

**TURIZM DESTINATSIYASI TUSHUNCHASI VA  
UNING MUZEY TURIZMIDAGI O'RNI**

**Yarashova Munisa Yusup qizi**  
*Kamoliddin Behzod nomidagi  
Milliy rassomlik va dizayn  
insituti Muzey menejmenti va  
madaniy turizm yo'nalishi  
3-bosqich talabasi*

**Annotatsiya:** *Ushbu maqolada turizm destinatsiyasi tushunchasini tahlil qilish va o'rganish va uning muzey turizmdagi o'rnini chuqur o'rganish masalalari ko'rib chiqildi. Madaniy turizm va uning turlari, shakllanish tarixi va madaniy turizmda tarixiy-madaniy merosning o'rnini o'rganishda tadqiqotlarni tahlil qilindi.*

**Kalit so'zlar:** *Destinatsiya, muzey, muzey-turizmi, tarixiy-madaniy ob'ekt, turizm, turizmni rejalashtirish, turistik rekreatsion majmua, sayohatgoh.*

**Аннотация:** *В данной статье рассмотрены вопросы анализа и изучения понятия туристского назначения и углубленного изучения его места в музейном туризме. Культурный туризм и его виды, история становления и культурология проанализированы исследования по изучению места историко-культурного наследия в туризме.*

**Ключевые слова:** *пункт назначения, музей, музей-туризм, историко-культурный объект, туризм, планирование туризма, туристско-рекреационный комплекс, путеводитель.*

**Annotation:** *this article examined the analysis and study of the concept of tourism destination and the issues of in-depth study of its place in museum tourism. Cultural tourism and its types, history of formation and cultural in the study of the place of historical and cultural heritage in tourism, studies were analyzed.*

**Keywords:** *destination, museum, museum-tourism, historical-cultural object, tourism, tourism planning, tourist recreational complex, travel destination.*

O'zbekistonda madaniy turizm sohasini rivojlantirish, tashrif buyuruvchi turistlar sonini kengaytirish, muzey va tarixiy-madaniy ob'ektlarda turizmni yanada rivojlantirish borasida turistik destinatsiyalarni turizm sohasining muhim jihatlariga aylantirish borasida keng ko'lamli islohotlar olib borilmoqda. Shu kungacha muzeydestinatsiyasi iqtisodiy jihatdan o'rganilgan bo'lsa, muzeylar doirasidagi destinatsiyasi e'tibordan biroz chetda qolgan bo'lib, mazkur masalani o'rganish, ularni ilmiy tahlil qilish, bu borada to'plangan bilim va tajribalar asosida turizm sohasidagi muzeylar destinatsiyasini rivojlantirish uchun yangi loyihalar va takliflar kiritish maqola uchun tanlangan mavzuning dolzarbligini ko'rsatadi. destinatsiya masalasi bo'yicha

muzeyshunoslik, turizm fanlari kesimidagi nazariy yondashuv va usullarning qo'llanilganligi, turizm destinatsiyasi tushunchasini o'rganish darajasi, uning muzey turizmida tutgan o'rni, tarixiy-madaniy ob'ektlarida turizm destinatsiyasining faoliyatini olib borish texnologiyalari, metodlariga oid ko'pturdagi tarixiy, ilmiy adabiyotlar hamda boshqa ijtimoiy-gumanitar fanlar vakillarining tadqiqotlaridan foydalanilganligi, davriy matbuot materiallari, arxiv materiallari kabi birlamchi manbalarga asoslanilganligi, xulosa, taklif va tavsiyalarning amaliyotga joriy etilganligi bilan izohlanadi. Xususan, J.X.Ismailova va M.Muxamedovalarning "Madaniy turizmning tadqiqot va targ'ibot tamoyillari"<sup>15</sup> nomli monografiyasidan O'zbekistonning ichki, shu bilan birga tashqi turizm sohasining rivojlanishi, muzey turizm va turizmdagi zamonaviy texnologiyalar to'g'risidagi ma'lumotlarga ega bo'lindi. Shu bilan birga, M.S.Muxamedovanning "O'zbekistonda muzeylashtirilgan tarixiy madaniy meros ob'ektlarida turizmning shakllanishi va rivojlanish istiqbollari (XX asr yarmi X1 asr boshlari)"<sup>16</sup> nomli monografiyasidan O'zbekiston hududidagi tarixiy ob'ektlarda turizm shakllarining rivojlanishi o'rganildi.

Destinatsiya – bu turizm hududlari bilan chambarchas bog'liq bo'lib, turistik tizimning asosiy elementi sifatida turistni o'ziga tortadigan hudud, turist o'z sayohatini amalga oshiradigan va bir oz vaqt o'tkazadigan joy deb tushuniladi. "Destinatsiya" tushunchasi lotincha "joylashuv" so'zidan kelib chiqqan bo'lib, taxminan 30 yil davomida xorijiy tadqiqotchilar va turizm amaliyotchilarining konseptual apparatining asosiy atamalaridan biri bo'lib kelgan. Rossiya fan va amaliyotida "destinatsiya" tushunchasi nisbatan yangi tushuncha bo'lsa ham tobora ko'proq e'tirof etilmoqda va faol foydalanilmoqda (ayniqsa, sayyohlik hududlari iqtisodiyoti va boshqaruvi doirasida). O'zbekiston fan va amaliyoti uchun ham ushbu tushuncha yangi tushuncha sanaladi. Turizm adabiyotlarida "destinatsiya" tushunchasi ilk bor N.Leyper tomonidan kiritilgan. Shu sababdan ham N.Leyperning nazariyasi muhimdir. Turizm nima ekanligi va turizm qanday ta'riflanishi haqidagi munozaralar ko'p yillardan beri davom etib kelmoqda. Leyperning bu sohaga qo'shgan hissasi turizmni tushinishda tizimli yondashuvni qabul qilishdan iborat bo'lgan. Leyper (1979) turizmni quyidagicha ta'riflagan:

"...asosiy maqsadlar bo'yicha ish haqi olish maqsadida amalga oshirilgan turlar bundan mustasno, odamlarning o'z ixtiyoriga ko'ra sayohat qilishlari va odatdagi yashash joyidan tashqarida bir yoki bir necha kechaga vaqtincha qolishlarini o'z ichiga olgan tizim. Tizimning elementlari turistlar, ishlab chiqaruvchi hududlar, tranzit yo'nalishlar, tarixiy hududlar va turizm sanoatidir. Ushbu besh element fazoviy va funksional bog'lanishlarda joylashtirilgan. Ochiq tizimning xususiyatlariga ega bo'lgan besh elementni tashkil etish kengroq muhitda amalga oshiriladi : jismoniy, madaniy, ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, texnologik sistemalar bilan o'zaro ta'sir qiladi. "Destinatsiya" tushunchasi birinchi marta

<sup>15</sup> Исмаилова Ж., Мухамедова М. Маданий туризм тарихи ва назариясининг тадқиқот, тарғибот тамойиллари. монография. – Т., ЎзРФА Фан нашриёти, 2018 - 28 б.

<sup>16</sup> Мухамедова М.С. Ўзбекистонда музейлаштирилган тарихий маданий мерос объектларида туризмнинг шаклланиши ва ривожланиш истіқболлари (XX аср 11 ярми X1 аср бошлари). Тарихфан. бўйичафалсафа доктори (PhD). ... автореферати. – Тошкент, 2020. – 40 б.

turizm tizimining modellaridan biri mashhur olim N.Leyper modelida qo'llanilgan<sup>17</sup>. U o'zaro bog'liq bo'lgan 5 ta asosiy elementni o'z ichiga oladi:

- turistlar;
- kamida bitta turistik mintaqa. Bu sayyoh yashaydigan va sayohat boshlanadigan va tugaydigan hudud;
- tranzit hududi. Turist belgilangan joyga yetib borishi uchun o'tishi kerak bo'lgan hudud;
- kamida bitta turistik yo'nalish. Turist sayohat qilish uchun tanlagan hudud;
- turizm sanoati. Turistik oqimlarni ta'minlaydi.

Leyperning fikriga ko'ra, turistik destinatsiya - bu turist tashrif buyurishnitanlagan va u yerda ma'lum vaqtini o'tkazadigan o'ziga xos hudud, turist va turistikinfratuzilma o'rtasidagi o'zaro ta'sirning asosiy jarayonlari sodir bo'ladiganhududdir<sup>18</sup>

Mahalliy va xorijiy adabiyotlarda "destinatsiya" tushunchasiga ta'riflar

Muallif	Ta'rif
Leyper N.	Turist tashrif buyurishni tanlagan va u yerda bir oz vaqt o'tkazadigan o'ziga xos hudud, turistning turistik infratuzilma bilan o'zaro ta'sirining asosiy jarayonlari sodir bo'ladigan hudud <sup>61</sup>
Kuper S., FletcherD., GilbertD., Sheperd R., Vanxill S.	Turistlarning ehtiyojlarini qondirish uchun shakllantirilgan xizmatlar va ob'ektlar majmuasi <sup>62</sup>
Jahon turizm tashkilot	Turist kamida bir kecha-kunduz bo'ladigan makon.Destinatsiyani boshqarish tizimi, imiji va uning bozordagiraqobatbardoshligini belgilovchi jismoniy va ma'muriy chegaralari <sup>63</sup>
Richi B., Krouch D.	Ma'muriy chegaralari bo'lgan maxsus hudud:

<sup>17</sup> Lew A.A. A framework of tourist attraction research / A.A. Lew // Annals of Tourism .. 1987. №14(4)

<sup>18</sup> Leiper N. Tourism Management. 3d ed. / N. Leiper. Sidney: Pearson Education Australia,2004. – P. 26

Turistik diqqatga sazovor joylar “destinatsiya” tushunchasining yana bir jihatini marketing jihatini ochib beradi. Destinatsiyaning eng muhim jihati aynan uning turistlar uchun jozibadorlik omilidir. Destinatsiya - bu faqat ma’lum turistik resurslar to’plamiga ega bo’lgan geografik hudud emas, balki turistlar uchun tarixiy ahamiyatga ega bo’lgan hududdir. Turistni ushbu hududda nima borligi, bu hudud sayyohga nima bera olishi qiziqtiradi. Destinatsiyalar - bu sayyohlarning ehtiyojlari va umidlarini qondirish uchun tanlangan infratuzilma va xizmatlar to’plami. Bu “turistik mintaqa” va “turistik destinatsiya” tushunchalarining asosiy farqidir. “Turistik mintaqa” tushunchasi ko’p jihatdan turizm rivojlanishining geografik va infratuzilmaviy jihatini o’zida aks ettiradi. Bu ma’lum chegaralarga ega bo’lgan turistik-rekreatsiya zonasi, “turistik va rekreatsiya resurslari, sharoitlari, turistik va rekreatsion infratuzilmaning zarur darajada rivojlanganligi, turizm va rekreatsiyaning ayrim turlariga ixtisoslashuvi bo’yicha boshqa hududlardan ajralib turadigan hudud” hisoblanadi<sup>19</sup>. “Destinatsiya” tushunchasi birinchi navbatda marketing tarkibi bo’lib, destinatsiya turist tomonidan taklif qilinadigan va iste’mol qilinadigan yaxlit kompleks marketing mahsuloti ekanligini nazarda tutadi<sup>65</sup>. Aynan turistning hudud bilan o’ziga xos hissiy aloqasi uni turistik manzilga aylantiradi. Hudud faqat sayyohlar tashrif buyurgan taqdiridagina manzilga aylanadi. Destinatsiyaning boshqaruv ob’ekti bo’lishi kerak (“destinatsiya” tushunchasining boshqaruv jihati). Jahon sayyohlik tashkiloti ta’rifiga ko’ra, destinatsiyani boshqarish destinatsiyani tashkil etuvchi barcha elementlarni (attraksionlar, infratuzilma, foydalanish imkoniyati, reklama, xarajat) muvofiqlashtirilgan holda boshqarishdir.<sup>20</sup>

Destinatsiya” tushunchasining ijtimoiy jihatiga ko’ra, destinatsiyalar nafaqat turistik diqqatga sazovor joylar, balki odamlar yashaydigan va mehnat qiladigan hududlar ham bo’lishi mumkin. Bu turizmni rivojlantirish doirasidan tashqarida rivojlangan ijtimoiy, iqtisodiy, madaniy munosabatlar va amaliyotlar majmuasidir. Destinatsiya - bu mahalliy aholi manfaatlari, mahalliy madaniyat, tabiat va turistlar manfaatlarining kundalik ta’siri hisoblanadi. Hududning turistik maskanga aylanishi mahalliy hamjamiyat uchun ham ijobiy, ham salbiy oqibatlari mavjud. Destinatsiyani boshqarishning asosiy maqsadlaridan biri barqaror rivojlanishni ta’minlashdir.

Madaniy turizm va uning turlari, shakllanish tarixi va madaniy turizm da tarixiy-madaniy merosning o’rnini o’rganishda tadqiqotlarni tahlil qilish; tushunchasining yuqoridagi jihatlarini umimlashtirib, shuni ta’kidlash kerak, turistlar boradigan har bir hududni destinatsiya deyilmaydi. Chunki ushbu hududning javob berishi kerak bo’lgan bir qator mezonlar mavjud:

- hudud yagona kompleksni tashkil etuvchi, noyob, ajralib turadigan va turistlar tomonidan tan olinadigan mintaqaviy o’ziga xoslikni tashkil etuvchi madaniy, jismoniy va ijtimoiy xususiyatlar to’plamiga ega bo’lishi kerak;

<sup>19</sup> Джанджугазова Е.А. Маркетинг туристских территорий / Е.А. Джанджугазова. М.: Академия, 2006. – С. 22

<sup>20</sup> Кирьянова Л.Г. Маркетинг дестинаций как современный подход к управлению туристским регионом / Л.Г. Кирьянова // Известия Томского политехнического университета. 2010. Т.316. №6.

- keng doiradagi resurslar, mahsulotlar va xizmatlarga asoslangan integratsiyalashgan turizm mahsuloti va mulkda bir nechta diqqatga sazovor joylarbo'lishi kerak;
- hududda turizmni rivojlantirish uchun zarur bo'lgan, turistlarning turar joy, oziq-ovqat, ko'ngilochar, xavfsizlik va boshqa shu kabi ehtiyojlarini qondirish imkonini beruvchi infratuzilma bo'lishi kerak;
- hudud turistlarning qiziqishlari va talablariga muvofiq o'zining turistik ob'ekt larini saqlash va rivojlantirish uchun zarur resurslarga ega bo'lishi kerak;
- turistga borar joyida - turoperatorlar, axborot markazlari va "sotib olish" imkonini beradigan tizim bo'lishi kerak;
- hududda belgilangan manzilni boshqarish va targ'ib qilish uchun mas'ul bo'lgan tegishli organ (davlat yoki jamoat) bo'lishi kerak;
- hudud aholisi belgilangan mahsulotning bir qismiga aylanishi, shuningdek, uni yaratish jarayonida ishtirok etishi kerak;
- turizm hududning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining ajralmas qismidir.

Turistik destinatsiyalar mahalliy aholi tomonidan shakllantiriladi. Belgilangan joylar butun mamlakat, mintaqa, orol, shahar, qishloq, hatto bitta attraksion parkidan farq qilishi mumkin. Muzey salohiyatiga bo'lgan qiziqishning ortib borishi ularning turizm sohasiga faol jalb etilishiga ko'maklashdi. Natijada jahon bozorida muzey makonidan foydalanishning ikki yo'nalishi shakllandi, bular: mustaqil turistik mahsuloti va uning elementi sifatidagi-ekskursiya. Ikkinchisi, muzey kolleksiyalarini taqdim etish shakli sifatida chuqur tarixiy ildizlarga ega bo'lgan va san'at asarlarini va turli xil qiziqishlarni to'plashning muzey shakllari bilan bog'liqdir. Global tendensiyalarni o'zgartirish, axborot taqdim etishning yangi shakllariga qiziqish, muzeylarning turistik bozordagi rolini qayta ko'rib chiqishga yordam berdi<sup>21</sup>. Ta'lim, bilim, ko'ngilochar va yoqimli xizmatning birlashishi natijasida muzey turistik mahsulotlari paydo bo'ldi va boshqa madaniy muassasalar bilan raqobat muzey yo'nalishlarining shakllanishiga va mustaqil turistik mahsulotning yaratilishiga yordam berdi.

Xulosa qilib shuni ta'kidlash mumkin, destinatsiya - bu sayyoh tashrif buyurishni tanlagan va u hududning diqqatga sazovor joylari bilan o'zaro ta'sir qilishdan taassurot, tuyg'u olish uchun vaqt o'tkazadigan jismoniy makondir. Bu sayyohlik mahsuloti bo'lib, turistlar uchun diqqatga sazovor joylar, tegishli infratuzilma va tegishli xizmatlarni o'z ichiga oladi. Destinatsiyaning marketing raqobatbardoshligi turistning idrogi bilan belgilanadi, uning qiziqishlari va ehtiyojlari turistik hududning jozibadorlik darajasini belgilaydi.

Shunday qilib, muzey destinatsiyasi turizm fani tomonidan alohida muzeyga ham, umuman turistik va rekreatsion tizimga ham xos xususiyatlarga ega bo'lgan o'ziga xos o'rganish ob'ekti hisoblanadi. Ular turistlarning ehtiyojlarini qondirishjahon turizm

---

<sup>21</sup> Ritchie B. The competitive destination: a sustainable tourism perspective / B. Ritchie, G. Crouch. Cambridge: CAB International, 2003. – P. 91

bozorlarida raqobatbardoshligini oshirish imkonini beruvchi maxsus ichki tuzilmaga ega. Shu bilan birga, erishilgan afzalliklar hozirgi kunda yoʻnalishlar raqobatbardoshligining asosiy omillari hisoblanadi.

#### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учебник/-3-изд., испр. –Мн.: Новое знание, 2002. – 25 с.
2. Ismailova J.H., Nishanova K.S., Muxamedova M.S. Muzei va jamiyat. Oliy taʼlim muassasalari uchun darslik. – Toshkent: Chinor ENK, 2015. – 174 b
3. Ibragimov N.S. Turistik hudud raqobatbardoshligi. Monografiya. – Buxoro: “Sadridin Salim Buxoriy” Durdoni nashriyoti, 2017 - 16 b
4. Квартальнов В. А. Туризм. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 336 с
5. Muxamedova M.S. Muzei shunoslik sohasi ni rivojlantirishda Milliy va Xalqaro tashkilotlar faoliyatining oʻrni (XX–XXI asrlar). – Toshkent: “Yosh kuch press matbuoti”, 2017. – 297 b.
6. Павлова Э.Н. Дестинация как концепт развития региональной системы непрерывного профессионального туристского образования. Автореферат дисс... докт. пед. наук. - Москва. 2010
6. Alimov, S. S., & Yusupova, O. M. (2022). LINGUOCULTURAL FEATURES OF BORROWINGS FROM ENGLISH TO UZBEK LANGUAGE. *Galaxy International Interdisciplinary Research Journal*, 10(1), 1-4.
7. Mamadjanova, M. U. (2022). OʻZBEK VA INGLIZ TILLARIDA EPITETNING CHOʻGʻ IʼSH TIRMA TADQIQI. ANTONAMAZIYA EPITETLAR. *RESEARCH AND EDUCATION*, 1(5), 110-115.
8. Gafurova, S., & Yusuphodjayeva, S. (2023). DIFFERENTIAL ANALYSIS OF NEUROTIC DISORDERS IN IRRITABLE BOWEL SYNDROME AND IMPROVEMENT OF MEDICAL PSYCHOLOGICAL SUPPORT IN THEM. *Science and innovation*, 2(D2), 177-181.
9. Gafurova, S. (2021). About one of the unique sources on the history of the Uzbek language in the XVI century. *World Bulletin of Social Sciences*, 5, 42-44.
10. Gafurova, S. U. (2021). LINGUISTIC FEATURES OF SOME HISTORICAL SOURCES. *湖南大学学报 (自然科学版)*, 48(8).
11. Gafurova, S. U. B. (2019). HISTORICAL SOURCE AS A LEGACY OF THE PAST. *Theoretical & Applied Science*, (9), 271-273.
12. Gafurova, S. U. (2019). IDEOGRAPHIC DICTIONARIES AS HISTORICAL SOURCES. *Scientific Bulletin of Namangan State University*, 1(7), 219-225.
13. Ulugʻbekovna, G. S. NUSRAT-NAME AS HISTORICAL SOURCE. *Zbiór artykułów naukowych recenzowanych.*, 58.