

TURISTIK DESTINATSIYA: RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI VA BOSQICHLARI

Bekbulatova G.A.,

Tojibaeva L.R.,

Xamidullayev I.A.

Qoraqalpoq davlat universiteti,
O'zbekiston

Аннотация: В статье рассмотрены сущность понятия туристской дестинации, как элемента туристской системы. Определены типы дестинации, основные характеристики и этапы развития в условиях возрастающей конкуренции.

Ключевые слова: туристская дестинация, курорт, рекреационные ресурсы, кластеры, конкурентоспособность, инфраструктура региона.

Abstract: The article examines the essence of the concept of a tourist destination as an element of the tourist system. The types of destination, the main characteristics and stages of development in conditions of increasing competition are determined.

Keywords: tourist destination, resort, recreational resources, clusters, competitiveness, infrastructure of the region.

Bugungi kunda turizm iqtisodiyotining jadal rivojlanayotgan va yuqori daromad keltiradigan sohalardir. Turizmni rivojlantirishning asosiy jihati boy rekreatsiyaviy salohiyat va noyob tabiiy shifobaxsh resurslardir. Rekreatsiya resurslari haqida gapirayotib, shuni ta'kidlash kerakki, ular o'ziga xos estetik, tarbiyaviy va ijtimoiy ahamiyatga ega bo'lib, ulardan turizm maqsadlarida keng foydalanish mumkin.. Mavjud resurs shartlari, rekreatsiya majmuaning iqtisoslashuvi va jahon bozoridaagi tendensiyalarni hisobga olgan holda , bugungi kunda O'zbekistonda turizmning turli turlari rivojlanmoqda. Hozirgi kunda O'zbekistonda turizmning faol turlari tabora ommalashib bormoqda: piyoda, ommaviy sport tadbirlari, shu jumladan, daiving, rafting, vintserfing, parashyutdan sakrash, baliq ovlash, ov qilish, snoubord, tog' changisi, suv changisi, deltaplan, parashyut, ekoturizm, agroturizm va boshqa turlar.

Hozirgi vaqtda jahon turizm bozori rivojlanmoqda. Bu bozor raqobatbardosh, chunki turizm tobora ko'proq mamlakatlarni mehnat bozorida va eng yangi texnologiyalar uchun xalqaro bozorda rivojlanish vositasiga aylanib bormoqda. Yuqorida aytilganlarning barchasi, albatta, xalqaro darajasidagi yuqori samarali, raqobatbardosh turistik va rekreatsion komplekslarni rivojlantirish uchun potentsial yaratishga, mintaqaning, mamlakatning xalqaro maydonda ijobiy imidini shakllantirishga va aholining dam olish, davolanish bilan bog'liq bo'lgan xizmatlarga ehtiyojlarini qondirishga yordam beradi.

Ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish strategiyasini amalga oshirish samaradorligini oshirish maqsadida mintaqada hududida strategik ahamiyatga ega bo'lgan turistik destinatsiyalarni rivojlantirish taklif etiladi. Turistik destinatsiya - turizm tizimining hal qiluvchi elementidir. Uni barcha turdagi turistik ehtiyojlarni qondirish uchun barcha qulayliklar, turar joylar, xizmatlar va xizmatlarga ega markaz (hudud) deb

ta'riflash mumkin. Shunday qilib, turistik destinatsiya qulay va farovon hayot uchun zarur bo'lgan turizmning eng muhim va hal qiluvchi elementlarini o'z ichiga oladi. Keling, "destinatsiya" tushunchasining kelib chiqishini tahlil qilaylik. Ingliz tilidan tarjima qilingan, bu "joylashuv; manzil" degan ma'noni anglatadi.

"Turistik destinatsiya" nomi 1980-yillarning o'rtalarida Leyper tomonidan kiritilgan. Endi destinatsiya - bu sayyohlarning keng guruhining turli ehtiyojlarini jalb qiladigan va qondira oladigan ma'lum chegaralarga ega bo'lgan geografik hudud. XX asrning oxirida destinatsiya termini jahon sayyohlik Tashkilotining rasmiy ta'rifiga aylandi, u quyidagicha rasmiy ta'rif berdi: "Destination - bu tarif bo'yuruvchi kamida bitta tunash bilan vaqt o'tkazadigan jismoniy makon. U sayohatda bir kun ichida xizmatlar va diqqatga sazovor joylar va turistik resurslar kabi turistik mahsulotlarni o'z ichiga oladi. Ushbu makon uni boshqarish usulini belgilovchi jismoniy va ma'muriy chegaralarga, uning bozor raqobatbardoshligini belgilaydigan tasvirlar va in'ikoslarga ega. UNWTO bir qator argumentlardan foydalanadi: jismoniy makon, mehnat, bir kechga qolish, turistik xizmat, jalb qilish, turistik resurslar, mavjudlik, tasir, idrok, bozor, raqobatbardoshlik. Ushbu argumentning har biri birlamchi tushinchani o'ziga xos tarzda chuqirlashtiradi va oddiy so'zdan madaniy doimiylikni yaratadi. Aynan shu destinatsiya turizmning umuman sayohatchiga ta'siri seziladi va turistik tashkilotning rejalashtirish va boshqarish strategiyalarini amalga oshiradi.

Hudud destinatsiya bo'lishi uchun quyidagi shartlar bajarilishi lozim: - hududda turar joy, oziq-ovqat, o'yin-kulgining mavjudligi (ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatining yuqori darajasi) va yuqori darajada rivojlangan transport tizimi;

- sayyohlarni qiziqtiradigan diqqatga sazovor joylarning mavjudligi (jozibadorlik omilining mavjudligi yo'nalishlar o'rtasidagi asosiy omillardan biridir);

- axborot-kommunikatsiya tizimlarining mavjudligi, chunki bu turistik bozorni boradigan joy to'g'risida xabardor qilish uchun zarur vositadir. Turistik tizimning elementi sifatida destinatsiya haqida gap ketar ekan, yo'nalishlar turlarini ajratib ko'rsatamiz.

Birinchi tip sayyohlar diqqatga sazovor joylari bilan jalb qiladigan metropoliten shaxarlar yoki unga tenglashtirilgan shaxarlar. Ushbu turdagi destinatsiyada madaniy turizm samarali rivojlanmoqda, biznes muommolarni hal qilish uchun yaxshi imkoniyatlarining mavjudligi Kongres tizimini, biznes tizimini va boshqalarni rivojlantirishga imkon beradi.

Ikkinchi tip ikkita kichik guruhga bo'linadi: a) turizmni rivojlantirish markazlari bo'lgan tarixi, madaniyati va dasturlari saqlangan qishloqlar va shaxarlar; b) sayyohlarni jalb qiladigan markazlar poytaxtlar emas, balki tarixi madaniyati va ilm-fani tufayli yuqori darajadagi jozibadorlikka ega shaharlardir.

Uchinchi tip sayyohlar uchun mahsus qurilgan markazlar (masalan chang;I kurorti, "Olimpiya shaharchasi"). "Turistik destinatsiya" va "kurort" tushinchalarini farqlash muhimdir. Turistik destinatsiya - bu kurortga qaraganda kengroq tushincha;

bu o'zining o'ziga xos xususiyatlari tufayli ko'pchilikni jalb qiladigan mintaqadir. Turistik destinatsiya mintaqasi turistik tizimdagi eng muhim mintaqalaridan biridir, chunki turistik destinatsiyaning o'zi va uning imidji sayyohlarni o'ziga jalb qiladi, tashrifni rag'batlantiradi va shu bilan butun turistik tizimni faollashtiradi. Turistik destinatsiya tiplarini turistik tizimning elementi sifatida belgilab, biz uning asosiy xususiyatlarini ta'kidlab o'tamiz.

1. Destinatsiya - bu quyidagi tarkibiy qismlarning yig'indisi: diqqatga sazovor joylar (tabiiy resurslar yoki texnogen); qulayliklar (turar joylar, oziq-ovqat, o'yin-kulgilar, shuningdek, banklar, sartaroshxonalar, tibbiyot korxonalari kabi chakana va boshqa xizmat ko'rsatish korxonalari); munasiblik (turistik bozorlarga uzoq masofalarda yaqinlik).

2. Destinatsiya madaniy ahamiyatga ega bo'lishi uchun: tashrif buyuruvchilar boradigan joy jozibali va sayyohatga sarflangan vaqt va pulga loyiq deb hisoblashlari kerak.

3. Destinatsiya ajralmas, ya'ni turistik mahsulot to'g'ridan-to'g'ri ishlab chiqarilgan joyda iste'mol qilinadi va uni iste'mol qilish maqsadidagi jismoniy mavjudlik bilan bog'liq bo'ladi. Shuni ta'kidlash kerakki, turistik mahsulotlarni ishlab chiqarish va iste'mol qilish jarayonlari nafaqat bo'shliqda, balki vaqt bo'yicha ham mos keladi, ya'ni yo'nalishlarni kelajakda foydalanish uchun saqlash mumkin emas. Shunday qilib, boradigan joyning mavsumiyliги eng muhim muammo hisoblanadi, chunki bu ularning faoliyatining rentabelligini pasaytiradi va ularni boradigan joyning asosiy vositalaridan foydalanish nuqtai nazaridan samarasiz qiladi.

4. Xizmat va qulayliklar destinatsiyasidan nafaqat sayyohlar, balki ushbu manzilda yashovchi va ishlaydigan odamlar ham foydalanadilar. Shunday qilib, belgilangan joyda joylashgan korxonalarni faqat mahalliy aholiga yoki faqat sayyohlarga qaratish mumkin yemas, ular ikkalasiga ham e'tibor qaratishlari kerak. Har bir destinatsiya o'z rivojlanishining quyidagi bosqichlaridan o'tadi. Rivojlanishning har bir bosqichining xarakterli xususiyatlarini ko'rib chiqaylik. Birinchi, turistgacha bo'lgan bosqich, noyob geografik obyekt sifatida destinatsiya jozibadorligi bilan tavsiflanadi. Ushbu bosqichda destinatsiya turizm ta'siri ostida manzil hali o'zgarishlarga duch kelmagan. Ikkinchisi, sayyohlar sonining o'sishi bilan belgilanadi va tegmagan tabiatning go'zalligi va boradigan joyning mahalliy aholisi madaniyatiga asoslangan. Ushbu bosqichda sayyohlar oqimi o'sib bormoqda, natijada turistik infratuzilmaning asoslari shakllanmoqda. Uchinchi bosqichda, turistik oqimlarning barqaror o'sishi natijasida turistik xizmatlar bozori shakllanmoqda. To'rtinchi bosqichda, ushbu yo'nalish destinatsiya investitsiyalar oqimiga muhtoj, chunki infratuzilma turistik kelganlar hajmiga bardosh bera olmaydi. Uning qiyofasi o'zgaradi. Beshinchi bosqich, turizm infratuzilmasi tashkilotlari va korxonalarining o'sishi bilan tavsiflanadi, shuning uchun belgilangan destinatsiyada yangi ish o'rinlarini yaratish lozim. Oltinchi bosqich, destinatsiya korxonalarining mahsulotlari, ishlari va xizmatlarining raqobatbardoshligi va sifatining oshishi bilan

tavsiflanadi. Yettinchi bosqich, foyda o'sishi va turizm tashkilotlarining kapitallashuvi bilan belgilanadi. Bu, albatta, boradigan joyning doimiy aholisining hayot sifatini yaxshilashga olib keladi.

Natijada, destinatsiya iqtisodiyoti uchun multiplikator effekti sakkizinchi bosqichdir. Turistik xizmatlar bozorida raqobat kuchayib borayotgan sharoitda mintaqani ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish maqsadlariga yerishish uchun O'zbekistonda destinatsiyani rivojlantirish juda muhimdir. Iste'molchilar uchun kurortlarning jozibadorligiga qaramay, turistik mahsulotni sotishga salbiy ta'sir ko'rsatadigan omillar mavjud. Bu, birinchi navbatda, ko'rsatilayotgan turistik xizmatlarning narxi va sifati o'rtasidagi nomuvofiqlik va natijada turistik korxonalarining past raqobatbardoshligi. Ushbu muammolarni bartaraf yetish uchun turistik xizmatlarning raqobatbardoshligini baholash, turistik korxonalarining raqobatbardoshligi omillari va manbalarini aniqlash, mintaqaning raqobatbardoshligini baholash mezonlarini aniqlash uchun uslubiy yondashuvlarni ishlab chiqish kerak. Bu turistik xizmatlarning raqobatbardoshligini oshiradi va mintaqaning turistik-rekreationsion majmuasi destinatsiyasining turistik mahsulotlarini ilgari surishning samarali tizimini yaratish uchun asos bo'lib xizmat qiladi. Shu sababli, turistik xizmatlarning sifati va raqobatbardoshligini oshirish uchun destinatsiyani rivojlantirish kerak, bu esa mintaqaviy darajada manzillarni boshqarish va marketing destinatsiyasining rolini oshirishga olib keladi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Bekbulatova G.A., Jolimbetov B., Turistik destinatsiya./ Кубла Аралбойы гидрологиялык хэм Гидроэкологиялык машкалалары: бүгин хэм келешеги. Конференция атаклы гидролог хэм гидрохимик илимпаз география илимлериниң докторы, профессор Эльмир Исмаилович Чембарисовтың 75-жыллык юбелейине бағышланады. Республикалык илимий-эмелий конференциясы материаллары. Топламы (нөкис қ., 2023-жыл 25-26-апрель).
2. Bekbulatova G.A., Elmuratova N., Jolimbetov B., Turistik va rekreationsion ehtiyojlarni shakllantiruvchi omillar/ Кубла аралбойы гидрологиялык хэм Гидроэкологиялык машкалалары: бүгин хэм келешеги. Конференция атаклы гидролог хэм гидрохимик илимпаз география илимлериниң докторы, профессор Эльмир Исмаилович Чембарисовтың 75жыллык юбелейине бағышланады. Республикалык илимий-эмелий конференциясы материаллары. Топламы (нөкис қ., 2023-жыл 25-26-апрель).
3. Davidson R., Maitland R. Tourism destinations. / R.Davidson, R.Maitland. – London: Hodder & Stoughton, 1997. P. 4.
4. Морозов М.А., Морозова Н.С. Моделирование и прогнозирование развития туристских дестинаций. Сервис plus. 2014. Т. 8. № 3. С. 32-39.
5. Mirzaev A.T The level of use of tourist attractions in the regions and the factors affecting them. // Economics and Innovative Technologies: Vol. 2018: No. 3, Article 19. Available at: <https://uzjournals.edu.uz/iqtisodiyot/vol2018/iss3/19>
6. Мирзаев А.Т. Оценка использования рекреационных возможностей на рынке туристических услуг. // Региональная экономика: теория и практика. 2019. Т. 17. № 5. С. 990-1002. <https://doi.org/10.24891/re.17.5.990>.
7. Ibragimov N.S. O'zbekistonda xalqaro turizmni rivojlantirishda destinatsion menejment konsepsiyasini qo'llash: iqtisod fanlari nomzodi dis. – S.: SamISI, 2008.