

**OLLANAZAROV BEKMUROD
DAVLATMURATOVICH**



TURIZMDA ILMIY TADQIQOT USULLARI

O'QUV QO'LLANMA

65.43

①-46

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA’LIM, FAN VA
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
URGANCH DAVLAT UNIVERSITETI**

OLLANAZAROV BEKMUROD DAVLATMURATOVICH

TURIZMDA ILMIY TADQIQOT USULLARI

**Magistraturaning 71010401 – “Turizm (Faoliyat turlari
bo‘yicha)” mutaxassisligi talabalari uchun o‘quv qo‘llanma**

Urganch – 2024-yil

UO*K: 338.48:001.895(075.8)

KBK: 65.43ya73

O 46

Ollanazarov, B.D.

**Turizmda ilmiy tadqiqot usullari [Matn]: o'quv qollanma / B.D.Ollanazarov.
– Xorazm: Khwarezm travel, 2024. – 148 b.**

Mazkur o'quv qo'llanmada turizm sohasida ilmiy tadqiqotlarni amalga oshirishning nazariy asoslari keng yoritib berilgan. Qo'llanmaning asosiy qismi turizm sohada amalga oshiriladigan ilmiy tadqiqotlarning nazariy asoslari va ularning o'ziga xos hususiyatlari, turistik faoliyatni metodologik yondashuvlar asosida tadqiq qilinishi, turizm sohasidagi ilmiy tadqiqotlarda dialektika qonunlarining, dialektikaning falsafiy kategoriyalarining qo'llanilishi, jahon iqtisodiyotining globallashuvi sharoitida turizm sohasini rivojlantirishning asosiy tamoyillari, turistik faoliyatga oid ilmiy tadqiqotlarda umumilmiy usullarning qo'llanilishi masalalarini yoritib berishga bag'ishlangan. Shu bilan birgalikda bozor o'zgarishlari sharoitida turistik xizmatlar sohasida ishbilarmonlik faoliyatini amalga oshirishda ilmiy tadqiqotlarning o'rni va ahamiyati yoritib berilgan.

Mazkur o'quv qo'llanma magistratura bosqichidagi 71010401 – “Turizm (Faoliyat turlari bo'yicha)” mutaxassisligi talabalari uchun mo'ljallangan.

Ma'sul muharrir: dots. N.B.Fayzullayev

**Taqrizchilar: i.f.d., prof. A.T.Mirzayev
dots. D.Y.Bekjanov**

O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi Urganch davlat universitetining 2024-yil 18-martidagi 27-sonli buyrug'iga asosan oliy o'quv yurtlari talabalari uchun o'quv qo'llanma sifatida tavsiya etilgan. Ro'yxatga olish raqami 67.



© B.D.Ollanazarov, 2024

ISBN: 978-9910-727-00-9

© “Khwarezm travel” nashriyoti, 2024

KIRISH

Iqtisodiyotning globallashuvi va integratsiyalashuvi sharoitida innovatsion iqtisodiyotni shakllantirish va rivojlantirish maqsadida biznesning transformatsiyalashuvi va iqtisodiy obyektlarni boshqarish konsepsiyalarini rivojlantirish jarayonlari borasidagi jiddiy ilmiy tadqiqotlarga talab oshib bormoqda. Shu nuqtayi nazardan biznes jarayonlaridagi yangi iqtisodiy o'zgarishlarni to'liq darajada aks ettirish imkoniyatiga ega bo'lgan, ilmiy va amaliy natijadorligi bilan ajralib turadigan ilmiy tadqiqotlarda qo'llaniladigan metodologiya va usullarni bilish va amaliy qo'llash masalalarini yanada takomillashtirilishiga alohida e'tibor qaratish talab qilinadi.

Ushbu o'quv qo'llanma talabalar tomonidan to'plangan bilimlarni iqtisodiyotda, uning muhim strategik ahamiyatga ega bo'lgan sohalaridan biri hisoblangan turizm sohasida nazariy va amaliy ahamiyatga ega bo'lgan ilmiy tadqiqotlarni amalga oshirish uchun metodologik jihatlarni aks ettirishga yo'naltirilganligi bilan ajralib turadi.

Shu bilan birgalikda ushbu o'quv qo'llanmada, barcha ilmiy tadqiqot usullari nazariy va empirik turlarga ajratiladigan ilmiy tadqiqot usullarining umumqabul qilingan falsafiy tasniflanishini e'tiborga olgan holda mualliflarning nuqtayi nazarlariga ko'ra iqtisodiyot yo'nalishidagi ilmiy tadqiqotlarga xos bo'lgan alohida ilmiy fikr va mushohadalar, ilmiy qarashlar ham kiritilgan.

"Turizmda ilmiy tadqiqot usullari" o'quv kursi 71010401 – "Turizm (Faoliyat turlari bo'yicha)" magistratura mutaxassisligi bo'yicha o'quv rejasiga kiritilgan bo'lib, iqtisodiyotning turli sohalari, jumladan, turizm sohasidagi korxona va muassasalar faoliyati samaradorligini oshirish, turistik mintaqa (hudud) larni rivojlantirish maqsadida biznes tadqiqotlar va ilmiy loyihalarni ishlab chiqish uchun turizm sohasida ilmiy tadqiqot olib boruvchilarga, turistik korxona professional menejerlariga zarur bo'ladigan metodologiyalar, usullar, muammolar, tamoyillar, tendensiyalarga bo'lgan e'tiborni yuqori darajada oshirishga mo'ljallangan.

Ushbu kursni *o'rganish obyekti* – iqtisodiyotning turli jabhalarida, shu jumladan, menejment, marketing, logistika, mikro va makro darajalardagi ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish tizimlarida ilmiy tadqiqotlarni tashkil etish va rivojlantirish jarayoni hisoblanadi.

O'rganish predmeti – xizmatlar bozorining makro va miqroiqtisodiy muhitida iqtisodiy resurslarni, texnologiyalarni, usullarni, instrumentlarni samarali izlash va optimal foydalanish masalalari hisoblanadi.

O'quv kursining *maqsadi* – talabalarda bozor amaliyotida va akademik muhitda foydalaniladigan tadqiqotlarning metodologiyasi va usullari to'g'risida, hamda iqtisodiyotda, jumladan turizm sohasidagi ilmiy tadqiqotlarni realizatsiya qilishda qo'llash mumkin bo'ladigan vositalar va texnologiyalar to'g'risida kompleks tasavvurni shakllantirish hisoblanadi.

O'quv kursining vazifalari ma'lumotlarni tahlil qilish vositalariga asoslanadigan predmetning tarkibi va kursni o'zlashtirish metodikasi bilan belgilangan. O'quv kursining vazifalari quyidagilardan iborat:

- iqtisodiyot va uning muhim strategik ahamiyatga ega bo'lgan sohalaridan biri hisoblanadigan turizm sohasida amalga oshiriladigan tadqiqot metodologiyalari va usullarini o'rganish;

- turizm sohasi va uni boshqarishga oid sohalaridagi tadqiqotlarni realizatsiya maqsadida zamonaviy axborot texnologiyalari tizimlaridan foydalanish imkoniyatlarini o'rganish;

- talabalarda tadqiqotlarni amalga oshirishning metodologik asoslaridan foydalanish uchun, hamda kompleks ilmiy tadqiqot loyihalarini realizatsiya qilish uchun zarur bo'ladigan mantiqiy fikrlashni shakllantirish;

- talabalarda tahlil qilish qobiliyatlarini rivojlantirish va tashqi biznes muhitda va kompaniyaning ichkarisida sodir bo'layotgan jarayonlarni tizimli shaklda his qilish qobiliyatlarini shakllantirish.

Kursni o'zlashtirish jarayonida magistrlar o'z ilmiy qobiliyat va ko'nikmalarini rivojlantirishga yo'naltirilgan kompetensiyalarga ega bo'ladilar:

✓ilmiy tadqiqotlarni olib borish va biznes jarayonlarini boshqarishda miqdoriy va sifat usullaridan foydalanish qobiliyatlariga;

✓mustaqil ravishda tadqiqotlarni amalga oshirishning yangi usullarini o'zlashtirish, o'z kasbiy faoliyatining ilmiy va ilmiy ishlab chiqarish jihatlarini o'zgartirish qobiliyatiga;

✓global muhitda xizmatlar bozorida iqtisodiy agentlar, raqobatchilar faoliyatini iqtisodiy tahlil qilish usullaridan foydalanish ko'nikmalariga;

✓biznes jarayonlarini amalga oshirish va ularning samaradorligini baholash maqsadida tahliliy ma'lumotlarni tayyorlash qobiliyatiga.

Iqtisodiyot sohasidagi ilmiy tadqiqotlar doirasida ilmiy tadqiqot metodologiyalari va usullaridan foydalana olish qobiliyat va ko'nikmalariga ega bo'lish ilmiy tadqiqotlarni amalga oshirish jarayonida taklif qilinayotgan qarorlarni va ilmiy loyihalarning samaradorligini baholash imkoniyatini ta'minlaganligi tufayli juda muhim hisoblanadi.

I BOB. TURIZM SOHADA ILMIY TADQIQOTLARNING NAZARIY ASOSLARI VA ULARNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

1.1. Ilmiy tadqiqotlar. Asosiy tushunchalar va ta'riflar

1.2. Turistik xizmatlar sohasida ishbilarmonlik faoliyatini amalga oshirishda ilmiy tadqiqotlarning o'rni va ahamiyati

1.3. Turistik xizmatlar ko'rsatish va mehmonxona xo'jaligi tizimida ilmiy tadqiqotlarni amalga oshirishning maqsad va vazifalari

1.4. Turistik faoliyat to'g'risidagi ilmiy bilimlarning asosiy tarkibiy qismlari

1.5. Jamiyat hayotida turizmning ahamiyati

1.1. Iqtisodiyot sohalarida ilmiy tadqiqotlar. Asosiy tushunchalar va ta'riflar

Xo'jalik yuritishning yangi usullarini joriy etish va rivojlantirish iqtisodiyotning va uni boshqarishning o'ziga xos xarakterga ega bo'lgan jihati hisoblanadi. Ushbu jarayonlarda ilmiy fundamental va amaliy tadqiqotlar muhim rol o'ynaydi.

O'zbekiston Respublikasining 2019-yil 29-oktabrdagi "Ilm-fan va ilmiy faoliyat to'g'risida"gi O'RQ-576-sonli Qonunining 3-bobining 12-moddasida "ilmiy faoliyat obyektlar, hodisa (jarayonlar)ning xususiyatlari, o'ziga xosliklari va qonuniyatlarini aniqlash maqsadida borliqni o'rganish va olingan bilimlarni amaliyotda qo'llashga yo'naltirilgan faoliyat hisoblanib, fundamental va amaliy tadqiqotlardan iboratdir", deb ta'riflangan.

Ilmiy tadqiqotni quyidagi model shaklida tasavvur qilish mumkin **(1-rasm)**.

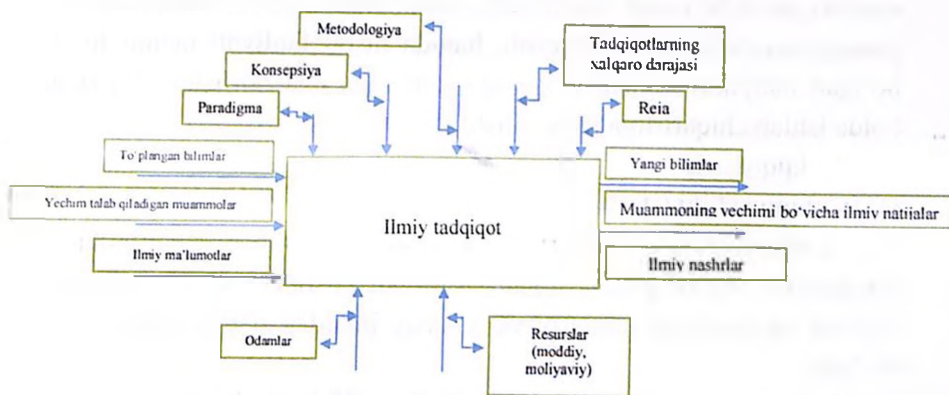
Ilmiy tadqiqot ishiga kirishish quyidagicha amalga oshiriladi:

❖ tadqiqotchi tomonidan yechishga mo'ljallangan muammolar ajratiladi;

❖ ilmiy tadqiqotda qo'llash mumkin bo'lgan usullar, modellar, qonunlar, qonuniyatlar va shu kabilar tahlil qilinadi;

❖ tadqiq qilinayotgan masalaga oid mahalliy va xorijiy tadqiqotchilar, olimlar tomonidan olingan yangi natijalar o'rganiladi;

❖ to'plangan ilmiy ma'lumotlar asosida yangi bilimlar shakllantiriladi.



Ma'lumotlarning kirish oqimlarini chiqish oqimlariga aylantirilishini amalga oshirilishiga ta'sir qiladigan boshqaruv omillari - ko'rib chiqilayotgan masalalar doirasidagi yechimlarga erishish borasidagi paradigmalar, konsepsiyalar, metodologiyalar, jahon yutuqlari darajasi hisoblanadi. Ilmiy tadqiqot ishlarining natijasi yangi bilimlar (*qonuniyatlar, metodologiyalar, tamoyillar, modellar, usullar va hokazolar*) va ilmiy hisobotlar, dissertatsiyalar, maqolalar, monografiyalar, ma'ruzalar ko'rinishida rasmiylashtirilishi mumkin bo'lgan yangi ilmiy ma'lumot sifatida aks ettiriladi.

Ilmiy tadqiqot faoliyati zarur instrumentariyalardan, texnik vositalardan va moliyalashtirish imkoniyatlaridan foydalangan holda jamoalar yoki alohida jismoniy shaxslar tomonidan amalga oshirilishi mumkin.

Tadqiqotlarning asosiy xarakteristikasini ilmiy tadqiqotning obyekti va predmeti, mavzusi, maqsadi va vazifalari, ilmiy g'oya yoki konsepsiya, nazariy va amaliy ahamiyati, tadqiqot xulosalari va tadqiqot davomida shakllantiriladigan amaliy va nazariy tavsiyalar ifodalaydi.

Tadqiqot mavzusi muammoning muayyan jihatini aks ettirishi lozim bo'lib, uning yechimi tadqiqotning maqsadi sifatida beriladi va o'zida yechimni qabul qilinishiga yo'naltirilganlikni ifodalaydi.

Ilmiy tadqiqot maqsadi – muayyan obyektни ta’riflash va ilm-fanda ishlab chiqilgan ilmiy jihatdan anglash (bilish)ning tamoyillari va usullari asosida uning tuzilishini, xarakteristikalarini, aloqalarini har tomonlama, to’laqonli o’rganish, hamda inson faoliyati uchun foydali bo’lgan natijalarni olish, kelgusida samaraga ega bo’lishini ko’zlagan holda ishlab chiqarishga joriy qilish.

Tadqiqot ishini amalga oshirish yo’naltirilgan muammoli vaziyatning sohibi (ifodalovchisi) o’zida *tadqiqot obyektini* ifodalaydi.

Tadqiqotning predmeti – bevosita o’rganilishi mo’ljallangan obyektning xususiyatlari, holati, faoliyati hisoblanadi. Tadqiqotning obyekt va predmeti umumiy va xususiy jihatdan o’zaro munosabatda bo’ladi.

Konsepsiya – tadqiqotning maqsadi, vazifalari belgilanganda va uni olib borish yo’llari ko’rsatilganda yuzaga keladigan jamiyatda sodir bo’layotgan hodisa va jarayonlarni anglash va tadqiq qilish uchun yangi nazariy asoslarni taklif qiluvchi, “yetakchi” g’oya yoki g’oyalar jamlanmasi, nimagadir nisbatan qarashlar tizimi, asosiy fikr.

Tadqiqot vazifalari berilgan muammo yechimining muayyan bosqichlari sifatida shakllantiriladigan va mohiyatan qo’yilgan maqsadning tafsilotlaridan tarkib topgan hisoblanadi.

Tadqiqotni baholash nazariy qiymatga egaligi (tadqiqot yangiligi, dolzarbligi, originalligi), hamda amaliy ahamiyatga egaligi nuqtayi nazaridan amalga oshiriladi.

Xulosa ilmiy tadqiqot oxirida shakllantiriladi va har bir qo’yilgan vazifa bo’yicha asosiy xulosalar, natijalardan tarkib topadi.

1.2. Turistik xizmatlar sohasida ishbilarmonlik faoliyatini amalga oshirishda ilmiy tadqiqotlarning o’rni va ahamiyati

Turizm sohasi - ko’pchilik mamlakatlar iqtisodiyotida muhim strategik tarmoqlardan biri sifatida qaralib, sohaga oid davlat siyosati mamlakat aholisining samarali dam olishlarini ta’minlashga qaratilgan chora-tadbirlarni ishlab chiqishdan boshlanishi bilan ajralib turadi. Bunda yaxshi dam olish istagida bo’lgan fuqarolarning hamda ularni

turar joy bilan ta'minlaydigan joylashtirish vositalarining salmog'i masalasi alohida ahamiyatga ega hisoblanadi.

Turizm - mehmondo'stlik sanoatining fuqarolarni jismoniy, intellektual, axloqiy va psixologik ehtiyojlarini qondira oladigan qismidir.

Turizm sohasining asosiy muammolaridan biri soha bo'yicha ishbilarmonlik faoliyatining yangi shakllari va usullarini izlashdan iborat bo'lib, bu istiqbolda turistik xizmatlar bozorining mohiyatini to'g'ri anglash, biznes yuritish shakllari va usullarini ishlab chiqish, raqobatchilarga nisbatan qo'shimcha ustunliklarga erishish, turistik xizmatlar sohasida o'z tadbirkorlik faoliyati muvaffaqiyatini ta'minlash demakdir.

Turistik xizmatlar sohasida biznesni yuritishning yangi usullari nafaqat empirik tarzda, balki sohaning umumiy qonuniyatlarini aniqlagan holda turistik xizmatlar ko'rsatish sohasida biznesni yuritish shakllari va usullarini tahlil qilishning uslubiy tamoyillarini ishlab chiqish orqali uning rivojlanish tendensiyalarini ham aniqlashga imkon berishi mumkin. Turistik xizmatlar sohasida menejerlarning xo'jalik yuritish tizimida joriy paytda qo'llanilayotgan usullarni takomillashtirish va yangilarini ishlab chiqishga qaratilgan uslubiy tayyorgarligi turistik xizmatlar sohasidagi yangiliklarning doimiy ravishda amalga oshirilishi, uning texnik ta'minotidagi yangilanishlar, strategik maqsadga yo'naltirilganligi bilan o'ziga xos muhim ahamiyat kasb etadi.

Biznesni rejalashtirish, soha bo'yicha mutaxassislarni tayyorlash, moddiy-texnik jihozlar, ilmiy tadqiqotlar, biznesni rivojlantirish strategiyasi hozirgi vaqtdagi turistik mahsulotlarni ishlab chiqarish bo'yicha erishilgan daraja hamda sohadagi axborot ta'minotiga bog'liq hisoblanadi. Menejerlarning bozor xizmatlariga muvaffaqiyatli shaklda moslasha oladigan yangi turistik mahsulotlarni "ixtiro qila olish"ga qaratilgan ijodkorona faoliyati muhim ahamiyatga ega bo'lib, tarmoqning umumiy rivojiga bevosita ta'sir ko'rsata oladi. Zamonaviy turistik xizmatlar sohasining rivojida iqtidorli mutaxassislarning roli juda katta hisoblanadi.

Turizm sohasida ishbilarmonlik faoliyatini olib borishning shakl va usullarini rivojlantirish mutaxassislar va texnik vositalarning sifati bilan birgalikda miqdoriga ham bog'liq bo'ladi. Turizm sohasida ishbilarmonlik faoliyatini olib borishning shakl va usullarini rivojlantirish bo'yicha sifat siljishlari yangi texnikaning muayyan miqdorining shakllantirilishi evaziga amalga oshirilishi mumkin. Bu turizmning yangi turlarini yuzaga chiqarilishida moddiy asos bo'lib xizmat qiladi. *(Masalan ekstremal turizmning. Bu turizmning ushbu turiga oid texnik vositalarni ishlab chiqarilishiga, ushbu yo'nalish bo'yicha mutaxassislarni tayyorlash va iste'molchilar orasida tayyorgarlik ishlarini olib borish zaruriyatini yuzaga keltiradi).*

Zamonaviy turistik xizmatlar bozori o'zaro bog'liq va qarama-qarshi jarayonlarning o'ziga xos ravishdagi chatishib ketgan ko'rinishining ifodasi hisoblanadi. Turistik biznesni, uning qonunlarini batafsil bilish mumkin, ammo har bir aniq voqea-hodisa o'ziga xos xususiyatga ega bo'ladi. Menejerning tajribasi, ichki hissi, uning dunyoqarashi unga tezda o'ziga xos original yechim, raqobatchilarning zaif tomonlarini topishga hamda undan o'z vazifalarini hal qilish maqsadida foydalanishiga yordam berishi lozim.

Turizm sohasining keng ko'lamli rivojlanishi davlatlar o'rtasida tinch munosabatlarni o'rnatilishiga, xalqlar o'rtasida do'stlik va o'zaro bir-birini tushunish imkoniyatlarining mustahkamlanishiga xizmat qiladi. Turizm sohasi madaniy hamkorlikning shakllanishi va rivojlanishiga, turli madaniyatga ega bo'lgan xalqlar o'rtasida ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarni yaxshilanishiga ko'maklashadi.

Turizm sohasidagi tadqiqotlar ushbu sohaning nafaqat ijtimoiy, balki iqtisodiy voqea-hodisaga aylanganligini ko'rsatadi. Turizm tur va shakllarining funksional belgilari – uning ommaviyligi, o'ziga xos iqtisodiy omil hisoblanishi, ijtimoiy muammolarning yechimi ekanligidadir.

Ommaviy turizm shaxs jismoniy rivojining yuqori darajasiga erishish vazifasini hal qiladi. U sog'lomlashtirish va tarbiyalash kabi ijtimoiy funksiyalarni amalga oshiradi.

Jahon iqtisodiyotining globallashtirish davrida turizm sohasi iqtisodiy vositalardan biriga aylandi. Turizm sohasining nufuzi mehmondo'stlik industriyasining tarkibiy qismi sifatida odamlarning ongi va hissiyotiga ta'sir ko'rsatadi. Turizm sohasining professionallik, nufuzlilik, o'zaro hamfikrlilik kabi funksiyalari uning ijtimoiy tizimdagi o'ni va ahamiyatini ham belgilab beradi.

Turistik xizmatlar sohasi quyidagi umummadaniy va umumtarbiyaviy funksiyalarga ega hisoblanadi (1-jadval), jumladan:

1-jadval

Turistik xizmatlar sohasining umummadaniy va umumtarbiyaviy funksiyalari

Funksiyalar	Funksiyalar tavsifi
estetik	shaxsning umumiy uyg'un shaklda rivojlanishiga nisbatan ehtiyojlarining qondirilishi.
me'yoriy	me'yoriy va baholash qiymatiga ega bo'lgan ayrim me'yorlarni ishlab chiqilishi va qat'iy belgilab qo'yilishi.
axborot berish	mamlakatning diqqatga sazovor joylari, xalqlarning madaniy qadriyatlari, ulardagi turli imkoniyatlar, takomillashtirish vositalari va usullari to'g'risidagi ma'lumotlardan foydalanish, ularni to'plash, tarqatish va avloddan-avlodga yetkazish
huquqiy	turistik faoliyatni qonunlar, xalqaro va milliy huquqiy hujjatlar bilan tartibga solish
iqtisodiy	turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxonalar faoliyatini, mutaxassislarini moddiy-moliyaviy va texnik jihatdan ta'minlash, sohaga oid obyektlarni (inshootlarni) asrash, foydalanish, soha xodimlari va mutaxassislariga haq to'lash

Turistik faoliyatni amalga oshirilishi jarayonida odamlar ijtimoiy munosabatlar tizimiga xos bo'lgan turli xil munosabatlarga kengroq darajada kirishadilar. Ushbu munosabatlarning yig'indisi turizm sohasini shaxsning shakllanishiga, ijtimoiy jihatdan faollikning oshishiga ta'sirini belgilovchi muhim asos bo'lib xizmat qiladi. Turistik xizmatlar sohasiga oid tadbirlarda shaxsning ijtimoiy jarayonlarga kirishuvchanligi jadallashadi va aholi o'rtasida ijtimoiy faollikning oshishiga bevosita ta'sir ko'rsatadi.

Jamiyatdagi yosh avlodni tarbiyalash zaruratining doimiy ravishda oshib borishi turistik faoliyatning barcha turlari va shakllarini har tomonlama to'liq rag'batlantirishni talab qiladi.

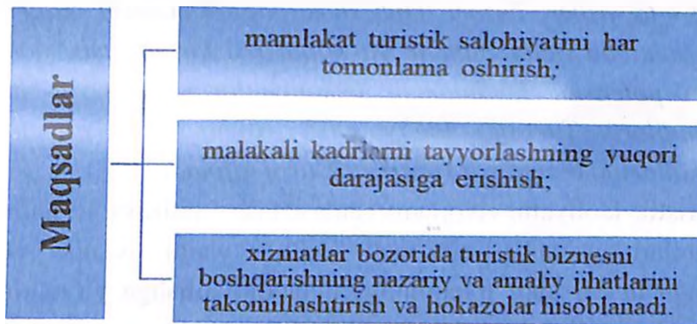
1.3. Turistik xizmatlar ko'rsatish va mehmonxona xo'jaligi tizimida ilmiy tadqiqotlarni amalga oshirishning maqsad va vazifalari

Turistik xizmatlar ko'rsatish va mehmonxona xo'jaligi tizimini ilmiy jihatdan tadqiq qilish maqsad va vazifalari uni rivojlantirishga qaratilgan davlat siyosatidan kelib chiqadi. Har qanday mamlakat hududlarini rivojlantirishga yo'naltirilgan dasturlarning nazariy ishlanmalari milliy manfaatlarini ta'minlash va himoya qilishga yo'naltirilgan bo'ladi va bulardan kelib chiqqan holda turistik xizmatlar faoliyatini rivojlantirish bo'yicha davlat siyosatining haqiqiy tavsifi nazariy konsepsiyalarning ilmiyligi hamda obyektivligini belgilab beradi.

Turistik faoliyat to'g'risidagi fanni takomillashtirish yo'llari mehmonxona majmualarini qurilishi hamda rekonstruksiya qilinishi, moddiy-texnik ta'minotining, avtotransport tizimining rivojlantirilishi, maxsus texnik vositalar bilan ta'minlanish darajasining yaxshilanishi, mamlakat aholisi farovonligining oshirilishi bilan belgilanadi. Bunda turistik faoliyatning rivojlanishi iqtisodiyotning samarali va barqaror rivojlanish usullariga bog'liq ekanligini ko'rsatuvchi qonuniyat yuzaga keladi. Turistik faoliyat rivojining jadallashtirilishi ilm-fan oldiga bir qator vazifalarni qo'yadi: mintaq (hudud) lar infratuzilmasining rivojlantirilishini prognozlashtirish; sohaga doir me'yoriy-huquqiy asoslarni takomillashtirish bo'yicha asoslangan takliflar va tavsiyalarni ishlab chiqish; sohaga oid xizmat ko'rsatuvchi personalni tayyorlash.

Turistik xizmatlar ko'rsatish va mehmonxona xo'jaligi tizimini ilmiy jihatdan tadqiq qilishdan ko'zlangan maqsadlar (*2-rasm*):

Turistik xizmatlar ko'rsatish va mehmonxona xo'jaligi tizimini ilmiy jihatdan tadqiq qilish maqsadlari



Turistik xizmatlar ko'rsatish tarmog'i oldida davlat hamda uning subyektlari tomonidan qo'yilayotgan maqsadlar muayyan davlat dasturlari orqali belgilanadi. *Masalan*, davlatning turistik xizmatlar sohasini rivojlantirish bo'yicha strategiyasi jahon xizmatlar bozorida yuzaga keladigan holatning bahosidan kelib chiqib belgilanadi. Turistik faoliyat to'g'risidagi fanning oldiga boshqa mamlakat fuqarolari (xorijiy turistlar) tomonidan tashrif buyurish istagi yuqori bo'lgan, turistik jihatdan talabgir bo'lgan mamlakat hududlarida turizm infratuzilmasini rivojlantirish bo'yicha maqsadli davlat dasturlarini ishlab chiqish maqsadi qo'yiladi. Bunday holatda maqsad strategik, operativ hamda taktik muammolarni aniqlash orqali konkretlashtiriladi.

Turistik faoliyat maqsad va xarakterini belgilaydigan omillarning ajratilishi soha rivojining maqsadga muvofiqligini mantiqiy jihatdan asoslash uchun juda muhim hisoblanadi. Bunda ushbu omillar bir butun sifatida namoyon bo'lib, qandaydir alohida bitta talabni hisobga olgan holda turistik faoliyat uchun asosiy ko'rsatmalar (mo'ljal)ni tanlash imkonini bera olmaydi.

Turistik faoliyatni o'rganish izlash xarakteriga ega bo'lgan masalalarni yechishga qaratilgan bo'lishi hamda ular sohadagi jarayonlarni tadqiq qilish va tushuntirishdan iborat bo'lishi lozim. *(Bunga misol bo'lib, xorijiy mamlakatlarda alohida taqsimlangan dam olish shakli sifatida shakllantirilgan va yakuniy hisobda turistik*

biznesning baquvvat iqtisodiy asosi sifatida shakllangan, o'ziga xos qonunchilik amaliyotiga va xalqaro almashinuv tashkilotlariga (Resort Condominium International (RCI), Interval International (II)) ega bo'lgan - taymsher¹ bozori (klub shaklidagi dam olish bozori) xizmat qiladi. Soha bo'yicha olimlar va mutaxassislar taymsherdan amaliy jihatdan potensial foydalanish imkoniyatlarini tasavvur ham qila olmagandilar. Turistik faoliyatning ushbu turi asosan g'arb mamlakatlarida o'ziga xos ravishda e'tirof qilinadi.)

Turistik faoliyatni rivojlantirishda izlash (qidiruv) yo'nalishi ilmiy kashfiyotlarning soha ta'minoti uchun yangi texnik vositalarni yaratishga ta'siri kabi muammolarni tadqiq qilishga yo'naltirilganligi bilan ifodalanadi. (Masalan, yaxtalar, avtobuslar, dengiz va daryo paroxodlari, jihozlar, asbob-uskunalar, shuningdek bozor iqtisodiyoti sharoitida xo'jalik yuritish usullarini yaratish va hokazolar).

Bu mintaqa (hudud) lar turizm infratuzilmasini takomillashtirish istiqbollari, turistik xizmatlar ko'rsatuvchi iqtisodiy subyektlarning o'z mablag'larini raqobatchilarining mablag'lari va resurslari bilan solishtirib ko'rishlari uchun ham zarur hisoblanadi. Izlash (qidirish) muammolarini muvaffaqiyatli hal qilinishi sohaga oid boshqa fanlarning rivojlanishiga, turistik faoliyatni rivojlantirish strategiyasiga bevosita ta'sir qiladi.

Agarda menejerga bozorning birona segmentidagi holatni baholash zarur bo'lsa, buning uchun u avvalambor holatning turistik mahsulot targ'ibotiga, raqobatchilarning xatti-harakatlariga, sherikchilik munosabatlaridan foydalanishga, moliya-kredit tashkilotlari, ommaviy axborot vositalari tomonidan qo'llab-quvvatlash darajasiga ta'sirini baholashi lozim.

Menejer tafakkuri mahsulining maqsadga muvofiqligi belgilangan vazifalarni bajarishning real muddatlarida uning faoliyati samaradorligini ta'minlashi lozim.

¹ Taymsher (ingl. *timeshare*, «vaqtini taqsimlash») – mulk egaligi ko'pchilikka asoslangan mulk sohiblaridan birining unga belgilangan vaqt oralig'ida mulkdan foydalanish huquqi bo'lib, ko'pincha ko'chmas mulk bozorida klub shaklidagi kurort mehmonxonalari egalari o'rtasida xalqaro darajadagi dam olishning almashinuvi tizimi sifatida qo'llaniladi. <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B0%D0%B9%D0%BC%D1%88%D0%B5%D1%80>

Ijrochi tomonidan noto'g'ri shakllantirilgan yoki noaniq anglangan maqsad aks ta'sirga ega bo'lishi mumkin. Maqsad va vazifalarni belgilashda fikr va mulohazalar, ishlanmalarning aniq va ravshanligi, qat'iyligi, ikki xil ma'noga ega emasligi – tijoriy muvaffaqiyatlarning ham kafolatidir.

1.4. Turistik faoliyat to'g'risidagi ilmiy bilimlarning asosiy tarkibiy qismlari

Turistik faoliyat to'g'risidagi ilmiy bilimlarning asosida strategiya va taktika yotadi. O'zbekiston Respublikasida turistik xizmatlar sohasini rivojlantirish bo'yicha davlat strategiyasi mintaqalarda va umuman mamlakatda turizm sohasini rivojlantirishning ilmiy jihatdan asoslangan mohiyatiga, xarakteriga va usullariga nisbatan qarashlar tizimini, mehmonxona, yo'l, transport komplekslari, jismoniy-sog'lomlashtirish markazlari va boshqa turizm infratuzilma obyektlarining qurilishiga qo'yiladigan talablar tizimini o'zida ifoda qiladi.

Turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha davlat strategiyasi turistik salohiyatga ega bo'lgan alohida mintaqalarni hamda mamlakatning alohida qo'riqlanadigan tabiiy hududlarini rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlarini belgilab beradi. Turizm strategiyasi – bu, umuman mamlakat iqtisodiyoti rivojlanish darajasining asosiy ko'rsatkichlaridan biri hisoblanadi.

Taktika turistik korxonani xo'jalik yuritish nazariyasi va amaliyotini, uning tuzilmalarini qamrab oladi. U bozorning yo'nalishlari va segmentlari bo'yicha differentsiatsiyalanadi va o'ziga xos faoliyat hisoblanadi. Aslida turistik korxoning har bir bo'limi yoki xizmat ko'rsatish qismi yoki tuzilmaviy quyi bo'limi o'z taktikasini ishlab chiqadi va amalga oshirib boradi. U o'z rivojiga ko'ra harakatchan, dinamik, tuzilmadan tashqarida sodir bo'ladigan (*valyuta kursining o'zgarishi, turli xil mintaqalardagi texnogen o'zgarishlarga, tabiatdagi, ijtimoiy sohada, keskin hayotiy o'zgarishlar, falokatlar va hokazolar*) kabi, ichkarida (*masalan, kadrlarning qo'nimsizligi, samarasiz turistik paketlar va hokazolar*) sodir bo'ladigan barcha o'zgarishlarga nisbatan ham ta'sirchan hisoblanadi.

Ilmiy bilimlarning birligi ilmiy muammolarni ishlab chiqishdagi kompleks xarakterni belgilab beradi. Masalan, turizm sohasida boshqarish tizimi va usullarini strategik rejalashtirishga, biznesni rejalashtirishga, iqtisodiyotga, kompyuter texnologiyalariga, psixologiyaga va boshqa shu kabi ilm-fan bilimlariga tayanmasdan takomillashtirib bo'lmaydi.

Ilmiy muammolarni hal qilishda kompleks yondashuvning zarurligi umumnazariy, fundamental va amaliy xarakterdagi mahsuldor ilmiy tadqiqotlar uchun yangi imkoniyatlar - ilmiy tadqiqotlarda turli xil fanlar o'zaro chambarchas holda, to'liq me'yorda qo'llanilgan holatdagina ochilishi mumkin bo'ladi.

1.5. Jamiyat hayotida turizmning ahamiyati

Hozirgi davrga kelib turizm dam olish ko'rinishidan, turistik xizmatlar ko'rsatish faoliyatining barcha turlarini o'z ichiga olgan butun bir industriya shakliga aylandi. Turizm sohasi bilan sayohatlarni tashkil qilish, mehmonxona xo'jaligi biznesi, iqtisodiyot va boshqa shu kabi faoliyatning turlari bog'liq hisoblanadi. Bularning barchasi turistik biznes termini orqali birlashtiriladi. Bugungi kunga kelib turistik biznesda: *turistik mahsulot, turoperatorlar, turagentlar, menejerlar, marketologlar va boshqa yangi ixtisosliklar* paydo bo'ldi.

Turistik biznesda faoliyat olib borayotgan mutaxassislar uchun turizm sohasi oldida turgan vazifalarni, turistik xizmatlar ko'rsatish faoliyatini amalga oshirishda ularni muvaffaqiyatli hal qilish yo'llarini bilish muhim hisoblanadi.

Shunday qilib, turizm sohasi tadqiqot obyektlari, predmetlari, qonunlari, kategoriyalari va usullarini o'z ichiga olgan bir butun ilm-fan tizimi sifatida e'tirof etiladi.

Jahon iqtisodiyotining globallasuvi sharoitida turizm sohasi jamiyat hayotining ko'pchilik tomonlariga katta ta'sir ko'rsatadi va jamiyat hayotining ijtimoiy va texnik kabi ko'pchilik jarayonlarini qamrab oladi.

Ijtimoiy jarayonlarga turistik xizmatlar ko'rsatish faoliyatida xo'jalik yuritishning iqtisodiy ta'minotiga, odamlarni o'z mehnat

ta'tillaridan ratsional foydalanishlarini ta'minlash maqsadida ma'naviy va psixologik jihatdan tayyorlashga, ko'pchilik odamlarning umumiy farovonligini, dam olish joylarining mavjudligini va sifatli xizmat ko'rsatish imkoniyatlarini ta'minlashga doir jarayonlar tegishli bo'lib hisoblanadi.

Bunday shakldagi jarayonlarni chuqur tadqiq qilish zaruriyati "sanatoriya-kurort faoliyati", "Turizm va mehmonxona xo'jaligida menejment va marketing", "Turistik xizmatlar bozori", "Xalqaro turizm: nazariya va amaliyot", "Turizm iqtisodiyoti" kabi hamda turizm sohasiga doir psixologik, pedagogik, yuridik fanlarning shakllantirilishi lozimligini ham shart qilib qo'ydi. Ular, turistik faoliyat bilan faoliyatning tegishli turlari o'rtasida, mazmun-mohiyatiga ko'ra bir tomondan - turizm sohasiga oid ilm-fan tarkibiga, boshqa tomondan esa – tegishli ilm-fanning maxsus tarmoqlari tarkibiga kiradigan, bir-biriga yaqin holatni ko'rsatadigan jarayonlarni aks ettiradilar.

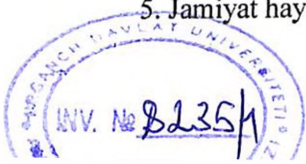
Turizm sohasida samarali turistik faoliyatni amalga oshirish uchun sohaga oid turli xil maxsus texnikalarni ishlab chiqarishni va turli xil inshootlar va obyektlar qurilishini rivojlantirish zarur hisoblanadi.

Tayanch tushunchalar

Ilmiy tadqiqot ishi, tadqiqot mavzusi, ilmiy tadqiqot maqsadi, tadqiqotning predmeti, tadqiqotning ob'ekti, konsepsiya, tadqiqot vazifalari, tadqiqotni baholash, xulosa, turizm, menejer, umummadaniy funksiyalar, umumtarbiyaviy funksiyalar, turistik salohiyat, taymsher, turistik biznes

O'z-o'zini nazorat qilish uchun savollar

1. Turistik xizmatlar sohasida ishbilarmonlik faoliyatini amalga oshirishda ilmiy tadqiqotlarning o'rni va ahamiyati qanday?
2. Turistik xizmatlar sohasining umummadaniy va umumtarbiyaviy funksiyalarini ijtimoiy munosabatlar tizimidagi o'rni va ahamiyatini tushuntirib bering?
3. Turistik xizmatlar ko'rsatish va mehmonxona xo'jaligi tizimida ilmiy tadqiqotlarni amalga oshirishning maqsad va vazifalari qanday?
4. Ilmiy tadqiqotlarni amalga oshirish jarayoni modelini izohlab bering?
5. Jamiyat hayotida turizm qanday ahamiyat kasb etadi?



II BOB. TURISTIK FAOLIYATNI METODOLOGIK YONDASHUVLAR ASOSIDA TADQIQ QILISH

2.1. Metodologiya - turistik faoliyatni tadqiq qilish usullari to'g'risidagi ta'limot sifatida

2.2. Turistik faoliyatni tadqiq qilishda metodologiyaning roli

2.3. Turistik faoliyatni ilmiy jihatdan tadqiq qilish metodikasi

2.4. Turistik faoliyat to'g'risidagi fanning funksional xususiyatlari

2.5. Turistik faoliyat bo'yicha tadqiqot usullariga qo'yiladigan talablar

2.6. Turistik faoliyatni metodologik jihatdan tadqiq qilishda ilmiy fanlarning ahamiyati

2.7. Turizm metodologiyasining asosiy tamoyillari

2.8. Turizmni tadqiq qilishning nazariy va Empirik usullari

2.9. Turizm sohasida ilmiy tadqiqotlar olib borishning o'ziga xos xususiyatlari

2.1. Metodologiya - turistik faoliyatni tadqiq qilish usullari to'g'risidagi ta'limot sifatida.

Metodologiya (keng ma'noda olib qaralganda) – bu faoliyatning usullari va vositalari, tarkibi, mantiqiy jihatdan tashkil qilinishi to'g'risidagi ta'limot.

Fanda metodologiya – ilmiy anglashning shakllari va usullari, shakllanish tamoyillari to'g'risidagi ta'limot sifatida qoraladi.

Metodologiya voqelikni nazariy jihatdan anglash va tubdan o'zgartirish vositasi sifatida ifodalanadi.

Metodologiya turistik faoliyatdagi tadqiqot usullari to'g'risidagi ta'limot sifatida ushbu faoliyat sohasida o'rganilayotgan hodisa va jarayonlar to'g'risida aniq nazariy mulohazalarni shakllantirishga imkon beradigan fikr-mulohaza, qarashlar, bilim natijalari va hayot tajribasini anglash to'plamidan tashkil topadi. Turistik faoliyatni insonlar faoliyati turi sifatida, jahon xo'jaligining muvaffaqiyatli ravishda rivojlanayotgan tarmog'i sifatida o'rganishda turli xil usullar yordamida tadqiqotlar amalga oshiriladi.

Turistik faoliyat to'g'risidagi fanda olimlar va soha mutaxassisleri o'z tadqiqotlarida umumiy, masus hamda xususiy metodologiyaga asoslanadilar.

Umumiy metodologiya turistik faoliyat rivojlanishining umumiy qonuniyatlari to'g'risida to'g'ri va aniq tasavvurlarni ta'minlaydi. Uning o'ziga xos jihati tarkibiy komponentlarida hamda olim va mutaxassislar tomonidan o'rganiladigan undagi holat va hodisalarning roli va o'rni orqali ifodalanadi. Uning asosida turistik faoliyat mohiyatini anglashga qaratilgan dialektik yondashuv yotadi. Ushbu metodologiya materiya (*kishi ongidan tashqarida va unga bog'liq bo'lmagan holda mavjud bo'lgan obyektiv reallik*) to'xtovsiz harakatda, rivojlanishda bo'ladigan, atrofimizni o'rab turgan dunyoning moddiyligidan kelib chiqadi.

Atrofimizdagi dunyo (materiya) rivojlanishining harakatlantiruvchi kuchlari dialektikaning *qarama-qarshiliklarning birligi va kurashi, miqdoriy o'zgarishlarning sifat o'zgarishlariga o'tishi, inkorni inkor etish* qonunlariga bo'ysunadi.

Maxsus metodologiya tadqiq qilinayotgan fenomen (hodisa) larning shakllanishi, rivojlanishi va amal qilishining o'ziga xosligiga tegishli qonun va qonuniyatlarni shakllantirishga imkon beradi. Ushbu metodologiya tadqiqotning yakuniy natijalarini aniqlash maqsadida turistik faoliyatga oid aniq hodisa va jarayonlarni tadqiq qilishda mos ravishdagi usullar va tamoyillar, metodikalarni qo'llashga imkon beradi.

Maxsus metodologiya quyidagi tamoyillarga asoslanadi:

ilmiylik – umumiy bilimlarga asoslangan holda aralash fanlar (*masalan, iqtisodiyot, yurisprudensiya, boshqaruv, informatika va sotsiologiya*) yutuqlarini hisobga olgan holda shakllantiriladi;

ko'rgazmalilik – u biror narsa (*holat, vaziyat, faoliyat va h.k.*) to'g'risidagi bilimlarni yaxshiroq darajada o'zlashtirish va esda saqlab qolinishiga imkon beradigan, vizual tasvirni yaratish zarurligiga tayanadigan ta'lim berishning asosiy usullarida foydalaniladi;

tushunish uchun osonligi (tushunarlilik) - personalning o'ziga xos xususiyatlariga, turistik faoliyat bo'yicha bilim berish mazmun-mohiyatining u yoki bu darajadagi murakkab jihatlarini o'zlashtirish imkoniyatlariga asoslanadi;

ta'lim berish nazariyasi va amaliyotining birligi – u dialektikaga asoslanadi va olingan bilimlarni to'liq yoki ularni aniq o'zlashtirish maqsadida amaliy jihatdan qo'llanilish majburiyatini nazarda tutuvchi faoliyat jarayonida realizatsiya qilinadi;

ta'lim berishning tarbiyaviy xarakteri – ta'lim berish va tarbiya yo'nalishlarining bir-biriga mos kelishi bilan shartlanadi, chunki ta'lim mutaxassislarda shaxsiy sifatlarning shakllantirilishiga yo'naltirilgan bo'ladi, bu esa tarbiyaning asosiy maqsadini ro'yobga chiqaradi.

Xususiy metodologiya o'zida, turistik faoliyatning, uni tahlil qilish obyekti va predmetini tashkil qiladigan muayyan hodisalarini tadqiq qilishning metodikalari, yo'l-yo'riqlari, usullari yig'indisini ifodalaydi. *U quyidagi tamoyillarga asoslanadi:*

determinizm – turizmning ko'rinishlari va shakllarini, iste'molchilarga sifatli xizmat ko'rsatish, foyda olish borasidagi hodisa va jarayonlarni o'zlashtirish vaqtida sodir bo'ladigan psixologik jarayonlarning shartlanganligi, sabab qilinganligi;

ong va faoliyatning birligi – ong yuzaga kelib, rivojlanib faoliyatda namoyon bo'la boshlaganda, ong va faoliyat rivojining birligi ko'rsatkichi;

rivojlanish – turizmning boshqa fan va umumiy rivojlanish (*intellektual, hissiy, ijtimoiy*) tarmoqlari bilan uzviy bog'liqligi ko'rsatkichi;

o'rganishda shaxsiy yondashuv – tadqiqotchilarni mutaxassislarning individual va ijtimoiy-psixologik xususiyatlarini o'rganishga yo'naltirish.

Metodologiyaning ko'rib chiqilgan tamoyillari: turizm to'g'risidagi fan rivojlanishini harakatga keltiruvchi kuchlar, mutaxassislar faoliyati rivoji va takomillashtirilishining ijtimoiy jihatdan shartlanganligi to'g'risida tasavvurni yuzaga keltiradi.

2.2. Turistik faoliyatni tadqiq qilishda metodologiyaning roli

Turizm nazariyasida *tadqiqotning predmeti* turistik faoliyat hisoblanadi, uning vazifalari quyidagilardan iborat, jumladan: turistik tadbir (ekskursiya, sayohat va h.k.) larni o'rganish; turizmning turli tur

va shakllari rivojlanishini prognoz qilish; yangi turistik markazlar xarakteristikalarini modellashtirish; turistik tadbirlar, ekskursiya va sayohatlar jarayonida obyekt (subyekt) funksiyalarini qayta tiklanishi va h.k.

Turistik faoliyatni tadqiq qilish metodologiyasi turizmdagi nazariy va amaliy masalalarni o'rganish va yechish yuzasidan ilmiy yondashuvlarni asoslashga imkon beradi.

Turistik faoliyatning metodologik jihatdan baholanishi xizmatlar bozorida ehtimoliy raqiblarni, turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxonaning iqtisodiy va texnik holatini, uni rivojlantirish va raqobat kurashini olib borishning taxminiy usullarini, mutaxassislarning faoliyat strategiyasini va taktikasini aniqlashga yordam beradi.

Metodologiyaning asosi insonlarning maqsadli yo'naltirilgan amaliy faoliyati jarayonida yuz beradigan faol va ijodiy xarakterga ega bo'lgan ijtimoiy hodisalarni o'rganishni nazarda tutadi. Sayohatlar va ekskursiyalar jarayonida odamlar faoliyati yangi diqqatga sazovor joylar, yodgorliklar bilan tanishish natijasida yangi tajribalar bilan boyitiladi.

Amaliy darajada turizmni o'rganish uning tarixiy rivojlanish mohiyatini ochib bermaydi, ammo kundalik hayotda doimiy ravishda foydalaniladi. Nazariy jihatdan (darajada) turizmni o'rganish o'rganilayotgan hodisalarni kategoriyalar, qonuniyatlar, ilmiy nazariyalar, hamda moddiy va ma'naviy dunyoning chuqur jiddiy o'zaro bog'liqligini aks ettiruvchi abstraksiya ko'rinishida ham mohiyatini anglashni o'z oldiga vazifa qilib qo'yadi.

Turistik faoliyatning maqsadi yangi turistik mahsulotlarni yaratishga hamda ushbu faoliyatdan daromad olishga qodir bo'lgan yuqori malakali kadrlarni tayyorlash hisoblanadi.

Turistik faoliyatning subyektlari esa muayyan ijtimoiy va ishlab chiqarish munosabatlarining sohiblari bo'lgan mutaxassislar, xizmatlar iste'molchilari hamda ushbu faoliyat sohasida jamlangan bilim va tajribalar hisoblanadi.

2.3. Turistik faoliyatni ilmiy jihatdan tadqiq qilish metodikasi

Turistik faoliyat miqyosida olib boriladigan tadqiqotlarning tarkibiy tuzilishi. Turistik faoliyat miqyosida olib boriladigan tadqiqotlarning tarkibiga quyidagilarni kiritish mumkin, jumladan: muammoning holatini o'rganish, tadqiqot maqsad va vazifalarini belgilash, tadqiqot gipotezasini ishlab chiqish, eksperiment (ilmiy tajriba)lar usul va metodikalarini tanlab olish hamda ularning aprotatsiyasi. Bunda eksperiment (ilmiy tajriba)ga, tadqiqotning mantiqiy va xronologik sxemasiga, tajriba qilinayotgan (sinovdan o'tkazilayotgan)lar kontingenti va miqdorini tanlash, o'lchov (kuzatish)larning zarur miqdorini aniqlash, olingan natijalarni qayta ishlashga ta'sir qiluvchi omillarni e'tiborga olish lozim. Shu bilan birgalikda tadqiqotni olib borilish joyini ta'minlash, xalaqit qilishi mumkin bo'lgan tashqi ta'sirlardan ajratish va qo'yilgan vazifalar yechimini ta'minlovchi tadqiqotning texnik jihozlarini tayyorlash ham muhim hisoblanadi.

Tadqiqot o'z ichiga: xulosalar ishonchliligini ta'minlovchi faktik (haqiqiy) ma'lumotlarni yig'ish, bir qator eksperiment (ilmiy tajriba)larni o'tkazish, olingan natijalarni nazariy va miqdoriy jihatdan qayta ishlash – o'rtacha ko'rsatkichlarni, o'lchovlarni aniqlash, ma'lumotlarni, korrelyatsiya koeffitsientlarini taqsimlab joylashtirish, grafiklarni, jadvallarni, diagrammalarni tuzish, tadqiqot davomida olingan ma'lumotlarni sifat jihatdan tahlil qilish va sintezlash, ma'lumotlarni talqin qilish va xulosalarni shakllantirish kabilarni oladi.

Tadqiqot faoliyati davomida aynan "haqiqat-yolg'on" tamoyiliga tayanish lozim. Ilmiy faoliyatning natijasi real voqelikning tavsifi, hodisa va jarayonlar bashoratlarining tekst, tarkibiy chizma, grafik bog'liqlik, formulalar shaklida ifodalangan tushuntirilishi sifatida aks ettirilishi mumkin.

Haqiqat – bu, mezonni amaliyot hisoblangan, real voqelikni inson tafakkurida ishonchli, to'g'ri aks ettirilishidir.

Tadqiqot bosqichlari. Tadqiqot ishonchliligi darajasini oshirish zarurligiga bog'liq holda tadqiqot bosqichlarini belgilab olish lozim:

birinchidan, real voqelikni ilmiy jihatdan anglashdan foydalangan holda turizmdagi u yoki boshqa muammoni shakllantirish; *ikkinchidan*, ilmiy terminlardan foydalangan holda ma'lum (ayon, tayinli)dagi noma'lum (no ayon, no tayinli)ning o'lchami (me'yori)ni belgilab olish lozim.

Muammoni shakllantirilishi hamda real voqelikni tushuntirish va tavsiflash uchun zarur ma'lumotlarni aniqlash ham muhim bosqichlardan biri hisoblanadi.

Tadqiqot muammolarini shakllantirayotganda uni turistik faoliyatning qanday turiga yoki hodisasiga tegishli ekanligini aniqlash lozim. Turizmda tadqiqot predmeti turistik biznesdagi dalillarning mehmonxona majmuasi va transport xizmatlari bilan, mamlakat va jahondagi iqtisodiy rivojlanish qonuniyatlari bilan, mutaxassislarning ijtimoiy-madaniy tajribalarining tendensiyalari bilan bog'liqligi va hokazolarni ifodalashi mumkin. Turizmda ta'lim muassasalarida bilimlarni egallash, turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxonalarda qobiliyat hamda malaka va ko'nikmalarga ega bo'lish qonuniyatlari, xizmatlar iste'molchilarining ijodiy faol fikrlashining shakllantirilishi, turistik faoliyat jarayonida ruhiy kechinmalar (psixika)ning o'zgarishi kabilar o'rganiladi.

Ma'lum (ayon, tayinli)dagi noma'lum (ayon bo'lmagan, tayinsiz)ning o'lchami (me'yori)ni, uning turizm nazariyasi uchun dolzarbligi qanday darajaga ega ekanligini belgilab olinish bosqichi ham muhim bosqichlardan hisoblanadi. Tadqiqot muammosining o'rganilganlik darajasi va xarakterining ekspertizasini amalga oshirish, hamda nazariy manbalar to'g'risidagi, shu bilan birgalikda turizm bilan bog'liq bo'lgan fanlardagi ahamiyatga molik ma'lumotlarni ham izlab topish lozim. Tadqiqot muammosining holatini o'rganishda nafaqat nazariyaga shu bilan birgalikda amaliyotga ham asoslanishi lozim.

Tadqiqot turlari. Empirik tadqiqotlar turistik faoliyatni kuzatish va o'rganishga asoslangan, belgilangan usullarni qo'llash orqali amalga oshiriladigan ishonchli dalillarni yig'ish va tahlil qilishga asoslanadi. Empirik tadqiqotlarda zarur faktlarni aniqlash va yig'ish uchun sun'iy, eksperimental (tajribaviy) holatlarni yaratish nazarda tutilmaydi. Bunday dalillar sifatida, turistik faoliyatda yuz bergan, turizmdagi real

voqea, hodisalar qaraladi. Ularni tahlil qilish asosida sodir bo'layotgan voqea, hodisalar to'g'risida xulosalar qilinadi.

Empirik tadqiqotlar tavsifiy va sharhli (izohli) bo'lishi mumkin. Tavsifiy tadqiqotlar turizmdagi kam o'rganilgan obyekt yoki hodisalarga tegishli dalillarni aks ettiradi.

Sharhlash (izohlash)ga asoslangan Empirik tadqiqotlar o'z ichiga dalillarni yig'ish va tahlil qilish, dalillar orasidagi sabablar va sabab-oqibat bog'liqliklarini sharhlash (izohlash)larni oladi. Ular yordamida noma'lum voqea, hodisa yoki noodatiy natija avvaldan ma'lum bo'lgan dalillar orqali sharhlanadi (izohlanadi).

Sharhli (izohli)-tahlilga asoslangan tadqiqotlar tanqidiy xarakterga ega bo'ladi va sharhli (izohli)-tanqidiy deb nomlanadi. Bunday holatda, majburiy sharhli (izohli)-tahlil qismidan tashqari unda batafsil va dalillangan tanqid taqdim qilinishi va mos ravishda xulosa qilinishi lozim.

Kuzatishga asoslangan tadqiqotlar muallifning unda nima tavsiflanayotganligi borasidagi o'z fikr-mushohadalaridan, shu jumladan, qo'yilgan muammoni bo'lishi mumkin bo'lgan yechimlariga tegishli g'oyalaridan ham iborat bo'lishi mumkin. Bunday fikr-mushohadalar tadqiqot ishining matniga kiritilishi yoki tadqiqot ishining sharhli (izohli)-tahliliy, sharhli (izohli)-tanqidiy va konstruktiv-nazariy qismlari orasida bir-biriga o'tuvchi/bog'lovchi bo'limi hisoblanadigan alohida bo'limida ajratib ko'rsatilgan holda aks ettirilishi ham mumkin.

Tadqiqotchi nazariy tadqiqotlarni ham olib boradi. Bunda adabiyotlarning sharhi va tanqidiy tahlilidan tashqari qo'yilgan muammoni yechimiga yo'naltirilgan tadqiqotchining o'z takliflari ham bayon qilinishi ko'zda tutiladi. Bu esa muallif tomonidan yechilayotgan muammoning nazariy jihatlariga qo'shgan hissasi, originallik nuqtayi nazardan uning yangi qarashlari sifatida namoyon bo'lishi mumkin.

Nazariy tadqiqotlarga quyidagi talablar qo'yiladi, ya'ni: foydalanilayotgan tushunchalarni aniqlashda aniqlik va mantiqiylik, fikr-mushohadalarining izchilligi (bir-biriga qarshi emasligi). Nazariy bilimlarning o'ziga xos xususiyati - o'ziga xos tizimlilik bilan farqlanadigan uning umumiyli va abstraktiligi hisoblanadi. Ushbu

bilimning biron qismini o'zgartirilishi butun tizimning o'zgarishiga olib kelishi mumkin.

Nazariy tadqiqot usullariga quyidagilarni kiritish mumkin, jumladan: abstraktdan aniqlikka (konkretga) ko'tarish, tahlil va sintez, tuzilmaviy-tizimli yondashuv, induktiv-deduktiv yondashuv, modellashtirish, tarixiy-mantiqiy usul.

Tadqiqot mavzusini shakllantirish – tadqiqotchining faoliyatidagi eng mas'uliyatli bosqichlardan bittasi bo'lib, bunda ilmiy mavzu aniq ilmiy yoki amaliy ehtiyojlarni hisobga olgan holda shakllantirilishi kerak. Ilmiy mavzuning nomi yechilishi kutilayotgan muammoning mohiyatini imkoniyati boricha qisqa shaklda aks ettirishi lozim. Mavzuni shakllantirishda ikki xil ma'nolik va noaniqlikka yo'l qo'yilmasligi lozim. Aks holda buning oqibatlari tadqiqotning barcha bosqichlarida o'z aksini topishi mumkin, xususan ishchi gipotezalarning shakllantirilishida ham.

Tadqiqot maqsad va vazifalari. Muammoning holatini o'rganish natijalari asosida maqsad va vazifalar aniqlanadi. Tadqiqot yakunida erishilishi lozim bo'lgan oraliq va so'nggi maqsadlar tadqiqot maqsadlari deb ataladi. Oraliq maqsadlar – bu turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxonaning resurs bilan ta'minlanganlik darajasining, eksperimental tadqiqot ishlarining olib borilishi davrida uning xizmatlar bozoridaagi faoliyatining bahosidir.

Vazifalar tadqiqotlarni tashkil etish va boshidan oxirigacha olib borilish ketma-ketligi bosqichlarini o'zida ifodalaydi.

Shunga o'xshash maqsadlarni ko'zlagan *tadqiqotning vazifalari*:

muammoni konkretlashtirish, u bilan bog'liq bo'lgan ilmiy adabiyot va amaliyotlarni o'rganish

tadqiqot gipotezalarini aniqlashtirish;

jarayonlarni diagnostika qilish usullarini tanlash

eksperimentni shakllantiruvchi metodikani ishlab chiqish

nazariy xulosalar va amaliy tavsiyalarni shakllantirish kabilar bo'lishi mumkin

eksperimentni, uni amalga oshirilish rejasi va dasturini ishlab chiqish, eksperiment natijalarini qayta ishlash va tahlil qilish

Tadqiqotning maqsad va vazifalari muayyan, aniq va ravshan qilib shakllantirilishi lozim, aks holda ularni realizatsiya qilish darajasini belgilashning imkoni yo‘q bo‘ladi. Tadqiqotning vazifalari uning asosiy maqsadlariga mos bo‘lishi hamda asosiy maqsadlar uning oraliq maqsadlariga bo‘ysundirilgan bo‘lishi kerak.

Mavzuning nomlanishi vazifalarga mos bo‘lishi kerak. Ushbu moslik bir qator bosqichlardan so‘ng belgilanadi. Avval mavzuning umumiy nomi beriladi va bilim orttirish va amaliy ehtiyojlardan kelib chiqqan holda vazifalar aniqlanadi. So‘ngra mavzuning nomlanishi qo‘yilgan vazifalarga, vazifalar esa mavzuning nomlanishiga ta’sirchanligi tekshiriladi, asta-sekin, ketma-ket tadqiq qilish yo‘li bilan mavzuning ham, vazifalarning ham aniqligiga erishiladi.

Turizmda tadqiqot vazifalari soni odatda beshtadan yettitagacha oraliqda bo‘lishi mumkin. Agar ular miqdoran kam bo‘lsa, unda ular ahamiyatga molik darajada mavzu bilan birlashadi va kamida uni konkretlashtiradi. Agar ular ko‘p bo‘lsa, unda uning umumiy mohiyati yo‘qotilishi mumkin, noaniqlik oshib, tadqiqotning maqsadga yo‘naltirilganligining yo‘qotilish ehtimolligi ham oshadi.

2.4. Turistik faoliyat to‘g‘risidagi fanning funksional xususiyatlari

Turistik faoliyat to‘g‘risidagi fan voqelikni anglash tabiat, jamiyat va inson faoliyatining obyektiv qonunlarini bilishning ishonchliligiga tayanadi. Bunda “Turistik faoliyat” to‘g‘risidagi fanda quyidagi funksiyalar muhim rol o‘ynaydi:

- *bilim orttirish funksiyasi* - uning dalillarga, mantiqan va matematik jihatdan asoslanganligi, amaliy jihatdan tekshirilganligi, bilim orttirish turizmning turli tur va shakllarini keyingi rivojiga yo‘naltirilganligini o‘zida ifodalaydi.

- *dunyoqarashni shakllantirish funksiyasi* – u odamlarning, umuman jamiyatning mo‘ljallari asosini tashkil etuvchi, obyektiv qonuniyatlarga bo‘ysunadigan inson va jamiyat hayot faoliyatining ratsional asosini tashkil qiladigan dunyo to‘g‘risidagi ishonchli tavsifini (ko‘rinishini) shakllantirish imkonini berishidan iboratdir.

- *me'yoriy-tartibga solish funksiyasi* – harakatlar, umuman hayot faoliyatining ratsionalligi, ya'ni aniq hisob-kitobi, natijalarning obyektiv baholanishi, asoslangan prognozlashlardan iborat.

- *moddiy-ishlab chiqarish funksiyasi* – uning jamiyatdagi ishlab chiqarish va ijodkorlik kuchlarining shakllantirilishiga imkon berishi bilan belgilanadi.

- *boshqaruv va ta'lim funksiyasi* – ularning texnikalar, texnologiyalar rivojiga, mutaxassislarni boshqaruv tizimini egallashlariga tayyorlash imkoniyatini berishidan iborat. Ilmiy yutuqlar turistik xizmatlar ko'rsatish korxonalarida personalni muvaffaqiyatli boshqarishga, aholi bilan aloqani ta'minlashga, turistlarning talabini, munosabatlarni, ularning sayohat va ekskursiyalarga moslashishi va ulardan qoniqishlarini tadqiq qilishga imkon beradi.

- *bashoratlash (prognozlash) funksiyasi* – kelajakni, istiqbolni oldindan ko'ra bilish imkonini beradi, jumladan: mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy salohiyati qanday bo'ladi, buning natijasida mehmondo'stlik industriyasida turizm qanday rivojlanadi va boshqa jihatlarni oldindan taxmin qilish imkonini beradi.

2.5. Turistik faoliyat bo'yicha tadqiqot usullariga qo'yiladigan talablar

Turistik faoliyat bo'yicha tadqiqot usullariga qo'yiladigan asosiy talablarni quyidagicha shakllantirish mumkin:

1. Turizm nazariyasini doimiy ravishda boyitib borilishi ilmiy anglash usullarini takomillashtirilishida katta amaliy ahamiyat kasb etadi. Turizm rivojidagi har bir yangi bosqich ilmiy tadqiqot usullarini takomillashtirish, nazariy va amaliy masalalarni yechish bo'yicha yangi yo'llarni izlab topishni talab qiladi. Ushbu sohadagi bilimlar obyektiv zaruriyat tufayli turistik faoliyat to'g'risidagi fanda quyidagi usullarni qo'llash va yangilashga olib keladi, ya'ni: iqtisodiy-matematik, psixologik, ijtimoiy, modellashtirish va loyihalashtirish.

2. Ilmiy tadqiqot usullari o'rganilayotgan obyektning mohiyatini, o'rganish (bilish) jarayonining xususiyatlarini aks ettirishi lozim. Ushbu ilm-fan usullari turli-tuman bo'lib, ular boshqa fanlar majmuidan

foydalangan holda shakllantiriladi, masalan: falsafa va sotsiologiya, tarix va psixologiya, iqtisodiyot, boshqaruv va huquq.

3. Ilmiy tadqiqot usullari mutaxassislar o'z oldilariga qo'yadigan maqsadlar, intilishlar, vazifalarni o'zida ifodalamasligi, hamda ularning tayyorgarlik darajasiga, tadqiqotning yo'naltirilganligiga mos kelmasligi lozim. Ilmiy tadqiqot maqsadlarining tadqiqot usullariga ta'siri o'rganilayotgan materialni tadqiq etish va tanlab olinish usullarini tanlanishida, muammoli masalalarning qo'yilishida, bajarilayotgan tadqiqot ishining mazmuni va hajmida aks etadi. Turizmda tadqiqot usullarini tanlash mutaxassislarga, ularning intellektual imkoniyatlari va qobiliyatlariga, ijtimoiy sharoitlarga bog'liq hisoblanadi.

Turizmda qo'llaniladigan tadqiqot usullarini shartli ravishda tasniflash hamda ularning umumiyligi va tarkibi jihatidan guruhlariga birlashtirish (guruhlashtirish) mumkin.

Dialektik usul turizm to'g'risidagi bilimlarni takomillashtirishda, voqelikning barcha hodisalarini rivojlantirish va anglashning umumiy qonuniyatlarini aks ettirganligi tufayli ilmiy tadqiqotlarda yetakchi rol o'ynaydi.

Boshqa usullar esa faqat dialektika bilan bog'liq holda hamda uning asosida kattaroq samara bilan qo'llanilishi mumkin.

Mantiqiy jihatdan ilmiy anglashning **maxsus usullari** dialektik usulga bo'ysundirilgan, undan kelib chiqadigan, unga tayanilgan usullar hisoblanadi. Turizmda maxsus usullar amaliy faoliyat natijasida shakllantiriladi. Ularning yordamida turizmning segmentlarini, uning san'at, xalq ijodiyoti, me'morchiligi va boshqalar bilan bog'liqligini o'rganish mumkin.

Ilmiy tadqiqotning maxsus usullari qatoriga turistik reklama marketingi, onlayn shakldagi marketing, ko'rgazma va yarmarkalarda turistik mahsulotni targ'ib qilish kabilarni kiritish mumkin.

Bajariladigan vazifalarning xarakteriga ko'ra, O'zbekiston Respublikasi va uning mintaqalarida turizm rivojini prognozlashtirish, turizm sohasida biznesni istiqbolli darajada rejalashtirish, mamlakatning kichik shahar va hududlarida turizmni rivojlantirishga investitsiyalarni samarali jalb qilish, turizmning global darajada rivojlantirish talablari

nuqtayi nazaridan turoperatorlar faoliyatidagi retrospektiv tajribalarini o'rganish kabi usullardan foydalanish mumkin.

Insonning bilim orttirishga oid faoliyatining o'ziga xos xususiyati hamda uni turizm sohasida qo'llash xususiyatlari ilmiy jihatdan anglashda qo'llaniladigan *umumimiy Empirik* va *mantiqiy usullarda* o'z aksini topadi. Kuzatish va eksperiment, tahlil va sintez, taqqoslash va o'xshashlik, abstraktlikdan konkretlikka (aniqlikka) o'tkazish, tarixiylik va mantiqiylik yondashuvlarining birligi - bularning barchasi usullar boyligi, jamlanmasi bo'lib, ular real voqelikning inson ongida aks etishi qonuniyatiga asoslanadi. Ularning zamonaviy turizmni rivojlanish xususiyatlari va masalalariga mos ravishda takomillashtirilishi turizm borasidagi fanning muhim tomoni bo'lib qolaveradi.

2.6. Turistik faoliyatni metodologik jihatdan tadqiq qilishda ilmiy fanlarning ahamiyati

Falsafa. Turizmda ilmiy tadqiqotlarni amalga oshirilishida falsafa katta ahamiyatga ega hisoblanib, u turli fanlar va insoniyatning amaliy ishlari bo'yicha erishilgan yutuqlarini umumlashtirgan holda anglash (bilish) borasida o'zining usuli – dialektikani ishlab chiqqan. Bu usul aniq fanlardagi o'rganish usullaridan tabiatning barcha miqyoslarini istisnosiz tushunishda "kalit" vazifasini o'taydi.

Falsafa mutaxassislarni obyektiv jarayonlarni, ularning to'xtovsiz rivojlanishidagi qonuniyatlarni tadqiq qilishga yo'naltiradi. Dialektik mantiq sifatida falsafa real dunyoning mavjud aloqa hamda jarayonlarini aksi sifatida fikrlash qonun va kategoriyalarini shakllantiradi, turizmning nazariy va amaliy muammolarini hal qilinishida fikrlash jarayonining mantiqiy tuzilishini belgilab beradi.

Falsafa mutaxassislarga tabiat rivojlanishining umumiy qonunlarini anglashlariga imkon beradi. Dialektika qonunlari turizm sohasidagi tadqiqotlarda qo'llanilishida turizmda ijtimoiy hodisalarni anglash (bilish) asosida turadi.

Turizmda falsafaning metodologik funksiyasi insonlar faoliyatini anglash (bilish) tamoyil va qoidalarining ma'lum bir tizimlarini qarab chiqishdan iborat hisoblanadi.

Tarix. Turistik faoliyatni tadqiq qilish uchun tarix katta ahamiyat kasb etadi. U turizmni xususiy mulkchilikka asoslangan ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar natijasida vujudga kelgan ijtimoiy hodisa (fenomen) sifatida o'rganishga yo'l ochib beradi. Turistik faoliyatni tadqiq qilishga tarixiy yondashuv turizm rivojidadagi alohida shaxslarning rolini, moddiy va ma'naviy kuchlarning, turizm sohasidagi obyektiv va subyektiv omillarning o'zaro ta'sirini aniqlashga hamda shu bilan birgalikda turistik xizmat ko'rsatuvchi alohida korxona kabi butun turizm tarmog'ini ham iqtisodiy tashkil etuvchilarini takomillashtirish bo'yicha mutaxassislarning amaliy faoliyatlarini asoslashga imkon beradi.

Pedagogika. Turizmda pedagogikaning o'rni va roli, asosini paxodlar, sayohatlar va dam olish, diqqatga sazovor joylar bilan tanishishni tashkil qiladigan turistik faoliyatning maxsus bilim, malaka va ko'nikmalarga tayanadigan, maxsus tashkil etiladigan faoliyat hisoblanishi bilan shartlangan.

Pedagog nafaqat turizm to'g'risida bilim berishi, shu bilan birgalikda ularga bo'lgan ehtiyojni ham shakllantirishi lozim.

Turizm sohasidagi pedagogik usullar o'ziga xos tavsifiy xususiyatlari bilan ajralib turadi. Masalan, gid-ekskursovod o'zining ta'sir natijalarini kuzatgan holda turistlarga so'zlar bilan, namoyish qilish bilan ta'sir qiladi. Turistik faoliyatda, bir xil turistlar guruhi turli xil vaqt oralig'ida o'zlari bilan o'zlari taqqoslanganda, yoki ekskursiya jarayonida ishtirok qilayotgan ikkita subyekt taqqoslanganda, ya'ni parallel ravishda taqqoslashda chiziqli taqqoslashni qo'llash mumkin. Ushbu yo'nalishda boshqa usullardan ko'pincha so'rovnoma (anketa-so'rovnoma), mahorat namoyish usullari qo'llaniladi.

Sotsiologiya. Sotsiologiyaning metodologik asosi, jamiyat rivojlanishini harakatlantiruvchi kuchi uning maqsadga erishishga intilishi ekanligining tasdiqi hisoblanadi. Sotsiologiya turizmni ijtimoiy hodisa nuqtayi nazaridan ijtimoiy-madaniy faoliyatning ko'rinishi, uni

jamiyatda sog'lom va faol insonlarni shakllantirishdagi roli kabi o'rganadi.

Muammolarni tahlil qilishning chuqurligi va hal qilinadigan vazifalarning murakkabligi bo'yicha sotsiologik tadqiqotlarni quyidagi turlarga ajratish mumkin:

- **razvedka qilinuvchi** - soddalashtirilgan dasturlar va vositalardan foydalangan holda murakkab bo'lmagan tadqiqot vazifalari kichik guruhlar misolida hal qilish nazarda tutilganda qo'llaniladigan (anketa, intervyu, kuzatish blankalaridan foydalanish);

- **tavsifiy** – o'rganilayotgan jarayon to'g'risida yaxlit tafsilotga ega bo'lishga, olib borilishi jarayonida ahamiyatga molik darajada resurs sarfi talab qilinadigan tadqiqotlarda qo'llaniladigan;

- **tahliliy** – ma'lum bir jarayonni tadqiq qilishda uning tarkibiy komponentlari va omillari, holati, miqyosi va boshqa tafsilotlarini aniqlashga qaratilganda qo'llaniladigan.

Informatika. Informatika muayyan faoliyat sohasi sifatida turistik faoliyat tizimida:

- turistik faoliyat protseduralarini ro'yxatdan o'tkazish va o'rganish;

- tasniflash, turli mamlakatlarda turistik faoliyatga xos bo'lgan jarayonlarni tasniflash, turlarga ajratish va standartlashtirish;

- informatsion model va texnologiyalarni turistik faoliyat amaliyotiga joriy qilish;

- informatsion kodlarni tizimlashtirish;

- televideniye, radio, sun'iy yo'ldosh, mobil aloqa vositalarini qo'llagan holda turistik va sog'lomlashtirish xizmatlarini ta'minlash va loyihalashtirish bo'yicha informatsion texnologiyalarni yaratish;

- turistik faoliyat tizimining alohida komponentlarini kompyuter modellarini yaratish;

- turistik faoliyatga oid barcha obyektlarning ma'lumotlar bazalari koordinatalarini yaratish kabi tadqiqot usullarini o'zida mujassamlashtiradi.

Horijiy va mahalliy olimlarimiz tomonidan:

❖ ma'lumotlarni saqlash;

- ❖ informatsion muvozanat;
- ❖ informatsiyaning doimiy ravishda o'zgarib turishi;
- ❖ informatsion birligi;
- ❖ mikro- va makro-olamlarda axborot jarayonlari va texnologiyalarining simmetrizatsiya va disimmetrizatsiya qilinishi va boshqa qator informatika qonunlari shakllantirilgan.

Masalan, ma'lumotlarni saqlash qonuni turli xil darajadagi faollikka ega bo'lgan turistik faoliyat tuzilmalari hayot faoliyatining ajralmas qismi hisoblanadi.

Turizm sohasi bo'yicha mutaxassislarni tayyorlaydigan o'quv va ilmiy tadqiqot muassasalari, xalqaro turoperatorlar, davlatga tegishli va mintaqaviy turistik faoliyat tashkilotlari ancha faol hisoblanadi. Ularning axborot kompetensiyasi quyi tashkilotlarga, xizmatlar iste'molchilariga, *jumladan: turagentliklar, turistik faoliyat bilan shug'ullanuvchi korxonalar, mehmonxona va restoran majmualari, sug'urta kompaniyalari, turistlarga transport xizmatlari ko'rsatuvchi kompaniyalar, sog'lomlashtirish markazlari, pasport-viza hamda bojxona tuzilmalari, xavfsizlikni ta'minlash xizmatlariga hamda xizmatlar iste'molchilariga tarqatiladi.*

Tizimshunoslik. Tizimshunoslik boshqarish to'g'risidagi fan sifatida:

- boshqaruvchi va boshqariladigan tizimlarni tadqiq qilish;
- boshqaruv ta'sirlari shakl va usullarini o'rganish;
- boshqaruv jarayonining nazariy tahlilini amalga oshirish;
- boshqaruv ishini tashkil qilinishini tadqiq qilish kabi muhim muammolari mavjud bo'lgan turistik faoliyatni qamrab oladi.

Ushbu faoliyat sohasida hal qilinadigan quyidagi vazifalarni o'z ichiga oladi:

- ✓ boshqaruvning nazariy muammolari va amaliy masalalarini ishlab chiqish;
- ✓ amaliyotchilarga – nazariy asosda boshqarishga oid masalalarga muvaffaqiyatli yechim topish yo'l va usullarini izlab topish;
- ✓ boshqarish tizimini takomillashtirish bo'yicha tavsiyalarni ishlab chiqish;

✓ personalga ta'sir qilish shakl va usullarini kompleks shaklda qo'llash yo'llarini o'rganish va ishlab chiqish va boshqalar.

Turizm sohasida boshqaruv funksiyalari quyidagicha tavsiflanadi:

- me'yorlarini tartibga solish bo'yicha – huquqiy va axloqiy;
- tarkibi bo'yicha – siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy (turizm – bu xalqning ma'naviy-axloqiy salomatligi);
- hududiy mezon bo'yicha – mintaqaviy, mahalliy;
- ta'sirchanlik muddati bo'yicha – no'muayyan muddatli va shoshilinch;
- boshqaruv tizimidagi ishtirokchilarning pozitsiyasi bo'yicha – bo'ysunish (vertikal) va muvofiqlashtirish (gorizontal) munosabatlari;
- tarqatilish sohasi bo'yicha – ichki, berilgan boshqaruv tizimi ichida qatlamlarga ajratiladigan hamda tashqi, turli boshqaruv tizimlari orasida qatlamlarga ajratiladigan.

Turizm faoliyati amaliyotida korporativ boshqaruv modellari qo'llaniladi, jumladan: inglizcha-amerikacha, nemischa, yaponcha, o'tish davri iqtisodiyotiga ega bo'lgan mamlakatlarga xos bo'lgan tadbirkorlikka xos. Sanab o'tilgan har bir funktsiya quyidagi xususiyatlar bilan farqlanadi: ijtimoiy qadriyatlar tizimi, mehnat jamoalarining roli, moliyalashtirilish usullari, axborot assimmetriyasi, investitsiyalanishi, kapitalning qiymati, asosiy iqtisodiy birligi, innovatsiyalarning turlari, boshqaruvchilarga haq to'lanishi, aksionerlik kapitalining tuzilishi va h.k.

Metrologiya. Metrologiya – o'lchovlar, ularning birligi va aniqligiga erishish to'g'risidagi fan bo'lib, u turli joylarda, turli vaqtlarda, turli usullar va o'lchash vositalari yordamida bajarilgan o'lchov natijalarini solishtirish imkonini beradi.

Metrologiya turistik faoliyatga oid biznesda mahsulotni ishlab chiqarish samaradorligini, texnik darajasi va sifatini oshirilishida katta ahamiyat kasb etadi.

Turistik mahsulot va xizmatlarning sifatini tizimli ravishda ta'minlash va yaxshilash uchun ishlab chiqarish siklining barcha bosqichlarida nazoratni amalga oshirish lozim.



Mahsulot va xizmatlar mijozlar ehtiyojlarini qondirishi uchun loyihalashtirish va ishlanmani standartga mos amalga oshirish lozim. Bunda mutaxassislarni tanlab olish yoki personalni bunga o'rgatish zarur bo'ladi.

Kvalimetriya. Kvalimetriya – turistik mahsulot va xizmatlar sifatini baholashning miqdoriy usullarini birlashtirgan, sifat ko'rsatkichlarini aniqlash va ularni optimallashtirish usullarini tanlashga imkon beradigan fan sohasi hisoblanadi. Kvalimetriya o'lchash va baholash vositalari hamda usullariga ega bo'lgan holda turizmning umumnazariy muammolarini (umumiy kvalimetriya) o'rganishga, turistik mahsulot shakllanishini baholash modellarini va algoritmini loyihalashtirishga (maxsus kvalimetriya), turistik mahsulotlar narxlarining shakllantirilishiga (predmetga oid kvalimetriya) yordam beradi.

Kvalimetriya yordamida turistik faoliyatda baholashning miqdoriy usullari nazariyasi, sifatning kompleks ko'rsatkichi hisoblanadigan, personalning mehnat mahsuli sifatida xizmat sifatini baholash, o'lchash imkoniyati bo'lmagan xizmatlar miqdorini aniqlash, iqtisodiy baholashdan tashqari baholash usullarini qo'llash to'g'risida tasavvurga ega bo'lish mumkin.

Kvalimetriya turistik mahsulotning sifatini uning iste'mol qiymati bilan o'zaro ta'sirida aniqlash (iqtisodiy status), turistik mahsulotning iqtisodiy va texnik xususiyatlari va jarayonlarini kompleks ravishda baholashga yo'naltirilganligini (texnik-iqtisodiy status), turistik mahsulot sifati kategoriyasining metodologik va umum ilmiy funksiyalarini (umum ilmiy status), turistik mahsulotning ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlardagi ijtimoiy-madaniy qiymatini (tizimli status) aniqlash imkonini beradi.

Turistik mahsulot sifatining miqdoriy bahosi turistik mahsulot hayot siklining barcha bosqichlarida, jumladan: marketing tadqiqotlaridan boshlab to ishlab chiqarishga o'tkazish to'g'risidagi qarorni qabul qilishgacha, asosli yechimlarni qabul qilishda zarur hisoblanadi. Sifat kvalimetriyasi raqobatbardoshlikni aniqlash, sifat hamda narx o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni belgilash, ishlab chiqarish

jarayonlari sifatini tahlil qilish, turistik mahsulotni takomillashtirish va harajatlarni qisqartirish yo'llarini aniqlashga imkon beradi.

Statistika. Turizm statistik tadqiqotlar obyekti hisoblanadi. Turizmda statistik tadqiqotlar birlamchi statistik ma'lumotlarni olishni yoki ijtimoiy hayotdagi o'rganilayotgan hodisalar to'g'risida rejali ravishda ma'lumotlar yig'ishni ilmiy jihatdan tashkil qilingan jarayoni hisoblanadi.

Turizmda statistik hisobot davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlaridan foydalanishni ta'minlaydi va manfaatdor foydalanuvchilar tomonidan asosli boshqaruv qarorlarini qabul qilish, milliy va xalqaro statistik metodologiyaga muvofiq ravishda ko'rsatkichlarni taqqoslash uchun juda zarur hisoblanadi.

Turizmda statistika tasnifi statistik ma'lumotlarni umumlashtirish vositasi hamda statistik tahlil va muayyan belgilarga xos o'rganilayotgan majmua guruhliy birliklarining shakllantirilishi uchun zarur bo'lgan ko'rsatkichlar tizimidan foydalanish asosi hisoblanib: hodisalarni ijtimoiy-iqtisodiy turlarga, klasslarga, guruhlarga ajratish, o'rganilayotgan majmuaning ichki tuzilishini o'rganish, hodisalarning belgilari o'rtasidagi aloqalarni belgilashga imkon beradi. Masalan, tashrif buyuruvchilar ijtimoiy-iqtisodiy xarakteristikalarining tasnifi turistlarning axloqiy (muomala), ularning yoshi, ta'lim darajasi, daromadlari, ijtimoiy holatiga bog'liq holdagi ehtiyojlari va sarf-xarajatlari modellarini o'z ichiga oladi.

Turistlarni joylashtirish vositalarining turlarga ajratilishi turlar, guruhlar, kichik guruhlar kabi tushunchalarni aks ettiradi. Turlariga jamoaviy va individual joylashtirish vositalari; guruhlariga – ixtisoslashtirilgan va individual joylashtirish vositalari; kichik guruhlariga – mehmonxonalar, motellar, pansionatlar, sanatoriyalar, profilaktoriyalar, dam olish uylari, kvartiralar, xonalar va kottej shaklidagi xonadonlar kiradi.

Turizmda statistika, turistlar tomonidan kirish iste'moli (*joylashtirish, oziq-ovqat va ichimliklar uchun xizmatlar, turagent va turoperatorlar xizmatlari, turistik gid-ekskursovdar xizmatlari, madaniyat muassasalari, dam olish va o'yin-kulguni tashkil etishga*

ixtisoslashgan korxonalar xizmatlari) kabi parametrlarni aniqlash zarur bo'lgan hollarda qo'llaniladi. Muayyan mintaqqa, turistik kompaniya, mehmonxona kompleksi, turoperatorlarga xos bo'lgan, boshqa o'ziga xos yo'nalishlar ham tadqiq qilinadi.

Logistika. Turistik tadbirlarni taqdim etishda boshqaruv jarayoni logistika qoidalariga rioya qilingan holda amalga oshiriladi. Masalan, turistlarni turistik anjomlar, jihozlar, oziq-ovqat va turar-joy bilan ta'minlash, hamda ularni obyektlarga transportda tashish, avia chiptalar savdosi, sug'urta, xalqaro vaucherlarni rasmiylashtirish, mehmonxonalarda joylarni bronlashtirish va boshqa tadbirlar o'zida logistik tizimni ifodalovchi logistika tamoyillari va usullarini hisobga olgan holda amalga oshiriladi.

Turistik biznesda logistika tizimi - bu juda murakkab tashkiliy jihatdan tugallangan, yagona boshqaruv jarayonida o'zaro bog'liq bo'lgan zveno-unsurlaridan tarkib topgan iqtisodiy tizim bo'lib, bunda zveno-unsurlarining majmui faoliyat ko'rsatish chegaralari va vazifalari ichki va tashqi maqsadlar bilan biriktirilgan bo'ladi. Amalda, xo'jalik faoliyati amaliyoti bilan boyitiladigan logistik (ochiq) hamda ma'muriy-buyruqbozlikka asoslangan (yopiq) tizimlar yuzaga kelgan va faoliyat ko'rsatmoqda.

Turistik faoliyatda logistik tizimlarni modellashtirishdan foydalaniladi. Mutaxassislar tomonidan, modullar deb nomlanish qabul qilingan funksiyalar va o'zaro aloqalarning umumiy modellari ishlab chiqilgan.

Turizm sohasida turmahsulotni ishlab chiqish va sotishning o'zaro ta'sirini e'tiborga olgan holda, dasturiy-funksional moduldan foydalaniladi va u quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- talab kon'yunkturasining operativ tahlili;
- transport vositalaridan foydalanish tanlovini optimallashtirish orqali turistlarni transportda tashishni operativ ravishda rejalashtirish va tashkil etish modelini ishlab chiqish va realizatsiya qilish;
- turistlarni qabul qilish va kuzatib qo'yish (jo'natish) jarayonining amalga oshirilishini tashkil etish va boshqarilishi;

➤ turistlar xavfsizligi holatining hisob-kitobi va tahlilini tashkil etish;

➤ turistlarni qabul qilish va jo'natishda transportning o'z vaqtida yetib kelishi va unga turistlarni chiqarilishi jarayonini operativ ravishda rejalashtirish va boshqarish va boshqalar.

2.7. Turizm metodologiyasining asosiy tamoyillari

Turistik faoliyatni metodologik jihatdan tadqiq qilishning vazifasi – iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy va boshqa muammolarni o'rganish, turistik faoliyatni to'g'ri anglash usul va tamoyillarini aniqlash va baholash yo'llarini ko'rsatish, noto'g'ri xulosalar chiqarilishiga, xato nazariy konsepsiyalar (fikir-mulohazalar)ning yuzaga kelishiga yo'l qo'ymaslik.

Turizm metodologiyasining asosiy tamoyillari turistik faoliyatning obyektiv va subyektiv ahamiyatga egaligi hisoblanadi.

Turizm ijtimoiy-iqtisodiy hodisa sifatida obyektiv va subyektiv shart-sharoitlar, tashqi va ichki omillar bilan o'zaro munosabatga kirishadi.

Turistik faoliyatning obyektivligi quyidagilarga bog'liq, jumladan:

bozor iqtisodiyoti sharoitida turistik biznesni samarali olib borishni nazariy jihatdan asoslash;



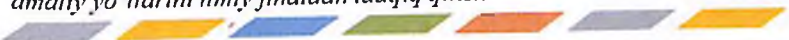
davlatning ijtimoiy-iqtisodiy ko'rsatmalari hamda ilmiy-texnik taraqqiyot darajalariga mos nazariy konsepsiyalarni ishlab chiqish;



davlatning ijtimoiy-iqtisodiy ko'rsatmalari hamda ilmiy-texnik taraqqiyot darajalariga mos nazariy konsepsiyalarni ishlab chiqish;



mamlakat mintaqalarida turizm turlari va shakllarini yanada rivojlantirishning amaliy yo'llarini ilmiy jihatdan tadqiq qilish



Masalan, turizmning yangi turlarini yuzaga kelish va ularning rivojlanish sabab va mohiyatini tadqiq qilishda mutaxassislar turistik faoliyatning barcha tomonlarini aniqlashga imkon beradigan ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning moddiy asoslarini tahlil qilishga e'tibor qaratishlari lozim.

Iqtisodiy samaradorlik menejerlarni real dalillarni aniqlashga yo'naltiradi hamda turizm sohasidagi faoliyatning alohida tomonlarining obyektiv tahliliga tayanishga majbur qiladi, nazariy holatlarni amaliy jihatdan tekshirilishi qabul qilinayotgan qarorlarning to'g'riligiga ishonchni hosil qilishlariga imkon beradi.

Tadqiqotda turizm bilan uzviy bog'liq bo'lgan boshqa, jumladan, iqtisodiy, ijtimoiy va tibbiyotga oid fanlarning alohida usullari qo'llaniladi.

Turizm o'z tarkibida o'z mohiyati va tuzilishi jihatidan murakkab bo'lgan ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy va texnik tomonlariga, ularning miqdoriy va sifat xarakteristikalariga ega bo'lgan hodisalarning keng miqyosini oladi.

Turizm sohasida u yoki bu jihatdan sohaga yaqin fanlarda qo'llaniladigan usullardan ham foydalaniladi. Jumladan, menejer va marketologlar turizm sohasi bilan o'zaro munosabatda bo'ladigan fanlarning usullarini ham o'rganadilar va o'zlashtiradilar. Turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxonani strategik boshqarish, litsenziyalashtirish, standartlashtirish, sertifikatsiyalashtirish, moliya va kredit, buxgalteriya hisobi va h.k. bu yoki boshqa miqyoslarda bilimlarning kompetentligi (chuqur bilimga ega bo'lish) professional tayyorlik darajasini doimiy ravishda takomillashtirib, dunyoqarashni kengaytirib, umumiy ilmiy eruditsiya (aql-zakovat)ni rivojlantirib borishni talab qiladi.

Informatika, telekommunikatsiya, matematika, kompyuter texnikalari hamda ularda qo'llaniladigan usullar yutuqlaridan oqilona foydalanmasdan zamonaviy turizmni tadqiq qilishning iloji yo'q.

Turizmning muayyan turlarini ilmiy jihatdan anglashning natijasi sifatida bilim obyektiv voqelikni o'zida ifodalaydi. Masalan, inson zehni (ongi) dan tashqarida shunday ijtimoiy hodisalar va o'ziga xos vaziyatlar mavjudki ular inson ongida muayyan tasavvurlar, farazlar ko'rinishida aks etadi. Tasavvurning unda aks ettirilgan voqelikka muvofiqligi uni mazmunining obyektivlik darajasini tavsiflaydi. *(Masalan, Yevropa bo'ylab har tomonlama qulay dengiz laynerida kruiz sayohati, tasavvurimizda real voqelikning, obyektiv ravishda mavjud*

bo'lgan voqelikning, uning qonuniyatlarining o'ziga xos xarakterga ega bo'lgan xususiyatlari, umumiy belgilari kabi aks ettiriladi. Kruiz sayohatining real sharoitlari to'g'risida bilim faqatgina dengiz sayohati mobaynida shakllanishi mumkin).

Ongimizda ideal aks tasvir ko'rinishida mavjud bo'lgan bilim subyektiv xarakterga ega bo'lib, unda aks etadigan tasavvur bilan obyektiv voqelik mos kelishi zarur. Masalan, turizmning ekstremal ko'rinishlaridan biri bo'lgan raftingda nisbiy xarakterga ega bo'ladi. Uning mukammalligi, aniqligi, mosligi turli xil bo'lishi mumkin, bu tog' daryosiga, yilning qanday davri ekanligiga, murakkabligiga va hayot uchun xavfliligiga bog'liq bo'ladi. Bu yerda mos ravishdagi tasavvur paydo bo'ladi: subyektida – turistning shaxsi, obyektida esa – rafting, turizmning ekstremal turi ko'rinishida.

Turistik faoliyatda subyektivlik inson tomonidan hozirgi paytda mavjud bo'lgan va kelajakda bo'lishi mumkin bo'lgan haqiqatni aks ettiruvchi tasavvurlar (mehmonada turish va sifatli xizmat ko'rsatilishi, mintaqa aholisi bilan yoki xalq humarmandchiligi bilan tanishish va h.k.lar)ni yaratishi bilan xarakterlanadi.

Turistik korxona mutaxassisi o'z tadqiqotlarida real voqelikdan o'zib ketishi mumkin, bu esa bashorat qilish ijodining asosidir. Agarda tadqiqotni voqelikdan o'zib ketish (oldinlash)ga imkoni bo'lmasa mutaxassis uni o'z talablariga mos ravishda qayta shakllantirish imkoniyatiga ega bo'la olmas edi.

Tadqiqot jarayonida olinadigan tasavvurning subyektivligi voqelikning bir tomonlama, subyektiv qarash natijasida yanglish (noto'g'ri) fikrlashga olib kelishi mumkin bo'lgan sababi hisoblanadi. Agarda oldindan mo'ljallab qo'yilgan yolg'on bo'lmasa, noto'g'ri bilim bu obyektiv voqelikning va subyektiv tasavvurning aksi sifatida qaraladi. Bunday holatda tasavvur tarkiban bo'rttirib ko'rsatiladi, ya'ni absolyutlashtiriladi² yoki aksincha, voqelikning qandaydir tomonlaridan biri kichraytirib (kamaytirib) ko'rsatiladi.

² Absolyutlashtirish – bu, natijasi absolyut ob'ektlar hisoblanadigan eng yuqori tartibdagi abstrakt mazmun-mohiyatni (abstraksiyalarni) yaratishga yo'naltirilgan tafakkurning faoliyat jarayoni.

Xizmatlar bozori tahlilini amalga oshirilishida odatiy xato – bu, raqobatchilar imkoniyatlari to‘g‘risida noto‘g‘ri (yanglish) tasavvurga ega bo‘linishi hisoblanadi. Amaliy tajribalar iqtisodiy faoliyatning ushbu sohasida subyektivlik tez-tez namoyon bo‘lib turishi va turistik korxona xo‘jalik faoliyatining rentabelligiga salbiy ta‘sir ko‘rsatishi mumkinligini aks ettiradi.

2.8. Turizmni tadqiq qilishning nazariy va empirik usullari

Turizm to‘g‘risidagi bilimlarni rivojlantirish jarayoni undagi aloqalarning turli-tumanligi, turistik mahsulotlarning doimiy ravishda yangilanib turishi, kadrlar faoliyatini doimiy ravishda takomillashtirib borilishi, mamlakat va dunyoda sodir bo‘layotgan ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlardagi o‘zgarishlar bilan belgilanadi.

Turizmdagi ilmiy tadqiqotlarning asosiy yo‘nalishlarini: nazariy, empirik va amaliy yo‘nalishlarga ajratish mumkin.

Nazariy tadqiqotlar. Nazariy tadqiqotlar - o‘rganilayotgan hodisalarda yangi jihatlarni kashf etish, turizm nazariyasi va amaliyotida hali aks ettirilmagan, uning shunday bir o‘ziga xos xususiyat va tendensiyalarini qayd qilish va hokazolarga yo‘naltirilganligi bilan ajralib turadi. Uning vazifasi turizmning rivojlanish qonuniyatlarini, uning alohida shakl va turlarini ochib berishdan iborat. Masalan, bu asosda bozorda xizmatlarning talabgorligi, turizm sohasida mutaxassislar tayyorlashning asosiy yo‘nalishlarini aniqlash mumkin.

Nazariy tadqiqotlarda jarayonlarning, ular asosidagi qonunlar, turizmning alohida segmentlari rivojlanishining yangi yo‘nalishlarining mazmun-mohiyati aniqlanadi.

Nazariy tadqiqotlar asosida turistik xizmatlar ko‘rsatuvchi korxonalarni boshqarish va yuqori malakali kadrlarni tayyorlash usullarini takomillashtirish amalga oshiriladi.

Nazariy tadqiqotlarning natijalari me‘yoriy-huquqiy hujjatlarni, maqsadli dasturlarni, bozorning alohida segmentlaridagi turistik faoliyat tajribasi hamda ularning rivojlanish istiqbolining prognozi jamlangan holda aks ettirilgan korxonalar nizomlarini ishlab chiqishda asos bo‘lib

xizmat qiladi. Binobarin, mutaxassislarni tayyorlashga, yangi turistik dasturlarni loyihalashtirishga yangi talablar, xizmat ko'rsatish bozorida barqaror faoliyat ko'rsatish tamoyillari shakllantiriladi.

Nazariy tadqiqotlar aniq jarayonlarni, o'z resurslarini, raqobatchilarning imkoniyatlarini, korxonani boshqarish bo'yicha asoslangan amaliy qarorlarning qabul qilinishini baholashni ilmiy jihatdan tahlil qilishning mantiqiy asosi ham hisoblanadi.

Empirik tadqiqotlar. Empirik tadqiqotlar o'z vazifasiga ko'ra mavjud turizm nazariyasi doirasida yangi dalillarga asoslangan materiallarni tushuntirish, umumlashtirish va to'plash imkoniyatiga ega.

Turizm sohasining dinamik ravishda rivojlanayotganligi ma'lum, shuning uchun Empirik tadqiqotlar olim va mutaxassislar faoliyatida katta o'rin egallaydilar. Amaliyot hamda tajriba o'tkazish imkoniyatlari qanchalik boy va turli-tuman bo'lsa, turizm to'g'risidagi fan, turizm nazariyasini takomillashtirish va rivojlantirishning Empirik asoslari hisoblanadigan, dalillarning zarur miqdorini shunchalik tez to'play oladi.

Empirik tadqiqotlar bevosita faoliyat jarayonida amalga oshiriladi. Amaliy jihatdan ular turistik xizmatlar bozoridagi vaziyat to'g'risida obyektiv bilimlarga va buning asosida, bozorda o'z segmentini saqlab turish, raqobat kurashiga kirishadigan raqiblarini aniqlash, iqtisodiy samaraga, foydaga erishish maqsadlarida mavjud resurslardan samarali foydalanish usullariga ega bo'lishga yo'naltirilgan.

Amaliy tadqiqotlarning tarkibi turistik mahsulotni realizatsiya qilish jarayonida quyidagi o'zaro aloqador bo'lgan unsurlardan shakllantiriladi:

- ❖ vazifalarni aniqlab olish;
- ❖ bozor vaziyatini baholash;
- ❖ rahbar tomonidan qaror qabul qilinishi;
- ❖ personal oldiga rahbar tomonidan vazifalarning qo'yilishi.

Barcha unsurlar, ularning mantiqiy birligi va maqsadga yo'naltirilganligiga qaramasdan, tarkibi va asosiy masalalarni o'rganishdagi ketma-ketlik, rahbarning va jamoaning ishlash usullari bo'yicha o'zaro farqlanadi.

Menejer tomonidan vazifalarning aniqlab olinishi – bu, o‘z korxonasining xizmatlar bozoridagi roli va o‘rni, turistik mahsulotlarni realizatsiya qilish jarayonida raqiblar harakatlarining xarakterini, resurslarning mavjudligini, qo‘yilgan maqsadlarga erishish usullarini to‘g‘ri tanlashni to‘g‘ri anglab olish hisoblanadi.

Ko‘pincha vazifalarni aniqlab olinishidagi aniqlikka bozorning, qabul qilinayotgan qarorlarning mazmunini baholashning xususiyatlari bog‘liq bo‘ladi.

Bozorni baholash kelgusi faoliyatning qulaylik yaratuvchi yoki aksincha, qo‘yilgan vazifalarning bajarilishiga salbiy ta‘sir ko‘rsatuvchi obyektiv shartlarni tadqiq qilishdan iboratdir.

Bozorni baholash obyektlari: raqobatchilar, turistik korxonaning o‘zini salbiy va kuchli imkoniyatlari, turistik mahsulot realizatsiya qilinadigan mahalliy (geografik) shart-sharoitlar, mavsumiylik omili va boshqalar. Shu bilan birgalikda faoliyat yo‘nalishini, tarmoqning iqtisodiy holati, salohiyatli iste‘molchilarning mavjudligi, turistik xizmatlar ko‘rsatuvchi korxona faoliyat olib borayotgan mamlakat (mintaqa)ning ijtimoiy-siyosiy holati, turistik tadbirlarni amalga oshirilishiga nisbatan aholining munosabatini ham hisobga olish lozim.

Bozordagi vaziyatni baholashda korxona menejerining hatti-harakatlariga hal qiluvchi darajada ta‘sir qiladigan, resurslardan ustalik bilan oqilona foydalanish, sheriklar bilan hamkorlikni qo‘llab-quvvatlash kabi asosiy zvenolarni ham izlab topish lozim.

Bozordagi vaziyatni baholash nafaqat uning joriy paytdagi haqiqiy holati bo‘yicha baholashdan, balki uni dinamik rivojlanishi jihatidan, turistik mahsulotni realizatsiya qilish jarayonida raqobatlashuvchi tomonlarda, raqobatchilar va o‘z mutaxassislarining harakatlarida yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan o‘zgarishlarni ham inobatga olgan holda baholashdan iborat. Bu, raqobatchilar tomonidan qo‘llanilishi natijasida, ular turistik mahsulot savdosida ustunlikka ega bo‘lishlari va xizmatlar talab va taklif bozorida kutilmagan o‘zgarishlar, keskin o‘zgarish holatlari yuzaga kelishi, kasodga uchrash hamda faoliyatni to‘xtatish holatlarigacha olib kelishi mumkin bo‘lgan eksklyuziv dasturlarni qo‘llanilishi kutilayotgan sharoitlarda juda muhim hisoblanadi.

Rahbar tomonidan turistik mahsulotni realizatsiya qilish to'g'risida qarorning qabul qilinishi vazifalarni aniqlashtirib va vaziyatni baholab olgandan so'ng xulosalarga muvofiq ravishda amalga oshiriladi.

Turistik mahsulotni targ'ib qilish to'g'risida qarorni qabul qilinishida uning sifati, raqobatchilar aniqlanib, asosiy maqsad (daromad olish) ga erishish ketma-ketligi va usullari belgilab olinadi.

Ichki imkoniyatlardan foydalanish to'g'risida qaror qabul qilishda mo'ljallangan maqsadga erishishning asosi xizmat ko'rsatish bozorida yuqori barqarorlikka va korxonalarning barcha tuzilmalarining bozordagi faolligiga erishish hisoblanadi.

Personal oldiga vazifalarni qo'yish uchun quyidagilarni amalga oshirish lozim:

- asosiy sa'y-harakatlarni turistik mahsulotning realizatsiya qilinishiga qaratish;
- uni targ'ib qilishni eng maqsadga muvofiq usullarini aniqlab olish;
- turistik xizmatlarni ustamonlik bilan tanlash.

Turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxonalarning asosiy va qo'shimcha xizmat ko'rsatuvchi bo'limlari o'zaro hamkorlik hamda bo'lajak savdolarni, korxona boshqaruvini tashkil etishni har tomonlama qo'llab-quvvatlash bo'yicha asosiy chora-tadbirlarni ham tartibini ta'minlashlari lozim.

2.9. Turizm sohasida ilmiy tadqiqotlar olib borishning o'ziga xos xususiyatlari

Ilmiy tadqiqotlarning xarakterini belgilashga, raqobatlashuvchi tomonlar o'z maqsadlariga intilib xizmatlar bozorini egallash va raqiblar harakatlarini izdan chiqarish bo'yicha chora-tadbirlarni amalga oshirishga kirisha boshlaganlarida yuzaga keladigan ijtimoiy munosabatlar jarayonlarini o'zida ifodalaydigan turizm qonuniyatlarining o'ziga xos xususiyati ta'sir ko'rsatadi. Turizmning ushbu tadqiqot obyekti sifatidagi xususiyati zamonaviy shart-sharoitlarda, uning nazariy asoslariga, personalni samarali boshqarish mazmuniga jiddiy ta'sir ko'rsatgan holda yangi sifatga ega bo'ladi.

Masalan, bozor iqtisodiyotiga o'tish davrida MDH davlatlarining ba'zilarida turizmning yangi turlarini joriy qilish asosida, shu bilan birgalikda dam oluvchilarni faqat xorijiy kurortlarga jo'natish hisobiga tez fursatlarda foyda olishga harakatlar ham qilindi. Bu turistik korxonalarining birinchi bosqichdagi faoliyatlari bo'lib, unda turistik mahsulotlarning milliy iste'molchilariga xorijiy mamlakatlarga chiqish "eshiklari"ning ochilishiga imkon yaratildi.

Ammo, sohadagi qonunchilik bazasining zaifligi davlatning turizm sohasini boshqarishdagi zaifligini ham ko'rsatib berdi. Chiqish turizmi barqarorlashgandan so'ng, xizmatlar bozorida yirik turistik kompaniyalarning paydo bo'lishi mavjud vaziyatni o'zgartirdi. Ular tomonidan qo'yilgan maqsadlar strategik vazifalarga erishishga imkon berib, bozorlarni segmentlarga ajratishning keng imkoniyatini yaratdi.

Yuqoridagilardan kelib chiqqan holda, turistik biznes oldida turistik korxonalar yuqori darajadagi rentabelligini yanada takomillashtirish masalalari turadi. Bu esa turistik faoliyatni takomillashtirishning samarali yo'llarini tadqiq qilish hisobiga katta hajmga ega bo'lgan hamda uzluksiz davom qiladigan jarayon hisoblanadi.

MDH davlatlaridagi turizm sohasida yuz bergan sifat o'zgarishlari, raqobat kurashidagi keskin o'zgarishlar, turoperatorlar miqdorining katta hajmi kuchlar muvozanatini tezda o'zgartirishga imkon beradi, *jumladan:* alohida iste'molchilarga guruhlarini inobatga olgan holda turmahsulotlarning yangi turlarini loyihalashtirish, shakllantirish, o'zlarining raqiblariga aniq zarbalar berish, qisqa muddatda harakatlar tashabbusini qo'lga olish hamda mustahkam o'z qo'lida saqlab qolish.

Turizm biznesining bu xususiyati, uning dinamik ravishda rivojlanib borayotganligi turizmni ilmiy bilish nazariyasi va amaliyotiga, turistik korxonalar rahbarlari va personalini boshqarish faoliyatiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi.

Raqobatchilarning qarama-qarshi harakatlari ularning rejalari, kuchlari va vositalarini yashirish, bozorga eksklyuziv xizmatlarni "tashlab yuborish" imkoniyatlaridan iborat bo'lib, bu taktik nomuayyan holatlarni, noaniqliklarni yuzaga kelishiga shart-sharoit yaratishi mumkin. Yangi turistik mahsulot to'g'risida haqqoniy, ishonchli

ma'lumotlarni belgilash, yetishmayotgan ma'lumotni to'ldirishning hamma vaqt ham iloji bo'lmasligi mumkin.

Rahbarning taktik mahorati, san'ati to'liq bo'lmagan, "chala-chulpa", ba'zan qarama-qarshi bo'lgan ma'lumotlardan talab va taklif bozoridagi haqiqiy holatni asl holatiday tasavvur qila olishi, raqobatchilarning hujumlariga qarshi turish maqsadida o'z vaqtida qaror qabul qila olishi, samarali boshqara olishidan iborat.

Vaqt omili amaliy jihatdan birinchi darajali ahamiyatga ega. Korxonani boshqarish jarayoni oshib borayotgan axborot oqimi hamda uni tahlil qilish, umumlashtirish va qaror qabul qilish uchun vaqtning tobora qisqarib borayotganligi o'rtasidagi qarama-qarshilik bilan tavsiflanadi. Ilmiy tadqiqot oldida ushbu qarama-qarshilikni samarali yechish, faoliyat sifatini oshirish maqsadida vaqt omilini to'g'ri baholash, o'z harakatlarini muvaffaqiyatli tashkil qilish, yangi turmahsulotlarni loyihalashtirish va shakllantirishga personalni o'rgatish usullarini takomillashtirish yo'llarini tadqiq qilish masalasi turadi.

Rahbarning amaliy faoliyatida bilim orttirishiga raqobatning doimiy ravishda bo'lib turishi, qabul qilinadigan qarorlar uchun javobgarlik darajasining yuqoriligi jiddiy ta'sir ko'rsatadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida psixologik omil – ilmiy tadqiqotning muhim predmetiga aylanadi.

Turizmning muhim xususiyatlaridan yana bittasi uning xo'jalik yuritishning xususiy sektoriga taalluqli ekanligidadir. Turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxonalar faoliyatida o'zgarishlar bo'lib turadi, jumladan: ijtimoiy-iqtisodiy vaziyatda o'zgarishlar bo'lganda, turizm sohasida qo'llaniladigan texnikalar, mehmonxona komplekslarida xizmat ko'rsatish sifati, dam olish va ekskursiyalar tarkibi takomillashtirilganda. Moliyaviy yil tugagandan so'ng balans hisoboti tuziladi. U turistik mahsulot savdosining hamda uni targ'ib qilish (reklama, savdo ko'rgazmalari, konkurs (tanlov) shaklidagi savdolar) xususiyatiga ta'sir ko'rsatadi.

Turizm sohasidagi ilmiy tadqiqotlarda soha rivojlanishini prognozlashtirishdagi aniqlik, nazariy xulosalarning obyektiv jihatdan haqqoniyligi alohida ahamiyat kasb etadi. Turistik faoliyatning dastlabki

bosqichlarida rahbarlar xizmatlar bozorida turistik mahsulotlarni realizatsiya qilinish jarayoni kamchiliklarini bartaraf qila olgan bo'lsalar, hozirgi vaqtda turizmning nazariy masalalari bozorga chiqmasdan oldin ishlab chiqilmoqda.

Turistik biznesdagi ilmiy tadqiqotlarga nafaqat aks ettirilayotgan obyektning aksi, balki u haqidagi bilimlar darajasi ham, uning mohiyatini tushunib yetish (anglab olish) darajasi ham jiddiy ta'sir ko'rsatadi.

Tayanch tushunchalar

Metodologiya, metodologik yondashuv, umumiy metodologiya, maxsus metodologiya, ilmiylik, ko'rgazmalilik, tushunarlik, determinizm, xususiy metodologiya, shaxsiy yondashuv, turistik faoliyatning maqsadi, turistik faoliyat subyektlari, ilmiy tajriba, aprotatsiya, haqiqat, bilim orttirish funksiyasi, dialektik usul, Empirik usul, mantiqiy usul, falsafa, sotsiologiya, sotsiologik tadqiqotlar, tizimshunoslik, metrologiya, kvalimetriya, nazariy tadqiqotlar

O'z-o'zini nazorat qilish uchun savollar

1. Turistik faoliyat to'g'risidagi fanda metodologiyaning roli qanday?
2. Umumiy, maxsus va xususiy metodologiyaning tamoyillari qanday?
3. Turistik faoliyatni tadqiq qilishda mahalliy metodologiyani qanday shaklda qo'llash mumkin?
4. Turistik faoliyatni tadqiq qilishda metodologiyaning roli nimadan iborat?
5. Turistik faoliyatni ilmiy jihatdan tadqiq qilishning metodikasi qanday?
6. Siz turistik faoliyat to'g'risidagi fanning qanday funksiyalarini bilasiz?
7. Turizmda ilmiy tadqiqot usullari qanday xarakterga ega bo'ladi?
8. Turizmni metodologik jihatdan tadqiq qilishda falsafa, tarix va pedagogika qanday rol o'ynaydi?

9. Turizmni metodologik jihatdan tadqiq qilishda sotsiologiya, informatika, tizimshunoslik va metrologiya qanday ahamiyatga ega?
10. Turmahsulotlar va xizmatlar sifatini baholashning miqdoriy usullarini nima birlashtiradi?
11. Turistik xizmatlar sohasini tadqiq qilishda statistika va logistikaning o'rnini qanday?
12. Turistik faoliyatning obyektivligi nima bilan bog'liq?
13. Subyektiv turistik faoliyat qanday xarakterli jihatlarga ega bo'ladi?
14. Turizm sohasidagi nazariy tadqiqotlar nimalarga yo'naltirilgan?
15. Turizm sohasida Empirik tadqiqotlarning ahamiyati qanday?
16. Turizm sohasida amaliy tadqiqotlar qanday amalga oshiriladi?
17. Turistik mahsulotni realizatsiya qilinishida amaliy tadqiqotlar qanday ahamiyatga ega?
18. Turizm sohasida ilmiy tadqiqotlar qanday xususiyatga ega?
19. Turizm sohasini tadqiq qilishda tanqidiy tahlil qanday maqsadlarda qo'llaniladi?
20. Turistik faoliyatda modellashtirishning qanday tizimlari qo'llaniladi?

III BOB. TURIZM SOHASIDAGI ILMIY TADQIQOTLARDA DIALEKTIKA QONUNLARINING QO‘LLANILISHI

3.1. Turizm sohasidagi ilmiy tadqiqotlarda qarama-qarshiliklarning birligi va kurashi qonunining qo‘llanilishi

3.2. Turizm sohasidagi ilmiy tadqiqotlarda miqdoriy o‘zgarishlarning sifat o‘zgarishlariga o‘tish qonunining qo‘llanilishi

3.3. Inkorni inkor etish qonunini turizm sohasidagi ilmiy tadqiqotlarda qo‘llanilishi

3.1. Turizm sohasidagi ilmiy tadqiqotlarda qarama-qarshiliklarning birligi va kurashi qonunining qo‘llanilishi

Turizm sohasini rivojlantirish jarayoni qarama-qarshiliklarning birligi va kurashi qonuniyati bilan bog‘liq bo‘lib, u turistik biznesning manbai, rivojlanishini ta‘minlovchi, harakatlantiruvchi kuchi va ichki mazmun-mohiyatini ochib berish borasidagi savollarga javob beradi. Turizm ijtimoiy hodisa bo‘lib, qarama-qarshi tomonlar, xususiyatlar va tendensiyalarga ega bo‘ladi. Turizm ijtimoiy jarayon sifatida qarama-qarshi ijtimoiy-iqtisodiy maqsadlar va xizmatlar bozoridagi faoliyat turlari bilan tavsiflanadi. Turizmni qarama-qarshi tomonlarining o‘zaro ta‘siri – bu, ular o‘rtasidagi birlik va kurashdir.

Turizm davlat iqtisodiyotining ajralmas qismi bo‘lib, u davlatning rivojlanish strategiyasiga, mamlakat iqtisodiyotida foydalaniladigan moddiy-texnik vositalarga va ulardan foydalanish usullariga bevosita ta‘sir ko‘rsatadi. Bunda birinchi navbatda ustunlik beriladigan mamlakat mintaqalari strategiyalarini ham e‘tiborga olish lozim.

Turizmning asosiy qarama-qarshiliklaridan biri bu turistik xizmatlar bozoridagi raqobatchilarning qarama-qarshiligidir. Ularning orasidagi qarama-qarshilik u yoki bu tomonning resurslarga egalik nuqtayi nazaridan ustunlikka egaligi jihatidan hal qilinadi. Ushbu qarama-qarshilikning mazmunini ochib berish – ma‘lum bir bosqichda turistik korxonalardan birining iqtisodiy ustunligini nimalar hisobiga jamlanishini aniqlash lozimligini anglatadi. Turistik korxonalar rahbarlari ushbu tendensiyalarda bo‘lishi mumkin bo‘lgan o‘zgarishlarni

hisobga olgan holda ularning faoliyatini takomillashtirish yo'llarini belgilashi va yangi turistik mahsulotni ishlab chiqishga doimo tayyor bo'lishi kerak.

Turizmnining rivojlanishi mamlakatning iqtisodiy rivojlanish darajasiga hamda ilmiy-texnik salohiyatiga bevosita va bilvosita darajalarda bog'liq bo'ladi.

Hozirgi vaqtda turistik tuzilmalar katta iqtisodiy, ilmiy va texnik salohiyatga ega emas. Ushbu qarama-qarshilik mintaqalarda va umuman mamlakatda ham turizmni rivojlantirish bo'yicha bosqichma-bosqich maqsadli dasturlarni tayyorlash va amalga oshirish orqali hal qilinadi.

Turizm sohasini ilmiy jihatdan tadqiq qilish natijasida uning turli tomonlari o'rtasidagi qarama-qarshiliklarni aniqlash, so'ngra turizm biznesini yuritish shakllari va usullarini, mutaxassislarni tayyorlash usullarini takomillashtirish bo'yicha tavsiyalarni ilmiy jihatdan asoslash mumkin, bu esa turizm bozoriga, *masalan kruiz turizmi kabi turistik xizmatlar bozorining segmentiga faol kirish yo'nalishlarini ishlab chiqishga imkon beradi.* Turistik firma faoliyati borasida qaror qabul qilishda menejerlar raqobatchilarni, o'z turistik mahsulotlarini targ'ib qilinishini yuqori darajalarini, foyda olinishini ta'minlashga intilishadi.

Turizmni rivojlantirishdagi qarama-qarshiliklarning oshkor etilishi muhim, ammo bu tahlilning yakuniy bosqichida amalga oshirilmaligi lozim, chunki qarama-qarshilikning o'zi "qotib qolmagan", harakatsiz to'xtab qolmasdan, u ham o'zgarish xususiyatiga egaligini ham inobatga olish kerak. Har qanday qarama-qarshilikning rivojlanishi muayyan bir bozor segmentidagi turistik firmalardan biri boshqasidan ustun kela boshlashidan iboratdir. Bunday holda, qarama-qarshilikning kuchayishi sodir bo'ladi.

Turistik xizmatlar bozorida muhim bosqich turistik korxonalar o'rtasida aniqlangan qarama-qarshiliklarning rivojlanish tendensiyalarini ochib berish va ularni hal qilish yo'nalishlarini aniqlashdan iboratdir. Turistik xizmatlar bozorida o'z joyingizdan raqobatchilar bilan doimiy ravishda "raqobatlashadigan" tarzda foydalanish kerak.

Ko'p sonli turistik korxonalarning paydo bo'lishi iste'molchilar uchun raqobat va "kurash"ning keskin o'sishiga olib kelishi va buning natijasida kam sonli "kuchli" turistik korxonalar monopollashib, barqarorlik sharoitida turistik xizmatlar bozorida o'z o'rnini egallab, zaif turistik korxonalarni bozordan siqib chiqarishlari mumkin. Bunga mavjud qonunchilik bazasining hali yetarli darajada mukammal emasligi sababli davlat tomonidan bu jarayonga hech qanday to'siq bo'lmasligi mumkin. Shu sababli, korxonalarning monopolistik harakatlarini bartaraf qilish uchun obyektiv shart-sharoitlarga ega bo'lmasdan turib bozor holatini baholash jarayonida ba'zi turistik korxonalar dinamik ravishda rivojlanib borayotgan turistik xizmatlar bozorida o'zlarining tajovuzkorona faoliyatlarini ham namoyon qilishlari mumkin.

Turistik korxonalar bir-biriga qarshilik ko'rsatishi, bozorda bir-birining pozitsiyasini zaiflashtirishi mumkin. Korxonalar o'rtasidagi qarama-qarshilikda, ulardan biri personallarining faolligi hamda zaxira resurslaridan foydalanilishi hisobiga kuchliroq bo'lishi mumkin.

Turistik biznesdagi qarama-qarshiliklarning kuchayishi ertami kechmi ularni hal qilinishi hamda turistik korxonalarning yangi sifat munosabatlariga o'tishlari bilan bartaraf qilinishi mumkin. Menejerlar qarama-qarshilik belgilarini aniqlashlari va ularni mohirona tarzda zararsizlantira olishlari kerak. *Masalan, turistik mahsulotni targ'ib qilishdan asosiy maqsad raqiblarni chetlab o'tish bo'lib, bu esa qarama-qarshi tendensiyalarni o'z ichiga oladi.* Bir tomondan, turistik xizmatlar bozorida muvaffaqiyatga erishish, iqtisodiy rentabellikni oshirish, boshqa tomondan esa, vaqtni yo'qotmasdan samarali foydalanish ham zarur bo'lib, bu ham turistik xizmatlar bozorida muhim omillardan biri hisoblanadi, aks holda raqobatchilar oldinga o'zib ketishlari mumkin.

Doimiy xavf-xatar va tahdidlar sharoitida odatdagi an'anaviy vositalardan foydalangan holda turistik xizmatlar bozorida biznes yuritish imkoniyati raqobatchilar tomonidan, turistik korxona tomonidan muvaffaqiyatga erishish maqsadida qo'llanilishi ko'zlangan usullarni tanlashda qarama-qarshiliklarni keltirib chiqarishi mumkin.

Bozorda faoliyatning barqarorligini ta'minlash uchun eksklyuziv turistik mahsulot yaratish kerak bo'ladi. Ushbu mahsulot to'laligicha realizatsiya qilinmasligi riski va raqobatchilarni chetlab o'tish maqsadida yangi turistik mahsulotni yaratish zarurligi – munozara va qarama-qarshiliklarga sabab bo'lishi mumkin. Ushbu ikkita, bir-birini istisno qiladigan talablarni birlashtirish murakkab masala hisoblanadi. Bu qarama-qarshilikning hal qilinishi quyidagi holatlarda bo'lishi lozim, jumladan: bir vaqtning o'zida tezda o'zgarishni ta'minlaydigan, narxning pasayishiga imkon beradigan turistik mahsulotni yaratish orqali.

Turizm biznesidagi qarama-qarshiliklar nafaqat obyektiv jarayonlarning rivojlanish manbalari, balki bilimlarni takomillashtirish vositasi ham bo'lishi mumkin, shu bilan birgalikda to'plangan bilim va amaliyotlar miqdorlari o'rtasida ham qarama-qarshiliklar yuzaga kelishi mumkin.

Menejerning bilimi, garchi u tabiatan to'g'ri tasavvurni shakllantirsa ham, to'liq bo'lmasdan qoladi. Turizm rivojlanishning qaysi darajasiga erishganidan qat'iy nazar, bozor sharoitida uning shakllari va usullarida doimiy ravishda sodir bo'layotgan turli xil o'zgarishlarni batamom to'liq aks ettira olmaydi. Shu ma'noda turizm sohasidagi ko'plab maxsus fanlar yanada boyitish va rivojlantirishga muhtojdir.

Obyektiv voqelikning nomuvofiqligi (zidligi) xuddi shu bir xil jarayonning turli qarashlar va anglash (tushunish)larining gnoseologik³ asosi hisoblanadi. Shuning uchun ham nafaqat turli xil, balki ba'zan to'g'ridan-to'g'ri qarama-qarshi fikrlar yuzasidan kurash yuzaga keladi. Ilm-fandagi fikrlar kurashi voqelik va bilishning nomuvofiqligining aksi sifatida uning rivojlanishini eng muhim qonuniyatlaridan birini tashkil etadi. Turli xil fikrlar kurashi, to'qnashuvi bo'lmagan joyda ilm-fan rivojlanmaydi. Turizm to'g'risidagi fanni rivojlantirishning zaruriy sharti - bu dolzarb muammolarni ijodiy hal qilishga yordam beradigan oshkora munozaralar hisoblanadi.

³ Gnoseologiya (yunoncha gnosis - bilim, logos - ta'limot) – tanqid va anglash (bilish) nazariyalari bilan shug'ullanadigan falsafiy fan

Bilishning nomuvofiqligi shundan iboratki, qarama-qarshi voqelik rasmiy mantiqiy izchil, qarama-qarshi bo'lmagan shaklda ifodalanishi lozim. Qarama-qarshiliklarning mavjudligi turizm nazariyasining mukammalligini ko'rsatmaydi. U shunday tuzilishi lozimki, nazariyaning ba'zi qoidalari boshqalarga zid kelmasin. Bir biriga qarama-qarshi bo'lmagan nazariya bilan bir biriga qarama-qarshi bo'lgan voqelik o'rtasidagi qarama-qarshilikni hal qilish yo'li – bu turizm nazariyasini doimiy ravishda rivojlantirib borish, eski holatlarni yangilari, aniqroq va to'liqroqlariga almashtirish hisoblanadi.

Turizm to'g'risidagi fan har tomonlama asoslangan va tasdiqlangan ilmiy haqiqatni tan oladi. Uning rivojlanish mantiqi esa fikrlar kurashi, ijodiy munozaralar, nazariy va amaliy harakatlarning birligi sifatida aks etadi. Turizm sohasini ilmiy jihatdan tadqiq etish metodologiyasining talablari – bu, uzoqni ko'zlab ishlab chiqiladigan prognozlar, zamonaviy tadqiqot usullaridan foydalangan holda hodisalarni har tomonlama tahlil qilinishi, ilmiy yutuqlarni hayotga jadal tatbiq etilishidir.

3.2. Turizm sohasidagi ilmiy tadqiqotlarda miqdoriy o'zgarishlarning sifat o'zgarishlariga o'tish qonunining qo'llanilishi

Sifat va miqdor xarakteristikasi. Miqdoriy o'zgarishlarning sifat o'zgarishlariga o'tish qonuni hodisalarning bir holatdan boshqasiga o'tish xarakter va shaklini ochib beradi hamda turizm biznesida rivojlanish qanday sodir bo'layotganligi to'g'risidagi savolga javob beradi. (Masalan, turistik mahsulot miqdoriy va sifat aniqligi birligini o'zida ifodalaydi. Uning sifati miqdori ifodaga ega bo'ladi. O'z navbatida miqdor qandaydir jihatdan sifat aniqligining xarakteristikalaridan biri sifatida ham izohlanadi. Boshqa jihatdan aytganda turistik mahsulot sifatsiz miqdorga ega bo'la olmaydi, miqdor bo'lmasa sifat ham yo'q).

Turizm sohasida sifat – bu turistik mahsulotning ichki, uni boshqa mahsulotlardan ajratib turadigan muhim xususiyati. Turistik mahsulotning sifati - uni bozorda targ'ib qilish va foyda olish asoslari jamlanadigan, undagi oldi-sotdi obyekti sifatidagi jihatlarni aks ettiradigan, uning xarid qobiliyati, tarkibida har xil turdagi xizmatlarning mavjudligi kabi xususiyatlarda ifodalanadi.

Miqdor – turistik mahsulotni unga xos bo'lgan xususiyatlarning rivojlanish darajasi va intensivligi, uning kattaligi, hajmi jihatidan xarakterlaydi. Qoidaga muvofiq, miqdor son bilan ifodalanadi.

Turizm sohasida miqdoriy o'zgarishlardan sifat o'zgarishlariga o'tish qonuni obyektiv voqelikning rivojlanishi kabi anglash (bilish)ning rivojlanishini tavsiflaydi. U yoki boshqa jarayonni anglash (bilish) – turistik mahsulotning sifat va miqdor birligini, ular o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik va o'zaro bir jihatdan ikkinchi jihatga o'tishlar dialektikasini ochib berish deganidir. Bu holatga rioya qilishning zarurligi turizm sohasini rivojlantirishning zamonaviy rejalariga ko'ra yanada oshadi. Bu turistik xizmatlar bozori segmentlarining sifat jihatidan farqlarini doimiy ravishda ko'payib borishi hamda ularning miqdoriy jihatdan o'sishini keskinlashishi bilan shartlangan.

Turistik korxonalarda qo'llaniladigan miqdoriy va sifat usullarining nisbati. Ilm-fanning u tomonidan o'rganilayotgan jarayonlarning mohiyatiga ilmiy tadqiqotlarda kompyuter texnologiyalaridan keng foydalanish bilan bir qatorda kirib borilishi turizm sohasining nazariy va amaliy muammolarini yechishda anglash (bilish)ning iqtisodiy-matematik usullari salmog'ining o'sishiga olib keldi. Ko'rib chiqilayotgan qonunning, u tomonidan ilmiy tadqiqotlarga belgilanayotgan talablarning mazmun-mohiyatini to'g'ri tushunish, miqdoriy va sifat usullarining haqiqiy nisbatini aniqlashga imkon beradi.

Turistik korxona boshqaruvini takomillashtirish, bevosita turistik mahsulotning sifati bilan bog'liq bo'lgan turistik mahsulotning sifatini aniqlanishidan boshlanadi. Turistik mahsulotning sifati uning boshqa turistik mahsulotlar bilan o'zaro ta'sirini inobatga olgan holda ularning taqqoslanishi orqali ochib beriladi.

Umumlashgan ko'rinishda turistik mahsulot sifati uning xarid qobiliyati bilan xarakterlanadi. Bunda, bu sifat nimalar bilan belgilanadi, uning tarkibiy qismlari qanday? degan savol tug'iladi.

Qoidaga muvofiq ravishda turistik mahsulot sifati mutaxassislarning o'z sohasi bo'yicha professionalligi va moddiy-texnik resurslari; ularning miqdorlari bilan; turistik xizmatlar ko'rsatuvchi

korxonaning tashkiliy va shtat tarkibi jihatidan belgilanadi. Ayniqsa, mutaxassislar va moddiy-texnik resurslar oqilona miqdoriy va sifat nisbati tamoyiliga rioya qilinishi juda muhim hisoblanadi. Nisbat shunday bo'lishi lozimki, unga ko'ra turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxonaning samaradorligi, mobilligi va boshqaruvchanligi ta'minlanishi lozim.

Tijorat bo'yicha masalalarni yechish uchun miqdoriy tahlil. Turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxonaning tijorat bo'yicha masalalarini yechish uchun usullari doimiy ravishda takomillashtirib boriladigan, kompyuter texnikalarining iqtisodiy-matematik usullarining rivojlanishi bilan bog'liq bo'lgan, aniq miqdoriy tahlillarni talab qiladigan turli xil usullar qo'llaniladi. Bundan tashqari, hisob-kitoblarning alohida e'tiborga molik darajadagi aniqligini ta'minlashning zarurligi bilan bog'liq holda metrologik usullardan foydalaniladi. *Masalan, iqtisodiy-matematik va metrologik usullarning menejerlar amaliy faoliyatida qo'llanilishi ular, qarorlarni qabul qilishda vaqtning chegaralanganligini e'tiborga olib to'g'ri miqdoriy baholash imkoniyatini yuzaga keltiradigan mantiqiy fikrlash, intuitsiya (ichki hissiyot) ni shakllantiradi.* O'Ichamlar, hisob-kitoblarning zarur aniqligiga erishish – bu bajarilayotgan ishning yuqori sifatini ta'minlash demakdir.

Iqtisodiy-matematik usullarni qo'llash natijasida olinadigan miqdoriy baholar tadqiqotning sifat jihatidan xarakteristikasini berishga yordam beradi, jumladan:

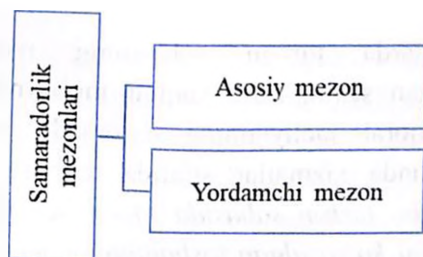
- raqobatchilarning qarama-qarshi harakatlarini inobatga olgan holda belgilangan natijaga erishish uchun qanday resurslar zarur;
- optimal darajadagi biznes-reja qanday bo'lishi lozim;
- kutilayotgan iqtisodiy natija qanday bo'ladi va h.k.

Iqtisodiy-matematik usullar yordamida tijorat bo'yicha masalalarni muvaffaqiyatli yechishning zarur sharti amaliy qarorlarni qabul qilishda yordam beradigan samaradorlik mezonlari tanlovini to'g'ri amalga oshirish hisoblanadi.

Turistik biznesda tijorat bo'yicha masalalarni yechishda qo'llaniladigan *samaradorlikning asosiy mezon*i – bu, o'z xarajatlarini hisobga olgan holda raqibni chetlab o'ta olish qobiliyatidir.

Samaradorlik mezonlari tadbirkorlik jarayonini obyektiv ravishda aks ettira olishi, bajarilayotgan masala bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqaga ega bo'lishi, tadqiqot natijasida aniqlanadigan kattaliklarning o'zgarishlariga nisbatan ta'sirchan bo'lishi kerak. Mezonlar tushunish, anglash uchun oddiy bo'lishi lozim.

Samaradorlik mezonlari orasida bittasi asosiy hisoblanadi va boshqa mezonlar yordamchi mezonlar sifatida qaraladi.



Asosiy mezon foyda hisoblanadi, yordamchi mezonlar esa – mablag'lar sarfi va sarflanadigan sa'y-harakatlar hisoblanadi. Tomonlarning kuchlari va tendensiyalari nisbatini, ularni biznesni yuritish jarayonida o'zgarishlarini baholash mezonlari eng murakkablari hisoblanadi.

Tijorat bo'yicha masalalarning to'g'ri asoslanishi – qaror qabul qilish shartlaridan biri bo'lib, u quyidagi omillar bilan shartlangan bo'ladi:

- ✓ o'zining va raqobatchilarining salohiyati jamlanadigan omillar miqdori, shu bilan birgalikda texnik hamda boshqaruv vositalarining miqdori va sifati, personalning psixologik holati, boshqaruv sifati;

- ✓ o'z resurslari va raqobatchilari to'g'risidagi dastlabki ma'lumotlarning yetarli emasligi;

- ✓ tijorat tadbirlarini olib borilishi jarayonida kuchlar nisbatining doimiy ravishda o'zgarib turishi, shu bilan birgalikda bunda, turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxonaning muvaffaqiyatini tavsiflovchi unsurlarning bir qismi, jumladan: personalning ma'naviy ruhiyati,

professionalligi, menejerlarning tashkilotchilik qobiliyati kabilarni miqdoriy jihatdan aniqlashning imkoniyati yo'q, ammo ushbu unsurlarni hisobga olmaslik muvaffaqiyatsizlikka olib kelishi mumkin.

Turizm sohasining yangi jihatlarini ochish uchun informatsion texnologiyalardan foydalanish. Turizm sohasida informatsion texnologiyalar boshqaruv jarayonining operativligini ta'minlashga va avtomatlashtirilishiga xizmat qiladi hamda unda yangi imkoniyatlarni ochib beradi. Miqdoriy o'zgarishlar muqarrar ravishda sifat o'zgarishlariga olib keladi. Iqtisodiy salohiyatning oshishi va boshqaruvning operativligi sifat o'zgarishlarining ko'rsatkichlari hisoblanadi.

Oldingi davrlarda turizm sohasining rivojlanishida sifat o'zgarishlari nisbatan sekin, uzoq vaqtlar mobaynida sodir bo'lgan. Hattoki, turizm tijorat faoliyatining daromadli sohalaridan biriga aylanganda ham unda xizmatlar sifatida darhol o'zgarishlar sodir bo'lmagan. *Masalan, turizm sohasida tijorat faoliyatining prinsipial jihatdan yangi turini ko'ra olgan tashabbuskor menejerlarning paydo bo'lishi va tezda daromad olish imkoniyatlari, turizm sohasida asta-sekinlik bilan sifat o'zgarishlariga olib kelgan.* Dunyoning ko'pchilik mamlakatlarida atrofimizni o'rab turgan olamni anglash, o'rganish istagida bo'lgan turistlar oqimi tez sur'atlarda ko'paydi. Bu esa yangi ishlab chiqarish munosabatlarining paydo bo'lishiga sabab bo'ldi.

Sifat jihatidan o'zgarishlarga o'tishning mazmun-mohiyati va yo'nalishini aniqlagan holda, yangi shakl va usullarni mutloqlashtirmasdan, hali ham o'z qiymatini saqlab turgan jihatlarni tashlab yubormasdan (o'z o'rnida foydalangan holda) sodir bo'layotgan voqea-hodisalarni to'g'ri baholash lozim. Turizm sohasida yangi tendensiyalarning, turistik biznesni yuritishning yangi usullarining paydo bo'lganligiga qaramasdan, turizm sohasida qo'llanilib kelinayotgan an'anaviy usullarni hisobdan chiqarib tashlash, e'tiborga olmaslik noto'g'ri bo'lar edi.

Miqdordan sifatga o'tish bosqichlari. Miqdordan sifatga o'tish quyidagi bosqichlarga bo'linadigan anglash (bilish) jarayonini tavsiflaydi:

Miqdordan sifatga o'tish bosqichlari		
<i>Tayyorgarlik bosqichi</i>	<i>Sakrash, kashfetish bosqichi</i>	<i>Keyingi rivojlanish bosqichi</i>

Tayyorgarlik bosqichi – kuzatish va tajriba ma'lumotlarini, dalillarini yig'ish hamda ularni umumlashtirish. Tadqiqot mavjud nazariya to'g'risidagi bilimlarni talab qilgani kabi muayyan voqelikni ham talab qiladi. Unisini yoki bunisini to'liq bilmasdan keyingi bosqichga o'tishning ham, ilm-fanning keyingi rivojining ham imkoni yo'q. Ushbu bosqich doirasida tadqiqotchi turizm to'g'risidagi nazariyaga mos kelmaydigan dalillarni aniqlashi mumkin;

Sakrash, kashfetish bosqichi – odatiy fikrlash doirasidan chiqib, ijodiy tasavvur va ilmiy fantaziya holatiga o'tishdan iborat bo'lgan fikrlashning murakkab bosqichi hisoblanadi;

Keyingi rivojlanish bosqichi – bu asosiy g'oyalar, mo'ljallangan niyatlar, ularni nazariyaga yoki muayyan harakatlar rejasiga mujassamlashtirish bosqichi hisoblanadi.

3.3. Inkorni inkor etish qonunini turizm sohasidagi ilmiy tadqiqotlarda qo'llanilishi

Inkorni inkor etish dialektika qonuni - tabiat, tarix va tafakkur rivojlanishining muhim qonuni bo'lib, turizm rivojining umumiy yo'naltirilganligini aniqlashga imkon beradi. Uning asosiy mazmun-mohiyati quyidagi holatlarda ochib beriladi.

Tabiiy yoki ijtimoiy tizim, qanday mustahkam ko'rinishidan qat'iy nazar, o'zida faqat umumiy jihatdan oldinga intilish zarurligini ifoda etadigan progressiv rivojlanish bosqichini ifodalaydi. Ertami-kechmi, mavjud bo'lgan hamma narsa o'zining aniq namoyon bo'lishidan o'zgarishga, qayta o'zgarishga moyil bo'ladi.

Turizm sohasini rivojlantirish jarayoni yangi fikr-mulohazalar, g'oyalar, tadqiqot usullarining eskilarini dialektik jihatdan inkor qilinishining cheksiz zanjirini o'zida ifodalaydi.

Yuzaga kelayotgan va tasdiqlanayotgan yangi fikr-mulohazalar, g'oyalar, tadqiqot usullari o'z tarkibida ma'lum jihatdan eskilarining ijobiy unsurlari, tomonlari va xususiyatlarini saqlaydi. Rivojlanish jarayoni uning yuqori bosqichlarida eskilarining, past bosqichlarida o'ziga xos o'ringa ega bo'lgan ba'zi tomonlari va jihatlarini takrorlaydi, umuman olganda rivojlanish jarayoni eskisidan yangisiga, unchalik mukammal bo'lmaganidan mukammalrog'iga progressiv o'tish shakliga ega bo'ladi.

O'z vazifasini o'tab bo'lgan, eskisini inkor qilishning xarakteri va usuli har bir muayyan holatda turli xil bo'ladi. Inkor qilish usullarining xilma-xilligiga qaramasdan ularni ikkita turga ajratish mumkin:

- *hozirgi paytdagi asl voqelikning asoslarini saqlanishiga to'sqinlik qilayotgan (xalal berayotgan) eskilik unsurlarini inkor qilishga qaratilgan;*

- *hozirgi paytdagi asl voqelik inkor qilish va prinsipial jihatdan boshqa asosda yangi sifatni shakllantirishga qaratilgan.*

Inkor qilishning birinchi turi bo'yicha menejerlar, turistik mahsulotning yoki mijozlarga xizmat ko'rsatishning sifatini yanada yaxshilash, takomillashtirish borasida gap ketganida to'qnashadilar. Inkor qilishning ushbu turi turizm sohasida tez-tez uchrab turadi. *(Masalan, yangi turistik mahsulotni loyihalashtirish – korxona faoliyatini takomillashtirishga yo'naltirilgan konstruktorlik g'oyasi. Faqat uning realizatsiya qilinishiga to'sqinlik qilgan, alohida tarkibiy unsurlar inkor qilinadi, shu bilan birgalikda turistik mahsulotning barcha konstruktiv o'zgarishlari uning asoslarini saqlab qolinishida o'zgarishsiz saqlanib qolinadi).*

Inkorning ushbu turi, mutaxassislar sifatning mavjud holatini saqlashga qaratilgan ish bilan shug'ullanayotgan paytda e'tiborga olinishi lozim. Inkorning ushbu turi talablariga rioya qilish menejrlarni tashkilotning mavjud shakllariga va turistik biznesni yuritish usullariga nisbatan keraksiz, amalga oshirish imkoniyati mavjud bo'lmagan,

asossiz loyihalarga qiziqishlardan cheklanishni (saqlanishni) va nigilizm⁴dan ogohlantiradi.

Inkor qilishning ikkinchi turini u yoki bu jarayonni rivojlantirishni uning asoslari saqlanib qolinganda, shu bilan birgalikda hech qanday o'zgartirishlar ko'zlangan natijalarni bermaganda, imkoni bo'lmay qolganda qo'llash o'rinli bo'ladi. Bunday holatda mavjud bo'lganining o'z asosi inkor qilinishga duchor bo'ladi, prinsipial jihatdan boshqa asosda yangi sifat yaratiladi. *Masalan, ekstremal turizm shaklining paydo bo'lishi mutaxassislariga xizmatlar iste'molchilarining talablarini qondirish bo'yicha yangi masalalarni yechimiga yangicha qarashga, maxsus uskuna va jihozlarni, ularni o'zlashtirish bo'yicha yangi metodikalarning yaratilishiga majbur qildi.*

Inkor qilishning ushbu turi turistik biznesda xo'jalik yuritish usullarining rivojlantirilishida kamdan-kam uchraydigan holat hisoblanadi.

U turistik xizmatlar ko'rsatish sohasida xo'jalik yuritishning moddiy-texnik vositalarini tub sifat o'zgarishlari bilan bog'liq bo'lib, turistik xizmatlar ko'rsatish sohasida xo'jalik yuritishning mavjud usulidan foydalanish imkoniyati bo'lmaganda eskisini inkor qilish turi bilan xarakterlanadi. Bu yerda turizm sohasida biznesni tashkil etishni ekstremal sharoitlarda turistik faoliyatni tashkil etish va olib borish bo'yicha ancha samarali usullarini tanlash borasida prinsipial jihatdan yangi yondashuv zarur. Bunday sharoitlarda eskisining saqlab qolinishi ekstremal turizmni keyingi rivojiga to'sqinlik qilishi mumkin.

Ammo sifatli o'zgarishlar uchun obyektiv dastlabki asoslari hali shakllanmagan sharoitda, shoshilinch ravishda eskisining tubdan yo'q qilinishi, turistik faoliyat uchun falokatli bo'lishi mumkin. Rivojlanish sur'ati - inkor qilinayotgan eskisi bilan tasdiqlanayotgan yangisi o'rtasidagi izchillikning saqlanib qolishi bilan shartlangan.

Yangisida eskisining ijobiy unsurlarini saqlab qolish to'g'risidagi dialektikaning talablari mutaxassislarda professional sifatlar kabi axloq-odob sifatlarining ham shakllanishiga imkon beradi. *Masalan, turizm*

⁴ Nigilizm (lotincha nihil «hech nimə») – umumqabul qilingan qadriyatlarini, qiymatlarni, mukammal namunalarni, axloqiy me'vorlarni, madaniyat va obyektiv haqiqat, bilim, axloq, qadr-qiyvat voki hayotning mazmuni kabi fundamental tushunchalarni shubha ostiga qo'yadigan (oxir qajibada – mutlaqo rad etadigan) falsafa hisoblanadi.

sohasiga oid fanlar bo'yicha ta'lim berishda tarbiyaning quyidagi tamoyillari qo'llaniladi, jumladan:

- maqsadga yo'naltirilganlik,*
- mehnatga, jamoaga nisbatan vijdonan munosabatda bo'lish,*
- talabchanlikning hamkasblarga nisbatan doimiy g'amxo'rlik qilish bilan birikishi va h.k.*

Yangi sifat eskilarining ijobiy xususiyatlarini o'zida saqlab qolgan bo'lsa ham turizm sohasida oldin bo'lmagan xususiyatlarni yuzaga kelishini nazarda tutadi.

Saqlanib qolingan eskisiga molik xususiyatlar yangisiga o'zining oldingi o'zgarmagan holatida kirmaydi – ular o'zgartiriladi. Bundan turizm sohasini ilmiy jihatdan tadqiq qilishga nisbatan quyidagi muhim talablar kelib chiqadi: yangisining belgilariga ijodiy yondashish, yangisining ehtiyojlariga moslashtirib eskisining ijobiy xususiyatlarini o'zgartirish va boshqalar.

Yangisini o'z mavridida ko'ra olish, uni qo'llab-quvvatlash qobiliyati rahbarning yoki xodimning muhim sifatlaridan biri hisoblanadi. Yangisini his qila olish – rivojlanish istiqbolini ko'ra olish, kelajakka intilish, yuzaga kelayotgan masalalarning yechimi yuzasidan eng to'g'ri yo'llarni topa olish demakdir.

Ijtimoiy hayotda tez fursatli va jiddiy o'zgarishlar sodir bo'lganda bu sifat katta ahamiyatga ega bo'ladi.

Tadqiqot muammosining yechimi amaliy faoliyatni amalga oshirish, kuzatish, tajriba o'tkazish jarayonida olingan dalillarni belgilashdan boshlanadi.

Dalillarni aniqlanishi – bu, muammoni tadqiq qilishning dastlabki fursati hisoblanadi. Ammo faqat dalillarni bilish ilmiy jihatdan anglash (bilish) uchun yetarli emas. Dalillarni izohlab berish zarur, shuning uchun ham dalillar belgilangandan so'ng aniqlangan dalillarni, ularni amal qilishi va rivojlanishini izohlab (tushuntirib) beradigan nazariyani shakllantirish lozim.

Turizm sohasi to'g'risidagi nazariyani yaratish jarayonida bitta yoki kamdan-kam uchraydigan dalillarni mavhumlashtirish, ularga xos bo'lgan umumiy jihatlarni topish mumkin. Anglash (bilish)ning ushbu

bosqichida ma'lum jihatdan umumiylikka ega bo'lganlaridan alohida ajralib turadigan jihatlarni inkor qilish – inkor qilishning dastlabki ko'rinishi sodir bo'ladi.

Tadqiqot muammosi yechimining keyingi bosqichi dalillarga, yaratilgan nazariya asosida ularni tushuntirish (izoh berishga) murojaat qilish hisoblanadi. Bu yerda inkor qilishning ikkinchi holati sodir bo'ladi, ya'ni: umumiylikdan yana aniqlikka qaytiladi. Ushbu bosqichda dalillar boyitilgan nazariya nuqtayi nazaridan qarab chiqiladi. Tadqiqotning ushbu bosqichida dalillarni bilish jiddiyoq, to'liqroq bo'ladi, ya'ni: endilikda nafaqat u yoki boshqa jarayonlarning mavjudligi to'g'risida, balki ularning faoliyat ko'rsatish va rivojlanish qonuniyatlarini ham bilish mumkin bo'ladi.

Inkorni inkor qilish qonuni anglash (bilish)ni rivojlanish qonuni sifatida ilmiy bilimlarning ildam rivojlanishiga qaratilgan umumiy zanjiridagi ilmiy bilimlarning, obyektiv voqelikning aksi bo'lib, mavjud bo'lgan nazariya yuzasidan to'plangan bilimlarning yig'indisiga tayanadigan turizm sohasidagi ilmiy nazariyalarni takomillashtirishning rivojlanish tamoyili ham hisoblanadi.

Turizm sohasining zamonaviy nazariyasi ilmiy bilimlar rivojidadagi yangi bosqich hisoblanadi. U, oldingi qarashlarda mavjud bo'lmagan prinsipial jihatdan yangi bir qator holatlarni o'zida ifodalaydi. Turizmning yangi unsurlari turoperatorlar, mehmonxona majmualari, aviakompaniyalar, sug'urta kompaniyalari, pasport-viza tizimi, bojxona tizimi, moliya-kredit tashkilotlari va boshqalar bilan o'zaro aloqadorligi hisoblanadi. Yangi yo'nalishlarga muvofiq ravishda xizmatlar iste'molchilariga xizmat ko'rsatish bo'yicha qarashlar ham o'zgardi.

Turizm sohasi to'g'risidagi ilm-fan boshqa har qanday ilm-fan kabi o'z-o'zidan rivojlanmaydi. Shuningdek bu yerda ma'lum vaqt og'ishlari, teskari harakatlar ham o'z o'rniga ega bo'lib, buning sabablaridan biri – bo'rttirib ko'rsatish (mubolag'a qilish), yangi g'oya, fikr-mulohaza, usullarni absolyutlashtirishga intilish hisoblanadi.

Inkorni inkor qilish qonunining mantiqiy mohiyati, uni turizm sohasini ilmiy jihatdan tadqiq qilish borasidagi, rioya qilinishi biznesning aniq nazariyasi va amaliyotini chuqur anglash (bilish)ni nazarda tutadigan talablari shundan iborat.

Tayanch tushunchalar

Dialektika qonuni, qarama-qarshiliklarning birligi va kurashi qonuni, miqdoriy va sifat usullari, sifat va miqdor xarakteristikasi, miqdoriy tahlil, samaradorlik mezonlari, inkorni inkor etish qonuni, nihilizm, dalil

O'z-o'zini nazorat qilish uchun savollar

1. Turistik xizmatlar bozorida raqobatchilar o'rtasidagi qarama-qarshiliklarni qanday usullar bilan aniqlash mumkin?
2. Turistik xizmatlar iste'molchilari uchun raqobat kurashiga kirishishning sabablari nimalardan iborat?
3. Turistik xizmatlar ko'rsatuvchi firmalar o'rtasida qarama-qarshiliklar qanday holatlarda yuzaga keladi?
4. Turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxonalar o'rtasidagi qarama-qarshiliklarning keskinlashishi qanday vaziyatlarda bartaraf etiladi?
5. Turistik xizmatlar bozorida turistik korxonalar ish faoliyatining barqarorligini qanday ta'minlash mumkin?
6. Turistik korxonalar o'rtasidagi qarama-qarshiliklarni hal qilishning qanday yo'llari mavjud?
7. Turistik korxona rahbari korxona xodimlari o'rtasidagi ziddiyatlarga qanday usullar bilan to'sqinlik qilishi (yo'l qo'ymasligi) mumkin?
8. Miqdor va sifat qanday tavsiflanadi?
9. Turistik korxonalar menejerlari tomonidan foydalaniladigan miqdoriy va sifat usullarining o'zaro munosabati qanday?
10. Tijorat masalalarini hal qilish uchun menejerlar miqdoriy tahlildan qanday shaklda foydalanadilar?
11. Turistik xizmatlarni targ'ib qilishda informatsion texnologiyalar qanday rol o'ynaydi?
12. Turizm sohasida miqdordan sifatga o'tish bosqichlari tushunchasi nimani anglatadi?
13. Inkorni inkor qilish qonunining mohiyati tushuntirib bering?
14. Rivojlanish jarayoni qanday jihatlardan shartlangan?
15. Turizm sohasida inkorni inkor qilish qonunidan foydalanishda dalillarning roli qanday?
16. Inkor qilishning ikkita turini tavsiflab bering?

IV BOB. TURIZM SOHASIDAGI ILMIY TADQIQOTLARDA DIALEKTIKANING FALSAFIY KATEGORIYALARI

- 4.1. Turizm sohasini tadqiq qilishda tizimning ahamiyati
- 4.2. Turizm sohasiga oid ilmiy tadqiqotlarda mazmun (tarkib) va shakl, butun va qism (bo'lak), mohiyat va hodisa kategoriyalarining qo'llanilishi
- 4.3. Turizm sohasiga oid ilmiy tadqiqotlarda sabab va oqibat, zarurat va tasodif kategoriyalari
- 4.4. Ilmiy tadqiqotlarda imkoniyat va voqelik tushunchalari
- 4.5. Ilmiy tadqiqotlarda umumiy va yagona kategoriyalari
- 4.6. Mantiqiy fikrlashning ahamiyati va turopereytingda dalillarning roli
- 4.7. Mantiqiy fikrlash qonuniyatlari va ularni turopereytingdagi roli
- 4.8. Turizm sohasini tadqiq qilishda mantiqiy fikrlash shakllari
- 4.9. Tadqiqotlarda nazariy va amaliy mantiqiy fikrlashning o'rni va ahamiyati
- 4.10. Amaliy ko'nikmalar asosida mutaxassislar tafakkurini (fikrlashini) rivojlantirish

4.1. Turizm sohasini tadqiq qilishda tizimning ahamiyati

Moddiy va abstrakt tizimlar. Tizim (*yunon. systema – qismlardan tashkil topgan yaxlitlik (butunlik), birikma*) – bu, bir-birlari bilan o'zaro munosabat va aloqalarda bo'lgan hamda muayyan yaxlitlik (butunlik)ni, birlikni shakllantiruvchi unsurlar to'plami. Tizim moddiy va abstrakt shakllarga ajratiladi.

Moddiy tizimlar noorganik tabiatga ega tizimlarga, (ya'ni: geologik, ximiyaviy va boshqalarga) hamda hayot (tirik) tizimlari, (ya'ni: sodda organizmlar, populyatsiyalar, ekotizim turlari) ga bo'linadi.

Moddiy hayot tizimlarining maxsus turini ijtimoiy tizimlar tashkil qiladi. Bularga oddiy ijtimoiy birlashmalardan to jamiyatning ijtimoiy-iqtisodiy tuzilmalarigacha kiritilishi mumkin.

Abstrakt tizimlarga tizimlar to'g'risidagi tushunchalar, gipotezalar, nazariyalar, ilmiy bilimlar kiritiladi. Shu bilan birgalikda lingvistik

(tilga doir), rasmiylashtirilgan, mantiqiy tizimlar va boshqalar ham abstrakt tizimlari tarkibidan joy olgan.

Turistik faoliyatda tizimli yondashuv. Zamonaviy ilm-fanda har xil tizimlarni tadqiq qilish tizimli yondashuv, tizimlarning turli xil maxsus nazariyalari doirasida amalga oshiriladi (kibernetika, tizimli tahlil va h.k.).

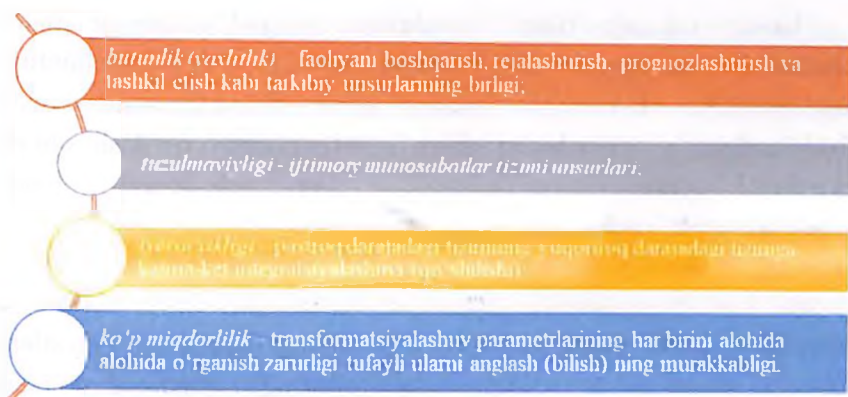
Turistik faoliyatda tizimli yondashuvni ierarxik ijtimoiy-iqtisodiy va ilmiy-texnik tizim; tashqi va ichki muhit tizimi tahlili; tizimning boshqaradigan, boshqariladigan, ta'minlovchi va xizmat ko'rsatuvchi quyi tizimlar sifatida qarab chiqish mumkin. Tizimli yondashuv o'ziga xos ravishda tizim shakllantiruvchi va tizim to'ldiruvchi funksiyalarni bajaradi.

Tizimli yondashuv universal usul hisoblanib, bozor o'zgarishlari sharoitida asosli qarorlarni qabul qilish uchun muayyan natijalarga ega bo'lish maqsadida turizm biznesining turli xil yo'nalishlaridagi tadqiqotlarda qo'llaniladi.

Tizimli yondashuvda o'rganilayotgan hodisani loyihalashtirishning metodologik sxemasi, o'rganilayotgan hodisani tavsiflashni turli xil predmetlari va darajalarining aloqa vositalari sifatida *tizimli-tuzilmaviy til* tushunchasidan foydalaniladi.

Turizm sohasida *tizimli-tuzilmaviy tushunchalarning* shakllantirilishi – bu bir-biriga yaqin bilim sohalarida tadqiqot namunalaridan foydalanish, masalan, iqtisodiyotda, boshqaruvda, informatikada, sotsiologiyada, psixologiyada va h.k.

Har qanday tizim alohida komponentlarga ajratilishi mumkin bo'lgan bir butunlik sifatida mavjud bo'ladi. Tizimning muhim xarakteristikasi, obyektning bir butunlik sifatida ichki tuzilishini va tashkil qilinishini belgilaydigan, unsurlarning aloqalari va ular optimal miqdorining yig'indisi kabi tuzilishi hisoblanadi. Tizimning tuzilishi, mavjud bo'lish shartlarga ko'ra qo'yiladigan talablarga oson moslashadigan, mobil bo'lishi kerak. Shuning uchun ham turizm sohasi tizimi evolyutsiyasi, uning muvaffaqiyatli va mos ravishda rivojlanishini oldindan belgilab beradigan, jamiyatdagi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar o'zgarishlariga mos bo'lishi lozim



Turizm sohasi tizimining xarakteristikasi. Turizm sohasi tizimining umumiy xarakteristikalari sifatida quyidagilarni keltirib o'tish mumkin: Turizm sohasi tizimini tavsiflash uchun, ushbu tizimning turli xil vaziyatlardagi hamda ularni tashkil etuvchi alohida unsurlari (tarkibiy, tuzilmaviy, nazorat qilish usullari, tashkiliy usullari va vositalari) o'zgartirilgan sharoitlardagi o'zgarish imkoniyatlarini ko'rsatuvchi modellarni ishlab chiqish zarur. *Masalan, zamonaviy shart-sharoitlarda, yangi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar bilan belgilangan, turizm sohasidagi rivojlanish maqsadlarining o'zgarishi, tizimning yangi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarga bog'liq bo'lgan unsurlarini aniqlash texnologiyalarining o'zgartirilishiga olib keladi.*

Turizm sohasida tadqiqotlarning tizimli tashkil qilinishi va metodikasi, shaxs va madaniyat sohasining rivojlanishi o'rtasidagi aloqalarning shakllanishiga, ular o'rtasida o'zaro manfaatli ta'sirchanlik bo'lishi lozimligiga asoslanadi.

Turizm sohasida shaxs va madaniyat muhim tizim sifatida, ya'ni shaxsning madaniyat sohasiga kirishish, intilish jarayoni sifatida qaraladi. Bir tomondan, inson turizm sohasidagi jarayonlarda faol, u bilim olish, borliqni anglash yo'lida harakatlanadi, o'z-o'zini takomillashtirishning individual tizimini ishlab chiqadi va takomillashtirib boradi, boshqa tomondan esa – shaxs madaniy muhitda o'sadi, rivojlanadi va uning ajralmas qismiga aylanadi, jamiyatning o'ziga xos me'yorlarini, urf-odatlarini va an'analarini qabul qiladi.

Turizm sohasida tizimli yondashuv mavjud tizimning muhim jihatlari ochishga, uni takomillashtirish va rivojlantirish xususiyatlarini aniqlashga imkon beradi. Tizimli yondashuvdan foydalanilganda, *birinchidan*, tizim – bu noodatiy qo'llash obyekti ekanligini, uni umumlashtirish, mavhumlashtirish hamda modellashtirish imkoniyatini nazarda tutuvchi, maxsus fikrlash strategiyasi ekanligini, *ikkinchidan*, tizim - ikki qatlamli konstruktsiya bo'lib, birinchi qatlamida tadqiqotchi tizimli-tuzilmaviy tasavvurlar tekisligida harakatlansa, bosqasida - uning barcha xususiyatlarini inobatga olgan holda o'zining tadqiq qilayotgan predmeti doirasida harakatlanishini e'tiborga olish lozim.

Tizimlar nazariyasini tadqiq qilishda yetakchi yo'nalishlardan biri jarayonlar va hodisalarni his etishning sinergetik konsepsiyasi hisoblanadi.

Sinergetika — bu, jamiyatda sodir bo'layotgan asosiy jarayonlarni o'rganish bo'yicha tizimli yondashuvni universal darajada tavsiflab berish imkoniyatiga ega bo'lgan "til"ni shakllantirish bo'yicha urinish sifatida qaraladi.

Sinergetikani qo'llaniladigan sohasidan kelib chiqqan holda u yoki bu talqinni oladigan, yangi usullar maydoni sifatida talqin qilish mumkin.

Sinergetikadan foydalanish, turizm sohasi tizimiga, bir qancha yondashuvlarga va muqobil rivojlanish yo'llariga ega bo'lgan ochiq, chiziqli bo'lmagan tizim sifatida, turistik va intellektual faoliyatda shaxsni o'zini o'zi anglash (realizatsiya qilish) imkoniyatini ta'minlaydigan, tanlash erkinligiga asoslangan tizim sifatida yangicha nazar solish imkoniyatlarini ochib beradi.

Turizm sohasi tizimini rivojlantirish nazariyasi va amaliyoti, agarda ma'lum shartlar bajarilsa, u o'z-o'zini tashkil etuvchi hamda bir qator holatlarda – o'z-o'zini rivojlantiruvchi bo'lishi ham mumkinligini ko'rsatadi. Shuning uchun turizm sohasi tizimi:

-bizni o‘rab turgan atrof muhit bilan o‘zaro munosabatda va o‘zaro ma‘lumot almashish uchun ochiq bo‘lishi;

-menejerlar, turistik firmalar kabi xizmatlar iste‘molchilari bo‘lgan turistik jarayon ishtirokchilari tashabbuslarining paydo bo‘lishi bilan xarakterlanadigan, faol, harakatchan boshlanishni o‘zida ifodalashi;

-tashqi bosimlar ta‘siridagi ularning rivojlanish yo‘llarini aniqlash qobiliyatidan iborat bo‘lgan tanlov erkinligiga ega bo‘lish;

-turizm sohasi tizimi ishtirokchilarining sohadagi ilmiy-tadqiqot va amaliy faoliyatlardan hissiy qoniqish olish, tashabbuslarni amalga oshirish uchun real ravishda harakat qilish;

-o‘z-o‘zini rivojlantirishga va shaxsiy rivojlanishga yo‘naltirilishi, sog‘lom turmush tarzi va faoliyatini amalga oshirishga intilishni shakllantirish va boshqalar sifatida qaralishi lozim.

Turizm sohasi to‘g‘risidagi ilm-fanda kategoriyalar tizimi. Har qanday ilm-fan uning moddiy voqelikning qanday miqyosini o‘rganishidan qat’iy nazar, ko‘pchilik unsurlardan tuziladigan, o‘zaro munosabatlarda va bog‘liqlikda bo‘ladigan faqat yaxlit (butun) tizimni o‘zida ifodalamaydi. Ilm-fan o‘zida, voqelikning umumiy jihatlarini va aloqalarini, tomonlari va xususiyatlarini aks ettiruvchi ma‘lum kategoriyalar, shu bilan birgalikda tushunchalar tizimini ham ifodalaydi.

Dialektikaning asosiy qonunlari bilan tanishish borasida qarama-qarshilik, miqdor, sifat, inkor qilish kabi kategoriyalar ko‘rib chiqildi.

Ushbu bobda kategoriyalarning yana bitta guruhi ko‘rib chiqiladi, jumladan: butun va qism (bo‘lak); mohiyat va hodisa; imkoniyat va haqiqat; umumiy va yagona (ayrim).

4.2. Turizm sohasiga oid ilmiy tadqiqotlarda mazmun (tarkib) va shakl, butun va qism (bo‘lak), mohiyat va hodisa kategoriyalarining qo‘llanilishi

Mazmun (tarkib) va shakl. Falsafiy kategoriyalar orasida mazmun (tarkib) maxsus o‘ringa ega bo‘lib, u ichki o‘zaro bog‘liq jarayonlar, o‘rganilayotgan obyektning o‘ziga xos tomonlari va xususiyatlari yig‘indisi hisoblanadi. *Mazmun* bilan *shakl* uzviy bog‘liq bo‘lib, bunda

u tadqiqot predmetining o'ziga xos tomonlari va unsurlari o'rtasidagi turg'un aloqa sifatida ifodalanadi.

Shaklning mazmun-mohiyatga bog'liqligi uzil-kesil aniq emas. Xuddi shu mazmun, o'z navbatida turizm sohasining tarkibiga va rivojlanish sur'atiga ta'sir qiluvchi turli xil shakllarda namoyon bo'lishi mumkin. Shaklning tanlanishi ko'p jihatdan subyektiv omilga, mutaxassislar va rahbarlarga bog'liq bo'ladi. Turizm sohasida obyektiv shart-sharoitlar va sohada sodir bo'layotgan voqea-hodisalar rahbarga yuzaga kelgan shart-sharoitlarga mos ravishdagi shaklni tanlashga imkon beradi.

Turistik biznesning asosiy mazmuni (tarkibi) korxona rahbarining oldindan ko'zlagan mo'ljali, u tomonidan belgilangan vazifalar, o'zining va raqobatchilarining resurs imkoniyatlarining nisbati bilan belgilanadi. Faoliyat shakllarini (jumladan, boshqaruvni tashkil etish) aniqlash turli xil yechimlarga ega bo'lishi mumkin. Ammo ulardan eng yaxshisini tanlash rahbarga bog'liq hisoblanadi. Turizm sohasida shakl, bir tomondan, mazmun (tarkib) orqali aniqlansa, boshqa tomondan – ko'proq jihatdan subyektning ta'siriga duch keladi yoki personal faoliyatining ifodasi, tashkiliy shakl hisoblanadi.

Turistik biznesda personalning faol harakati, qoidaga ko'ra, faoliyat shaklining tanlanishiga bog'liq. Bu sohada mutaxassisning ijodiy salohiyati firmaning faolligi bilan tutashib ketish va u orqali o'z faoliyatining mazmuni (tarkibi) va yo'nalishini o'zgartirish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Rahbar oldida mavjud resurslardan to'liq va maqsadga muvofiq ravishda foydalanishni ta'minlaydigan aniq shart-sharoitlarni hisobga olgan holda turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxona faoliyatining mos ravishdagi shaklni tanlash vazifasi turadi. Ushbu harakatlarning muvaffaqiyatsiz noto'g'ri tanlovi bankrotlikka olib kelishi mumkin.

Faoliyatning mazmuni (tarkibi) va shakli o'zgarmasdan qolmaydi, ular doimiy ravishda o'zgarishga ega bo'lib turadi. Ishlab chiqarish kuchlarining va ijtimoiy munosabatlarning rivojlanishi, turizmning yangi shakllarining yuzaga kelishi, mutaxassislar malakasining oshirib

borilishi turistik faoliyat mazmuni (tarkibi)ning murakkablashib borishiga olib keladi.

Oldingi davrlarda turizm ommaviy hodisa shakliga ega bo'lmagan soha sifatida qaralar edi. Hozirgi global iqtisodiy o'zgarishlar, jahon xo'jaligining integratsiyalashuvi, innovatsion-investitsion imkoniyatlardan foydalanish darajasining oshib borishi sharoitida umuman boshqacha holat kuzatilmoqda. Turli xil mamlakatlardan millionlagan odamlar turizmning xilma-xil turlari bo'yicha doimiy ravishda harakatlanmoqdalar. Turistik xizmatlarning taqdim qilinishiga xizmat ko'rsatuvchi personalning katta miqdori, sohaga doir turli xil texnikalar, dam olish uchun hududlarning muhandislik qurilmalariga o'zgartirish kiritish, turistik inshootlar (mehmonxonalar, kempinglar va h.k.lar)ni qurish bo'yicha katta hajmli ishlar, oziq-ovqat va nooziq-ovqat mahsulotlari (suvenirilar va h.k.lar)ni ishlab chiqaruvchilarning katta miqdori jalb qilingan.

Bunday murakkab mazmun (tarkib)ga faoliyat turlarining xilma-xil shakllari to'g'ri keladi. Turizm sohasini rivojlantirish strategiyasi qonunchilik aktlarini, viza-pasport va bojxona tizimi rasmiyatchiliklarini, moliya-kredit tashkilotlari, sug'urta kompaniyalari, ommaviy axborot vositalari faoliyatini, malakali mutaxassislarni tayyorlash tizimini takomillashtirishni talab qiladi. Faoliyat shakllarining to'liq bo'lmagan bu ro'yxatini yana davom qildirish mumkin, chunki turizm sohasi bevosita va bilvosita shaklda barcha sohalar bilan chambarchas bog'liq holdagina to'laqonli faoliyat ko'rsatishi mumkin.

Ushbu shakllar va tendensiyalar hamda ularning keyingi o'zgarishlarining mohiyatini tushunish rahbar va mutaxassislarning dunyoqarashlarini kengaytiradi, ijtimoiy va tijorat masalalarining ijodiy yechimiga yo'l ochib beradi.

Maqsadi, joyi va vaqti bo'yicha o'zaro munosabatda bo'ladigan turizmning yangi turlarini paydo bo'lishi zamonaviy turizm faoliyatiga xos mazmun va shakllarni o'rganishda katta amaliy ahamiyat kasb etadi. Turistik faoliyatning turistik mahsulot qiymati, turistik faoliyat amalga oshiriladigan joy, berilgan sharoitlarda bo'lish (qolish) davomiyligi,

zarur asbob-anjom, vositalar bilan ta'minlanganligi kabi unsurlar o'zgarishlarga duchor bo'ladi. Turistik faoliyat turlarining o'sishi va uni ta'minlashning zarurligi turistlarning noodatiy harakatlanish, ovqatlanish, yashash, sayohat qilish usullariga ko'proq e'tibor qaratadigan turoperatorlarning turli xil manevrlardan foydalanishlari lozimligini shart qilib qo'yadi.

Turistik faoliyatning mazmun (tarkib) va shakllarining ushbu va boshqa xususiyatlarini bilish menejerlarga ularning oldida turadigan vazifalarni to'g'ri yechishga yordam beradi.

Butun va qism (bo'lak). Turizmning har qanday turi o'zida boshqalardan sifat jihatidan farqlanadigan qandaydir bir butunlikni, yaxlitlikni ifodalaydi.

Butun qism (bo'lak)lardan iborat bo'lib, bunda ularning har biri ma'lum bir joyni egallaydi. Masalan, ishbilarmonlik turizmi tarkibiy qism sifatida transport xizmatlari, ishtirokchilarni joylashtirish va ovqatlantirish, konferensiyalarni, madaniy dasturlarni o'tkazish, pasport-viza rasmiyatchiliklarini amalga oshirish va boshqalarni o'z ichiga oladi. Butun va uning qismi (bo'lagi) murakkab o'zaro ta'sirga ega bo'ladi.

Butun va qism (bo'lak) kategoriyalarining asosiy holati quyidagilardan iborat: butun o'zining asosiy xarakteristikalariga, unga berilgan imkoniyatlarning ahamiyati va roliga ko'ra uni tashkil qiluvchi qismlar (bo'laklar)ning yig'indisiga aynan o'xshash emas. U qism (bo'lak)larida mavjud bo'lmagan hamda ularning o'zaro ta'siri natijasida yuzaga keladigan yangi sifatlariga ega bo'ladi. O'z navbatida, qism (bo'lak) sifat xususiyatlari tufayli nisbatan mustaqillikga ega bo'ladi. Tarkibiy qismlarni bir butun, yaxlit sifatida qarash mumkin, ammo kichikroq miqyosda. Har bir qism (bo'lak) butun, yaxlitning mohiyatiga va uning rivojiga muayyan darajada ta'sir o'tkazadi. Turizmning har qanday turini, bir tomondan, nisbatan mustaqil bir butun, yaxlit sifatida, boshqa tomondan esa – turistik biznesdagi kattaroq hodisaning bir qismi sifatida uning ta'sirini sinab ko'rgan holda hamda unga ta'sir qilgan holda o'rganish lozim.

Bir butun (yaxlit) va uning qism (bo'lak)lari o'rtasidagi aloqaning tarkibiga boshqaruv va ta'minot muassasalari, turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxonalar, restoran, mehmonxona majmualari, ilmiy va ta'lim muassasalariga kiradigan turistik xizmatlar ko'rsatish tarmog'i faoliyatini o'rganishda aniqlash mumkin. Ular o'rtasida o'zaro bog'liq munosabatlarning muayyan tizimi o'rnatiladi. U bu tarmoqni yagona, bir butun ta'lim, madaniy-ijtimoiy va iqtisodiy masalalarni bajarish imkoniyatiga ega bo'lgan organizm sifatida ko'rsatadi.

Ushbu organizmda har bir tarkibiy qism (bo'lak) o'ziga xos rol o'ynaydi, turizmni bir butun, yaxlit sifatida xarakterlaydigan sifatga katta yoki kichik miqdorda ulush qo'shadi. Undagi alohida unsurlarni har birini hisobga olmasdan turib uni mustahkamlashni, yalpi salohiyatini oshirishni imkoni mavjud emas. Ushbu bir butun, yaxlitning har bir vakili madaniy axoq-odob me'yorlariga rioya qilishda o'zining mehnati va g'amxo'rliigi bilan umumiy oliyjanob masalani hal qilishda ishtirok qiladi.

Zamonaviy turizm – bu, har bittasi, muayyan funksiyalarni bajarishda unga taqdim qilinadigan talablar bilan shartlangan ko'pgina komponentlardan tashkil topgan murakkab tuzilmaviy bir butunlik, yaxlitlikdir. Bu yaxlit, bir butun tizimning zvenolari hisoblanadi.

Turizm ushbu zvenolarning har bittasiga, ularning birikkanligiga va o'zaro ta'sirlashishiga bog'liq holda rivojlanadi.

Yuqori iqtisodiy o'sish sharoitida turistik xizmatlar bozori o'zgarishlarga boy bo'ladi. Uning ishtirokchilari aynan o'z turistik mahsulotlarini tez fursatlarda realizatsiya qilishga intiladilar.

Shu bilan birga, bozorning ba'zi alohida segmentlari muvaffaqiyatliroq rivojlansa, boshqalari esa – kamroq darajada, o'zaro mantiqiy aloqalarsiz rivojlanadilar.

Ko'rib chiqilgan sharoitlarda biznesni nisbatan mustaqil ravishda boshqalardan ajralgan holatda olib boradigan alohida menejerlarning faoliyati yanada murakkablashishi mumkin. Ular, xizmat ko'rsatish bozorida muayyan vaziyatning doimiy ravishda olib boriladigan tahlilidan o'zlari yaxshi bilishlari kerak bo'lgan vazifalardan kelib chiqqan holda qaror qabul qiladilar va faoliyat yuritadilar. Bunday

hollarda butunlik (yaxlitlik) bilan uning qism (bo'lim)lari o'rtasidagi aloqalarning hisobga olinishi juda muhim hisoblanadi. Turizm sohasini ilmiy jihatdan tadqiq qilishda uni tashkil etishning eng maqsadga muvofiq shakllarini izlab topish katta ahamiyat kasb etadi. Bu faoliyatni tashkil qilinishi va shakllari turli xil (korxonaning tuzilishi; boshqaruv tizimi va uni turli xil zvenolarining o'zaro munosabatlari; moddiy texnik ta'minot tizimi; turistik xizmatlar bozorida turistik mahsulotni targ'ib qilishni tashkil qilish; aloqa va axborot tizimi; personalni tayyorlashni tashkil qilinishi; ilg'or tajribalarni o'rganish va umumlashtirish tizimi) bo'lgan korxona iqtisodiy samaradorligini oshirish yo'llari hisoblanadi. Bularning barchasi birgalikda korxonani belgilangan vazifalarni bajarishi uchun mo'ljallangan bir butun, yaxlit va barqaror organizmga aylantirib, uning barcha tuzilmalari o'rtasidagi aloqalar va munosabatlarning izchil tizimini yaratadi.

Tizim (butunlik, yaxlitlik) unsurlarining (qismlari, bo'laklarining) bir-biriga muvofiq kelishi, o'zaro bog'liqligi va ko'p qirrali munosabatlari har bir muayyan o'rganiladigan holatda boshqa holatlarga nisbatan har xil bo'lib chiqadi. Turizm sohasida faoliyati bir xil bo'lgan korxonalar faoliyatini aniqlash mumkin emas. Menejer o'z faoliyatini tashkil eta turib, tadbirkorlikni tashkil etish va yuritishning umumiy tamoyillariga tayanadi. U xizmat ko'rsatish bozorida o'zining o'zaro munosabatga kirishish tizimini, ushbu tizimda va uning unsurlarida bo'lishi mumkin bo'lgan o'zgarishlarni izlaydi.

Bunda asosiy e'tibor mavjud (yuzaga kelishi mumkin bo'lgan) holatni zarur tomonga o'zgartirishga yo'naltirilgan, korxona tuzilmalarining faol harakatlariga qaratilishi lozim.

Mohiyat va hodisa. Mohiyat - bu predmetning tizimli, ichki, nisbatan barqaror tomoni (yoki uning tomonlari va munosabatlarining yig'indisi. Mohiyat predmetning tabiatini ifodalaydi va undan uning boshqa tomonlari va belgilari kelib chiqadi.

Turizm sohasida menejerning muhim vazifalaridan biri - raqobatchilar maqsadlarining mohiyatini aniqlashdan iborat. Ammo raqobatchilar to'g'risida ishonchli ma'lumotlarni olishning hamma vaqt ham imkoniyati bo'lavermaydi. Bunday maqsadlar uchun normativ va

diskreptiv yondashuvlardan, SWOT-tahlil, PEST – tahlillardan, benchmarking⁵dan foydalanish mumkin. Keyin, sodir bo'layotgan hodisalarni kuzatish va tahlil qilish natijasida olingan turli xil, ba'zan qarama-qarshi ma'lumotlar asosida raqobatchilar haqida to'g'ri xulosalarni chiqarish mumkin.

Mohiyatni ochib berilishi mauayyan hodisaning boshqalari qatoridagi o'rnini, uni mutaxassis uchun ahamiyatini va boshqa jarayonlarga ta'sirini aniqlashga imkon beradi. Turizm sohasida menejerlar faoliyati, turizm sohasida ilmiy tadqiqotlarni olib borish yuzasidan belgilangan qator muhim talablarni belgilaydigan mohiyat va hodisani anglash (bilish) orqali yoki uning obyektiv jihatdan o'zaro bog'liqligini anglash orqali amalga oshirilishi mumkin. Chunki mohiyat uning tashqi ko'rinishlari orqasida yashiringanligi sababli, uni anglash (bilish)ning yagona yo'li sifatida hodisalarni o'rganish keltiriladi.

Hodisa – bu, mohiyatning tashqi, bevosita ifodasi, uning namoyon bo'lish shakli hisoblanadi.

Raqobatchilarni o'rganish jarayonida rahbar hodisalarning katta miqdori bilan duch keladi. Bunda u hodisalarning ahamiyatga moliklarini, tarkibida holatning juda muhim unsurlari mavjudlarini ajratib olishi kerak. Ba'zida ikkinchi darajali, kichik hodisa ham menejerni muhim qarorlar qabul qilishga undashi mumkin. Monitoring jarayonida, tegishli xulosalar chiqarish uchun asos bo'la oladigan raqobatchilar to'g'risida boshqa ma'lumotlarni ham aniqlash mumkin.

Turistik faoliyat masalalarini ilmiy jihatdan tadqiq etish va amaliy jihatdan yechish jarayonida ularning umumiy jihatlarini e'tiborga olgan holda o'rganish lozim bo'ladi. Bunday yondashuv mohiyatni chuqur anglash va xulosalarning eng katta ishonchliligini ta'minlash imkonini beradi.

Har bir menejer, xizmatlar bozoridagi holat to'g'risidagi alohida to'liq bo'lmagan (“uzuq-yuluq”) va tekshirilmagan ma'lumotlar bo'yicha mas'uliyatli qarorlarni qabul qilish mumkin emasligini bilishi

⁵ **Benchmarking** — o'z ish faoliyatini yaxshilash maqsadida korxonani samarali faoliyat ko'rsatishining mavjud namunalarni aniqlash, tushunish va moslashtirish jarayoni kabi etalon ko'rsatkichlar asosida taqqoslama tahlil qilish. Tahlil baholash va taqqoslashdan iborat bo'lgan ikki jarayonni o'z ichiga oladi.

kerak. Chunki ular jiddiy, noto'g'ri hisob-kitoblarga olib kelishi mumkin.

Menejer o'zining tashkilotchilik faoliyatida, faoliyatning vazifalari va alohida turlarining mohiyatidan kelib chiqib ularni bajarish bo'yicha personalga ko'rsatma beradi.

Korxonani boshqarish o'zining mohiyatiga ko'ra bo'limlarni doimiy ravishda boshqarish, ularga maqsadli ravishda ta'sir ko'rsatish, qo'yilgan vazifalarni bajarish bo'yicha ushbu bo'limlarlar faoliyatini tashkil qilish va yo'naltirish kabilarni o'z ichiga oladi. U boshqaruv qarorlarini qabul qilish, buyruq va farmoyishlarni berish, tuzilmaviy quyi bo'limlar tomonidan ma'lumotlarni olish va qayta ishlash, jamoaning uzluksiz faoliyat ko'rsatish jarayonida yuzaga keladi. Boshqarish jarayonini tashkil etish korxonani boshqarish tizimida aniq va uzluksiz aloqa bo'lishini hisobga olinishini talab qiladi.

Turizm sohasini ilmiy jihatdan tadqiq qilish jarayonida hodisalarning o'zgaruvchanligini va mohiyatning nisbatan barqarorligini hisobga olish lozim. Turistik xizmatlar bozorida faoliyat ko'rsatish vaqtida hodisalarning son-sanoqsiz miqdori sodir bo'ladi va bir-birini almashtiradi. Ular umumiy jihatdan uning mohiyatini aks ettiradi.

Mohiyat mutlaq darajada doimiy hisoblanmaydi, biroq uning o'zgarishi hodisalar almashinishiga nisbatan sekinroq sodir bo'ladi. Turistik xizmatlar zamonaviy bozori mohiyatan boshqa bozorlardan farq qiladi, jumladan: u hajman kattalashgan, murakkablashgan, u yanada dinamiklashgan va keskinlashgan bozor sifatida aks etadi.

Mohiyatning alohida tomonlari o'rganilayotgan voqea, hodisani o'zining rivojlanish jarayonida o'zgarishi mumkin. Menejer uchun, xizmatlar bozoridagi keyingi harakatlar to'g'risidagi to'g'ri qarorlarni qabul qilish jarayonida shunday jiddiy o'zgarishlar sodir bo'ladigan vaqtni ilg'ab olish muhim hisoblanadi.

4.3. Turizm sohasiga oid ilmiy tadqiqotlarda sabab va oqibat, zarurat va tasodif kategoriyalari

Sabab va oqibat. Ilmiy jihatdan anglash (bilish)da sabab-oqibat aloqalarini ochib berilishi muhim rol o'ynaydi. Har bir muayyan hodisa vaqt o'tishi bilan boshqalari tufayli kelib chiqadi, o'z navbatida, yuzaga kelgan har bir hodisa yangilarining yuzaga kelishiga sabab bo'ladi. Ushbu aloqa sabab va oqibat kategoriyalarida o'zining umumiy aksini topadi.

Sabab-oqibat aloqalarini, ilmiy nazariyalarni shakllantirish hamda amaliyotni muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun zarur bo'ladigan, anglash (bilish) lozim bo'lgan obyektiv dunyoning universal o'zaro aloqalari shakllaridan biri sifatida qarab chiqish mumkin.

Sabab-oqibat aloqalari obyektiv xarakterga ega bo'lib, u universal ravishda barcha moddiy va ma'naviy hodisalami qamrab oladi. Faqatgina moddiy dunyo, butunligicha (yaxlitligicha) olinganda o'zining kelib chiqishiga o'zi sababchi bo'ladi hamda unga sabab bo'lishi mumkin bo'lgan hech qanday sabablarga ega bo'lmaydi.

Turizm sohasidagi va turistik faoliyat amaliyotida ilmiy tadqiqot jarayonida sabab va oqibat masalalari, katta yoki kichik ishlarga doimiy ravishda qo'yiladi va yechimga ega bo'ladi. Turistik korxonaning tijorat faoliyatini, uning muvaffaqiyati va bankrotligini, o'z qarorlarini asoslanishini, personalni ishbilarmonlik jarayoniga tayyorlanishini tahlil qilishda birinchi o'rinda, javobi sabab va oqibatlarni o'rganishni talab qiladigan, "nima uchun?" degan savol qo'yiladi.

Turistik xizmatlar ko'rsatish faoliyatini tadqiq qilish jarayonida menejerlar bitta o'sha hodisani o'zining ahamiyatga molik darajadagi miqdoriga duch kelishlari mumkin. Ularning harakatlari jarayon doirasida jamlanadi, ba'zi sabab-oqibat aloqalari, ularning tahlilini qiyinlashtirib, voqea (hodisa)ning murakkab ko'rinishini yaratgan holda boshqalari bilan qo'shib, chirmashib ketadi. *Masalan, shunday savol qo'yish mumkin: tijorat muvaffaqiyati yoki bankrotligining sababi nimada?* Umumiy, mavhum shaklda, turistik xizmatlar bozoridagi o'zi egalik qilayotgan resurslari bilan raqobatchilari o'rtasidagi nisbat

biznesning amal qilishida muhim ahamiyat kasb etadi deb ta'kidlash mumkin.

Ammo tijorat sababi, ko'pchilik omillar (*masalan, mamlakatning iqtisodiy holati, valyutalar kurslarining o'zgarishi va boshqalar*) ta'siriga bog'liq bo'lganligi tufayli, oshkor qilishni (sabablarini ochib berilishini) talab qiladi. Kam miqdordagi resurslarga ega bo'lgan turistik korxona "kuchliroq" bo'lishi mumkin.

Biznesni yurita olish qobiliyati personalning professionalligi, yirik miqdorda kapital kiritilishi, muvaffaqiyatli reklama kampaniyasining amalga oshirilishi, menejerning ishbilarmonligi hamda uning ushbu vaziyat uchun eng mos keladigan resurslardan oqilona foydalana olish imkoniyati kabi sabablar bilan belgilanadi. Turistik biznesni yuritish bo'yicha tayyorgarlikni amalga oshirish jarayonida uning tijorat muvaffaqiyati uchun intilishiga yuqorida keltirib o'tilgan sabablarning ta'sir qilish imkoniyatlarini ham hisobga olish lozim bo'ladi.

Turistik biznesda bitta yoki bir nechta sabab korxonaning muvaffaqiyati yoki bankrotlik holatiga tushishida hal qiluvchi rol o'ynashi ham mumkin. Shu sababli mazkur faoliyatda har tomonlama puxta o'ylanib qilingan tayyorgarlik bo'lishi talab qilinadi. Avvalambor, turistik faoliyatni boshlashdan oldin ushbu yo'nalishni kuchaytirish yoki salbiy ta'sirini bartaraf qilishda asosiy hal qiluvchi ahamiyatga ega sabab nima ekanligini aniqlab olish lozim.

Turistik faoliyatni tadqiq qilish jarayonida obyektiv va subyektiv sabablar ta'siri bilan birgalikda korxona menejerining irodasini, uning ba'zi holatlarni istisno qilishlarini, personalni psixologik holatiga faol ravishda ta'sir qilish imkoniyatlarining murakkab o'zaro ta'sirini inobatga olish lozim. Biznes rejani ishlab chiqayotgan rahbar obyektiv vaziyatlardan kelib chiqadi, jumladan, o'zining ixtiyorida bo'lgan resurslar va raqobatchilar, bozor segmenti, turistik xizmatlardan foydalanish yuzasidan fuqarolarning mentaliteti to'g'risida o'z fikr-mulohalariga, bilimga ega bo'lishi kabilardir. Qulay obyektiv vaziyatlar o'z-o'zidan muvaffaqiyatga erishilishini kafolatlamaydi. Muvaffaqiyatsizlik sababi yetarlicha chuqur o'ylab shakllantirilmagan yechim, raqobatchilarga yetarli darajada baho bermaslik, qonunchilik

me'yorlariga rioya qilmaslik va hokazolar bo'lishi mumkin. Menejerning mahorati, ustamonligi ko'p jihatdan raqobatchilarning kuchli bosimi oldida turistik biznesni olib borishda hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'lib qoladi.

Biznesni yuritish usullarining doimiy ravishda takomillashtirilib borilishi – menejer faoliyati sifatini oshirishning muhim komponentlaridan biri hisoblanadi.

Turistik biznesda sabab-oqibat aloqalarining yuzaga kelishi raqobatga sezilarli darajada ta'sir qiladi. Raqobatchilarning harakatlari sabab sifatida ifodalanib, ular boshqa tomonning harakatlarini, fe'l-atvorini aniqlab beradi.

Biznesni tashkil qilish jarayonida, raqobatchining mahsuloti iste'molchi uchun sifatliroq va hamyonboproq bo'lib qolmasligi uchun raqobatchi tomonidan turistik xizmatlar bozorida turistik mahsulotni mumkin bo'lgan targ'ib qilinish variantlarini aniqlash lozim bo'ladi.

Turistik faoliyatdagi sabab va oqibatlarning barcha umumiy jihatlarini o'rganish bilan birgalikda, vazifalarni bajarishda personalning kayfiyatida yaqqol namoyon bo'ladigan ijtimoiy omillar ham e'tiborga olinishi lozim.

Turistik biznesda raqobat manbayi ko'pchilik turistik faoliyat bilan shug'ullanuvchi kompaniyalarning maksimal darajada foyda olishga, fuqarolar mehnatlarini intensivlashtirishga, ular uchun belgilangan minimal ish haqiga, kichik ijtimoiy to'lovlarga, dunyoning turli xil mamlakatlarida tabiiy resurslarni ekspluatatsiya qilishga intilishlari hisoblanadi.

Monopolistik turistik kompaniyalar tomonidan olinadigan daromadlar jahondagi keskinlikning oshishiga sabab bo'lishi mumkin.

Ma'lumki, raqobatchilar halol bo'lmagan reklama, o'z raqobatchilariga nisbatan imijini tushirishga doir (anti-imij) siyosatini yuritish kabi aktlarga moyil bo'ladi. Shuningdek, mehmonxonalarda, sanatoriya va kurortlarda, boshqa joylashtirish vositalarida va boshqa shu kabi muassasalarda terroristik aktlarning amalga oshirilishi ham turistik faoliyatga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Iqtisodiy sabablar asosan monopoliyalar siyosati orqali realizatsiya qilinadi.

Dialektika nuqtayi nazaridan, besabab hodisalar bo'lmaydi. Sabab-oqibat aloqalarini anglash (bilish) vazifasi turistik faoliyatdagi – turizm sohasiga oid ilm-fanni rivojlantirish, personalga ta'lim berish va malakasini oshirish jarayonini, turizmning tur va shakllarining moddiy-texnik ta'minotini takomillashtirish kabi jarayonlarga taalluqli hisoblanadi.

Zarurat (zaruriyat) va tasodif. Muayyan shart-sharoitlarda mavjud bo'lgan sodir bo'lishi muqarrar bo'lgan hodisa yoki voqea zarurat (zaruriyat) deb ataladi.

Turizm sohasi rivojining zarur yo'nalishini aniqlash jarayonida uning progressiv rivojlanishdagi mohiyati, roli biznes jarayonida ishtirok qilayotgan alohida tadbirkorlik subyektlari va kompaniyalarning iqtisodiy salohiyatini aniqlashda, xalqaro turistik xizmatlar bozorida iqtisodiy jihatdan baquvvat turoperatorlarni joylashtirish to'g'risida bilimlarga ega bo'lishda hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi.

Ammo zarurat (zaruriyat) istiqbolda albatta sodir bo'lishi lozim degan xarakterga ega emas. Turistik xizmatlar xalqaro bozorida faoliyat ko'rsatish zaruriyati muvaffaqiyat keskin raqobat kurashisiz, o'z-o'zidan avtomatik ravishda yuzaga keladi degan ma'noni anglatmaydi. Zarurligini bilish (anglash) o'z ixtiyorida bo'lgan resurslarni mobilizatsiya qilish va ulardan oqilona foydalanishga imkon yaratadi.

Bozor sharoitlarida turizm sohasiga oid qonuniyatlarning umumiy ta'siri natijasida har bir muayyan voqeada hodisalarning ma'lum darajadagi obyektiv ravishda yo'naltirilganligi jamlanadi. Ushbu shart-sharoitlarda turistik biznesning zarurligi ko'pchilik omillarga, jumladan, mutaxassislarning amalga oshirayotgan ishining, rahbar tijorat san'ati (savdo sohasidagi ustamonligi) ning texnik jihatdan ta'minlanganligiga, qabul qilinayotgan boshqaruv qarorlarining to'g'riligi kabilarga bog'liq bo'ladi.

Tijorat sohasidagi muvaffaqiyatlarning tarkibiga ta'sir qilgan holda, ularni zarur yo'nalishda shakllantirib, faol ravishda, tasodiflar orqali amalga oshiriladigan hamda ular orqali to'ldiriladigan, bozor sharoitlarida yuzaga kelayotgan zaruriyatga ham ta'sir qilish mumkin.

Tasodif deganda, mazkur jarayonning mohiyatidan kelib chiqmaydigan va uning rivojlanishi uchun zarur bo'lmaydigan, hodisalar o'rtasidagi muayyan aloqalarni tushunish lozim. Tasodif hodisalarning bir-biriga ta'sirining ehtimoli sifatida bo'lishi mumkin yoki bo'lmasligi ham mumkin yoxud aynan shunday sodir bo'lishi yoki boshqacha amalga oshirilishi ham mumkin.

Turizm sohasidagi ilmiy tadqiqotlar zaruriyat va tasodifni ularning o'zaro bog'liqligini inobatga olgan holda o'rganishni o'z ichiga oladi. Bunday qonuniyat quyidagi sabablar orqali shartlanadi:

1) ***tasodiflar bilan*** (*tasodiflar turizm sohasida ancha ahamiyatga molik o'ringa ega bo'lib, ular ushbu sohada tez-tez uchrab turadi va bu turizm sohasida, har biri voqea-hodisalar rivojini o'z manfaati yo'lida o'zgartirishga intiladigan raqobatchilar kabi qarama-qarshi yo'naltirilgan kuchlarning to'qnashuvlari bilan izohlanadi*);

2) ***zaruriyat va tasodiflarni anglay olish (bilish) bilan*** (*turizm sohasidagi zaruriyat va tasodiflarning amaliyotga ta'sirining o'ziga xos jihatlari bilan izohlanadi*).

Turistik xizmatlar bozorida tasodifiy hodisalar ahamiyatining kuchayishi personalning kasbiy malaka va ko'nikmalariga, menejerlarning tashkilotchilik imkoniyatlariga talablarni oshiradi. Turistik biznesni yuritishga professional darajada tayyorlangan menejerlar ko'p sonli noqulay tasodifiy hodisalarni muvaffaqiyatli hal qilishga (qarshilik ko'rsatishga) va ijobiy (qulay)laridan maksimal darajada foydalanish imkoniyatlariga ega bo'lishlari mumkin.

Turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxona rahbari personalning faoliyat ko'rsatish mexanizmini, personalning faoliyati korxonaning samarali faoliyat ko'rsatishi uchun qanchalik darajada zarur ekanligini qanday anglashiga, baholashiga muvofiq ravishda tartibga soladi, "sozlaydi". "Sozlab qo'yilgan" ushbu mexanizmga tasodifan buzib kirish natijasida *tasodiflar* tashkilotchilikning buzilishiga, stixiyali, nazorat qilinmaydigan unurning o'sishiga olib kelishi mumkin va bu o'z navbatida turistik biznesning yuritilishini zaiflashishiga yoki nazoratning yo'qotilishiga sabab bo'lishi, tashabbuslarning

yo'qotilishiga va shu kabi boshqa salbiy oqibatlariga olib kelishi mumkin.

Bu, nafaqat turistik faoliyatning ichki mazmunidan kelib chiqmaydigan va uning tashqi shartlari (xizmatlar bozori, raqobatchilar, mavsumiylik) bilan aralashib keladigan tashqi tartib tasodiflariga, balki qonuniyatlar namoyon bo'ladigan tasodiflarga ham tegishlidir.

Turistik faoliyatga oid ilmiy tadqiqotlarda ijobiy tasodiflarning zarurligini ham inobatga olish kerak bo'ladi. Ammo faqat ularga tayanish mumkin emas.

Salbiy, noqulay tasodiflarning ta'sirini personal tayyorgarligini yaxshilash, ko'nikma va malakasini oshirish va turistik chora-tadbirlarni maqsadga muvofiq ravishda tashkil qilish orqali kamaytirish mumkin.

Vazifani bajarish uchun noqulay tasodiflar jiddiy ravishda ta'sir qila olmaydigan darajada turistik biznesni tashkil etilishini va personalning tayyorgarligini ta'minlash lozim. Vazifaning oqilona yechimiga kadrlarni mukammal hamda kompleks ravishda tayyorlash orqali erishish mumkin.

Boshqarish qobiliyati voqealar rivojini oldindan bilish qobiliyatini talab qiladi. Buning uchun esa nafaqat zaruriyatni anglay olish (bilish) lozim, shu bilan birga bo'lishi mumkin bo'lgan tasodiflarni ham tushunish va hisobga olish hamda ularning noqulay ta'sirini bartaraf qilish choralarini ham nazarda tutish va ta'minlashga harakat qilish kerak. Voqealar rivojini oldindan bilish uchun zamonaviy turistik xizmatlar ko'rsatish bozori faoliyatining xususiyatlarini chuqur bilish talab qilinadi.

Nisbatan katta yo'qotishlar va murakkab holatlarda ham muvaffaqiyatni ta'minlash maqsadida korxonaning tashkiliy tuzilishini doimiy ravishda takomillashtirib borish muhim sanaladi. Shu jihatdan korxona boshqaruvining mohirona tashkil etilganligi, personal ishining yaxshi tashkil etilganligi, yaxshi ta'minlangan aloqa tizimi va moddiy-texnik ta'minot katta ahamiyatga ega hisoblanadi.

4.4. Ilmiy tadqiqotlarda imkoniyat va voqelik tushunchalari

Imkoniyat va voqelik. Ilmiy tadqiqotlarda imkoniyat va voqelik kategoriyalarining dialektik o'zaro aloqasi quyidagilardan iborat bo'ladi: dastlab, yangi hodisaning mavjud bo'lish muayyan zaruriy sharti va tendensiyasi sifatida uning shakllanish *imkoniyati* yuzaga keladi. Taraqqiyot jarayonida bu imkoniyat *voqelikka* aylangan holda realizatsiya qilinadi.

Imkoniyat - turizm turlari o'zgarishlarining muayyan tendensiyasi sifatida yangisining vujudga kelishiga, *voqelik esa* – realizatsiya qilingan imkoniyatga olib keladi.

Turizmning har bir turining va unga tashqi ta'sirlarning xususiyatlariga bog'liq ravishda turli xil, aksariyat hollarda uning rivojiga teskari imkoniyatlar vujudga keladi, ammo voqelikka faqat ulardan bittasi aylanishi mumkin.

Ijtimoiy hayotda imkoniyatning voqelikka aylanishi mutaxassislarning amaliy faoliyati jarayonida amalga oshiriladi.

Har bir turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxona o'z salohiyatini shakllantirish uchun biznesning, personal huquqiy madaniyatining rivojlanganlik darajasi va boshqalar bilan belgilanadigan u yoki boshqa imkoniyatlarga ega bo'ladi. Turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxonaning iqtisodiy tuzilishi, egalik qilinayotgan moddiy resurslari va kadr salohiyati yordamida korxonaning tadbirkorlik muvaffaqiyatiga erishish imkoniyatini ta'minlashi lozim. Muvaffaqiyatga erishish uchun xizmatlar bozorida real imkoniyatlar ham mavjud bo'lishi mumkin. Ularni o'rganish uchun menejer avvalambor quyidagi vazifalarni hal qilishi kerak:

1) bozordagi yashirin imkoniyatlar nuqtayi nazaridan bozordagi muayyan holatni o'rganishi ularning har birini baholashi, muvaffaqiyatga erishish uchun... zamonaviy turistik xizmatlar bozorining faoliyat ko'rsatish qonuniyatlarini va xususiyatlarini yaxshi bilishi va shu bilan birgalikda o'z korxonasi kuchlarining nisbatini va imkoniyatlarini ham hisobga olishi lozim;

2) realizatsiya qilish maqsadida kam miqdordagi yo'qotishlar evaziga muvaffaqiyatni ta'minlaydigan hamda maksimal darajadagi natijaga erishish mumkinligini va'da qiladigan shunday bir imkoniyatni tanlay olishi;

3) realizatsiya qilinishi mo'ljallangan biznes-rejani xizmatlar bozoridagi holat o'zgarishlarini inobatga olgan holda amalga oshirishi;

4) o'zi tomonidan tanlagan turistik biznes variantini voqelikka aylantira olishi hamda uni boshqara olishi – tanlangan imkoniyatni realizatsiya qilish va faol ravishda yangilarini shakllantira olish uchun zarur shart-sharoitlarni yaratishi lozimligini bildiradi.

Ko'rib chiqilgan vazifalarning bajarilishi katta darajadagi tashkilotchilik ishini, to'g'ri boshqaruv qarorlarining qabul qilinishini va ularni oqilona amalga oshirilishini talab qiladi.

4.5. Ilmiy tadqiqotlarda umumiy va yagona kategoriyalari

Ilmiy tadqiqotlarda *“umumiy”* va *“yagona”* kategoriyalari dunyoning moddiy jihatdan birligining muhim tomonlarini hamda uning unsurlarining universal aloqasini aks ettiradi. Dunyo bitta, ammo shu bilan bir vaqtda u cheksiz darajada ko'p alohida narsalar, hodisalar va jarayonlardan tarkib topgan. Birgalikda ular faqat ma'lum bir turni tavsiflaydi. *Misol sifatida, dayving-turizm yoki ot turizmini ko'radigan bo'lsak, ularning har biri o'zining individualligi, bir-birini takrorlamasligi bilan ajralib turadi.*

Turistik xizmatlar ko'rsatish faoliyatini ilmiy jihatdan tahlil qilish jarayonida mutaxassislar, o'zaro bir-biridan farq qiladigan va ular o'rtasidagi umumiy aloqalarga xos bo'lmagan jihatlari bilan bir-biridan ajralib turadigan, turizmning alohida turlari va ularning namoyon bo'lishlari bilan ham shug'ullanadilar. Ularning mohiyatini, ichki tuzilishini va turizmning boshqa turlariga nisbatan munosabatlarini aniqlagan holda, ularda umumiy, takrorlanuvchi jihatlarni topish va obyektiv qonuniyatlarini anglashga (bilishga) imkoniyat yaratiladi. *Masalan, kruiz turizmi turli xil mamlakatlar va turli xil shart-sharoitlarda, unga, dengiz sayohatlari uchun mo'ljallangan, maxsus qurilgan har jihatdan qulay, shinam dengiz laynerlarining obyektiv*

jihatdan zarurligi – ma'lum bir aloqasi mavjudligini ko'rsatib beradi. Bu sayohatchilar uchun o'ziga xos maxsus shart-sharoitlarni yaratish maqsadida olimlar va amaliyotchilarning katta miqdorini jalb qilishni talab qiladi.

Umumiy jihatlarini bilish aniq hodisalarni anglashga (bilishga) yordam beradi. Agarda zamonaviy turizm sohasining umumiy jihati, faol ravishda dam olish, diqqatga sazovor joylar bilan, iqtisodiy omillar va boshqalar bilan tanishish maqsadlarida dunyoning ko'pgina mamlakatlari fuqarolarini unga jalb qilish hisoblansa, turistik xizmatlarni tashkil qilishda uning aynan shu xususiyatlaridan kelib chiqib harakat qilish lozim bo'ladi.

Butunjahon Turizm tashkiloti (YuNWTOning prognozlariga ko'ra kelajakda turizmning rivojlanishida turli xil mamlakatlar rivojlanish qonuniyatlarini, xalqlar farovonligi darajasini bilish, turli xil inqirozlarni oldindan anglay bilish qobiliyati muhim rol o'ynaydi. Bunda turizmdagi umumiylik alohida-alohida bo'laklardan jamlanadi.

Umumiy va yagonaning dialektikasi turizm nazariyasi va amaliyoti uchun muhim bo'lgan turistik biznesni zamonaviy rivojlanish bosqichiga o'tkazilishida oldingi yillar tajribalaridan foydalanish imkoniyatlari masalasini hal qilishda metodologik asoslardan biri sifatida qaralishi mumkin. Boshqacha qilib aytganda, oldingi yillar tajribalarini inkor qilib, ularni inobatga olmasdan mutaxassislar o'z faoliyatini samarali amalga oshira olmaydilar. Shu bilan birga, eski tajribalarni to'g'ridan-to'g'ri ko'chirib, turizm sohasining har bir rivojlanish bosqichi uchun xarakterli bo'lgan, umumiy va yagona jihatlarini e'tiborga olmasdan foydalanish mumkin emas.

Shunday qilib, turizmning har bir turi butun eski tajribalarni zamonaviy holatda oddiy shaklda va hech nimani o'ylamasdan o'tkazilishiga yo'l qo'yib bo'lmasligini ko'rsatib beradigan, o'zining umumiy va yagona, aynan ungagina xos bo'lgan jihatlari bilan farqlanadi. Ushbu metodologik talabdan turistik xizmatlar bozorining zamonaviy xalqaro darajadagi rivojini baholash jarayonida foydalanish zarur.

Turistik biznesni yuritishda ko'pgina mamlakatlarda iqtisodiyotning umumiy qonunlariga hamda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni yuritish tamoyillariga asoslanadigan ko'pgina umumiy jihatlar mavjud. Umumiy jihatlar, xizmatlar bozorining kuchli va kuchsiz ishtirokchilari mavjud bo'lgan, texnik jihatdan ta'minlanganlik darajasi ham taxminan bir xil bo'lgan moliyaviy tomonlariga ham tegishlidir.

Umumiy va yagona kategoriyalarining metodologik ahamiyatini turistik biznesni zamonaviy shart-sharoitlarda yuritilishini o'rganishda aniqlash mumkin. Ushbu masalani hal qilishga yondashuv tadbirkorlik faoliyatini oldingi yillarda yuritilish tajribalarining o'ziga xos jihatlarini o'rganish bilan belgilanadi.

Ijtimoiy-iqtisodiy holatlardagi va texnik ta'minlanganlik sharoitlaridagi o'zgarishlarni tadqiq qilish orqali to'ldiriladigan tahlil mutaxassislarga turistik biznesda o'tgan yillar mobaynida erishilgan yutuqlarni uning kelajakdagi rivojlanishiga ekstropolyatsiya qilish imkoniyatini beradi. Tijorat faoliyatini yuritishning umumiy jihatlari, turistik xizmatlar ko'rsatish bozorida, ijtimoiy-siyosiy holatda va strategik maqsadlarda, jahon arenasida turistik faoliyat ko'rsatuvchi kompaniyalarning joylashtirilishida jiddiy o'zgarishlar bo'lganligi tufayli zamonaviy shart-sharoitlarda boshqacha shaklda sodir bo'lishini ham inobatga olish lozim.

O'tgan yillar mobaynida turistik biznesni yuritish tahlili uning rivojlanish istiqbollarinining muhim jihatlarini tasavvur qilishga imkon berdi. Ilmiy dunyoqarash nuqtayi nazaridan tizimlashtirilgan turistik faoliyatni yuritish bo'yicha milliy turizm biznesi amaliyoti va boshqa mamlakatlar tajribasi ushbu umumiy bilimni aniq materiallar bilan to'ldiradi hamda unga tegishli tuzatishlar kiritadi.

Turizm to'g'risidagi nazariya turizm biznesining xarakteri, xususiyatlari, jiddiy jihatlar va tashkil qilinishi to'g'risidagi umumiy jihatdan tizimlashtirilgan bilimlar sifatida zamonamiz tarixidan olingan va ilmiy dunyoqarashlar asosida umumlashtirilib kelinadi. Nazariy bilimlarning amaliyotda foydalanilishi holatni har tomonlama o'rganishni va uning shart-sharoitlarini ham hisobga olishni talab qiladi.

Turizm sohasiga oid ilm-fan va uning muhim tarkibiy qismlari – iqtisodiyot, boshqaruv, huquq, madaniyat – uning cheksiz turli-tuman chora-tadbirlariga xos bo'lgan umumiy takrorlanib turuvchi tomonlari va aloqalari tufayli rivojlanishi mumkin.

Turizm sohasiga oid ilm-fan uning alohida tur va shakllarining rivojlanish qonuniyatlarini, turizm biznesini yuritishdagi o'zgarishlarning obyektiv tendensiyalarini ochib beradi, bir xil andazaga tushib qolishdan ogohlantiradi hamda umumiy va yagonalikka xos dialektikaga muvofiq ravishda umumiy holatlardan ijodiy foydalanishni talab qiladi.

Umumiy va yagona kategoriyalarining o'zaro aloqasi qonunchilik aktlarini ishlab chiqishda katta ahamiyat kasb etadi. Masalan, turistik biznesga umumiy jihatdan xos bo'lganlar, respublika darajasidagi umumiy me'yoriy aktlar orqali bayon qilinadi. Yagona jihatlar turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxonalar uchun xarakterli bo'lib, unda menejerlar va personal raqobatchilarning turistik xizmatlar bozoridagi o'z segmentidagi muayyan faoliyatini inobatga oladilar.

Umumiy va yagonaga xos dialektikasi yetkazib beruvchilar va xizmatlar iste'molchilarining ushbu muammoga nisbatan qarashlarining birligini (yagonaligini) inobatga olgan holda turistik xizmatlar ko'rsatish tarmog'ining rivojlanish metodologiyasining shakllanishiga hissa qo'shadi. Ammo turistik xizmatlar ko'rsatuvchi har bir korxona (mamlakat, mintaq, aniq joylashgan joyi nuqtayi nazaridan) o'z xususiyatlarini hisobga olib o'z faoliyatini shakllantiradi va bundan kelib chiqqan holda personalni o'qitish, tayyorlash va malakasini oshirish shakl va usullarida, tashkil etilishida namoyon bo'ladigan umumiy va yagona belgilarga ega bo'ladi.

4.6. Mantiqiy fikrlashning ahamiyati va turopereytingda dalillarning roli

Fikrlash inson anglashi (bilishi)ning yuqori darajasi sifatida.
Fikrlash - inson ongida obyektiv voqelikning muhim xususiyat va qonuniyatlarini umumlashgan, bilvosita aks etishi hisoblanadi. U o'zida amaliy va nazariy masalalarni hal qilishga yo'naltirilgan faol ijodiy

jarayonni ifodalaydi. His qilishdan fikrlashga o'tilishi o'zida bilishdagi sifat o'zgarishlarini ifodalaydi. Chunki bunda yagonalikdan umumiylikka, bevosita anglash (bilish)dan bilvosita anglash (bilish)ga, hodisalarni aks ettirishdan qonunning mazmun-mohiyatini anglash (bilish)ga o'tilishi sodir bo'ladi. Agarda hissiyot ayrim jihatlarni anglash (bilish)ga imkon bersa, fikrlash (tafakkur) – umumiy jihatlarni anglashga imkon beradi. Fikrda obyektiv voqelik predmetlarining muayyan sinfiga yoki barcha predmet va jarayonlariga taalluqli bo'lgan umumiylik aks ettiriladi.

Turizm nazariyasida uning ko'pchilik muayyan segmentlarining umumiy belgilari, xususiyatlari aks ettiriladi.

Voqelik aks ettirilishining umumlashgan xarakteri uning har qanday darajasidagi fikrlash jarayoniga xosdir. Umumlashtirish darajasi qanchalik yuqori bo'lsa, u predmetlarning shunchalik katta sinfini qamrab oladi. *Masalan, "diniy turizm" tushunchasidan foydalanilganda uning mazmun-mohiyatida, ziyorat qilishga tayyorgarlik ko'rish hamda unda ishtirok qilish, muqaddas joylarni borib ko'rish, bilim jihatidan dunyoqarashni kengaytirish, aql-zakovatni chuqurlashtirish, g'ayrioddiy shart-sharoitlarda ijodkorlik qobiliyatini shakllantirish va rivojlantirish bilan bog'liq bo'lgan muayyan dinga xos bo'lgan umumiy tomonlar, xususiyatlar, belgilarning aks ettirilishi nazarda tutiladi.*

Mantiqiy fikrlash umumlashtirishning eng yuqori darajasiga ega bo'lib, uning asosiy shakli tushuncha hisoblanadi. Tushuncha predmetlardagi barcha tomonlarni emas, balki, ikkilamchi belgilarini olib tashlagan holda faqat jiddiy, umumiylikni aks ettiradi. *Masalan, turizm – turizm to'g'risidagi, har biri o'z mazmun-mohiyatida, boshqalarini mavhumlashtirgan holda uning u yoki boshqa tomonlarini aks ettiradigan ko'pchilik nazariy fanlarni bilishning obyekti hisoblanadi.*

Mantiqiy fikrlash. Agarda fikrlash jarayoni izchil va shu bilan birgalikda mantiqiy bo'lsa, fikrlash orqali yangi bilimlarga ega bo'lish mumkin bo'ladi. *Mantiq* – bu isbotlash va raddiya bildirish usullari to'g'risidagi ilm-fan bo'lib, fikrlashning shakllari va qonuniyatlarini o'rganadi.

Mantiqiy fikrlash turizm sohasida amalga oshiriladigan ilmiy tadqiqotlarning zarur dastlabki asoslari hisoblanadi.

Mantiq - fikrlashga oid jarayonlar bilan ish ko'rish hisoblanib, boshqa fanlardan (masalan, psixologiyadan) farqli ravishda u fikrlashdan real voqelikni (masalan turizm sohasida) anglash (bilish) vositasi sifatida foydalanadi.

Mantiq mutaxassisni turizm sohasiga oid tadqiqotlarni amalga oshirishda ongli ravishda mantiqiy fikrlash qonuniyatlari va shakllarini qo'llashga o'rgatadi. Mantiq turizm sohasida prognozlash vositasi sifatida xizmat qiladi.

Fikrlashning to'g'riligi. Tadqiqot vazifalari qanday bo'lishidan qat'iy nazar mutaxassislar ularni hal qilish uchun qanday vosita va usullardan foydalangan bo'lsalar ham, fikrlash avvalambor aniq, biri boshqasini inkor qilmaydigan, izchil va ishonchi (asosli) bo'lishi lozim. Ushbu unsurlarga to'g'ri fikrlash xos bo'lib, ular voqelikning obyektivligiga ega bo'lishilari kerak.

Sanab o'tilgan unsurlar, ko'p yillik tajribalar sarflangan hamda fikrlash jarayonining ichki tuzilishining jiddiy va zarur jihatlarini aks ettiradigan, uning fikrlash qonuniyatlarining asosida turadi. Shuning uchun ham ular isbot talab qilmaydigan haqiqatlar kabi qabul qilinadi.

Fikrlash qonuniyatlari umumiy xarakterga ega bo'ladi. Turli xil kasb vakillari bir xil bo'lmagan va xatto qarama-qarshi dunyoqarashga ega bo'lishlari ham mumkin. Ammo fikrlash qonuniyatlari barcha soha mutaxassislari uchun bir xil hisoblanadi. Fikrlash qonuniyatlari talablariga rioya qilishni inkor qilinishi fikrlash jarayonining buzilishiga olib kelar edi va odamlar bir-birini tushuna olmaydigan bo'lib qolar edilar.

Fikrlashning to'g'riligi, uning aniqligi, izchilligi, bir-birini inkor qilmasligi va ishonchliligi, haqiqiy bilimga erishishning muqarrar shart-sharoitlari, zarur dastlabki asoslari hisoblansada, o'z-o'zidan ular hali uning mezonlari bo'la olmaydilar. Fikrlashning to'g'riligi va bilimning haqiqiyliigi o'zaro bog'liq, ammo aynan o'xshash emas.

Bilimlar haqiqiyiligining mezoni amaliyot, xususan, uning asosida olingan dalillar hisoblanadi.

Turizmning har qanday turini tadqiq qilinishi o'ylab qo'yilgan holatida to yakuniy holatigacha fikrlash qonuniyatlari yordamida turistik mahsulotni ishlab chiqish bo'yicha obyektiv ma'lumotlarni olish va uni xizmatlar bozorida realizatsiya qilish imkoniyatini beradi. Ushbu ma'lumotlar asosida tadqiqotchi turistik mahsulotning muvaffaqiyatli realizatsiya qilinishini yoki uni muvaffaqiyatsiz darajada targ'ib qilinganligini belgilab bergan "nimalargadir" tobeligini (bog'liqligini) aniqlashi mumkin.

Turopereytingda dalillarning ahamiyati. Turizm sohada amalga oshiriladigan tadqiqotlarning muvaffaqiyati ko'pincha, obyektiv voqelikning aniq va shak-shubhasiz dalillarining fundamentiga qandaydir bir darajada tayanadi.

Turizm sohasiga oid ilm-fan asosli materiallarni oladigan obyektiv voqelik – bu, oldingi tajribalar, ularni hozirgi davrda foydalanilishi, turistik faoliyatning turlari va shakllari hisoblanadi.

Amaliyotlarning turli xil turlari asosida olinadigan dalillarning har bir guruhi alohida olingan holda ilmiy muammolarni hal qilish uchun yetarli darajadagi asos sifatida xizmat qila olmaydi. Dalillarning barcha guruhlarning, turopereytingning barcha turlarining tahlil qilinishi va umumlashtirilishi ilmiy masalalarni hal qilish uchun ishonchli material bera olishi mumkin.

"Dalil" tushunchasi ikkita ma'noli mazmunga ega bo'lib, *birinchidan*, *dalil* deb – hodisa, buyum, obyektiv reallik jarayoni qaraladi, ya'ni boshqacha qilib aytganda bu dalil-voqeadir. *Ikkinchidan*, *dalil* deganda muayyan xususiyatlarga ega bo'lgan, real jarayonlar to'g'risidagi bilim tushuniladi, ya'ni bu – dalil-bilimdir. Ilmiy tadqiqotda "dalil" tushunchasi birinchi shakldagi ma'no jihatidan qo'llaniladi.

Dalil-voqeani tadqiq qilish yechilayotgan muammoning Empirik asosi nuqtayi nazaridan – spesifik belgilarga (uning ta'rifini berish; mos keladigan nazariya asosida hamda boshqa dalillar bilan o'zaro ta'sirini tushuntirib berish; dalillarni umumlashtirish) ega bo'lgan, voqelikning muayyan jarayoni (predmeti)ni aniqlash demakdir. Turizm sohasiga oid ilmiy nazariyaning Empirik fundamenti sifatida dalilni tadqiq qilish

faqat uning ishonchliligini belgilash orqaligina amalga oshirilishi mumkin.

Dalillarni tushuntirib berish – bu, uni mavjud bo'lgan, amaliy jihatdan tekshirilgan nazariy holatlar bilan taqqoslash demakdir. Bularsiz aniqlangan dalil ilmiy tadqiqot unsuri bo'la olmaydi. Dalilni tushuntirish uchun uni boshqa dalillar bilan taqqoslash, ular o'rtasidagi tobelikni (bog'liqlikni) belgilash lozim bo'ladi.

Ilmiy tadqiqotni amalga oshirish uchun nafaqat dalillarning o'zinigina bilish lozim, balki ularning asosini tashkil qiladigan qonuniyatlarni, umumiy aloqalarni va munosabatlarni ham ochib berish kerak. Shuning uchun ham dalillarni tahlil qilishning yakuniy bosqichi, ularni umumlashtirish, bu asosda ularni boshqarib turgan qonuniyatlarni aniqlashtirib olish hisoblanadi. Masalaning yechimi turli xil dalillarni, ularni mos ravishdagi tizimlashtirilishini taqqoslab ko'rilishini talab qiladi.

Dalillarni aniqlab olish, jamlash, tushuntirib berish va umumlashtirish – ilmiy tadqiqotni amalga oshirishning muhim bosqichi hisoblanadi.

4.7. Mantiqiy fikrlash qonuniyatlari va ularni turopereytingdagi roli

Aynan o'xshashlik qonuni. Aynan o'xshashlik qonuniga muvofiq ravishda turistik faoliyatda foydalanilayotgan tushuncha va fikr-mulohazalar aniq belgilangan hamda bir xil ma'noga ega bo'lgan va fikr-mulohaza yuritilishi mobaynida aynan bir xil ma'noda qo'llanilganda bunday fikrlash to'g'ri hisoblanadi. Agarda o'sha bitta tushunchaga yoki fikr-mulohazaga turli xil ma'no berilsa bunday fikr-mulohazalardan to'g'ri xulosa shakllantirish mumkin emas. *Masalan, fikr-mulohaza yuritishning boshida "turopereyting" terminini turistik faoliyatni anglatishi uchun foydalanilgan bo'lsa, keyinchalik uni boshqa ma'noni anglatadigan termin shaklida foydalanish mumkin emas.*

Tanlangan turizm turi rivojining ta'siri ostida u to'g'risida tushuncha va mulohaza uning xususiyatlarida, aloqalarida va munosabatlarida o'zgaradi.

Turizmning turi o'zgarganda va yangi sifat darajasiga o'tganda yangi tushunchalar va mulohazalarni shakllantirishga zaruriyat yuzaga keladi. Bunda ko'pincha qo'llanilayotgan terminlarning ko'p ma'noliligi masalasiga duch kelinadi. Bu esa mulohazalarda noaniqlik va ikki xil ma'nolilikka zamin yaratadi. Aynan o'xshashlik qonuni fikrlashning boshqa qonunlari kabi fikr-mulohaza yuritish mobaynida yangi tushunchalarning bir xil ma'noga ega bo'lishi lozimligini talab qiladi. Shunday qilib, aynan o'xshashlik qonunining turistik faoliyatga oid ilmiy tadqiqotlardagi ahamiyati fikrlashning aniq va to'g'riligini ta'minlashdan iborat hisoblanadi.

Inkorni-inkor qilish qonuni. Ushbu qonunning mohiyati mantiqiy qarama-qarshiliklarni mulohaza yuritish jarayonida bartaraf qilish ehtimolligini oshirishdan iborat. Qonunning talabi, shu bir turdagi turizm turining xususiyatlari to'g'risida qarama-qarshi fikrlarni bildirish mumkin emasligi to'g'risidagi obyektiv holatdan kelib chiqadi. *Masalan, dengiz kruiz sayohatlari – bu ham dengiz po'rtanalariga bardosh berish va faol ravishda dam olish ekanligi, shu bilan birgalikda turli xil mamlakatlarning qirg'oq bo'yi shaharlarining diqqatga sazovor joylari bilan tanishish ekanligini ta'kidlash noto'g'ri bo'lar edi.* Ushbu mulohazalardan biri (birinchisi) yanglish, boshqasi esa – to'g'ri hisoblanadi.

Mantiqiy izchillik nazariyachilar (tadqiqotchilarning) kabi amaliyotchilarning – menejerlar, marketologlar va boshqalarning ham to'g'ri fikrlashlari uchun zarur bo'lgan majburiy jihati hisoblanadi.

Turizm sohasida tadqiqotchilar yoki mutaxassis amaliyotchilar xuddi o'sha bitta savolni izchil ravishda izohlash orqali va u to'g'risida bir-birini inkor etuvchi, qarama-qarshi yoki ikki xil ma'noli mulohazalarga yo'l qo'yilmasligi orqaligina ziddiyatlardan qochishlari mumkin.

Agarda turizmning muayyan turi to'g'risida fikrlash jarayonida uning borasida qarama-qarshi mulohazalar bildirilsa, uning rivojlanishini nisbatan turli xil davrlari to'g'risida fikr-mulohazalar bildirilsa mantiqiy jihatdan bir-biriga ziddlik hisoblanmaydi.

Qarama-qarshiliklarga yechim topilishi turizm sohasidagi tadqiqotlarning rivojlanishiga imkon yaratadi.

Shunday qilib, inkorni inkor qilish qonuniga muvofiq ravishda ikkita qarama-qarshi, bir-birini inkor etuvchi mulohazalarni bir vaqtning o'zida haqqoniy deb hisoblab bo'lmaydi, chunki ulardan birining haqqoniyligi ikkinchisining yolg'onligi to'g'risida guvohlik beradi. Shu bilan bir vaqtda inkorni inkor qilish qonuni bir mulohazaning yolg'onligi boshqasining haqqoniy ekanligini tasdiqlamaydi. Chunki ikkala mulohaza ham yolg'on bo'lishi mumkin.

Uchinchisini istisno qilish qonuni. Ushbu qonunga muvofiq ravishda ikkita qarama-qarshi, bir-birini inkor etuvchi mulohazalar bir vaqtning o'zida ham yolg'on, ham haqqoniy bo'lishi mumkin emas. Masalan: ulardan biri haqqoniy, boshqasi yolg'on bo'lib, uchinchi holat esa ko'rsatilmagan bo'lsa. Ushbu qonun bir jihatdan inkorni inkor qilish qonunining davomi sifatida qaralishi mumkin.

Uchinchisini istisno qilish qonuni haqiqatni izlab topishga yo'naltirilgan holda fikrlashning to'g'ri bo'lishini ta'minlaydi.

Uchinchisini istisno qilish qonuning talablari quyidagicha: har qanday to'g'ri (va obyektiv ravishda haqqoniy) fikr asoslangan bo'lishi hamda yetarlicha asosga tayanishi lozim. Qonun asossiz, ixtiyoriy, o'ylab topilgan fikr-mulohazalar va xulosalar chiqarilishiga qarshi yo'naltirilgan hamda faoliyatning, xususan turizm sohasidagi faoliyatning u yoki boshqa turi to'g'risidagi har qanday fikr-mulohazalarning isbotlanishi lozimligini talab qiladi.

Menejerning turopereyting bilan shug'ullanish to'g'risidagi qarori, agarda u real vaziyatga mos kelsa, uning barcha unsurlarining aniq tahlili va baholaridan kelib chiqqan holda shakllantirilgan bo'lsa asosli, isbotlangan hisoblanadi. Tadqiqotchilarning fikr-mulohazalari, agarda ular dalillar yoki boshqa, haqqoniyligi oldinroq isbotlangan va shubha uyg'otmaydigan holatlar asosida shakllantirilgan bo'lsa asosli, isbotlangan deb tan olinadi. Agarda turizm sohasiga oid ilm-fandagi qonunlarning, tamoyillarning va holatlarning haqqoniyligi isbotlangan bo'lsa, amaliy jihatdan sinalgan bo'lsa va shubha uyg'otmaydigan

bo'lsa, unda ular tadqiqotchilar va amaliyotchilarning xulosalarini mantiqiy jihatdan asoslash uchun asos sifatida xizmat qilishi mumkin.

Yetarli darajada asoslash qonuni isbotlashning quyidagi qoidalarini belgilab beradi: asosiy fikr (tezis) va dalil-isbotlar (ishonchli dalil, argumentlar) asoslangan bo'lishi shart, dalil-isbotlarning haqiqiyligi ularni asoslash uchun foydalaniladigan asosiy fikr (tezis)larga bog'liq bo'lmagan holda belgilanishi lozim, aks holda o'zi isbot talab qiladigan narsa bilan boshqa narsani isbotlashga urinish holati yuz beradi va fikrlashning "yetarli darajada asoslash" qonunining buzilishiga olib keladi.

Yetarli darajada asoslash qonuni to'g'ri fikrlashning asosida yotadi va turizm sohasida tadqiqotlarni o'tkazishning zarur shart-sharoitlaridan biri hisoblanadi.

4.8. Turizm sohasini tadqiq qilishda mantiqiy fikrlash shakllari

Mantiqiy fikrlashning asosiy shakllari tushuncha, mulohaza va xulosalash hisoblanadi.

Tushuncha. Tushuncha predmetlardagi yoki faoliyat turlaridagi barcha jihatlarni aks ettirmaydi, u faqat mohiyatan umumiy bo'lgan, undagi ikkinchi darajali bo'lmagan belgilarni ifodalaydi. Masalan, *"turizm" tushunchasini qarab chiqadigan bo'lsak, u har qanday turizm turining turistik faoliyatga xos bo'lgan (jumladan, turistik mahsulotni yaratish; reklama-targ'ibot kampaniyalarini o'tkazish; iqtisodiy risklar darajasini pasaytirish; turistik mahsulotga bo'lgan talab va taklif darajalarini oshirish; kuchli raqobat shart-sharoitlarida bozorda mustahkam o'ringa ega bo'lish; daromad olish va h.k.), faqat umumiy jihatlarni o'zida ifodalaydi.*

"Turizm" tushunchasining yuqorida keltirib o'tilgan tarkibiy qismlarida hajm va mazmunni farqlaydilar.

Tushunchaning hajmi u qo'llaniladigan fan predmetlari darajalarini xarakterlaydi. Masalan, *"turistik vaucher" tushunchasining hajmi, turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxona va mijoz o'rtasida muayyan miqdordagi to'lov evaziga xizmatlarni taqdim qilinishi to'g'risidagi*

kelishuvga erishish vositasi hisoblanadigan harakat shakllaridan birini xarakterlaydi.

Tushunchaning mazmuni ushbu darajadagi fan predmetlarining muhim belgilari yig'indisini ifodalaydi. Masalan, "referens" (ruxsatga ega bo'lish) tushunchasining mazmuni, ajratib ko'rsatilgan darajadagi harakatlarning xorijiy turistlarni qabul qilish huquqi kabi muhim belgisini aks ettiradi.

Tushunchalarning mazmuni ularning ta'riflari orqali ochib beriladi. Turizm sohasining uzoq yillar mobaynidagi rivoji tushunchalar (masalan: *sayohat, dam olish, kruiz sayohati*)ning ta'riflarini shakllantirilishiga nisbatan belgilanadigan ba'zi umumiy talablarning ishlab chiqilishi zarurligini shart qilib qo'ydi.

Turizm sohasiga oid ilm-fan uchun ularning to'g'riligi, to'liqligi, aniqligi muhim hisoblanadi. Tushunchada, uning hajmini tavsiflaydigan fan predmetlari darajasiga real ravishda tegishli bo'lgan muhim belgilar mos ravishda ifodalangan bo'lishi kerak.

Mulohaza. Mulohaza – bu, tushunchalarni uyg'unlashtirish vositasida turizmning bir turi bilan boshqalarining o'rtasidagi qandaydir xususiyatlarini va aloqalarini aks ettiruvchi, fikrlashning shaklidir. Fikrlash – bu, mulohazani tasdiqlash yoki inkor qilish vositasi orqali (og'zaki yoki yozma ravishda) ifodalash demakdir. Masalan, *bilim orttirishga qaratilgan turizmning afzalliklari yoki kamchiliklari to'g'risida fikr-mulohaza yuritish mumkin.* Mulohaza qilish tarkibiga muayyan tushunchalarni kiritish mumkin.

Demak, tushuncha va fikr-mulohaza o'zaro aloqador hisoblanadi. Ammo tushuncha va fikr-mulohaza o'rtasidagi chambarchas o'zaro aloqa ularning aynan o'xshash ekanligini anglatmaydi. Agarda har qanday fikr-mulohaza taklif shaklida ifodalansa, ulardan har qanday biri ham fikr-mulohaza bo'la olmaydi.

O'zida ifodalaydigan aloqalar va belgilarning darajasiga ko'ra fikr-mulohaza yagona va umumiy bo'lishi mumkin. Anglash (bilish) ning yagona fikr-mulohazalardan umumiyliklariga qarab harakat qilishi anglash (bilish) darajasining rivojlanganlik va takomillashganligini tavsiflaydi (masalan turizm segmentini).

Xulosa chiqarish (xulosalash). Xulosa chiqarish (xulosalash) - bu, eʼlon qilingan fikr-mulohaza (havola)lardan yangi fikr-mulohazani shakllantirish (xulosaga kelish)hisoblanadi. Xulosalashdan toʻgʻri foydalanish evaziga kuzatishning imkoniyati boʻlmagan holatlar haqiqiylikining mantiqiy isboti shakllanishi mumkin.

Turizm sohasida menejer xulosa chiqarish orqali bozor holatini baholaydi, qaror qabul qiladi, uni asoslaydi.

Xulosa chiqarishning quyidagi turlari eng muhim hisoblanadi:

- *induktiv xulosalash.* Induktiv xulosalashda yagona (xususiy) dalil boʻla oladigan asoslardan umumiy xulosa chiqariladi. Xulosa chiqarishning ushbu turi asosida predmet xususiydan, yagonadan umumiygacha aniqlanadi. Turistik faoliyatga oid tadbirlarni olib borish jarayonida menejerga toʻliq boʻlmagan induksiya asosida umumlashtirish va xulosalar qilishga toʻgʻri keladi. Bozor sharoitida toʻliq hajmdagi turistik faoliyat toʻgʻrisida barcha maʼlumotlarni olishning iloji yoʻq. Chunki raqobatchilar oʻzlarining maqsadlarini yashiradilar, shu bilan birgalikda menejerning faoliyatiga vaqt boʻyicha cheklanganlik ham taʼsir koʻrsatadi. Mavjud maʼlumotlarning yetarli emasligi, baʼzan bir-biriga qarama-qarshi ekanligini ham eʼtiborga olgan holda toʻgʻri xulosalar chiqarish va umumlashtira olish qobiliyati menejer fikrlashining xarakterli jihatlaridan biri hisoblanadi.

- *deduktiv xulosalash* – bu, aniq dalil bilan umumiy holatni solishtirish hisoblanadi. Predmet umumiylikdan aniqlikgacha oʻrganiladi, ammo ushbu aniqlik (konkretlik) toʻgʻrisida yangi bilimlar bilan allaqachon boyitilganligigacha aniqlanadi. Aytaylik, turistik faoliyatga oid tadbirlarni amalga oshirilish jarayonida menejerga raqobatchilar isteʼmolchilar orasida talabgir boʻlgan eksklyuziv turistik mahsulotni targʻib qilayotganliklari toʻgʻrisida maʼlum boʻldi deylik, bu yagona dalil toʻgʻrisida malumotga ega boʻlish hisoblanadi.

Shu bilan birgalikda umumiy tajribadan ham maʼlumki, bunday harakatlar raqobatchilar tomonidan yozgi dam olish mavsumi boshlanishi oldidan amalga oshirilishi mumkin. Umumiy holatni aniq dalillar bilan taqqoslagan holda deduktiv yoʻl bilan, bunday holatda

iqtisodiy muvaffaqiyatga erishish ehtimolligining borligi to'g'risida xulosa chiqariladi.

Shunday qilib, (raqobatchi turistik mahsulotni realizatsiya qilayotganligi to'g'risidagi) yagona dalil yangi mazmunga ega bo'ladi, ya'ni u raqobatchining turistik xizmatlar bozorining ushbu segmentida faol ravishda mehnat qilishga tayyorligi to'g'risida guvohlik beradi.

Deduktiv xulosalash ilmiy tadqiqotlarni amalga oshirilishida qo'llaniladi. Turizmning yangi turlari to'g'risida, ularning qonuniyatlari to'g'risida bilimga ega bo'lish turizmning muayyan turlari va shakllarining mazmun-mohiyati borasida to'g'ri tasavvurga ega bo'lishga imkon beradi.

Induksiya va deduksiya o'zaro bog'liq bo'lib, induksiya deduksiya uchun asosli materiallarni beradi, uning obyektiv olam bilan o'zaro aloqasini o'rnatadi. O'z navbatida, deduksiya induksiyaning mustahkamlaydi va uni qo'llanish sohasini kengaytiradi.

*Transduktiv xulosalash*⁶ xususiy va umumiy xulosalarni o'z ichiga oladi. Xususiy xulosa – xususiy havoalardan, umumiy xulosa esa – umumiy havoalardan shakllantiriladi. Xulosalashning ushbu turi, qaysidir jarayonda, kuzatish yo'li bilan aniqlash mumkin bo'lmagan belgi mavjudligiga (yoki mavjud emasligiga) ishonch hosil qilish lozim bo'lganda qo'llaniladi.

Transduktiv xulosalashning xususiy holati, *analogiya* – bitta tadqiq qilinayotgan predmetning belgisini tadqiq qilinayotgan boshqa predmetga mantiqan o'tkazilishi hisoblanadi. Analogiya bo'yicha xulosalash turizm sohasiga oid ilmiy tadqiqotlarda keng qo'llaniladi. Turistik tadbirlarni amalga oshirish jarayonida menejerga, oldinlari bo'lib o'tgan shunga o'xshash vaziyatlarda qabul qilingan qarorlarni e'tiborga olib analogiya bo'yicha qaror qabul qilishga to'g'ri kelishi mumkin. Ammo bunda konkret shaklda yuzaga kelgan sharoit inobatga olinishi lozim.

⁶ *Transduktiv xulosalash* (lot. *Treductio* — o'tkazish (ko'chirish)) — asos (dalil) bo'la oladigan hukm va xulosa umumiylikning bir xil darajadagi mulohazasi hisoblanadigan yakuniy fikr, ya'ni, xulosa muayyan darajadagi umumiylik to'g'risidagi bilimlardan umumiylikning o'sha darajasidagi yangi bilimlarga qarab shakllantirilishiga aytiladi.

4.9. Tadqiqotlarda nazariy va amaliy mantiqiy fikrlashning o'рни va ahamiyati

Hal qilinishi lozim bo'lgan masalalarning yo'naltirilganligi va xarakteriga ko'ra fikrlashni nazariy va amaliy turlarga ajratish mumkin. Demak, bundan kelib chiqqan holda nazariy va amaliy fikrlash xususiyatlarini farqlash lozim bo'ladi.

Menejering, turistik biznesni o'zgaruvchan va tezkor (operativ) boshqarish uchun zarur bo'ladigan fikrlash imkoniyatlariga talabni tavsiflagan holda, nazariy va amaliy fikrlash xususiyatlarining birikishiga e'tibor qaratish muhim hisoblanadi.

Amaliy fikrlash xususiyati ega bo'lgan (mavjud) bilimlardan ijodiy foydalanish imkoniyati, ega bo'lgan (mavjud) tajribadan u yoki boshqa vazifani muayyan shart-sharoitlarda qo'llay olish qobiliyati bilan tavsiflanadi.

Nazariy fikrlash xususiyati sodir bo'layotgan jarayonlarni nazariy jihatdan fahmlash (anglash) umumlashtirish imkoniyati, ularning mohiyatini anglay olish, bir qarashda voqea-hodisalarning betartib aralashmasi bo'lib tuyuladigan voqea-hodisalar ichidan obyektiv qonuniyatlarga asoslanadiganlarini aniqlash qobiliyati bilan tavsiflanadi.

Muayyan amaliy vazifani hal qilish jarayonida kutilgan yakuniy natija to'g'risida aniq tasavvurga ega bo'lishi zarur. *Masalan, turizm sohasida xizmatlar bozori segmentida barqaror o'z o'rniga ega bo'lishi kerak.* Vazifani hal qilish usullari ushbu qat'iy shakllantirilgan maqsad va ma'lum kuch va vositalarning mavjudligi bilan belgilanadi.

Nazariy vazifani hal qilishda birlamchi maqsad ilmiy tadqiqotning umumiy yo'nalishini ko'rsatadigan muammo ko'rinishida shakllanadi.

Fikrlash xususiyatlarida farqlarning mavjud bo'lishi, amaliyotlar hamma vaqt ham nazariy jihatdan tadqiq qilishga intilishni yuzaga keltirmasligi va aksincha hamma nazariyachilar ham amaliy vazifalarni hal qila olish imkoniyatiga ega bo'la olmasliklarini ko'rsatadi.

Mutaxassislarning nazariy va amaliy fikrlashlari birligiga erishishda menejer va personalning amaliy faoliyati bilan bir qatorda ularning ilmiy tadqiqot ishida shaxsan ishtirok ishtiroklarining ta'minlanishi ham muhim ahamiyat kasb etadi.

Fikrlash jarayonining xarakteriga menejer harakat qilayotgan va fikrlayotgan vaziyat jiddiy ta'sir ko'rsatadi. Agarda u bankrotlik holatida bo'lib, o'zidagi qo'rquv holatini yenga olsa, uning psixologik va fikrlash faoliyati natijalari yuqori ahamiyatga ega bo'ladi.

Fikrlashning tezligi va ravshanligi hamda xulosalarning aniqligi sezilarli darajada oshadi. Bunday holda bankrotlik vaziyati fikrlash faoliyatining o'ziga xos kuchaytiruvchisi bo'lib xizmat qilishi mumkin.

Qarorni qabul qilish jarayonida menejer boshqaruv borasidagi ilmiy usullarga tayanadi, matematik modellashirish usullaridan va kompyuter texnikasidan foydalanadi. Bu esa vaziyatni obyektiv ravishda baholash, o'z vaqtida to'g'ri qaror qabul qilishga imkon beradi.

Hisob-kitoblar natijalari qarorning miqdoriy asosi bo'lib, tajriba, menejerning irodasi, uning keyingi vaziyatni oldindan ko'ra olgan holda hisob-kitobli harakat qila olish qobiliyati bilan to'ldiriladi.

4.10. Amaliy ko'nikmalar asosida mutaxassislar tafakkurini (fikrlashini) rivojlantirish

Turizm sohasini tadqiq qilishda amaliyotning roli uning asosida mutaxassisning hissiy va fikrlash qobiliyatlarining shakllanishidan iborat. Mutaxassislarning fikrlashi amaliy ko'nikmalarga ega bo'lishlari jihatidan rivojlanadi.

Faoliyatning har bir turi mutaxassisdan muayyan darajadagi bilimlarni, qobiliyatni, ko'nikmalarni talab qiladi. Masalan, turistik biznesni yuritish menejerdan iroda va jasoratni, tadbirkorlik va boshchilik qila olishni, ijodkorlik va tashabbuskorlikni, katta darajadagi bilim va yuqori darajadagi mahoratni talab qiladi.

Turistik biznesda taktika menejer va personalning kasbiy mahoratini takomillashtiradi: ularning zehni, ziyrakligi va ichki his tuyg'usi keskinlashadi, raqobatchilarning taktikalarini anglash darajasi to'laroq va chuqurroq bo'ladi, xo'jalik yuritish usullari yanada boyish imkoniga ega hamda turli tuman bo'ladi.

Mutaxassislarning tafakkuri (fikrlashi) tadbirkorlikni tashkil qilish va yuritish. Bozorning murakkab tez o'zgaruvchan vaziyatida korxonani boshqara olish, ish jarayonida qabul qilinayotgan qarorlarni amalga

oshirish imkoniyatini shakllantiradi. Amaliy tajriba talabchan, xolisona sudya va o'qituvchi sifatida ifodalanadi.

Amaliyotdan mohirona foydalana olish mutaxassislarda muvaffaqiyatli boshqarish sifatlari rivojini ta'minlay oladi. Tizimli ravishda shug'ullanishlar, mashqlar, treninglarni amalga oshirilishi, intruktajlarni o'tkazilishi, boshqaruv modellarini kompyuterda loyihalashtirilishi mutaxassislarning kasbiy mahoratini, fikrlashda sinchkovlikning oshirilishiga, oldindan mo'ljallash, aql-zakovatning charxlanishiga, dunyoqarashning kengaytirilishiga imkon beradi.

Turizm sohasiga oid tadbirlarni tayyorlash va o'tkazish jarayonida personalning mahoratini hisobga olgan holda ularning vazifalarini to'g'ri taqsimlash bo'yicha korxona rahbariga mas'uliyat yuklanadi. Rahbarning yuqori darajada professional qobiliyatga egaligi – muvaffaqiyat garovidir. Doimiy ravishda “mayda-chuyda” jihatlarga ham e'tibor qilgan holda personalga ehtiyotkorona rahnamolik qilish ularning ishbilarmonlik qobiliyatlarining shakllanishiga zarur yetkazishi mumkin.

Turopolereytingda kelgusi voqea-hodisalarni prognoz qila olish qobiliyati, ijodiy fikrlash, boshqaruv qarorlarini dadillik bilan qabul qila olish, mustaqil harakat qila olish, har qanday holatlarga moslasha olish va doimiy ravishda harakatda bo'lish, ijodiy tashabbuslarni yuzaga keltira olish qobiliyati kabi sifatlar zarur bo'ladi.

Turistik xizmatlar bozorida vaziyatni operativ ravishda baholash va boshqaruv qarorlarini qabul qilish muhim hisoblanadi va ular anglash (bilish)ning ilmiy usullarini asosli ravishda qo'llanilishini talab qiladi. Bu menejerlarni ilmiy tadqiqot ishlarida faol ravishda ishtirok qilishiga imkon berishi lozim bo'lgan fikrlash qobiliyatining shakllanishi muhim vositalardan biri hisoblanadi.

Ilmiy tadqiqotlarni amalga oshirish jarayonida mutaxassislar anglash (bilish)ning ilmiy usullarini o'zlashtiradilar, ularda aqliy jihatdan tahlil qilish xususiyati, raqobat sharoitida yangi usul va harakatlarni izlab topishga intilish shakllanadi.

Mutaxassislarning ijodiy fikrlashining shakllanishi – korxonani boshqarish usullarini yaxshi bilish, boshqaruv qarorlarini shakllantirish,

o'z resurslarini va raqobatchilarining moliyaviy imkoniyatlari hisob-kitobini olib borish qobiliyatiga ega bo'lishlarining natijasi hisoblanadi. Oldingi tajriba va ko'nikmalarni to'g'ridan to'g'ri ko'chirib olish kerak emas. Faoliyat jarayonida boshqaruv qarorining, hisob-kitob usulining, o'zaro ta'sir qilish tizimining berilgan variantini u yoki boshqa holatda qabul qilinishini shart qilib qo'yadigan sabablar, vaziyatlarni tanqidiy jihatdan o'rganish lozim.

Tayanch tushunchalar

Tizim, moddiy tizim, abstrakt tizim, tizimli tuzilmaviy til, butunlik, tuzilmaviylik, ierarxiklik, ko'p miqdorlilik, sinergetika, kategoriya, mazmun, shakl, butun, qism, mohiyat, hodisa, benchmarking, sabab, oqibat, zaruriyat, tasodif, imkoniyat, voqelik, umumiy, yagona, mantiqiy fikrlash, turopereyting, fikrlash, dalil, dalillarni tushuntirib berish, aynan o'xshashlik qonuni, Uchinchisini istisno qilish qonuni, inkorni-inkor qilish qonuni, mulohaza, tushuncha, xulosalash, transduktiv xulosalash, deduktiv xulosalash

O'z-o'zini nazorat qilish uchun savollar

1. Tizim deganda nimani tushunasiz va uning qanday turlarini bilasiz?
2. Turistik faoliyatda tizimli yondashuv nimani o'zida ifodalaydi?
3. Tizimning qanday xarakteristikasi eng muhim hisoblanadi?
4. Turizmida tizimning qanday xarakteristikalari umumiy deb ataladi?
5. Sinergetika nima va turistik faoliyatda tizimli yondashuv uchun uning ahamiyati qanday?
5. Mazmun va shakl kategoriyalari o'zida nimani ifodalaydi?
6. Butun va qism (bo'lak) kategoriyalari o'zida nimani ifodalaydi?
7. Mohiyat va hodisa kategoriyalari o'zida nimani ifodalaydi?
10. Sabab va oqibat kategoriyalari o'zida nimani ifodalaydi?
11. Zaruriyat va tasodif kategoriyalari o'zida nimani ifodalaydi?
12. Imkoniyat va voqelik kategoriyalari o'zida nimani ifodalaydi?
13. Umumiy va yagona kategoriyalari o'zida nimani ifodalaydi?

14. Turizm sohasidagi ilmiy tadqiqotlar jarayonida dialektika kategoriyalari metodologik funksiyalarni qanday qilib bajarishi mumkin?

15. Turizm nazariyasi va amaliyotining rivojlanishida umumiy, maxsus va yagona kategoriyalari metodologik jihatdan qanday ahamiyat kasb etadi?

16. Turistik xizmatlar sohasida tasodiflarga izoh berish mumkinmi hamda ular turistik korxonalar faoliyatiga qanday ta'sir ko'rsatishi mumkin?

17. Turistik korxona menejerlari o'z faoliyatlarida mohiyat va hodisa kabi dialektik kategoriyalardan qanday shaklda foydalanishlari mumkin?

18. Turopereytingda mantiqiy fikrlashning ahamiyati qanday?

19. Turopereytingda dalillarning ahamiyati qanday?

20. Siz mantiqiy fikrlashning qanday qonunlarini bilasiz?

21. Siz mantiqiy fikrlashning qanday turlarini bilasiz?

22. Turistik xizmatlarni tashkil etish yuzasidan qanday ilmiy muammo va gipotezalar mavjud?

23. Turizm sohasiga oid ilmiy tadqiqotlarda ilmiy tamoyillar qanday ishlab chiqiladi?

V BOB. JAHON IQTISODIYOTINING GLOBALLASHUVI SHAROITIDA TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISHNING ASOSIY TAMOYILLARI

5.1. Turistik korxonalar faoliyatini tashkil etish va turistik biznesning rivojlanish omillari:

5.2. Turistik faoliyatni tashkil qilishda ilmiy muammolar va gipotezalar

5.3. Turizm nazariyasida ilmiy tamoyillarni ishlab chiqish

5.1. Turistik korxonalar faoliyatini tashkil etish va turistik biznesning rivojlanish omillari

Turistik korxonalarning faoliyat ko'rsatish tamoyillari. Turistik korxonalar faoliyati jarayonida turizm sohasida quyidagi tamoyillar yuzaga keldi:

Faolligi va yaqqolligi (ko'rgazmaliligi) – turistik dasturlar va xizmatlarning ijtimoiy-madaniy va sog'lomlashtirishga qaratilganligi to'g'risida tasavvurga ega bo'lgan mutaxassislar va iste'molchilar faoliyati;

Tizimlilik (batartiblilik) – barcha ishtirokchilarda xo'jalik muammolarini yechish va ijtimoiy-madaniy faoliyat uchun ishonch va zarurlikni hissini shakllantira oladigan turistik faoliyatga oid tadbirlarning muntazamligi;

Shaffoflik va hammaboplik – turistik dasturlar va xizmatlar to'g'risidagi ma'lumotlarning to'liqligi va hammabopligi;

haqqoniylik – xizmatlar iste'molchilari bilan ularni taqdim qiluvchilar o'rtasida tuzilgan shartnomalarni bajarishning majburiyiligi, munozarali masalalarning sud va arbitrajlarda ko'rib chiqilishi;

iqtisodiy samaradorligi – xizmatlarni sifatli taqdim qilinishi evaziga turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxonalar vakillari tomonidan daromad olinishi

Turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxonalarning turistik faoliyatini amalga oshirilishida menejerlarning quyidagi yo'nalishdagi ko'nikmalari korxona faoliyatini samarali amalga oshirilishida muhim ahamiyat kasb etadi: *iqtisodiy-matematik va tizimli tahlilni olib borish; turistik korxona faoliyatini samarali amalga oshirish maqsadida prognozlashtirish, modellashtirish, ekspert baholarini berish va olingan natijalardan foydalanish bo'yicha qarorlar qabul qilish; xato va kamchiliklar yuzasidan ogohlantirish va ularni bartaraf qilish*

maqsadlarida xodimlarga psixologik ta'sir o'tkazish; o'z faoliyatini samarali va oqilona bajarib kelayotgan xodimlarni rag'batlantirish.

Turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxonaga quyidagicha talablar taqdim qilinadi: barcha xodimlarga mehnat faoliyati uchun qulay shart-sharoitlarni yaratish; malakali mutaxassislarni jalb qilish; turistik tadbirlar o'tkazilish tartibini belgilash (reglamentlash); maxsus dasturlar bilan ta'minlash; bitimlar tuzish va xizmatlar to'lovini o'z vaqtida amalga oshirib borish va h.k.

O'z faoliyatini tashkil qilish uchun turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxona quyidagi chora-tadbirlarni amalga oshiradi: rejalashtirish; malakali mutaxassislarni tayyorlash; moddiy-texnik va moliyaviy ta'minot; nazorat va audit; axborot ta'minoti va reklama; tadqiqotlarni amalga oshirish; tibbiy, sanitar va gigienik ta'minot; yakuniy natijalarni xulosalash (buxgalteriya hisobi, statistika, hisobot).

Turistik xizmatlar sohasida tadbirlarni tashkil qilish va amalga oshirish jarayonida quyidagi omillarni inobatga olish lozim:

✓ bozor tasnifi va infratuzilmasini – tovar va xizmatlar, mehnat va kapital, fond bozorlari, nou-xou bozorlari; turistik mahsulot va xizmatlarning muayyan xajmiga va narxlariga nisbatan talab va taklif; turistik dasturlarni realizatsiya qilish imkoniyatlari;

✓ mintaqaviy, mahalliy-etnik, konfessiyalarga xos va boshqa an'analar;

✓ turistik mahsulot narxini shakllantirilishi va targ'ib qilinishi bo'yicha sarf-harajatlar; tarmoq turiga ko'ra – bir rejali yoki turli xil rejali; savdo xarakteriga ko'ra – ulgurji yoki chakana; turoperatorlar tomonidan taqdim qilinayotgan ishlar, tovarlar va xizmatlar miqdori va sifati;

✓ bitimlarning mamlakat qonunchiligiga muvofiq ravishda tuzilishi;

✓ turistik xizmatlar sohasiga oid tadbirlarni o'tkazish xavfsizligining ta'minlanganligi va h.k.

Turistik biznesni rivojlantirish omillari. Turistik biznesning rivojlanishi quyidagi omillar bilan belgilanadi (5.1.1- jadval):

5.1.1- jadval

Turistik biznesni rivojlantirish omillari

<i>Omilar</i>	<i>Turistik biznesni rivojlantirish omillari tavsifi</i>
<i>ijtimoiy omillar</i>	bandlik va ishsizlik darajasi, turistik korxonaning ishbilarmonlik obro'si, turli xil kateoriyaga xos mutaxassislarning statuslari;
<i>texnik omillar</i>	ishlar, tovar va xizmatlarga talab yuzasidan takliflar; malakali menejerlar va xizmat ko'rsatuvchi personallarning mavjudligi;
<i>moliyaviy omillar</i>	talab va taklif bozorining konyunkturasi; soliq va soliqa tortish tizimining holati; narx siyosati; hokimiyat organlari tomonidan turistik faoliyatni moliyaviy jihatdan boshqarishning xususiyatlari;
<i>siyosiy omillar</i>	tegishli organlar tomonidan mamlakatda turizmni rivojlantirish muammosini byudjetning muhim daromad moddasi sifatida ko'rib chiqish; hokimiyatning barcha darajalarida turizm sohasini qo'llab-quvvatlanishi;
<i>huquqiy omillar</i>	turistik faoliyatni tartibga soluvchi me'yoriy-huquqiy asoslarning rivojlantirilishi va takomillashtirilishi; turistik faoliyatga oid ishlar, tovarlar va xizmatlarni litsenziyalash, sug'urtalash, sertifikatlash, standartlashtirish bo'yicha me'yoriy aktlarning hisobi.

Turizm sohasidagi ishlar, tovarlar va xizmatlar narxlarining shakllanishiga ta'sir qiluvchi omillar quyidagilar hisoblanadi (5.1.2- jadval):

5.1.2- jadval

Turizm sohasidagi ishlar, tovarlar va xizmatlar narxlarining shakllanishiga ta'sir qiluvchi omillar

<i>Omilar</i>	<i>Turizm sohasidagi ishlar, tovarlar va xizmatlar narxlarining shakllanishiga ta'sir qiluvchi omillar tavsifi</i>
<i>xalqaro darajadagi omillar</i>	turistik xizmatlar jahon bozorining holatiga mamlakatlar siyosiy va iqtisodiy holatining ta'siri; valyutalar kursining o'zgarishi; xalqaro tashkilotlarning qonunchilik aktlari; raqobatbardoshlik;
<i>davlat darajasidagi omillar</i>	mamlakatning iqtisodiy holati; milliy, konfessiyalarga, qonunchilikka oid va boshqa aktlar;
<i>maxalliy darajadagi omillar</i>	turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxonalarning geografik joylashgan joyi; personalning o'z sohasining yetuk mutaxassisi ekanligi va uning mehnatiga haq to'lashning

	ahvoli; maxalliy hokimiyat organlari bilan o'zaro munosabatlarning; iste'molchilar, ishlab chiqaruvchilar, vositachilar tomonidan turizm sohasining rivojlanish holatiga ta'sirining o'ziga xos jihatlari
--	---

Turistik faoliyatni faqat turizm to'g'risidagi xalqaro, davlat, mintaqalar va mahalliy me'yoriy-huquqiy aktlar doirasida samarali ravishda rivojlantirish mumkin.

Turistik faoliyatga xos tadbirlarni amalga oshiruvchi subyektlar o'rtasidagi o'zaro munosabatlar.

Turistik biznesda turistik faoliyatga xos tadbirlarni amalga oshiruvchi subyektlar o'rtasida quyidagicha o'zaro munosabatlar shakllanadi:

Turistik mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqaruvchilar (turoperatorlar)ga quyidagi talablar qo'yiladi: bozorga sertifikatlashgan turistik mahsulotni taqdim qilish; kelishuv shartnomalarida belgilangan muddatlarda ishlar, tovarlar va xizmatlarni sifatli darajada bajarish (taqdim qilish); xizmatlar bozorida ishbilarmonlik obro'-e'tiboriga ega bo'lish; iste'molchining talabini qondiruvchi narxlarni belgilash; bajarilgan ishlar, ishlab chiqarilgan tovarlar va xizmatlarni realizatsiya qilish evaziga iqtisodiy foyda olish.

Iste'molchi (buyurtmachi) turoperatorlar tomonidan bajarilgan ishlar, realizatsiya qilingan tovarlar va xizmatlarning sifatidan, shartnomada belgilangan muddatlarda bajarilganligidan, bajarilgan ishlar, realizatsiya qilingan tovarlar va xizmatlar uchun sarflangan sarf-xarajatlarning optimal darajasidan qoniqishi lozim.

Vositachilar (turistik faoliyatga oid tadbirlarning tashkilotchilari, ommaviy axborot vositalari, fondlar, moliya-kredit tashkilotlari, banklar): ishlar, tovarlar va xizmatlar to'g'risida iste'molchilar va turoperatorlarni obyektiv ravishda ma'lumot bilan ta'minlashlari, xizmatlar bozorida ishbilarmonlik obro'-e'tiboriga ega bo'lishlari, taqdim qilingan xizmatlar evaziga iqtisodiy foyda olishlari kerak.

Turistik korxonalar xodimlarining faoliyati shakllantirilishi va iste'molchilarga o'z mahsulotlarining realizatsiya qilinishi bo'yicha mamlakat iqtisodiyotining rivojlantirilishiga imkon beradi.

Turist, turistik korxona xodimlari mehnatidan foydalanib va uning uchun haq to'lab o'zining ijtimoiy-madaniy va sog'lomlashtirishga doir ehtiyojlarini realizatsiya qiladi.

Turistik mahsulotning undan xizmatlar iste'molchilari tomonidan foydalanishlari uchun asosiy unsurlari turistik transport vositalari; joylashtirish vositalari; ovqatlanishni tashkil qilish va h.k.lar hisoblanadi.

5.2. Turistik faoliyatni tashkil qilishda ilmiy muammolar va gipotezalar

Turizm sohasi to'g'risidagi ilm-fanda fundamental va amaliy muammolarni hal qilish. Turizm sohasi to'g'risidagi ilm-fan o'zida fundamental va amaliy ilm-fanga xos sifatlarni uyg'unlashtirgan holda ifodalaydi.

Fundamental ilm-fanga doir quyidagi sifatlarni keltirib o'tishimiz mumkin, jumladan: zamonaviy turistik biznesning yangi qonuniyatlarini aniqlash, turizmning yangi turlarini rivojlantirish, qonunlarning ta'sir qilish mexanizmini, ularning turizm sohasidagi amaliy faoliyatga talablarini ochib berish, turizm sohasining iqtisodiy samaradorligi mezonlarini aniqlash va h.k.

Amaliy ilm-fanga doirlari sifatida, amaliyot ehtiyojlari, tuproqreyingni takomillashtirish, turistik mahsulotni shakllantirish, uning narxini shakllantirishning va xizmatlar bozorida turistik mahsulotni targ'ib qilishni maqsadga muvofiq usullarini topish kabilarni keltirib o'tishimiz mumkin.

Turizm sohasi rivojlanishining turli bosqichlarida fundamental va amaliy ilmiy muammolarni shakllantirilishi va hal qilinishi turli xil bo'lishi mumkin. Ijtimoiy-iqtisodiy vaziyat va moddiy-texnik vositalar o'zgarishlari mavjud emasligi bilan xarakterlanadigan turizm sohasining evolyutsion rivojlanish davrida amaliy ilm-fan muammolari kattaroq ahamiyatga ega bo'ladi. Ushbu qonuniyat, oldindan ma'lum bo'lgan turizm qonuniyatlarining o'z mazmunini saqlashi lozimligini shart qilib qo'yadi.

Ijtimoiy va ilmiy-texnik taraqqiyot tufayli yuzaga kelgan turizm sohasidagi sifat o'zgarishlari davrida, turizm sohasi to'g'risidagi ilmfanda birinchi o'ringa fundamental ilm-fan muammolarini qo'yadi. Ularni hal qilmasdan amaliy ilm-fan muammolarini ham muvaffaqiyatli yechishning imkoniyati yo'q.

Ilmiy muammoni shakllantirishning sharti turistik dam olishga bo'lgan ehtiyojlar va fuqarolarning farovonligi, yangi fundamental bilimlarga bo'lgan ehtiyojlar va ularning yetarli emasligi o'rtasida obyektiv ravishda yuzaga keladigan qarama-qarshiliklar hisoblanadi. Ilmiy muammolarni shakllantirish va ularni yechish zarurligini keltirib chiqaruvchi shartlar muammoli vaziyat sifatida xarakterlanadi.

Turizm sohasida ilmiy muammoni belgilash. Ilm-fanda, xususan turizm sohasi bo'yicha ilm-fanda ilmiy muammoni qo'yilish sharti yangi bilimlarga bo'lgan ehtiyojni anglash orqali paydo bo'ladi. Bu muammo yangi bilimlarni olish va ularga ega bo'lishning muayyan usullari bilan bog'liq. Masalan, turizmning yangi turlarining rivojlanishi ilm-fan oldiga – ushbu faoliyat sohasida tadbirkorlikni yuritishning eng samarali usullarini aniqlash, turistik korxonani ishonchli va barqaror boshqarilishini ta'minlash kabi muammolarni qo'yadi. Bunday ko'rinishda shakllantirilgan asosiy muammo tadqiqot faoliyatining umumiy yo'nalishini ko'rsatib beradi.

Qo'yilgan muammoni yechish uchun tadqiqot faoliyatining dastlabki, shu muammoga yaqin va keyingi bajarilishi lozim bo'lgan vazifalari shakllantiriladi. Tadqiqotning dastlabki, shu muammoga yaqin vazifasi, qo'yilgan muammoni yechish uchun zarur bo'ladigan dastlabki haqiqiy ma'lumotlarni olishdan iborat. Dastlabki, shu muammoga yaqin vazifalar sifatida turizmning mazkur turi bo'yicha, xizmatlar bozorining mazkur segmentida samarali boshqaruvni tashkil qilish, yuzaga kelishi mumkin bo'lgan risk, raqobatlashish imkoniyatlari to'g'risida bilimlarga ega bo'lishdan iborat.

Tadqiqotning keyingi vazifalari savollar ko'rinishida shakllantiriladi hamda ularning javoblari muammoni to'laligicha yechish imkoniyatini beradi. *Masalan*, fuqarolarning individual ehtiyojlarini inobatga olgan holda turistik xizmatlar assortimentini u

yoki boshqa ehtimoliy holatda qanday usulda shakllantirish; buning uchun qanday resurslar talab qilinadi; qanday texnologiyalar (protseduralar va operatsiyalar) va qanday ketma-ketlikda amalga oshirilishi kerak.

Shakllantirilgan ilmiy muammo o'zida muammoning asosiy savolini, tadqiqot predmetini, tadqiq qilinishi lozim bo'lgan, muayyan miqdordagi xususiy savollar ko'rinishida taqdim qilinadigan dastlabki va keyingi vazifalarni ifodalaydi.

Ilmiy muammoning muvaffaqiyatli yechimi ko'p jihatdan; ushbu muammoning qo'yilishi va hal qilinishi zarurmi, u amaliy yoki nazariy jihatdan ehtiyojga egami, ilm-fan rivojining hozirgi darajasida ushbu muammoni yechishning imkoniyati mavjudmi kabi masalalar bilan o'zaro bog'liq jihatlariga ega bo'lgan uning haqqoniyligi darajasiga bog'liq bo'ladi.

U yoki boshqa ilmiy muammoning qo'yilish va yechish zaruriyati turistik xizmatlar sohasi amaliyoti ehtiyojlari bilan belgilanadi. Muammoni shakllantirishda uning hal qilinishi turistik biznesni yuritish samaradorligini oshirilishiga qanday darajada imkon berishi mumkinligini aniqlash zarur. Bunday holatda uning amaliy ahamiyati o'sha vaqt oralig'ida nazarda tutilmagan bo'lishi mumkin.

Muammoning yechimi ilmiy tadqiqot jarayonida amalga oshiriladi.

Qoidaga muvofiq ravishda yechilayotgan muammolarning noaniqlik unsurini to'laligicha bartaraf qilishning iloji yo'q. Bu tadqiqot faoliyatining taniqli noaniqlik darajasini xarakterlaydi. Bu uning, sinalgan bilimlarni realizatsiya qilinishi bilan bog'liq bo'lgan faoliyatning boshqa turlaridan farqlaydigan belgilaridan biri hisoblanadi.

Turizmning turi to'g'risidagi ilmiy muammo ilmiy anglash (bilish)ning dastlabki shakli hisoblanadi. Uning hal qilinishi, real voqelik dalillarining aniqlanishi, tushuntirib berilishi va umumlashtirilishi, nazariy jihatdan bilish (anglash) ning Empirik asosi sifatida ilmiy dalillarga ega bo'lish murakkab ilmiy tadqiqot ishining dastlabki bosqichi hisoblanishini nazarda tutadi.

Turizm sohasiga oid ilm-fanda gipotezalar. Gipoteza ilmiy faraz (gumon) sifatida o'zida obyektiv olamning barchaga ravshan bo'lgan qonuniyatlarini hisobga olgan haqiqiy ma'lumotlar bilan asoslangan yangi bilimning ehtimolligini ifodalaydi. Uni ishlab chiqilishi ilmiy tadqiqotning muhim bosqichlaridan biri hisoblanadi.

Olimning turizm sohasiga oid ilm-fanning ichki mantiqiy jihatlariga va ilmiy tadqiqot ehtiyojlariga javob bera oladigan ilmiy gipotezalarni yarata olish qobiliyati uning ijodiy qobiliyatlarini ko'rsatkichlaridan biri hisoblanadi.

Turizm sohasining ilm-fan sifatidagi rivojining xususiyati ilmiy gipotezalarning zarurligini shart qilib qo'yadi, ularni shakllantirish va asoslashning xususiyatlarini belgilab beradi.

Turizm sohasining moddiy-texnik ta'minotidagi, mamlakat ijtimoiy holati xususiyatlaridagi sifat o'zgarishlari turizm biznesini yuritish bo'yicha yangi qonuniyatlarning yuzaga kelishini, qonunlarning yangi shakllarining namoyon bo'lishini shart qilib qo'yadi. Ularni anglash (bilish) ilmiy tadqiqotlarning muhim vazifasini tashkil etadi va yangi ilmiy muammolarning yuzaga kelishini belgilab beradi. Ularni hal qilishning birlamchi shakli faqat ilmiy gipoteza bo'lishi mumkin.

Gipotezaning paydo bo'lishi egallangan bilimlar chegarasidan chiqib ketilishini o'zida ifodalaydi. Yangi anglash (bilish) ning birlamchi shakli odatda bu ko'pincha intuitiv ravishda (intuitsiya yordamida) yuzaga keladigan faraz (taxmin) hisoblanadi. Gipotezalarni shakllantira olish qobiliyati tadqiqotchining ijodiy fikrlay olishining muhim jihatlaridan biri hisoblanib, uning dunyoqarashining kengligi, sinchkovligi va ziyrakligi (kuzatuvchanligi) to'g'risida guvohlik beradi. Gipoteza, mavjud bilimlarning yetarli emasligini angalan holda yangilariga ehtiyojning paydo bo'lishi natijasida yuzaga keladi. Uni yuzaga kelishining tasodifiy bo'lib tuyulishi mulohazalashning natijasi sifatida qaraladi.

Ilmiy tadqiqot jarayonida har biri mantiqiy asoslashga duchor bo'ladigan, bir qancha har xil gipotezalar yuzaga kelishi mumkin.

Eng real gipotezalarni tadqiqotchi asosida Empirik va nazariy materiallar o'rganiladigan ishchi gipotezalar sifatida qabul qiladi. Tahlil

jarayonida ishchi gipoteza yo rad etiladi, yo (yoki) agarda uni qabul qilinishining katta ehtimollik darajasi aniqlansa, muammoning bo'lishi mumkin bo'lgan yechimi (gipoteza – taxmin) to'g'risidagi eng ko'p mos kelishi mumkin bo'lgan ehtimoliy taxmin kabi ilmiy gipotezaning yadrosiga aylanadi.

Gipoteza-taxmin, hali ishonchli izohga erishilmagan holatda va bo'lishi mumkin bo'lgan ehtimolliklardan birontasi ilgari surilganda, predmet to'g'risidagi bilim darajasini aks ettirishi lozim. Masalan, agarda oyga sayohatlarni tashkil etish imkoniyati to'g'risida taklif berilsa, u kosmik parvozlar tajribasi asosida, nazariy hisob-kitoblar asosida ham olingan kosmik kemalar xarakteri, vaznsizlik sharoitlarida yashash va ovqatlanish to'g'risida bilimlar darajasini aks ettirishi lozim. Bunday shakldagi takliflarni ilgari surish uchun, ushbu taxminni haqiqatga aylantirish uchun ko'pchilik mamlakatlarning iqtisodiy, ilmiy-texnik va ma'naviy-ijtimoiy salohiyati to'g'risida bilimga ega bo'lish lozim.

Gipoteza-taxminlarga qo'yiladigan talablardan biri uni eksperiment qilib ko'rish (tajriba o'tkazish) yoki nazariy jihatdan tekshirib ko'rish imkoniyati hisoblanadi. Turopereytingning xarakteri to'g'risidagi gipoteza-taxminlarning ko'pchiligini eksperiment o'tkazish orqali tekshirishning iloji mavjud emas. Bu, xususan, oyga sayohat uyushtirish to'g'risidagi taxminlarni ko'rib chiqishga ham tegishlidir. Bu savolga yakuniy javob faqatgina ushbu taxminning realizatsiya qilinishigina, ya'ni yer shari atrofida kosmik sayohatlar turistik maqsadda intensiv ravishda amalga oshirila boshlagandan keyingina berilishi mumkin.

Bu kabi ilmiy gipotezalar turistlarning oyga sayohati boshlanmaguncha tekshirib bo'lmazligini bildiradi. Bunday tekshirib ko'rishlarning vositasi, kosmik sayohatlarni amalga oshirish to'g'risidagi taxminlardan kelib chiqadigan, parvozlarni amalga oshirish mumkinligiga, ularning ehtimoliy oqibatlariga tegishli bo'lgan nazariy hisob-kitoblar hisoblanadi.

Gipoteza-taxminlarni shakllantirilishida ularni tekshirib ko'rish imkoniyati mavjud bo'lishi lozimligiga e'tibor qaratish lozim. Tekshirib bo'lmaydigan taxminlar xayoliy (fantaziyaga xos) deya qaraladi va

tadqiqotchi tomonidan foydalanilmaydi. Gipotezada tarkibida bo'lgan taxminlar o'zlarining ehtimoliy xarakterlariga ko'ra ularni boshqalari bilan almashtirilish imkoniyatini istisno qila olmaydi.

Gipoteza-taxminlar amaliy va nazariy jihatdan asoslangandan so'ng, ular sabab-oqibatlarini aniqlash va ularni tahlil qilish yo'li bilan yana qaytadan keyingi tekshirishdan o'tkaziladi. Ehtimoliy sabab-oqibatlarning puxta tahlil qilinishi tahlil qilinayotgan taxminni tasdiqlashga yordam beradi hamda unga aniqliklar kiritadi. Tadqiqotning ushbu bosqichida odatda, mustaqil tadqiqot predmeti bo'lishi mumkin bo'lgan yangi muammolar paydo bo'ladi.

Gipotezaning izchil rivojlantirilishi natijasida tadqiqot muammosini hal qilish ehtimolligi yuqori darajada bo'lgan bilimlar tizimi yaratiladi. Ilmiy gipotezaning yanada rivojlantirilishi uni nazariyaning tarkibiy elementiga aylantirish jarayoni hisoblanadi. Uning haqqoniyligi amaliyotda qo'llanilishi orqali isbotlanadi.

5.3. Turizm nazariyasida ilmiy tamoyillarni ishlab chiqish

Turizm nazariyasining shakllantirilishi. Turizm nazariyasining shakllantirilish tamoyili turistik biznes yo'nalishining obyektiv yo'nalishini mantiqiy jihatdan qayta ishlab chiqilishi hisoblanadi. *Masalan*, turizmning alohida turining nazariyasi (masalan kosmik turizm yoki taymsher) mantiqiy shaklda tijorat turizm faoliyatini tayyorlash va yuritilish uzviyligini aks ettiradi. Turizm nazariyasining shakllantirilishi uning amaliy jihatdan foydalanilish maqsadi bilan belgilanadi. Turistik biznesning xizmatlar bozori segmentidagi qonuniyatlari turistik mahsulotni tayyorlash va realizatsiya qilishning turli xil bosqichlari xarakteristikalarini orqali ochib beriladi.

Turizm nazariyasi unda aks ettiriladigan tadqiqot obyektining o'zgartirilishiga, u to'g'risidagi bilimlarni chuqurlashtirilishiga va aniqlik kiritilishiga muvofiq ravishda rivojlanadi, takomillashadi. Turizm nazariyasining rivojlanishiga mutaxassislarning amaliy faoliyatining takomillashtirilishi ta'siri ostida obyektning o'zida o'zgarishlarga ega bo'linishi katta ta'sir qiladi, ammo turizm nazariyasi qanchalik darajada tadqiqot obyektini to'liq ochib bermasin, hech

qachon uning aniq aksi hisoblanmaydi. Shuning uchun har doim nazariya va uning obyekti o'rtasida qarama-qarshilik mavjud bo'ladi.

Turizm sohasida ilmiy tadqiqotlarni amalga oshirishdan kutiladigan maqsad nafaqat uning qonunlarini ochib berishdan, shu bilan birgalikda ularning harakat mexanizmlarini asoslash, turizmning zamonaviy rivojlanish bosqichida ularning namoyon bo'lishlarining muayyan shakllarini yuzaga chiqarish, amaliy faoliyat jarayonida o'rganilgan qonuniyatlardan samarali foydalanish bo'yicha tavsiyalar sifatida turizm nazariyasida keltiriladigan tamoyillarni shakllantirilishidan ham iboratdir.

Turizm nazariyasining asosida korxonalarni turistik faoliyatni yuritishga tayyorlash tamoyillari yotadi. Bunday tamoyillarga quyidagilar tegishli hisoblanadi, masalan, xizmatlar iste'molchilariga sifatli xizmat ko'rsatish tamoyili, turistik sayohatlar paketi baholarining hamyonbopligi tamoyili, taqdim qilingan dam olishdan qoniqish tamoyili, taqdim qilingan xizmatlar evaziga daromad olish tamoyili va h.k.

Turizm to'g'risidagi ilm-fan tamoyillari. Ilmiy bilimlar doimiy ravishda rivojlantiriladi va takomillashtiriladi. Shuning uchun ham turizm nazariyasining ba'zi tamoyillari tarixiy ilm-fan boyligiga aylanadi, boshqalari esa mazmun-mohiyat bilan to'ldiriladi, oldin noma'lum bo'lgan yangilari yaratiladi. Turizm to'g'risidagi ilm-fan tamoyillarining shakllantirilishi – ilmiy tadqiqotning eng muhim bosqichlaridan biri hisoblanadi.

“Tamoyil” tushunchasi (*lot. - asos, boshi, boshlanish joyi, nuqtasi, manbai*) turistik faoliyatda aniq bir xil ma'noga ega emas. Ba'zi bir holatlarda “tamoyil” deganda, turizm va turizm amaliyoti to'g'risidagi ilm-fan rivojining umumiylik bilan tasdiqlangan, aksioma ahamiyati darajasiga ega bo'lgan, ilmiy nazariyaning muhim nizomlaridan biri sifatida tushuniladi. Turizm sohasida bunday tamoyillar – umumiy o'zaro bog'liqlik tamoyili, rivojlanish tamoyili, olamning moddiylik tamoyillari hisoblanadi.

Boshqa holatlarda turistik faoliyatda “tamoyil” tushunchasi anglashga (bilishga) talab sifatida, turizmdagi amaliy faoliyatga uning barcha imkoniyatlari va ko‘rinishlariga talab sifatida ham qo‘llaniladi.

Turizm to‘g‘risidagi ilm-fan tamoyillari – bular amaliy turistik faoliyatga umumiy, asos sifatida qaraladigan talablar hisoblanadi. Shunday qilib, tamoyillar turistik sayohat paketlarini to‘liq realizatsiya qilish, turistik korxona faoliyati va uning yuqori darajadagi imijini shakllantirish to‘g‘risidagi ishonchli ma’lumotlar, biznes-rejani majburiy shaklda bajarilishi, personal malakasini tizimli ravishda oshirib borish, turistik korxona faoliyatining uzviyligini ta’minlash ham mumkin.

Ilmiy tamoyillarning ishlab chiqilishi – bu murakkab, kamroq darajadagi bilimdan to‘liqroq darajadagi bilimga ega bo‘lishga qarab intiladigan o‘ziga xos ziddiyatli jarayon hisoblanadi. Turizm sohasida tamoyillarni birvarakayiga, mutlaq yakuniy qiymatga ega bo‘lgan shaklda shakllantirilishini talab qilish bema’nilik bo‘lgan bo‘lar edi. Turistik nazariyaning rivojlanish jarayoni – bu turistik biznesni tayyorlash va yuritish tamoyillarini oydinlashtirib olish va konkretlashtirishga qaratilgan ijodiy jarayon hisoblanadi. Ilmiy tamoyil qanday talablarga javob berishi lozimligini aniqlab olish muhim hisoblanadi.

Turizm to‘g‘risidagi ilm-fan tamoyillariga boshlang‘ich talablar shundan iboratki, ya’ni bunda ularga rioya qilinishi amaliyotda ko‘proq iqtisodiy samara berishi kerak. Bunday umumiy talab konkretlashtirishga muhtoj bo‘ladi.

Turizm to‘g‘risidagi ilm-fan tamoyillarining ishlab chiqilishi, ularni shakllantirilishi murakkab ish hisoblanadi. Turizm to‘g‘risidagi ilm-fan tamoyili, agarda u quyidagi talablarga javob bergan holatdagina haqiqatan ilmiy jihatdan asoslangan hisoblanadi, jumladan:

1) turistik faoliyat jarayonlarining hamda ularning muayyan vaziyatda namoyon bo‘lishlarining obyektiv rivojlanish va amal qilish qonunlarini aks ettirsa;

2) Amaliy turistik faoliyat maqsadlari va vazifalariga muvofiq bo‘lsa.

Ko'proq darajada ijtimoiy rivojlanish qonunlariga mos keladigan tamoyillar - turizmning ilmiy tamoyillari hisoblanadi.

Turizm to'g'risidagi ilm-fan tamoyillari turistik biznesni amal qilish va rivojlanish obyektiv qonuniyatlariga muvofiq bo'lishi lozim.

Turizm to'g'risidagi ilm-fan tamoyillari o'z mazmun-mohiyatida nafaqat turistik biznes qonunlarining umumiy talablarini aks ettirishi lozim, shu bilan birgalikda bunday vaziyatlarda ularni namoyon bo'lishlarining o'ziga xos shakllarini ham inobatga olishlari lozim.

O'z biznesingizni faqat bitta faoliyat turiga ham qaratishingiz mumkin, masalan, diniy turizmga. Bu jarayon ko'pgina shart-sharoitlarga va omillarga bog'liq bo'lishi mumkin. Uni xizmatlar bozoridagi targ'iboti ishbilarmonlik turizmining targ'ibotiga nisbatan umuman boshqacha tarzda kechadi. Shuning uchun ham, namoyon bo'lish shakllari va qonuniyatlarini aks ettiruvchi tamoyilning mazmun-mohiyati ham turli xil bo'ladi.

Turizm to'g'risidagi ilm-fan tamoyillari turistik amaliyotning o'ziga xos tomonlarini aks ettiradi. Ularning shakllanishida, obyektiv voqelik bo'ysundirilgan qonunlar, maqsadlar va vazifalarning talablari o'z aksini topishi kerak. Agarda turizmning maqsadlari obyektiv voqelikka muvofiq bo'lsa, turistik xizmatlar bozorining real rivojlanish tendensiyalarini aks ettiradi, muayyan vaziyatni aniq inobatga oladilar. Buning natijasida ushbu maqsadlarni hisobga olgan holda shakllantirilgan tamoyillar ham bexato hamda ilmiy bo'ladi. Aksincha holatda tamoyillar yolg'on, subyektiv, ilmga asoslanmagan qoida va talablarga aylanib qoladi.

Turizm to'g'risidagi ilm-fan tamoyillarining amaliyot maqsad va vazifalariga bog'liqligini mos ravishdagi qonuniyatlar belgilab beradi. Bu bog'liqlik ularning turizm to'g'risidagi ilm-fan qonunlariga nisbatan katta ta'sirchanligini aniqlab beradi.

Tamoyillar turistik biznes qonunlarining, odatda turistik xizmatlar ko'rsatuvchi turistik korxonalar oldiga qo'yiladigan davlat, jamiyat, iqtisodiy, xalqaro darajadagi va strategik ahamiyatga molik vazifalarning namoyon bo'lish shakllariga bog'liq bo'ladi.

Tamoyillar amaliy faoliyatning umumiy yo'nalishlarini ko'rsatib beradi, ammo muayyan muammoning yechimi hisoblanmaydi.

Turistik biznesni yuritish – o'ziga xos "san'at" ekanligini inobatga olish kerak.

Turistik tadbirlar ularning muayyan shaklda namoyon bo'lishlarida umumiy jihatlar bilan birgalikda, individual xususiyatlarga ham ega bo'ladilar. Turistik ilm-fan tamoyillaridan foydalanishda u yoki boshqa amaliy vazifalarni hal qilishda ta'sir qilish usullarini erkin ravishda tanlash imkoniyatini berish zarur.

Turizm to'g'risidagi ilm-fan tamoyillari turistik korxona mutaxassislari faoliyatining umumiy yo'nalishlarini tavsiflaydi, turizmning muayyan turlarining mazmun-mohiyati to'g'risida asos bo'la oladigan ko'rsatmalarni beradi. Turistik faoliyatning muayyan turida qo'llash mumkin bo'lgan turistik faoliyatga oid bilimlarning muayyan shakllariga zaruriyat mavjud bo'lib, ilmiy bilimlar bunday shaklda darslik, o'quv qo'llanmalar, monografiyalar, dissertatsiya ishlari, hamda me'yoriy-huquqiy hujjatlar orqali ifodalanadi.

Turizm to'g'risidagi ilm-fan tamoyillari nazariyaning dastlabki holatlari hisoblanadi.

Ilmiy muammolarni qo'yishdan to nazariy bilimlarni realizatsiya qilish tamoyillarini ishlab chiqishgacha bo'lgan ilmiy tadqiqot, ilmiy bilimlarni rivojlantirish jarayonlari turizmga oid nazariyalarning, nazariy bilimlarni rivojlantirishning Empirik asoslarini yaratishning ilmiy usullari, dialektikasi asosida amalga oshiriladi.

Tayanch tushunchalar

Faollik va yaqqollik tamoyili, tizimlilik tamoyili, shaffoflik va hammaboplik tamoyili, haqqoniylik tamoyili, iqtisodiy samaradorlilik tamoyili, ijtimoiy omillar, texnik omillar, moliyaviy omillar, siyosiy omillar, huquqiy omillar, xalqaro darajadagi omillar, davlat darajasidagi omillar, mahalliy darajadagi omillar, ilmiy muammo, gipoteza, turizm sohasida ilmiy muammoni belgilash, turizm nazariyasi, tamoyil

O'z-o'zini nazorat qilish uchun savollar

1. Turistik korxonalar faoliyat tamoyillari qanday?
2. Faollik va ko'rgazmalilik tamoyillari o'zlarida nimani ifodalaydi?
3. "Iqtisodiy samaradorlik" nima?
4. Turistik biznesni rivojlantirishning qanday omillarini bilasiz?
5. Turizmga oid tadbirlarda subyektlar o'rtasidagi o'zaro munosabatlar qanday shakllanadi?
6. Turizm sohasida fundamental va amaliy ilmiy muammolar qanday hal qilinadi?
7. Turizm sohasini ilmiy jihatdan tadqiq qilishda gipoteza qanday ahamiyatga ega?
8. Turizmning turlaridan birida ilmiy gipotezani qanday shakllantirish mumkin?
9. Turizm nazariyasining shakllanish tamoyillari nimalardan iborat?
10. Turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxonalar iqtisodiy-huquqiy faoliyatini takomillashtirishga qanday qonuniyatlar xos?
11. Turistik mahsulotni realizatsiya qilishda qanday usullardan foydalaniladi?
12. Turizm to'g'risidagi ilm-fanda "muammoli vaziyat" tushunchasi nimani anglatadi?
13. Ilmiy anglash (bilish) obyekti sifatida turizm sohasining o'ziga xos xususiyati nimalardan iborat?
14. Turizm to'g'risidagi ilm-fanda qanday tamoyillardan foydalaniladi?

VI BOB. TURISTIK FAOLIYATGA OID ILMIY TADQIQOTLARDA UMUMILMIY USULLARNI QO‘LLANILISHI

- 6.1. Turistik faoliyatga oid ilmiy tadqiqotlarda umumilmiy usullar va ularni qo‘llashning ahamiyati
- 6.2. Turistik faoliyatda tahlil va sintez usullari
- 6.3. Eksperiment amaliy tadqiqot usuli sifatida
- 6.4. Turistik biznesning potensial imkoniyatlarini anglash (bilish) usullari
- 6.5. Turistik faoliyatga oid ilmiy tadqiqotlarda tarixiylik, mantiqiylik va ekspert baholash usullarining qo‘llanilishi
- 6.6. Turistik faoliyatda amalga oshiriladigan ilmiy tadqiqotlarda xususiy usullarning qo‘llanilishi
- 6.7. Turistik korxona xodimlarini metodik jihatdan tayyorlashning ahamiyati
- 6.8. Modellashtirish turizm sohasidagi real jarayonlarni tadqiq qilish usuli sifatida

6.1. Turistik faoliyatga oid ilmiy tadqiqotlarda umumilmiy usullar va ularni qo‘llashning ahamiyati

Kuzatish – bu faoliyat vazifalarining xususiyatlari bilan shartlangan, maqsadli yo‘naltirilgan idrok qilish (o‘zlashtirish) hisoblanadi.

Kuzatish - san‘atkorona badiiy ijod jarayonining bir qismi sifatida qaralib, ilmiy kuzatish, qurilmalardagi ma‘lumotlarni idrok qilish (o‘zlashtirish) kabi turlarga ajratiladi.

Ilmiy kuzatishning asosiy shartlari – obyektivlik, shu bilan birgalikda yo takroriy kuzatish, yo (yoki) tadqiqotning yangi usullarini (masalan, eksperiment, modellashtirish) qo‘llash yo‘li bilan nazorat qilish imkoniyati hisoblanadi.

Kuzatish usuli faoliyatning turli xil tarmoqlarida, shu jumladan turizm sohasida ham amalga oshiriladigan ilmiy tadqiqotlarning tarkibiy qismi hisoblanadi. Bu tizimli ravishda va maqsadli yo‘naltirilgan shaklda haqiqiy ma‘lumotlarni jamg‘arishni bildiradi, (masalan, sifat va

miqdor jihatlari, moddiy-texnik ta'minlanganlik, o'z turistik korxonasi personalining yoki raqobatchilarining personalini professionalligi to'g'risidagi ma'lumotlarni jamg'arish).

Kuzatish - tadqiqotchi tomonidan olinadigan ma'lumotlarning katta qismini qabul qiladigan insonning hissiyot organlari faoliyati, ko'rish qobiliyati bilan bog'liq.

Kuzatish jarayonida, vazifa u yoki boshqa hodisa va dalillarning tasdig'iga (qayd qilinishiga) qaratilgan bo'lsa, unda ijodiy fikrlash muhim rol o'ynaydi.

Ilmiy kuzatish: tadqiqotning umumiy maqsadlariga muvofiq ravishda maqsadlarni belgilashga, rejalashtirishga, ma'qul vaziyatni, vaqt va joyni tanlashga tayyorgarlik ko'rilishi lozimligini talab qiladi. Kuzatish bunday holda nazariy mazmun-mohiyat bilan to'ldiriladi va uning detallarini oldindan o'ylab topilishini talab qiladi. Mutaxassis agarda o'z faoliyatini oldindan to'g'ri rejalashtirsa, o'z e'tibor markaziga muhim hodisalarni aniqlab olgan holda qo'ya olsa muvaffaqiyatga erisha oladi.

Agarda o'z ish faoliyati yuzasidagi bilimlarga asoslangan holda mutaxassis sodir bo'layotgan voqea-hodisalarni tahlil qilsa, u bunga mos ravishda to'g'ri xulosalarni shakllantira oladi. Kuzatish yuzasidan puxta tayyorgarlik ko'rilishi kuzatish orqali o'rganilayotgan, turistik faoliyatning asl mohiyatini anglab olish (tushunish) uchun ahamiyatga ega bo'lgan, hodisa va detallarning jiddiy ahamiyatga molik tomonlarini to'laligiga va chuqur qamrovini ta'minlash imkonini yaratadi.

Kuzatish usulini muvaffaqiyatli qo'llashning zarur sharti tadqiqotchining faolligi, o'rganilayotgan jarayonlarning juda zarur bo'lgan qismlarida uning shaxsan ishtiroki, uni voqea-hodisani anglash (bilish) jarayoniga qiziqishi (manfaatdorligi) hisoblanadi. Kuzatishning asosi esa aynan amaliyot hisoblanadi. Kuzatishning muhim obyektlarini ko'rsatib beradigan hamda kuzatishning amalga oshirilib borish jarayoniga doimiy ravishda tuzatishlar kiritib, to'g'irlab turadigan faoliyat shart-sharoitlarida kuzatish to'liq yoki har tomonlama bo'lishi mumkin.

Ilmiy tadqiqot uchun kuzatuvchining har tomonlama tayyorgarligi, uning o'rganilayotgan jarayon yuzasidan umumiy bilimlarining chuqurligi muhim bo'lib, tajribali mutaxassis tomonidan amalga oshiriladigan kuzatishning natijasi, tajribasi yetarli darajada bo'lmagan mutaxassis tomonidan amalga oshirilgan kuzatuvga qaraganda ancha yuqori bo'ladi. Kuzatish usulini amalga oshirish uchun turli xil qurilmalardan foydalaniladi.

Intervyu – bu tadqiqotchining manfaatdor tomon (soha mutaxassisi va boshqalar bilan) shaxsiy muloqoti bo'lib, bunda u (tadqiqotchi) savollar beradi va javoblarni qayd qilib boradi.

O'tkazilish shakliga ko'ra intervyu to'g'ridan-to'g'ri (bevosita) (yuzma-yuz) va bilvosita shaklda, masalan telefon orqali, o'tkazilishi mumkin. Intervyuni o'tkazishda – butun turistik faoliyatning yoki xususan turistik korxonalarning muammolarini aniqlash maqsadida suhbatlashish nazarda tutiladi. Intervyu baxs-munozaraga (diskussiyaga) aylanib ketmasligi uchun so'rovni bir qancha ekspert-prognoz (ekspert-tahlil) qiluvchilar (sohaning tajribali mutaxassislari) bilan o'tkazilishi mumkin. Ushbu usul javoblar yozma ravishda beriladigan yuzma-yuz shaklda (yoki "yopiq" shaklda) o'tkaziladigan anketalashtirish usuliga o'xshash bo'ladi.

Anketalashtirish – tadqiqotchi tomonidan ishlab chiqilgan, qo'yilgan savollarga javoblar olish bo'lib, bunda respondent anketada keltirilgan savollarga javob beradi. Anketalarda ekspertlar uchun mo'ljallangan savollar qo'yilishining bir nechta shakllari mavjud bo'lib, ba'zi muammolarni yechish uchun "savol-javob" shaklidagi anketalardan foydalaniladi. Ular bitta yoki bir nechta savollardan tarkib topadi va ularning har biriga anketada ikki yoki undan ko'proq javob keltirilishi mumkin. Ekspert tayyorlangan javoblardan bittasini, o'zining ekspert jihatidan asoslarini keltirgan holda ko'rsatishi lozim bo'ladi. Savollar javoblarning sifat va miqdor jihatidan xarakteristikalarini inobatga olgan holda qo'yilishi lozim.

Murakkab muammolarni to'raligicha yoki ularning alohida jihatlarini tadqiq qilishda anketalar muayyan darajadagi mantiqiy ketma-ketlikda vaqt (yoki joy) bo'yicha o'zaro bog'liq bo'lgan bir

nechta voqea-hodisalarni (hozirgi vaqtdagi holatidan kelajakda bo'lishi mumkin bo'lgan holatigacha) tavsifini o'z ichiga qamrab olishi mumkin. Ekspertlarga tahlil qilish hamda baholash uchun xarakteristiklari bilan beriladigan voqea-hodisalarning to'plamini voqea-hodisalarning ssenariyalari to'plami kabi ifodalash mumkin. Ekspertlardan voqea-hodisalarni tahlil qilish va baholash hamda shu asosida tadqiq qilinayotgan jarayonlarning keyingi rivojini prognozlashtirish talab qilinadi.

Ekspertlarga beriladigan savollar aniq jarayonlarni rivojlantirish istiqbollarinining belgilanishini inobatga olgan holda shakllantirilishi lozim. Ular bugungi kungacha ma'lum bo'lgan soha bo'yicha bilimlarni anglash mumkin bo'lgan kelajakga, ya'ni "noma'lum" holatga ekstropolyatsiya qilishlari (o'zgartirishlari) kerak. Masalan, turizmning ekstremal turlarining rivojlanish ehtimolligini ko'rsatib berish.

6.2. Turistik faoliyatda tahlil va sintez usullari

Tahlil va sintez – umumilmiy usullar bo'lib, ilmiy tadqiqotning hech bir akti ularsiz amalga oshirilmaydi.

Tahlil usuli o'zida tadqiq qilinayotgan voqea-hodisani tarkibiy qismlarga, unsurlarga, qarama-qarshiliklarga aqliy jihatdan (xayolan) ajratish (bo'laklash) hamda ularning mazmun-mohiyatini ochib berish maqsadida tadqiq qilish (o'rganish) jarayonini ifodalaydi.

Sintez usuli o'zida ajratilgan (bo'laklarga ajratilgan) unsurlar, belgilar va qarama-qarshiliklar o'rtasida aloqalarni aniqlash jarayonini ifodalaydi. Sintez usuli fikran (xayolan) bozor munosabatlarining barcha tomonlarini bir butun shaklda bog'lash, qiyoslash, taqqoslash, butun holatni yaratish va boshqaruv qarorlarini qabul qilish imkonini beradi.

Tahlil va sintez – bu, anglash (bilish)ning, bir jihatdan bir-biriga qarama-qarshi yo'naltirilgan (tahlil – bir butunlikdan bo'laklarga, sintez – bo'laklardan bir butunlikgacha) va shu bilan bir vaqtda, boshqa jihatdan o'zaro uzviy bog'liq bo'lgan jarayonlari hisoblanadi.

Tahlil va sintez turistik korxonaning muvaffaqiyatli faoliyat ko'rsatishi uchun zarur bo'ladigan kuchlar va vositalarning optimal

nisbatini belgilash usullari hisoblanadi. Ular, personalning, iqtisodiy samaraga erishish imkoniyatlari to'g'risidagi o'z tasavvurlarini bera oladigan o'zaro ta'sir samarasi jamlanadigan unsurlarni belgilashga imkon beradi.

Tahlil va sintez tadqiqotlarda, masalan, choraklarga bo'linadigan, ular o'rtasidagi o'zaro aloqalar belgilanadigan, so'ngra operatsiyalarni bir butun sifatida amalga oshiriladigan turistik korxonaning moliyaviy yil mobaynidagi faoliyatini tadqiq qilishda qo'llaniladi.

Ushbu usullar vositasida turistik tadbirlarni o'tkazishning ijobiy tomonlari oydinlashtiriladi, o'tkazilayotgan tadbirlar tarkibiy qismlarining zaif tomonlari aniqlashtiriladi.

Tahlilning vazifasi, tadqiq qilinayotgan voqea-hodisa rivojlanishining muayyan tomonlarini tavsiflovchi, dalillarni tizimlashtirish uchun ularni xronologik, funksional, tuzilmaviy tartibda joylashtirish uchun asos sifatida qabul qilinishi mumkin bo'lgan, turistik faoliyatga xos bo'lgan turli xil belgilarni ajratib ko'rsatishdan iborat bo'ladi.

Sintezning vazifasi dalillar o'rtasidagi aloqalarni belgilash va tanlangan asoslar bo'yicha ularni guruhlariga birlashtirishdan iborat.

Tahlilda, masalan, neft mahsulotlari narxlarining oshirilishi benzin, yoqilg'i-moylash materiallari baholarining oshirilishiga, bu esa, o'z navbatida turistik sayohatlar yo'llanmalarining qimmatlashishiga olib kelishiga asos bo'lishi mumkinligini aniqlash mumkin.

Ilmiy tadqiqotlarda tahlil va sintezdan foydalanilishi haqiqatni anglashga (bilishga) imkon beradi.

Umuman turizm sohasini yoki turizmning alohida turlarini o'rgana turib, tadqiqotchi xayolan personalning har birining faoliyatini alohida-alohida bo'laklarga ajratadi va shu bilan birgalikda umuman to'laligicha ularning faoliyatlaridagi elementlarning aloqalarini va o'zaro ta'sirini, xususiyatlari va o'ziga xos tomonlarini yuzaga chiqaradi.

Ilmiy tadqiqotlarda tahlilning: omilli, mantiqiy, kontent-tahlil, Empirik va boshqa turli xil turlari qo'llanilishini nazarda tutish lozim.

Ilmiy tadqiqotlarda omilli tahlildan foydalanishdan asosiy maqsad o'zgaruvchilar miqdorini qisqartirish va o'zgaruvchilar o'rtasidagi

o'zaro munosabatlar tuzilishini aniqlash hisoblanadi. O'zgaruvchilar miqdorini qisqartirishda yakuniy o'zgaruvchi o'z ichiga birlashtirib olinayotgan o'zgaruvchilarning eng muhim jihatlari ham oladi. Tasniflash, bir-biri bilan bog'liq bo'lgan o'zgaruvchilardan bir nechta yangi omillarni ajratib olinishini nazarda tutadi.

Turizm sohasida omilli tahlil turistik sayohatlar yo'llanmalariga iste'molchilarning talablari darajalarini tahlil qilish maqsadida foydalaniladi.

Mantiqiy tahlil – tadqiqot predmetini tavsiflashga yordam beradigan tushunchalar doirasini aniqlash, tashqi jihatdan yaxshi farqlanadigan belgilarni izlab topish, shu bilan birgalikda tadqiq qilinayotgan biror bir obyektning (hodisaning), masalan, yangi turistik mahsulotning o'ziga xos tomonlari va xususiyatlarini o'lchashga imkon beradigan Empirik indikatorlarni aniqlash uchun mo'ljallangan.

Mantiqiy tahlil o'z ichiga, asosiy tushunchalarni izohlash (ulardagi yashirin mazmun-mohiyatni talqin qilinishi) hamda ularning operativ ta'riflarini (tushunchalarni Empirik indikatorlarni tanlash mumkin bo'lgan elementlarga ajratish) kabi jarayonlarni oladi. Yakuniy hisobda, buyurtmachining ma'lumot berish to'g'risida qilgan murojaatiga javob bera oladigan o'lchamlarga ega bo'lgan belgilar olinadi.

Kontent-tahlil (ingl. *content* - mazmun-mohiyat (*tarkib*)) - yuqori darajadagi qat'iyatlilik va aniqlik tizimiga egaligi bilan xarakterlanadigan, turistik faoliyatda o'rganilayotgan ma'lumotlarni miqdoriy ko'rsatkichlarga aylantirish va uni statistik jihatdan qayta ishlashdan iborat bo'lgan, matnli va grafik ma'lumotlarni o'rganish uchun rasmiylashtirilgan usul hisoblanadi.

Kontent-tahlil obyekti turistik biznesga oid turli xil faoliyat ko'rinishlaridan tarkib topgan bo'lishi mumkin, jumladan: xalqaro va milliy turoperatorlar, turistik xizmatlar ko'rsatish bozorining muayyan segmentidagi raqobatchilar, xalqaro va milliy mehmonxona komplekslarining menejerlari, turistik biznesga ta'sir qiluvchi favqulodda hodisalar, turizm va mehmonxona xo'jaligi sohasiga oid alohida mamlakatlarning qonunchilik aktlari va h.k.

Kontent-tahlil usuli hujjatlarga asoslangan manbalarni tadqiq qilish uchun hamda yordamchi vositasi sifatida anketalashtirishda, sinovlarni amalga oshirishda, ommaviy ravishdagi aloqadorlikni tadqiq qilishda, marketingda qo'llaniladi.

Empirik tahlil – bu bir butunlikni oddiy shaklda tarkibiy qismlarga, oddiyroq elementar qismlarga ajratish.

Nazariy tahlilda tadqiq qilinayotgan obyektida asosiy va muhim jihatlarni ajratilishi nazarda tutiladi. Ushbu usul o'zida abstraksiyalash, soddalashtirish, rasmiylashtirish natijalarini ifodalaydi.

Nazariy sintez – bu, mavjud asoslar doirasidan tashqariga chiqqan holda qandaydir bir yangi narsalarni (jihatlarni) yaratadigan (ochib beradigan) kengaytirilgan shakldagi tadqiqot hisoblanadi.

6.3. Eksperiment amaliy tadqiqot usuli sifatida

Eksperiment ilmiy tadqiqotning amaliy usuli bo'lib, kuzatish bilan taqqoslaganda eksperiment ko'proq darajada ijodiy fikrlashni, mo'ljallangan harakatlarning tafsilotlari to'g'risida, ularni rejalashtirish to'g'risida atroflicha o'ylab ko'rishni talab qiladi. Bu o'rganilayotgan obyekt (voqea-hodisa) to'g'risida eng muhim, haqiqiy materiallarni jamlash usullaridan biri hisoblanadi.

Eksperiment shakllantirilayotgan turistik faoliyatning alohida jihatlari to'g'risida ishonchli ma'lumotlarni olish usuli sifatida ifodalanadi.

Ilmiy tadqiqot usuli sifatida eksperiment turizm sohasiga oid (turizm turlari va shakllarini amal qilishi, tarmoqning barqaror moliyaviy rivojini ta'minlash maqsadida resurslardan ratsional foydalanish) hodisalarini atroflicha o'rganish imkoniyatini yuzaga keltiradi.

Eksperiment, voqelikning mo'ljallangan shart-sharoitlariga yaqinlashtirish maqsadlarida o'rganilayotgan tadbirkorlik jarayonlarining borish shart-sharoitlarini o'zgartirish, boshqa shakllarga o'tkazishga imkon beradi. U tadqiqotchi faoliyatining hamda uning ijodiy fikrlashining faollashishi uchun imkoniyatlarni ochib beradi.

Turizm sohasida ishlab chiqarish eksperimenti qo'llaniladi va u jamiyatning o'ziga xos tomonlarini rivojlantirishga va ijtimoiy munosabatlarni takomillashtirish yo'llariga bag'ishlangan alohida nazariy hamda ilmiy taklif va va tavsiyalarni amaliy jihatdan tekshirib ko'rilishiga xizmat qiladi.

Bilim orttirishga yo'naltirilgan eksperiment turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxonaning xizmatlar bozorining segmentida raqobat sharoitida faoliyat ko'rsatish imkoniyatlarini aniqlashga imkon beradi. Marketologlar harakatlarning murakkab modellari yaratadilar va ularning nazorat qilinadigan va boshqariladigan shart-sharoitlardagi turli xil jihatlarini o'rganadilar. Eksperiment oldindan tuzilgan rejaga muvofiq o'tkaziladi, uning vazifalari esa yuzaga kelishi muqarrar bo'lgan muammolar va ularni hal qilish imkoniyatlariga muvofiq ravishda bozorning muayyan segmenti sharoitida shakllanadi.

Ilmiy tadqiqotda eksperiment, unda shartlilikning mavjudligi bilan cheklangan, ammo u turistik biznesda sodir bo'layotgan jarayonlarni samarali o'rganishga imkon beradi.

Eksperimental ma'lumotlarni absolyutlashtirish (mutloqlashtirish) mumkin emas, ular cheklangan va mantiqiy tadqiqot usullarini qo'llash asosida ma'lum darajadagi tuzatishlarni talab qiladi.

Turistik xizmatlar ko'rsatish faoliyatining shunday miqyoslari mavjudki, ularni eksperiment o'tkazishning ba'zi sabablarga ko'ra iloji mavjud emas, xususan dayving-turizm bo'yicha eksperimentlarni amalga oshirishning iloji yo'q.

Ilmiy eksperimentni o'tkazilishiga yuqori darajadagi talablar belgilanadi, masalan, haqiqiy jarayonga maksimal darajada yaqinlashtirilgan sharoitlarni yaratish.

Turistik faoliyatda xayoliy eksperiment ham qo'llaniladi. U amalga oshirishning iloji bo'lmaydigan vaziyatlarni tadqiq qilishga va moddiy eksperimentlarga murojaat qilmasdan, bilimlarni anglashga va ularning haqqoniyligini tekshirib ko'rishga imkon beradi. Xayoliy eksperiment yakuniy bahoni uning natijalarini amaliyotda tekshirib ko'rilishi jarayonida olishi mumkin.

Boshqaruv eksperimenti turistik korxona faoliyatidagi bo'lishi mumkin bo'lgan sabab-oqibatlarni baholash maqsadida boshqaruv jarayoniga yangiliklarni sinov tariqasida joriy qilish kabi qo'llaniladi.

Turistik faoliyatda muhim hisoblanadigan eksperimentlardan yana bittasi *ijtimoiy eksperimentlar* hisoblanib, ular ilmiy jihatdan anglash (bilish) usuli sifatida jamiyatning yoki turistik korxona rahbariyatining boshqaruvi ta'siri ostida ijtimoiy obyektning maxsus xarakteristikalarining yaratilishiga asoslanadi.

Agarda ijtimoiy eksperiment iqtisodiyot miqyosidagi eksperiment bilan birgalikda olib boriladigan bo'lsa, unda kompleks shaklda ushbu ikkala eksperiment o'zida *ijtimoiy-iqtisodiy eksperimentni* ifodalaydi.

Bu usul yordamida quyidagi masalalarni hal qilish mumkin: moddiy jihatdan rag'batlantirish va motivatsiya qilish tizimini yaratish; lavozim majburiyatlarini taqsimlash, turistik korxona xodimlarining huquq va mas'uliyatlarini (javobgarliklarini) aniqlash; xodimlarning o'zaro munosabatlarini takomillashtirish; kommunikativlik (o'zaro fikr almashinish) yoki xizmatlar iste'molchilari bilan muloqot va boshqalar.

Turizmدا eksperimental tadqiqotlar tadqiq qilinayotgan holatlarning bir xil turdagi guruhlariga xos bo'lganlarini tanlab olish, ularga turli xil ta'sirlarni o'tkazib ko'rish (vazifalarni, faoliyat ko'rsatish natijalariga ta'sir ko'rsatishi mumkin bo'lgan omillar ustidan nazoratni topshirib ko'rish) yo'li bilan birlamchi ma'lumotlarni yig'ish imkonini beradi. *Masalan, turpaketlar baholarining o'zgarishiga mijozlarning ta'sirchanligini aniqlash.* Erkli o'zgaruvchilar eksperimentni amalga oshirayotganlarning xohish-istaklariga ko'ra o'zgartirilishi mumkin (baholar, reklamaga sarflar), shu bilan bir vaqtda erksiz o'zgaruvchilar uning boshqaruv doirasiga umuman taalluqli hisoblanmaydi, jumladan, savdo-sotiq hajmi, bozor ulushi ko'rsatkichi va boshqalar.

6.4. Turistik biznesning potensial imkoniyatlarini anglash (bilish) usullari

Turistik faoliyatning potensial imkoniyatlarini bilish (anglash) usullariga taqqoslash, abstraksiyalash va abstrakt holatdan aniq holatga o'tish usullari tegishli hisoblanadi.

Taqqoslash usuli turizmning tadqiq qilinayotgan turlari o'rtasidagi o'xshashlik va farqlovchi belgilarini yuzaga chiqarish imkonini beradi, masalan xizmatlar bozorining segmentlaridan biridagi bir nechta turistik korxonalar faoliyatini taqqoslash.

Tadqiq qilinayotgan dalillarni faqat noma'lum dalillarni ilgaridan ma'lum bo'lganlari bilan taqqoslash orqali nazariy jihatdan tushuntirish mumkin.

Taqqoslash usuli turizm sohasida tadqiq qilinayotgan hodisaning dinamikasini aniqlash, uning rivojlanish tendensiyalarini va qonuniyatlarini ochib berishda katta ahamiyatga ega bo'ladi.

Turizm sohasiga oid ilmiy tadqiqotlarda taqqoslash usulini qo'llashning samaradorligi ko'p jihatdan ko'p yillik tajribalar asosida ishlab chiqilgan quyidagi qoidalar orqali aniqlanadi:

Birinchidan, faqat o'zaro bog'liq, bir xil turdagi (o'xshash) va umumiy o'lchovli (solishtirsa bo'ladigan) voqea-hodisa (dalillar)ni taqqoslash mumkin; umumiy o'lchovga ega bo'lmagan (solishtirib bo'lmaydigan) hodisalarni taqqoslab bo'lmaydi;

Ikkinchidan, taqqoslanayotgan voqea-hodisa (dalil)larda o'xshashlik belgilarini belgilash orqali cheklanish kerak emas, shu bilan birgalikda ularni bir-biridan farqlaydigan belgilarini aniqlash orqali ham ko'rish lozim;

Uchinchidan, taqqoslash muhim ahamiyatga ega bo'lgan, xulosalarning ahamiyatliligini va ishonchligini ta'minlaydigan o'xshashlik va farqli jihatlarining belgilari bo'yicha amalga oshirilishi lozim.

Taqqoslash usulining qo'llanilishi Turizm sohasiga oid ilm-fanning o'ziga xos xususiyatlari bilan izohlanadi. Masalan, yangi turistik mahsulotni ishlab chiqish jarayonida quyidagi vazifalar qo'yiladi, jumladan: xizmatlar bozorida uni qanday realizatsiya qilish;

raqobatchilar tomonidan qanday qarshi harakat bo'ladi, u xizmatlar iste'molchilari orasida ommabop bo'ladimi; u foyda beradimi va hokazo. Ushbu vazifalarni muvaffaqiyatli darajada hal qilish uchun turistik korxonalar o'z potensial imkoniyatlarini raqobatchilarning imkoniyatlari bilan taqqoslab ko'rishlari lozim. Tadqiq qilinayotgan dalillarning o'xshash va farqli jihatlari asosida turistik mahsulotni xizmatlar bozorida targ'ib qilishni samarali usullarini nazariy jihatdan asoslash mumkin.

Abstraksiyalash usuli xilma-xil juz'iy jihatlari chalg'imasdan, turizm sohasidagi o'ziga xos ma'lum turdagi aloqalar va munosabatlarni yuzaga chiqarilishiga imkon beradi.

Abstraksiyalash usulidan foydalanish natijasida turistik biznesni yuritishning umumlashtiruvchi xarakterga ega bo'lgan alohida qonuniyatlari, tomonlarning umumiy maqsadlari, o'rganilayotgan turistik xizmatlar bozori segmentidagi va uning mazmun-mohiyatidagi voqea-hodisalar sabablari to'g'risida abstrakt bilimlarga ega bo'lish mumkin.

Abstrakt holatdan aniq holatga o'tish usulidan foydalanilganda tafakkur muayyan darajadagi aniq bilimni o'zlashtiradi va keyin uni ma'lum bir shaklda tasvirlaydi (ifodalaydi).

Abstraksiyadan chetlashish turizmning muayyan turi to'g'risidagi yuzaki ravishda emas, balki chuqur va har tomonlama bilimlarga ega bo'lish uchun zarur hisoblanadi. Ushbu usulning mohiyati shundan iboratki, turizmni muayyan turining unsurlari va jihatlari to'g'risidagi abstrakt bilimlar asosida u to'g'risida to'liqroq va har tomonlama tasavvur shakllantiriladi, uning turistik biznesdagi o'rni va turizmning boshqa turlari bilan aloqalari, uni faoliyatining va faoliyat natijalarining obyektiv qonuniyatlarga asoslanganligi to'g'risida tasavvurga ega bo'lish imkoniyati yaratiladi. Ushbu usuldan foydalanishning natijasi bir butunlikning barcha asosiy unsurlarini va ularning muhim aloqalarini o'rganish orqali boyitilgan muayyan bilimga ega bo'linishi hisoblanadi.

Abstraksiyalash va abstrakt holatdan aniq holatga o'tish usullari universal xarakterga ega va turizm sohasiga oid har qanday ilmiy tadqiqot jarayoni uchun majburiy hisoblanadi.

Tadqiqotchi uning mazmun-mohiyati haqida o'ylanib o'tirmaydigan holatlarda ham qo'llaniladi. Bunda tadqiqotchi o'z intuitsiyasiga asoslangan holda ushbu usuldan foydalanadi. Ushbu usulning o'ziga xos afzalliklarini va murakkabliklarini inobatga olgan holda ongli ravishda qo'llanilishi turizm sohasiga oid ilmiy tadqiqotlarni olib borishda juda samarali hisoblanadi.

Umumlashtirish usuli, bir yoki bir nechta o'xshash (ular uchun umumiy bo'lgan) belgilar asosida dalillarni birlashtirish yo'li bilan birlikdan umumiylikka, nisbatan kamroq darajadagi umumiylikdan ko'proq darajadagi umumiylikka fikran (xayolan) o'tilishini o'zida ifodalaydi. Fikran (xayolan) umumlashtirish voqelikning predmetlari va hodisalari aloqalarining umumiylikligiga (barchaga baravar taalluqli ekanligiga), barcha real shaklda mavjud bo'lgan turizmga oid voqea-hodisalarda birlik (yagonalik) va umumiylikning o'zaro aloqalariga asoslanadi. Turizmning alohida turida nafaqat unga xos bo'lgan individual jihatlar, balki shu bilan birgalikda umumiy, o'xshash belgilar ham mavjud bo'ladi. Muayyan aniqlikni o'rganish orqaligina umumlashtiruvchi holatlar (tushunchalar, qonunlar, xulosalar, konsepsiyalar) ning shakllantirilishiga imkon yaratiladi.

Dalillar (voqea-hodisalar)ning umumiylik darajasi turli xil bo'lishi mumkin. Shu sababdan umumlashtirish darajalaridagi farq ham mavjud bo'ladi, ya'ni: dalillarni Empirik jihatdan tadqiq qilish bosqichidagi oddiy elementlar o'xshashlikni belgilashdan to, izohlovchi holatlar tizimi yaratilganda, o'rganilayotgan hodisaning mukammal konsepsiyasi shakllantirilganda, tushunchani shakllantirilish asosida yotadigan muhim, umumiy jihatlarini ochib berishgacha, nazariy bilimlar nuqtayi nazaridan qonunlarni ochib berilishigacha va dalillarni izohlanishigacha.

Muhim dalillarni ikkinchi darajalilaridan farqlashga imkon beradigan, umumlashtirishning murakkab shakli, turizmdagi o'rganilayotgan hodisaning yoki hodisalar guruhining eng muhim tomonlarini ifodalaydigan o'ziga xos xarakterga ega bo'lgan (tipik) dalillarni tanlab olishdan iborat bo'lgan tiplarga ajratish hisoblanadi. O'ziga xos xarakterga ega bo'lgan (tipik) dalillarni tanlab olinishi,

hodisalarni yashirin aloqalarni anglash (bilish)ga yaqinlashtiradigan, ilmiy jihatdan umumlashtirishning muhim jihatlarini tashkil etadi. Tadqiq qilinayotgan hodisaning mohiyatini ochib berish uchun bu yetarli bo'lmaganligi tufayli yuqoriroq darajadagi tartibga ega bo'lgan umumlashtirish va voqea-hodisa belgilarining takrorlanuvchanligini, zarurligini, muhimligini va sabab-oqibatlar bilan shartlanganligini ochib beradiganlari ham zarur bo'ladi.

Turizm sohasida tajribalarni umumlashtirish shakli, o'rganilayotgan hodisalarning o'ziga xos xarakterli xususiyatlarini va mohiyatini, ularning yuzaga kelish va rivojlanish qonuniyatlarini ochib beradigan ilmiy konsepsiya, nazariyalar jamlanadigan xulosalar hisoblanadi.

6.5. Turistik faoliyatga oid ilmiy tadqiqotlarda tarixiylik, mantiqiylik va ekspert baholash usullarining qo'llanilishi

Tarixiylik usulining mohiyati voqea va hodisalarni ularning muayyan davrlarga xosligini inobatga olgan holda o'rganish, kuzatishdan iborat. Tarixiylik o'zida uning namoyon bo'lishidagi izchillikning rivojini ifodalasa, mantiqiylik esa uning mohiyatidagi rivojlanishni ifodalaydi. Masalan, tarixiy jihatdan turizm sohasi boshida ishlab chiqilgan marshrutlar bo'yicha piyoda yurishga mo'ljallangan sayohatlar (o'rmon, tog' zonalarida, sohil bo'ylarida) shaklida o'z rivojiga ega bo'lgan bo'lsa, keyinchalik esa piyoda yurishga mo'ljallangan turizm turi davolash vositasi – terrenkur⁷ paydo bo'lgan.

Turistik faoliyatda tarixiylik va mantiqiylik – bu xuddi o'sha bitta hodisaning ikki tomoni bo'lib, bunda mantiqiylik uning mohiyati, asosiy alomati, eng muhim jihati (kvintessensiya⁸si) sifatida ifodalansa, tarixiylik – tasodiflarning katta hajmi orqali ushbu asosning turli xil shaklda namoyon bo'lishidir.

⁷ Terrenkur (nemischadan *terrain* – "joy" va *kur* – "davolash" – piyoda yurishga mo'ljallangan, muayyan belgilangan marshrutlar bo'yicha tog'larga ko'tarilish, tirmashib chiqish yoki boshqa tabiiy to'siqli joylarda sayr qilish ko'rinishidagi, ma'lum darajadagi me'yorlarga ajratilgan holda jismoniy kuch sarflash zarurligini nazarda tutadigan sanatoriya-kurort shaklidagi davolash usuli.

⁸ Kvintessensiya (ko'chma ma'noda) – eng asosiy, eng muhim, eng ahamiyatli, eng nozik va toza mazmuni-mohiyat, kontsentratsiyalashgan ekstrakt.

Mantiqiylik usuli tarixiy hodisaning umumlashtirilgan aksi sifatida namoyon bo'ladi hamda obyektiv olam predmetlarining, hodisalarining, voqea va jarayonlarining rivojlanish mantiq'iga muvofiq bo'lishi lozim.

Mantiqiylik usulining asosida real voqelikka xos bo'lgan qonuniyatlar yotadi. Turizm sohasida har qanday hodisa o'zining paydo bo'lishi, rivojlanishi va sifat jihatidan yangi holatga o'tishi bo'yicha ma'lum darajadagi mantiqqa ega bo'lishi lozim. Masalan, oldinlari mehmonxonalarda turistlar uchun joylarni bronlashtirish telefon orqali kichik miqdorlarda amalga oshirilgan bo'lsa, zamonaviy sharoitlarda turistlar oqimining sezilarli darajada oshganligi tufayli, mehmonxonalarda joylarni bronlashtirish real vaqt rejimida internet tizimi orqali amalga oshirish imkoniyati yaratildi. Turistik xizmatlar bozorida mijozlarga sifatli xizmat ko'rsatish uchun axborot texnologiyalaridan foydalanuvchi katta miqdordagi turistik korxonalar shakllandi.

Ekspert baholash usullari turizm sohasidagi murakkab va ko'p rejali hodisalarni tadqiq qilishda qo'llaniladi. Bunda yakuniy qaror mutaxassis tomonidan qabul qilinadi. Bunda tadqiqot tomonidan qo'yilgan masalani baholash yoki obyektiv javobni izlab topish jarayonining borishida ekspertlarning o'zaro ta'siriga mutlaqo yo'l qo'yib bo'linmasligi lozim. Maslan, ekspert baholash usullaridan biri - "Delfi" - mutaxassislarning o'zaro munosabatga kirishishlarini bartaraf qilish imkonini beradi. Har bir ekspert, anketalar yordamida beriladigan masalalarning muayyan ketma-ketligini oladi. Ma'lumotlar asosida u tadqiq qilinayotgan hodisa bo'yicha o'z individual modelini yaratadi, unga kerakli aloqalarini aniqlaydi, xulosalar qiladi. So'ngra ekspertlardan anketalar olinadi, individual xulosalarni statistik ishlovi amalga oshiriladi, bir nechta umumiy jamoaviy xulosalar shakllantiriladi. Bunda belgilangan jamoaviy xulosalarning har biri foydasiga dalillarni aniqlaydilar va umumlashtiradilar. Ushbu ma'lumotlarni (bir nechta xulosalar va ularning dalillarini) yana qaytadan ekspertlarga beradilar. Ular o'z baholarini qayta ko'rib chiqadilar va jamoaviy xulosalarga nisbatan noroziliklarini izohlaydilar. Qayta ishlash jarayoni takrorlanadi va natijada jamoaviy xulosalar

miqdori kamaytiriladi. Ushbu jarayon uch-to'rt marta amalga oshirilgandan so'ng, sifat jihatidan har qanday individual xulosadan ustunlikka ega bo'lgan bitta jamoaviy xulosa olish imkoniyati yuzaga keladi.

“Delfi” usulini qo'llashda natijalar obyektivligini oshirishning asosiy vositalariga aks (teskari) aloqa, ya'ni ekspertlar fikrlarining ahamiyatga molikligini baholashda oldingi so'rovnoma natijalari va ushbu natijalarni inobatga olinganligi bilan ekspertlarning tanishtirilishiga imkon beradi. Natijalarni qayta ishlashning ko'p mehnat talabligi va sezilarli darajadagi vaqt sarflari tufayli ushbu usulni amaliy jihatdan qo'llashning hamma vaqt imkoni bo'lavermaydi. Uni tizimlarni modellashtirish usuli – kompyuter texnikasidan foydalangan holda morfologik yoki tarmoqli modellashtirish usuli bilan almashtiradilar.

Ba'zan bu usulni ishbilarmonlik o'yinlari birlashtirgan holda qo'llashlari ham mumkin. Masalan, ekspertga o'zini turistik korxona boshqaruvi xodimi lavozimida tasavvur qilgan holda o'ziga-o'zi baho berish orqali baholash jarayonini namoyon qilishni taklif qiladilar. Individual xulosalarga qayta ishlov berish uchun bu usulda har bir ekspertning vakolat darajasini, umumiy axborot bilan ta'minlanganlik darajasini va ekspertizani olib borilishining boshqa shart-sharoitlarini hisobga olishga imkon beradigan matematik usullar qo'llaniladi.

“Delfi” usuli korxona va mahsulot sotilishini rejalashtirishning ekspertlar tomonidan prognozlashtirilishi jarayonida qo'llaniladi. U iterativ tartib⁹dagi kabi “aqliy hujumni” amalga oshirish jarayonida qo'llaniladi. Usul “maqsadlar daraxti”ni baholashda va “ssenariya”larni ishlab chiqishda miqdoriy baholardan foydalanib ekspert so'rovnomalari obyektivligini oshirish vositasi sifatida qaraladi.

Ekspert baholash usullariga dasturiy-maqsadli rejalashtirish va ekspert so'rovnomalarni o'tkazish usullari ham tegishlidir.

Dasturiy-maqsadli rejalashtirish usuli turistik korxonaning maqsadli ko'rsatmalarini o'z resurs ta'minoti bilan muvofiqlashtirishga imkon beradi.

⁹ *Iterativ jarayon* - bu loyihaning mahsulotni yoki tashabbusni yaratish, qayta ishlash va takomillashtirishga qaratilgan amaliyot jarayoni hisoblanadi. O'z ishlanmalarini iterativ jarayonlar usulini qo'llayotgan jamoalar kerakli natija olinmaguncha o'z mahsulotini yaratadilar, sinovdan o'tkazadilar va tuzatish, o'zgartirishlar kiritadilar.

Har bir dastur xo'jalikni rivojlantirishning, "maqsadlar daraxti" ko'rinishida tartibga solingan, bitta yoki bir nechta maqsadlari va quyi maqsadlarini realizatsiya qilish bo'yicha chora-tadbirlarni o'z ichiga oladi. Dasturlarni qo'llash mumkin bo'lgan variantlarini baholash va tanlab olish turli xil mezonlar (qayd qilib boriladigan yakuniy ko'rsatkichlarni inobatga olib minimum darajadagi xarajatlar yoki vaqt sarfi evaziga realizatsiya qilish) bo'yicha maxsus usullar yordamida, masalan dasturiy matritsalar usuli yordamida, amalga oshiriladi.

Ekspert so'rovnomaning muvaffaqiyati ekspertlarning to'g'ri tanloviga, ularning ish faoliyatini tashkil qilinishi va shart-sharoitlariga, ular tomonidan qabul qilingan individual xulosalarni qayta ishlash usuliga bog'liq bo'ladi. So'rovnomaning natijasiga tashkilotchilar tomonidan tanlangan ekspertizalar, masalalarni qo'yilish shakli va uning aniqligi, mutlaqo yo'l qo'yib bo'lmaydigan talqin qilishning bir xil emasligi katta ta'sir ko'rsatadi.

6.6. Turistik faoliyatda amalga oshiriladigan ilmiy tadqiqotlarda xususiy usullarning qo'llanilishi

Xususiy usullar turistik korxonaning barcha personallarini yoki alohida xodimlarining faoliyatini professional darajada takomillashtirish bo'yicha qo'yilgan aniq masalalarni hal qilish uchun qo'llaniladi. Turistik faoliyat jarayonida xodimlarga ta'lim berish va tarbiyalashga yo'naltirilgan quyidagi xususiy usullardan foydalanilishi mumkin:

Jamoa ta'siridan foydalanish usuli – ya'ni xodimlarda ma'naviy-axloqiy sifatlarni shakllantirish; bu usul professional faoliyatning olib borilishi jarayonida shakllantirilgan jamoatchilik fikri orqali ta'sir qilish yo'li bilan amalga oshiriladi;

Obyektiv baholash usuli – personalga, ularning shijoatkorona mehnatlari o'z mevalarini berayotganligi yoki bermayotganligi to'g'risida xulosa chiqarish imkoniyatini taqdim qila oladigan tarbiyaviy jarayonning muvaffaqiyatga ega yoki ega emasligini aniqlash bo'lib, bunda ularning faolligini yanada oshirishga hissa qo'shgan holda tegishli fazilatlar va ko'nikmalarni takomillashtirilishini mujassamlashtirilishi nazarda tutiladi;

Rag'batlantirish usuli – oldiga qo'yilgan ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyatga molik masalalarni muvaffaqiyatli hal qilinishiga erishish uchun personalni ma'naviy va moddiy jihatdan rag'batlantirish usullaridan foydalanish;

Namuna qilib ko'rsatish usuli – jamoaning ayrim a'zolarining harakatlari namuna qilib ko'rsatish orqali boshqalarning ongi va hatti-harakatlariga ta'sir ko'rsatish;

Majburlash usuli – xodimlarning xohish-istaklaridan tashqari ularning xatti-harakatlariga, o'zlarini tutishlariga va boshqa shu kabilarga qo'yiladigan talablarga rioya qilishlariga xodimlarni majbur qilib qo'yadigan shart-sharoitlarni yaratish;

Mashq qildirish orqali ta'sir qilish usuli – xodimlarning, xizmatlarning iste'molchilariga xizmat ko'rsatish sifat darajasini oshirishga yo'naltirilgan, ratsional muomala va harakatlarini ongli ravishda hamda ko'p marotabalab takrorlash imkoniyatlarini qo'llash.

6.7. Turistik korxona xodimlarini metodik jihatdan tayyorlashning ahamiyati

Xodimlarni metodik jihatdan tayyorlash turistik xizmatlar ko'rsatish faoliyati jarayonining tarkibiy qismi hisoblanadi. Personalning metodik jihatdan tayyorlanganligi ularning qanday darajaga, malaka darajasiga ega ekanligini bildiradi.

Turistik korxona xodimlari tomonidan turli xil usullarning o'zlashtirib olinishi turistik faoliyatda ko'nikma va malakalarni oshirish bo'yicha mashg'ulotlar shaklida amalga oshiriladi. Usullardan foydalanish turistik korxonaga rahbarlik qilish bo'yicha professional mahoratni oshirilishiga, hujjatlarning ishlab chiqilishiga, bo'limlar va boshqa xizmatlar menejerlari mahoratlarini oshirilishiga, yangi turistik mahsulotni loyihalashtirilishiga, personalni tayyorlashning yangi shakl va usullarini joriy qilinishiga yo'naltirilgan.

Turistik korxona personalni uchun xizmatlar iste'molchilariga sifatli xizmat ko'rsatish bo'yicha xususiy usullarni ochib beradigan uslubiy qo'llanmalar nashr qilinmoqda. Ushbu uslubiy qo'llanmalar turistik

xizmatlar ko'rsatish faoliyatiga oid tadbirlarni tashkil etish va olib borilishiga hamda samarali o'tkazilishiga yordam beradi.

Turistik xizmatlar ko'rsatuvchi kompaniya uchun personalni muntazam ravishda malakasini oshirib borish, qayta tayyorlash uchun ko'rgazmali qurollar va texnik vositalar bilan ta'minlangan uslubiy sinf xonasini jihozlash maqsadga muvofiq hisoblanadi. Bu yerda, xodimlarning professional faoliyatini takomillashtirish va rivojlantirish maqsadida muayyan masalalarni hal qilishga yo'naltirilgan uslubiy kengashlar, seminarlar, maslahatlar, instruktajlar, ishbilarmonlik o'yinlarini va boshqa tadbirlarni olib borish mumkin. Korxona rahbariyati alohida xodimlarga muayyan professional vazifalarni bajarish yoki ularni tekshirib ko'rish maqsadida uslubiy vazifalar berishlari ham mumkin.

Shunday qilib, turistik xizmatlar ko'rsatuvchi korxona xodimlarining uslubiy ta'minoti turizmga oid tadbirlarni muvaffaqiyatli tashkil etish va o'tkazish bo'yicha ularda bilim va ko'nikmalarni shakllantirilishiga imkon beradi.

Menejerlar, turli mamlakatlarning turoperatorlari, turagentlari, turistik tashkilotlarning boshqa mutaxassislari bilan aloqalar va munosabat to'g'risidagi axborotlarni yig'ish va tahlil qilish bo'yicha hamkorlikni monitoringida ishtirok qilishlari, ushbu faoliyatni prognoz qilib borishlari kerak. Turistik faoliyatni amalga oshirishda ular quyidagilarni bilishlari lozim:

Ma'muriy boshqaruv usullari – boshqarilayotgan quyi tizimlar tomonidan bajarilishi shart bo'lgan buyruqlar, farmoyishlar, ko'rsatmalar, yo'riqnomalar, me'yorlardan foydalanish;

Iqtisodiy boshqaruv usullari – ijrochilarga foyda keltiradigan narsa, jihatlar va hokazolarni boshqarish;

Ekspert maslahatidan foydalanish - diagnostika o'tkazish, mijozlar ma'lumotlari bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqish va yechimlarni amalda qo'llash;

Jarayon bo'yicha maslahatlashish – mijoz bilan loyihani ishlab chiqishning barcha bosqichlarida konsalting mutaxassislari (maslahatchilar) bilan hamkorlikda ish olib borish, masalan, mijozning

o'z g'oyalari, takliflarini bayon qilish xohishi yuzaga chiqarilganda; maslahatchi mijoz bilan birgalikda muammolarni tahlil qilganda va takliflarni ishlab chiqqanda va h.k.;

Ta'lim beradigan maslahat berish - mutaxassislar tomonidan yangi g'oyalarning, o'quv mashg'ulotlarining ishlab chiqilishi, ular tomonidan ta'lim berish jarayonlarini amalga oshirilishi, jumladan: ma'ruzalar, seminarlar, master-klasslar, davra suhbatlarini olib borish, bilimlarni tekshirish va ularni baholash;

Uslubiy mahorat (mohirlik) – xodimlarga ta'lim berish va tarbiyalashning muvaffaqiyatlilikini belgilab beradigan nazariy jihatdan puxta bilimga egaligi, professional tayyogarlikka egaligi, tashkilotchilik qobiliyatlari va shaxsiy fazilatlariga egaligining sintezi; mahoratga (mohirlikka), turli xil bilimlar, ko'nikmalar va qobiliyatlar kompleksiga integratsiyalashgan holda nazariy va amaliy tayyorgarliklar jarayonida erishiladi; mutaxassisning vazifasi - turizmga oid tadbirlarni yuqori darajadagi sifatga ega shaklda tashkil qilish va o'tkazish, ijtimoiy va shaxsiy faoliyatni birlashtira olish, biznes-rejani bajarish, ijodiy jihatdan o'z-o'zini rivojlantirish, texnik vositalardan samarali foydalanish, aniq hisob-kitob va nazoratni amalga oshirish.

6.8. Modellashtirish turizm sohasidagi real jarayonlarni tadqiq qilish usuli sifatida

Modellashtirish – obyektlarning xususiyatlarini, ularning modellarining mos keladigan xususiyatlarini tadqiq qilish vositasi orqali, o'rganish usuli (yoki jarayoni).

Turizm sohasida modellashtirish, tadqiqotchi nuqtayi nazaridan xususiyatlari muhim bo'lgan maxsus obyektlarni (modellarni) tuzish va o'rganishdan iborat. U turizm sohasidagi real jarayonlarni anglash (bilish) uchun modellarni tuzish va ularni qo'llashni o'rganishga imkon beradi. Shu bilan birgalikda u tadqiqotda qo'llanilayotgan "til"ni tushunishga imkon beradigan asos qilib olingan tushunchalar va ta'riflarga asoslanadi.

Modellashtirish turizmning metodologik asoslarining dastlabki jihatlarini tashkil qiladigan maxsus tushunchalarni o'z ichiga oladi.

Modellashtirish konsepsiyasi aks ettirish va anglash (bilish) nazariyasi sifatida o'xshashlik, eksperiment, matematik statistika, matematik mantiq, statistik va dinamik axborot modellari o'z ichiga olgan jarayonning asosini tashkil etadi. Bular turizm sohasining modellashtirish usullari orqali tadqiq qilinishi lozim bo'lgan predmetlari hisoblanadi.

Statistik modellar turistik biznes tizimining, u muayyan holatda bo'lgan, unsurlar tarkibi bilan, ular xususiyatlarining ahamiyati bilan, unsurlar o'rtasidagi o'zaro ta'sirlarning kattaligi va xususiyatlari bilan tavsiflanadigan, vaqtning ma'lum davridagi holatini tasvirlaydi.

Dinamik modellar turistik biznes tizimining, muayyan tizimning o'zgarish va rivojlanish jarayonlari sodir bo'lganda holati vaqt o'tishi bilan o'zgaradigan, o'zgarish va rivojlanish jarayonlarini tasvirlaydi.

Turistik faoliyat turlaridan birining modeli o'z ichiga quyidagilarni olishi mumkin:

- tasvirlovchi axborot modelini tuzish;
- rasmiylashtirilgan modelni tuzish;
- rasmiylashtirilgan modelni kompyuter modeliga aylantirish;
- kompyuter texnikasidan foydalangan holda eksperiment o'tkazish;
- olingan natijalarni tahlil qilish va tadqiq qilinayotgan modelni korrekktivkalash (to'g'rilash);
- o'rganilayotgan jarayonni yoki voqea-hodisani takomillashtirish bo'yicha modelni amaliy faoliyatda foydalanish imkoniyatlari to'g'risida qaror qabul qilish.

Turizm sohasidagi ilmiy tadqiqotlarda modelni ishlab chiqish uning profilini (umumiy ko'rinishini) yoki shunday nomlanadigan karkasini (poydevorini) shakllantirish (tuzish) dan boshlanadi. Haqiqatan ham turistik faoliyatga oid ilmiy tadqiqotlarda qo'llanilib kelinayotgan usullarning ko'plab modellarini ajratib ko'rsatish mumkin bo'lganligi sababli, ularni tartiblashtirish va tizimlashtirish masalasi yuzaga keladi. Bu bazaviy modellar sifatida qaraladigan o'ziga xos umumlashtirilgan meta modellarni qismlarga ajratish zarurligi to'g'risidagi masalani qo'yadi.

Turizm sohasidagi ilmiy tadqiqotlarda qo'llaniladigan meta modellar – bu, *birinchidan*, ushbu bilim miqyoslari tarkibidagi yirik quyi tizimlardan iborat bo'lgan modellar hisoblanadi. Ularga quyidagilar tegishli bo'lishi mumkin, jumladan: ijtimoiy voqelik hodisalari tizimida, uning tabiiy va ijtimoiy boshlanish joyida, jamiyatdagi asosiy shakl va funksiyalarda, boshqa ijtimoiy hodisalar bilan aloqasidagi xususiyatlarida turizmning roli va o'zining yaxlit (umumlashtirilgan) xarakteristikasi hamda uning jamiyatdagi keyingi rivojlanish tendensiyalari.

Ikkinchidan, meta modellarga quyidagilar tegishli, jumladan: mamlakat doirasidagi, mintaqaviy, hududiy miqyosdagi va boshqa tegishli boshqarmalar ixtiyoridagi turistik tashkilotlar o'rtasidagi vakolat nuqtayi nazaridan imkoniyat kuchlarining nisbati; mintaqalarda turizm sohasini rivojlantirishga doir maqsadli dasturlarni ishlab chiqish va takomillashtirish; quyi tizimlar sifatida nazariy, metodik va amaliy jihatdan tayyorgarlik, prognozlashtirish, modellashtirish, kasbiy fazilatlarini inobatga olgan holda saralash kiradigan turizm sohasidagi kadrlarni tayyorlashning nazariyasi.

Meta modellarning tarkibiy qismlari quyidagilar bo'lishi mumkin: turizm sohasiga oid tadbirlarni ta'minlash nazariyasi (turizm sohasining tarmoq belgilari va ularning alohida unsurlari bo'yicha iqtisodiy ta'minotining o'zgarishi); moddiy-texnik bazasini – turistik bazalar va kempinglar, transport vositalarining asbob-uskuna va jihozlarini takomillashtirilishi; ilmiy, metodik va tibbiy ta'minotini, tashkiliy-boshqaruv faoliyati va uning unsurlarini rivojlantirish; kadrlar ta'minotini, mutaxassislarni rag'batlantirish tizimini o'zgartirish va hozazolar.

Turizm sohasi tarkibining ushbu quyi tizimlari meta modellar darajasida rivojlanishi mumkin, masalan, modellashtirilishi gipermodellarga tegishli bo'lgan kosmik turizmning. Ularga turizm sohasining ijtimoiy-gumanitar va psixologik-pedagogik muammolari, turizm sohasida menejment va marketing, iqtisodiyot va huquq, kadrlarni tayyorlash va qayta tayyorlash tizimi, sog'lomlashtirish texnologiyalari va boshqalar tegishli bo'lishi mumkin.

Model turizmning ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati; turizmning ijtimoiy samaradorligini oshirish omillari va mexanizmlari; menejerlarning professional darajada fikrlash imkoniyatini va huquqiy statuslarini rivojlantirish; iqtisodiy va madaniy muhitda turizm sohasining faoliyat ko'rsatish tamoyillari va qonuniyatlari kabi yo'nalishlarning loyihasini (konstruksiyasini) tuzishni nazarda tutadi.

Turizm sohasida menejment va marketing, konseptual qoidalarning asosiy komponentlari: maqsadlarni va strategik rejalashtirishni shakllantirish; moliyaviy menejmentda boshqaruv samaradorligini oshirishga yo'naltirilgan tamoyillardan, qonuniyatlardan, funksiya va usullaridan foydalanish; turizm sohasini rivojlantirish maqsadida mintaqalarda marketingni yo'lga qo'yish; sohada tadbirkorlik faoliyatini, iqtisodiy-huquqiy munosabatlarni takomillashtirish; turizm sohasiga oid qonunlar ijrosini ta'minlash; tashqi iqtisodiy faoliyat shakl va usullarini bilish va boshqalar hisoblanadigan modellarni loyihalashtirishni nazarda tutishi mumkin.

Turizm sohasidagi kadrlarni tayyorlash va qayta tayyorlashda model tuzilishi quyidagi shakldagi ketma-ketlikni nazarda tutishi mumkin, jumladan: turizm sohasi bo'yicha ta'lim tizimi; ta'lim tarkibi, mutaxassis modeli loyihasini (konstruksiyasini shakllantirish) tuzish; ta'lim tamoyillari va texnologiyalari; bilim va ko'nikmalarni va bilim darajasi o'zgarishlarini nazorat qilishning faol usullari; oliy ta'limdan keyingi ta'lim tizimi, malaka oshirishning turli-tuman shakllari va darajali tarkibi.

Sog'lomlashtirishga mo'ljallangan tadbirlar uchun model inson organizmiga qayta tiklovchi ta'sir ko'rsatish imkoniyatiga ega bo'lgan omillar va mexanizmlarni, hamda maxsus dasturlarni ishlab chiqish va qo'llash texnologiyasini loyihalashtirishni nazarda tutadi. Turli jins va yoshdagi odamlar guruhining sog'ligini yaxshilash uchun dam olish (rekreatsiya)ning turli xil turlaridan foydalaniladi.

Turizm modeli turizm nazariyasi asoslarini, insonning rivojlanish qonuniyatlarini o'rganishni, turizmning turli xil shakl va turlari (jismoniy tarbiya, professional-amaliy va shifobaxsh jismoniy

madaniyat)dan foydalangan holda inson rivojini takomillashtirish imkoniyatlarini xususiyatlarini ham loyihalashtirishni nazarda tutadi.

Tayanch tushunchalar

Umumilmiy usullar, kuzatish, intervyu, anketalashtirish, ekspert, turistik faoliyatda tahlili usuli, sintez usuli, mantiqiy tahlil, Kontent-tahlil usuli, empirik tahlil, nazariy tahlil, nazariy sintez, eksperiment, ishlab chiqarish eksperimenti, bilim orttirishga yo'naltirilgan eksperiment, boshqaruv eksperimenti, ijtimoiy eksperiment, ijtimoiy-iqtisodiy eksperiment, taqqoslash usuli, abstraksiyalash usuli, abstrakt holatdan aniq holatga o'tish usuli, umumlashtirish usuli, tarixiylik usuli, mantiqiylik usuli, terrenkur, ekspert baholash usuli, "delfi" usuli, obyektiv baholash usuli, rag'batlantirish usuli, namuna qilib ko'rsatish usuli, majburlash usuli, mashq qildirish orqali ta'sir qilish usuli, xususiy usul, jamoa ta'siridan foydalanish usuli, modellashtirish, ma'muriy boshqaruv usullari, iqtisodiy boshqaruv usullari, ekspert maslahatidan foydalanish, jarayon bo'yicha maslahatlashish, ta'lim beradigan maslahat berish, uslubiy mahorat (mohirlik), meta model

O'z-o'zini nazorat qilish uchun savollar

1. Turistik faoliyatni tadqiq qilishning qanday Empirik usullarini bilasiz?
2. Turistik xizmatlar ko'rsatish sohasida Empirik ilmiy tadqiqot usullari qanday tavsiflanadi?
3. Turizm sohasini ilmiy anglash (bilish) ning alohida bosqichlarida tahlil va sintezning mohiyati nimalardan iborat?
4. Tahlil va sintez qanday funksiyalarga ega?
5. Tahlilning qanday turlarini bilasiz?
6. Ilmiy tadqiqotda nazariy sintez nima?
7. Turistik faoliyatda eksperimentning turli xil turlarining qo'llanilishi qanday rol o'ynaydi?
8. Turistik faoliyatning potensial imkoniyatlarini anglash (bilish) ni qanday usullarini bilasiz?
9. Taqqoslash usuli o'zida nimani ifodalaydi?

10. Umumlashtirish usuli qanday tavsiflanadi?
11. Turizmning yangi tur va shakllarini ilmiy jihatdan tadqiq qilishda abstraksiyalash usuli nimani anglatadi?
12. Tadqiqotning mantiqiylik usuli qanday holatlarda qo'llaniladi?
13. Tarixiylik usulining mlohiyati qanday?
14. Ekspert baholash usullaridan qanday foydalaniladi?
15. Dasturiy-maqсадli rejalashtirish usuli o'zida nimani ifodalaydi?
16. Mutaxassislar orasida o'tkaziladigan ekspert anketa so'rovlari qanday maqsadlarda qo'llaniladi?
17. Turistik faoliyatda ilmiy tadqiqotning qanday xususiy usullarini qo'llash mumkin?
18. Turistik korxona xodimlarining uslubiy mahorati qanday usullar yordamida shakllantiriladi?
19. Ilmiy tadqiqotlarda modellashtirish o'zida nimani ifodalaydi?
20. Siz qanday ilmiy tadqiqot modellarini bilasiz?
21. Turizmда meta modellarni o'zida nimani ifodalaydi?
22. Turizm sohasida kadrlarni tayyorlash va qayta tayyorlashda menejment va marketingda model qanday rol o'ynaydi?

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasining 2019-yil 29-oktyabrdagi "Ilm-fan va ilmiy faoliyat to'g'risida"gi O'RQ-576-sonli Qonuni. <https://lex.uz/docs/4571490>.
2. O'zbekiston Respublika Prezidentining 2017-yil 16-fevraldagi "Oliy o'quv yurtidan keyingi ta'lim tizimini yanada takomillashtirish to'g'risida"gi PF-4958-son Farmoni. <https://lex.uz/docs/3119699>
3. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2017-yil 22-maydagi "Oliy ta'limdan keyingi ta'lim tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi VMQ-304-sonli qarori.
4. N.A.Shermuxeimedoia. Ilmiy tadqiqot metodologiyasi. Darslik. Uchinchi nashr. T.: Innovatsiya-Ziyo. 2021, 452 b.
5. E. Б. Шарова, Л. В. Ребышева. Маркетинговые исследования в туризме. Учебное пособие. Тюмень, ТюмГНГУ. 2011 г. 128 с.
6. Завьялова Н.Б., Головина А.Н., Завьялов Д.В., Дьяконова Л.П., Мельников М.С., Сагинова О.В., Сагинов Ю.Л. Семенов А.В., Скоробогатых И.И., Строганов И.А. Учебное пособие. Методология и методы научных исследований в экономике и менеджменте. – Москва- Екатеринбург: 2014. – 282 с.
7. А.Дурович. Маркетинговые исследования в туризме. Учебное пособие. СПб-Питер. 2008. 384 с.
8. И.Саифназаров, Г.Никитченко, Б.Қосимов. Илмий ижод методологияси. Т.: Янги аср авлоди. 2004 й.198 б.
9. Л.В.Переғудов, М.Х.Саидов, Д.Е.Аликулов. Илмий ижод методологияси. Т.: Молия. 2002 й., 124 б.
10. А.Раджабов. Илмий тадқиқот асослари. Т.: Тафаккур-Бўстони. 2012 й. 254 б.
11. Кухарская Н. А., Новошинская Л. В. Маркетинг инноваций: Учебное пособие. – Одесса: «Атлант BOI COIY», 2016. 215 с.
12. K.J.Tulenova. Ilmiy tadqiqot metodologiyasi. Darslik. T.: Innovatsiya-Ziyo. 2022, 218 b.
13. R.D.Dusmuratov. Ilmiy-tadqiqot ishini tashkil etish. O'quv qo'llanma. T.: Iqtisod-moliya. 2019 yil. 248 b.

14. I.Saifnazarov, A.Muxtarov, A.Boboyev. Ilmiy tadqiqot metodologiyasi. O'quv-uslubiy qo'llanma. T.: TDIU. 2017 yil. 129 b.
15. В.Алемасов, Ш.Мамадалиев. Илмий тадқиқот: Методология, методика, ижодиёт. Ўқув қўлланма. Т.: Ўзбекистон Республикаси ИИВ Академияси. 2015 й. 102 б.
16. Sh. Samanova. Ilmiy tadqiqot metodologiyasi. Uslubiy qo'llanma. T.: Lesson-Press. 2021 y. 141 b.
17. A.Radjapov, N.Eshpulatov. Ilmiy tadqiqot asoslari. O'quv qo'llanma. T.: 2021 yil. 128 b.
18. Алимова М.Т. Инновационный менеджмент: Учебник – Самарканд.: СамИЭС. Издательство ООО «STAP-SEL», 2022 – 350 с.
19. Д.С.Ушаков. Прикладной туруперейтинг. Учебное пособие. Москва.: «Март». 2006. 448 с.
20. Raximov. Z.O., Xaitboyev R. Ibadullayev N.E. Safarov B.Sh. O'quv qo'llanma. Turupereyting. Samarqand. SamISI, 2018 y., 172 b.
21. Е.В.Агамирова. Управление персоналом в туризме и гостинично-ресторанном бизнесе. Практикум. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2006. – 176 с.
22. А.Э. Саак., М.В. Якименко. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны) Учебное пособие. – СПб.: Питер, 2008, - 432 с.
23. Камилова Ф. К. Меҳмонхона ва ресторан хўжалиги маркетинги. Ўқув қўлланма - Т.: ТДИУ, 2007 й. 205 б.
24. А.П.Дурович. Маркетинг гостиниц и ресторанов. Учебное пособие. М.: Новое знание, 2006. – 632 с.
25. Барчуков И.С. Санаторно-курортное дело. Учебное пособие. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2006.
26. Барчуков И.С., А.А.Нестеров, Е.В.Нестерова. Туризм: организация, управление, маркетинг. Учебное пособие. СПб.: Книжный дом. 2005, 224 с.
27. О.С.Виханский Стратегическое управление. Учебник. М.: Гардарики, 1999. – 296 с.

28. М. Райли. Управление персоналом в гостеприимстве. Учебник. М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2005. – 191 с.

29. А.В.Игнатъева, М.М.Максимцов. Исследование систем управления. Учебник. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012, 167 с.

30. Власова Т.И., Крутик А.Б., Михайленко В.А. Предпринимательская деятельность в сфере услуг. Учебное пособие. СПб.: Изд. Астерион, 2005 – 388 с.

31. Е. В. Кантеева, Е. М. Разиньков. Методы и средства научных исследований. Учебное пособие. М-во образования и науки РФ, ФГБОУ ВПО «ВГЛТА». – Воронеж, 2012. – 107 с.

32. Е.В.Щербакова, Е.А. Ольховатов. – М.: Ай Пи Ар Медиа, 2020. – 122 с.

33. А.М.Новиков, Д.А.Новиков. Методология научного исследования. Учебное пособие. М.: Либроком, - 280 с.

34. В.Р.Веснин. Практический менеджмент персонала. Пособие по кадровой работе. М.: Юристъ, 1998, - 496 с.

35. Дмитриев М. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012, - 400 с.

36. Джанджугазова, Е. А. М аркетинг в индустрии гостеприимства.М.: Академия. 2013. 224 с.

37. Н.И.Гаранин. Менеджмент безопасности в туризме и гостеприимстве. Учебник. М.: Советский спорт, 2005, 224 с.

INTERNET RESURSLARI

1. www.zivonet.uz
2. www.philosophy.uz
3. www.lex.uz
4. www.marketing.research.com
5. www.gov.uz
6. www.stat.uz

MUNDARIJA

KIRISH		4
I BOB.	Turizm sohada ilmiy tadqiqotlarning nazariy asoslari va ularning o'ziga xos xususiyatlari	6
1.1.	Ilmiy tadqiqotlar. Asosiy tushunchalar va ta'riflar	6
1.2.	Turistik xizmatlar sohasida ishbilarmonlik faoliyatini amalga oshirishda ilmiy tadqiqotlarning o'rni va ahamiyati	8
1.3.	Turistik xizmatlar ko'rsatish va mehmonxona xo'jaligi tizimida ilmiy tadqiqotlarni amalga oshirishning maqsad va vazifalari	12
1.4.	Turistik faoliyat to'g'risidagi ilmiy bilimlarning asosiy tarkibiy qismlari	15
1.5.	Jamiyat hayotida turizmning ahamiyati	16
II BOB.	Turistik faoliyatni metodologik yondashuvlar asosida tadqiq qilish	18
2.1.	Metodologiya - turistik faoliyatni tadqiq qilish usullari to'g'risidagi ta'limot sifatida	18
2.2.	Turistik faoliyatni tadqiq qilishda metodologiyaning roli	20
2.3.	Turistik faoliyatni ilmiy jihatdan tadqiq qilish metodikasi	22
2.4.	Turistik faoliyat to'g'risidagi fanning funksional xususiyatlari	26
2.5.	Turistik faoliyat bo'yicha tadqiqot usullariga qo'yiladigan talablar	27
2.6.	Turistik faoliyatni metodologik jihatdan tadqiq qilishda ilmiy fanlarning ahamiyati	29
2.7.	Turizm metodologiyasining asosiy tamoyillari	37
2.8.	Turizmni tadqiq qilishning nazariy va Empirik usullari	40
2.9.	Turizm sohasida ilmiy tadqiqotlar olib borishning o'ziga xos xususiyatlari	43
III BOB.	Turizm sohasidagi ilmiy tadqiqotlarda dialektika qonunlarining qo'llanilishi	48
3.1.	Turizm sohasidagi ilmiy tadqiqotlarda qarama-qarshiliklarning birligi va kurashi qonunining qo'llanilishi	48
3.2.	Turizm sohasidagi ilmiy tadqiqotlarda miqdoriy	

	o'zgarishlarning sifat o'zgarishlariga o'tish qonunining qo'llanilishi	52
3.3.	Inkorni inkor etish qonunini turizm sohasidagi ilmiy tadqiqotlarda qo'llanilishi	57
VI BOB	Turizm sohasidagi ilmiy tadqiqotlarda dialektikaning falsafiy kategoriyalari	63
4.1.	Turizm sohasini tadqiq qilishda tizimning ahamiyati	63
4.2.	Turizm sohasiga oid ilmiy tadqiqotlarda mazmun (tarkib) va shakl, butun va qism (bo'lak), mohiyat va hodisa kategoriyalarining qo'llanilishi	67
4.3.	Turizm sohasiga oid ilmiy tadqiqotlarda sabab va oqibat, zarurat va tasodif kategoriyalari	75
4.4.	Ilmiy tadqiqotlarda imkoniyat va voqelik tushunchalari	81
4.5.	Ilmiy tadqiqotlarda umumiy va yagona kategoriyalari	82
4.6.	Mantiqiy fikrlashning ahamiyati va turopereytingda dalillarning roli	85
4.7.	Mantiqiy fikrlash qonuniyatlari va ularni turopereytingdagi roli	89
4.8.	Turizm sohasini tadqiq qilishda mantiqiy fikrlash shakllari	92
4.9.	Tadqiqotlarda nazariy va amaliy mantiqiy fikrlashning o'rni va ahamiyati	96
4.10.	Amaliy ko'nikmalar asosida mutaxassislar tafakkurini (fikrlashini) rivojlantirish	97
V BOB	Jahon iqtisodiyotining globallashuvi sharoitida turizm sohasini rivojlantirishning asosiy tamoyillari	101
5.1.	Turistik korxonalar faoliyatini tashkil etish va turistik biznesning rivojlanish omillari	101
5.2.	Turistik faoliyatni tashkil qilishda ilmiy muammolar va gipotezalar	105
5.3.	Turizm nazariyasida ilmiy tamoyillarni ishlab chiqish	110
VI BOB	Turistik faoliyatga oid ilmiy tadqiqotlarda umumilmiy usullarni qo'llanilishi	116
6.1.	Turistik faoliyatga oid ilmiy tadqiqotlarda umumilmiy usullar va ularni qo'llashning ahamiyati	116
6.2.	Turistik faoliyatda tahlil va sintez usullari	119
6.3.	Eksperiment amaliy tadqiqot usuli sifatida	122
6.4.	Turistik biznesning potentsial imkoniyatlarini anglash	

	(bilish) usullari	125
6.5.	Turistik faoliyatga oid ilmiy tadqiqotlarda tarixiylik, mantiqiylik va ekspert baholash usullarining qo'llanilishi	128
6.6.	Turistik faoliyatda amalga oshiriladigan ilmiy tadqiqotlarda xususiy usullarning qo'llanilishi	131
6.7.	Turistik korxona xodimlarini metodik jihatdan tayyorlashning ahamiyati	132
6.8.	Modellashtirish turizm sohasidagi real jarayonlarni tadqiq qilish usuli sifatida	134
	Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati	140

TURIZMDA ILMIY TADQIQOT USULLARI

**Magistraturaning 71010401 – “Turizm (Faoliyat turlari
bo‘yicha)” mutaxassisligi talabalari uchun o‘quv qo‘llanma**



**Muharrir: S.Ruzmetov
Kompyuter sahifalovchi: I.Davletova**

Nashriyot litsenziyasi № 059763
Bosishga ruxsat etildi: 01.04.2024 yil
Bichimi 60 x 84 ^{1/16}, “Times New Roman”
Ofset bosma usulida chop etildi.
Shartli bosma tabog‘i 9,25. Adadi 100. Buyurtma № 09-05
Tel: (33) 701 12 00, (99) 564 63 20
“Khwarezm travel” MCHJ nashriyoti.
220502, Urganch t. Zargarlar mahallasi Marvarid ko‘chasi 8-yo‘lak 4-uy.
“Khwarezm travel” bosmaxonasida chop etildi.
Urganch t. Zargarlar mahallasi Marvarid ko‘chasi 8-yo‘lak 4-uy.



ISBN 978-991072700-9

