковский. Изб. Сочинение в 6ти томах. Т - 1. М -Л., 1935. - 516
2. А.А. Хакимов Искусство Узбекистана: история и современность. – Т.: Изд. «San'at», 2010. – 504 с.
3. Э. Гюль Художественные ремёсла как показатель уровня развития цивилизации и государственности на территории Узбекистана (античность, раннее средневековье). В сб. статей. – Т.: Изд. «San'at», 2007. – 117 с.

*Khayrullayeva N.N., lecturer,
Bomurodova Nigina, student,
Bukhara State University*

LEARNING ENGLISH THROUGH TRAVELLING

*'The world is a book, and those who do not travel read only one page'
-saint Augustine*

Want to improve your language, or are you bored with using the same conservative styles and ways to enhance your language? If so, in this article I'm going to introduce one of the best ways to learn English as well as speak in this language as native speakers.

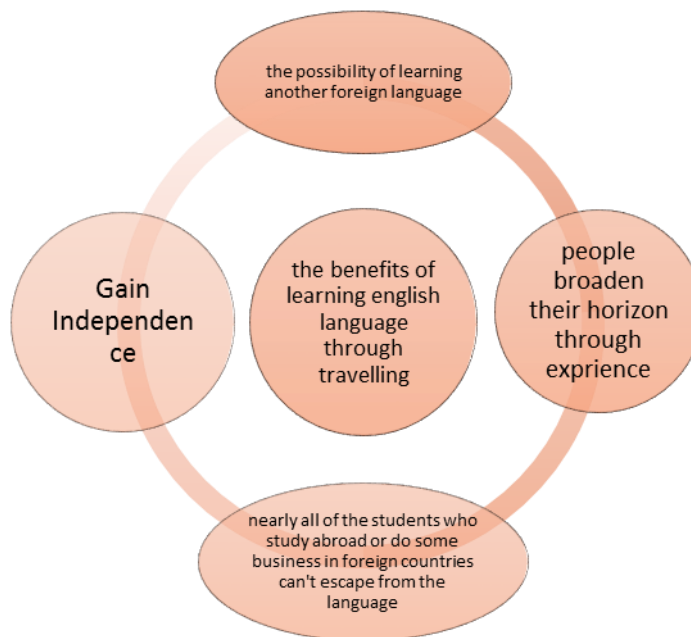
What is the importance of learning English through travelling?

As they say 'so many people, so many opinions'. The issue of learning and improving English skills provokes disputes and discussions and nowadays we face different problems in finding the best way of English enhancement. As for me we tried a lot of methods and only some of them suited us and were of real help in solving this problem. The article's main aim is to find the best way for learning English not English but through this method people can learn more than one language as well.

The usage of English language has become significant in our daily life. It is the fact that English has been used more globally than before, many countries' government use English as the formal language to carry out their businesses and to complete their paper works. Life demands communication to exchange information as well as to receive messages from every sphere of our society. Language, especially, English is inevitable. We want to learn language in a short period of time because life itself demands this from us. We tried traditional as well as modern technologies for enhancing English, like reading, doing a lot of exercises, watching movies, thinking in English, writing short stories even singing songs in English. We also attended courses where we could practice and work in groups. At first it was enough for communication and communicative skills development. But when we work in the field of translation we merely face the problem of not being capable of quick response to native speakers. We understand almost everything they told us but can't respond properly or have to ask them to repeat what is said or it takes time think over or figure out. Now we realize that it is time to find the most effective way of enhancing speaking skills and speaking fluently. The idea is striking to me that we can go abroad of course it had been thought before me so, I'm not going to say it is my idea, but we should support this way of learning. Why not learn through experience, if the source of this language I mean the natural zone where people speak in this language, is abroad let's pack our stuffs and we can explore the world and discover the capacity within us. But before going abroad we should know some tips or just rules. For Human being the best things are always should be natural, we can only feel true happiness and can find peace of our heart in the embracement of nature or just in the open air. Through my experience I come to conclusion that the best learners are those who experienced in real life, did the chores themselves and who put things into practice. Considering these factors language can be obtained through

experience more favorably, through TRAVELLING. The Earth is filled with infinite experiences, wonders and once-in-lifetime opportunities. Much of the education is experienced in a classroom or through a textbook; we are so limited and surrounded with ourselves, we do monotonous exercises and chores if one who wants to discover the world or to realize one's identity should avoid from his comfort zone. The world can broaden our cultural, spiritual, and intellectual education like we could have never imagined.

Let's survey pros and cons of travelling itself then we can combine it with study.



But as well with pluses of travelling there can be some problems with it. First of all, travelling means a huge sum of money for some families, and not everyone finds enough time or they push it for the next and we don't know what are waiting for us in a foreign country. [1]

Thanks to globalization travelling abroad for different reasons increased considerably. People want to take the exciting adventures to discover the new lands, meet new people and enjoy from food and culture here. It brings enthusiasm while travelling in new countries people may suffer from culture shock but it doesn't last long. Travelling can increase our knowledge and widen our perspective. To view new customs, different ways of living is fantastic for our mind it helps us to change some habits and even to create a new one.

TRAVEL TIPS FOR STUDENTS WHO ARE ABROAD:

- Take an English speaking country for travelling;
- Make friends as you could in order to exchange information;
- Don't restrict yourself from native speakers;
- Be aware of media and broadcasted latest news and try to figure out it;
- Speech is prime means of communication so never feel shy to show your attitude to something; [4]

If we encourage travel for education, we possibly develop tourism. The modern person has received unlimited possibilities to contact with representatives of other cultures. It means that in present conditions cross cultural

communication is carried out in different spheres of human life: economic, political, military cooperation, different cultural exhibitions, festivals, studying abroad, fashion, sport and travelling. The phenomenon of cross cultural communication represents great scientific and practical interest. The significance of the issue should be concerned more often by government. the president of Uzbekistan not only trying to develop outer tourism but also internal tourism. The role travelling abroad in the modern world is enormous as we have the possibility not only have a rest but to enrich ourselves with new knowledge and experience but also with cultural, historical and communicative plans. [1]

An experiment on this issue

A group of researchers started their experiment in 2013 when they understood the necessity of language practice and improvement. At first they went to such countries as the United Arab Emirates and Cyprus for a short period of time (7-9days) because they wished to start from simplified visa formalities. This part of the experiment turned out to be successful .in both places they met a lot of native citizens who didn't speak English perfectly and of course there were a lot of visitors from other English – speaking countries like America or Britain with whom they had some opportunities to communicate a little bit. They were impressed by the fluent speech of native speakers, they became engrossed in another culture and felt a part of it. they began not only understanding all that said, but also accustomed the natural speed of native speakers even could thing in English without any barriers. It became easy to express their thought and react to questions from other speakers. Their short stay helped them to enhance communicative skills and learn a lot not only about other countries , but also about the English language as well which wasn't achieved so well like this through traditional methods of learning the language .They weren't afraid of making mistakes while speaking and felt free to start any conversation with foreigners .in one word their short stay helped them to achieve their aim to enhance English communicative skills and as a result they could translate at work without any difficulties, and I think this is a good example of learning through travelling.[2]

All in all, we discussed the importance of travelling abroad for enhancing communicative skills.

So, the aim of this article 'to find the best way of improving communicative skills in English and prove that travelling abroad can be considered one of the means of speaking skills development' was achieved as I showed that travelling abroad can give positive results and lessens language gaps between different race of people. I think most important is to overcome language divide. The findings also show that nowadays people have more possibilities and more willing to travel abroad in order not only to have holidays but also to receive new knowledge and enhance communicative skills. In future this kind of learning a new language will be a common thing. Travelling not only teaches us a new language but it can mean for us more than this it is just one of the side of the matter, through travelling we can wonder the grace of Earth and we feel ourselves one of the part of the great process. As for me, if in fate I'm gonna to travel the holy places of Earth it will give me spiritual support. The people who got the tickets of travelling will have the keys to many questions. My point for the issue is that the way how to gain the language is

simple, how emerged native speakers? How they learned the language? Through the atmosphere, am I right? So, if language is social work let's learn it through the community of that language spoken nation.

References

- 1.The quick and easy way to effective speaking New York. NY: Association press
- 2.Effective teaching strategies. Journal of investigation in University Teaching and Learning. P 8-29
- 3.Adler. P.S(2008) the transitional experience: An alternative view of culture shock. Journal of humanistic psychology.15. 13-23.
- 4.Communication and cross cultural adaptation ethnic group linguistics and education.4.219-246

*Djafarova N.A., o'qituvchi,
Buxoro davlat universiteti*

TURIZMNI BOSHQARISHNING HUDUDIY YONDASHUVLAR

Zamonaviy turizm – kompleks va ommaviy hodisa, dam olishni tashkil etish shakli, atrof-muhitni o'rganish yo'li, hududiy va millatlararo hamkorlik, xizmatlar va tadbirkorlik sohasi, hududiy va davlat siyosatining ajralmas bo'lagidir. Turizm geografiasining asosiy yo'nalishini tashkil qiluvchi birliklardan biri turizm hududidir. Alohida hududlarda turizmni boshqarishning samarali tizimini yaratish hozirgi kunda regional turizm rivojlanishining asosiy muammolaridan biridir. Ular hududiy turistik infrastruktura kamchiliklarini namoyish qilish va ularni bartaraf qilishga, turistik hududning mashhurligi va u haqida xabardor bo'lishni oshirishga, mahalliy turistik hududni tartibga solishga imkon yaratadi.

JTT dunyoning 6 ta yirik turistik hududni ajratib ko'rsatadi, bular: Yevropa, Janubi-Sharqiy Osiyo va Okeaniya, Afrika, Yaqin va O'rta Sharq, Janubiy Osiyo.

Hududiy turizm turistik bozorning o'zaro aloqa va munosabatlari, ularning turli darajalarda bir-biriga ta'sirining murakkab sistemasini o'zida mujassamlashtirgan. So'zsiz, bunday sistema o'sha hudud ichida hamda tashqarisida sodir bo'ladigan bir-biriga o'xshamagan omillar va jarayonlarning ta'sirini boshidan o'tkazadi. Hozirgi kunda hududiy darajada turizmning muvaffaqiyatli rivojlanishi ko'proq ta'sir ko'rsatuvchi 3 asosiy omillar mavjud:

- Bozor omili – hududiy, milliy va jahon bozorlarining tashqi savdoni erkinlashtirish va Butunjahon savdo tashkiloti doirasida himoya qilinuvchi chegirmalarni bekor qilish yo'llari orqali singishi;

- Raqobat omili – yuqorida aytib o'tilgan barcha bozorlarda raqobatning kuchayishi, ayniqsa narxsiz raqobat – chiqariladigan turistik mahsulot sifati jabhasida hamda turli xil innovatsion loyihalarni amalga oshirishdagi raqobat;

- Ishlab chiqarish omili – turistik mahsulot ishlab chiqarishni tashkillashtirish yo'li sifatida fordizmdan bosqichma-bosqich postfordizmga o'tish, bu quyidagi holatlarni o'zida mujassamlashtiradi: turistik mahsulotni ommaviy ishlab chiqarish o'rniga individual (kam seriyali) ishlab chiqarish, vertikal ishni tashkillashtirish o'rniga – gorizontal, past individual javobgarlik o'rniga – personalning turistik mahsulot yaratishni ishlab chiqarish jarayoniga sherik bo'lishi.

Hududiy turizmning rivojlanishining asosiy shartlari

Asosiy bo'limlar	Tashkil qiluvchi elementlar
Territorial – resursli	<ul style="list-style-type: none"> - Hudud territoriyasi (turistik oqim yo'nalishi sifatida) - Tabiiy-geografik, tarixiy-madaniy o'ziga xos xususiyatlari va torritoriya resurslari hududiy turizm rivojlanishining asosini tashkil qiladi.
Ijtimoiy – iqtisodiy	<ul style="list-style-type: none"> - Turistik ehtiyojlarning qondirilishi; - Mahalliy mehnat resurslari bilan ta'minlanganlik; - Turizmning rivojlangan turlari haqidagi ma'lumotga ega bo'lish imkoniyatining mavjudligi.
Tashkiliy boshqaruv	<ul style="list-style-type: none"> - Turistik faoliyatning hududda tashkil etilishi va uning moliyaviy ta'minlanishi; - Turli xil turistik infrastruktura; - Hududning transport bilan ta'minlanganligi va uning attraksionlari; - Hududiy rejalashtirish va turizm rivojlanishini boshqarish; - Sayyohlarning hududdagi xavfsizligi.

Manba: Зализняк Елена Алексеевна Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. - 2011. - №2(19). - С.70-76.

Turistik hudud o'zining rivojlanish sikliga ega, u 4 davrdan iborat:

Birinchi davr – ochilish va dastlabki o'zlashtirish. Bu davrda tashrif buyuruvchilar sonining sekin o'sishi, mahalliy aholi bilan kuchsiz aloqa, xizmat ko'rsatish vositalarining mavjud emasligi hamda atrof – muhit va resurslarga juda sust zo'riqishlar kabi ifodalar bilan tavsiflanadi. Unda “yovvoyi” va sport turizmi samarali rivojlanishi mumkin, ammo buning uchun insonlar tomonida ko'p o'zgartirish va ta'sirga uchramagan chiroyli manzaraning mavjud bo'lishi, ijtimoiy-iqtisodiy turistik resurslarning ishtiroki minimal darajada ekanligi muhimdir.

Ikkinchi davr – rivojlanish. Bu davrda tashrif buyuruvchilar sonining tez o'sishi, turizm va dam olish muhim sanalgan maxsus tashkilot va xizmat ko'rsatish vositalari (mehmonxonalar, barlar, mashina to'xtash joylari va boshqalar) ning vujudga kelishi, turistlarga xizmat ko'rsatish asosiy daromad manbai bo'lib qolgan mahalliy aholi bilan aloqalarning kuchayishi bilan ajralib turadi. Atrof-muhitga ta'sir keskin o'sadi va salbiy xarakter kasb etishi mumkin.

Uchinchi davr – yetuklik va turg'unlik. Bu davrda torritoriya sig'imi chegarasiga yetadi, atrof-muhit talabga javob bermaydigan holatda bo'ladi, mahalliy aholi turistlarga salbiy munosabatda bo'lishni boshlaydi, sayyohlar hajmining o'sishi sekinlashadi, so'ng butunlay to'xtaydi.

To'rtinchi davr – tushish yoki yangilanish. Bu davr ko'ngilochar va rekreatsion yangi resurslar aniqlanishi yoki aniqlanmasligidan kelib chiqqan holda vujudga keladi.

Turistik hudud rivojlanishi iqtisodiy siyosatini ishlab chiqish umumiy quyidagi bosqichlarni o'zida mujassamlashtirgan [1]:

1. Dastlabki vaziyat tahlili, bu quyidagilarga imkoniyat yaratadi:
 - mahalliy siyosatchi hamda hududda istiqomat qiluvchilarda turizmning mazkur territoriyada rivojlanishidagi o'rni haqida tushunchani shakllantirish va ushbu masala bo'yicha jamoa fikrining holati, shu bilan birga turizm industriyasini harakatga keltiruvchi mehnat resurslari faoliyat darajasining eng yuqori nuqtalarini aniqlashga imkoniyat beradi;
 - moddiy-texnik asosning yetarlicha ekanligini, mahalliy diqqatga sazovor joylarni, tabiiy-iqlimiy resurslar va ularning qo'llanilish darajasini baholash;
 - mavjud iqtisodiy iqlim hamda shahar iqtisodiyoti va butun hududda turizmning ta'sirini tahlil qilish.
2. Urflarni prognozlash. Bu bosqichda faqat turizmga bog'liq bo'lgan yoki uning ta'siri ostidagi iqtisodiy o'zgarishlar va faoliyat sub'yektlari kutishlarini aniqlash lozimdir. Turistik rejalashtirishda prognozlash mavjud hududda talabning sodir bo'lishi mumkin bo'lgan o'zgarishlarini oldindan aniqlash muhim sanaladi. Bu maqsadni amalga oshirish uchun hajmli hamda sifatli metodlar hamjihat qo'llaniladi.
3. Maqsad va vazifalarni o'rnatish. Hududning turistik rivojlanishi rejalarini ishlab chiqishdagi asosiy mezon va omillardan biri aholining yashash darajasidir. Ushbu bosqich to'g'ridan-to'g'ri turizm bilan bog'liq joyi bo'lmasligi mumkin, ammo u shu hudud jozibadorligi uchun kerakli sharoitlarni vujudga keltirishga xizmat qiladi.
4. Qo'yilgan maqsadlarga yetishish uchun alternativ rejalar ustida tadqiqot olib borish va ma'qul alternatalarni tanlash.
5. Maqsadga erishish strategiyalarini ishlab chiqish. U o'zida qo'yilgan maqsadlarga erishishdagi chora-tadbirlarni amalga oshirishda vujudga keladigan o'ziga xos masalalarni barcha jarayonlarda muvofiqlashtirishni mujassamlashtiradi. Bu bosqichda strategiyani qismlarga ajratish amalga oshiriladi, aynan shu yo'l qo'yilgan maqsadlarga erishishning haqiqatdagi imkoniyatlarini baholashga imkon beradi. Bunda har bir hodisaning amalga oshirish muddati vaqtiy bog'liqligi katta ahamiyat kasb etadi.
6. Rejani amalga oshirish, uni qayta ko'rib chiqish va kerakli o'zgarishlar kiritish, kamchiliklarini to'g'rilash.

Sayohat qilinayotgan joyga hududiy yondashishda aniq maskan, u yerdagi diqqatga sazovor joylar, turistlar talablariga javob beradigan va ularning sayohatga bo'lgan ehtiyojlarini qondirishda chegarasi mavjud yoki aniq chegaraga ega bo'lmagan joy turistik hududlar deb ataladi. Lekin hozirgi kunda yangi so'z birligi sifatida "turistik hudud" – o'rnida "turistik destinatsiya" ham qo'llanilmoqda.

Turistik destinatsiya - turistik tizimning hal qiluvchi elementidir. Uni turistlar ehtiyojini qondirish uchun kerak bo'ladigan barcha qulayliklar, xizmatlar va xizmat ko'rsatish vositalari mavjud bo'lgan markaz (territoriya) deb ta'riflash mumkin.

Boshqacha soʻzlar bilan aytganda, turistik destinatsiya sayyohlar uchun zarur boʻlgan turizmning eng muhim va hal qiluvchi elementlarini oʻz ichiga qamrab oladi.

Turistik destinatsiyaning hududi turistik tizimdagi eng muhim omil hisoblanadi, shu bilan birga turistik destinatsiyalarning oʻzlari va ularning imidjlari turistlarni oʻziga jalb qiladi, tashrifga istak uygʻotishadi, va shu yoʻsinda butun turizm sistemasi harakatga keladi. “Destinatsiya” soʻzining oʻzi inglizcha soʻzdan tarjima qilinganda “belgilangan joy, joylashish joyi” degan maʼnolarni keltirib chiqaradi.

“Turistik destinatsiya” atamasi ilk bor 1980-yillarning oʻrtalarida qoʻllanilgan boʻlib, hozirgi kunda kelib destinatsiya – “bu maʼlum bir maʼnoda chegaraga ega boʻlgan, yetarlicha darajada turistlar guruhini jalb qila oladigan va ularning ehtiyoqlarini qondira oladigan geografik hududdir” deb izohlanadi [4].

Turizmni hududiy turizmi manfaati nuqtai nazaridan:

- mahalliy aholi va tashrif buyuruvchi sayyohlarning salomatliklarini qayta tiklashdagi maqsadiy resurs sifatida;
- hududda aholi bandligini va qoʻshimcha daromadni taʼminlovchi mustaqil xoʻjalik kompleksi sifatida;
- tabiiy - rekreatsion potensialni saqlash va hududning raqobatbardoshligini oshirish omili sifatida koʻrib chiqiladi.

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki, turistik hudud – sayohat maqsadi va turistik mahsulotdir. Shunda ham bunday taʼrif isteʼmolchilar manfaatini koʻzlagan boʻlishi lozim, turist tomonidan tanlangan hudud foyda keltirishi kerak ekanligini unutmaslik muhimdir. Turistik hudud aniq bir sayyohga moʻljallangan ekanligi, uning tashrif buyuruvchisiga bogʻliq. Hudud turist uchun “attraksionlar va ularga moslashtirilgan turistik inshoot va xizmatlar yigʻindisi boʻlgan maskan” sifatida oʻzida uygʻunlashgan servislardan tashkil topgan mahsulotni ifodalaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar roʻyxati

1. Цацулина Ирина Аркадьевна Общество: политика, экономика, право. - 2011. - №4.
2. Зализняк Елена Алексеевна Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3: Экономика. Экология. - 2011. - №2(19). - С.70-76.
3. Кирьянова Л. Г. Брендинг туристских дестинаций. Учебное пособие. - Томский политехнический университет, 2011. —264 с. —ISBN 978-5-98298-957-4.
4. http://tourlib.net/books_tourism/bogolubov4.htm
5. <http://www.unwto.org/states/index.php>
6. <http://www.mta.com.mt/tourismzones>

*Rziyeva D.S.,
Bukhara State University*

SOME OF TRADITIONS “UZBEK DANCE MOVEMENT”

Teacher shows some Uzbek dance moves on the screen and on the poster with the sample of Uzbek dance, which is cheerful, lyrical, and dramatic with its regional differences. According to the instructions the participants will perform “Lazgi” dance, using Imperative Mood. Students do a pair work activity, where they age

given 2 different cards with the instruction of two different types of dances. Student A reads his card to Student B, whereas Student B follows his instructions and dances accordingly. The task is done in the same way with the second card. This activity for the students can be about different styles of dancing throughout the world. Each and every student is more or less aware of dance styles throughout the world. And there is no person in the world that cannot perform their own culture's dance movements. Even though s/he can't actually dance in a brilliant way, s/he can somehow perform it in a way that any person could recognize the hidden meaning from particular actions. In order to perform this activity, the students are given the separate cards with the pictures where various dance styles are described. The task for the students will be to give the definition to the dance. Another task for this activity can be to tell the steps, i.e. how to perform the dance on their cards. Variation for this activity can be the cards with the name of the dance will be given to the students, and their task will be to show (mime) the movements of the dance without telling it orally. The other students must guess which type of dance has been performed. Then a student can tell how it can be performed. (Using verbs describing actions, adverbs-how it's done and adjectives-movement styles). [2]



They can also make a project work in the form of video presentation or produce a dance book split into four chapters, where they include history of the dance, clothes and accessories related to the dance, steps of dance, the list of the songs and links to this particular style of dance and group photos taken while performing the dance. In my case students performed dances from 5 different regions (Surkhandarya, Bukhara, Kharez, Andijan and Karakalpak). Teaching English through dance is both effective and rewarding. There exist different motivational activities connected with dance in order to use with different levels of students adapting the activities from elementary to advanced.



Although Uzbekistan has a beautiful history of dancing, representative of its historical era, struggles, technology, and sense of growth, dancing is still widely perceived as having mostly entertainment value and not as much pedagogical value, especially in language teaching. [3] In my teaching practice, we have the subject Integrated Skills in the Year 1 and 2 in the PRESETT curriculum. This lesson is once a week and each month the students are required to do final project work. I decided to implement Dance into my lesson finding the closest topic in the curriculum. In year 2 we have the topic Cross-cultural communication which is very close to Dance topic. I wanted to design a lesson combining dance content so that my students enable to do the following:

- to extend students communicative competence by developing their ability to converse about dance
- to use four skills of the language in an integrated way transferable to dance context
- to develop students' creativity and imagination
- to develop students' cultural competence
- to enable students to use grammar and vocabulary related to dance [1]

Above mentioned activities can help teenagers in opening doors to discovery of unrealized talents and interests, supporting problem-solving, collaboration, and other communication skills in a fresh and provocative way. Being an insider to Uzbek culture, I have grown up with Lazgi as part of my life, just as watching television or doing my homework. The steps leading up to dancing helps the student become more aware of himself or herself and they become unconsciously creative. Through the process of learning about the culture and learning to dance, students become more confident in their ability to overcome challenges such as self-consciousness and non-identification with a new culture. Although I focused mainly on Lazgi dance, the insights and suggestions in this article are intended for any language teacher who would like to combine language and culture in a manner that appeals to many learning styles.

Reference:

1. Teaching English to Teens
2. TESOL Professional Training Programs
3. Uzbek national Encyclopedia.

HISTOIRE TOURISME DEL'OUZBÉKISTAN

Nous savons que, actuellement le tourisme developpe sans cesse. Auparavant il y avait une grande route de la soie. Le pays est donc assez éloigné de la France, avec 3 heures de décalage horaire, ce qui n'empêche pas d'avoir tout de même 700 000 touristes environ par an. C'est relativement peu, ce pays de 30 millions d'habitants est encore épargné par le tourisme de masse. Pourtant, les paysages ouzbèks, ses monuments et surtout l'hospitalité de ses gens en font un des pays au plus fort potentiel de croissance touristique.

Chaque année, ce sont de plus en plus de touristes étrangers qui viennent découvrir les charmes de l'Asie Centrale, la plupart des groupes de Français, qui n'ont pas peur d'affronter le climat continental, très chaud en été, très froid en hiver. Il ne faut pas oublier que le pays est un ancien pays communiste, encore peu habitué aux « commodités » du monde capitaliste. Du coup, niveau « Sum », la monnaie locale, les habitants ont l'habitude d'éviter de passer par les banques, étant donné des procédures (vraiment) fastidieuses pour justifier tout mouvement d'argent sur les comptes bancaires. Résultat: un marché noir existe pour le change de devises avec les touristes, qui est beaucoup plus intéressant si vous pensez à arriver avec des euros ou des dollars en poche. Sinon bien sûr il y a quelques bureaux de change dans les grandes villes (Tachkent, Samarcande, Boukhara...) mais quoiqu'il en soit, oubliez nos bons vieux distributeurs automatiques de billets pour obtenir des Sums (ou Cym).

Un vaste programme de construction de lotissements est en cours dans tout le pays. La majorité du pays est couverte par le plus grand désert d'Asie Centrale, le Kyzyl Kum, « Sable Rouge » en langue ouzbèk. Encadré par deux grands fleuves, l'Amou-Daria et le Syr-Daria, ce désert était l'étape cruciale de la route de la Soie, il était impossible de le traverser si on était mal préparés. Aujourd'hui, le côté désertique a été fortement L'Ouzbékistan, un pays de haute culture qui est profondément ancré dans les siècles d'histoire d'Asie Centrale. Dans toute son histoire l'Ouzbékistan a été un pont entre l'Orient et l'Occident, entre les peuples et les nations, un croisement d'anciennes routes, un lieu de rencontre entre les hommes à travers toutes leurs diversités linguistiques, culturelles et religieuses. En effet, la Grande Route de la Soie a joué un rôle primordial dans le développement culturel de l'Ouzbékistan, mais aussi dans tout l'Orient et toutes les civilisations mondiales. Cette terre ancestrale a connu les guerres des empires, l'essor et la décadence des civilisations, elle a vu naître la pensée scientifique, les merveilles architecturales de l'urbanisation. Sur cette terre de grands savants et théologiens ont vécu et des lieux sacrés de l'islam se sont élevés. Nos ancêtres ont beaucoup contribué au développement de la civilisation mondiale. De grands savants et penseurs comme Avicenne, Oulougbek, Al-Berouniy, Alicher Navoi, Al-Khorezmi sont connus dans le monde entier. [2]

Les plus anciennes villes du monde comme Samarkand, Boukhara, Khiva, Kokand, Shakhrisabz, Tachkent se trouvent en Ouzbékistan et sont connus par leurs chefs-d'œuvre originaux de l'architecture du Moyen Age et des maîtres d'artisanats.

Dans le pays il y a environs quatre mille monuments dont la plupart est admie par l'UNESCO, comme de précieux témoignages de la civilisation dans cette région du globe. L'Ouzbékistan est connu non seulement par son riche héritage historique, culturel et spirituel, par l'originalité de son patrimoine historico-architecturale, mais aussi par ses infrastructures, son secteur industriel et par son industrie touristique bien développées. Nous avons tous une destination exotique et inconnue, évocatrice de mille rêves et d'histoires. Tout au long de ma vies, j'ai beaucoup lu et appris sur de très nombreux pays, à un tel point que parfois, même sans y être allé, j'ai l'impression de déjà connaître. Aujourd'hui, rares sont les pays qui échappent à cet état de fait, mais il existe encore quelques endroits de la planète complètement inconnus, délaissés par le tourisme de masse ou les médias. Ce sont les pays traversés par l'ancienne Route de la Soie, pratiquement inconnus de nos contrées.

Ancien pays de l'URSS L'Ouzbékistan a obtenu son indépendance en 1991, à l'effondrement de l'URSS. Englobé dans le l'ancienne grande puissance soviétique, il ne pouvait pas être inclus dans les grands reportages touristiques ou culturels à cette époque, l'URSS étant solidement cadenassée et protégée des touristes et des médias occidentaux. Seuls quelques connaisseurs privilégiés qui n'avaient pas peur d'utiliser l'agence touristique d'Etat « Intourist », venaient en Ouzbékistan, flanqués en permanence d'un guide chargé de les surveiller autant que de les guider. D'un point de vue européen, ce n'est pas le nom du pays qui est connu, mais plutôt le nom de Samarcande, l'ancien carrefour principal de la Route de la Soie, ville du commerce international par excellence depuis l'Antiquité. [2]

Statue équestre de Tamerlan devant le Palais des Congrès sur la place Amir Timur. Certaines personnalités originaires de ce qui est aujourd'hui l'Ouzbékistan sont très connues dans nos contrées occidentales, bien plus que le pays lui même: Tamerlan « Timur le Boiteux » est né à Chakhrisabz, au sud de Samarcande. Il est plus connu en Ouzbékistan sous le nom d'Amir Timur, c'est-à-dire « l'Emir de Fer », le grand conquérant du XIVe siècle. Une autre personnalité, moins connue, eu pourtant bien plus d'impact dans notre civilisation moderne: Al-Khawarizmi « qui vient de la province du Khwarezm ». Originaire de Khiva, principale ville du Khwarezm dans l'ouest du pays, il n'est autre que le théoricien de l'algorithme, dont le mot n'est qu'une déformation de son nom! Il est également la personne connue comme étant l'un des pères de l'Algèbre, (mot issu d'ailleurs du titre de l'un de ses livres) ou la personne qui popularisa l'utilisation des chiffres arabes. Son importance scientifique mériterait qu'il soit au moins aussi connu qu'Archimède. [2]. Carte de la Route de la Soie, affichée à Khiva. Histoire de l'Ouzbékistan est riche et très ancienne. Lieu de passage, traversé d'est en ouest et du nord au sud par les commerçants, il a subit l'influence de nombreuses civilisations, que nous retrouvons encore aujourd'hui, que ce soit architecturalement ou culturellement. Le pays est donc extrêmement brassé, il n'est pas étonnant de voir des personnes aux yeux bridés mais parfois clairs, parler une langue d'origine turque, à la peau brune, de religion musulmane et de culture économique ouzbeque.

Bibliographies

1. Malreaux A. MCH La Condition Humaine. – P., 1985.
2. www.google.uz

DIE MUSEUMSTADT BUCHARA

Buchara ist eine der ältesten Städte der Welt. Nach den archeologischen Ausgrabungen im Zerafschantal wurde es festgestellt, dass die Ureinwohner dort schon einige Tausend Jahre früher lebten, und während der Neolithperiode die Hauptbeschäftigung der Urbewohner von Buchara die Jagd und der Fischgang war. Mit der Zeit verwandelte sich der an Wasser, Fisch und Wild reiche Tal zum Einwohnerzentrum. Zu dieser Zeit gehören die Steinwerkzeuge, die von den Archeologen am uralten Schahrud-Kanal von Buchara gefunden wurden.

Die Schätze von Buchara-Jase zogen immer die fremde Eroberer an. Im VI. Jahrhundert vor unserer Zeitrechnung eroberte der König Kier das Territorium von Buchara und im Jahre 329 vor unserer Zeitrechnung eroberte Alexander Makedonski Iran und Sogdiana. Dann begann die Herrschaft von Griechen in Buchara.

Die Wirtschaft und Kultur entwickelten sich nicht nur auf den Territorien von Sogdiana, sondern auch von Buchara, die Handelsbeziehungen mit den Westländern nahmen nach der der Befreiung von Griechen auf.

Vom Ende des ersten Zeitalter bis zu unserer Zeitrechnungen, bis Mitte des vierten Jahrhundert gehörte Buchara zur Herrschaft von Kuschan, einer größten Herrschaften von Kuschan, einer der größten Herrschaften Mittelasiens. Nach dem Aufbruch von Arabern in die historische Arena wurden Iran, Ägypten und andere Länder in kurzer Zeit erobert. Im Jahre 709 eroberten Araber auch Buchara und begannen ihre Religion – Islam unter den Einwohner der Stadt gewaltsam zu verbreiten. Die Geschichte von Buchara wurde von den arabischen Historiker ausführlich beschrieben. Nach dem die Einwohner von Buchara Islam angenommen hatten, entwickelten sich im VIII. Jahrhundert in Buchara die Kultur und Wirtschaft.

In der Periode der Herrschaft von Araber war das Territorium der Stadt ungefähr 35 ha. Das heutige Taki-Zargaron war damals das Stadtzentrum. Diesen Stadtteil nannte man damals Schahrstan und es war von den Festungswänden und 7 Tore umgeben. Die Straßen der Stadt waren schachbrettartig angelegt.

In den Jahren 874-999 herrschte in Buchara die Samaniedendynastie. Während der Herrschaft von Samaniden veränderte sich das Ausblick der Stadt, die Einwohnerzahl stieg an, neue Basaren (Markte) und Werkstätten entstanden, Kultur, Kunst und Wissenschaft entwickelten sich.

Die Schätze von Buchara zogen Eroberer auf sich. 1220 versuchten die mongolischen Heere unter Leitung von Tschingis-khan die Stadt erobern, aber sie stießen auf starken Widerstand der Stadtbewohner. Eine Gruppe von Patrioten, die Ark bewohnten, leisteten den starken Widerstand gegen die Eroberer im Laufe von 12 Tagen.

In der zweiten Hälfte des XIII. Jahrhunderts begann man Buchara wiederaufzubauen. Der italienische Reisende Marco Polo nannte die damalige Stadt „die majestätische Stadt“. Buchara, die in der Kreuzung der Großen Seidenstraße lag, verband viele Ost-Westländer. Während der Herrschaft der Herrschaft der

Timuridendynastie entwickelte sich Buchara besonders stark. 1370 wurde Buchara zum Teil der Timuridendynastie.

Amir Timurs Enkelkind, der berühmte Gelehrte und Astronome Ulugbek hat sich in seinem Leben drei Medressen errichtet und zwei von ihnen sind jetzt in Buchara und Gishduwan. Während der Herrschaft von Timuriden verwandelte sich Buchara zum Zentrum der Kultur, Wissenschaft und Kunst im Osten. Nur in der zweiten Hälfte des XVI. Jahrhunderts wurden in Buchara 10 Medressen gebaut, wo die Jugendliche aus Buchara, und auch aus Nachbarstaaten studierten. Zum Beispiel: Medresse Miri-Arab, Medresse Kukeldasch, Medresse Modarichon, Medresse Abdullachan, die Ulugbek Medresse, die Abdulasischan Medresse und andere. Buchara wurde Zentrum der Wissenschaft, Kunst und Kultur des muslimischen Orients.

Die damalige Jugend bekam in Medressen von Buchara eine prestige Ausbildung. In den nächsten Perioden wurde Buchara als Zentrum des Handwerks, der Architektur, Literatur und Kunst anerkannt. Buchara hatte einen großen Beitrag zur Entwicklung der Weltzivilisation geleistet. Buchara hatte Weltzivilisation solche berühmte Gelehrten und Enzyklopedisten wie Avicenna, Ismail-al-Buchori, Abu Abdullo Rudaki, Bahouddin Nakshbandi, Sadriddin Ayni und andere geschenkt. Als Architekturdenkmäler des XVI. Jahrhunderts ziehen die Handlungskuppeln die Gäste der Stadt an sich an, weil nur in Buchara die Markteinrichtungen des XVI. Jahrhunderts in ihrer ursprünglichen Form erhalten geblieben sind. Keine andere Stadt des Ostens hat solche eigenartigen monumentalen Handlungseinrichtungen.

Diese Kuppel kreuzten die Haupthandelsmagistrale der Stadt: Taki-Zargaron (Kuppel der Juweliere), Abdullachan-Tim (Handlungspassage), Taki-Telpakfuruschon (Kuppel der Verkäufer von Mützen) und Taki-Sarrafon (Kuppel der Geldwechsler). Das Wort „Tak“ bedeutet „das Gewölbe“ oder „den Bogen“. So nannten im Osten eine große Markteinrichtung oder den Kuppel, die an der Kreuzung der zwei oder drei Straßen gebaut wurde.

Das majestätische und schönste Architekturdenkmal der Stadt – der Ensemble Labi-Haus ist ein Lieblingsort der Stadtbesucher. Die in den Jahren 1568-1569 vom Minister des Emirhofes Kulbaba errichtete Medresse Kukeldasch bildet den Grund des Ensembles. Nach 50 Jahren beabsichtigt der andere Minister des Emirs Nadir-Divan-begi ein Karavan-Saraj (Gasthaus) gegenüber der Medresse zu bauen. Später wurde diese Einrichtung in die Medresse und Chanaka (der Raum für Dervische) rekonstruiert. Im Jahre 1620 wurde auf der Fläche zwischen den beiden Einrichtungen ein Teich errichtet.

Vor kurzem war Buchara mit 12 Kilometer langen Festungsmauer umgeben. Das war eine Architektureinrichtung, die für die Städte der Orient charakteristisch war. Die Mauer waren 10 Meter hoch und die Stärke der Mauer waren 5 Meter. Die Festungsmauer hatten 11 Tore und hatten mehr als 200 Wohnviertel der Stadt umgeben. Alle 11 Tore erlebten sich auf den Straßen, die die Stadt mit den nächsten Dörfern und Karawanenstraßen verbündeten. Die Konfiguration der Festungsmauer und die Orte der Tore charakterisierten die uralte Planierungsstruktur der Stadt. Die Tore erledigten gewöhnlich Formalitäten des Aufgangs und Ausgangs aus der Stadt, die Befindungsorte der Tore waren mit den ökonomischen Zielen verbunden.

In Buchara sind bis heute viele historische Architekturdenkmäler erhalten geblieben, die ihren Urausblick bewahren. Sie wurden in der Periode vom IX. bis zum XX. Jahrhundert errichtet und bewundern immer noch tausende Gäste der Stadt. Millionen von Touristen kommen hierher um sich in der Atmosphäre der Vergangenheit zu fühlen, diese majestätischen Baudenkmäler zu besichtigen und kennenzulernen.

Literatur.

1. Р.Муини «Архитектурные памятники Бухары». Бухара: 2010 год. Стр. -5-12.
2. Хайитов Ш., Бадриддинов С. Из истории Бухары. (XIX-XX века). – Бухара: 2007 год стр-57
3. Холбоев С. «Золотая сокровищница Бухарского эмирата». – Е.:Фан, 2008, - стр 71-72.
4. Хайитов Ш., Бадриддинов С. Из истории Бухары. (XIX-XX века). – Бухара: 2007 год стр-46-49.
5. Jadid.uz Abdurauf Fitrat. Vuxoroda inqilob. („Hurriyat“, 1918. № 69-72)

Кабиров Комилбек,

член общества ремесленников города Бухары

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ШКОЛ МИНИАТЮРНОЙ ЖИВОПИСИ

Своим рождением, миниатюрная живопись Востока обязана манускриптам, так как она органично вписалась в неё, часто иллюстрируя художественное произведение, а иногда сюжеты миниатюрной живописи выходили за рамки чисто иллюстративных и представляли собой самостоятельное произведение живописного искусства.

Чтобы правильно понять и оценить искусство оформления и иллюстрирования рукописных книг исламизированных стран Востока в средние века, нужно рассматривать в свете его тесной зависимости от уровня социально-исторического развития, насущных задач времени и общей системы выработанных нравственно-эстетических ценностей.

В рассматриваемый период все государства Среднего Востока представляли собой феодальные общества, подчинявшиеся централизованной форме управления. Феодальные централизованные институты, главенствующая деятельность мусульманского духовенства считалась отмеченными печатью «божества и вечности». Централизованная теократическая деспотия держала под строгим контролем духовную жизнь граждан.

Первейшей обязанностью мусульман было соблюдение законов шариата, регулирующих общественные, семейные и личностные отношения людей. Все формы человеческой деятельности подчинялись обязательным правилам, определявшим круг их обязанностей, отступление от которых резко осуждалось.

Традиционализм и нормативность, пронизывающие все сферы общественной социальной жизни, создавало нетерпимую обстановку для различных нововведений. В культуре стран мусульманского Востока в средневековье сложилась строгая, откристиализировавшаяся в опыте,

целостная концепция. Различные области творчества, и миниатюрная живопись в том числе, развивалась по закону преемственности. Изучение закона преемственности традиций миниатюрной живописи поможет выявлению специфики, своеобразия того или иного периода развития, в определении школ миниатюрной живописи. инициативы и свободомыслия нарушение норм рассматривалось как покушение на устои ислама, на священные обычаи и традиции. В этих условиях процесс общественного и культурного развития протекал в замедленных темпах, деятельность же художника в подобных обществах также была подвергнута строжайшей регламентаций.

Специфику преемственности средневековой культуры исламизированных стран, миниатюрной живописи в том числе, определяет взаимодействие традиции и творческого начала, канона и индивидуально-авторской оригинальности, новизны.

Средневековая культура исламизированных стран представляла собой тип художественного творчества, основанного на строгом следовании традиции. Как показывают труды средневековых теоретиков, для неё характерна была «эстетика привычного», когда основным мерилom художественных достоинств были обычность, традиционность, соответствие канону. Средневековому каноническому типу творчества были свойственны заданность мысли и каноничность образов. Легче воспринималось, были понятны те образы, которые часто использовались в творческой практике, совершенствовались, «шлифовались». Творчество не мыслилось без знаний и следования канонам, извлекавшихся из всей совокупности наследия. Следует отметить ещё важную особенность средневековой культуры – ценилось не разнообразие образов или мыслей, а их отделка, компоновка.

Творческий процесс средневекового поэта, художника, мастера, допускал заимствование предшествующего, получившего признание образца, но и не буквальное воспроизведение, а как улучшенную, усовершенствованную интерпретацию, созданную путём дополнений, более выразительного оформления.

Традиции миниатюрной живописи основываются на сохранении тех ценностей, которое накапливалось предшественниками. Традиционность означает в миниатюре следование канону выработанную прежними мастерами. Творческий процесс художника протекал в заимствовании работ признанных художников, причём заимствование – это не полное копирование работ, а создание произведений путём дополнений в изображении миниатюры элементов, в композиционное строение.

Новаторство рассматривается в индивидуально – авторской оригинальности. Оригинальность художника проявляется в рамках традиции совершенствованием и развитием канона, причём полем новаторских нововведений было творческая интерпретация композиционной системы.

«Художник не стремился выработать ему одному присущую манеру и технику письма, наоборот каждый миниатюрист старался возможно лучше освоить современные ему художественные и технические приёмы и подражать самому выдающемуся мастеру своего времени, творчество которого считалось

вершиной искусства. И все его пожитки усовершенствоваться заключались в улучшении своей техники, сохранение канонически утвердившиеся приёмы изображения живой и мёртвой природы».

Сюжетами иллюстраций служила тематика, представляющая определённое значение для идеологии и апологии феодализма: сцена прославления правителя, его военной доблести – боевые сражения, охота, государственной мудрости – философские беседы и диспуты мудрецов, пышные придворные празднества и увеселения. Изобразительное искусство было призвано помочь формированию характера и направленности духовных интересов и вкусов читателей. Литература этого периода говорила о жизни на изящном, многоцветном языке поэтической романтики и художники должны были найти эквивалентную форму выражения содержания произведения. Содержание миниатюры определяется «в основных свойствах поэтики восточного романтизма» – сердечность и поэтичность, многоцветность и эмоциональная духовность, символичность и декоративность, богатство воображения и устойчивость эстетического идеала, чувство стиля....., которое всё больше и больше привлекают к себе внимание как один из ценных слоёв художественной традиции человечества.

В настоящее время содержание определило жанры миниатюрной живописи:

Репрезентативный – сцена парадного представительства происходит в интерьере, на лоне природы, или в саду на фоне дворца;

Батальный – сцена боевых сражений, охота, осада крепостей или преследование войск противника;

Лирико-эпический – сцена встреч влюблённых;

Жанрово-бытовой – сцена из повседневного быта;

Портрет – 1. Портрет-картина портретируемый дан среди привычной ему обстановки. 2. Одиночное изображение портретируемого на гладком фоне. 3. Портрет-кариатура.

Восточная миниатюра имеет также свои особенности в изобразительной системе – это линия, цвет, ритм и условность. Причём условность играла господствующую роль в этой системе. При выполнении миниатюры художником отсутствует пространство, светотень, перспектива, нарушается масштаб, нет полутонов. Локальные особенности опускались, отмечалось лишь всё наиболее обобщенное, идеальное, совершенное. Одним из основных выразительных средств миниатюры является линия. Она выступает и как изобразительный элемент в создании образа, передаче движения, в построении пространственных планов, и как эстетически значимый элемент. Она поднимается до эмоционального звучания своей певучестью, плавностью или напряжённой чеканной упругостью. Пределы её возможностей небывало широки от лёгкого прикосновения, неуловимой для глаза тонкости, до подчёркнуто толстых по необходимости контуров.

Особый эмоциональный настрой миниатюре придаёт ритм. Как средство художественной выразительности миниатюры мы можем проследить ритм и чередование линий, цветовых силуэтов, световых пятен, плоскостей разного

размера и форм. В зависимости от изменения тематики миниатюры видоизменяется и темп ритма. Так в репрезентативных сценах приёма и пиршеств темп ритма спокойный и замедленный, а в батальных сценах – ускоренный темп ритма, усиливая напряжённость и драматизм событий.

Подчёркивая условность в миниатюре, как характерный, определяющий признак, исходившегося из требований религиозного и символического толкования мира, можно сказать, что она проявляется прежде всего в условном изображении человека, животных и птиц, пейзажа, архитектуры и в передаче пространственной глубины.

По времени восточная рукопись изготовлялась очень долго, так как она требовала упорного труда представителей многих специальностей и считалась немалой материальной ценностью. Заказать её могли лишь очень знатные и богатые вельможи.

Правители государств средневековья имели у себя при дворе мастерские по изготовлению драгоценных рукописных изделий – китобхона.

Работа над книгой начиналась с возделывания бумаги и этим занимался кагазгор. Большой популярностью в средние века пользовалась бумага плотная, глянцева, изготовлением которой на всём мусульманском Востоке и даже в Европе славились города Самарканд и Бухара. Далее текст книги, на основе арабской письменности с вариантами разнообразных почерков, переписывал каллиграф (катыб), причём кроме мастерства он должен был обладать высоким морально-эстетическими качествами (Султан Али Мешхеди «Трактат о каллиграфах» 1614 г.). В обязанности каллиграфа входило также и определение содержания миниатюр. Затем работу над рукописной книгой продолжал миниатюрист (наккош, мусаввир) который рисовал к ней иллюстрации, к отдельным эпизодам повествования для зрительного пояснения содержания текста.

Иллюминатор (лаввах) покрывал тончайшим красочным орнаментом фронтписы, заставки отделывая края жидким золотом, иногда создавал специальную художественно - оформленную страницу предназначающегося для эстетического отдыха читателя. После всего на последней стадии работы рукопись передавалась переплётчику (мукавасоз), который доводил его до совершенства. Кроме того над созданием рукописной книги работали резчики бумаги, резчики по коже, лакировщики и т.д.

В средние века в силу общности исторических судеб многие представители культуры этих стран, находившиеся под одной политической властью были тесно связаны и своим творчеством. Не только тесные культурные связи, но и совместная жизнь и творческая деятельность миниатюристов этого региона обусловила большую близость их искусств, отличающиеся общностью изобразительного языка, художественных исканий и технических средств.

По дошедшим до нас рукописным трактатам представляющие собой методические произведения об искусстве миниатюриста, рецептам оформления рукописей, технические приёмы выполнения миниатюр, а таковых очень мало (Султан Али Мешхеди, Сераж-ас-сутур XVI в., Дуст Мухаммад Хареви, Колат-

ехнерверан Казы-Ахмед-Куми, Гулистан-е Хунер XVI в., Садик-бек Афшар, Ганун-ос-совар XVI в., и по незавершённым миниатюрам можно наглядно себе представить поэтапный процесс их выполнения.

Первый набросок к задуманной композиции наносится кисточкой смоченной водой, по водяным следам остающимся после высыхания, он обводил контуры рисунка красными или чёрными чернилами. Этот процесс назывался галямгири - обрисовка кистью. Готовый контурный рисунок, называемый ниренг, покрывали смесью из клейстера и яичного белка, затем контурный рисунок ложили, причём во время лощения бумаги стеклянным шариком нужно слегка сбрызгивать водой, чтобы возникающая от трения температура не повлияла отрицательно на её цвет и качество.

Далее по шлихтованному основанию сквозь которой просвечиваются контурный рисунок, накладывали краски. При нанесении цвета на контурный рисунок прежде всего раскрашивались большие пространства, которые являлись фоном для более мелких элементов композиции.

Причём при нанесении цвета миниатюрист проходил каждой краской по всему рисунку поочерёдно, то есть прописав все детали композиции одним цветом, переходил к предметам другого цвета.

Иногда некоторые элементы миниатюры покрывались жидким золотом или серебром. Поэтому при выполнении миниатюры, если в нём присутствует золото или серебро то работу начинали с золочения элементов миниатюры которая затем полировалась.

В средневековье художники пользовались двумя техническими приёмами письма: дамшуй и мияншу.

Два способа приятны и хороши.

Первый дамшуй, а второй мияншу.

Если делаешь узор подобный цветку фруктового дерева не утай способ дамшуй, если же наоборот, это фон твоей работы (то здесь) способ мияншу тебе поможет. (12.47).

Первый приём письма – это работа кончиком кисти. Этот приём заключается в растушёвке элемента композиции, создавая постепенный переход от темного цвета к светлому. Приём аналогичен древне - русскому живописному термину «вплавь».

Второй приём мияншу – это работа талией пучка кисти и заключается в сплошном ровном покрытии фона или поверхности краской.

Этими техническими приёмами осваивались практически все будущие художники.

В подготовке будущих художников-миниатюристов, мастера обращали внимание не только на основательное изучение технических приёмов живописи, но и в получении учениками необходимых умений, навыков и знаний, в области миниатюры. Обучение будущих миниатюристов начиналось с копирования простых образцов знаменитых мастеров, а по мере приобретения умений и навыков задания усложнялись. Обычно копирование производилось отдельных элементов композиции.

Копируя элементы композиции ученик осваивал канонизированную трактовку внешних форм и цветовое решение композиции. Для достижения необходимых технических навыков будущие художники собирали рисунки с различными изображениями зверей и птиц, растений и архитектурных сооружений, которые в дальнейшем они использовали в своей работе. В использовании в своей работе элементов композиции опытных мастеров будущие художники пользовались различными техническими приёмами. Одним из таких приёмов нанесения изображения называется ахта припорох. Этим приёмом по сей день пользуются мастера резьбы по ганчу, росписи по дереву и т.д. Копировка отдельного элемента или всей композиции производилась через прозрачную тонкую плёнку из кожи газели. Прозрачную плёнку ставили на копируемую деталь композиции и обводили по контуру с тушью, а затем по тому же контуру прокалывали иглами. Далее под проколотую прозрачную плёнку ставили чистый лист и припорошивали тонко просеянным и истолчённым углём, перенося рисунок на чистый лист. После осторожного удаления с листа бумаги, оставшийся контур изображения обводили тушью поправляя все детали с образца и наносили цвет. Способ припороха будущие художники упражнялись в течении нескольких лет, пока он в совершенстве не овладевал навыками работы с тонкой кистью, и пока в памяти ученика не запечатлевались общие характеристики форм и детали различных изобразительных мотивов. Иногда малоопытные миниатюристы пользовались в своих работах целой композицией с других рукописей, перевернув их зеркально. Конечно, этот метод обучения был порочным и был присущ средневековому искусству обучения.

Наряду с характерными для феодально-метафизического мышления художественными формулами рассматривающими творчество как чисто рассудочный процесс в творческом методе выдающихся мастеров средневековья, проявляется интерес к изучению многообразий природы, к правдивому воспроизведению её неповторимых явлений. Ярким представителем, который по своим реалистическим устремлениям признающий природу, как лучшего учителя в искусстве, по большому значению придаваемому наследию и творческому использованию традиций является миниатюрист XVI в. из Тебриза Садик-Бек Афшар.

«Если искусство изображения станет твоей мечтой, (лишь) природа может быть твоим уstadом. В этой области фантазирование неблагоприятно и напрасный труд.

«Пусть будет Мани или Бехзад, кто (из них) свободен от заботы?»

Как видно из этого небольшого отрывка трактата художника, мысли имеют прогрессивное значение, ибо он наставляет на глубокое изучение изображаемого объекта, быть требовательным к себе и рекомендует критически осваивать методы крупных мастеров прошлого.

По отношению к определению школ миниатюрной живописи Востока можно сказать как мы упоминали, что это был в средние века район с постоянно перекраивавшимися политическими границами, где этноисторическая и культурно-идеологическая основа обусловили большую

общность развития культуры во всём регионе. В этом смысле искусство рукописной книги в нём – типичное проявление художественной культуры средневекового Востока – представляет единый художественный тип. Но единство главных стилистических и художественных особенностей не снимает отличий, выразившихся в предпочтительном интересе в разных странах к каким-то определённым циклам иллюстраций, в обусловленных местными традициями методах и приёмах изображения, своеобразии изображаемого ландшафта, костюма, колорита. Эти особенности в совокупности придают миниатюрам отдельных районов большое своеобразие.

В искусствоведческой среде школы миниатюрной живописи представляют по различным категориям. Иногда их определяют по династийным названиям – тимуридская, сафавидская, могольская; по этнополитическому признаку – арабская, персидская, среднеазиатская, индийская; в русле локальных школ – тебризская, среднеазиатская или же как её ещё называют мавереннахрская, индийская и т.д.

Xayrullayeva N.N.

Buxoro davlat universiteti

O'ZBEKISTON- BUYUK QADAMJOLAR MASKANI

(Buxoro hududida -ekskursavodlar byurosini yaratish loyihasi)

*Agar kimda-kim bizning qudratimizga
shubha qilsa, biz qurgan binolarga boqsin.*

Amir Temur

O'zbekiston – buyuk tarixni o'zida jo etgan yurt bo'lib, uning har bir hududida o'ziga xos afsona va o'chmas tarix mujassam. Yurtimiz o'zining betakror va haybatli qadamjolari bilan dunyo e'tirofidadir.

Hozirgi kunda turizm sohasiga bo'lgan e'tibor va imkoniyatlar yildan-yilga oshib, ushbu sohadagi rejalar va qilingan ishlar salmog'i oshib borayotganligi, sohadagi kadrlarga bo'lgan ehtiyojni ayniqsa, gid va ekskursavodlarga bo'lgan talabni kuchaytirib bormoqda. Soha vakillarining asosiy maqsadi esa har bir hududning boy tarixini aniq va ravshan tartibda turli xil afsona va rivoyatlar bilan sayyohlarga so'zlab berishdan iborat. Bundan tashqari so'zlab beriladigan ma'lumotlar esa tarixiy asoslangan faktlarga ega bo'lishi kerak. Masalan, Abu Bakr Narshaxiyning Buxoro tarixi haqidagi yozib qoldirgan ma'lumotlarini olaylik.

Buxoroga asos solinishi qadim-qadimgi asrlar tubiga borib taqaladi. 1997 - yilda YUNESKO ning qaroriga ko'ra butun madaniy dunyo uning 2500-yilligini nishonlangan edi. Afsonalar shaharning paydo bo'lishini, tarixiy shaxs obrazi bilan bog'liq Zardushtiylik xudolaridan biri – Siyovush bilan bog'laydi. Buxoroning eng qadimiy qismi uning qal'asi – Ark hisoblanadi, bu yerda arxeologlar eramizdan avvalgi IV - III asrlarga oid bo'lgan ba'zi topilmalar borligini aniqlashdi. Bu balandligi 20 metr bo'lgan katta tepalik bo'lib, u yerda ilgari Buxoro amirining saroyi, uning harami, xazinasi, qurol-yarog' saqlanadigan xonalari, o'ta xavfli jinoyatchilar uchun zindoni bo'lgan[1].

Buxoroning eng qadimiy yodgorliklaridan biri X asrning boshida Somoniylar sulolasining asoschisi tomonidan qurilgan Ismoil Somoniy maqbarasidir. Maqbara usti yarim sfera shaklidagi gumbaz bilan yopilgan kub shaklidagi binodir. Somoniylar maqbarasi O'rta Osiyoning me'morchiligida bizgacha yetib kelgan, pishiq g'ishtdan qurilgan birinchi bino bo'lib, bunda g'ishtlar ham qurilish uchun, ham bezatish uchun ishlatilgan.

Shaharning asosiy va eng baland ko'tarilgan inshooti – 1127 yilda qurilgan Minorai Kalon minorasidir. Bu har tomonlama komil muhandislik inshooti, Buxoroning sathidan 47 metrga ko'tarilib turgan ulkan minoradir. O'zbekistonda eng baland bo'lgan ushbu minora tepaga chiqqan sari sal ingichkalashib boradi, uning dumaloq aylanasidan o'rab turgan halqalar turli rangdagi sirlangan g'ishtchalar bilan bezatilgan. Shu bilan birga minoradagi naqshlarning turli-tumanligi va takrorlanib kelishi sodda va komil me'morchilik shakllarini boyitadi.

Buxorodagi o'rta asrlar me'morchiligining alohida xususiyati – ko'cha yoki maydon bilan bir-biridan ajralib turgan va old yuzasi, darvozalari bilan bir-biriga qarab turgan ikkita ulkan inshootdan iborat bo'lgan majmualarning barpo etilishi edi. Shu asosda shaharning markaziy me'morchilik majmuasi yaratilgan – Poi Kalon (“Ulkan inshoot osti”) maydoni. Uning minorasi gumbazli o'tish yo'li bilan benihoya ulkan juma masjidi – Masjidi Kalon bilan bog'langan. Uning qarshisida XVI asrning boshida hatto bizning davrimizda ham ishlayotgan Mir-Arab madrasasi barpo etilgan.

Chashma-Ayub mozorining barpo etilishi ham XII asrlarga oid deb hisoblanadi. Afsonalarga qaraganda, Injildagi payg'ambarlardan biri – Ayub (Iov) Buxoroning bu suvsiz qismidan o'tayotganda hassasi bilan yerga urgan – natijada bu yerda top-toza, shifobaxsh suvli buloq paydo bo'lgan. XIV asrda Amir Temur o'zining yurishlaridan birida olib kelgan xorazmlik ustalar buloq va quduq ustidan bino barpo etganlar hamda quduqdagi baland tortish qurilmasi ustidagi konus shaklidagi gumbazga Xorazm uchun xos bo'lgan shakl berganlar. Ularga qaraganda mashhur Chor-Minor masjidi esa yangi qurilgan bino deb atalishi mumkin – u XIX asrda qurilgan. Bu masjidda to'rtta uncha baland bo'lmagan minoralar hamda gumbazlar zangori rangda bo'lib, masjidga o'ziga xos qiyofa bag'ishlaydi.[1]

Sharq me'morchiligi uchun sun'iy suv havzalari bo'lgan hovuzlardan nafaqat amaliy maqsadlarda, balki shaharni yanada har tomonlama bezatish uchun ham foydalanish odatdagi holdir. Buxoroda saksontadan ortiq bunday obodonlashtirilgan hovuzlar bo'lib, shaharni ta'minlab turar edi. Ulardan eng mashhur bo'lgan hovuz Labi-hovuzdir.

Yirik poytaxt-markaz bo'lgan Buxoro shahri nafaqat o'zining masjidu madrasalari, maqbarayu-mozorlari bilan, balki saroylari, hashamatli uylar, karvon-saroylar, hammomlari va ko'p gumbazli savdo majmualari bilan ham mashhur edi. Shaharda ko'chalarning kesishuvida – guzarlarda qurilgan Toqi-Zargaron («Zargarlarning gumbazi»), Telpak-Furushon («Telpaklar sotuvchilarining gumbazi») va Toqi-Sarrofon («Pul almashtiruvchi sarroflarning gumbazi») saklangan, ular hozirgacha savdo rastalari sifatida ishlatilmoqda. Ularning birinchi qurilishi va ishlatilishidan nomlari ham dalolat bermoqda[4].

O'rta asrlarda Buxoro Markaziy Osiyodagi barcha musulmonlarning muqaddas shahri bo'lgan edi, bunda nafaqat diniy hurmat-e'tibor, balki estetik tuyg'ular ham

ifodalanar edi. Buxoro shon-sharaf mujassam bo'lgan shahar deb hisoblanar edi, u yerda eng mashhur kishilar yig'ilar edi. Islomda Qur'ondan keyin ikkinchi o'rinda turgan diniy kitob – eng haqqoniy hadislarning to'plami bo'lgan «Al-jami as-sahih» ning muallifi Imom Al-Buxoriy edi. Abu Ali ibn Sino (Avitsenna) shaharga yaqin bo'lgan qishloqdan kelib chiqqan edi, u shaharda o'z faoliyatini boshlagan. Islomda eng muqaddas shaxslardan biri shayx Bahovaddin Naqshband, so'filar ta'limotining asoschisi, buxorolik misgar edi. Shayxning go'rini ziyorat qilish Makkaga borib bajarilgan haj marosimiga tenglashtiriladi. Bahovaddin Naqshbandning maqbarasi hozir ham shaharning eng muqaddas joyi deb hisoblanadi. [2]

Buxorodan dunyoga taniqli bo'lgan tarixchi olim Narshaxiy, yirik shoirlar Rudakiy va Daqiqiy kelib chiqqan. Lekin ayni shu shaharda, odamlarning gap-so'zlariga qaraganda xalqning sevimli namoyandasi, o'tkir so'zli «tinchlikni buzuvchi» latifago'y Xo'ja Nasriddin Afandi ham yashagan. Hazilkash donishmand Afandining latifalari va teran fikrlari son-sanoqsizdir [3].

Musulmon allomalari, mutafakkirlarining, me'morlarning va shoirlarning ko'p asrlik ijodiyoti tufayli shahar «Islom cho'qqisi», «Buxoroi Sharif», «Muqaddas shahar» faxrli unvonlariga musharraf bo'lgan. O'ylaymizki, Buxoro shahri haqiqatan ham bu unvonlarning barchasiga loyiq.

Prezidentimiz Sh.M.Mirziyoyev tomonlaridan Buxoro turistik zonasini yaratish borasidagi takliflari ham ushbu hududni turistik markaz sifatida yangidan kashf etilishiga ko'maklashmoqda. Sayyoh uchun asosiy xizmat ko'rsatuvchi personallardan biri yuqorida aytganlarimizdek, ekskursavod va gidlar bo'lib hisoblanib, ular sayyohlar uchun yo'l boshchi bo'lib xizmat qilib kelmoqda. Yurtimizda gidlar uyushmasi o'z faoliyatini ko'rsatib kelmoqda, ammo diqqatga sazovor joylarda faoliyat yuritib kelayotgan ekskursavodlar faoliyatini birlashtiruvchi hech bir tashkilot tashkil etilmagan. Ilmiy nazariyadan e'tibor beradigan bo'lsak, gid va ekskursavod faoliyati hudud nuqtai nazaridan tubdan farq qiladi.

Gid - turistik dastur yetakchisi bo'lib, dasturda keltirilgan qadamjolar bo'ylab ekskursiya faoliyatini olib boradigan hamda butun dastur davomida sayyohlarga hamrohlik qiladigan personaldir. Ya'nikim, O'zbekiston yoki Buxoro hududi bo'ylab tashkil etilgan ekskursiya yo'l boshchisi.

Ekskursavod – sayyohlarga o'zi faoliyat yuritayotgan qadimiy arxitektura yodgorliklari to'g'risida ma'lumot beruvchi ularni ushbu hudud bo'ylab ekskursiya qilishlarini ta'minlovchi personaldir. Ya'nikim, Buxorodagi Ark qal'asi - muzey majmuasi bo'ylab ekskursiya xizmatini ko'rsatuvchi shaxs.

Hozirgi kunda yurtimizda gidlar uchun maxsus assotsiatsiya mavjud bo'lib, ularni malaksini oshirish va ta'lim berish kurslari tashkil etilgan, xuddi shu kabi ekskursavodlar byurosini tashkil etish loyihasini taklif etamiz. Byuroning asosiy maqsadi- yurtimizning har bir diqqatga sazovor maskanlari uchun yuqori malakaga ega bo'lgan ekskursavodlarni yetishtirib chiqarish va ularni malakasini oshirishdan iborat. Bevosita ushbu byuro o'zining maxsus web-sahifasiga ham ega bo'ladi, unda sayyohlar uchun har bir obyektimiz haqida 12 tilda ma'lumot olish imkoniyati ham yaratiladi.

Sayyohlarga o'zlari boradigan maskanga ekskursavod xizmatini oldindan bron qilish imkoniyati yaratilib, ushbu holat ekskursavodlar yetishmovchiligi hamda ularni ish faoliyatlari vaqtini to'g'ri taqsimlanishiga xizmat qiladi.

Ekskursavod xizmatining gid xizmatidan bir muncha afzal tomonlari mavjud, ya'nikim ekskursavodlar – o'zlari faoliyat yuritayotgan hudud haqida ekspert ma'lumotlarini chuqur o'zlashtirgan, hamda shu hududda yillar davomida ish faoliyatini olib borayotgan xodim sifatida obyektning qurilgan davridan to hozirga qadar bo'lgan tarix va afsonalarga guvohidirlar. Ushbu holat sayyohga qiziqarli ma'lumot berishga hamda voqealarni lokalizatsiyalashga ko'maklashadi.

Loyihani amalga oshirish jarayoni:

I bosqich. Barcha ekskursavodlar ro'yxatini tashkil etish, ular haqidagi ma'lumotlarni maxsus saytga joylashtirish, so'ngra hududimizdagi barcha diqqatga sazovor joylar haqida ma'lumotlar, afsona va rivoyatlarni ushbu saytga 12 tilda kiritish;

II bosqich. Ekskursavodlar uchun maxsus o'quv kurslarini tashkil etish ularni 2 oy davomida qayta o'qitish (professorlar tomonidan to'plangan aniq ma'lumotlar, afsona va rivoyatlar haqida ma'lumot berish; ekskursavodning asosiy vazifalarini, burch va majburiyatlarini uqtirish; ekskursiya davridagi fors-major holatlarni bartaraf etish yo'llarini o'rgatish) va o'qishni tamomlaganlaridan so'ng ekskursavodlik xizmatini ko'rsatish imkonini beruvchi sertifikat berish;

III bosqich. Ekskursavod xizmati uchun darajali narxlarni tashkil etish, ushbu kalkulyatsiyani ham sayt sahifasiga joylashtirish, hamda ekskursavod xizmatini bronlash vaqtida sayyohlar tomonidan xizmat haqini qulay pul ko'chirish yo'llari bilan to'lash imkonini yaratish. Bu hol sayt faoliyatining unumdorligini oshiradi.

Xulosa qiladigan bo'lsak, Buxoro turistik imkoniyatlari yuksak hududlardan biri bo'lib, unda kadrlar salmog'i va malakasini oshirish hududning iqtisodiy sarmoyasini oshirishga xizmat qiladi. Yuqoridagi loyihani amalga oshirish aynan yurtimizning turistik salohiyatini ko'tarishga hamda professional kadrlar orasidagi raqobatni yuzaga keltiradi, bu esa bevosita xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilashga yordam beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Abu Bakr Narshaxiyning "Buxoro tarixi" asari, A.Rasulevning fors tilidan tarjimai – 20.12.2012, <http://forum.ziyouz.com/index.php?topic=4573.0>
2. https://uzbektourism.uz/ru/?searchword=Buxoro&searchphrase=any&limit=20&ordering=newest&view=search&option=com_search
3. <http://uztarix.narod.ru/buxoro.html>
4. <http://buxoro.blogspot.com/>

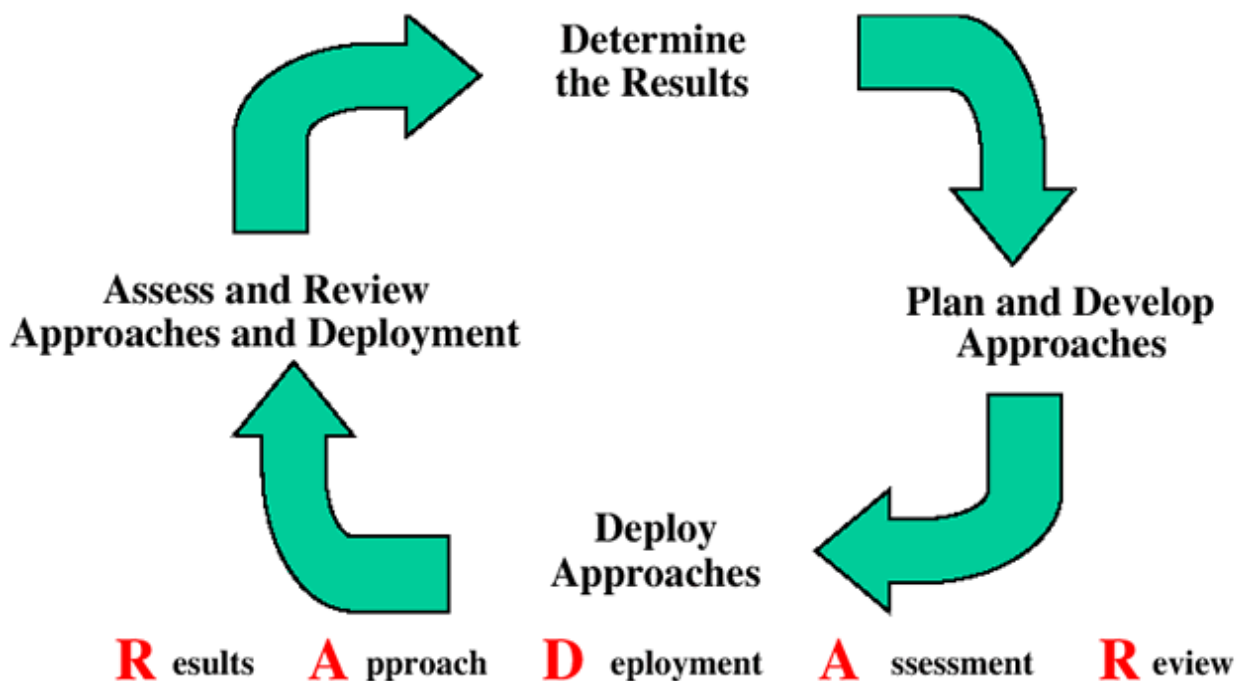
Ахмедова Хилола,

Бухоро давлат университети

ТУРИЗМ БИЗНЕСИДА СИФАТ НАЗОРАТИНИ ЙЎЛГА ҚЎЙИШДА RADAR LOGIC УСУЛИДАН ФОЙДАЛАНИШ

Туризм бизнесида замонавий бошқарув воситаларидан фойдаланиш ўзининг самарасини бериб келиши ҳаммага маълум. Европанинг ривожланган мамлакатларида ўзининг самарасини кўрсатиб келаётган замонавий бошқарув

воситаларидан бири – RADAR технологиясидир. Бу технология ташкилотдаги жараёнларни сифатини текшириш ва баҳолашда қўлланилади. Бу технологиясига оид энг сўнгги ютуқ ва билимлар билан яқиндан танишиш учун интернет браузерларида “RADAR Logic” иборасини териб, излашни буюриш кифоя қилади. Бироқ, мазкур ўта самарали технологияга оид билимлар билан Ўзбек тилида танишиш жуда ҳам мушкул. Шу сабабли, мазкур билимни Ўзбек тилидаги ўқувчилар билан кенгрок таништириш мақсади қўйилди ҳамда шу мақола тезисида ушбу технология билан қисқача таништириб ўтишга қарор қилинди.

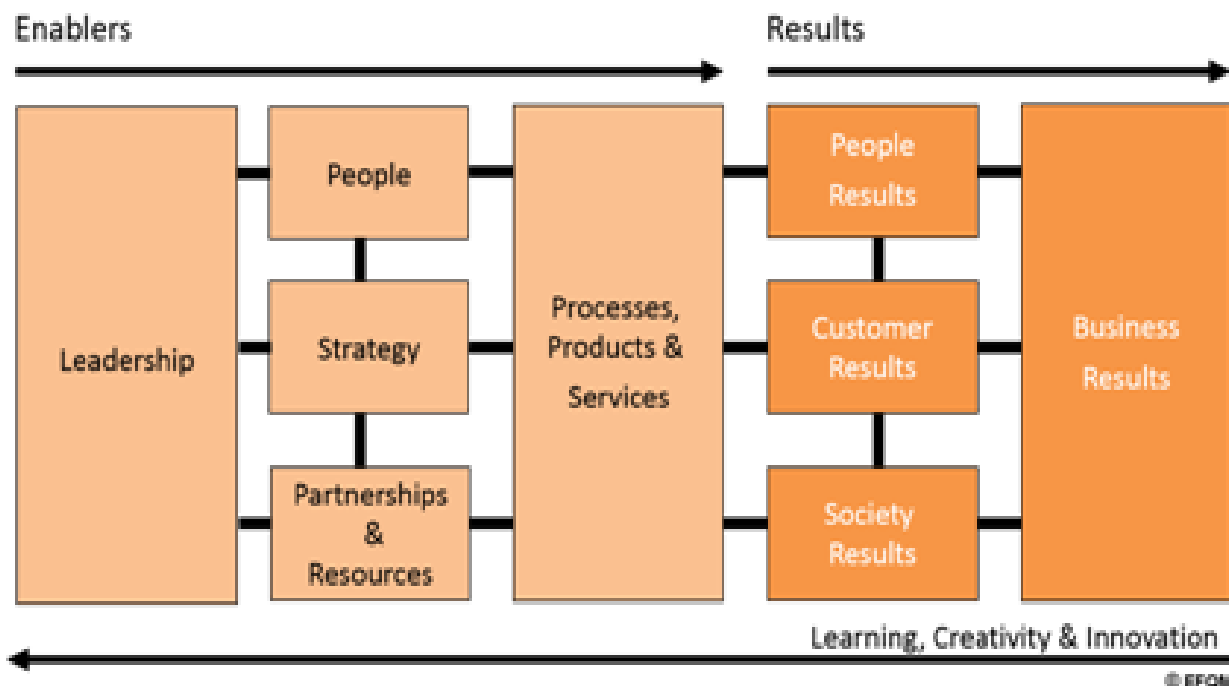


1-расм. Хориж адабиётларида RADAR технологиясининг график тасвири.

RADAR технологиясининг номланиши Инглиз тилидаги Results (Натижалар), Approaches (Ёндашувлар), Deployment (Фойдаланиш-қўллаш), Assessment (Баҳолаш), Review/Refine (Қайта кўриб чиқиш / Яхшилаш-тузатиш) сўзларининг бош ҳарфларидан келиб чиқади. Баҳолашнинг бундай технологиясида аввал қатор кўрсаткичларнинг (натижалар, ёндашувлар, қўллаш) ҳаммаси аниқланади, шундан кейингина баҳолаш ва яхшилаш-тузатиш йўллари излаш амалга оширилади.

RADAR технологиясининг ўзига хос томони шундаки, унда баҳолаш иши (корхонани баҳолаш) корхонадаги ҳужжатларни ёки жараёнларни текширишдан эмас, балки эришилган натижаларни аниқлашдан бошланади. Чунки, ҳар бир ташкилот ЖАМИЯТ олдида ўз олдида қўйган мақсади ёки бажараётган вазифаси билан эмас, ЭРИШГАН НАТИЖАЛАРИ билан кадрга, аҳамиятга эга бўлади. Негаки, ташкилот ўзининг олдида қўйилган вазифани хато тушунган ёки нотўғри бажарган бўлиши мумкин. Шунинг учун аввало, ташкилот амалда эришган натижалар корхонанинг ишини текшириш учун энг дастлабки асос бўлиб хизмат қилади. Бу каби ёндашув қисман, Ўзбекистонда ҳам қўлланилади. Масалан, Олий ўқув юртларидаги чиқарилаётган

мутахассислик йўналишлари Аттестацияси ўтказилаётганда биринчи навбатда шу йўналиш бўйича битириб чиққан мутахассислар бор-йўқлигига эътибор берилади; мабодо мазкур йўналиш бўйича ҳали битирувчилар чиқарилмаган бўлса, бу йўналиш умуман Аттестациялашдан ўтказилмай, кейинги сафарга қодирилади. Чунки, малакали битирувчигина Олий ўқув юрти фаолиятининг натижаси бўлиб хизмат қилади. Ҳали бирон натижага эришмаган ташкилотни Аттестациядан ўтказиш эса, мақсадга мувофиқ бўлмайди.



2-расм. RADAR технологиясининг мантиқий тасвири.

Эришилган натижалар аниқлаб бўлганидан кейин, корхона ўз олдида кўйган ЁНДАШУВ (сиёсат, мақсад ва вазифа кабилар) ва унга оид кўрсаткичлар аниқланади. Сўнгра, корхона ўз олдида кўйган вазифаларни бажариши ва бор ресурслардан ФОЙДАЛАНИШ (ҚЎЛЛАШ) кўрсаткичлари аниқланади. Барча кўрсаткичлар аниқлаб бўлганидан кейингина БАҲОЛАШ ишлари амалга оширилади. Берилган баҳолар асосида эса албатта корхонадаги вазиятни ЯХШИЛАШ устида иш олиб борилади.

RADAR технологиясига асосан “RADAR” атамасининг дастлабки уч ҳарфини акс эттирган (Results-Натижалар, Approaches-Ёндашувлар, Deployment-Фойдаланиш/қўллаш) омиллар АНИҚЛАНАДИГАН омиллар сирасига киритилади. Аниқланадиган бу омиллар икки гуруҳга ажратилади: 1-Натижалар гуруҳи ҳамда 2-Имкониятлар гуруҳи.

Бу гуруҳларга кирувчи омилларни қуйида келтирилган расмда орқали янада аниқ тасаввур этиш мумкин.

1-Натижалар гуруҳи (RESULTS). Бу гуруҳга корхона томонидан а) бизнесга оид умумий эришилган натижалар (Business results), б) бевосита истеъмолчилар эришган натижалар (Customer results), в) умумий жамиятга оид натижалар (Society results), г) ўз ходимларига оид эришилган натижалар (People results) омиллари киради.

2-Имкониятлар гуруҳи (ENABLERS). Бунга ЁНДАШУВЛАР (Approaches), Фойдаланиш/Қўллаш (Deployment) омиллари киртилади. Уларни куйидагича ажратиш мумкин:

а) Ёндашувлар омиллари – Approach.

- Бошқарув сиёсати (корхона раҳбариятининг бошқарув услуги) – Leadership,
- Корхона стратегияси (келажак режалар, белгиланган вазифалар, чиқарилган қарорлар кабилар) – Strategy,
- Корхона ишчи ходимлари (ходимлар танланган сиёсат ва вазифаларни тўғри тушунгани ва уларга мос лаёқатга эгаллиги, ички руҳий муҳит) – People,
- Ҳамкорлар ва ресурслар (мақсадга эришиш учун керакли ресурслар билан таъминланганлик ҳамда ҳамкорлар билан муносабатларнинг қўлга кўйилганлиги) – Partnerships and Resources

б) Фойдаланиш / қўллаш омиллари - Deployment.

- Корхонада чиқарилган қарорларни тўғри бажарилиши, бор имкониятларнинг тўлиқ қўлланилиши, ресурслардан самарали фойдаланилиши жараёнлари – Processes.
- ишни бажариш давомида яратилаётган маҳсулот ва хизматлар - Products, Services.

Баъзи ҳолларда корхоналардаги вазиятни баҳолашда асосий эътибор Фойдаланиш/қўллаш омилларига қаратилиб, бор эътибор корхонада кетаётган ЖАРАЁН омилига берилади. Шу сабабли, корхона фаолиятига берилган баҳо (Assessment) тўлиқ бўлмай қолиши ҳамда унинг асосида чиқарилган хулоса ҳам ноаниқ бўлиб қолиши мумкин. Оқибатда эса, корхонани ривожлантириш учун бериладиган тавсиялар (Refine) ҳам етарли бўлмай қолади.

Сифатни назорат этишда қўлланиладиган RADAR технологиясида юқорида санаб ўтилган ҳам бир омилни аниқлаш ва баҳолаш учун аниқ методик тавсиялар берилган. Бу методик тавсиялар билан яқиндан таништириш учун мазкур тезис ҳажми имконият бермайди. Ушбу технологияга оид Ўзбек тилидаги кенгроқ маълумот билан конференциядаги тақдимот давомида ҳамда келгуси мақолаларда янада чуқурроқ танишиш мумкин бўлади.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ўзбекистон олий таълим тизимида сифат таъминоти: UQASE МОДЕЛИ. - Т.: Харизма дизайн, 2008.
2. www.efqm.org EFQM расмий веб сайти
3. Бошқа интернет манбалари

Mannopova M.S.

Farg'ona shahri, O'zbekiston

TURIZM YO'NALISHIDA TA'LIM BERISHNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Zamonaviy turizm – pasayishni bilmaydigan jahon iqtisodiyotining sohasidir. Turizm sohasi bugungi kunda mamlakatlar iqtisodiyotini rivojlantirishda roli kattadir va turizmni xalqaro savdolar qatorida rivojlantirish va integratsiyalashuvini ta'minlash muhimligi shubhasizdir. “Jahon turizmning tez

rivojlanishi bugungi kunda iqtisodiyoti tobora rivojlanib borayotgan davlatlar misolida ko‘rish mumkin va avvalo ushbu jarayonlar Osiyo davlatlarida kuzatilmoqda. Bugungi kunda xalqaro turizm o‘rta sinflarning ommalashgan dam olish va xordiq chiqarish turiga aylangan. Bu borada fikr qilish mumkinki, qanchalik mamlakatda o‘rta sinflar ko‘p bo‘lsa shuncha mamlakatning turistik salohiyati yuqori bo‘ladi”. [1] Mutaxassislar hisobiga ko‘ra, bir chet ellik turist beradigan daromad ekvivalentini olish uchun dunyo bozoriga taxminan 9 tonna ko‘mir, yoki 15 tonna neft, yoki 2 tonna bug‘doy olib chiqish kerak. Xom-ashyo sotilishi mamlakat resurslarining sarflanishiga olib keladi, turizm sohasi esa yangidan tiklanadigan resurslardan foydalanadi va reja-iqtisodchilar hisoblariga ko‘ra 100 ming turist, bir shaharda o‘rtacha ikki soat o‘tkazib, kamida 350 ming dollar sarflaydi. [2]

Turizm, umuman, davlat iqtisodiyotiga quyidagi uchta ijobiy ta‘sirini ko‘rsatadi:

1. Chet el oqimini ta‘minlaydi va to‘lov balansi va eksport kabi iqtisodiy ko‘rsatkichlarga ijobiy ta‘sir etadi.

2. Aholi bandligini oshirishga yordam beradi. Turizm to‘g‘ridan-to‘g‘ri yoki bevosita iqtisodiyotning 32 sohasi rivojlanishiga ta‘sir etadi.

3. Mamlakat infratuzilmasining rivojlanishiga ko‘mak beradi. Turizm mamlakatning butun viloyatlari iqtisodiyotiga faol ta‘sirini o‘tkazadi.

Lekin, jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi sharoitida barcha sohalar qatori turizm va mehmonxona xo‘jaligi faoliyatlarini ham chuqur o‘rganib, uni rivojlantirish tadbirlarini oqilona ishlab chiqish talab etiladi. Shuningdek, turizm sohasida kadrlarni moliyaviy boshqaruv, inson resurslarini boshqarish, marketing, turistlarga xizmat ko‘rsatish, rejalashtirish va strategiya yo‘nalishlarida tayyorlash dolzarb ahamiyat kasb etadi. [3] Turizm sohasida tadbirkorlarning professional tayyorgarligini oshirish mamlakatimiz turizmi oldiga qo‘yilgan quyidagi maqsadlarga erishishni ta‘minlab beradi:

- birinchidan, mamlakatimizga chet ellik turistlarning katta miqdordagi oqimini jalb etish orqali xalqaro doirada bemaolol raqobatlasha oladigan turizm sanoati asosini yaratish;

- ikkinchidan, mamlakatimizda turizm sanoatining taraqqiy etishi uchun etarlicha shart-sharoitlarni yaratish hamda chet ellik turistlarda mamlakatimizga tashrif buyurish istagini imkon qadar uyg‘otish;

- uchinchidan, turizm sohasida faoliyat ko‘rsatayotgan tadbirkorlar tasavvurida sifatli xizmat ko‘rsatish va buning uchun zaruriy shart-sharoitlar to‘g‘risidagi tushunchani shakllantirish.

Kadrlarni professional tayyorlash aniq maqsadli yo‘naltirilgan o‘qitish bo‘lib, uning asosiy maqsadi, turistik firmaning ishlab chiqarish tijorat maqsadlariga to‘liq mos keladigan etarlicha professional sifatlariga ega bo‘lgan kadrlar bilan ta‘minlashdir. Kadrlarni professional tayyorlash dasturlari firma personalining aniq xususiyatlarini va har bir tashkilot rivojlanishining dolzarb muammolarini hisobga olgan holda tashkil etilishi kerak. Ma‘lumki, hozirgi kunda turistik tashkilotlarda faoliyat ko‘rsatayotgan kadrlarning ko‘pchiligi yoshi katta bo‘lib, ular turistik xizmatlar ko‘rsatish borasida tayanch bilimlarga ega emaslar. Shuning uchun ham

kadrlarni professional tayyorlash jarayonida mutaxassislar mavjud omillarni hisobga olishsa maqsadga muvofiq bo'lardi edi.

Kadrlarni professional tayyorlashni amalga oshiradigan mutaxassis o'qituvchilar o'qitishni tashkil etish uchun quyidagilarga e'tiborni qaratishlari kerak:

Kichik guruhlar bilan ishlash. Tayyorgarlikdan o'tayotgan mutaxassislar uchun juft bo'lib yoki guruhlarda ishlash imkoniyatini berish kerak.

O'qitishning aniq bir muammosini ko'tarishi. O'qitish jarayoni tahsil oluvchilarning manfaatlari va ehtiyojlari bilan bog'liq bo'lgan hamda real hayotdan olingan muammolarning echilishini asos qilib olishi kerak.

O'qitishning mavjud tajribaga asoslanishi. O'qitish samarali tashkil etilishi uchun tahsil oluvchida mavjud tajribaga asoslanish kerak. SHunday bo'lgandagina kadrlarni professional tayyorlash jarayoni ancha oson kechadi.

O'z-o'zini tayyorlashga e'tibor berilishi. Tahsil oluvchilar o'qitish jarayonida mustaqil ravishda o'zlarini tayyorlab borishlari kerak. O'qituvchi bo'lsa, faqatgina ularga tayyorlash yo'nalishlarini ko'rsatish borasida yordam beradi.

O'qitishda teskari aloqaning mavjudligi. Tahsil oluvchilar muntazam ravishda bilimlarini qay darajada egallashlariga qarab baholanib boradilar.

Professional tayyorlash jarayonini samarali tashkil etish uchun quyidagi talablarga alohida e'tiborni qaratish kerak:

Motivatsiya. O'qitishni muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun o'qitish motivatsiyasi juda zarur ahamiyatga ega. Sodda qilib aytganda, tahsil oluvchi professional tayyorgarlikdan o'tish natijasida kelajakda nimaga erishaman degan savolga javob topishi kerak.

O'qitish sharoitlari. O'qitish jarayoni uchun qulay iqlimni yaratish muhim ahamiyatga egadir. Bunda o'qitish yaxshi jihozlangan auditoriyalarda, maxsus markazlarda va boshqa shu kabilarda amalga oshirilishi kerak.

O'qitishning bosqichma-bosqichligi. O'qitish jarayoni oddiylikdan murakkablikka sari bosqichma-bosqich amalga oshirilishi kerak.

Umuman olganda, turistik firmalar kadrlarni professional tayyorlashda quyidagilarga e'tibor berishi kerak:

* kadrlarni tayyorlash o'zlarining lavozim yo'riqnomalarida ko'rsatilgan talablarni sifatli bajarishlari uchun zarur bilim va tajribalarni o'zlashtirishlariga imkon yaratadi. O'qitishning maqsadi firma muhitidagi muammolarni atroflicha hal eta oladigan etuk malakali mutaxassislarni tayyorlashdir;

* kadrlarni professional tayyorlash ularning bilim va tajribalarini muntazam ravishda yangilab borishni o'z oldiga maqsad qilib qo'yishi kerak. Bunda tabiiy ravishda chet el mamlakatlarida turizm sanoati rivojlanishining ilg'or tajribalaridan samarali foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi;

* bozor munosabatlariga o'tish davri kadrlarni tayyorlash va qayta tayyorlashning bir tomonlamali xarakterga ega eskirgan tizimlarini yangi tarmoqlararo ta'lim tizimlari bilan almashtirishni talab etadi. Bu kadrlarni professional tayyorlashning tamoyillari, tuzilmasi, maqsadlari va uslubiyotining zamon talablariga mos ravishda o'zgartirish kerakligidan dalolat beradi va hokozolar.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, turistik tashkilotlarning kadrlarini professional tayyorlashda bozor o'zgarishlariga muvofiq ravishda faoliyat ko'rsatish kerak.

Бuning uchun bozor iqtisodiyotiga asoslangan mamlakatlarning bu boradagi ilg'or tajribalaridan samarali va oqilona foydalanish dolzarb ahamiyat kasb etadi.

ADABIYOTLAR:

1. O'zbekiston Respublikasi Birinchi Prezidenti I.A.Karimovning 2014 yil 2 oktyabrda Samarqand shahrida BMTning Jahon turistik tashkilotining 99-chi ochilish marosimidagi nutqi.

<http://www.gazeta.uz/2014/10/03/tourism/>

2. Квартальнов В.А., Зорин И.А., и др., Туризм как вид деятельности. Москва: "Наука" 2010. С.186

3. Чжан Б.Ю., Тенденция развития туристического комплекса Китая. Дисс.канд.эконом. наук. Москва. 2015 г. С.74

Ҳалимова Ҳ. Н.

Бухоро хотин-қизлар мадрасаси ўқитувчиси

Мусинова А. С.

Тасвирий санъат кафедраси ўқитувчиси

ТАРИХИЙ ОБИДАЛАРДА НАҚШИН БЕЗАКЛАР ЖИЛОСИ

Самарқанд "Ислом оламининг қимматбаҳо гавҳари", "Шарқ дурдонаси" деб номланади. Унинг тарихи Абу Али ибн Сино, Абу Райхон Беруний, Ал-Хоразмий, Рудакий, Умар Хайём, Жомий, Навоий каби улуғ уламолар ва шоирларнинг номлари билан чамбарчас боғлиқдир.

Аниқ фанлар ва қурилиш ишларининг ютуғи кўргазмали маданиятни жуда тез ривожланишига олиб келди. Бу айниқса, Самарқанднинг ноёб архитектура обидаларида намоён бўлади. Шаҳар айниқса Амир Темур ва Темурийлар ҳукумронлик қилган даврида ўз ривожланиш чўққисига эришган.

Темурнинг набираси, илм фан ҳомийси Мирзо Улуғбек майдоннинг марказий қисмини қурдира бошлаган. Ҳозирги кунга келиб Регистон майдонини учта ажойиб иншоотлар, яъни Улуғбек, Шердор ва Тиллакори мадрасалари беаб туради. Шердор мадрасаси булар ичида ўзининг нақшин безаклари билан ажралиб туради.

Бу улкан иншоот 1619-1636 йилларда Самарқанд ҳокими, таниқли саркарда Ялангтўш Баҳодир раҳбарлигида меъмор Абдул Жаббор томонидан қурилган. Бу иншоот Улуғбек мадрасасининг энг катта ва салобатли гумбази ўрнида қурилган бўлиб, бинонинг қолдиғи 1956-йил Шердор мадрасасининг пойдевори остидан топилди. Шердор мадрасасининг бош фасади айниқса жозибалидир. Унда гўё охуларга ташланаётган йўлбарссимон шерлар ва уларнинг ортидан кутиб турган қуёш расмлари солинган. Шунинг учун бу бинога Шердор мадраса деб ном берилган. Бу бинони Ўрта Осиё услубига мансуб меъморчилик нақшлари билан безашган.

Бинонинг ички ҳовли қисмида ўз услубидаги энсиз айвонли хужралар барпо этилган. Уларнинг ҳовли қисми кошинбуриш ва кошинкорлик ишлари билан меъморчилик санъатидаги нозик ва такрорланмас турли хил нақшлар билан ниҳоятда санъаткорона ишланган. Бинода замонасининг етук меъмори ниҳоятда ақл-заковат билан моҳирона ишлагани ҳар бир нақш ва хуснихатда кўриниб турибди.

Афсуски, бундай бебаҳо ва нодир маданий ёдгорликнинг бир неча асрлар давомида қаровсиз ётиши натижасидаунинг юқори қисми шикастланган эди. 1936-1940-йилларда Самарқандлик моҳир усталар бинони қайтадан таъмирлаб, консервация қилиб қўйдилар.

Бинонинг асосий пештоқи ва улкан равоқнинг икки четидаги морпечларини қайтадан ишланди. 1950-1956-йилларда бинонинг ҳовли қисмини қайта таъмирлашга киришилиб, ҳужралар олдидаги кошинкорлик-қаннос ва плайтерлардан тушиб кетган кошинбуриш ўрни оддий ғишт-таракота билан ишлаб қўйилди. 1961-1964-йилларда бинонинг асосий пештоқининг олд қисмида кошинкорлик ва кошинбуриш ишлари бажарилди. 1969-йилдан яна ҳовли қисмидаги биринчи қават ҳужралари олдидаги қаннос (тинпан)лар ва уларнинг атрофини айланиб ўтган пляцерлари сақланиб қолган қадимий усулдаги нақшлар асосида кошинбуриш билан қайтадан таъмирланди, лекин бу ҳам узоққа бормади.

Мустақиллик шарофати билан қадимий меросларимиз, умуминсоний қадриятларимиз ўрганилди ва қайта тикланди. Шулардан бири Шердор мадрасасидир. Мадраса 48 ҳужра, иккита гумбаз остидаги хонақоҳлардан иборат. Мазкур мадраса XVII аср меъморчилиги ютуқлари асосида қурилган. Бу мадраса икки қаватли бўлиб, унинг пештоқидаги безаклар вазифаси учга бўлиб ўрганилади.

1-қатлам безак сифатида хизмат қилади ва инсонларни эстетик руҳда тарбиялайди. Масалан, бош тарзидаги пештоқнинг икки ёнига гулдаста ишланган. Мадраса пештоқида Ялангтўш Баҳодирни улуғловчи шеърлар битилган.

*Тоқига муҳандис берганда орой
Осмон бармоқ тишлаб деди; "Янги ой"
Ялангтўш Баҳодир қўйган чун асос,
"Ялангтўш Баҳодир"-тарихига мос.*

Пештоқ ичкарасига кошинкори безак орасида қора зоминли кошингга оқ ҳарфлар билан "Меъмор Абдужаббор Исфаҳоний" номи ёзилган. Мусаввири машҳур Муҳаммад Аваз бўлган.

Мадраса пештоқи симметрик қилиб рамзий нақшлар билан безатилган, қизғиш-зарҳал Шер нозик оҳуни қувиб кетаётгани тасвирланган. Қуёш эса зарҳал ёғду билан ҳошияланган, улар атрофига нақшу нигорлар тасвирланган.

Ислимий нақшлар она табиат, табиатнинг гўзаллиги, ноз-неъматлар диёри эканлигини, тўлқинсимон ислимий нақш ҳаётнинг нотекислигини, ойнанинг ўн беши ёруғ бўлса, ўн беши қоронғу эканлигини билдиради. Буларда ҳикмат аломатлари бордир. Инсоннинг куни ва туни, вақт ўтишини яъни умр ўтишини, инсон ҳар бир дақиқани ғанимат билишини рамзий англатса, **оқ гуллар** орқали табиатни покиза сақлашга, инсон қалбини эса покликка ундайди.

Яшил ранг ислом дини эътиқоди, иймон бутунлиги, валийлик рамзи, тинчлик, ёмон кўздан асраш рамзи эканлигини уқтиради.

2-қатлам инсонларни зиё орқали руҳий покликка ҳамда комиллик даражасига етиш мумкинлиги ҳақида ғоя беради.

Масалан, йўлбарс танасини эса эпчиллик билан борлиққа ақл-заковати етадиган хайвон рамзида олинади. Аслида, дунёда йўлбарс танали шер йўқ. Шерсимон йўлбарсни инсон образида акс эттирган. Қуёш нурларини зиё яъни илм рамзида, оху боласини эса руҳий поклик ўрнида тасвирлаган. Намоёни эса энг юқорида яшил ва олтин рангда безалган. Намоён комиллик даражаси рамзида ишлатилганлиги, инсон зиё (илм) орқали покликка эришади, руҳий поклик орқали эса комиллик даражасига эришади деган фалсафий ғояни илгари суради. Олтин нурларини шерда қуёшда, ислимий нақшда ва намоёнда кўриш



мумкин. Бу билан инсон зиё орқали оламни билади ва халқига зиё тарқатади деган фикр англанади.

Шердор мадрасаси пештоқидаги безакларни нақш тили билан ўқисак “Инсон умри давомида зиё орқали руҳий покликка эришади, сўнгра комиллик даражасига етади”, деган фалсафий ғоя илгари сурилган.

3-қатлам эса, Ялангтўш Баҳодир ҳақида, яъни унинг мучали, буржи ҳамда характери тўғрисида нақшлар орқали маълумот беради. Мадраса пештоқидаги

Шер, Оху ва Қуёш тасвирлари шу маънодаки, қуёш шамсий йилнинг бешинчи ойи асад (шер), ўнинчи ойи эса жаддий (кийик-оху)дир. Асад ўзи икки бурж ойларининг буржи оташ, яъни ўз ойлари гуруҳига кирса, жаддий буржи об-қиш ойларига киради. Мадрасанинг қурила бошланиши ва тугалланиши, ёки Ялангтўш Баҳодирнинг шарқий толеномаси асосида йўлбарс унинг туғилган йили, эркак шернинг боши эса унинг ой ва кунини, эркак бошли шер унинг буржини, йўлбарс танаси орқали эса унинг мучалини рамзий белгилар орқали тасвирлаган бўлиши мумкин. Худди манашундай нақшлар тасвирланган иншоот бу Бухорои Шарифдаги XVII асрнинг 1630-35 йилларда Бухоро ҳокимининг Девонбеги Нодир Мирзо Тоғай Ибн Султон томонидан қурилган Нодир Девонбеги мадрасасидир. Бу мадраса Хожа Аҳрор хонақоси ёнида қурилганлиги учун Хожа Аҳрор мадрасаси деб ҳам юритилади. Мазкур мадрасани шу кўрғонда барпо қилинишини Нодир Мирзо Тоғай Ибн Султоннинг Хожага бўлган чексиз ҳурмати белгиси деб тушунилади.

Нодир Девонбеги мадрасасининг лойиҳасини ишлашда Регистоннинг Шердор мадрасаси биносининг кўринишидан ижодий фойдаланиб иш кўрилган. Халқ ичида “Иккинчи Шердор” мадрасаси деб ҳам юритилади. 1978 йилда Ўзбекистонда хизмат кўрсатган маданият ходими А. Ҳаққулов ташаббуси билан қайта таъмирланган. Пештоқида Шер расмининг акс эттирилиши, катта ҳовлининг четларида хужраларнинг жойлашганлиги билан шерларнинг нусхасига ўхшайди, фақат бунда миноралар йўқ. Мадраса бир қаватли бўлиб, ўзида 16-17 асрларда кенг тарқалган ҳашаматли шарқона тўртайвонлик усулида бунёд этилган. Мадрасанинг пештоқида қурилишнинг бошланиш вақтини кўрсатувчи ёзувлар мавжуд бўлиб, улар нақш безаклари

билан уйғунлашиб кетган. Бу ёзувларнинг нақшлар билан ҳашаматлаштириш Хожа Ҳошим ва муҳандис-қурувчи Дўстмуҳаммадлар ижодларининг намуналаридир.

Асрлар давомида улкан маданий бойдигимиз, хусусан, ўзбек миллий халқ амалий безак санъатининг кенг тарқалган турларини, ўзига хос томонлари, мактаблари, бажариш технологияси, услублари, уларни яратган усталарнинг муборак номларини йўқотишга ҳаққимиз йўқ. Ана шу сабабли бу ноёб санъат дурдоналарини сақлаш, илмий ўрганиш, уларни ёшларга ўргатиш ва келажак авлодга етказиш бизнинг муҳим вазифаларимиздандир.

Адабиётлар рўйхати

1. С.Абдуллаев, А.Махмудов “XII-XIX асрларда Шарқ миниатюрасини ўқитиш меътодлари ҳақида очерклар”. Бухоро 1998 йил.
2. С.С.Булатов, Ў.Мансуров “Миллий меъморчиликда амалий санъат фалсафаси”. Тошкент 2005.
3. И.Сувонқулов “Самарқанд қадамжолари”. Тошкент 2010.

*Jo`rayeva Z.T., o`qituvchi,
Buxoro davlat universiteti*

MEHMONXONALARDA NIZOLARNING SHAKLLANISHI VA ULARNI BARTARAF ETISH IMKONIYATLARI

Nizo - bu aniq shaxs yoki guruhlardan iborat bo`lgan ikki yoki undan ortiq tomon o`rtasida murosa mavjud bo`lmasligidir. Har bir tomon o`z nuqtai nazari qabul qilinishiga intilib, boshqa tomonning shunday harakat qilishi uchun to`sqinlik qiladi.

Hozirgi zamon nuqtai nazaridan samarali boshqariluvchi korxonalarda ba`zi nizolar mavjud bo`libgina qolmay, ular mavjud bo`lishi zarurdir ham. Albatta, nizo doimo ijobiy xususiyatga ega bo`lmaydi. Ba`zi hollarda u alohida shaxs yoki butun korxonaga ehtiyojlarini qondirishga to`sqinlik qiladi. Lekin ko`pchilik hollarda nizolar turli nuqtai nazarni bayon qilishga yordam beradi, qo`shimcha axborot, alternativ qarorlarga ega bo`lish uchun imkon yaratadi. Bu qaror qabul qilish jarayonini samaraliroq qilib, kishilarga o`z fikrini bildirish uchun imkon yaratadi.

Jamoada nizolarni boshqarish uchun rahbar boshqarish vazifalarining yechimlari haqida umumiy tasavvurga ega bo`lishi kerak. Jamoada nizolarni boshqarishda rahbar faoliyatining eng birinchi vazifasi nizoli munosabatlarning xarakteri hamda uning sub`yektlari va qatnashchilarini aniqlashtirishdir.

Nizoli vaziyatlarni boshqarishning bir qator samarali usullari mavjud.

Nizoli vaziyatlarni boshqarish usullari	
Tarkibiy-tashkiliy usullar	Strategik usullar
Ishga bo`lgan talabni tushuntirish	Uzoqlashish
Muvofiqlashtirish va intregatsiyalash	Silliqlashish
Umumtashkiliy kompleks maqsadlar	Majburlash
Muvofiqlashtirishning tarkibiy tizimini takomillashtirish	Kelishuv
	Muammoni hal qilish

Biz turizm industriyasining asosiy tarkibiy qismlaridan hisoblanuvchi mehmonxonalarda yuzaga kelishi mumkin bo`lgan nizolar va ularni bartaraf etish

tajribasi masalasiga to'xtalamiz. Mazkur masala yuzasidan Buxoro shahridagi "Siyavush" mehmonxonasi faoliyati bilan tanishamiz.

Siyavush mehmonxonasi Buxoro viloyatida tashkil etilgan birinchi xususiy mehmonxonalardan hisoblanib, 1998-yildan buyon faoliyat ko'rsatadi. Mehmonxona eski shahar va yangi shahar oralig'idagi D. Salloxxona ko'chasi, 18-uyda joylashgan bo'lib, "Labi-xovuz" arxitektura ansamli yodgorligidan 5 daqiqali, aeroport bekatigacha 10 daqiqalik va temiryo'l bekatigacha 20 daqiqali yo'lni tashkil qiladi. Mehmonxona rahbari Firuza Narbaevna Bakaeva hisoblanadi.

Mehmonxona noishlab chiqarish ya'ni xizmat ko'rsatuvchi tashkilot bo'lib uning potensial mijozlari mahalliy va xorijiy turistlar hisoblanadi. **Siyavush** mehmonxonasida mijozlar tashrifi oldindan bron qilish yo'li orqali amalga oshiriladi.

Mehmonlarning kelib-ketishi administrator tomonidan nazorat qilinadi. Bronlashda mijoz va mehmonxona o'rtasida turli aloqa yo'llari qo'llaniladi. Bronlash asosan internet orqali mehmonxona WEB saytida, electron pochta, faks, booking.com sayti orqali amalga oshiriladi.

Bronlash bronlar soni bo'yicha individual, guruh uchun komanda yoki kollektiv uchun, shu bilan birga tashkilot, idora vazirlik, firma va h.k tomonidan berilishi mumkin. Bronlash yana yozma, og'zaki holda, electron vositalar orqali (kompyuterli) bo'lishi mumkin.

Siyavush mehmonxonasiga keladigan sayyohlar odatda tur firmalar orqali yoki og'zaki tanlab kelinadi. Booking.com orqali bronlash ham yo'lga qo'yilgan.

Siyavush mehmonxonasida bir kunlik doimiy xarajatlarni quyidagicha hisoblab chiqish mumkin.

1. Qurilish va jihozlashda tahminan 125 000 \$ miqdorda pul mablag'i ketgan va bu ishlatilgan xarajatni kamida 5 yilda chiqarib olish strategiyasi ilgari suriladi. (5yilda = 1825 kun va ketgan mablag'ni shu kunga bo'lsak, $125\ 000/1825=68.4$ \$ demak 1 kunda 68.4 \$ tashkil etadi)

2. Mehmonxona mijoz kelgan va kelmagan taqdirda ham 50 000 so'm internet va aloqaga to'laydi. (bir oyda = 30 kun va $500\ 000 /30=16\ 600$ so'm davlat dollar narxida 4 \$ ni tashkil etadi.

3. Xodimlarga ish haqqi to'lash – 6 ta xodim doimiy shtatda ishlaydi. Ular direktor, ish boshqaruvchi, 2 ta administrator, oshpaz, oqsoch. Ularga to'lanadigan o'rtacha ish haqqi 500 000 so'mdan tushadi va bu oyida xodimlar uchun 3 000 000 so'mni sarflaydi. Agar kuniga bu summani bo'lsak, $3\ \text{mln} /30=100\ 000$ so'm, dollarga 25 dollardan tushadi.

4. Litsenziya uchun 2 mln so'm ketgan 3 yil uchun. 3 yil = 1095 kun summa shu kunga bo'linsa, $1\ \text{mln}/1095=1826$ so'mdan tushadi. Dollarda bu 0.5 \$ yaxlitlangan holda.

Booking.com – bronlash saytida Siyavush ham kiritilgan bo'lib, bu saytda nafaqat bron qilish balki mehmonxona to'g'risida bir qancha ma'lumotlarni toppish mumkin.

Mehmonxona sifatini belgilash uchun mijozlar fikrini kiritish so'raladi. Bu baholar mehmonxona nufuzini belgilashda qo'l keladi.

Mehmonxonada mavsum bo'lgan paytlarda asosan xorijiy turistlar, nomavsum ya'ni iyun, iyul, noyabr, dekabr, yanvar, fevral oylarida esa mahalliy turistlar bilan

gavjumlashadi. Qaydnoma daftarini ko`zdan kechirganda sayyohlarning aksariyat qismi keksalik yoshidagi xorijiy turistlarni ko`rishimiz mumkin. Bu yoshdagi sayyohlarning mansabi albatta nafaqaxo`rlar hisoblanadi.

Aksariyat xorijiy turistlarning millati va kelib chiqishi Yevropa va Osiyoli sayyohlardir.

Rossiya mamlakatidan tashrif buyuruvchilarning ko`pchiligi o`rta yoshlilar bo`lib, ish yuzasidan kelib ketuvchilardir. Bularni biznesmenlar deb martabasini belgilasak xato bo`lmaydi.

Mahalliy sayyohlarga keladigan bo`lsak, ular asosan o`rta yoshli oliy martabali hukumat a`zolari tashrif buyurishadi va korxonaning doimiy mijozlari ham shular sanaladi.

Jinsi bo`yicha tahlil qiladigan bo`lsak, deyarli 90 % mahalliy sayyohlar erkakdir. Xorjiy sayyohlar bo`lsa erkaklar va ayollar o`rtasidagi tafovvud unchalik katta emas ya`ni 60% erkaklar, 40 % esa ayollardir.

Chet ellik va mahalliy fuqarolar uchun xonalar narxlari quyidagicha:

10 kishidan kam bo`lgan guruh sifatida keluvchi sayyohlar uchun:

Nomer tipi	Mavsum	O`rta mavsum	Mavsummas
1 kishilik (nonushta bilan)	45\$	40\$	35\$
2 kishilik (nonushta bilan)	65\$	60\$	50\$
3 kishilik (nonushta bilan)	90\$	80\$	56\$

Individual tashrif buyurgan sayyohlar uchun:

Nomer tipi	Mavsum	O`rta mavsum	Mavsummas
1 kishilik (nonushta bilan)	55\$	40\$	30\$
2 kishilik (nonushta bilan)	80\$	60\$	40\$
3 kishilik (nonushta bilan)	110\$	80\$	65\$

Eslatma: Nonushta va 2\$ soliq shular tarkibida hisobga olingan.

Xona narxlari quyidagilarni hisobga olgan holda belgilanadi:

1. Ertalabki nonushta 20 000 so`m = 5 \$
2. O`zbekturizm milliy kompaniyasiga beriladigan soliq - 2\$
3. Kommunal to`lovlar taxminan - 3\$
4. Xona uchun ketadigan shampun, sovun, uy oyoq kiyimi, taroq uchun - 2\$
5. Jihozlar amartizatsiyasi – 5 \$
6. Xodimlarga beriladigan ish haqqi – 9\$
7. Qurilish uchun qilingan xarajatni qoplash - 10\$
8. Internet tarmog`i va boshqalar uchun – 3 \$

Jami: O`rtacha 40 \$

Barcha xo`jalik sub`ektlari singari, Siyavush mehmonxonasida ham turli ko`rinishlardagi nizolar uchrab turadi. Ular asosan, xizmatlardan, shaxsiy qoniqmaslik, suv bilan ta`minot, kommunal xizmatlar sifatidan qoniqmaslik, internet tezligining pastligi, barning ko`ngildagidek ishlamasligi kabi masalalarda qamrov xususiyatiga egadir. Mehmonxonada shikoyat daftari ham mavjud.

“Siyavush” mehmonxonasi xizmatidan foydalangan xorijiy va mahalliy mehmonlardan tushgan shikoyatlar:

Shikoyatlar turi	Soni
Suv ta`minoti masalasi bo`yicha	32
Internet tezligi masalasi bo`yicha	47
Shifokor xizmati masalasi bo`yicha	5
Pul almashtirish masalasi bo`yicha	22
Qo`shimcha xizmatlar masalasi bo`yicha	20

Manba: Muallif ishlanmasi.

Mehmonxona xizmatidan foydalangan mijozlarda yaxshi taasurotlar ham bo`ldi. Bular mehmonxona xizmatchi xodimlarining xushmuomalaligi, xushchaqchaqligi va mehmonxonaning tinchligi kabilar. Bundan tashqari mehmonxonaning joylashgan joyi mehmonlarga qulaylik tug`dirgan. Yuqorida aytib o`tganimizdek mehmonxona mijozlari mahalliy va xorijiy mehmonlar bo`lib sayyohlar erkinlikni yoqtirishadi va mehmonxonadagi tinchlik, mehmonxonani xohlagan vaqtda tark etib qaytib kela olishdan ular mamnun.

Mehmonxona faoliyati amaliyotida boshqa korxonalar va davlat nazorat organlari bilan ixtiloflar yuzaga kelmagan va nizolar qayd etilmagan. Mehmonxonada yuz beradigan kelishmovchiliklar asosan turistlarning administratorga murojaati bilan boshlanadi. Administratorlarning xorijiy tillarni mukammal bilmasliklari o`zaro muloqotning muammoli bo`lishi va mehmonxona haqidagi fikrlarning salbiylashuviga olib keladi.

Mehmonxonalarga chet eldan kelgan mehmonlarning registratsiyadan albatta vizasi bor yoki yoqligi tekshiriladi. Bu holat esa ko`pincha turistlarning noroziliklariga sabab bo`ladi.

Yuqoridagi ma`lumotlardan kelib chiqib, mehmonxonalarda nizolarni bartaraf etish borasida quyidagi taklif va tavsiyalar tizimini ishlab chiqdik:

- Mehmonxonada psixolog xizmatini tashkil qilish;
- Sifatli internet tizimimini joriy qilish;
- Mashinalar to`xtash joyini qurib, foydalanishga topshirish;
- Suv ta`minotini yaxshilash, qavatlardagi suv bosimidagi tafovutni bartaraf etish;
- Bank bilan hamkorlikda pul almashtirish tizimini yo`lga qo`yish;
- Mehmonlarni tashish xizmatini joriy qilish, taksi xizmatini yaxshilash;
- Alohida qo`riqlash xizmatini tashkil etish;
- Shifokor xizmatini tashkil etish.

Qayd etilgan taklif va tavsiyalar tizimi asosida uammolarning bartaraf etilishi mehmonxona faoliyatini yanada taraqqiy etishiga yordam beradi, deb hisoblaymiz.

ADABIYOTLAR:

1. Alieva M.T. Mehmonxona menejmenti. Darslik. - T: TDIU. 2009. -275 b.
2. Amriddinova R. Mehmonxonada servis xizmati. Ma`ruzalar kursi.- Samarqand, SamISI, 2009. – 142 b.

*Амонова Д.Б., ўқитувчи,
Ўзбекистон Республикаси Бухоро вилояти*

**ТУРИЗИМНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА МИЛЛИЙ
ХУНАРМАНДЧИЛИКНИНГ ЎРНИ**

Туризм соҳаси ривожлантиришда Ҳалқ хунармандчилиги ва ижодий анъаналари кенг ривожланган шаҳар ва туманларида Хунармандчиликни ташкил этиш ҳамда хунармандчиликнинг ноёб турларини қайта тиклаш ва янада ривожлантириш.

Бугунги кунда туризм соҳаси нафақат жаҳон иқтисодиётида балки мамлакатимиз иқтисодиётида ҳам, муҳим ўрин эгаллаб келмоқда. Шу жумладан, туризм соҳасидаги оилавий бизнесни ривожлантириш учун имтиёзли кредитларни узоқ муддатли қилиб берилди. Мамлакатимиз иқтисодиётида туризм асосий соҳалардан бири бўлиб, хорижий сайёҳларнинг ташрифи йилдан-йилга кўпайиб, улар ҳисобига тушаётган тушум ҳажми ошмоқда. Шунинг учун ҳам туризмни янада тараққий эттириш Республикамизни гуллаб - яшнашига хизмат қилади. Ўзбекистон аталмиш жаннатмакон диёримиз - ўзига хос меъроси - тарихий обидалари, барҳаёт урф - одатлари ва албатта, миллий хунармандчилик анъаналари билан бутун жаҳон эътиборини тортиб келмоқда.

Хар бир ҳудуд ўзига хос туристик жозибадорликка эга қолаверса мамлакатимиз жаҳон цивилизациясининг энг ёрқин саҳифаларидан жой олган қадим маданият бешигидир чунки ватанимизнинг бой тарихи, миллий маданияти ҳамиша ҳалқаро жамоатчиликнинг ҳайрат ва ҳавасини уйғотади жумладан мамлакатимиз Президенти раҳнамолигида ижтимоий йўналтирилган бозор иқтисодиётини ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилган, чунки туристик инфратузилмалар, ўз таркибига меҳмонхоналар, овқатланиш хоналари алоқа йўллари йиғиндиси, коммуникатсиялар, ташкилотлар, дўконлар спорт иншоатларини бирлаштиради ва туристик хизмат кўрсатувчи корхоналар билан чамбарчас холда боғлангандир шу жумладан юртимизда туризм соҳага катта эътибор берилди шу сабабли ҳам истиқлол туфайли мамлакатимизда миллий хунармандчиликни ривожлантириш сари кенг имкониятлар очиб берилди биз биламизки қадимий ва боқий бухоромиз ҳам ўзининг қад рослаган мухташам обидалари билан бир қаторда миллий хунармандчилик хусусан ёғочсозлик, чиллангарлик, зардузлик, каштачилик каби кўплаб йўналишдаги амалий санъат турлари билан равақ топган.

Истиқлол йилларида Бухорода янги меҳмонхоналар қад рослади. Бухоро шаҳридаги собиқ «Шахристон бозорида хунармандлар маркази ташкил этилди ва албатта ҳудуднинг туристик салоҳиятини янада кенгроқ тарғиб қилиш мақсадида «Ипак ва зираворлар» фестивали, Бухоро шаҳри куни» «Ковун сайли» ва «Бухоро хунармандлари фестиваллари ташкил этилиши ҳам туризмлик салоҳиятини оширади ва хорижлик юртдошларимизнинг эътиборини қозонади. Шу боисдан ҳам хунармандчиликни ривожлантириш бўйича кўплаб чора тадбирлар биринчи Президентимиз томонидан қатор қарор ва фармонлар имзоланган эди мисол тариқасида 2010 йил 30 - мартдаги «Ҳалқ

хунармандчилиги ва амалий санъатни янада кўллаб қувватлаш тўғрисида»ги фармони ҳам миллий хунармандчиликнинг тараққий этилишига туртки бўлди.[1]

Хусусан кўплаб халқаро фестиваллар оммавий тадбирлар ташкил этилди улар учун асбоб ускуналар, ўзларининг меҳнат ва салоҳиятларини намоён қилиш учун кўплаб шарт -шароитлар яратилди. Бундан ташқари хунармандларимиз томонидан устоз шогирт анъаналари давом эттирилди. Биз биламизки хунармандчилик маҳсулотларини бозор инфратузилмасини ривожлантириш мақсадида узбекистон савдо саноат палатаси ва «хунарманд» уюшмаси уз фаолиятини юритиб келмоқда шу сабабли юртимизнинг чекка қишлоқларида ўз меҳнатлари намоён қилаолмайдиган хунармандлар талайгина уларнинг хунармандчиллик буюмлари жохон бозорида сотиш учун шартномалар тузилди ва уларнинг фаолиятини ёритиш учун телевидения ходимлари томонидан лавхалар ёрилди ва фестивалларда улар учун шаҳопчалар ва имкониятлар яратилди ўзлари томонидан тайёрланган кўл-меҳнатлари ва ижод маҳсуллари кенг оммага намоёиш этилди. Бу еса мамлакатимизда туризм салоҳиятини янада ривожлантиришга имкониятлар эшигини очди. Мана шундай самарали хатти-харакатлар юртимизда туризм соҳасига бўлган эътибор ошгани ва ташриф буюрувчиларнинг салмоғи кўпайганидан далолат беради.[2] Чунки мана шундай тинч ва осойишта давлатимизнинг ривожланган давлатлар қаторида ўрин олишида миллий хунарманчиликнинг хиссаси беқиёсдир.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Мирзаев М. А., Алиева М.Т «Туризм асослари» Тошкент 2011
2. <http://ziyonet.uz>

*Rakhimov J.J., Student,
Bukhara State University*

THE ROLE OF YOUTH IN CREATING ECOLOGICALLY HEALTHY ENVIRONMENT

Any ideal man, during his life time, always tries to be spiritually, mentally and physically fit. Today, we can say the person may be able to hit the concept of “Healthy lifestyle” when only the individual is able to put his / her life in active motion mode, define the agenda consciously, correctly organize his / her diet, no matter at work or resting, follow hygienic rules, take care of the surrounding environment and also a person who has a culture of behavior that allows him / her to live closely with his / her close relatives and who first realizes that he / she is responsible for the birth of a healthy child in future. It is important for a person to live in a family and community with harmony like as he lives with nature in harmony. It is natural that the place where he lives is subject to the effects of lifeless natural elements, living things, and human factors for the survival, maturity, and development of his children. In fact, lifeless natural factors include air, water, soil, earth's magnetic field, temperature, humidity, light and the like. Different levels of these factors can have a positive or negative impact on the health of the family

members. Therefore, hygienic normalization of lifeless natural factors creates a favorable environment in the home. Indeed, pure air, light, clean natural soil, mountains and wilderness landscapes, water reservoirs, natural phenomena give the impression to family members' emotions, and contribute to the well-being of the family in a spirit of mood and physical development as joy, tranquility, tolerance and mutual compromise climate is created among family members. Thus, the primary concepts that need to be appreciated and preserved in the family by inanimate nature are formed in this small family. By this way, our children realize a responsibility to keep the air, water, and the environment clean.

Live natural recourses include all living things: plants, animals, microorganisms. In our homes and courtyards, we participate in many activities involving flower growing, pets, and family-planning, and we bring up a sense of care for plants and animals in our children. As such children grow, they never break the horns of trees and do not throw stones at birds. Under these factors environmental consciousness is formed, and aesthetic feelings are also develop.

Working together on family farms, cultivate fruits and vegetables, and floral and animal care also contribute to the well-being of the family, the consolidation of family members, and the strengthening of the family's financial status.

All formations created by human beings are the things and phenomena associated with human activities. All social relationships, including family, have anthropogenic nature. Almost all things in family have changed because of human activity: furniture, equipment, bookshelves, foodstuffs, household goods and so on. They have been involved in the work of the human being and in accordance with his needs. But it doesn't mean he can do all his preference with nature, it says he should always take care of environment apart from hazarding it on behalf of his needs.

One more important process in the family is nutrition. Family members regularly gather together around the beautifully decorated dining table, and their food mixes them together. This habit strengthens the sense that each member has a role in the family and strengthens the confidence of the children in themselves.

The food is a strong environmental factor in the formation of an organism and in the development of physical and mental abilities. Therefore, it is important to reduce the amount of salt, sugar and animal fat you eat during your meals and preparing them, to eat more fruits, vegetables, greens, eat non-polluted fruits and vegetables, to eat only when you have a hunger, eat more boiled food and also it is necessary to pay attention to the fact that you do not have to eat after 6 pm 7pm at noon.

Magnetic and noise wave changes due to anthropogenic factors (transport, television, telephone, etc.) soil, water and air pollution under the influence of various household waste that affect the family members and their health. It is sad that such means, first of all, affect the growing organism. The younger the child, the more effectively impressed his well-being by the negative factors of the surrounding. The truth that does not require proof is that the children spend more time in front of the computer, a mobile phone than normal, and as a result, they can get negative effects both physically and spiritually.

The Uzbek family's lifestyle, cultural environment, order discipline are shaped by historically formed traditions, and customs. But nowadays, the change in balance between nature and society shows that the abiotic, biotic, and especially the anthropogenic factors have a unique domain of influence on the full development of children in the family. The healthy environment in the family protects children from harmful habits (such as smoking, alcohol and drugs, taking away time in vain). The attitudes and outcomes of family members are the most effective tool for the full development of children. As the wise men say: "The bird does what it sees at home".

The alteration of ecological respects to the time in family lifestyle is vital earth-bound necessity. This need is the foundation for preparing the child for social life. Parents should not overlook the importance of building ecological skills in the family in maintaining harmony between society and nature. Water is a livelihood, a source of life. It is also desirable to provide water information to children along with teaching them how to save water in homes. For example, 70-80% of human body is water and our health depends largely on how much water we drink. The uniqueness advantage of drinking water in nature is vital importance. Short-term effect of cold water is its high curativeness. Washing, bathing is a guarantee of cleanliness and health. The most "healing" waters are springs, rainfall and snow water in natural basins which are environmentally friendly sites. By arranging trips along the natural fresh water banks, seeing how is the strength of water and the mystery of the water develops a sense of ecological consciousness and aesthetic feelings. Clean air and clean water are the most important factors in protecting people's health more than food and shelter.

In sum, it can be said that the spiritually healthy, harmonious and stable families are the backbone of the society. The more such families are, the more the state and the society are concerned with the well-being of its citizen. Environmental safety is a key factor in protecting the health of the population.

REFERENCES:

1. Учение В.И. Вернадского о биосфере №1, - 2012, - б. 29-32.
2. "Insonvatabiat" <http://taqvim.uz/ru/library/view/477>
3. "Экосистема Земли едина" Г.Зингер 1, с.64/.

*Murodova G., Ahmadov A.,
Buxoro shahar*

BUXORONING ZIYORATGOH QADAMJOLARI DUNYO TURIZMI NIGOHIDA

Bugungi kunda mamlakatimizda 2700 tadan ortiq yodgorlik, shu jumladan, 2500 ta me'moriy obida, 2700 tadan ortiq monumental san'at asarlari davlat muhofazasiga olingan. Shunday tarixiy yodgorliklarning asosiy qismi joylashgan Buxoro viloyatida ham ushbu tarixiy obyektlarni asrash va ularni ta'mirlash kelajak avlodga yetkazish, nafaqat kelajak avlodga balki butun dunyoga namoyish etish borasida bir qancha samarali ishlar amalga oshirilmoqda. Shulardan O'zbekiston Respublikasining Buxoro viloyatining asosiy ziyoratgoh qadamjolarini bugungi kunda erkin turistik zona sifatida shakllantirish va uni butun dunyo jamoatchiligiga

ko'rsatish bugungi kun talabi sifatida o'z oldimizga maqsad qilib qo'yildi. Bu xususida Respublikamizda ko'pgina chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. O'zbekiston Respublikasi birinchi prezidenti I.A. Karimov ta'birlari bilan aytganda: Yer yuzidagi barcha o'lmas obidalar, insoniyat hayotini tubdan o'zgartirib yuborgan jamiki ulug' kashfiyot va ixtirolar, mumtoz san'at va adabiyot durdonlari, mardlik va qahramonlik namunalari odamzotning aql-tafakkuri, salohiyati va ma'naviy jasorati mahsulidir. Shuning uchun ham bu yorug' olamda eng buyuk jasorat nima, degan savolga, hech ikkilanmasdan, eng buyuk jasorat – bu ma'naviy jasorat, deb javob bersak, o'ylaymanki, yanglishmagan bo'lamiz[1]" deganlari bejis emas. Buxoro diyorida yashab o'tgan inson ruhiyatining yaratuvchisi bo'lgan yetti pir ma'naviy jasorat sohiblari ziyoratgohlari bo'ylab tashqi turizmni rivojlantirish bugungi kun uchun dolzarb maqsadlarimizdan biridir.

Ushbu maqsadni amalga oshirish borasida yurtboshimiz Sh.M. Mirziyoyevning Buxoro viloyatiga tashriflari chog'ida Buxoroning asosiy qadamjolari bo'lmish yeti pir ziyoratgohini qayta tamirlash va shu yo'nalish bo'yicha avto transport tizimini tashkil etish borasidagi fikrlarini bu sohaga qaratilgan asosiy e'tiborning bir ko'rinishi sifatida baholashimiz mumkin. Shuningdek, yurtboshimiz "Yetti pir" haqida kitoblar yozish, ularning asarlarini tarjima qilish kerakligi haqida ham aytib o'tdilar. Bu xususida ham bir qancha ishlar amalga oshirilmoqda. Yetti pir" haqida chiqarilishi kutilayotgan kitoblar dunyoning uch, yoki yetti tillariga tarjima qilinib, so'ng foto sur'atlarda jamlangan holda keng nashrdan chiqsa dastlabki davrda davlat tashrifi bilan kelgan hurmatli mehmonlarga ushbu kitoblardan taqdim qilish, va har bir pir ziyoratgohining qiroatxonlarida ushbu kitoblardan sotuvga berilsa yurtimizga kelgan va uning tarixiga qiziqqanlarning o'z ona tilida aks etgan bu kitob hech shubxasiz ularni befarq qoldirmaydi.

Jahonga mashhur ushbu yetti pir:

Xoja Abdulxoliq G'ijduvoniyy quddisa sirrihu – Xojai Jahon. 1103-1179-yillarda yashaganlar. Xojagon tariqatining asoschisi hazrat Abduxoliq avliyolarning sultoni va boshqa nomlar bilan sharaflangan. Abduholiq G'ijduvoniyyning "Risolai Soxibiya", "Risolai tariqat", "Vasiyatnoma", "Maslak al orifin", "Maqsad as-solikin", "Az sufur Xoja Ahmad abduhalil G'ijduvoniyy", "Maqomat Xoja Yusuf Xomadoniyy" kabi asarlarida ilmu odob, inson va uning jamiyatdagi o'rni, din va dunyoviy munosabatlar to'g'risida fikr yuritilgan. Hozirda Abdulxoliq G'ijduvoniyyning muborak xoklari Buxoro viloyatining G'ijduvon shahri markazida joylashgan.

Xoja Muhammad Orif ar-Revvariyy quddisu sirrihu Xo'ja Orif Mohi-tobon nomi bilan ham mashhur bo'lgan. Xo'ja Orif Buxoro viloyatining Shofirkon tumanidagi Revgar qishlog'ida tug'ilganlar, yuz yildan ortiq umr ko'rib, 1259-yilda vafot etganlar. U kishining "Orifnoma" kitobining muallifi. Qabrlari Shofirkon markazida obod ziyoratgohga aylantirilgan. 1996-yil Xoja Orif jomesi qurildi.

Xoja Mahmud Anjir Fag'naviyy quddisu sirrihu Vobkent tumanidagi Anjir Fag'ni qishlog'ida tug'ilib, o'sha yerda vafot etgan. Bu qishloqning hozirgi nomi Anjirbog'dir. Bugungi kunda Fag'naviyy qabrlari Vobkent tumanida obod ziyoratgohga aylantirilgan.

Xoja Ali Romitoniyy quddisu sirrihu Xojai Azizon nomi bilan mashhur. Bu zoti sharif Romitonning Ko'rgon qishlog'ida tug'ilganlar. Xoja Ali Romitoniyyning

“Risolai Azizon” kitoblari mashhurdir. Xoja Ali Romitoniy haqlarida Alisher Navoiy o’zining “Nasoimul muhabbat” asarlarida ham “Xoja Mahmud xulososidandur va bu silsilada alarning laqablari hazrati Azizondir va alarga oliya maqomot va zokira karamot ko’p erkandur va to’qmoq san’atiga mashg’ul bo’lur emish[2]” deya ta’rif berib o’tganlar.

Xoja Alining Romitondagi Qo’rg’on qishlog’ida tabarruk qadamjolari bor.

Xoja Muhammad Boboyi Samosiy quddisa sirrihu . Bu muborak zotning qabri Buxoro viloyatining Romiton tumanidagi Simos qishlog’ida.

Sayyid Amir Kulol quddisu sirrihuning asli ismi Sayyid Amir Kalon bo’lib, Buxoro yaqinidagi Suxor qishlog’ida tug’ilgan 1287-yillarda dunyoga kelganlar. Bu zotning qabrlari bugungi kunda obod ziyoratgohga aylantirilgan.

Hazrati Sayyid Muhammad Bahoul-haq val-millat vad-dunyo ud-din Naqshband ibn Sayyid Jaloliddin. Bahouddin Naqishband hazratlari 1318-yil Buxoro shahri yaqinidagi Qasri Hinduvon qishlog’ida tug’ilgan.

Naqshband so’zi Hazrati Xojaning laqablari bo’lib, ma’toga naqsh (gul) solishni bildiradi. “Maqomot” ning bir yerida Hazrati Xoja mato to’qiydigan do’konlari borligiga ishora qiladilar. Bu so’zning ramziy ma’nosi ham bo’lib, muridning qalbiga Alloh muhabbatining naqshlanganligini bildiradi[3]. Ul zoti sharif sharofatidan qishloqning nomi Qasri Orifonga aylangan. Bahouddin Naqishband 1389-yilda Qasri Orifonda vafot etganlar[4]. U kishining qabrlari bugungi kunda obod ziyoratgohga aylantirilgan.

Nafaqat “Yetti pir” balki Buxoro o’zida juda ko’plab me’moriy obyektlarni o’zida jamlagan hudud sifatida ham bu yerda erkin turistik zonani shakllantirish imkoniyati mavjud. Bu yerdagi har bir me’moriy obida, arxitektura yodgorliklari butun dunyodan kelgan mehmonlarni o’ziga maftun qila oladi. Chunki viloyat hududida 660 ta madaniy meros obyektlari mavjud bo’lib, ularda 997 ta arxitektura yodgorliklari ro’yxatga olingan. Shu jumladan, Buxoro shahrida 264 ta madaniy meros obyektlari mavjud bo’lib, ularning tarkibida 350 dan ortiq arxitektura yodgorliklari bor. Yuqorida ko’rsatilgan 264 obyektidan 183 tasi jamoat, 81 tasi turar-joy binolaridir. Birgina Bahouddin Naqshbandiy madaniy merso obyektida 30 dan ortiq arxitektura yodgorliklari mavjuddir[5].

Yuqoridagi sonlarga e’tibor qaratsak madaniy merosiy obyetlar jihatdan Buxoro Respublikaning boshqa hududlarga nisbatan oldingi o’rinda turadi. Biz ushbu “Yetti pir” va madaniy obyetlar misolida viloyatni erkin turistik zonaga aylantirishimiz, ushbu obyetlar haqida yetarlicha ma’lumotlarni biladigan dunyo tillaridan xabardor kadrlar xizmatini yo’lga qo’yishimiz. Ayrim bir madaniy obyetlarga boradigan yo’llar qatnovini yaxshilash ishlarini olib borsak bizning hududda ham erkin turizmni jadal sur’atlarda rivojlantirishimiz mumkin.

Xulosa qilib aytadigan bo’lsak, viloyatimizdagi birgina “Yetti pir” ziyoratgohi misolida ichki va tashqi turizmni rivojlantirish, yurtimizda yashab ketgan ushbu valilarning nomlarini butun dunyoga tarannum etish, ularning hayotini, ular haqidagi rivoyatlarni va ularning asarlarini keng ko’lamda chop ettirish va shu kabi ishlar orqali yurtimizda turizmni salmoqli rivojlantirishimiz mumkin. Nafaqat, “Yetti pir” balki viloyatdagi bundan boshqa “Chor Bakr” dagi qator maqbaralar misolida, “Ismoil Somoniy[6]” ayniqsa yerdagi yirik me’moriy majmua - “Labi havuz[7]”

ansambliga tashriflar sonini ko'paytirish kabi ishlarning salmog'ini yanada ko'paytirishimiz kerak.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Karimov I.A Yuksak ma'naviyat – yengilmas kuch. Toshkent: “Ma'naviyat” nashriyoti. 2008. 160 b.
2. Yo'ldoshev N Buxorodagi ayrim avliyolar tarixi. Buxoro: “Buxoro” nashriyoti. 1993. 52 b.
3. Abul Muhsin Muhammad Bokir ibn Muhammad Ali Bahouddin Balogardon. Toshkent: “Yozuvchi” nashriyoti. 1993. 14 b.
4. www.religions.uz Jobir Elov Mir arab madrasasi mudiri ma'lumotlari asosida.
5. “Buxoro tarixi masalalari (Eng qadimgi zamonlardan hozirgacha)” Respublika ilmiy-nazariy anjumani materiallari II. Norova M Buxoroning me'morchilik tarixi maqolasidan. Buxoro: “Durdona” nashriyoti. 2017. 149-150 b.
6. Ismoil Somoniy tomonidan 864-868-yillar davomida qurilgan maqbara.
7. 1620-yil Nodirdevonbegi bozor maydoni o'rtasida bo'yi 45 metr, eni 36 metr, chuqurligi 5 metr bo'lgan katta hovuz.

*Irgasheva F.B.,
Buxoro davlat universiteti*

MILLIY MADANIYAT VA AN'ANALARNING TURIZM SOHASI RIVOJIDA TUTGAN O'RNI

Milliy va madaniy an'analar insonlar orasida har doim qiziqishlar paydo bo'lishiga olib keladi. Boshqa madaniyat bilan tanishish uchun eng yaxshi usul bu albatta turizm hisoblanadi. Bugungi kunda turizm dunyoning eng yetakchi sohalaridan biri hisoblanib, mamlakat iqtisodiy-ijtimoiy hayotining rivojiga o'z hissasini qo'shib kelmoqda. San'at, madaniyat, ilm-fan, din, tarix kabi milliy meros namunalari turistlarda juda katta qiziqish uyg'otib, turizm sanoatining rivojida muhim ahamiyat kasb etadi. Hududlarni ijtimoiy-madaniy rivojlantirish bo'yicha qator loyiha va dasturlar tuzilgan bo'lib, ularning bajarilishi ustidan nazorat olib boriladi.

Turizm sohasi mamlakatning ijtimoiy, madaniy, iqtisodiy hayotini rivojlantirish va yanada yaxshilash imkonini beradi. Nafaqat bizga, balki butun dunyoga ma'lumki, Buxoro o'zining qadimiy obidalari, arxitektura inshootlari, uzoq asrlik tarixi va milliy-madaniy an'analari bilan mashhur. Bunga Buxoroga tashrif buyurayotgan turistlar oqimi va YUNESKO ning madaniy merosi ro'yxatiga kiritilgan tarixiy obidalar yaqqol misol bo'la oladi. Muqaddas qadamjolar va fayzli go'shalar bilan birga mehmondo'stlik, o'zaro mehr-oqibat kabi milliy an'analimiz chet ellik sayyohlar diqqat-e'tiborini ortishiga sabab bo'lmoqda. Turizmning rivojlanishida xalq og'zaki ijodi, an'analar, folklorlar ijobiy o'ringa ega bo'lib, bu o'z navbatida, o'sha joy aholi madaniy hayotining jonlanishiga, tarixiy obidalarni tiklash va qayta rekonstruksiya qilishga bo'lgan istakning ortishiga, meros bo'lib qolgan milliy an'analarning davom ettirilib avlodlarga meros bo'lib qolishida muhim ahamiyatga ega.

Tarixga nazar tashlaydigan bo'lsak, qadim zamonlardan Buxoroga uzoq va yaqindan tashrif buyuruvchilar soni ko'p bo'lgan. Chunki Buxoro qadim-qadimdan oq ilm-fan, din, ma'naviyat, va qurilish sohasida o'zining tarixiy obidalari bilan mashhur. Sayyohlar diqqatini ko'pincha, tarixiy obidalar va ularning arxitekturasi, bunyod etilish tarixi va albatta ular bilan bog'liq turli afsona va haqiqatlar o'ziga jalb qiladi. Mashhur sayyoh Herman Vamberi ham O'rta Osiyo bo'ylab qilgan sayohati davomida Buxoro haqida "Buxoro yohud Movarounnahr tarixi" nomli asar yozganligi Buxoroning tarixi, madaniyati va an'analari qanchalik muhimligining yorqin namunasi sanaladi. Bizga ma'lumki, qadimda turizm sohasi asosan savdo-sotiq sohasi vakillari orasida keng tarqalgan bo'lib, hozirgi kunda barcha soha vakillarini qamrab olgan. Bunga sabab qadimda transport vositalari bilan bog'liq bo'lgan muammolarni misol qilish mumkin, chunki savdogarlar karvonlar va suv yo'llari orqali uzoq muddatli safarga chiqqan va yosh bolalar, qariyalar, ayollar bunday uzoq muddatli yo'l safariga bardosh bera olmaganlar. Uzoq muddatli safar o'z navbatida anchagina miqdordagi xarajatlarni ham talab qilgan, masalan, yo'l uchun oziq-ovqat mahsulotlari, kiyim-kechak, tunash uchun joy, ot va tuyalar uchun yem-xashak, suv. Ammo vaqt o'tib temir yo'llar (1825 yil Buyuk Britaniyada) va avtotransport vositalari, havo transport vositalarining kashf etilishi sayohat qilishga bo'lgan qiziqishning ortishiga va insonlar orasida ommalashishiga sabab bo'ldi. Avvallari oylab yo'l yurish muammosini bir necha soatda temir yo'l yoki havo yo'llari transport vositalari orqali dunyoning istalgan burchagida amalga oshirish mumkin. Buxoro viloyatiga tashrif buyuruvchilar salmog'i ham yildan-yildan ortib bormoqda. Yer yuzining turli tomonlaridan tashrif buyuruvchilarning dam olishi va madaniy hordiq chiqarishi uchun turistik firmalar, mehmonxonalarda yetarli imkoniyatlar va sharoitlar yaratilgan. Xizmat ko'rsatish sohalari jahon standartlari talablariga javob beradi.

Tarixiy-me'moriy obidalar, muqaddas qadamjolar, tarixiy majmualarga turistlarning tashrifi ortgani sayin ushbu sohaning rivoji ham yaxshilana bormoqda. Chunki sayyohlar soning ortishi yangi mehmonxonalarning qurilishi, bu bilan esa o'z navbatida yangi ish o'rinlarining yuzaga kelishi va aholi bandligining ta'minlanishi, usta-hunarmand va kosiblarning qo'l ishlariga bo'lgan qiziqishning ortishi va savdo-sotiq salmog'ining ortishi, milliy hunarmandlik namunalarning ommalashishiga olib kelmoqda.

Turizm sohasiga bo'lgan e'tibor Buxoroning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga va o'z navbatida Buxoro ham qadim tamaddun beshiklaridan biri sifatida turizmga o'z hissasini qo'shmoqda. Buni quyidagilarda ko'rishimiz mumkin:

- aholini ish bilan bad qilish
- tadbirkorlik sub'yektlarining ko'payishi
- xizmat ko'rsatish sohasining ortishi natijasida iqtisodiy rivojlanish
- erkin raqobat muhitining yaratilishi
- maishiy xizmat ko'rsatish sohasining rivojlanishi

Ijtimoiy-madaniy an'analarni rivojlantirish, yurtimizning boy tarixi, madaniyati va milliy merosi bilan yaqindan tanishtirish, hududni iqtisodiy-ijtimoiy jihatdan rivojlantirishda turizm sohasining o'rni alohida ahamiyatga ega. Shuning uchun ham turizm sohasiga bo'lgan e'tibor keyingi yillarda sezilarli darajada oshirilmoqda.

Buxoro Davlat Universitetida 2008-2009 o'quv yillarida Turizm va xizmatlar yo'nalishlarining ochilishi, Buxoro davlat universiteti rektorining 2011 yildagi buyrug'iga asosan Iqtisodiyot nazariyasi va Turizm va servis kafedralarining birlashtirilishi natijasida Iqtisodiy ta'lim va turizm kafedrasining tashkil etilishi hamda Buxoro davlat universiteti rektorining 2016 yilgi buyrug'iga asosan Ijtimoiy-iqtisodiy fakultetning Turizm fakulteti sifatida tashkil etilishi bu sohaga bo'lgan talabning ortgani va unga alohida katta e'tibor berilayotganining yaqqol namunasi deyishimiz mumkin.

Sayyohlar va chet ellik mehmonlarning diqqat e'tiborini jalb qilish va mamlakatga keluvchilar sonini oshirishga qaratilgan bir qancha tadbirlar muntazam o'tkazib kelinmoqda. Bunga misol qilib "Ipak va ziravorlar" festivali, "Palov sayli", "Qovun sayli", "Milliy an'analar" kabi festivallarning o'tkazilishini keltirishimiz mumkin. Bunday festivallarning o'tkazilishi milliy an'analarimizga bo'lgan qiziqishni yanada orttirib, sayllarda qishloq xo'jalik mahsulotlarining o'ziga xosligi mehmonlar tomonidan e'tirof etilib, qishloq xo'jalik mahsulotlarini eksport qilish hajmining oshishiga sabab bo'lmoqda.

O'z-o'zidan ma'lumki, turizm sohasida olib borilayotgan ishlar tarixiy obidalarining saqlanishi va atrofning obodligiga, milliy an'ana va urf-odatlar esa turizmning taraqqiy etishiga ta'sir ko'rsatadi.

ADABIYOT

1. Birjakov M.B. Vvedeniye v turizm. S.Pb.: Izdatelskiy Torgoviy Dom «Gerda», 2006

*Farmanov E.A., o'qituvchi
Buxoro davlat universiteti*

BUXORODA GIDLIK FAOLIYATINI OLIB BORISHDA TARIXIY OBYEKTLARDAN FOYDALANISH

O'zbekiston o'zining ko'plab tarixiy-me'moriy yodgorliklari, turfa xil iqlimi va tez sur'atlarda rivojlanishi bilan butun dunyo diqqatini o'ziga tortmoqda. Asrlar mobaynida O'zbekiston Buyuk ipak yo'lining savdo, savdogarlar va sayohatchilar, jo'g'rofiyashunoslar va missionerlar, isti'lochilar va zabt etuvchilarning yo'lida joylashgan edi. Ayni paytda esa, O'zbekiston tashabbuskor, madaniyat, tarix, an'ana va ekzotik mamlakatlarga qiziquvchilar uchun maftunkor sayyohlik yo'nalishlaridan biriga aylanmoqda.

Darhaqiqat, hozirgi kunda dunyo mamlakatlarining ko'pchiligi turizm sohasini rivojlantirish orqali o'z milliy iqtisodiyotini taraqqiy ettirmoqda. Mamlakatimiz turizmni shakllantirishda har qanday xorijiy mamlakatlardan qolishmaydigan imkoniyatlarga egaligi esa bu borada ko'plab qaror va farmonlar isbotidir. Xususan, 2016 yil 2 dekabr, PF-4861-sondagi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining **"O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"** gi farmoni imzolandi.[1] Ushbu farmonda turizm sohasida davlat siyosatining sifat jihatdan yangi bosqichga o'tishini belgilab beradigan ushbu tarmoqni tubdan isloh qilish bo'yicha misli ko'rilmagan chora-tadbirlar nazarda tutilgan. Shu tarmoqlardan biri esa ekskursiya xizmatini tashkil qilishdir. Turizm ekskursiya xizmatini tashkil etishni asosan gid va ekskusavodlar

amalga oshiradi. Dastavval ekskursiya faoliyati va gid haqida qisqacha ta'rif berib o'tamiz.

O'zbekiston Respublikasining "Turizm to'g'risida"gi qonunida: "ekskursiya faoliyati - turistik faoliyatning tarixiy yodgorliklar, diqqatga sazovor joylar va boshqa obyektlar bilan tanishtirish maqsadida oldindan tuzilgan yo'nalishlar bo'yicha ekskursiya yetakchisi (gid) hamrohligidagi 24 soatdan oshmaydigan ekskursiyalarni tashkil etishga doir qismi",- deyilgan[2].

Gid esa: "gid (ekskursiya yetakchisi) - tur qatnashchilariga turistik xizmatlar ko'rsatish shartnomasi doirasida ekskursiya - axborot, tashkiliy yo'sindagi xizmatlar va malakali yordam ko'rsatuvchi jismoniy shaxs",-deyiladi[3].

Ekskursiya turistik xizmat bo'lib, turistning estetik, ruhiy, boxabarlik va boshqa qiziquvchanlik ehtiyojlarini qondirishga xizmat qiladi. Ekskursiya mobaynida qatnashuvchilar olamni anglash, tabiat mo'jizalarini, tarixiy obidalarini ko'rishi, shahar va bog'larda bo'lish imkoniyatiga ega bo'ladilar.

Buxoro viloyati Respublikasining eng asosiy tarixiy shaharlardan biri bo'lib hisoblanadi. Turistik obyektlarga bo'lgan e'tibor esa, kundan kunga rivojlanmoqda, hamda turizm salohiyatining oshishiga olib kelinmoqda. Misol uchun: Buxoro viloyatida sayyohlikni salohiyatini amalga oshirish uchun yetarli tarixiy obyektlar bor. Ushbu tarixiy obyektlarga ekskursiyani amalga oshirishga esa malakali kadrlar yetarlicha emas.

Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi Buxoro mintaqaviy bo'linmasining ma'lumot berishicha, Buxoro viloyatida jami gidlar soni 98 ta bo'lib, hozirgi kungacha 75 tasi o'z ish faoliyatini amalga oshirib kelmoqdalar. Hamda, ushbu viloyatda gidlar soni mavsum paytida yetishmaschilik muammosi bo'lmoqda. Shuning uchun, yuqoridagi ozchilik gidlarni sonini yanada oshirish va quyidagi (1-jadval, 1-chizma)larda berilgan obyektlar bo'yicha malakali gidlarni tayyorlash uchun viloyatda Turizm sohasida kadrlar malakasini oshirish va qayta tayyorlash Buxoro viloyat unitar korxonasi tashkil etildi. Ushbu korxonada hozirgi kunda 48 ta tinglovchilar, 2 guruhga bo'linib gidlik sohasi uchun ta'lim olishmoqdalar. Bundan asosiy maqsad shundan iboratki, quyidagi jadval va chizmalarda ko'rsatilgan tarixiy yodgorliklar bo'ylab, malakali gidlarni tayyorlashdan iboratdir.

Ayni damda Buxoro viloyatida hozirgi kungacha saqlanib qolgan ko'pgina tarixiy obidalar mavjud. Ushbu tarixiy obidalarga ekskursiya xizmatini amalga oshirish uchun sayyohlar asosan, Buxoro viloyatining jami yodgorliklarning 10 foizginani tanishish, bilish va o'sha obyekt joyida bo'lishadi. Buxoro shaharidan joy olgan asosiy obyektlarning ro'yxati quyidagicha.

Buxoroning asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari [4]

1-jadval

	Nomlanishi	Qurilgan vaqti
	Ark	(XI —XX asrlar),
	Bolo —Hovuz majmuasi	XVIII-XX asrlar
	Ismoil Somoniy maqbarasi	IX—X asrlar
	Chashmai-Ayub	1380 yoki 1384-85 yil

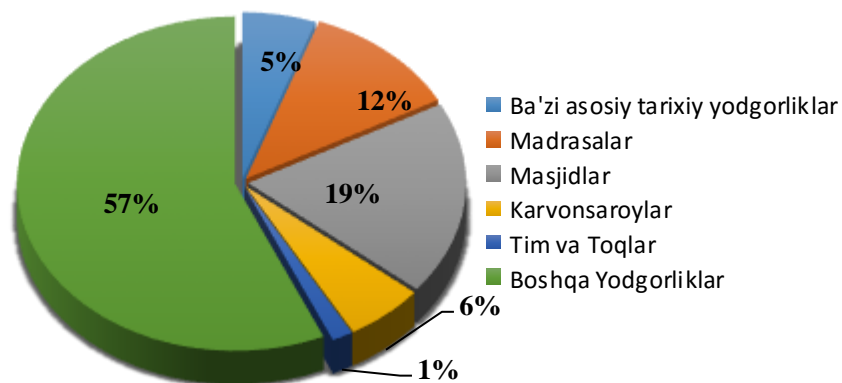
Abdullaxon madrasasi	1596-98 yillar
Modari —Xon madrasasi	1556-57 yillar
Masjidi Baland	XVI asr boshlari
Gavkushon majmuasi (masjid, minora, Madrasa)	XVI asr
Zayniddin Xoji xonaqosi	1555 yil
Poyi —Kalon majmuasi	XII —XIV asrlar
Labi —Xovuz majmuasi	XVI —XVII asrlar
Ko`kaldosh madrasasi	1568-69 yil
Nodir Devonbegi xonaqosi	1620 yil
Ulug`bek madrasasi	1417 yil
Abdulazizxon madrasasi	1652 yil
Boloxovuz masjidi	1712 yil
Sayfiddin Boxarziy maqbarasi	XIII asrning ikkinchi yarmi
Bayonkulixon maqbarasi	XIV asrning ikkinchi yarmi,
Namozgox masjidi	XII—XVI asrlar
Fayzobod xonaqosi	1598-99 yillar
Chorminor madrasasi 1807 yil	1807 yil
Buxoro Amirining Sitorai Mohi—xosa yozgi Saroyi	XIX asr oxiri XX asr boshlari
Chor-Bakr majmuasi -Jo`ybor xo`jalari mozori	1560 – 63 yillar

Yuqoridagi asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklar ro'yxati keltirilgan bo'lib, sayyohlar esa asosan ushbu obyektlar bilan tanishishi va ko'rishiga ega bo'lishadi, ammo Buxoro viloyatida bunday tarixiy yodgorliklar esa talayginadir. Jumladan:

Buxoro viloyatida umumiy yodgorliklar soni 365 ta bo'lib, shulardan 255 tasi Buxoro shahariga to'g'ri keladi. Hamda, quyidagicha tahlili keltirib o'tilgan.

1-chizma

Buxoro shahrining jami yodgorliklari [5]



Buxoro shahrining jami yodgorliklari 255 ta bo'lib, shulardan ba'zi asosiy tarixiy obidalar soni 14 ta, madrasalar – 30 ta, masjidlar – 48 ta, karvonsaroylar – 15 ta, tim va toqlar – 4 ta, boshqa yodgorliklar esa 145 tani tashkil etib, ushbu tarixiy obidalarning 10 foiziga ekskursiya xizmatlaridan foydalanib kelinmoqda, qolgan obyektlardan esa hech qanday maqsadlardan foydalanmasdan kelinmoqda. Yuqoridagi tahlil natijasidan Buxoro viloyatida yangi yo'nalishdagi ekskursiya xizmatlarini tashkil qilish bo'yicha quyidagilar tavsiya qilinadi:

- Buxoro shahari atrofida joy olgan barcha tarixiy yodgorliklarni rekonstruksiya qilish;
 - Buxoro shahri atrofida turistlarni bo'sh vaqtlarini samarali o'tkazish uchun ko'ngilochar joylarni tashkil qilish;
 - Buxoro shahri atrofida agroturizm va ekoturizmni rivojlantirish orqali ekskursiya xizmatiga kiritish hamda, turistlarning tur kunlarini uzaytirish;
 - Buxoro viloyatining gostranamik xaritasining yaratib, milliy taomlar festivallarini o'tkazish.
 - Tarixiy – madaniy obyekt merosining noqulay joylashganligi va bu kamchiliklarni yaxshilash;
 - Infrastrukturalarda turistlar uchun bo'sh vaqt va ko'ngil ochar dasturlarni ko'paytirish;

Xulosa tariqasida, O'zbekiston 2018 yilning 10 fevralidan 7 mamlakat: Isroil, Indoneziya, Koreya Respublikasi, Malayziya, Singapur, Turkiya va Yaponiya fuqarolari uchun **30 kun muddatga vizasiz tartibni joriy etilgani**, yurtimizga sayyohlar sonini yanada oshirishiga olib keladi. Hamda, gidlarga bo'lgan ehtiyoj esa yanada oshadi. Shuning uchun, yuqoridagi keltirilgan tarixiy obyektlar bo'ylab yangi turistik marshrut yo'nalishlarni tashkil etilib, chet el sayyohlariga taklif qilinadi va Turizm sohasida kadrlar malakasini oshirish va qayta tayyorlash Buxoro viloyat unitar korxonasi tomonidan tayyorlangan malakali bo'lajak gidlar shu yangi turistik marshrutlar bo'ylab gidlik faoliyatini amalga oshirishadi. Shu bilan birgalida viloyatning qishloq joylaridagi yoshlarini ish bilan ta'minlashga, ekskursiya xizmatini yanada yaxshilash orqali esa davlatimizga qo'shimcha valyuta kirib kelishiga erishishimiz mumkin.

Adabiyotlar ro'yxati

1. <http://kun.uz/news/2017/04/20/uzbekistonda-sajelik-soasi-tarakkietining-bugungi-avoli-kandaj>
2. O'zbekiston Respublikasining "Turizm to'g'risidagi" qonuni. Xalq so'zi / 1999 yil 20 avgust.
3. <http://hozir.org/turistlarga-ekskursiya-xizmati-korsatish.html>
4. Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasining ma'lumotlari
5. Buxoro viloyatdagi viloyat inspeksiyasi balansda turuvchi yodgorliklar 01.01.2017 yildagi holat.

O'ZBEKISTONDA HALOL TURIZMNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

21-asrning eng jadal rivojlanayotgan sohalaridan biri bu albatta turizm sohasi hisoblanadi, chunki jamiyatimizga qanchalik zamonaviy axborot texnologiyalari va texnika vositalari kirib kelgani sayin insonlar o'zlariga kerakli bo'lgan bo'sh vaqt va mablag'ga ega bo'lishmoqda. Bu vaqt va mablag'dan yaxshi hordiq olish maqsadida insonlar bir qancha turistik faoliyatni ham amalga oshirmoqdalar va bugungi kunda turizm sohasini eng rivojlanayotgan soha sifatida qarashga erishilmoqda. Masalan, Yaponiya hukumati turizm yo'nalishidan bir yilda 343 milliard, Turkiya esa 88 milliard AQSh dollari miqdorida daromad topadi. O'zbekiston-chi? To'g'ri, keyingi paytda yurtimizga sayohatga kelish istagini bildirayotgan turistlar soni oshib borayotir. Tabiiyki, bunda Prezidentimizning sohani tubdan yaxshilash, ilg'or loyiha va usullarni hayotga tatbiq etish maqsadida qabul qilayotgan Farmon va qarorlari muhim rol o'ynamoqda. Xususan, joriy yilning fevral oyida sohaga oid to'rtta muhim hujjat imzolandi.

"Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi va uning mintaqaviy tuzilmalari shtat birliklari oshirildi, hududlarda turizm departamentlari hamda boshqarmalari, hokim o'rinbosarlari lavozimlari tashkil etilgani mazkur tashkilotlarning imkoniyatlarini yanada kengaytirdi. Sayyohlar oqimini ko'paytirish bo'yicha 39 mamlakat fuqarolariga viza berish tartibi soddalashtirildi. Qolaversa, joriy yilning 10 fevralidan boshlab Yaponiya, Janubiy Koreya, Singapur, Malayziya, Indoneziya, Turkiya va Isroildan kelayotgan turistlarga mamlakatimizda 30 kungacha vizasiz bo'lishga ruxsat berildi. Shu yilning iyulidan e'tiboran elektron vizalarni joriy qilish rejalashtirilgan. O'tgan yili yurtimizga qariyb 2 million sayyoh tashrif buyurgan. Bu ko'rsatkich mamlakatimizning turistik salohiyati yuqori bo'lishiga qaramay, hali turizm imkoniyatlaridan to'liq foydalanilmayotganini, sohada echimini kutayotgan muammo va kamchiliklar mavjudligini ko'rsatadi.

Bugungi kunda turizm sohasining barcha shakllari rivojlanmoqda va bir qanch yangi shakllari paydo bo'lib soha rivojiga ulkan hissa qo'shmoqda. X uddi shunday turizmni shakllaridan biri bu "Halol turizm" dir. Butun jahonda islom diniga e'tiqod qiluvchi 1,6 milliard aholi istiqomat qiladi, shundan qariyb 150 millioni har yili sayohatga chiqadi. Bu bizning mijozlarimiz bo'lish potentsiali juda yuqori chunki bunga sabab;

1. Bizda ham musulmonlar soni ko'pligi
2. Tarixiy va ziyorat obyektlarini ko'pligi
3. Islom dini taraqqiyotiga ulkan hissa qo'shgan buyuk siymolarimiz.

Yuqorida ko'rsatilgan omillar orqali biz manashu 150 mln sayyohni bor yo'g'i beshdan bir qismini jalb qilgan taqdirimizda ham turizm sohasida juda katta burulish qilgan hisoblanamiz albatta buning uchun bir qancha kamchiliklarni bartaraf etishimiz lozim. Ularni asosiylarini sanab o'tamiz:

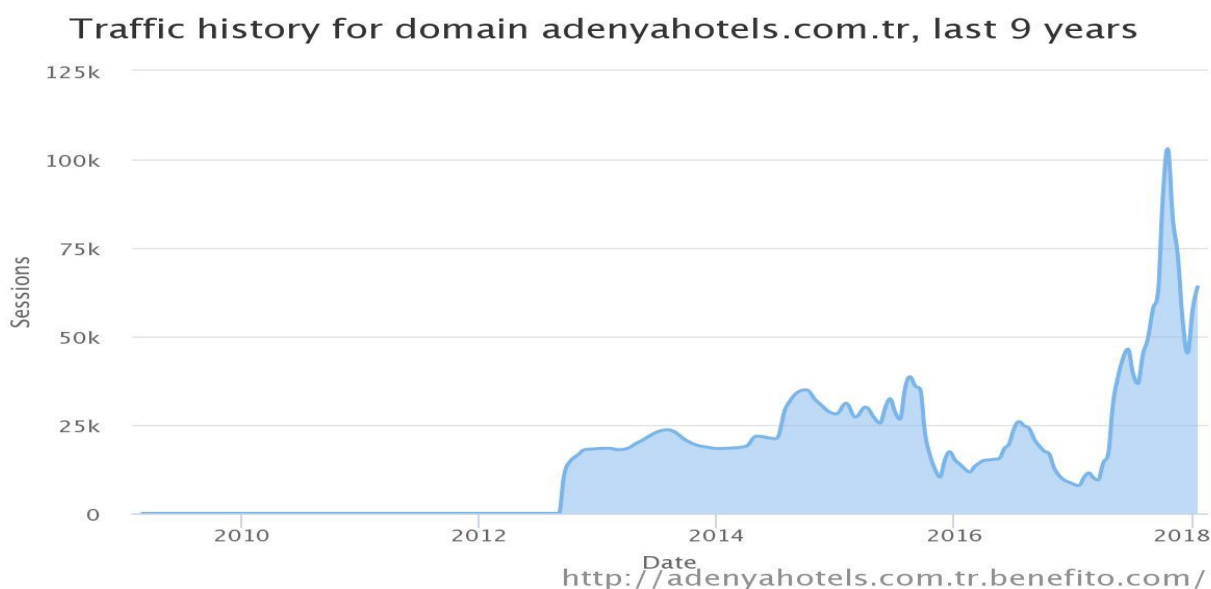
- Viza tizimining murakkabligi.
- Halol mehmonxonalarining mavjud emasligi.

- Halol ovqatlanish korxonalarining kamligi.
- Info va marketing reklama tizimining to'liq ish yurutmasligi....

“Halol turizm”ni rivojlantirishda Turkiya , Izroil , BAA mamlakatlaridan o'rnak olsak maqsadga muvofiq bo'ladi . Birgina Turkiya misolida oladigan bo'lsak turizmdan tushgan daromadini 10,1 % i “halol turizm” ga to'g'ri kelarkan . Turkiya halol turizmga qaratilgan ilk loihalarni amalga oshirgan bulardan biri “halol mehmonxonalar” sonini ko'paytirish , “Ayollar plyaji” ni tashkil qilish , SPA xizmatlarini ham aynan islom diniga mos amalga oshirishni yo'lga qo'ydi.

Eng ajablanarlisi shundaki Turkiyada Egey dengizi bo'ylab ilk “ Halol Kruiz “ paydo bo'ldi aynan ushbu loiha Fusion Tour sayyohlik kompaniyasi tomonidan taklif etilgan. Ushbu sayohat 2017-yil 27- sentabrda Izmirdan boshlanib olti kun davomida Gretsiyaning Rados va Krit orollariga bo'lib 2-oktabrda yana Turkiya ga qaytgan. Kema bortida hech qanday spirtli ichimliklar cho'chqa go'shtidan tayyorlangan taomlar bo'lmaydi. Sport zallari , spa- markazlari , turk hammomlari , va namoz uchun xonalar mavjud va ular ayollar va erkaklar uchun alohida shakllantirilgan.

Biz bilamiz dunyoda 7 ta “sharif “ shaxarlar mavjud bularning boshida albatta Makka va Madina shaharlari turadi bular qatorida o'zimizning 2500 yillik tarixga ega Buxoroi sharif shahrimiz ham bor ekanligi barchamiz uchun sharaf . Buxoroning o'zida 110 dan ziyot mehmonxonalar faoliyat yuritadi ammo bular orasida bita bo'lsa ham to'liq “ Halol mehmonxona “ belgisiga ega bo'lgan mehmonxonalarining yo'qligi esa bu albatta kamchilik hisoblanadi. Birgina Turkiyaning eng halol mehmonxonasi bo'lgan “Adenya “ mehmonxonasi doimiy bandlikka va yuqori qatlamdagi mijozlarga ega albatta Turkiyada bunday mehmonxonalar 100 ga yaqin.



Adenya mehmonxonasini 9 yillik bandlik darajasini ko'rishimiz mumkin .

O'zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishga qaratilgan bir qancha loihalar amalga oshirilmogda ulardan “Buxoro bo'ylab sayohat qil “ , “O'zbekiston bo'ylab sayohat qil “ kabi loihalar fikrimiz isboti . Birgina “Buxoro bo'ylab sayohat qil “

loihisida 24 mingga yaqin Buxorolik sayyohlar ishtirok etishdi va bu sayohatning 1-kuni “Yetti pir “ziyori bo’lib ushbu sayohat to’liq halol turizm faoliyati bilan hamohang olib borildi . Agar bizda “Halol mehmonxonalar “ tashkil etilsa ularning eng katta mijozlar bozori mahalliy turistlar bo’ladi albatta.

Xulosa qilib aytganda turizm sohasini juda ko’p shakllari mavjud ular ichida bir qancha yaxshi rivojlanganlari ham bor , faqat rivojlangan shaklini yana rivojlantirishga say harakat yoqotmasdan balki endi rivojlanayotgan shakllarini joriy etib va rivojlantirish kerak . Yuqorida aytganimizdek “Halol turizm” ham xuddi shu shakllardan biri hisoblanadi.

Turizmni ushbu yo’nalishini rivojlantirgan holda qo’shni davlatlar dan qolaversa Misr , Turkiya , Indoneziya , BAA , Saudiya Arabistoni kabi bir qancha mamlakatlar dan xorijiy sayyohlarni jalb qilish imkoniyatoga ega bo’lamiz chunki yuqorida sanab o’tgan mamlakatlar islom diniga e’tiqod qiluvchi davlatlar hisoblanishadi va bu ishni amalga oshirishda albatta ularning tajribasidan foydalanish maqsadga muvofiq.

Iqtisodchi olimlar : Turizm sohasi eng kam xarajat qilinib ko’p foyda olinadigab soha deganidek hozirda bir qancha davlatlar sifatida bunga guvoh bo’lishimiz mumkin . Shunday ekan yurtimizda barcha sohalar bilan bir qatorda “Turizm”ni ham rivojlantirib boraverishimiz shart.

Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati

1. O‘zbekiston Respublikasining «Turizm to‘g‘risida»gi Qonuni, 1999-y 20 – avgust.
2. Sh . Mirziyoyev “ Turizmni tubdan rivojlantirish” qarori 2016 4-yanvar
3. “Xalq so‘zi “ gazeta 2018 yil 38- son
4. M. Tuxliyeva “Turizm asoslari” uslubiy qo‘llanma 2014-yil T
5. M. Aliyeva “Mehmonxona menejmenti” darslik 2007 –yil T
6. www.UNWTO.com
7. www.tripadvaisor.com
8. www.turkishtour.tr
9. <http://.adenya/hotel//.apk>

*Maxmudova S.X., Jumayev R.G’.,
Buxoro, O`zbekiston*

TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA MILLIY BAYRAMLARNING O`RNI (NAVRO`Z XALQ SAYLI MISOLIDA)

Xalqimizning ming yillar osha og’izdan-og’izga o’tib, sayqallanib kelayotgan noyob ma`naviy durdonalari intellekt va fikr asri hisoblangan XXI asrda ham beqiyos ma`no va mazmun kasb etadi. O`zbek xalqi badiiy tafakkurining voqelikka badiiy-estetik munosabati xalq og’zaki ijodida yaratilgan qo`shiqalarda ham o`z aksini topgan desak yanglishmaymiz. Milliy urf-odatlar, milliy tantana va bayramlar kishilar tafakkurini kengaytiruvchi durdonalar hisoblanib, turizmni takomillashtirishning muhim omili hisoblanadi.

Asrlar davomida sayqallanib, gohida turlanib, yana birida tuslanib kelgan milliy madaniyatimizning rivojlanish bosqichlari turli-tuman ko`rinish kasb etadi.

O`zbekiston Respublikasining barcha hududlarida Navro`z bayrami bir xil nom bilan atalib kelinadi. Bundan tashqari, Buxoro, Jizzax, Samarqand, Surxondaryo, Qashqadaryo va Navoiy viloyatlarida "Navro`z" atamasi bilan birga "yilboshi" nomi ham qo`llaniladi. Abu Bakr ibn Ja`far Narshaxiyning qayd etishicha, "Varaxsha katta qishloqlar jumlasidan bo`lib, Buxoro kabi edi. U Buxoro shahridan qadimiyroqdir. Bu qishloqda har o`n besh kunda bir kun bozor bo`ladi, yilning oxirida esa, yigirma kun bozor qilib, yigirma birinchi kuni Navro`z – yangi yil bayramini o`tkazadilar. Buni "Navro`zi kishvarzon" – dehqonlar navro`zi deydi. Buxoro dehqonlari yil kunlari hisobini o`sha kundan boshlaydilar va bunga e`tibor beradilar"[1].

Ota-bobolar Navro`zda "kun g`amini sahar ye, yil g`amini bahor ye" maqoliga amal qilib, bahorgi dala ishlariga, yumushlariga tushib ketadilar. Yerdan rizq-ro`z undirish maqsadida don sochadilar. Yosh bolajonlar "oq terakmi ko`k terak", "boychechak", "chillak", "varrak" o`yinlarini aynan shu kuni xursandchilik bilan boshlaydilar. Kattalar esa, dalada don sochib, ko`chat o`tkazib, ko`klam bilan ko`ngillarni yayratadilar. Navro`z shunchaki quvnash, dil rozlarini kuylash, turli irim-sirimlaru, urf-odatlar yig`indisigina emas, balki uning zamirida xalq va millat tarixi, madaniyati, san`ati, falsafasi, orzu-amallari, dunyoqarashi, ruhiyati, dunyoviy va diniy tasavvurlari, mifologik qarashlari jam bo`lgan yaxlit bayramdir. Uning har bir marosimi, urf-odati, aytimi, naqli, rivoyati qo`shiqlarida ilg`or umuminsoniy g`oyalar yotadi. Folklorshunos M.Jo`raevning qayd etishicha, "Navro`z bayrami o`z tarkibiga boychechak, lola, qizil gul, qizg`aldoq bilan aloqador" gul sayillari; yilning oxirgi chorshanbasida o`tkaziladigan "oxirgi chorshanba" udumi, ariq – zovurlar tozalani, yangi bog`lar barpo etiladigan "hashar" an`anasi, yil boshida qilinadigan "qozon to`ldi" udumi ilk ko`klamda dalaga birinchi marta qo`sh chiqarib, don ekish odati "shoxmoylar" marosimi, etti xil dondan "Navro`z go`ja" pishirish hamda etti xil ko`katdan ko`k somsa tayyorlash odati, arg`imchoq uchish, sumalak, halim va halisa tayyorlash, varrak uchirish, qo`chqor, xo`roz, tuya urishtirish an`analarini ham o`z ichiga olgan muhtasham milliy qadriyatlarimiz hisoblanadi[2].

O`zbekistonda Navro`z bayramining nomoddiy madaniy meros ob`ekti sifatida muhofaza va himoya etilishi uchun qonuniy asoslar yaratilgan. O`zbekiston hukumati rahbarining 1989 yildagi "Navro`z" bayramini umumxalq shodiyonasi sifatida keng nishonlash to`g`risidagi farmoni navro`zning keng ko`lamda bayram qilinishi, bu qadimiy bayramning barcha uzvlari tiklanishi va muhofazaga olinishi uchun zamin hozirladi. O`zbekiston Respublikasi Prezidentining 1990 yil 3 maydagi "Navro`z xalq bayramini o`tkazish to`g`risida"gi 2-sonli farmoni Navro`z bayrami mamlakatning barcha hududlarida umumxalq shodiyonasi sifatida keng nishonlanayotgan hamda bu qadimiy bayramning tarkibidagi badiiy-estetik qadriyatlar, folklor san`ati asarlari va milliy hunarmandchilik an`analari tiklanishi bilan bog`liq izchil jarayon boshlanganligidan dalolat beradi. O`zbekiston Respublikasi Prezidentining 1992 yil 23 maydagi "Navro`z" xayriya jamg`armasining ishini tashkil etish va rivojlantirish to`g`risida"gi 279-sonli farmoyishi, O`zbekiston Respublikasi Mehnat kodeksining 131-moddasi (Bayram (ishlanmaydigan) kunlari)da Navro`z bayrami har yili nishonlanadigan 21 mart sanasining dam olish kuni deb e`lon qilinganligi, ko`chalar, mahallalar, shaharchalar, mavzalar, o`yingohlar, madaniyat va istirohat bog`lari, aholining maishiy va dam olish maskanlari, bekatlar va boshqa jug`rofiy

ob`ektlarning “Navro`z” nomi bilan atala boshlanganligi Navro`z bayramining davlat miqyosida milliy qadriyat namunasi sifatida ulug`langanligiga yorqin dalil bo`la oladi.

2010 yil 7 oktyabrda Vazirlar Mahkamasi tomonidan “2010-2020 yillarda nomoddiy madaniy meros ob`ektlarini muhofaza qilish, asrash, targ`ib qilish va ulardan foydalanish Davlat dasturi” tasdiqlangan. Mazkur dasturda Navro`z bayramini ilmiy o`rganish, muhofaza qilish va targ`ib etish chora-tadbirlari belgilangan.

Ma`lumki, Navro`z bayrami bir yoki ikki kun emas, balki butun boshli Hamal oyida 30 kun o`tkazilgan. Unga ko`ra har bir kunning o`z urf-odatlari, irim-sirimlari bo`lgan. Shunday bazm va sayl kunlarida urushlar to`xtatilgan. Gina-guzorlar unitilib tantanalar qilingan. Kishilar o`z tafakkurlarini ulug` niyatga qaratishgan. Nosiriddin Rabg`uziy shunday onlarni

Lola sag`roqin icharda sayrar usrub sanduvoch,

Turna un tortib o`tarda sakrashur baqlan qo`zi.

Lola, binafsha, boychechak kabi gullar bahor elchisi, ko`klam darakchisi bo`lsa, bulbul shodlanib sayrashiga ko`ra ezgulik timsoli sifatida taassurot uyg`otadi. Ayni ko`klamda bulbul nag`mayu–noz qilib sayrasa, har bir faslning qanday kelishidan ya`ni yoz va qishning qanday siru-sinoati borligidan darak beruvchi turna un solib o`tadi. Shunda durkun qo`zi, qiru-adirlarda sakrashib o`ynaydi. Va nihoyat, turna ham qaldirg`och kabi bahordan darak beradi. O`xshatish san`ati asosida qurilgan ushbu baytda lirik qahramonlarning ma`naviy olami, tabiatni anglash asosida “Men”ligini kashf etganligidan dalolatdir.

Navro`z taomi hisoblangan Sumalak pishirilayotganda qozonni kovlash nasib etmagan kishi bir yil davomida o`zini-o`zi aybdor sanab yashaydi. Navro`zni shu ma`noda e`tiqod sobitligi yo`lidagi bayram deyish ham to`g`riroq bo`ladi. Zero, navro`z horigan charchagan qablarni uyg`oqlikka dadillikka undaydi. Ogahiy ta`kidlaganidek,

Qilib oyini mehr og`oz Navro`z,

Kelib qish faslin etti yoz Navro`z.

Demak, navro`z har bir ko`ngilni yayratuvchi, qalbga yoz iforini taratuvchi fasldir. Mudroq ko`ngillarni mehnatga, shijoatga yo`llaguvchi Navro`zda ijro etiluvchi har bir misra, aytm, rivoyat, afsona va miflarda shuningdek, marosim va tayyorlanadigan taomlarda sehrli kuch bor. U doimo ezgulikka chorlaydi.

Xalqona ohangda yozilgan misralarda “Ko`k yerga xabar tutib” yangi kun, yangi yil, ko`klam kelganligidan jarchi bo`lib, darak berayotir. Ichki kechinma lirik tuyg`uning navro`zona kayfiyatga eshligi bor bo`lsin. Umuman, Birinchi Prezidentimiz I.Karimov ta`kidlaganlaridek: ”Navro`z xalqimizning yuragini va yorug` tuyg`ularini o`lmas ruhi va ma`naviyatini o`zida yorqin namoyon etadigan eng qadimiy, eng ardoqli, asl milliy bayramimizdir, desak ayni haqiqatni aytgan bo`lamiz”[3].

Xulosa qilib aytganda, Navro`zning bugungi kundaki ahamiyati, avvalo bu bayramning mehr muruvvat, oqibatlilik, yaxshilik, ezgulik, yaratuvchanlik, bunyodkorlik, saxiylik, qut-baraka va oila xotirjamligi g`oyalarini mujassamlashtirganligi bilan belgilansa, turistlarni jalb qilishning ta`sirchan

mexanizmi hisoblanadi. Mazkur tadbir hozirgi davr kishilarining badiiy tafakkuriga bo'lgan ulkan ma'naviy qadriyatlar silsilasini o'zida yaxlit holda jamlagan hayotbaxsh shodiyonadir. U xalqlarni birlashtiradi, tinchlikni ta'minlaydi.

Adabiyotlar:

1. Наршахий. Бухоро тарихи. – Тошкент: “Фан”, 1966. – Б.23.
2. Жўраев М. Наврўз байрами. – Тошкент: “Фан”, 2009. – Б.13.
3. Ислом Каримов. Ўзбекистон халқи ҳеч қачон ҳеч кимга қарам бўлмайди. 13-жилд. – Тошкент: “Ўзбекистон” НМИУ, 2009. – Б.253.

Кадирова М.М., преподаватель,

Бухарский государственный университет

ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ И ВИДЫ СОВРЕМЕННОГО ТУРИЗМА

Территориальным фактором мы различаем внутренние (внутринационального) и международного (иностранного) туризма. По направлению потока: входящий и исходящий. От цель тура: отдых, здоровье, терапевтическое, информационный (тур), профессиональный, деловой, научный (исследования, поиск, связь, конференции и конгрессы, научные), образовательные (краткосрочные обучение), спорт, шоп-туры, приключения, паломничество, ностальгия (посещение родственников и мест происхождения), экотуризм (зеленый туризм), экзотический (тематический, секс-туризм, алкоголь, музей, театр, эзотерический (мистический), романтический, военный, исторический, НЛО туризм), элита (туризм на Северный полюс, эксклюзивный туры, специальные условия и программы), этнические (этнографический, сентиментальный, семейный), любительский (охота, рыбалка), экстремальные и комбинированные виды. От источников финансирования: социальные и коммерческие. От способа передвижения: пешеходный, авиационный, морской, река, туризм на машине, поезд, велосипед, конный, смешанные. По типам объектов размещения: отель, мотель, гостевой дом, дружелюбный, санаторий, общежитие, лагерь, квартира, палатки. По количеству участники: индивидуальный, семейный и групповой туризм. По продолжительности: короткие (краткосрочные) и долгосрочные туризм. Экологические туры: горный туризм, вода, спелео-туризм, лес, пустыня, промышленные, сельские туризм, пригородный туризм, городской туризм, авиация туризм, космический туризм. По скорости потока: постоянная, сезонный, моносезонный, двухсезонный, событие (одноразовое или периодической основе). По институциональной форме регулирование: организованный туризм, неформальный (любительский) туризм. По разработке и соглашению с принимающая сторона: планируемый туризм и независимые туризм. По характеру мотивации путешествия: конвейерный туризм и дифференцированный туризм. Посредством возраста туристов: дети, молодежь, туризм относительно молодые экономически активные люди, туризм экономически активных людей среднего возраст, туризм пенсионеров. По форме туриста услуги: инклюзивные туры, пакетные туры. Посредством

этнического критерия: у туристов есть признаки национальных принадлежащего, например, американскому туристу, Японский турист и т.д.

Во-вторых, инновации в туризме подтверждены появление новых решений научных и методологического и прикладного характера в существующих виды туризма (Anderson, 2005; Baglieri, Consoli, 2009; Давыдова, 2015; Goehlich, 2004; Павлов, 2012; Van Pelt, 2005). Например, в области ресторанного туризма, рестораны начинают экспериментировать с специализация (различные национальные виды кухни), чтобы сосредоточиться на стиле, ввести дополнительные услуги, сотрудничать, организовывать выставки и семинары, активно привлекать средства массовой информации и т. д. Событие туризм растет в масштабе, когда одновременно или на периодической основе широкомасштабные международные проводились: фестивали, шоу, фестивали художников, ярмарки, концерты, конкурсы, конгрессы и т. д. В поле группового туризма, многоцелевой сервис (например, в корпоративном туризм, есть сочетание бизнеса, развлекательные, рекреационные, образовательные, паломнические туризм и т. д.).

В сфере социального туризма существует было усиление объема благоприятные условия для привлечения различных сегментов населения с целью увеличивая число будущих туристов. Это можно заметить развитие депрессивных направления, ориентировочные туры для глобальных ценностей, продвижение национального культурного наследия, распространение социальной помощи. Часть научного туризма что в конечном итоге завершит процесс трансформации туризма в ведущем комплексе мирового, научного и культурного развития. Космос туризм быстро развивается. Дизайн новых космических продуктов и выделения принципиально новые сегменты туризма развиваются: орбитальные, суборбитальные и приземный параболический полет, обеспечивающий подготовку и экскурсионные услуги в космической инфраструктуре. В-третьих, туризм как деятельность постоянно изменение глобального общества. Туризм постепенно внося свой вклад в решение проблемы климата изменения и сокращения масштабов нищеты на основе единый подход к этой двойной проблеме (Мир Организация туризма). Это особенно важно для местного сельского хозяйства, рыболовство, ремесла, строительство

Отдых

Туристы могут путешествовать, чтобы испытать изменение климата и место, чтобы узнать что-то новое, насладиться приятными пейзажами или узнать больше о культуре места назначения. Туристы, которые стремятся отдохнуть от стресса повседневной жизни, посвящают свой отдых отдыху и расслаблению, освежиться. Эти туристы предпочитают оставаться в тихом и спокойном месте. В настоящее время туристы проводят различные приключенческие виды спорта для отдыха и освежиться после тяжелой работы. Этот туризм включает следующие формы:

Культурный туризм

Он также называется наследием туризма. Людям интересно узнать о чужих землях и их культурах. Культура - это наиболее важные факторы, которые привлекают туристов к месту назначения.

Спортивный туризм

Спортивный туризм относится к путешествиям, которые включают в себя либо просмотр, либо участие в спортивном мероприятии, отличном от обычной среды. Спортивный туризм - быстрорастущий сектор мировой индустрии путешествий. Спортивный туризм относится к людям, путешествующим для участия в соревновательном спортивном мероприятии. Обычно такие события являются мотиваторами, которые привлекают посетителей к участию в таких мероприятиях, как Олимпийские игры, Чемпионат мира ФИФА.

Медицинский туризм.

Медицинский туризм также называют медицинским туризмом. Люди путешествуют на протяжении веков, чтобы улучшить и восстановить свое здоровье и выносливость. Сегодня многие люди путешествуют на большие расстояния до экзотических мест или медицинских учреждений в отдаленных странах, в поисках лечения и ухода. Медицинский туризм - это давняя концепция, которая приобрела популярность в последнее время. Многие развивающиеся страны становятся горячими медицинскими туристическими направлениями, используя низкие издержки. Во многих больницах есть специально разработанные пакеты, в том числе курорты.

Литература

1. Александрова А.Ю. Экономика и территориальная организация международного туризма. - М., 1996.
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм. - СПб., 2001.
3. Соколова М.В. История туризма. - М.: Академия, 2004.

*Холлиев А.Э., Норбоева У.Т.,
Бухоро давлат университети*

ГЛОБАЛ МИҚЁСДА ЭКОТУРИЗМНИНГ РИВОЖЛАНИШ ХУСУСИЯТЛАРИ

XVIII асрнинг охири XIX асрнинг бошларида Европанинг яхлит қитъасига инглиз туристлари маҳаллий аҳолининг маданияти, тарихини ўрганиш билан бир қаторда ажойиб табиатини кўриб кетиш учун саёҳат қилганлар. Чунки, Альп тоғлари ландшафтлари ёки Карпатнинг тоғли ўрмонлари Англияда учрамаганлиги учун ҳам туризмнинг асосий объекти сифатида қаралган. Лекин, ушбу туризм комплекс туристик маршрутлар билан кўшиб олиб борилган. Инглизларнинг табиат кўйнига қилинадиган сайёҳликка қизиқишини инобатга олиб Швейцариялик ишбилармонлар “Гранд тур” таркибида табиий туризм хизматини ташкил этганлар ва у ташкилотчиларга жуда катта миқдорда молиявий фойда келтирган. Бу Россияда 1996 йилда Бутунжаҳон ёввойи табиат фонди (WWF) Узоқ Шарқда таркиб топиши билан бевосита боғлиқдир. WWF дастурининг бир қисми алоҳида муҳофаза этиладиган ҳудудларни таъминлаш билан боғланди.

2001 йилда Россияда экологик туризм ассоциацияси ташкил этилди. 2002 йил БМТ нинг атроф муҳит дастури (ЮНЕП) ва Бутунжаҳон туристик ташкилотининг (БТТ) ташаббуси билан “Халқаро экотуризм йили” деб эълон қилинди. Ана шу ташкилотлар ташаббуси билан экотуризм йилида Канада туристик комиссияси ҳамда Квебек шаҳрининг туристик бошқармаси ҳомийлигида Бутунжаҳон экотуристик Саммити 2002 йил 19-22 май кунлари бўлиб ўтди. Унда 132 мамлакатдан давлат, нодавлат ва хусусий сектордан мингдан ошиқ вакиллар иштирок этдилар. Ушбу Саммит тегишли соҳада бир неча йилдан буён олиб борилган машаққатли тайёргарлик босқичларининг якуни бўлди. Квебек Саммити экотуризмни глобал миқёсида акс эттирувчи ҳамда янги туристик йўналишни тубдан янги йўсинда бошлаш нуқтаси эди. У 2002 йил август- сентябр ойларида ўтказилган Бутунжаҳон барқарор ривожланиш Саммитидаги тегишли туристик йўналишдаги асосий тактик ва стратегик вазифаларни яқин ўн йилликкача аниқлаб берди. Саммитда қабул қилинган декларация мазмуни қуйидагилардан иборат бўлди(1).

Экотуризм нафақат иқтисодий айирбошлаш, балки маҳаллий халқларнинг ҳуқуқларини кафолатлашга ҳамда экотизмларнинг назоратини йўлга қўйиши билан бошқа туристик тизимлардан ажралиб туради. Шу билан бирга, экотуризм ривожланган мамлакатлар учун ривожланаётган мамлакатлардаги кадриятларни тушуниш, экотизмлар муҳофазасини амалга ошириш ва барқарорлик принципларига амал қилишга чақиради.

Экологик туризм иштирокчиларига тегишли экологик маълумотларни етказиш, туристик марказлар, тур операторлар, журналистлар ва ушбу жараёнда иштирок этган шахсларга боғлиқдир. Экотуристик жараёнда қатнашаётган истеъмолчилар ҳам, унинг таъминотчилари ҳам ирқий, жинсий ёки бошқа турдаги камситишларга йўл қўймасликлари зарур.

Экотуризмни шакли ёки ўтказиш модели ҳамда фаолият турини танлаш орқали улар ташриф этаётган тур марказлари ҳамда атроф- муҳитнинг барқарорлигини таъминлашда масъулдирлар.

Мазкур Квебек Декларацияси асосида ҳукуматлар, нодавлат ташкилотлари, хусусий сектор, жамоат бирлашмалари, ўқув юртлари, тадқиқот марказлари, ривожланишга ёрдам берувчи агентликлар, маҳаллий ва туб жамоалар учун қуйидаги мазмундаги тавсияномалар тайинланган ва миллий, минтақавий ва маҳаллий бошқарув ҳокимиятига:

1. Миллий ва маҳаллий экотуристик сиёсат ҳамда ривожланиш стратегиясини барқарор ривожланишнинг умумий вазифаларидан келиб чиққан ҳолда, экотуристик жараёнларда қатнашишлари билан бевосита ва билвосита кенг миқёсда маслаҳатлар асосида ишлаб чиқиш.

2. Маҳаллий жамоатчилик, хусусий сектор, нодавлат ташкилотлари ва бошқа экотуристик жараён қатнашчилари билан ҳамкорликда табиатни муҳофаза қилиш, маҳаллий маданият, айниқса урф одатлар, генетик ресурслар, ерга ва сувга бўлган ҳуқуқлари ҳамда мулкчиликни кафолатлаш.

3. Экотуризм соҳасида қарорларни қабул қилишда ва экотуристик жараёнларни олиб боришда миллий, минтақавий, маҳаллий бошқарув органларини жалб қилиш, уларнинг фаолиятини мувофиқлаштириш, туристик

жараёнларни ташкил этишдаги бошқа қатнашчиларнинг иштирокини таъминлаш. Мазкур мақсад ва вазифаларни амалга татбиқ қилиш учун адекват тарздаги бюджетни ташкил этиш ва тегишли қонунчилик тизимини яратиш.

4. Юқорида қайд этилган тузилмага маҳаллий, минтақавий ва миллий миқёсда экотуризмни тартибга солиб турувчи ва унинг мониторингини олиб боровчи механизмни тадбиқ қилиш.

5. Халқаро даражада туристик маҳсулотлар билан боғлиқ бўлган экологик сарф харажатларни халқаро миқёсида тақсимлаш механизмни ишлаб чиқиш.

6. Алоҳида муҳофаза этиладиган табиий ҳудудларда, буфер зоналари (муҳофаза чегараларида) ҳамда экотуризм ривожланаётган ҳудудларда маҳаллий ва муниципал миқёсда бошқарув воситаларини ишлатиш учун зоналаштириш ва ердан фойдаланиш режаларини фаоллаштириш.

7. Барқарор экотуризмни ривожлантиришга йўналтирилган, халқаро миқёсда аниқлаштирилган ва тасдиқланган сертификацион схемалар, ихтиёрий ташаббуслардан фойдаланиш.

8. Экотуризмни асоси бўлган микро, кичик ва ўрта туристик кохоналарни техник ва молиявий қўллаб қувватлаш, барқарор ривожланиш мақсадида инсон ресурсларини ривожлантиришга ёрдам беришни таъминлаш.

9. Алоҳида муҳофаза этиладиган ҳудудларга ташриф буюрадиганлар сонининг мунтазам ўсиши, нозик экотуризмлардан фойдаланишни барқарорлаштириш тегишли сиёсат йўналишини, менежемент режаларини ва ташриф буюриш дастурларни ишлаб чиқариш.

10. Халқаро миқёсда ҳамда ички бозорда миллий туристик тармоқни бошқарув органлари маъмурияти томонидан амалга ошираётган дастурларга кичик ва ўрта экотуристик компаниялар ҳамда туристик операторларни киритиш ва ҳоказо(2).

Миллий, минтақавий ва маҳаллий органларга Квебек Декларацияси орқали тавсия этилаётган кўрсатмалар 19 та бўлиб, улар деярли экотуризмнинг барча жабҳаларини ўз ичига қамраб олади. Декларацияда хусусий сектор намоёндаларига 14 та банддан иборат бўлган тавсияномалар тақдим этилган. Уларнинг аксарияти хусусий компаниялар, туроператорлар ёки ташкилотларни ва экотуризмни ташкил этиш, уни бошқариш ҳамда экологик хавфсизликни таъминлаш учун йўл кўрсатиб туради. Квебек Декларациясининг алоҳида кўрсатмалари нодавлат ташкилотлар, жамоат бирлашмалари, ўқув юртлари ва илмий марказларга ҳам берилган.

Ҳукуматлараро ташкилотлар, халқаро молиявий муассасасалар ва ривожланишга кўмаклашувчи агентликлар учун тавсияномалар Декларациянинг 37, 44 моддаларини ўз ичига олади. Мазкур тавсияномаларда экотуризмнинг бошқа туристик турларидан фарқли хусусиятларини инобатга олган тарзда халқаро ҳамкорлик механизмни ишлаб чиқиш, ижобий, миллий ва минтақавий экотуристик ҳаракатларни қўллаб қувватлаш минтақаларнинг ўзига хос хусусиятларини инобатга олган ҳолда халқаро стандартларни белгилаш, экотуристик жамғармаларни тузиш ва уларни тақсимлаш механизмни яратиш каби тавсиялар берилган(3).

Саммитда экотуризмни ривожланиш принциплари Квебек декларацияси қабул қилинди. Худди шу йили, яъни 26 август 4 сентябр кунлари Жанубий Африка Республикасининг Йоханнесбург шаҳрида БМТ нинг “Барқарор ривожланиш” рукни остида Бутунжаҳон Саммити бўлиб ўтди. Ушбу Саммитда 2002 йилнинг “Халқаро экотуризм йили” “БМТ нинг маданий мероси йили” натижалари умумлаштирилган тарзда экотуризмнинг барқарор ривожланишдаги аҳамияти кўрсатиб ўтилди(4).

Халқаро миқёсда ривожланиб бораётган экотуризм Ўзбекистонга ҳам ўз таъсирини ўтказди. 2001 йилда Ўзбекистон, Қозоғистон ва Қирғизистон республикалари билан биргаликда ТАСИС дастури асосида “Ғарбий Тянь-Шанда биологик хилма хилликни сақлаш” лойиҳаси ишлаб чиқилди. Ягона экологик давлатлараро тизимдаги ноёб тоғ табиатининг хилма хил ва бетакрор ландшафтларини сақлаб қолиш мақсадида ягона халқаро экологик резерват ташкил этишга қарор қилинди. Унда бир қатор алоҳида муҳофаза этиладиган табиий ҳудуд ва объектлар билан бирга экологик сайёҳлик маршрутларини ишлаб чиқиш учун моддий ва молиявий ресурслар ажратилди. Ҳозирги кунда юзлаб экотуристик маршрутлар ушбу ҳудудда ишламоқда. 2004 йил 3 мартда эса Тошкент шаҳрида “Экотуризм ва барқарор ривожланиш” халқаро конференцияси бўлиб ўтди(4).

2006 -2006 йилларда Ўзбекистон экотуризмга бағишланган ўнлаб учрашувлар, давра суҳбатлари, байрам кечалари, анжуманлар бўлиб ўтди, улар экотуризмнинг маънавий, маърифий, иқтисодий ва ижтимоий салоҳиятининг нечоғлик катта аҳамияти очиқ берилди.

Адабиётлар

1.Атроф табиий муҳитини муҳофаза қилиш: қонунлар ва норматив ҳужжатлар.- Тошкент: “Адолат”, 2004

2.Ўзбекистон Республикасида атроф-табиий муҳит муҳофазаси ва табиий ресурслардан оқилона фойланишнинг ҳолати тўғрисида: Миллий маъруза .-Тошкент: Чинор, ЭНК, 2006.

3.Ўзбекистонда атроф-муҳитнинг ҳолати ва табиий ресурслардан фойдаланиш фактлари ва рақамлар. 2000-2004 // Статистик тўплам.-Тошкент: 2006.

4.Тухлиев Н, Абдуллаева Т. Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития.-Тошкент: “ Ўзбекистон Миллий энциклопедияси”, 2006.

Кадирова М.М.,

преподаватель кафедры Туризма, БухГУ

СОВРЕМЕННЫЕ ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Современные взгляды на инновации в туризме, основанные на изменениях в обществе, находящиеся под влиянием процессов глобализации превратился в «Потребительское общество» и становится клиентом новые услуги. Количество таких клиентов увеличиваясь с каждым годом. Поэтому туризм предприятия

также должны постоянно трансформироваться. Что бы обеспечить эти инновационные процессы, целесообразно применять симбиоз традиционных и современные разделы, включающие: инновации ориентированных на обслуживание клиентов; развитие инновационные продукты туризма; введение конкретные инновационные маркетинговые стратегии; управление инновациями компаний; направление их деятельности в направлении сотрудничества с другими представителей индустрии туризма на местном, региональном и государственном уровнях. Туризм предприятия все больше влияет факторов окружающей среды и внутренних факторы адаптируются.

Расширенная и виртуальная реальность (AR и VR):

Последние несколько лет наблюдается рост популярности AR или VR среди компаний по туризму и туризму, и эта тенденция будет продолжена. Эти технологии используются либо для контент-маркетинга, либо для улучшения опыта клиентов. Например, авиакомпании начали использовать технологию VR, чтобы заранее показать путешественникам каюты, чтобы увеличить продажи билетов или вспомогательных услуг.

Искусственный интеллект (AI):

AI стоит за многими развивающимися технологиями и инновациями в сфере туризма и путешествий. Пути, которыми он помогает отрасли, можно разделить на три основные категории: машинное обучение, чат-боты или путешествия, а также роботы. Благодаря AI операции, которые обычно требуют вмешательства человека и много времени для изучения новых навыков, могут быть автоматизированы, что ускоряет процессы, улучшая качество и производительность, а также уменьшая затраты.

Интернет вещей (IoT):

IoT имеет большой потенциал для формирования будущего индустрии путешествий и туризма, и компании начали это понимать. Примером промышленного игрока, использующего IoT для снижения уровня беспокойства и стресса, связанного с потерянными мешками, является Lufthansa. Пассажиры могут отслеживать свой багаж по ссылке, найденной на их мобильном посадочном талоне в приложении Lufthansa.

Технология голоса:

Технология голоса - еще одна цифровая новинка, которая начинает разрушать сектор путешествий и туризма, поскольку все больше и больше клиентов переключаются с набранных запросов на голосовые взаимодействия. Все больше и больше отелей начали экспериментировать с голосом-активированными устройствами. Среди них: W Austin of Marriott International, Kimpton Alexis Hotel и Westin Buffalo.

Подключение к Wi-Fi:

Во время путешествий люди хотят всегда подключаться, чтобы получить идеи назначения, варианты мест для посещения или поесть, найти маршруты к достопримечательностям или поделиться своим опытом с друзьями через социальные сети или другие платформы для подключения. В результате инвестиции в сетевые сервисы помогают компаниям предлагать клиентам более плавный и персонализированный опыт, повышать эффективность работы,

принимать решения в режиме реального времени, укреплять физическое (через CCTV) и кибербезопасность, а также конфиденциальность данных.

Носимые устройства:

Несмотря на вялое начало, туристические и туристические компании постепенно используют эту технологию, чтобы предложить клиентам более персонализированный и единый опыт. Например, компания Walt Disney развернула новаторский, настраиваемый RFID-MagicBand, который подключается к инфраструктуре тематического парка, чтобы сократить время ожидания и отслеживать местоположение и действия гостей.

В текущей мобильной среде практически все компании стремятся иметь собственное приложение. Следовательно, пользователи часто загружают приложения только для их удаления через один или два дня. В свете этой реальности важно учитывать, почему пользователи должны загружать приложение отеля, если они только собираются остаться на несколько ночей. Чтобы это стоило того, отели должны быть сосредоточены на стоимости, поиске дополнительных услуг, которые побуждают гостей загружать свое приложение и использовать его с определенной частотой, чтобы установить связь с гостем и создать новый способ повысить лояльность к гостю.

Тем не менее, в сегодняшнем быстро меняющемся мире, смены игр могут произойти в одночасье, как когда Facebook открыл свою платформу Messenger для чатов. Поскольку такой большой процент людей имеет приложение Facebook на своем телефоне, решение социальной сети побудило многие компании разрабатывать интеллектуальные информационные системы для доставки информации клиентам через эти боты, позволяя им охватить некоторые из услуг, предоставляемых многими автономными приложениями, разработанными особенно для клиентов со значительно большей гибкостью. Эти чаты, которые подражают человеческому поведению, также с большей вероятностью будут использоваться, потому что они работают с приложением Facebook, которое клиенты уже проверяют ежедневно.

Конечно, следует ли использовать систему на основе приложения или бота, зависит от типа бизнеса, предоставляемой услуги и типа клиента, которого компания стремится обслуживать. Прежде всего, это зависит от типа людей, которые будут наблюдать за деятельностью этих типов приложений. Это, в свою очередь, порождает новые профессии, новые задачи и действия, которые приведут к появлению новых рабочих мест.

На основе проведенных исследований мы определили шесть ключевых областей развертывания глобальных инноваций тенденции, присущие всему сектору туризма: рост туризма; применение качественно новых решения научно-методических и прикладных природа; растущее влияние туризма в обществе; наличие синергетического эффекта в туристической отрасли как результат сочетания усилий субъектов на всех уровни управления; меняющаяся роль внутренних и внешние факторы, стимулирующие инновационный туризм развитие.

Выше упомянутые крупные глобальные инновации в индустрия туризма возникает из-за вмешательства других глобальные процессы:

интеллектуализация как рост интеллектуальная составляющая и изменение людей в контекст образования и прогрессивного развития; информатизация всех сфер туристических компаний; сотрудничество между субъектами туризма рынок; развитие глобального туристического рынка, охватывает все страны, либерализацию национальных рынки туризма; усиление конкуренции; транснационализация туристических компаний виды деятельности.

Литература

1. Дербенов Ч. Ю. Информационные системы и информационно-коммуникационные технологии в бизнесе: Учебное пособие. — Ростов-на-Дону: Медиаграф, 2016. — 152 с.

2. Раклов В. П. Картография и ГИС: Учебное пособие. — 2 изд.— М.: Академический проект, 2014. —224 с.

3. Чудновский А. Д., Жукова М. А. Информационные технологии управления в туризме: Учебное пособие. — 4 изд., стер.— М.: Кнорус, 2016. — 102 с.

*Ашурова М.Х., катта ўқитувчи,
Бухоро давлат университети*

“ТУРИЗМ” ФАНИНИ ЎҚИТИШДАГИ ИННОВАЦИЯЛАР ВА ИЛҒОР ХОРИЖИЙ ТАЖРИБАЛАР

Олий таълим муассасаларидаги ўқув-тарбия жараёнини модернизациялаш, педагог мутахассислар тайёрлаш тизими сифат даражасини оширишда ўқитувчиларнинг касбий компетентлигини ривожлантириш, уларни соҳага оид замонавий касбий билим, малака ва кўникмалар билан қуроллантириш, илмий-техник инновациялардан мустақил равишда, ижодий фойдаланиш ҳамда истиқболли вазифаларни ҳал қила олиш кўникмаларини ривожлантириш муҳим вазифалардан саналади.

Таълим босқичларининг ўзаро мазмунан боғлиқлиги, узвийлиги ва узлуксизлигини таъминлаш; олий таълимда ўқув жараёнини ташкил этишининг илғор педагогик технологияларини жорий қилиш, бу борада ўқув-услугий мажмуалар сифатини таъминлаш, педагогик технологияларни жорий этишда профессор-ўқитувчиларнинг компьютер ва Интернетдан фойдаланиш бўйича саводхонлигини доимий ошириб бориш; олий таълимнинг ахборот-ресурс ва замонавий ўқув адабиётлари билан таъминотини янада ривожлантириш; мазкур йўналишларда илғор хорижий тажрибаларни ўрганиш олий таълим муассасалари, хусусан, педагог кадрларининг фаолият йўналишлари таркибини белгилайди.

Замонавий жамият ўзининг тез ва чуқур ўзгарувчан тавсифига эга бўлиб, бундай ўзгаришлар жамоатчилик тузилмалари, жумладан, мустақил давлатлар, шахс ва жамият ўртасидаги муносабатлар, демографик сиёсат, урбанизация жараёнларида кўзга яққол ташланмоқда. Таълим ҳам глобал умумҳамжамият тузилмасининг алоҳида таркибий қисми сифатида жамиятда бўлаётган барча ўзгаришларни ҳисобга олиши, ана шу асосда ўз тузилиши ва фаолият мазмунини ўзгартириши зарур.

Бугунги кунда таълимнинг жамият ривожланиш суръатларидан ортда қолаётганлиги, таълим жараёнида қўлланилаётган технологияларнинг замонавий талабларга тўлиқ жавоб бермаслиги ҳақидаги масала дунё ҳамжамияти томонидан тез-тез эътироф этилмоқда. Чунки таълим ҳам ижтимоийлаштириш вазифасини бажарувчи сифатида жамиятдаги ўзгаришлар ортидан бориши ҳамда унинг ривожланишига ўз таъсирини ўтказиши керак. Бироқ жамият ривожланиши ва таълим тизими ўртасидаги муносабат мураккаб кўринишга эга бўлиб, юқори даражадаги жўшқинлик билан фарқланади. Таълим барча фаол ва сушт ўзгаришлар таъсирини қабул қилавермайди, жамиятда бўлаётган воқеаларга эса ўз таъсирини ўтказади. Ана шу нуқтаи назардан таълимдаги ўзгаришлар фақатгина натижа сифатида эмас, балки жамиятнинг келгусидаги ўзига хос ривожланиш шартидир.

Маълумки, фан ва техника жадал суръатлар билан ривожланаётган бугунги кунда кўплаб илмий билимлар, тушунча ва тасаввурлар ҳажми кескин ортиб бормоқда. Бу, бир томондан, фан-техниканинг янги соҳа ва бўлимларининг тараққий этиши туфайли унинг дифференциаллашувини таъминлаётган бўлса, иккинчи томондан, фанлар орасида интеграция жараёнини вужудга келтирмоқда.

Маълумки, бугун барча давлатлар таълимга имкон қадар кўп янгилик киритишга интиломоқда. Бугунги янгиликлар уларга уюшган, режали, оммавий ёндашувни талаб этади. Янгиликлар келажак учун узоқ муддатли инвестициялардир. Новаторликка қизиқиш уйғотиш, янгилик яратишга интилувчан шахсни тарбиялаш учун таълимнинг ўзи янгиликларга бой бўлиши, унда ижодкорлик руҳи ва муҳити ҳукм суриши лозим. Ана шундай долзарблиқдан келиб чиққан ҳолда, бугунги кунда педагогиканинг мустақил соҳаси – инновацион педагогика жадаллик билан ривожланиб бормоқда.

Инновацион таълимнинг асосий мақсади таълим олувчиларда келажакка масъулият ҳиссини ва ўз-ўзига ишончни шакллантиришдир. Ж.Боткин бошчилигидаги олимлар гуруҳи “Рим клуби” маърузасида инновацион таълимни анъанавий, яъни “норматив” таълимга муқобил сифатида билимларни эгаллашни асосий тури сифатида тавсифлади. Нормативли таълим “такрорланувчи вазиятларда фаолият хулқ-атвор қоидаларини ўзлаштиришга йўналтирилган” бўлса, инновацион таълим янги вазиятларда биргаликда ҳаракатланиш қобилиятини ривожлантиришни кўзда тутди.

Инновацион фаолият мазмуни ва унинг мақсади. Таълим сифатини таъминлаш - битирувчиларнинг касбий тайёргарлик даражси билан бирга ўқув жараёнининг қандай ташкил этилиши ва унинг белгиланган сифат мезонларига жавоб беришида кўринади.

Ушбу вазифа бир қатор қонунчилик ва меъёрий ҳужжатларда, хусусан, Кадрлар тайёрлаш миллий дастурида кадрлар тайёрлаш тизими ва мазмунини мамлакатнинг ижтимоий ва иқтисодий тараққиёти истиқболларидан, жамият эҳтиёжларидан, фан, маданият, техника ва технологияларнинг замонавий ютуқларидан келиб чиққан ҳолда қайта қуриш мисолида аниқ мақсадларга йўналтирилган кўрсатма ва тамойиллар кўринишида ўз аксини топган.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримов мазкур муаммонинг ижтимоий-иқтисодий ва амалий аҳамиятини “Мустақилликнинг дастлабки йиллариданоқ бутун мамлакат миқёсида таълим ва тарбия, илм-фан, касб-ҳунар ўргатиш тизимларини тубдан ислоҳ қилишга катта зарурат сезила бошлади” деб асослайди. Шу боис, ҳозирги даврда таълим самарадорлигини ошириш, мутахассисларнинг касбий компетентлик даражасини ривожлантириш, педагог кадрларни инновацион фаолиятга йўналтириш, олий таълим муассасаларидаги ўқув жараёнига инновацион таълим ва ахборот-коммуникация технологияларини татбиқ этиш, илғор хорижий тажрибаларни ўзлаштириш ва мақсадли йўналтириш олий таълим тизимини модернизациялашдаги долзарб вазифалар сифатида белгиланди.

Олий таълим тизимини модернизациялаш (ингл. *modern* – янгиланган, замонавий, текоҳ ўсиш) таълим жараёнига нисбатан инновацион ёндашувни талаб этади.

Глобаллашув жараёнларида таълимга инновацион ёндашувнинг ижтимоий-педагогик зарурияти. Ҳозирги глобаллашув жараёнларида таълимга инновацион ёндашувнинг ижтимоий-педагогик зарурияти қуйидагилар билан ўлчанади:

1. Фан-техника тараққиёти ва ижтимоий-иқтисодий янгиланиш узлуксиз таълим тизими, хусусан, олий таълим муассасаларидаги ўқув жараёнини илғор хорижий тажрибаларни ўрганиш, таълимдаги инновацион ёндашувлар ва ахборот технологияларидан фойдаланган ҳолда такомиллаштириш;

2. Талаба-ёшлардаги маълумотлилик даражаси, интеллектуал салоҳият, ижтимоий фаоллик, ижодкорлик кўникмаларини ривожлантиришга хизмат қилувчи шахсга йўналтирилган ўқитишнинг самарали ташкилий шакллари, технологияларини яратиш ва амалиётга татбиқ этиш;

3. Педагогик инновацияларни ўзлаштириш ва уни татбиқ этишга нисбатан ўқитувчининг касбий-инновацион компетентлигини ривожлантириш зарурати.

Дарҳақиқат, таълимга инновацион (инглизча *innovation* - янгилик киритиш) ёндашув ғояси таълим мазмуни ва натижаларининг шахсга йўналганлиги, таълим мазмуни, шакл, метод ва воситаларини фан ва техниканинг сўнгги ютуқлари, илғор тажрибалар, замонавий методикалар билан уйғунлаштиришга қаратилганлиги билан анъанавий ёндашувдан фарқ қилади.

Инновацион жараёнларнинг кечиши. Ҳозирги давр таълим тараққиёти янги йўналиш-инновацион педагогикани майдонга олиб чиқди. «Инновацион педагогика» термини ва унга хос бўлган тадқиқотлар -арбий Европа ва АҚШда, 60-йилларда пайдо бўлди. Инновацион фаолият Ф.Н.Гоноболдин, С.М.Годнин, В.И.Загвязинский, В.А.Кан-Калик, Н.В.Кузьмина, В.А.Сластенин, А.И.Шчербаков ишларида тадқиқ этилган. Бу тадқиқотларда инновацион фаолият амалиёти ва илғор педагогик тажрибаларни кенг ёйиш нуқтаи назаридан ёритилган.

Х.Барнет, Дж.Бассет, Д.Гамильтон, Н.Гросс, Р.Карлсон, М.Майез, А.Хейвлок, Д.Чен, Р.Эдем ишларида инновацион жараёнларни бошқариш,

таълимдаги ўзгаришларни ташкил этиш, инновациянинг «ҳаёти ва фаолияти» учун зарур бўлган шарт-шароитлар масалалари таҳлил килинган.

Янгилик киритишнинг ижтимоий-психологик аспекти америкалик инноватик Э.Роджерс томонидан ишлаб чиқилган. У янгилик киритиш жараёни қатнашчиларининг тоифалари таснифини, унинг янгиликка бўлган муносабатини, уни идрок қилишга шайлигини тадқиқ этади.

Олий мактаб ўқитувчисининг инновацион фаолияти олий мактаб педагогикасининг бош муаммоларидан биридир.

Инновация (инглизча innovation) – янгилик киритиш, янгиликдир.

А.И.Пригожин инновация деганда, муайян ижтимоий бирликка-ташкilot, аҳоли, жамият, гуруҳга янги, нисбатан турғун унсурларни киритиб борувчи мақсадга мувофиқ ўзгаришларни тушунади. Бу инноватор фаолиятидир.

Тадқиқотчилар (А.И.Пригожин, Б.В.Сазонов, В.С.Толстой, А.Г.Кругликов, А.С.Ахиезер, Н.П.Степанов ва бошқалар) инновацион жараёнлар таркибий қисмларини ўрганишнинг икки ёндашувини ажратадилар: янгиликнинг индивидуал микросатҳи ва алоҳида-алоҳида киритилган янгиликларни ўзаро таъсирининг микро сатҳи.

Биринчи ёндашувда, ҳаётга жорий этилган қандайдир янги ғоя ёритилади.

Иккинчи ёндашувда, алоҳида-алоҳида киритилган янгиликларнинг ўзаро таъсири, уларнинг бирлиги, рақобати ва натижада бирининг ўрнини иккинчиси эгаллашидир.

Бу концепция янгилик киритишга нисбатан ўлчанадиган жараён эканлигидан келиб чиқади.

Педагогикага оид адабиётларда инновация жараённинг схемаси берилади.

У қуйидаги босқичларни қамраб олади:

1. Янги ғоя туғилиши ёки янгилик концепциясини пайдо қилиш босқичи, у кашфиёт босқичи деб ҳам юритилади.

2. Ихтиро қилиш, яъни янгилик яратиш босқичи.

3. Яратилган янгиликни амалда қўллай билиш босқичи.

4. Янгиликни ёйиш, уни кенг татбиқ этиш босқичи.

5. Муайян соҳада янгиликнинг ҳукмронлик қилиш босқичи. Бу босқичда янгилик ўзининг янгилигини йўқотади, унинг самара берадиган муқобили пайдо бўлади.

6. Янги муқобиллик асосида, алмаштириш орқали янгиликнинг қўлланиш доирасини қисқартириш босқичи.

7. В.А.Сластенин янгилик киритишни мақсадга мувофиқ йўналтирилган янгилик яратиш, кенг ёйиш ва фойдаланиш жараёни мажмуи, унинг мақсади инсонларнинг эҳтиёжи ва интилишларини янги воситалари билан қондириш деб билади.

Илмий йўналишларда янгилик ва инновация тушунчалари фарқланади. Янгилик - бу восита: янги метод, методика, технология ва бошқалар.

«Инновация» - бу таълим: маълум босқичлар бўйича ривожланадиган жараён.

В.И.Загвязинский «янги» тушунчасига таъриф бериб, педагогикадаги «янги» фақатгина бу гоё эмас, балки ҳали фойдаланилмаган ёндашувлар, методлар, технологиялардир, лекин бу педагогик жараённинг унсурлари мажмуан ёки алоҳида олинган унсурлар бўлиб, ўзгариб бўлиб, ўзгариб турувчи вазиятда ва шароитда таълим ва тарбия вазифаларини самарали ҳал этишнинг илғор бошланмаларини ўзида акс эттиради.

Таълим тизимига киритилаётган ҳар қандай инновация ахборот ва методик таъминотнинг мавжудлигини кўзда тутаяди. Шу сабабли, олий таълим муассасалари ўқув жараёнига инновация киритишда илғор педагогик тажрибаларни ўрганиш, таҳлили қилиш ва умумлаштириш ҳамда педагогик-психологик фанларнинг ютуқларини амалиётга татбиқ этиш, замонавий педагогик ва ахборот коммуникация технологиялари имкониятларидан фойдаланиш орқали ўқув жараёнлари мазмуни ва методларини такомиллаштириш муҳим йўналишлардан саналади.

Бу эса ўз навбатида ўқув машғулотларини ташкил этишнинг самарали шакллари сифатида маъруза (муаммоли маъруза, маъруза-семинар, виртуал-технологик маъруза, визуал маъруза, бинар маъруза, кириш маърузаси, маъруза-конференция, ахборотли маъруза, маъруза баҳс-мунозара, шарҳловчи маъруза, on-Line маъруза) тренинг, видеотренинг, вебинарлар, интернет конференциялар, инновацион ўқитиш методлари сифатида эса муаммоли методлар, интерфаол методлар, амалий ўйинлар, ўқув лойиҳалари, портфолиолар, график органайзерлар, ахборот-коммуникация технологияларидан фойдаланиш заруратини юзага чиқаради.

«Туризм» фанини интерфаол ўқитиш-билиш фаолиятини ривожлантиришнинг махсус ташкилий шаклидир.

Замонавий педагогик-психологик тадқиқотларнинг амалий йўналиши сифатида бугунги кунда педагогикада ўқитишнинг бир неча методлари фарқланади:

1. Пассив – таълим олувчи ўқитишнинг “объекти” сифатида намоён бўлади (тинглайди ва кўради);

2. Актив – таълим олувчи ўқитиш жараёнининг “субъекти” сифатида намоён бўлади(мустақил иш, ижодий тпшириқлар);

3. Интерфаол – педагог ва таълим олувчиларнинг ўзаро ҳамкорлиги. Интерфаол сўзи инглизча сўз бўлиб, «inter» - ўзаро ва «act» - ҳаракат қилмоқ маъноларини билдириб, уларнинг умумий мазмуни интерфаол - яъни ўзаро ҳаракат қилмоқ маъносини англатади. Бундай ўзаро ҳаракат турларига “талаба–ўқитувчи” ва “талаба-талаба”нинг мақсадли ҳаракатларини киритиш мумкин. Интерфаол ўқитишда ўқитувчи ўқув фаолиятининг фаол ташкилотчиси бўлиб, ўқувчи бу фаолиятнинг субъекти сифатида намоён бўлади.

Интерфаол ўқитиш бу билиш фаолиятини ривожлантиришнинг махсус ташкилий шакли бўлиб, интерфаол ўқитиш жараёнида таълим олувчи ўқитишнинг объектдан ўзаро ҳамкорликнинг субъектига айланиши, ўқув жараёнида фаол иштирок этиши билан тавсифланади.

Ўқитишнинг интерфаол методлари ҳаётий вазиятларни моделлаштириш, ролли ўйинлардан фойдаланиш, муаммоларни ҳамкорликда ечишда кўриб чиқилади.

Интерфаол ўқитиш талабалардан ахборотларни ўзлаштириш жараёнида фаоллик, ижодкорлик, мустақилликни шакллантирибгина қолмай, таълим мақсадларининг тўлақонли амалга ошишига ёрдам беради. Бунда таълимнинг қуйидаги концепциялари фундаментал асос сифатида хизмат қилади:

- ўқитувчининг жадал фаолияти – ўқув фаолиятининг асосий кўриниши сифатида намоён бўлиб, у мазкур ҳаракатнинг субъекти ва ташкилотчиси сифатида фаолият кўрсатади;
- ўқув фаолиятининг асосий негизи ва натижаси, мазкур фаолиятнинг субъекти – талаба ҳисобланади;
- муваффақиятли ўқув фаолиятининг асосий кўрсаткичи, унинг натижаси ўқувчининг фикрлаш усулларини ўрганиш ва амалий масалаларни ижодий ҳал этиш, эркин, мустақил ҳаракат қила олиш кўникмаларини шакллантиришдан иборат;
- ўқув фаолиятнинг асосий кўрсаткичи ўқув топшириқлари ҳисобланади. Бунда таълим жараёнининг асосий субъекти бўлган талабада фикрлаш, билиш ҳаракати усулларини ривожлантирувчи ўқитиш тактикаси муҳим ўрин тутади;
- ўқув фаолиятини амалга ошириш жараёни талабадан ўзининг шахсий билиш маҳорати ва кўникмаларини ўзлаштириб олиши учун замин ҳозирлашдан иборат.

*Тўраев М.М., доцент,
Бухоро давлат университети*

БУХОРО ВИЛОЯТИ ТАБИАТИДАГИ БИОЛОГИК ХИЛМА-ХИЛЛИК ВА УНДАН ЭКОТУРИЗМДА САМАРАЛИ ФОЙДАЛАНИШ ЙЎЛЛАРИ

Бизга маълумки ўтган асрнинг иккинчи ярмида инсон фаолиятининг атроф муҳитга кўрсатаётган серқирра таъсири туфайли вужудга келаётган экологик муаммоларни олдини олиш ва уни келтириб чиқарувчи сабабларни аниқлаш борасида бир қатор ибратли ишларни амалга оширишга киришилди. Жумладан жойларда табиий гўшаларнинг мафтункор табиати, ўсимлик ва ҳайвонот олами хилма-хиллиги, уни инсоният ҳаёт тарзига тутган ўрнини аниқлаш орқали уни муҳофазасини ташкил этишга киришилганлигини таъкидлаш лозим. Ушбу хайрли ишлар мамлакатимизда ҳатто давлат миқёсидаги сиёсий масала даражасига кўтарилиганлиги, мустақиллигининг дастлабки йилларидан бошланди десак хато қилмаган бўламиз.

Республикамиз айнан ушбу йиллардан бошлаб, “Биологик хилма-хилликни сақлаш” борасидаги Халқаро Конвенцияга қўшилиб, унинг шартларини “ратификация” қилиниши фикримизнинг далилидир. Бу тадбирлар мамлакатимизда биологик хилма-хилликни сақлаб қолиш билан бирга, жойлардаги экологик ҳолатни яхшиланишига ва мамлакатнинг иқтисодий қудратини янада кўтаришга ёрдам бермоқда. Ушбу хайрли тадбирларнинг яна

бир жиҳати республикамизнинг туристик имкониётларини оширишга муҳим имкониётлар эшигини очмоқда.

Бизга маълумки, Ёоханнсбургда (2002 йилда) бўлиб ўтган Барқараор ривожланиш Бутунжаҳон Саммитида қабул қилинган Халқаро ҳужжатлардан бири, “Барқарор ривожланиш Бутунжаҳон Саммити қарорларини бажариш режаси” 4-бўлимнинг 24-26 моддаларида миллий давлат чегарасида ва унинг ташқарисида, атроф-муҳитни туризм орқали муҳофаза қилиш масаласи кўтарилган эди (1,3,4). Шундай экан катта ва бой иқтисодий потенциалга эга бўлган мамлакатимизда амалга оширилаётган ушбу тадбирлар айтилган вақтда мос келмоқда.

Экотуризм орқали мамлакатимизга ташриф буюрган меҳмонлар юртимизнинг бой ва бетакрор табиати, унинг хилма-хиллиги, тарихий ананалар, урф одатлар билан танишиш жараёнида мамлакатимизда олиб борилаётган одилona сиёсат, халқимиз фаровон ҳаёти ҳақида янада кенгрок тасаввурга эга бўлмоқда. Бухоро вилояти ҳам нафақат республикамизда, балки бутун жаҳонда ўзининг бой тарихий обидалари билан узоқ йиллардан бери дунё аҳлини ўзига жалб қилиб келаётган шаҳарлардан саналади.

Вилоятнинг бир қатор ёдгорликлари ЮНЕСКОнинг бутундунё маданий ва табиий мероси рўйхатига киритилган. Шундан бўлса керак Буюк ипак йўлида жойлашган, “Муқаддас Авлиёлар” юрти бўлган, муқаддас диёр – Бухоро вилояти ва унинг теваарагидаги қадамжоҳлар, нафақат илмий-тафаккур ва маънавият, ҳунарманчилик ва савдо сотиқ маркази, балки пок ниятли инсонларга “зиёратгоҳ” юрт бўлиб танилди (2,6).

Шунингдек вилоятда туристик жозибadorлигини оширувчи яна бир жиҳати, бу унинг ўзигахос бой табиати, ландшафти, ҳайвонот ва ўсимлик дунёсининг ранг-баранглигидир. Собик иттифоқ даврида республикамизда табиий ресурслардан фойдаланишдаги эътиборсизликлар туфайли вужудга келган экологик номутаносиблик, бир қатор табиий компонентлар қаторида ҳудуднинг ўсимлик ва ҳайвонот оламининг биотопларини бузилишига олиб келди. Айниқса, Орол денгизининг инқироzi ва кишлок хўжалигини билан боғлиқ ҳолда гидрологик режимдаги ўзгаришлар ҳудуд табиатига ўзининг салбий таъсирини ўтказди. Натижада, кўплаб ҳайвон турлари кучли антропоген таъсир остида қолиб, уларнинг тарқалиш ареали ва сони қисқариши кузатилди. Бир қатор сутэмизувчи ҳайвонлар ва қуш турлари, айниқса эндемик турларнинг ҳаёти катта хавф остида қолди.

Шу ўринда вилоятимизда бу борада амалга оширилаётган ишлар ва ечимини кутаётган муаммоларни таҳлили ҳам долзарб масалалардандир.

Бухоро вилоятнинг ҳайвонот дунёси ўзига хос хилма-хилликка эга. Бу ерда умуртқали ҳайвонлардан балиқларнинг 37 тури, амфибияларнинг 2 тури, рептилияларнинг 26 тури, қушларнинг 332 тури ва сут эмизувчи ҳайвонларнинг 50 тури учрайди. Мазкур турлар орасида балиқларнинг 9 тури, рептилияларнинг 6 тури, қушларнинг 44 тури ва сут эмизувчиларнинг 10 тури жами бўлиб, 69 турдаги умуртқали ҳайвонлар Ўзбекистон “Қизил китоби”га киритилган ва бу турларнинг каттагина қисми: балиқларнинг 4 тури, судралиб юрувчиларнинг 2 тури, қушларнинг 23 тури, сут эмизувчиларнинг 7 тури жами

- 35 тур ҳайвон Табиат ва табиий ресурсларни муҳофаза қилиш Халқаро Иттифоқи (ТМХИ–IUCN)нинг “Йўқ бўлиб кетиш хавфи остидаги турлар Қизил рўйхати”га киритилганлигини алоҳида таъкидлаш лозим.

Шундай бир шароитда вилоят табиатни муҳофаза қилиш давлат кўмитаси (ҳозирда экология ва атроф муҳит муҳофазаси вилоят Бошқармаси деб юритилади) инспекцияси ходимлари томонидан бир қатор ижобий тадбирлар олиб борилди. Маълумки, Ўзбекистон Республикаси 1995 йил май ойида Олий Мажлис қарори билан биологик хилма-хилликни сақлаш ҳақидаги Халқаро Конвенцияга қўшилган эди. Ўтган вақт давомида мамлакатда бу соҳада анча ижобий ишлар бажарилди. Республикамизда Ўзбекистоннинг “Қизил китоб”ининг ташкил этилиши ва унда республикамиз ҳудудида сони камайиб бораётган турлар ҳақидаги маълумотлар келтирилиши йўлга қўйилган.

-Ушбу турларнинг вилоятимизда тарқалиш ҳудудларини белгилаш, сонини аниқлаш, биоэкологиясидаги ўзига хосликни таҳлил этиш ва энг муҳими бу турларни қишлаш, уя қуриш ва баҳорги, кузги миграция даврида асосий учраш жойларини белгилаб олиш муҳим илмий ва амалий аҳамият касб этади.

- Ўзбекистонда нодавлат ноижорат ташкилоти сифатида шаклланган “Ўзбекистон Қушларни муҳофаза қилиш жамияти” ва унинг жойлардаги филиаллари мамлакатимизда қушларни муҳофаза қилиш ишида фаол иштирок этиб келмоқда. 2007 йил 14 ноябрда Адлия Вазирлиги томонидан рўйхатга олинган ушбу жамият Ўзбекистон Фанлар Академияси Ўсимлик ва ҳайвонот дунёси генофонди институти қошида фаолият юритади. Ҳозирги вақтда ўз атрофига юзлаб соҳа мутахассислари ва талабаларни бирлаштирган Нукус, Бухоро ва Самарқанд давлат университетлари ҳамда Ўзбекистон Миллий университетида мазкур жамиятнинг вилоят филиаллари фаолият юритади. Жамиятнинг асосий мақсади, Ўзбекистонда ўтроқ ва мавсумий равишда учровчи қуш турларини муҳофаза қилиш, қушларнинг яшаши учун қулай бўлган муҳим жойларини аниқлаш, ўрганиш орқали ёш табиатшуносларни қушларни ўрганувчи соҳа «орнитология»га қизиқишларини уйғотишдан иборатдир.

- Шунингдек, 2005 йилнинг охирида Ўзбекистон яна бир халқаро дастур “*Important Bird Areas*” (IBA) “Муҳим орнитологик ҳудудлар” (МОХ) қатнашчиси бўлди. Бу дастур ҳам биохилма-хиллик ҳақидаги Конвенциянинг ҳаётга тадбиқ этилишининг ўзига хос бир кўриниши ҳисобланади. IBA Бутун жаҳон қушларни муҳофаза қилиш ташкилотини (*BirdLife International*) ривожланишига салмоқли ҳисса қўшади. IBA нинг Осиё дастури 1996 йилда ўз ишини бошлаган эди. Унинг мақсади региондаги қушларни ва умуман биохилма-хилликни сақлаб қолиш, уларни муҳофаза қилишдан иборат. 2005 йилнинг баҳорида *BirdLife International* ҳомийлигида IBA дастури Ўзбекистонга фаолият кўрсата бошлади. Шундан бери ўтган қисқа вақт ичида мамлакатимиздаги муҳим орнитологик ҳудудлар (МОХ)ни аниқлаш борасида кўп ишлар амалга оширилди. Республикамиздаги мутахасис-

орнитологлар ихтиёрида бўлган, турли йилларда тўпланган маълумотлар асосида 56 та потенциал МОҲ рўйхати аниқланди ва 51га яқин МОҲлар учун ҳисобга олиш варақалари тўлдирилди.

- Рўйхатга олинган муҳим орнитологик ҳудудларлар орасида Бухоро ва Навоий вилоятидан Тўдакўл, Шўркўл сув омборлари, Когон балиқчилик хўжалиги, Вардонзе табиат ёдгорлиги, “Жайрон” экологик маркази, Қарақир, Зикри, Денгизкўл, Оёқоғитма кўллари, Хужадавлат маскани, ва унинг атрофи ўрин олганлигини алоҳида таъкидлаш лозим. Эндиликда ушбу марказлар Халқаро аҳамиятга молик нуқталар сифатида қушлар муҳофазасини ташкил этиш марказларидан саналади. Олиб борилган тадқиқотлар жараёнида ҳудуд орнитофаунасининг тур таркиби таҳлил этилиб, кам сонли ва нодир турлар йиғиладиган асосий марказлари белгилаб олинди. Шунингдек қушлар ҳаётига таъсир этаётган табиий ва антропоген омиллар аниқланди ва уларни бартараф этишга қаратилган бир қатор таклиф ва тавсиялар берилди.

-Шунингдек вилоятнинг Қорақир массивида Араб амирликлари билан ҳамкорликда Халқаро аҳамиятга эга бўлган, кам сонли нодир турлардан бири “Йўрға тувалоқ”ни кўпайтириш мақсадида ташкил этилган махсус “питомник” ушбу тур муҳофазасида алоҳида аҳамиятга эга бўлмоқда. Худди шундай тадбир Бухоро вилоятига чегарадош Навоий вилоятида ҳам амалга оширилмоқда. Бу ерда 2007 йилдан йўрға-тувалоқ қушини кўпайтириш ва парвариш қилиш бўйича «Emirates Centre for Conservation of Houbara» МЧЖ фаолият юритиб келмоқда. Олинган маълумотларга кўра, жамият томонидан 2012-2013 йиллар давомида 220 дан ортиқ йўрға-тувалоқ питомникда парваришланиб, табиатга қўйиб юборилган.

-Вилоят ҳудудидаги сувликлардан Денгизкўлнинг Халқаро аҳамиятга эга бўлган сувликлар сифатида- Халқаро Рамсар Конвенциясига киритилганлиги ва айни вақтда Бухоро ва Навоий вилояти чегарасида жойлашган Тўдакўл ва Қуйимозор сув омборларини ушбу Конвенцияга киритишга тегишли бўлган барча ҳужжатлар расмийлаштирилган. Мазкур ҳавзалар ва уларнинг атрофида Ўзбекистон ва Халқаро “Қизил китоби”га киритилган 45 та тур рўйхатга олинган бўлиб, шундан 22 та тур Табиат ва табиий ресурсларни муҳофаза қилиш Халқаро Иттифоқи (ТМХИ–IUCN) нинг “Йўқ бўлиб кетиш хавфи остидаги турлар Қизил рўйхати”га киритилган. Мазкур нодир турлардан 10 таси ушбу ҳавзалар ва уларга тегишли биотопларда уя қуриб кўпайишда иштирок этади.

-Қорақир орнитологик буюртмахонаси эса Қизилқум саҳролари бўйлаб учиб ўтувчи сув ва суволди қушлар ҳаётидаги тутган ўрни учун республика аҳамиятидаги «орнитологик буюртмахона» сифатида рўйхатга олинган. Бугунги кунда ушбу сув ҳавза, мазкур йўналиш бўйлаб учиб ўтувчи сув ва суволди турларнинг асосий концентрация марказларидан бирига айланган. Аммо ушбу ижобий ишлар қатори ечимини кутаётган вазифаларимиз ҳам мавжуд.

Улардан айримларини санаб ўтсак:

-1970 йиллардан бошлаб Бухоро вилоятининг Қандим, Денгизкўл кўлининг атрофидаги Шоди ва Ҳавзак, Кемачи масканларида, Зикри ва Девхона кўли бўйида нефть ва газ конларини ишга тушириш мақсадида олиб борилаётган бурғулаш, ҳамда чўл худуди орқали нефть ва газ қувурларини ўтказилиш натижасида худудда бир неча юзлаб гектар чўл массивларидаги биологик хилма-хилликка зиён етказилаётган ва ушбу худудларда рекультивация тадбирлари ўз вақтида амалга оширилмаганлиги туфайли, “чўлланиш” жараёнлари жадаллашаётганлиги кузатилмоқда.

- Вилоятнинг бир қатор сув ҳавзалари, кўллар ва Аму-Бухоро канали атрофида шаклланган мавсумий кўлмакларда қиш ва баҳор масумларида қамишзорларга ўт қўйиш ҳоллари кузатилмоқда. Ҳолбуки мазкур қамишзорлар, худудда учровчи ёввойи ҳайвонлар ва қушларнинг асосий бошпанаси, кўпчилик турларнинг озикланиш ва уя қуриш маскани саналади. Бу ҳолат худудда биологик хилма-хилликни муҳофаза қилишга тамоман зид бўлиб, турларнинг яшаш шароитларининг ёмонлашуви ва оқибатда улар сонининг камайишига сабаб бўлмоқда.

- Ёки Бухоро вилоятида қум, шағал, гипс ва шу каби бошқа қурилиш материаллар қазиб олинувчи очиқ карьерлар мавжуд ва улардан узоқ йиллар давомида фойдаланиб келинаётганлиги туфайли мазкур карьерлар атрофидаги ерларда ўсимлик ва ҳайвонларнинг яшаш имкониятларини издан чиққанлиги кузатилмоқда. Бу каби салбий таъсирларни кўплаб келтиришимиз мумкин.

- Вилоятнинг алоҳида муҳофаза аҳамиятига эга бўлган худудлар теварагида зиёратчилар худуд ўсимлик ва ҳайвонот олами вакилларига озор етказиб биологик хилма-хилликка салбий таъсир кўрсатишмоқда.

Қайд этилган ушбу камчилик ва нуқсонларнинг барчаси худудда ички ва ташқи туризмни йўлга қўйишимизга тўсқинлик қилмоқда.

Бу борада биз қуйидаги таклифларни илгари сурмоқчимиз:

Вилоятдаги таълим муассасаларда, маҳаллаларда, дам олиш масканлари ва зиёратгоҳларда аҳолининг кенг қатлами орасида худуднинг табиати, ўсимлик ва ҳайвонот олами ҳақида ёки атроф муҳитни ифлослантиришнинг салбий оқибатлари ҳақидаги роликлар, буклет ва варақалар тайёрлаб тарқатилса, худуд табиатини асраш борасида ижобий натижага эришамиз.

Бу варақаларнинг айрим нусхаларини қуйидаги кўринишини тавсия қилган бўлар эдик: **(намуна)**

1. МИГРАНТ ТУРЛАР МУҲОФАЗАСИГА ЎЗ ҲИССАНГНИ ҚЎШ!

(Бухоро вилояти ва унга чегарадош худудларда учровчи мигрант турлар)



Бухоро – 2017

Сўнги йилларда вилоятимиз ҳудудидаги сув ҳавзалари теварагида ҳайвонлар ва қушларнинг хилма-хиллиги ортиб бораётганлиги кузатилмоқда. Бу ҳолат Орол бўйи регионидан вужудга келган ноқулай экологик шароитда, мигрант турлар учун мавсумий бошпана сифатида хизмат қилаётганлиги қувонарлидир. Аммо кам сонли ва нодир мигрант турларнинг сувликлар бўйлаб нотекис тарқалиши уларни муҳофазасини ташкил этишда жойларда баъзи қийинчиликлар ва муаммоларни келтириб чиқармоқда.

Бу муаммоларни бартараф этишда Сиз ҳам иштирокчи бўлинг! Бу ишни кам сонли турларни таниб олишдан бошлайлик.



Йўрға тувалоқ- Ўзбекистон ва Халқаро “Қизил китоб”ларига киритилган. Ҳудуднинг кам сонли турларидан

Торғоқ- Ўзбекистон ва Халқаро “Қизил китоб”ларига киритилган мигрант тур.



Чўл жиктоғи -- Ўзбекистон ва Халқаро “Қизил китоб”ларига киритилган. Ҳудуднинг кам сонли мигрант турларидан



Каравайка- Ўзбекистон “Қизил китоби”га киритилган. Ҳудуднинг мигрант турларидан, сўнги йилларда уя қуриб кўпайишига киришиш ҳаракатлари кузатилмоқда.

- Ёки ҳудуддаги нодир ва ареали қисқариб бораётган ўсимлик ва ҳайвон турлари билан хабардор қилиш мақсадида ва уларни қуйидаги мавзудаги буклет ёки варақани тарқатиш орқали фаолият кўрсатишимиз мумкин.

2. БУ ТУРЛАРНИ ТАНИБ ОЛ, ВА УЛАРНИ МУҲОФАЗАСИГА ЎЗ ҲИССАНГНИ ҚўШ!!!

(Бунда ҳам юқоридаги буклет сингари нодир турлар рангли сурати ва унинг мақоми кўрсатилади).

- Шунингдек ҳудуддаги табиий ёдгорлик, бутта ёки дарахтлар, чашма ва булоқларнинг хусусиятлари ҳақидаги маълумотлар илмий жиҳатдан ҳар томонлама таҳлили берилиши орқали тарғибот қилишимиз мумкин.

Бунда:

3. ШИФОБАХШ БУЛОҚ ИМКОНИАТЛАРИ;

4. ИССИҚ БУЛОҚ СУВИДАН ФОЙДАЛАНИШ Йўллари;

5. МУҚАДДАС ДАРАХТНИНГ ШИФОБАХШ ХУСУСИЯТЛАРИ; ва бошқалар..



Юқорида қайд этилган таклиф ва тавсияларга риоя этиш ҳар биримизнинг кундалик шоримиз бўлсагина, биз Она-табиатимизнинг дурдоналарини асраб, муҳит хилма-хиллигини асл кўринишида сақлаб қолишга ва шу орқали вилоятимизда ички туризмни янги имкониятларини очишга ўз ҳиссамизни қўшган бўламиз. Бу борада ҳар биримиз масъулликимизни унитмаслигимиз зарур.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Абдуллаев М., Бақоев С, Назаров И, Файзиев А. Бухоро вилоятида учрайдиган нодир ва Ўзбекистон “Қизил китоби”га киритилган ўсимлик ва ҳайвонлар. Бухоро 1994й, 32-49 бетлар.

2. Важнейшие орнитологические территории Узбекистана. «IBA, BirdLifeInternational» Общество охраны птиц Узбекистана. Ташкент, 2008.

3. Зоҳидов.Т.З. Зоология энциклопедияси “Қушлар”. Тошкент, 1957.

4. Митропольский О.В.; Фоттелер Э.Р. Гнездование некоторых связанных с водоёмами птиц в Кызылкумах //Экология охрана и акклиматизация позвоночных в Узбекистане. Ташкент; “Фан”, 1986. С.27-32.

5. Мухина Е.А. Гнездящиеся околоводные и водоплавающие птицы. Арнасайского заповедника //Экология растений и животных заповедников Узбекистана. Ташкент. «Фан», 1983.С.66-82.

6. Мухина Е.А. Лукашевич Р.В Околоводные и водоплавающие птицы Каршинский степи (район Бухарского питомника джейранов, Юго-Западный Узбекистан) // Фауна и экология птиц Узбекистана Самарканд. 1989. С.123-135.

7. Ўзбекистон “Қизил китоби” 2-том 2009 йил, Тошкент, “Чинор”

Болтаев Ш.Ш.,

Бухоро давлат университети

“ТУРИЗМ” ФАНИ РИВОЖЛАНИШИНИНГ УСТИВОР ЙЎНАЛИШЛАРИ

Мустақил Ўзбекистон Республикасини бозор иқтисодиётига асосланиб иқтисодий жихатдан ривожлантиришни амалга оширилаётган ҳозирги даврда туризм соҳасидаги ислохотларнинг ҳам чуқур таҳлиллар асосида амалга оширилишини талаб этмоқда. Бизга маълумки бозор иқтисодиёти шароитида ҳар бир мамлакат туризми ўзининг ташқи ва ички муҳит элементларига эга ва улар доимий равишда муносабатда бўлади. Айниқса ҳозирги жаҳон молиявий – иқтисодий инқирози ҳуқум сураётган шароитда, «ахборотли» муҳит, бозорга мўлжалланган, тадбиркорликка асосланган шароитда бошқа давлатлар туризми билан рақобат қила олиш, ўзаро муносабатга киришиши қийин кечади. Юқоридагиларни ҳисобга олган ҳолда туризм индустрияси ривожлантириш ва уни муваффақиятли амалга ошириш бугунги кунда ҳар бир мутахассисдан чуқур билим ва катта маъсулият юклаши шубҳасиз.

Туризмнинг ЯИМ даги бевосита ҳиссаси 2015 – йилда 1 810,7 млрд. сўмни (ЯИМ нинг 1,1%) ташкил этди. 2016-йилда ушбу кўрсаткич 3,2% га ўсиши тахмин қилинмоқда. 2016-2026-йиллар оралиғида эса 6,2% ошиши режалаштирилмоқда ҳамда 2026-йилга келиб бу кўрсаткич 3 404,2 млрд. сўмни ташкил этади деб тахмин қилишмоқда. Туризмнинг ЯИМ га умумий ҳиссаси 2015-йилда 5 490,1 млрд. сўмни (ЯИМ нинг 3,2%) ташкил этган. 2016-йилда ушбу кўрсаткич 3,9% га ўсиши тахмин қилинмоқда. 2016-2026-йиллар оралиғида эса 6,1% ошиши режалаштирилмоқда ҳамда 2026-йилга келиб бу кўрсаткич 10 330,4 млрд. сўмни (ЯИМ нинг 3%) ташкил этади деб тахмин қилишмоқда.

2015-йилда туризмга боғлиқ бўлган иш билан бандлик 141 500 ни ташкил этди (умумий бандликнинг 0,9%). 2016-йилга келиб ушбу кўрсаткич 0,8% га, 2026-йилга келиб эса 4,3% га ўсиб 217 000 киши бандлиги таъминланиши кўзда тутилмоқда (Умумий бандликнинг 0,8%). 2015-йилда туризмга боғлиқ бўлган иш билан бандлик билвосита саноат билан алоқадор иш жойлари билан биргаликда умумий бандликнинг 2,8% ни ташкил этди (439 500 та иш жойи). 2016-йилга келиб ушбу кўрсаткич 1,3% га ўсиб 445 500 га етиши тахмин қилинмоқда. 2026-йилга келиб эса 4,1% га ўсиб 667 000 киши бандлиги таъминланиши кўзда тутилмоқда (Умумий бандликнинг 2,6%).

2015-йилда ташриф буюрувчилар экспорти (харажатлари) 568,4млрд.сўмни (умумий экспортнинг 1,5%) ташкил этди. 2016-йилда ушбу кўрсаткич 2,3% га ўсиши режалаштирилмоқда, 2016-2026-йиллар оралиғида эса 6,5% га ўсиши кўзда тутилмоқда ҳамда 2026-йилга келиб ташриф буюрувчилар экспорти 1 094,8 млрд. сўмни (умумий экспортнинг 1,5%) ташкил этиши тахмин қилинмоқда. 2015-йилда туризмга 864,2 млрд, сўм инвестиция киритилган (умумий инвестициянинг 2,2%). 2016-йилга келиб ушбу кўрсаткич 5,6% га ўсиши режалаштирилмоқда. Келгуси 10 йил ичида эса 5,9% га ўсиши тахмин қилинмоқда ҳамда 1 614,2 млрд.сўмни ташкил этиши (умумий инвестициянинг 2%) айтилмоқда. 2016-йилда мамлакат 2 059 000 та туристни жалб қилишни режалаштирмоқда. 2026-йилга келиб эса бу кўрсаткич 4 409 000 тани ташкил этиши тахмин қилинмоқда.

Бир қарашда оддий кўринишга эга бўлган бу рақамлар юқори ва самарали бажарилгандагина туризм индустриясининг пировард натижасига эришиши мумкин. Ушбу фаолиятда ҳар бир звено бир-бири билан ижтимоий, рухий, тарбиявий, иқтисодий, ҳуқуқий, касбий муносабатда бўлади ва ўзаро тажриба алмашадилар. Замонавий туристик корхоналар фаолиятини бошқариш ўта мураккаб жараён ҳисобланади. Шу боисдан меҳнатда юқори натижаларга эришиш ва муваффақиятли бошқаришда Туризм фанининг хизматидан фойдаланиш, унинг ривожланишига хисса қўшиш катта аҳамиятга эга деб ўйлайман.

Ўзбекистоннинг халқаро иқтисодий майдондаги нуфузи ва мавқеи сезиларли даражада ва мунтазам ошиб бормоқда. Бунда мамлакатимиз раҳбари Ислом Каримов томонидан ижтимоий-иқтисодий ривожланиш стратегиясининг пухта ишлаб чиқилганлиги, иқтисодий ислоҳотлар мақсади ва вазифалари, амалга ошириш йўлларининг аниқ ва тўғри кўрсатиб берилганлиги бош мақсад йўлидаги ютуқ ва марраларнинг салмоқли бўлишига имкон яратди.

Туризм индустриясини ривожлантириш бўйича илғор халқаро тажрибани ўрганиш асосида туризмни ривожлантиришнинг маҳаллий дастурлари ишлаб чиқилди, тасдиқланди ва режага асосан амалга оширилмоқда.

Тошкент, Самарқанд, Бухоро ва Хива туристик марказлари туризм индустриясини ривожлантириш юзасидан аниқ чора тадбирлар мажмуи қабул қилинди. Бундан ташқари Жиззах, Сирдарё, Қашқадарё воҳаси ва Фарғона водийси туристик марказлари ҳам жадал суръатлар билан ривожланиб келмоқда. Бу туристик марказларда ташкил этилаётган туристик йўналишлар ўзининг бетакрорлиги билан ажралиб туради.

Туризм соҳасига инвестицияларни жалб қилиш ҳам муҳим устивор йўналишлардан бири сифатида эътироф этилган. Бу учун эса мамлакатнинг халқаро майдонда тан олинishi катта аҳамиятга эга. Президентимиз таъкидлаганидек, «янги бизнесни қўллаб-қувватлаш» деб аталадиган мезон бўйича мамлакатимиз айна пайтда жаҳонда 42-ўринни, тузилган шартномалар ижросини таъминлаш бўйича 32-ўринни, иқтисодий ночор корхоналарга нисбатан қўлланадиган банкротлик тизимининг самарадорлиги бўйича 75-ўринни эгаллаб турганлиги айтиб ўтилди. «Кичик бизнес субъектларига кредит бериш» деб номланадиган кўрсаткич бўйича Ўзбекистон сўнгги уч йилда 154-ўридан 42-ўринга кўтарилди ва ўтган йилнинг ўзида рейтингини 63 позицияга яхшиланиши, айнан жаҳон иқтисодиётига интеграциялашувнинг самарали меваси дейишимиз мумкин.

Ислоҳотлар натижасида хизматлар кўрсатиш ҳажми 12,9 фоизга кўпайиши, хусусий тадбиркорликнинг улуши 2000-йилдаги 31 фоиздан бугунги кунда 56,7 фоизга етгани ёки 1,8 баробар ошгани туризм ва хизматлар соҳасидаги яна бир ютуқларимиздан ҳисобланади

Талабаларга мазкур фан хусусиятлари доирасида қоидалар ва ҳулосаларни пухта ўзлаштиришлари, келгуси фаолиятида самарали фойдаланишлари ҳамда ижодий ёндашишларини таъминлаш фанни ўрганиш олдида турган асосий вазифалардан биридир. Туризмнинг ривожланганлик даражасига эриши учун туристик ташкилотлар иқтисодий фаолиятини жаҳон глобаллашуви шароитига мослаштиришни таъминлаш зарур.

Ушбу фан талабаларда зарур аниқ иқтисодий билимларни шакллантиришга қаратилган бўлиб, бу бозор муносабатлари ва иқтисодий ишларни маркази ҳозирги кунда бирламчи бўлган корхоналарни самарали бошқариш, иқтисодиётни янадан юксалтириш, давлат бошқарув тизимини такомиллаштириш ва унинг аниқ функцияларини белгилаш жуда муҳим ҳисобланади.

*Саидова Ф.К., ўқитувчи,
Бухоро давлат университети*

ТУРИЗМДА МАРКЕТИНГ ТАДҚИҚОТЛАРИНИНГ АҲАМИЯТИ

Самарали маркетинг қарорлани қабул қилишда маркетинг тадқиқотлари асос бўлиб хизмат қилади. Шу боисдан Бу бобда Маркетинг тадқиқот фаолиятини олиб боришда бошланғич қадам яъни маркетинг ахборот тизими орқали қўйилиши ҳақида танишамиз ва ундан сўнг меҳмонхона менежерлар учун кенг қўламдаги ички ва ташқи ахборот манбалари билан танишамиз. Бирламчи ва иккиламчи маълумотлар тўплаш усуллари, ундан ташқари сифатли ва миқдорий маълумотлар ҳақида тегишли мисоллар билан уларни мувофиқлаштириш ҳақида сўз боради. Ниҳоят, маркетинг тадқиқот жараёнига илмий асослари бериб ўтилади. Эҳтимол, сиз аллақачон Маркетинг тадқиқот фаолияти ҳақида умумий маълумотга эгадирсиз. Ҳаттоки, бошланғич тадқиқотлар олиб боргандирсиз ва сиз албатта оммавий ахборот воситалари анкеталар, жамоатчилик фикри ва сўровлари ҳақида биласиз. Аслида,

маркетинг тадқиқоти бу кундалик турмуш тарзимизга таъсир этувч омиллардан биридир.

Меҳмонхона менежери ва маркетинглоглари тўғри, тегишли ва ишончли ахборот орқали келажак бизнесга алоқадор самарали қарорлар қабул қилиш имкониятига эга бўлидилар.

Кичик ва хусусий корхона эгаси асосан норасмий Маълумотлар тўплаш ва талқин қилишга таяниб иш кўришади. Мисол учун, кичик корхона эгаси мижоз билан суҳбатлашиш давомида корхона қай даражада ўз ишини бажараётгани, маҳаллий рақобатчилар ва мижозлар таъби ҳақида умумий маълумотга эга бўлиши мумкин. Аммо, йирик ташкилотларда маркетинг ахборот тизими чуқур йўлга қўйилган бўлиши лозим (2.1 шакл). Чунки, йирик компаниянинг менежерлари маҳаллий бозордан географик ва маданий жиҳатдан тубдан фарқ қилувчи халқаро миқёсидаги бозорларга хизмат кўрсатадилар. Юқоридаги омиллар маркетинглогларга йўналишлар ва келажак режаларини аниқлашга ёрдам берувчи дастак бўлиб хизмат қилади.

Маркетинг ахборот тизимида қўлланиладиган маълумотлар:

- Компания маълумотлар базаси (ҳисоб-китоб ва савдо-сотик, мижоз тарихи, истемолчи талаби қондирилиши)
- Ташқи маркетинг тадқиқотлари фаолияти орқали тўпланган маълумотлар (бренднинг ишлаши, корпоратив бошқарув, истемолчи тенденциялари, рақобатчи компаниялар фаолияти).

Йирик меҳмонхона компанияларида компютерлаштирилган маълумотлар базасини ривожлантиришга катта сармоя киритилган. Асосан, бу система мижоз тарихи ва сегментларни кузатиш ва янги тенденцияларни аниқлаш ва бошқа муҳим кўрсаткичларни сақлашда қўлланилади.

Статистик пакетлар ёрдамида маълумотлар базасида сўров ўтказиш жараёни маълумотларни интеллектуал таҳлили деб аталади.

Асосан, маркетинг ахборотлари белгиланган тартибдаги манбадан тўплансада, баъзи бир ҳолларда махсус маркетинг ахборотларига мухтожлик туғулади. Бундай ҳолларда, маркетинг тадқиқот лойиҳаси амалга оширилиш лозимдир. Меҳмонхона менежери маркетинг тадқиқотларидан фойдаланган ҳолда иш кўрсаткичи, бу қарор қабул қилишга ёрдам беради. Мисол учун, қуйидаги ҳолларда:

- Менюда вегетериан таомлар сонини ошириш керакми? (мижоз таъбини қайта кўриб чиқиш талаб қилинади).
- Аэропортга яқин жойлашган шаҳобча қуриш керакми? (техник-иқтисодий изланишлари талаб қилинади).
- Хона нархларини ошириш керакми? (рақобатчиларни таҳлил қилиш талаб қилинади).

Маркетинг тадқиқотининг мақсади қарорлар қабул қилиш жараёнини яхшилаш ва ноаниқликни камайтиришдир. Маркетинг тадқиқоти деб маълумотларни мунтазам йиғиш ва таҳлил қилиш орқали қарор қабул қилиш учун тегишли ахборот билан таъминлаш тушунилади.

Маркетинг тадқиқоти режалаштирилади, ва мантиқий кетма-кетликда

бўлади. Тадқиқот мақсадлари қўйилиши орқали ахборот манбалари аниқланади. Сўнгра маълумотлар илмий усуллар орқали тўпланади ва йиғилган миқдорий маълумотлар тасдиқланган статистик жараёнлар ёрдамида таҳлил қилинади. Самарали ахборот олиш учун Маълумотлар баҳоланади ва изоҳланади. Бу эса фойдали қарор қабул қилиш учун асос бўлиб хизмат қилади. Бироқ, маркетинг тадқиқоти аниқ тушунча эмас чунки у қарор қабул қилиш орқали барча бошқарувдаги хавф-хатарларни бартараф этмайди.

Юқорида келтириб ўтилган маркетинг тадқиқоти бозор тадқиқотидан баъзи бир хусусиятлари билан фарқ қилади.

- Бозор тадқиқоти бу истемолчи ва бозор ҳолати, бозор хусусиятлари, истемол ва бозор ҳажми каби тушунчаларни тадқиқ этади.
- Маркетинг тадқиқоти қўлланишига кўра кенг тушунча яъни маркетинг тадқиқоти тушунчаси барча маркетинг микс ўзгаришлар ундан ташқари макро (ПЕСТЕ) ва микро муҳитларни тадқиқ этишни ўз ичига олади.

Юқори даражали маркетинглоглар “маркетинг тадқиқоти” тушунчасини барча жиҳатларини ҳисобга олишади, жумладан, истемолчи ва бозор ҳолати.

Йирик меҳмонхона ташкилотларининг халқаро жиҳати бу уларнинг халқаро бозорда тадқиқотлар олиб боришидир. Аммо бу миллатлар ўртасидаги ноқулайликларни келтириб чиқаради, жумладан, қуйидагилар:

- Таржима қийинчилиги (Инглиз тадқиқотчилари изланишларини бошқа тилга таржима қилиш ва аксинча бошқа тиллардан инглиз тилига таржима қилганда маъно жиҳатдан ўзгариши бу эса тадқиқот натижаларига таъсир кўрсатади).
- Истемолчиларнинг турлича таъбага эга бўлиши (ҳар хил маданият сабабли).
- Истемолчиларнинг маҳсулот ҳақидаги турли хил фикри.
- Солиштирма намуна олишдаги қийинчиликлар (баъзи давлатлар аҳоли қатламлари миқдори ҳақида аниқ маълумот мавжуд эмаслиги).
- Бозор тадқиқотини амалга ошириш учун турли хил маданий ёндашувлар.
- Инфратузилмадаги фарқ (баъзи мамлакатлар е-маил тизимлари кенг тарқалмаганлиги, шунингдек, баъзи истемолчилар телефон воситаларидан фойдаланиш имкониятига эга эмаслиги).

Олимлар ва амлиётчилар томонидан замонавий маркетинг тадқиқоти танқид этилади ва бир қатор сабаблар келтириб ўтишади, жумладан, қуйидагилар:

- Маълумотларни йиғиш ва бюрократик ва статистик таҳлил қилишга еътибор қаратиш. Бу эса бизнесни янги ғоялар билан таъминламайди.
- Нуқсонли бозор тадқиқот методологияси нотўғри маълумотларга асос бўлади.
- Асосий еътиборни тадқиқотларга қаратиш маркетингда яратувчанлик сусайтиради.

Маркетинг тадқиқотларининг ахборот манбалари икки гуруҳга бўлинади: ички ва ташқи. Бу ахборотлар компаниялар томонидан микро муҳитда яъни компания ичида сақланади. Қонуний талабларга кўра, меҳмонхона миқдор ҳақида

тўлиқ маълумот олиши мумкин. Бу эса меҳмонхонанинг ички ахборот манбаини бойитишга ёрдам беради. Аммо, бошқа турдаги корхоналарда бундай имкониятлар мавжуд эмас. Бироқ, ички ахборотлардан самарали фойдаланиши мумкин. Ички маълумотларни жойлаштириш 2.1 шаклда кўрсатиб ўтилган.

Ресторан ва барларда мижозлар ҳақида шахсий маълумотлар асосан сақланмайди, чунки меню рўйхати бир турда бўлади. Аммо, Электрон сотиш компьютер системаси (ЕПОС) орқали мижоз таъбини мониторинг қилиш ва ресторани керакли маркетинг маълумотлари таъминлаш мумкин. Бироқ, ички ахборотларнинг ноқулай томони шундаки, бошқа идоралар ҳам бу маълумотлардан фойдаланиши мумкин.

Ташқи ахборотларнинг асослари яъни манбалари жуда кўп, мисол учун:

- Халқаро ва миллий ташкилотлар. Мисол учун, Халқаро туризм ташкилоти, Халқаро валюта жамғармаси, Бирлашган Миллатлар Ташкилоти.
- Мижоз ҳисоботи - Мижоз рўйхатдан ўтиши ҳақида маълумот (кўп мамлакатларда мижоз манзили, номи, қолиш муддатини сўраш қонунийдир).
- Мижоз тарихи – рўйхатдан ўтиш манбаси (тўғридан-тўғри, тур оператор, маҳаллий компания, интернет орқали); буюртма қилиш усули (телефон, хат, факс, е-маил, Интернет, интранет); меҳмонлар тури ва сони (Хусусий, тур операторлар, корпоратив); мижозларнинг ҳар қандай махсус талаблар.
- Идоравий ҳисоботлар - хафталик / ойлик ҳисоб, ҳақиқий иш фаолиятини ёзиб бориш, сотиш, тулар жой, бюджет ҳисоботлар; тулар жойга алоқаси бўлмаган (Озиқ-овқат ва ичимлик, банкетлар, конференциялар, ҳордиқ воситалари)

Гарчи, иккиламчи ахборотда камчиликлар бор. Аввало, ахборотлар тўпланади ва бошқа ташкилот орқали кузатув остида текширилади (анализ). Ташкилотларнинг бундай тадқиқот ишлари бир қанча сабаблар ва мақсадлар борасида амалга оширилади. Бундай ҳолларда маълумотларни буткул аниқ ва моҳиятли бўлиши мураккабдир. Баъзи бир ташкилотлар, хусусан давлат органлари ва митинг ўтказадиган гуруҳлар, маълумотларни оз мақсадларини кўзлаган ҳолда бошқаришга ва тарқатишга ҳаракат қилишади. Методологиянинг сустлиги сабабли бошқа ташкилотлар бехосдан бу маълумотларни ахборот тўпламига қўшишади ва натижада нотўғри маълумотлар жамланади.

Иккиламчи ахборотнинг бошқа камчилиги бу ахборотларни бошқа ташкилотларга аёнлигидир, хусусан рақобатчиларга, мултимедия ходимларига, митинг ўтказадиган гуруҳларга. Охир оқибат, иккиламчи ахборот ва анализлар доимо муддатидан чиқади, чунки уни кўриб чиқилиши ва хулосалар қилиниши орасидаги вақт узоқ муддатлидир. Шунинг учун тадқиқот қилинган санани текшириш ва уни моҳиятлилигини аниқлаш зарурдир.

Бу камчиликларга қарамасдан, иккиламчи изланиш лойиҳа текширувининг бош босқичидир ва ортиқча ҳаражатларсиз керакли маълумотлар билан таъминлайди.

Бирламчи ахборот махсус маълумотдан иборат бўлиб, у ўзига хос мақсадларга йўналтирилган ташкилотлар томонидан жамланган. Бу каби ахборот янги ахборот саналади. Ташкилотлар саволларни атрофлича ўрганиб чиқиб,

вазифаларига аниқлик киритиб оладилар. Мана шу саволларга жавоб топиш учун ахборотлар жамланади.

Тадқиқотда 2 хил саволлар мавжуд: очик ва ёпиқ саволлар.

Ёпиқ саволлар бир қанча муқобил жавоблар билан таъминлайди. Улардан жавобгар бир жавобни маъқул кўради. Намуналар шахсининг яъни жавоб берувчининг ёши, жинси, ишининг соҳаси ва даромади ҳақидаги саволларни ўз ичига олади; ёки қайси ресторанга тез-тез ташриф буюрилиши тўғрисидаги савол-жавобларни.

Ёпиқ саволлар мукамал кўриниш шаклига эга бўлиб, бу бир қанча статистик усуллар ёрдамида таҳлил қилинган ахборотни яратади. Тадқиқот натижалари “қаттиқ” ахборот сифатида шакл топади ва бир қанча маълумотларни ўз ичига олади. Миқдорни ўрганиш учун ёпиқ саволлардан фойдаланилади.

Очик саволларда савол қилинаётган шахс ўзининг жавобларини келтиради. “Сиз нима учун шу мехмонхонани танладингиз?” ва “Хизматлар сизни қониқтирдими?” деган саволлар бунга мисол бўлиши мумкин. Бу каби очик саволларга жавоб бераётган шахслар ўзларининг тажрибаларидан келиб чиқиб фикрларини айтадилар ва аниқ жавоб берадилар. Таҳлилларнинг натижалари “бой” ахборотни вужудга келтиради. Очик саволлар сифатни ўрганишда фойдаланилади.

Инсонларнинг ҳатти-харакатини чуқур ўрганадиган тадқиқот сифат текширувларидир. Бунда шахсларнинг ҳатти-харакатлари қандай ва нима сабабдан рўй бераётгани изоҳланади. Бу уларнинг қарашларини, фикрларини, тушунчаларини текшириш демакдир. Истеъмолчиларнинг ташкилотлар, хизматлар борасидаги жавоблари умумийлаштирилиб, хулоса қилинади. Сифатни аниқлашга йўналтирилган бу каби тадқиқотлар савол-жавоб(интервью), муҳокама, сифатга оид саволларни кўриб чиқиш орқали амалга оширилади.

Кузатиш тадқиқотнинг асосий омилидир. Қабулхона ёки ресторанда овқатланган ҳолда, мижоз ва мехмонхона ходимларининг ўзаро ҳатти-харакатларидан мулойимлик(дўстоналик) услублари ва мижознинг қониқиш даражаларини аниқ ва равон билиб олиш мумкин. Скандинавиянинг “SAS” ҳаво йўллари ташкилотида мижозларга хизматни яхшилаш мақсадида видео кузатув орқали аэровокзалдаги кутиб ўтирган мижозларни кузатиб, ўрганишган.

Интервью инсонларга очик савол бериш имкониятини яратади. Интервьюлар юзма-юз, телефон ёки почта орқали амалга оширилиши мумкин. Юзма-юз суҳбатда изланувчи жавоб берувчи шахсга яқинроқ бўлиш, унинг имо-ишораларига қараб таҳлил қилиш ҳамда аниқ ва ишончли жавоб олиш мақсадида кўшимча саволларни бэриш имкониятига эга бўлади. Аммо, юзма-юз интервью теларфон ёки почта орқали савол-жавобга қараганда кўпроқ вақт ва харажат талаб қилади.

Муҳокама қилувчи гуруҳлар маркетингга оид муаммоларни ҳал қилишга йўналтирилган. Изланувчилар бир гуруҳ шахсларни (10 кишидан ортиқ бўлмаган) муҳокамада қатнашишлари учун таклиф қиладилар. Баҳс мақсадига қараб, ташриф буюрганлар ҳозирги харидорлар, бўлажак ва олдинги харидорлар

бўлиши мумкин. Қатнашувчилар учун кичик мукофот тақдим этилади. Модератор суҳбатни дўстона, норасмий, ҳатто сергап усулда олиб бориши мумкин. Муҳокамани долзарб муаммодан бошлашади ва энг асосий қисмига эътиборлигини қаратишади. Тадқиқотчилар суҳбатни қайта таҳлил қилиб чиқиш мақсадида қатнашувчилардан бу муҳокама жараёни видео тасмага ёки аудио тасмага ёзиб олиш учун руҳсат сўрайдилар. Модератор ҳар бир қатнашувчидан фикрларини сўраб аниқлаштиради.

Харидорларнинг тажрибасидан келиб чиқиб ифода этилган фикрларига кўра сифат ахбороти аниқ ва кенг кўламдаги маълумотлар билан бойитилади. Аммо, бунда бир қанча камчиликлар мавжуд. Муҳокамада ёки савол-жавобда қатнашмоқчи бўлган шахсларнинг фикрлари аниқ хулоса чиқариш учун намуна бўла олмайди. Кўпгина меҳмонхона мижозлари банд бўлганлиги сабабли вақтларини аяшадилар ёки қизикмайдилар. Шунинг учун ҳам текширувлар натижалари умумийлаштирилиши қийин бўлади, натижада сифатни тўғрироқ аниқлаш учун бошқа турдаги маркетинг тадқиқот ишларини олиб бориш зарурияти пайдо бўлади.

Mamatova N.

PhD at Bukhara state university

PRACTICAL USE OF ADAPTIVE MODELS IN TOURISM

The most important budget-forming branch of many states and regions (including the Autonomous Republic of Crimea) is tourism. Today, tourism uses about 7% of global capital, and tourism accounts for more than 10% of world trade in goods and services [1]. This is due to the fact that the last decades in the tourism business, there is an exponential growth of tourists. At the same time, the number of international tourists around the world increases by an average of 6% per year [2]. A similar pattern is also characteristic of many regions and territories. [3]. Simulation of the processes occurring in the tourism business becomes a necessity, as it contributes to the study of the factors of stability and growth, allows to carry out forecast estimates. The results of modeling are necessary for developing strategies, making business decisions and planning in the tourism sector at various levels.

The main objects of modeling in tourism are the number of arriving tourists and indicators related to the seasonality of the leisure industry. Of these, the most important role is played by the number of tourists arriving to rest, because is a macroeconomic indicator on which all subsequent estimates are based. The purpose of this work is to analyze the main directions of modeling the number of arriving tourists, develop recommendations on the use of individual techniques.

The most common in tourism were simple econometric models, the parameters of which are estimated using the method of least squares [4,5]. The traditional form of such models is different regression equations. Earlier, based on the analysis of the number of tourists arriving in different world regions, we have shown that such models provide acceptable accuracy and have good predictive qualities [6]. The number of tourists arriving is best described by second-order equations. It should be noted that the choice of the form of the regression equation is more important than the estimation of its parameters. Further research also established that regression

equations are convenient if one has to deal with data that is monotonically increasing or decreasing. If the data are characterized by the presence of peak values, then the use of regression equations is not so effective, because leads to errors of more than 20% with short-term forecasts. A number of works [7] note that numerous data included in regression equations (prices, revenues, exchange rates, etc.) are dynamically changing non-stationary quantities, between which there is interdependence. Ignoring the problem of stationarity leads to the fact that parametric tests (in particular, t-tests and F-tests) become unreliable and can give erroneous results. But, despite the existing limitations, it is inadvisable to completely reject regression equations, since under certain circumstances they are the most simple, effective and convenient.

An important issue of mathematical modeling in tourism is the issue of achieving equilibrium (saturation) in phenomena, since equilibrium means achieving stable prices at which supply and demand are balanced [8]. If we accept the hypothesis that equilibrium can be achieved, then we will have to look for models for the form of equations with an asymptotic approximation to a certain saturation line. However, over the past twenty years, tourism itself and prices (for air travel, hotels, etc.) have undergone a significant transformation, there is a steady growth trend, and therefore it is wrong to apply the term "saturation" to tourism.

A promising trend in the modeling of tourism processes is the use of diffusion models. Today, diffusion models are used in such diverse areas as marketing, management, information technology technologies [9,10].

Let $f(t)$ be a function of the probability of a tour being acquired by potential tourists at time t , and $F(t)$ is a probability function that describes the share of potential tourists in the population at the same time. Then $f(t) / [1-F(t)]$ is the conditional probability of arrival of a certain number of tourists at the specified moment of time t . It can be assumed that this conditional probability can be described by a linear dependence on $F(t)$, i.e. $f(t) / [1-F(t)] = a + b \cdot F(t)$. If we denote by N^* the total number of potential tourists among the population, then the number of tourists arriving at time t will be $A_t = N^* \cdot f(t)$, whereas the number of potential tourists $N_t = N^* \cdot F(t)$. Simple transformations lead to an expression of the form $A_t = a(N^* - N_t) + b \cdot N_t(N^* - N_t) / N^*$. Tourist statistics do not allow differentiating new tourists and re-arrivals. In the first approximation, it can be assumed that the number of repeat tourists is proportional to N^* , i.e. $Z_t = d \cdot N_t$. Then the total number of tourists arrival

$$Y_t = A_t + Z_t = a(N^* - N_t) + b \cdot N_t(N^* - N_t) / N^* + d \cdot N_t \quad (1)$$

The next stage in the creation of the model is the inclusion of factor attributes (variables) in it. The simplest way is to describe N^* as a function of factor attributes in the logarithmic form

$$\ln(N^*t) = b_0 + b_1 \ln(X_{1t}) + b_2 \ln(X_{2t}) + \dots + b_k \ln(X_{kt}) \quad (2)$$

We can also write Y_t as a quadratic function of N_{t-1}

$$Y_t = a \cdot N + (b + d - a)N_{t-1} - (b/N^*)N_{t-1}^2 \quad (3)$$

Substituting (2) into (3), we obtain

$$Y_t = a \cdot \exp\left[b_0 + \sum_{i=1}^k b_i X_i\right] + (b + d - a)N_{t-1} - bN_{t-1}^2 / \exp\left[b_0 + \sum_{i=1}^k b_i X_i\right] \quad (4)$$

If we introduce the notation $\alpha = a \cdot \exp(b_0)$, $\beta = (b + d - a)$ and $\gamma = b / \exp(b_0)$, we obtain the following final expression

$$Y_t = \alpha \cdot \exp\left[\sum_{i=1}^k b_i X_i\right] + \beta N_{t-1} - \gamma N_{t-1}^2 / \exp\left[\sum_{i=1}^k b_i X_i\right] \quad (5)$$

It is impossible to estimate the parameters a , b , and d based on the values of α , β and γ because of the problem of determining b_0 . To evaluate the parameters of the model obtained, methods used in the case of regression equations are not applicable. there is a parametric nonlinearity. In this case, nonlinear methods should be used, which greatly complicates the work with the model. The main advantage of the model written in this form is its complete consistency in conditions of nonstationary data.

An alternative form of models, which has recently attracted the attention of researchers, is the neural network [11]. This model is characterized by the use of a significant number of factor attributes, which are independent variables, and one target variable. It does not directly describe the form of the dependence of the target variable as a function of factor characteristics, but uses a significant number of intermediate variables, and often not one set of them can be used. The model performs an internal evaluation of the interdependence of variables. The form of interdependence can be both linear and non-linear. The experience of using neural networks for modeling processes in tourism does not yet allow us to state that such an approach can solve all problems. This is explained by the fact that this approach does not allow to completely abandon the regression equations that are necessary for evaluating the internal interrelation of variables, and the fact that a significant amount of retrospective tourism data is required, i.e. With a limited database, the model is not effective.

A significant problem in using the models considered in practice is the selection of factor attributes. It is specific for each region and is determined by the surrounding areas, the level of development of the region itself, the level of service, etc. For example, for Australia [12], the dominant factors are real income level, openness to trade, import attractiveness, relative price level, recreation and entertainment and The set of factor attributes will always be characterized by incompleteness. Another major problem is the use in models of diverse natural indicators, the nature of the changes which are often unpredictable and which are interdependent. All this imposes serious restrictions on tourism models, in particular, their predictive quality may not be high enough.

We have investigated the question of the possibility of applying adaptive statistical models to obtain estimates of the number of arriving tourists. For such models it is typical to use statistical data on the number of tourists arrived for some retrospective period. The advantage of this approach, from our point of view, is the fact that the statistics reflect the effect of absolutely all any significant factors. Moreover, these models have good predictive qualities, because they take into account the inertia and delay in the influence of factor characteristics. According to

the totality of features, adaptive statistical models can be assigned to dynamic forecast models.

The initial analysis of the retrospective data on the number of tourists arriving in different regions shows that the nature of the data change corresponds to linearly additive types of trends. Therefore, Holt's model and Brown's adaptive smoothing model were chosen for the study [13].

In the linear additive model of the trend, it is assumed that the average value of the predicted parameter f_t varies according to the linear time function $f_t = \mu + \lambda \cdot t + \varepsilon_t$, where μ is the process average; λ - rate of growth / decrease; ε_t is a random error. Holt's method is based on an estimation of a parameter - to the extent of the degree of linear growth or the decrease of the indicator in time. In this case, the growth factor λ is estimated by the coefficient b_t , which in turn is calculated as an exponentially weighted average of the differences between the current exponentially weighted averages of the process u_t and their previous values u_{t-1} . A characteristic feature of this method is the calculation of the current value of the exponentially weighted average u_t includes the calculation of the previous growth rate b_{t-1} , thus adapting to the previous value of the linear trend. The model can be written in the following form

$$u_t = A \cdot d_t + (1 - A)(u_{t-1} + b_{t-1}), \quad b_t = B \cdot (u_t - u_{t-1}) + (1 - B) \cdot b_{t-1} \quad (6)$$

where A and B are coefficients that determine the nature of data smoothing, d_t is the actual value of the data.

The method of adaptive smoothing of Brown is based on the idea that it is possible to specify a parameter γ such that the weighted sum of deviations between the observed and expected values becomes minimal

$$\sum_{i=1}^{\infty} \gamma^i \cdot (d_{t-i} - f_{t-i})^2 = \min \quad (7)$$

Brown showed that $u_t = u_{t-1} + b_{t-1} + (1-\gamma) \cdot \varepsilon_t$, where $\varepsilon_t = d_t - f_t$, f_t is the predicted value, $b_t = b_{t-1} + (1-\gamma) \cdot \varepsilon_t$. The value of γ Brown recommends taking approximately equal to 0.7-0.8.

The forecast in these models is determined by summing the estimate of the average current value of u_t and the expected growth rate b_t multiplied by the period of anticipation τ , that is, $f_{t+\tau} = u_t + b_t \cdot \tau$.

To verify the predictive properties of the Holt model and the adaptive smoothing model, we performed a numerical comparative analysis. The WTO information on regional tourism development was used as a retrospective database [14]. Analyzed indicators for the arrival of tourists and on the receipt of funds from tourism for the main world regions (according to the classification of the WTO), namely: Europe, America, East Asia and the Pacific, the Middle East, Africa and South Asia.

Data were collected for the period from 1985 to 1996, and based on them, predictions were made for 1997 and 1998 on previously obtained regression equations [6], as well as Holt and Brown models. The results of calculations were compared with the actual data for 1997 and 1998 [15], given in Table 1.

Preliminarily, the tuning of the models under investigation was performed, which consisted in selecting the smoothing coefficients A and B for the Holt model and the coefficient γ for the Brown model on the test problems. It was found that the most acceptable values are $A = 0.3$, $B = 0.4$ and $\gamma = 0.7$.

Table 1.

Data on the arrival of tourists and on income from tourism for 1997.

Region	Arrival, mln.h./Incoming, billion \$. [15]	
	1997 г.	1998 г.
America	118,481	120,190
	118,770	121,230
East Asia and the Pacific	87,953	86,930
	76,630	73,740
Near East	14,833	15,620
	9,140	9,720
Africa	23,157	24,900
	9,020	9,550
South Asia	4,830	5,070
	4,280	4,400
The whole world	610,763	625,24
	435,980	444,740

Table 2 shows the results of calculations for the number of tourists arrived in different regions. It can be seen that, in general, both the regression equations and the models analyzed have good predictive qualities. In this case, one should distinguish short-term forecasts for one period (one year) and medium-term forecasts (for two years).

For short-term forecasts, the Holt and Brown models provide more accurate results. The smallest range of variation of values is provided by Brown's adaptive smoothing model, which is peculiar to "focus" on the trend. Less accurate results are obtained by regression equations. But, nevertheless, they can be fully used as a first approximation in forecasting.

This conclusion leads to an analysis of medium-term forecasts, where the model of adaptive smoothing also gives the most accurate results. A characteristic feature of adaptive models is the presence of both overestimated estimates (with the "-" sign in the table) and undervalued ones, whereas for regression equations, as a rule, estimates are overestimated. This is explained by the effect of the factor of choosing the shape of the curve in the case of analytic alignment.

Summarizing the results of the research on the application of adaptive methods of mathematical modeling in tourism, it can be asserted that a number of results have been obtained, among which I would like to note the following:

1. A promising trend in the modeling of processes in tourism, along with diffusion and econometric models is the use of models describing a linearly additive trend, i.e. Holt's model and Brown's additive smoothing model.

2. It is confirmed that regression equations allow obtaining correct forecast estimates in tourism (the error, as a rule, does not exceed 20%). At the same time, there is some overestimation.

3. It is established that the most accurate of the methods considered is the adaptive smoothing model. It allows to obtain correct prognostic estimates, the error of which does not exceed, as a rule, 10%. This model is not characterized by unilateral (constant) overstating or underestimation of estimates.

4. The unevenness of regional economic processes in tourism does not have a significant effect on the nature of the use of adaptive models.

5. When analyzing data from different regions, there is no need to perform additional assessment and adjustment of model parameters, which confirms their general nature.

6. The issue of forecasting revenues from tourism requires additional study, because The models considered allow us to obtain only approximate estimates.

Literature

1. [Папирян Г.А. Международные экономические отношения. Экономика туризма. - М., Финансы и статистика, 1998, 208с.](#)
2. R.R.Bar-On Databank: global tourism trends - to 1996. Tourism Economics, V.3, №3, 1997, pp. 289-300.
3. J.Fletcher, J.Latham Databank: Global tourism trends Tourism Economics, V.3, №1, 1997, pp. 83-88.
4. G.I.Crouch The study of international tourism demand: a survey of practice. Journal of Travel Research, 1994, V.32, pp. 41-45.
5. C.Lim Review of international tourism demand models. Annals of Tourism Research, V.24, 1997, pp.835-849.
6. Демин А.А., Семенова Ю.А. Экономико-статистическое моделирование и прогнозирование в туризме. Ученые записки Таврического национального университета им.В.И.Вернадского, №13(52), Том 1.- С.186-192.
7. P.C.B.Philips Understanding spurious regressions in econometrics, Econometrica, 1986, pp.311-340.
8. P.A. Samuelson Economics: An Introductory Analysis. Mc-Graw-Hill, New York, 1964, p.63.
9. V.Mahajan, E.Muller, F.M.Bass New product diffusion models in marketing: a review and directions for research. Journal of Marketing, V.54, 1990, pp.1-26.
10. A.G.Woodside, S.Lysonski A general model of traveler destination choice. Journal of Travel Research, V.27, 1989, pp. 8-14.
11. C.L.Morley Demand modelling methodologies: integration and other issues. Tourism Economics, V.5, №1, 1999, pp. 5-19.

ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАР КўРСАТИШДА АНИМАЦИОН ТАДБИРЛАРНИ ҚўЛЛАШ ИМКОНИАТЛАРИ

Туризмда хизмат кўрсатувчи мутахассисларнинг асосий вазифаларидан бири- бу дам олишни ҳам ташкил этишдан иборат. Ўтказилган сўровномалар шуни кўрсатадики, туристик саёҳатга чиқувчиларнинг 50-70 фоизи дам олиш учун чиққанлигини ўқтиришган.

Саёҳатчиларнинг бўш вақтини самарали ташкил этиш уларнинг мамлакат туризми, унинг маданияти, урф-одатлари ҳақидаги тасаввурларни оширишга ёрдам беради.

Сўнгги вақтларда дам олувчиларнинг дам олишини ташкил этиш жараёнида сезиларли ўзгаришлар юз бермоқда. Бу бир қатор сабаблар билан изоҳланади: аҳолининг маълумотлилик ва маданиятлилик даражасининг ошиши; кўнгилочар тадбирларни ташкил этишнинг янги технологияларини жорий этилиши; бўш вақтни фойдаланиш структурасининг ўзгариши; театр, кино ва эстрада профессионаллариининг гастроль ва концерт фаолиятининг активлашуви ва бошқалар.

Масалан, санатория-курорт хизматларидан фойдаланувчилар, шубҳасиз, ўз олдида биринчи вазифа сифатида даволаниш, соғлиқни мустаҳкамлаш мақсадларини кўяди. Бироқ, шу билан бирга улар дам олишни ҳам, кундалик ташвишлардан йироқлашишни, келажак ҳаёт учун ижобий ҳиссиётлар ва энергия олишни ҳам истайди. Санатория-курорт ташкилотининг кўпқиррали фаолиятининг муҳим қисмларидан бири- бу курортларда анимацион жараёни амалга ошириш ҳисобланади. Бу эса санатор-курорт хизматлари бозорида ўзига хос реклама ролини ўтайди, фойдаланувчилар ва улар танишларининг такроран жалб этилишига, натижада маҳсулотларни ҳаракатлантириш, корхона ишининг рентабеллиги, даромадлилиги ва унумдорлигини оширишга сабаб бўлади. Анимацион- тадбирларнинг қандай турларини танлаш албатта туристик хизмат кўрсатувчи ташкилотларнинг моддий- техник базасидан, унинг жойлашган ўрни, мавжуд табиий омиллардан, дам олувчилар контингентидан, бундай хизматларни кўрсатувчи мутахассисларнинг билим-малакасидан бевосита боғлиқдир. Жумладан, санатория-курорт ташкилотларида экскурсия ишлари, кинофильмлар намойиши, дам олиш кечаларининг ташкил этилиши анча анъанавий хизмат турларидан ҳисобланади.

Бу тадбирлар орасида энг қизиқарлиларидан бири- бу кутубхоналар фаолияти ҳисобланади ва у асосан уч йўналишда олиб борилади: китобларни бўш вақтда мутолаа қилиш учун вақтинчалик бериш; турли мавзудаги тадбирларни ташкил этиш, соғлом маданий-маърифий турмуш тарзини тарғиб қилиш.

Ўйинлар ташкил этилганда пассив- шахмат, шашка, бильярд ўйинлари ва шунингдек, актив ўйинлар- махсус аниматорлар ва мутахассисларни жалб этиш

орқали саёҳатчи ва дам олувчиларнинг кўнгилочар тадбирларга жалб этиш мумкин.

Кўнгилочар тадбирлар ташкил этишнинг асосий шакллари қуйидаги чизмада кўрсатилган:



Юқорида кўзда тутилган тадбирлар албатта кинотеатрлар, умумовқатланиш ташкилотлари, караоке-барлар, компьютер –ўйинхоналар, транспорт ташкилотлари каби кўплаб ташкилотларнинг иштирокини ҳам талаб қилади.

Анимация фаолияти қуйидаги тавсифга эга хусусиятларни қамраб олади:

- Бўш вақтларда ташкил этилади;
- Танлов имкониятларининг мавжудлиги билан характерланади;
- Бир киши ёки кўпчиликдан иборат гуруҳ томонидан ташкил этилади;
- Миллий, диний, ҳудудий хусусиятлар ва анъаналар доирасида амалга оширилади;
- Катталар, ёшлар ва болаларнинг турли хил қизиқишлари асосида турларнинг кўплиги билан характерланади;
- Чуқур шахсий йўналганлик хусусиятига эга бўлади, Инсонпарварлик, маданиятчилик, ривожланувчанлик, соғломлаштирувчи ва тарбияловчи характерга эгаллиги билан баҳоланади.

Анимацияларнинг асосий функциялари:

- Мослашувчанлик функцияси- кундалик шароитлардан кўнгилочар ҳолатларга ўтишни таъминлайди;
- Компенсациялаш функцияси- кишиларни кундалик трумуш ташвишларидан озод қилади;
- Барқарорлаштириш функцияси- психологик барқарорликни таъминлашга рағбатни ҳосил қилади ва ижобий ҳиссиётларни ҳосил қилади;
- Соғломлаштириш функцияси- инсоннинг жисмоний кучларини тиклаш ва ривожлантиришга қаратилган тадбирларда иштирок этиш имконияти яратилади;

- Ахборот билан таъминлаш функцияси-мамлакат, ҳудуд, кишилар ҳақида чнги ахборотлар олиш имконияти яратилади;
- Таълимий функцияси- атроф-муҳит ҳақидаги янги билимлардан олинадиган таассуротларга эга бўлиш ва мустаҳкамлаш имкони туғилади;
- Мукаммаллаштириш функцияси- интеллектуал ва жисмоний жиҳатдан такомиллашув;
- Реклама функцияси- туристни анимацион дастурлар орқали мамлакат, ҳудуд, туркомпания, турфирма, туристик мажмуа, меҳмонхона ва бошқалар ҳақида реклама ташувчига айлантиради.

Юқорида таъкидланган анимацион фаолият турларини Ўзбекистонда жорий этиш катта даромад соҳаси сифатида баҳоланади.

Адабиёт:

1.Ветитнев А. М., Войнова Я. А. Организация санаторно-курортной деятельности : учебное пособие — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 272 с

*Kurbanova M.X.,
Buxoro davlat universiteti*

MICE TURIZM BUXORO VILOYATIDA TURISTIK MAVSUMNI YUMSHATISHNING ASOSIY YO'LI

Mavsumga deyarli bog'liq bo'lmagan, katta miqdorda ham siyosiy, ham iqtisodiy, ham ijtimoiy foyda keltiradigan turizm bu - MICE turizmdir. Madaniy turizm keng qamrovdagi turistik mahsulotlarni jamlab, arxeologik joylardan qadimiy qadamjolgargacha borib taqaladi. Madaniy turizmning rivojlanishi uni boshqa turizm turlaridan farqlaydigan ko'plab afzalliklarga ega, masalan, ilmni oshirish ahamiyati, madaniy resurslarning himoya qilinishi, xarobalarning qayta tiklanishi va turistik mavsumning kengayishi. Umuman olganda, madaniy meros obyektlari juda muhim, chunki ular ob-havoga qaram bo'lmaydi, ular jalb qiladigan sayyohlar, ayniqsa, katta yoshdagi va uzoq masofaga sayohat qiluvchi turistlar mavsum bo'lmagan davrda sayohat qilish imkoniyatiga egadirlar. Buxoro hududida madaniy turistik mahsulotlarning boshqa bozorlariga quyidagi segmentlar kiradi:

- O'rta sinf vakillari va ziyolilar;
- O'rtachadan yuqori daromadga ega kishilar;
- Yosh bolali oilalar va yolg'iz ota-onalar;
- Hordiq chiqarish uchun imkoniyatga ega kishilar;
- Tashrifdan asosiy maqsadi bilimni oshirish bo'lgan yosh bolali kishilar.

Bugungi kunda hududimizda madaniy tadbir va festivallar bunday turdagi ta'tillarning saviyasini yanada oshirmoqda. Viloyatimizda hali turistik yo'nalishga kiritilmagan hududlar, mahalliy aholi orasida unut bo'lgan o'yinlar, urf-odatlar birtalay. Mana shularning barchasini jamlab, eng qiziqarli, ko'zga ko'ringan, rang-barang yo'nalishlarini tanlab, potensial sayyohlarga taqdim etish darkor. Buxoroda mavsum bo'lmagan davrda yoki quyi mavsumda respublika yoki xalqaro darajada MICE turizmini rivojlantirish ham samarali sanaladi.

Quyida berilgan chizmada Buxoro viloyati hududida 2017-2021 turizmni rivojlantirish yillarida MICE turizmini yo'lga qo'yish strategiyasi tasvirlangan. Hududda bunday turdagi tadbirlarni tashkillashtirish uchun avvalo, marketing, raqobatbardoshlik, hududning muhiti degan jihatlarni e'tiborga olib, uning rivojlanish konsepsiyasi tuziladi. Jadvalda MICEning 5 yilga mo'ljallangan taraqqiyot strategiyasi reja, vazifalar, amalga oshirilish muddati kabi bosqichlarga bo'linish asnosida tuzilgan.

1-chizma

MICE turizmini rivojlantirish strategiyasi

	2017	2018	2019	2020	2021
MICE marketing strategiyasini rivojlantirish jarayoni	Raqobatchi bozorlarni tahlil qilish va tadqiqotlar o'tkazish	MICE marketing strategiyasini yaratish			
		Targ'ibot va tashviqot ishlarini olib borish			
MICE sanoatining raqobatbardoshligini oshirish	Qanday qilib taklif hajmini oshirish mumkinligini o'rganish	Tarmoqda raqobatbardoshlikni ta'minlash uchun tadbirlar sonini oshirish va takliflarni amalga oshirish, Ishchi kuchini rivojlantirish, MICEning iqtisodiy ahamiyati va samaradorligini tushuntirish va boshqalar			
MICE ni tashkillashtirish uchun muhitni yaxshilash	MICE ni uyushtirish uchun talab doirasidagi muhitni yaxshilash modelini yaratish				

Manba: Yaponiya milliy turizm rejasi asosida muallif ishlanmasi.

Har bir kishining sayohat uchun hududni tanlashi uning mentaliteti, ijtimoiy kelib chiqishi, daromadi, talabi, qiziqishlari va shu kabi omillarga asosan kelib chiqadi. Odatda, Buxoro viloyatiga sayyohlar madaniy turizm maqsadida tashrif buyurib, sayyohlarning ko'pchiligi yoshi kattalar guruhini tashkil etadi. Aslida esa Buxoro turistik hududining barcha resurslaridan samarali foydalangan holda nafaqat yoshi kattalarga, balki, yoshlar segmentiga mo'ljallab takliflarni taqdim eta bilish sohadan tushadigan daromadning bir nechi baravarga ko'tarilishiga sababchi bo'ladi. Masalan, viloyatimiz respublikaning janubiy qismida joylashganligi uchun serquyosh o'lka bo'lib, bu yerda yetishtiriladigan meva va sabzavotlar o'z vaqtida yetilib, g'arq pishadi.

Buxoro o'zining xushta'm, tezpishar qovunlari bilan mashhur sanalib, hududlar bo'ylab navlar xilma-xilligi bilan farqlanadi. Ular orasida bo'rikalla shirinligi bilan, uni bozorlardan topish qiyinligi ajralib turadi. Tokiyoda har yili may oyida qovun auksioni bo'lib o'tadi. 2016 yilda o'tkazilgan auksionda 2 ta qovun 27000 AQSH dollariga baholangan. Demak, Buxoroda ham qovunning aynan manashu turini auksion tashkil qilib sotish nafaqat mahalliy aholi orasida, balki xorijliklar orasida ham shuhrat qozonadi.

Yoki uzumchilik haqida aytadigan bo'lsak, kuz mavsumida uzumlar ayni yetilgan davrida sayyohlarni uzumzorlar bo'ylab ekskursiyaga taklif etish, ularni hosilni yig'ib olishga jalb qilish, Buxoro vino tayyorlash zavodida uzumlarning zavodga olib kelinishidan boshlab to vino holatiga kelishigacha bo'lgan jarayonda sayyohlar ishtirokini ta'minlash sayohatning yana bir kunga uzayishiga olib keladi.

Bahorda o'tkaziladigan Navro'z sayli, sumalak sayli, gul sayli, boychechak sayli, chuchmoma sayli, tut sayli, yozning boshida suv sayli, o'rik sayli, olma sayli, kuz faslida qovun sayli, uzum sayli va boshqa shular singari sayllarni o'tkazish ham asosiy va quyi mavsumni uzaytirishga turtki beradi.

Maktab yoshidagi bolalarni darsdan tashqari vaqtlarda turistik diqqatga sazovor joylar bo'ylab ekskursiyalarga olib borish, kasaba uyushmalari tomonidan korxonalar xodimlari uchun bepul sayohatlar tashkil qilish ham hududda turistik mavsumiylikni yumshatishga turtki beradi.

Buxoro turizm hududida turistik oqimni yaxshilashning boshqa strategiyalari ham mavjud. Jumladan, narx, reklama va axborotga e'tibor qaratish.

Mavsum yo'q davrda uyushtiriladigan ta'tillar uchun chegirma narxlar berish, potensial sayyohlarni axborot bilan ta'minlash, tovarni siljitish, mavsum bo'lmagan davrda pik mavsumni yaratishning muhim elementlari sanaladi. Narxlashtirish nozik ahamiyatga ega, ya'nikim, agar ahamiyatga molik chegirmalar taklif qilinsa, insonlar pulni tejash maqsadida rejalashtirgan vaqtlaridan oldinroq kelib sayohatlarini amalga oshiradilar. Shu tariqa, pik davrda juda qimmat bo'lgan sayohatlar pik bo'lmagan mavsumda kissabop bo'ladi, shu bilan birga pik mavsumdagi talab muvozanatlashtiriladi.

Mavsumiylik nuqtai-nazaridan turistik joylashtirish yoki faoliyatga aloqador har qanday moliyaviy tashabbus reklama qilinishi kerak. Mavsum bo'lmagan davrdagi targ'ibotdan xabardorlik qancha ko'p bo'lsa, ushbu mavsumda narx va reklamaning ta'siri ham shuncha kuchli bo'ladi. Narx va reklama dasturlari ularga aloqador yuqori darajadagi tushunarli axborot mavjud bo'lgan taqdirdagina ta'sirga ega bo'ladi. Yuqori mavsumda maktab va mehnat ta'tillari, an'ana va ob-havo turistlarning o'zlari mahsulot ta'minotchilari oldiga kelishlarini kafolatlaydi va marketing va reklama strategiyasining ahamiyati talabning qanchaligiga asoslanadi.

Demak, O'zbekistonda turistik mavsumni yumshatish uchun birinchi navbatda mavsumga bog'liq bo'lmagan yangi turdagi ommaviy tadbirlarni yo'lga qo'yish, mavjudlarini yanada takomillashtirish ichki va xalqaro turizmni rivojlantirishga yordam beradi.

ADABIYOTLAR:

1. Biljana Petrevska. Effects of tourism seasonality at local level. Scientific Annals of the "Alexandru Ioan Cuza" University of Iași, Economic Sciences, 62 (2). 2015. pp. 241-250.
2. Ibragimov N.S., Kurbanova M.X. Destination marketing approach of enhancing the competitiveness of Bukhara tourist destination. Научный журнал «Наука. Мысль: электронный периодический журнал» № 9. Россия. 2016. 105-109 с.
3. World travel and tourism council, Travel and tourism: economic impact 2017 Uzbekistan. P.15.

*Ҳалимова Г.С., катта ўқитувчи,
Сафоева С., талабаси*

Ўзбекистон Республикаси Бухоро шаҳри

ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ТАБИИЙ- ГЕОГРАФИК ШАРОИТНИНГ АҲАМИЯТИ

Дунёнинг кўпгина ривожланган давлатларида туризм иқтисодиётнинг энг ривожланган тармоқларидан бири ҳисобланади. Ҳатто айрим давлатлар ялпи даромад ининг ярмидан кўпи туризм соҳасига тўғри келади. Жаҳон сиёсий, иқтисодий майдонида тобора ўз ўрнини эгаллаб бораётган мамлакатимизда ҳам олиб борилаётган бир қанча ислохотлар замирида бу соҳага алоҳида эътибор берилаётганлигини сезиш қийин эмас. Жумладан, 1992 йилда ҳукуратимиз томонидан қабул қилинган “Ўзбек туризм миллий компанияси”ни ташкил этиш, 1995 йил “Буюк ипак йўлини тиклаш ва халқаро туризмни ривожлантиришда Ўзбекистон Республикасини фаол қатнашишини таъминлаш”, 1994 йил йилда қабул қилинган “Туризм тўғрисида”ги каби қатор қонун, қарор ва фармонлар фикримизнинг яққол исботидир. Бундан ташқари 2011 йилнинг 2-4 ноябрь кунлари “Буюк Ипак йўли бўйлаб туризм” мавзусида 17-халқаро туристик ярмарканинг ўтказилиши, Бухоро вилоятда эса бир неча йиллардан буён анъанавий тарзда “Ипак матолар ва зираворлар” фестивалининг ўтказилиши ўлкамиз табиий шароитининг туризмни ривожлантириш учун ҳар томонлама қулай эканлигини ва халқ ижтимоий ҳаётининг тарихий, маънавий жиҳатдан етук эканлигини намоён қилади [1].



“Ипак матолар ва зираворлар” фестивалидан фотолавлар.
26-28 май 2017 йил (С.Сафоева олган сурат)

“Ипак матолар ва зираворлар” фестивалининг Бухоро вилоятида ўтказилиши узоқ йиллик тарихга бориб тақалади. Биринчидан, Бухоро шаҳри

қадимги “Буюк ипак йўли” устида жойлашган. Иккинчидан, вилоятдаги мингдан ортиқ тарихий обидалар, осори атиқалар кўплаб дам олувчилар, сайёҳлар назарига тушиб, ҳатто ЮНЕСКО рўйхатида туради [2].

Фестивалга республиканинг барча вилоятларидан меҳмонлар, қолаверса, хорижий мамлакатлардан юзлаб сайёҳлар ташриф буюришади. Мазкур фестивал орқали ҳар бир ҳудуднинг ўзига хос урф-одатлари, анъаналари, маънавияти, маданияти ва аҳоли турмуш тарзини акс эттириш мумкин.

Фестивалдан олинган расмлардан шуни кўриш мумкинки, ҳар бир ҳудуднинг ўзига хос табиати шу жой аҳолисини табиат қонуниятларига мос кийинишга мажбур қилади. Шу каби тадбирлар ва унда иштирок этувчиларнинг ташқи кўриниши, кийиниши, ўзини тутишига қараб у яшаётган ҳудуднинг табиати ҳақида тасаввурга эга бўлиш мумкин.

Хулоса қилиб айтганда, Ўзбекистон табиати серқуёш ўлка, аҳолиси эса шунга ҳамоҳанг ҳолда меҳри дарё, тафти иссиқ инсонлардир. Келажакда миллий кадриятларимизни намоён қилувчи тадбирларни кўпайтириб, жаҳон сайёҳларини юртимизга жалб қилинса, мамлакат иқтисодиёти учун ҳам фойдадан холи бўлмайди, албатта. Биз географларнинг бу борадаги вазифамиз табиат қонуниятлари ва жамият ҳаётини ҳамоҳанг ташкил этиш учун таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқишдан иборатдир.

Адабиётлар:

1. Низомов А., Аманбаева З., Сафарова Н. Ўзбекистоннинг экотуристтик ресурслари ва йўналишлари. Монография. Тошкент, 2014. – Б. 102
2. Мирзаев М.А., Алиева И.Т. Туризм асослари. Т.: ТДИУ. 2007. – Б. 320.

Samadova S.A.

Buxoro davlat universiteti

ИПАК ЗИРАВОРЛАР МИЛЛИЙ ВА ЗАМОНАВИЙ АН’АНАЛАР ИН’ИКОСИ СИФАТИДА

“Халқимиз ма’навиятини юксалтиришда миллий урф-одатларимиз ва ularning zamirida mujassam bo`lgan mehr-oqibat, insonni ulug`lash, tinch-osoyishta hayot, do`stlik va totuvlikni qadrlash turli muammolarni birgalashib hal qilish kabi ibratli qadriyatlar tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda”,-deydi O`zbekistonning birinchi Prezidenti I.A.Karimov milliy an`analarimiz haqida [1;60]. Haqiqatan, urf-odat va milliy qadriyatlarimiz har qaysi zamon uchun jamiyatda katta rol o`ynagan. Shuningdek, Buxoroyi Sharif ham o`zining qadimiy qadriyatlariga ega. Ko`hna va navqiron Buxoro azal-azaldan boy ma`naviyati, madani-yati, ilmu-salohiyati, qadimiy hamda go`zal urf-odatlari bilan nafaqat boshqa Sharq xalqlari, balki G`arb ahlini ham hayratda qoldirgan. Moziydan ma`lumki, Buxoro Buyuk ipak yo`li chorrahasida joylashgan, qadimdan ilm-fan, hunarmandchilik, savdo-sotiq mavjud bo`lgan va davrlar tamaddunida taraqqiy etib borgan. Qadimdan Sharq o`zining sirliligi, jozibadorligi bilan ajralib turgan. Tarixiy manbalarda ham Sharq xalqlarining yuksak madaniyati, axloqi, ilm-fanga munosabati, ijtimoiy-iqtisodiy sharoiti xususida ko`pgina dalillar mavjud. Ayniqsa, Buyuk ipak yo`li orqali amalga oshirilgan madaniy aloqalar jarayonida milliy an`analarimiz aks etgan san`at asarlari, qo`lyozma

kitoblar, serjilo matolar g'arbliklar tomonidan e'tirof etilgan va asrlar davomida bunga ehtiyoj sezilgan. Chingizxon istilosidan keyin G'arb va Sharq aloqalari biroz sustlashgan bo'lsa-da, hamisha qiziqish va hurmat bilan munosabatda bo'lishgan. Buxoroi sharif G'arb-u Sharq o'rtasidagi aloqalarni mustahkamlashga munosib hissa qo'shgan shaharlardan biri sanalgan. Buxoro Vohasi hunarmandlari yaratgan gilamlar, ipak matolar, zargarlik, zardo'zlik buyumlari juda xaridorgir bo'lgan, xalqaro bozorda qadrlangan.

Asrlar o'tsa hamki, Sharqning o'ziga xos milliy urf-odat, an'analari, tarixiy va qadimiy me'moriy obidalari jahon xalqlari e'tiboridan tushmagan. XXI asrdek shiddatli, globallashuv jarayonlari kechib turgan shunday murakkab ijtimoiy sharoitda o'z qadimiy tariximiz hamda milliyligimizni aks ettiruvchi ma'naviy va moddiy merosimiz hamon qadrlanadi, nishonlanadi, e'tirof etiladi. Asrlar tegirmoni-yu zamonlar talato'pidan omon kelayotgan ko'zni qamashtiruvchi jozibador va serjilo atlas-u adrasimiz eskirmaydi, G'arbliklarni hamon hayratda qoldiradi. Shu sabab G'arb-u Sharq aloqalarini yanada mustahkamlash, rivojlantirish maqsadida mamlakatimizning turli viloyatlarida milliyligimizni aks ettiruvchi festivallar o'tkazish an'anaga aylanmoqdaki, bu quvonarli hol. Xususan, har yili o'tkaziladigan "Ipak va ziravorlar" festivalining Buxoroi sharifda bolib o'tishi iftixor tuyg'usini uyg'otadi. Xalqimizning boy ma'naviy merosi, urf-odati, an'analari, milliy hunarmandchiligi, tasviriy va amaliy san'atini rivojlantirish, ularni xorijiy mamlakatlarga keng targ'ib qilishga ko'maklashish, Buxoroning turizm taraqqiyotini namoyon etish maqsadida o'tkazib kelinayotgan "Ipak va ziravorlar" milliy-an'anaviy festivali jahon xalqlari orasida yurtimiz mavqeyining oshishida muhim ahamiyat kasb etmoqda. Sharif shaharda bo'lib o'tadigan ushbu tantanada har yil mamlakatimizning barcha viloyatlaridan kelgan hunarmandlar o'z mahsulotlarini namoyish etishadi. Go'zallikka boy, turfa ranglarda jilolanuvchi atlas-u adraslar, milliylikimiz aks etgan shoyi, ipak ro'mollar, shifobaxsh, ming dardga da'vo taomlarimizga betakror ta'm beruvchi turfa ziravorlar nafaqat hamyurtlarimiz, balki xorij sayyohlari tomonidan yuksak ehtirom bilan qarshilanadi. Ushbu tantana mamlakatimizning turizm sohasidagi istiqbollarini ham namoyon etadiki, festivalda sayyohlardan tashqari turistik tashkilotlar, diplomatik va xalqaro tashkilotlar vakillarining ham ishtirok etishlari fikrimizga yorqin dalildir. "Ipak va ziravorlar" festivali ham milliy hunarmandchilikni rivojlantirish va targ'ib qilish, hunarmandlararo aloqani kengaytirish va mustahkamlash, turizmni taraqqiy ettirishga qaratilgani bilan juda ahamiyatlidir.

Yuqorida ta'kidlab o'tkanimizdek, Buxoro shahridan qadimdan turli mamlakatlarning karvonlari o'tgan, savdo-sotiq aloqalarida faol ishtirok etgan. Aynan mana shu tarixiy voqelikni akslantiruvchi ushbu festival har yili yuqori saviyada, bayramona ruhda o'tkaziladi. Festival an'anaviy "Mo'jizalar karvoni" nomli teatrlashgan tomosha bilan boshlanadi. Ko'hna Ark qadimiy obidasidan Labihovuz majmuasi bo'ylab karvonlar yo'l oladi. Bunday tadbirlar festivalning qiziqarli o'tishini ta'minlabgina qolmay, sayyohlar e'tiborini ham tortadi va XXI asr zamonaviy sharoitida tarixiylik va milliylik ruhini bag'ishlaydi. Festivalning ochilish marosimida xorijiy mamlakatlarning O'zbekistondagi diplomatik korpusi a'zolari Jahon sayyohlik tashkiloti vakillari ishtirok etishi tan-tananing nechog'lik ahamiyatli

ekanligini namoyon etadi. Yurtimiz viloyatlaridan tashrif buyurgan san'atkorlar, qiziqchilar milliy qo'shiqlarimizni kuylab askiya-payrovlar, sahnalar tashkil etib sayyohlarni yanada jalb etadilar. Milliy raqslar ijrosi ham tantanaga o'zgacha ruh va tarovat baxsh etadi. E'tiborli jihati shundaki, yildan yilga "Ipak va ziravorlar" festivalining mavqei yuksalmoqda. Boisi, nafaqat vatan-dosh hunarmandlar, balki xorijiy mamlakatlardan ham hunarmandlar o'z mahsu-lotlarining ko'rgazmasini tashkil etishadi, ipak mahsulotlari, ziravorlar, giyohlardan tayyorlangan shifobaxsh dori-darmonlar ko'rgazmasi o'tkaziladi.

Bundan tashqari, o'tgan yili amaliy va tasviriy san'atni rivojlantirish maqsadida Buxoro rassomlik, zargarlik, zardo'zlik, mis-kandakorlik, temirchilik, gilamchilik maktablari, G'ijduvon kulolchilik maktablari ustalarining mahorat darslari tashkil etilgan edi. Bu ham avloddan avlodga o'tib kelayotgan milliy hunarmandchiligimizning muqaddas qadriyat sifatidagi ahamiyatini ko'rsatadi. "Ipak va ziravorlar" festivali tarix va zamonaviy davrni uyg'unlashtiruvchi hamda tutashtiruvchi, ko'hna zaminizning qadriyat-u-an'alarini gavdalantiruvchi yirik xalqaro ijtimoiy bayram hisoblanadi. Zamonaviy, mustahkam rastalararo jilolanib turuvchi milliy matolar-u liboslar, milliy taomlar, san'atkorlarning milliy raqs-u ashulalar ijrosi, folklor namunalari asosida namoyish etiluvchi sahnalar har bir sayyoh qalbida bir umrlik cheksiz ta'surot qoldira oladi. Yuksak badiiy san'at namunalari, mahsulotlarning bejirimligi mamlakatimiz ustalarining beqiyos mahoratidan darak beradi. Ommaviy axborot vositalari orqali sayyohlarning festival ta'surotlariga guvoh bo'lganmiz. Quvonarlisi, har bir xorijlik mehmonlarning ko'tarinki kayfiyati, hayrat to'la qalb bilan ipak shoyi matolardan tortib, palovimizga nisbatan bildirgan iliq fikrlari bizni shodlantiradi. Ushbu tantana milliy qadriyatlarimiz singdirilgan zamonaviy festival sifatida xalqimizning tarixi, boy madaniy merosini dunyoga taratadi, turli millat vakillarini birlashtiradi, osoyishta zaminimiz, musaffo osmonimizda yashovchi xalqimizning mehmondo'stligi, vatanparvarligini namoyon etadi.

Qadimiy an'analarning zamonaviy ruhda aks etishi, milliy sport o'yinlari, polvonlarning kurashlari, xalq o'yinlari, oshpazlar ko'rik-tanlovi, barcha barchasi yurtdoshlarimiz va xorijlik sayyohlar yuragida olam-olam quvonch, hayrat, ta'surot baxsh etadi. Joriy yilning 25–27 may kunlari rejalashtirilayotgan navbatdagi "Ipak va ziravorlar" festivaliga ham yuksak darajada tayyorgarlik ko'rilmoqda. Har yilgidan yanada tantanavor bo'lishi kutilayotgan tadbirimizga xorijlik mehmonlarimizning aynan festival uchun tashrif buyurishlari har bir o'zbek vakili qalbiga faxr bag'ishlaydi, mana shunday milliyligimiz aks etgan, muqaddas qadriyatlarimiz qadrlanadigan tantanalar o'tkazilar ekan, o'zbek degan nomni butun dunyo taniydi va tan oladi.

ADABIYOTLAR

1. Karimov.I.A. Yuksak ma'naviyat-yengilmas kuch. T., "Ma'naviyat". 2008
2. Фахреддинова Д. Ювелирное искусство Узбекистана. Ташкент, 1985
3. Великий шелковый путь. Узбекистан. Каталог выставки. Штутгарт, 2000
4. www.tourism.uz
5. www.ziyo.uz

TURISTIK MAVSUMIYLIKNI YUMSHATISHDA OMMAVIY TADBIRLARNING ROLI

Turistik faoliyat jahon iqtisodiyoti tarmoqlari orasida jadal sur'atlarda rivojlanayotgan sohalardan biridir. Undan keladigan foyda esa turistik destinatsiyalarning siyosiy, ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, innovatsion darajada rivojlanishiga o'z hissasini qo'shmoqda. Turistik tarmoqning barqaror rivojlanib kelishiga qaramay, unda ma'lum bir chegaralanishlar yoki boshqacha aytganda, faoliyatda to'xtashlar kuzatiladi, bu albatta mavsumiylik muammosi bo'lib hisoblanadi. Mavsumni yil davomida bir tekis taqsimlashning eng maqbul yo'li esa ommaviy tarzda uyushtiriladigan tadbirlar bo'lib hisoblanadi.

Mavsumiylik mamlakatga tashrif buyuruvchilar oqimi, ularning sarf-xarajatlari, turistik diqqatga sazovor joylarning gavjumligi va boshqa xususiyatlar bilan belgilanadi [1]. Eng yuqori va yuqori mavsumlarda turistik markazlarning to'lish koeffitsienti haddan tashqari oshib ketib, narxlar ko'tariladi, bronlashtirish xizmatlari bir necha oy, hatto yil oldin ko'rsatiladi. Bu bosqich xalqaro miqyosda asosan, yozgi va qishki mavsumlarga to'g'ri kelib, ta'til va bayramlar (maktab/universitet yoki aholi/diniy), bo'sh vaqtning mavjudligi, sport musobaqalari uyushtirilishi tufayli biron hafta yoki oy davom etadi. Quyi mavsumda esa, aksincha, tashrif buyuruvchilar soni kamayib, turistik xizmatlar va mehmonxona xizmatlarining narxlari pasayib ketadi. Bunday davrda marketing tadbirlarini qo'llash, narxni pasaytirish, chegirmalar berish, yangi turpaketlar yaratib, turli tadbir va festivallar uyushtirish qo'l keladi.

Mavsumiylikka siyosat, marketing, boshqaruv darajasida "hal qilinishi lozim" bo'lgan "muammo" sifatida qaraladi. Barcha davlat va xususiy sektor vakillari mavsumiylik yuzaga keltiradigan muammolarni yengib o'tish uchun turizmga ko'p miqdorda sarmoya sarflaydilar. Ikkala sektor orasida ham quyi va yuqori mavsumlarda talabni rag'batlantirish uchun qo'shimcha qiymat, mahsulotni o'zgartirish, narx siyosatini yurgizish kabi marketing strategiyalari ko'p qo'llaniladi. Bunday strategiyalar ahamiyatli darajada muvaffaqiyat keltirgan, ayniqsa, kompaniyalar tomonidan butunlay yangi bozorlar egallagan.

Mavsumiylikka turizm sanoatining asosiy muammosi sifatida qaralib, u yuzaga keltiradigan moliyaviy, ijtimoiy, iqtisodiy muammolarni yechish uchun sa'y-harakatlar qilinmoqda. Shunga qaramay, mavsumiylik turli yo'nalishlarda saqlanib qolgan, uni vujudga keltiruvchi omillar to'laqonli aniqlanmaganligi uchun uni bartaraf qilish hanuzgacha korxonalar oldida turgan yechilishi kerak bo'lgan asosiy muammo bo'lib qolmoqda. Ushbu turdagi tizimli o'zgarishlar yil, chorak, oy yoki bir kun ichida ham sodir bo'lishi mumkin. Ularning har biri turizm rivojiga ijobiy yoki salbiy ta'sir qilishi mumkin.

Hududni mavsumiylik xususiyatidan xoli qilishning bir necha yondashuvlari talqin qilingan. Bular quyidagilarni qamrab oladi: asosiy mavsumni uzaytirishga harakat qilish, qo'shimcha mavsumlar yaratish, bozorni diversifikatsiya qilish, turli narx va soliq siyosatini o'tkazish, turli bayramlarni tashkillashtirish, mavsum yo'q

davrda ichki turizmni rag'batlantirish, mavsumga aloqador bo'lmagan festival hamda konferensiyalar uyushtirish.

Turizmda mavsumiylik muammosini bartaraf etishda asosan ikki narsaga e'tibor qaratmoq lozim. Bular, mavjud turistik mavsumni uzaytirish yoki turistik faoliyatning yangi mavsumini yaratish. Ushbu yechimlar quyidagi uch strategiyaga asoslanadi [2].

Mavsumiylikni yumshatish uchun *birinchi strategiya* barcha ob-havo sharoitlarida qulaylikni yaratish va turli tadbir hamda festivallar tashkil etish orqali mahsulotni o'zgartirishni nazarda tutadi.

Ikkinchi strategiya - bu shahar turizmi, mansabdor fuqarolar, madaniy turizm, alternativ turizm, konferensiya delegatlari, insentiv sayohatchilar, boshqa qiziqarli turizm turlarini, shuningdek, quyi mavsumda ichki turizmni rivojlantirish bilan yangi bozor segmentlarini jalb qilish orqali xaridorni o'zgartirish g'oyasiga asoslanadi.

Mavsum bo'lmagan davrda sayyohlarni jalb qilishning *uchinchi strategiyasi* agressiv narx siyosati olib borish orqali amalga oshiriladi.

Mavsumiylik muammosini turli davlatlar turlicha bartaraf qilishadi. Ushbu metodlardan biri ta'tilni ikki qismga bo'luvchi g'arbona tizim hisoblanib, uning yordamida mehmonxona yuklanishlari yil mobaynida tekis taqsimlanishiga erishiladi. Bu bolalar ta'tiliga ham tegishli bo'lib, misol uchun, Buyuk Britaniyada uch oylik maktab ta'tillari emas, balki, mavsumiy ta'tillar beriladi.

Yo'nalishlardan yana biri – bu mavsumiy tebranishlarga uchramaydigan turmahsulotning yangi turlarini ishlab chiqish va siljitish. Bu, eng avvalo, MICE turizmini rivojlantirish, shuningdek, maqsadli guruhlar uchun ijtimoiy: nafaqaxo'rlar uchun madaniy bilish turizmi, yoshlarga mo'ljallangan ta'lim turizmini rivojlantirish sanaladi. Kongress va tadbir turizmining rivojlanishi ham turli turistik hududlardagi mavsumni barqarorlashtirishga imkon beradi. Bunday hududlar soni kun sayin ko'payib bormoqda. Quyidagi talablarga javob beradigan shaharlar kongress turizm markazlariga aylanmoqda: qulay geografik joylashuv, transportdan foydalanish qulayligi, yuqori sifatli mehmondo'stlik sanoati, uchrashuvlar uchun zarur inshootlarning mavjudligi, inson faoliyatining ma'lum bir turi (ilm-fan, madaniyat, biznes va boshqa)da yetakchilik yoki ahamiyatga moliklik, me'moriy jozibadorlik, shaharda yoki shahar yaqinida ekskursiya obyektlarining mavjudligi. Odatda, bunday talablarga yirik shaharlar (poytaxtlar) javob berib, shu sababli ular asosiy kongresslarni tashkil qilish markazlariga aylangan.

Tadbir turizmi boshqa turizm turlariga qaraganda yangi va juda qiziqarli bo'lib sanaladi. Sayohatning asosiy maqsadi qaysidir bir tadbirga yo'naltirilgan bo'ladi. Bugungi kunda, an'anaviy hordiq chiqarish va turli noodatiy tadbirlarda qatnashishni o'z ichiga qamrab olgan unikal turlar mashhurlikka erishmoqda. Tadbir turizmining asosiy xususiyati – takrorlanmas yorqin daqiqalar. Bu turizmning istiqbolli va faol o'sayotgan turi sanaladi. Tadbir turizmining maqsadli auditoriyasi – o'rtachadan yuqori daromadga ega bo'lgan sayyohlar, shuningdek, bir necha guruhlardan iborat bo'lgan juftliklar. Tadbir turizmining bir necha mavzuli turlarini ajratish mumkin: milliy festival va bayramlar, teatrlashtirilgan shoular, kino va teatr festivallari, gastronomik festivallar, moda namoyishlari, auksionlar, musiqa festivallari, sport tadbirlari. Tadbirlar an'anaviy yoki sun'iy yaratilgan bo'lib, asosiy yoki "o'lik"

mavsumda sayyohlarni jalb qilishga yo'naltiriladi, bunga asosiy mavsum - avgust oyida o'tkaziladigan Edinburg musiqa festivalini, ikkinchisiga esa o'zgacha "mini-mavsum"ni yaratgan Munichda o'tkaziladigan Oktoberfest festivalini misol qilib keltirsa bo'ladi.

O'zbekistonda turistik sohaning jadal rivojlanishiga, mamlakat imidjining shakllanishi va jahon bozorida tanilishiga o'z hissasini qo'shayotgan respublikada doimiy ravishda o'tkazib kelinayotgan yirik masshtabli turistik tadbirlar ham ahamiyatlidir. Jumladan, "Dam olish dunyosi" xalqaro turizm yarmarkasi, "Ipak va ziravorlar" festivali, "Sharq Taronalari" xalqaro festivali shulardan hisoblanadi. Bulardan biri yillik miqyosda o'tkaziladigan "Ipak yo'lida turizm" Toshkent Xalqaro Turistik Yarmarkasi sanaladi.

Mamlakatimizning turizm sanoatida turistik mavsum hal qilinishi lozim bo'lgan asosiy muammo sanaladi, sababi turistik xizmat ko'rsatuvchi korxonalar va tashkilotlar yil bo'yi bir maromda faoliyat ko'rsata olmaydi. Buning eng asosiy omillaridan biri noqulay ob-havo sharoiti bo'lsa, ikkinchisi bunday sharoitga mos taklifning mavjud emasligidir. Natijada ushbu mavsumiy tebranishlar sohada mehnat bilan band aholining mavsumiy ish bilan bandligi, turistik korxonalar doimiy xarajatlarining qoplanmasligi, infratuzilma, turistik xizmat ko'rsatuvchi obyektlarning bir xilda saqlanmasligi, attraksionlar to'lish koeffitsienti pastligi kabi muammolarni keltirib chiqaradi. Umuman olganda qisqa mavsumni uzaytirish maqsadida har bir hudud o'zida mavjud bo'lgan turistik resurslardan, u madaniy meros obyekti bo'ladimi, yer osti va yer usti boyliklari bo'ladimi, landshafti, sanoati bo'ladimi, barchasidan unumli ravishda foydalanishi kerak.

Xulosa qilib aytganda, konferensiya, uchrashuv va marosimlar, ommaviy tarzda har bir faslga moslab o'tkaziladigan, har yili ma'lum bir maqsadda uyushtiriladigan ommaviy tadbirlar O'zbekistonning qaysi hududida o'tkazilishidan qat'iy nazar sayohatchilar oqimi oshishiga ko'maklashadi.

ADABIYOTLAR:

1. Butler R. W. Seasonality in Tourism: Issues and Implications. In: *Seasonality and Tourism*. Lundtorp S., Baum T. (Eds.). Oxford, Elsevier: 2001. pp. 5–21.
2. Jin Young Chung e-Review of Tourism Research (e-RTR), Vol. 7, No. 5. 2009. pp. 84.

*Болтаева З.А.,
Бухоро. Ўзбекистон*

МУҲОФАЗА ЭТИЛАДИГАН ТАБИЙ ХУДУДЛАРНИНГ ЭКОТУРИСТИК САЛОҲИЯТИ

Ўзбекистон Республикасининг «Муҳофаза этиладиган табиий ҳудудлар тўғриси»да (2004) ва унга ўзгартириш ва қўшимчалар киритиш тўғрисидаги (2014) қонунлари, муҳофаза этиладиган табиий ҳудудларда экотуризмни ривожлантиришга қўйилadиган талабларни белгилаб беради. Шу қонунга биноан муҳофаза этиладиган табиий ҳудудларнинг турли категорияларида уларни ташкил этиш, муҳофаза қилиш ва фойдаланиш соҳасида давлат бошқарувини ҳукумат, жойларда давлат ҳокимияти органлари ҳамда махсус тайинланган давлат органлари амалга оширадilar.

Муҳофаза этиладиган табиий ҳудудлар классификациясида халқаро тажрибалар ҳисобга олинган бўлиб, улар иқтисодий ва экологик манфаатлар бирлигини таъминлашга йўналтирилган қўриқланадиган ҳудудларнинг ҳажмлари ягона экологик тизимини яратишга имкон беради. Муҳофаза этиладиган табиий ҳудудларнинг айрим категорияларини қисман ўзини-ўзи молиявий маблағ билан таъминлаш экологик туризм, рекреацияни ташкил этиш, табиат ресурсларидан фойдаланишга рухсатнома беришдан тушган фойда ҳисобига оширилади. 1-жадвалда муҳофаза этиладиган табиий ҳудудлар категория ва турлари, улардан экотуризмда фойдаланиш, бошқарув органлари берилган.

1-жадвал

№	Муҳофаза этиладиган табиий ҳудудлар категориялари	Сони	Майдони км ²	Муҳофаза этиладиган табиий ҳудудлар тизимидаги улуши, %	Экотуризмда фойдаланиш -,+, ++	Бошқарув органлари
1	Давлат қўриқхоналари	8	2024,5	8,7	+	1)Тошкент вилояти ҳокимияти 2) ТМҚДҚ 3)Геология давлат қўмитаси
2	Давлат миллий боғлари	2	5987	25,7	++	1)Тошкент вилояти ҳокимияти 2)ҚСХВ ўрмон хўжалиги бош бошқармаси
3	Табиий питомниклар	3	73,2	0,3	+	ТМҚДҚ
4	Давлат буюрмахоналари	10	15092,5	64,8	+	ТМҚДҚ
5	Табиат ёдгорликлари	5	37,5	0,2	++	Бухоро, Наманган, Фарғона, Хоразм вилоятлари ҳокимиятлари
6	Давлат биосфера резерватлари		64,6	0,3	++	ТМҚДҚ
	6 та категория бўйича жами	28	23279,4	100	-	

Мамлакатимизда муҳофаза этиладиган табиий ҳудудларнинг 6 категорияси мавжуд бўлиб, уларнинг умумий сони 28 тани ташкил этади. Муҳофаза этиладиган табиий ҳудудларнинг умумий майдони 23279,4 км² бўлиб улар мамлакатимиз ҳудудининг 5 %дан кўпроғини эгаллайди. Муҳофаза этиладиган табиий ҳудудлар майдонининг асосий қисмини (99,2 %), яъни 64,8 % давлат буюртмаҳоналари, 25,7 %ни миллий боғлар, 8,7 %ни давлат кўриқхоналари эгаллайди. Улардан экотуризмда фойдаланиш бўйича миллий боғлар, биосфера резерватлар етакчилик қилади. Бу ерда шуни алоҳида таъкидлаш керакки, ҳозир мамлакатимизда атиги 2 та миллий боғ:Зомин миллий боғи (241,1км²) Жиззах вилоятида 1976 йил ташкил этилган; Угом-Чотқол (5745,9км²) Тошкент вилоятида 1990 йил ташкил этилган ҳамда битта биосфера резервати (Қуйи Амударё (64,6км²), 2012 йил ташкил этилган, Қорақалпоғистон Республикасида) мавжуд. Халқаро амалиётда кўп мамлакатларда айнан шу категориялар муҳофаза этиладиган табиий ҳудудларда сони ва майдони бўйича етакчи ўринни эгаллайди ва улардан экотуризмни ривожлантиришда кенг фойдаланилади. Шуларни ҳисобга олиб, мамлакатимизда истиқболда барча минтақаларда янги миллий боғ ва биосфера резерватларини ташкил этиш зарур, деб ҳисоблаймиз.

Муҳофаза этиладиган табиий ҳудудларни вилоят ҳокимиятлари, Табиатни муҳофаза қилиш давлат кўмитаси, Қишлоқ ва сув хўжалиги вазирлигининг бош бошқармаси, Геология давлат кўмитаси бошқаради. Мазкур бошқарув органлари бошқарувни кўпинча бир-бирлари билан мувофиқлаштирмасдан мустақил амалга оширадilar. Бундай вазият муҳофаза этиладиган табиий ҳудудлардан экотуризм йўналишида фойдаланишга ҳам катта тўсиқ ҳисобланади. Ваҳоланки, биохилма-хилликни сақлаш Миллий стратегиясига (1998) кўра бошқарув органи битта бўлиши тавсия этилган. «Муҳофаза этиладиган табиий ҳудудлар тўғрисида» (2004) Ўзбекистон Республикаси қонунида муҳофаза этиладиган табиий ҳудудларни бошқаришни ҳукумат белгилаши кўрсатилган. Биз мавжуд бошқарув таркибини ўзгартириш лозим, деб ҳисоблаймиз.

Муҳофаза этиладиган табиий ҳудудларнинг экотуристлик салоҳиятидан самарали фойдаланиш муаммоларини ҳал этиш ва бу борадаги мавжуд камчиликларни бартараф этиш мақсадида қуйидаги тадбирларни амалга ошириш мақсадга мувофиқ: 1) экотуризмни ривожлантиришнинг асосий объектлари ҳисобланган миллий боғлар ва биосфера резерватлари тизимини кенгайтириш ва уларни барча вилоятларда ва Қорақалпоғистон Республикасида ташкил этиш; 2) муҳофаза этиладиган табиий ҳудудлар тизими ва «Ўзбектуризм» МК ўртасида экотуризм тадбирларини амалга ошириш ишларини тегишли ихтисослашган экотуризм марказлари ва бўлимларини ташкил этиш асосида ўзаро мувофиқлаштириш; 3) республикада ягона экотуристлик маконини тўла қамраб оладиган экотуризмни ривожлантириш бўйича мақсадли давлат дастурларини ишлаб чиқиш ва бу борада кўплаб истиқболли лойиҳаларни амалга ошириш.

Экотуризм маҳаллий иқтисодиётга даромад келтириши ва табиатни муҳофаза қилишга доир тадбирларга кўмаклашиши лозим. Бироқ экотуризм

ёмон бошқарилса, атроф-муҳитга салбий таъсир кўрсатиши ҳеч гап эмас. Шунинг учун туристларнинг эҳтиёжларини қондира оладиган ва табиатни муҳофаза қилишга фаол молиявий улуш қўшадиган барқарор экотуризм шаклини ривожлантириш лозим.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Дроздов А.В. Основы экологическая туризма. М.; 2005
2. Ўзбекистон Республикасининг қонуни. “Муҳофаза этиладиган табиий ҳудудлар тўғрисида” (2004). Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг Ахборотномаси. 2005 йил №1.
3. Ўзбекистон Республикасида атроф-муҳит ҳолати ва табиий ресурслардан фойдаланиш тўғрисида Миллий маъруза. (1988-2007 йиллар бўйича ретроспектив таҳлил). Тошкент 2008.

Ҳамроев Ҳ.Р., доцент,

Бухоро давлат университети

ТУРИЗМДА МАВСУМИЙЛИК ВА БУХОРО ВИЛОЯТИДА УНИ ЮМШАТИШ ЙЎЛЛАРИ

Ҳозирги замон иқтисодиётида туризм ашаддий рақобат майдонига айланган соҳалардан бири ҳисобланади. Планетада Ўзбекистондек гўзал табиатга эга, тарихий обидаларга эга юртлар анчагина, шунинг учун чет элдан туристларни кўплаб миқдорда жалб қилиш осон эмас, туристлар оқимини ошириш учун қилинадиган ишлардан бири туристлар оқимидаги мавсумийликни юмшатиш катта роль ўйнайди. Ҳозирги пайтда ашаддий рақобат шароитида ҳар бир тадбиркор ўз кучига таяниб ўз ишини йил давомида бир маромда бўлишига интилиши керак. Шу билан бирга ҳар бир тадбиркор мавсумий характерда бўлган талабдан фойдаланиб қолиши зарур, уни юмшатишга ҳаракат қилиши керак.

Мавсумийлик деганда талабнинг маълум вақт давомида кескин ўзгариб туриши тушунилади. Маълум вақтда ўзгаришга эса кўпроқ йил давомида (қиш, ёз, куз, баҳор фасллари давомида) турли хил сабаблар туфайли ўзгариб туриши тушунилади. Шу билан бирга мавсумийлик ҳамма вақт ҳам йилнинг мавсумлари билан боғлиқ эмас. Туристлик мавсумийлик илк мартаба 1975 йилда америкалик олим Бароннинг тадқиқотларида тилга олинган бўлиб, ҳозиргача бу тушунчани мукамал тушуниб, унга аниқлик киритиб, мавсумни барқарорлаштириш мақсадида турли изланиш олиб борилиб, чора-тадбирлар амалга оширилмоқда. Статистика тили билан гапирганда мавсумийлик камида уч йил давомида ритмик равишда такрорланса ва сотув(харид)ларнинг энг юқори чўққиси билан энг пастга тушиши ўртасидаги фарқ камида 30-40 фоизни ташкил қилиши керак. Бир ой давомида бўладиган 10-20 фоизли тебранишлар тадбиркор фаолиятига кучли таъсир қилмайди ва тадбиркор бу тебранишга мослашиб олади ёки тезда кўникиб кетади. Лекин тадбиркор ўз ишини режалаштиришда бундай тебранишларни ҳисобга олгани мақсадга мувофиқдир.

Сайёҳлар оқимининг йил бўйи бир хил маромда кечмаслигининг сабабларидан бири дестинацияда кузатиладиган мавсум бўлиб, туристик ташрифлар сонининг ўзгарувчанлиги *мавсумий тебранишлар* деб аталади. Мавсумий тебранишлар бирламчи (табiiй) ва иккиламчи (сунъий ёки антропоген) омиллар туфайли юзага келади [3]. *Табиий омилларга:*

- об-ҳавонинг ўзгариши (қор кўп ёғиши натижасида йўлларнинг ёпилиши, ёмғир сувлари, қирғоқларни ювиб кетиши);

- худуднинг жуғрофий жойлашган жойи (соҳил яқинида, тоғли худудда, шаҳарда, шаҳар четида);

- иқлим ўзгариши (дестинациянинг кундузги ёруғлиги давомийлиги, ҳаво ҳарорати) ташкил этади.

Сунъий ёки бевосита инсон таъсири билан бўладиган омилларга – маданият, диний, ижтимоий ҳаётдаги ўзгаришлар, шунингдек, давлат сиёсати киритилади. Туристлик мавсумининг антропоген омилли табиий омилдан туристик мавсумининг содир бўлиш вақти аниқлиги билан фарланади [2].

Иккиламчи омилларга куйидагилар киритилади:

- ❖ Иқтисодий - маҳсулот ва хизматларнинг истеъмоли шакли ҳамда таклиф асосида талабнинг тўлов қобилиятини шакллантириш;

- ❖ Демографик - ёш таркиби ва бошқа хусусиятларни ҳисобга олган ҳолда дифференциацияланган талаб;

- ❖ Психологик - урф-одатлар, мода, тақлид;

- ❖ Моддий-техник - жойлаштириш, овқатлантириш, транспорт, маданий-соғломлаштириш хизматларининг ривожланиши;

- ❖ Технологик - юқори сифатли хизматларни таклиф етишда комплекс ёндашув;

- ❖ Сиёсий шароит ва халқаро муҳит.

Мавсумийлик цикли деб одатда бир йилни олишади, аммо талабнинг кўтарилиши ва пасайиши бир ҳафта ёки бир ой ичида ичида ҳам ўзгариб туради, ҳатто бир кун ичида ҳам талаб катта амплитудада ўзгариб туриши мумкин. Бироқ, уларни тadbиркор ўзгартиришга ҳаракат қилмайди, ва аксинча у тебранишларга мослашишга ҳаракат қилади, ўз ишини режалаштиришда инобатга олади. Йиллик мавсумийликни эса ўзгартишга, иш фаолиятини бир ритмда боришига ҳаракат қилади. Мавсумийликни икки турини ажратиш мумкин: 1. Ишлаб чиқаришнинг мавсумийлиги ва 2. Истеъмолнинг мавсумийлиги. Иккаласи ҳам сотувни камайишига олиб келади. Аммо ишлаб чиқаришнинг мавсумийлигини истеъмол мавсумийлигига нисбатан ўзгартириш қийинроқ ҳисобланади. Туризмда ишлаб чиқаришнинг мавсумийлиги об-ҳаво ўзгариши, иқлимнинг ўзгариши билан боғлиқ бўлса, туристик истеъмолнинг мавсумийлигига иқлимдан ташқари бошқа омиллар ҳам таъсир қилади. Бутун Европага келадиган туристларнинг ярми ёз ойларига келишади.

Кўп сабабларга кўра туризм ўрнини босувчи тармоқ бўлиши номақбул ҳолат ҳисобланади. **Биринчидан** ўз моҳияти бўйича туризм-мавсумий характерга эга. Баъзида эҳтиёждаги мавсумийлик тебранишларни пасайтириш мумкин, лекин улардан тўлиқ қочиб қутулиб бўлмайди. Шунинг учун агар туризм – минтақадаги асосий тармоқ бўлса, унда мавсумнинг пастлиги

бандликни жиддий муаммоларини келтириб чиқаради. **Иккинчидан**, туризм ва экскурсияга эҳтиёж аксарият туристлар даромади ва хоҳишига боғлиқ бўлади. Иккала мазкур омил ҳам қабул қилувчи минтақа назоратидан ташқарида бўлади. Бошқача сўз билан айтганда, минтақанинг ягона туризм индустрия секторига тўла боғлиқ бўлиб қолиши тўғри ҳолат ҳисобланмайди. Бунинг устига туризм маълум ижтимоий харажатларни ва қабул қилувчи минтақа ва унинг аҳолиси зиммасига тушувчи атроф муҳитни қўллаб-қувватлашга қўшимча сарф-харажатларни келтириб чиқаради. Туризмни шиддатли ривожланиши ва унга тўла боғлиқлик қуйидаги таърифни келтириб чиқаради: агар кейинги ривожланишни тўхтатиб қўйса, бу иқтисодий турғунлик хавфини олиб келади; агар туризмни келажакда ривожлантиришни чеклаб қўймаса, унда табиий ва маданий ресурслардан ҳаддан зиёд фойдаланганлик натижасида камайиб қолади, яроқсиз ҳолга келади ва кадрсизланади. Бундай ҳолатларда қоидага кўра қарорлар қабул қилиш жуда мураккабдир.

Баъзида ривожланаётган мамлакатлар туризмга жуда оптимистик тарзда ёндашишади. Туризмни ривожлантиришга йўналтириган фаол инвестицион дастурларни ҳаётга тадбиқ этишади. Маълум вазиятларда бундай ёндашув мамлакатни янада аҳамиятли инвестицияларга бўлган эҳтиёжини инкор этади. Масалан, туризмга сарфланган пул маблағлари таълим, соғлиқни сақлаш ва бошқа ижтимоий эҳтиёжларга сарфланиши мумкин эди. Баъзан туризм минтақада инфляция даражасини ўсишига сабабчи ҳам булиши мумкин. Туристлар бошқа ҳудуд ёки бошқа мамлакатда ишлаб топилган ўз маблағларини мазкур туристик минтақа иқтисодиётига қўядилар.

Бу ўз навбатида минтақа даромадларини оширса ҳам (юқорида қайд қилинганидек) шу билан бирга инфляцион босимни ошишига сабаб бўлиши мумкин. Қоидага кўра, туристик минтақаларда, айниқса ерга нархлар жуда тез ўсади. Туристлик минтақада меҳнат таътили вақтида чет элдан келган туристлар яшашлари учун юқори нархларни тўлаши маҳаллий аҳолининг турар жойга бўлган талаби бирдан тушиб кетиши мумкин. Маҳаллий фуқаро (нисбатан катта бўлмаган даромадга эга бўлгани учун) туристик индустрия тараққий этган ҳудудлар турар жой бозоридан сиқиб чиқарилиши мумкин.

Шу тарзда туризм иқтисодий тараққиёт инструменти сифатида каттагина салоҳиятга эга бўлса ҳам, лекин барча иқтисодий камчиликлардан холи эмас ва барча даражада даъво бўлиб ҳисобланмайди. Ҳукумат шуларни ҳисобга олиб, туризмдан келатган фойдани оптималлаштириш учун барча сай-ҳаракатларни амалга ошириши зарур. Шунинг қайд қилиш керакки, ривожланаётган давлатлар учун бу камчиликларни ҳал қилиш иқтисодиёти ривожланган давлатларга қараганда анча қийин кечади, чунки ривожланган давлатлар туризм харажатларини барчасини осонлик билан қоплаш имкониятига эга бўлган соғлом иқтисодиётга эга.

Туристлик бозорнинг амал қилиши ва у билан боғлиқ бўлган туристик индустрия корхоналарига яққол акс эттирилган мавсумийлик омиллари таъсир қилади. Туристлик бозорнинг амал қилишига мавсумийликнинг бирламчи омиллари табиий – иқлим шароитлари ҳисобланади. Халқаро туризмда мавсумийлик умумий тенденция ҳисобланади ва шу билан бирга жуда оғир

муаммо ҳам ҳисобланади. Иқлимий омиллар шу билан характерлики, дам олиш ва туризм учун қулай иқлим дунёнинг турли регионларида турличадир. Шунинг учун кишилар иқлими энг қулай ойда таътил олишга ҳаракат қилишади. Дунёнинг жанубий ярим шарига планета аҳолининг асосий қисми яшайдиган шимолий ярим шарига нисбатан қиш-ёз фаслларининг алмашуви қарама-қарши бўлса ҳам халқаро туризмда иқлим билан боғлиқ мавсумийлик жуда кучлидир.

Туризм бизнеси кўплаб инвесторлар учун сармоя киритишнинг жозибали соҳаси ҳисобланади. Аммо, унинг бошқа соҳа ва тармоқларга нисбатан катта таваккалга эга бўлган жиҳати бор, бу ҳам бўлса, туризмнинг бошқа соҳаларга нисбатан масумийлик характери анча юқорилигидадир. Бундан қочиб қутулиб бўлмайди, бироқ мавсумий пасайишларни камайтириш устида тадқиқот ишлари, ҳатто илмий фаолият олиб бориш мумкин. Бунинг учун мавсум даври ва ундан ташқари даврдаги нархлар даражасида катта фарқ қилиш йўли билан, ёки асосий мавсумдан ташқари даврда бошқа туризм турининг мавсумини яратиш орқали ҳам эриши мумкин.

Туристтик фирма хизматларини реализация қилиш ҳажмини режалаштириш ва таҳлил қилиш жараёнида алоҳида ойлар кўрсаткичини ўртача йиллик кўрсаткичлардан фарқланиш қонуниятларини ҳисобга олиш зарур. Бу ҳисоб китоблар мавсумийлик коэффиценти асосида амалга оширилади, яъни қатор йиллар давомида ўртача ойлик даражасини барча ҳисобланадиган даврда реализация қилинган хизматларни ўртачага ойлик ҳажмига нисбати каби ифодаланади:

$$K_c = \frac{Y_1}{\bar{Y}} \times 100$$

Бунда, K_c – мавсумийлик коэффиценти %;

Y_1 – алоҳида ойларда реализация қилинган хизматлар ҳажмини ўртача даражаси; шартли бирликда;

\bar{Y} – ҳисобланадиган даврда реализация қилинган хизматларни ўртача ойлик ҳажми шартли бирликда.

Ҳисоб – китобларни охирги уч йилдан кам бўлмаган муддатда қатор йиллар давомида амалга ошириш мақсадга мувофиқдир.

Мисол сифатида Бухоро минтақасида январ ойи учун туристик маҳсулот реализациясидан тушган тушумни мавсумийлик коэффицентини ҳисоблаймиз. Айтайлик, ҳисобланадиган давр учун реализация қилинган хизматларни ўртача ойлик ҳажми 20 минг шартли бирликни ташкил қилди. Ҳисобланадиган даврда январь учун ўртача тушум даражаси 9,8 минг шартли бирликка тенг бўлади. Шу вақтда январ учун мавсумийлик коэффиценти қўйидагича ҳисобланди:

$$\frac{9,8}{20} \times 100\% = 49\%$$

яъни, январда релизация қилинган ҳажмнинг ўртача даражасидан фарқланиши 49 фоизни ташкил этди.

Туризм мавсумийлиги туристик индустриядаги ходимлар бандлиги таркибига таъсир кўрсатади ва ўзига хос ҳусусиятлари қўйидагилар бўлиб ҳисобланади:

- ✓ тўлиқ банд бўлмаганларнинг нисбатан кўплиги;
- ✓ меҳнат юкламаси ва бандлик ҳажмининг мавсумий тебраниши;
- ✓ малакавий тажрибали ходимларнинг нисбатан камлиги;
- ✓ малакавий ўсишнинг чекланган имкониятлари;
- ✓ аёллар меҳнатининг салмоқли улуши.

Мавсумийликка ижтимоий-иқтисодий омиллар ҳам таъсир қилади. Жумладан, кўпгина фирмалар йиллар давомида ўз ишчиларига ёз ойларига таътил беришга одатланиб қолган, бу анъана сифатида давом этмоқда. Масалан, Франция каби давлат шаҳарларидаги корхоналар август ойига бориб деярли тўхтаб қолади. Ёки Германияни олсак, ноябр-декабр-январ ойларида четга чиқадиган туристларнинг фақат 5 фоизи тўғри келса, бир август ойининг ўзига 30 фоизи тўғри келади.

Мавсумийликни чуқурроқ ўрганганимизда, уни қуйидаги даврларга ажратиш характерлидир:

1. Мавсумий чўққи - одатда жуда қисқа вақтни ташкил этади (1 ҳафта - икки ҳафта) кишиларнинг рекреацион фаолиятини ташкил қилиши учун энг мақбул давр бўлиб, туристлар сонининг максимал даражада зичлиги ҳамда ҳордиқ чиқариш учун қулай шарт-шароитлар билан тавсифланади;

2. Иссиқ(юқори) мавсум - маълум туристик дестинацияга туристлар оқими анча кўп бўлади ва муддат жиҳатдан 2-3 ҳафтадан то 3-4 ойгача давом этиши мумкин, туристик маҳсулот ва хизматлар учун юқори нарх таклиф этиладиган, шунингдек, туристик бозорда иш фаоллиги анча ошадиган давр;

3. Мавсумлар орасидаги давр - масалан, Бухорода асосий мавсум баҳор ва ёз ойларига тўғри келса, қиш ва ёз шундай давр ҳисобланади туристик бозорда иш фаолияти пасайиб, туристик маҳсулот ва хизматлар учун энг паст нарх таклиф этиладиган давр;

4. “Ўлик” мавсум – рекреацион фаолиятини ташкил этиш учун энг ноқулай вақт (масалан, ноқулай об-ҳаво шароити).

Мавсумийлик даражаси турли регионлар, турли мамлакатларда турличадир. Одатда, ҳаво температураси ва бошқа иқлимий омиллар йил давомида кам ўзгарадиган жойларда туризмдаги мавсумийлик унча катта эмас. Масалан, Миср, Тунис, Марокко, Таиланд каби давлатларда мавсумийлик жуда ҳам кам. Шимолий Америка ва Европада иқлим қулайлик жиҳатдан энг мақбул мавсум ёз ҳисобланади. Шу ва бошқа сабаблар туфали европаликлар ўз таътилларини асосан ёз ойларига олишади ва шу ойларда туристлар оқими сал кўпроқ бўлиб, бошқа ойларда унча катта фарқ қилмайди. Бироқ, тоғ спортини хуш кўрувчилар ўз таътилларини қиш фаслида олиши ҳам мумкин. Бу айниқса кейинги йилларда европаликларда урф бўлиб бормоқда. Жанубий ярим шарда эса туристлар оқими асосан ноябр-декабр ойларига тўғри келади. Бунинг асосий сабаби шу даврда иқлим дам олиш учун, айниқса чўмилиш учун энг қулай вақт ҳисобланади.

Мавсумийликка бошқа омиллар ҳам таъсир қилиши мумкин, айниқса зиёрат туризмига. Масалан, ислом динининг муқаддас томонларидан бири бўлган ҳаж саёҳати қуёш эмас, балки ой календари билан боғлиқ ҳолда ҳисобланганлиги учун, ҳар йилнинг 20 кунда содир бўлади ва у ўзгариб

келади. Фақат ўша йигирма кунликда Саудия Арабистонига жуда катта туристик оқим тўғри келади. Дунё аҳлининг кўпчилиги учун урф бўлган байрамлар, мисол учун янги йил кабилар даврида ҳам туристлар оқими, оналарва қариндош - уруғларни бориб кўриш билан боғлиқ саёҳатлар жуда ҳам ошиб кетади. Мавсумийликка мода инжиқликлари ҳам таъсир қилади. Ривожланган давлатларда маълум сабаблар билан маълум мамлакат ёки туризмнинг тури маълум модага кириш ҳам айрим дестинациялардаги туристлар оқимини кескин ўзгартириб юбориши мумкин. Мавсумий чўққи даврида нафақат туристик корхоналарга, балки улар билан боғлиқ соҳаларга ҳам таъсир қилади.

Туристларни жойлаштириш, ташиш, овқатлантириш, дам олиш объектларига, музей ва театр кабиларга ҳам таъсир қилади. Бу даврда нархлар ҳам анча кўтарилиб кетади. Масалан, ёзги масумий чўққи даврида Париж темир йўлларидаги кунлик пасажира сони 250 мингга етади, ноябр-феврал ойларига эса бу кўрсаткич 35-40 минг кишига тушиб кетади. Демак, пассажир оқими 5 марта камайиб кетади, бунинг оқибатида моддий-техника ва бошқа воситаларни тўлиқ ишлатиб бўлмайди, бекор туради, яъни улардан фойдаланиш коэффициенти пасайиб кетади. Демак, ўлик мавсумда кўплаб корхоналар зарарга ишлашга тўғри келади

Бухоро шаҳрида 95 та меҳмонхона ва 37 та туристик фирма фаолият олиб бориб, 2015 йил давомида 120 мингдан орти сайёҳларга мемонхона хизмати кўрсатилган. Бироқ, ушбу кўрсаткичларнинг йил сайин ошиб боришига қарамай шаҳарда туризмнинг мавсумийлиги билан характерланади.

Мазкур ҳудудда ушбу муаммоларни қисман бўлсада бартараф этиш мақсадида қуйидаги таклифлар реализация қилинса мақсадга мувофиқ бўлар эди:

1. Бухоро учун мавсумдан ташқари бўлган пайтларда(қиш ва ёз ойларида) хорижий ва ички туристларни жалб қилиш учун турли тадбирларни ташкил этиш ва шу вақтларда ўтказишни белгилаш зарур. Масалан, ёзнинг иссиқ пайтларида мева сайллари, қовун сайли каби тадбирларни, қишнинг совуқ пайтларида эса тадбиркорлик билан боғлиқ бўлган туризмни ривожлантириш мақсадида турли хил илмий - амалий конференциялар, кўргазмалар, симпозиумларни ташкил этаса мақсадга мувофиқ бўлар эди.

2. Бухоронинг умумий имижини оширишга қаратилган фаолиятни, жумладан, “матбуот билан ишлаш”ни ҳамда потенциал сайёҳларга йўналтирилган реклама фаолиятини яхшилаб бориш.

3. Регион жуда катта туристик потенциалга эга, бу потенциални реализация қилишга қаратилган турли хил янги туристик йўналишларни очиш ва уларни туристик пакет сифатида тақдим этиш мақсадга мувофиқдир. Масалан, “Бухоро - Ибн Сино ватани сифатида”, “Александр Македонский юрган йўллар бўйлаб”, ёки “Тоҳир ва Зухро афсонаси қаҳрамонлари қадамжойлари” каби ва б.

4. Вилоят учун бутунлай янги бўлган туризм турларига асос солиш, мавжудларини такомиллаштириб, узоқ муддатли турларга айлантириш, яъни гастрономик туризм, тиббий туризм, экотуризм, спелеотуризм ва

хоказо. Масалан, ўзимиз половхонтўра тўғрисида кўп нарсани биламиз-у, уни жаҳон даражасига олиб чиқиш учун етарли иш қилмаяпмиз.

5. Туризм соҳасидаги товар ва хизматларга оқилона нарх сиёсатини олиб бориш (айниқса ҳаво транспорти нархлари). Европа туристлари учун ҳаво транспортга қўйилаётган нархлар, бизнинг туризм соҳасидаги энг катта рақибларимиз бўлган Миср, Туркия каби давлатлар учун қулайлик туғдирмоқда.

Хуллас, иш давомида туристик мавсумнинг турларини, туристик талабга боғлиқлигини ҳисобга оладиган бўлсак, Бухоро туристик дестинацияга туризмнинг янги йўналишлари анча кўп таклиф этилса, дифференциаллашган турпакетлар яратилиб, сайёҳларнинг узок муддатли тунашлари амалга ошириш бўйича ишлар қилинса мавсумийлик муаммоси сезиларли даражада барқарорлашади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Аванесова Г.А., Воронкова Л.П., Маслов В.И., Фролов А.И. Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник/ Т.86., - М.: Аспект Пресс, 2002.-2002.-367с. ISBN 5-7567-02660.
2. Артёмова Е.Н., Козлова В.А. Основы гостеприимства и туризма М.2005г.
3. Christine Lee, Sue Bergin-Seers, Graeme Galloway, Barry O' Mahoney and Adela McMurray. Seasonality in the tourism industry: impacts and strategies. Australia. 2008. pp. 3-4.

*Axrorova N.U., talaba,
Buxoro davlat universiteti*

O'ZBEKISTONDA YOSHLAR TURIZMINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

Jannatmakon ona yurtimiz o'z istiqboliga ega bo'lgach, barcha sohalar qatorida turizm sohasiga ham e'tibor qaratish va uni rivojlantirishga bel bog'ladi. Hozirgi kunda butun dunyo mamlakatlarida o'zining serdaromadliligi, shuningdek, istiqbolli soha sifatida namoyon bo'lgan mehmondo'stlik va turizm sanoati kun sayin rivojlanib bormoqda. Buning isboti sifatida hozirda dunyoda neft va gaz, avtomobilsozlik sohalaridan keyinda uchinchi o'rinni turizm industriyasi egallamoqda. Turizm sanoatining davlatlar YaIM dagi ulushi ham yil sayin oshib bormoqda. Mehmondo'stlik va turizmning bu tarzda rivojlanishi esa iqtisodiyotning boshqa muhim tarmoqlari hisoblanmish transport, infratuzilma, oziq-ovqat sanoati, aloqa, savdo-sotiq kabi sohalarning rivojlanishiga turtki bo'lmoqda. Ona diyorumizga turistlarni jalb qiladigan asosiy manba bu – bir-biridan go'zal, tarixiy obidalar joylashgan, Buyuk Ipak yo'lining chorrahasidan o'rin olgan navqiron va ko'p yillik tarixga ega shaharlarimiz – Samarqand, Buxoro, Xiva, Shahrisabz, Termiz, Toshkentdir. Bu shaharlarga tashrif buyurgan turistlar umuman o'zga olamga, Sharqona ertaklarga tushib qolgandek bo'lishadi. Aynan mana shu xislatlar turistlarni jalb qilishda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Bu turistik regionlarni rivojlantirish, ulardagi infratuzilmani yaxshilash, dunyo andozalariga tenglashtirish, transport tizimini yaxshilash, xizmat ko'rsatishni yangi bosqichga olib chiqish asosiy vazifa

bo'lib hisoblanadi. Bu kabi ishlarni amalga oshirishda avvalo xorij tajribasi va mintaqaning o'ziga xos potensialidan to'g'ri foydalanish, marketingni to'g'ri yo'lga qo'yish, menejmentning zamonaviy konsepsiyalaridan oqilona foydalanilsa, mintaqada turizmni rivojlanishi shuncha oson kechadi. E'tiborga molikki, mamlakatimizda mustaqillikning dastlabki yillaridanoq to hozirga qadar zamon talablariga javob beradigan sayyohlik infratuzilmasini tarkib toptirish va rivojlantirish borasida amalga oshirib kelinayotgan islohotlar o'zining ijobiy natijalarini berib kelmoqda. Buning isboti sifatida quyidagi raqamlarga nazar solsak:

- 2016-yilning o'zida turizm va sayohatning YaIMdagi ulushi 3,1%ni, ya'ni 6,203 milliard so'm;
- O'zbekiston bo'ylab mazkur sohada faoliyat olib borayotgan jami xodimlar soni 445 000 nafar;
- Tashrif eksporti esa umumiy eksportlarning 1,4%ini, ya'ni 614,1 milliard so'm;
- Mazkur sohaga kiritilgan investitsiya hajmi 2,1%ni, ya'ni 1,008 milliard so'mni tashkil etadi. [1]

Mamlakatimiz bo'ylab ko'plab tur-sayohatlar tashkil etilgan bo'lishiga qaramay, bugungi kunda esa turizm va sayohatning yangi yo'nalishi – *yoshlar turizmini* rivojlantirish va bu borada qo'llanishi zarur bo'lgan chora-tadbirlarni ishlab chiqish muhim vazifalardan biri bo'lib yuzaga kelmoqda. Yoshlar turizmi – bu odatdagi turizm turlaridan farqli ravishda yoshlarning ta'lim maqsadida, boshqa madaniyatlarni o'rganishga bo'lgan qiziqishi, hayotiy sarguzashtlarga bo'lgan ishtiyiqi natijasida yuzaga keladigan turizm yo'nalishlaridan biridir.

So'nggi yillarda Yevropa va boshqa rivojlangan mamlakatlarda yoshlar turizmining keng miqyosda rivojlanganligiga guvoh bo'lish mumkin. Turizm va mehmondo'stlik sanoatida aynan yoshlarning sayohati uchun yaratilgan shart-sharoitlar, imkoniyatlar mazkur yo'nalishning gullab-yashnashiga sabab bo'lmoqda. 2010-yilga qadar dunyo bo'ylab sayohat qiladigan 940million xalqaro turistlarning 20%ini yoshlar tashkil etgani ahamiyatga molik. [2] Butunjahon turistik tashkilot tomonidan yoshlar turizmi global tus olib, shiddat bilan rivojlanadi va 2020-yilga qadar xalqaro yoshlar sayohati yiliga 300 milliondan oshadi deya baholanmoqda. [3] Bu esa turizm sohasida yoshlarning ahamiyati oshishiga olib kelmoqda.

Respublikamizda sayyohlikning bugungi kundagi holatining tahlili shuni ko'rsatadiki, uning noyob salohiyat va imkoniyatlaridan g'oyatda kam foydalanilmoqda. Mamlakatimiz turizmi uchun rivojlantirilishi kerak bo'lgan yo'nalishlardan biri bu yoshlar turizmi hisoblanib, mazkur yo'nalishni turli sohalar orqali keng tarqalishiga imkon va qulayliklar yaratish muhim vazifalardan biridir. Yoshlar turizmi endi rivojlanayotgan turistik yo'nalishlardan biri bo'lishiga qaramasdan, bu yo'nalish uchun mamlakatimizda ko'plab resurslar mavjud. Biroq, avvalambor, asosiy vazifa - quyidagi savollarni aniqlashtirib olish zarur:

- Yoshlar turizmining qanday turlari mavjud va O'zbekistonda aynan qaysi turlarini qo'llash maqsadga muvofiq?
- Yoshlarni, shu jumladan, talabalarni sayohatga chiqishiga qarshilik qiluvchi to'siqlar nimalardan iborat?

- Xalqaro va ichki yoshlar sayohatini rivojlantirish uchun nimalar qilish kerak?

- Yoshlar turizmi orqali O'zbekiston imidjini qanday oshirish mumkin?

Bugungi kunda sayyohlik sohasida yoshlar turizmining bir qancha turlarini, shu jumladan, ta'lim borasidagi turizm, ko'ngilli yoshlar turizmi, ish va sayohat, madaniyatlar almashinuvi, dam olish, sport, sarguzasht va ekstremal turizm hamda backpacker turlarini kuzatishimiz mumkin. Shu o'rinda aytish muhimki, yuqorida keltirilgan yoshlar sayohati turlarining barini O'zbekistonda rivojlantirish, uning ahamiyatini oshirish kutilganidan-da ko'proq iqtisodiy samara berishi shak-shubhasiz. Ayniqsa, ta'limga oid turlar o'zbek yoshlarini qiziqtirmasdan qo'ymaydi. O'zbekiston va qo'shni mamlakatlarimiz bo'ylab ta'limga oid, madaniyatlar almashinuvi, bilimlarni oshirishga qaratilgan turlarni joriy etish muhimdir. Xorijiy mamlakatlar bilan talabalarni almashtirishni yo'lga qo'yish, shubhasizdirki, bilimni sayohat orqali mukammallashtirishni maqsad qilib olgan yoshlar uchun ayni muddaodir.

Psixologik jihatdan ma'lumki, boshqalardan ko'ra yoshlar qatlamida sayohat qilish istagi kuchli bo'ladi. Biroq mazkur qatlam uchun sayohatga chiqishga bo'lgan eng katta to'siq bu – moliyaviy tomondan yetishmovchilikdir. Aniqki, 18-30 yosh davrida sayohat uchun yetarlicha vaqt bo'lsa-da, biroq moddiy kamchilik asosiy muammoni keltirib chiqadi. Agar hukumatimiz tomonidan yoshlarning sayohat qilishini, turistik xizmatlardan foydalanishini qo'llagan holda muddatli maxsus bank kreditlari kabi imtiyozlarning yaratilishi nafaqat o'zbek yoshlarining turist sifatida namoyon bo'ladi, balki xorijiy yoshlarning mamlakatimiz bo'ylab sayohat qilishlari imkoniyati yuzaga keladi. Turoperatorlar ham yoshlar segmenti xususiyatlariga mos bo'lgan maxsus sayohatlarni imtiyoz va chegirmalar bilan tashkillashtirishlari ham maqsadga muvofiq.

Yoshlarimizni mamlakatimiz bo'ylab sayohatini qo'llab-quvvatlashga ularning yoshiga mos holda ekstremal turlarni, ya'ni parashyutdan sakrash, aeroplanlarda uchish kabi turlarni kengaytirish orqali erishish mumkin. Xalqaro miqyosda esa xalqaro yoshlar festivali singari festivallar tashkillashtirish, xorijiy yosh sayyohlarni yurtimizga jalb etish maqsadida turistik turmahsulotlar xilma-xilligiga erishish talab etiladi. Buning uchun esa O'zbekistonning turistik salohiyatini ochib bera oladigan turli video-roliklarning xorijiy telekanallar orqali namoyish etilishi, potensial sayyohlarning o'z sayohatini tashkillashtira olishida beminnat yordam bera oladigan va aniq, to'g'ri ma'lumot bilan ta'minlay oladigan sifatli veb-saytning yaratilishi imkoniyat va qulayliklarni yanada oshiradi.

Jahon iqtisodiyotida O'zbekiston turizmi ahamiyatini oshirishda, eng avvalo, rivojlangan mamlakatlar tajribasini o'rganish va malakali kadrlar yetkazib berish birinchi masala hisoblanadi. Tarmoqni iqtisodiy rivojlanishida mutaxassislar yetakchi rol o'ynaydi. Shuning uchun ham sayyohlik sohasi bo'yicha yosh iqtidorli mutaxassislarni tayyorlash, ularni bozor iqtisodiyoti tufayli yuzaga keladigan muammolarni hal qilishga jalb etish va shu orqali O'zbekistonni xalqaro va ichki sayyohlikni rivojlangan mamlakatga aylantirish shu kunning muhim vazifasidir. Shu bois, turizm sohasida tahsil olayotgan talabalarni turizmi rivojlangan mamlakatlarning mazkur soha borasidagi tajribalarini o'rganish maqsadida xorijga

muddatli o'qishga yuborish va amaliyotlarni o'tash singari imkoniyatlar yaratish maqsadga muvofiqdir.

Ma'lumki, sayyohlik tashqi iqtisodiy faoliyatning asosiy yo'nalishlaridan biri sifatida namoyon bo'lib, jahon iqtisodiyotida eng yirik, yuqori daromad keltiruvchi, mamlakatga valyuta mablag'larini keltiruvchi jadal rivojlanib borayotgan sohalardan biri bo'lib sanaladi. Mamlakat nufuzini hech narsa turizm sohasichalik tanita olmaydi, zeroki, birinchi Prezidentimiz I.A.Karimov sayyohlik borasida: "Sayyohlik bu dunyoni bilish, shu bilan birga jahon bozoriga chiqish vositasidir" [4] deya ta'kidlagan edilar.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Butunjahon Turizm Tashkilotining 2017-yil bo'yicha turizm va sayohat sohasi rivojlanishi va uning kelajakdagi prognozi bo'yicha hisoboti. // www.unwto.org, 2017
2. UNWTO – WYSE 2011, The Power of Youth Travel, Volume 2
3. The-power-of-youth-travel-2010-UNWTO
4. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 02.09.2002 da qabul qilingan VM №310 sonli „O'zbekiston Respublikasida mehmonxona biznesi va xalqaro turizmni yanada rivojlantirish chora tadbirlari to'g'risida” Qarori.

*Мирзаев А.Т., ўқитувчи,
Фаргона давлат университети*

ТУРИЗМ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ТУРИСТИК- РЕКРЕАЦИОН ХИЗМАТЛАРНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ

Мамлакатимиз ҳудудларида миллий туристик корхоналари туристик хизматлар бозорида катта тажриба ва салоҳиятга эга бўлган кучли рақобатчилар билан биргаликда фаолият олиб бормоқда. Шу сабабли, туризм тармоғини ривожлантиришга қаратилган стратегия, мамлакатда туристик ҳудудлар рақобатбардошлигини ошириш ва ривожлантиришга йўналтирилиши лозим.

Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш ва унинг самарадорлигини оширишнинг асосий омилларидан бири мамлакатда ҳукм сураётган тинчлик, хавфсизлик, сиёсий ва ижтимоий-иқтисодий барқарорликдир. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрдаги “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони соҳа ривожидан янги қадам бўлди [1]. Мазкур ҳужжат мамлакат иқтисодиётининг стратегик тармоғи сифатида туризмни жадал ривожлантириш учун қулай иқтисодий ва ташкилий шарт-шароитлар яратиш, ҳудуднинг улкан туризм салоҳиятидан янада тўлиқ ва самарали фойдаланиш, мазкур тармоқни бошқаришни тубдан такомиллаштириш, миллий туризм маҳсулотларларини яратиш ва уларни жаҳон бозорларида тарғибот қилиш, туризм соҳасида Ўзбекистоннинг ижобий қиёфасини шакллантиришга йўналтирилганлиги билан аҳамиятлидир.

2017-2021 йилларда туризм соҳасини жадал ривожлантириш бўйича дастур сайёҳлар учун мўлжалланган объектларнинг ҳар томонлама мақбул бўлиши, транспорт ва меҳмонхона хизматлари ҳамда сайёҳлик логистикасини такомиллаштириш ва сайёҳлик индустрияси билан боғлиқ хизматларнинг турли соҳаларига замонавий ахборот технологияларини жорий этишни таъминлайди[2].

Мамлакатда туризм соҳасини янада ривожлантиришнинг энг асосий йўналишларидан бири сифатида рекреацион туризм йўналишини янада ривожлантириш ва ушбу хизматлар бозорида харидоргирликни таъминлаш ва рекреацион туризм инфратузилмасини янада ривожлантириш кўзда тутилган. Албатта, рекреация туризмнинг муҳим асосини ташкил этиб, инсоннинг жисмоний, психологик интеллектуал кучи ва қувватини қайта ишлаб чиқариш жараёнидир.

Рекреацион туризм фаолиятини ривожлантириш, рекреантларга хизмат кўрсатиш сифатини янада яхшилаш, рекреацион туризм тизимида кенг қамровли туристларни жалб этиш, ҳудудга хорижий ва маҳаллий туристларни кенг жалб қилиш учун қулай шароитлар яратиш, замонавий инфратузилмани жадал ривожлантиришни таъминлаш, кўрсатилаётган туристик, меҳмонхона ва транспорт хизматларини кенгайтириш ва сифатини ошириш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 5 декабрдаги “Чорвоқ” эркин туристик зонасини ташкил этиш тўғрисидаги ПФ-5273-сонли Фармонини бугунги кунда рекреацион туризм соҳасида амалга оширилаётган тизимли ишларнинг намунаси сифатида кўришимиз мумкин. Фармонда Ўзбекистон Республикасида иш ўринлари яратиш, иқтисодий диверсификация қилиш, ҳудудларни жадал ривожлантириш, валюта тушумларини кўпайтириш, аҳолини даромадлари ва турмуш даражасини ошириш каби энг муҳим ижтимоий-иқтисодий вазифаларни яқин истиқболда ҳал қилиш учун кенг салоҳиятга эга бўлган рекреацион туризм соҳасини ривожлантириш борасида изчил чора-тадбирлар амалга оширилиши назарда тутилган [3]. Бу борада эркин туристик зона ҳудудида замонавий меҳмонхона мажмуалари, маданий-соғломлаштириш, савдо-кўнгилочар ва туристик аҳамиятдаги бошқа объектлар қуриш, шунингдек, замонавий муҳандислик инфратузилмаси объектларини ташкил этиш таклифлари берилган.

Рекреацион фаолият инсон фаолиятининг барча турлари билан боғлиқ бўлиши баробарида ўзининг специфик қирраларига ҳам эга. Масалан, Ю.Вединин фикрича, рекреацион фаолиятни умуминсоний, миллий, шаҳар ва қишлоқларга хос кадриятлар, маданиятнинг этник гуруҳларига хос қирраларини англашга кўмаклашишини таъкидлаган[4].

Фикримизча, ҳудудларда туристик-рекреацион хизматларни такомиллаштириш ҳамда туристик рекреацион кластерни яратиш бугунги кунда туризм соҳасидаги самарадорлик жиҳатидан юқори натижалар кутилаётган фаолият туридир. Бу борада, ҳудудларда туристик рекреация объектларидан фойдаланиш даражасини такомиллаштириш ва уларга таъсир этувчи омиллар таҳлилидан келиб чиқиб, минтақаларда рекреацион туризм

объектларидан мувозанатли фойдаланишнинг режа ва дастурларни ишлаб чиқишни талаб этади.

Туристик-рекреацион хизматлар сифатини нафақат яхшилаш устида ишлаб қолмасдан, балки унинг ассортиментини кенгайтириш ва сервис хизмат турларини диверсификациялаш тўпламини яратиш зарур бўлмоқда.

Мақсадли омиллар сифатида ўсиш, ривожланиш ва фойдани қабул қилиш билан биргаликда ташқи ва ички муҳитнинг ўзаро таъсирини ҳам таҳлил қилиш зарур бўлади. Ташқи муҳитга қуйидагиларни киритиш мумкин:

- бозорга кириш йўлида тўсиқ бўладиган янги рақобатчиларнинг пайдо бўлиши;

- харажатларни пасайтиришда тўсиқ бўладиган таъминотчилар кучи;

- фойдани оширишда тўсиқ бўладиган истеъмолчилар таъсири;

- анча арзон туристик-рекреацион хизматларнинг пайдо бўлиш хавфи бу туристик-рекреацион корхоналар ривожланишига ҳамда ўсишига тўсиқ бўлади;

- фойданинг ўсишига тўсиқ бўладиган туристик-рекреацион соҳадаги ўзаро мусобақанинг жадаллашуви.

Ички муҳитга туристик-рекреацион соҳадаги корхоналарнинг молиявий хўжалик фаолияти киради. Корхоналар белгиланган унсурларни сифат ва миқдор жиҳатдан баҳолаши зарур ва имкони борича уларнинг хатти-ҳаракатини башорат қила билиши керак. Шундай қилиб, бир томондан корхона ташқи муҳит ҳаракатини олдиндан ўрганиши асосида ишлаб чиқариш – хўжалик фаолиятини бошқаришда самарали воситага эга бўлади, шунингдек, бошқа томондан, умумий харажатларни минималлаштириш мақсадида моддий оқимларнинг барча ҳаракати бўйича харажатларни назорат қилишга имкон яратилади. Харажатларни бошқариш ва минималлаштириш корxonанинг ишлаб чиқариш-хўжалик фаолиятини режалаштириш ва бошқариш амалиётига логистика ва контроллинг тамойиллари ҳамда услубларини тадбиқ этишга тўғри келади. Ўзбекистондаги бугунги бизнес тавсифи сифатида барча корхоналар, шу жумладан туристик-рекреацион соҳа корхоналарида ҳам мақсадли тезис бўлиб, фойданинг мутлақ устиворлиги тезисини кўрсатиш мумкин. Буни Т.Коно томонидан Буюк Британия, Япония, АҚШ ва Россиядаги бизнес мақсадларининг устунлиги борасида олиб борилган тадқиқотлар ҳам исботламоқда. Бизнинг мамлакатимизда бу ҳолат тадбиркорлик инвестицияларнинг етишмаслигидан, шунингдек туристик-рекреацион хизматларнинг рақобатбардошлиги паст бўлгани туфайли рўй бермоқда[5].

Ҳозирги пайтда энг керакли ва кам ўрганилган масалалардан бири бу туристик-рекреацион хизматларда сервис хизматларининг даражасини аниқлашни кўрсатиш мумкин. Бу йўналишни илмий жиҳатдан ўрганиш, уни бошқаришда илмий-амалий воситаларга эга бўлиш билан бирга, корхоналарга таклиф этиладиган хизматлар сифатини ва хизматлар рақобатбардошлиги ҳамда бевосита корхоналар рақобатбардошлигини оширишга имкон беради.

Туристтик-рекреацион корхоналардаги рақобатбардошликни таъминловчи тизимга маркетинг тадқиқотлари, логистика ва контроллинг омиллари киритилиши лозим бўлади. Бу омилларнинг бир жойда кесишуви туристик-рекреацион корхоналарнинг барқарор ишлаши учун асос яратади. Шу туфайли туристик-рекреацион хизматларнинг сервис хизмати ва туристик-рекреацион соҳа корхоналарида маркетинг, логистика, контроллинг омиллари ўртасида доимий тесқари алоқа мавжудлигини фодалаш мумкин. Натижада ушбу омилларнинг ўзаро таъсирчанлиги ва ўзаро алоқадорлиги орқали туристик-рекреацион корхонанинг рақобатбардошлик тизими шакллантирилади.

Сервис хизматини бошқариш учун, яъни туристик-рекреацион корхонада сервис хизмат турларининг оптимал тўпламини шакллантириш учун, уни баҳолаш ва бошқариш жараёнларини ўтказиш ҳамда инфратизимда рўй берадиган хилма-хил ўзгаришларни тезкор бошқариш бўйича усул ва моделларни ишлаб чиқиш зарур бўлади.

Бошқариш жараёнларни тартибга солиш учун сервис хизмати турларининг кўрсаткичларини қуйидаги гуруҳлар кесимида: номенклатура ва миқдор, сифат, вақт, нарх, ишончлиги бўйича кўриб чиқиш зарур бўлади.

Баён этилган фикрлар асосида рақобат афзалликларини шакллантиришда туристик-рекреацион корхоналарни ишлаб чиқариш -хўжалик фаолиятининг асосий йўналишлари қуйидагилардан иборат бўлади:

- рақибларнинг туристик-рекреацион хизматлар сифати даражасига нисбатан туристик-рекреацион хизматлар сифат даражасини ошириш;

- рақибнинг сервис хизмати даражасига нисбатан ўз хизматининг сервис хизмат даражасини ошириш, бу ерда, сервис хизмати даражасини ошириш деганда, рақибларга нисбатан ўз ишининг сифатини оптимал бўлишини таъкидлаш керак.

Шундай қилиб, сервис хизмати даражасини бошқариш бўйича йўналишларни кўриб чиқамиз, бунда туристик-рекреацион хизмат кўрсатиш тизимини яратилиши ва тадбиқ этилиши корхоналарда рақобатбардош афзалликларни шакллантиради, чунки у истеъмолчи – ишлаб чиқарувчи тизимида ўзаро алоқаларнинг асосан барча йўналишлардаги хизмат кўрсатиш доирасидаги истеъмолчиларнинг ўзгаришини кузатиб боради.

Мамлакатда рекреацион туризмнинг тизимли фаолият кўрсатиши, маҳаллий ва хорижий туристларга сифатли хизмат кўрсатиш ва туристларнинг ушбу йўналишдаги эҳтиёжларини қондириш мақсадида рекреацион объектлар, санаториялар, дам олиш муассасалари, пансионатлар ва бошқа дам олиш муассасаларининг сонини ва уларнинг фаолият кўрсатиши сифатини кўтариш мақсадида изчил чора-тадбирлар амалга оширилмоқда.

Туристтик хизматлар бозоридаги, хусусан рекреацион туризм хизматлари бозоридаги иқтисодий фаоллик даражасининг тез суръатлар билан ортиб бориши, биринчи навбатда, иқтисодий омиллар таъсирида юз бераётганлиги таъкидланадиган бўлса, асосий омил сифатида иқтисодий омиллар

реализацияси учун таъсир этувчи сиёсий барқарорлик омилининг мавжудлиги билан ҳам тушунтирилиши мумкин.

Жадвалда келтирилган кўрсаткичларнинг мутлоқ ўсиш даражаларини аниқлаган ҳолда уларнинг ўртача ўсиш кўрсаткичларидан фойдаланиб, экстрополяция усулидан фойдаланган ҳолда куйидаги жадвалда 2015-2019 йиллар учун башорат кўрсаткичларини аниқлаймиз [6] (1-жадвал).

1-жадвал

Ўзбекистон Республикасининг рекреацион туризм тизимидаги санаториялар ва дам олиш муассасалари сони

№	Кўрсаткичлар	2015	2016	2017	2018	2019
		йил	йил	йил	йил	йил
		Ҳақиқатда		прогноз		
1	<i>Санатория ва дам олиш, муассасалари сони - жами</i>	408,8	430,6	452,4	474,2	496,0
2	<i>уларда ўринлар (жойлар), минг та</i>	61,6	66,4	71,2	76,0	80,8
Шундан:						
3	Санаториялар сони	102	104	106	108	110
4	уларда ўринлар (жойлар), минг та	14,6	14,9	15,1	15,4	15,6
5	Санаториялар – профилакториялар сони	61,2	63,4	65,6	67,8	70,0
6	уларда ўринлар (жойлар), минг та	6,0	6,5	6,9	7,4	7,9
7	Дам олиш уйлари, дам олиш базалари ва пансионатлар сони	54,8	56,6	58,4	60,2	62,0
8	уларда жойлар, минг та	5,0	4,9	4,7	4,6	4,4
9	Сайёҳлик базалари ва бошқа дам олиш муассасалар сони	191	207	223	239	255
10	уларда жойлар, минг та	35,5	39,4	43,2	47,1	50,9

Юқоридаги маълумотлардан кўринадики, деярли барча ҳолатларда рекреацион туристик объектларнинг миқдорий кўрсаткичларида яқин келажакда барқарор ўсиш кутилади, фақатгина дам олиш уйлари, дам олиш базалари ва пансионатлардаги жойлар сони 2019 йилга бориб 4,4 мингтага камайиши кузатилади. Бунга асосий сабаблардан бири сифатида бугунги кунда ушбу йўналишдаги объектларни замонавий талабларга мос келмаслиги билан изоҳлаш мумкин. Шунинг эътиборга олган ҳолда ушбу йўналишдаги объектларни қайта қуриш, реконструкция қилиш ва замон талабларига мос келишини таъминлаш борасидаги ўзгаришларни олиб бориш баробарида яқин келажакда уларнинг сони ва ўрин қойкаси маълум давр ичида камайиши кузатилади.

Хулоса ўрнида шунини таъкидлаш лозимки, куйидаги масалаларга эътибор қаратиш туристик-рекреацион хизматларни такомиллаштириш муҳим аҳамиятга эгадир:

- табиий шароит ва ўзига хос иқлим хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда рекреация ва дам олиш ва соғломлаштириш масканларини карталаштириш ва турист қабул қилиш юқини географик ва экологик баҳолаш;

- рекреацион туризм ҳудудларида туризм кластерларини барпо этиш (Ўзбекистоннинг барча минтақа ва ҳудудларида мавжуд санаториялар, пансионатлар ва дам олиш масканларида кўшимча равишда туризмни барча йўналишларини қамраб оладиган туристик объектлар мажмуини қуриш ва бу орқали ҳудудга ички ва халқаро туристларни жалб этиш); - туризм кластерлари кенг ривожланган минтақаларда “эркин туристик зоналар” ташкил этиш;

- соғломлаштириш ва дам олиш, курортлар тизимига хорижий сайёҳларни жалб қилиш орқали рекреация туризмига эътиборни кучайтириш.

Мамлакатимиз туризм соҳасини ривожлантиришда туристик-рекреацион хизматларни такомиллаштириш, туристик ҳудудларида туристик-рекреация кластерларини шакллантириш ва туристик мажмуаларни барпо этиш ҳамда уларни жаҳон талаблари даражасида баҳоланишига кириб боришини таъминлаш, албатта мамлакатимизга ички ва хорижий турстларнинг сонини кўпайишига ҳисса қўшади. Бу эса, ўз навбатида мамлакатимизда ушбу йўналишда иш ўринларини кўпайишига, ҳудудларда инфратузилманинг янада яхшиланишига, ялпи ҳудудий маҳсулотнинг ўсишига ва бу орқали аҳолининг турмуш даражасининг ошишига кўмак бўлади.

Адабиётлар

5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрдаги “Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Фармони.

6. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ш.Мирзиёевнинг “Ўзбекистон Республикасини янада ривожлантириш бўйича Ҳаракатлар стратегияси тўғрисида”ги 4947-сонли Фармони “Халқ сўзи”, 2017 йил 7-февраль.

7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 5-декабрдаги “Чорвоқ” эркин туристик зонасини ташкил этиш тўғрисидаги ПФ-5273-сонли Фармони.”Халқ сўзи” газетаси 2017 йил 6 декабрь, № 245 (6939).

8. Якубов Ў.Ш., Ваҳобов Х., Рекреацион география асослари. Тошкент: “Фан ва технология” нашриёти. 2012. 17-бет.

9. З.И.Усманова. “Туристтик-рекреацион хизматларнинг рақобатбардошлигига таъсир этувчи сервисли хизмат кўрсатишини баҳолаш” “Иқтисодийёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 4, июль-август, 2016 йил.

10. Ўзбекистон Республикаси давлат статистика қўмитаси. Йиллик статистик тўплам. Тошкент-2015, 130-бет.

Атаджанова З.С.,

Егамбердиева Х.А.

Тошкент шаҳри, Ўзбекистон

ЮҚОРИ ТЕЗЛИҚДА ХАРАКАТЛАНУВЧИ ПОЕЗДЛАР - ТУРИЗМ ИНФРАТУЗИЛМАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ОМИЛИ СИФАТИДА

Барча туристик хизматлар ва объектлардан самарали фойдаланиш учун замон талабларига тўлиқ жавоб бера оладиган туризм инфратузилмасини шакллантириш талаб этилади. Бундай инфратузилма ўз ичига транспорт (хаво

транспорти, автомобил транспорти, темир йўл транспорти, сув транспорти ва бошқалар) хизматини, сув ва электр таъминоти, канализация ва телекоммуникация каби соҳаларни қамраб олиши керак. Ҳозирги кунга келиб, дунёдаги кўплаб мамлакатлар ўзларининг туризмни ривожлантириш бўйича стратегияларида санитар-экологик омилга ҳам инфратузилма ривожини таъминловчи омил сифатида баҳо беришмоқда. Чунки, замонавий туризмни атроф-муҳитнинг муҳофазаланиши ва экологик тозаликсиз тасаввур этиш қийин. Ана шундай жиҳатларга эга инфратузилманинг жаҳон андозаларига мос равишда ривожланиши, яъни туристларга имкон қадар сифатли хизмат кўрсатишнинг ташкил этилиши ҳар жиҳатдан корхоналарнинг самарали фаолият кўрсатишига боғлиқ бўлади. [1]

Темир йўл транспорти соҳаси ҳам республикада туризмнинг ривожланишига муносиб ҳисса қўшиб келмоқда. Чунки туристик маҳсулотлар таркибида туристларни ташиш хизмати етакчи ўринлардан бирини эгаллайди. Бу шунинг билан боғлиқки, барча туристик йўналишларда (пиёдалардан ташқари) саёҳатчиларни дам олиш ёки экскурсияга элтиш ва уйга қайтиши учун транспорт бўлишини тақазо қилади. Туризм фаолият тури сифатида туристларни доимий яшаш жойидан ташқарига чиқиши билан узвий боғланган ва турган гап, уни транспорт таъминотисиз тасаввур қилиб бўлмайди. Транспорт таъминоти туристик инфратузилманинг муҳим элементи ҳисобланади ва туристик маҳсулотлар таркибига киритилган асосий комплекс хизматларни ташкил қилади. Транспорт корхоналари - туризм тизимини шакллантирувчи туристик корхоналарнинг алоҳида кўринишлари сифатида қараб чиқилади. Темир йўл транспорти ўрта масофаларга туристларни мақбул нархларда тез ва қулай шароитда етиб боришларини таъминлайди. Алоҳида ҳолларда темир йўл транспорти туристик саёҳат мақсадларида ҳам фойдаланиши мумкин.

Ҳозирги кунда темир йўл транспорти мамлакатнинг маданий, иқтисодий, ижтимоий, сиёсий асосларидан бири ҳисобланади. Республикада темир йўл транспорти тармоғини модернизация қилиш ва ривожлантириш борасида кейинги йилларда жуда катта ишлар амалга оширилмоқда. Шулардан энг катта аҳамиятга эга бўлганлари темир йўлларнинг электрлаштирилиши ҳамда юқори тезликда ҳаракатланувчи поездларнинг йўлга қўйилишидир.

Юқори тезликда ҳаракатланувчи поездларнинг йўлга қўйилиши “Ўзбекистон темир йўллари” АЖнинг нуфузини оширибгина қолмасдан республиканинг ижтимоий аҳамиятга эга бўлган объектларининг ривожланишига ҳам ўз таъсирини кўрсатмоқда.

Маълумки ижтимоий аҳамиятга эга бўлган объектлар вазифасига кўра таълим, тиббиёт, соғломлаштириш ва дам олиш ҳамда спорт турларига бўлинади. Республикада ҳозирги кунда аҳолини ижтимоий қўллаб қувватлаш ҳамда кичик бизнес ва тадбиркорликни, асосан туризмни ривожлантириш мақсадида ижтимоий аҳамиятга эга бўлган объектлардан соғломлаштириш ва дам олиш ҳудудларини ташкил қилиш ва ривожлантириш масалаларига катта эътибор қаратилмоқда. Мазкур ҳудудларга дам олувчиларни етказиш вазифаси долзарб масалалардан биридир. Дам олиш ҳудудларининг экологик софлиги

дам олувчилар сонининг ошишига ва мазкур ҳудуднинг иқтисодий салоҳиятнинг яхшиланишига олиб келади. [2]

Республиканинг турли ҳудудларидаги дам олиш ва соғломлаштириш объектларига ташриф буюрувчилар учун ҳудуднинг экологияси ва ҳудудга етиб олиш вақти муҳим кўрсаткичлардан биридир.

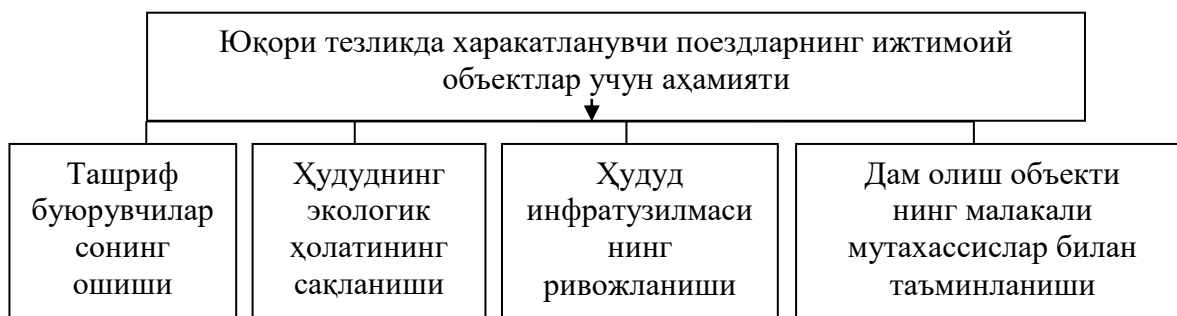
Мутахассислар томонидан юқори тезликда йўловчиларни ташишнинг самарадорлигини аниқлашда экологик омилларни ҳам ҳисобга олиш лозимлиги таъкидланади. Атроф муҳитга ножўя таъсирдан юзага келувчи умумий зарарни қуйидагича аниқлаш мумкин:

$$Z_{\text{эко}} = Z_A + Z_c + Z_T + Z_з + Z_{\text{ф}} + Z_{\text{ф.л}};$$

бу ерда: Z_A – атмосфера (ҳаво қатлами)нинг ифлосланишидан юзага келадиган зарар; Z_c – сув хавзаларининг ифлосланишидан юзага келадиган зарар; Z_T – тупроқ қатламининг ифлосланишидан юзага келадиган зарар; $Z_з$ – атроф муҳитга зарарли нарсаларнинг жойлашишидан юзага келадиган зарар; $Z_{\text{ф}}$ – фаунанинг зарарланиши; $Z_{\text{ф.л}}$ – флоранинг зарарланиши.

Экологик зарарнинг ҳажми темир йўлда йўловчиларни юқори тезликда ташишнинг самарадорлигини баҳолашда ҳисобга олинибгина қолмасдан дам олиш ва соғломлаштириш ҳудудларининг экологик ҳолатини баҳолашда ҳам ҳисобга олинади.

Юқори тезликда ҳаракатланувчи поездларнинг ижтимоий объектлар учун аҳамиятини қуйидаги чизмада кўриш мумкин:



1-чизма. Юқори тезликда ҳаракатланувчи поездларнинг ижтимоий объектлар учун аҳамияти

Юқори тезликда ҳаракатланувчи поездларнинг дам олиш ва соғломлаштириш объектлари учун умумий самарасини қуйидагича тасвирлаш мумкин:

$$Э_{\text{ум}} = Э_{\text{д.с.о}} + Э_{\text{э.х.с}} + Э_{\text{х.и.р}} + Э_{\text{м.м.т}};$$

Хулоса қилиб шуни айтиш мумкинки ушбу самарани ижтимоий объектларнинг барчаси учун аниқлаш орқали юқори тезликда ҳаракатланувчи поездларнинг ҳар бир объект учун алоҳида аҳамиятга эгаллигини кўриш мумкин. Юқори тезликда ҳаракатланувчи поездларда йўловчи ташиш жараёнларини режалаштириш ва бошқариш масалаларини ҳал қилишда турли ижтимоий объектларнинг ўзига хослигини ҳисобга олиб тизимли равишда алоҳида ёндашиш шарт. Чунки йўловчи ташиш тизими фаолияти ва жараёнлари

турли элемент ва қисмлар ҳамда уларнинг кўплаб эҳтимолий характердаги ўзаро таъсирлар натижасида шаклланади.

АДАБИЁТЛАР

1. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Национальная модел развития туризма. Учебное пособия. Ташкент: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси”. 2006. 424стр.
2. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Экологический туризм: сущность, тенденция и стратегия развития. Учебное пособие. Ташкент: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси”. 2006. 416стр.

MUNDARIJA/ CONTENT/ СОДЕРЖАНИЕ

1-шўъба/section #1/секция №1

<i>Xodjayeva D.X.</i> <i>Bukhara State University, Uzbekistan</i> INNOVATION IN TOURISM - AS ONE OF THE FACTORS OF INCREASING THE LEVEL OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE COUNTRY	3
<i>Асрақулов А.С., ўқитувчи,</i> <i>Фарғона давлат университети, Ўзбекистон</i> ТУРИЗМ ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИДА АҲОЛИ САМАРАЛИ БАНДЛИГИНИНГ ИҚТИСОДИЁТ РИВОЖЛАНИШИГА ТАЪСИРИ	6
<i>Tairova M.M.</i> <i>BuxDU "Iqtisodiyot" kafedrasida dotsenti, i.f.n.</i> <i>Hamidov Muhammadsodiq BuxDU talabasi</i> TURIZM SOHASI KORXONALARIDA INNOVATSION MARKETING VA UNDA FOYDALANISH	10
<i>Ashurova Sh.Sh., teacher,</i> <i>Karshi State University, Republic of Uzbekistan</i> TOURISM IS MAGNIFICENT INDUSTRY IN THE WORLD	13
<i>Djabbarov I.G.</i> <i>o'qituvchi, Buxoro davlat universiteti</i> МЕҲМОНХОНА ХИЗМАТЛАРИ СIFATINI JARAYONLI YONDASHUV ASOSIDA TAHLIL ETISH	14
<i>Кадырова Н.А.</i> <i>Преподаватель в БДУ</i> <i>Бухара, Узбекистан</i> ГАСТРОНОМИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ КАК ЭЛЕМЕНТ УВЕЛИЧЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТОКА В РЕСПУБЛИКУ УЗБЕКИСТАН	23
<i>Maxmudova N.O', katta o'qituvchi,</i> <i>Hakimov Farrux, talaba,</i> <i>Buxoro davlat universiteti</i> МЕҲМОНХОНА BIZNESINI RIVOJLANTIRISHDA TUROPERATORLARINING ROLI	26
<i>Tadjiyeva S.U., i.f.n, dotsent,</i> <i>Buxoro davlat universiteti</i> BUXORONING MEHMONXONA INDUSTRIYASIDA KICHIK BIZNESNI O'RNI	32
<i>Давронов И.О.</i> <i>Бухара, Узбекистан</i> ИННОВАЦИИ В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВО	35

<i>Мусаева Ж.К., БухМТИ катта ўқитувчиси</i>	37
ТУРИЗМ СОҲАСИДА ИННОВАЦИОН БОШҚАРУВНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ	
<i>Boltayeva M.Sh., Buxoro, O'zbekiston</i>	43
O'ZBEKISTONDA SERVIS SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA INNOVATSIYALARNING AHAMIYATI	
<i>Djafarova N.A. Turizm fakulteti o'qituvchisi Buxoro davlat universiteti</i>	47
O'ZBEKISTON TURIZM STATISTIKASI TIZIMIDA ISLOHOTLARNI AMALGA OSHIRISH	
<i>Tokhirov J.R., Lecturer, Bukhara State University, Uzbekistan</i>	50
SMALL INVESTMENTS IN ECO-TOURISM INFRASTRUCTURE	
<i>Djabbarov I.G. "Turizm" fakulteti o'qituvchisi, Buxoro davlat universiteti</i>	53
XIZMATLAR SIFATINI OSHIRISH MEHMONXONA KORXONASINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRUVCHI VOSITA SIFATIDA	
<i>Najmiddinov S.N., Buxoro davlat universiteti</i>	58
TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISHDA HUNARMANDCHILIKNI AHAMIYATI VA INNOVATSIYALARNI O'RNI	
<i>Sharifova Sh.Sh., Turizm kafedrasida o'qituvchisi, Buxoro davlat universiteti</i>	60
YOSHLAR TURIZMINING YOSH JIHATIDAN KLASSIFIKATSIYASI VA ULARNING O'ZIGA XOSLIKLARI	
<i>Boltayeva M.Sh. Buxoro davlat universiteti</i>	64
BUXORO VILOYATI MEHMONXONA XIZMATLARIDA YANGI XIZMAT TURLARINI JORIY ETISHDA INNOVATSION FAOLIYATNING O'RNI	
<i>Таджиева С.У., к.э.н., доцент Бухара, Узбекистан</i>	69
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ГОСТИНИЦ В БУХАРЕ	
<i>Toxirov J.R. "Turizm" kafedrasida o'qituvchisi, Buxoro davlat universiteti</i>	70
O'ZBEKISTONDA TURIZM SOHASINING HOLATI VA RIVOJLANTIRISH TENDENSIYALARI	

<i>Sobirova Z.R., lecturer, Bukhara State University</i>	73
MUSEUM AS A TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF THE CITY	
<i>Муратова Г.С., Мирзоева И.Э Бухоро ш., Ўзбекистон</i>	75
ТУРИСТИК РЕСУРСЛАР ЖОЙЛАШУВИНИНГ ГЕОГРАФИК ХУСУСИЯТЛАРИ	
<i>Тошов Х.М., ўқитувчи, Бухоро давлат университети</i>	77
МЕҲМОНХОНАЛАРДА ХИЗМАТЛАР ХИЛМА-ХИЛЛИГИ МУВАФФАҚИЯТ ГАРОВИ	
<i>Kilichov M.H. Bukhara State University</i>	79
APPLICATION OF INFORMATION TECHNOLOGIES IN TOURISM: INTERACTIVE INFORMATION SYSTEM-GUIDE	
<i>С.Абдухамидов СамИСИ мустақил тадқиқотчиси А.Аблақулов ТДИУ мустақил тадқиқотчиси</i>	81
ТУРИЗМ СОҲАСИНИ ИННОВАЦИОН РИВОЖЛАНТИРИШ ЙЎЛЛАРИ	
<i>G.S.Khojjeva, le professeur de l'université d'Etat de Boukhara. D.Khotamova, l'étudiante de l'université d'Etat de Boukhara.</i>	84
L'UTILISATION DES METHODES INTERACTIVES DANS LA PRODUCTION ORALE	
<i>Жумаев Р.Ф., Махмудова С.Х. Бухоро, Ўзбекистон</i>	89
ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ БЎЙИЧА ҲАРАКАТЛАР СТРАТЕГИЯСИДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ МАСАЛАЛАРИ	
<i>Navruz-zoda L.B., o`qituvchi, Najmiddinov S.N., talaba, Buxoro, O'zbekiston</i>	93
BUXORO HUDUDIDA TURISTIK XIZMATLARGA INNOVATSION G'UYALARNI JORIY ETISH VA TAKOMILLASHTIRISH	
<i>Hamroyev H.R., i.f.n., dotsent Buxoro davlat universiteti</i>	95
OILAVIY BIZNES YOSHLARDA TADBIRKORLIK MADANIYATINI SHAKLLANTIRISH O'CHOG'I SIFATIDA	
<i>Sharifova Sh.Sh., Buxoro davlat universiteti</i>	98
YOSHLAR TURIZMI: MUAMMOLAR VA ISTIQBOLLAR	
<i>Hazratov F.X., Teacher, Bukhara State University</i>	101
BUXORO VILOYATINING TURISTIK XARITASINI YARATISH	

<i>Хусенов М.З., Эргашев А.А.</i> <i>Ахборот технологиялар кафедраси ўқитувчилари,</i> <i>Бухоро давлат университети</i>	103
ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА АХБОРОТ КОММУНИКАЦИОН ТЕХНОЛОГИЯЛАРДАН ФОЙДАЛАНИШ	
<i>Ҳалимова Г.С. катта ўқитувчи,</i> <i>Бердиева Д. , талаба,</i> <i>Бухоро давлат университети</i>	105
ЛАНДШАФТЛАРНИНГ МАҲАЛЛИЙ СУВ ИМКОНИЯТЛАРИДАН РЕКРЕАЦИЯДА ФОЙДАЛАНИШНИНГ ГЕОГРАФИК ЖИҲАТЛАРИ (ҚУЛЖУҚТОВ ТИЗМАСИ МИСОЛИДА)	
<i>Хайруллоева Н.Н., teacher,</i> <i>Bukhara State University</i>	108
INNOVATIONS IN THE ORGANIZATION OF CHILDREN'S TOURISM	
<i>Абдуллаев А.Ж., катта ўқитувчи,</i> <i>Хусенов Мурод, ўқитувчи,</i> <i>Жунайдуллоев М.А., талаба,</i> <i>Бухоро давлат университети</i>	110
ТУРИЗМДА АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИДА ИННОВАЦИОН ФОЙДАЛАНИШ	
<i>Djafarova N.A.</i> <i>Turizm fakulteti o'qituvchisi</i> <i>Buxoro davlat universiteti</i>	113
STATISTIK MA'LUMOTLARNI YIG'ISHNING VIZALARGA ASOSLANGAN TIZIMINI SHAKLLANTIRISH YO'LLARI	
<i>Дилмонов Қ.Б.,</i> <i>Бухоро давлат университети</i>	117
ТУРИЗМ СОҲАСИДА РЕКЛАМА ВА УНИНГ ЖОЗИБАДОРЛИГИ	
<i>Farmanov E.A., o'qituvchi,</i> <i>Buxoro davlat universiteti</i>	121
O'ZBEKISTONDA TURIZM INFRAUZILMASINI RIVOJLANTIRISH YO'LLARI (BUXORO TURISTIK MINTAQASI MISOLIDA)	
<i>Саидова Ф.К., Преподаватель,</i> <i>Бухарский государственный университет, Узбекистан</i>	125
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЭЛЕКТРОННОГО МАРКЕТИНГА ДЛЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА	
2-шўъба/section #2/секция №2	
<i>Пулотов А. А.,</i> <i>Вилоят ҳокимининг туризмни ривожлантириш</i> <i>масалалари бўйича ўринбосари котибияти мудири</i>	130
ТУРИЗМ СОҲАСИНИНГ АМАЛДАГИ ҲОЛАТИ ВА ИСТИҚБОЛЛАРИ (БУХОРО ВИЛОЯТИ МИСОЛИДА)	

<i>Явмутов Д.Ш., доцент, и.ф.н., Бухоро давлат университети</i>	136
БУХОРОДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ХУДУДНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИДАН ФОЙДЛАНИШ	
<i>Atoyeva R.O., Qodirov Sh.S., Buxoro shahri, O'zbekiston</i>	138
TURIZM MAMLAKATIMIZNING ERTANGI KUNI	
<i>Hamroyev H.R., i.f.n., dotsent, "Turizm" kafedراسi mudiri, Buxoro davlat universiteti</i>	140
SAVG`OTI ISHLAB CHIQARISHNING NAZARIY ASOSLARI	
<i>Oripov M.A., i.f.n., dotsent, Buxoro davlat universiteti</i>	144
BUXORO VILOYATIDA HUNARMANDCHILIKNI AN'ANAVIY SOHALARINI RIVOJLANTIRISH YO'NALISH VA ISTIQBOLLARI	
<i>Khurramov O.K. senior lecturer, department of tourism, Bukhara state university, Uzbekistan</i>	146
TOURISM -THE EFFECTIVE INDUSTRY OF THE COUNTRY'S ECONOMY	
<i>Djuraeva D.D. Teacher of tourism faculty, Bukhara Satate University</i>	149
THE TOURISM OPPORTUNITIES IN UZBEKISTAN	
<i>Ruziyeva G.F., o`qituvchi, Buxoro davlat universiteti, O`zbekiston</i>	150
BUXORODA TURISTIK ERKIN IQTISODIY HUDUDLAR YARATISH ZARURATI VA IMKONIYATLARI	
<i>Kurbanova M.X., o`qituvchi, Najmiddinov S.N., talaba, Buxoro davlat universiteti, O'zbekiston</i>	154
O'ZBEK MILLIY URF-ODATLARI, HUNARMANDCHILIGI JAHON SAYYOHHLARI E'TIBORIDA	
<i>Қодиров Д.Х., Бухоро давлат университети</i>	156
ЭКОТУРИЗМНИНГ АСОСИЙ ПРИНЦИПЛАРИ	
<i>Azimova M.A., Shofirkon tuman 3-maktab o`qituvchisi</i>	159
BUXORO VILOYATIDA XIZMATLAR SOHASI RIVOJLANISHINING TAHLILI	
<i>Орипов М.А., доцент, Маматова Н.Х., доцент Бухоро давлат университети</i>	162
БУХОРО ВИЛОЯТИ ТУРИСТИК САЛОҲИЯТИДАН КОМПЛЕКС	

Фойдаланишининг концептуал йўналишлари	
<i>Djafarova N.A., o'qituvchi, Buxoro davlat universiteti</i>	164
TURISTIK HUDUDLARNING TARKIBIY TUZILISHI HAMDA FAOLIYA DOIRASI	
<i>Nosirova D.M., Bukhara State University</i>	167
HISTOIRE TOURISME DEL'OUZBÉKISTAN	
<i>Doniyorov B.N., BuxDU Ekologiya kafedrasi o'qituvchisi</i>	169
<i>Buxoro sh., O'zbekiston</i>	
TURIZM SOHASIDA AHAMIYATLI BUXORO VILOYATI AGROSENOZLARIDAGI MANZARALI VA SAYROQI QUSHLAR	
<i>Mўминов Х.И. БДУ иқтисод кафедраси доценти</i>	173
ҲУНАРМАНДЧИЛИКНИНГ РИВОЖЛАНИШИ ВА АҲОЛИ ИШ БИЛАН БАНДЛИГИНИНГ ЮКСАЛИШИ	
<i>Xodjiyeva M.S. Buxoro shahri</i>	175
AGROTURIZMNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI	
<i>Tairova M.M. BuxDU "Iqtisodiyot" kafedrasi dotsenti, i.f.n.</i>	178
<i>Hamidov Muhammadsodiq BuxDU talabasi</i>	
IQTISODIY BARQARORLIKNI TA'MINLASHDA TURIZMNING O'RNI	
<i>Ҳамроев Шохрух. БДУ, магистр</i>	180
БУХОРО АРКИДА ҲУНАРМАНДЧИЛИК ШАҲАРЧАСИ ТУРИСТИК МАСКАН СИФАТИДА	
<i>Қодиров Д.Х., Бухоро давлат университети</i>	184
ЭКОТУРИЗМ КОНЦЕПЦИЯСИ ВА РИВОЖЛАНТИРИШ ИСТИҚБОЛИ	
<i>То'хсанов В.З., Buxoro viloyati turizmi rivojlantirish departamenti, istiqbolli hududlarni rivojlantirish bo`lim boshlig`i</i>	187
G'IJDUVON – MUHIM MILLIY HUNARMANDCHILIK MASKANI SIFATIDA	
<i>Абдуллоев А.Ж., катта ўқитувчи, Жунайдуллоев М.А., талаба, Бухоро давлат университети</i>	191
ТУРИЗМ СОҲАСИ ВА УНИНГ САЛОҲИЯТИДАН УНУМЛИ Фойдаланишининг ижтимоий-иқтисодий	

ТАРАККИЁТДАГИ АХАМИЯТИ	
<i>Axrороva N.O`.</i> <i>Turizm fakulteti talabasi,</i> <i>Buxoro davlat universiteti</i>	194
YOSHLAR TURIZMINI RIVOJLANTIRISHDA MILLIY HUNARMANDCHILIKNING O`RNI	
<i>Kurbanova M.X.</i> <i>O`zbekiston, Buxoro</i>	195
BUXOROI SHARIFNING TABARRUK ZIYORATGOHLARI BO`YLAB	
<i>Джаббаров И.Г., преподаватель</i> <i>Бухарского Государственного университета</i>	197
ВОЗМОЖНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННУЮ ТУРИСТСКУЮ ИНТЕРАКТИВНУЮ КАРТУ ОБЛАСТИ БУХАРЫ	
<i>Atoyeva R.O.</i> <i>Buxoro shahri</i>	201
YURTIMIZDA RIVOJLANTIRILISHI KERAK BO`LADIGAN TURIZM YO`NALISHLARI	
<i>Рўзиев Изатилло,</i> <i>хунармандлар уюшмаси аъзоси</i> <i>Бухоро ш., Ўзбекистон</i>	203
БУХОРОНИНГ АРК МУЗЕЙИНИ БОЙИТИШ ЙЎЛЛАРИ	
<i>Xudayberdiyeva Sh.G.</i> <i>Buxoro shahri, O`zbekiston Respublikasi</i>	207
MINTAQALAR MISOLIDA TA`LIM, AN`ANA VA UDUMLAR, HUNARMANDCHILIKNING TURIZM SOHASIDAGI O`RNI	
<i>Ruziyeva G.F., o`qituvchi,</i> <i>Buxoro davlat universiteti, O`zbekiston</i>	212
BUXORO HUDUDIDA TURISTIK KOMPANIYALAR FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHNING ISTIQBOLLI YO`LLARI	
<i>Амонова Д.Б.,</i> <i>ўқитувчи Бухоро давлат университети</i>	215
ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА МИЛЛИЙ ҲУНАРМАНДЧИЛИКНИНГ ЎРНИ	
<i>Farmanov E.A., Farmonov O.A.,</i> <i>Buxoro davlat universiteti</i>	217
BUXORO TURIZM INFRATUZILMASINI RIVOJLANTIRISHDA ITALIYA MAMLAKATINING TAJRIBASIDAN FOYDALANISH	
<i>Kang Heechun</i> <i>KOICA Volunteer Instructor at Bukhara State University</i>	220
INTERNATIONAL VISITOR TREND SURVEY RESULT AND SUGGESTIONS	

3-шўъба/section #3/секция №3

<i>Жўраев А.Т., и.ф.н., Туризм факультети декани Бухоро давлат университети</i>	229
ТУРИЗМ ТАЪЛИМИ ВА ИШ БЕРУВЧИЛАР БИЛАН ҲАМКОРЛИК ИСТИҚБОЛЛАРИ	
<i>Hazratov F.X., teacher, Bukhara State Universiteti</i>	232
EDUCATION IN TOURISM, MODULAR TRAINING IN THE TEACHING OF FOREIGN LANGUAGES	
<i>Xodjayeva D.X. Bukhara city, Uzbekistan</i>	235
PECULIARITIES OF RURAL TOURISM DEVELOPMENT IN UZBEKISTAN	
<i>Gulamova Munisxon, Bukhara State University</i>	240
TO IMPROVE READING SKILL AMONG THE STUDENTS	
<i>Равшанов Ў.Р., магистрант, Шодиев Ж.Х., талаба, Ўзбекистон, Бухоро</i>	241
XVII АСР БУХОРО ЁДГОРЛИКЛАРИДА ЗООМОРФИЗМ АСРИ	
<i>Mamatov D.Q., katta o'qituvchi, Buxoro davlat universiteti</i>	244
OLIY O'QUV YURTLARIDA TALABALARNING MUSTAQIL TA'LIM JARAYONINI TASHKIL QILISH MUAMMOLARI	
<i>Djurayeva D.D. Buxoro davlat universiteti</i>	246
HUNARMANDCHILIK VA TURIZM KICHIK BIZNES POYDEVORI	
<i>Жўраева З.Т., катта ўқитувчи, Бухоро давлат университети</i>	249
ТУРИСТИК КОРХОНАЛАРДА КОММУНИКАТИВ ТЎСИҚЛАРНИНГ АСОСИЙ САБАБЛАРИ	
<i>Махмудова Н.О', катта о'qituvchi, Muhammedov Baxtiyor, talaba, Buxoro davlat universiteti</i>	253
МЕНМОНХОНАДА КАДРЛАР СИЙОСАТИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ YO'NALISHLARI	
<i>Amonova D.B., o'qituvchi, Buxoro davlat universiteti</i>	257
O'ZBEKISTONNING TURIZM TARAQQIYOTIDA EKOLOGIK TURIZMNING O'RNI	
<i>Аҳмадова З.Ш, талаба, Бухоро давлат университети</i>	259
XIX АСР ОХИРИ XX АСР БОШЛАРИДА БУХОРО ВОҲАСИДАГИ ИПАК МАТОСИДАГИ СИРЛИ ЁЗУВЛАР	

<i>Rashidov N.E., Elmurodov U.N., Elmurodova N.N.</i> <i>O`zbekiston Respublikasi Buxoro shahri</i> TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA BIOLOGLARNING O`RNI	262
<i>Шомуродов О.Н., ўқитувчи,</i> <i>Бухоро давлат университети</i> ШАРҚ МИНИАТЮРА МАКТАБЛАРИНИНГ ЮЗАГА КЕЛИШИ ТАРИХИ	263
<i>Абдуллаев К.Ф.,</i> <i>Бухара. Ўзбекистан</i> НАЦИОНАЛЬНОЕ РЕМЕСЛО - КАК ФАКТОР РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В БУХАРЕ	265
<i>Мусинова А.С., ўқитувчи,</i> <i>Бухоро давлат университети</i> МИС КАНДАКОРЛИК САНЪАТИНИНГ ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШДАГИ ҲИССАСИ	267
<i>Djurayeva Nilufar, talaba</i> <i>Buxoro davlat universiteti</i> TURIZM RIVOJLANISH PALLASIDA	271
<i>Mirzayeva M.R., o`qituvchi,</i> <i>Buxoro davlat universiteti</i> BUXORO SAN`ATIDAGI MILLIYLIK VA IRAKCHILIK AN`ANALARI	274
<i>Рўзиев С.С., и.ф.н, доцент</i> <i>Бухоро давлат университети</i> БУХОРОДА ГИДЛАР ТАЙЁРЛАНИШИГА ЯНГИ ЧАҚИРИҚ	277
<i>Мадримов Б.Х., и.о. профессор,</i> <i>Абдуллаев С.С., доцент.</i> <i>Бухарский государственный университет</i> НАРОДНОЕ ИСКУССТВО БУХАРЫ КАК АСПЕКТ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ТУРИЗМА	279
<i>Khayrullayeva N.N., lecturer,</i> <i>Boturodova Nigina, student,</i> <i>Bukhara State University</i> LEARNING ENGLISH THROUGH TRAVELLING	282
<i>Djafarova N.A., o`qituvchi,</i> <i>Buxoro davlat universiteti</i> TURIZMNI BOSHQARISHNING HUDUDIIY YONDASHUVLAR	285
<i>Rziyeva D.S.,</i> <i>Bukhara State University</i> SOME OF TRADITIONS “UZBEK DANCE MOVEMENT”	288
<i>Nosirova D.M.,</i> <i>Bukhara State University</i> HISTOIRE TOURISME DEL’OUBÉKISTAN	291

<i>Salichowa D.S., Lehrer von Bucharaer Staatliche Universität</i>	293
DIE MUSEUMSTADT BUCHARA	
<i>Кабиров Комилбек, член общества ремесленников города Бухары</i>	295
ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ШКОЛ МИНИАТЮРНОЙ ЖИВОПИСИ	
<i>Хайруллоева N.N. Buxoro davlat universiteti</i>	301
O'ZBEKISTON- BUYUK QADAMJOLAR MASKANI (<i>Buxoro hududida -ekskursavodlar byurosini yaratish loyihasi</i>)	
<i>Ахмедова Хилола, Бухоро давлат университети</i>	304
ТУРИЗМ БИЗНЕСИДА СИФАТ НАЗОРАТИНИ ЙЎЛГА ҚЎЙИШДА RADAR LOGIC УСУЛИДАН ФОЙДАЛАНИШ	
<i>Маннорова M.S. Farg'ona shahri, O'zbekiston</i>	307
TURIZM YO'NALISHIDA TA'LIM BERISHNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI	
<i>Ҳалимова Ҳ. Н. Бухоро хотин-қизлар мадрасаси ўқитувчиси</i>	310
<i>Муסיнова А. С. Тасвирий санъат кафедраси ўқитувчиси</i>	
ТАРИХИЙ ОБИДАЛАРДА НАҚШИН БЕЗАКЛАР ЖИЛОСИ	
<i>Jo`rayeva Z.T., o`qituvchi, Buxoro davlat universiteti</i>	313
МЕҲМОҲОНАЛАРДА НИЗОЛАРНИНГ ШАКЛЛАНИШИ ВА УЛАРНИ БАРАТАРАФ ЕТИШ ИМКОНИЯТЛАРИ	
<i>Амонова Д.Б., ўқитувчи, Ўзбекистон Республикаси Бухоро вилояти</i>	317
ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА МИЛЛИЙ ХУНАРМАНДИЧИЛИКНИНГ ЎРНИ	
<i>Rakhimov J.J., Student, Bukhara State University</i>	318
THE ROLE OF YOUTH IN CREATING ECOLOGICALLY HEALTHY ENVIRONMENT	
<i>Murodova G., Ahmadov A., Buxoro shahar</i>	320
BUXORONING ZIYORATGOH QADAMJOLARI DUNYO TURIZMI NIGOHIDA	
<i>Irgasheva F.B., Buxoro davlat universiteti</i>	323
MILLIY MADANIYAT VA AN'ANALARNING TURIZM SOHASI RIVOJIDA TUTGAN O'RNI	

<i>Farmanov E.A., o'qituvchi</i> <i>Buxoro davlat universiteti</i>	325
BUXORODA GIDLIK FAOLIYATINI OLIV BORISHDA TARIXIY OBYEKTlardan FOYDALANISH	
<i>Asadov N.N., talaba,</i> <i>Buxoro davlat universiteti</i>	329
O`ZBEKISTONDA HALOL TURIZMNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI	
<i>Maxmudova S.X., Jumayev R.G',</i> <i>Buxoro, O`zbekiston</i>	331
TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA MILLIY BAYRAMLARNING O`RNI (NAVRO`Z XALQ SAYLI MISOLIDA)	
<i>Кадирова М.М., преподаватель,</i> <i>Бухарский государственный университети</i>	334
ОСНОВНЫЕ ФОРМЫ И ВИДЫ СОВРЕМЕННОГО ТУРИЗМА	
<i>Холлиев А.Э., Норбоева У.Т.,</i> <i>Бухоро давлат университети</i>	336
ГЛОБАЛ МИҚЁСДА ЭКОТУРИЗМНИНГ РИВОЖЛАНИШ ХУСУСИЯТЛАРИ	
<i>Кадирова М.М.,</i> <i>преподаватель кафедры Туризма, БухГУ</i>	339
СОВРЕМЕННЫЕ ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ	
<i>Ашурова М.Х., катта ўқитувчи,</i> <i>Бухоро давлат университети</i>	342
“ТУРИЗМ” ФАНИНИ ЎҚИТИШДАГИ ИННОВАЦИЯЛАР ВА ИЛГОР ХОРИЖИЙ ТАЖРИБАЛАР	
<i>Тўраев М.М., доцент,</i> <i>Бухоро давлат университети</i>	347
БУХОРО ВИЛОЯТИ ТАБИАТИДАГИ БИОЛОГИК ХИЛМА- ХИЛЛИК ВА УНДАН ЭКОТУРИЗМДА САМАРАЛИ ФОЙДАЛАНИШ ЙЎЛЛАРИ	
<i>Болтаев Ш.Ш.,</i> <i>Бухоро давлат университети</i>	353
“ТУРИЗМ” ФАНИ РИВОЖЛАНИШИНИНГ УСТИВОР ЙЎНАЛИШЛАРИ	
<i>Саидова Ф.К., ўқитувчи,</i> <i>Бухоро давлат университети</i>	355
ТУРИЗМДА МАРКЕТИНГ ТАДҚИҚОТЛАРИНИНГ АҲАМИЯТИ	
<i>Matatova N.</i> <i>PhD at Bukhara state university</i>	360
PRACTICAL USE OF ADAPTIVE MODELS IN TOURISM	

4-шўъба/section #4/секция №4

<i>Жўраева З.Т., катта ўқитувчи, Бухоро давлат универститети</i>	366
ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАР КўРСАТИШДА АНИМАЦИОН ТАДБИРЛАРНИ ҚўЛЛАШ ИМКОНИЯТЛАРИ	
<i>Kurbanova M.X., Buxoro davlat universiteti</i>	368
MICE TURIZM BUXORO VILOYATIDA TURISTIK MAVSUMNI YUMSHATISHNING ASOSIY YO'LI	
<i>Ҳалимова Г.С., катта ўқитувчи, Сафоева С., талабаси</i>	371
<i>Ўзбекистон Республикаси Бухоро шаҳри</i>	
<i>Samadova S.A. Buxoro davlat universiteti</i>	372
IPAK ZIRAVORLAR MILLIY VA ZAMONAVIY AN'ANALAR IN'IKOSI SIFATIDA	
<i>Kurbanova M.X., Buxoro davlat universiteti</i>	375
TURISTIK MAVSUMIYLIKNI YUMSHATISHDA OMMAVIY TADBIRLARNING ROLI	
<i>Болтаева З.А., Бухоро. Ўзбекистон</i>	377
МУҲОФАЗА ЭТИЛАДИГАН ТАБИИЙ ҲУДУДЛАРНИНГ ЭКОТУРИСТИК САЛОҲИЯТИ	
<i>Ҳамроев Ҳ.Р., доцент, Бухоро давлат университети</i>	380
ТУРИЗМДА МАВСУМИЙЛИК ВА БУХОРО ВИЛОЯТИДА УНИ ЮМШАТИШ ЙўЛЛАРИ	
<i>Axrorova N.U., talaba, Buxoro davlat universiteti</i>	386
O'ZBEKISTONDA YOSHLAR TURIZMINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI	
<i>Мирзаев А.Т., ўқитувчи, Фаргона давлат университети</i>	389
ТУРИЗМ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ТУРИСТИК- РЕКРЕАЦИОН ХИЗМАТЛАРНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ЙўНАЛИШЛАРИ	
<i>Атаджанова З.С., Егамбердиева Х.А. Тошкент шаҳри, Ўзбекистон</i>	394
ЮҚОРИ ТЕЗЛИКДА ХАРАКАТЛАНУВЧИ ПОЕЗДЛАР - ТУРИЗМ ИНФРАТУЗИЛМАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ОМИЛИ СИФАТИДА	

