

ЎЗБЕКИСТОН МИНТАҚАЛАРИНИНГ ТУРИСТИК ЖОЗИБАДОРЛИГИНИ БЕЛГИЛОВЧИ ОМИЛЛАРНИ БАҲОЛАШ

Нурмухаммад Оппоқхонов

Тошкент давлат иқтисодиёт университети

АННОТАЦИЯ

Туризмнинг маҳаллий иқтисодиётга қўшган ҳиссаси муҳим аҳамиятга эга бўлиб ва кўплаб тадқиқотчиларни ушбу кўп томонлама ҳодисани ўрганишга жалб қилади. Шунинг учун туризмнинг жозибадорлигига таъсир этувчи омилларни аниқлаш ва таҳлил қилиш, зарур сиёсатни таклиф қилиш мақсадга мувофиқдир. Туризм Ўзбекистон иқтисодиётида тобора муҳим рол ўйнаганлиги сабабли, ушбу мақола хорижий ва маҳаллий сайёҳлар учун Ўзбекистон минтақаларининг туристик жозибадорлигини баҳолашга қаратилган. Халқаро адабиётларга кўра, боғлиқ ўзгарувчилар сифатида бир кеча давомида туристик ҳудудда қолишлар ва мустақил ўзгарувчилар сифатида туристик жозибадорликка таъсир қилувчи ўлчанадиган ўзгарувчилар ишлатилади. Натижада, биз Ўзбекистон минтақалари даражасида туризмнинг жозибадорлиги бўйича катта фарқлар мавжудлигини кўрамиз ва минтақавий туризм рақобатбардошлигини ошириш учун кучли сиёсат ва амалиётларни ишлаб чиқиш зарурлиги белгиланади.

Калит сўзлар: туризм жозибадорлиги, туризм рақобатбардошлиги, минтақавий ривожланиш

КИРИШ

Туризм сектори, айниқса, ривожланаётган мамлакатларда доимий равишда такомиллашиб бормоқда, бунинг натижасида халқаро сайёҳлар сони тобора ортиб бормоқда. Яхшиланиш ва ўсиш сўнгги ўн йилликларда ихтиёрий даромад ва бўш вақтни ошириш, дунёнинг кўплаб мамлакатларида барқарор иқтисодий ва ижтимоий ривожланишга эришиш, умуман транспорт ва технологияни такомиллаштириш каби омиллардан келиб чиқади. Туризм индустриясидаги бу муҳим ўзгариш янги йўналишлар ва туризмнинг янги шакллари пайдо бўлишига ёрдам беради. Шу муносабат билан туризм глобал ижтимоий-иқтисодий ҳодисага айланди, у бандлик, минтақавий ривожланиш, таълим, атроф-муҳит, янги технологиялар, транспорт, давлат молияси, ҳукуматларнинг

бюджет сиёсатига сезиларли таъсир кўрсатади. Шубҳасиз, туризм кўп томонлама аҳамиятга эга ва кўплаб тадқиқотчиларнинг изланиш марказига айланган. Туризмнинг аҳамияти халқаро адабиётларда кенг муҳокама қилинган ва тадқиқотчилар туризм иқтисодий ва ижтимоий ривожланишнинг ҳаракатлантирувчи кучи деган хулосага келишади. Ҳар бир минтақанинг туристик жозибadorлиги кўп жиҳатдан минтақадаги ресурсларга ёки бошқа йўл билан ташриф буюрувчиларнинг қизиқишини жалб қиладиган минтақанинг ўзига хос хусусиятларига боғлиқ. Ҳар бир дестинация техник, сиёсий, иқтисодий ва ижтимоий хусусиятларга эга мураккаб тизимдан иборат бўлиб, маълум даражада ҳар бир туристик ресурс минтақанинг туристик жозибadorлигига таъсир қилиши мумкин. Бундан ташқари, тадқиқотлар шуни кўрсатдики, ташриф буюрувчилар томонидан туристик йўналишни "жозибали" деб аниқлаш уларнинг тажрибаси, қадриятлари ва афзалликлари каби шахсий омилларга таъсир қилади ва шунинг учун жозибadorлик уларнинг субъектив мулоҳазасига боғлиқ. Бу омиллар мақсад учун экзоген бўлиб, ташриф буюрувчилар томонидан маълумотни эмоционал қайта ишлаш билан боғлиқ. Шундай қилиб, халқаро адабиётлар туризмнинг жозибadorлигини ўлчашда кўплаб ҳисоблаш методларини қўллаб келган. Турли мамлакатларда туризмнинг жозибadorлигини турли методологиялардан фойдаланган ҳолда, маълум бир тахминлар остида ўрганишга ҳаракат қиладиган кўплаб мақолалар мавжуд. Шунга қарамай, кўплаб мақолаларда Ўзбекистон туризми чуқур таҳлил қилинган бўлса-да, бир нечта мақолалар Ўзбекистон минтақаларида туризм жозибadorлигини ўлчашга ва улар ўртасида таққослашга ҳаракат қилади. Ушбу тадқиқот юзага келган бўшлиқни тўлдиришга қаратилган бўлиб, Ўзбекистоннинг минтақавий маъмурий даражасидаги хорижий ва маҳаллий меҳмонлар учун туризм жозибadorлигига таъсир қилувчи асосий омилларни аниқлашга қаратилган. Таҳлил минтақавий бўлинмалар даражасида амалга оширилади, чунки минтақавий даражада сезиларли даражада минтақалараро номутаносибликлар мавжуд.

Туристик жозибadorликнинг баъзи асосий омиллари ҳам хорижий, ҳам маҳаллий ташриф буюрувчилар учун юзага келади. Бизнинг тадқиқотимиз Ўзбекистон минтақалари учун туристик жозибadorликка таъсир этувчи омилларни ҳар икки ташриф буюрувчилар гуруҳи томонидан таҳлил қилингани батафсил тушунтириб ўтилади. Ҳар бир ҳал қилувчи омилнинг таъсирини таҳлил қилиш ва баҳолаш сиёсатни ишлаб чиқувчиларга туристик ҳудудларнинг, шунингдек,



маҳаллий иштирокчиларнинг, умуман, минтақаларнинг жозибадорлигини яхшилаш учун тегишли стратегияни қабул қилишга ёрдам беради.

Ўзбекистон 13 та маъмурий ҳудудлардан иборат. Мақола қуйидагича тартибга солинган. “Адабиёт шарҳи” бўлимида халқаро адабиётлар ҳақида қисқача маълумот мавжуд. Туризмнинг жозибадорлигига таъсир этувчи омилларни аниқлаш ва туризм жозибадорлигини миқдорий ифодалашга ёндашувлар таҳлил қилинади. “Усуллар” бўлими маълумотлар базаси тавсифига ишора қилади, “Натижалар” бўлими эса тадқиқотда қўлланиладиган статистик методологияни тавсифлайди ва эмпирик натижаларни тақдим этади ва шарҳлайди. Ўзбекистон ҳудудлари учун туризм жозибадорлигини миқдорий баҳолашнинг иккита модели таклиф қилинган. Биринчиси чет эллик меҳмонларга, иккинчиси эса маҳаллий меҳмонларга тегишли. Кейинчалик, “Муҳокама” бўлимида натижалар таҳлил қилинди ва олдинги тадқиқотлар натижалари билан таққосланади. “Хулоса” бўлимида Ўзбекистоннинг туристик ҳудудларининг туризм жозибадорлигини ошириш бўйича яқуний фикрлар билдирилган.

АДАБИЁТЛАР ТАҲЛИЛИ

Vengesayi, S., Mavondo, F. T ва Reisinger, Y. (2009) туристик жойларнинг жозибадорлигига туристик диққатга сазовор жойлар, дестинацияни қўллаб-қувватлаш хизматлари ва одамлар билан боғлиқ омилларнинг таъсирини ўрганиб чиқишди. Дестинациянинг диққатга сазовор жойлари жозибадорликнинг асосий омиллари ҳисобланади; борадиган дестинацияни қўллаб-қувватлаш объектлари ва хизматлар, одамлар билан боғлиқ омиллар иккинчи даражали ҳал қилувчи омиллар сифатида кўриб ўрганилган.

De Castro, E. V., Souza, T. B ва Thapa, B. (2015) ўзларининг тадқиқотларида Бразилиядаги ташрифлар сони бўйича турли хил ички ва ташқи парк хусусиятларининг нисбий аҳамиятини баҳоладилар. Натижалар амалий аҳамиятга эга ва ташриф буюрувчиларни қабул қилаётган парклар орасида инвестиция самарадорлигини ошириш, шунингдек, янги боғлар учун туризм жозибадорлигини баҳолаш учун ишлатилиши мумкин.

Lee, C. F. (2016) саноат туризмнинг, хусусан, саёҳатларининг жозибадорлигини белгиловчи омиллар бўйича экспертлар гуруҳининг фикрларини ўрганиб чиққан. Ўттиз тўртта детерминант олдинги ўрганилган эксплуатацион ва ишламаётган саноат объектларига ташрифлар бўйича олиб борилган. Кейин улар

туристик дестинацияларни бошқариш амалиётини тўрт даражали иерархик тузилмага, хусусан, диққатга сазовор жойлар, кириш, қулайликлар ва ёрдамчи хизматларга бўлган.

Voivin, M ва Tanguay, G. A (2019) иккита тан олинган сайёҳлик ва мерос шаҳарлари, Квебек Сити ва Бордода шаҳар туризмнинг жозибадорлигини белгиловчи омилларни ўрганган. Туризмнинг жозибадорлигини рағбатлантириш учун шаҳарлар коммуникациялари туристик фаолият билан боғлиқ бўлган элементларни таъкидлаши ва унинг хусусиятларини етказиш учун интернет ва ижтимоий медиадан самарали фойдаланиши керак.

МУҲОКАМАЛАР

Минтақанинг туристик жозибадорлиги турли хил омилларга боғлиқ бўлиб, улар суб-омилларга бўлиниши мумкин, асосан ушбу минтақанинг ресурслари ва хусусиятларига, шунингдек, ташриф буюрувчилар томонидан қандай баҳоланишига боғлиқ. Дестинациянинг туристик жозибадорлиги ташриф буюрувчиларнинг уларнинг эҳтиёжларини қондириш қобилиятига нисбатан ҳис-туйғулари ва эътиқодларини акс эттирганлиги сабабли, баъзи ресурсларнинг жозибадорлиги нафақат уларнинг ўзига хос қиймати, балки ташриф буюрувчиларнинг улар ҳақидаги тасавурларига ҳам боғлиқ. Биз диққатга сазовор жойларга эга бўлган ва ташриф буюрувчилар учун жозибадор деб ҳисобланмайдиган бир қатор ҳудудларни олишимиз мумкин. Демак, минтақадаги мавжуд туристик ресурсларни гуруҳлаш ва туркумлаштириш унинг жозибадорлик даражасини аниқлашга ёрдам бермаслиги мумкин.

Бошқа нуқтаи назардан, туризмнинг жозибадорлиги тортишиш моделига тақлид қилиши мумкин, унда талаб ва таклиф кучлари унинг ҳажмини белгилайди. Бошқача қилиб айтганда, туризмнинг жозибадорлиги "суриш (push) ва тортиш (pull)" ёндашуви контекстида текширилиши мумкин. "Суриш (push)" омиллари одамларнинг қочиш, билим, дам олиш, обрў-эътибор, саргузашт ва бошқалар каби истаклари ёки ҳиссий таркибий қисмларига тегишли бўлса, "тортишувчи (pull)" омиллар денгиз, пляжлар, тарихий ёки археологик жойлар, табиий ва гўзал манзаралар, маданий жойларга тегишли. Суриш (push) омили саёҳат қилиш қароридир ва саёҳат сабабларини тушунтирувчи омиллар ҳисобланади. Ушбу икки омил гуруҳи йиғилганда, маълум бир манзилга саёҳат амалга оширилади. Минтақа учун жозибадорлик ушбу ҳудудни ташриф буюрувчиларни жалб қилиш қобилиятини

кўрсатади ва туризмнинг ҳаракатлантирувчи кучи ҳисобланади.

Жаҳон сайёҳлик ташкилоти (World Tourism Organization) маълумотларига кўра, дестинациянинг жозибadorлигига таъсир қилувчи асосий ўзгарувчилар табиий ресурслар, маданий ва тарихий мерос, иқлим, инфратузилма, туризм объектлари ва хизматлардир. Бошқа тадқиқотчилар маданий тадбирлар, дам олиш тадбирлари, йирик техник лойиҳалар ва бир-бирини тўлдирувчи тадбирларнинг аҳамиятини кўшдилар. Юқоридаги омиллар билан бир қаторда, кейинги тадқиқотларда аҳоли сони, иқтисодий аҳволи, обрўси, ўзига хос хусусиятлари ва ҳар бир ҳудуднинг кенгроқ тасвири билан боғлиқ омиллар таъкидланди. Катта маълумотлар ва асосан UGC (user-generated content = фойдаланувчи томонидан яратилган контент) маълумотлари охириги йилларда ҳар бир йўналиш брендига тобора кўпроқ таъсир қиладиган яна бир омилдир.

Хулоса қилиб айтадиган бўлсак, туристик йўналиш ташриф буюрувчиларнинг ортиб бораётган эҳтиёжларини қондиришга қаратилган мураккаб ва интеграциялашган хизматлар портфелидан иборат. Туризмнинг жозибadorлиги билан боғлиқ омилларнинг сони ва хилма-хиллиги уни аниқ белгилашни қийинлаштиради. Шунга қарамай, туризмнинг жозибadorлигига таъсир этувчи омилларни аниқлашнинг аҳамияти катта, чунки ҳар бир сайёҳлик йўналиши ўзининг жозибadorлигини сақлаб қолиш ёки яхшилаш учун ўзининг хилма-хиллиги, ўзига хослиги ва қиёсий туризм афзалликларини таъминлашга интилади. Иқтисодиётнинг давлат ва хусусий секторлари томонидан олиб борилаётган сиёсат туристик йўналишларнинг жозибadorлигига ижобий таъсир кўрсатадиган элементларни мустаҳкамлаш ва яхшилашга интилади. Юқорида келтирилган сабабларга кўра, кўпчилик тадқиқотчилар ўзлари ўрганадиган туризм соҳалари ва шаклларига қараб жозибadorлик тадқиқотини фарқлайдилар. Шунингдек, халқаро адабиётларда дестинацияларнинг туристик жозибadorлигини бизнесни жалб қилиш нуқтаи назаридан ўрганувчи тадқиқотлар ишлаб чиқилган.

ХУЛОСА

Мақолада Ўзбекистон минтақаларида туристик жозибadorликка таъсир этувчи омиллар ҳақида батафсил маълумот беришга қаратилган бўлиб, миқдорий таҳлилни қўллаш орқали ҳам хорижий, ҳам маҳаллий сайёҳларнинг тунаб қолишлари таҳлил қилинган. Ҳар бир омил таъсирини таҳлил қилиш ва баҳолаш сиёсатчиларга, шунингдек, минтақаларнинг умумий жозибadorлигини ошириш учун

янада тўғри стратегияларни қабул қилишга ёрдам беради. Бундан ташқари, минтақавий ривожланишни ўрганишга ҳисса қўшади, Ўзбекистон минтақалари ўртасидаги тафовутларни кўрсатади, пайдо бўлаётган ва “муаммоли” йўналишларни таъкидлайди, Ўзбекистон туризмга катта ва кичик таъсир кўрсатадиганларини таъкидлайди. Хулоса қилиб айтадиган бўлсак, ушбу таҳлил натижасида туристик жозибадорлик бўйича фарқлар хорижий ташриф буюрувчилар тоифасида маҳаллий ташриф буюрувчиларга қараганда анча юқори.

Таҳлилдан муҳим хулосалар келиб чиқади; Мақола туризмнинг жозибадорлиги минтақага келаётган сайёҳлар сони билан белгиланади деган мантиқий тахминга асосланади; аммо, мураккаброқ кўрсаткичлар қарам ўзгарувчилар сифатида ишлатилиши мумкин. Келгуси тадқиқотлар туризмнинг жозибадорлигини чуқурроқ таҳлил қилиш ва минтақалар ўртасида ривожланаётган муносабатларни ўрганиш учун методологияларни бирлаштириши мумкин. Туризмнинг жозибадорлигига турлича ёндашувлар сиёсатчилар томонидан тегишли стратегик туристик сиёсатни ишлаб чиқиш учун кўпроқ воситаларни тақдим этиши мумкин.

REFERENCES

1. De Castro, E. V., Souza, T. B., & Thapa, B. (2015). Determinants of tourism attractiveness in the national parks of Brazil. *Parks*, 21(2), 51-62.
2. Boivin, M., & Tanguay, G. A. (2019). Analysis of the determinants of urban tourism attractiveness: The case of Québec City and Bordeaux. *Journal of destination marketing & management*, 11, 67-79.
3. Lee, C. F. (2016). An investigation of factors determining industrial tourism attractiveness. *Tourism and Hospitality Research*, 16(2), 184-197.
4. Vengesayi, S., Mavondo, F. T., & Reisinger, Y. (2009). Tourism destination attractiveness: Attractions, facilities, and people as predictors. *Tourism Analysis*, 14(5), 621-636.