

TURIZMDA DISTANSIYA KONSEPSIYASINING SHAKLLANISHI VA RIVOJLANISH BOSQICHLARI

Kalandarov Sarvar Ruslanovich

O'zbekiston Respublikasi Bank Moliya Akademiyasi tadqiqotchisi

Annotatsiya. Ushbu maqolada turizm sohasi rivojida destinatsiya tushunchasining shakllanishi, uning nazariy-iqtisodiy asoslari va rivojlanish bosqichlari yoritilgan. Shuningdek, turistik distansiya konsepsiyasining shakllanishi va uning hududlararo iqtisodiy aloqalarni rivojlantirishdagi o'rni tahlil qilingan.

Kalit so'zlar: turizm, destinatsiya, turistik distansiya, klasterlash, turizm siyosati, iqtisodiy integratsiya, raqobatbardoshlik.

Kirish Turizm sohasi o'zining yuqori darajadagi multiplikativ ta'siri bilan boshqa iqtisodiyot tarmoqlaridan sezilarli farq qiladi. Ushbu ta'sir iqtisodiy o'sish sur'atlarini tezlashtirish bilan birga, yangi ish o'rinlari yaratilishi, infratuzilmaning rivojlanishi, aholining hordiq chiqarish ehtiyojini ta'minlash hamda hududiy salohiyatni yuzaga chiqarishda muhim rol o'ynaydi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida turizm sohasini samarali tashkil etish borasida amaliy jihatdan katta tajriba to'plangan bo'lib, bu tajriba ilmiy nuqtayi nazardan tizimli tahlil etilishi va umumlashtirilishi zarurdir. Turizmga oid ilmiy qarashlar taraqqiyoti davomida "destinatsiya" tushunchasi bosqichma-bosqich rivojlanib, murakkab va ko'p qirrali ilmiy kategoriya sifatida shakllangan. Dastlab ushbu atama faqat sayohat manzili yoki yo'nalishini anglatgan bo'lsa, keyingi yillarda u ijtimoiy, iqtisodiy, madaniy va boshqaruv omillarini o'zida mujassam etgan konseptual tushuncha darajasiga ko'tarildi.

Asosiy qism Destinatsiya tushunchasining rivojlanish bosqichlari "Destinatsiya" tushunchasi dastlab 1960–70-yillarda sayohat manzili sifatida talqin qilingan bo'lsa-da (Pearce, 1989), keyinchalik bu atama ko'p qirrali ilmiy kategoriya sifatida rivojlandi. 1980-yillarda destinatsiya tushunchasi marketing va menejment nuqtai nazaridan o'rganila boshlandi. Buhalis (2000) tomonidan destinatsiya raqobatbardosh mahsulot sifatida tavsiflangan va "destinatsiya menejmenti", "destinatsiyani brendlash", "destinatsiya raqobatbardoshligi" kabi tushunchalar ilmiy muomalaga kiritildi. 1990-yillardan boshlab destinatsiya siyosat, barqaror rivojlanish, regional rejalashtirish va iqtisodiy ta'sirlar kontekstida tahlil qilina boshlandi (Ritchie

and Crouch, 2003). Bugungi kunda esa destinatsiya bu — turistlar uchun jozibador infratuzilma, xizmatlar sifati, boshqaruv tizimi va madaniy merosni o'zida mujassamlashtirgan integral tizimdir (UNWTO, 2007).

Hozirgi davrda "destinatsiya" tushunchasi faqatgina sayohat yo'nalishi sifatida emas, balki resurslar majmuasi, xizmat ko'rsatish tizimi, turistlarning individual tajribasi, boshqaruv institutlari hamda iqtisodiy faoliyat shakllarini o'z ichiga olgan murakkab va o'zaro bog'liq elementlardan tashkil topgan integral tizim sifatida qaralmoqda (UNWTO, 2007). Zamonaviy ilmiy izlanishlar natijasida turizmning turli yo'nalishlari, ularning boshqa tarmoqlar bilan o'zaro aloqasi va iqtisodiyotdagi ko'p tarmoqli integratsion jarayonlardagi roli alohida tadqiq etilmoqda. Bu jarayonda turizm tizimining markaziy kategoriyalaridan biri bo'lgan "turistik destinatsiya" atamasi alohida ahamiyat kasb etadi. Destinatsiya tushunchasi esa endilikda faqat geografik joylashuv bilan cheklanmasdan, balki turistlar uchun jozibadorlik darajasi, mavjud infratuzilma, xizmat ko'rsatish sifati hamda tarixiy-madaniy meros singari omillar uyg'unligini anglatadi.

Olimlar turistik destinatsiya tushunchasiga turlicha yondashadilar, biroq ularning fikrlari o'zaro uyg'unlik va boy ma'noga ega. Ular destinatsiyani faqat geografik hudud sifatida emas, balki sayyohlarning ehtiyojlarini qondiradigan, turizm infratuzilmasi va xizmatlarini o'zida jamlagan murakkab tizim sifatida qaraydilar. Shuningdek, olimlarning qarashlarida destinatsiyaning jozibadorligi, ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati va boshqaruv mexanizmlari alohida o'rin tutadi. Bu esa turistik manzillarni samarali rivojlantirish va boshqarish uchun keng qamrovli yondashuv zarurligini ko'rsatadi.

N.S. Ibragimovning fikricha, "destination" atamasi o'zbek tilida "detinatsiya" yoki "turistik manzil" deb tarjima qilinadi va bu atama turizm boshqaruvida keng qo'llaniladi (Ibragimov, 2008). X.M. Mamatqulov esa destinatsiyani ma'lum xizmatlar taklif qiladigan, turistlarning ehtiyojlarini qondira oladigan, maqsadlariga mos keladigan hudud yoki manzil deb ta'riflaydi (Mamatqulov, 2010).

Turistik destinatsiya mintaqasi turistik tizimda markaziy ahamiyatga ega bo'lib, u o'zining imiji va imkoniyatlari bilan turistlarni jalb etadi, tashrifni ta'minlaydi hamda shu orqali butun turizm tizimini faollashtiradi (Ibragimov, 2008).

E.G. Alyonova fikriga ko'ra, turistik destinatsiya – bu jismoniy, siyosiy yoki bozor chegaralariga ega bo'lishi mumkin bo'lgan, o'zining jozibadorligi bilan turistlarni jalb qiluvchi, haqiqiy yoki xayoliy hududdir (Rossiya davlat universiteti

turizm va xizmat ko'rsatish, 2007). Jahon bo'ylab tarixiy va madaniy ahamiyatga ega barcha destinatsiyalar turistlarning mablag'i hisobiga gullab-yashnamoqda. Turistik destinatsiyalarni shakllantirishda boshqaruv sub'yektlarining asosiy vazifasi – mintaqa turistik mahsulotining iste'molchilarning istaklari va fikrlarini yaratish, qo'llab-quvvatlash yoki zarur hollarda o'zgartirishdan iboratdir (Goroxov & Shubaeva, 2005).

A.F. Goroxovning ta'kidlashicha, turistik destinatsiya — bu zamon va makon doirasida jadal ravishda ishlab chiqariluvchi va iste'mol qilinuvchi turistik mahsulotlar yig'indisidir (Goroxov & Shubaeva, 2005). Ushbu yondashuvda destinatsiya nafaqat joy yoki hudud sifatida, balki dinamik jarayon sifatida talqin etiladi. Ya'ni, turistik destinatsiya — bu doimiy o'zgarishda bo'lgan, bozor talablariga moslashadigan, yangi mahsulotlar va xizmatlarni yaratishga qodir bo'lgan tizimdir.

Mazkur yondashuvga ko'ra, destinatsiya ichida yaratiladigan turistik mahsulotlar — bu faqatgina an'anaviy xizmatlar (mehmonxona, ovqatlanish, ekskursiyalar) emas, balki hududning madaniy merosi, ijtimoiy muhit, tabiiy landshaftlar, infratuzilma va boshqaruv tizimlarining uyg'unlashuvi natijasida yuzaga keladigan murakkab majmuadir. Bu mahsulotlar turistlar tomonidan tajriba, taassurot va qulayliklar ko'rinishida "iste'mol qilinadi".

1 jadval:

"Destinatsiya" tushunchasining komparativ tahlili: xorijiy va mahalliy manbalar asosida

Muallif	Ta'rif
V. Altxof	Turistik destinatsiya — bu aniq geografik hudud yoki sayohat maqsadiga aylangan joy bo'lib, u dam olish, sayr yoki madaniy tadbirlar uchun tanlangan makon bo'lishi mumkin.
K. Kasper	Destinatsiya — bu sayyohlar uchun turistik mahsulot va xizmatlar jamlanadigan va ular orasida tanlov qilinadigan asosiy hudud hisoblanadi.
B. Leyper	Destinatsiya — bu turistlarni o'ziga jalb qiluvchi, jozibador tabiiy yoki madaniy resurslarga ega bo'lgan joydir.
P. Pirs	Sayyohlar uchun destinatsiya bu – ularda kuchli hissiyot va unutilmas taassurot uyg'otuvchi tashrif manzili hisoblanadi.

M.A. Morozov	Destinatsiya — bu turistlarning zarur ehtiyojlarini qondira oladigan, tashish, turar joy, ovqatlanish va ko‘ngilochar xizmatlar ko‘rsatiladigan kompleks hududiy tizimdir.
T.A. Sebekina	Destinatsiya — bu aniq yoki nisbiy chegaralarga ega bo‘lgan joy bo‘lib, turistlar u yerga turli maqsadlarda tashrif buyuradilar.
A.Yu. Ryabuxa	Destinatsiya deb xizmatlar ishlab chiqariladigan va turistlar tomonidan tanlanadigan sayohat nuqtasi sifatida qaraluvchi joy yoki ob‘ekt tushuniladi.
S.S. Nikolaev	Turistik destinatsiya — bu ijtimoiy-geografik birlik sifatida sayyohlar talablariga mos keladigan, zaruriy infratuzilmalar va xizmatlarga ega bo‘lgan manzil deb qaraladi.

Manba: Althof, 1996; Kaspar, 1999; Bryden, 1998; Pearce, 2007; Морозов, 2005; Себекина, 2006; Рябуха, 2006; Николаев, 2007; Горохов & Шубаева, 2005; Мамлакаткулов, 2010.

1-jadvalda keltirilgan ta’riflarning tahlili shuni ko‘rsatadiki, “turistik destinatsiya” tushunchasi turli mamlakat olimlari tomonidan har xil yondashuv va ilmiy asoslar bilan talqin etilgan. Ba’zilar ushbu tushunchani faqat geografik yoki hududiy joylashuv nuqtayi nazaridan izohlasa, boshqalar uni iqtisodiy resurslar, turistik infratuzilma, xizmatlar sifati, yoki hatto boshqaruv mexanizmlarining mavjudligi bilan bog‘liq holda tushuntiradi. Bu esa, o‘z navbatida, mazkur tushunchaning yagona izohda shakllanmasligiga, ilmiy va amaliy jihatdan noaniqlik va mavhumlik yuzaga kelishiga sabab bo‘lmoqda.

Ayniqsa, amaliyotga tatbiq etish jarayonida “turistik destinatsiya” atamasining mazmunan to‘liq anglanmasligi turizmni rejalashtirish va boshqarish tizimida muammolarni keltirib chiqaradi. Shu bois, bu tushunchani tizimli va kompleks yondashuv asosida talqin etish zarurati tug‘iladi.

Xulosa Turizm sohasida "destinatsiya" va "turistik distansiya" tushunchalari zamonaviy nazariy va amaliy tahlillarning ajralmas qismini tashkil etmoqda. Destinatsiya — nafaqat geografik hudud, balki kompleks ijtimoiy-iqtisodiy va boshqaruv tizimi sifatida qaraladi. Turistik distansiya esa bu tizimlarni hududlararo integratsiyalovchi yondashuv bo‘lib, u regional rivojlanish, klasterlash va sarmoya jalb qilishda muhim strategik vositadir.

Ushbu tushunchalarning ilmiy-nazariy asoslarini chuqur o'rganish va ularni amaliyotga tatbiq qilish O'zbekistonda turizm sohasini rivojlantirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Ayniqsa, bir nechta destinatsiyalarni yagona turistik distansiyaga birlashtirish orqali turizmning raqobatbardoshligini va barqarorligini oshirish mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Pearce, D. (1989). Tourist Development. Longman Group UK Limited.
3. Pardaev, M.D., 2011. Turfirmalarning moliyaviy xo'jalik faoliyati tahlili. Samarqand: SamISI.
4. Raximov, Z.O. & Norkulova, D.Z., 2020. Turistik destinatsiyalarni loyihalashtirish. Samarqand: SamISI.
5. Althof, W. (1996). Incoming-Tourismus. München; Wien: Oldenbourg.
6. Kaspar, C. (1999). Das Schweizerische Tourismuskonzept. Bern.
7. Bryden, J. (1998). Tourism and development. New York; London.
9. Морозов, М. А. (2005). Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме (2-е изд.). Москва: ИЦ «Академия».