

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ

Қўлёзма ҳуқуқида
УДК 338.48(575.1)

РЎЗИЕВ СОБИРЖОН САМАТОВИЧ

**ЎЗБЕКИСТОН МАДАНИЙ ТУРИЗМ БОЗОРИ ВА УНИНГ
ИСТИҚБОЛЛАРИ**

08.00.13 – “Менежмент ва маркетинг”

Иқтисод фанлари номзоди
илмий даражасини олиш учун тақдим этилган диссертация

АВТОРЕФЕРАТИ

Тошкент - 2009

ДИСЕРТАЦИЯНИНГ УМУМИЙ ТАВСИФИ

Мавзунинг долзарблиги. Ислом Абдуганиевич Каримовнинг “Жаҳон молиявий-иктисодий инкирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари” асарида таъкидланганидек: “Айниқса, хизматлар кўрсатиш соҳасини янада жадал ривожлантириш бўйича амалга ошириляётган ишларни чуқурлаштириш катта аҳамиятга эга эканини алоҳида таъкидлаш жоиз”. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2007 йил 21 майдаги ПҚ-640 сонли “Ўзбекистон Республикасида 2010 йилгача бўлган даврда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисидаги” Қароридан юртимизда хизматларнинг бошқа турлари қаторида туризм-экскурсия хизматлари ҳам жадал суръатлар билан ривожланиб бораётганлиги, хизматлар соҳасида кузатиляётган ўсиш 2010 йилгача бўлган даврда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштиришга оид дастурда белгиланган прогноз кўрсаткичларидан юқори даражада эканлигининг қайд қилиниши билан биргаликда мавжуд салоҳиятдан тўлиқ фойдаланилмаётганлиги ҳам белгилаб берилган. Ўзбекистон бўйича аҳолига пулли хизмат кўрсатиш 2008 йилда ялпи ички маҳсулот(ЯИМ)нинг 12,1 фоизини, жами хизматлар кўрсатилишининг 45,3 фоизини ташкил этган бўлсада, туризм-экскурсия хизматлари Ўзбекистонда ЯИМнинг 0,2-0,3 %ини, мамлакат бўйича кўрсатилган жами хизматларнинг 0,5-0,6 %ини ташкил этмокда¹. Туризм-экскурсия хизматлари экспорти Ўзбекистон жами экспортининг 0,5-0,6 %ини ташкил этмокда, ваҳоланки, Ўзбекистон экспортида туризм-экскурсия хизматларининг улушини 10 – 15 %дан ошириш салоҳияти мавжуд.

Бугунги кунда туризм мамлакат иқтисодиётининг ажралмас тармоғига айланган бўлиб, республикамизнинг жаҳон мамлакатлари интеграциясида фаол иштирок этишига имкон туғдирмокда. “2009 йилда хизмат кўрсатиш ва кичик бизнес соҳасини аҳоли бандлигини таъминлаш ва ҳаёт даражасини оширишнинг энг муҳим омили сифатида янада жадал ривожлантириш – устувор вазифа бўлиб қолади”².

Ўзбекистон Республикаси Марказий Осиёдаги мамлакатлар орасида нисбатан катта туризм имкониятларига эга бўлиб, бу соҳада юқори даражадаги рақобатга бардош бера оладиган ҳамда туризмни янада ривожлантириш учун потенциал имкониятларга эга бўлган мамлакатлардан бири бўлиб ҳисобланади. Шунингдек, Ўзбекистон Жаҳон туризм ташкилотининг «Ипак Йўли» лойиҳасининг асосий бўғини бўлиб, бу лойиҳа бўйича туристларнинг ихтиёрига таклиф этиляётган турларнинг аксарият қисми Ўзбекистон ҳудудидан ўтади. Шунингдек, Ўзбекистонга келаётган хорижий туристларнинг

¹ И.Каримов Жаҳон молиявий-иктисодий инкирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. – Т.: Ўзбекистон, 2009. 48-бет.

² Статистическое обозрение Узбекистана, 2008, 34-бет.

³ И.Каримов. Жаҳон молиявий-иктисодий инкирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. – Т.: Ўзбекистон, 2009. 46-бет.

кўпгина қисми айнан шу лойиха иштирокчилари бўлиб ҳисобланади. “Ипак Йўли” лойихасида асосан маданий туризм маҳсулоти тақлиф этилади, бу лойиха бўйича саёҳатга чиққан туристлар ҳам асосан маданий туризм ихлосмандлари бўлиб ҳисобланади. Бу ҳолат ўлкамиздаги мавжуд иқтисодий шароитларнинг ўсиб бораётган маданий туризм талабларига микдор ҳамда сифат жиҳатидан жавоб бериш имкониятларини, туристлар ихтиёрига тақлиф этилаётган миллий туризм маҳсулотимизнинг қўшни мамлакатларнинг туризм маҳсулотларига нисбатан рақобатбардошлигини таҳлил қилиш ва Ўзбекистон туризмида жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози таъсирларини бартараф этиш йўллариини излаб топиш, шунингдек, маданий туризм ресурсларимиздан келгуси авлод манфаатларини ҳам унутмаган ҳолда барқарор ривожлантириш имкониятларини ўрганиб чиққан ҳолда янги ривожланиш стратегиясини ишлаб чиқиш заруратини туғдиради.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси. Туризмнинг ривожланиш муаммолари ва мамлакатлар иқтисодиётидаги ўрнини ўрганишга хорижий олимлардан Ж.Барлоу, Ж.Боуэн, Ф.Котлер, Ж.Мейкенз, П.Мўрфи, В.Райс ва Г.Ричардслар ўзларининг илмий-амалий ишларини бағишлаганлар ва илмий хулосалари билан соҳанинг ривожланишига ҳиссаларини кўшишган. Ҳамдўстлик мамлакатлари олимларидан А.Ю.Александрова, И.Т.Балабанов, А.И.Балабанов, М.Б.Биржақов, Н.А.Восколович, А.П.Дурович, Н.И.Кабушкин, В.А.Квартальнов, О.В.Назаров, Г.А.Папирян, В.С.Сенин, С.С.Скобкин, А.Д.Чудновский, В.С.Янкевич ва яна бошқа кўплаб иқтисодчи олимлар шу соҳага оид илмий тадқиқотлар олиб борганлар. Бу муаллифларнинг илмий-амалий ишлари турли вақтларда ёзилган бўлиб, уларда туризм ва меҳмондорчилик саноати иқтисодиёти, уни бошқариш, ташкил этиш, менежменти ва маркетинги ҳамда соҳага оид ҳуқуқий тарафлар назарий ва амалий нуқтаи назардан ёритиб беришга ҳаракат қилинган.

Ўзбекистон Республикаси мустақилликка эришиб, ривожланиш ва ҳўжалик юритишнинг бозор муносабатларига ўтишни бошлагандан кейин, туризм соҳасини ўрганишга, тармоқ ривожланишига бағишланган кўплаб илмий мақолалар, илмий-услубий ишлар юзага келмоқда. Ўзбекистон иқтисодиётида туризмнинг тутган ўрни, иқтисодий ривожланишда туризмнинг таъсири, ташкилий иқтисодий муаммолари, хизматлар маркетинги республикаимиз олимлари Т.Абдуллаева, Н.Абдусаломова, А.Бекмуродов, М.Болтабоев, Ж.Жалолов, Н.Ибрагимов, И.Иватов, Ф.Камилова, Б.Мирбобоев, Р.Мирзаев, Д.Муҳиддинов, Н.Насретдинова, А.Норчаев, А.Саидов, Т.Тошмуротов, Б.Тўраев, Н.Тўхлиев, Н.Файзибаева, М.Қосимова, О.Ҳамидов ва бошқалар томонидан ўрганилган. Ўзбекистонда туризмга бағишланган илмий ишларда ушбу тармоқнинг кўпгина муаммоларини ечиш йўллари, туризмни ривожлантиришнинг назарий-услубий асослари, халқаро туризмда маркетингнинг ривожланиши, меҳмонхона хизматларининг маркетинги каби масалалар етарли даражада ўрганилган. Аммо, маданий туризмдаги маркетинг тадқиқотлари, унинг мамлакатнинг иқтисодий ривожлантиришдаги ўрни

хозирги вақтга қадар ҳеч қайси йўналишда чуқур ўрганилмаган. Шунинг учун ҳам, ўлкамиз туризмида ривожланган бозор муносабатларининг қарор топиши миллий туризм маҳсулотининг асосларидан бири бўлиб ҳисобланган маданий туризм ресурсларидан фойдаланишни ва уни ривожланишининг республикамиз иқтисодиётига кўрсатаётган таъсирини амалий тадқиқ этишни, муҳим молиявий манба сифатида миллий маданий туризмни ривожлантириш йўналишлари ва истикболлини асослаш ушбу диссертация ишининг мақсади ва вазифалари доирасини белгилаб берди.

Диссертация ишининг илмий-тадқиқот ишлари режалари билан боғлиқлиги. Диссертация иши мавзуси Тошкент давлат иқтисодиёт университети илмий-тадқиқот ишлари режаси билан узвий боғлиқ.

Тадқиқот мақсади. Глобаллашув шароитида Ўзбекистонда маданий туризмни ривожлантириш йўналишлари ва истикболлари бўйича амалий тақлиф ва тавсиялар ишлаб чиқишдан иборат.

Тадқиқот вазифалари. Қўйилган мақсадга мувофиқ ҳолда, диссертацияда қуйидаги вазифаларни ҳал қилиш кўзда тутилган:

- Ўзбекистонда маданий туризмнинг ривожланишининг назарий-услубий асосларини ўрганиш;

- маданий туризмнинг миллий иқтисодиётдаги тутган ўрни ва ўзига хос хусусиятларини аниқлаш;

- Ўзбекистоннинг жаҳон туризмида тутган ўрни ва салоҳиятини баҳолаш;

- маданий туризмнинг мамлакатдаги хизматларни ривожланишидаги ўрни ва аҳамиятини ёритиш;

- маданий туризмни ривожлантиришдаги жаҳон тажрибасининг ижобий томонларини илмий-амалий асослаган ҳолда республикамиз туризмига татбиқ қилиш йўналишларини ишлаб чиқиш;

- республикамизнинг туризм имкониятларини чуқур таҳлил қилган ҳолда, туризм фаолиятни тўғри йўналтириш ва маданий туризмни ривожлантиришнинг иқтисодий устувор йўналишларини белгилаш;

- халқаро туризм бозорига миллий маданий туризм маҳсулотларини олиб чиқиш, рақобатбардошлигини ошириш ва турмаҳсулот экспортини таъминлаш бўйича амалий тақлифлар ишлаб чиқиш;

- жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида республикамизда маданий туризмни ривожлантиришнинг келажақдаги истикболлари ва йўналишларини кўрсатиб бериш.

Тадқиқот объекти ва предмети. Тадқиқот объекти бўлиб Ўзбекистон Республикаси «Ўзбектуризм» Миллий компанияси ва маданий туризм бозори ҳисобланади. Тадқиқот предмети бўлиб республикамизда маданий туризм ривожланиши билан боғлиқ бўлган ижтимоий-иқтисодий жараёнлардаги муносабатлар ва маркетинг тизими ҳисобланади.

Тадқиқот усуллари. Тадқиқот жараёнида қиёслаш, тизимли таҳлил, корреляцион-регрессион таҳлил, иқтисодий-математик моделлаштириш, эвристик прогнозлаш, сценарий усуллари қўлланилган.

Ҳимояга олиб чиқилаётган асосий ҳолатлар:

- маданий туризм ва турмахсулот тушунчаларига бўлган янги илмий таъриф;

- маданий туризм бозорида талаб ва таклифни боғланишининг тавсифланишини осонлаштирувчи тамойиллар;

- туризм ва меҳмондорчилик корхонасининг маркетинг муҳитини тавсифлашга бўлган янги ёндашув;

- Ўзбекистон миллий туризм махсулотини реклама қилишда эътиборга олиниши лозим бўлган жиҳатлар;

- туризм ва меҳмондорчилик соҳаси учун кадрлар тайёрлаш бўйича тавсиялар;

- мамлакат туризм салоҳиятини тўғри йўналтириш йўлларини асослаш бўйича таклифлар;

- жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида Ўзбекистон туризмни ривожлантириш бўйича тавсиялар.

Илмий янгилиги. Диссертациянинг илмий янгилиги қуйидагиларни ташкил қилади:

- туризм бозорида талаб ва таклиф боғланишини тушунтирувчи ўзига хос схема яратилган;

- маданий туризмга янги, янада тўлиқроқ таъриф берилган;

- Ўзбекистоннинг халқаро маданий туризм бозоридаги нисбий устунликлари аниқлаб берилган;

- жаҳон туризми ривожланишининг ижобий томонларини илмий-амалий асослаган ҳолда республикамиз туризмга татбиқ этиш йўналишлари ишлаб чиқилган;

- жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида республикамизнинг туризмдаги маркетинг имкониятлари ҳар томонлама таҳлил қилинган ҳолда, туризм фаолиятини тўғри йўналтириш ва туризмни ривожлантиришнинг йўналишлари кўрсатиб берилган;

- Ўзбекистон Республикасининг маданий туризм бозоридаги маркетинг имкониятлари асосланган;

- маданий туризм махсулотини халқаро туризм бозорига олиб чиқиш, уларнинг рақобатбардошлигини ошириш ва турмахсулотлар экспортини таъминлаш ҳақида илмий-амалий хулосалар берилган.

Тадқиқот натижаларининг илмий ва амалий аҳамияти. Муаллиф томонидан амалга оширилган изланишлар ва таклиф этилган ғоялар Ўзбекистон туризми ривожланиши муаммоларининг келиб чиқишини аниқлаб, самарали истикболли ривожлантириш йўлларини кўрсатиб бериш ва шу орқали туризмнинг бўлажак тараққиёти кўрсаткичларини башоратлаш учун имконият

яратади. Берилган таклиф ва хулосалардан республикада маданий туризм фаолиятини ташкил қилишда ва уни ривожлантириш дастурларини қабул қилишда фойдаланиш мумкин.

Муаллиф томонидан амалга оширилган тадқиқотнинг айрим натижаларидан туризм тизими соҳаларида, жумладан, Тошкент давлат иқтисодий университетида “Туризм”, “Туризм маркетинги” ва “Сервис”, Бухоро давлат университетида “Иқтисодиёт” ва “Сервис” йўналишларида таълим олаётган талабалар учун тайёрланган дарслик, ўқув қўлланмалари ва маъруза матнларини тайёрлашда фойдаланилди.

Натижаларнинг жорий қилиниши. Диссертация ишининг асосий натижалари, хулоса ва таклифлар “Бухоротурист” хиссадорлик жамиятида (16.06.2009 йил 07/276 сонли далолатнома) ва Бухоро давлат университетининг ўқув жараёнида (11.02.2009 йил 116-05-ТТ сонли маълумотнома) қўллаш учун қабул қилинган.

Ишнинг синовдан ўтиши. Диссертация ишининг натижалари, хулосалари ва тавсиялари “Туризм – иқтисодий ўсишнинг муҳим таянчи сифатида” (Тошкент, 2009 йил 30 май), “Туризм соҳасини ривожлантириш муаммолари ва истикболлари” (Тошкент, 2008 йил 5 декабр), “Ўзбекистон хизмат бозорида ислохотларни чуқурлаштириш муаммолари” (Бухоро, 2007 йил 8-9 ноябр), “Двадцатые международные Плехановские чтения” (Москва, 2007 год 6 апреля), “Шестнадцатые международные Плехановские чтения” (Москва, 2003 год 26 апреля), “Ўзбекистонда туризм хизматларини такомиллаштиришнинг иқтисодий механизми” (Тошкент, 2003 йил 10-11 декабр), “Туризмни ривожлантиришнинг ижтимоий-иқтисодий муаммолари” (Бухоро, 2000 йил 14-16 июн), “Кичик ва ўрта бизнесда менежмент муаммолари” (Самарқанд, 2000 йил 6-7 июн), “Бозор ислохотлари: яқунлари ва муаммолари” (Бухоро, 2000 йил 20-23 апрел) мавзуларидаги халқаро ва республикаимиз илмий анжуманларида муҳокама қилинган ва маъқулланган.

Шунингдек, диссертация иши Тошкент давлат иқтисодий университети “Туризм маркетинги”, “Халқаро маркетинг” ва “Маркетинг” кафедраларининг қўшма мажлисида, Муаммовий илмий кенгаши семинарида, Самарқанд иқтисодий ва сервис институтининг “Маркетинг” кафедрасида ва Тошкент автомобил йўллари институтининг “Маркетинг” кафедраси семинарларида муҳокама этилиб, хайомга тавсия этилган.

Натижаларнинг эълон қилинганлиги. Диссертациянинг асосий натижалари бўйича 2,0 босма табоқ ҳажмида 13 та илмий мақола ва маъруза тезислари чоп этилган.

Диссертациянинг тузилиши ва ҳажми. Диссертация иши 155 бетдан иборат бўлиб, ўз ичига кириш, 3 боб, хулоса ва таклифлар, фойдаланилган адабиётлар рўйхатини ҳамда 7 та жадвал ва 10 та расми олган.

Диссертациянинг кириш қисмида мавзунинг долзарблиги, муаммонинг ўрганилганлик даражаси, изланишнинг мақсад ва вазифалари, тадқиқот

предмети, диссертациянинг илмий янгилиги, тадқиқотнинг назарий-услубий ва амалий натижалари, изланиш натижаларининг амалий аҳамияти баён этилган.

Диссертациянинг “**Маданий туризм бозорининг назарий - услубий асослари**” деб номланган биринчи бобда маданий туризм бозорининг ижтимоий-иқтисодий моҳияти, унинг тушунчаси, маданий туризм бозоридида маркетинг фаолияти ва унинг йўлга қўйилиши, маданий туризм бозорининг ривожланиш асослари ва хусусиятлари тадқиқ этилган.

Диссертациянинг “**Маданий туризм бозорининг ҳолати ва унинг таҳлили**” деб номланган иккинчи бобда маданий туризм бозори маркетинг муҳити таҳлил этилган, маданий туризм бозоридидаги маркетинг имкониятлари таҳлили амалга оширилган, маданий турмахсулотга бўлган талаб ва таклифнинг шаклланиш жараёнлари таҳлил этилган, маданий туризм махсулотларининг ўзлаштирилиши ва ривожланиши ҳолати тадқиқ этилган.

Диссертациянинг “**Ўзбекистон маданий туризм бозорининг истиқболлари**” деб номланган учинчи бобда маданий туризм бозорининг ривожланиши прогноз қилинган, жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида Ўзбекистонда маданий туризмни ривожлантириш бўйича тавсия берилган.

Диссертациянинг хулоса қисмида тадқиқот натижаларидан келиб чиққан ҳолда илмий-амалий таклиф ва тавсиялар берилган.

ДИССЕРТАЦИЯНИНГ АСОСИЙ МАЗМУНИ

1985 йилда Жаҳон туризм ташкилоти “Маданий туризм - ўқиш, санъат ва маданий турлари билан танишиш каби мотивлар билан ҳаракатланишлари, фестивал ва бошқа маданий тадбирларга саёҳат қилиш, жойлар ва ёдгорликларга ташриф буюриш, санъат, фолклор ва табиатни ўрганиш учун қилинган саёҳат ҳамда зиёратчиликдир” деб таъриф берган. Юнеско томонидан эса, шу 1985 йилда “Маданий туризм – инсонларнинг шахсларнинг хилма-хилликка бўлган эҳтиёжларини қондириш, индивиднинг маданий савиясини кўтариш, билимлари ва тажрибасини ошириш ҳамда танишиш учун қилган барча ҳаракатланишларидир ” деб таъриф берилган⁴. К.Бонинк ва Г.Ричардс “Маданий туризм – шахснинг доимий истиқомат жойидан меросли жойлар, санъат ва маданият кўргазмалари, санъат ва драма каби ўзига хос маданий жозибдорликларга ҳаракат қилишидир” деб таъриф берган бўлишса, С.Медлик “Маданий туризм тарихий жойлар ва ёдгорликларга, музей ва галереяларга, санъат намоишларига ва фестивалларга, жамоаларнинг ҳаёт тарзига ташриф буюриш каби маданий қизиқишлар билан мотивланган махсус манфаатли таътилдир. Маданий туризм – машғулотлар комбинациясини ўз ичига олган саёҳат ва ташрифларнинг маданий мазмунга эга бўлган қисмидир” деб таъриф

⁴ Greg Richards. “New directions for cultural tourism?”. In Tourism market trends. 2003 edition, page 137.

берган⁵. 2003 йилда Жаҳон туризм ташкилоти томонидан янада кенгрок килиб белгиландики: "... маданиятга бериладиган таъриф туризмнинг ўзи сингари ниҳоятда кенгдир. Баъзи мамлакатларда яратилган мерос ва санъатдан ташқари, ўзларининг таърифларига яна, масалан, спорт, овқатланиш, карнавал, таълим, зиёрат, хунармандчилик, афсонагўйлик ва кишлоқ ҳаётини киритадилар"⁶.

Муаллифнинг фикрича, маданий туризм инсонларнинг ўзга халқлар маданиятлари билан танишишга бўлган қизиқишларига асосланади, инсонни маънавий бойитади ва ҳар бир турист ўз эҳтиёжларини белгиланган талаблар орқали қондирилишини таъминлайди.

Маданий туризм деганда асосан инсонлар томонидан ўзга халқлар маданияти ва урф-одатларига бўлган қизиқиш асосида амалга ошириладиган туризм саёҳати тушунилади. Маданий туризм ихлосмандлари туризм манзиллари аҳолисининг тарихи (археология, этнография, ўлкашунослик), яшаш тарзи ва кун кечириш муҳитининг шарт-шароитлари, миллий хунармандчилик санъати қабиларга катта қизиқиш билдирадидлар, маҳаллий маданиятни ўзида акс эттирувчи театр, музей, бозор, байрам-концерт-фестивал ўтказиладиган жойларга кўпроқ киришга ҳаракат қиладилар. Уларда маҳаллий ҳаёт билан яқинрок танишиш истаги кучли бўлсада, бу танишиш қандайдир ноқулайлик, қийинчилик ёки хавф-хатарни бошдан кечириш орқали амалга ошириладиган бўлса, бу ҳолда туристлар ўзларининг бундай мақсадларидан воз кечиб қўя қоладилар.

Ўзбекистонда асосан маданий туризм бошқа турларга қараганда кўпроқ ривожланган. Ўзбекистон туризми моддий-техник базасининг 87 фоизи Тошкент, Самарқанд, Бухоро ва Хоразм вилоятларига тўғри келади⁷. Ўзбекистон бўйича саёҳатга чиқувчи хорижий ва маҳаллий туристларда энг катта қизиқиш Самарқанд, Бухоро ва Хива шаҳарларига билдирилади⁸. Шунингдек, Тошкент шаҳри туристларни пойтахт ҳамда бизнес маркази сифатида жалб этади.

Туризм фирмалари томонидан энг катта қизиқиш Тошкент – Самарқанд – Бухоро – Урганч – Тошкент экскурсия-танишув маршрутига билдирилмоқда. Ушбу йўналиш Ўзбекистоннинг энг муҳим тарихий ёдгорликлари билан танишиш, миллий анъаналар ва удумларни кузатиш ҳамда қадимий шаҳарлар ҳаётига қўшилиш имкониятини беради. Халқаро бозорда Ўзбекистон ўз туризм маҳсулотини "Буюк Ипак Йўли" рекламаси орқали ҳам сотади. Ўзбекистон туризм инфратузилмаси айнан шу манзилгоҳларда яхшироқ ривожланган ҳамда Буюк Ипак Йўлига тааллуқли кўпгина объектлар айнан шу жойларда сақлаб

⁵ Elisabeth Kastenholtz, Maria Carneiro, Celeste Eusebio "The impact of socio-demographics on tourist behavior – analyzing segments of cultural tourists visiting Coimbra" University of Aviero, 2004.

⁶ WTO. "World overview & tourism topics". Tourism market trends, 2003 edition. Page 25.

⁷ Тураев Б.Х. К проблеме развития международного рынка туристских услуг в Узбекистане. Туризм соҳасини ривожлантириш муаммолари ва истикболлари. Халқаро илмий-амалий анжуманнинг маърузалари тўшам. Т.: ТДНУ, 2008. 154-бет.

⁸ Эштаев А.А. К вопросу о методике проведения сегментации туристского рынка. Туризм соҳасини ривожлантириш муаммолари ва истикболлари. Халқаро илмий-амалий анжуманнинг маърузалари тўшам. Т.: ТДНУ, 2008. 17-бет.

қолинган (Ўзбекистонга гуруҳларда ташриф буюрувчи туристларнинг аксарияти Буюк Ипак Йўли йўналиши доираси ҳаракатланадилар). Шунингдек, Сурхондарё, Қашқадарё ва Фарғона водийси вилоятларида ҳам туристларни жалб этиши мумкин бўлган кўплаб муҳим маданий туризм жозибадорликлари мавжуд.

Ўзбекистонга келувчи маданий туристларнинг катта қисми юксак маданиятли, гуманитар таълим олган, маданият билан боғлиқ касб эгаси бўлган, ўртачадан юқорироқ даромадга эга бўлган ёшлар ва кексалар ташкил этади. Маданий туристларнинг баъзилари ўзларига ўхшаган бошқа туристлар гуруҳида саёҳат қилишни ёқтиришса, бошқалари яққа ўзлари ёки кичикроқ гуруҳларни афзал кўради. Туристларнинг баъзилари ўз саёҳатларини ўзлари режалаштирадилар, яъни, қачон қаерга бориш, у ерда қанча вақт тўхтаб туриш кабилар тўғрисида ўзлари мустақил қарор қабул қиладилар. Бошқа баъзи бир туристлар бунда тўлалигича тур ташкилотларига таянишади. Маданий туристлар тарихий шаҳарларга, ёдгорликларга, бино ва иншоотларга, музейларга, маданий анъаналарга, тарихий-маданий муҳитга, маҳаллий аҳолининг яшаш тарзига, санъатига, миллий ҳунармандчиликка, меҳмондорчиликка қизиқиш билдирадилар; маданий муҳит орқали бирор янгиликни ўрганишни ва маданий муҳит ичида кўнгил ёзиб дам олишни хоҳлайдилар.

Туризм соҳасида фаолият юритаётган корхоналар ўзларининг бизнесларига таъсир этадиган омилларни инобатга олиб иш юритадилар. Маҳаллий аҳолининг аксариятида туризмга бўлган эҳтиёжнинг маблағ билан таъминланмагани ва хорижий туристларни жалб этиш учун бўлган кучли рақобат шароитида корхоналар туроператорлик ва турагентлик фаолиятларини биргаликда олиб бориб, ўз фойдаларини таъминламоқдалар. Икки йўналишда фаолият юритаётган миллий туризм корхоналарининг бизнесларига таъсир этадиган омиллар сони ҳам шунга яраша ортиб боради. Бундай шароитда туризм корхоналари бизнесига таъсир этадиган маркетинг муҳитини аниқлаш долзарб масалалардан бирига айланади. Тадқиқот доирасида турли мутахассислар томонидан маркетинг муҳитига у ёки бу томони билан бир-биридан фарқ қиладиган таърифлар берилганлиги аниқланди. Уларнинг орасидаги энг асосий фарқ, микромуҳитга бўлган ёндашувларда сезилди. Масалан, Ф.Котлер микромуҳитга “кенг жамоатчилик фикрини”⁹, А.Дурович эса, микромуҳитга “алоқада бўлинувчи аудитория”¹⁰ тушунчасини киритадилар. Шунингдек, баъзи манбаларда микромуҳит билан ички муҳитни ўзаро аралаштириб юбориш ҳоллари аниқланди. Шу сабабли, диссертация изланиши доирасида маркетинг муҳитига, айниқса, микромуҳитга ўзига хос ёндашув таклиф қилинди. Яъни: а) Макромуҳит омиллари қаторида инобатга олинадиган “Демографик” каби аҳоли билан боғлиқ бўлган омилларни алоҳида

⁹ Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для вузов. – 2-е изд., перераб и доп. – М.: ЮНИТН-ДАНА, 2005. – 1063 с.

¹⁰ Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Минск. ООО. Новое знание. -2001. - 489 с.

кўриб чиқмасдан, “Ижтимоий-маданий” омиллар гуруҳига киритиб юбориш мумкин; б) Ташкилотнинг ўзини микромуҳитга киритмаслик, балки уни алоҳида ички муҳит деб белгилаб олиш мақсадга мувофиқ бўлади. Макромуҳитни ва микромуҳитни ташқи муҳитга киритиб юбориш мумкин. Буларни яхшироқ англаш учун 1-расмда берилган маълумотларга эътибор бериш мумкин.

Маркетинг муҳити		
Ташқи муҳит		Ички муҳит
Макромуҳит	Микромуҳит	
Корхона ўз таъсирини ўтказмайдиган	Корхона ўз таъсирини ўтказиши мумкин	Корхона бошқара олади

1-расм. Туризм корхонасининг маркетинг муҳити

Тадқиқотда республикада туризм бозорининг ривожланиши кенг таҳлил этилди, хусусан туризм бозорининг ривожланиши куйидаги даврларга бўлиб ўрганилди: **1. XIX асрнинг иккинчи ярмигача бўлган давр.** Ўзбекистон ҳудудида туризм ўзининг классик шаклида ривожланган. **2. Марказий Осиёни Чор Россияси истило этишидан бошлаб, 1930-йилларга қадар бўлган давр.** Чор ҳукумати тазйиқи остида Ўзбекистон ҳудудида туризм тушқунликка юз тутган. **3. Туризмни ривожлантириш масъулияти касаба уюшмалари зиммасига юкланганидан бошлаб, 1991 йилгача бўлган давр.** Бу даврни уч босқичга ажратиш мумкин: *Биринчи босқич:* 1936 йилгача. Туризмни замонавий шаклда ташкил этишга қаратилган дастлабки уринишлар амалга оширилган. *Иккинчи босқич:* 1936-1969 йиллар. Туризмни ташкил этиш ва ривожлантириш касаба уюшмаларига юкланган, оромгоҳлар ташкил этилган. *Учинчи босқич:* 1969-1991 йиллар. Чиройли меҳмонхоналар, турбазалар, балиқчилар уйлари қурилган, туризм ташкилотлари транспорт воситалари билан таъминланган. Ўзбекистонда йилига 1,6 миллиондан ортиқ турист ва 7,2 миллиондан ортиқ экскурсиячига хизмат кўрсатилган¹². **4. Ўзбекистон Республикаси мустақилликка эришганидан сўнг бошланган давр.** Ўзбекистонда туризмни ривожланишининг мазкур тўртинчи даври куйидаги босқичларга бўлиб ўрганилди: *Биринчи босқич:* 1992 йил. Унда Ўзбектуризм миллий компанияси тузилди ва у республикада туризмнинг ривожлантирилиши учун масъул бўлган ягона ташкилотга айлантирилди. *Иккинчи босқич:* 1993-1999 йиллар. 1993 йилдан бошлаб, туризм соҳасида иқтисодий ўзгаришлар содир бўла бошлади. Республикада бошқаришни янги шакллари ва услублари асосида иш юритила бошланди. Соҳада фаолият юритиб, фойда кўриб келаётган кўплаб корхоналар хусусийлаштирилди. 1999 йилда “Туризм тўғрисидаги” Қонун қабул қилинди. *Учинчи босқич:* 2000 йилда бошланган. 2000 йилга келиб туризм соҳасидаги бозор муносабатлари узил-кесил йўлга қўйилди ҳамда дунё бозори бўйича рақобатбардош туризм маҳсулоти яратила бошланди. Туризм тизимини бошқарилишининг марказлаштирилишига чек қўйилди. Бозорнинг рақобатлаша олмайдиган

¹¹ Муаллиф томонидан тузилган.

¹² Саидов А.Ф. Туризм – тиңлик ва фаровонлик тимсоли. Т.: Фаң, 2007

субъектлари ёпилиб, самарали ишловчи янги корхоналарга ўрин очиб бера бошлашди. 2003 йилда Ўзбекистонда кўплаб йирик янги замонавий меҳмонхоналар ишга туширилди.

Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришда баъзи камчиликларга ҳам йўл кўйилди. Масалан, соҳада фаолият юритаётган корхоналарни хусусийлаштиришда биринчи навбатда фойда кўриб ишлаётган корхоналарни сотилишига эътибор берилди, кам фойда ёки зарар кўриб ишлаётган корхоналарнинг хусусийлаштирилиши бундай корхоналарга харидорларнинг сони камлиги туфайли нисбатан секин кечди ҳамда харидор топилмаган объектлар ёпиб кўйилди. Шунингдек, Тошкентдаги “Чорсу”, Самарқанддаги “Турист” ва “Интурист”, Бухородаги “Варахша”, Хоразмдаги “Жайхун” каби йирик меҳмонхоналар фаолият кўрсатмаяпти. Туризм корхоналари ихтиёридаги мавжуд автотранспорт базалари янгиланмаганлиги туфайли тугатилиш арафасида турибди

Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш бўйича амалга оширилган чоралар натижасида соҳада Ўзбекистон сўмларида олинган даромад 1993 йилдан 2008 йилгача 450дан зиёд мартага, шу жумладан хориж валютасида олинган даромад 10дан зиёд мартага ўстирилишига эришилди. Соҳа бўйича олинадиган фойда шу даврда 2400 мартага кўпайган. Соҳада эришилган муваффақиятларни 1993-2008 йиллар мобайнида жами хизмат кўрсатилган кишилар сонининг 1,7 мартага, шу жумладан қабул қилинган хорижий туристлар сонининг 4 мартага ўсганлиги ҳам кўрсатиб турибди (1-жадвал).

2009 йилнинг биринчи чорагида Ўзбекистонда 101,36 минг кишига хизмат кўрсатилган, шулардан 38,3 мингтаси хориж фуқароларидир. Бундан 15,9 млрд. сўм, шу жумладан 10,62 млн. АҚШ доллари микдорида даромад олинган. Олинган фойда 225,2 млн. сўмни ташкил этган¹³.

Бугунги кунда Ўзбекистон туризм бозорида 550 дан ортиқ туризм корхоналари фаолият олиб бораётган бўлиб, уларнинг 90 фозидан ортигини хусусий турфирма ва масъулияти чекланган жамиятлари ташкил этади. Ўзбекистон бўйича мавжуд бўлган 168 та жойлаштириш воситаларидаги ҳаммаси бўлиб 14300 хонада бир вақтнинг ўзида 28,6 минг кишини жойлаштириш мумкин. Ўзбекистон меҳмонхоналарида ҳаммаси бўлиб 10 мингдан ортиқ киши иш билан банд¹⁴.

Шунингдек, туристларни меҳмонхоналардан ташқари, турбаза ва кемпингларда ҳам жойлаштириш мумкин. Ўзбекистондаги мавжуд меҳмонхоналар, турбаза ва кемпингларда ҳаммаси бўлиб, 19000 хона мавжуд.

Ўзбекистонда маданий туризм йўналишларининг ўртача нархи 1200 \$ ни, йўналишларнинг ўртача давомийлиги 4 кунни ташкил этади. Йил давомида Ўзбекистон меҳмонхоналарида 10439 минг туристни жойлаштириш мумкин. Лекин, Ўзбекистонга хориждан келувчи маданий туристлар асосан йилнинг

¹³ “Ўзбектуризм” миллий компанияси ҳисоботи, 2009 йил.

¹⁴ Данилов С. Новые возможности по развитию туризма на Шелковом пути. Деловая газета «Бизнес-вестник Востока». № 94-95 (820-821) от 26 октября 2006 г.

апрел, май, август, сентябр, октябр ойларида келганлари учун (бу хаммаси бўлиб 150 кунни ташкил этади) Ўзбекистонда маданий туризм маҳсулотининг хорижий туристлар учун таклифи миқдори 4290 минг киши/кунни ташкил этади.

1-жадвал¹⁵

Ўзбекистон туризмнинг ривожланиш кўрсаткичлари

Йиллар	Жами хизмат кўрсатилди, киши Минг	Олдинги йилга нисбатан ўсиш, %	Қабул қилинган хорижий туристлар, минг киши	Олдинги йилга нисбатан ўсиш, %	Жами олинган даромад, млрд. сўм	Олдинги йилга нисбатан ўсиш, %	Жами олинган даромад, млн. АҚШ доллари	Олдинги йилга нисбатан ўсиш, %	Жами олинган фойда, млн. сўм	Олдинги йилга нисбатан ўсиш, %
1993	461	-	92,3	-	0,113	-	5	-	2,1	-
1994	434,3	-5,8	60,9	-34	0,2213	95,8	7,36	47,2	110,6	52 марта
1995	458,4	5,5	92,0	51	0,8111	266,5	8,0	8,7	236,7	114
1996	589	28,5	173,8	88,9	1,77	118,2	14,49	81,1	399,08	68,6
1997	730,4	24	252,9	45,5	3,65	106,2	18,83	29,9	544,46	36,4
1998	733,5	0,4	272	7,5	4,69	28,5	20,98	11,4	382,31	-29,8
1999	751,8	2,5	274	0,7	4,14	-11,7	25,52	21,6	517,72	35,4
2000	770,2	2,4	278	1,5	6,88	66,2	27,29	6,9	443	-14,4
2001	712,8	-7,5	231,43	-16,7	10,11	47	22,21	-18,6	1111,8	151
2002	709,1	-0,5	198,15	-14,4	15,778	55,9	21,54	-3	-166,5	-115
2003	719,9	1,5	230,44	16,3	17,528	11,1	23,58	9,4	105,61	163,4
2004	720,2	0,04	261,6	13,5	17,92	2,3	28,02	18,8	-258,7	-345
2005	608,9	-15,5	241,9	-7,5	40,01	123,2	28,13	11,1	758,4	393,1
2006	656,7	7,9	272,6	12,7	45,85	14,6	42,74	51,9	1036,4	36,7
2007	723,9	10,2	343,6	26	56,83	23,9	51,33	20,1	1503	45
2008	791,4	9,3	370,2	7,7	74,4	30,9	62,81	22,4	2419,7	61

Буларнинг асосида Ўзбекистондаги маданий туризм маҳсулотининг хорижий туристлар учун таклифи кўлами қуйидаги формула асосида ҳисоблаб топилган:

$$MT = \dot{Y}N * MC / \dot{Y}D,$$

бу ерда: MT – Ўзбекистондаги маданий туризм маҳсулот таклифининг кўлами; $\dot{Y}N$ – Ўзбекистон маданий туризм маҳсулотларининг ўртача нархи; MC – Ўзбекистон меҳмонхоналаридаги маданий туристларнинг сигими; $\dot{Y}D$ – Ўзбекистон маданий туризм маҳсулотининг ўртача давомийлиги.

Демак, Ўзбекистон маданий туризм маҳсулотининг таклифи 1287 млн. АҚШ долларини ташкил этади. Яъни, кўшимча капитал қурилишларини амалга оширмай туриб, Ўзбекистонда маданий туризмдан бир йилда 1,287 млрд АҚШ доллари миқдорида даромад олиш салоҳияти мавжуд.

Ўзбекистонда туризмнинг маданий турини ривожлантириш даромадлироқ, негаки, туризмнинг бошқа турлари учун яқин орада ўзига сарфланган маблағларнинг қоплаши кийинроқ – маданий туризм маҳсулоти

¹⁵ Жалвал муаллиф томонидан «Ўзбектуризм» миллий компанияси маълумотлари асосида ҳисобланган

таклиф этилаётган вилоятларда эришилаётган рентабеллик кўрсаткичлари рекреацион туризм таклиф этилаётган вилоятлардагига нисбатан йирикрокдир. Буни 2-жадвал маълумотларидан кўриш мумкин. Жадвалда Ўзбекистонда туризмнинг умумий ривожланиши учун масъул бўлган “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси томонидан қўлга киритилган натижалар таҳлил қилинган. Жадвал маълумотларидан кўришиб турибдики, Республикада эришилган рентабеллик кўрсаткичларидан маданий туризм тараққий топган Тошкент, Самарқанд, Бухоро ва Хоразм вилоятларининг кўрсаткичлари юқоридир. Масалан, 1996, 2000, 2001, 2003, 2005 ва 2006 йилги умумий рентабеллик кўрсаткичларидан мазкур вилоятларнинг иккитасида; 1997, 1998, 2002, 2004 ва 2007 йилларда уларнинг учтасида юқори кўрсаткичларга эришилган. Жадвал маълумотларидан кўришиб турибдики, Ўзбекистон Республикаси учун маданий туризмнинг ахамияти катта. Чунки, маданий туризм хизматларини кўрсатиш кенг тараққий этган Тошкент шаҳри, Самарқанд, Бухоро ва Хоразм вилоятлари (“Ўзбектуризм” Миллий Компанияси маълумотларига кўра) Ўзбекистонда туризм соҳасида олинаётган даромаднинг ярмидан ортигини бериб келмоқда. Масалан, Тошкент, Самарқанд, Бухоро ва Хоразм вилоятларининг умумий даромаддаги ҳиссаси 1996 йилда 89,2 %ни, 1997 йилда 87,66 %ни, 1998 йилда 86,58 %ни, 1999 йилда 82,37 %ни, 2000 йилда 88,85 %ни, 2001 йилда 91,78 %ни, 2002 йилда 63,64 %ни, 2003 йилда 88,84 %ни, 2004 йилда 65,39 %ни, 2005 йилда 90,48 %ни, 2006 йилда 89,7 %ни ва 2007 йилда 90 %дан зиёдни ташкил этган.

Ҳисоб-китобларимизга кўра, Ўзбекистонда Жаҳон бўйича халқаро туризм саёҳатига чиққан инсонларнинг 0,03 фоизига хизмат кўрсатилади ва бундан дунё бўйича халқаро туризмга сарфланган маблағнинг 0,005 фоизи миқдоридан даромад олинади. Яъни, ўлкамизнинг хорижий туристлардан ўртача даражада олаётган даромадлардаги ҳиссаси хорижий туристларни қабул қилиш миқдоридagi ҳиссасидан 6 баробар кичик.

Ўзбекистонга етиб келинувчи туризм саёҳатлари сони ва бундан олинadиган даромадларнинг ўсишига салбий таъсир этиши мумкин бўлган баъзи ҳолларни санаб ўтиш мумкин:

- баъзи меҳмонхоналарда таомларнинг талабларга тўла жавоб бермаслиги;
- Ўзбекистон ичидаги меҳмонхона хизматлари нархларининг асосий рақобатчиларимизга нисбатан қимматлиги, транспорт нархларининг юқорилиги ҳамда хизматлар сифатининг шу нархларга мос эмаслиги;
- жорий инфратузилмани такомиллаштириш ва янгиларини яратиш учун хусусий соҳа вакилларидa маблағларнинг етишмаслиги;
- реклама/тарғибот масалаларига етарлича эътибор берилмаганлиги туфайли хорижий фуқароларнинг аксариятида Ўзбекистон хусусида тўғри маълумотнинг йўқлиги;
- туризмга оид статистика ҳисоботларини юритишдаги камчиликлар;
- жаҳон молиявий-иқтисодий инқирозининг юз бериши оқибатида инсонларнинг туризм хулқларининг ўзгариши.

Ўзбекистон маданий туризм махсулоти тақлиф этилаётган вилоятларда эришилётган иқтисодий кўрсаткичларни ўзгариш динамикаси, млн. сўм ҳисобида

Кўрсаткичлар	1996 йил	1998 йил	2000 йил	2002 йил	2004 йил	2006 йил	2007 йил
Республика бўйича							
Даромад	1775,991	4699,59	6882,419	15662,8095	17926,3	45850,28	56830
Харажат	1376,902	4317,276	6439,468	15147,9005	18185,0	44813,8	55327
Соф фойда	399,089	382,314	442,951	514,909	-258,7	1036,4	1503
Рентабеллик, %	28,9	8,8	6,8	3	-	2,3	2,7
Тошкент шаҳри ва вилояти							
Даромад	1206,9424	3030,172	3538,341	3927,066	7506,26	30063,26	36458,6
Харажат	891,4134	2789,1129	3404,2502	3764,7067	8224,76	29836,86	35886,4
Соф фойда	315,529	241,0591	134,0908	162,3593	-718,5	226,4	572,2
Рентабеллик, %	35,39	8,6	3,9	4,3	-	0,76	1,59
Самарқанд вилояти							
Даромад	190,903	458,664	1351,108	3903,044	452,47	6689,0	11078,4
Харажат	169,088	415,9676	1202,58	3793,352	380,79	6318,5	9886,3
Соф фойда	21,815	42,6964	148,528	109,692	71,68	370,5	1192,1
Рентабеллик, %	12,9	10,26	12,35	2,89	18,82	5,86	12,06
Бухоро вилояти							
Даромад	111,0211	359,0763	860,3149	1412,1734	2487,7	3003,23	4752,5
Харажат	76,8413	312,414	801,1438	1361,1302	2337,1	2744,6	4296,1
Соф фойда	34,1798	46,6623	59,1711	51,0432	150,6	258,6	456,4
Рентабеллик, %	44,48	14,936	7,38	3,75	6,44	9,42	10,62
Хоразм вилояти							
Даромад	75,4283	211,655	365,511	726,303	1277,2	1375,23	2135,3
Харажат	69,6234	192,0227	351,923	634,232	1273,1	1355,13	2025,9
Соф фойда	5,8049	19,6323	13,588	92,071	4,1	20,1	109,4
Рентабеллик, %	8,3	10,2	3,86	14,5	0,32	1,48	5,4

Тадқиқот натижасида Ўзбекистон маданий туризмнинг ўзига хос бир қатор жиҳатлари аниқлади:

✓ Ўзбекистонда сەҳнат қилаётган туристларнинг аксарияти маданий туризм ихлосмандларидир, дунё бўйича маданий туризм манзилларининг камида 20 фоизи маданий туризм ихлосмандлари бўлиб ҳисобланмайди, улар бундай манзилларга шунчаки йўл-йўлакай кириб ўтган бўладилар. Бу ҳол, яъни Ўзбекистонга келаётган туристларнинг аксарияти маданий туризм ихлосмандлари эканлиги мамлакатимизнинг маданий туризм бозорига ўзига хос манзил сифатида алоҳида обрў-эътиборга эгаллигини кўрсатмоқда. Демак, Ўзбекистон туризмнинг реклама қилинишида маданий-маънавий омилларга каттароқ урғу бериш рекламаларнинг самарадорлигини оширишга ёрдам беради.

✓ Ўзбекистон маданий туризм бозорига истиъмомчиларнинг орасида аёллар ва эркеклар ҳиссаси бир-бирдан катта фарқ қилмайди. Дунё бўйича маданий туризм ихлосмандларининг 60 фоизини аёллар ташкил этади, демак, реклама кампанияларини амалга оширганда аёллар аудиториясига каттароқ эътибор бериш лозим бўлади.

¹⁶ Жадал муаллиф томонидан «Ўзбектуризм» миллий компанияси томонидан берилган маълумотлар асосида ҳисобланган

✓ Ўзбекистон маданий туризм ихлосмандларининг аксариятини ёши катталар ташкил этади, дунё бўйича маданий туризм ихлосмандларининг 40 фоизини ўттиз ёшдан ошмаганлар ташкил этади, демак, Ўзбекистоннинг маданий туризм манзилларидан бири эканлиги тўғрисида дунё ёшларида етарлича маълумот йўқ. Бу ҳолни бартараф этиш учун ёшлар орасида реклама-тарғибот тадбирларини кенгайтириш мумкин.

✓ Реклама эълонларини маданият билан боғлиқ бўлган соҳаларда иш билан банд бўлган инсонлар фойдаланадиган ахборот манбаларига жойлаштириш Ўзбекистонда саёҳат қилувчи маданий туризм ихлосмандларининг сонини ошириши мумкин. Чунки, маданий туризмга чиқувчи инсонларнинг аксарияти шундай касблар эгаси эканлиги аниқланган.

✓ Дунё бўйича ёш маданий туризм ихлосмандлари мустақил ва кичик гуруҳларда (4 кишигача) саёҳат қилишса, ўзбек ёшлари 10 ва ундан ортиқ сонли ишгирокчиси бўлган гуруҳларда саёҳат қилишади. Бу ҳол бир томондан саёҳат таннархини тушуриш истагига, иккинчи томондан ўзбек ёшларининг гуруҳларга бирлашишининг анча осонлиги ва гуруҳли саёҳатнинг ёшларимиз учун кўпроқ қизиқарлилиги билан боғлиқ бўлиши мумкин.

✓ Ўзбекистон маданий туризм бозорига ёши катта маҳаллий туристлар ўз таниш-билишлари, oilалари, ҳамкасблари, кўшнилари, қариндошлари ва дўстларидан иборат бўлган кичикроқ гуруҳларда саёҳат қиладилар. Дунё бўйича ёши катта маданий туризм ихлосмандлари йирик гуруҳларда, илгари унчалик ўзаро таниш бўлмаган инсонлар даврасида саёҳат қиладилар.

✓ Ўзбекистон маданий туризм марказлари бўлиб Тошкент, Самарқанд, Бухоро, Хоразм, Қашқадарё, Сурхондарё, Фарғона ва Жиззах вилоятларида жойлашган манзиллар хизмат қиладилар.

✓ Туристларнинг маданий туризм объектларига сарфлаган маблағлари уларнинг ўз саёҳатлари давомида сарфлаган маблағларининг 5 %ини ташкил этади. Қолган маблағлар транспорт, жойлашув, овқатланиш кабиларга сарфланади.

Халқаро молиявий-иқтисодий инқироз натижасида жаҳонда ишсизликнинг ортиши инсонларнинг туризм хулқ-атворларини ўзгартириб юборди:

- Туризм саёҳатларини 5-6 ой олдин режалаштириш ҳолиари камайиб кетди. Натижада ноаниқлик шароитида қолган турагентликлар меҳмонхоналар берадиган нарх чегирмаларидан фойдаланиш имкониятини қўлдан бой берганлиги учун саёҳатлар туристлар учун қимматлашиб кетди (меҳмонхоналар ўз хоналарини турагентликларга шартнома асосида арзонроқ нархларда сотадилар).

- Саёҳатлар нархларининг ошганлиги талабни камайтириб юборди. Илгари арзон нархларда саёҳатга чиқувчилар эндиликда ўз саёҳатларидан воз кечадиган бўлишди. Илгари қиммат нархдаги саёҳатларни танловчилар эндиликда арзон саёҳатларни танлайдиган бўлишди.

- Чартер рейслари асосидаги саёҳатлар камайиб кетди.

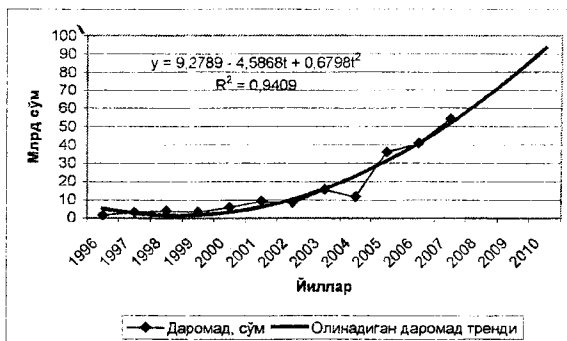
- Харажатларни камайтириш мақсадида туристлар саёҳат масофаси ва давомийлигини камайтиришди.
- Рақобатда енгил мақсадида рақобатчи мамлакатлардаги турмахсулотларнинг сифати оширилиб, нархлари эса пасайтириб борилади.
- Жаҳондаги инкирознинг кучайиши минтақалардаги асабийлик ва тажовузкорликни орттириб юбориши мумкин.
- Жаҳон бозорида келажакнинг ноаниқлиги иқтисодий прогнозлашни кийинлаштириб юборди.
- Саёҳат давомида дўстлар, танишлар ва қариндошларнинг уйларида тунашга интилиш кучайди.
- Туризм эҳтиёжнинг асосий эҳтиёжлар каторига кириш жараёни вақтинчалик секинлашди.

Тадқиқот натижалари кўрсатишича, истеъмолчиларнинг хулқидаги бундай ўзгаришлар Ўзбекистон туризмга турлича даражада таъсир этиши кутилмоқда:

✓ Хорижий мамлакатларда олдиндан банд қилишнинг камайиши асосан ишловчи шахсларда кузатилмоқда, яъни истикболда туризм сафарига чиқиши кутилаётган чет эл фуқароларининг баъзилари ишсиз қолган, ишлашда давом этаётганлари эса, ўз ишини сақлаб қолиш мақсадида таътиллاردан воз кечадилар. Бу ҳол Ўзбекистон туризмга кучли таъсир этмайди, чунки ўлкамизга келаётган туристларнинг аксариятини ишламаётган нафақахўрлар ташкил этади, улар ўз саёҳатларини бемалол бир неча ой олдиндан белгилай оладилар.

✓ Ўзбекистондаги асосан 4-5 юлдузли меҳмонхоналардан фойдаланувчи туристларнинг сони бир мунча камайиб кетади. 4-5 юлдузли меҳмонхоналар хизматларига талаб камайсада, 2-3 юлдузли меҳмонхоналарга бўлган талаб камаймайди. Ўзбекистондаги меҳмонхоналарнинг катта қисмини 2-3 юлдузли меҳмонхоналар ташкил этгани учун, уларнинг миқдорлари сони кучли қисқармайди ва Республикаимиз бўйича халқаро туризмдан олинadиган даромад пасаймаслиги мумкин бўлади. Тадқиқот жараёнида тузилган тренд Ўзбекистон маданий туризм бозорида олинadиган даромадларнинг келажакда ошиши мумкинлигини кўрсатмоқда (2-расм). Миллий туркорхоналаримиз кўрсатилаётган хизматлар сифатини оширишса ҳамда ички бозорга янада кучлироқ эътибор қаратишса, Ўзбекистон маданий туризм бозорида олинadиган даромадларнинг ўсишини таъминлаш мумкин бўлади.

✓ Олдиндан бронлаш камайгани учун чартер рейслари камроқ ташкил этиладиган бўлади. Бундай ҳолда хорижий туркомпаниялар Ўзбекистон меҳмонхоналари ўринларига ва авиарейслар чипталарига биргаликда буюртма бера бошлашади. Хорижий туркомпанияларнинг бундай стратегик ҳамкорликни ўрнатгишлари кўшилишларига замин яратиб беради. Демак, хорижда Ўзбекистон туризм корхоналарига нисбатан янада йирик ва кучли рақобатчи туркомпаниялар пайдо бўлиши мумкин.



2-расм. Ўзбекистон маданий туризм бозоридаги даромад ҳажмининг ўзгариш тренди

- ✓ Саёхатга чиқишга қарор қилган туристлар ўз мамлакатлари ичида дам олишни ёки яқин қўшни мамлакатларга чиқишни танлайдилар. Ўз хоналарини мижозлар билан тўлдириш учун Ўзбекистондаги меҳмонхоналар таклиф этаётган ҳашаматли хизматларни камайтирган ҳолда нархларни арзонлаштириб, ички (маҳаллий) туристларга мос келувчи хизмат ва нархларни жорий этишларига тўғри келади.
- ✓ Туркорхоналари ҳам ўз хизматларининг сифатини оширишлари, ҳеч бўлмаса турмаҳсулотга нарх белгилаш тизимларини қайта кўриб чиқишлари шарт бўлади. Яъни, иложи бўлса таклиф этилаётган хизмат сифатини нархларни ўзгартирмаган ҳолда оширишга ҳаракат қилиш керак бўлади.
- ✓ Меҳмонхоналар ўз танишларининг уйларида тунайлиган туристларнинг эҳтиёжларини чуқур ўрганиб, уларни жалб этадиган хизматларни таклиф этишлари мақсадга мувофиқ бўлади.
- ✓ Туркорхоналар “бизни мижозларнинг ўзлари топиб келаверади” деб кутмасдан, мижозларни жалб этиш ишлари бўйича фаоллик кўрсатилади, маркетинг тadbирлари кучайиб кетади. Дунё бўйича реклама буюртмаларининг камайганлиги маркетинг ташвиқотлари таннархини арзонлашишига олиб келади, бу ҳол маркетинг тadbирларини янада самарали амалга ошириш имкониятини яратиб беради.

Глобал молиявий-иқтисодий инкироз миллий туризм корхоналарини қийинчиликларга дучор қилишдан ташқари, ютуққа эришиш учун бир қанча қўшимча имкониятлар ҳам яратиб беради:

- Кам самарали ишлаётган туризм корхоналари ёпилиб кетиши оқибатида прогрессив, самарали ишловчи корхоналар уларнинг бўшаб қолган бозорларини эгаллаб олишлари оsonлашади, инкироздан ижобий натижа билан чиққан корхоналар келажакда ўз соҳаларининг етакчиларига айланишлари мумкин;

- Соҳадаги кичик корхоналар ўзаро бирлашиб, янада кучли ва молиявий мустақкамроқ корхоналарни пайдо қилишлари мумкин бўлади;
- Ёпилиб кетган туризм корхоналарининг юқори малакали ходимларини бошқа туризм корхонасига жалб этиш осонлашади;
- Бутунлай янгича турмахсулотларни яратиб, жаҳон туризм бозорида мустақкам мавқеъли эгаллаш имконияти пайдо бўлади.

Ўзбекистон маданий туризм бозорида эришилган кўрсаткичларнинг таҳлили натижасида қуйидагилар аниқланди:

1. Соҳада олинадиган даромадларни (шу билан фойдани ҳам) кўпайтириш учун асосий эътиборни кўпроқ туристларни қабул қилишга қаратиш лозим бўлади.
2. Меҳмонхоналарда мижозларга хизмат кўрсатишнинг давомийлигини узайтириш учун асосан хорижий туристларга эътибор бериш лозим бўлади.
3. Соҳада хизмат кўрсатилган кишилар сонини оширишга интиладиган бўлсак, меҳмонхоналаримизни такомиллаштириб, хоналарнинг жиҳозланишини ва хизматлар даражасини ҳам хорижий туристларнинг, ҳам ўзбекистонлик туристларнинг талабларига мослаштириб бориш керак бўлади. Хоналарни фақатгина хорижий туристлар ёки фақатгина маҳаллий туристлар талабларига мослаштириш билан чегараланиб қолиш мақсадга мувофиқ эмас. Ўзбекистонлик резидентларни қабул қилиб, улар билан ишлашни ўрганиб олган миллий туризм корхоналари бемалол хорижий туристларни ҳам қабул қилиш салоҳиятини қўлга киритадилар.

Корреляцион таҳлил натижаларидан келиб чиққан ҳолда Ўзбекистон туризмнинг ривожланишини регрессиясини аниқлашга ҳаракат қилинди. Ўзбекистон бўйича олинган даромадларга хориждан қабул қилинган туристлар сонининг таъсири юқорилиги туфайли бу иккала кўрсаткич ичидаги регрессия аниқланди ва Ўзбекистон маданий туризм бозори бўйича олинган даромадларга хориждан қабул қилинган туристлар сонининг таъсири формуласи аниқланди:

$$Y = -31463598,9 + 202,35 \cdot x, \quad (R^2 = 0,52),$$

бу ерда: Y – Ўзбекистон маданий туризм бўйича олинган даромадлар, минг сўм; x – Ўзбекистон маданий туризм бозорида хориждан қабул қилинган туристлар сони, киши.

Яъни, Ўзбекистон маданий туризм бозори бўйича хориждан қабул қилинган туристлар сони 1 кишига ошганда олинадиган даромад 202350 сўмга ортади. Агар, Ўзбекистон маданий туризм бозорида йил давомида бирорта ҳам хорижий турист қабул қилинмаса, 31,5 млрд сўмлик зарар кўриш мумкин бўлади.

Ўзбекистон маданий туризм бозори бўйича олинадиган даромадга диссертация доирасида ҳисобланган барча кўрсаткичларнинг регрессион таъсири аниқлаш натижасида Ўзбекистон маданий туризм бозорида олинган даромадларга Ўзбекистон резидентларига хизмат кўрсатишнинг регрессион таъсири формуласи аниқланди:

$$Y = 1,33 + 29,11 \cdot x_1 + 31,47 \cdot x_2 + 31,47 \cdot x_3, \quad (R^2 = 1),$$

бу ерда: Y – Ўзбекистон маданий туризм бозорида олинган даромад, минг сўм; x_1 – Ўзбекистон маданий туризм бозорида резидентларимизни меҳмонхоналарда қабул қилиниши сони, киши; x_2 – Ўзбекистон маданий туризм бозорида резидентларимизни Ўзбекистон бўйича саёҳатга жўнатилиши сони, киши; x_3 – Ўзбекистон маданий туризм бозорида резидентларимизни хорижий саёҳатга жўнатилиши сони, киши.

Яъни, Ўзбекистон маданий туризм бозорида резидентларимизни меҳмонхоналарда қабул қилиниши сони 1 кишига ошганда олинадиган даромад 29,111 минг сўмга; Ўзбекистон маданий туризм бозорида резидентларимизни Ўзбекистон бўйича саёҳатга жўнатилиши сони 1 кишига кўпайганда олинадиган даромад 31,474 минг сўмга; Ўзбекистон маданий туризм бозорида резидентларимизни хорижий саёҳатга жўнатилиши сони 1 кишига ошганда эса олинадиган даромад сони 31,474 минг сўмга ортади.

Истикболда Ўзбекистон маданий туризм бозорида хориждан келадиган туристлар сонининг бир кишига ортиши 200 минг сўмдан ортик кўшимча даромад келтирса, Ўзбекистон резидентларига хизмат кўрсатишнинг 1 кишига ортиши 30 минг сўм атрофларида кўшимча даромад келтиради. Шу сабабли, Ўзбекистон маданий туризм бозорида олинадиган даромадларни орттиришда кўпроқ эътиборни хориждан туристларни қабул қилишга қаратиш лозим бўлади.

Муаллифнинг фикрича, Ўзбекистонга туристлар оқимини кўпайтириш ҳамда республикамизнинг халқаро туристлик марказларидан бири сифатида мавқеини юксалтиришда чегарадан, божхонадан ўтиш, руҳсатнома олиш ва бошқа шу хилдаги расмийликларни соддалаштиришнинг аҳамияти катта.

Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг омилларидан яна бири хорижий туристларга кўрсатиладиган хизматнинг сифатини тубдан яхшилашга боғлиқдир. Булар - ресторан хизмати, тавсия этиладиган таомлар, меҳмонхона шароити, шунингдек, транспорт, савдо, хордик чиқариш ва маданий талбирлар сифатини ўз ичига олади.

ХУЛОСА

Тадқиқотда жаҳон молиявий-иқтисодий инкирози таъсири натижасида юзага келган шароитларга мослашиш мақсадида миллий туризм корхоналаримизга қуйидагилар тавсия этилди:

1. Мамлакатимизга амалга оширилувчи халқаро транспорт нархларини пасайтириш учун авиачипталарнинг сотилишида туристларнинг барча гуруҳларига чегирмаларни жорий этилишига эришиш мақсадга мувофиқ бўлади.

2. Сотилган туризм йўлланмаларини умумий миқдорининг (йўлланмалар айланмаси) юқорилигини таъминлаш учун нархларни пасайтириш тавсия этилади.

3. Ўзбекистондаги туризм бозорида фаолият юритаётган корхоналар фаолиятини “Ўзбектуризм” миллий компанияси хузуридаги Марказий диспетчерлик бошқармаси, Туризм ахборотлари маркази ва Хусусий туризм ташкилотларининг ассоциациясининг ваколатларини кенгайтириш орқали ўзро мувофиқлаштириш тақлиф этилади.

4. Вилоятларда туристлар эътиборига тақлиф этилаётган маданий туризм маҳсулотлари бири-бирини тўлдириб боришини ташкил этиш керак.

5. Ўзбекистон бўйича амалга оширилаётган туризм йўналишлари ҳамда бу йўналишлар давомида етакчи-таржимонлар томонидан ёритиладиган мавзулар Марказий диспетчерлик хизмати орқали тасдиқланиши лозим. Туризм йўналишлари ва тематикасини ишлаб чиқишга тарихчилар, сиёсат арбоблари, археологлар, географлар, филологлар, этнографлар, экологлар, архитекторлар, маданият арбоблари, дин пешволари, тиббиёт ходимлари ҳам жалб этилиши мақсадга мувофиқ бўлади.

6. Яқин кўшни мамлакатлар фуқароларига туризм визалари бериш тартибини янада энгиллаштириш тавсия этилади.

7. Миллий туркорхоналари умуман фойда қолдирмайдиган туризм йўлланмаларига, “текин” меҳмонхона ўринлари стратегияларига тайёрланишлари лозим бўлади. “Текин” йўлланма ичига ҳеч қандай хизмат киритилмайди, унинг истеъмолчилари хоҳлаган хизматларни алоҳида ҳақ эвазига буюришлари мумкин бўлади.

8. Туркорхоналаримиз ўз бозорларига тааллуқли бўлган мамлакатлардаги криминоген вазият билан муттасил равишда танишиб боришлари мақсадга мувофиқ бўлади.

9. Ўзбекистонда малака ошириш ёки янги қасбни қўлга киритиш бўйича янги турмаҳсулот ишлаб чиқиш ва уни реклама қилишда маънавий ва таълимий жиҳатларга, аёллар ва ёшлар аудиториясига урғу бериш, Ўзбекистон тўғрисида ҳолис маълумотлар тарқалишига эришиш керак бўлади.

10. Туризм бизнеси вакилларининг туризм ривожланган мамлакатларда малака ошириб туришларини ташкил этиш керак.

11. Маданий турмаҳсулотларга белгиланаётган нархнинг сифатга мос келишини таъминлаш ҳамда нархларни белгиланганда туризм соҳасидаги асосий рақобатчиларимиз бўлиб ҳисобланаётган кўшни мамлакатлардаги ҳамда Хитой, Эрон, Ҳиндистон, ва Туркиядаги нархлар даражаси қандайлигига эътибор бериш керак.

12. Чет элларда Ўзбек туризмни реклама қилишда барча корхоналаримизнинг ташвиқот-тарғибот ишларининг рақобатчиларимиздан фарқ қилувчи умумий бир мавзу остида бирлаштириш учун Ўзбекистон эгалик қилаётган туризм ресурсларини яна бир бор қайтадан чуқур ўрганиб чиқиш, улардан самарали ва барқарор фойдаланиш йўлларини аниқлаш ва “Ўзбек миллий усули” асосида Миллий туризм брендини ишлаб чиқиш керак.

13. Ўзбекистонда туризм хизматларини кўрсатишнинг миллий стандартларини ишлаб чиқиш лозим бўлади. Яъни, туризм маҳсулотини

Ўзимизнинг миллий меҳмондорчилик маданиятимиздан келиб чиқиб яратиш керак. Бунда маҳсулот ва хизматларга қўйиладиган халқаро талаблардан ташқари хизмат кўрсатишнинг Ўзбек миллий усуллари (Ўзбек меҳмондорчилик анъаналари, муомала одоби, маҳаллий ҳаёт тарзи, кадриятлар, урф-одатлар, миллий маданий-тарихий мерос)ни ҳам инобатга олиш керак бўлади.

14. Туризм ва меҳмондорчилик соҳаси учун олий маълумотли, маданий савияси юқори етакчи(гид)ларни тайёрлашни йўлга қўйиш, уларга лицензия беришда қўллари остидаги “Етакчи портфелини” доимий тўлдириб бораётганларини ҳамда бу портфел ичидаги маълумотларнинг Марказий диспетчерлик хизмати тасдиқлаган тематикаларга мос келишини ҳам инобатга олиш зарур бўлади.

15. Ички туризмни, спорт туризмни ва экотуризмнинг ҳам ривожлантирилишига алоҳида эътибор қаратиш: а) меҳмонхона нархларини пасайтириш, б) таътиллер сонини кўпайтиришга эришиш, в) таътиллернинг давомийлигини узайтиришга эришиш, г) таътил давомида ички туризм саёҳатларини амалга оширган фуқароларнинг тақдирланишини йўлга қўйиш, д) кишлоқ аҳолисини кишки туризмга жалб этиш, е) болаларни ёшлигидан “турист руҳида” тарбиялаш учун ёшлар учун фойда қолдирмайдиган нархларда хизмат кўрсатилишини ташкил этиш лозим.

16. Ўзбекистонда туризм соҳасида бошқарувни яна такомиллаштириш: а) фаолият юритадиган ходимларни тўғри танлаш, б) уларнинг малакаси ва савиясини доимий равишда ошириш, в) кадрлар тайёрлаш тизимини такомиллаштириш, г) соҳани ривожлантириш бўйича аниқ сисёатни ишлаб чиқиш, д) соҳани ривожлантириш бўйича инвестициялар дастурини ишлаб чиқиш, е) соҳага оид ахборотларни қўлга киритишни осонлаштириш тавсия этилади.

ЭЪЛОН ҚИЛИНГАН ИШЛАР РЎЙХАТИ

1. Рўзиев С.С. Туризмда вақт омилнинг аҳамияти // Бозор ислохотлари: яқунлари ва муаммолари. Республика илмий-амалий анжуманининг илмий мақолалар тўплами. II қисм. – Бухоро, 2000 йил 20-23 апрел. Б. 50-52.
2. Рўзиев С.С. Туризмни бошқаришда маркетинг кооперациясининг аҳамияти // Кичик ва ўрта бизнесда менежмент муаммолари. Республика илмий-амалий анжуманининг материаллари. – Самарқанд, 2000 йил 6-7 июн. Б. 138-139.
3. Рўзиев С.С. Туристтик объектни ривожлантириш муаммолари // Туризмни ривожлантиришнинг ижтимоий-иқтисодий муаммолари. Республика илмий-амалий анжумани материаллари. – Бухоро, 2000 йил 14-16 июн. Б. 94-96.
4. Комилова Ф.К., Рўзиев С.С., Комилов З.К. Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш истикболлари // Ўзбекистонда туризм хизматларини такомиллаштиришнинг иқтисодий механизми. Республика илмий-амалий анжумани маърузалари тезислари. – Тошкент, 2003 йил 10-11 декабр. Б. 53-54.

5. Рўзиев С.С. Маркетинг в сфере туризма // Шестнадцатые международные Плехановские чтения. Тезисы докладов. – Москва, 2003 год 26 апреля. С. 486-487.
6. Рўзиев С.С. Ўзбекистон маданият туризми // Иқтисодий ва таълим. – Тошкент, 2004 йил 2 сон. Б. 53-57.
7. Рўзиев С.С. Ўзбекистонда туризм бозори // Бозор, пул ва кредит. – Тошкент, 2004 йил 12 сон. Б. 53-57.
8. Рўзиев С.С. Маркетинговые исследования в туризме. Учебное пособие. -Т.: Издательство Литературного фонда Союз Писателей Узбекистана, 2006. -176 с.
9. Рўзиев С.С. Разработка нового продукта в условиях глобализации // Двадцатые международные Плехановские чтения. Тезисы докладов. – Москва, 2007 год 6 апреля. С. 234-235.
10. Рўзиев С.С., Ғиёсова Н.Б., Ризаева Ф.Н. Ўзбекистон туризм соҳасининг ривожланишини ўрганиш муаммолари // Ўзбекистон хизмат бозорида ислохотларни чуқурлаштириш муаммолари. Республика илмий-амалий конференцияси материаллари. – Бухоро, 2007 йил 8-9 ноябр. Б. 65-67.
11. Камилова Ф.К., Рўзиев С.С. Туризм маркетинги. Ўқув қўлланма. -Т.:ТДИУ, 2007. -204 б. (ЎзР ОЎМТВнинг 1298-сонли Гувоҳномаси).
12. Рўзиев С.С. Таиландда цунами оқибатларини маркетингли ҳал этиш тажрибаси // Туризм соҳасини ривожлантириш муаммолари ва истиқболлари. Халқаро илмий-амалий анжуманининг маърузалари тўплами. – Тошкент, 2008 йил 5 декабр. Б. 147-148.
13. Эштаев А.А., Рўзиев С.С. Жаҳон молиявий-иқтисодий инкирози шароитида Ўзбекистон туризмини ривожлантириш имкониятлари // Туризм – иқтисодий ўсишнинг муҳим таянчи сифатида. Республика илмий-амалий анжумани тезислари тўплами. – Тошкент, 2009 йил 30 май. Б.113-115.

Иқтисод фанлари номзоди илмий даражасига талабгор Рўзиев Собиржон Саматовичнинг 08.00.13-“Менежмент ва маркетинг» ихтисослиги бўйича “Ўзбекистон маданий туризм бозори ва унинг истикболлари” мавзусидаги диссертациясининг

РЕЗЮМЕ СИ

Таянч сўзлар: туризм, турист, туризм бозори, маданий туризм, маданий туризм бозори, таҳлил, прогнозлаш, маркетинг муҳити, маркетинг имкониятлари, жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози.

Тадқиқот объектлари: Ўзбекистон Республикаси «Ўзбектуризм» Миллий компанияси ва маданий туризм бозори.

Ишнинг мақсади: глобаллашув шароитида Ўзбекистонда маданий туризмни ривожлантириш йўналишлари ва истикболлари бўйича амалий таклиф ва тавсиялар ишлаб чиқиш.

Тадқиқот методлари: кузатув, қиёслаш, тизимли таҳлил, корреляцион-регрессион моделлаштириш, иқтисодий-математик прогнозлаш, эвристик прогнозлаш, сценарий усули, свот таҳлил.

Олинган натижалар ва уларнинг янгилиги: туризм бозорида талаб ва таклиф боғланишини тушунтирувчи ўзига хос схемаси яратилган; маркетинг муҳитига янги ёндашувлар берилган; маданий туризмга янада тўлиқроқ таъриф берилган; Ўзбекистоннинг халқаро маданий туризм бозоридаги нисбий устунликлари аниқланган; жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида республикамизнинг туризмдаги маркетинг имкониятлари ҳар томонлама таҳлил қилинган ҳолда, туризм фаолиятини тўғри йўналтириш ва туризмни ривожлантиришнинг йўналишлари кўрсатиб берилган; Ўзбекистон Республикасининг халқаро маданий туризм бозоридаги маркетинг имкониятлари аниқланган.

Амалий аҳамияти: асосий натижалар ва хулосалар Ўзбекистонда маданий туризм соҳасига таъсир этувчи омилларни аниқлашда, туризм фаолиятини ташкил қилишда ва туризмни ривожлантириш дастурларини қабул қилишда ҳамда унинг ривожланишини прогнозлашга ёрдам беради. Айрим натижалар «Туризм маркетинги», “Туризм иқтисодиёти”, “Туризм социологияси” фанларини ўқитишда қўлланилади.

Татбиқ этиш даражаси ва иқтисодий самарадорлиги: эришилган натижалар ва илмий тавсиялар “Бухоротурист” хиссадорлик жамиятида ҳамда Тошкент давлат иқтисодиёт университети ва Бухоро давлат университетиди ўқув жараёнида қўллаш учун қабул қилинган.

Қўлланиш соҳаси: туризм соҳасини ва корхоналарнинг бошқарувида, олий таълим муассасаларида таълим жараёнида.

РЕЗЮМЕ

диссертации Рузиева Собиржона Саматовича на тему: «Рынок культурного туризма Узбекистана и его перспективы» на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.00.13-«Менеджмент и маркетинг»

Ключевые слова: туризм, турист, рынок туризма, культурный туризм, рынок культурного туризма, анализ, прогнозирование, маркетинговая среда, маркетинговые возможности, мировой финансово-экономический кризис.

Объекты исследования: рынок культурного туризма и Национальная компания «Узбектуризм» Республики Узбекистан.

Цель работы: разработка практических рекомендаций и предложений по направлению и перспективам развития культурного туризма Узбекистана в условиях глобализации.

Методы исследования: наблюдение, сравнение, системный анализ, корреляционно-регрессионный анализ, экономико-математическое моделирование, эвристическое прогнозирование, метод сценариев, свот анализ.

Полученные результаты и их новизна: создана своеобразная схема взаимосвязанности спроса и предложения на рынке туризма; дан новый подход к определению маркетинговой среды; дано новое определение культурного туризма, выявлены сравнительные преимущества Узбекистана на международном рынке культурного туризма; показаны пути правильного направления и развития туризма путём всестороннего анализа маркетинговых возможностей нашей республики в условиях мирового финансово-экономического кризиса; определены маркетинговые возможности республики Узбекистан на международном культурном рынке туризма.

Практическая значимость: основные результаты и выводы служат определению факторов, влияющих на сферу культурного туризма Узбекистана, в разработке программ по организации и развитию туризма, а также в прогнозированию его развития. Некоторые результаты используются в преподавании предметов «Маркетинг туризма», «Экономика туризма» и «Социология туризма».

Степень внедрения и экономическая эффективность: научные результаты и рекомендации внедрены в акционерном обществе «Бухортурист», а также учебном процессе в Ташкентском государственном экономическом университете и Бухарском государственном университете.

Область применения: в управлении сферы и предприятий туризма, в академических целях в высших учебных заведениях.

RESUME

Thesis of Ruziyev Sobirjon Samatovich on the scientific degree competition of the doctor of sciences (philosophy) in economic specialty 08.00.13-“Management and marketing” on subject “The market of cultural tourism of Uzbekistan and its perspectives”

Key words: tourism, tourist, market of tourism, cultural tourism, market of cultural tourism, analysis, prognostication, marketing environment, marketing opportunities, world financial-economic crisis.

Subject of research: market of international tourism and National company of “Uzbektourism” of Uzbekistan Republic.

Purpose of work: making of practical recommendations on the directions and perspectives of cultural tourism development in Uzbekistan at the circumstances of globalization.

Methods of research: observation, comparisons, system analysis, correlation-regression analysis, economic-mathematic modeling, heuristic prognostication, scenario method, swot analysis.

The results obtained and their novelty: created the specific scheme of interrelation of demand and supply at the tourism market; done the new approach to the defining of marketing environment, created the new definition of cultural tourism; defined the comparative advantages of Uzbekistan at the international market of cultural tourism; showed the ways of right direction and development of tourism by the comprehensively analysis of marketing opportunities of the our republic in the circumstances of the World financial-economic crisis, defined the marketing circumstances of Uzbekistan republic at the international cultural tourism market.

Practical value: main results and conclusions serve to defining of the factors, which influence to the sphere of cultural tourism of Uzbekistan, to development of tourism improvement and organizational programs, and at the prognostication of its development. Some results were used in teaching “Marketing of tourism”, “Economy of tourism” and “Sociology of tourism” courses.

Degree of embed and economic effectivity: scientific recommendations and main achieved results are implemented in “Buxorotourist” JSC, also, in the academic process at Tashkent State University of Economics and Bukhara State University.

Field of application: at the management of the sphere and enterprises of tourism, at the academic process in the higher educational establishments.