



MUZEYDA TURIZMINI RIVOJLANTIRISHDA MARKETING TAMOYILLARINING O'RNI

Alisher Ro'ziqulov Bozorivich

“Shahrisabz”-davlat muzey qo'riqxonasi

Annotasiya: Ushbu maqolada muzey turizmi marketingining mohiyati, uning zamonaviy sharoitdagi o'rni va ahamiyati yoritilgan. Mustaqillik yillarida O'zbekistonda turizm va muzeylar faoliyatini rivojlantirish bo'yicha amalga oshirilgan islohotlar, qabul qilingan normativ-huquqiy hujjatlar tahlil qilingan. Muzeylarni nafaqat madaniy-ma'rifiy muassasa, balki turizm industriyasining faol subyekti sifatida rivojlantirishda marketing tamoyillarini qo'llash zarurligi asoslab berilgan. Maqolada tashrif buyuruvchilar talabini o'rganish, bozor segmentatsiyasi, xizmatlar sifatini oshirish va muzey infratuzilmasini takomillashtirish masalalariga alohida e'tibor qaratilgan. Shuningdek, xorijiy va mahalliy olimlarning turizm marketingiga oid nazariy qarashlari tahlil qilinib, muzey marketingini kompleks rivojlantirish bo'yicha ilmiy-amaliy xulosalar berilgan.

Kalit so'zlar: Muzey turizmi, marketing, madaniy meros, muzey marketingi, turizm industriyasi, bozor segmentatsiyasi, muzey xizmati, tarixiy-madaniy obidalar, UNESCO, tashrif buyuruvchi.

Аннотация: В статье раскрывается сущность маркетинга музейного туризма, его роль и значение в современных условиях. Проанализированы реформы, реализованные в годы независимости в Узбекистане по развитию туризма и музейной деятельности, а также принятые нормативно-правовые документы. Обоснована необходимость применения маркетинговых принципов в развитии музеев не только как культурно-просветительских учреждений, но и как активных субъектов туристской индустрии. Особое внимание уделено изучению спроса



посетителей, сегментации рынка, повышению качества услуг и совершенствованию музейной инфраструктуры. Также проанализированы теоретические взгляды зарубежных и отечественных ученых в области туристского маркетинга и представлены научно-практические выводы по комплексному развитию музейного маркетинга.

Ключевые слова: музейный туризм, маркетинг, культурное наследие, музейный маркетинг, туристская индустрия, сегментация рынка, музейные услуги, историко-культурные объекты, ЮНЕСКО, посетитель.

Annotation: This article examines the essence of museum tourism marketing, its role and significance in modern conditions. The reforms implemented in Uzbekistan during the years of independence aimed at developing tourism and museum activities, as well as the adopted regulatory and legal documents, are analyzed. The necessity of applying marketing principles in the development of museums not only as cultural and educational institutions but also as active subjects of the tourism industry is substantiated. Special attention is paid to studying visitor demand, market segmentation, improving service quality, and enhancing museum infrastructure. In addition, the theoretical views of foreign and domestic scholars on tourism marketing are analyzed, and scientific and practical conclusions on the comprehensive development of museum marketing are presented.

Keywords: museum tourism, marketing, cultural heritage, museum marketing, tourism industry, market segmentation, museum services, historical and cultural sites, UNESCO, visitor.

O'zbekistonning ko'hna tarixi, qadimiy madaniy merosi jahon turislarini o'ziga jalb qilib kelgan bo'lsa-da, sobiq sho'rolar davrida xorijiy mamalkatlar bilan bevosita turistik aloqalar o'rnatish chegaralangan edi. O'zbekiston mustaqillikka erishgandan so'ng turizm sohasini jahon andozalariga ko'tarish masalasi jiddiy muhokama qilinib, bu sohani yangidan isloh qilish



bo'yicha Prezident farmon va davlat dasturlari qabul qilindi. Ko'pgina tarixiy-me'moriy obidalar qayta tiklandi. Samarqand, Buxoro, Shahrisabz va Xivada joylashgan bir qancha qadimiy tarixiy obidalar YuNESKO himoyasiga olindi.

Muzeylar-tarix, ma'naviyat va san'at xazinasini bo'libgina qolmay, u nafaqat saqlab kelingan merosni namoyon etuvchi madaniy maskan, balki ilmiy tadqiqotlar va ta'lim-tarbiya tadbirlarini olib boruvchi muassasa sifatida ham ahamiyat kasb etadi. Shu sababli, muzeylar jamiyatni ma'naviy yuksaltirishda, yosh avlodni umumjahon va milliy qadriyatlarga hurmat ruhida tarbiyalashga alohida o'rin tutadi. Mamlakatimizda ro'y berayotgan o'zgarishlar manaviy hayotga ham o'z ta'sirini ko'rsatmoqda. O'zbekistonda yangi ma'naviy-g'oyaviy yo'nalishlarning shakllanishi o'z navbatida, zamonaviy san'atning barcha sohalariga samarali ta'sir etib, ijodiy izlanishlar doirasini kengaytirib, badiiy tafakkur rivojini yanada jadallashtirmoqda. Jumladan, mustaqillik yillarida birinchi prezidentimiz I. A. Karimov rahnamoligida yurtimiz tarixiga ob'ektiv baho berilib, dunyo tamadduniga o'zlarining beqiyos hissalarini qo'shgan buyuk ajdodlarimizning nomlarini tiklash, ularning xonaqo va maqbaralarini, qabrlarni obod qilish, tarixiy xotira ob'ektlarini asrab-avaylash masalalariga alohida e'tibor qaratildi. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1998 yil 12 yanvardagi qabul qilingan "Muzeylar faoliyatini tubdan yaxshilash va takomillashtirish to'g'risida"¹gi qonuni, O'zbekiston Vazirlar Mahkamasining 2008 yil 31 oktyabrdagi "Muzeylar faoliyati bo'yicha me'yoriy xujjatlarni qabul qilish to'g'risida"gi qarori, "O'zbekiston Respublikasi tarixi va madaniyati yodgorliklarini himoya qilish va ulardan foydalanish to'g'risida"gi qonun va muzeyshunoslik bo'yicha ishlab chiqilgan nizomlar, me'yoriy xujjatlar barcha sohalar kabi muzeylar faoliyatini muvofaqlashtirgan holda rivojlanishiga mustahkam huquqiy poydevor yaratadi. Turizmi milliy jamlanmalarini jahon madaniy maydonga samarali havola etish va ularni ma'naviy, tarixiy va badiiy merosini o'ziga xos tarzda taqdim etuvchi vosita bo'lib xizmat qiladi. Milliy

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1998 yil 12 yanvardagi "Muzeylar faoliyatini tubdan yaxshilash va takomillashtirish to'g'risida"gi Qonuni.



muzey turizmini rivojlantirish uchun muzey jamlanmasining ilmiy-axborot taqdimoti yalpi tizimi emas, balki sertarmoq qulay infratuzilma zarur. Shuni ta'kidlash joizki, so'ngi yillarda O'zbekiston Respublikasi rahbariyati va hukumat tomonidan O'zbekiston muzey turizmini rivojlantirishning sohalararo dasturini muvaffaqiyatli amalga oshirilishi qulay huquqiy maydon yaratuvchi huquqiy-me'yoriy qarorlar qabul qilindi. Muzeylarning kolleksiyalari turli tumanligi va kelib chiqishiga qarab saqlashga, davlat tomonidan qaratilishi ularning jamiyat iqtisodiy hayotida o'z o'rnini borligi va daromad keltira oladigan muassasa ekanligini anglatadi. Bundan tashqari muzeylar turizm iqtisodiyotida ishtirok etib, ishlab chiqarish loyihalarini amalga oshirishda faol qatnashmoqda.

Muzey xizmatiga bozor iqtisodiyoti tamoyillarini joriy etar ekanmiz, muzeyga tashrif buyuruvchilarga tomoshabinlar emas, balki xaridor yoki mijozlar-muzey jamoasini esa sotuvchi yokida xizmat ko'rsatuvchilar deb qarashimiz mumkin. Endi muzey imkoniyatidan kelib chiqqan holda, bor narsani xaridorga taklif qilish emas, balki xaridor hohlagan narsani tashkil etib berish taqazo etiladi. Bunda muzeyning asosiy fondini tashkil etadigan eksponat va moddiy manbalarini saqlab qolgan holda mahsulotni ishlab chiqarish haridor bilan munosabatni yo'lga qo'yish lozim. Buning uchun esa tashrif buyuruvchi sayyohlarning qiziqish va talablarini muntazam o'rganib, makro va mikrosegmentasiya usulida mijozlarni geografik joylashuvi, ruhiyati, odatlari va milliy xususiyatlari o'rganiladi. Mikrosegmentasiyada esa tashrifchi sayyohlarni kasbi, qiziqishi, yoshi kabilar hisobga olinadi. Shunday qilib muzey eksponatlarini qiziqarli qilib tayyorlash imkoni paydo bo'ladi. Tashrifchi sayyohlarning ta'assurotlarini o'rganib chiqqan holda, muzey eksponatlarini, jihoz va dizayniga o'zgartirish keritish va kamchiliklarini tuzatish mumkin. Natijada esa, tashrif buyuruvchi sayyohlarni kuzatish, ularni fikrlarini o'rganish orqali bilib olish mumkin.

Turizm industriyasi jahon xo'jaligining etakchi tarmoqlaridan biri bo'lib, milliy iqtisodiyotda katta daromad keltiradigan istiqboli soha hisoblanadi.



Turizm o'zining muhim xususiyatlari bo'yicha xo'jalik faoliyatining boshqa shakllaridan deyarli farq qilmaydi. Shuning uchun, zamonaviy marketingni hamma mavjud xususiyatlari turizmga ham qo'llanilishi mumkin. Shu bilan birga, turizmning nafaqat mahsulotlar savdosidan, balki xizmat ko'rsatish savdosini boshqa shakllaridan farq qiluvchi xususiyati mavjud. Bunda xizmat ko'rsatish 75%ni, mahsulot 25% ni tashkil etadi. Mamlakatimizda tarixiy yodgorliklar, ulug' ajdodlarimizning yuksak iste'dodi bilan bunyod etilgan obidalar, qadamjolar 7000 dan ortiq madaniy meros ob'ekti mavjud bo'lib, ularni aksariyati YuNESKO ro'yhatiga keritilgan. Shu sababli, keyingi yillarda davlatimiz tomonidan mazkur yo'nalishni rivojlantirish bo'yicha ko'plab normativ-huquqiy hujjatlar qabul qilinmoqda.

2021 yil 6-apreldagi "Turizm, sport va madaniy meros sohalarida davlat boshqaruvi tizimini yanada takomillashtirish chora tadbirlari to'g'risida"²gi PF-6199 sonli farmoniga binoan Turizm va sport vazirligi huzuridagi Madaniy meros agentligi tashkil etildi. Moddiy madaniy meros ob'ektlarini aniqlash, hisobga olish, muhofaza qilish, elektron katalogi kabilar agentlikning asosiy vazifalari sifatida belgilanganligi mamlakatimizda tarixiy-madaniy turizmni rivojlantirishga oid tizimli ilmiy-metodologik tadqiqodlar olib borish mumkin. Iqtisodiy adabiyotlarda tarixiy-madaniy turizm marketingga oid masalalar qator olimlar tomonidan o'rganilgan va turlicha ta'riflar berilgan.

Shvetsariyalik mutaxassis Y. Kripendraf uni qo'yidagicha ta'riflaydi: "Turistik marketing-bu tizimiy o'zgarish va turistik korxonalar faoliyatining muvofiqligi, shuningdek, hududiy, milliy yoki xalqaro miqyosda amalga oshiriladigan turizm sohasidagi xususiy va davlatsiyosatidir. Bunday o'zgarishlarning maqsadi belgilangan iste'molchilar guruhining talablarini to'laroq qondirishdan iborat bo'ladi, bu yerda tegishli foyda olish imkoniyati ham inobatga olinadi"³.

² O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-6199-son Farmoni, 2021 yil 6 aprel.

³ Kripendraf Y. Turizm marketingi nazariyasi. — Syurix, 2005. — 45-b



Bu boradagi sodda va keng ta'rif D.K.Ismaevga tegishli: "Marketing-bu maksimal foyda olish maqsadida va iste'molchilar talabini o'rganish hamda namoyon qilish asosida har bir iste'molchining individual talabini qondirishga yo'naltirilgan savdo ishlab chiqarish faoliyati tizimidir"⁴.

Nemis mutaxassislari V. Riger, P. Rot, A.Shrand marketingni, turistlar talabini qondirish bo'yicha, raqobatchilarganisbatan korxona o'z maqsadlariga yanada samaraliroq yo'llar bilan erishishga yo'naltirilgan "bozorga mo'ljallangan boshqaruv" sifatida ta'riflaydi.

Mamlakatimiz olimlari va tadqiqodchilari I. To'xliev, R. Amriddinova, Sh. Ro'ziev, O. Xamidov, N. Ibodullaev, F. Aziztoeva, B. Mamatov va boshqalarning ilmiy asarlarida turizm sohasini rivojlantirishning nazariy va amaliy jihatiga doir ko'plab masalalar yoritilgan, lekin tarixiy-madaniy turizmni rivojlanishiga oid ayrim masalalar etarlicha o'rganilmagani bois, ba'zi muammolar bugungi kunda ham o'z dolzarbligini saqlab qolmoqda. Turizm-mukammal tizim, siyosat, ekologiya, madaniyat va iqtisodiyotning eng serdaromad soha bo'lganidek, marketingning ijobiy samarasiga erishish uchun uning turli xil tashkilot va korxonalar bilan kuchli uyg'unlashuvi zarur.

Muzey marketingi deganda chiptalarni narxini oshirish, muzey xizmatlarini takomillashtirish yoki reklama qilish bilan chegaralanmasdan, balki muzeydagi barcha ishlarni uyg'unlikda rivojlantirib, ularni mazmunan boyitishdan iboratdir. Marketing birgina xodimning yoki marketologning ishi bilan chegaralanmasdan barcha muzey jamoasining bir yoqadan bosh chiqarib harakat qilishni talab qiladigan jarayondir.

Xulosa qilib aytganda, muzey turizmi marketingi muzeylarning barqaror rivojlanishi va ularning turizm industriyasidagi raqobatbardoshligini ta'minlovchi muhim omillardan biridir. Bugungi kunda muzeylar faqat tarixiy merosni saqlovchi maskan bo'lib qolmasdan, balki iqtisodiy jihatdan samarali faoliyat yurituvchi, xizmatlar ko'rsatuvchi zamonaviy muassasaga aylanishi

⁴ Ismaev D.K. Turizm marketingi. — Moskva, 2010. — 32-b.



lozim. Buning uchun marketing tamoyillarini joriy etish, tashrif buyuruvchilarning ehtiyoj va qiziqishlarini muntazam o'rganish, xizmatlar sifati va taqdimot shakllarini takomillashtirish muhim ahamiyat kasb etadi. Davlat tomonidan qabul qilinayotgan huquqiy-me'yoriy hujjatlar muzey turizmini rivojlantirish uchun mustahkam asos bo'lib xizmat qilmoqda. Kelgusida muzey marketingini kompleks yondashuv asosida rivojlantirish, innovatsion texnologiyalarni joriy etish va ilmiy-tadqiqot ishlarini kuchaytirish orqali milliy muzey turizmining salohiyatini yanada oshirish mumkin.

ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1998 yil 12 yanvardagi "Muzeylar faoliyatini tubdan yaxshilash va takomillashtirish to'g'risida"gi Qonuni.
2. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2008 yil 31 oktyabrdagi "Muzeylar faoliyati bo'yicha me'yoriy hujjatlarni qabul qilish to'g'risida"gi Qarori.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021 yil 6 apreldagi PF-6199-son "Turizm, sport va madaniy meros sohalarida davlat boshqaruvi tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni.
4. Kripendraf Y. Turizm marketingi nazariyasi. — Syurix, 2005.
5. Ismaev D.K. Turizm marketingi. — Moskva: Finans i statistika, 2010.
6. Riger V., Rot P., Shrand A. Turistik bozor va marketing strategiyasi. — Berlin, 2008.
7. To'xliiev I., Amriddinova R. Turizm iqtisodiyoti. — Toshkent: Iqtisod-Moliya, 2016.
8. Ro'ziev Sh., Xamidov O. O'zbekistonda turizmni rivojlantirish masalalari. — Toshkent, 2019.
9. Aziztoeva F., Mamatov B. Madaniy meros va turizm. — Samarqand, 2020.