



## TURIZMDA SAMARADORLIKNI OSHIRISHDA VILOYATLARARO BOG'LIQLIKNING AHAMIYATLILIGI

**Umarova Mahliyo Yaxshiboy qizi**

*Ipak yo'li xalqaro turizm universiteti*

[Mahliyoumarova9893@gmail.com](mailto:Mahliyoumarova9893@gmail.com)

ORCID: 0009-0002-3134-0852

**O'rinova Maftuna Yaxshiboy qizi**

*Samarqand iqtisodiyot va servis instituti*

[Maftunaumarova11@gmail.com](mailto:Maftunaumarova11@gmail.com)

ORCID: 0009-0005-1218-8797

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada turizm sohasi rivojlanishida viloyatlararo o'zaro bog'liqlik hamda viloyatlararo tenglik darajasi o'rganib chiqilgan. Buning uchun menmonxona sanoati o'rganilib, mehmonxonalarning viloyatlararo taqsimlanganlik darajasi ko'rib chiqildi. Bundan tashqari sayyohlik agentliklari va tashkilotlari o'rganib chiqilib, ularning ham viloyatlararo taqsimlanganlik darajasi ham ko'rildi. Shu bilan bir qatorda, yuqorida ta'kidlangan turizmning asosiy segmentlariga talabni yaratish uchun avvalambor mavjud resurslarga e'tibor berish va yangi zamonaviy resurslarni yaratish dolzarb mavzu sifatida ko'rildi. Resurslarni son va sifat jihatdan oshirish uchun esa har bir viloyatning salohiyatidan kelib chiqqan holda bir qator takliflar berib o'tildi.

**Kalit so'zlar:** turizm, segment, destinatsiya, mehmondo'stlik sanoati, transport xizmati, suvenirilar, chakana savdo, raqobatdoshlik, samaradorlik, talab va taklif, marshrut.

## ЗНАЧЕНИЕ МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫХ СВЯЗЕЙ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ В ТУРИЗМЕ

**Умарова Махлиё**

*Международный университет туризма Шелковый путь*

**Уринова Мафтуна**

*Самаркандского института экономики и сервиса*

**Аннотация.** В данной статье изучен уровень межрегиональной взаимозависимости и межрегионального равенства в развитии туристической сферы. Для этого была изучена гостиничная отрасль и рассмотрен уровень распределения отелей по регионам. Кроме того, были изучены туристические агентства и организации, а также видна степень их межрегионального распределения. Кроме того, для создания спроса на основные сегменты туризма, упомянутые выше, рассматривалось как актуальная тема обратить внимание на существующие ресурсы и создать новые современные ресурсы. В целях увеличения количества и качества ресурсов был сделан ряд предложений, исходя из потенциала каждого региона.

**Ключевые слова:** туризм, сегмент, дестинация, индустрия гостеприимства, транспортное обслуживание, сувениры, розничная торговля, конкурентоспособность, эффективность, спрос и предложение, маршрут.

## THE SIGNIFICANCE OF INTERREGIONAL CONNECTION IN INCREASE EFFICIENCY IN TOURISM

**Umarova Mahliyo**

*International University of Tourism Silk Road*

**Urinova Maftuna**

*Samarkand Institute of Economics and Service*

**Abstract.** *In this article, the level of inter-regional interdependence and inter-regional equality in the development of the tourism sector is studied. For this, the hotel industry was studied and the level of distribution of hotels across regions was considered. In addition, tourist agencies and organizations were studied, and the degree of their inter-regional distribution was also seen. In addition, in order to create demand for the main segments of tourism mentioned above, it was seen as an urgent topic to pay attention to existing resources and to create new modern resources. In order to increase the number and quality of resources, a number of suggestions were made based on the potential of each region.*

**Key words:** *tourism, segment, destination, hospitality industry, transport service, souvenirs, retail trade, competitiveness, efficiency, supply and demand, route.*

### **Kirish.**

Yurtimiz turizmining bugungi kundagi ish darajasi ustida tadqiqot olib borar ekanmiz, O'zbekistonning 12 viloyatida sohaning turli-tuman rivojlanganlik darajasiga erishganligini ko'rishimiz mumkin. Ushbu turli tumanlik darajasini turizmning har bir segmentida ko'rishimiz mumkin. Demak, turizmning asosiy to'rt segmentlarini sanab o'tadigan bo'lsak ular quyidagilardir:

- Transport xizmati;
- Chakana savdo (suvenirlar) do'konlari;
- Manzilgohlar va faoliyatlar;
- Mehmondo'stlik sanoati (joylashtirish vositalari va ovqatlantirish xizmati).

Yuqorida sanab o'tilgan yo'nalishlar turizm sohasi istiqboli uchun bir xil darajada ahamiyatga ega. Ulardan birining sohada oqsoqlanganligi, butun turizm sohasi rivoji uchun muammoli to'siq sifatida baholanadi. Ammo vaziyatning ikkinchi tomoni ham bor, biz ko'zlagan rivojlanganlik nuqtasiga erishish uchun nafaqat yuqorida ta'kidlab o'tilgan segmentlarnig bir xil darajada rivojlanganligiga e'tibor berilishi lozim balki, viloyatlararo sohaning bir-birini qo'llab-quvvatlashiga e'tibor berilishi kerak.

Yana shunga ham alohida to'xtalib o'tish kerakki, yurtimiz turizm sohasiga davlatimiz rahbari Sh.M. Mirziyoyev ham katta e'tibor qaratganlar. So'zimiz isboti sifatida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 26-apreldagi PQ-135-sonli "Respublikaning turizm salohiyatini jadal rivojlantirish hamda mahalliy va xorijiy turistlar sonini yanada oshirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarorini keltirib o'ta olamiz.<sup>110</sup> Ushbu qarorda Respublikaning turizm salohiyatidan to'liq va samarali foydalanish, birinchi navbatda transport-logistika va turizm infratuzilmasidagi muammolarni tezkor hal etish, shuningdek, mavjud resurslar va imkoniyatlardan har tomonlama foydalanish hisobiga turizm sohasida faoliyat yuritayotgan tadbirkorlik subyektlari uchun qo'shimcha sharoitlar yaratish maqsadida bir qator ishlarni amalga oshirish oldinga reja qilib qo'yildi. Jumladan 2023-yilda rivojlanib borayotgan turizm sohasidagi imkoniyatlar hamda resurslardan har tomonlama keng foydalanish, qolaversa mavjud muammolarni tezkor hal etish bo'yicha "Yo'l xaritasi tuzib chiqildi" (Qaror, 2023).

<sup>110</sup> PQ-135-сон 26.04.2023. Respublikaning turizm salohiyatini jadal rivojlantirish hamda mahalliy va xorijiy turistlar sonini yanada oshirishga doir qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida (lex.uz)

### Adabiyotlar sharhi.

O'zbekiston turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha qolaversa bizning tadqiqot maqsadimiz bo'lgan viloyatlararo o'zaro hamkorlikni yo'lga qo'yish bo'yicha bir qator mahalliy va xorijiy olimlar o'z tadqiqot ishlarini olib borishgan.

Porter va Katels umumiy samaradorlikga quyidagi ta'rifni bergan: "Mamlakatning turmush darajasi iqtisodiyotning samaradorligi bilan belgilanadi va bu samaradorlik mamlakat aholisi tominidan ishlab chiqilgan tovar va xizmatlarning qiymati bilan belgilanadi, shunday qilib samaradorlik haqiqiy raqobatdoshlik bilan o'lchanadi" (Tuxliyev, Abduhamidov, 2021).

Manilada 1981-yilda qabul qilingan jahon turizmi haqidagi deklaratsiyada ko'rsatilishicha "Turizm davlatlarning ijtimoiy, madaniy, ma'rifiy va iqtisodiy sohalariga va ularning xalqaro munosabatlariga bevosita ta'sir ko'rsatishi jihatidan xalqlar hayotida muhim ro'l o'ynaydigan faoliyat sifatida tushuniladi" (Hayas, Ninemeier, Allisha, 2017).

I.S. Tuxliyevning Turizm nazariya va amaliyot kitobida turizm sohasining sementlaridan biriga quyidagi ta'rifni bergan: "Turistlarga transport xizmatlarini ko'rsatish, turistlarni va ularning yuklarini bir joydan ikkinchi joyga mumkinqadar tez va qulay sharoitlarda tashish uchun mo'ljallangan xizmatlar majmuyi" (Mamatqulov, 2011).

Ting Tan, Zihan Chen, Jianping Zha, Lamei He, Xiaoyu Li. Ushbu olimlar "mehmondo'stlik va turizm menejmenti" jurnalida "Turizm mahsuldorligi: hududlararo turli xil o'zaro bog'liqlik bormi" nomli maqolasida mintaqaviy turizm industriyasi mahsuldorligini sinergetik ravishda tarmoqlararo nuqtai nazardan ko'rib chiqqan (Po'latov va boshq., 2022).

I.S. Tuxliyevning Turizm nazariya va amaliyot kitobida turizm sohasining yana bir asosiy segmentlaridan biri ovqatlanirish xizmatini mehmonxonalarda quyidagicha bo'lishini aytib o'tgan: "Ovqatlanishning turlari- ertalabki nonushta, yarim pansion, to'liq pansion doimo turistlik xizmatlar ko'rsatish tarkibida belgilangan bo'ladi" (Valeri, Baggio, 2021).

Joylashtirish vositalarining o'zagi bo'lmish mehmonxona nomeriga Samarqnd iqtisodiyot va servis instituti professori I.S. Tuxliyev ham quyidagi ta'rifni bergan; "mehmonxona nomeri bu joylashtirish xizmatining asosiy elementi, mehmonlarga dam olish, uxlash , ishlash imkoniyatini yaratuvchi ko'pfunksionalliy joy xisoblanadi" (Ting Tan and other, 2024).

Shtudiner, Klein, Zwilling va Kantor, 2019- yilda "Turizm tadqiqotlari yilnomalari" da "Suvenirlarning ahamiyati hamda viloyatlar" nomli maqolasida "Suvenirlar bu maxsus daqiqalar, voqealar hamda joylarni eslatib turuvchi manbadir. Suvenirlar turli-tumanligida viloyatlarning madaniyati va urf-odatlarini o'ziga xosligi ahamiyatlidir" (Yongrui Guo and other, 2024).

### Tadqiqot metodologiyasi.

Ushbu tadqiqot uchun izlanish davomida tizimli va qiyosiy taxlil, so'rovnoma va ekspert baholash kabi samarali usullardan keng ko'lamda foydalanildi.

### Tahlil va antijalar muhokamasi.

Yurtimiz O'zbekistonda turizm resurslarini sifat hamda miqdor tomondan yuksaltirish uchun yaxshigina imkoniyat mavjud. Unda<sup>111</sup> 8000 dan ziyod tarixiy- arxitektura obidalari va go'zal tabiiy-iqlim resurslari joylashgan. Ammo yuqorida ta'kidlab o'tilgan 8000 dan ortiq turistik resurslarning faqatgina 3/1 qismigina turizm sohasi uchun faoliy yuritib kelmoqda. Qolgan qismi yangicha turistik mahsulotlarni va infratuzilmalarni ishga tushishini talab etadi.

Yuqorida ta'kidlangan turizm sohasi uchun faol xisoblangan tarixiy- arxitektura obidalari va go'zal tabiiy-iqlim resurslari ayrim viloyatlarda nisbatan yaxshi yuksalgan. Toshkentda 144 ta, Samarqandda 118 ta, Buxoroda 201 ta, Xivada 310 ta resurslar faoliyati qiyosiy darajada yaxshi ahvolda.

<sup>111</sup> 152372878.pdf (oxu.uz)

To'xtalib o'tilganidek Mehmondo'stlik sanoati umumiy turizm sohasidatutgan o'rni ahamiyatlidir. Bizning asosiy e'tibor beradigan nuqtamiz bu mehmonxonalarining nafaqat soni balki qanday darajada hududlar bo'ylab taqsimlanganligidir. Yurtimizda faoliyat olib borayotgan mehmonxonalarining umumiy soniga nazar soladigan bo'lsak, <sup>112</sup>2023-yil 1-yanvar holatiga ko'ra, O'zbekistonda faoliyat ko'rsatayotgan mehmonxonalar soni 1088 tani tashkil etadi.

Albatta mehmonxonalarni darajasiga qarab ajratish ham muhimdir.

- ✓ 1 yulduz mehmonxona - 231
- ✓ 2 yulduz mehmonxona - 36
- ✓ 3 yulduz mehmonxona - 120
- ✓ 4 yulduz mehmonxona - 24
- ✓ 5 yulduz mehmonxona - 5
- ✓ Yulduzli toifaga ega bo'lmagan joylashtirish vositalari - 672.

Hududlar bo'yicha <sup>113</sup>mehmonxonalar soni taqsimoti 2021-yil ma'lumotiga ko'ra quyidagichadir:

- Toshkent shahri – 243 ta;
- Buxoro viloyatida – 193 ta;
- Samarqand viloyati – 149 ta;
- Toshkent viloyati – 109 ta;
- Farg'ona viloyati – 98 ta;
- Xorazm viloyati – 82 ta;
- Qoraqalpog'iston Respublikasi – 60 ta;
- Qashqadaryo viloyati – 45 ta;
- Jizzax viloyati – 43 ta;
- Namangan viloyati – 36 ta;
- Navoiy viloyati – 34 ta;
- Surxondaryo viloyatida – 29 ta;
- Andijon viloyati – 21 ta;
- Sirdaryo viloyati – 14 ta.

Yuqoridagi ma'lumotlardan ko'rinib turibdiki yurtimiz mehmonxonalarining asosiy qismi Toshkent shahri va Toshkent viloyatida hamda Buxoro viloyatida, Samarqand viloyatida, Xorazm viloyatida, Farg'ona viloyatida nisbatan yuqori miqdorda joylashganligini ko'rishimiz mumkin. Afsuski, bu nisbatnig qarama-qarshiligini Sirdaryo viloyatida, Andijon Viloyatida, Surxondaryo viloyatida, Navoiy hamda Namangan viloyatlariga xos ekanligini guvohi bo'lishimiz mumkin.

Sayyohlik tashkilotlari va agentliklari ham turizmni rivojlantiruvchi asosiy yo'nalishdir<sup>114</sup>. Ushbu tashkilotlarning ham hududlar bo'yicha taqralishiga qaraydigan bo'lsak quyidagi ma'lumotga yuzlashamiz (1-jadval):

Ushbu jadval shuni isbotlaydiki, biz yildan yilga sayyohlik agentliklarining sonini ko'paytirishga harakat qilayotganimiz rost. Ayniqsa Samarqand viloyatida ushu qisqa muddat ichida 16 taga ko'payganini, Buxoro viloyatida 15 taga ko'payganini hamda Xorazm viloyatida 6 taga oshganini kuzatamiz. Farg'ona, Sirdaryo, Jizzax, Namangan viloyatlarida ushbu raqamlarning oshishini sekin sur'atlarda ekanligini ko'ramiz. Eng ko'zga tashlanadigan farqni jadvalga umumiy nazar solganimizda sezamiz. Ya'ni, sayyohlik agentliklarining asosiy qismi huddi mehmonxonalar soni kabi Toshkent shahri, Samarqand viloyati va Buxoro viloyatlariga to'g'ri keladi. Namangan, Sirdaryo, Surxondaryo, Qashqadaryo, Jizzax, Andijon viloyatlarida sayyohlik agentliklari va tashkilotlari sonini kammiqdordadir.

<sup>112</sup> O'zbekistonda nechta 5 yulduzli mehmonxona bor? (aniq.uz)

<sup>113</sup> O'zbekistonda mehmonxonalar soni qanchaga yetgani ma'lum qilindi — Uzbekistan News | DARYO.UZ

<sup>114</sup> Слайд 1 (stat.uz)

## 1-jadval

## O'zbekistondagi sayyohlik agentliklari soni 2021-yil va 2022-yillarda.

Viloyatlar	Sayyohlik agentliklari soni 2021	Sayyohlik agentliklari soni 2022
Toshkent shahri	178	181
Xorazm	8	14
Farg'ona	8	9
Toshkent viloyati	3	5
Sirdaryo	1	2
Surxondaryo	2	4
Samarqand	41	57
Namangan	1	3
Navoi	10	13
Qashqadaryo	3	7
Jizzax	3	5
Buxoro	16	31
Andijon	3	4
Res. Qoraqalpog'iston	11	13

**Xulosa va takliflar.**

Olib borilgan tadqiqotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, yurtimizda turizm sohasining viloyatlararo rivojlanganlik ko'rsatkichi bir xil darajada emas. U ayrim Samarqand, Toshkent, Buxoro, Xorazm kabi qadimiy viloyatlarda tez suratlarda natija ko'rsatmoqda. Ammo, Sirdaryo, Jizzax, Andijon kabi viloyatlarda shaharlarning qadimiyligiga qaramasdan biroz sust darajada. Bu xulosani ushbu viloyatlarda turizmning asosiy segmentlaridan bo'lmish mehmonxona sanoati, sayyohlik agentliklari, umumiy ovqatlanitish korxonalari transport xizmatini ko'rsatuvchi korxonalarining kam miqdorda ekanligidan ham chiqarishimiz mumkin.

Albatta hududda mehmonxonalar sonini yohud sayyohlik agentliklari sonini ko'paytirish uchun avvalambor ushbu korxonalarga bo'lgan talabni shakllantirishimiz kerak. Chunki talab bor joyda taklif yaratiladi. Talabni shakllantirish esa hududlardagi mavjud resurslardan oqilina foydalanish hamda shu bilan bir qatorda yangi zamonaviy resurslarni yaratishni taqozo etadi. Ya'ni, sayyohlarni o'ziga jalb etuvchi, ularni sayohatga undovchi destinatsiyalarni yaratishimiz kerak.

Izlanishlar natijasidan kelib chiqib, ushbu nisbatan ortda qolayotgan viloyatlardagi resurslar rivojini jadallashtirish uchun quyidagi takliflarni bera olamiz:

- Viloyatlarning betakror va shifobaxsh tabiatidan foydalanishni;

Chunki, Jizzax viloyati hududida "Zomin" davlat milliy tabiat bog'i mavjud. Bu esa, turizm uchun ajoyib resurs hisoblanadi. Yoki bo'lmasam, Qashqadaryo viloyatida "Kitob" geologik milliy tabiat bog'i joylashgan. Namangan viloyatida "Mingbuloq" davlat tabiat yodgorligi va "Chust" davlat tabiat yodgorliklari mavjud. Farg'ona viloyatida "Akbarobod" davlat tabiat yodgorligi mavjud.

- Viloyatlarning o'ziga xos mahalliy an'analaridan kelib chiqqan suvenirnlarni yaratish va ularning yarmarkalarini tashkillashtirish;

- Keng qo'llaniladigan marshrutlarga ushbu viloyatlardagi manzilgohlarni qo'shish.

O'ylaymizki yuqorida aytib o'tilgan takliflar viloyatlararo turizm sohasining bir xil darajada rivojlanishini ta'minlovchi qanot bo'lib xizmat qila oladi.

**Adabiyotlar / Лумепамыпа/ Reference:**

David K. Hayas, Jack D. Ninemeier, Allisha A. (2017) *Hotel operation management* Miller third edition.

Mamatqulov X.M. (2011) *“Turizm infratuzilmasi” o‘quv qo‘llanma*, Toshkent.

Po‘latov M.E., Amriddinova R.S., Norqulova D.Z., Talibova A.Yu. (2022) *“Mehmonxonalarda kasbiy etika” Samarqand*.

Qaror (2023) PQ-135-сон 26.04.2023. Respublikaning turizm salohiyatini jadal rivojlantirish hamda mahalliy va xorijiy turistlar sonini yanada oshirishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida (lex.uz)

Ting Tan, Zihan Chen, Jianping Zha, Lamei He, Xiaoyu Li. (2024) *Journal of Hospitality and Tourism Management, Tourism productivity: Is there any spatial correlation among various regions? The case of China from a network analysis perspective. (256-268).*

Tuxliyev I.S., Abduhamidov S.A. (2021) *“Turizm nazariya va amaliyot” darslik*.

Valeri M., Baggio R. (2021) *Italian tourism intermediaries: A social network analysis exploration. Current Issues in Tourism*.

Yongrui Guo, Xiaotian Cui, Yuzong Zhao. (2024) *Journal of Hospitality and Tourism Management, Handwritten typeface effect of souvenirs: The influence of human presence, perceived authenticity, product types, and consumption goals. (345-353).*

Yu, Y., Zhou, X., Wang, L., & Wang, Q. (2022). *Uppercase premium effect: The role of brand letter case in brand premiumness. Journal of Retailing, 98(2), 335–355.*

Zhang, M., Guo, X., Guo, X., & Jolibert, A. (2023). *Consumer purchase intention of intangible cultural heritage products (IHP): Effects of cultural identity, consumer knowledge and manufacture type. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 35 (3), 726–744.*