

MAMLAKATIMIZ HUDUDLARIDA QISHLOQ TURIZMI SALOHİYATI HOLATI VA UNGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI

Magistrant: Shodiyeva Muhayyo Anvarovna

Professor: K.Xomitov

O'zbekiston Respublikasi Bank-moliya akademiyasi

Annotatsiya: Ushbu maqolada qishloq turistik zonalarning salohiyati va unga ta'sir etuvchi tahlil qilingan.

Kalit so'zlar: Turizm, turistik zonalar, iqtisodiy omillar, ekologik omillar.

Аннотация: В данной статье анализируется потенциал сельских туристических зон и факторы, влияющие на него.

Ключевые слова: Туризм, туристские зоны, экономические факторы, экологические факторы.

Abstract: This article analyzes the potential of rural tourism areas and the factors influencing it.

Key words: Tourism, tourist areas, economic factors, environmental factors.

Hududlarda qishloq turizm rivojlanishining hozirgi holati, mamlakatimiz hududlarida qishloq turizmini rivojlantirish usullarini takomillashtirish va ularning ijtimoiy-iqtisodiy ko'rsatkichlari tahlil etilgan bo'lib, mamlakatimizda qishloq turizmini rivojlantirishning klaster tizimi modeli va uni rivojlantirish ssenariylar tahlili hamda tendensiyalari muvofiq parametrlar bilan qiyosiy tahlil qilish asosida tadqiq etilgan.

Tadqiqotlar ko'rsatishicha, 2023 yilda mamlakatimizda qishloq aholi punktlari soni 11006 tani tashkil qilgan. Samarqand viloyati kesimida esa qishloq aholi punktlari soni 1854 tadan iborat.

Tadqiqotimizda 2018-2022 yillar kesimida Samarqand viloyati misolida qishloq turizmini rivojlanish dinamikasini tahlil qildik. 2019 yilda boshlangan pandemiyasi turizm sohasiga, jumladan qishloq turizmining rivojlanishiga salbiy ta'sir ko'rsatganini ammo 2021 yildan boshlab qishloq turizmi maqsadida sayohat qilgan turistlar soni ikki baravarga o'sib borgan. Qishloq turizmi sohasidaband xodimlar soni, qishloq turizmi subyektlari soni va qishloq turizmidan olingan daromadlar ham o'sish tendensiyasini mavjudligi aniqlandi (1-jadval).

Shuningdek boshqa qishloq turizmi obyektlaridan hunarmandchilik uylari mavjudligi kuzatildi. O'zbekiston Respublikasi statistik ma'lumotlarga ko'ra 2022 yilda qishloq turizmi bo'yicha sayohat uyushtirganlar soni 1,620 ming nafar sayyohni tashkil qiladi. Anketa so'rov natijalari qishloq hududlarida turist sifatida

sayr qilish bir kundan uch kungacha muddatni tashkil qilganligini ko'rsatdi. O'zbekiston Respublikasi mahalliy hokimliklar bergan ma'lumotlarga ko'ra 2022 yilda qishloq turizmi bo'yicha sayohat uyushtirganlar soni 1104,4 ming nafar kishini tashkil qiladi. Qishloq hududlarida turist sifatida sayr qilish bir kundan uch kungacha muddatni tashkil qilgan. O'rtacha sayyohlik muddati 1 kunni tashkil etgan holda qishloq turizmida Samarqand viloyatining band bo'lgan mahalliy aholisining o'rtacha daromadi bizning nisbiy baholashimizga ko'ra 310 mln. so'mni tashkil qiladi.

31-jadval

2018-2022 yillarda Samarqand viloyatida qishloq turizmining rivojlanish holati

№	Ko'rsatkichlar	Yillar:					2022 yilda 2018 yilga nisbatan o'zgarishi (+;-)
		2018	2019	2020	2021	2022	
1	Viloyatga tashrif buyurgan jami qishloq sayyohlarining soni, ming kishi	1420.2	1818.5	412.86	823.26	1534.4	+114,2
2	Qishloq turizmida band xodimlar, kishi	525	623	560	684	741	+216
3	Qishloq turizmi subyektlari soni	34	63	51	59	76	+42
4	Qishloq turizmidan olingan daromad, mln.s	7,17	14,25	6,4	10,2	15,7	+8,53

2022 yil holatiga ko'ra Samarqand viloyatida joylashgan 1853 ta qishloq aholi punktlari obyektlaridan 53 tasida kichik qishloq mehmonxonalari 1000 tasida agroturistik fermer turistik destinatsiyalari mavjudligi aniqlandi.

2-jadval ma'lumotlarining tahlili Samarqand viloyatida qishloq turizmini rivojlantirish uchun qulay qishloq turizmi hududini turli yo'nalishlari bo'yicha ichki imkoniyatlarga ega ekanligini ko'rsatdi. Masalan qishloq turizmi sarguzashtlari ishtirokida sayyohlik faoliyatini amalga oshirish niyatida bo'lgan mahalliy yoki xorijiy turist uchun "Tersak Torism village", "Omonqo'tan-Taxtiqoracha" darasi kabi qishloq turizmi maskanlarida tabiat bilan qo'shib ketgan qishloq turlarini tashkil etish mumkin.

2-jadval

Qishloq turizmida bir kunlik daromad ko'rsatkichlari

№	Sayyohlar tashrif buyuradigan obyektlar	Umumiy qishloq turistlar soni, %	Turistlar soni, nafar	O'rtacha to'lov summasi, so'm (bir sutka uchun)	Qishloq turizmi obyektlaridan keladigan o'rtacha tushum (mln. so'mda)
1	Mintaqa markazidan	39	1200	100000	120
2	Mintaqaga yaqin tumanlar	20	800	100000	80
3	Boshqa mintaqalarda	15	500	100000	50
4	Toshkent va Xorazmdan	20	450	100000	45
5	Xorijiy sayyohlar	5	50	300000	150
6	Jami	100	3000		310

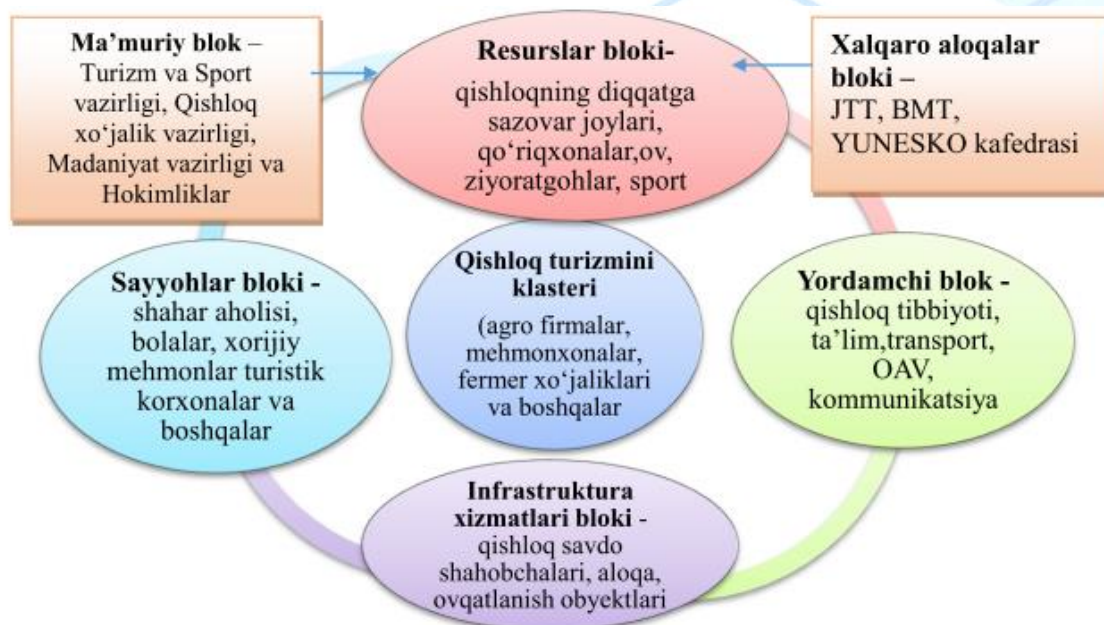
Tadqiqotlarimiz natijasida qishloq turizmini klaster modelini samaradorligini uning faoliyatini tahlil qilish asosida aniqlash mumkin degan xulosaga keldik. SHu sababli uni baholash bo'yicha ajratilgan ko'rsatkichlar bo'yicha qishloq turizmi klaster modelini rivojlanish koeffitsientidan foydalandik:

$$R_d = T / T_{total} \quad (1)$$

Bunda R_d – tanlangan ko'rsatkich bo'yicha tadqiq etilayotgan davrda qishloq turizmi klaster modelini rivojlanish koeffitsienti;

T – qishloq turizmiga turistlarning talabini oshib borishi;

T_{total} - qishloq turizmiga turistlarning talab ko'rsatkichini umumiy miqdori (ko'rsatkich o'zgarishlarida nolga teng bo'lgan holat).



1-rasm. Samarqand hududidagi qishloq turizmi klaster modeli loyihasi tuzilishi

Taklif etilgan va shakllantirilgan ko'rsatkichlar to'plamida natijalar o'zining o'rniga egaligi tufayli, ularni qishloq turizmi klaster modelini rivojlanish to'plam integral ko'rsatkichi hisob-kitobi asosida birlashtirish mumkin:

$$R_{de} = (\sum T_s \times R_{di}) / n, \quad (2)$$

Bunda R_{de} - qishloq turizmi klaster modelini rivojlanish to'plam integral ko'rsatkichi; T_s - qishloq turizmiga turistlarning talabini baholashda s- mezon miqdori; R_{di} - mavsum davrida hisoblanadigan sayyohlarni miqdor ko'rsatkichlari bo'yicha koeffitsientlar; n- koeffitsientlar soni.

Demak, qishloq turizmi klaster modelini rivojlanish to'plam integral ko'rsatkichlaridan kelib chiqib, qishloq turizmi klaster modeli tarkibida faoliyat yuritayotgan turistik firmaning xarajatlarini samaradorligini (E_x) quyidagi nisbat asosida aniqlashni amalga oshirsak maqsadga muvofiq bo'lishi mumkin:

$$E_x = E_i / E_x \quad (3)$$

Bunda olingan natijani E_x quyidagi ko'rinishda taklif etish mumkin:

$$E_i = (T_c \times D \times T_p) - E_x \quad (4)$$

T_c - qishloq turizmi sayyohlari soni; qishloq turizmi turpaket narxi, so'm; D - qishloq turizmiga bo'lgan talab koeffitsienti.

Qishloq turizmi klasterini yaratishdan maqsad - bu alohida turistik firmalarning qishloq turizmi turistik xizmatlarini ko'rsatishning yagona tizimiga birlashtirish va markazlashtirishdir. Bu tizim boshqa turistik resurslarni ham o'z ichiga olishi kerak: muzey va tarixiy obyektlar, dam olish, madaniyat, ovqatlanish, xalq hunarmandchiligi, sayyohlik va transport xizmatlari.

Bundan tashqari, boshqa manfaatdor obyektlarni, ya'ni fermer xo'jaliklari, qishloq xo'jaligi korxonalarini, maktablar va boshqalarni klasterga kiritish maqsadga muvofiqdir. Natijada, qishloq turizmi klasteri hududiy turistik bozor infratuzilmasini mustahkamlashga yordam beradi va mahalliy iqtisodiyotning o'sishida muhim rol o'ynaydi.

Ushbu model mamlakatimizda qishloq turizmini rivojlantirish va tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish natijasida milliy turizmni eng istiqbolli yo'nalishlari sifatida shakllanishiga xizmat qiladi, ya'ni:

1. Marketing tadqiqotlari, qishloq turizmini tegishli bozor segmentlarini tahlil qilish va jahon bozorini hisobga olgan holda hududning mavjud ixtisoslashuvi va resurs salohiyatiga muvofiq mahsulot va qishloq turistik xizmatlarining istiqbolli turlari aniqlanadi;

2. Prognoz bosqichi (tanlangan turxizmatlar bo'yicha bozor tendensiyalari). Ushbu bosqichda qishloq turizmining hududiy, respublika va jahon ishlab chiqarish narxlari dinamikasi va hajmlarini o'rta va uzoq muddatli prognozlashga amalga oshiriladi;

3. Qishloq turizmi klaster yadrosini (turxizmat ko'rsatish) yaratishga qodirkorxonalar faoliyati samaradorligini aniqlash. Ushbu bosqichda tegishli turistik korxonalar va tashkilotlarning moliyaviy barqarorligi va faoliyati samaradorligi ko'rsatkichlari tahlil qilinadi;

4. Qishloq turizmi klasterini rivojlantirish uchun resurslar mavjudligini aniqlash. Istiqbolli turistik resurslar va boshqa imkoniyatlar bilan ta'minlangan turistik korxonalar tahlil qilinadi;

5. Qishloq turizmi klaster faoliyati uchun zarur bo'lgan infratuzilma elementlarini yaratish imkoniyatlarini tahlil qilish. Klaster infratuzilmasi salohiyati (qishloq joylarda transport, logistika, energetika, axborot) tahlil qilinadi.

6. Qishloq turizmi klasterining salohiyatli ishtirokchilari (turistik xizmatko'rsatuvchilar, ta'minotchilar) o'rtasidagi o'zaro ta'sir darajasini aniqlash. Ushbu yakuniy bosqichda istiqbolli turistik korxonalar va tashkilotlar rahbarlarining anketa so'rovi asosida klasterning salohiyatli ishtirokchilari o'rtasida o'zaro hamkorlik darajasi aniqlanadi.

Qishloq xo'jaligining sanoat majmuasi korxonalari, dehqon-fermer xo'jaliklari va hududiy qishloq turizmi klasterlar faoliyatini diversifikatsiya qilishni rivojlantirish natijasida qishloq joylarda aholi bandligini ta'minlashga, balki qishloq hududlarining noyob turistik resurs salohiyatidan oqilona foydalanishga yordam beradi.

Xulosa qilib aytganda, qishloq turizmi klasterini har qanday geografik joylashuvi darajasida viloyat, shahar va qishloq hududlari bo'yicha ajratish mumkin. Turizm sohasini an'anaviy tarmoqlar nuqtai nazaridan emas, balki klasterlar nuqtai nazaridan o'rganish (masalan qishloq turizmi klaster modeli), turizm tarmoqlarining o'zaro bog'liqligi va uyg'unligini, innovatsion texnologiya, investitsiya, axborot va kasbiy ko'nikmalarni tarqatish yo'llarini aniqlashga, shuningdek, davlat ko'magiga muhtoj zaif bo'g'inlarni aniqlashga imkon beradi.

Adabiyotlar

1. Ibadullayev N.E. Xorijiy turistlarga turistik xizmatlarni tashkil etish. Ma'ruzalar matni. -Samarqand, SamISI, 2011. - 162 b.
2. Ibadullayev N.E. O'zbekistonning turistik resurslari. Ma'ruzalar matni. – Samarqand: SamISI, 2008. - 15 b.
3. Kamilova F.K., Ro'ziyev S.S. Turizm marketingi. O'quv qo'llanma. – T.: TDIU, 2007.
4. Kamilova F., Nurmuhamedova M. Mehmonxona va restoran xo'jaligi marketingi. – T., 2002.
5. Mamatqulov X.M. Turizm va servisga oid atamalar hamda iboralar izohli lug'ati. – Samarqand, 2010.