

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA‘LIM FAN VA
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

Qo‘lyozma huquqida

UDK: _____

Hakimov Dilyar Zafarovich

**MAMLAKATDA TURIZM SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA
ETNOGRAFIK RESURLARDAN FOYDALANISHNING STRATEGIK
YO‘NALISHLARINI TAKOMILLASHTIRISH**

08.00.17 – Turizm va mehmonxona faoliyati

Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori(Phd)

ilmiy darajasini olish uchun yozilgan

DISSERTATSIYA

Ilmiy rahbar: i.f.d. professor, Axmedov Ikrom Akramovich

Toshkent – 2025

MUNDARIJA

Kirish.....	3
I BOB. ETNOGRAFIK RESURLARDAN FOYDALANISHDA ETNOGRAFIK RESURLARDAN FOYDALANISHNING NAZARIY-ILMIY JIHATLARI	13
1.1 Turizm samaradorligini oshirishda etnografik turizm resurslarining iqtisodiy ahamiyati	143
1.2. O'zbekistonda turizm samaradorligini oshirishda etnografik turizm resurslardan foydalanish holati	22
1.3.Mamlakatda turizm samaradorligini oshirishda etnografik resurslardan foydalanishning strategik yo'nalishlarini takomillashtirishda xorij tajribasini qo'llash	37
Birinchi bob bo'yicha xulosa.....	51
II-BOB. MAMLAKATDA TURIZM SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA ETNOGRAFIK RESURLARDAN FOYDALANISHNING STRATEGIK YO'NALISHLARINI ANIQLASH USULLARI	52
2.1. Turizm samaradorligini oshirishda etnografik resurslardan foydalanishning strategik boshqaruv tamoyillarini tahlil qilish	52
2.2. O'zbekistonda etnografik turizm resurlarining iqtisodiy samaradorlik tahlili	67
2.3. O'zbekiston turizm mintaqalarining etnografik resurslar salohiyatini baholash ko'rsatkichlari tahlili	75
Ikkinchi bob bo'yicha xulosa.....	85
III-BOB. MAMLAKATDA TURIZM SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA ETNOGRAFIK RESURLARDAN FOYDALANISHNING STRATEGIK YO'NALISHLARINI TAKOMILLASHTIRISH ISTIQBOLLARI	87
3.1. Turizm samaradorligini oshirishda etnografik resurslardan foydalanish strategiyalarini baholash	87
3.2. O'zbekistonda turizm samaradorligini oshirishda etnografik turizmdan foydalanish strategiyasini ishlab chiqish	95
3.3.O'zbekistonda etnografik turizmni rivojlantirish konsepsiyasi mexanizmlarini takomillashtirish yo'llari	99
Uchinchi bob bo'yicha xulosa	115
XULOSALAR	121

	FOYDALANILGAN	ADABIYOTLAR	RO‘YXATI
123	ILOVALAR		
126			

KIRISH

Dissertatsiya mavzusining dolzarbligi va zarurati. Jahon iqtisodiyotida etnografik turizmning nafaqat iqtisodiy foyda keltirishi, balki madaniy merosni saqlash va rivojlantirishga ham xizmat qilishi bilan ahamiyati tobora oshib bormoqda. Etnografik turizm orqali mahalliy jamoalar o'z an'anaviy hunarmandchiligi, urf-odatlarini va turmush tarzini namoyon etish imkoniyatiga ega bo'lib, bu esa ularning iqtisodiy barqarorligiga hissa qo'shadi. "Xalqaro turizm bozorida etnografik turizm xizmatlar hajmi 2024 yilda 13,94 milliard dollarga baholanib, mazkur natija 2031 yilga kelib 35,54 milliard dollarga, yillik o'sish sur'ati 14,3% ga o'sishi kutilmoqda"¹. Shu bilan birga, turizm infratuzilmasining yaxshilanishi, yangi ish o'rinlarining yaratilishi va tashqi investitsiyalarning jalb etilishi orqali mamlakatning iqtisodiy o'sishiga ijobiy ta'sir ko'rsatiladi. Demak, etnografik turizm global iqtisodiy integratsiya jarayonlarida samarali vosita sifatida qaralishi mumkin.

Jahonda etnografik turizm resurslaridan foydalanish samaradorligini oshirishga qaratilgan ilmiy tadqiqotlarning ustuvor yo'nalishlari qatorida mahalliy madaniy merosni inventarizatsiya qilish va raqamlashtirish, etnografik ob'ektlarning turistik salohiyatini baholash, barqaror turizm modellarini ishlab chiqish, jamoa ishtirokini ta'minlash mexanizmlarini tadqiq etish hamda ta'lim va targ'ibot orqali madaniy xossalarini oshirish kabi masalalar alohida o'rin tutadi. Shu bilan birga, etnografik turizmning makroiqtisodiy ko'rsatkichlarga ta'siri, ekoturizm va madaniy turizm bilan integratsiyalashuvi, hamda raqobatbardosh turizm mahsulotlarini yaratishga oid innovatsion yondashuvlar ham dolzarb tadqiqot yo'nalishlari sifatida qaralmoqda.

O'zbekistonda etnografik turizm resurslaridan foydalanish samaradorligini oshirish borasida qator ustuvor vazifalar belgilab olingan bo'lib, ular qatorida madaniy meros ob'ektlarini saqlash va restavratsiya qilish, hududiy turizm klasterlarini rivojlantirish, transport va turistik infratuzilmani yaxshilash, mahalliy aholi ishtirokini kuchaytirish hamda turizm sohasida kadrlar tayyorlashga

¹ <https://www.coherentmarketinsights.com/industry-reports/ethnic-tourism-market>

qaratilgan chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Shuningdek, etnografik yo'nalishdagi turistik marshrutlarni yaratish, hunarmandchilik va an'anaviy hayot tarzini namoyon etuvchi tadbirlarni tashkil etish, raqamli platformalar orqali turizm mahsulotlarini targ'ib qilish hamda xalqaro hamkorlikni kuchaytirish kabi islohotlar turizm salohiyatini to'liq ro'yobga chiqarishga xizmat qilmoqda. Turizm zamonaviy iqtisodiyotning eng muhim yo'nalishlaridan biri bo'lib aholi ehtiyojlarini qondiradigan xizmatlar ishlab chiqarish, jumladan etnik turizmni rivojlantirish yo'llarini ilmiy tadqiq qilish turizmni rivojlantirishning strategik maqsadlaridan hisoblanadi. Turizmni tasniflash, turizmning u yoki bu turini uning xususiyatlari va mintaqa xususiyatlarini hisobga olgan holda rivojlantirish, turizmni boshqarish tizimini yaratishga zamonaviy yondashuvlar va turizmning hududiy xususiyatlari o'rtasidagi bog'liqlik bo'yicha qator noaniqliklar mavjud. Etnografik turizm ham yetarlicha o'rganilmagan, uning turlari aniqlanmagan, etnik turizmni rivojlantirishni tashkil etish va boshqarishda hududiy xususiyatlarning roli yetarlicha tadqiq qilinmagan, etnik turizmni boshqarish tizimli yondashuv nuqtai nazaridan deyarli ko'rib chiqilmagan bo'lib, ishlab chiqilgan tasniflarda etnik turizmning o'рни noaniqligicha qolmoqda. Bunday sharoitda etnografik turizmni rivojlantirishga yondashuvlarni takomillashtirish dolzarb vazifaga aylanadi. O'zbekiston hududi etnik turizmni rivojlantirish uchun yuqori salohiyatga ega mintaqani ifodalaydi. Respublikadagi mavjud mintaqaviy iqtisodiyotning manfaatlari turizmni uning samarali yo'nalishi sifatida faol rivojlantirishni talab qiladi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 18-iyuldagi PF-102-son "O'zbekiston Respublikasida turizm infratuzilmasini yaxshilash va xorijiy turistlar oqimini yanada oshirishga qaratilgan qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi Farmoni, 2024 yil 18 iyuldagi PQ-269-son "Turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2024-yil 18-sentyabrdagi 588-son "Turizmning yangi turlarini joriy qilish hamda mamlakatimizning turistik salohiyatidan samarali foydalanishga oid qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risida"gi

qarori hamda mazkur sohaga doir boshqa me'yoriy-huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirishda mazkur dissertatsiya tadqiqoti muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining ustuvor yo'nalishlariga mosligi. Mazkur tadqiqot respublika fan va texnologiyalari rivojlanishining "Demokratik va huquqiy jamiyatni ma'naviy-axloqiy va madaniy rivojlantirish, innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish" ustuvor yo'nalishi doirasida bajarilgan.

Muammoning o'rganilganlik darajasi. Turizm rivojlanishida etnografik resurslardan foydalanishning samaradorligini oshirish bo'yicha turizm strategiyalarini ishlab chiqish bo'yicha izlanishlar O. Rantala² va qisman R.Yung³, B.H. Archer⁴, C. Cooper⁵, P.R. Gamble⁶, A. Kipp⁷, S. Mostafa Rasulimanesh⁸, I.Stevenson, A.V. Drozdov, K.Ivanovskayalar va boshqalarning fundamental tadqiqotlarida o'z aksini topgan.

O'zbekiston Respublikasida turizmni shakllantirish va rivojlantirishda etnografik resurslardan foydalanishning strategik yo'nalishida S. Tuxliyev, M. Aliyeva, M. Alimova, A.Eshtayev, O.Saidmamatovlar Samarqand, Xorazm viloyatlari va Farg'ona vodiysida etnik turizmini tashkil qilish hamda turizm faoliyat yuritayotgan korxonalar va ularni boshqarishning strategik yo'nalishlari bo'yicha tadqiqotlar olib borganlar.

O'zbekiston turizmining o'ziga xos madaniy va ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi, etnografik resurslardan foydalanisda yangi turizm turlarini rivojlantirish, qishloq

² Rantala, O. (2011). An Ethnographic Approach to Nature-based Tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 11(2), 150–165. <https://doi.org/10.1080/15022250.2011.576829>

³ Khoo-Lattimore C., Mura P., Yung R. The time has come: A systematic literature review of mixed methods research in tourism // *Current Issues in Tourism*. – 2019. – T. 22. – №. 13. – C. 1531-1550.

⁴ Airey D. Brian Archer: the multiplier man // *Early Framers of Tourism Knowledge, Volume I*. – Routledge, 2023. – C. 84-90.

⁵ Cooper C., Hall C. M. Contemporary tourism: An international approach. – 2022.

⁶ Mijnheer C. L., Gamble J. R. Innovating with stakeholders to co-create value in cultural tourism experiences: a case study of Schokland in the Netherlands // *Journal of Marketing Management*. – 2023. – T. 39. – №. 5-6. – C. 389-413.

⁷ Kipp A. Managing Previously Unmanaged Collections: A practical guide for museums. – Rowman & Littlefield, 2024.

⁸ Kunasekaran P. et al. Enhancing local community participation towards heritage tourism in Taiping, Malaysia: application of the Motivation-Opportunity-Ability (MOA) model // *Journal of Heritage Tourism*. – 2022. – T. 17. – №. 4. – C. 465-484.

joylarda turistik xizmatlarni yo'lga qo'yish, aholini ish bilan ta'minlash yuzasidan muallifning yondashuvi asosida amaliy takliflar va tavsiyalar ishlab chiqish uchun nazariy va uslubiy asos bo'lib xizmat qildi⁹.

O'zbekiston Respublikasida turizmni shakllantirish va rivojlantirishda etnografik resurslardan foydalanishning strategik yo'nalishida O.X.Xamidov, A.N.Norchayev, A.M.Abduvohidov, N.T.Tuxliyev, T.Abdullayeva, I.S.Tuxliyev, I.Ivatov, M.Q.Pardayev, R.Atabayev, D.K.Usmanova, Sh.R.Fayziyeva, A.A.Eshtayev, B.Sh.Safarov, M.T.Alimova, D.Z.Norqulova, A.T.Alimov, M.T.Aliyeva, S.S.Ro'ziyev, U.Matyakubov, Z.I.Usmanova, S.Sh.Xalilov, R.A.Allayorov, Sh.S.Sayfutdinov singari olim va amaliyotchilarning tadqiqotlarida yoritilgan¹⁰.

Dissertatsiya tadqiqotining dissertatsiya bajarilgan oliy ta'lim muassasasining ilmiy tadqiqot ishlari rejalari bilan bog'liqligi. Dissertatsiya tadqiqoti Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining ilmiy tadqiqot ishlari rejasiga muvofiq hamda ALM-2023112123-“Qoraqalpog‘iston Respublikasida Tuproqal’a etnografik muzeyini ishlab chiqish” mavzusidagi amaliy loyiha doirasida bajarilgan.

Tadqiqotning maqsadi iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida mamlakatimizning turizm samaradorligini oshirishda etnografik resurslardan

⁹М. Т., Турсумбаева М. Ж. «Агротуризм как фактор повышения конкурентоспособности сельского хозяйства» //Статистика, учет и аудит. – 2013. – №. 1. – С. 91-94., Альтынбекова, А. Ж. (2018). Агротуризм как основа повышения занятости сельского населения. Ин *Агротуризм в устойчивом развитии сельских территорий* (пп. 109-114). Прохорова, Виктория Владимировна, анд Елена Николаевна Ключко. "Кластеризация субъектов агротуризма в Краснодарском крае." *Современная научная мысль* 2 (2017): 144-151., Гонова О. В., Малыгин А. А., Лукина В. А. Региональный агротуризм-мультипликатор экономического роста сельских территорий //Известия высших учебных заведений. Церийа: Экономика, финансы и управление производством. – 2021. – №. 4 (50). – С. 109-119.

⁸Eshtayev A.A. Turizm industriasini boshqarishning marketing strategiyasi. Monografiya. - T.: Fan, 2011; Usmanova D.K. Особённости формирования туристского продукта и перспективные направления его развития: diss. Samarqand. ekon. nauk - S.: SamISI, 2009. - 157 с.; Safarov B.Sh. Milliy turizm xizmatlar bozorini innovatsion rivojlantirishning metodologik asoslari - T.: Fan va texnologiya, 2016. - 184 b.; Alimova M.T. Hududiy turizm bozorining rivojlanish xususiyatlari va tendensiyalari// Monografiya. – Toshkent: Iqticod, 2015 - 300 b.; Hamidov O. O‘zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirishni boshqarish mexanizmini takomillashtirish. i.f.d. diss. avtoref. - Samarqand, 2017; Matyakubov U. Ekologik vaziyatni inobatga olib turizm samaradorligini oshirish yunalishlari va istiqbollari (Xorazm viloyati micolida). i.f.n. nomz. diss. -Samarqand, 2011; Ro‘ziev S. O‘zbekiston madaniy turizm bozori va uning istiqbollari. I.f.n. diss. - Toshkent, 2009; Ibadullaev N. Turistik resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish imkoniyatlari (Samarqand viloyati misolida). i.f.n. diss. avtoreferati. - Samarqand, 2010;

foydalanishning strategik yo'nalishlarini takomillashtirish bo'yicha ilmiy uslubiy asoslangan taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari:

mustaqil ilmiy kategoriya sifatida “etnik turizm” tushunchasining mohiyati va mazmunini aniqlash;

etnik turizmni tizimli yondashuv nuqtai nazaridan ko'rib chiqish;

etnik turizmni rivojlantirishni boshqarish tizimini yaratish;

etnografik turizm resurslaridan samarali foydalanishni takomillashtirish yo'nalishlarini aniqlash;

O'zbekiston Respublikasida turizmning rivojlanishi, hozirgi holati va rivojlanish darajasini tadqiq qilish;

O'zbekiston turizm mintaqalarining etnik turizmni rivojlantirishga tayyorlik darajasini tanlash va baholashning uslubiy yondashuvini ishlab chiqadi;

O'zbekiston Respublikasi misolida etnik turizmni rivojlantirishni boshqarish bo'yicha ishlab chiqilgan yondashuvlarning samaradorligini baholash;

Tadqiqotning obyekti sifatida O'zbekiston Respublikasi turizm samaradorligini oshirishga xizmat qiluvchi etnografik resurslar tanlangan.

Tadqiqotning predmeti etnik turizmni rivojlantirishni boshqarish jarayonida vujudga keladigan boshqaruv munosabatlari hisoblanadi.

Tadqiqotning usullari. Tadqiqot jarayonida tahlil va sintez, induksiya va deduksiya, SWOT-tahlil, qiyosiy tahlil, tanlanma kuzatuv, taqqoslash, korrelyatsion va regression tahlil, iqtisodiy-matematik modellashtirish kabi usullardan foydalanilgan.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi quyidagilardan iborat:

uslubiy yondashuvga ko'ra “etnoturizm” tushunchasining iqtisodiy mazmuni mahalliy aholining turmush tarzi, madaniy an'analari, milliy hunarmandchiligi va urf-odatlar kabi etnografik resurslarni sayyohlik mahsuloti sifatida iqtisodiy aylanmaga jalb qilish orqali iqtisodiy foyda olish jarayoni aholi bandligini oshirish, yangi ish o'rinlari yaratish, milliy mahsulot va xizmatlarni xalqaro bozorlarga olib chiqish ijtimoiy-iqtisodiy funktsiyalarini kuchaytirish jihatidan takomillashtirilgan.

O'zbekistonda an'anaviy hayot tarzi saqlangan qishloqlarda etno-uylar tashkil etish va sayyohlarga milliy urf-odatlar bilan bevosita tanishish imkonini yaratishdan (1-bosqich) mahalliy hunarmandchilik, milliy oshxona va madaniy tadbirlarni qamrab oluvchi "etno-ovullar" tashkil etish (2-bosqich) hamda maxsus dasturlar orqali etno-qishloq turizmini rivojlantirishga (3-bosqich) o'tishning ko'p bosqichli strategiyasini takomillashtirilgan.

Qoraqalpog'istonda etno-turizmni rivojlantirish uchun bir qator o'zaro tarmoqlar va hududlararo masalalarni hal qilishda yoshlar va sayyohlar uchun mahalliy aholi ishtirokida an'anaviy madaniyat, til va san'at bo'yicha ta'lim beruvchi markazlar yaratish orqali madaniy muloqot va madaniyatlararo aloqalarni mustahkamlash taklifi asoslangan.

O'zbekistonda etnografik turizm resurslaridan samarali foydalanishga ta'sir ko'rsatuvchi omillarning o'zaro bog'liqligi va ta'sirini ifodalovchi ekonometrik modellar asosida turizm faoliyatining 2028-yilga qadar ishlab chiqilgan prognoz ko'rsatkichlari ishlab chiqilgan.

Tadqiqotning amaliy natijalari quyidagilardan iborat:

turizmning murakkab ob'ekt sifatida etnografik resurslar tizimli yondashuv nuqtai nazaridan ko'rib chiqiladi. O'zining xususiyatlarini hisobga olgan holda turizm boshqaruv va boshqariladigan quyi tizimlarning tarkibiy elementlarini va ular o'rtasidagi aloqalarni aks ettiruvchi tizim sifatida taqdim etiladi.

O'zbekiston Respublikasida turizmni rivojlantirishda etnografik resurslardan foydalanish davriyligi tuzildi, bu turizm shakllanishining nisbatan mintaqalar tabiatini va etnografik turizmni rivojlantirish uchun zarur shart-sharoitlarni aniqlash imkonini berdi.

Turizmni tashkil qilishda etnografik hudud tanlashni ilmiy asoslashda alohida uslubiy yondashuv ishlab chiqilgan. U O'zbekiston hududida moddiy-ma'naviy madaniyat obyektlari va yashash joylari mavjudligini hisobga oladigan kompleks ko'rsatkichga asoslanadi.

O'zbekistonda turizmni boshqarish tizimiga nisbatan nazariy va amaliy yondashuvlarni tahlil qilish asosida etnografik resurslardan foydalanishning

boshqaruv tizimi, turlari va rivojlanayotgan hududning xususiyatlarini hisobga olgan holda obyektlarini tanlash orqali turizm samaradorligini oshirishga erishildi.

Tadqiqot natijalarining ishonchliligi. Tadqiqot natijalarining ilmiy ahamiyati shundan iboratki, mintaqalarda etnografik resurslar salohiyatidan va tashkiliy-iqtisodiy omillaridan samarali foydalanish bo'yicha ishlab chiqilgan ilmiy-amaliy tavsiyalar hamda takliflar mamlakatimizga xorijiy va milliy turistlar oqimining, ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishda turizm rolining oshishiga, turizm mintaqalarini ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish dasturlarini, turizm va bevosita etno-turizmni rivojlantirish strategiyasini ishlab chiqishga qaratilgan kompleks chora-tadbirlar majmuini ishlab chiqishda foydalanish mumkinligi bilan belgilanadi.

Tadqiqot natijalarining amaliy ahamiyati mintaqada etnografik resurslar salohiyatidan kengroq foydalanib, barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishga erishish, turizmni rivojlantirish bo'yicha takliflardan O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi tasarrufidagi tuzilmalar faoliyatida bevosita foydalanish mumkinligi, shuningdek, "O'zbekiston — 2030" strategiyasida belgilangan vazifalarni bajarish yuzasidan chora-tadbirlarni ishlab chiqishga muayyan darajada xizmat qilishi bilan belgilanadi.

Tadqiqot natijalarining ilmiy va amaliy ahamiyati. Tadqiqot natijalarining ilmiy ahamiyati shundan iboratki, mintaqalarda etnografik resurslar salohiyatidan va tashkiliy-iqtisodiy omillaridan samarali foydalanish bo'yicha ishlab chiqilgan ilmiy-amaliy tavsiyalar hamda takliflar mamlakatimizga xorijiy va milliy turistlar oqimining, ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishda turizm rolining oshishiga, turizm mintaqalarini ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish dasturlarini, turizm va bevosita etno-turizmni rivojlantirish strategiyasini ishlab chiqishga qaratilgan kompleks chora-tadbirlar majmuini ishlab chiqishda foydalanish mumkinligi bilan belgilanadi.

Tadqiqot natijalarining amaliy ahamiyati mintaqada etnografik resurslar salohiyatidan kengroq foydalanib, barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishga erishish, turizmni rivojlantirish bo'yicha takliflardan O'zbekiston Respublikasi

Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi tasarrufidagi tuzilmalar faoliyatida bevosita foydalanish mumkinligi, shuningdek, "O'zbekiston — 2030" strategiyasida belgilangan vazifalarni bajarish yuzasidan chora-tadbirlarni ishlab chiqishga muayyan darajada xizmat qilishi bilan belgilanadi.

Tadqiqot natijalarining joriy qilinishi. O'zbekistonning turizm samaradorligini oshirishda etnografik resurslardan foydalanishning strategik yo'nalishlarini takomillashtirish bo'yicha ishlab chiqilgan ilmiy taklif va tavsiyalar asosida:

uslubiy yondashuvga ko'ra "etnoturizm" tushunchasining iqtisodiy mazmunini mahalliy aholining turmush tarzi, madaniy an'analari, milliy hunarmandchiligi va urf-odatlar kabi etnografik resurslarni sayyohlik mahsuloti sifatida iqtisodiy aylanmaga jalb qilish orqali iqtisodiy foyda olish jarayoni aholi bandligini oshirish, yangi ish o'rinlari yaratish, milliy mahsulot va xizmatlarni xalqaro bozorlarga olib chiqish ijtimoiy-iqtisodiy funktsiyalarini kuchaytirish jihatidan takomillashtirishga oid nazariy va uslubiy materiallardan oliy o'quv yurtlari uchun tavsiya etilgan "Jahon ziyorat turizm ob'ektlari" nomli o'quv qo'llanmani tayyorlashda foydalanilgan (Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining 2024-yil 29-fevraldagi 45-sonli buyrug'i). Mazkur ilmiy taklifning amaliyotga joriy etilishi natijasida magistratura mutaxassisligi talabalarida etnoturizm tushunchasining mohiyati boshqa turizm turlari farqlari jihatidan turistlarning ehtiyojlari va maqsadlariga ko'ra takomillashtirilgan;

O'zbekistonda an'anaviy hayot tarzi saqlangan qishloqlarda etno-uylar tashkil etish va sayyohlarga milliy urf-odatlar bilan bevosita tanishish imkonini yaratishdan (1-bosqich) mahalliy hunarmandchilik, milliy oshxona va madaniy tadbirlarni qamrab oluvchi "etno-ovullar" tashkil etish (2-bosqich) hamda maxsus dasturlar orqali etno-qishloq turizmini rivojlantirishga (3-bosqich) o'tishning ko'p bosqichli strategiyasini takomillashtirish bo'yicha taklif O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasida turizm infratuzilmasini yaxshilash va xorijiy turistlar oqimini yanada oshirishga qaratilgan qo'shimcha chora-tadbirlar

to'g'risida" 2024-yil 18-iyuldagi PF-102-son Farmonida inobatga olingan (O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasining 2025 yil, 18 apreldagi 03-10-17-3365-son Ma'lumotnomasi). Mazkur ilmiy yangilikni amaliyotga joriy etilishi natijasida yuqorida qayd etilgan Farmon ilovasidagi "Etnoqishloq" maqomini berish va mazkur qishloqlarni Moddiy madaniy merosning ko'chmas mulk ob'ektlari milliy ro'yxatiga kiritishda mezonlarni ishlab chiqish, huquqiy bazani ishlab chiqish imkoni yaratilgan;

Qoraqalpog'istonda etno-turizmni rivojlantirish uchun bir qator o'zaro tarmoqlar va hududlararo masalalarni hal qilishda yoshlar va sayyohlar uchun mahalliy aholi ishtirokida an'anaviy madaniyat, til va san'at bo'yicha ta'lim beruvchi markazlar yaratish orqali madaniy muloqot va madaniyatlararo aloqalarni mustahkamlash taklifi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2024-yil 18-sentabrdagi "Turizmning yangi turlarini joriy qilish hamda mamlakatimizning turistik salohiyatidan samarali foydalanishga oid qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risida"gi 588-son qaroriga kiritilgan (O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasining 2025 yil, 18 apreldagi 03-10-17-3365-son Ma'lumotnomasi). Mazkur ilmiy yangilikni amaliyotga joriy etilishi natijasida O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi, Transport vazirligi, Iqtisodiyot va moliya vazirligi, bilan birgalikda yangilangan 2025-2027-yillarda Qoraqalpog'istonda turizmni rivojlantirish konsepsiyasini ishlab chiqish imkoni yaratilgan;

O'zbekistonda etnografik turizm resurslaridan samarali foydalanishga ta'sir ko'rsatuvchi omillarning o'zaro bog'liqligi va ta'sirini ifodalovchi ekonometrik modellar asosida turizm faoliyatining 2028 yilga qadar ishlab chiqilgan prognoz ko'rsatkichlaridan O'zbekiston Respublikasida turizm infratuzilmasini yaxshilash va xorijiy turistlar oqimini yanada oshirishga qaratilgan dasturlarni ishlab chiqishda foydalanilgan (O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasining

2025 yil, 18 apreldagi 03-10-17-3365-son Ma'lumotnomasi). Mazkur ilmiy yangilikni amaliyotga joriy etilishi natijasida O'zbekistonda etnografik turizm resurslaridan samarali foydalanish asosiy parametrlarining o'zaro muvofiqligini ta'minlash imkoni yaratilgan.

Tadqiqot natijalarining approbatsiyasi. Mazkur tadqiqot natijalari 3 ta xalqaro va 4 ta respublika ilmiy-amaliy anjumanlarda muhokamadan o'tkazilgan.

Tadqiqot natijalarining e'lon qilinganligi. Dissertatsiya mavzusi bo'yicha jami 1 ta ilmiy ish, shu jumladan, O'zbekiston Respublikasi OAKning doktorlik dissertatsiyalari asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlarda 7 ta maqola, jumladan, 4 tasi respublika va 3 tasi xorijiy jurnallarda nashr etilgan.

Dissertatsiyaning tuzilishi va hajmi. Dissertatsiya tarkibi kirish, uchta bob, xulosa, foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati va ilovalardan iborat. Dissertatsiyaning umumiy hajmi 128 betni tashkil etgan.

I BOB. ETNOGRAFIK RESURSLARDAN FOYDALANISHDA ETNOGRAFIK RESURSLARDAN FOYDALANISHNING NAZARIY- ILMIY JIHATLARI

1.1 Turizm samaradorligini oshirishda etnografik turizm resurslarining iqtisodiy ahamiyati

Etnografik turizm - bu madaniy turizmning ixtisoslashgan turi bo'lib, ushbu tadqiqot turistlarga mahalliy aholining turmush tarzi haqida tushuncha berishga yo'naltirilgan har qanday xizmatlardan tashkil topgan turizmning turlaridan biri hisoblanadi. Etnografik turizm sohasi so'nggi paytlarda tez o'sishi va bozordagi tajribasiz turizm tashkilotlari mazkur turizm turining rivojlanishida qator muammolar keltirib chiqarmoqda. Etnografik turizmning o'sish tendensiyalari turizm sohasidagi tendentsiyalar bilan bog'liq. So'nggi yillarda jahon miqyosida turizm sohasi o'sishi katta foizni tashkil etdi va davom etishi kutilmoqda. Madaniy turizm sohasining boshqa tarmoqlarga qaraganda tezroq rivojlanmoqda. Biroq, bu tendentsiyalar turizmning tashqi kuchlarning tez ta'siriga uchragan soha ekanligini anglash bilan yaxshi natijalarni qayd etadi. Etnografik turizm tarmog'i mamlakatlarga turli darajalarda quyidagi muhim hissalarini qo'shadi, jumladan:

- bandlikni yaratish;
- daromad olish;
- madaniy qadriyatlarni mustahkamlash;
- madaniy va milliy chegaralarni bog'lash;
- mikro, kichik va o'rta biznesni rivojlantirishga ko'maklashish;
- yordamchi Sohaning o'sishi;
- salohiyatni oshirish;
- jamiyatni rivojlantirish;
- mahalliy hunarmandlarning imkoniyatlarini kengaytirish.

Etnografik turizmning bir qancha asosiy jihatlardan asosiy xususiyatlarni quyidagicha ajratib ko'rsatish mumkin:

Etnografik turizm notijorat faoliyat ham bo'lib, tashkil etuvchilar yordami va kichik tadbirkorlikdan yirik tadbirkorlik etnoturizm iqtisodiy faoliyatning

uzluksizligini ko'rsatadi. Yuqoridagi tizim turizmni tashkil qilayotgan qishloqlar, kichik miqyosdagi tijorat tashkilotlari (xizmat ko'rsatish korxonalari) bilan parallel ravishda rivojlanadi. Sohaning aksariyat jihatlari odatda turoperatorlar tomonidan nazorat qilinadi. Xalqaro va mahalliy turistlar etnografik turizm mahsuloti iste'molchilarining juda oz qismini tashkil qiladi. Aynan shu yo'nalishda bir kunlik mahsulotlarning iste'molchilari 35 yoshdan oshgan xalqaro turistlardir. Boshqa turdagi sayyohlar an'anaviy qishloq yoki jamoada uyda qolishga ko'proq moyil hisoblanadi. Har bir mamlakatda turizm bilan bog'liq qonunchilikni qo'llash, soliqlarni yig'ish va marketing uchun mas'ul bo'lgan milliy turizm boshqaruv tizimi, qonunchilik talablari mavjud.

Etnografik turizm sohasining asosiy imkoniyatlari quyida keltirilgan:

- mazkur turizm yo'nalishi bo'yicha sayyohlar soni ortishi kutilmoqda;
- etnografik turizm - ixtisoslashgan turizmning tobora ommalashib borayotgan shakli;
- dunyodagi etnik guruhlarining xilma-xilligi mavjud;
- madaniy meros ob'ektlarining ixlosmandlari ko'p;
- etnoturizm tarmog'i xilma-xil bo'lib, rivojlanish uchun ko'plab imkoniyatlar mavjud (masalan, qishloq sayohatlari, qishloqda yashash, ovqatlanish, an'anaviy raqs va musiqa va boshqalar);
- soha mahalliy bilim va qadriyatlarga bog'liq;
- kichik miqyosdagi ishlanmalar juda kam kapital qo'yilmalar va texnologik mablag'larni talab qiladi;
- soha tez daromad keltirishi mumkin;
- ushbu tarmog'da ish o'rinlarini yaratish xarajatlari boshqa tarmoqlarga qaraganda past;
- etnografik turizm jamiyatga asoslangan turizm tashkilotlari uchun juda mos keladi;
- tadbirkorlar bilan smart¹¹ hamkorlik qilish imkoniyati mavjud;
- etnografik turizm mahsulotlari mahalliy iqtisodiyotga turtki beradi;

¹¹ Smart texnologiyalar orqali

- kichik va o'rta miqyosdagi etnografik turizm mahsulotlari individual tarzda bron qilinadi va to'lanadi, bu esa mahalliy guruhlardan pul oqimining mamlakatdan chiqib ketishishini kamaytiradi. Ushbu sohani qo'llab-quvvatlash bo'yicha siyosat va tadbirlarni ishlab chiqishda mintaqadagi etnografik turizm sohasining quyidagi tahdidlari va zaif tomonlarini hisobga olish kerak:

- turizm juda kutilmagan va sezgir sohadir;

- unga tashrif buyuruvchilarning mezbon davlatda ham, qo'shni mamlakatlarda ham xavfsizlik haqidagi tasavvurlari kuchli ta'sir ko'rsatadi;

- etno turizm operatorlari ko'pincha turistik xarajatlardan adolatli ulush olishlarini ta'minlash uchun biznes ko'nikmalariga ega emaslar;

- etno turizm mahsulotlarini yetkazib berishda ishtirokchilar ko'pincha muloqot va mehmondo'stlik ko'nikmalariga ega emaslar;

- subyektlarning bozor haqida yetarli ma'lumotga ega emasligi;

- turoperatorlar qishloq aholisini ekspluatatsiya qilishadi;

- mahsulotni ishlab chiqish ko'pincha etarli malakani o'tkazmasdan sodir bo'ladi;

- qonunchilik hujjatlari ko'pincha Sohaning hozirgi rivojlanishiga to'sqinlik qiladi;

- etnoturizmning rivojlanishi mahalliy hamjamiyatning boshqa turmush faoliyati bilan ziddiyatga kirishishi mumkin;

- mahalliy jamoalarning intellektual mulki adolatsiz ravishda foydalanish xavfi mavjud;

- xorijiy kompaniyalar ushbu sohaning kichik, individual va jamoaviy ishtirokchilarida ustunlik qiladi;

- etno turizm ko'pincha kam daromad manbasini ta'minlaydi;

- mahalliy va mintaqaviy darajada ushbu soha bo'yicha ishonchli statistik ma'lumotlar yo'q. Ushbu tadqiqot natijalarga asoslanib, etnoturizm tarmog'ini rivojlantirish bo'yicha quyidagi tadbirlar taklif etiladi:

- mehmondo'stlik sohasi xizmatlarini sifatli qilishni ta'minlash;

- biznes ko'nikmalarini o'rgatish;

- qonunchilikka kirish talablarini yumshatish;
- marketing strategiyalari va ko'nikmalarini oshirish va takomillashtirish;
- mintaqaviy etnoturizm marshrutini ishlab chiqish;
- qo'shimcha qiymatli mahsulotlarni kiritishni rag'batlantirish;
- mintaqaviy tarmoqlarni soddalashtirish;
- ideal joylashgan jamoalarda salohiyatni rivojlantirish.

Etnografik resurslar – turizmni rivojlantirishdagi ijtimoiy-madaniy omillar sifatida. Etnografik resurslar ijtimoiy-madaniy merosning ajralmas tarkibiy qismi bo'lib, oilaviy va ijtimoiy munosabatlarni barqarorlashtirish hamda uyg'unlashtirishda muhim rol o'ynaydi. Ular ommaviy turistik resurslarning bir turi sifatida qaraladi va avlodlar mehnati hamda ijodiy merosi mahsuli sifatida to'g'ridan-to'g'ri jamoaviy resurslar sirasiga kiradi.

Amaliy turizmda etnografik resurslar asosan quyidagi ikki shaklda namoyon bo'ladi:

1. Mahalliy tarixiy muzeylar, xalq turmushi va yog'och arxitektura muzeylaridagi ekspozitsiyalar,
2. An'anaviy turmush tarzi, madaniy hayot va marosimlarni saqlab qolgan mavjud qadimiy aholi punktlari.

Muzeylarda joylashtirilgan ekspozitsiyalar orqali turli mintaqalarda yashovchi xalqlarning xalqona kiyim-kechaklari, maishiy buyumlari va amaliy san'at namunalari namoyish etiladi. Bular sayyohlarga hudud tarixining boy madaniy merosini anglash imkonini beradi. Tarixiy taraqqiyot jarayonida har bir mintaqada o'ziga xos milliy va tabiiy xususiyatlarga mos arxitektura uslubi shakllangan. Yog'och arxitektura muzeylari bu sohadagi namunalarni o'zida mujassam etgan bo'lib, ular orasida yashash uylari, xo'jalik binolari (kashnalik, omborxona va hokazo) hamda diniy inshootlar mavjud. Bu obidalar mintaqaning turli hududlaridan olib kelinib, imkon qadar asl muhitga yaqin holda tiklangan.

Etnografik jihatdan qimmatli ma'lumotlar, ayniqsa, mahalliy etnik guruhlar istiqomat qiluvchi aholi punktlarida ko'proq uchraydi. Bu yerda o'ziga xos

madaniyat, turar-joy shakllari, urf-odatlar va an'analar bilan bevosita tanishish mumkin.

Etnografik yodgorliklar madaniy meros ob'ektlari sifatida quyidagi mezonlarga ko'ra baholanadi: ularning betakrorligi, etno-ijtimoiy muhitning asl holatlari, shuningdek, an'anaviy turmush tarzini to'liq saqlab qolgan mahalliy aholi va oz sonli etnik guruhlarining zich joylashuvi.

Umuman olganda, etnografik resurslar ma'lum bir hududda istiqomat qiluvchi xalqlarning moddiy, ma'naviy va madaniy qadriyatlari tizimini ifodalaydi. Ularning turizmga integratsiyasi nafaqat madaniy ongni yuksaltirishga, balki hududiy barqaror rivojlanishga ham xizmat qiladi.

Ushbu tadqiqotning asosiy yo'nalishi madaniy va ijodiy sohalarga qaratilgan bo'lib, bu sohaning ishlashi va dinamikasini tushunish uchun kichik biznesni rivojlantirish orqali bandlik va boylik yaratish imkoniyatini oshirish mumkin. Hisob-kitoblarga ko'ra, butun dunyo bo'ylab ko'pgina mamlakatlarda kichik va o'rta korxonalar umumiy korxonalarning 90 foizdan ortig'ini tashkil qiladi. Ular ko'plab innovatsiyalarni harakatlantiruvchi kuch bo'lib, ish o'rinlarini yaratish, sarmoya kiritish va eksport orqali milliy iqtisodiyotning o'sishiga hissa qo'shmoqda. Iqtisodiyotning hayotiyligi uchun turistik korxonalarning ahamiyati va raqobatbardoshligini oshirish uchun intellektual mulk tizimi taqdim etayotgan imkoniyatiga qaramay, ko'pincha tizimidan kam foydalanadi.

Etnografik turizm beshta madaniyat sohasi bo'yicha ko'rib chiqilishi mumkin:

- sahna san'ati va raqs;
- tasviriy san'at va hunarmandchilik;
- kino va televidenie;
- musiq;
- etnoturizm.

Ushbu tadqiqot mintaqadagi etno-turizm tarmog'i bilan bog'liq. Mintaqalarda etno-turizm tarmog'i ko'p yillar davomida mavjud bo'lib kelgan soha hisoblanadi. Masalan, eng mashhur yo'nalishlar Viktoriya sharsharasidagi "Hunarmandlar

qishlog‘i" so‘nggi 34 yil davomida faoliyat ko‘rsatmoqda. Biroq, so‘nggi yillarda turistik sayohatlarning umumiy o‘shishi va xususan, ixtisoslashgan turizmning o‘shishi natijasida bugungi kunda etnoturizmga mahsulot yetkazib beruvchi tadbirkorlar tomonidan ham, unga turistik talab ham oshib bormoqda. Etnoturizm bo‘yicha mamlakatlar turistlar uchun qulayroq va jozibador, shu bilan mintaqada sayyohlik o‘shishini rag‘batlantiradi.

So‘nggi paytlarda sohadagi tez o‘shish va yangi, tajribasiz raqobatchilarning kirib kelishi tufayli sohada muammolar mavjud. Madaniy qadriyatlarni saqlash va an‘analarni aniqlashda etnoturizm muhim o‘rin tutadi. Bundan tashqari, ish va ta‘lim beradi. Mintaqalarda etnoturizm bir nechta aniq shakllarni oladi.

Bular:

an‘anaviy qishloqlarga sayohatlar, bu turni boshqaradigan davlatlarning iqtisodiyotini yaxshilaydi;

turoperatorlar tomonidan uyushtirilgan va daromad asosida boshqariladigan haqiqiy qishloqlar va shaharchalarga ko‘proq rasmiylashtirilgan turlar;

rekonstruksiya qilingan qishloqlar.

Etno-turizm individual faoliyatdan kelib chiqqan faoliyat va uning quyidagi ta‘riflari mavjud:

1. Jahon Intellektual Mulk Tashkilotining (World Intellectual Property Organization (WIPO)) intellektual mulk bilan bog‘liq mulohazalar to‘g‘risida batafsil ma‘lumot beruvchi, ishda hamkorlikni ta‘minlovchi etno-turizm tarmog‘i;

2. BIMT (WIPO)ning kichik va o‘rta biznes uchun faoliyat dasturi butun dunyo bo‘ylab sub‘ektlar tomonidan intellektual mulk tizimidan yanada samarali foydalanishni rag‘batlantirishga qaratilgan. Dastur kichik biznes uchun intellektual mulkning dolzarbligi to‘g‘risida xabardorlikni oshirishga intiladi va IP tizimi uchun qulayroq va arzonroq qilish tashabbuslarini ilgari suradi;

3. Intellektual mulkni yaratish va ekspluatatsiya qilish orqali boylik va ish o‘rinlarini yaratish imkoniyatiga ega bo‘lgan ijodkorlik, mahorat va iste‘dod”, "ijodiy sohalar" (masalan, sahna san‘ati) bilan bir qatorda, bu ta‘rif meros,

muzeylar, galereyalar va turizm kabi kengroq madaniy va yaqindan bogʻliq tarmogʻlarni oʻz ichiga oladi.

Turizm har doim ham madaniy yoʻnalishda emas va uning iqtisodiy asosi odatda intellektual mulkdan foydalanishga bogʻliq boʻlmaydi. Anʻanaviy nou-xau yoki xizmatlar mahalliy mahsulotlarning iqtisodiy qiymatini saqlashga yordam berish uchun geografik koʻrsatkichlarning "savdo belgisi" bilan qanday himoyalaniishi mumkinligi koʻrib chiqiladi. Ushbu tadqiqotda koʻrib chiqilayotgan tarmoq, yaʼni etnoturizm, u "ekoturizm", "madaniy-turizm", "jamiyatga asoslangan turizm", "meros turizmi", "kambagʻal turizm", "barqaror turizm" kabi boshqa tavsiflovchi atamalar bilan muntazam ravishda almashinadi.

Ushbu tadqiqotning maqsadlari uchun foydalanilgan atamalar quyidagi kontekstda tushuniladi:

Ekologik turizm – bu "atrof-muhitni muhofaza qiluvchi va mahalliy aholi farovonligini taʼminlovchi tabiiy hududlarga masʼuliyatli sayohat"¹². Bu taʼrif nafaqat mahalliy aholi bilan har qanday oʻzaro munosabatni nazarda tutmaydi, balki sayohat mahalliy aholi farovonligiga hissa qoʻshishini talab qiladi. Shuning uchun ekoturizm etnoturizm hisoblanmaydi. Jamiyatga asoslangan turizm - bu mahalliy hamjamiyat tomonidan qisman yoki toʻliq amalga oshiriladigan va shu jamiyatga foyda keltiradigan har qanday turistik faoliyatdir. Ushbu faoliyat madaniy xususiyatga ega boʻlishi shart emas. Yana shunga oʻxshagan ijtimoiy turlardan ishsizlarni qoʻllab-quvvatlovchi turizm - ishsizlar uchun sof foyda keltiradigan imtiyoz sifatida taʼriflanadi. Ushbu imtiyozlar iqtisodiy jihatdan samarali boʻlishi mumkin, ammo ular ijtimoiy, ekologik yoki madaniy maqsadlarda ahamiyat kasb etmaydi.

Madaniy turizm - keng qamrovli atama boʻlib, etnoturizm, antropologik turizm, ovqatlanish va ichimliklar, tarixiy turizm, sanʼat-festival turizmi, muzeylar va meros obyektlarini qamrab oladi. Madaniy turizm tushunchasi yangi tushuncha emas. Ilmiy tadqiqotlarda yozilishicha, XVI asrdayoq zodagonlarning oʻgʻillari

¹² Xalqaro ekoturizm jamiyati (TIES) direktorlar kengashi va maslahatchilari tomonidan qabul qilingan Birlashgan Millatlar Tashkilotining Xalqaro Ekoturizm yili haqidagi bayonoti, 2001 yil 6 yanvar.

klassik antik davr qoldiqlari bilan tanishish uchun Yevropa gastrollariga jo‘natilgan. Bu shu qadar keng tarqaldiki, ular tomonidan 18-asrda bu an‘anaviy madaniy turizm “Grand Tour” nomi bilan mashhur bo‘ldi¹³.

NWHO (Nordic World Heritage Office) madaniy va tabiiy meros ko‘pincha bir-biriga mos kelishini ta‘kidlaydi; turizmning bir turiga tegishli masalalar boshqa turga tegishli bo‘lishi mumkin¹⁴. Madaniy turizm bu “madaniy muhitni, jumladan landshaftlar, tasviriy va sahna san’ati hamda maxsus turmush tarzi, qadriyatlari, an‘analari va hodisalarini boshdan kechirish bilan bog‘liq sayohat” sifatida.

Antropologik turizm turli tub guruhlarining tirik xotirasida yo‘qolib borayotgan turmush tarziga qaratilgan. Antropologik turizmni etnoturizm deb hisoblash mumkin. Misol uchun, Namibiya va Janubiy Afrikada ba‘zi turizm San xalqining turmush tarziga qaratilgan (“Bushmenlar”). Turmush tarzi yo‘qolib borayotganligi sababli, bunday turizmni "antropologik turizm" deb tasniflash mumkin, ammo "etnoturizm" ta‘rifiga ham kiradi. Xuddi shu ta‘rifni mahalliy madaniyatning o‘tmish davriga qaratilgan turizm haqida ham aytish mumkin, masalan, Zulu qabilalari hayotini 1800-yillardagi kabi tasvirlaydigan ma‘lumotlardir.- Tarixiy turizm jamiyat tarixiga qaratilgan bo‘lib, muzeylar, cherkovlar, yodgorliklar yoki meros ob‘ektlariga sayohatlarni o‘z ichiga olishi mumkin. Bu ko‘pincha juda tor doiradagi qiziqshni jalb qiluvchi bozordir.

Etnoturizm-bu tor atama bo‘lib, har qanday ekskursiyani tavsiflaydi, u tabiatdan ko‘ra inson asarlariga e‘tibor qaratadi va turistga mahalliy aholining turmush tarzi haqida tushuncha berishga harakat qiladi. Bu “mahalliy turizm” deb ham ataladi¹⁵. Hududning noyob mahalliy yoki milliy taomlari va ichimliklari ko‘pincha milliy yoki mahalliy madaniyatning aniq ifodasidir¹⁶. Oziq-ovqat va ichimliklar turizmning maxsus shaklining mazmunini tashkil qilishi mumkin (masalan, Germaniyadagi Oktoberfest) yoki ko‘pincha etno-turizmning muhim tarkibiy qismi bo‘lishi mumkin.

¹³ Icomos axborot byulleteni, № 6, 1996 yil.

¹⁴ The Nordic World Heritage Office. 1999. “Sustainable tourism and cultural heritage”.

¹⁵ Kingsley Holgate: personal communication.

¹⁶ Kingsley Holgate: personal communication

Etnografik to'plamlar bir nechta ijtimoiy iboralar omma oldida mavjud bo'lishi mumkin bo'lgan asosiy vositani ta'minlaydi va bu sayyohlarni jalb qilish orqali madaniyatlararo aloqaning yuqori darajada siyosiylashgan maydoniga jalb qiladi. Bu etnografik to'plamlar, ob'ektlar biz bilan turli tillarda so'zlashadigan umumiy sayohat¹⁷.

Etnografik turizm resurslari tarkibi va turlari. Etnografik turizm resurslari quyidagi asosiy yo'nalishlarga bo'linadi:

Moddiy madaniyat ob'ektlari: bu guruhga an'anaviy turar joylar kiradi. Ular orasida bugungi kunda yashash uchun ishlatilmaydigan, ammo tashqi ko'rinishi va ichki rejalashtiruvni saqlanib qolgan inshootlar, shuningdek, ichki bezaklari va an'anaviy maishiy buyumlari bilan boyitilgan yashash uylari mavjud. Shuningdek, ma'lum bir etnik guruhga mansub aholi diniy e'tiqodlarini aks ettiruvchi ibodat maskanlari ham moddiy madaniyat ob'ekti hisoblanadi. Bu inshootlar o'ziga xos me'moriy uslubi, naqsh bezaklari bilan farqlanadi.

Ma'naviy madaniyat unsurlari: urf-odatlar, marosimlar, bayramlar, diniy va mifologik namoyishlar, e'tiqodlar va xurofotlar, xalqona taqvimiy bilimlar, an'anaviy tabobat, xalq musiqasi, xoreografiyasi, og'zaki va yozma she'riyat san'ati, shuningdek, xalq o'yinlari ushbu guruhga kiradi. Bu bilan birga, muayyan etnik guruh tarixida muhim bo'lgan davrlarni ifodalovchi, an'anaviy uslubda yaratilgan me'moriy obidalar ham ushbu turkumga kiritiladi.

An'anaviy boshqaruv shakllari: bu yo'nalish "an'anaviy ekologik boshqaruv" tushunchasi bilan bog'liq bo'lib, unda mahalliy oz sonli etnik guruhlarining tarixan shakllangan tabiatdan foydalanish usullari (o'simlik va hayvonot dunyosi, boshqa tabiiy resurslardan foydalanish) nazarda tutiladi.

Tabiiy ob'ektlarga sig'inish: ko'llar, daryolar, qoyalar, daraxtlar kabi ob'ektlar ushbu toifaga kiradi. Masalan, ayrim qoyalar yoki tabiiy obidalar muayyan etnik guruhlarining kelib chiqishi bilan bog'liq bo'lishi mumkin va ular savdo yoki diniy e'tiqod shaklida qadrlanadi.

¹⁷ <https://nma.gov.au/research/understanding-museums>

Milliy hunarmandchilik: qo'lda tikiladigan naqshli kashtalar, tikuvchilik, gilamdo'zlik, to'quvchilik an'anaviy kasblar sifatida alohida e'tibor talab qiladi.

An'anaviy ekologik boshqaruv hududlari: bu maxsus muhofaza ostiga olingan tabiiy hududlar bo'lib, ular mahalliy aholi tomonidan an'anaviy turmush tarzi va boshqaruv uchun ajratilgan.

Nekropollar va qabristonlar: bu yodgorliklar ichiga ona tilida yozilgan yozuvli, bezakli qabr toshlari ega bo'lgan dafn joylari kiradi. Ayrim holda, noyob yodgorlikka aylangan individual qabr toshlari ham turizm resursi sifatida qaraladi.

An'anaviy xo'jalik ob'ektlari: quduqlar, favvoralar, tegirmonlar kabi an'anaviy iqtisodiy turmush tarziga xos inshootlar bu guruhga kiradi.

Mahalliy bayramlar o'tkaziladigan joylar: folklor ansambllari ishtirokidagi bayram tadbirlari an'anaviy kiyimlarda o'tkaziladi va ular turistik qiziqishni oshiradi.

Milliy hunar va kasblar tiklanayotgan joylar: an'anaviy hunarmandchilik va kasblarning qayta jonlantirilayotgan markazlari ham muhim etnografik resurslardandir.

Etnografik muzeylar, ekspozitsiyalar va majmualar: ular xalq hayoti va madaniyatining turli jabhalarini yoritadi.

Arxitektura va ibodat inshootlari majmualari: uzoq muddat birga yashagan turli etnik guruhlar tomonidan yaratilgan diniy va madaniy obidalar turizm uchun qiziqarli manba bo'lib xizmat qiladi.

Etnik xususiyatlarga ega arxeologik obidalar: bu tarixiy yodgorliklar muayyan madaniyat vakillariga oid bo'lib, ularning turmush tarzi va ijtimoiy hayotini aks ettiradi.

1.2. O'zbekistonda turizm samaradorligini oshirishda etnografik turizm resurslardan foydalanish holati

So'nggi yillarda O'zbekistonda turizm sohasini rivojlantirish davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biriga aylangan bo'lib, bunda etnografik resurslardan foydalanish alohida ahamiyat kasb etmoqda. Yurtimizning madaniy-

etnografik boyliklar asosida yaratilayotgan turizm mahsulotlari sayyohlarni jalb qilish va iqtisodiy samaradorlikni oshirishda muhim vosita bo'lib xizmat qilmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekistonga 2023-yilda 6,6 million, 2024 yilda jami 8,2 mln nafar xorijiy sayyohlarning kamida 18 foizi madaniy-etnografik yo'nalishlarga qiziqqan¹⁸. Bu ko'rsatkich o'tgan yilga nisbatan 2,3 foizga oshganini ko'rsatadi. Xususan, Buxoro, Samarqand, Xiva, Qo'qon kabi tarixiy shaharlarga tashrif buyurgan sayyohlar orasida etnografiya, hunarmandchilik, xalq urf-odatlar va an'anaviy turmush tarzini o'rganishga bo'lgan qiziqish kuchaygan. Etnografik turizm infratuzilmasini rivojlantirish bo'yicha amalga oshirilayotgan ishlar jadallashayotganligini aniqlash mumkin. "Hunarmand" uyushmasi va "Ipak yo'li" turizm universiteti hamkorligida tashkil etilgan amaliy loyihalar orqali 2023-yilda 5000 dan ortiq mahalliy hunarmandlar turizmga jalb qilindi. Natijada, etnografik xizmat turlarining ko'payishi sayyohlar oqimini oshirish bilan birga, mahalliy aholini barqaror ish o'rinlari bilan ta'minlash imkonini berdi. So'nggi ikki yil ichida madaniy meros obyektlarini saqlash va ularni turizmga moslashtirish bo'yicha 80 dan ortiq loyiha amalga oshirilgan. Bu esa nafaqat tarixiy merosni saqlash, balki turistik mahsulotlar xilma-xilligini oshirish orqali turizm samaradorligini yangi bosqichga olib chiqishga xizmat qilmoqda. 2024-yilda Respublikada o'tkaziladigan madaniy-ko'ngilochar va ommaviy sport tadbirlarining yagona taqvim rejasi" tasdiqlandi va 2023 o'tgan 6 oyda 37 taxalqaro miqyosdagi 71 ta respublika miqyosdagi tadbirlar o'tkazildi.

Jumladan, Toshkent shahrida "Hotel Business Forum" xalqaro V forumi, Farg'ona viloyatida "Golden Valley Marathon" xalqaro marafoni, "Motokross" bo'yicha xalqaro turnir, Qoraqalpog'iston Respublikasida "NavrUz" etnofestivali, Toshkent viloyatida "Chimgan challenge-2024" musobaqasi, "Jeep-sprint" xalqaro musobaqalari o'tkazildi. 2024-yil yanvar oyining birinchi dekadasi va mart oyining uchinchi dekadasi – "Yoshlar turizmi haftaligi" tadbirlari o'tkazildi. O'tkazilgan haftaliklar doirasida 936,6 ming nafar 7 yoshdan dan 30

¹⁸ www.uzbektourism.uz

yoshgacha bo'lgan o'quvchi va talaba yoshlarning respublikamizning diqqatga sazovor joylariga sayohatlari tashkil etildi. Yoshlarning 348,9 ming nafar Madaniy meros obektlariga, 174,3 ming nafar muzeylarga, 152,2 ming nafar teatrlarga, 136,7 ming nafar kinoteatrlarga tashriflari tashkil etildi.

Mart oyida barcha hududlarda "Ichki turizm yarmakalari" o'tkazildi. Ushbu yarmakalarda ichki turizm yo'nalishidagi 500 ga yaqin tadbirkorlik subyektlari, 400 ga yaqin yangi turizm maskanlari hamda 300 ga yaqin joylashtirish vositalari jami 5,0 mingdan ziyod ishtirokchilar tashrif buyurdi. Yarmarka doirasida ichki sayohatlarni tashkil etish bilan bog'liq qiymati 5,0 mlrd so'mga yaqin 730 dan ortiq shartnoma va bitimlar imzolandi. 2024-yil 1-7-may kunlari Boysun tumani "Bibishirin" mahalasida xalqaro folklor festival o'tkazildi. Xalqaro festivalga 16 ta xorijiy davlatlar jumladan, Braziliya, Belorussiya, Belgiya, Buyuk Britaniya, Italiya, Qozog'iston, Qirg'iziston, Ozarbayjon, Portugaliya, Rossiya, Ruminiya, Tayland, Tojikiston, Hindiston va Eron davlatlaridan 81 nafar folklor jamoalari va yakkaxon ijrochi san'atkorlar, respublikadan kelgan ijodiy jamoalar 130 nafar, Qoraqalpog'iston Respublikasi, viloyatlar va Toshkent shahridan 250 nafar, Surxondaryo viloyatining tuman-shaharlaridan 1000 nafarga yaqin folklor ishtirokchilar tomonidan xalq og'zaki ijodining eng go'zal navolari, milliy an'analari yuksak mahorat bilan tarannum etildi¹⁹. Xalqaro folklor festivalda 400 dan ortiq xorijiy qantashchilar, 20 nafar yuqori martabali mehmonlar jami 50 ta xorijiy davlatlardan 10 200 ga yaqin xorijiy sayyohlar tashrif buyurdi.

Shuningdek, Qoraqalpog'iston Respublikasi, viloyatlar va Toshkent shahridan 320 nafarga yaqin martabali mehmonlar hamda 620,0 ming nafar sayyohlar, shundan, 10,2 ming nafar xorijiy, 34,0 ming nafar respublika hududlaridan, 575,8 ming nafar Surxondaryo viloyatining tuman va shaharlaridan tashrif buyurdi

Xalqimizning urf-odatlarini, tildagi shevalar, oila hayoti, kattalar va yoshlar munosabatlari, salomlashish, mehmon kutish va mehmondorchilik, to'y va diniy marosimlar, oila bayramlari, oiladagi huquqlar, kelin va sunnat to'ylari, uy tutish

¹⁹ O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi ma'lumotlariga

va hokazolar etnografik turizm resurslari sifatida yangi yoʻnalishlarni ochib berishi mumkin. Quyidagi yoʻnalishlarga ajratish mumkin.

Etnik va sogʻinish turizmi-xalqlar, ellar, urugʻlar, ularning yashash tarzi, millatlarning urf-odatlar, kelib chiqishi tarixi, joylashishi, oʻzaro aloqalari. Xalqlarning, millatlarning har xil sabablar bilan dunyo boʻylab tarqalib ketishi, ularning bir-birlariga intilishi, sogʻinishi, qoʻmsashidagi ichki va xalqaro turizm hisoblanadi.

Milliy sanʼat turizmi-milliy sanat, milliy folklor, qoʻshiqchilik, milliy raqslar, askiyalar, laparlar, aytishuvlar, rassomchilik va haykaltaroshlik, baxshilar, oʻlan aytish qoʻshiqchilik kabi sanʼat turlariga qiziqish. Bu tur quyidagi yoʻnalishlarga boʻlinadi:

- Qoʻshiqchilik va raqs sanʼati yoʻnalishlari.
- Baxshilar qoʻshiqchiligi maktablari.
- Askiyalar, laparlar, aytishuvlarga qiziqish.
- Milliy rassomchilik va haykaltaroshlik.
- Milliy folklor turlari.

Tabiiy – tarixiy tasvirlar turizmi-tabiat muzeylari va tabiat haykallari, togʻ qoyatoshlaridagi qadimiy rasmlar, oʻlkashunoslik va milliy xalq hayoti tarixiy muzeylariga qiziqish. Bu tur ham quyidagi yoʻnalishlarni oʻz tarkibiga oladi:

- Tabiat muzeylari va tabiat haykallari
- Oʻlkashunoslik muzeylari
- Milliy xalq hayoti tarixi muzeylari
- Qoyatoshlaridagi qadimiy rasmlar
- Hayvonot bogʻlari.

Milliy hunarmandchilik turizmi-milliy hunarmandchilikning turlari, milliy hunarmandchilikdagi yoʻnalishlar, xalq – memor, xalq- usta shiori va reklamas, milliy hunarmandchilik buyumlarining mukammal va moʻjizakorligiga qiziqish. Bu turizm turi quyidagi tarmoqlarga boʻlinib ketadi:

- Duradgorlik va uning maktablari.
- Kulolchilik va uning maktablari.

-Kashtachilik, zardo‘zlik, milliy liboslar(do‘ppi, to‘n, belbog‘lar) tikishdagi yo‘nalishlar.

-Milliy ustachilik

Milliy o‘yinlar turizmi-markaziy Osiyo xalqlarida milliy o‘yinlar nomini olgan o‘ziga xos musobaqalari, mardlik, jasurlikni namoyish qiluvchi bellashuvlar va dunyo xalqlarida ko‘plab uchraydigan hayvonlar va parrandalarni urishtirishga qiziqish. Bu tur quyidagi yo‘nalishlardan iborat:

- Ko‘pkari-uloq.
- Milliy kurash.
- Qo‘chqor urishtirish.
- Xo‘roz urishtirish.
- Bedana urishtirish.
- Darbozlik

G‘orshunoslik turizmi-o‘lkamizdagi tarixiy g‘orlar,g‘orlar haqidagi ma‘lumotlar, tarixiy shaxslar hayoti bilan bog‘liq g‘orlar, paleontologik g‘orlar, g‘orlardan o‘tmishda va hozirda foydalanish, yer osti qasrlariga sayohatga qiziqish.

Xalqaro polvonlar bellashuvi turizmi-vatanimizda xalq polvonlari o‘yinlari va xalqaro polvonlarning bellashuviga qiziqish. Keltirilgan etnografik turizm turlarining tasnifidan malum bo‘ldiki, O‘zbekistonda etnografik turizmni rivojlantirishga juda katta turistik salohiyat bor ekanligi ma‘lum.

Mazkur turlarga ichki va ayniqsa xalqaro turistlarni jalb qilish, taklif qilishdagi tashkiliy tadbirlar ishlab chiqilsa, maxsus turlardan turizmga foydalanishning dastlabki rejalari amalga oshirilgan bo‘ladi. Ichki turizmga maxsus turlarning ommaviy rivojlanmayotganligining bosh sababi maxsus turlar manzillariga marshrutlarning yo‘qligi, bu turlar manzillarini hatto ekskursiyaga chiquvchilar ham, shuningdek shaharlarda yashayotgan aholining ham bilmasligidir.

Bu holatning yana bir sababi qadimiy xalq hunarmandchiligi maskanlari, xalq ustalari haqida kam yozilishi, radio, ommaviy axborotlar va televideniya malumotlar, reklamalarning juda siyrak holatda berilayotganidir. Aks holda

Samarkand shahriga boshqa viloyat va shaharlardan kelgan mehmonlar albatta xalq ustalari, hunarmandlari ishlarini tomosha qilishga qiziqishi tufayli bunday joylarga ekskursiyalar, tashriflar qilishi mumkin edi. Doimo yodda saqlashimiz lozimki, O'zbekiston azaldan xalq hunarmandchiligi bilan mashhur bo'lib kelgan. Hozirgi vaqtda respublikada xalq hunarmandchiligi asosida estalik buyumlar ishlab chiqaruvchi 500 ga yaqin korxona mavjud. Ular chinni va sopol buyumlar, pichoqlar, sopol o'yinchoqlar, zardo'zi mahsulotlar, gilam, poloslar va milliy kiyimlar va boshqa buyumlar ishlab chiqarmoqda. Turizmdagi maxsus turlarning tavsifi bo'yicha hozircha hayot uchun xavfli sport turlari turizmlarini rivojlantirib bo'lmaydi. Chunki bu turlarni tashkil qilish hozircha boshlanmagan. Hayotga xavf soluvchi sport o'yinlari turizmning ayrim turlarini tadbirkorlar keyinroq tashkil qilishi mumkin. Sarguzasht va hayoniga xavf soluvchi sport o'yinlari turizmning huquqiy- qonuniy meyorlari bizda ham ishlab chiqilmagan.

Maxsus turlarning ayrim turlarini ommaviylashtirishning katta imkoniyatlari mavjud. Masalan, tobora unutilib borayotgan dorbozlik o'yinlarini qaytadan tiklash, doimiy dorbozlik maskanlarini belgilash lozim. Bunday holatda turistlarni bu o'yinlarga taklif qilish vaqtlari aniq bo'ladi. Xuddi shuningdek, 2-3 oy davom etadigan ko'pkari-uloq, turistlarning katta oqimlarini o'ziga jalb qiladigan g'oyat qiziqarli turizm turi hisoblanadi. Bu turni ommaviylashtirish uchun eng muhim muammo turistlarni kutib olish, xizmatlarni tashkil qilish, joylashtirish, dam olish, ovqatlantirish va tunashi sharoitlarini tashkil qilish ishlarining haligacha boshlanmaganligidir. Maxsus turlarning tavsifi va tasnifini tayyorlashdagi ma'lumotlarning tahlili natijasida shunday asosiy xulosaga kelish mumkinki, bu turlardan turizmda foydalanish istiqbollari juda katta va murakkab muammolarni yechishni talab qilmaydi. Dastlab tashkiliy jarayonlar va bu turlarning reklamasini ishlab chiqarish va turizm bozoriga chiqarish talab qilinadi.

Etnografiya sohasi bo'yicha bir qator olimlar taqdiqotlar olib brogan. Xusussan, Jan Giart 1947 yildan Tinch okeanining janubida etnografik tadqiqotlar bordi. 1957-yildan Parijdagi Pratique des Hautes Études Ekole-ning direktori (Okeaniya dinlari), Maître de Conférences (1969) va keyinchalik Sorbonna

etnologiyasi professori. Parijdagi Naturelle Milliy tarixiy muzeyida etnologiya kafedrası mudiri. 1973 yildan boshlab “Musée de l’Homme” etnologiya laboratoriyasining direktori. San‘at va arxeologiya institutida (Panteon-Sorbonna universiteti, Parij) va École du Luvrda dars beradi. U faoliyati davomida yangi Kaledoniya, Vanuatu va Okeaniya davlatlari san‘ati bo‘yicha ko‘plab asarlar nashr etgan, shu jumladan; La mythologie did maque en Nouvelle Calédonie (Yangi Kaledoniyadagi niqob mifologiyasi) asarlari nashr qilingan. Uning fikricha, har bir avlodning intellektual mashg‘ulotga muqarrar qarshilik ko‘rsatishiga qaramay, jamiyat to‘g‘risidagi tarixiy qarashlar, fikrlar tanqidiy tahlil qilinmasa, ilmiy taraqqiyotga erishib bo‘lmaydi²⁰. Fransiyadagi rasmiy hisobotda ilgari surilgan yechim shundan iboratki, tadqiqotchilar muntazam ravishda o‘z mamlakatlariga qaytishlari yoki dunyoning yanada mehmondo‘st hududlariga safarga borishlari kerak. Bir vaqtlar Janubi-Sharqiy Osiyo yopilganligi sababli Yangi Gvineyadagi Sepik vodiysidagi har bir qishloqda kamida bittadan G‘arb tadqiqotchisi topilishi kerak edi. Ular har doim ham yaxshi tayyorgarlik ko‘rishmagan, hech narsa o‘qimagan va jodugarlar hukmronlik qilgan qabila jamiyatlari haqidagi XIX asrdagi eski qarashlarni g‘alati tarzda takrorlab, kelishardi. Buni ular boshqa odamlarning ruhiy salomatligini o‘rganish bahonasida qilishgan. Etnoturizm xizmatlarini ko‘rsatish tendentsiyasiga aylanib bormoqda. Bu milliy qishloqlar, milliy bayramlar, an‘anaviy tadbirlar, mahalliy urf-odatlar va an‘analar bilan tanishishni ham o‘z ichiga oladi. Hozirgi vaqtda bunday turistik xizmatlarga talab mavjud taklifdan oshib bormoqda.

Etnoturizm tarmog‘i xilma-xil bo‘lib, turizm rivojlanishning ko‘plab turlari (masalan, qishloq sayohatlari, qishloqda yashash, ovqatlanish, an‘anaviy raqs va musiqa va boshqalar) mavjud. Etnoturizm sohasi milliy bilim va qadriyatlarga bog‘liq. Etnoturizmni tashkil qilish loyihalar, kapital qo‘yilmalarni va texnologik mablag‘larni talab qiladi. Bu soha tez daromad keltirishi mumkin va bunda ish o‘rinlarini yaratish xarajatlari katta mablag‘ talab qilmaydi. Etno-turizm jamiyatga asoslangan turizm korxonalari uchun juda mos keladi va tashkil etilgan

²⁰ Jan Giart

tadbirkorlar bilan aqlli hamkorlik qilish imkoniyati mavjud. Etno- turizm mahsulotlariga mahalliy egalik qilish mahalliy iqtisodiyotning rivojlanishiga hissa qo'shadi. Etnoturizm - bu madaniy turizmning ixtisoslashgan turi bo'lib, ushbu tadqiqot maqsadlari uchun tabiatdan ko'ra odamlarning asarlariga e'tibor qaratadigan va turistga mahalliy aholining turmush tarzi haqida tushuncha berishga harakat qiladigan har qanday ekskursiya sifatida belgilanadi.

O'zbekistonda etno turizm sohasi so'nggi paytlarda tez sur'atlarda o'sib rivojlanib bormoqda. Etnoturizmning o'sish tendentsiyalari turizm sohasining tendentsiyalari bilan bog'liqligini tan olish muhimdir. Madaniy turizm sohasining boshqa tarmoqlariga qaraganda tezroq rivojlanmoqda. Etnoturizm jamiyatga katta iqtisodiy hissa qo'shadi, jumladan, bandlik yaratish, daromad olish, madaniy qadriyatlarni mustahkamlash, madaniy va milliy chegaralarni bog'lash, mikro, kichik va o'rta biznesni rivojlantirishga ko'maklashish, yordamchi sohaning o'sishi, salohiyatni oshirish, jamiyatni rivojlantirish, va mahalliy jamoalarning imkoniyatlarini kengaytirish kabilar. Etnografik turizmning maqsadlaridan biri ma'lum bir hududda yashagan xalq yoki etnik guruhning me'morchiligi, madaniyati, an'analari va hayotini o'rganish uchun ob'ektga tashrif buyurishdir. Ushbu dam olish turi sayyohlarning xalqlarning haqiqiy hayotiga, xalq an'analari, ijodi, marosimlari va madaniyatiga qiziqishi ortishi natijasida paydo bo'ldi. Boshqa xalqlarning madaniyati va etnik xususiyatlari bilan tanishish ko'p qirrali dunyo tasvirini yaratishga yordam beradi. Etnoturizm turli xalqlar vakillari o'rtasida yaqin aloqalar va almashinuvlarni rivojlantirishga, ularning asl madaniyatini jahon merosiga kiritishga yordam beradi. Madaniy qadriyatlarni saqlash va an'analarni aniqlashda etnoturizm muhim o'rin tutadi. Shuningdek, u ish va ta'limni bir biriga bog'laydi. Turistik mintaqalarda etno turizm bir nechta aniq shakllariga ega:

- an'anaviy qishloqlarga sayohatlar, bu turni amalga oshirish qishloq aholisining moddiy farovonligini oshirish maqsad qilinadi;

- turoperatorlar tomonidan tashkil qilingan sayohatlar va foyda asosida boshqariladigan haqiqiy qishloqlar, shaharchalarga rasmiylashtirilgan turlar;

-rekonstruksiya qilingan qishloqlarni oldingi va hozirgi holatini taqqoslash bilan bogliq turlar.

O'zbekistonning va Qoraqalpog'istonning mintaqalari uchun etno-turizmning asosiy imkoniyatlari resurslarida namoyon bo'ladi. Hududlarda etno-turizm ixtisoslashgan turizmning tobora ommlashib borayotgan shakli hisoblanadi. Shu bilan birga sayyohlar soni ortib borishi va etno-turizm ixtisoslashgan turizmning tobora ommalashib borayotgan shakli sifatida rivojlanishi kutilmoqda. Turizm sohasida unga tashrif buyuruvchi mamlakatda ham, qo'shni mamlakatlarda ham tashrif buyuruvchilarning xavfsizlik haqidagi tasavvurlari kuchli ta'sir ko'rsatadi. Shuni ham ta'kidlash kerakki, etno-turizmni tashkil qiluvchi turoperatorlar ko'pincha turistik xarajatlarning adolatli ulushini olish uchun biznes ko'nikmalariga ega emaslar.

O'zbekiston mintaqasi etnik guruhlarining xilma-xilligiga ega va mintaqa boshqa tabiiy meros ob'ektlariga o'xshamagan jozibadorlik xususiyatlari mavjud. Etnoturizm tarmog'i xilma-xil bo'lib, rivojlanishning ko'plab turlari mavjud. (masalan, qishloq sayohatlari, qishloqda yashash, ovqatlanish, an'anaviy raqs va musiqa va boshqalar). Etnoturizm sohasi milliy bilim va qadriyatlar bilan bog'liq. Bu yo'nlaishdagi mahsulotlar kichik o'lchamdagi ishlanmalar ko'rinishida kichik kapital qo'yilmalarni va texnologik mablag'larni talab qiladi. Soha tez daromad keltirishi mumkin va bu tarmog'da ish o'rinlarini yaratish xarajatlari boshqa tarmoqlarga qaraganda samaradorlik sust ekanligi kuzatiladi. Etno-turizm jamiyatga asoslangan (sotsial) turizm tashkilotlari uchun juda mos keladi va tashkil etilgan tadbirkorlar bilan aqlli (smart) hamkorlik qilish imkoniyati mavjud. Etno-turizm mahsulotlariga mahalliy egalik qilish sodda va mahalliy iqtisodiyotni rivojlantirishga turtki beradi. Etnomadaniy turizmning maqsadi – qadimgi davrda yashovchi qabilalar bilan tanishish, ularning an'anaviy qiyofasini saqlab qolishdir. Etnoturizm tarmog'i mintaqadagi mamlakatlar va mahalliy hamjamiyatlarga turli darajalarda katta hissa qo'shadi, jumladan: bandlik, daromad olish, madaniy qadriyatlarni mustahkamlash, madaniy va milliy chegaralarni bog'lash, mikro, kichik va o'rta biznesni rivojlantirishga ko'maklashish, yordamchi sohalar (bank,

sug'urta, tibbiy, komunal va boshqa)ning o'sishi, salohiyatni oshirish, jamiyatni rivojlantirish, mahalliy jamoalarning imkoniyatlarini kengaytirish kabilarda. Mahalliy va mintaqaviy turistlar etnoturizm mahsulotiga talabni shakllanishidagi iste'molchilar oz qismni tashkil qiladi. Bir kunlik mahsulotlarning asosiy iste'molchilari 35 yoshdan oshgan xalqaro sayyohlardir. Yosh, maksimal xarajat qilishga tayyor sayyohlar an'anaviy qishloq yoki jamoani sayohat qilishdan o'z uylari vqda qolishga ko'proq moyil. Etnoturizmning asosiy imkoniyatlari va kuchli tomonlari xalqaro mintaqalar uchun quyida umumlashtirildi²¹:

- umumiy xizmatlar yetkazib berishda etnoturizmning hajmi ortishi kutilmoqda;

- etnoturizm ixtisoslashgan turizmning tobora ommalashib borayotgan shakli sifatida rivojlanmoqda;

- jahon turizm mintaqalarida etnik guruhlarining xilma-xilligi juda jozibador mahsulotlar yaratilishida resurs sifatida;

- potensial turistlarni tabiiy meros ob'ektlari tomonidan jalb qilingan shakllari ortib bormoqda;

- etnoturizm tarmog'i xilma-xil bo'lib, rivojlanishning ko'plab yo'nalishlari (masalan, qishloq sayohatlari, qishloqda yashash, ovqatlanish, an'anaviy raqs va musiqa va boshqalar);

- etnoturizm sohasi mahalliy bilim va qadriyatlarga bog'liq;

- kichik hajmdagi ishlanmalar juda kam kapital qo'yilmalar va texnologik mablag'larni talab qiladi;

- soha tez daromad keltirishi mumkin;

- etnoturizmda ish o'rinlarini yaratish xarajatlari boshqa boshqa turizm turlariga qaraganda past;

- etnoturizm jamiyatning turli shakllariga asoslangan turizm tashkilotlari uchun juda mos keladi;

- etno-turizmni tashkil qiluvchi turizm tashkilotlari tadbirkorlari bilan "smart"

²¹ Promoting the Culture Sector through Job Creation and Small Enterprise Development in SADC Countries: The Ethno-tourism Industry Geneva, International Labour Office, 2003

hamkorlik qilish imkoniyati mavjud;

- etnoturizm mahsulotlariga mahalliy mulkchilikka erishish sodda va mahalliy iqtisodiyotni rivojlantiradi;

- etnoturizm mahsulotlari odatda mahalliy darajada bron qilinadi va xizmatlar sotib olinadi, etno-turizm tashkil etiladigan hududlar va jamoalardan kapitalning sarflanishini kamaytiradi. Tadqiqotlar natijalarga asoslanib, etnoturizmni targ'ib qilish uchun quyidagi tadbirlar taklif etiladi²²:

- mehmondo'stlik xizmatlari ko'rsatilishini ta'minlash;
- tadbirkorlik ko'nikmalarini o'rgatish;
- qonun hujjatlariga amal qilish talablarini yengillashtirish;
- marketing strategiyasi va malakasini oshirish, takomillashtirish;
- mintaqaviy etnoturizm marshrutini ishlab chiqish;
- qo'shilgan qiymat mahsulotlarini kiritishni rag'batlantirish;
- mintaqaviy tarmoqlarni soddalashtirish;
- etno-turizmni tashkil qiluvchi jamoalarda salohiyatni rivojlantirish.

O'zbekistonda etnoturizmni tashkil qilishda infratuzilmani rivojlantirish, axborot bilan ta'minlashni kuchaytirish imkoniyatlari mavjud bo'lib, uning rivojlanishining bir yo'nalishi – turli mavzudagi kichik xususiy etnomuzeylar tashkil etish, etnogeografik hikoyalar, an'analarni qayta tiklash va ajdodlarining ekologik toza turmush tarzini ko'rsatib berishdir. Bunda etnoturizm tashkil qilinadigan hudud uchun quyidagi samaradorlik ko'rsatkichlarini aniqlash mumkin:

- mahalliy hududlarda etnomuzeylar tashkil qilish orqali daromad olish;
 - O'zbekiston Respublikasi mintaqalarida ichki turizmni rivojlantirish;
 - Mahalliy hududlarda aholini madaniy rivojlantirish;
 - sifatli xizmatlar ko'rsatish orqali aholi turmush darajasini oshirish;
 - hududning jozibadorligini oshirish;
- Etnografik muzey ishini tashkil etish bir necha yo'nalishlardan iborat:
- biznes rejani ro'yxatdan o'tkazish va hujjatlarni rasmiylashtirish;

²² ALM-2023112123-sonli maqsadli innovatsion loyihasi uchun tadqiqot natijasi

- milliy tarixdan amalga oshiriladigan qadriyatlarni to‘plash;
- milliy etno-turizm resurslari asosida ko‘rgazma tashkil etish;
- tarixiy ma‘lumotlarni to‘plash;
- mahalliy aholi hayotining o‘ziga xos xususiyatlari haqida hikoya qiluvchi ekskursiyalar rejasi va matnlarini yozish.

Etnografiya (etno va grafiya), etnologiya, xalqshunoslik — jahondagi barcha xalqlarning, etnik birlikning turli tiplari, ularning kelib chiqishi (etnogenezi), turmush tarzi, urf-odatlar, moddiy va ma‘naviy taraqqiyot darajasidan qat‘i nazar, teng holda o‘zaro tafovuti yoki umumiyliigi va o‘xshashligini, ularning o‘ziga xos xususiyatlarini o‘rganuvchi maxsus fan sohasi sifatida tadqiqotlarda tahlil qilingan. Tabiiy geografik sharoitga qarab yovvoyi o‘simliklarni ekib o‘stirish yoki yovvoyi hayvonlarni xonakilashtirish kabi o‘ziga xos turmush xususiyatlariga ega elatlarning xo‘jalik xususiyatlarini aniqlashda Etnografiya bilan hamkorlikda etnobotanika va etnozologiya kabi yangi sohalar faoliyat ko‘rsatmoqda. Etnografik tadqiqotlarni ekspeditsiya usuli asosida, u mavsumiy usul deyiladi. Dala tadqiqotlarida, asosan, axborotchidan suhbat yo‘li bilan yozma yoki magnitofon orqali ma‘lumotlar to‘plash, muayyan maishiy-madaniy turmush hodisalari, oila-nikoh munosabatlari va marosimlari, xalq sayillari va o‘yinlarini kuzatish, ularda bevosita ishtirok etish va ularni jiddiy o‘rganish (yozish, chizish, rasmga olish) kabi usullar qo‘llaniladi. Ma‘naviy madaniyatni tadqiq qilishda (ayniqsa, ayrim urf-odat va marosimlar, xalq o‘yinlari, ibodat, milliy raqslar) zamonaviy texnika (foto, video va kinoapparaturalar) vositalaridan keng foydalaniladi.

O‘zbekiston hududida istiqomat qilgan qabila va elatlar to‘g‘risidagi eng qadimiy etnografik ma‘lumotlar ilk yozma manbalarda, yunon va Rim mualliflari Gekatey, Strabon, Gerodot, Arrian, Ptolemey va Ktesiy, Diodor, Pompey Trog, Tasit asarlarida uchraydi. O‘rta Osiyo xalqlarining qadimiy ajdodlari va ularning turmush tarzi, urf-odat va marosimlari to‘g‘risida qimmatli ma‘lumotlarni zardushtiylik dinining muqaddas kitobi “Avesto”da ham ko‘rish mumkin. Miloddan avvalgi VI-I asrlardan Arab istilosigacha O‘rta Osiyo xalqlariga tegishli

ma'lumotlarni qadimiy Ahomaniylar davriga oid qoya tosh bitiklarida, parfiyoniy, sug'diy, Xorazmiy, Baxtariy yozma yodgorliklarida, Xitoy sayohatnomalarida, sosoniylar Eronining o'rta forsiy pahlaviy tildagi yodgorliklarida, arman tilidagi manbalarda, qadimiy turkiy yozma yodgorliklarda uchramiz. Ilk o'rta asr (9-12 asrlar) mualliflari geograf va sayyohlar Ibn Xurdodbeh, al-Balxiy, Istaxriy, Ibn Havqal, Mas'udiy, yoqut Hamaviylar o'z sayohatnomalarida Sharq xalqlari etnografiyasi bo'yicha qimmatli ma'lumotlar yozib qoldirganlar. Xalq og'zaki ijodi namunalari bo'lgan "Dada-Qo'rqut", "Alpomish", "Manas", "Go'ro'g'li" dostonlari tarixiy va etnografik jihatdan nihoyatda muhim manbalardir. Muhammad Xorazmiyning "sur'at al Aarz", Abu Rayhon Beruniyning "Qonuni Mas'udiy", "Amudaryo tarixi"; Mahmud Koshg'ariyning "Devonu lug'oti turk", Narshaxiyning "Buxoro tarixi" asarlari O'rta Osiyo, shu jumladan, O'zbekiston shaharlari, ularning tarixi, tabiiy-geografik sharoiti, etnotoponimiyasi, ayrim shahar va qishloqlar aholisining lingvistik va etnik tarkibi, ijtimoiy-siyosiy hayoti, maishiy turmushi va madaniyatining ba'zi jihatlari, diniy e'tiqodlariga oid noyob ma'lumotlar mujassamlashganligi bilan muhim ilmiy ahamiyatga ega. Amir Temur va uning vorislari hukmronlik qilgan davrda yashagan saroy tarixchilari va solnomachilari, jumladan, Hofizi Abruning "Zubdat uttavorix" ("tarixlar qaymog'i"), Nizomiddin Shomiy, Abdurazzoq Samarqandiy, Husayn Kubraviy, Ali Qushchi va boshqalarning asarlarida shu davrga oid etnografik ma'lumotlarni uchratish mumkin.

Shuningdek, ispan elchisi Ryui Gonzales de Klavixoning asarida, rus solnomalarida, mashhur sayyoh Marko Poloning sayohatnomasida ham muhim ma'lumotlar jamlangan. Boburning "Boburnoma" asarida Movarounnahr va qo'shni mamlakatlarda yashagan elatlarning etnik tarkibi va tarixi, urf-odati va marosimlari madaniyati va maishiy turmushi haqida, Gulbadanbegim "Humoyunnoma" nomli tarixiy-biografik asarida Toshkent va Andijondan to Qashqar va Hind okeani bo'ylarigacha qanday shaharlar, viloyatlar borligi, ularning aholisi haqida ma'lumotlar keltirilgan. O'rta asrlar ilmiy merosi bo'lgan Hofiz Tanish Al-Buxoriyning "Abdullanoma" ("Sharafnomai Shohiy"), Ma'sud

ibn Ko‘histoniyning “Tarixi Abulxayrxoni”, Kamoliddin Binoiyning “Shayboniynoma”, Fazlulloh Ro‘zbehonning “Mehmonnomai Buxoro”, Abulg‘oziy Bahodirxonning “Shajarayi turk” kabi asarlarida qimmatli tarixiy-etnografik ma‘lumotlar bor. XVI-XVII asrlarda Buxoro, Xiva va Qo‘qon xonliklarining vujudga kelishi va Rossiya davlati bilan muntazam savdo va diplomatik munosabatlar o‘rnatilishi natijasida rus elchilarining o‘zbek xonliklariga qilgan safarlari jarayonida to‘plagan materiallarida ham etnografik ma‘lumotlar mavjud bo‘lib, ular ma‘lum ilmiy qimmatga egadir.

O‘zbek xalqining kelib chiqishi (etnogenezi)ni o‘rganish masalasi ko‘pdan beri olimlar e‘tiborini jalb qilib kelmoqda va bu orada ancha ishlar ham qilindi. Ammo ushbu masalani mukammal holda yechish nihoyatda murakkab bo‘lmoqda. Tadqiqotlardan quyidagilarni aniqlash mumkin:

1) O‘zbek xalqi ko‘p komponentli bo‘lib, uning aksariyat qismi turkiy qabilalar va avlodlardan tashkil topgan. Buning isbotini o‘zbeklarning “92 urug‘” tarkibiga nazar tashlaganimizda ham sezish mumkin. Turkiy qabilalar esa, nihoyatda ko‘p nufuzli bo‘lib, ular sharqda Koreya chegaralaridan boshlab g‘arbda Qora dengiz qirg‘oqlarigacha, shimolda sovuq joylardan boshlab janubda Kavkaz, Eron tepaligi, janubiy Afg‘oniston va Himolaygacha bo‘lgan ulkan hududda hayot kechirgan. Ular hayotida ko‘p marta birlashish va parchalanish yuz berganligi qabilarning kuchayishi natijasida turkiy qabilalar orasida joydan-joyga ko‘chish, o‘zga avlodlar bilan aralashish, avlodlar va qabilalar birlashish yoki, bo‘linib ketish holatlari ko‘p kuzatilgan.

2) Hozirgi o‘zbeklarning asosiy qismi O‘zbekistonda yashasa ham o‘zbek xalqining shakllanish jarayoni faqatgina respublikamiz hududi bilan cheklanmagan.

3) Ma‘lumki, O‘zbekiston hududi ming yillar davomida Buyuk ipak yo‘li deb atalmish savdo yo‘lining chorrahasi hisoblanib kelgan. Shu bois ushbu hudud nafaqat diplomatik, savdo va madaniy aloqalar, balki etnik aloqalar chorrahasi sifatida ham xizmat qilgan. Tarixda bunga misollar ko‘p topiladi.

4) O‘zbekiston hududida yozuv alfaviti ko‘p marta o‘zgargan. Qolaversa, hozirgi davrgacha saqlanib kelgan mahalliy yozma manbalarning eng qadimgisi IX–asrga taaluqlidir. Undan oldingilar saqlanmagan, har holda topilgani ham ayrim so‘z va yuluq iboralardan nariga bormaydi. Xalqimizning qadimgi zamon tarixiga oid ayrim ma‘lumotlar eron, yunon, arman va xitoy manbalarida saqlanib qolgan.

Shuning uchun o‘zbek xalqining etnik tarixini atroflicha va batafsil tiklash arxeologik qazilmalar natijalariga bog‘liq bo‘libgina qolmay, balki turli davrlar va tillarda yozilgan manbalarni o‘rganishni hamda chuqur va keng doirali ilmiy tadqiqotlar olib borishni taqozo etadi. Bu dolzarb va murakkab vazifani amalga oshirishda xitoy yozma manbalari benihoya ahamiyatlidir. Ayniqsa, o‘rta asrlar va undan avvalgi davrlardagi ajdodlarimizga aloqador ma‘lumotlar qadimgi xitoy manbalarida ko‘p uchraydi. Shunday ekan, xitoy manbalari xalqimizning etnik tarixini o‘rganishda qanday masalalarga oydinlik kiritib berishi mumkin, degan savolning kelib chiqishi tabiiydir. O‘zbeklar tarkibida qangli (kangli) deb nomlangan avlod borligini 92 o‘zbek urug‘lari qatoridan topishimiz mumkin. Xitoy manbalari ushbu avlodning tarixiga, ayniqsa uning kelib chiqishiga oid qiziqarli ma‘lumotlar keltiradi. Binobarin, qang‘li (aravaliklar) xitoy manbalarida gaoche (baland aravalilar ma‘nosini anglatadi) deb nomlanadi. O‘zbeklar tarkibidagi bir qator avlodlarni XIII asrlardagi mo‘g‘ullar (rus adabiyotida mongol, xitoy manbalarida mengu) tarkibida uchratamiz. 92 o‘zbek urug‘lari orasida jaloir, nayman, kirait, totor va boshqalar kabi avlodlar ana shular jumlasidandir. Mongol (Mo‘g‘ul) deb nomlangan etnos ko‘p kompanentli bo‘lib, uning aksariyat qismi Oltoy, hozirgi Mongoliya va ichki Mongoliya hududlarida qadimdan yashab kelgan turkiy qabilalar va qabilalar ittifoqlaridan tashkil topgan. Aynan shunday ma‘lumot buyuk tarixchi Rashid Ad – Dinning “Jomiy at-tarix” nomli asarida ham uchraydi.

O‘zbekiston kengaytirilgan turizm sohasi uchun katta imkoniyatlarga ega. Iqtisodiy islohotlarning yo‘nalishlaridan biri sifatida so‘nggi uch yil ichida mamlakatda turizm besh baravar o‘ydi. Xorijiy turistlar soni 2017 yilda 2,7 mln

nafar bo'lsa, 2022 yilda 5,2 mln. nafar, 2023 yilda 6,6 mln. nafar, 2024 yil davomida 10,2 mln. nafar (o'tgan yilning mos davri bilan solishtirganda 1,5 barobarga oshgan) xorijiy turistlar tashrif buyurdi. Turistlarning o'rtacha qolish kuni 7-8 kunni tashkil etib, o'tgan davr (2-3 kun)ga nisbatan 3 baravarga ortdi. Shuningdek, har bir xorijiy turistning respublika hududida bevosita sayohat xarajatlaridan tashqari sarflaydigan o'rtacha mablag' summasi 2017 yilda 197 AQSH dollarini tashkil qilgan bo'lsa, bu ko'rsatkich 2024 yilda 430 AQSH dollariga yetdi va turizm eksporti hajmi 2024 yilda 3,5 mlrd dollar bo'ldi (2017 yilda 531 mln dollar bo'lgan). 2017 yilda jami joylashtirish vositalari soni 767 tani tashkil etib, ulardagi o'rinlar soni atiga 37 mingni tashkil etgan. Bir dona ham oilaviy mehmon uylari mavjud bo'lmagan. Bugungi kunda oilaviy mehmon uylarining umumiy soni 3 752 ta o'rinlar soni 33 500 taga yetdi. Birgina 2024- yil davomida hududlarda o'rinlar soni 6 400 tani tashkil etgan 124 ta yangi mehmonxona va o'rinlar soni 7 600 tani tashkil etgan 239 ta xostellar faoliyati yo'lga qo'yilib, jami joylashtirish vositalari soni 6153 ta (2017 yilga nisbatan 8 barobarga ko'p), ulardagi o'rinlar soni 161 ming (2017 yilga nisbatan 4 barobarga ko'p)dan oshdi.

O'zbekiston Respublikasi boshqa mamlakatlar va xalqaro tashkilotlar bilan hamkorligini mustahkamlash orqali o'z turistik salohiyatini oshirishi mumkin. Bundan tashqari, O'zbekiston o'z madaniy va tabiiy diqqatga sazovor joylarini o'rganib chiqishi va ushbu saytlar to'g'risida xabardorlikni oshirish uchun reklama sarmoyasini kiritishi kerak. O'zining sayyohlik resurslaridan to'g'ri foydalanish uchun O'zbekiston infratuzilma qurilishini takomillashtirishga, shuningdek, mamlakatning turistik salohiyatini ro'yobga chiqarish uchun tadbirkorlik va boshqa xususiy tarmog'ni rivojlantirishga muhtoj. O'zining buyuk tarixiy, arxeologik, me'moriy va tabiiy xazinalari bilan O'zbekiston sayyohlik uchun alohida imkoniyatlarga ega. Mamlakatning turli xil ekologiyasi, cho'llardan muzliklarga, tog'lardan dashtgacha, mamlakatda ekologik turizm salohiyatini beradi. O'zbekistonda ekoturizm imkoniyatlari juda ko'p va aniq. Ularga sakkizta davlat qo'riqxonasi (2017 ming gektar), uchta milliy park (598,7 ming gektar),

biosfera qo'riqxonasi (68,7 ming gektar), yovvoyi tabiatni ko'paytirish markazi (158,9 ming gektar) va o'nta tabiat yodgorliklari (3,7 ming gektar) kiradi. Qadimgi Ipak yo'lida joylashgan O'zbekistonda 4000 dan ortiq tarixiy va me'moriy obidalar, ehtiyotkorlik bilan saqlangan va qimmatli ma'naviy meros hamda 7000 dan ortiq tarixiy yodgorliklar mavjud. Bular qatoriga YuNESKOning Jahon merosi ro'yxatiga kiritilgan Samarqand, Buxoro, Xiva va Shahrisabz kabi mashhur qadimiy shaharlar kiradi. Bundan tashqari, O'zbekiston kuchli islom ildizlariga ega mamlakatdir. Mamlakatda 160 dan ortiq tarixiy islom va tassavvufga oid o'nlab tarixiy joylar mavjud. Ular orasida Shayx Zaynuddin bobo maqbarasi, Shayxantaxur, Toshkentdagi Zangiyaning maqbarasi, Buxorodagi Bahouddin ansambli, Bayan-Qulixon maqbarasi, Sayfiddin Din Boxarzi maqbarasi va boshqa ko'plab narsalar mavjud. Bundan tashqari, o'zbek oshxonasi va gastronomik turizmni jalb qilishi mumkin.

O'zbekistonda turizmni isloh qilish jarayoni ish o'rinlari va yangi biznes imkoniyatlarini yaratishga qaratilgan, hududlarni yanada diversifikatsiya qilish va jadal rivojlantirish, daromadlar, turmush darajasi va sifatini oshirish, valyuta tushumini oshirish, O'zbekistonning umumiy imidji va investitsiyalarini yaxshilash kabilarda namoyon bo'lmoqda.

1.3. Mamlakatda turizm samaradorligini oshirishda etnografik resurslardan foydalanishning strategik yo'nalishlarini takomillashtirishda xorij tajribasini qo'llash

Turizmda etnografik resurslardan foydalanish - ijtimoiy va madaniy hodisalarni ularning tabiiy sharoitlari doirasida tizimli ravishda o'rganadigan jarayon hisoblanadi. U ma'lum bir xalqning insonning xatti-harakatlari, amaliyotlari va e'tiqodlarini kuzatish va qayd etishni o'z ichiga oladi, ko'pincha bu sohaga milliy tadbirlarni tashkil qilish va turistlar ishtirokini ta'minlash ham kiradi. Etnografiya o'rganilayotgan xalqning tajribasi, dunyoqarashi va madaniyatini tushunishga qaratilgan. Etnografiya 20-asr boshlarida antropologiya fanining bir qismi sifatida paydo bo'lgan. Uning dastlabki shakllaridan biri 1900-yillarning boshlarida Fransiya Tinch okeanidagi orollarda dala ishlarini olib borgan

fransuz antropologi Marsel Mausning tadqiqotiga borib taqaladi. Biroq, 1915 yildan 1917 yilgacha Melaneziyaning Trobriand orollarida dala ishlarini olib borgan ingliz ijtimoiy antropologi Bronislav Malinovski zamonaviy etnografiyaning asoschisi sifatida mashhur bo'lgan. Etno turizm sayyohlar uchun mahalliy hamjamiyat bilan haqiqiy madaniy tajribalarni izlash bo'lgan turizm shaklidir. Turistlar tegishli jamoa uchun iqtisodiy imkoniyatlar yaratish o'rniga mahalliy hamjamiyatning madaniy jihatini his qilishni maqsad qilib, o'z mahsulotlarini xarid qiladilar. Turizmning bu turini rekreatsion turizm bilan farqlash lozim, chunki etno turizm rekreatsion faoliyatdan ko'ra, tabiatni mahalliy hamjamiyat orqali qamrab oladi. Etno turizm bilan shug'ullanadigan turistlar ularni "uy egasi"ning etnik qadriyatlariga yaqinlashtiradigan faoliyat bilan shug'ullanishni kutishadi.

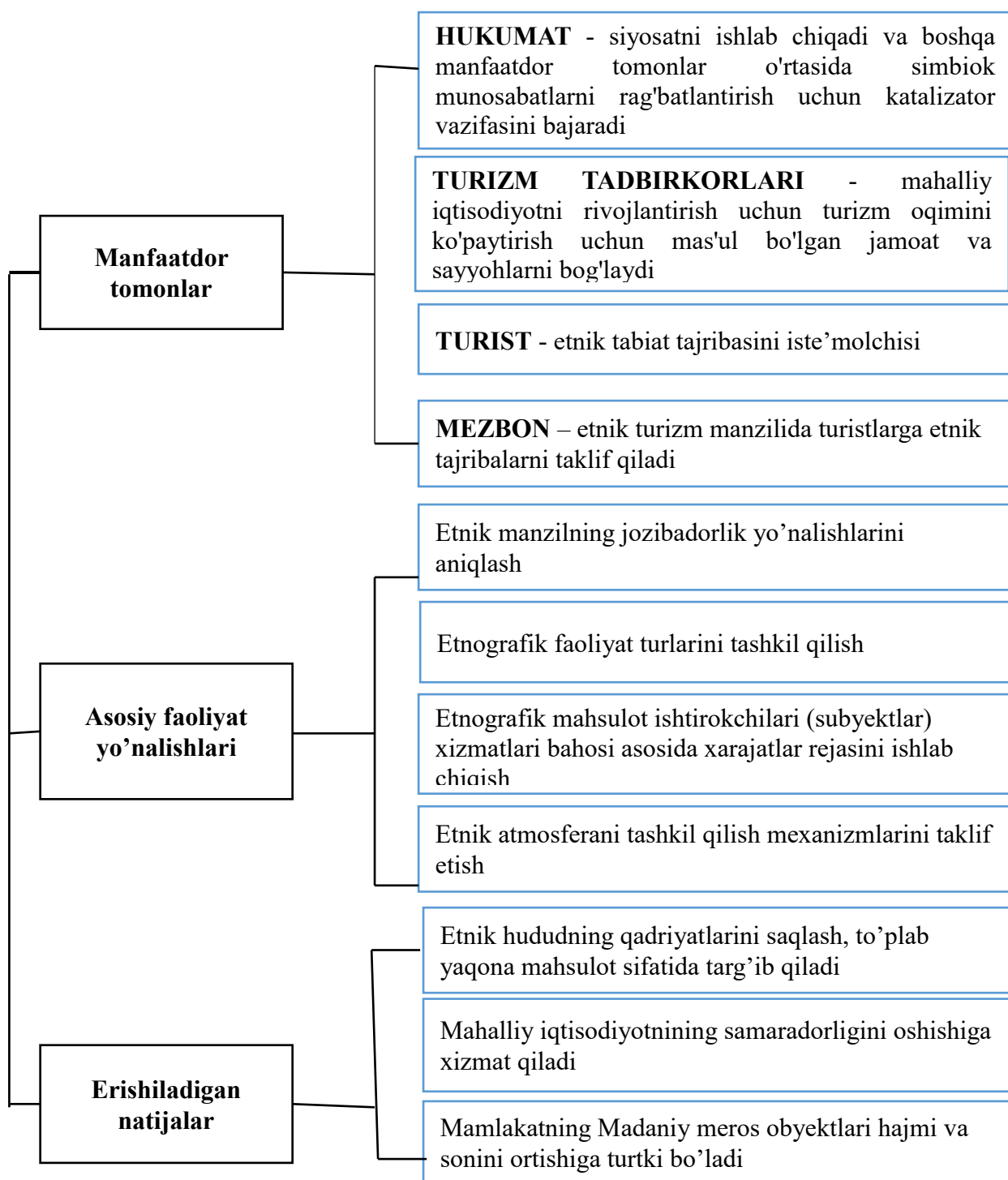
Etno turizm atamasini ilk bor Valen Smit o'zining "*Host and Guests: The Anthropology of Tourism*" kitobida kiritgan²³. Valen Smit etnografik turizmni mahalliy va ko'pincha "ekzotik" xalqlarning "g'aroyib" odatlari nuqtai nazaridan ommaga sotiladigan turizm deb ta'rifladi. Biroq, turizm rivojlanishi bilan etno turizm atamasi "aborigen turizmi" va "mahalliy turizm" bilan bir-birining o'rnida ishlatilgan. Etno turizm, shu bilan birga, har bir etnik guruhga har bir sayyohlik tashrifini etno turizm tajribasini rag'batlantiradi. Bularga mahalliy uylar va qishloqlarni ziyorat qilish, raqslar va marosimlarni kuzatish yoki ibtidoiy buyumlar yoki qiziqarli milliy buyumlarni xarid qilish kiradi, ulardan ba'zilar san'atshunos uchun juda muhim ahamiyatga ega bo'lishi mumkin. Etno turizmni tajribasini o'rganishda Hindistonni misolida, har qanday yarmarka va festivalning bir qismi bo'lish - masalan, Divali, Chiroqlar festivali - etnik guruh bilan etno turizmning namunasidir. Xuddi shunday, Hindistonning Rajastxan shahrida chorvachilik va madaniy yarmarka bo'lgan Pushkar yarmarkasiga to'plangan sayyohlar etnik sayyohlar deb nomlanadi. Rajastanda mahalliy xalq tomonidan amalga oshiriladigan ko'plab an'anaviy tadbirlar mavjud. Hindistonning Jxarxand

²³ Smith, V.L. (1977), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press

shtatidagi Ranchi shahrida Adivasi festivali yana bir misoldir. Ushbu yarmarka va festivallar avloddan-avlodga o'tib kelayotgan etnik an'analarning boyligini ko'rsatadi. Etnik turistlarning maqsadi - an'ana va madaniyat orqali manzil bilan bog'lanish uchun vaqt o'tkazish Koreya xalq qishlog'iga, Yingon, Janubiy Koreyaga tashrif buyurish, Fidji Orkide oroli madaniyat markazi, Gavayi Polineziya madaniyat markazi, Tailandning tepalik qabilalarini misol keltirish mumkin. Etnik turizm etnik madaniyatni mahsulotga aylantirishga asoslanadi. Etnik xilma-xillikka ega mamlakatlar qo'shimcha afzalliklarga ega, chunki ular turistlarni jalb qilish uchun o'zlarining xilma-xilligidan foydalanishlari mumkin, bu esa mahalliy iqtisodiy o'sishga olib keladi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 3-fevraldagi "Qishloq xo'jaligida bilim va innovatsiyalar tizimi hamda zamonaviy xizmatlar ko'rsatishni yanada rivojlantirish to'g'risida"gi PF-6159-sonli farmoni hamda "O'zbekiston Respublikasi qishloq xo'jaligini rivojlantirishning 2020–2030-yillarga mo'ljallangan strategiyasi"²⁴ni amalga oshirish bo'yicha "Yo'l xaritasi" amalga tadbiq etilishi turizm sohasida ham tubdan o'zgartirish, sohadagi mavjud kamchilik va muammolarni qisqa muddatda ijobiy hal qilish zaruriyatini talab qiladi. Turistlarning maqsadi hududiy jamoa uchun iqtisodiy imkoniyatlar yaratish o'rniga mahalliy hamjamiyatning madaniy jihatini his qilish hisoblanadi.

²⁴ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-5009-sonli qarori, 26.02.2021 yil.



1.3.1-rasm. Etno turizmni tashkil qilishning tizimli modeli²⁵

Etno turizmda to'rtta asosiy manfaatdor tomonlar ishtirok etadi:

²⁵ Lama, A. (2020). Ethnic Inequality in the Northeastern Indian Borderlands: Social Structures and Symbolic Violence (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003099864> asosida muallif tomonidan tayyorandi,

- hukumat,
- turizm tadbirkorlari,
- sayyohlar va etnik ixlosmandlar.
- etnik manzilda kutib oluvchi “mezbonlar”.

Har bir turistlar segmenti etno turizmni turlicha qabul qiladi va ularning har biri turizmni rag‘batlantirish bo‘yicha harakat qiladi. Shuningdek, jamiyat o‘rtasidagi kelishuv turistlar va turizmda manfaatdor tomonlar guruhlarini natijaga erishish uchun birgalikda ishlashlarini ta‘minlaydigan o‘ziga xos hamkorlikdir. Etno turizm barcha manfaatdor tomonlar uchun qiymat yaratishi kerak. Turizmni rejalashtirish va manfaatdor tomonlar o‘rtasidagi muvofiqlashtirish kuchlar muvozanatini saqlashga yordam berishi va barcha manfaatdor tomonlar o‘z ehtiyojlarini qondirishini ta‘minlashi kerak²⁶. Globallashuv etno turizmga sezilarli ta‘sir ko‘rsatdi va sayohat qilish qulayligi tufayli odamlarning qiziqishi orttirmoqda, jamiyatda etnik o‘tmishini tushunish istagi ham ortib bormoqda²⁷. Etnik hudud yoki jamoaning etnik kelib chiqishi har doim turizm faoliyatining asosiy qismi bo‘lib kelgan. Ko‘pgina sayyohlik kompaniyalari etno turizm marshrutlarini taqdim etadilar. Biroq, etno turizmning haqiqiyliги muhokama qilinadi. Xuddi shunday, MacCannell (1992) etno turizmning natijalaridan hayratda edi, bu yerda mezbonlar sayyohni o‘ziga xos taassurotlar olish uchun etnik hududlarga tashrif buyuradi, etnik madaniyatning tasviri sayyohlar ongida potensial mahsulot uchun saqlanib qolishi mumkin. Etno turizmni qo‘llab-quvvatlovchi ijobiy tomonlari ko‘proq. Etno turizm ko‘pincha mustamlakachilik davrida o‘z etnik qadriyatlarini o‘ziga bo‘ysundirishga majbur bo‘lgan, ammo keyinchalik o‘z ildizlarini qayta kashf etgan mamlakatlarda keng tarqalgan. Turizm etnik guruhga o‘z etnikligini targ‘ib qiladigan vosita bilan ta‘minlashi mumkin va shuning uchun ularning yo‘qolib borayotgan merosini saqlab qolishning bir usuli bo‘lishi mumkin. Birlashgan Millatlar Tashkiloti Jahon sayyohlik tashkilotining 2020 yilgi Butunjahon turizm kunining mavzusi “Turizm va qishloq taraqqiyoti”

²⁶ Nguyen, H.V., Lee, D. and Newsome, D. (2020), ‘Kinh and ethnic tourism stakeholder participation and collaboration in tourism planning in Sapa, Vietnam’, 14(4), 579–97

²⁷ Chistyakova, O.V. (2020), ‘Ethnic tourism as knowing other’, *RUDN Journal of Philosophy*, 24(4), 720–28.

bo‘lib, bu “mahalliy” mahsulotlaridan biri sifatida etno turizmni targ‘ib qilish imkoniyatini yaratdi. COVID-19- davrda etno turizm turizmning barqaror o‘shida hal qiluvchi rol o‘ynashi mumkin. Etno turizmdan olingan daromad kamdan-kam hollarda asosiy etnik guruhlariga tushadi. Sayyohlik avlodlar davomida jamiyatning bir qismi bo‘lib kelgan, insonlar tomonidan berilgan an‘anaviy bilimlarga munosib hurmat ko‘rsatadigan tarzda targ‘ib qilinishi kerak.

Afrika qabilalaridan birida yevropaliklarning an‘anaviy (kitob va televideniye) tushunchasiga ko‘ra, xurmo barglaridan tikilgan yoki hayvonlar terisidan tikilgan kiyimda, uning poytaxtlik qabiladoshi esa rasmiy kostyum va galstuk kiyinishi mumkin. Turistlarning qiziqishidan xabardor bo‘lgan qabilalar vakillari ko‘pincha o‘zlarining "yovvoyiligi" dan foyda olishga qaratilgan: aborigenlarni an‘anaviy kiyimlarda loy va somon kulbalar fonida suratga olish, shuningdek, ularning ixcham yashash joylarini ko‘zdan kechirish imkoniyati, foto va video jihozlardan foydalanish kabi xizmatlar xarajatlari ro‘yxatiga ega. Ba‘zi mamlakatlarda qishloqlar - ochiq osmon ostidagi muzeylar mavjud bo‘lib, ularning aholisi ko‘p asrlik an‘analarga sodiq qoladi va o‘zini shu pozitsiyadan targ‘ib qiladi: Hosil bayrami (Vanuatu) orolidagi Bunlap qishlog‘ining aborigenlari, bushmenlar, Botsvanada Ganzi shahri yaqinidagi etnik qishloq “Trailblazers” va boshqalar .

Antropologik turizm ham yo‘qolib ketgan etnik jamoalar madaniyatini va ularning sobiq yashash joylarini zamonaviy madaniyat bilan tanishtirishni o‘z ichiga oladi; shuningdek, yo‘qolib ketish xavfi ostida turgan xalqlarning ixcham yashash joylariga tashrif buyurishni o‘z ichiga oladi. Yo‘qolgan jamoalar qadriyatlarini o‘rganishga quyidagilarni misol keltirish mumkin, Inka madaniyati, Qrimda - Skif madaniyati bilan tanishish uchun Peruga ekskursiyalar bo‘lishi mumkin. Yo‘qolib ketish xavfi ostida turgan Qrim qishloqlariga sayohatlar ma’lum darajada mashhur. Aborigenlarning etnik turar-joylarini etnik-madaniy turizm ob‘ektlari sifatida hisobga olgan holda, ularni ikki guruhga bo‘lish mumkin: borish qiyin bo‘lgan hududlarda (Jailoo turizmi) va turistik tashriflar uchun qulay joylarda joylashganlar. Mazkur hududlarga yaxshi tashkil etilgan jamoat transporti yoki

ekskursiya avtobuslari tomonidan amalga oshiriladi (baʼzida bunday qishloqlar bir vaqtning oʻzida mahalliy aholi uchun bir vaqtning oʻzida yashash va turizmdan foyda olish uchun yaratilgan). Ikkinchi holat, kengroq, dam olishni yaxshi koʻradiganlar tomonidan talab qilinadi va birinchisi, ilmga, bilimga va sabr-toqatga ega boʻlganlarni qiziqtiradi. Jahonda mashur etnografik sayohat qilish mumkin boʻlgan aholi punktlari mavjud:

Botsvana. Sunʼiy ravishda yaratilgan etnik qishloqqa misol qilib Ganzi shahri yaqinida joylashgan Bushmenlarning Trailblazers aholi punktidir. Bu yerda San qabilasining hayot muhiti va yashash sharoiti tabiiy ravishda qayta tiklanadi, loydan va somondan yasalgan kulbalar aholisi Bushmenlar oshxonasining milliy taomlarini taklif qilishlari va anʼanaviy raqslarni ijro etishlari mumkin. Sayyohlar, qoida tariqasida, faqat oʻzlarining ibtidoiy qiyofasini saqlab qolgan Bushmenlar vakillari bilan qiziqishadi, Ganzi shahri koʻchalarida bu xalqning Yevropa uslubida kiyingan alohida shaxslarini koʻrish mumkin.

Xitoy. Qadimgi Xongkun qishlogʻi Xuanshan shahar tumanidagi Yixian tumanidan 11 kilometr uzoqlikda joylashgan. Qishloq Janubiy Song sulolasi davrida asos solingan, bu joyning tarixi 900 yildan koʻproq vaqtga toʻgʻri keladi. Mehmonlar hududga yaqin atrofdagi kassada chipta sotib olish orqali kiradilar. Qishloq aholisi va ularning uylari koʻplab sayyohlar uchun qiziqish obyekti hisoblanadi.

Laos. Pa Suan sharsharasi yaqinida, mamlakatning janubiy qismida, Lava xalqining etnik qishlogʻi (sayyohlarga koʻrsatish uchun qurilgan) mavjud boʻlib, u yerga tashrif buyuruvchilar odatda uyushtirilgan tur doirasida olib kelinadi

Efiopiya. Omo daryosi vodiysi Afrika qitʼasidagi eng qiyin joy. Bu yerda oʻz madaniyati va turmush tarzini saqlab qolishga muvaffaq boʻlgan turli etnik va til guruhlariga mansub 16 qabila yashaydi. Ulardan: Arbore, Ari, Bena, Tana, Dasanech, Dorze, Qora, Mursi, Nyangat, Suri, Xamar. Mursi qabilasining ayollari sayyohlar uchun alohida qiziqish uygʻotadi, ular anʼanaga koʻra, bezak sifatida sopol likopchalardan foydalanadilar. Ular Omo va Mago daryolari orasidagi 2000 km² ga yaqin maydonni egallaydi. Hamar (yoki Hamer) qabilasi kiyimlari va

zargarlik buyumlarining yorqinligi bo'yicha yetakchilik qiladi: bilaguzuklar va munchoqlardan yasalgan, shuningdek, echki terisiga kashta naqshlari tikadi. Ayollar loy yordamida tayyorlangan uzun sochlar kiyishadi. Erkaklar sochlaridan shlyapa yasaydilar, sochlarini qush patlari va munchoqlar bilan bezatadilar. Bu qabila urf-odatlarini orasida erkaklar uchun buqalarning orqasida poyga qilish, ayollar uchun tayoq bilan urish marosimi (ular ixtiyoriy ravishda borishadi).

Uganda. Karamojong (yoki Karamojo) — Uganda shimoli-sharqida yashovchi Nilot cho'pon xalqi. O'z mamlakati aholisi ularni qoloq deb biladi. So'nggi yuz yil ichida, Karamojo Yevropaliklarga ma'lum bo'lganidan beri, ularning turmush tarzi deyarli o'zgarmadi: ular avvalgidek, mavjud o'simliklardan to'qilgan parik kabi boshlarini yopib yurishadi. Tva yoki Batva ekvatorial Afrika bo'ylab tarqalgan eng mashhur Pigmy guruhlardan biridir. Boshqa barcha Afrikalik Pigmeyalar singari, o'rtacha bo'yi 1,5 m ga teng bo'lgan Tvalar ham urug'i aralash bo'lgan, ehtimol ekvatorial yomg'ir o'rmonlarining tub aholisidan kelib chiqqan. Ushbu qabila vakillarining kichik jamoasi Fort Portal va Bundibugyo shaharlarini bog'laydigan qishloq yo'lidan ikki kilometr uzoqlikdagi tropik o'rmonda yashaydi.

Namibiya. Himbalar turistik adabiyotlarda "tosh davri odamlari" sifatida tasvirlangan. Qabilaning ixcham istiqomat qiladigan joyi mamlakat shimolida Angola bilan chegarada joylashgan Kaokoland provinsiyasidir. Bu odamlar uchun ibtidoiy turmush tarzi tabiiy bo'lib qoldi: ular deyarli butunlay jonsiz cho'l hududlarida, og'ir suv tanqisligi sharoitida yarim ko'chmanchi qabila hayotini olib boradilar. Ximba chorvachilik bilan yashaydi. Kamdan-kam hollarda chorva mollarini sotish orqali ular ma'lum miqdorda pul ishlab olishadi. Qovoq idishlari ishlatiladigan idishlar bo'lib, ba'zan katta plastik ichimlik suvi idishlari bilan almashtiriladi.

Tanzaniya. Barabaig cho'pon qabilasi, asosan, Shimoliy vulqon tog'larining Xanang tog'i hukmron bo'lgan qismida yashovchi, Datoga etnik guruhining eng ko'zga ko'ringan va ko'p sonli qabilasi hisoblanadi. Barabaiglar tikanli butalardan

sakkiz figura shaklidagi o‘ralar quradilar, bir ilmoq qoramol uchun Kraal sifatida ishlatiladi, ikkinchisi esa odatdagidek tomi tekis kulbalar bilan qoplangan.

Keniya.Mosaretu — bu yerda yashovchi to‘rt qabiladan iborat jamoa, Turkana ko‘lining Egu, Loiyangalani qishlog‘i hududida: El Molo, Samburu, Rendille va Turkana. Sayyohlar bu joylarga ikki yo‘l bilan boradilar: Keniyaliklar bilan birga "jamoat transportida" - o‘tirgan katta yuk mashinalari; yoki ijaraga olingan Jip mashinasida. Masai qishloqlaridan biri Nayrobi-Mombasa trassasida joylashgan bo‘lib, o‘tayotgan transport vositalarining yo‘lovchilari uni derazalaridan ko‘rishlari mumkin. Jamiyatdan bir kishi tashrif uchun to‘lovni qabul qiladi. Keniya va Tanzaniya shaharlari ko‘chalarida milliy kiyimdagi Maasai ko‘rish mumkin, bu ularni boshqa etnik guruhlardan ajratib turadi, ularning vakillari yirik aholi punktlariga ko‘chib, tashqi qiyofasini o‘zgartiradilar. Yo‘q bo‘lib ketish arafasida turgan El Molo xalqiga tashrifni mahalliy turizm antropologik turizm bilan kesishadigan kamdan-kam holatlarga bog‘lash mumkin.

Lesoto. Basotho xalqi qiziq, qiyin relefli (butun hudud dengiz sathidan 1400 m balandlikda joylashgan) sayyohlar kamdan-kam tashrif buyuradigan mamlakatda yashaydi

G‘arbiy Papua. Dani yoki Ndane G‘arbiy Yangi Gvineyaning markaziy tog‘larida yashovchi an‘anaviy xalqdir. Bu joylarga havo orqali kam sayyohlar va mahalliy aholi yetib boradi; U yerda hali hech qanday yo‘l qurilmagan, ammo Vamenada katta aeroport bor, ularning “kiyinish”ga bo‘lgan muhabbati urush davrida yaqqol namoyon bo‘ladi: burundagi cho‘chqa tishlari va jannat qushi patlaridan tikilgan bosh kiyimlar. Erkaklar kiyimining yagona elementi uzun va ingichka kotekalardir; ayollar yubkalar, orxideya tolasidan to‘qilgan, somon bilan bezatilgan, orqalarida esa “noken” deb nomlangan muhim to‘qilgan sumkalar kiyishadi.

Vanuatu. Elliginchi kun orolida, Ranvas qishlog‘idan faqat tor tog‘ yo‘li bo‘ylab borish mumkin bo‘lgan kichik Bunlap qishlog‘ida ota-bobolarining an‘analarini saqlab qolgan odamlar yashaydi. Bu ko‘plab an‘anaviy qishloqlar (Bl. Kastom qishloqlari) ichida eng mashhuri bo‘lib, ularning aholisi globallashuvdan

minimal taʼsir koʻrsatgan holda oʻz turmush tarzini saqlab qolishga intiladi. Chet elliklar uchun qatʼiy taqiqlangan boshqa shunga oʻxshash qishloqlardan farqli oʻlaroq, Bunlap soʻnggi yillarda turizmdan katta foyda koʻrmoqda.

Etno-turizm Janubiy Afrika va Namibiyada eng keng tarqalgan va muvaffaqiyatli realizatsiya qilinadi. Janubiy Afrika turar joy, raqs, musiqa, teatr va gastronomik tajribalarni oʻz ichiga olgan iqtisodiy jihatdan muvaffaqiyatli va shov-shuvli etnik dam olishlari bilan ajralib turadi. Madaniy turizm mavjud boʻlgan Namibiyada hali yaxshi yoʻlga qoʻyilmagan boʻlsa-da, Janubiy Afrikaga qaraganda jamiyatning ishtiroki koʻproq. Bundan tashqari, Namibiya yaxshi tashkil etilgan nodavlat notijorat tashkilotlarini qoʻllab-quvvatlaydi, shuningdek, hukumatning jamoatga asoslangan turizm tashabbuslarini qoʻllab-quvvatlash majburiyatiga ega.

Etnografik turizm (etnoturizm) - bu tashrif buyurilgan hududda yashayotgan odamlar, etnoslarning madaniyati, meʼmorchiligi, anʼanalarini oʻrganish uchun etnografik obʼektlarga tashrif buyurishga qaratilgan kognitiv turizm turi sifatida taʼriflanadi. Etnik tafovutlar, joy va madaniyatning oʻziga xosligi jahon amaliyotida tobora koʻproq mahalliy sayyohlik guruhiga aylanib bormoqda. Vinochilik, toʻqimachilik, baliqchilik, kulolchilik kabi qadimiy hunarmandchilik sayyohlar uchun qoʻshimcha joziba boʻladi. Masalan, Fransiya, Ispaniya va baʼzi Skandinaviya mamlakatlarida yangi turistik yoʻnalishlarni yaratish usullaridan biridir. Sayyohlik imtiyozlarining oʻzgarishi turizm bozorining yangi modelini ishlab chiqishga olib keladi, u anʼanaviy turmush tarzini barcha oʻziga xos xususiyatlari: oshxonasi, arxitekturasini va boshqalar bilan saqlaydigan etno-turizm landshaftini oʻz ichiga oladi. Etnoturizm rivojlanishining yana bir yorqin namunasi Kanadadir. Iqtisodiyotni rivojlantirishning ustuvor yoʻnalishi sifatida turizmga eʼtibor qaratgan mamlakat. Bu mamlakatda turizm davlat tashkilotlar va shimoliy hududlar muammolarini hal qilishda yordam beradi, oʻz madaniy anʼanalarini tiklash va saqlab qolish imkoniyatiga ega boʻladilar. Kanadadagi aborijen turizm sohasi hozirda 596 million dollarga baholanadi, unda 14-16 ming xorijliklar ishlaydi (ATAC hisoboti, 2015). Biznesga xorijliklarga xos sayyohlik yoʻllari, mehmonxonalar va lagerlar, hind yerlaridagi milliy taomlarga ega restoranlar,

kombinatsiyalangan klasterlar, madaniy markazlar, interaktiv muzey-qishloqlar, totemik suvenirlar kiradi.

Mamlakatimizda etnografik turizm imkoniyatlari mavjud bo'lgan hududlardan Qoraqalpog'iston Respublikasi hududi hisoblanadi. Mazkur hududning etnografik imkoniyatlarini tahlil qilish tadqiqotimizning vazifalaridan hisoblanadi. Qoraqalpog'iston Respublikasi O'zbekistonning shimoli-g'arbida, Amudaryoning quyi, Orol dengizining janubiy qismida joylashgan. Respublika Qoraqum va Qizilqum sahrolariga tutashib ketgan bo'lib, umumiy yer maydoni 166,6 ming kvadrat kilometrdan iborat. U hududining kattaligi bo'yicha O'zbekiston Respublikasi mintaqalari o'rtasida birinchi o'rinda turadi. Mintaqa yer maydonlarining 80 foizdan ortig'ini qum barxanlaridan iborat cho'l hududlari tashkil qiladi. Orol dengizining qurib borayotganligi tufayli mintaqa ekologik talofat zonasi hisoblanadi. Respublikaning ma'muriy-hududiy tuzilmasi 15 ta tuman va 1 ta shahardan iborat. Mintaqa Qozog'iston (990 km) va Turkmaniston (784,1 km) davlatlari, Xorazm (263,2 km), Navoiy (300 km) va Buxoro (66 km) viloyatlari bilan chegaradoshdir. Uning hududidan halkaro ahamiyatga ega magistral temir yo'llar va avtomobil yo'llarining o'tganligi ham muhim ahamiyat kasb etadi.

Qoraqalpog'iston Respublikasi turizm va mehmonxona xizmatlarini rivojlantirish uchun katta salohiyatga ega. Hozirgi vaqtda respublikada 48 ta me'morchilik va arxitektura yodgorliklari, 42 ta monumental va san'at yodgorliklari va 3 ta diqqatga sazovor joylar (Sulton Uvays memorial majmuasi, Saviskiy nomidagi san'at muzeyi, Mizdaxkan arxitektura majmuasi) va 255 ta arxeologik obidalar mavjud. Bundan tashqari, Nukus shaxrida 545 o'rinli 15 ta mehmonxona faoliyat yuritmoqda. Shuningdek, tumanlarda 12 ta mehmonxona va "yurta" (qora uylar) lar ishlab turibdi. Hozirgi vaqtda mintaqaning Qonliko'l, Chimboy va Kegeyli tumanlarida mehmonxonalar umuman mavjud emas. Ellikkal'a tumanidagi Tuproq qal'a (e.av. I-IV asrlar), Ayoq qal'a (e.av. III-IV asrlar), Qirqqiz qal'a (e.av. III-IV asrlar), Burgut qal'a (VI-VIII asrlar), Amudaryo tumanidagi Shilpiq (I-IV asrlar), Xo'jayli tumanidagi Mizdakxon majmui (III-IV

asrlar) katta tarixiy-madaniy va ma'naviy ahamiyatga ega. Boy salohiyat mavjudligiga qaramasdan, respublikada turizm va mehmonxona xizmatlari yaxshi rivojlanmagan. Ammo, keltirilgan turistik resurslarning deyarli barchasi qishloq aholi punktlarida joylashganligi, mintaqada agroturizmni rivojlantirish uchun katta imkoniyatlar mavjudligini ko'rishimiz mumkin.

Qoraqalpog'iston Respublikasida agroturizmni rivojlantirishning konseptual asoslarini O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabrdagi "O'zbekiston — 2030" strategiyasi to'g'risida"gi PF-158-son Farmoniga muvofiq, shuningdek, "O'zbekiston — 2030" strategiyasining "Insonga e'tibor va sifatli ta'lim yili"da sifatli va o'z vaqtida amalga oshirilishini ta'minlash maqsadida qabul qilgan O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori, 11.09.2023 yildagi PQ-300-son "O'zbekiston – 2030" strategiyasini 2023-yilda sifatli va o'z vaqtida amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risidagi qarorida belgilangan O'zbekistonda tashqi va ichki turizmni rivojlantirish uchun keng sharoitlar yaratish orqali sayyohlar sonini oshirish 58-maqсад bilan bog'lashni maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz. Turizm xizmatlari Nukus shahri, Beruniy, Ellikqal'a, To'rtko'l, Mo'ynoq, Qo'ng'iro't, Chimboy va Taxtako'pir tumanlarida yo'lga qo'yilgan, xolos. Mintaqaning qolgan tumanlarida, ayniqsa, Xo'jayli, Amudaryo, Qanliko'l tumanlarida turizmni rivojlantirish uchun juda katta salohiyat mavjud va ulardan samarali foydalanish talab etiladi. 2017-yili Qoraqalpog'iston Respublikasida 2 kun davomida bo'lib o'tgan "Orol va Mo'ynoqning qayta tiklanishi" xalqaro ekofestivali, shoirlar Berdaq va Ajiniyoz xalqaro she'r va musiqa festivali, "Orol baliqlaridan 99 taom" gastronomik festivalida dunyoning 9 ta davlatidan (Qozog'iston, Rossiya, Fransiya, Germaniya, Bel'giya, Janubiy Koreya, Xitoy, Amerika va Angliya) 30 dan ortiq sayyohlar, mintaq va viloyatlardan 18 ta mehmonxona va 6 ta turistik korxonalar ishtirok etishgan. Mo'ynoq tumanidagi "Madeli" OFY hududidagi "Ko'k suv" ko'li bo'yida bo'lib o'tgan "Orol baliqlaridan 99 taom" gastronomik festivalida mohir oshpazlar tomonidan tayyorlangan baliq taomlari, milliy hunarmandchilik, qo'l mehnati namunalari

ko'rgazma-lari bo'lib o'tdi, sayyohlar ko'lda katerlarda sayyohat qilib, sohilda san'at ustalari konsert dasturini tomosha qilishgan.

Keyingi yillarda yurtimizda oshirilayotgan islohotlar natijasida mintaqada ko'plab etnofestivallar tashkil qilimoqda. Bu festivallarning tashkil qilinishi yurtimizga nafaqat ichki turistlarni balki chet el sayyohlarini ham jalb qiladi. Shu yili Xorazm viloyatida o'tkazilgan etnofestivalda qoraqalpog'istonliklarning qatnashishi, turistlarning qoraqalpoq milliy taomlari, milliy sport va xalq o'yinlariga, hunarmandlarning milliy mahsulotlariga qiziqishini orttirdi. Yuqoridagilarning deyarli barchasi qishloqlarda va tumanlarda tashkil etiladi. Shu sababli ham turistlarni qishloqlarimizga jalb qilish milliy dasturini ishlab chiqishimiz zarur deb hisoblaymiz. Jumladan:

- qishloqlarda o'tkaziladigan milliy to'ylar grafigini bir platformada mijassamlashtirish va xalqaro turistik bozorga chiqarish zarur. Sababi milliy to'ylarda milliy kurash, "ilaq o'yin", qo'chqor urushtirish, it va xo'roz o'yinlari va boshqalarni ko'rish mumkin;

- Qoraqalpog'iston Respublikasida qovun sayli festivalini har yil o'tkazishni qayta tiklash;

- qishloq xo'jaligi mahsulotlarini yetishtirish jarayonini turistlarga ko'rsatishni yo'lga qo'yish va boshqalar.

Umuman olganda, etno-turizm qiymat zanjirining asosiy ishtirokchilari mahsulotning boshlanishi va ishlab chiqarilishini nazorat qiluvchi turoperatorlar yoki etnik hududda taqdim etiladigan ximat ko'rsatuvchi korxonalar (mahsulotga qarab) hisoblanadi. Ishlab chiqarish ba'zan mahalliy qishloq aholisi bilan baham ko'riladi (haqiqiy qishloq sayohatlarida). Turoperator tomonidan nazorat qilinadi, ba'zi mas'uliyat tashqi mutaxassislariga yoki unga tegishli kompaniyalarga yuklanadi. Yetkazib berish havolasining savdo komponenti ko'pincha bir nechta bozor ishtirokchilari tomonidan taqsimlanadi. Turoperator to'g'ridan-to'g'ri sotishni amalga oshirishi mumkin bo'lsa-da, ular ko'pincha sayyohlik agentliklari va sayohat maslahatchilari kabi turistik mahsulotlarning ixtisoslashgan chakana sotuvchilari tomonidan boshqariladi. Turoperator, shuningdek, ba'zida

tomoshabinlarni mahsulotga yetkazib berishni nazorat qiladi. Aks holda, bu xizmat taksilari, boshqa turoperatorlar yoki iste'molchilarning o'zlari kabi boshqa subyektlarga qoldiriladi. Turoperator ham tez-tez auditoriya iste'molini baholaydi.

Mazkur misollar etnografik turizmning xorijda rivojlanishi bo'yicha bizga dastlabki ma'lumotlarni beradi. "Adrion" mintaqasi tajribasi misolida Respublikamizning mahalliy hududlarida turizmini rivojlantirish strategiyasini ishlab chiqishda quyidagi tavsiyalarni amalga oshirish zarur deb hisoblaymiz:

- 1) Qoraqalpoq milliy o'yinlaridan milliy kurash, qasharman, iytlar o'yini, qo'chqor musobaqasi, uloq o'yini, chavandozlik, lanki, qozon kabi o'yinlarni milliy darajada maktablarda, yuqori o'quv muassasalarida, mahalla va qishloqlarda o'tkazish;

- 2) har yili o'tkaziladigan milliy bayramlarda, festivallarda, milliy to'ylarda, sayillarda milliy sport turlarin o'tkaziladigan marosimlarining scenariylariga kiritish;

- 3) milliy sport turlari haqida ijtimoiy tarmoqlarda professional video va fotolarni joylashtirish;

- 4) milliy sport turlarining elektron bazasini yaratish va ularni saytlarda har xil tillarda keng propaganda qilish;

- 5) sport, turizm, madaniyat, meditsina sohalarida turizmni, shuning ichida sport turizmini rivojlantirish aylanmasini tuzish;

Yuqoridagi tavsiyalardan tashqari, har yili yurtimizda talaba yoshlar, maktab yoshlari o'rtasida yayov yurish, velomarafonlar, yugurish va boshqa sportlar turlaridan musobaqalar o'tkaziladi. Bunday musobaqalarni o'tkazish grafigi xalqimizga yil boshida saytlarda yozma xabarlanishi orqali unga xalqimiz orasidan ham odamlar ishtirok etishi va uni ko'rishni rejalashtirish imkoniyati paydo bo'ladi. Yurtimizda o'tkazilayotgan bunday musobaqalar, marafonlarni faqatgina 1-2 kun oldin yoki tamomlangandan so'ng ijtimoiy tarmoqlardan bilib qolamiz. Qishloqlarda o'tkaziladigan katta milliy to'ylarda turistlar uchun ham joriy etish turoperatorlarning turistlik marshrutlariga kiritish muhim masalalardan biri hisoblanadi. Sababi bunday uylanish, xatna to'ylarni tashkil etishda to'y egalari bir

yil oldin rejalashtiradi va qishloq oqsoqollari bilan muhokama qilishadi. Shu jumladan bunday to'ylarda palvon kurashi, uloq o'yini, chavandoz, iyt o'yini, qo'chqor urushtirish, xo'roz urishtirish musobaqasi kabi milliy o'yinlar tashkil etiladi. O'sha sababli, bunday to'ylarda turistlar uchun ham qiziqarli bo'ladi. Turistlarning qishloqlarimiz bilan tanishishi bilan birga qishloq aholisining ham bilim saviyasi, boshqa xalqlar bilan integratsiyasi oshishiga sababchi bo'ladi.

Birinchi bob bo'yicha xulosalar

Etnoturizm sohasi aniq tartiblarni namoyish etadi, ammo etnoturizmning turli toifalari uchun me'yorlar har xil. Qayta tiklangan qishloqlar qurilish va mehnat xarajatlari tufayli qo'shimcha mablag'ni talab qiladi va tashrif buyuruvchilarning katta hajmiga bog'liq. Shu sababli, ushbu etnik hududlarning geografik joylashuvi ularning muvaffaqiyati uchun eng muhim omil hisoblanadi. Ushbu hududlar turistlarning doimiy bozor manbaiga yaqin yoki sayohat marshrutida joylashgan bo'lishi kerak. Shuning uchun mehmonxona sohasi, sayyohlik, restoran va umumiy ovqatlanish va boshqa turizm sohalari kabi tegishli tarmoqlarning aniq aglomeratsiyasi mavjud.

Etnik qishloqlarga sayohatlar odatda shaharlardan yoki sayyohlik markazlaridan uzoqroq bo'ladi (bu jihatdan shaharcha sayohatlari alohida ahamiyatga ega). Biroq, yetarli mijozlarni jalb qilish va turni arzon, logistik jihatdan amaliy qilish uchun ushbu mahsulotlar bozor manbasiga yetarlicha yaqin joylashgan bo'lishi kerak. Hunarmandchilik bilan shug'ullanadigan qishloq aholisi ushbu turlarga jalb qilinadi va turoperator bilan o'zaro manfaatli mahsulotni rivojlantiradi: hunarmandlar qishloq safarini yanada jozibador qilish orqali unga qiymat qo'shadilar va turoperator hunarmandchilik sotuvchilarga bag'ishlangan auditoriyani jalb qilish orqali foyda keltiradi. Shahar sayohatlari yuqorida aytib o'tilgan ikkita modelning kombinatsiyasiga misol bo'ladi. Ushbu turlar yirik sayyohlik shaharlarida bo'lib o'tadi va shuning uchun iste'molchilarga tayyor

kirish imkoniyatidan foydalanadi. Etnik turizm imkoniyatlari bu yerda qayta tiklangan qishloqlar uchun yaqqol namoyon bo‘ladi. Shahar sayohatlari turoperatorlar, transport xizmatlarini yetkazib beruvchilar va joylashtirish xizmatlarini tashkil etuvchilar bilan hamkorlikda amalga oshiriladi. Etnografik turizmda yuqoridagi xizmatlar bilan birgalikda mahalliy hunarmandlarni ham jalb qilindi va qo‘llab-quvvatlaydi.

II-BOB. MAMLAKATDA TURIZM SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA ETNOGRAFIK RESURLARDAN FOYDALANISHNING STRATEGIK YO‘NALISHLARINI ANIQLASH USULLARI

2.1. Turizm samaradorligini oshirishda etnografik resurslardan foydalanishning strategik boshqaruv tamoyillarini tahlil qilish

O‘zbekistonda turizm sohasining samaradorligini oshirishda etnografik resurslardan oqilona va strategik foydalanish muhim nazariy-amaliy yo‘nalishlardan biri sifatida namoyon bo‘lmoqda. Etnografik resurslar — ya’ni xalqning tarixiy urf-odatlar, an’anaviy hunarmandchiligi, madaniy hayot tarzi va milliy qadriyatlari asosida shakllanadigan tarkibiy qismi hisoblanadi. Zamonaviy turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilishda, hududiy iqtisodiy faollikni kuchaytirishda muhim omil bo‘lib xizmat qiladi. Mazkur resurslarni boshqarishda barqarorlik, hududiy ixtisoslashuv, tarmoqlararo integratsiya, innovatsion yondashuv hamda aholining faol ishtiroki kabi tamoyillarning uyg‘unligi zarur.

Etnografik meros obyektlari — o‘ziga xos, qayta tiklab bo‘lmaydigan qadriyatlar manbai bo‘lib, ulardan to‘g‘ri foydalanishni boshqarish strategik jihatdan muhimdir. Har bir mintaqaga xos hunarmandchilik va xalq san’ati namunalarini mahalliy brendga aylantirish orqali raqobatbardosh turistik yo‘nalishlar shakllantiriladi. Shu bilan birga, ta’lim, madaniyat, axborot texnologiyalari, transport kabi boshqa sohalar bilan uyg‘unlikda rivojlantirilgan turizm yondashuvi natijasida iqtisodiy va ijtimoiy himoya kuchayadi. Raqamli texnologiyalardan foydalanish, jumladan, virtual sayohatlar, mobil ilovalar, interaktiv xaritalar va multimedia gidlar orqali turizm mahsulotlarining jahon bozoridagi raqobatbardoshligi oshadi. Etnografik resurslarni kompleks va ilmiy asoslangan yondashuvlar bilan strategik boshqarish orqali O‘zbekistonda turizm samaradorligini izchil oshirish, ichki imkoniyatlarni ishga solish va milliy madaniy merosni xalqaro miqyosda targ‘ib qilish mumkin.

Etnografiya yangi mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqish va foydalanuvchi tajribasini yaxshilash uchun ishlatilishi mumkin bo‘lgan mijozlarning motivatsiyasi, xatti-harakatlari, munosabati va e’tiqodlari haqida tushuncha berishi

mumkin. Xorijiy etnografik tadqiqotlarning asosiy xususiyatlaridan baʼzilari quyidagilardan iborat²⁸:

1. Kuzatish: etnografiya odatda ishtirokchilarni faqat oʻz-oʻzidan xabar qilingan maʼlumotlarga tayanmasdan, ularning tabiiy sharoitlarida kuzatishni oʻz ichiga oladi.

2. Oʻzaro taʼsir: etnografik tadqiqotlar koʻpincha tuzilgan intervyular yoki norasmiy suhbatlar va kuzatishlar orqali ishtirokchilar bilan oʻzaro aloqani oʻz ichiga oladi.

3. Moslashish: etnografik tadqiqotchilar koʻpincha ishtirokchilar faoliyat yuritayotgan kontekstni chuqurroq tushunish uchun oʻzlari oʻrganayotgan madaniyat, jamiyat yoki bozor segmentiga kirib boradilar.

4. Uzoq muddatli majburiyat: etnografik tadqiqotlar koʻpincha uzoq muddatli majburiyatdir, chunki tadqiqotchilar oʻzlari oʻrganayotgan madaniyat, jamiyat yoki bozor segmenti haqida keng qamrovli tushunchaga ega boʻlish uchun bu sohada bir necha hafta yoki hatto oy sarflashlari kerak boʻlishi mumkin.

5. Multi-model maʼlumotlarni yigʻish: etnografik tadqiqotlar odatda madaniyat, jamiyat yoki bozor segmenti haqida toʻliq tasavvurga ega boʻlish uchun turli manbalardan maʼlumotlarni toʻplashni, jumladan kuzatish, intervyu va artefakt tahlilini oʻz ichiga oladi. Brendlar oʻz biznesida etnografik tadqiqotlardan qanday foydalanadi? Brendlar maqsadli mijozlari va ularning xatti-harakatlari, munosabati va eʼtiqodlarini tushunish uchun etnografiyadan foydalanadilar.

Etnografik tadqiqotlar mijozlar yashaydigan va ishlayotgan madaniy-ijtimoiy kontekstni tushunish imkonini beradi, bu esa brendlarga ularning oʻziga xos ehtiyojlari va afzalliklariga javob beradigan mahsulot, xizmatlarni ishlab chiqishga imkon beradi. Brendlar etnografik tadqiqotlardan foydalanishning baʼzi oʻziga xos usullarini oʻz ichiga oladi:

- Mahsulotni ishlab chiqish: brendlar isteʼmolchilar oʻz mahsulotlarini real hayot sharoitida qanday ishlatishini tushunish, ogʻriqli nuqtalarni va yaxshilash

²⁸ Agzamova, N. G. (2023). WAYS OF ORGANIZATION AND DEVELOPMENT OF ETHNO-TOURISM IN UZBEKISTAN. *GOLDEN BRAIN*, 1(8), 50–53. Retrieved from <https://researchedu.org/index.php/goldenbrain/article/view/2576>

joylarini aniqlash va mijozlar ehtiyojlarini yaxshiroq qondiradigan yangi mahsulotlarni ishlab chiqish uchun etnografiyadan foydalanishi mumkin.

- Mijozlarni segmentatsiyalash: etnografik tadqiqotlar brendlarga o'z mijozlarini, jumladan, ularning qadriyatlari, e'tiqodlari va xatti-harakatlarini chuqurroq tushunishga yordam beradi. Ushbu ma'lumot mijozlarni o'xshash ehtiyoj va xususiyatlarga ega bo'lgan guruhlariga ajratishi mumkin, bu esa brendlarga o'z takliflarini va marketing harakatlarini mos ravishda moslashtirishga imkon beradi.

- Brendni joylashtirish: etnografik tadqiqotlar mijozlar brendni qanday qabul qilishlari va ularning hayotiga qanday mos kelishi haqida tushuncha berishi mumkin. Ushbu ma'lumotlar mijozlar bilan rezonanslashadigan va brendni raqobatchilardan ajratib turadigan brendni joylashtirish strategiyasini ishlab chiqish uchun ishlatilishi mumkin.

- Marketing va reklama: brendlar xaridorlarning turli marketing va reklama xabarlariga qanday munosabatda bo'lishini tushunish uchun etnografiyadan foydalanishi mumkin. Bu ularga maqsadli auditoriyaga samarali ta'sir ko'rsatadigan va ularni jalb qiladigan kampaniyalarni ishlab chiqishga imkon beradi.

Etnografiya brendlarga bir qator strategik natijalarga erishishda yordam berishi mumkin, jumladan:

1. Maqsadli auditoriyani yaxshiroq tushunish: etnografik tadqiqotlar maqsadli auditoriyalarning munosabati, xatti-harakatlari va tajribalarini chuqur va nozik tushunish imkonini beradi, bu brendlarga o'z mahsulotlari, xizmatlari va marketing strategiyalarini talab va istaklarini qondirish uchun yanada samaraliroq moslashtirishga yordam beradi.

2. Mukammal mahsulot dizayni: maqsadli auditoriyalar mahsulot va xizmatlardan qanday foydalanishi va ular bilan shug'ullanishini kuzatish va tushunish orqali brendlar takomillashtirish yo'nalishlarini aniqlashi va mijozlarning ehtiyojlarini yaxshiroq qondirishi mumkin.

3. Kengaytirilgan brend xabardorligi va sodiqligi: maqsadli auditoriyani chuqur tushunish va ularning ehtiyojlarini qondirish majburiyatini namoyish etish orqali brendlar mijozlar bilan mustahkam aloqalar o'rnatishi va ularning brend xabardorligi va sodiqligini oshirishi mumkin.

4. Bozor ulushini oshirish: maqsadli auditoriyaning ehtiyojlari va istaklarini tushunish uchun etnografik tadqiqotlardan foydalangan holda, brendlar o'zlarini raqobatchilardan farqlashlari va katta bozor ulushini egallashlari mumkin.

5. Yaxshilangan marketing strategiyalari: maqsadli auditoriyaning motivatsiyasi va munosabatlarini tushunish orqali brendlar o'z mijozlari bilan rezonans beradigan, ko'proq jalb qilish va konvertatsiya qilishga olib keladigan yanada samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqishi mumkin.

6. Yangi biznes imkoniyatlari: etnografik tadqiqotlar hali foydalanilmagan bozor segmentlarini, yangi mijozlar ehtiyojlarini yoki bozorda rivojlanayotgan tendentsiyalarni aniqlash orqali o'sish va innovatsiyalar uchun yangi imkoniyatlarni ochib berishi mumkin.

Bozor tadqiqotlarida etnografiyaning salbiy tomonlari ham bor. Etnografik tadqiqotlar juda ko'p afzalliklarga ega bo'lsa-da, e'tiborga olinishi kerak bo'lgan ba'zi cheklovlar va potentsial salbiy tomonlar ham mavjud:

- ko'p vaqt va resurs talab qiladi: etnografik tadqiqotlar ko'pincha sohada uzoq vaqtlarni, kuzatishlar va intervyular o'tkazishni talab qiladi, bu ham vaqt va resurs talab qilishi mumkin.

- kuzatuvchilarning tarafkashligi: etnografik tadqiqotchilar tadqiqotga o'zlarining qarashlari va nuqtai nazarlarini keltirishi mumkin, bu ularning kuzatishlari va xulosalariga potentsial ta'sir ko'rsatishi mumkin.

- cheklangan umumlashtirish imkoniyati: etnografik tadqiqotlar muayyan guruh yoki madaniyat tajribasi va istiqbollari chuqur tushunish imkonini beradi, ammo bu topilmalarni boshqa guruhlar yoki madaniyatlar uchun umumlashtirish imkoni bo'lmazligi mumkin.

- odob axloq normalari: etnografik tadqiqotlar ko‘pincha ishtirokchilardan nozik va shaxsiy ma‘lumotlarni to‘plashni o‘z ichiga oladi, bu esa maxfiylik va xabardor rozilik bilan bog‘liq axloqiy tashvishlarni keltirib chiqarishi mumkin.

- miqdorini aniqlash qiyin: etnografik tadqiqotlar ko‘pincha kuzatuvlar va intervyular kabi sifat ma‘lumotlariga tayanadi, ular miqdorini aniqlash va boshqa tadqiqot usullari bilan solishtirish qiyin bo‘lishi mumkin.

- tadqiqotchilar tarafkashligi uchun potentsial: tadqiqotchining shaxsiy tajribasi va oldingi tushunchalari ma‘lumotlarning talqiniga ta‘sir qilishi mumkin.

Etnografik tadqiqotlar olib borishda qanday qadamlar qo‘yiladi? Etnografik tadqiqotlarni o‘tkazish bosqichlari tadqiqot savoliga, sharoitga va foydalanilgan tadqiqot usullariga qarab farq qilishi mumkin, lekin odatda quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

1-bosqich – tadqiqot savolini aniqlash: Tadqiqotchilar etnografik tadqiqotlar orqali hal qilmoqchi bo‘lgan tadqiqot savolini yoki muammosini aniqlashdan boshlaydilar.

2-bosqich – sozlama va ishtirokchilarni tanlash: Tadqiqotchilar tadqiqot o‘tkaziladigan joy yoki muhitni hamda o‘rganiladigan ishtirokchilarni tanlaydilar. Bu tadqiqot savoliga tegishli jamoa, guruh yoki madaniyatni aniqlashni o‘z ichiga olishi mumkin.

3-bosqich – sozlama va ishtirokchilarga kirish huquqiga ega bo‘lish: Keyin tadqiqotchilar joylashuv va ishtirokchilarga kirishlari kerak, bunda asosiy shaxslar yoki tashkilotlar bilan aloqalar o‘rnatish, tadqiqot o‘tkazish uchun ruxsat olish va axloqiy masalalar bo‘yicha muzokaralar olib borish mumkin.

4-bosqich – kuzatishlarni o‘tkazish: Tadqiqotchilar so‘ngra ishtirokchilarning faoliyatini, xatti-harakatlarini va o‘zaro munosabatlarini kuzatish, batafsil dala qaydlarini olish va kuzatishlarini hujjatlashtirish uchun maydonda vaqt o‘tkazadilar.

5-bosqich – intervyu o‘tkazish: Kuzatishlardan tashqari, etnografik tadqiqotlar ko‘pincha ishtirokchilarning tajribalari va istiqbollari chuqurroq tushunish uchun ular bilan chuqur suhbatlar o‘tkazishni o‘z ichiga oladi.

6-bosqich – ma'lumotlarni tahlil qilish: ma'lumotlar to'planganidan so'ng, bozor tadqiqotchilari naqshlar, mavzular va munosabatlarni aniqlash uchun ma'lumotlarni tahlil qiladilar. Bu ma'lumotlarni kodlash, toifalar va mavzularni aniqlash, ma'lumotlar va tadqiqot savoli o'rtasida bog'lanishni o'z ichiga olishi mumkin.

7-bosqich –natijalar haqida hisobot berish: tadqiqotchilar etnografik tadqiqot natijalarini odatda yozma hisobot shaklida taqdim etadilar. Bu topilmalarni taqdim etish, natijalarning oqibatlarini muhokama qilish va kelajakdagi tadqiqotlar uchun tavsiyalar berishni o'z ichiga olishi mumkin.

Etnografik tadqiqotlarni o'tkazish muddati tadqiqotning ko'lami va murakkabligiga, shuningdek, mavjud resurslar va mablag'larga qarab juda katta farq qilishi mumkin. Biroq, etnografik tadqiqotlar uchun odatiy vaqt jadvali quyidagicha ko'rinishi mumkin:

- Rejalashtirish va tayyorgarlik (1-3 oy): tadqiqotchilar etnografik tadqiqotni rejalashtiradilar va tayyorlaydilar, jumladan tadqiqot savolini aniqlash, joy va ishtirokchilarni tanlash.

- Ma'lumot to'plash (3-12 oy): tadqiqotchilar kuzatishlar va chuqur suhbatlar orqali ma'lumotlarni to'plash uchun dalada vaqt o'tkazadilar. Ushbu bosqich tadqiqotning murakkabligiga qarab bir necha haftadan bir necha oygacha davom etishi mumkin.

- Ma'lumotlarni tahlil qilish (1-3 oy): Tadqiqotchilar ma'lumotlar yig'ish bosqichida to'plangan ma'lumotlarni tahlil qiladilar, naqshlar, mavzular va munosabatlarni aniqlaydilar.

- Yozish va hisobot berish (1-3 oy): Tadqiqotchilar etnografik tadqiqot natijalarini yozadilar va hisobot tayyorlaydilar.

- Tarqatish : Tadqiqotchilar etnografik tadqiqot natijalarini konferentsiyalar yoki seminarlarda taqdim etishlari yoki natijalarni manfaatdor tomonlar yoki ishtirokchilar bilan baham ko'rishlari mumkin.

Ba'zi etnografik tadqiqotlar bir necha oy ichida yakunlanishi mumkin, boshqalari esa bir necha yil davom etishi mumkin. Asosiysi, vaqt jadvalini diqqat

bilan rejalashtirish va tadqiqot samarali yakunlanishi uchun yetarli resurslar va mablagʻlarni ajratishdir.

Umuman olganda, maqsad tadqiqot jarayoni haqida shaffof boʻlish, shaxsiy notoʻgʻri tushunchalar va taxminlardan xabardor boʻlish va maʼlumotlarni tahlil qilish uchun bir nechta maʼlumot manbalari va dalillarga asoslangan usullardan foydalanishdir. Ushbu strategiyalarni yodda tutgan holda, tadqiqotchilar topilmalarning toʻgʻriligi va ishonchliligini oshirishi va etnografik tadqiqotlarda tadqiqot tarafkashlik potentsialini kamaytirishi mumkin.

Tadqiqotchilar etnografik tadqiqotlar olib borishda tadqiqot tarafkashligini cheklash uchun foydalanishi mumkin boʻlgan bir nechta strategiyalar mavjud, jumladan:

1. Triangulyatsiya²⁹: Kuzatishlar, intervyular va hujjatli manbalar kabi bir nechta maʼlumot manbalaridan foydalanish tadqiqotchilarning tarafkashligi taʼsirini kamaytirishga va topilmalarning ishonchliligini oshirishga yordam beradi.

2. Refleksivlik: Tadqiqotchilar oʻzlarining tajribalari, nuqtai nazarlari va oldingi tushunchalariga eʼtibor berishlari va ularning kuzatishlari va talqinlariga qanday taʼsir qilishi mumkinligi haqida fikr yuritishlari mumkin. Refleksiv kundalik yoki jurnalni yuritish bu jarayon uchun foydali vosita boʻlishi mumkin.

3. Aʼzolar yaʼni ishtirokchilarni qayta kuzatish: Tadqiqotchilar topilmalar bilan boʻlishish va fikr-mulohazalarni izlash orqali tadqiqot jarayoniga ishtirokchilarni jalb qilishlari mumkin, bu esa topilmalarni tasdiqlash va tadqiqotchilar tarafkashligi taʼsirini kamaytirishga yordam beradi.

4. Raqobatchilarni koʻrib chiqish: Tadqiqotchilar oʻz topilmalari va usullarini koʻrib chiqish va tanqid qilish uchun ushbu sohadagi boshqa mutaxassislar bilan boʻlishishlari mumkin, bu tadqiqotdagi har qanday noaniqlik yoki cheklovlarni aniqlash va bartaraf etishga yordam beradi.

5. Dalillarga asoslangan tahlil: Tadqiqotchilar maʼlumotlarni tahlil qilish uchun tizimli, dalillarga asoslangan usullardan foydalanishlari mumkin, masalan,

²⁹ **Triangulyatsiya** – tadqiqotlarda turli manbalar, usullar yoki nazariyalarni birlashtirib, natijalarning ishonchliligini oshirishga qaratilgan yondashuvdir. Bu usul, ayniqsa, ijtimoiy fanlar, antropologiya, iqtisodiyot va turizm tadqiqotlarida keng qoʻllaniladi

ma'lumotlarni kodlash va turkumlash va gipotezalarni tekshirish uchun statistik usullardan foydalanish.

6. Madaniy sezgirlik: tadqiqotchilar etnografik tadqiqotlar olib borishda madaniy jihatdan sezgir bo'lishlari va ularning kuzatishlari va talqinlariga madaniy farqlarning mumkin bo'lgan ta'sirini yodda tutishlari kerak.

7. Hamkorlik: Tadqiqotchilar jamiyat yoki madaniyat a'zolari bilan hamkorlik qilishlari mumkin, bu esa topilmalarning ishonchliligini oshiradi va tadqiqotchilar tarafkashligi ta'sirini kamaytiradi.

Etnografiya bir nechta mamlakatlar, tillar va mintaqalarda o'tkazilishi mumkinmi yoki u bir madaniyat yoki mintaqaga xosmi? Etnografik tadqiqotlar bir nechta mamlakatlar, tillar va mintaqalarda o'tkazilishi mumkin. Ko'pgina etnografik tadqiqotlar turli madaniyatlar yoki jamoalar o'xshash ijtimoiy, madaniy yoki iqtisodiy muammolarni qanday boshdan kechirishi va tushunishiga qarab, madaniyatlararo bo'lish uchun mo'ljallangan. Biroq, bir nechta mamlakatlar, tillar va mintaqalarda etnografik tadqiqotlar o'tkazish qiyin bo'lishi mumkin va ehtiyotkorlik bilan rejalashtirish va tayyorgarlikni talab qiladi.

Madaniyatlararo etnografiyaning asosiy muammolaridan ba'zilar quyidagilardan iborat:

- Til to'siqlari: Tadqiqotchilar samarali intervyu va kuzatishlar o'tkazish uchun tarjimonlarni yollashlari yoki ishtirokchilar tilida gaplasha olishlari kerak bo'lishi mumkin.

- Madaniy farqlar: tadqiqotchilar ularning kuzatishlari va talqinlariga qanday ta'sir qilishi mumkinligini bilishlari kerak.

- Logistik muammolar: Bir nechta mamlakatlar yoki mintaqalarda etnografik tadqiqotlar o'tkazish logistik jihatdan qiyin bo'lishi mumkin, bu sayohat, vizalar va moslashuvchan tadqiqot jadvalini talab qilishi mumkin.

- Namuna olish va yollash: Bir nechta mamlakatlar yoki mintaqalarda ishtirokchilarni yollash qiyin bo'lishi mumkin va turli tanlab olish strategiyalaridan foydalanishni talab qilishi mumkin, masalan, qor to'pi yoki maqsadli namuna olish.

Etnografik tadqiqotlar olib borishda qanday qadamlar qo'yiladi? Etnografik tadqiqotlarni o'tkazish bosqichlari tadqiqot savoliga, sharoitga va foydalanilgan tadqiqot usullariga qarab farq qilishi mumkin, lekin odatda quyidagilarni o'z ichiga oladi:

Onlayn etnografik tadqiqotlar kengroq va xilma-xil ishtirokchilarni qamrab olishning afzalliklariga ega bo'lsa-da, an'anaviy etnografik tadqiqotlar bilan solishtirganda ba'zi cheklovlarga ega. Masalan, onlayn etnografik tadqiqotlar shaxsan o'zaro munosabatlarning boyligi va murakkabligini qamrab ololmasligi va onlayn platformalar va texnologiyalarning tarafkashliklari va cheklovlariga duch kelishi mumkin.

Onlayn etnografik tadqiqot usullari quyidagilarni o'z ichiga olishi mumkin:

1. Virtual kuzatish: Tadqiqotchilar ishtirokchilarni ijtimoiy media platformalari yoki onlayn forumlar kabi tabiiy onlayn muhitida kuzatishi mumkin.

2. Video konferensiya: Tadqiqotchilar videokonferentsaloqa platformalari orqali ishtirokchilar bilan chuqur suhbatlar yoki fokus-guruhlar o'tkazishlari mumkin.

3. Onlayn so'rovlar: Tadqiqotchilar so'rovlar yoki anketalar orqali ishtirokchilar ma'lumotlarini to'plashlari mumkin.

4. Masofaviy kuzatish: Tadqiqotchilar ishtirokchilardan ma'lumotlarni to'plashda maxsus dasturlar bilan masofaviy monitoring texnologiyalaridan foydalanishlari mumkin. Umuman olganda, tadqiqotchilar tadqiqot maqsadlari, qiziqishlar soni va tadqiqot uchun mavjud resurslardan kelib chiqqan holda etnografik tadqiqotlar o'tkazishning eng yaxshi usullarini ko'rib chiqishlari kerak. Ular har bir yondashuvning kuchli tomonlarini maksimal darajada oshirish va cheklovlarni kamaytirish uchun onlayn va shaxsiy usullarning kombinatsiyasidan foydalanishlari mumkin. Etnografik tadqiqotlar davomida bir nechta auditoriya yoki bozorlardan ma'lumotlar yig'ilgandan so'ng, tadqiqotchi qanday taqqoslash yoki tahlil misollarini ko'rib chiqishi kerak? Bir nechta auditoriya yoki bozor ma'lumotlarini taqqoslash va tahlil qilish orqali tadqiqotchilar bozor yoki mahsulot haqida chuqurroq tushunchaga ega bo'lishlari mumkin. Ular mahsulotni ishlab

chiqish, marketing va sotish strategiyalari haqida ko‘proq asosli qarorlar qabul qilishlari mumkin.

Etnografik tadqiqot loyihasi davomida bir nechta auditoriya yoki bozorlardan ma‘lumotlar yig‘ilgandan so‘ng, tadqiqotchi tahlil qilish va solishtirish uchun ko‘p ma‘lumotlarga ega bo‘ladi. Tadqiqotchi ko‘rib chiqishi mumkin bo‘lgan taqqoslash va tahlillarning ba‘zi misollari:

Demografik taqqoslash: Tadqiqotchilar aholining turli segmentlari ko‘rib chiqilayotgan bozor yoki mahsulotni qanday boshdan kechirayotganini tushunish uchun yosh, jins, daromad va ta‘lim kabi turli demografik guruhlar bo‘yicha ma‘lumotlarni solishtirishlari mumkin.

Madaniy taqqoslash: Tadqiqotchilar madaniy qadriyatlar va e‘tiqodlar ishtirokchilarning bozor yoki mahsulotni qanday his qilishiga qanday ta‘sir qilishini tushunish uchun turli madaniy guruhlar bo‘yicha ma‘lumotlarni solishtirishlari mumkin.

Xulq-atvorni taqqoslash: Tadqiqotchilar ishtirokchilarning turli guruhlari bozor yoki mahsulotdan qanday foydalanishi va ular bilan qanday munosabatda bo‘lishini tushunish uchun xarid qilish naqshlari yoki foydalanish odatlari kabi xatti-harakatlarni solishtirishlari mumkin.

Munosabatlar bo‘yicha taqqoslash: tadqiqotchilar turli guruhlarining bozor yoki mahsulotga nisbatan qanday fikrda ekanligini tushunish uchun hislar, e‘tiqodlar va afzalliklar kabi munosabatni solishtirishlari mumkin.

Geografik taqqoslash: Tadqiqotchilar iqlim, urbanizatsiya va resurslardan foydalanish kabi mintaqaviy omillar ishtirokchilarning bozor yoki mahsulotni qanday his qilishiga qanday ta‘sir qilishini tushunish uchun turli geografik joylardagi ma‘lumotlarni solishtirishlari mumkin.

Trend tahlili: Tadqiqotchilar munosabatlar, xatti-harakatlar va tajribalar qanday o‘zgarishi va rivojlanishini tushunish uchun vaqt o‘tishi bilan tendentsiyalarni tahlil qilishlari mumkin.

Mavzu bo‘yicha tahlil: Tadqiqotchilar ishtirokchilarning asosiy motivatsiyalari, munosabati va tajribalarini chuqurroq tushunish uchun

ma'lumotlardagi takrorlanuvchi mavzularni aniqlashlari va tahlil qilishlari mumkin. Etnografik tadqiqot o'tkazish uchun maxsus tadqiqot agentligini yollashning afzalliklari mavjud. Etnografik tadqiqot o'tkazish uchun tadqiqot agentligini yollashning afzalliklari quyidagilardan iborat:

1. Ekspertiza va tajriba: tadqiqot agentliklari etnografik tadqiqotlarni o'tkazish bo'yicha maxsus tajribaga ega bo'lib, tadqiqotning samarali o'tkazilishini ta'minlashga yordam beradi.

2. Obyektivlik: tadqiqot agentliklari brenddan mustaqil bo'lib, tadqiqot natijalari bo'yicha ob'ektiv nuqtai nazarni taqdim etishi mumkin, bu o'z mahsulotlari va xizmatlari haqida ongli qarorlar qabul qilmoqchi bo'lgan brendlar uchun qimmatli bo'lishi mumkin.

3. Resurslardan foydalanish: tadqiqot agentliklari tadqiqot natijalari sifati va aniqligini oshirishga yordam beradigan tadqiqot dasturlari, ma'lumotlarni tahlil qilish vositalari va ishtirokchilarning katta qismini o'z ichiga olgan bir qator resurslardan foydalanish imkoniyatiga ega.

4. Iqtisodiy samaradorlik: tadqiqoti agentligini tayinlash tadqiqotni o'zida olib borishdan ko'ra tejamkorroq bo'lishi mumkin, chunki agentlik tadqiqotni tezroq va samarali yakunlash uchun o'zining mavjud resurslari va tajribasidan foydalanishi mumkin.

5. Mustaqillik: bozor tadqiqoti agentligini yollash orqali brendlar tadqiqot natijalari mustaqil va xolis bo'lishini ta'minlashi, tadqiqot natijalarining ishonchliligini oshirishi va manfaatdor tomonlar bilan ishonchni mustahkamlashga yordam berishi mumkin.

Etnoturizm madaniy turizmning ixtisoslashgan turi bo'lib, ushbu tadqiqot maqsadlari uchun tabiatdan ko'ra odamlarning asarlariga e'tibor qaratadigan va turistga mahalliy aholining turmush tarzi haqida tushuncha berishga harakat qiladigan har qanday ekskursiya sifatida belgilanadi. Etnoturizmning o'sish tendensiyalari turizm sohasidagi tendensiyalar bilan bog'liqligini tan olish muhimdir. Madaniy turizm turizm sohasining boshqa tarmoqlariga qaraganda tezroq rivojlandi. Biroq, bu optimistik tendensiyalar turizmning tashqi kuchlarning

tez ta'siriga uchragan o'ta nozik soha ekanligini anglash bilan erishilishi kerak. Inqiroz hodisalarining zamonaviy dinamikasi, ularning ko'lami, O'zbekiston iqtisodiyotini modernizatsiya qilish va qayta qurish imkoniyatlarining yo'qolishi, O'zbekiston hududlari va mintaqalari bo'ylab turmush darajasidagi tafovut tufayli kuchayishi mamlakat rivojlanishi uchun jiddiy muammodir. Yurtimizning aksariyat hududlari bir qator ijtimoiy-demografik, iqtisodiy, infratuzilmaviy, ma'muriy muammolarga duch kelmoqda, ular umuman mamlakatning barqaror rivojlanishini cheklovchi omillardir. Turizm iqtisodiyotning eng jadal rivojlanayotgan sohalaridan biridir. Turizmni rivojlantirish iqtisodiyotning turli sohalaridagi tashkilotlarni jalb qilishni va ular bilan uzoq muddatli hamkorlikni nazarda tutadi .

Etno-turizmni rivojlantirish O'zbekiston hududlarining madaniy merosi, urf-odatlar va an'alarini saqlab qolish va targ'ib qilishda muhim rol o'ynaydi. Biroq, bu yo'nalishning samaradorligini oshirishda mintaqaviy imkoniyatlar va cheklovlarni chuqur o'rganish zarur. Aynan shunday hollarda SWOT-tahlil muhim vosita bo'lib xizmat qiladi. SWOT-tahlilidan foydalanib hududning kuchli va zaif tomonlari, mavjud imkoniyatlar hamda ehtimoliy tahdidlar aniqlanishi maqsadga muvofiq. Bunda etnografik turizmni tashkil qilish va boshqarishda strategik qarorlar uchun asos bo'lib, resurslardan oqilona foydalanishga, mavjud muammolarni oldindan ko'rib chiqishga va ularni hal qilish mexanizmlarini ishlab chiqishga xizmat qiladi.

Mintaqada etno-turizmni tashkil qilishning SWOT-tahlili³⁰

KUCHLI TOMONLARI (Strengths)	ZAIF TOMONLARI (Weaknesses)
- g'oyaning dolzarbligi - etnografiya yangilangan tendensiya - ichki turizmni rivojlantirish - ekologik tozalik uchun standartlar - bozordagi past raqobat - maxsus bilimlarni talab qilmaydi - biznesni ro'yxatdan o'tkazish uchun hujjatlarning minimal to'plami, maxsus ruxsatnomalar va litsenziyalar kerak emas	- joylashuvga bog'liqlik - birinchi bosqichda muzeyning noma'lumligi - aloqa tajribasi yo'qligi sababli iste'molchilarga ishonchsizlik - tadbirkorning bu sohada tajribasi yo'q - mijozlar bazasini noldan shakllantirish zarurati - mavsumiylik - aloqa va reklama sifatiga ko'proq bog'liqlik - to'plam yaratish davomiyligi - vatanparvarlik - kichik va o'rta biznesni rivojlantirish uchun qulay huquqiy baza - yangilik tufayli iste'molchilar tomonidan qiziqish. - ijobiy brend imidjini shakllantirish va mustahkamlash.
IMKONIYATLAR (Opportunities)	XATARLAR (Threats)
- belgilangan joyning mashhurligi - tendentsiyalarning kombinatsiyasi - o'z-o'zini rivojlantirish va sayohat - turizmning yangi turini yaratish	- bozor imkoniyatlari cheklangan yangi raqobatchilarning paydo bo'lishi - aholi daromadlarining kamayishi - umumiy iqtisodiy vaziyatning yomonlashishi - global muammolar va fors-major holatlari (pandemiya va h.k.) - yuzaga kelishi mumkin bo'lgan jarimalar - savdo rejasini bajarmaslik - biznes muvaffaqiyatining eng muhim asosi potentsial tomoshabinlarni muzey faoliyati, sayyohlarning sharhlari, xabardorlik va uning imidji haqida xabardor qilish.

³⁰ Muallif ishlanmasi

Mazkur tahlildagi zaif tomonlarning aksariyatini bartaraf etish uchun hukumat idoralari tomonidan bir qator amaliy ishlar amalga oshirilmoqda. Masalan, mintaqada turistik tashkilotlarning o'ta kamligi, soha xodimlarining zamonaviy kasbiy-ekologik va turistik ta'lim, malaka darajasining pastligi ko'rsatilgan, ammo keyingi vaqtlarda sohada faoliyat yurituvchi xodimlarni Turizm sohasida kadrlar tayyorlash va malakasini oshirish respublika markazida o'qitish yo'lga qo'yilgan. Lekin, sohani yetuk mutaxassislar bilan ta'minlash maqsadida mintaqada joylashgan OO'Y larida turizm bakalavr ta'lim yo'nalishini ochish (tashkil etish) maqsadga muvofiq.

Shunday qilib, biz ushbu sohadagi ilmiy adabiyotlarni tahlil qilish natijasida aniqlangan tushunchalar bo'yicha tavsifiy va eksplyativ tadqiqotdan foydalandik. Bundan tashqari, ushbu yondashuv ba'zi madaniy va ijtimoiy jihatlarni hisobga olgan holda turizm kompaniyalari qo'llashi kerak bo'lgan eng yaxshi tajribalarni aniqlashga harakat qiladi.

Ushbu maqsadga erishish uchun biz quyidagi uchta tadqiqot savolini tuzdik:

- a) boshqaruv faoliyatining o'sishini (rivojini) kengroq ma'noda belgilovchi omillar qaysilar?
- b) boshqaruv faoliyati iqtisodiy ko'rsatkichlarning o'sishiga (rivojiga) ta'sir qilishi mumkinmi?
- c) aniqlangan omillar turizmدا boshqaruv faoliyatining rivojlanishiga mos keladimi?

Bizning tadqiqotimizda "samaradorlikni rivojlantirish omillari" va "ishlatilgan amaliyotlar" o'rtasidagi farqni aniqlash muhimdir. "Omil" deganda biz hodisa yoki jarayonni ishlab chiqarishga yordam beruvchi jarayon, hodisa yoki elementning ko'rinishini belgilovchi muhim shartni tushunamiz³¹, "ishlatilgan amaliyotlar" yoki "amaliy yechimlar" esa mos ravishda quyidagilarga asoslanadi. Bir qancha omillar va ularning o'zaro ta'siri. Iqtisodiy ko'rsatkichlarni (texnologik, tashkiliy va strategik darajada) rivojlantirish uchun boshqaruv faoliyatining turli

³¹ DEX, Dicionar Explicativ al Limbii Române, 2nd edition, Univers Enciclopedic, Bucharest, 1998

tomonlari o'rtasida mavjud bo'lgan o'zaro bog'liq munosabatlar tahlilining kompleks tizimini talab qiladi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 3-fevralida PF-5326-sonli "O'zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratish bo'yicha qo'yimcha tashkiliy chora-tadbirlar to'g'risida"gi Farmonining qabul qilinishi bilan qator davlatlarning fuqarolariga viza rejimining bekor qilinishi tufayli hududdagi turistik tashkilotlarga Orol dengiziga turistik marshrutlarni amalga oshirish uchun yo'tanlarni avtomobillarni olib kirishlariga qulay sharoitlarning yaratilishi sohani rivojlantirish uchun keng imkoniyatlar yaratgani holda, chet el sayyohlarining dastlabki oqimining oshishiga xizmat qilmoqda. Birgalikda iqtisodiy xizmatlar jadal rivojlanmoqda, AQSh va boshqa rivojlangan mamlakatlar bozorini egallab, rivojlanayotgan mamlakatlar bozorlariga ham ta'sir ko'rsatmoqda. Klaster yondashuvi ushbu o'zgarishning asosi sifatida qaraladi, ya'ni turistik mahsulotni ishlab chiqish, sotish bilan shug'ullanuvchi korxona va tashkilotlarni, shuningdek, tegishli biznesni yagona tizimga jamlash hisoblanadi. Dastur doirasida ko'pchilik istiqbolli hududlarda rekreatsion turizm klasterlarini tashkil etish rejalashtirilgan. Klasterlar zamonaviy va qulay mehmonxonalar, kempinglar, kafe va restoranlar, sport, dam olish va savdo markazlari, avtoturargohlar va boshqa infratuzilma ob'ektlarini qurishni nazarda tutadi. Asosiy moliyalashtirish investitsiya loyihalari raqobati asosida raqobatdosh investorlar tomonidan amalga oshirilishi kutilmoqda. Hududlarga infratuzilmani qurish uchun qisman subsidiya (qo'shma moliyalashtirish sxemasi) berilishi rejalashtirilmoqda. Hozirgi vaqtda turistik hududlarning ko'lami bo'yicha ierarxiyasi mavjud: turizm va rekreatsiya zonasi, turistik makroregion, turistik mezo-region, turistik mahalla, turistik ob'ekt. Dunyoning turli burchaklarida, turli mamlakatlarda potentsial turistik hududlar turizmni jalb qilish nuqtai nazaridan farqlanadi. Shunday qilib, mintaqaning diqqatga sazovor joylari bir qator omillarga bog'liq bo'lishi mumkin:

tabiat, madaniyat va tarix, jamiyat va iqtisodiyot, etnik konfessiya³² yoki diniy omillar.

Ma'lumotlar shuni ko'rsatadiki, turli darajadagi turistik hududlar va turizm-rekreatsiya majmualari o'rtasida chambarchas bog'liqlik mavjud. Sog'liqni saqlash va dam olish muassasalari, xizmat ko'rsatish muassasalari va ular bilan bog'liq ishlab chiqarishlarni (chakana savdo korxonalari va umumiy ovqatlanish ob'ektlari, ijtimoiy, madaniyat va sport muassasalari, diqqatga sazovor joylar, transport tarmog'i, suvenirlar ishlab chiqarish va boshqalar) o'z ichiga olgan kompleks muassasa tushuniladi. Shunday qilib, etnografik turizmning eng tipik xususiyatlari: o'zaro bog'liqliklarning kengligi, tarqoq tuzilma, kichik va o'rta biznesning ustunligi, turistik mahsulotning nomoddiy xususiyati va boshqalar turizmni rivojlantirish uchun klaster yondashuvini qo'llashni maqsadga muvofiq qiladi³³.

Hozirgi vaqtda O'zbekistonda etnografik turizm klasterlarini rivojlantirish tamoyillari hukumat tomonidan boshqarish tamoyillarini belgilab beriladi.

2.2. O'zbekistonda etnografik turizm resurlarining iqtisodiy samaradorlik tahlili

O'zbekistonda etnografik turizm resurslaridan foydalanish nafaqat madaniy merosni asrab avaylash, balki mamalakat iqtisodiyotini faollashtirish va mahalliy aholi daromadlarini oshirishga xizmat qiluvchi muhim omil sifatida tahlil qilinadi. Milliy hunarmandchilik, etnografik festivallar, tarixiy urf-odatlar va an'anaviy turmush tarzini namoyon etuvchi xizmatlar turizm mahsulotlariga iqtisodiy qiymat qo'shadi va ular asosida yaratilgan turistik yo'nalishlar mahalliy iqtisodiy infratuzilmaning bir qismi hisoblanadi. Etnografik resurslar asosida shakllantirilgan sayyohlik xizmatlari kulolchilik, zardo'zlik, yog'och o'ymakorligi, to'qimachilik, xalq qo'shiqlari, raqs va oshpazlik kabi yo'nalishlarda yuqori darajadagi iqtisodiy samaradorlikni ta'minlash imkonini beradi. Mazkur turdagi

³² Konfessiya tushunchasi ko'pincha diniy erkinlik, konfessional siyosat va davlatning din bilan aloqalari doirasida ishlatiladi. Ayrim davlatlarda konfessiyalar rasmiy tan olingan yoki maxsus maqomga ega bo'lishi mumkin.

³³ A.Y. Aleksandrova. Tourism clusters: contents, borders, mechanism of functioning. Contemp. Probl. of serv. and tour., 1, 51–61 (2007)

turizm faoliyatlarida katta infratuzilma sarmoyasi talab etilmaydi, ammo barqaror daromad manbai shakllantiradi. Bundan tashqari, etnografik turizm orqali xizmat ko'rsatish sohasida ko'plab yangi ish o'rinlari yaratiladi, ayniqsa ayollar va yoshlar bandligini ta'minlashda muhim rol o'ynaydi.

Masalan, Namangan, Buxoro, Xorazm, Farg'ona viloyatlarida etnoturizm asosida faoliyat yuritayotgan ustaxona va madaniy markazlar orqali yuzlab oilalar doimiy daromad manbaiga ega bo'lmoqda. Bundan tashqari, mahalliy mahsulotlarning eksportbop bo'lishi, xorijiy sayyohlarning turistik xarajatlarining oshishi ham iqtisodiy ko'rsatkichlarga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Etnografik turizmning yuqori iqtisodiy samaradorligini ta'minlovchi asosiy omillardan yana biri xizmatlar ko'rsatishning mavsumiy emasligi, ya'ni yil davomida tashkillashtiriladigan an'anaviy festival, ko'rgazma va madaniy tadbirlar orqali doimiy turistik oqim shakllanishi mumkin. Etnografik resurslardan foydalanish iqtisodiyotda diversifikatsiya, kichik tadbirkorlikni rag'batlantirish va ijtimoiy barqarorlikni ta'minlash vositasi sifatida ham namoyon bo'ladi. Mazkur resurslarni iqtisodiy nuqtai nazardan tizimli tahlil qilish orqali ulardan yanada samarali foydalanish, mahalliy brendlarni rivojlantirish va turizm orqali umumiy ichki mahsulotga qo'shilayotgan ulushni oshirish mumkin.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Turizm tarmog'ini jadal rivojlantirishga oid chora-tadbirlar to'g'risida"gi qaroriga muvofiq, 2019-2021-yillarda O'zbekiston Respublikasida mehmonxonalar qurishning maqsadli parametrlari, mehmonxonalar tashkil etish bo'yicha istiqbolli investitsiya loyihalari ro'yxati, zamonaviy axborot texnologiyalari tatbiq etiladigan madaniyat ob'ektlari va muassasalari ro'yxati tasdiqlandi. 2024 yil 1 yarim yillik davomida 427 ta turistik tashkilotlar faoliyati yo'lga qo'yildi. Bugungi kunda turistik tashkilotlar soni 3238 taga va gid-ekskursovodlar soni 2551 taga yetdi³⁴.

³⁴ O'zbekiston Respublikasi statistika prezident adminratsiyasi huzuridagi statistika agentligi ma'lumotlari

2.2.1-jadval

Asosiy ko'rsatkich nomi	o'lchov birligi	2016 yil	2017 yil	2018 yil	2019 yil	2020 yil	2021 yil	2022 yil	2023 yil	2024 yil 1-yarim yillik
Turoperatorlar	dona	484	749	1005	1481	1344	1467	1693	2175	2 444
Turagentlar	dona					2	16	145	550	794
Gid - ekskursovod	dona			574	773	816	2400	2309	2551	2551
JAMI	dona	484	749	1579	2254	2162	3883	4147	5276	5 789

Respublikamizda faoliyat olib borayotgan turizm sohasi subyektlari soni

2.2.1-jadvalda 2016-2024-yillar mobaynida O'zbekiston Respublikasida turizm sohasida faoliyat olib borayotgan korxonalar tahlil qilingan. Unda 2016-yilda turistik korxonalar soni 484 tani tashkil qilgan bo'lsa, 2024-yilga kelib 5789 taga yetgan. Tashrif buyuruvchi turistlar soniga kelsak, 2006-yilda 3200 turist kelgan bo'lsa, 2022-yilga kelib 350000 turist kelgan. Tahlillarga ko'ra, 2016-yildan boshlab turistlar oqimi oshganligini kuzatishimiz mumkin. Bunga eng muhim sabablardan biri mamlakatimizda ichki va tashqi turizmni rivojlantirishga qaratilayotgan e'tibor natijasidir.

2.2.2-jadval

Turistlarga xizmat ko'rsatuvchi subyektlar hududlar kesimida³⁵

№	Hudud nomi	jami	shundan		
			turoperator	turagentlar	gid -ekskursovod
1	Qoraqalpog'iston Respublikasi	120	60	6	54
2	Andijon	146	49	88	9
3	Buxoro	541	162	4	375
4	Jizzax	53	26	10	17
5	Navoiy	78	61	2	15
6	Namangan	119	103	3	13
7	Samarqand	1124	289	58	777
8	Sirdaryo	16		1	15
9	Surxondaryo	83	51	10	22
10	Farg'ona	193	114	36	43

³⁵ O'zbekiston Respublikasi statistika prezident adminratsiyasi huzuridagi statistika agentligi ma'lumotlari

11	Qashqadaryo	94	27	16	51
12	Xorazm	364	84	10	270
13	Toshkent v.	210	83	44	83
14	Toshkent sh.	2 648	1335	506	807
Respublika bo'yicha jami		5 789	2 444	794	2551

Shuningdek, 2019-yilda Qoraqalpog'iston Respublikasida kelgan turistlar soni 651400 ga oshishi sababini 2018-yilda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasiga xorijiy fuqoralarining kirishi tartibini optimallashtirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi № 2836-son qarorining qabul qilinishi bilan izohlash mumkin³⁶. Ushbu qaror doirasida elektron kirish vizalarining yagona ma'lumotlar bazasi, elektron kirish vizalarini rasmiylashtirish va berish tizimi "e-visa.uz" shakllantirildi, lekin 2020-yilda turistlarning tashrif buyurish dinamikasi COVID – 19 koronavirus pandemiyasi tufayli pasayganligini kuzatishimiz mumkin. 2022-yilda Qoraqalpog'iston Respublikasida turfirma va tashkilot-lar tomonidan 130 nafar, mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalari tomonidan esa 227.6 ming nafar turistlar qayd etilgan. 2016-yilda 1 ta kishiga to'g'ri keluvchi o'rtacha safar xarajatlari 93,9 ming so'mni tashkil qilgan va uning 19,4 foizini transport, 7,9 foizni ovqatlanish, 4,5 foizni yashash, 2,0 foizni sport va xordiq chiqarish va 64,9 foizni boshqa xarajatlar tashkil qilgan. Birlashgan Millatlar Tashkilotining 2030 yilgacha Barqaror rivojlanish kun tartibi madaniy qadriyatlar va merosni targ'ib qilish hamda barqaror rivojlanish uchun tinch va inklyuziv jamiyatlarni yaratishda turizmning kuchli progressiv rolini belgilaydi. Ushbu maqsadlarga erishish uchun ko'plab mamlakatlar sayohatni kengaytirish, jumladan, xalq urf-odatlar va hunarmandchiligi, turmush tarzi va an'analari, ushbu mamlakatlar hududida yashovchi mahalliy xalqlarning tarixi va ijodi bilan tanishishni targ'ib qilmoqdalar³⁷. Tadqiqotlarda muhokama qilinayotgan turizmning ushbu turining

³⁶ www.lex.uz

³⁷ . Jean Junying Lor, Shelly Kwa, John A. Donaldson. Making ethnic tourism good for the poor // Annals of Tourism Research. 2019. Vol. 76. Pp. 140–152

mohiyati turli atamalarda, xususan: etno, etnik, etno-madaniy, etno-ekologik, folklor-etnografik kabi tavsiflanadi.

Mahalliy turizmda “etnografik turizm” atamasi keng tarqalgan. Shu bilan birga, ko‘plab tadqiqotchilar uni madaniy-ma‘rifiy turizmning bir turi sifatida belgilaydilar, uning asosiy maqsadi etnografik obyektga tashrif buyurish, xalq, etnik guruh madaniyati, me‘morchiligi, turmush tarzi va an‘analari bilan tanishishdir. O‘zbekistonda etnografik turizm ulkan salohiyatga ega. Yurtimizning tarixiy va madaniy merosi va etnik madaniy xilma-xilligi etno-turizm resurslarini tashkil qiladi. O‘zbekiston madaniyati, Markaziy Osiyo xalqlarining ko‘p asrlik an‘analari va turmush tarzi bilan chambarchas bog‘liq boy tarixga ega. Buyuk Ipak yo‘lining chorrahasida joylashgan O‘zbekiston hududida ko‘plab me‘moriy yodgorliklar, qadimiy qal‘a va saroylar, sirli va noyob tabiat yodgorliklari va folklor elementlari joylashgan bo‘lib ularning aksariyati hozirda YuNESKOning Butunjahon merosi obyektlari tomonidan muhofaza qilinmoqda. Bugungi kunda YuNESKOning Butunjahon merosi obyektlari Reprezentativ ro‘yxatiga 4 ta me‘moriy majmua - Xivadagi Ichan qal‘a muzey-qo‘riqxonasi (1990), Buxoroning tarixiy markazi (1993), Samarqandning tarixiy markazi “Samarqand - madaniyatlar chorahasi” (2001), Shahrisabzning tarixiy markazi, shuningdek Ugam-Chotqol milliy bog‘i (2016) va 9 nomoddiy meros ob‘ektlari kiradi. O‘zbekiston mustaqillikka erishganidan buyon mamlakatda nafaqat yodgorliklarni tiklash ishlari orqali madaniy merosni saqlashga, balki milliy o‘ziga xoslikni mustahkamlashga va jahon madaniyatida tan olinishga ham katta e‘tibor qaratilmoqda³⁸.

Tarixiy shaharlar va aholi punktlariga 539 ta aholi punkti kiradi, ularda nafaqat alohida tarix va madaniyat yodgorliklari, balki shaharsozlik yodgorliklari, arxitektura ansambllari, tarixiy binolar namunalari va tarixiy landshaftlar saqlanib qolgan. O‘zbekiston mintaqalarida etnografik turizmni rivojlantirish ustuvorligi haqiqiy harakatlar va sezilarli natijalar bilan tasdiqlangan. Etnografik marshrutlarni shakllantirish, muzey qo‘riqxonalari, etnik-madaniy markazlar, etnoqishloqlarni

³⁸ <https://uzbekistan.travel/uz/madaniy-meros/>

rivojlantirish, tadbirlar o'tkazish va hokazo. Etnografik ob'ektlar va marshrutlar reyestrlari yaratildi, uslubiy, konsulting, axborot, tashkiliy ta'minot, xizmatlar ko'rsatish bilan shug'ullanuvchi tadbirkorlarga taqdim etiladi, etnografik turizm xizmatlarini ixtiyoriy sertifikatlash tartibi joriy etilgan va hokazo. Hududlardagi etnografik turizm loyihalari turli tematik mazmun va rivojlanish ko'lamiga ega. Biroq, etnografik turizm loyihalari samaradorligini mintaqalararo taqqoslash deyarli yo'q, bu ko'p jihatdan ularni baholash uchun uslubiy vositalar ishlab chiqilmaganligi bilan izohlanadi.

Etnoturizmni rivojlantirish respublikada etnografik yodgorliklar, real biznes-g'oyalar va loyihalar mavjudligi asosida hududlarni sertifikatlash, turizm infratuzilmasini, shu jumladan turar joyni rivojlantirishga e'tibor qaratgan holda investorlarni izlash kabi qator tarkibiy elementlarni o'z ichiga oladi. O'zbekiston mintaqalarida etnoturistik mahsulotlar marketingi ko'p shakllarga ega. Bular mahalliy marketingdan tortib, chakana agentlarni mahsulot haqida xabardor qilish, xalqaro sayohat ko'rgazmalarida qatnashishgacha. Asosiy marketing strategiyalarini quyida ko'rib chiqamiz. Mahalliy marketing mahalliy turoperatorlar va chakana savdo nuqtalarida amalga oshiriladigan marketingni o'z ichiga oladi. Milliy marketing mamlakatning markazdan uzoq hududlaridagi turoperatorlar va chakana savdo nuqtalaridagi marketing tadbirlarini o'z ichiga oladi. Bu, ayniqsa, sayyohlarni jalb qiladigan bir nechta mintaqalarga ega mamlakatlarda juda muhimdir. Xalqaro marketing xalqaro chakana sotuvchilarni mahsulot haqida xabardor qilishni o'z ichiga oladi va to'g'ridan-to'g'ri xalqaro marketing tadbirlarini o'z ichiga olishi mumkin, bu yerda asosiy mamlakatlardagi turizm agentlari xizmatlariga tashrif buyurish yoki xalqaro sayohat ko'rgazmalarida qatnashish mumkin. Elektron aloqaning o'sishi bilan veb-saytlar muhim xalqaro marketing vositasiga aylandi. Kichikroq kompaniyalar faqat qiymat zanjiridagi boshqa aloqalar uchun mas'ul bo'lgan subyekt tomonidan amalga oshiriladigan mahalliy marketingga tayanadi. Bu marketing, transport va yetkazib berish kabi qiymat zanjiridagi turli bo'g'inlarni nazorat qilib, bir nechta rollarni bajaradi. Biroq, kattaroq operatsiyalar uchun kompaniyada ushbu rolni bajarish

uchun maxsus marketing bo'yicha mutaxassis ishlaydi va bu shaxs bir nechta turli marketing vositalaridan foydalanadi. Eng yirik operatsiyalarda marketing butunlay ixtisoslashgan sayohat-marketing agentligiga topshirilishi mumkin.

Turistlar uchun etno-turizm mahsuloti joylashgan joyga jismoniy tashishni ham o'z ichiga oladi. Mintaqada ishlab chiqarish bilan shug'ullanadigan subyektlar yoki etno-turizm mahsulotidan foydalanadigan boshqa turoperatorlar vazifasiga kiradi. Turistik mahsulotlar hajmiga qarab, boshlanish va ishlab chiqarish uchun mas'ul bo'lgan turoperator ko'pincha mijozlarni saytga ro'yxatga olish bilan shug'ullanadi. Etno-turizm mahsuloti madaniy aspektni (boshlanishi, ishlab chiqarish va yetkazib berish) boshqaradigan mutaxassislar tomonidan ishlab chiqariladi, aylanma esa chakana sotuvchilar tomonidan amalga oshiriladi. Etno-ekskursiya mavjud haqiqiy qishloqda o'tkazilsa, odatda turoperator tomonidan tanlangan va o'qitilgan mahalliy aholi turlarni o'tkazadi. Ba'zi hollarda haqiqiy qishloq bo'ylab sayohat turoperatorning o'z xodimlari tomonidan amalga oshiriladi. Qayta qurilgan qishloqlarda mahsulot egasining xodimlari shug'ullanadi.

O'zbekiston mintaqalaridagi etno-turizm qiymat zanjirida turoperatorlar ustunlik qiladi. Qiymat zanjirining bir ishtirokchi tomonidan hukmronligi rivojlanayotgan sohaning o'ziga xos xususiyati hisoblanadi. Madaniy turizm yangi tushuncha bo'lmasa-da, qisqa vaqt ichida tez rivojlanishda davom etmoqda, shuning uchun rivojlanayotgan sohaning xususiyatlarini namoyish etadi. Sohada maksimal bandlikni yaratish uchun qiymat zanjirining har bir bo'g'inida ixtisoslashuv mavjud bo'lishi va shu bilan ko'proq ishtirokchilarni o'z ichiga olishi kerak. Etno-turizm sohasida ko'proq bandlik yaratish uchun turoperatorlarning rolini minimallashtirishga qaratilgan tadbirlarni amalga oshirish kerakligi taklif qilindi. Bu quyidagi muammolarga sabab bo'lishi mumkin:

- sohadagi ko'plab turoperatorlar allaqachon mahalliy hamjamiyatlarning imkoniyatlarini kengaytirish ustida ishlamoqda;

- mavjud turoperatorlar qimmatli resurslar yoki ko'nikmalarga ega bo'lgan yangi rivojlanayotgan tadbirkorlar bilan hamkorlik aloqalarini o'rnatishdan manfaatdor bo'lishi mumkin;

- mavjud turoperatorlar sifatning muhim mezonini belgilaydilar, bu esa paydo bo'lgan raqobatchilar tomonidan bajarilishi kerak;

- turoperatorlar sohada bilim va ko'nikmalarga ega bo'lgan tashkil etilgan tashkilot hisoblanadi. Sohaga tegishli ixtisoslashtirilgan ko'nikmalarni rivojlantirish va yangi kelganlarni joylashtirish uchun sohani takomillashtirish va rivojlantirishda ishlash uchun ideal tashkilotdir;

- tashkil etilgan turoperatorlar etnoturizmni marketingga katta miqdorda sarmoya kiritadi va shu orqali turizmning ushbu turidan xabardorlikni oshiradi;

- tashkil etilgan turoperatorlar hayotiy muhim, ammo kirish qiyin bo'lgan bozor bo'lgan xalqaro turizm sohani bilan mavjud aloqalarga ega;

- sohaning o'sishi bilan qiymat zanjirining yagona tarmog' tomonidan hukmronlik qilish hodisasi o'zgaradi. Shuning uchun Sohaning o'sishi qiymat zanjirida diversifikatsiya qilishning ustuvor yo'nalishi hisoblanadi;

Xulosa qilib aytganda, O'zbekistonda etnografik turizm resurslaridan foydalanish mamlakatning turizm salohiyatini rivojlantirishda iqtisodiy jihatdan yuqori samaradorlikka erishish mumkin bo'lgan istiqbolli yo'nalishlardan biridir. Milliy urf-odatlar, hunarmandchilik an'analari, tarixiy-madaniy meros obyektlari asosida shakllanayotgan etnoturizm nafaqat hududiy iqtisodiy faollikni kuchaytiradi, balki mahalliy aholining bandligini ta'minlab, ijtimoiy-iqtisodiy barqarorlikni mustahkamlashga ham xizmat qiladi. Etnografik resurslarni strategik boshqarish, ularni raqamlashtirish, innovatsion yondashuvlar orqali targ'ib qilish va xalqaro sayyohlik bozorida milliy brend sifatida ilgari surish iqtisodiy samaradorligini sezilarli darajada oshirish mumkin. Kelgusida davlat va xususiy sektor hamkorligi asosida etnografik turizmning iqtisodiy rolini yanada kuchaytirishi va milliy turizm sohasining raqobatbardoshligini oshirish va yalpi ichki mahsulotdagi ulushini kengaytirish maqsadga muvofiqdir.

2.3. O‘zbekiston turizm mintaqalarining etnografik resurslar salohiyatini baholash ko‘rsatkichlari tahlili

Etnoturistik mahsulotlar bozori deyarli har doim faqat milliylikka qiziquvchi turistlardan iborat. Iste‘molchi profilini xalqaro sayyohlar tashkil qiladi, chunki mahalliy va mintaqaviy turistlar madaniy turizmga juda kam qiziqish bildiradilar. Mazkur turizm turiga qiziquvchi sayyohlar odatda 35 yoshdan katta hisoblanadi. Bundan yoshroq, kam badavlat sayyohlarni jalb qiladigan haqiqiy qishloqlardagi uy-joylar bundan mustasno. Etno-turizm iste‘molchilarining faqat turistik profilidan mintaqadagi taniqli, qayta tiklangan madaniy qishloqlar obyekt bo‘lishi mumkin. Ushbu ob‘ekt mahalliy iste‘molchilarni o‘z ichiga olgan mijozlar bazasini kengaytirib, mahsulotlarni iqtisodiy jihatdan yanada samaraliroq qilishga muvaffaq bo‘lganligini aniqladi.

Etno-turizm tadqiqotlari orqali mahsulotning tijorat qiymatini oshirish va uning tovar qobiliyatini takomillashtirish ko‘zlangan. Hunarmandchilikda ishlab chiqarilgan buyumning bezak yoki estetik jihat ham mahsulotni jozibadorligiga ta‘sir qiladi. Ushbu jihatlari uch o‘lchovli (tadqiqotning shakli) yoki ikki o‘lchovli (chiziqlar, dizaynlar, ranglar) elementlardan iborat bo‘lishi mumkin, lekin faqat yoki asosan texnik yoki funksional jihatdan tadqiq qilinadi. Etno-turizm hunarmandchilik mahsulotlarining keng assortimentida qo‘llaniladi:

- texnik va tibbiy asboblardan soatlar, zargarlik buyumlari va boshqa hashamatli buyumlargacha;
- uy-ro‘zg‘or buyumlari va elektr jihozlaridan transport vositalari va arxitektura inshootlarigacha;
- to‘qimachilik dizaynlaridan tortib, dam olish uchun mo‘ljallangan mahsulotlari etnografik turizm mahsulotini tashkil qilishi mumkin.

Mamlakatda etnik mulkni himoya qilish huquqiga ega bo'lish uchun mahsulot namunalari asl yoki yangi bo'lishi va davlat idorasida ro'yxatdan o'tgan bo'lishi kerak (bu odatda patentlar va tovar belgilarini beruvchi bir xil idoradir). Turli mamlakatlarda "yangilik" nima ekanligiga turli xil ta'riflar, shuningdek, ro'yxatga olish jarayonining o'ziga xosligi mavjud. Umuman olganda, "yangi" bir xil yoki juda o'xshash dizayn ilgari mavjud bo'lmaganligini anglatadi. Dizayn ro'yxatdan o'tkazilgandan so'ng, ro'yxatga olish guvohnomasi beriladi. Shundan so'ng, himoya muddati odatda besh yilni tashkil etadi, keyingi yangilanish muddatlari ko'p hollarda 15 yilgacha bo'lishi mumkin. Biroq, ayrim mamlakatlar ro'yxatdan o'tmagan hunarmandchilik namunalarini himoya qilishni ham nazarda tutadi. Shunday qilib, an'anaviy hunarmandchilik printsiplari jihatdan Soha dizayni himoyasini oladi. Soha namunasi himoyalanganda, egasiga - dizaynni ro'yxatdan o'tkazgan shaxs yoki yuridik shaxsga uchinchi shaxslar tomonidan ruxsatsiz nusxa ko'chirish yoki taqlid qilishdan hunarmandning mutlaq huquqi kafolatlanadi. Bu investitsiyalarning adolatli qaytishini ta'minlashga yordam beradi. Samarali himoya tizimi, shuningdek, adolatli raqobat va halol savdo amaliyotini rag'batlantirish, ijodkorlikni rag'batlantirish va estetik jihatdan jozibali mahsulotlarni rag'batlantirish orqali iste'molchilar va umuman jamoatchilikka foyda keltiradi. Hunarmandchilik mahsulotlari dizaynlarini ishlab chiqish va himoya qilish nisbatan sodda va arzon bo'lishi mumkin. Ular sanoati rivojlanayotgan mamlakatlardagi kichik va o'rta korxonalar, shuningdek, individual rassomlar va hunarmandlar uchun qulaydir.

Ba'zi mamlakatlarda mahsulotlar namunalarining ayrim turlari ham san'at asari sifatida himoyalangan (san'at asarlari mualliflik huquqini himoya qilish ob'ektlari hisoblanadi). Ba'zi mamlakatlarda mazkur tarmoq namunasi va mualliflik huquqini himoya qilish o'rtasida o'xshashlik bo'lishi mumkin. Muayyan sharoitlarda dizayn adolatsiz raqobat to'g'risidagi qonun bilan ham himoyalaniishi mumkin. Soha namunalari bo'yicha asosiy xalqaro shartnomalar Soha mulkini himoya qilish bo'yicha 1883 yildagi Parij konvensiyasi va 1925 yildagi etno turizm namunalarining xalqaro depoziti to'g'risidagi Gaaga bitimidir. Bu ikkala

shartnoma ham WIPO tomonidan boshqariladi. Bundan tashqari, TRIPS kelishuvida mazkur yo‘nalish namunalari bo‘yicha ham qoidalar mavjud. Etnoturizm ixtisoslashgan turizmning tobora ommalashib borayotgan shaklidir. Dunyoda etnik guruhlarining xilma-xilligi va boshqa tabiiy meros ob‘ektlari tomonidan jalb qilingan asir tomoshabinlar mavjud. Bu sohani rivojlantirish uchun imkoniyatlar katta. Yurtimizda sayyohlar uchun qulayroq va jozibador mahsulotlar ishlab chiqish zarur. Etnoturizm tarmog‘i xilma-xil bo‘lib, bozorning barcha ixtisoslashtirilgan variantlarini hisobga olish kerak. Bularga quyidagilar kiradi:

- qishloq sayohatlari;
- qishloq turar joyi;
- boshqa ijodiy faoliyatning etnik namunalarini tasvirlash (raqs, musiqa, teatr/hikoya va boshqalar).

O‘zbekiston mintaqalari uchun madaniy turizm juda jozibador qiladigan bir qancha xususiyatlarga ega:

bu mahalliy bilim va qadriyatlarga bog‘liq va shuning uchun mahsulotni yetkazib berish uchun maxsus tayyorgarlikni talab qilmaydi;

mikro va kichik miqyosdagi etno-turizm operatsiyalari mavjud infratuzilmaga bog‘liq. Shunday qilib, ular ko‘pincha juda kam kapital qo‘yilmalarni talab qiladi, lekin tez daromad olish imkoniyatiga ega;

bandlik imkoniyatlarini ta‘minlaydi va ish o‘rinlarini yaratish xarajatlari boshqa tarmoqlarga qaraganda ancha past.

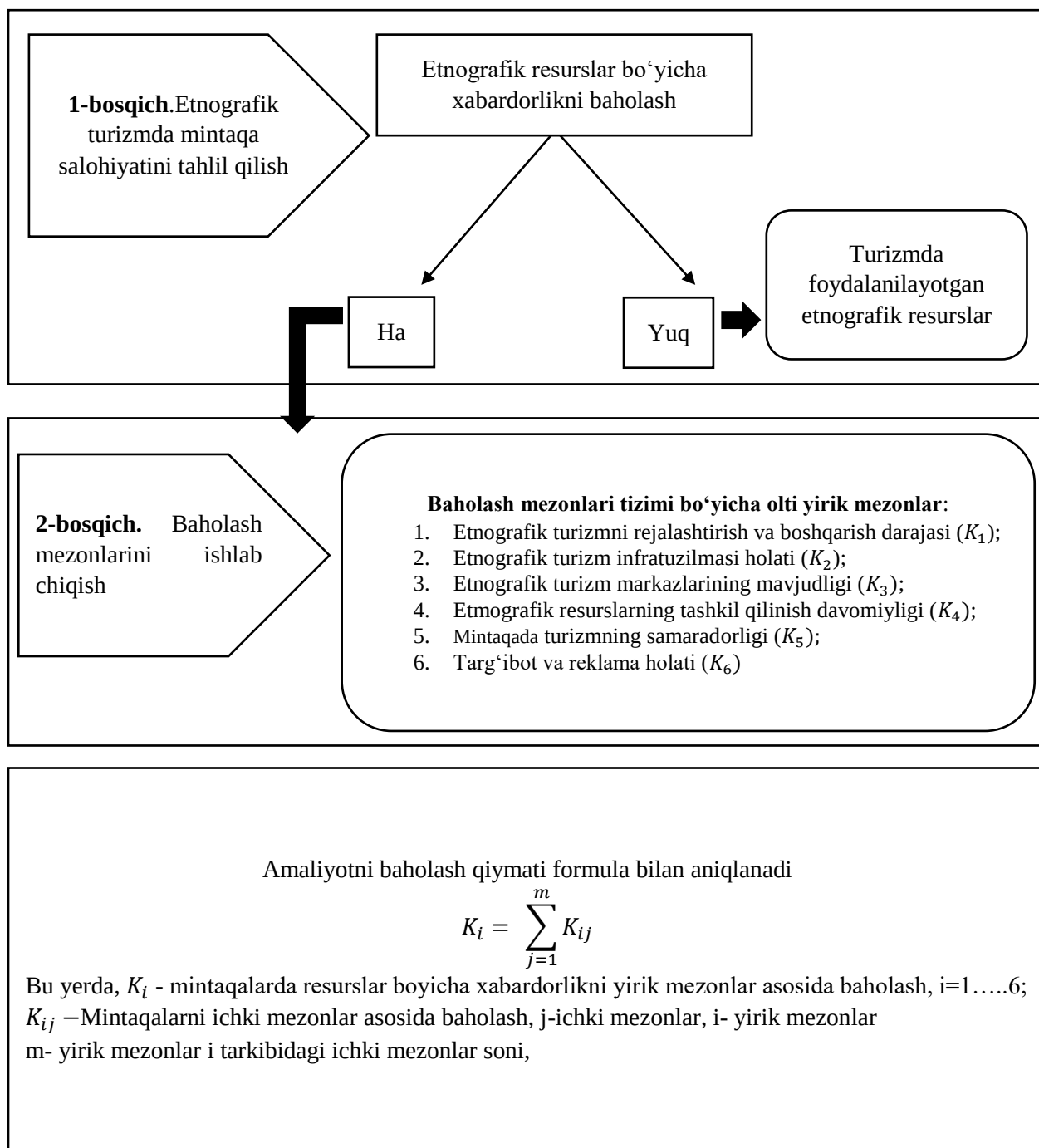
Etnoturizm - bu jamoat turizmi uchun juda mos bo‘lgan tarmoq bo‘lib, ko‘plab qashshoq jamoalar muhim turistik diqqatga sazovor joylarga yaqin joylashgan va o‘zlarining etnik merosi ko‘rinishidagi resursga ega. Ba‘zi treninglar, biznes ko‘nikmalari va marketing yordami bilan bu jamoalar o‘z a‘zolarini ish bilan ta‘minlash imkoniyatini berishi, shuningdek, butun jamiyat uchun daromad keltirishi mumkin. Etnoturizm nisbatan oson o‘rganiladigan ko‘nikmalarni va asosan tabiiy mavjud bo‘lgan resurslarni talab qiladi. Etno-turizm korxonalari ko‘pincha kichik hajmdagi va ba‘zan oilaviy biznesga asoslangan. Shuning uchun ob‘ektlar va infratuzilma ommaviy turizm uchun zarur bo‘lganlarga

qaraganda sodda va arzonroq. Bu xususiyatlar etno-turizmni moliyaviy resurslari cheklangan tadbirkorlar uchun ideal korxonaga aylantiradi;

Olimlar³⁹ tomonidan etnografik turizmni rivojlantirish loyihalarini boshqarishda mezonlar tizimi yaratildi. Unda sifat, xavfsizlik, infratuzilmani rivojlantirish, iqtisodiy samaradorlik va maqsadga muvofiqlik darajasini baholash imkonini beruvchi algoritmi taklif qildilar. Mazkur algoritmi asosida mintaqada etnografik resurslardan xabardorlikni baholashda foydalanildi. Etnografik turizm resurslarini baholash, tartiblash va aniqlash algoritmi amalda o'zini isbotlagan ierarxiyalarni tahlil qilish usuliga asoslanadi. Algoritmi uch bosqichni o'z ichiga oladi. Birinchi bosqichda mintaqaviy turizm resurslaridan xabardorlikni baholash tahlili (2.2.1-rasm, 1-bosqich) O'zbekistonning 13 ta hududidan 29 ta etnografik turizm resurslari misolida amalga oshirish mumkin.

Keyingi bosqichda har bir mintaqada birinchi navbatda mezonlar tizimiga muvofiqlik nuqtai nazaridan ko'rib chiqiladi, so'ngra mintaqada umumlashtirilgan mezonlar bo'yicha ball qo'yiladi (2.2.1-rasm, 2-bosqich). Mezonlar tizimi 6 ta kengaytirilgan mezonlar to'plamini (K1-K6) o'z ichiga oladi, ularning har biri uchun 32 ta ichki mezon taqsimlanadi, bu ma'lum bir loyihaning kengaytirilgan mezoniga muvofiqlik darajasini aniqroq baholash imkonini beradi (2.2.1-jadval).

³⁹ Бардаханова Т. Б., Еремко З. С., Максанова Л. Б.-Ж. Методический подход к оценке, ранжированию и выявлению лучших проектов в сфере экологического туризма // Региональная экономика: теория и практика. 2019. Т. 17, № 4(463). С. 789–800. Рожкова Н. В. Туризм. Изучение факторов его развития с помощью методов анализа иерархий и нечеткого логического вывода // Вестник Финансового университета. 2016. Т. 20, № 4(94). С.84–88



2.2.1-rasm - Mintaqaviy Etnografik resurslar bo'yicha xabardorlikni baholash va ilg'or tajribalarni aniqlash algoritmi⁴⁰

⁴⁰ “Максанова Л. Б.-Ж., Хандажапова Л. М., Еремко З. С., Ботоева Н. Б., Бадмаева А. С. Развитие этнографического туризма в России: анализ региональных проектов // Вест- Л. Б.-Ж. Максанова, Л. М. Хандажапова, З. С. Еремко, Н. Б. Ботоева, А. С. Бадмаева. Развитие этнографического туризма в России: анализ региональных проектов” manbasi asosida muallif tomonidan tayyorlandi

**Etnografik turizmni rivojlantirishda etnografik resurslardan
xabardorlikni baholash mezonlari tizimi⁴¹**

Yirik mezonlar nomlanishi	Ichki mezonlar
Etnografik turizmni rejalashtirish va boshqarish darajasi (K_1);	- amaliyotning etnografik turizmning o'ziga xos xususiyatlariga muvofiqligi (K_{11}); - amaliyot sub'ekti va hokimiyatning mintaqaviy shahar darajasidagi o'zaro ta'siri shakllari (K_{12}); - notijorat tashkilotlariga a'zolik (K_{13}); - jamoatchilik tomonidan ma'lumotga egalik (K_{14}); - amaliyot predmeti diqqatga sazovor joylarni tartibga solish vositalariga ega (K_{15}); - davlat/shahar dasturlari, grantlar, davlat qo'llab-quvvatlash dasturlari doirasida etnografik turizmni rivojlantirish bo'yicha amaliyot subyektining harakatlari (K_{16});
Etnografik turizm infratuzilmasi holati (K_2);	- etnografik turizm xizmatlarining mavjudligi (K_{21}); - nogironlar uchun qulaylik (K_{22}); - malaka oshirish kurslarini/kasbiy qayta tayyorlashni tamomlagan xodimlar ulushi (K_{23}); - akkreditatsiyadan o'tgan ekskursiya gidlari, gid-tarjimonlar (shaxslar) mavjudligi (K_{24}); - xodimlarni o'qitish uchun uslubiy va o'quv materiallari mavjudligi (K_{25}); - barcha guruhlar va toifadagi ishchilarni tayyorlash va malakasini oshirish asturlari/rejalarining mavjudligi (K_{26}); - marshrutlarni amalga oshirishda xavfsizlikni ta'minlash bo'yicha tasdiqlangan qoidalar / yo'riqnomalarning mavjudligi (K_{27}); - tibbiy yordam ko'rsatish imkoniyati (K_{28}); - qutqaruv xizmatlari bilan o'zaro hamkorlik (K_{29});
Etnografik turizm markazlarining mavjudligi (K_3);	- Joylashtirish vositalarining mavjudligi - Ovqatlanish xizmatlarining mavjudligi;

⁴¹ "Максанова Л. Б.-Ж., Хандажапова Л. М., Еремко З. С., Ботоева Н. Б., Бадмаева А. С. Развитие этнографического туризма в России: анализ региональных проектов // Вест- Л. Б.-Ж. Максанова, Л. М. Хандажапова, З. С. Еремко, Н. Б. Ботоева, А. С. Бадмаева. Развитие этнографического туризма в России: анализ региональных проектов" manbasi asosida muallif tomonidan tayyorlandi

Etnografik resurslarning tashkil qilinish davomiyligi (K_4);	- hunarmandchilik ustaxonalari (K_{41}); - an'anaviy hayotning elementlari (K_{42}); - muzey (K_{43}); - milliy markazlar (K_{44}); - otchilik fermasi (K_{45}); - kuzatuv maydonchalari (K_{46}); - suratga olish nuqtalari (K_{47}); - tashrif buyuruvchilar markazlari (K_{48}); - boshqa ob'ektlar (K_{49});
Mintaqada turizmning samaradorligi (K_5);	- rasmiy ro'yxatdan o'tgan tashrifchilar dinamikasi - etnografik turizm ob'ektidagi xodimlarning umumiy soni; - etnografik ob'ekt infratuzilmasining asosiy kapitaliga investitsiyalar; - turizm ulushi; - pullik xizmatlar hajmi;
Targ'ibot va reklama holati (K_6)	- etnografik turizm xizmatlarini axborot bilan ta'minlash (K_{61})

Tanlangan jamlangan mezonlar bo'yicha etnografik turizmning mintaqaviy amaliyotini baholash qiymatlari rasmda keltirilgan formula bo'yicha aniqlanadi.

1, II bosqich. i (K_{ij}) jamlangan mezonning j ichki mezonlari bo'yicha resurslardan xabardorlikni baholash qiymatlari ekspert usuli bilan aniqlanadi:

- tanlangan mezonni qondirish uchun barcha shartlar mavjud bo'lsa, ichki mezonga 1 ga teng maksimal ball beriladi. uchrashadi;

- qiymati 0,5 dan 0,7 gacha o'zgarishi mumkin bo'lgan o'rtacha ball, agar tanlangan mezonni qondirish uchun zarur bo'lgan shartlarning aksariyati bajarilgan bo'lsa, tegishli mezon bo'yicha (agar individual mezonlar uchun - mavjud bo'lsa) belgilanadi;

- agar yuqori ball olishning iloji bo'lmasa (tasdiqlovchi ma'lumotlarning yo'qligi, aniq yozishmalarni o'rnatishning imkoni yo'qligi sababli va boshqalar) minimal 0 ball qo'yiladi.

Har bir mintaqaning umumlashtirilgan mezonlar bo'yicha umumiy ballining qiymati guruh ichidagi mezonlar ballarining yig'indisi bilan belgilanadi.

K4 jamlangan mezon bo'yicha ballni aniqlashda har bir etnografik turizm infratuzilmasi ob'ekti uchun 0,1 ball qiymati qo'llaniladi.

2.2.1-jadval keltirilgan tadqiqot mezonlari bazasi turli xil ahamiyatga ega bo'lgan asosiy mezonlarni o'z ichiga oladi, bu ularning reytingini oldindan belgilab beradi va ekspertga mezonlarning muhimlik darajasini baholashga imkon beradigan reyting shkalasini shakllantiradi:

1 dan (bir xil ahamiyatga ega) –9 (mutlaq ustunlik). Mezonlarning ahamiyatini aniqlash uchun juftlashgan taqqoslash matritsalarini tuziladi, bunda har bir mezonga 1 dan 9 gacha bo'lgan raqam beriladi.

Mezonlarning vazni, ekspert baholashlari natijalari sifatida, berilgan jamlangan mezon bo'yicha bir loyiha boshqasidan necha marta foydaliroq ekanligini ko'rsatadi.

Hududlarning etnografik turizmni rivojlantirish bo'yicha ilg'or tajribalarini aniqlash uchun birinchi navbatda har bir jamlangan mezon bo'yicha xabardorlikning ahamiyati aniqlanadi. Ushbu bosqichda qaror qabul qilish jarayoni diagrammasi - bu qatorlar va ustunlar loyihalar nomlarini o'z ichiga olgan juft taqqoslash matritsalarini mutaxassis tomonidan satr bo'yicha to'ldirish tartibi. Matritsalar soni jamlangan mezonlar soniga teng.

Shunday qilib, har bir mintaqa uchun bir qator m juftlik taqqoslashlari (jamlangan mezonlar soni bo'yicha) o'tkazilgandan so'ng, to'ldirilgan qaror matritsasidan xabardirlikni baholash vektorlarini aniqlash mumkin, ular etnografik resurslarning foydaliligini baholashga aylantiriladi. Maksimal qiymatga ega bo'lgan resurslar taniqli deb hisoblanadi. 6 ta jamlangan mezonning vazni aniqlandi. Eng muhimlari: rejalashtirish va boshqarish darajasini tavsiflovchi mezon ($K_1 = 0,305$), amaliyotning sifat va xavfsizlik talablariga muvofiqligini tavsiflovchi mezon ($K_2 = 0,250$), etnografik turizm infratuzilmasini yaratish darajasini tavsiflovchi mezon ($K_4 = 0,194$), turistik infratuzilma ob'ektlarini yaratishni tavsiflovchi mezon ($K_3 = 0,138$), iqtisodiy ko'rsatkichlarni tavsiflovchi mezon ($K_5 = 0,083$), reklama va axborot bilan ta'minlash darajasini tavsiflovchi mezon ($K_6 = 0,020$). Tadqiqot shuni ko'rsatdiki, O'zbekiston hududlarida

etnografik turizmni tashkil etish alohida muhofaza etiladigan tabiiy hududlar direksiylari, turizm sohasi sub'ektlari, byudjet muassasalari, tijorat tashkilotlari, yakka tartibdagi tadbirkorlar, jismoniy shaxslar, jamoat tashkilotlari, shu jumladan mahalliy xalqlar tomonidan amalga oshiriladi. Shu bilan birga, tashkilotlarning 66,7 foizi madaniyat, ta'lim va boshqalar sohasidagi davlat yoki shahar byudjet muassasalariga tegishli; 20,3% - ishbilarmon doiralarga; 10,6 foizi davlat tarmog'iga, 2,4 foizi jismoniy shaxslarga tegishli. Ko'pgina etnografik ob'ektlarda muzey majmualari va etnik-madaniy markazlarning hududlari va ko'rgazmalariga tashrif buyurish qoidalari mavjud. Yog'och me'morchilik yodgorliklari uchun tashrif buyuruvchilarning maksimal soni bo'yicha cheklov bilan maxsus tashrif buyurish rejimi ta'minlanadi. Ekskursiya va tadbirlarni o'tkazishda xavfsizlik qoidalariga rioya qilishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Qishloq aholisi uchun daromad manbasi sifatida agroturizmni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash maqsadida tashkil etilgan YEEAM (Yevropa ekologiya va agroturizm markazi) deb nomlangan agroturizm va atrof-muhitni muhofaza qilishni qo'llab-quvvatlovchi tashkilotlarning butun tarmog'i hisoblanadi.

O'zbekiston hududlarining etnografik resurslari turizm rivojlanishining o'sish dinamikasiga bevosita ta'sir qiladi. Jadvalda keltirilgan prognozlar aynan ushbu madaniy boyliklar, an'anaviy urf-odatlar, xalq hunarmandchiligi va mahalliy turmush tarziga asoslangan turizm salohiyatidan kelib chiqib shakllantirilgan.

Quyidagi jadvalda 2023–2028 yillar oralig'ida mezonlar asosida turistlar soni va turizm daromadlari o'sishi bo'yicha prognoz ko'rsatkichlari ishlab chiqildi.

Quyidagicha hududlar bo'yicha taqsimlanishi mumkin:

Samarqand va Buxoro — xalq amaliy san'ati, qadimiy mahallalar, milliy liboslar va milliy bayramlar;

Xiva (Xorazm) — qadimiy arxitektura, urf-odatlar va folklor jamoalari;

Mazkur hududlarda sayyohlar sonining yuqori o'sishi prognoz qilinmoqda (12–14%).

2.3.3-jadval

O'zbekiston mintaqalari bo'yicha turizm faoliyatining 2023–2028 yillarga mo'ljallangan prognoz ko'rsatkichlari⁴²

Mintaqa	2023 (ming kishi)	2024	2025	2026	2027	2028	O'rtacha yillik o'sish (%)
Toshkent shahri	1 800	2 000	2 200	2 400	2 650	2 900	10–12%
Samarqand	1 200	1 400	1 600	1 850	2 100	2 400	12–14%
Buxoro	1 000	1 150	1 300	1 500	1 700	1 900	10–12%
Xorazm	700	820	950	1 100	1 250	1 400	11–13%
Qoraqalpog'iston	500	600	700	800	900	1 000	10%
Farg'ona vodiysi (Farg'ona, Andijon, Namangan)	900	1 050	1 200	1 350	1 500	1 700	11–12%
Qashqadaryo	400	480	560	650	740	850	10–11%
Surxondaryo	350	420	490	560	630	700	9–10%
Jizzax	300	370	440	510	580	650	10–11%
Sirdaryo	200	250	300	350	400	450	11–12%
Navoiy	250	300	350	400	450	500	9–10%

Farg'ona vodiysi (Farg'ona, Namangan, Andijon) – milliy hunarmandchilikning markazi, atlas-adras to'qish, kulolchilik (Rishton), do'ppido'zlik (Namangan), an'anaviy oshxona (mashhur Farg'ona palovi), mahalliy bayramlar (gul bayrami, ipak festivali);

Bu mintaqada turistik infratuzilma ham rivojlanmoqda, shuning uchun o'rtacha 11–12% o'sish kutilmoqda.

Qoraqalpog'iston Respublikasi noyob etnografik resurslariga, qoraqalpoq xalqining urf-odatlari, milliy raqs va musiqa an'analari, Amudaryo bo'yidagi qishloqlar hayoti va savdo-karvon yo'llari tarixi kiradi.

Shuning uchun prognoz qilingan o'sish 10% atrofida bo'lishi mumkin.

Qashqadaryo, Surxondaryo, Jizzax, Sirdaryo, Navoiy etnoturizm nisbatan rivojlanmagan, ammo, qishloq hayoti, milliy taomlar, qadimiy qadriyatlar,

⁴² 2-jadvaldagi mezonlar va Turizm qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan ishlab chiqildi

Surxondaryodagi Termiz va Budda davri yodgorliklari, Qashqadaryodagi qozoq, turkman etnik guruhlarining urf-odatlarini turistik mahsulot sifatida shakllanmoqda. Infratuzilmaning rivojlanishi bilan bu mintaqalarda ham bosqichma-bosqich o'sish (9–11%) kutilmoqda.

Hududlarning etnografik turizmni rivojlantirish bo'yicha ilg'or tajribalarini aniqlash uchun birinchi navbatda har bir jamlangan mezon bo'yicha xabardorlikning ahamiyati aniqlanadi. Ushbu bosqichda qaror qabul qilish jarayoni diagrammasi - bu qatorlar va ustunlar loyihalar nomlarini o'z ichiga olgan juft taqqoslash matritsalarini mutaxassis tomonidan satr bo'yicha to'ldirish tartibi. Matritsalar soni jamlangan mezonlar soniga teng.

Xalqaro amaliyot shuni ko'rsatadiki, ushbu turdagi kichik biznes turida turizmni yaxshilash qishloq aholisini ishlab chiqarish sohasidan xizmatlar sohasiga o'tkazish imkonini beradi. Asosiy vazifa iqtisodiy rivojlanishdan tashqari, bu yerda ijtimoiy va madaniy maqsadlarni ham o'z ichiga olgan hududlarni rivojlantirishga turtki berishdir. Avvalo:

1. Mahalliy aholining chiqib ketishini to'xtatish;
2. Salbiy voqealar xavfini kamaytirish;
3. Madaniy merosni, an'analar, hunarmandchilikni qayta tiklash.

Aksincha, qishloq joylarda yashash darajasi yuqori bo'lgan qulayliklarga ega bo'lgan to'lqinning 1 va 2-davlatlarida qishloq xo'jaligi turizmi asosan qishloq xo'jaligi kompleksining turar-joy, oziq-ovqat, shuningdek, qishloqda resurslardan qo'shimcha foydalanish manbalariga asoslangan. Shunga ko'ra, Yevropada etnografik turizmning asosiy tushunchasi qishloq joylarida kichik oilaviy biznes turi sifatida agroturizmni rivojlantirishga asoslangan.

Ikkinchi bob bo'yicha xulosalar

Etnografik turizm rivojlangan barcha hududiy tajribalarda, birinchi navbatda, etnografiyani taqdim etuvchi markaz muzeylarda ishchi-xodimlarni tayyorlash va malakasini oshirish rejalari ishlab chiqish va bu bo'yicha uslubiy va o'quv materiallari tayyorlash, fan va ta'lim muassasalari bilan hamkorlik yo'lga qo'yish kabi yo'nalishlarni taklif qilish mumkin. Xalqaro tajribalar mahalliy aholini

etnografik turizmni rivojlantirishga jalb etish bilan tavsiflanadi; mahalliy aholi orasidan mutaxassislar va gidlarni jalb qilish, tayyorlash; mahalliy hunarmandchilikni rivojlantirish va suvenirlar ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish. Ijobiy omil - turistik xizmatlar va marshrutlarni ixtiyoriy ravishda sertifikatlovchi turoperatorlarning ijtimoiy mas'uliyatini shakllantirish. Hududiy etnografik turizm loyihalarini ko'paytirish, yuqori sifatli va xavfsiz etnografik sayohatlar tashkil etilganligining tasdig'i va ularni ilgari surish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqish lozim. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, mintaqaviy etnografik turizm resurslarini qanchalik ko'p targ'ibot qilinganligini baholashda ko'p bosqichli mezonlar tizimiga asoslangan uslubiy yondashuv yo'nalishlarini tahlil qilish, turli mezonlar bo'yicha taqqoslash va eng yaxshilarini aniqlash imkonini beradi. Mintaqalar tomonidan etnoturizmni rivojlantirish bo'yicha to'plangan tajriba ham mintaqaviy o'ziga xoslikdan, ham etnik-madaniy salohiyatni ro'yobga chiqaradigan loyihalarini ishlab chiqishga umumiy yondashuvlardan dalolat beradi. Ushbu tajriba etnografik turizmning barqaror rivojlanishi uchun asos yaratishga intilayotgan hududlar uchun qiziqarli va foydali bo'lishi mumkin. Turizm sohasini barqaror rivojlanish standartlari sari rag'batlantirishda etnografik turizmning roli va hissasini oshirish ilg'or tajribalarni umumlashtirish va etnografik turizm loyihalarini amalga oshirishni boshqarish sifatini oshirish maqsadida bunday amaliy tadqiqotlarni chuqurlashtirish zarurligini belgilaydi..

3-BOB. MAMLAKATDA TURIZM SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA ETNOGRAFIK RESURLARDAN FOYDALANISHNING STRATEGIK YO‘NALISHLARINI TAKOMILLASHTIRISH ISTIQBOLLARI

3.1. Turizm samaradorligini oshirishda etnografik resurslardan foydalanish strategiyalarini baholash

XXI asrda turistik dam olishni tashkil etishni modernizatsiya qilish va yangi shakllarini yaratish qobiliyatiga ega bo‘lgan turizm jahon ijtimoiy-madaniy meros rivojlanishining o‘ziga xos hodisasi sifatida, sayohatning ommaviy turi, turmush tarzi, iqtisodiyotning dinamik sohasi bo‘lmish etnografik turizm resurslaridan yangi mahsulot yaratish va realizatsiya qilish dolzarb bo‘lib qolmoqda. Murakkab ko‘p bosqichli hodisa sifatida turizm ijtimoiy amaliyotning turli jihatlari va munosabatlarida o‘rganilgan, dam olish sohasi, iste‘mol shakli, iqtisodiyot sohasi, ijtimoiy va madaniy hodisa sifatida qaralgan. Alohida hududlar va etnik guruhlarning tabiiy va madaniy merosini saqlash kabi say-harakatlar rejasi O‘zbekiston Respublikasining hududiy turizm mintaqalari bir-biri bilan o‘zaro munosabatda bo‘lgan turli etnik guruhlarini o‘z ichiga oladi. O‘rta Osiyo xalqining o‘ziga xosligi xalq og‘zaki ijodi va afsonalarida o‘z ifodasini topgan mashhur an‘analari, dunyoqarashi inson va tabiatning birligi yangi etno-mahsulotlarni tashkil qilish va bozor tomon harakatini boshqarish strategiyalarni o‘rganish va yaratishni taqozo qiladi. Bu ekotizimlarni barqaror rivojlantirish, tabiatni asrash, o‘ziga xos madaniyatlarni saqlash va etnik-madaniy turizmni yanada kengaytirishga xizmat qilmoqda. Etnik-madaniy turizm zamonaviy madaniyat hodisasi sifatida uning madaniy mohiyatini, funksional xususiyatlari va tipologik xususiyatlarini ilmiy tushunishni, tahlil qilishni talab qiladi. Dunyoda etnik-madaniy turizmning roli va ahamiyati doimiy ravishda o‘sib bormoqda va uning rivojlanish jadalligi ko‘p jihatdan mamlakatlar, mintaqalar va ularni xalqlarining madaniy va tabiiy salohiyatining qadr-qimmatini tan olish bilan belgilanadi, bu nafaqat jozibador bo‘lib qoladi. madaniy nuqtai nazardan, balki ijtimoiy va iqtisodiy rivojlanish va tadbirkorlik nuqtai nazaridan ham. Ushbu tadqiqot, bir tomondan, etnik-madaniy turizmning tobora ortib borayotgan ahamiyatini, resurs sifatida mintaq va butun

mamlakat iqtisodiyoti, madaniyatini rivojlantirishdagi rolini belgilaydi. Tadqiqotda ko‘rib chiqilayotgan muammoning ko‘p tarmoqli xususiyatini hisobga olgan holda, biz keng qamrovli manba materiallardan, integrativ tadqiqotga madaniy yondashuvdan, gumanitar fanlardan metodlardan foydalandik:

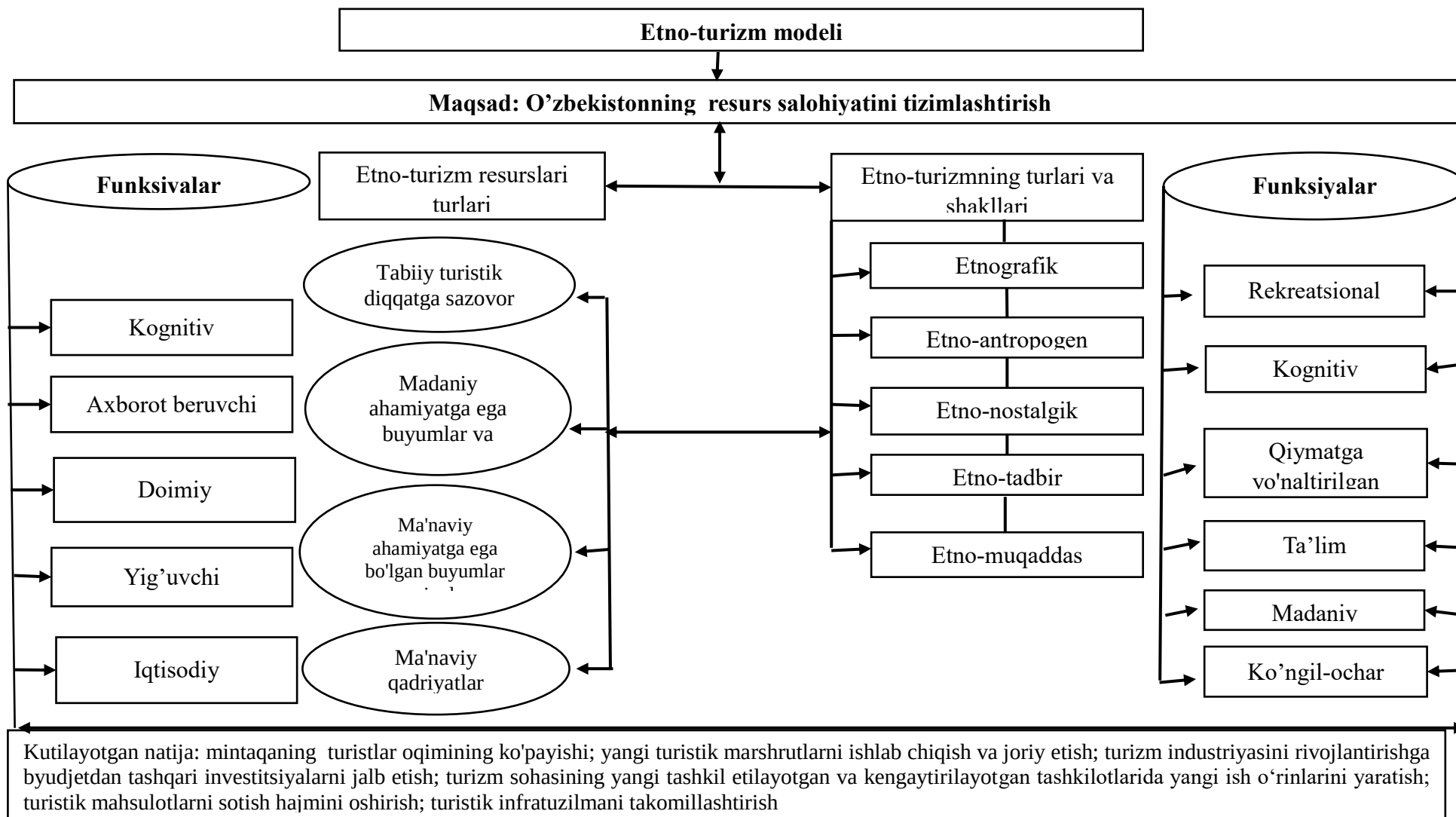
tarixiy, bu mintaqalar xalqlar va xalqlarning madaniy va tabiiy qadriyatlari qanday shakllanganligini tushunishga imkon beradi;

ularning rivojlanishining o‘ziga xos xususiyatlari turizmning qadim zamonlardan hozirgi kungacha rivojlanishini ko‘rib chiqish;

xalqaro, turkiy va mintaqaviy etnik-madaniy turizmning rivojlanishidagi farqlarni aniqlash uchun qiyosiy-tarixiy tahlil usulidan foydalanildi.

Madaniy resurslarni turizm xizmatlarida taqdim qiluvchilar ijtimoiy, qimmatli inshootlar va mos yozuvlar nuqtalarini aniqlashni ta’minladi. Etnik-madaniy turizmning kichik turlarini ko‘rib chiqish va mintaqadagi etnik-madaniy turizmning yangi turlarini tasniflash uchun qo‘llaniladi⁴³. Globallashtirilayotgan dunyoda turistlarning ko‘pchiligi yakka tartibda sayohat qilishni, haqiqiy qishloqlarni ko‘rishni, qishloq aholisi hayoti bilan tanishish qiziqish uyg‘otadi. Shu sababli ham Qoraqalpog‘iston Respublikasida va viloyatlarida etnografik hamda agroturizmni rivojlantirish markazlarini yaratishning tashkiliy iqtisodiy mexanizmlarini yaratish juda dolzarb masala hisoblanadi.(3.1.1-rasm)

⁴³ Fedorova, S., Fedorova, G., Konopleva, N. /Vol. 9 Núm. 25: 71 - 76/ enero 2020



3.1.1-rasm. O'zbekiston mintaqalarida Etno-turizmni tashkil qilish modeli⁴⁴

⁴⁴ Muallif ishlanmasi

Model etnik-madaniy turizmning vazifalari, turlari va mazmunini ochib beradi. Mintaqaviy hududning etnik-madaniy salohiyatini tavsiflaydi, undan turistik marshrutlar ishlab chiqilishi mumkin. Globallashtirish sharoitida etnik-madaniy turizm yangi funksiyalarga ega bo'lmoqda. U nafaqat turizm faoliyatining bir turi, balki integratsiyalashgan dunyoda xalqlarning madaniyatlararo muloqotini boshqarishning muhim mexanizmi sifatida ham qaraladi. Etnografik turizm turli darajadagi turli ijtimoiy guruhlar o'rtasidagi ijtimoiy sheriklik tamoyillarini amalga oshirishning samarali usulidir. Etnik-madaniy turizm ob'ektiv ravishda mintaqaning tabiiy merosi, madaniy merosi va an'analarini saqlash va ulardan foydalanishga asoslanadi. Shu sababli etnik-madaniy turizm hududning noyob madaniy resurslariga asoslanadi. Etnik-madaniy turizm madaniy merosni saqlash, madaniyat va tabiatdan oqilona foydalanishga faol hissa qo'shadi. Har bir mintaqaga o'ziga xos madaniy va tabiiy meros obyektlariga ega. Etnik-madaniy turizm ushbu ulkan madaniy boylikdan mahalliy aholi va sayyohlarning o'zaro manfaati yo'lida foydalanish maqsadlarida tashkil etiladi. Etnomadaniy turizm mintaqaning o'ziga xosligini ochib beradi va mintaqaning tabiiy va madaniy merosiga oqilona munosabat tizimini yaratadi. U alohida xalq madaniyatining chuqur ma'nosi va mazmunini tushunishga yordam beradi. Etnik-madaniy turizmning mohiyati tushunishda uning asosiy vazifalarini belgilash muhim o'rin tutadi. Turizmning funksiyalari va turlarini tasniflash maqsadli milliy madaniyat elementlaridan foydalangan holda dasturlar asosida mintaqaviy rivojlanish uchun asos bo'lib xizmat qiladi. Ular, shuningdek, mamlakatning turli hududlari uchun tabaqalashtirilgan tarmoq iqtisodiy standartlari, hududlarni har tomonlama rivojlantirish, ekotizimlarni himoya qilish, an'anaviy faoliyatni (ovchilik, baliqchilik va hunarmandchilik kabi) rag'batlantirish va muammolarni hal qilish uchun asos bo'lib xizmat qiladi.

Etnik-madaniy turizmning vazifalari mazmuni va maqsadi bo'yicha rekreatsion, madaniy-ma'rifiy ishlarning muhim xususiyatlarining namoyon bo'lishidir. Bu funksiyalarni quyidagi guruhlariga bo'lish mumkin:

- dam olish;

- kognitiv;
- ta'lim;
- qadriyatlarga yo'naltirilgan;
- madaniy;
- ko'ngilochar.

Dam olish funksiyasi insoniyatning umri davomida yo'qolgan kuchini, inson salomatligini tiklashga, psixologik muvozanatga erishishga yordam beradi.

Kognitiv funksiya ma'lumotni o'zlashtirishga, tabiiy va madaniy meros shakllari haqida yangi bilimlarni olishga yordam beradi.

Qiymatga yo'naltirilgan funksiya etnik guruh madaniyatida hukmron bo'lgan munosabatlar, an'analar va urf-odatlar asosida o'z qadriyatlarni yaratishga yo'naltiradi.

Ta'lim funksiyasi etnik madaniyat qadriyatlari, an'analari va urf-odatlarini idrok etish kontekstida yosh avlodning ijtimoiylashuvi va moslashishiga yordam beradi.

Madaniy funksiya xalqning tarixiy madaniy yutuqlaridan foydalanish orqali etnik guruh shaxslarining ma'naviy-axloqiy xususiyatlari va ijodiy qobiliyatlarini shakllantirishni belgilaydi.

Ko'ngilochar funksiya turistlarni davra majmualari va muzeylarda tashkil etiladigan ko'plab tadbirlarga jalb etishga qaratilgan. Turistlarning tegishli ehtiyojlarini qondirish va tadbirlarga yangi texnologiyalarni kiritish muhimligini ta'minlaydi.

Madaniy turizmning quyidagi kichik turlarini o'rganadi va aniqlaydi⁴⁵: Masalan, madaniy-tarixiy, madaniy, hodisa, madaniy-diniy, madaniy, arxeologik, etnografik, etnik-madaniy, madaniy-antropologik, madaniy va ekologik. Etno-turizm insoniyat turmush tarzini o'rganish, o'z xalqi yoki ajdodlari madaniyati bilan tanishish istagi bilan bog'liq sayohatlarni tashkil etish sifatida tasniflanadi. Buni o'z ajdodlari, qarindoshlari yoki oila a'zolarining sobiq yashash joylariga yoki uy hududiga tashrif buyurish istagi bilan bog'liq sayohatlar sifatida tasniflash

⁴⁵ Birzhakov, M. B. (2004). Vvedenie v tourism [Introduction to tourism]. Saint-P.: "Gerda" publ.

mumkin. Etnik-madaniy turizm toifasiga kiruvchi ekologik va etnografik sayohatni tasniflashning asosi ichki turizm sohasida ekologik sayohatni idrok etish modeli hisoblanadi. Bu O'zbekistondagi alohida muhofaza qilinadigan tabiiy hududlar ishining yangi yo'nalishi hisoblanadi. Turizmning bu turi tabiiy muhitga va odamlarning yashash muhitiga minimal zarar yetkazadigan tabiatga yo'naltirilgan turizmni anglatadi. Turizmning bu turi sayyohlar va yosh avlodlarda ekologik ta'lim va ekologik ongni rivojlantirishga qaratilgan. Bundan tashqari, inson va tabiat o'rtasida tabiiy resurslarni qazib olish bo'yicha teng sheriklikni yaratish turizmning ushbu turi uchun juda muhimdir.

Ekologik-etnografik turizm turli etnik guruhlarining an'anaviy vataniga ekologik sayohatlar bilan belgilanadi (Butuzov, 2013). Ekologik-etnografik sayohatni etnomadaniy turizm toifasiga ajratish uchun ichki turizm sohasida o'rnatilgan ekologik sayohatni idrok etish modeli asos bo'lib xizmat qiladi. An'anaviy milliy me'morchilik yodgorliklari, ziyoratgohlar, turli qabrlar (noyob qabr toshlari), aholi punktlari va an'anaviy turar-joylari, xalq amaliy san'ati, an'anaviy etnografik muzeylar etnik-madaniy turizmning kichik mavzularining manbai bo'lishi mumkin. Etno-antropogen turizm ya'ni ma'lum bir madaniy guruhning turmush tarziga qo'shilish istagi tufayli sayohatni anglatadi shu jumladandir. (Butuzov, 2013).

Tadbirlar turizmi madaniyat, sport, fan va biznesdagi har qanday hodisalar bilan bog'liq sayohatlarni o'z ichiga oladi. O'zbekiston ko'plab sport musobaqalariga mezbonlik qiladi. Samarqand viloyatda ichki turizmni rivojlantirishga qaratilgan turli forum va ilmiy seminarlar ham o'tkazilmoqda. Xalqlarning noyob ma'naviy, tarixiy va madaniy merosi va asl shaklida saqlanib qolgan tabiat yodgorliklari bilan tanishishni o'z ichiga olgan ziyorat turizm ham etno-turizm maqsadlariga yaqin turizm turi hisoblanadi. Mintaqalarda xalqlarda g'ayritabiiy xususiyatlarga ega bo'lgan tog'lar, daraxtlar, dalalar va ko'llar kabi tabiiy obyektlar mavjud. Bular muqaddas joylar sanaladi. Yuqoridagilardan kelib chiqib quyidagilarni amalga oshirish zarur deb hisoblaymiz:

1. Qoraqalpog‘iston Respublika va viloyatlarda etno-turizmni rivojlantirish maqsadida qishloq joylarda mehmon uylarini tashkil qilish uchun qishloq aholisini qo‘llab quvvatlash;

a) qishloq joylarda milliy urf-odatlarni ommalashtirish, qishloqlarning ekzotik joylarini pasportlashtirish (Gujum teraklar, hovuzlar, tutzorlar, jiydazorlar, ustaxonalar, milliy usubda kashtachilik bilan shug‘ullanuvchi onaxonlar yashaydigan uylar, yaylovlar) va h.k.larni turistik marshrutlarga qo‘shish imkoniyatlarini baholash

b) milliy urf-odatlar asosida yashovchi, ko‘p farzandli-nevarali oilalarni turmush sharoitini yaxshilash hamda yashash sharoitini turistlarga tanishtirish maqsadida ularga subsidiyalar va imtiyozli kreditlar ajratish

c) tumanlarda qishloq xojaligi klasterlaridan yuqoridagi maqsadda foydalanishga jalb qilish. (Qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini etishtirilishi va qayta ishlanishi jarayonini ko‘rsatishni turistik marshrutlarga qo‘shish)

2. Turistlarga bir kundan ortiq xizmat qilishni yo‘lga qo‘yish maqsadida aholi yashash tarzini o‘zida namoyon qiluvchi turistik marshrutlarni ishlab chiqish

a) aholi orasida turizmga qiziquvchilarni mehmon uylarini tashkil qilishga yordam berish (ularga seminarlar tashkil qilish)

b) turistlarga xizmat qiluvchi uylarni birinchi darajali xizmatlarni ko‘rsatish uchun shart sharoitlarini yaxshilash (ularga imtiyozli kreditlar, subsidiyalar ajratish)

3. turistlar ko‘p tashrif buyuruvchi turistik obyektlarda infratuzilmani yaxshilash. Birinchi bosqichda shahar va tuman markazlaridan 20 km radius uzoqlikda joylashgan turistik obektlar va ularga eltuvchi infratuzilmani yaxshilash hamda yo‘l bo‘yida xizmat ko‘rsatish infratuzilmalarini DXSH asosida tashkil qilish

4. Etnografik markazlar hududida milliy urf-odatlarni saqlab kelayotgan, yashash tarzida chorvachilik, baliqchilik, ovchilik bilan shug‘ullanuvchi uylarni agroturizmni rivojlantirishga jalb qilish.

a) aholi orasida turizmga qiziquvchilarni mehmon uylarini tashkil qilishga yordam berish (ularga seminarlar tashkil qilish)

b) turistlarga xizmat qiluvchi uylarni birinchi darajali xizmatlarni ko'rsatish uchun shart sharoitlarini yaxshilash (ularga imtiyozli kreditlar, subsidiyalar ajratish).

Turoperatorlar o'z mahsulotlarida foyda keltirmasligini anglagan holda turli qishloqlarga sayohatlar uyushtirgan ko'plab holatlar mavjud. Shu bilan bir qatorda, ba'zi operatorlar qishloqdagi bir kishiga butun qishloqni emas, balki turga yordam bergani uchun kompensatsiya to'laydi. Bu yerdagi haqiqiy tahdid shundan iboratki, qishloq aholisi kelajakda o'zlariga foyda keltirishi mumkin bo'lgan har qanday sayyohlik tashabbusiga qarshilik ko'rsatishi mumkin

3.2. O'zbekistonda turizm samaradorligini oshirishda etnografik turizmdan foydalanish strategiyasini ishlab chiqish

Etno-turizm sohasidagi daromad qiymat zanjiridagi mamlakatlarning ko'pchiligida turizm mavsumiy bo'lib, daromadning o'zgarishi bilan biznesda eng yuqori cho'qqilarga va pastlikka olib keladi. Qiymat zanjiridagi ba'zi bozor ishtirokchilari mavsum bo'lmagan paytda ularga yordam beradigan boshqa daromad manbalariga ega bo'lishi mumkin. Turoperatorlar turli xil mavzudagi mahsulotlarni taklif qilishlari mumkin. Nomavsumiylik ularning barcha mahsulotlariga ta'sir qilsa-da, daromad keyingi eng yuqori mavsumga qadar o'z bizneslarini saqlab qolishlari uchun yetarli bo'ladi. Turoperatorlar foyda olsada, xodimlarning sohaning muammolariga uchraydi. Uning daromad keltiruvchi xususiyati, shuningdek, ba'zi gidlarning faqat etno-turizm sohasida ishlashiga to'sqinlik qiladi. Bunda subyektlarning ko'pchiligi, ayniqsa mahalliy qishloq aholisi, xavfni minimallashtirish uchun boshqa daromad yoki yashash manbasini saqlab qolishadi .

Etnoturizmning eng katta afzalliklaridan biri uning daromad keltirish qobiliyatidir. E'tiborlisi, bu daromadning katta qismi qimmatli xorijiy valyutadir.

Subyektlar bevosita etno-turizm orqali oladigan daromadlaridan tashqari, tashkil etilgan turlar ko'pincha jamoat loyihalari uchun xayriyalarni jalb qiladi. Etnoturizm tarmog'i kichik turizm mintaqalarning rivojlanishiga yordam beradi. Kichikroq miqyosdagi haqiqiy etno-turizm uchun mahsulot allaqachon mavjud bo'lgan haqiqiy ishlaydigan mahalliy uy yoki qishloqda mahalliy madaniyatni namoyish qilishni o'z ichiga oladi. Shu sababli, qiymat zanjiridagi asosiy yetkazib berish bo'g'ini uchun ko'nikmalar o'ziga xosdir va investitsiya talablari minimaldir. Bu xususiyat kichik tadbirkorlarga kirish imkonini beradi. Etnoturizm loyihalari mahalliy jamiyatga asoslangan komponentga ega va shuning uchun kengroq foyda keltirishi mumkin. Mahalliy aholi tomonidan va ular uchun olinadigan daromadlarni boshqarish jamoat organlarini yaratishni talab qiladi, ular butun jamoaning xohish-istaklarini ifodalashi kerak. Etno-turizm mahsulotini rivojlantirish va jamiyat foydalarini boshqarish jamiyatning birdamligini rivojlantirishi mumkin bo'lgan markazlardir. Etno-turizm qiymat zanjiridagi ko'pgina bo'g'inlar an'anaviy iqtisodiy faoliyat bo'lib, bularga marketing, sotish va ishlab chiqarish kiradi. Biroq, mahsulotni yetkazib berish maishiy va madaniy xususiyatlarni ko'rsatish va tushuntirishni o'z ichiga oladi va bu sohaning tez sur'atlar bilan o'sishi kuzatilmoqda. Etnoturizm tarmog'i hunarmandchilik, raqs, musiqa va teatr kabi ikkilamchi daromad keltiruvchi faoliyat turlarini rivojlantirish uchun zamin yaratadi. Shuningdek, sohaga xizmat ko'rsatuvchi tarmoqlarda ish o'rinlari yaratiladi. Madaniy turizm obyektlari, masalan, kino va reklama to'plamlari, shuningdek, korporativ seminarlar va jamoani shakllantirish mashqlari uchun maxsus markazlar uchun ishlatilgan. Etnoturizm tarmog'i ko'plab ikkilamchi soha tarmoqlarini qo'llab-quvvatlaydi. Madaniy sayohatlarda qatnashadigan sayyohlar ichimliklar, gazaklar va ba'zan ovqatlar ko'rinishidagi xizmat va mahsulotlarni talab qiladi. Chakana sotuvchilar, ichimliklar ulgurji distribyutorlari va umumiy ovqatlanish kompaniyalari ushbu xizmatlarni taqdim etadilar.

Etno-turlar o'tkaziladigan joylar hunarmandchilik uchun juda daromadli savdo nuqtalari hisoblanadi. Hunarmandchilik madaniy va etnik mahsulot sifatida qabul

qilinganligi va xaridorlar noyob esdalik sovg'alarini qidirayotgan bozor bo'lganligi sababli, hunarmandchilik tarmog'i etno-turizm bilan bog'lanishdan katta foyda ko'radigan ikkilamchi sohadir. Ushbu masala bilan bog'liq bo'lgan bandda kichik va yirik tadbirkorlar an'anaviy hunarmandchilikni rivojlantirish, himoya qilishning nisbatan sodda va arzon usuli bo'lgan soha namunalarini himoya qilishni qo'llash orqali bozorni qanday oshirishi mumkinligi haqida qisqacha ma'lumot berilgan. Deyarli barcha etno-turizm tashrif buyuruvchilarni ekskursiyaning o'ziga individual yetkazishni talab qiladi va bu avtotransport vositalarini ham o'z ichiga oladi. Avto soha etnoturizm bog'liq bo'lgan muhim ikkilamchi tarmoqdir. Taksi sohasi ko'pincha muhim ikkinchi darajali hisoblanadi. Etnoturizm jamoat turizmi uchun juda mos bo'lgan tarmoq bo'lib, ko'plab mahalliy jamoalar muhim turistik diqqatga sazovor joylarga yaqin joylashgan va o'zlarining etnik merosi ko'rinishidagi resursga ega;

bu yerda jamiyat ega bo'lmasligi mumkin bo'lgan etnografik resurslar va ko'nikmalarni ta'minlay oladigan subyektlar bilan "aqli hamkorlik" uchun salohiyat mavjud;

etnoturizm nisbatan sodda o'rganiladigan ko'nikmalarni va nisbatan sodda mavjud bo'lgan resurslarni talab qiladi;

etno-turizm xizmatlarini ko'rsatuvchi tashkilotlar ko'pincha kichik hajmdagi oilaviy bizneslar tashkil qiladi. Shuning uchun obyektlar va infratuzilma sodda va arzonroq ommaviy turizmga asoslanadi. Bu xususiyatlar etnoturizmni moliyaviy resurslari cheklangan tadbirkorlar uchun ideal korxonaga aylantiradi; va bunday korxonalarga mahalliy egalik qilish mahalliy iqtisodiyotga turtki beradi. Kichik va o'rta miqyosdagi etno-turizm mahsulotlari odatda mahalliy darajada bron qilinadi va to'lanadi, bu ko'pincha turistik mahsulotlarni tavsiflovchi mahalliy hududlarga kapital oqimini kamaytiradi.

Turli xalqlarning o'zaro qiziqishi natijasida shakllangan ushbu turdagi dam olish shakli — etnografik turizm — sayyohlar orasida xalqlarning asl hayot tarzi, xalq urf-odatlarini, ijodiyoti, marosimlari va madaniyatiga bo'lgan qiziqishning ortib borishi natijasida hosil bo'ladi. Mamlakatning etnografik resurslari orqali o'z

ifodasini topadi. Bunday qiziqish, avvalo, insonlarda o'z etnik ildizlarini topish va o'rganishga bo'lgan intilish bilan izohlanadi. Tarix va madaniy merosni anglash orqali va o'z xalqining tarixiy madaniy an'alariga daxldorlik tuyg'usini boshdan kechiradi. Boshqa xalqlar madaniyati va etnik xususiyatlari bilan tanishish insonda dunyoni yaxlit va ko'p qirrali tarzda qabul qilish, har bir xalqning o'ziga xosligini anglashga yordam beradi. Etnografik turizm turli xalq vakillari o'rtasida yaqindan aloqa o'rnatish, o'ziga xos madaniyatni jahon madaniy merosiga kiritish jarayoniga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Etnografik resurslarning xilma-xilligi va etnik ildizlarni izlash ehtiyoji natijasida etnografik muzeylar vujudga kelgan. XIX asrning birinchi yarmida etnografiyaning mustaqil ilmiy soha sifatida shakllanishi ushbu yo'nalishdagi ilmiy qiziqishlarning ortishiga olib kelgan. 1867-yilgi Etnografik ko'rgazma, 1879-yildagi Antropologik ko'rgazma kabi yirik tadbirlar XIX asrda etnografik muzeylarning shakllanishiga katta hissa qo'shgan. Ko'plab universitetlarda etnografik kabinet va muzeylar tashkil etilgan, ilmiy jamiyatlar muzeylarida, statistik qo'mitalar muzeylarida, mahalliy tarix muzeylarida etnografik bo'limlar faoliyat yuritgan.

Rossiya hududida yashovchi xalqlarning etnografik to'plamlari 1902-yilda tashkil etilgan va taniqli etnograf D.A. Klements rahbarligida ishlagan Rossiya muzeyining etnografik bo'limiga asos bo'lgan. Hozirgi kunda ushbu bo'lim mamlakatning yetakchi etnografik muzeyi hisoblanadi. Sankt-Peterburg shahrida joylashgan Pyotr I nomidagi Antropologiya va Etnografiya muzeyi (Rossiya Fanlar Akademiyasi tarkibida) ham o'z tarixini Petrovsk Kunstkamasidan boshlagan. XX asrda Rossiyaning barcha hududlarida boy etnografik kolleksiyalarga ega bo'lgan etnografik va mahalliy tarix muzeylari tashkil etilgan. Eng yiriklaridan biri Novosibirskdagi Sibir va Uzoq Sharq xalqlarining Tarix va Madaniyat muzeyidir.

Eng faol rivojlanayotgan etnografik muzeylar toifasiga tarixiy-etnografik va arxitektura-etnografik ochiq osmon ostidagi muzeylar kiradi. Ular etnografik kolleksiyalarni tabiiy va avtoxton muhitda saqlash va namoyish etishga qaratilgan. Vologda viloyatining Semenkovo qishlog'ida joylashgan Tarixiy-Etnografik muzey, Angara va Irkutsk mintaqalari xalqlarining Arxitektura va Etnografik

muzeyi ("Taltsy") bunga misol bo'la oladi. Shaharlarda etnografik merosga bo'lgan qiziqish ortib borgani sayin, xalq turmushi va madaniyatini aks ettiruvchi shahar etnografiyasi muzeylari vujudga keldi: Omskdagi Shahar Turmushi Muzeyi, Nizhniy Tagildagi Shahar Turmushi va Hunarmandchilik muzeyi, va boshqalar.

Shuningdek, Pskov viloyatining Izborsk tumanida joylashgan Setu muzeyi kabi xususiy etnografik muzeylar ham tashkil etilgan. Shimol va Sibirning uzoq hududlarida esa yangi shakldagi muzeylar — qishloq etno-muzeylari shakllangan bo'lib, ular mahalliy oz sonli xalqlarning moddiy va nomoddiy madaniyatini bevosita tabiiy muhitda saqlaydi, o'rganadi va namoyish etadi. Eng mashhurlaridan biri — Xanti-Mansi avtonom okrugida joylashgan muzeylardir.

3.3. O'zbekistonda etnografik turizmni rivojlantirish konsepsiyasi mexanizmlarini takomillashtirish yo'llari

O'zbekistonda etnografik turizm mahsulot va xizmatlarini rivojlantirish bo'yicha amaldagi konseptual yondashuvlar mavjud bo'lsada, zamonaviy turizm talablari, sayyohlar ehtiyojlari hamda global raqobat sharoitida ushbu yo'nalishning institutsional va iqtisodiy mexanizmlarini yanada takomillashtirish zarurati ortib bormoqda. Avvalo, etnografik turizmning hududiy ixtisoslashuviga asoslangan strategik rejalashtirish tizimini joriy etish muhim bo'lib, bu orqali har bir mintaqaning o'ziga xos etnomadaniy resurslari asosida mahalliy turizm klasterlarini shakllantirish mumkin.

Ikkinchidan, etnografik madaniy obyektlar va resurslarni ro'yxatga olish, qo'shimcha xizmatlarni tashkil qilish, raqamlashtirish va ularni mobil ilovalar, veb-portal va QR-kodlar orqali global auditoriyaga taqdim etish marketing samaradorligini oshiradi.

Uchinchi yo'nalish etno-turizm subyektlariga soliq imtiyozlari, subsidiya va grantlar orqali moliyaviy rag'bat tizimini kuchaytirish orqali mahalliy aholi va tadbirkorlarni ushbu yo'nalishga jalb qilishni ta'minlashdan iborat. Shuningdek, mahalliy hunarmandlar, folklor ansambllari, gastronomik xizmat ko'rsatuvchilarni

birlashtirgan kooperatsiyalarni shakllantirish orqali xizmatlar sifatini yaxshilash va ularni xalqaro talablar darajasiga moslashtirish mumkin.

To'rtinchidan, etnografik turizmni ta'lim tizimiga integratsiya qilish, kasb-hunar kollejlari va oliy ta'lim muassasalarida ixtisoslashgan yo'nalishlar ochish orqali malakali kadrlar tayyorlashga e'tibor qaratish lozim.

Beshinchi muhim yo'nalishi sifatida esa, ichki va tashqi investitsiyalarni jalb etish, turizm infratuzilmasini rivojlantirish va servis sifatini oshirish bilan bog'liq kompleks chora-tadbirlar amalga oshirilishi maqsadga muvofiq. Ushbu mexanizmlarni o'zaro tizim asosida amalga oshirish orqali O'zbekistonda etnografik turizmning salohiyatidan to'liq foydalanish, uni barqaror iqtisodiy yo'nalishga aylantirish hamda xalqaro sayyohlik maydonida raqobatbardosh brend sifatida ilgari surish imkoniyati yuzaga keladi.

Ayniqsa, etnografik resurslar va obyektlarga boy mintaqalar, madaniy tarixga ega Qoraqalpog'iston Respublikasi bo'lib, madaniy yodgorliklar holati yildan yilga o'z asl ko'rinishini yo'qotib borayotganligini ko'rish mumkin. Respublikada turizm resurslari ko'pligi, turizm tashkil etish standartlariga javob bermasligi, turizm infratuzilmasi holatining yomonligi sababli turistlar oqimi hajmining pastligi, aholida mazkur faoliyat bilan shug'ullanish xohishini pasaytirgan. Etnografik turizm loyihasi doirasida tabiiy-arxeologik boyliklarning muhofaza etish chora tadbirlarini ishlab chiqilmaganligi O'zbekistonning xalqaro turizm ko'rsatkichlarini tushishiga sabab bo'lmoqda. Xalqaro turizm tashkilotlari UNTOURISM, WTTC tomonidan tarixiy-etnografik madaniyatni saqlab qolishda taklif etilgan me'yoriy talablarni bajarilishini ta'minlash muammolarini hal qilinadi. Qoraqalpog'iston Respublikasining turizm salohiyatidan samarali foydalanishda respublikaning turizm potensialidan to'liq foydalanish, mamlakatimizning boshqa turizm yo'nalishlariga o'xshamagan o'ziga xos maxsus turizm mahsulotlarini ishlab chiqish bo'yicha amaliy ko'nikmalar shakllantiriladi. Respublikadagi turizm infratuzilmasi obyektlari (mehmonxona majmualari, madaniy-sog'lomlashtirish, savdo-ko'ngilochar va turistik ahamiyatga ega boshqa obyektlar) hamda maxsus funksional va mavsumiy rekreatsion dam olish zonalarini yaratish bo'yicha

loyihalarni amalga oshirish uchun xorijiy va mahalliy investitsiyalarni jalb qilish yoʻnalishlari boʻyicha takliflar ishlab chiqiladi;

Shuningdek, hududning ekomuhiti imkoniyatlarini hisobga olgan holda turizmning etno, agroturizm, eno, qishloq turizmi, safari, ekstremal turlari boʻyicha oʻziga xos turizm yoʻnalishlarini tashkil etish koʻzda tutilgan. Qoraqalpogʻiston Respublikasi Ellikqalʼa tumanida “Tuproqqalʼa etno-muzeyi” ni tashkil qilish loyihasida – Ellikqalʼa tumani, “Tuproq-qalʼa” maʼdaniy yodgorligi hududida tashkil etiladigan etno-muzey loyihasini ishlab chiqishdan quyidagi natijalar koʻzda tutilgan;

Qoraqalpogʻiston Respublikasi Ellikqalʼa tumanida “Tuproqqalʼa” madaniy yodgorligi tarixi va turizmdagi ahamiyati boʻyicha maʼlumotlar bazasini tashkil qilish;

Qoraqalpogʻiston Respublikasi Ellikqalʼa tumanida “Tuproqqalʼa” yodgorligini etnografik resursga aylantirish talablarini ishlab chiqish;

Qoraqalpogʻiston Respublikasi Ellikqalʼa tumanida “Tuproqqalʼa etno-muzeyi” loyihasi ishlab chiqiladi;

Qoraqalpogʻiston Respublikasi Ellikqalʼa tumanida xalqaro va ichki turizm marshrutlari uchun yangi obyekt loyihasi yaratiladi;

Qoraqalpogʻiston Respublikasi Ellikqalʼa tumanida Tuproqqalʼa maʼdaniy-arxeologik yodgorligi hududida doimiy ish oʻrinlari yaratiladi;

Qoraqalpogʻiston Respublikasiga turistlar oqimining 60% ga oʻsishiga xizmat qiladi;

Qoraqalpogʻiston Respublikasidagi turli xil sayyohlik joylarini baholashga va shu asosda reyting tizimini ishlab chiqishga imkon beradigan monitoring tizimi yaratiladi.

Qoraqalpogʻiston Respublikasi Ellikqalʼa tumanida “Tuproqqalʼa etno-muzeyi” ni tashkil qilish amaliy loyihasi yakunida qoʻlga kiritiladigan muhim amaliy natija – Ellikqalʼa tumani, “Tuproq-qalʼa” maʼdaniy yodgorligi hududida tashkil etiladigan etno-muzey loyihasining xorijiy analoglari Qirgʻiziston Respublikasi, Qozogʻiston Respublikasi va Xorvatiya davlatlaridagi tashkil etilgan

bo‘lib, “Tuproqqal’a etno-muzeyi” tarixiy va arxeologik qiymati bo‘yicha ustunlikka ega bo‘ladi. Kelgusida mamlakatimizga olti milliondan ortiq turistlarni jalb qilishda, ma’daniy tadbirlar tashkil etish va mahalliy hunarmandlarni doimiy ish joyi bilan ta’minlash hamda xalqaro turistik marshrutlarda yangi obyekt tashkil qilish imkonini beradi

“Tuproqqal’a etno-muzeyi” ni tashkil qilish loyihasi O‘zbekiston va Qoraqalpog‘iston respublikalarining turizm imkoniyatlarini yanada kengaytirishga xizmat qilib, turizmdagi onlayn platformalar, turfirmalar uchun yangi turistik obyekt, yangi turistik mahsulot sifatida o‘rin oladi. Turizm tashriflarini rejalashtirishda eng katta ko‘rsatkichni ko‘rsatuvchi ma’lumotlar ba’zasiga ega mashhur turizm platformalari Booking.com, tripadvisor.com, tripadvisor.com, airbnb.com,expedia.com, agoda.com kabi onlayn turoperatorlar bazasida yangi obyekt, kompleks sifatida mamlakatimiz turizm raqobatbardoshligiga katta ta’sir ko‘rsatadi. Qoraqalpog‘iston Respublikasi Ellikqal’a tumanida “Tuproqqal’a etno-muzeyi” ni tashkil qilish amaliy loyihasining ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati, mamlakatimizda ilk marta etnoturizmni rivojlantirish, qoraqalpoq etnografik madaniyati boyliklarini turizm mahsuloti sifatida targ‘ib qilish orqali saqlab qolish, kelajak avlodlarga yetkazib berish hisoblanadi. Etno turizm tabiatga mos faoliyat turi bo‘lib, to‘g‘ri tashkil etilgan taqdirda an’anaviy hunarmandchilik va milliy qadriyatlarni rivojlantirishni rag‘batlantiradi va yaqin yillarda mahalliy aholining daromad manbalaridan biriga aylanishi mumkin. Tumanda etnografik turizmni shakllantirishning o‘ziga xosligi shundaki, hududdagi mavjud resurslar etno-muzey tashkil qilish imkonini beradi. Mavjud resurslarni hisobga olish va tahlil qilish, Qoraqalpog‘iston hududida sayyohlik biznesini yanada samarali tashkil etish imkonini beradi. Muzey turistlarni jalb qiluvchi va ularga xizmat ko‘rsatishda ishtirok etuvchi barcha obyektlar turizm resurslarini qamrab oladi. Bunga tabiiy resurslar (tabiat yodgorliklari, qo‘riqxonalar, dam olish uchun landshaftlar) va madaniy (arxitektura yodgorliklari, muzeylar, teatrlar, mashhur kishilar hayoti bilan bog‘liq joylar) kiradi. Mintaqaning turizmni, ayniqsa ta’limni rivojlantirish istiqbollari madaniy va tarixiy resurslar: tarix va madaniyat yodgorliklarining

mavjudligi bilan belgilanadi. Bunga xalqlarning urf-odatlar, qadriyatlari va turmush tarzi madaniyati ham kiradi. Qoraqalpog‘iston Respublikasi Ellikqal’a tumanida “Tuproqqal’a etno-muzeyi” ni tashkil qilish amaliy loyihasi yakunida qo‘lga kiritiladigan muhim amaliy natija – Ellikqal’a tumani, “Tuproq-qal’a” ma’daniy yodgorligi hududida tashkil etiladigan etno-muzey loyihasining xorijiy analoglari Qirg‘iziston Respublikasi, Qozog‘iston Respublikasi va Xorvatiya davlatlaridagi tashkil etilgan bo‘lib, “Tuproqqal’a etno-muzeyi” tarixiy va arxeologik qiymati bo‘yicha ustunlikka ega bo‘ladi. Kelgusida mamlakatimizga olti milliondan ortiq turistlarni jalb qilishda, ma’daniy tadbirlar tashkil etish va mahalliy hunarmandlarni doimiy ish joyi bilan ta’minlash hamda xalqaro turistik marshrutlarda yangi obyekt tashkil qilish imkonini beradi. Mintaqada etnoturizm va jamoat turizmi bilan shug‘ullanadigan bir nechta yirik korporatsiyalar va transmilliy kompaniyalar mavjud. Ushbu korxonalar katta miqdordagi kapitalga, shuningdek, biznes ko‘nikmalariga ega. Ular har doim kichik tadbirkorlarga haqiqiy qiziqish orqali yoki siyosiy va ijtimoiy maqtovga ega bo‘lish yoki ularning marketing imidjini engillashtirish uchun yordam berishga tayyor ekanliklarini bildirishgan. Ba’zi hollarda (masalan, Shakaland), bu korxonalar mahalliy o‘tib borayotgan subyektlar tomonidan kichikroq korxonalarni tashkil etish va sotishda yordam berishda muhim rol o‘ynagan. Kompaniyalar an’anaviy ravishda rivojlanayotgan korxonalar uchun tahdid sifatida qabul qilinadi, ammo boshqa investitsiyalar miqyosida ishlaydigan etno-turizm holatida bu kompaniyalarni o‘qitish va birgalikda marketing uchun potentsial imkoniyatlar sifatida ko‘rish kerak.

Etnoturizm turizm sohasining bir tarmog‘i bo‘lganligi sababli, unga bir xil bosimlar ta’sir qiladi. Etno-turizm operatorlari ko‘pincha turistik xarajatlarning adolatli ulushini olishlarini ta’minlash uchun biznes ko‘nikmalari va tajribasiga ega emaslar. Etno-turizm tasvirlangan madaniyatning bir qismi bo‘lmagan subyektlar tomonidan amalga oshiriladi. Etnografik resurs egalari tegishli tovar bilan ta’minlash uchun zarur bo‘lgan ko‘nikmalarga ega emaslar. Ular butunlay mahsulotni ishlab chiqaruvchi va yetkazib beruvchilarga bog‘liq. Shunday qilib,

agar bu subyektlar turizmni tashkil qilishdan chekinsa, mahsulot yo'qoladi, garchi mahsulotni faollashtiradigan resurs egalari hali ham bozorda mavjud bo'lishiga qaramasdan. Etnoturizm turizmning boshqa turlari bilan bir qatorda ko'plab umumiy xususiyatlarga ega bo'lsa da, uning o'ziga xos to'siqlari va xususiyatlari ham bor. Etno-turizm tarmog'ining roli quyidagilardan iborat bo'lishi kerak:

- iste'molchilarning etnoturizm haqida xabardorligini oshirish;
- etnoturizm mahsulotlarni bozorga sotuvga chiqarish;
- etnoturizm subyektlarining a'zolarining akkreditatsiyasini ta'minlash va standardlarini nazorat qilish;
- etnoturizmni tashkil qilishda davlat qonunchilik normalari bo'yicha davlat bilan aloqa o'rnatish.

Etnografik ekskursiyalar belgilangan vaqtda taklif qilinib, menejment nazoratni o'z zimmasiga oladi va diversifikatsiyani, jumladan dabdabali an'anaviy taomlarni mahalliy bozorga mos keladigan yangi mahsulotlarni ishlab chiqishni rag'batlantirdi. Ushbu diversifikatsiya natijasida Lesedi madaniy qishlog'i endi hayotiy real mahsulotga aylandi. Xalqning og'zaki urf-odatlar va madaniyati mazkur xalqqa tegishli bo'lib, ushbu intellektual mulkni sotish yoki xizmat ko'rsatishdan olinadigan foyda ularga tegishli bo'lishi kerak. Biroq, vositachi agentlar ko'pincha intellektual madaniy mulkdan foydalanadilar. Bu mulk umumiy madaniy tarix yoki noyob etnik meros bo'lishi mumkin.

Bundan tashqari, kengroq jamiyat uchun foydali bo'lishi mumkin bo'lgan, ammo katta daromad keltirishi mumkin bo'lgan an'anaviy tibbiyot kabi xususiyatlarni ham o'z ichiga olishi mumkin. Ko'pincha intellektual mulkni mahsulot sifatida realizatsiya qilayotganlar qishloq aholisi, iqtisod va shaxsiy huquqlarini bilmaydigan sodda odamlardir. Intellektual mulkni himoya qilish uchun qonunchilik davlat nazoratida bo'ladi. Qoraqalpog'iston Respublikasi Ellikqal'a tumani Tuproqqal'a "Etno-muzey" tashkil qilish loyiha konsepsiyasida Ellikqal'a tumani to'g'risida umumiy ma'lumot: tashkil topgan sana - 1977 yil, maydoni -5,42 ming km², chegara uzunligi (542 km) Xorazm viloyati bilan (15,7

km), Navoiy viloyati bilan (74,7km), Taxtakopir (102,8km), Amudaryo (9 km), Beruniy (170,1 km), To'rtko'l (169,7 km) tumanlari bilan chegaradosh.

Aholisi – 162,4 ming kishi, fuqarolar yig'inlari soni - 37 ta, xonadonlar soni - 27050 ta.

Milliy tarkibi: o'zbeklar (80,6%), qoraqalpoqlar (7,3%), qozoqlar (4,9%), boshqa millat vakillari (7,0%).

Tumanda 21 ta arxeologiya yodgorliklari, 1 ta arxitektura yodgorligi, 10 ta monumental san'at yodgorliklari, 5 ta diqqatga sazovor joylar va 3 ta ziyorat turizmi obyektlari mavjud bo'lib, hozirda bir nechta turistik xizmatlar ko'rstuvchi subyektlar faoliyat yuritib kelmoqda.

Ellikqal'a tumanida bugingi kunda 2 ta mehmonxona, 7 ta oylaviy mehmon uylari, 1 ta xostel va 1 ta turoperator xizmat ko'rsatib kelmoqda.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Xizmatlar sohasini rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi 2022-yil 27-yanvardagi PQ-104-son qarori ijrosini ta'minlash maqsadida Ellikqal'a tumani "Sharq Yulduzi" OFY hududida "Aqchako'l" turistik rekreatsion zonasin tashkillashtirish rejalashtirilgan.

Obyektning joylashuvi: Nukus shahri markazidan 130 km, Urganch shahri aeroportidan 40 km, Ellikqal'a tumanidagi temir yo'l vokzalidan 12 km.

Buyurtmachi: Vazirlar Kengashining Yagona buyurtmachi xizmati "Injiniring kompaniyasi", loyihachi: "Adilbek Nukus" MCHJ.

Ellikqal'a tumani "Sharq Yulduzi" OFY hududida "Aqchako'l" turistik rekreatsion zonasiga turistlarni jalb qilish, Qoraqalpog'iston Respublikasiga tashrif buyuruvchi mehmonlar uchun ko'rsatiladigan turizm xizmatlari diversifikatsiyasini kengaytirish, shuningdek, ekoturizm maskani, umumiy ovqatlanish va mehmonxona xizmatlarini tashkil qilish nazarda tutilgan.

"Aqchako'l" bo'yida tashkil qilinayotgan turizm rekreatsion zonasiga 14 km. masofadan gaz, 8 km. masofadan ichimlik suvi quvurlarini tortib kelish va 2 ta 630 kV. transformator o'rnatish, 4R 182 A380 avtomobil yo'lining 19 km.dan boshlab, 1,5 km. ichki yo'lni asfaltlash, yo'l yoqasiga piyodalar yo'lakchasi va tungi

yorug'lik tizimlarini qurish, 0,75 km. ichki yo'lni asfaltlash, piyodalar yo'lakchasi tashkil qilish va yo'lakcha bo'ylab tungi yorug'lik tizimlarini o'rnatish hamda atrofini obodonlashtirish, sohilga uzunligi 0,75 km. bo'lgan sohilni qamishlardan tozalash, plyaj uchun sohilga toza qum olib kelish va 10 metrgacha suv ichiga 15 sm. qalinlikda SHPS yotqizish, 3 ta 10 kishilik SGSH o'rnatish, 0,5 km. velo va piyodalar yo'lakchasi hamda yo'lakcha bo'ylab yoritish tizimi, o'rindiqlar, chiqindi qutilarini o'rnatish, tematik park tashkil qilish va landshaft dizayn asosida xududni obodonlashtirish. Yoshlarni mazmunli dam olishlari uchun 1000 o'rindiqli yopiq amfiteatr va 25x11 o'lchamda qurish ishlarini amalga oshirish rejalashtirilgan bo'lib, bugungi kunda:

1.5 km ko'l sohilini qamishlardan tozalash ishlari 100% bajarilgan;

1.5 km. sohilga cho'milish plyajini tashkil qilish uchun toza qum yotqizish ishlari amalga oshirilib, 3200 t. qum yotqizilgan;

1.5 km. piyodalar va velo yo'lakchani qurish belgilangan, bugungi kunda qurilish ishlari 90 % bajarildi;

8 km. masofadan ichimlik suvi quvurlarini tortib kelish 100% bajarilgan;

ma'muriy bino qurilishi 60% bajarilgan;

amfiteatr beton ishlari 70% ga bajarilib, hozirda beton quyish ishlari davom yetmoqda;

-restoran maydoni beton ishlari 30% bajarilgan;

-Ro'yxatga olish hamda hojatxonalarda g'isht terish, ichki devorlar bilan ajratish ishlari, tom bostirma ishlari to'liq bajarildi.

Hozirda devor pardozlash ishlari 50% ga bajarilib, bu ishlar davom yetmoqda;

- Piyodalar yo'lakchasi atrofidagi tosh terish ishlari bajarildi;

- Transformator o'rnatilib elektr ta'minoti bilan ta'minlandi;

- O'rindiklar to'liq tayyorlanib, obyektga olib borib qo'yildi;

Hozirgi kunda tadbirkor tomonidan 120 o'ringa mo'ljallangan mehmonxona, 80 o'rinlik hostel, 6 ta villa va 10 kishilik 1 dona sauna qurilish ishlari hamda 70 dona manzarali daraxtlar ekilib qurilish va obodonlashtirish ishlari amalga

oshirilmoqda. Turizmni rivojlantirish va yangi turizm xizmatlarini yo'lga qo'yish maqsadida tashabbuskorlar va tadbirkorlar bilan doimiy uchrashuvlar tashkil qilib, ularni sohaga jalb qilish choralari ko'rish nazarda tutilgan.

Tumandagi hunarmandlarni jalb qilgan holda joylardagi har-xil turdagi turizm obyektlari ramzi tushirilgan suvenirlar va hunarmandchilik buyumlari ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish hamda turistik obyektlar yonida hunarmandlarning ushbu mahsulotlarini sotish do'konlar va rastalarni tashkillashtirish. Ellikqal'a tumanida agroturizm, enoturizm va ekoturizm obyektlarini tashkil etish va rivojlantirish maqsadlari belgilandi.

Har xil turdagi buklet, broshyura, prezentatsiyalar va boshqa turdagi tarqatma materiallar tayyorlash;

Ichki turizm yo'nalishida 2023 yilda turizm maskanlarida turizm dasturlari doirasida ichki va ziyorat turizmini rivojlantirish bo'yicha ishlar olib borilmoqda. Ziyorat maskanlarida doimiy ravishda obodonlashtirish ishlari, obyektga olib boruvchi yo'llarni ta'mirlash, sanitar gigenik shahobchalar o'rnatish ishlari olib borilishi zarur.

Turizm yo'nalishida amalga oshirilgan ishlar va sohaga oid yangiliklarni OAVlarida yoritib borish.

Etnografik muzeylar yoki kompozitsion muzeylarning antropologiya/etnografik bo'limlari mamlakatning madaniy xilma-xilligini namoyish etishda muhim rol o'ynaydi va jamiyatni tashqi dunyo bilan bog'lash, moddiy va nomoddiy madaniy merosni saqlash, qabila va qishloq madaniyati haqidagi bilimlarni tarqatish va hokazolarning asosiy markaziga aylandi.

Etnografik muzey tarix muzeyining yana bir ixtisoslashgan shakli etnografik nuqtai nazardan materiallarni to'playdi va namoyish etadi. Ushbu atama shuni ko'rsatadiki, to'plamlar taqdimotida xronologiyaga emas, balki madaniyatga e'tibor beriladi. Sohani rivojlangan davlatlar orasida, xususan, mustamlakachilikda qatnashgan mamlakatlarda etnografiya muzeyi an'anaviy ravishda boshqa xalqlar madaniyati muzeyi bo'lgan. Ushbu muassasalarning aksariyati tarixiy uzoq va noma'lum bo'lgan dunyo voqealariga deraza bo'lgan poytaxt shaharlarda tashkil

etilgan. Turizmda “Etno-muzey” yoki “Etnografik muzey” tushunchalari mavjud bo‘lib, asosan bir makonda muayyan xalqning urf-odatlarini, an‘ana-qadriyatlari, tarixi va tabiiy-ekologik resurslarini namoyon qilish mumkin bo‘lgan obyekt hisoblanadi. “Etno-muzey” tashkil qilishning asosiy maqsadi- millat kelib chiqish tarixini jonlantirish, yo‘qolib borayotgan milliy urf-odat, an‘ana-qadriyatlarni saqlab qolish, tabiiy-madaniy yodgorliklardan samarali foydalanish tizimini tashkil qilish hisoblanadi.

Ellikqal‘a tumani hududida mavjud turistik resurslar salohiyatidan foydalanish darajasi juda past. Ko‘plab madaniy meros obyektlari bo‘lishiga qaramasdan o‘tgan yili ushbu obyektlarga jami o‘rtacha 600 nafarga yaqin ichi turistlar va 70 nafar xorijiy turistlar tashrif buyurgan. Madaniy meros obyektlari samarali foydalanilmayotganligi, muhofaza qilinmayotganligi natijasida yildan yilga o‘z ko‘rishinishi yo‘qotib bormoqda.

Cho‘ldagi etno-muzey tushunchasi. Cho‘lda etno muzeyini tashkil etish ko‘p qirrali loyiha bo‘lib, tafsilotlarga e‘tibor va yaxshi muvofiqlashtirishni talab qiladi. Cho‘ldagi etno-muzey cho‘l hududlarida yashovchi mahalliy etnik guruhlar va xalqlarning madaniy merosini o‘rganish va saqlashga bag‘ishlangan noyob madaniy va ma‘rifiy makon bo‘ladi. Muzey sayyohlar, tadqiqotchilar va mahalliy aholi uchun diqqatga sazovor joy bo‘lib, ularga cho‘l xalqlarining urf-odatlarini, urf-odatlarini va turmush tarziga sho‘ng‘ish imkoniyatini beradi.

- Cho‘l xalqlarining madaniy merosini saqlash va ommalashtirish.
- Cho‘l xalqlarining an‘anaviy madaniyati va turmush tarzini namoyish etish.
- Turli yosh guruhlari uchun ta‘lim dasturlari.
- Madaniy turizm orqali mintaqaning barqaror rivojlanishiga ko‘maklashish.
- Mahalliy jamoalar bilan o‘zaro aloqalar va ularning madaniy tashabbuslarini qo‘llab-quvvatlash.
- Asosiy ekspozitsiyalar
 - Tarix va etnografiya:
- Cho‘l xalqlarining rivojlanishini aks ettiruvchi tarixiy asarlar va eksponatlar.

-Tarixiy voqealar va madaniy o'zgarishlarni aks ettiruvchi hujjatlar va fotosuratlar.

- An'anaviy hayot va hunarmandchilik:

-An'anaviy uylar, kiyim-kechak, idish-tovoq va asboblarni namoyish etadigan eksponatlar.

-Mehmonlar hunarmandlarning ishini tomosha qilishlari va mahsulot ishlab chiqarishda o'zlarini sinab ko'rishlari mumkin bo'lgan ustaxonalar.

- Cho'l flora va faunasi:

-Cho'lning noyob tabiatiga bag'ishlangan interaktiv ko'rgazmalar.

-Cho'l sharoitida inson va tabiat o'rtasidagi munosabatlar bo'yicha ta'lim dasturlari.

- Musiqa va raqs:

-An'anaviy musiqa asboblari, qo'shiqlar va raqslarni namoyish etadigan audio va video materiallar.

-Mahalliy jamoalar va ijrochilarning muntazam chiqishlari.

- Oshpazlik an'analari:

-Cho'l xalqlarining an'anaviy taomlarini namoyish qilish va tatib ko'rish.

-Mahalliy taomlarni tayyorlash bo'yicha mahorat darslari.

Arxitektura dizayni va infratuzilmasi

Arxitektura uslubi: muzey binosi an'anaviy uslubda, atrofdagi landshaft bilan uyg'unlikda va mintaqaning me'moriy xususiyatlarini aks ettiradi.

Infratuzilma:

Ko'rgazma zallari, konferentsiya zali va kafe bilan jihozlangan asosiy bino.

Ochiq tadbirlar uchun ochiq joylar.

Hunarmandlar va rassomlar uchun ustaxonalar va studiyalar.

Ekologik toza suv ta'minoti va energiya ta'minoti tizimlari (quyosh panellari, yomg'ir suvini yig'ish tizimlari).

Ta'lim dasturlari va tadbirlari

Maktab dasturlari: Maktab o'quvchilari va talabalar uchun ekskursiyalar, ma'ruzalar va interaktiv darslar.

Seminarlar va seminarlar: An'anaviy hunarmandchilik, oshpazlik va san'at bo'yicha treninglar va amaliy mashg'ulotlar.

Madaniy festivallar va yarmarkalar: Sayyohlar va mahalliy aholini jalb qiladigan muntazam tadbirlar.

Jamoalar bilan o'zaro aloqalar

Hamkorlik: Mahalliy jamoalar, ta'lim muassasalari va madaniy tashkilotlar bilan hamkorlik.

Mahalliy tashabbuslarni qo'llab-quvvatlash: Madaniy merosni saqlash va rivojlantirishga qaratilgan loyihalarni amalga oshirishda yordam berish.

Amaliyot va ko'ngillilik dasturlari: Muzeyda ishlash va tadqiqot o'tkazish uchun ko'ngillilar va stajyorlarni jalb qilish.

Moliyaviy barqarorlik

Moliyalashtirish manbalari: Grantlar, davlat subsidiyalari, homiylik badallari, chiptalar va esdalik sovg'alaridan olingan daromadlar.

Qo'llab-quvvatlash fondi: Qo'shimcha mablag'larni jalb qilish va muzeyning barqaror rivojlanishini ta'minlash uchun fond yaratish.

Cho'ldagi etno-muzey cho'l xalqlarining noyob merosini saqlab qolish va mintaqada madaniy turizmni rivojlantirishga yordam beradigan muhim madaniy va ta'lim markaziga aylanadi.

1. Tadqiqot

- Muzeyda qanday madaniyatlar va etnik guruhlarini namoyish qilishni rejalashtirmoqda?

- Ko'rgazmaga qanday artefaktlar va eksponatlar kiritiladi?

- Qaysi tarixiy va madaniy jihatlarni ta'kidlanadi?

2. Joyni tanlash

- Tuproqqal'a joylashgan cho'l?

- Kerakli aloqa vositalari (yo'llar, elektr energiyasi, suv) kirish imkoni bormi?
- Iqlim sharoiti qanday va ular eksponatlarning xavfsizligiga qanday ta'sir qilishi mumkin?

3. Arxitektura va dizayn loyihasi

- Muzey binosining me'moriy uslubi qanday bo'ladi? Bu mahalliy urf-odatlar va madaniyatni aks ettiradimi?

- Cho'l iqlimiga chidamlilikni ta'minlash uchun qurilish uchun qanday materiallardan foydalaniladi?

- Muzeyning ichki maydoni qanday tashkil etiladi?

4. Moliyaviy rejalashtirish

- Loyihaning umumiy byudjeti qancha?
- Qanday moliyalashtirish manbalarini jalb qilish mumkin (grantlar, investorlar, davlat subsidiyalari)?

- Muzeyni saqlash uchun doimiy xarajatlar qanday bo'ladi (xodimlarning ish haqi, kommunal xizmatlar, marketing)?

5. Huquqiy jihatlar

- Muzey qurilishi va ishlashi uchun qanday ruxsatnomalar va litsenziyalar kerak?

- Madaniy meros va atrof-muhitni muhofaza qilish bilan bog'liq mahalliy qonunlar va qoidalar qanday?

6. Marketing va reklama

- Maqsadli auditoriyangiz (mahalliy aholi, sayyohlar, maktab guruhleri) qanday bo'ladi?

- Tashrif buyuruvchilarni jalb qilish uchun qanday reklama usullaridan foydalanasiz?

- Tematik tadbirlar va ko'rgazmalar o'tkazish rejalarangiz qanday?

7. Mahalliy jamoalar bilan o'zaro aloqalar

- Mahalliy jamoalar bilan qanday munosabatda bo'lasiz va ularni loyihaga jalb qilasiz?

- Mahalliy aholining qiziqishini saqlab qolish uchun qanday dasturlar va tadbirlarni tashkil qilish mumkin?

- Mahalliy ta'lim muassasalari va madaniy tashkilotlar bilan hamkorlik qanday ahamiyatga ega?

8. Barqaror rivojlanish va ekologiya

- Muzeyning barqaror rivojlanishini ta'minlash va uning atrof-muhitga ta'sirini minimallashtirishni qanday rejalashtirasiz?

- Siz qanday ekologik amaliyotlarni amalga oshirasiz(qayta tiklanadigan energiyadan foydalanish, chiqindilarni yo'q qilish)?

Harakatlar rejasi

1. Tadqiqot va rejalashtirish: Mintaqaning madaniy va etnik xususiyatlarini o'rganish, muzey kontseptsiyasini ishlab chiqish.

2. Joyni tanlash va loyihalash: To'g'ri joyni topish, me'moriy loyihani ishlab chiqish.

3. Moliyaviy rejalashtirish: Byudjetlashtirish, moliyalashtirish manbalarini topish.

4. Ruhsat olish: Barcha kerakli hujjatlar va litsenziyalarni rasmiylashtirish.

5. Qurilish: Muzey binosining bevosita qurilishi.

6. Eksponatlarni yig'ish va tayyorlash: Eksponatlarni qidirish va sotib olish, ularni ko'rgazmaga tayyorlash.

7. Marketing va kashfiyot: Marketing kampaniyasini ishlab chiqish, tantanali ochilishni tashkil etish.

8. Ekspluatatsiya va rivojlanish: Muzey ishini davom ettirish, yangi ko'rgazmalar va tadbirlarni tashkil etish, tashrif buyuruvchilar va mahalliy jamoalar bilan muloqot qilish.

Sifatni nazorat qilish masalasi muhim ikkilanishni keltirib chiqaradi. Mamlakatga kirish talablari tadbirkorlar uchun to'siq bo'lib, tarixiy jihatdan talab va standartlarga rioya qilishlari uchun imtiyozli davrga loyiq ekanligi odatda qabul qilinadi. Etnografik turizm konseptsiyasi yuqori standartlarni talab qiladigan,

ammo ushbu standartlarga erishilgunga qadar imtiyozli davrga ruxsat beruvchi kelishuvdir. Bu yerda xavf shundaki, rivojlanayotgan korxonalarning belgilangan muddatlarda minimal talablarga erishishini ta'minlash uchun tegishli monitoring o'tkazilmasa, soha standartlari qabul qilib bo'lmaydigan darajaga tushib qoladi va bu sohaning o'sishi va rivojlanishiga salbiy ta'sir qiladi.

Uchinchi bob bo'yicha xulosalar

Xulosa qilib aytganda, O'zbekistonda turizm samaradorligini oshirishda etnografik turizm imkoniyatlaridan foydalanish bo'yicha aniq strategiyani ishlab chiqish va uni amaliyotga tatbiq etish mamlakatning turizm sohasi rivojida muhim ahamiyat kasb etadi. Etnografik resurslar — xalqning boy tarixiy-madaniy merosi, an'analari va hayot tarzi asosida shakllanuvchi noyob turizm boyliklari sifatida, nafaqat sayyohlar oqimini jalb etadi, balki iqtisodiy barqarorlikni ta'minlash, mahalliy aholini ish bilan ta'minlash va madaniy qadriyatlarni saqlab qolishga ham xizmat qiladi. Ushbu strategiyada hududiy xususiyatlarni inobatga olgan holda, mintaqaviy turizm klasterlarini rivojlantirish, etnografik yo'nalishlarda zamonaviy infratuzilmalarni yaratish, axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish va turistik xizmatlar sifatini oshirish asosiy ustuvor yo'nalishlar sifatida belgilanmog'i lozim. Shuningdek, etnoturizm subyektlarini qo'llab-quvvatlashga qaratilgan institutsional va moliyaviy mexanizmlarni ishlab chiqish, xorijiy va ichki investitsiyalarni jalb qilish, mahalliy brendlarni shakllantirish orqali turizmning ichki va tashqi bozorlaridagi raqobatbardoshligini oshirish mumkin. Shunday qilib, kompleks va ilmiy asoslangan strategik yondashuvlar orqali O'zbekistonda etnografik turizm salohiyatini to'liq ishga solish va uning asosida turizm sohasining umumiy samaradorligini yanada yuqori bosqichga ko'tarish mumkin bo'ladi. Etno turizmni tashkil qilish strategiyasi etnik-madaniy turizmning har bir taklif etilayotgan resursi: tabiiy turistik diqqatga sazovor joylar, madaniy ahamiyatga ega bo'lgan buyumlar va joylar, ma'naviy ahamiyatga ega joylar, ma'naviy qadriyatlar etnik-madaniy turizmning shakllanishiga ta'sir qiladi, degan xulosaga kelish mumkin. Bu shakllar etnik, etno-nostaljik, ekologik, etnografik,

antropogen, hodisa, ziyorat va etnik ishbilarmonlik turizmidir. Etnik-madaniy turizm resurslari tabiiy va madaniy meros turlari va ushbu funksiyalarni amalga oshirishga yordam beradigan turizm turlari (rekreatsion, ma'rifiy, qadriyatlarga yo'naltirilgan, madaniy, ijodiy va animatsiya) o'rtasidagi o'zaro ta'sirga bog'liq.

XULOSALAR

Mamlakatda turizm samaradorligini oshirishda etnografik resurslardan foydalanishning strategik yo'nalishlarini takomillashtirish mavzusidagi ilmiy tadqiqot ishining natijasi o'laroq quyidagi xulosalarga kelindi. Jumladan:

1. Turizm ta'lim yo'nalishi va mutaxassisliklarida kadrlar tayyorlash dasturlari, adabiyotlarda etno-turizm tushunchasining mohiyatini milliy ana'ana va qadriyatlar orqali o'ziga xos tarmoqlar asosida shakllantirish, yurtimizda mazkur turizm turining rivojlanishi va jahon bozorlarida o'ziga xos yo'nalishga ega bo'lishini belgilab beradi.

2. O'zbekiston Respublikasida etnografik turizmni mamlakatdagi turizmning boshqa turlari bilan integratsiya qilish bilan rivojlantirish samarali yo'llardan biri hisoblanadi. Chunki qishloq joylarda turizm xizmatlarni shakllantirish orqali boshqa xizmat turlarini rivojlantirishga hamda aholini daromadini oshirishga erishiladi;

3. Etno-turizm barqaror turizm bilan chambarchas bog'liq bo'lib, milliy qadriyatlarni turistlarga namoyish qilish orqali mahalliy hayotini yaxshilash, tabiiy resurslardan oqilona foydalanish, ortiqcha chiqindi va iste'mol mahsulotlari hajmini kamaytirish, tabiiy, ijtimoiy va madaniy xilma-xillikning saqlanishini ta'minlash, kompleks yondashuv asosida etno-turizmni mintaqaviy rivojlanish rejalariga uyg'unlashtirish, mahalliy iqtisodiyotni qo'llab-quvvatlash, aholining turizm sohasidagi ishtiroki kabilarni o'z ichiga oladi;

4. Keyingi besh yilda etno-turizmni rivojlantirish uchun O'zbekistonda zarur tashkiliy-huquqiy, qonuniy-me'yoriy asoslar yaratilib, ular davr talablari asosida takomillashtirilib, qishloq hayotini yaxshilash, namunali qishloqlarni yaratish, tabiatda bioxilma-xillikni saqlash, flora va fauna olami, uning rang-barangligini asrab-avaylash, kelajak avlodga to'la-to'kis yetkazish, mintaqalarning ijtimoiy-iqtisodiy, turistik salohiyatidan samarali foydalanish, barqaror agroturizmni rivojlantirishga alohida ustuvor ahamiyat qaratilmoqda;

5. O'zbekiston mintaqalarida etno-turizm, turizm sohasining nisbatan rivojlanmagan, tashkil qilinmaganligi, turistik resurslar va ob'ektlarning hududlar

bo'yicha o'ta notekis taqsimoti, turistik xizmatlar ko'rsatishda norasmiy sektor ulushining yuqoriligi, mazkur yo'nalishda xizmatlar tadqim qiluvchi turistik tashkilotlarning kamligi, soha xodimlari malaka darajasining pastligi, turistik ob'ektlarda yo'l va yo'l bo'yi infratuzilmasining rivojlanmaganligi, reklama-axborot materiallarining xalqaro va milliy elektron, an'anaviy OAVlarda qoniqarsiz yoritilishi, hududda ekologik sharoit va ichimlik suvi sho'rlanish darajasining yuqoriligi kabi zaif jihatlarni bartaraf etish zarur;

6. O'zbekistonda etnografik turizmni tashkil qilishda hududdagi noyob madaniy-tarixiy meros ob'ektlaridan, rekeratsiya resurslaridan yetarli darajada foydalanilmayotganligi, xorijlik turoperatorlarning bunday salohiyatdan bexabarligini hisobga olib, mintaqaning turistik salohiyati to'g'risidagi ma'lumotlarni tizimli va doimiy ravishda internet sahifalariga joylashtirib borish, yangi turistik marshrutlar ishlab chiqish, turistlarga bukletlar va tarixiy obidalarining geografik joylashuvi bo'yicha xaritalarni tizimli va bepul ravishda tarqatish zarur;

7. O'zbekistonda etno-turizmni tashkil qilish infratuzilmasini, jumladan etnomuzeylar, etno-qishloqlar, etno-ovul va etno-markazlarni tashkil qilish mexanizmlari ishlab chiqish mazkur yo'nalishda samaradorlikni oshiradi.

8. Qoraqalpog'istonda etno-turizmni rivojlantirish uchun bir qator o'zaro tarmoqlar va hududlararo masalalarni hal qilish zarur bo'lganligi uchun asosiy maqsadi tabiiy va tarixiy-madaniy merosini saqlash bilan shug'ullanish bo'yicha a'zolari birlashtirish, tadbirlarni muvofiqlashtirish lozim.

9. Qoraqalpog'iston Respublikasi hududini etno-turizm markazi sifatida mavzulashtirish va madaniy yodgorliklar asosida "Ochiq osmon ostidagi etnomuzey"larni tashkil qilish loyihalarini ishlab chiqish.

.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasining qonunlari, Prezident farmonlari va qarorlari, Vazirlar Mahkamasining qarorlari

1. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi.-T: O‘zbekiston, 2014.-36 b.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-4861 sonli «Turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta‘minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida» gi 2016-yil 2-dekabrdagi Farmoni // lex.uz.
3. O‘zbekiston Respublikasining “Turizm faoliyati to‘g‘risida”gi Qonuni // O‘RQ–578-son, 18.03.2019 y. – www.lex.uz
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasida turizmni rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PF–5611-son Farmoni, 05.01.2019 y. – www.president.uz
5. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “2023–2025 yillarda turizmni rivojlantirish strategiyasi”ni tasdiqlash to‘g‘risidagi 2023 yil 27 yanvardagi 34-sonli qarori.
6. “O‘zbekistonda 2022–2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekiston taraqqiyot strategiyasi” // O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvardagi PF–60-son Farmoni.

2. Ilmiy monografiyalar, kitob va risolalar

7. Cooper C., Hall C. M. Contemporary tourism: An international approach. – 2022.
8. Kipp A. Managing Previously Unmanaged Collections: A practical guide for museums. – Rowman & Littlefield, 2024.
9. Eshtayev A.A. Turizm industriasini boshqarishning marketing strategiyasi. Monografiya. - T.: Fan, 2011;
10. Usmanova D.K. Особенности формирования туристского продукта и перспективные направления его развития: diss. Samarqand. ekon. nauk - S.: SamISI, 2009. - 157 c.;

11. Safarov B.Sh. Milliy turizm xizmatlar bozorini innovatsion rivojlantirishning metodologik asoslari - T.: Fan va texnologiya, 2016. - 184 b.; Alimova M.T.
12. Hududiy turizm bozorining rivojlanish xususiyatlari va tendensiyalari// Monografiya. – Toshkent: Iqticod, 2015 - 300 b.;
13. Hamidov O. O‘zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirishni boshqarish mexanizmini takomillashtirish. i.f.d. diss. avtoref. - Samarqand, 2017;
14. Matyakubov U. Ekologik vaziyatni inobatga olib turizm samaradorligini oshirish yunalishlari va istiqbollari (Xorazm viloyati micolida). i.f.n. nomz. diss. - Samarqand, 2011;
15. Promoting the Culture Sector through Job Creation and Small Enterprise Development in SADC Countries: The Ethno-tourism Industry Geneva, International Labour Office, 2003
16. Smith, V.L. (1977), *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, Philadelphia, PA: University of Pennsylvania Press
17. Lama, A. (2020). *Ethnic Inequality in the Northeastern Indian Borderlands: Social Structures and Symbolic Violence* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003099864>.
18. Nguyen, H.V., Lee, D. and Newsome, D. (2020), ‘Kinh and ethnic tourism stakeholder participation and collaboration in tourism planning in Sapa, Vietnam’, 14(4), 579–97
19. Chistyakova, O.V. (2020), ‘Ethnic tourism as knowing other’, *RUDN Journal of Philosophy*, 24(4), 720–28.
20. Agzamova , N. G. (2023). WAYS OF ORGANIZATION AND DEVELOPMENT OF ETHNO-TOURISM IN UZBEKISTAN. *GOLDEN BRAIN*, 1(8), 50–53. Retrieved from <https://researchedu.org/index.php/goldenbrain/article/view/2576>
21. A.Y. Aleksandrova. Tourism clusters: contents, boarders, mechanism of functioning. *Contemp. Probl. of serv. and tour.*, 1, 51–61 (2007)

22. Jean Junying Lor, Shelly Kwa, John A. Donaldson. Making ethnic tourism good for the poor // *Annals of Tourism Research*. 2019. Vol. 76. Pp. 140–152

23. Бардаханова Т. Б., Еремко З. С., Максанова Л. Б.-Ж. Методический подход к оценке, ранжированию и выявлению лучших проектов в сфере экологического туризма // *Региональная экономика: теория и практика*. 2019. Т. 17, № 4(463). С. 789–800. Рожкова Н. В. Туризм. Изучение факторов его развития с помощью методов анализа иерархий и нечеткого логического вывода // *Вестник Финансового университета*. 2016. Т. 20, № 4(94). С.84–88

23.“Максанова Л. Б.-Ж., Хандажапова Л. М., Еремко З. С., Ботоева Н. Б., Бадмаева А. С. Развитие этнографического туризма в России: анализ региональных проектов // Вест- Л. Б.-Ж. Максанова, Л. М. Хандажапова, З. С. Еремко, Н. Б. Ботоева, А. С. Бадмаева. Развитие этнографического туризма в России: анализ региональных проектов”.

24. “Максанова Л. Б.-Ж., Хандажапова Л. М., Еремко З. С., Ботоева Н. Б., Бадмаева А. С. Развитие этнографического туризма в России: анализ региональных проектов // Вест- Л. Б.-Ж. Максанова, Л. М. Хандажапова, З. С. Еремко, Н. Б. Ботоева, А. С. Бадмаева. Развитие этнографического туризма в России: анализ региональных проектов.

25. Smith M.K., Robinson M. *Cultural Tourism in a Changing World: Politics, Participation and (Re)presentation*. – Channel View Publications, 2006. – 248 p.

26. Sharpley R. *Tourism and Development: Concepts and Issues*. 2nd ed. – Clevedon: Channel View Publications, 2018. – 350 p.

27. Richards G. *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*. – Binghamton: The Haworth Press, 2007. – 328 p.

28. UNWTO. *Tourism and Culture Synergies*. – Madrid: World Tourism Organization, 2023. – 122 p.

3. Ilmiy maqolalar

29. Abdukarimov K., Qurbonov Q. O‘zbekistonda turizm sanoatining innovatsion rivojlanish yo‘nalishlari. – Toshkent: Fan va texnologiya, 2021. – 240 b.
30. Nurfayziyeva M. Etnografik resurslardan foydalanishning turizm samaradorligiga ta’siri // Turizm va iqtisodiyot. – 2024. – №3. – B. 112–118.
31. Xasanov B. Hududiy turizm klasterlari va etnografik resurslar: muammolar va imkoniyatlar. – Samarqand: Ilm ziyo, 2020. – 198 b.
32. Qodirov A. Etnoturizm xizmatlarining raqamli transformatsiyasi: O‘zbekiston tajribasi // Innovatsion iqtisodiyot. – 2022. – №4(16). – B. 89–94.
33. Rasulov D., Yuldashev A. Turizm va etnografiya: uzviylik va integratsiya muammolari. – Buxoro: Zarafshon press, 2019. – 136 b.
34. Rantala, O. (2011). An Ethnographic Approach to Nature-based Tourism.Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism,11(2), 150–165.
<https://doi.org/10.1080/15022250.2011.576829>.
35. Mijnheer C. L., Gamble J. R. Innovating with stakeholders to co-create value in cultural tourism experiences: a case study of Schokland in the Netherlands //Journal of Marketing Management. – 2023. – T. 39. – №. 5-6. – С. 389-413.
36. Kunasekaran P. et al. Enhancing local community participation towards heritage tourism in Taiping, Malaysia: application of the Motivation-Opportunity-Ability (MOA) model //Journal of Heritage Tourism. – 2022. – T. 17. – №. 4. – С. 465-484.
37. М. Т., Турсумбаева М. Ж. «Агротуризм как фактор повышения конкурентоспособности сельского хозяйства» //Статистика, учет и аудит. – 2013. – №. 1. – С. 91-94.,
38. Альтынбекова, А. Ж. (2018). Агротуризм как основа повышения занятости сельского населения. Ин *Агротуризм в устойчивом развитии сельских территорий* (пп. 109-114).

39. Прохорова, Виктория Владимировна, анд Елена Николаевна Ключко. "Кластеризация субъектов агротуризма в Краснодарском крае." *Современная научная мысль* 2 (2017): 144-151.,

40. Гонова О. В., Малыгин А. А., Лукина В. А. Региональный агротуризм-мультипликатор экономического роста сельских территорий //Известия высших учебных заведений. Церийа: Экономика, финансы и управление производством. – 2021. – №. 4 (50). – С. 109-119.

41. Khoo-Lattimore C., Mura P., Yung R. The time has come: A systematic literature review of mixed methods research in tourism //Current Issues in Tourism. – 2019. – Т. 22. – №. 13. – С. 1531-1550.

42. Airey D. Brian Archer: the multiplier man //Early Framers of Tourism Knowledge, Volume I. – Routledge, 2023. – С. 84-90.

4. Dissertatsiya va avtoreferatlar

43. Usmanova D. Osobennosti formirovaniya turistskogo produkta i perspektivnye napravleniya yego razvitiya. Iqt. fan. nomzodi diss.avtoreferati. Samarqand, SamISI, 2009. - 25 b.

44. Norchayev A. "Xalqaro turizmni rivojlantirishning iqtisodiy o'sishga ta'siri. Nomzodlik dissertatsiyasi. TDIU, 2004-y. -120 b.

45. Ro'ziyev S. O'zbekiston madaniy turizm bozori va uning istiqbollari. Iqt. fan. nomzodi diss.avtoreferati.Toshkent, 2009.

46. Jo'rayev A.A. "O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini hududiy rivojlantirish strategiyasi" – PhD dissertatsiyasi. – Toshkent, 2020. – 145 b.

47. Kadirova D.A. "Hududiy turizm klasterlarini shakllantirishda marketing strategiyalarining o'rni (Farg'ona vodiysi misolida)" – PhD dissertatsiyasi. – Namangan, 2021. – 135 b.

48. Sayfullayeva Z.N. "O'zbekistonning qishloq turizm salohiyatidan foydalanishning ijtimoiy-iqtisodiy omillari" – PhD dissertatsiyasi. – Samarqand, 2022. – 140 b.

49. Badriddinova D.S. “Madaniy meros obyektlari asosida turizm faoliyatini tashkil etishning iqtisodiy asoslari (Buxoro viloyati misolida)” – PhD dissertatsiyasi. – Buxoro, 2021. – 138 b.

50. Abdullayeva M.X. “O‘zbekiston hududlarida ekologik va etnografik turizm turlarini rivojlantirish strategiyalari” – PhD dissertatsiyasi. – Toshkent, 2023. – 142 b.

51. Karimov N.I. “Etnografik resurslar asosida turizmni diversifikatsiya qilishda servis xizmatlari tizimi” – PhD dissertatsiyasi. – Toshkent, 2022. – 148 b.

52. Rasulov F.M. “Turizm infratuzilmasini rivojlantirishda davlat-xususiy sheriklik mexanizmlarining roli” – DSc dissertatsiyasi. – Toshkent, 2021. – 240 b.

53. Mamarasulova G.G. “Barqaror turizmni shakllantirishda ijtimoiy-iqtisodiy mexanizmlarni takomillashtirish” – PhD dissertatsiyasi. – Termiz, 2023. – 132 b.

5. Statistika to‘plamlari va internet resurslari

54. 2024-yilda O‘zbekiston Respublikasida turizm va dam olish rivojlanishining asosiy ko‘rsatkichlari // O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika agentligi. – Toshkent, 2017.

55. Travel & tourism global economic impact & issues 2017, // World travel & tourism council, United Kingdom, 2017.

lex.uz

www.un-uwto.org

stat.uz

uzbektourism.uz

visithorezm.uz

ILOVALAR

1-ilova

1. Nukus – Shilpiq – Shayh Jalil bobo – Jampiqqal‘a – Gaur qal‘a – QADBR - Nukus

Marshrut tavsifi:

Davom etish muddati: 2 kun, 1 tun

Umumiy yo‘l uzoqligi (masofasi): 200 km

Transport: avtomobil (tajribali haydovchi bilan) yoki mikroavtobus

Ovqatlanish: marshrut davomida 3 marta

Tog‘da yurish uchun qulay va himoyalangan sport oyoq kiyimlari, shim va bosh kiyimi, tunash uchun palatkalar, bahor va kuz oylarida qalinroq kiyimlar kiyib chiqish tavsiya qilinadi.

Marshrut davomida sayohat qilinadigan turistik ob‘ektlar:

1. Shilpiq qo‘rg‘oni; 2. Shayh Jalil bobo ziyoratgohi; 3. Qorataw (tog‘ga chiqish); 4. Amudaryo sohili; 5. Jampiq qal‘a; 6. Gaur qal‘a; 7. QADBR

2. Nukus – Quyi Amudaryo davlat biosfera rezervati – Jampiq qal‘a – Gaur qal‘a –Jumirtau - Shilpiq– Taxiyoatosh - Nukus

Marshrut tavsifi:

Davom etish muddati: 2 kun, 1 tun

Umumiy yo‘l uzoqligi: 200 km

Transport: yengil avtomobil

Kerakli narsalar: Tog‘da yurish uchun qulay va himoyalangan sport oyoq kiyimlari, shim va bosh kiyimi, tunash uchun palatkalar, bahor va kuz oylarida qalinroq kiyimlar kiyib chiqish tavsiya qilinadi.

Ovqatlanish: marshrut davomida 3 marotaba

2. Nukus – Quyi Amudaryo davlat biosfera rezervati – Jampiq qal‘a – Gaur qal‘a –Jumirtau - Shilpiq– Taxiyoatosh - Nukus

Marshrut davomida sayohat qilinadigan turistik ob‘ektlar:

1. Quyi Amudaryo davlat biosfera rezervati; 2. Jampiq qal'a; 3. Gaur qal'a; 4. Jumirtaw; 5. Shilpiq qo'rg'oni; 6. Amudaryo

Nukus shahridan Quyi Amudaryo davlat biosfera rezervatigacha yengil avtomobillarda borish mumkin.

Baday to'qayda kiyiklarni kuzatish mumkin. Baday to'qay bo'ylab otda yoki piyoda Jampiq qal'agacha sayr qilish mumkin. Jampiq qal'agadan Gaur qal'agacha Qorataw etagi bo'ylab sayohatni davom ettiradi.

Gaur qal'adan Panton ko'prigi orqali Jumirtawga o'tish mumkin. Tog' manzarasini va atrofdagi mahalliy usulda qurilgan uylarni ko'rish va aholi turmush sharoiti bilan tanishish mumkin Keyin esa qayiq bilan Shilpiq qo'rg'onigacha borish mumkin. Sayohat davomida daryoning shovullab oqishi, qushlarning sayrashi, daryo sohilining go'zalligidan bahra olish mumkin.

Shilpiq qo'rg'onidan Taxiyoatosh tumanining Most otryad elatigacha daryo oqimi bo'ylab qayiqda borish mumkin.

Taxiyoatosh tumanidan Nukus shahrigacha yana avtomobilda kelish mumkin.

Turistik marshrut davomida 20-25 kishilik guruhlariga xizmat ko'rsatish maqsadga muvofiq. O'zimizning milliy rusumdagi avtobuslarda olib chiqish mumkin. Ovqatlanish uchun oziq ovqat va uni pishirish uchun kerakli anjomlar olib chiqish zarur.

Bundan tashqari hududda dastlab palatkalardan foydalangan holda 1-iyuldan 15-avgustgacha yoki bahor va kuz oylarida 18 yoshdan kattalarga 1 haftalik ekotur lagerlarni tashkil qilish maqsadga muvofiq. Bunday ekoturlarni tashkil etish orqali yoshlarning ekologik madaniyatini, bilimini va albatta ona tabiatga bo'lgan muxabbatini oshirgan bo'lishimiz. Quyidagi jadvalda bu ekotur davomida turistlarga xizmat ko'rsatish dasturini ko'rishingiz mumkin:

Turistlarga xizmat ko'rsatish dasturi

Kun	Vaqt	Tadbirlar	Masofa, harakat qilish yo'li
1	4.00-4.30	Toshkent mehmonxonasi oldida guruhni yig'ish (Nukus sh.)	
	4.30-12.00	Nukus sh. – Shayx Jalil bobo ziyoratgohi	60 km
	12.00-14.00	Tushlik	
	14.00-19.00	Ziyoratgoh bo'lab sayohat	10 km, piyoda
	19.00-22.00	Kechki ovqat, tanishuv kechasi	
	22.00	Uxlash	

2	6.00-7.00	Ertalabki badan tarbiya	
	7.00-8.00	Nonushta	
	8.00-12.00	Gavur qal'a	6 km, piyoda
	12.00-14.00	Tushlik	
	14.00-15.00	Jampiq qil'aga borish	3 km, piyoda
	15.00-16.00	Ekskursiya	
	16.00-17.00	QADBRga borish	3 km, piyoda
	17.00-19.00	Ekskursiya	
	19.00-20.30	Qaytish	12 km, qayiqlarda
	20.30-22.00	Shayx Jalil bobo haqida afsonalar	
	22.00	Uxlash	
3	6.00-7.00	Ertalabki badan tarbiya	
	7.00-8.00	Nonushta	
	8.00-10.00	Shilpiq qo'rg'oniga borish	12 km, otlarda
	10.00-12.00	Ekskursiya, milliy sozlarni tinglash	
	12.00-14.00	Tushlik	
	14.00-15.00	Amudaryoga borish	1 km, piyoda
	15.00-16.00	Daryoni kuzatish	
	16.00-19.00	Dehqonchilik dalalari bilan tanishish	3 km, piyoda
	19.00-20.00	Qaytish	12 km, otlarda
	20.00-22.00	Kechki ovqat	
	22.00	Uxlash	
4	6.00-7.00	Ertalabki badan tarbiya	
	7.00-8.00	Nonushta	
	8.00-11.00	Jumirtauga panton ko'prigi orqali borish	12 km, piyoda
	11.00-12.00	Ekskursiya	
	12.00-14.00	Tushlik	
	14.00-15.00	Amudaryo sohiliga borish	1 km, piyoda
	15.00-16.00	Daryoni kuzatish	
	16.00-19.00	Qishloqdagi uylarni qurilishini kuzatish, qishloq hayoti bilan tanishish	3 km, piyoda
	19.00-20.00	Qaytish	12 km, qayiqlarda
	20.00-22.00	Kechki ovqat	

	22.00	Uxlash	
5	6.00-7.00	Ertalabki badan tarbiya	
	7.00-8.00	Nonushta	
	8.00-10.00	Urisoyga borish	15 km, otlarda
	10.00-12.00	Ekskursiya, tog‘ga chiqish	
	12.00-14.00	Tushlik (Qipchaq OFY)	
	14.00-15.00	Amudaryoga borish	2 km, otlarda
	15.00-18.00	Daryoni kuzatish (Karterlarda)	
	18.00-20.00	Kaytish	20 km, piyoda
	20.00-22.00	Yuvinish, Bayram taomi	
	22.00	Uxlash	
6	6.00-7.00	Ertalabki badan tarbiya	
	7.00-8.00	Nonushta	
	8.00-9.00	Sulton Uvays bobo ziyoratgohiga borish	45 km
	9.00-12.00	Ekskursiya, hovuzdagi baliqlarni kuzatish, rasmga tushish	
	12.00-14.00	Tushlik	
	14.00-15.00	Munojat tog‘iga borish	2 km, piyoda
	15.00-18.00	Ekskursiya, tog‘ga chiqish, otlarga minish	
	18.00-19.00	Qaytish	45 km
	19.00-22.00	Kechki ovqat, lager haqida taasurotlarni o‘rtoqlashish	
	22.00	Uxlash	
7	6.00-7.00	Ertalabki badan tarbiya	
	7.00-8.00	Nonushta	
	8.00-17.00	Nukus shahriga qaytish, yo‘lda fototur tashkil qilish, tog‘ga chiqish, Qizilqum o‘simliklari bilan tanishish	60 km

Bu turda turistlar 7 kun davomida piyoda va otlarda sayohat qilishga, palatkalarda joylashishiga mo‘ljallangan va quyidagi xarid qilinadi:

1. Sug‘urta
2. Transport xizmati
3. Ovqatlanish

4. Zarur anjomlar ijarasi

5. Gid xizmati

6. Otlarni ijarasi

7. Maishiy texnikalar ijarasi

Guruhda minimum 6 kishi, maksimum 10 kishi ishtirok etishi mumkin. **Hisoblashlarda** bitta gid ham qo‘shiladi. Demak, minimal guruhda – 7 kishi, maksimal esa 11 kishi bo‘ladi.

Bundan tashqari, Quyi Amudaryo davlat biosfera rezervatida ekologik turizmni rivojlantirishning asosiy yo‘nalishlarini keltiramiz:

1) yangi marshrutlarni ishlab chiqish. Ishlab chiqilgan barcha marshrutlar piyoda yoki avtomobillarda amalga oshiriladi, Quyi Amudaryo davlat biosfera rezervatida velosipedda, otlarda, eshak va tuyalarda amalga oshiriladigan marshrutlarni ishlab chiqish;

2) Quyi Amudaryo davlat biosfera rezervatini ekoturizmni rivojlantirishga jalb qilish. Albatta, rezervat hududi yuqori jozibadorlikka ega, ammo uning salohiyatidan kam foydalanilyapti va unga yaqin hududlarda ekoturizmni rivojlantirish lozim;

3) Mintaqadagi OTM, O‘MTM va maktablarda ta‘lim oluvchilarga «Biologiya», «Geografiya», «Turizm iqtisodiyot» va boshqa fanlar o‘quv dasturi doirasida ekoturlar va ekologik lagerlarni tashkil etish, Ko‘pchilik o‘quvchilari va talabalar ona tabiyatimizdagi o‘simliklar, hayvonlar va qushlar nomlarini bilishmaydi, ekoturlarni tashkil etish orqali bu muammolarni hal qilishimiz mumkin;

4) Rezervatda yoshlar o‘rtasida rasmga olish san‘atining zamonaviy jarayonlarini o‘qitish, ekofototurlar tashkil etish.

