Qabul qilindi: 19-oktabr 2026-yil • Ma’qullandi: 26-oktabr 2026-yil • Nashr qilindi: 02-noyabr 2026-yil

ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИСТИК МАЖМУАЛАРНИ ҲУДУДИЙ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ИННОВАЦИОН УСТУВОРЛИКЛАРИ

Хомидов Қаххоарли Қурбонали ўғли

Фарғона давлат университети

Иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD)



Аннотация. Ушбу мақола туристик мажмуаларни типологияга ажратиш, таснифлаш борасидаги тадқиқотлар ичида маркетолог С.Хадсоннинг таснифи алоҳида эътиборга олинди ва турли концептуал ёндашувларни ўрганиш асосида ушбу тушунчанинг кўп қирралиги ва унинг мазмунини қандай мақсадда фойдаланилишидан келиб чиққан ҳолда белгилаш лозимлиги аниқланди.

Калит сўзлар. Туристик мажмуа, концептуал ёндашув, туристик ҳудудлар, типология.

Кириш

Бугунги кунда жаҳонда юз бераётган ижтимоий-иқтисодий ўзгаришлар иқтисодий муносабатлар доирасида мавжуд ва асосланган қонуниятлар инсониятнинг тараққиёти билан боғлиқ равишда маълум бир даражада ўзгариши мумкинлигини кўрсатмоқда. Ана шундай тенденцияларнинг асосий қисми моддий ишлаб чиқариш соҳаларининг хизматлашув томон юз тутаётганлиги билан изоҳланади. XX асрнинг охиридан бошлаб бугунги кунгача бўлган даврда жаҳон миқёсида моддий ишлаб чиқариш соҳалари инсониятнинг глобал даражадаги ахборот коммуникация соҳасидаги ривожланиши билан боғлиқ ўзгаришлар таъсирида ўз фаолиятини хизматлар соҳаси билан бириктирган ҳолда олиб боришга ҳаракат қилмоқда. Бундай ўзгаришлар ушбу соҳада фаолият олиб бораётган турли ҳажмдаги корхоналарнинг рақобат устунлигини таъминлаётганлиги корхоналар фаолиятида хизматлашув даражасининг ортиб боришига олиб келмоқда.

Асосий қисм

Бугунги кунда туристик мажмуаларни таснифлашга нисбатан бир қатор ёндашувлар мавжуд бўлиб, ушбу таснифлар мажмуаларнинг алоҳида атрибутлари ёки махсус белгиларини ҳисобга олган ҳолда шаклланган.

Таниқли маркетолог Ф.Котлер томонидан мажмуалар макро ва микродестинацияларга ажратилади. Унинг фикрига кўра макродестинациялар йирик туристик ҳудудлар бўлиб, ўз ичига минглаб мажмуаларни қамраб олиши мумкин. Микромажмуа эса кичик ҳудуддаги алоҳида мажмуалар ҳисобланади.

Ўхшаш таснифларга таянган ҳолда Кришан Карма томонидан туристик мажмуаларни тўртта гуруҳга ажратилувчи тасниф бўйича ўрганиш тавсия этилади.



1. Жуда кенг танлов имкониятини берувчи диққатга сазовор жойларга ҳамда бизнес муаммоларини ҳал этиш имкониятига эга йирик пойтахтлар ёки унга тенглаштирилган шаҳарлар.

2. Туризмни мақсадли ривожлантириш марказлари.

3. Зарурий инфратузилма тизимлари етарли даражада тўпланган туристик марказлар.

4. Туристлар учун махсус яратилган марказ (мажмуалар)лар.

Юқоридагилар билан бирга, олиб борилган тадқиқотлар асосида, туристик мажмуаларни бирламчи ва иккиламчи даражали мажмуларга ажратиш ҳам мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Бирламчи туристик мажмулар туристлар ўзига жалб этувчи ва туристлар орасида трендда бўлган мажмулар ҳисобланса, иккиламчи мажмуалар бирламчи мажмуага бориш йўлидаги зарурий инфратузилмага эга бўлган мажмуалар ҳисобланади ва унда туристлар кўпи билан 1-2 кун бўлишади, холос.

Туристик мажмуаларни типологияга ажратиш, таснифлаш борасидаги тадқиқотлар ичида маркетолог С.Хадсоннинг таснифи алоҳида эътиборни тортади (1-жадвал).

1-жадвал

Туристик мажмуалар таснифи

Мажмуалар типлари	Мазмуни
Асосий халқаро мажмуалар	Оммавий халқаро туризм учун шаклланган мажмуалар (Париж, Лондон, Нью-Йорк)
Классик мажмуалар	Туристларнинг узоқроқ вақт давомида бўлишларини ёрдам берувчи табиий, маданий ёки тарихий ресурслардан ташкил топган жалб этувчи мажмулаар.
Инсон томонидан яратилган курорт мажмуалар	Инсон томонидан мавжуд туристик ресурс компоненти асосида яратилган ва туристлар унинг ҳудудини камдан-кам ҳолларда тарк этувчи мажмулар.
Табиий ландшафтлар ёки ёввойи табиат парклари	Ноёб флора ва фаунага эга, ёввойи табиати билан туристларни жалб этувчи мажмулар.
Муқобил мажмулаар	Мажмуаларнинг нисбатан замонавий тури бўлган круиз, тематик парклар, йирик савдо марказлари ёки таймшер-курортлар кўринишидаги дестинациялар
Бизнес-туризм мажмулари	Туристик хизматларни таклиф этувчилар томонидан бизнес-туристлар ташрифини имкон қадар узайтиришга ҳаракат қилинувчи туристик мажмулар (юқори даражадаги имижга эга бўлган меҳмонхона мажмуалари).
Иккиламчи (транзит) мажмуалар	Туристлар генерациясини амалга оширувчи ҳудуд ва бирламчи туристик мажмуалар орасида жойлашган мажмуалар.
Қисқа муддат қолинувчи мажмуалар	Миллий ёки халқаро даражадаги жозибадорликка эга бўлган туристик мажмуалар (Ниагара, Виктория шаршаралари).
Бир кун қолинадиган мажмуалар	Асосан қўшни ҳудудлардан туристларни қисқа муддат (1 кун)га жалб қилувчи туристик мажмуалар (портлар, аэропортлар, савдо марказлари ва бошқалар)

Юқорида кўриб чиқилган таснифлар туристик мажмуаларнинг моҳиятини аниқроқ тушуниш, шу билан бирга ушбу таснифдаги мажмуаларнинг хусусиятларини аниқ билишга ёрдам беради.

“Туристик мажму” тушунчасига турли концептуал ёндашувларни ўрганиш асосида ушбу тушунчанинг кўп қирралиги ва унинг мазмунини қандай мақсадда фойдаланилишидан келиб чиққан ҳолда белгилаш лозимлиги аниқланди. Шу билан бирга, тадқиқот жараёнида “туристик мажмуа” тушунчаси қуйидаги асосий

белгиларга эга бўлган маҳсулот, ҳудуд, истеъмол қийматига эга қадрият сифатида талқин этилиши мақсадга мувофиқлиги аниқланди:

- аниқ чегарага эга туристик ресурс;

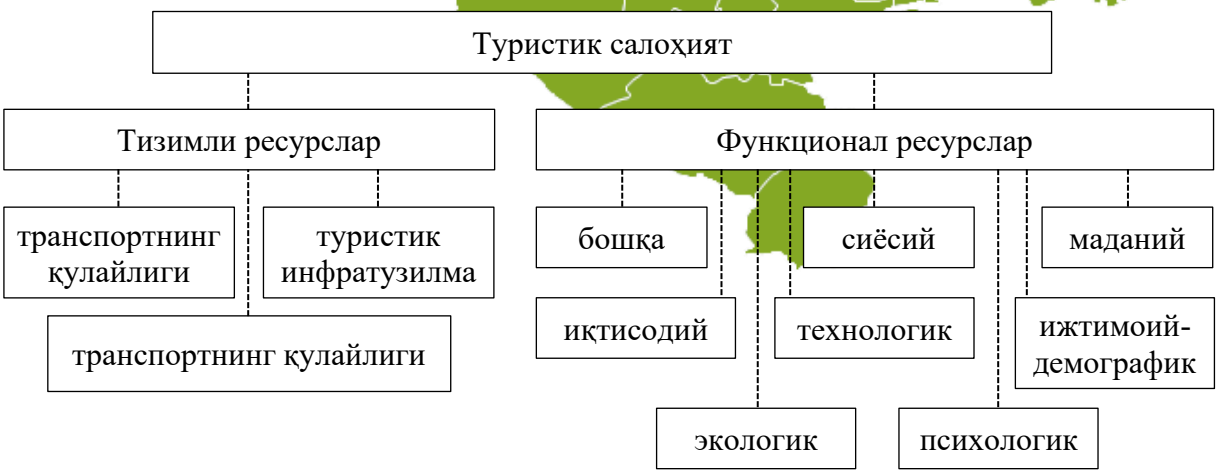
- миллий, ҳудудий ва маҳаллий даражада аниқ амалга ошириш механизми мавжуд бўлган ягона бошқарув стратегиясига эга тизим;

- кўп босқичли комплекс туристик маҳсулот;

- туристлар, тадбиркорлар ва маҳаллий бошқарув тузилмаларининг мураккаб ўзаро муносабатлари натижасида фойдаланилувчи туристик ресурс;

- фақатгина истеъмол қийматига эга бўлмасдан, туристик тажрибани шакллантирувчи туристик маҳсулот.

Туристик мажмуаларнинг шаклланиши етарли даражадаги салоҳиятга эга бўлган ҳудудлардаги туристик ресурсларнинг жамланиши ҳамда улардан фойдаланиш жараёни билан боғлиқ ҳолда юзага келади. Туристик салоҳият умумий ҳолда икки асосий йўналишда фарқланади (1-расм):



1-расм. Туристик салоҳият элементлари

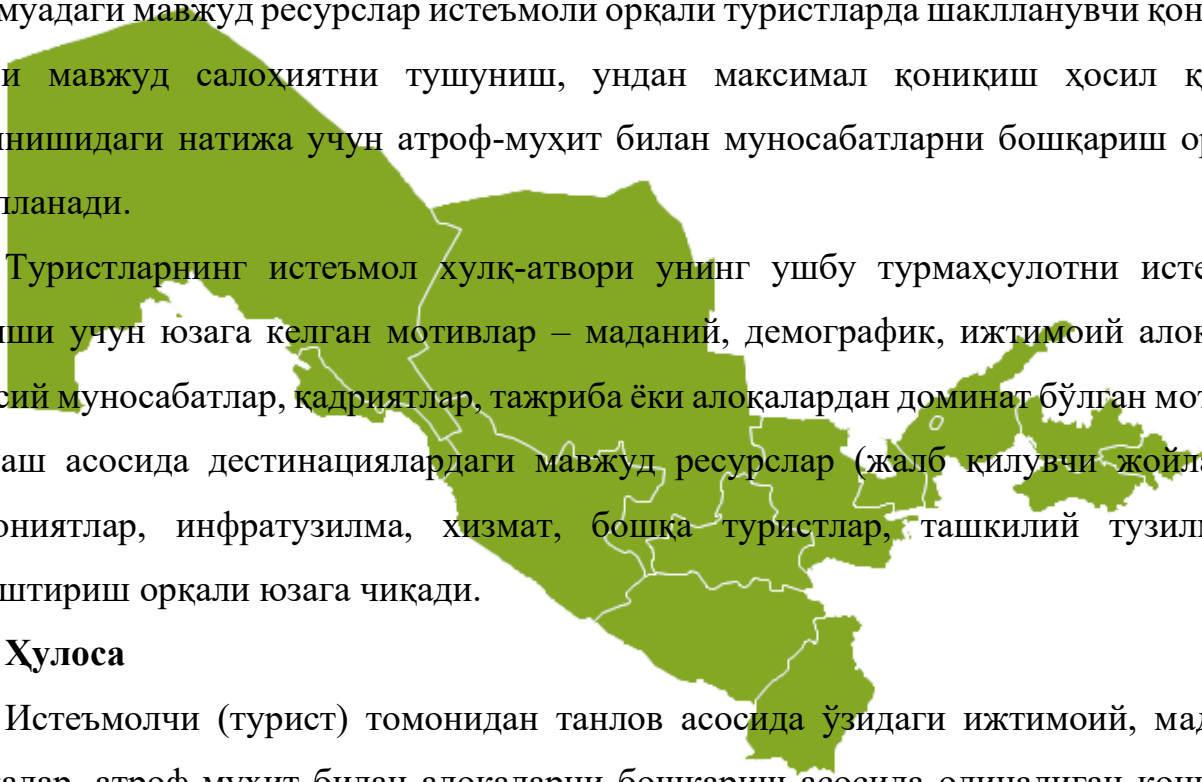
1. Таркибий ресурслар – транспорт учун қулайлик, туристик инфратузилма, туристик диққатга сазовор объектлар.

2. Функционал ресурслар – сиёсий, иқтисодий, технологик, маданий, ижтимоий-демографик, экологик, психологик ва бошқа функцияларни ифодалаши.

Туристик мажмуаларнинг мажмуа тоифасига ўтказилиши юқорида кўрсатиб ўтилган ресурсларнинг ушбу турдаги неъматларга мавжуд бўлган талаб ёки

эҳтиёжини қондириш учун истеъмолчиларнинг иштироки мавжуд бўлган ҳолатдагина амалга ошади. Бошқача айтганда, туристик салоҳият элементларининг туристлар томонидан истеъмол қилиниши билан ушбу элементлар жойлашган ҳудуд ёки объект туристик дестинацияга айланади.

Туристик салоҳиятдан фойдаланиш эса, ўз навбатида, туристлар ёки истеъмолчиларнинг истеъмол хулқ-атворига боғлиқ ҳолда юзага келади. Туристик мажмуадаги мавжуд ресурслар истеъмоли орқали туристларда шаклланувчи қониқиш ҳисси мавжуд салоҳиятни тушуниш, ундан максимал қониқиш ҳосил қилиш кўринишидаги натижа учун атроф-муҳит билан муносабатларни бошқариш орқали шаклланади.



Туристларнинг истеъмол хулқ-атвори унинг ушбу турмаҳсулотни истеъмол қилиши учун юзага келган мотивлар – маданий, демографик, ижтимоий алоқалар, шахсий муносабатлар, қадриятлар, тажриба ёки алоқалардан доминат бўлган мотивни танлаш асосида дестинациялардаги мавжуд ресурслар (жалб қилувчи жойлашув, имкониятлар, инфратузилма, хизмат, бошқа туристлар, ташкилий тузилма)ни ўзлаштириш орқали юзага чиқади.

Ҳулоса

Истеъмолчи (турист) томонидан танлов асосида ўзидаги ижтимоий, маданий алоқалар, атроф-муҳит билан алоқаларни бошқариш асосида олинадиган қониқиш, лаззатланиш, қониқмаслик, билим, кўникмаларни ривожлантириш, саломатлик каби натижаларни энг самарали даражага етказишни кўзласа, туристик мажмуадаги мижозларни қабул қилувчида эса даромад, бандлик, иқтисодий ривожланиш, ижтимоий-маданий, экологик самара олиш ҳамда мавжуд инфратузилмани янада такомиллаштириш каби натижага эришишни ўз олдига мақсад қилиб қўяди. Ушбу натижалар, ўз навбатида, ҳам истеъмолчи туристнинг, ҳам мижозни қабул қилувчи томоннинг хулқ-атворини белгилаб беради.

Фойдаланилаган адабиётлар

1. Гончарова Н.А. Формирование системы управления туристской дестинацией.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. –Санкт-Петербург: НОУ ВПО «БАТиП», 2014. –С. 17.

2. Leiper N. Tourism management / N. Leiper. – 3rd edn. – Sidney: Pearson Education Australia, 2004. – 326 p.

3. Морозов М.А., Морозова Н.С. Моделирование и прогнозирование развития туристских дестинаций. Сервис plus. 2014. Т. 8. №3. - С. 32-39.

4. Веселовского М.Я., Кировой И.В. Совершенствование механизмов повышения инновационной активности промышленных предприятий. Коллективная монография – М.: Издательство «Научный консультант». – 2017. – С. 259-260.

