



O'ZBEKISTONDA TURISTIK MAJMUALAR FAOLIYATINI BOSHQARISHNING NAZARIY JIHLTLARI

PhD Xomidov Qaxxorali Qurbonali o'g'li

Farg'ona davlat universiteti

ORCID: 0000-0002-5768-6010

xomidovqaxxorali7gmail.com

Annotatsiya. Ushbu maqolada postindustrial jamiyatga o'tishdan bugungi kungacha bo'lgan o'zgarishlar tahlili iqtisodiy tizimlarning sanoatlashgan iqtisodiyot, xizmatlar iqtisodiyoti hamda o'zgarishlar iqtisodiyotiga o'tib borayotgani, postindustrial jamiyat iqtisodiyotining rivojlanish bosqichlari, N.Leyperning turizm tizimi modeli tarkibi va "Turistik majmua" tushunchasiga konseptual yondashuvlarning mazmuni hamda faoliyatini boshqarishning nazariy-uslubiy jihatlari tahlil qilingan.

Kalit so'zlar: postindustrial jamiyat, turizm sohasi, turistik majmua, boshqaruv yondashuvlari, turizm xizmatlari, turistik majmualar boshqaruvi, rivojlanish tendensiyalari, rivojlanish qonuniyatlari.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ УПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПЛЕКСОВ В УЗБЕКИСТАНЕ

Хамидов Каххорали Курбанали углы

Ферганский государственный университет

Аннотация. В данной статье анализ изменений от перехода к постиндустриальному обществу до наших дней основан на том факте, что экономические системы движутся в направлении индустриализированной экономики, экономики услуг и экономики изменений, этапов развития экономики постиндустриального общества и т.д. Структура проанализированы модель туристической системы Лейпера и содержание концептуальных подходов к понятию "туристический комплекс" и теоретико-методологические аспекты управления его деятельностью.

Ключевые слова: постиндустриальное общество, индустрия туризма, туристический комплекс, подходы к управлению, туристические услуги, управление туристическими комплексами, тенденции развития, законы развития.

THEORETICAL ASPECTS OF MANAGING THE ACTIVITIES OF TOURIST COMPLEXES IN UZBEKISTAN

Khamidov Kakhkhorali Kurbanali ugli
Ferghana State University

Abstract. *In this article, the analysis of changes from the transition to post-industrial society to the present day is based on the fact that economic systems are moving towards an industrialized economy, the economy of services and the economy of changes, stages of development of the economy of post-industrial society, N. The structure of the model of the tourism system of leper and the content of conceptual approaches to the concept of a "tourist complex" and theoretical-methodological aspects of the management of its activities are analyzed.*

Keywords: *post-industrial society, tourism industry, tourist complex, management approaches, tourism services, management of tourist complexes, development trends, and development laws.*

Kirish.

Bugungi kunda jahonda yuz berayotgan ijtimoiy-iqtisodiy o'zgarishlar iqtisodiy munosabatlar doirasida mavjud va asoslangan qonuniyatlar insoniyatning taraqqiyoti bilan bog'liq ravishda ma'lum bir darajada o'zgarishi mumkinligini ko'rsatmoqda. Ana shunday tendensiyalarning asosiy qismi moddiy ishlab chiqarish sohasining xizmatlashuv tomon yuz tutayotganligi bilan izohlanadi. XX asrning oxiridan boshlab bugungi kungacha bo'lgan davrda jahon miqyosida moddiy ishlab chiqarish sohalari insoniyatning global darajadagi axborot kommunikatsiya sohasidagi rivojlanishi bilan bog'liq o'zgarishlar ta'sirida o'z faoliyatini xizmatlar sohasi bilan biriktirgan holda olib borishga harakat qilmoqda. Bunday o'zgarishlar ushbu sohada faoliyat olib borayotgan turli hajmdagi korxonalarining raqobat ustunligini ta'minlayotganligi korxonalar faoliyatida xizmatlashuv darajasining ortib borishiga olib kelmoqda.

Turizm sohasini rivojlantirish va boshqarish mexanizmlariga bag'ishlangan ko'plab tadqiqotlar amalga oshirilgan bo'lib, ularda turizmni rivojlantirish bo'yicha boshqaruv samaradorligini oshirish bo'yicha turli xil qarashlar va yondashuvlar ishlab chiqilgan. Turizm xizmatlari bozorida talab va taklif o'rtasida muvofiqlikni ta'minlash hamda turistik mahsulotlar va xizmatlar raqobatbardoshligini oshirish muhim ahamiyatga ega. Shunga ko'ra, biz, ushbu yo'nalishda ba'zi mualliflarning fikr va mulohazalarini o'rganib, ularning ilmiy yondashuvlarini umumlashtirib, turizm sohasida boshqaruv samaradorligini oshirishning ustuvor yo'nalishlari, vositalari va usullari bo'yicha fikrlarimizni qisqacha bayon qilamiz.

Adabiyotlar sharhi.

O'zbekistonda turistik majmualar faoliyatini boshqarishning nazariy jihatlarini ko'plab iqtisodchilar tomonidan o'rganilgan bo'lib, bulardan iqtisodchi olim Alimova (2017) o'zining "Hududiy turizm bozorining rivojlanish xususiyatlari va tendensiyalari" nomli doktorlik dissertatsiyasida turizm bozorida talab va taklifni muvofiqlashtirish, boshqaruv konsepsiyasi orqali turistik mahsulotlar raqobatbardoshligini oshirish, turizm sohasi rivojlanishining tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish hamda hududiy turistik klasterlarni shakllantirish bo'yicha ilmiy mulohazalarni keltiradi.

Shuningdek, MDH olimlari Surkov va Krivoruchkolarning (2009) "Mejdunarodniy turizm v Rossii: problemi razvitiya i upravleniya" nomli asarida Rossiyada xalqaro turizm bozori rivojlanishining asosiy yo'nalishlari va integratsion jarayonlar, turizm industriyasi subyektlari faoliyati, xalqaro turizmni tartibga solish mexanizmlari, xalqaro turistik siyosatning maqsadlari, vazifalari va ustuvor boshqaruv yo'nalishlari bo'yicha tadqiqotlar olib borganlar.

Mualliflar o'z asarida xalqaro turizm rivojlanishining omillari, globallashtirish jarayonlarining turistik majmualar boshqaruv faoliyatiga ta'siri, turizm destinatsiyasi rivojlanish xususiyatlariga alohida e'tibor qaratganlar. Ramadanova va Makarchenkoning (2016) "Gosudarstvennoye regulirovaniye turisticheskoy deyatelnosti" nomli asarida turistik faoliyatni tartibga solish usullari, vositalari va shakllari yoritib berilgan. Bunda turizm sohasini boshqarishda davlatning roliga ham alohida e'tibor qaratilgan. Biroq asarda turistik faoliyatni boshqaruv usullari va vositalari tasnifi ishlab chiqilmagan.

Tadqiqot metodologiyasi.

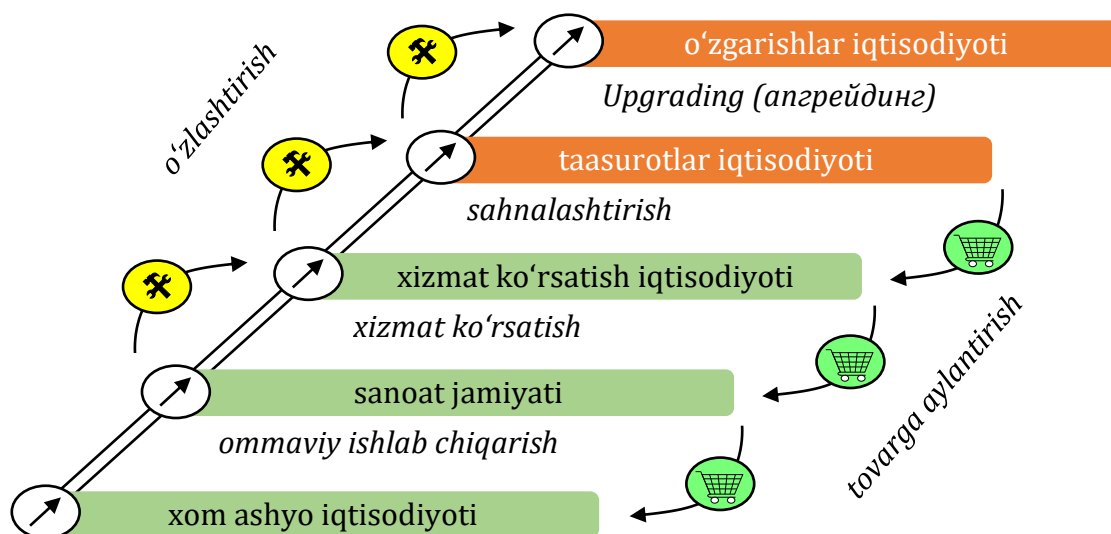
Maqolada turistik majmualarni shakllantirish va boshqarish tahlili amalga oshirilib, mazkur yo'nalish bo'yicha iqtisodchi olimlar va mutaxassislarning fikrlariga tayangan holda dialektik va tizimli yondashuv, qiyoslash, emperik tadqiqot hamda qiyosiy tahlil kabi usullari orqali turistik majmualar faoliyatini boshqarishning o'stuvor yo'nalishlarini belgilash bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Tahlil va natijalar muhokamasi.

Turizm sohasi mohiyat jihatidan bevosita xizmatlar sohasi tarkibiga kirsa-da, soha faoliyatining asosiy qismi bevosita moddiy ishlab chiqarish korxonalarini faoliyatiga bog'liq. Shu bilan birga turizm sohasining rivojlanishi moddiy ishlab chiqarish tarmoqlari singari juda katta hajmdagi moddiy vositalarni talab qilmasligi hamda faoliyatning tabiiy resurslar mavjudligi bilan bog'liqligi mamlakatimizda sohani qisqa vaqtda jadal rivojlantirish imkoniyati mavjudligini ko'rsatadi. 2016 yildan boshlab mamlakat darajasida turizm xizmatlari sohasini rivojlantirish borasida olib borilayotgan tizimli islohotlar ham sohaning mamlakat taraqqiyotini jadal rivojlantirishdagi "o'sish" nuqtalaridan biri bo'lishi mumkinligini ko'rsatadi.

Postindustrial jamiyatga o'tishdan bugungi kungacha bo'lgan o'zgarishlar tahlili iqtisodiy tizimlarning sanoatlashgan iqtisodiyot, xizmatlar iqtisodiyoti hamda o'zgarishlar iqtisodiyotiga o'tib borishini ko'rsatadi (1-rasm).

Fikrimizcha, iqtisodiy o'zgarishlarning ko'rib o'tilayotgan ketma-ketlikda rivojlanishining asosiy omili sifatida mahsulot yoki xizmatlarning individuallashtirishini ko'rsatib o'tish to'g'ri bo'ladi. Chunki taraqqiyot bosqichlarida kommodizatsiya jarayonining zaiflashib borishi va, bir vaqtning o'zida kastomizatsiya jarayonining kuchayib borishi kuzatiladi. Bu esa, jamiyatda yaratilayotgan mahsulot va xizmatlarning iste'molchilarning xoxish (istak)laridan kelib chiqib, individuallashtirish borishini ko'rsatadi.



1-rasm. Postindustrial jamiyat iqtisodiyotining rivojlanish bosqichlari
(Pine, Gilmore, 1999)

Yuqoridagi o'zgarishlar moddiy ishlab chiqarish sohalariga qaraganda xizmatlar sohasida birmuncha yuqori ekanligini, shu bilan birga "standartlashuvdan qochish" xizmatlar sohasida avvaldan mavjud bo'lganligini ko'rsatadi.

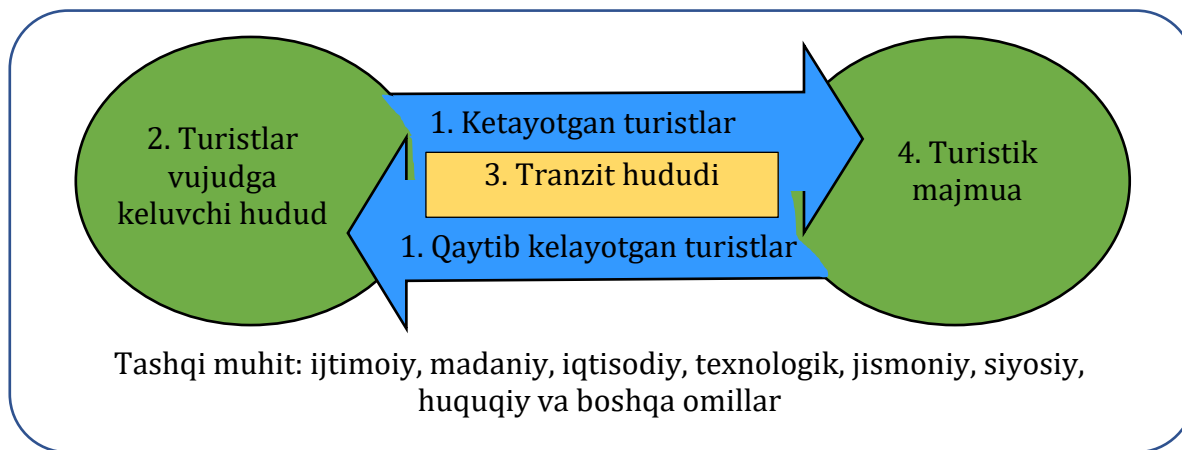
Turizm xizmatlar sohasining bugungi kunda eng jadal rivojlanayotgan va yuz berayotgan o'zgarishlarga tez moslasha oladigan tarmog'i bo'lganligi hamda tarmoqni hali o'zlashtirilmagan tabiiy-iqtisodiy resurslar negizida qisqa vaqtda kengaytirish imkoniyati mavjudligini hisobga olgan holda mamlakatimizda ushbu tarmoqni rivojlantirish ustuvor yo'nalishlardan biri sifatida belgilangan.

Turizm sohasining rivojlanishi ko'p jihatdan, aytib o'tilganidek, mavjud tabiiy-iqtisodiy resurslarning mavjudligi va ushbu resurslarning iqtisodiy faoliyatga kiritilganligiga bog'liq. Iqtisodiy terminologiyada turistlar, ya'ni xizmatlar iste'molchilari tomonidan tanlanadigan va ushbu hududda yaratilgan xizmatlarni istemol qilinadigan hudud "turistik destinatsiya" deb ataladi (Гончарова, 2014).

Turistik nuqtai nazardan xizmatlarni yaratish, turistik majmulardan faoliyatda samarali foydalanish va boshqarish ularning raqobat ustunliklarini belgilaydi va, bu o'z navbatida, turistik faoliyat samaradorligini belgilaydi.

"Majmua" atamasi dastlab turizm faoliyatiga tizimli yondashuv doirasida yuzaga keldi. Turistik tizim N.Leyper modeliga ko'ra eng kamida quyidagi bir-biri bilan bog'liq bo'lgan 5 ta elementning mavjud bo'lishini talab etadi, bular turistlar (iste'molchilar), turistlar shakllanuvchi hududlar, turistlar o'tib boruvchi tranzit hududlar, turistik majmualar, turistik sanoat.

Turizm sohasining rivojlanishi, turistik korxonalar faoliyati samaradorligi hamda turistik mahsulotning yaratilish jarayonini tadqiq etishda, avvalo, "turistik majmua" turistik tizimning asosiy elementi sifatida o'rganilishi maqsadga muvofiq. Shuni hisobga olgan holda, tadqiqot jarayonida "turistik majmua" atamasi va unga yondashuvlarni kengroq o'rganib chiqqan holda mualliflik yondashuvini ishlab chiqish asosiy vazifalardan biri sifatida belgilandi.



2-rasm. N.Leyperning turizm tizimi modeli tarkibi (Морозова и др. 2014)

Ilmiy adabiyotlarda "majmua" atamasi bir xil bo'lmagan holda talqin etiladi. "Majmua" tushunchasi, odatda, geografik nuqtai nazardan ma'lum bir turistik resurslarga ega bo'lgan hudud sifatida qaraladi. Shu nuqtayi nazardan yondashilsa, majmua tushunchasi turistik mintaqa yoki turistik hudud tushunchalariga muqobil ma'noni bildiradi. Majmua tushunchasini bugungi kunda turistik jihatdan uning potensial mijozga nisbatan jalb etuvchanlik (jozibadorlik) tomonidan o'rganish maqsadga muvofiqdir.

Ayrim tadqiqotchilarning talqinida "majmua" turistlarni ehtiyoji va talablariga javob beruvchi bir qator xizmatlar to'plamini taklif etuvch hamda aniq jalb etuvchanlik darajasiga ega bo'lgan geografik hudud sifatida qaraladi (Морозов, Морозова, 2014).

Bir qator tadqiqotchilar tomonidan esa “turistik majmua” tushunchasi esa turistlar tomonidan borishga harakat qilinuvchi, turistik oqimni shakllantiruvchi joy, qandaydir lokatsiya (hudud, makon, akvatoriya) sifatida tushuncha beriladi. Shu mazmunda turistik majmua turist tomonidan yashash manzilini tark etgan holda ushbu makonda yangi hissiyotlar va o‘ziga xos qoniqishlarni olishni rejalashtirgan joy sifatida qaraladi.

Ushbu mantiqqa suyanan va turistlarni qabul qiluvchi majmuani boshqaruvchi pozitsiyasida turgan holda turistik majmuani keng mehmondo‘stlik xizmatlarini yaratuvchi va iste‘molga taklif etuvchi majmua sifatida ko‘rib chiqish maqsadga muvofiqdir.

1-jadval

“Turistik majmua” tushunchasiga konseptual yondashuvlarning mazmuni

Konseptual yondashuvlar	Tadqiqotchilar	Konseptual yondashuvlar mazmuni
Iqtisodiy-geografik jihatdan yo‘naltirilgan konseptual yondashuv	N.Leyper	Turistik majmua bu – turistlar tomonidan hududning bir yoki bir necha belgi va xususiyatlari bo‘yicha turistik tajriba olish uchun ma‘lum bir vaqtga to‘xtovchi joy.
	K.Metelka	Turistik majmua – inson sayohat qiluvchi “geografik joy”, “turistik bozorning hududi”.
	S.Medlik	Turistik majmua – turistlar tomonidan tashrif buyuriladigan jalb etuvchanlik xususiyati, turistik xizmatlar ko‘rsatish infratuzilmasi va geografik jihatdan borish chegaralanmaganlik kabi asosiy omil belgilariga ega bo‘lgan hudud.
	R.Meytlend	Turistik majmua – turistlar tashrif buyuruvchi geografik chegaralarga ega bo‘lgan alohida hudud.
Marketing-boshqaruviga yo‘naltirilgan konseptual yondashuv	F.Kotler, J.Bouen, J.Meykenz	Turistik majmua – ko‘p bosqichli tarkibiy tuzilish: asosiy, yondosh va qo‘shimcha tuzilishga ega bo‘lgan moddiy yoki nomoddiy elementlardan tashkil topgan turistik mahsulot.
	D.Buxalis	Turistik majmua bu – iste‘molchiga umumlashgan tajribani o‘zlashtirish imkonini beruvchi turistik mahsulot.
Mijozga yo‘naltirilgan konseptual yondashuv	J.Moysander, A.Valtonen	Turistik majmua imij, joy, xizmatlar va mehmondo‘stlik sohasi kabi mijozga yo‘naltirilgan kengaytirilgan turistik mahsulotni ifodalovchi xizmatlar tizimi. Unda mijoz, bir tomondan, tadbirlarda ishtirok etuvchi nafaol istemolchi sifatida, ikkinchi tomondan, turistik mahsulotni iste‘mol qilish uchun iqtisodiy jihatdan optimal qaror qabul qiluvchi faol subyekt sifatida qaraladi.
Ijtimoiy-madaniy konseptual yondashuv	J.Dyumazedye	Turistik majmua – jamiyatdagi ne‘mat hisoblanib, “ishlab chiqarish” iqtisodiyoti o‘rniga “xizmatlar” iqtisodiyotining kelishi bilan rivojlanuvchi muhit.
	N.Kolodiy	Turistik majmua xizmatlar sohasining asosiy institutlari (universitetlar, axborot, fan, madaniyat, tibbiyot) ishtirokida nazariy va amaliy jihatdan shakllanuvchi qadriyatlar va tajribalar o‘rganiladigan joy.
	J.Urri	Turistik majmua – global bozorda raqobat muhitida foydalaniluvchi, turist tomonidan tanlanadigan va uning xoxish istaklari doirasida foydalaniladigan turistik mahsulot.

E.Louznning yondashuvlaridan tashqari turistik majmua tushunchasiga Lyu (1987), Framke (2002), Saarinen (2004) va Kilanenlar (2011) tomonidan ishlab chiqilgan yondashuvlar ham mavjud. Ushbu tadqiqotchilarning “turistik majmua” tushunchasiga konseptual yondashuvlarini o‘rganib chiqqan holda konseptual yondashuvlarni to‘rt asosiy yo‘nalishda ajratib chiqish mumkin.

1. Iqtisodiy-geografik jihatdan yo'naltirilgan konseptual yondashuv. Ushbu yo'nalishdagi yondashuvga K.Metelka, S.Medlik, R.Batler, N.Leyper va R.Meytlend kabi xorijiy tadqiqotchilarning ishlarini kiritish mumkin.

2. Marketing-boshqaruviga yo'naltirilgan konseptual yondashuv. Ushbu yo'nalishdagi yondashuvga xorijlik olimlardan F.Kotler, J.Bouen, J.Meykenz, D.Buxalis va K.Gunnlarning yondashuvlari tegishli.

3. Mijozga yo'naltirilgan konseptual yondashuv. Ushbu konseptual yondashuvga xizmatlar marketingi, strategiyasi hamda marketing aloqalariga tegishli qarashlarni ifodalovchi J.Moysander, A.Valtonen, K.Grenroos, M.Bitner, J.Gorovits va L.Mossberglarning tadqiqotlari kiradi.

4. Ijtimoiy-madaniy konseptual yondashuv. Bu yondashuvlarning mazmuni J.Dyumazedye, N.Kolodiy, J.Urri va R.Lashlar tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda o'z aksini topgan.

Yuqorida ko'rsatib o'tilgan yondashuvlarning mazmuni yuqoridagi 1-jadvaldagi talqinlar orqali aniqroq ko'rsatib o'tiladi.

Turistik majmua tushunchasi uzoq davr davomida shakllanganligi hamda hozirgi kunda ham tadqiq etilayotganligi sababli ushbu tushuncha mazmuniga yuqoridagi yondashuvlardan farqlanuvchi yana bir qator yondashuvlar mavjud. Shu nuqtai nazardan ayrim tadqiqotlarda "turistik majmua" konsepsiyasiga yondashuvlarni an'anaviy va zamonaviy yondashuvlarga ajratiladi.

Xulosa va takliflar.

An'anaviy konsepsiyada turistik majmua mijozlar (iste'molchilar)ning o'z ta'til va dam olishlarini o'tkazadigan joy sifatida talqin qilinib, uning o'ziga xos elementlari sifatida joy (turistik hudud va uning tarkibi), odamlar (iste'molchilarning demografik xususiyatlari, motivatsiya va hududning reytingi) va ta'til (ta'til davridagi turistlarning faoliyati) ajratiladi.

"Turistik majmua" tushunchasiga turli konseptual yondashuvlarni o'rganish asosida ushbu tushunchaning ko'p qirraligi va uning mazmunini qanday maqsadda foydalanilishidan kelib chiqqan holda belgilash lozimligi aniqlandi. Shu bilan birga, tadqiqot jarayonida "turistik majmua" tushunchasi aniq chegaraga ega turistik resurs; milliy, hududiy va mahalliy darajada aniq amalga oshirish mexanizmi mavjud bo'lgan yagona boshqaruv strategiyasiga ega tizim; ko'p bosqichli kompleks turistik mahsulot, turistlar, tadbirkorlar va mahalliy boshqaruv tuzilmalarining murakkab o'zaro munosabatlari natijasida foydalaniluvchi turistik resurs; faqatgina iste'mol qiymatiga ega bo'lmasdan, turistik tajribani shakllantiruvchi turistik mahsulot kabi asosiy belgilarga ega bo'lgan mahsulot, hudud, iste'mol qiymatiga ega qadriyat sifatida talqin etilishi maqsadga muvofiqligi aniqlandi.

Adabiyotlar/ Jumeepamypa/ Reference:

Framke W. (2002) *The destination as a concept: a discussion of the businessrelated perspective versus the socio-cultural approach in tourism theory* / W.Framke // *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. – № 2 (2). –P. 92-108;

Homidov Kakhkhorali Kurbonali ugli. (2023). *Objective need for the formation and sustainable development of tourist complexes in the regions*: <https://doi.org/10.5281/zenodo.8151902>. IQRO, 4(2), 42–45.

Homidov, K. (2023). *Conceptual approaches to the formation of a model for the sustainable development of tourist complexes. Development of pedagogical technologies in modern sciences*, 2(7), 33-38.

Homidov, K. (2023). *Organizational and economic foundations of the organization of tourist complexes in the development of tourism in the regions. Journal of Agriculture & Horticulture*, 3(7), 44-50.

- Lew A.A. (1987) *A framework of tourist attraction research* / A.A. Lew // *Annals of Tourism research*. – № 14 (4). – P. 553-575;
- Pine, J. and Gilmore, J. (1999). *The Experience Economy*, Harvard Business School Press, Boston.
- Saarinen J. (2004) *Destinations in change: the transformation process of tourist destinations* / J. Saarinen // *Tourist Studies*. – № 4 (2). – P. 161-179;
- Saraniemi S., Kylänen M. (2011) *Problematizing the concept of tourism destination: an analysis of different theoretical approaches* / S. Saraniemi, M. Kylänen // *Journal of Travel Research*. – 50 (2). – P. 133-143.
- Алимова М.Т. (2017) *Худудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденциялари (Самарқанд вилояти мисолида)* // И.ф.д. дисс. – Самарқанд: СамИСИ, 25-26-б.
- Гончарова Н.А. (2014) *Формирование системы управления туристской дестинацией. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук.* – Санкт-Петербург: НОУ ВПО «БАТУП», –С. 17.
- Морозов М.А., Морозова Н.С. (2014) *Моделирование и прогнозирование развития туристских дестинаций. Сервис plus*. Т. 8. №3. — С. 32-39.
- Рамадонова М.М., Макаренченко М.А. (2016) *Государственное регулирование туристической деятельности* // *Альманах научных работ молодых ученых университета ИТМО*. – С. 211-213.
- Сурков С.Г. (2009) *Международный туризм в России: проблемы развития и управления* / С.Г. Сурков, В.И. Криворучко. – М.: Советский спорт, – 214 с.
- Хомидов, К. (2023). *O'zbekistonda turistik majmualar faoliyatini boshqaruv samaradorligi oshirish yo'llari. Economics and Innovative Technologies*, 11(3), 154-160.
- Хомидов, Қ.Қ. (2023). *Инновационные преимущества использования информационных технологий в туристической деятельности. In современные вопросы естествознания и экономики* (pp. 421-424).
- Хомидов, Қ. Қ. (2024). *Совершенствование институциональной базы системы государственного регулирования туристских комплексов. World of Scientific news in Science*, 2(2), 262-269.
- Хомидов, Х. (2023). *Худудларда туристик мажмуалар фаолиятини шакллантириш ва тизимли бошқариш асосида худудлар туристик салохиятидан самарали фойдаланиш масалалари. " Milliy iqtisodiyotni isloh qilish va barqaror rivojlantirish istiqbollari" respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari to'plami*, 412-415.
- Хомидов, Қ.Қ.Ў. (2023). *Организационно-экономический механизм развития туристических комплексов. In Новые технологии в учебном процессе и производстве* (pp. 370-372).