UDK: 338.48:331.5:719

MADANIY MEROS OBYEKTLARIDAN TURIZM MAQSADLARIDA FOYDALANISH ORQALI AHOLI BANDLIGINI OSHIRISHNING IQTISODIY MEXANIZMLARI

Ibodillayev Habibulla Abdullayevich
Qarshi davlat unuversiteti mustaqil izlanuvchisi
Ibodullayevxabibullo25@gmail.com
Science ID: MQD-07260063
https://orcid.ogr/0009-0008-5306-117X

Annotatsiya. Mazkur tezisda madaniy meros obyektlaridan turizm maqsadlarida samarali foydalanish orqali hududiy aholi bandligini oshirishning iqtisodiy mexanizmlari tahlil qilinadi. Madaniy meros obyektlari turistlarni jalb qiluvchi resurs sifatida transport, joylashtirish, ovqatlanish, gidlik, hunarmandchilik va savdo kabi xizmatlar rivojlanishiga xizmat qilishi asoslanadi. Shuningdek, mahalliy aholining turizm qiymat zanjiriga jalb etilishi, kichik tadbirkorlikni rivojlantirish va turizm daromadlarining hududda qolishini ta'minlash bandlikni oshirishning muhim shartlari sifatida yoritiladi. O'zbekistonning tarixiy-madaniy obyektlaridan foydalanish imkoniyatlari asosida amaliy takliflar ishlab chiqiladi.

Kalit so'zlar: madaniy meros, turizm, aholi bandligi, turistik xizmatlar, mahalliy tadbirkorlik, hunarmandchilik, hududiy rivojlanish.

Abstract. This thesis examines the economic mechanisms of increasing local employment through the effective use of cultural heritage sites for tourism. It highlights the development of transport, accommodation, catering, guiding, handicrafts and retail services around heritage sites. Particular attention is paid to involving local communities in the tourism value chain, supporting small entrepreneurship and ensuring that tourism revenues contribute to the local economy.

Keywords: cultural heritage, tourism, employment, tourism services, local entrepreneurship, handicrafts, regional development.

Аннотация. В тезисе рассматриваются экономические механизмы повышения занятости населения посредством эффективного использования объектов культурного наследия в туристических целях. Обосновывается развитие транспортных, гостиничных, экскурсионных, общественного питания, ремесленных и торговых услуг вокруг объектов культурного наследия. Особое внимание уделяется вовлечению местного населения в туристическую цепочку создания стоимости, развитию малого предпринимательства и сохранению туристических доходов в местной экономике.

Ключевые слова: культурное наследие, туризм, занятость населения, туристические услуги, местное предпринимательство, ремесленничество, региональное развитие.

Madaniy meros obyektlari hududlarning tarixiy va madaniy qiyofasini belgilash bilan birga, turizmni rivojlantirish va yangi iqtisodiy imkoniyatlar yaratishda muhim resurs hisoblanadi. UNESCO materiallarida madaniy meros va barqaror turizm mahalliy hamjamiyatlar uchun daromad hamda bandlik imkoniyatlarini shakllantirishi qayd etilgan [1].

O'zbekistonning Buxoro, Samarqand, Xiva va Shahrisabz kabi tarixiy shaharlari xalqaro turizm uchun katta salohiyatga ega. UNESCO ma'lumotlariga ko'ra, mamlakatning bir qator tarixiy obyektlari

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

Butunjahon merosi ro'yxatiga kiritilgan [2]. Mazkur obyektlardan turizmda samarali foydalanish nafaqat turistlar oqimini ko'paytirish, balki mahalliy aholining iqtisodiy faolligini oshirish imkonini ham beradi.

Madaniy meros obyektlaridan turizm maqsadlarida foydalanishning iqtisodiy samarasi, avvalo, mazkur obyektlarning turistlar uchun jozibadorligini iqtisodiy faoliyatga aylantirish darajasi bilan belgilanadi. Madaniy meros obyekti turistni hududga jalb qiluvchi boshlang'ich resurs bo'lsa, uning atrofida shakllanadigan xizmatlar tizimi bandlik va daromad yaratishning asosiy iqtisodiy mexanizmini tashkil etadi. Shu sababli madaniy meros turizmini faqat tashriflar soni bilan emas, balki uning mahalliy mehnat bozoriga va aholi daromadlariga ta'siri bilan ham baholash zarur.

Turizmning bandlikka ta'siri ko'p bosqichli xususiyatga ega. Birinchi bosqichda madaniy meros obyekti turistlar oqimini shakllantiradi. Ikkinchi bosqichda turistlarning ehtiyojlari transport, joylashtirish, ovqatlanish, gidlik, savdo, hunarmandchilik va ko'ngilochar xizmatlarga talabni yuzaga keltiradi. Uchinchi bosqichda mazkur talab mahalliy tadbirkorlik faoliyatining kengayishiga va yangi ish o'rinlarining yaratilishiga olib keladi. Natijada turizmning iqtisodiy ta'siri bevosita obyekt chegarasidan chiqib, uning atrofidagi hudud iqtisodiyotiga tarqaladi.

Xalqaro turizm statistikasi metodologiyasida ham turizm bilan bog'liq bandlikni faqat turistik korxonalardagi ish o'rinlari bilan cheklamaslik, turizm xizmatlari bilan bog'liq kengroq iqtisodiy faoliyatni hisobga olish zarurligi ta'kidlangan [5]. Shu jihatdan madaniy meros obyektlari hududidagi bandlikni bevosita, bilvosita va qo'shimcha bandlik shakllarida ko'rib chiqish mumkin.

Bevosita bandlikka muzey, tarixiy majmua, qo'riqxona, gidlik va turistik xizmat ko'rsatish tashkilotlarida ishlaydigan xodimlar kiradi. Bilvosita bandlik esa mehmon uylari, umumiy ovqatlanish shoxobchalari, transport, hunarmandchilik, savdo va turistik mahsulot yetkazib beruvchi boshqa subyektlar faoliyati orqali shakllanadi. Turizmda daromad olgan aholining ushbu daromadni mahalliy bozorda sarflashi natijasida yuzaga keladigan qo'shimcha iqtisodiy faollik ham bandlikka ta'sir ko'rsatadi.

O'zbekistonning turizm sohasidagi rasmiy statistik ma'lumotlari mazkur jarayonning amaliy ahamiyatini ko'rsatadi. 2024-yilda turizm industriyalarida yuridik shaxslar bo'yicha jami 249 764 kishi band bo'lgan. Shundan 69 016 nafari joylashtirish xizmatlarida, 93 721 nafari umumiy ovqatlanish xizmatlarida, 17 845 nafari esa madaniy xizmatlarda faoliyat yuritgan [3]. Ushbu raqamlar turizm bandligi birgina tarixiy obyekt xodimlari bilan chegaralanmasligini, balki turli iqtisodiy faoliyat turlarini birlashtiruvchi tizim ekanligini ko'rsatadi.

Madaniy meros obyektlarida aholi bandligini oshirishning muhim yo'nalishlaridan biri mahalliy aholining turistik qiymat zanjiriga faol jalb etilishidir. Bunda turistning hududga kirib kelishidan boshlab uning turistik xizmatlardan foydalanishi va xarajatlarini amalga oshirishigacha bo'lgan jarayonda mahalliy tadbirkorlarning ishtiroki ta'minlanishi kerak. Masalan, tarixiy obyektga tashrif buyurgan turist mahalliy gid xizmatidan foydalansa, mahalliy kafeda ovqatlansa, oilaviy mehmon uyida tunasa va mahalliy hunarmand mahsulotini xarid qilsa, uning xarajatlari hudud iqtisodiyotida bir necha marta aylanadi.

Shu sababli madaniy meros obyektlarida bandlikni oshirishning iqtisodiy mexanizmini quyidagi zanjir orqali ifodalash mumkin:

Madaniy meros obyekti → turistlar oqimi → turistik talab → mahalliy xizmatlar → tadbirkorlik faolligi → yangi ish o'rinlari → aholi daromadlari → mahalliy iqtisodiy faollik.

Mazkur zanjirning samaradorligi mahalliy aholining turizm bozoriga kirish imkoniyatlari bilan chambarchas bog'liq. Agar turistik xizmatlarning asosiy qismi tashqi kompaniyalar tomonidan ko'rsatilsa,

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

turistlar oqimining ortishi mahalliy aholi bandligiga kutilgan darajada ta'sir qilmasligi mumkin. Shu bois UNESCO tomonidan ham madaniy meros hududlarida mahalliy aholi va biznes subyektlarining turizm jarayonidagi ishtirokini kuchaytirish, ularga zarur bilim, ko‘nikma va iqtisodiy imkoniyatlar yaratish muhimligi ta'kidlangan [4].

O‘zbekiston sharoitida bunday imkoniyatlar, avvalo, hunarmandchilik, oilaviy mehmon uylari, milliy gastronomiya, gidlik, mahalliy transport va madaniy tadbirlar orqali yuzaga kelishi mumkin. Ayniqsa, hunarmandchilik mahsulotlarini oddiy savdo mahsuloti sifatida emas, balki turistning madaniy tajribasini boyituvchi turistik mahsulot sifatida shakllantirish muhimdir. Hunarmandchilik ustaxonalarini turistik marshrutlarga kiritish orqali ishlab chiqarish, namoyish qilish va sotish jarayonlarini yagona iqtisodiy faoliyatga birlashtirish mumkin.

Oilaviy mehmon uylari ham mahalliy aholi uchun turizm bozoriga kirishning muhim shakllaridan biridir. Bunda mavjud uy-joy va mahalliy infratuzilmadan foydalanish orqali qo‘shimcha daromad olish imkoniyati yaratiladi. Shu bilan birga, mehmon uylarining rivojlanishi oziq-ovqat, transport, tozalash, maishiy xizmatlar va mahalliy mahsulotlarga bo‘lgan talabni ham oshiradi.

Madaniy meros obyektlarida bandlikni oshirishda inson kapitali masalasi ham alohida ahamiyatga ega. Turizm xizmatlarining sifati gidlar, mehmon uyi xodimlari, oshpazlar, hunarmandlar va boshqa xizmat ko‘rsatuvchilarning kasbiy tayyorgarligiga bog‘liq. Shu sababli mahalliy aholini xorijiy tillar, xizmat ko‘rsatish madaniyati, raqamli texnologiyalar, marketing va tadbirkorlik asoslariga o‘qitish bandlikni shunchaki son jihatdan emas, balki sifat jihatidan ham oshirish imkonini beradi.

Bunda yoshlar va xotin-qizlarni turizm xizmatlariga jalb qilish ham mahalliy mehnat bozorini diversifikatsiya qilishga xizmat qilishi mumkin. Biroq yaratilayotgan ish o‘rinlarining faqat mavsumiy emas, balki barqaror bo‘lishi muhim. Shu sababli turizm orqali bandlikni baholashda ish o‘rinlari soni bilan bir qatorda ularning davomiyligi, daromadlilik darajasi va kasbiy rivojlanish imkoniyatlarini ham hisobga olish lozim.

Madaniy meros turizmining iqtisodiy samaradorligini oshirish uchun turistlar sonini ko‘paytirishning o‘zi yetarli emas. Muhim ko‘rsatkichlardan biri turist xarajatlarining mahalliy iqtisodiyotda qolish darajasidir. Shu nuqtayi nazardan, mahalliy ishlab chiqaruvchilar va xizmat ko‘rsatuvchilarni turistik korxonalar bilan bog‘lash, mahalliy mahsulotlarni turistik paketlarga kiritish va hududiy turistik brendlarni rivojlantirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Demak, madaniy meros obyektlari asosida bandlikni oshirish “obyektga turist olib kelish”dan “turist xarajatlarini mahalliy iqtisodiy qiymatga aylantirish” bosqichiga o‘tishni talab qiladi. Aynan shu yondashuv turizmning hududiy iqtisodiy multiplikator ta'sirini kuchaytirib, mahalliy aholi daromadlarini oshirish va yangi ish o‘rinlarini shakllantirish imkonini beradi.

Shuningdek, turizm faoliyatidan olinadigan iqtisodiy manfaat madaniy merosni muhofaza qilish jarayoni bilan bog‘lanishi lozim. Mahalliy aholi madaniy meros obyektlarining saqlanishidan iqtisodiy manfaatdor bo‘lsa, ularni asrash va turistik jozibadorligini saqlab qolishga bo‘lgan manfaatdorlik ham kuchayadi. Shu jihatdan bandlikni oshirish va madaniy merosni muhofaza qilish bir-birini to‘ldiruvchi iqtisodiy va ijtimoiy jarayon sifatida qaralishi mumkin.

Madaniy meros obyektlaridan turizm maqsadlarida foydalanish hududiy bandlikni oshirishning muhim iqtisodiy mexanizmlaridan biridir. Biroq buning uchun faqat turistlar sonini ko‘paytirish emas, balki turistlarning xarajatlarini mahalliy iqtisodiyotga yo‘naltirishga xizmat qiluvchi tizimni shakllantirish zarur.

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.

Tadqiqot asosida madaniy meros obyektlari atrofida mahalliy aholining bandligini oshirish uchun gidlik, oilaviy mehmon uylari, gastronomiya, hunarmandchilik, savdo va madaniy xizmatlarni rivojlantirish maqsadga muvofiq. Shuningdek, mahalliy tadbirkorlarni turistik qiymat zanjiriga jalb qilish, kasbiy tayyorgarlikni kuchaytirish va turizm daromadlarining hududda qolishini ta'minlash muhimdir.

Shunday qilib, madaniy meros obyektlarini turizm iqtisodiyotiga integratsiya qilish yangi ish o'rinlari yaratish, aholi daromadlarini oshirish va madaniy merosni saqlashga iqtisodiy manfaatdorlikni kuchaytiruvchi o'zaro bog'liq mexanizm sifatida qaralishi lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. UNESCO, World Bank. Cultural Heritage and Sustainable Tourism: Drivers of Poverty Eradication and Shared Prosperity. Paris: UNESCO, 2017.
2. UNESCO World Heritage Centre. Uzbekistan – World Heritage Convention. UNESCO World Heritage Centre.
3. National Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan. Employment in tourism industries (number of employees in legal entities) – total. SIAT Open Data, 2024.
4. UNESCO World Heritage Centre**.** Sustainable Tourism Programme: Guide 4 – Engaging Local Communities and Businesses**.** UNESCO World Heritage Centre.
5. International Labour Organization (ILO), World Tourism Organization (UNWTO). Measuring Employment in the Tourism Industries: Guide with Best Practices. Madrid: UNWTO, 2014. 190 p. ISBN 978-92-844-1615-8.

© Ushbu material Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) litsenziyasi asosida tarqatiladi.