



## TURISTLARNING SAYOHAT MOTIVATSIYASI VA QONIQISH DARAJASI O'RTASIDAGI MUNOSABATLAR TAHLILI

Nimatov Ibragim Xudayarovich,

tayanch doktorant (PhD),

“Ipak yo’li” turizm va madaniy meros xalqaro universiteti,

+998 99 592 21 77,

[nimatov.ibragim@mail.ru](mailto:nimatov.ibragim@mail.ru)

MAQOLA HAQIDA

ANNOTATSIYA

**Qabul qilindi:** 24-iyun 2024-yil

**Tasdiqlandi:** 26-iyun 2024-yil

**Jurnal soni:** 11

**Maqola raqami:** 7

**DOI:** <https://doi.org/10.54613/ku.v11i11.945>

**KALIT SO'ZLAR/ Ключевые слова/**

**keywords**

sayohat motivatsiyasi, turistlar qoniqishi, kanonik korrelyatsiya tahlili, madaniy turizm, turistik ehtiyoj, turistik talab

maqolada Samarqandga tashrif buyurgan turistlarning sayohat motivatsiyasi o'rganilib, qoniqish darajalari o'rtasidagi munosabatlar aniqlandi. Tadqiqot doirasida tashrif buyurgan turistlardan anketa so'rov va individual suxbatlar orqali ma'lumotlar yig'ildi. Ishtirokchilarning ko'pchiligi asosiy sayohat motivatsiyasi "tarixiy va madaniy meros ob'ektlariga tashrif buyurish" degan xulosaga kelindi.

**Kirish:** O'zbekiston Respublikasida mehmondo'stlik industriyasi rivojlanishining hozirgi bosqichida boy madaniy turistik resurslardan foydalanib, ilmiy asoslangan zamonaviy usullar orqali potensial turistlarni jalb qilish va sohani o'sishini ta'minlash muhim hisoblanadi. Jumladan, tadqiqot ishi doirasida «O'zbekiston — 2030»<sup>1</sup> strategiyasiga muvofiq hududlarda xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirishda va turistik xizmat ko'rsatish hajmini 3 baravarga oshirish ham aholining turistik xizmatlarga bo'lgan ehtiyojini o'rganishni taqozo etadi. O'zbekistonda turizm sohasini rivojlantirishda potensial turistlar motivlarini o'rganish va ular ehtiyojlaridan kelib chiqib turistik xizmatlarni taklif qilish jarayonlarini zamonaviy usullar orqali muvofiqlashtirish zaruriyati mavjud.

YuNESKOning Butunjahon madaniy merosi ro'yxatiga kiritilgan Samarqand shaxri madaniy meros ob'ektlariga har yili minglab sayyohlar tashrif buyurishadi. Mehmonlarning qadimiy hududdan mamnun holda chiqib ketishi mintaqada turizm rivoji va davom etishida muhim ahamiyatga ega. Samarqand shaxri “Ipak yo’li” chorraxasida joylashgan qadimiy shaxar va katta turistik imloniyatga ega. Samarqand shahriga tashrif buyuruvchilarning qoniqish darajasi va sayohat motivatsiyasini bilish orqali sifatli xizmat ko'rsatish mumkin.

Turistlarning madaniy turizm turini tanlash motivatsiyalar boshqa turistik guruhlariga nisbatan farq qilishi ta'kidlangan. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, turistlar o'zlari tashrif buyurgan joyini qoniqish bilan tark etganlarida, turli motivatsiya manbalari natijasida ular bu erga yana tashrif buyurishni xohlashadi va ular qoniqish hosil qilgan joyini turmush o'rtog'i, do'stlari va qarindoshlariga tavsiya qiladilar.

Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, turistlar o'zlari tashrif buyurgan joyini qoniqish bilan tark etganlarida, turli motivatsiya manbalari natijasida ular bu erga yana tashrif buyurishni xohlashadi va ular qoniqish hosil qilgan joyini turmush o'rtog'i, do'stlari va qarindoshlariga tavsiya qiladilar.

Aytish mumkinki, madaniy sayohatchilarning motivatsiya manbalarini bilish turistik qoniqishni ta'minlashda muhim ahamiyatga ega. Ushbu tadqiqotning o'ziga xos tomoni shundaki, ilmiy adabiyotlardan madaniy maqsadlar uchun Samarqandga kelganlarning motivatsiya manbalari va qoniqish darajasini o'rganish maqsadida ilmiy tadqiqotlar olib borilmagan. Bularning barchasidan kelib chiqqan holda, ushbu tadqiqot tarixiy va madaniy qiymati jihatidan muhim bo'lgan qadimiy Samarqandga kelgan sayyohlarning demografik xususiyatlari, motivatsiya manbalari va qoniqish darajasi o'rtasidagi bog'liqlikni ochib berish asoslidir.

**Mavzuga oid adabiyotlar tahlili:** Ko'plab xorijiy va mahalliy olimlar tomonidan insonlar sayohat motivlarga ta'sir qiluvchi omillar

o'rganishga harakat qilishdi. Motivatsiya inson xatti-harakati va afzalliklari ortidagi harakatlantiruvchi va jozibador kuchdir va turistning xatti-harakatlarini tushunish uchun muhim omildir<sup>2</sup>. Ilmiy adabiyotlarda motivatsiya turistlarning xatti-harakatlarini tushunishga yordam beradigan tushuncha sifatida qabul qilinadi<sup>3</sup>.

Sayohat motivatsiyasining ko'plab manbalari mavjud. Odamlar nima uchun sayohat qilishlarini sayohatga undaydigan motivatsion manbalari sifatida ifodalash mumkin.

Turizm sohasidagi motivatsiya manbalarini ikkiga bo'lish mumkin. Motivatsiyaning birinchi manbai - bu odamning dam olish istagi. Ikkinchisi - maxsus vaqtda ma'lum bir joyda dam olish istagi<sup>4</sup>. Sayohat motivatsiyasining ko'plab manbalari mavjud. Odamlar nima uchun sayohat qilishlarini sayohatga undaydigan motivatsion manbalari sifatida ifodalash mumkin.

Iste'molchi xulq-atvori ilmiy adabiyotlarda ehtiyojlar va motivatsiyalar o'zaro ta'sir qilishi ta'kidlangan<sup>5</sup>. Odamlar ta'tilga jismoniy (ovqatlanish, ichish, sog'liq) va psixologik (dam olish, sarguzasht va boshqalar) sabablarga ko'ra borishlari aniqlangan. Maslouning ehtiyojlar ierarxiyasida dam olish sayohati jismoniy va psixologik dam olishni ta'minlash nuqtai nazaridan asosiy sayohat motivatsiyasi ekanligi ta'kidlangan. Bundan tashqari, turli tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, yangi do'stlar orttirish, obro'-e'tibor qozonish va do'stlarga tashrif buyurish ham sayohatga turki bo'lishi mumkin. Turistik qoniqish tushunchasiga ta'rif berishdan oldin, mijozning qoniqish tushunchasini tushuntirish maqsadga muvofiqdir. Ko'rinib turibdiki, ilmiy adabiyotlarda mijozlar ehtiyojini qondirishga oid ko'plab ta'riflar mavjud. Qoniqishni “xarid qilish chog'ida xaridorming mahsulotga bo'lgan umidlari va undan foydalanish natijasida uning kutganlarini qondirish holati” deb ta'riflanadi<sup>6</sup>. Turistlarning qoniqish kontseptsiyasi sayohatdan oldingi kutish va sayohat tajribasi o'rtasidagi funktsional vaziyat natijasida qayta sotib olish xatti-harakati sifatida tavsiflash mumkin. Boshqa ta'rifga ko'ra, turistik qoniqish - bu turistning destinatsiya sifatini baholash darajasi va uning ushbu xususiyatlardan umidlari<sup>7</sup>.

O'zbekiston Respublikasi prezidenti huzuridagi statistika agentligi ma'lumotlariga ko'ra, 2022-yil turistik maqsadlarda ketgan O'zbekiston Respublikasi fuqarolari soni 5 163,2 ming kishini va O'zbekistonga turistik maqsadlarda kirib kelgan xorijiy davlat fuqarolari soni 5 232,8 ming kishini tashkil etib, jami 10396 ming kishidan 1076 ming kishi yoki 10% i bo'sh vaqt va dam olish (ko'ngilochar, sport va madaniyat) maqsadlarida mamlakatimizda sayyohlik faoliyati bilan shug'ullangan. 2022-yilda O'zbekistonga turistik maqsadlarda kelgan chet el fuqarolarining 7,5 foizi bo'sh vaqt va dam olish (diqqatga sazovor

<sup>1</sup> O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 11 sentyabrda PF-158-son farmoni. <https://lex.uz/ru/docs/6600413> 19.02.2024 yil ko'ridi.

<sup>2</sup> Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a Social Psychological Theory of Tourism Motivation: A rejoinder, *Annals of Tourism Research*, 9(2), 256-262.

<sup>3</sup> Meng, F., Tepanon, Y., ve Uysal, M. (2008). Measuring Tourist Satisfaction by Attribute and Motivation: The Case of a Nature-Based Resort, *Journal of Vacation Marketing*, 14(1): 41- 56.

<sup>4</sup> Swarbrooke, J. ve Horney, S. (2007). *Consumer Behaviour in Tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann.

<sup>5</sup> Witt, C. A., and Wright, P. (1992). *Tourist Motivation: Life After Maslow*. In P. Johnson, & B. Thomas (Eds.), *Choice and Demand in Tourism*, 33-56. London: Mansell.

<sup>6</sup> Churchill, G. A. and Surprenant, C. (1982). An Investigation Into the Determinants of Customer Satisfaction, *Journal of Marketing Research*, 9. Retrieved from: [http://www.geocities.ws/matthew\\_lau2002/Downloads/Satisfaction\\_churchill.pdf](http://www.geocities.ws/matthew_lau2002/Downloads/Satisfaction_churchill.pdf).

<sup>7</sup> Tribe, J. and Snaith, T. (1998). From Servqual to Holsat: Holiday Satisfaction in Varadero, Cuba, *Tourism Management*, 19(1): 25-34.

joylarga ekskursiya, ko'ngilochar, sport va madaniyat) maqsadlarida tashrif buyurgan<sup>8</sup>.

Insonlarni turistik maqsadlarini bir turiga ajratish juda qiyin. Shu sababli, madaniy joylarga tashrif buyurgan odamlarning asosiy sayohat motivlarini tushunish uchun o'tkazilgan ushbu tadqiqot madaniy maqsadlarda tashrif buyuruvchilarning sayohat motivlari boshqa maqsadlarda (masalan, dam olish, o'yin-kulgi, sport) tashrif buyuruvchilarning sayohat motivlaridan farq qiladi degan xulosaga kelmasligi kerak.

Madaniy turizm ko'pincha turizmning boshqa turlarini to'ldiruvchi va ikkinchi darajali faoliyat sifatida amalga oshirilganligi sababli, madaniy sayohatchilarning sayohat qarorlariga ta'sir qiluvchi motivlarning tabiati va murakkabligi hali ham muhokama qilinmoqda. Madaniy boyliklarni ziyorat qilish va ko'rish sayohat qarorini qabul qilish uchun muhim motivatsiya manbai hisoblanadi.

Mahalliy olimlardan N. Raxmatullayeva - madaniy turizmni "har qanday inson uchun, madaniy turizm – bu madaniyatning muayyan ob'ekti bilan tanishish, shuningdek, uning sharhini tushunish, atrof-muhit orqali yangi ma'nolarni o'rganish, kontekstni baholash (joyning atmosferasini his qilish), boshqacha aytganda, joy va uning aholisining nomoddiy madaniyatini bilishdan iboratdir" deya tariflaydi<sup>9</sup>.

Mamlakatimiz olimlari va tadqiqotchilari I. To'xliyev, R. Amriddinova, Sh. Ro'ziyev, O. Xamidov, N. Ibadullayeva, F. Azizto'yeva, B. Mamatov va boshqalarning ilmiy asarlarida turizm sohasini rivojlantirishning nazariy va amaliy jihatlariga doir ko'plab ma'lumotlar yoritilgan lekin, tarixiy-madaniy turizmni rivojlantirishga oid ayrim masalalar yetarlicha o'rganilmaganligi bois ba'zi muammolar bugungi kunda ham o'z dolzarbligini saqlab qolmoqda.

Hususan tadqiqotchi Sh. Ro'ziyev tarixiy – madaniy turizmning tashkiliy – iqtisodiy mexanizmini takomillashtirishda yaratilgan konsepsiyalar, metodlar va turistik faoliyat subyektlarining o'zaro

integratsiyasini amalga oshiruvchi indikativ boshqaruv metodikasini yoritib bergan<sup>10</sup>.

Bundan kelib chiqadiki, Samarqand mintaqasiga dam olish uchun kelgan oila dam olish vaqtida qadimiy Samarqand shahri va mintaqadagi boshqa madaniy qadriyatlarini ziyorat qilishlari mumkin. Bu oila dam olish va o'yin-kulgi, madaniy qadriyatlarini ko'rish va o'rganish uchun dam olishni rejalashtirgan bo'lsada. Shu sababli turistlarni dam oluvchi turistlar yoki madaniyat bilan tanishish maqsadida kelgan turistlar deb tasniflash to'g'ri bo'lmasligi mumkin. Shu sababli, "madaniyat bilan tanishish maqsadida kelgan" o'rniga madaniy turizmni ta'riflash to'g'riroq ko'rinadi.

Nisbatan madaniy turizmga moslashgan hududlarga tashrif buyurgan barcha insonlarning sayohat motivlari bir xil bo'lishini notug'ri. Darhaqiqat, madaniy boyliklar madaniy qadriyatlarga tashrif buyuradigan ba'zi tashrif buyuruvchilar uchun maqsad tanlashga sezilarli ta'sir ko'rsatmasligi mumkin.

**Tadqiqot metodologiyasi:** Tadqiqot jarayonida guruhlash, taqqoslash, omilli tahlil, tanlanma kuzatish usullaridan foydalanib, Samarqand shahriga kelgan sayyohlarning sayohat motivatsiyasi va kelgandan keyin qoniqish darajasi o'rtasidagi bog'liqlik kanonik korrelyatsiya tahlili orqali aniqlandi.

Tadqiqotimizda sayohat motivatsiyasi o'lchovi A'zo Cigdem Ozkan va a'zo Nilay Koleoglu (2019) larning tadqiqot metodlaridan foydalanildi.

**Tahlil va natijalar:** O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi statistika agentligi 2023-yil statistika byulleteni ko'rilganda aynan madaniy turizm maqsadlarida tashrif buyurganlar haqida statistik ma'lumotlar topilmadi. Tadqiqot ishi doirasida aniq statistik ma'lumot yo'q. Biroq, qaydlarda ko'rinib turibdiki, O'zbekistonga turistik (ta'til, bo'sh vaqt va dam olish) maqsadlarda kirib kelgan xorijiy davlat fuqarolari soni 5 232,8 ming kishini tashkil etgan.

#### 1-jadval

2022-yilda O'zbekiston Respublikasida ichki turizmning rivojlanishi alohida ko'rsatkichlari<sup>11</sup>

	Mamlakat ichida amalga oshirilgan safarlar soni, ming safar	Shuningdek safar maqsadlari bo'yicha:	
		ta'til, bo'sh vaqt va dam olish	diniy joylar va ziyoratgoh-larga tashrif
<b>O'zbekiston Respublikasi</b>	<b>117129,1</b>	<b>18102,1</b>	<b>7810,7</b>
Samarqand	15537,3	1109,1	1087,9
<b>Viloyatlarning respublikadagi ulushi, foiz %</b>	<b>13,27</b>	<b>6,13</b>	<b>13,93</b>

**1-Jadvalda** ma'lumotlariga ko'ra 2022-yil mamlakat ichida amalga oshirilgan jami safarlar soni 117129,1 ming tani tashkil etib, ta'til, bo'sh vaqt va dam olish maqsadlari bo'yicha 18102,1 ming va diniy joylar va ziyoratgoh-larga tashriflar 7810,7 ming tani tashkil etgan. Shundan Samarqandda jami 15537,3 mingta jami safarlar amalga oshirilgan.

Ushbu tadqiqot xorijiy davlat fuqarolari Samarqandda dam olish vaqtida ular bilan shaxsiy suhbatlar orqali o'tkazilgan so'rov anketasiga asoslanadi. So'rov 2023 yil avgust oyi o'rtalaridan noyabr oyining o'rtalariga qadar Samarqand shahridagi turli sayyohlik maskanlari va mehmonxonalarida qariyb 3 oy davomida o'tkazildi.

Tadqiqot ishtirokchilarining demografik va toifali o'zgaruvchilar bo'yicha xulosalari **2-jadvalda** keltirilgan.

#### 2-jadval.

Demografik va toifali o'zgaruvchilari bo'yicha xulosalar

Jinsi	f	%	Oilaviyligi	f	%
Erkak	78	51,3	Oilali	76	50,0
Ayol	72	47,4	Oilasiz	76	50,0
Yosh guruhlari	f	%	Joylashtirish vositasi	f	%
30 va undan past	19	12,5	Mehmonxonona	9	5,9
31-40	46	30,3	Butik mehmonxonona	108	71,1
41-50	32	21,1	Uy mehmonxonona	9	5,9
50 va undan katta	55	36,2	Kunlik joylashtirish vositalari	26	17,1
Ta'lim	f	%	Tunash kunlari	f	%
O'rta maktab	8	5,3	Kunlik	19	12,5
Bakalavr darajasidagi talabalar	91	59,9	1-2 kun	24	15,8
Oliy ta'limdan keyingi bosqichdagi tadqiqotchilar	53	34,9	3-4 kun	60	39,5
Kasb	f	%	5-6 kun	16	10,5
Doktor-hamshira	12	7,9	7 kunva undan ko'p	33	21,7
O'qituvchi-professor	25	16,4	Transport vositasi	f	%

<sup>8</sup> O'zbekiston Respublikasi prezidenti huzuridagi statistika agentligi. Statistika Byulleteni 2023 y.

<sup>9</sup> Raxmatullayeva, N. (2023). MADANIY TURIZM VA UNING HOZIRGI KUNDAGI AHAMIYATI. Proceedings of International Conference on Scientific Research in Natural and Social Sciences Hosted online from Toronto, Canada. 199 bet. <file:///C:/Users/SALOM/Downloads/36.pdf> 24.04.2024 yil

<sup>10</sup> 1. Ro'ziyev Sh. "O'zbekistonda tarixiy-madaniy turizmni rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini indikativ boshqarish metodikasi". [https://cyberleninka.ru/24.04.2024\\_yil](https://cyberleninka.ru/24.04.2024_yil) 2. Yusupaliyeva, M. (2023). O'ZBEKISTONDA MADANIY TURIZM: MUAMMO VA YECHIMLAR. Interpretation and Researches, 1(8). извлечено от <https://interpretationandresearches.uz/index.php/iar/article/view/572> 24.04.2024 yil

<sup>11</sup> O'zbekiston Respublikasi prezidenti huzuridagi statistika agentligi. Statistika Byulleteni 2023 y.

Arxitektor-muhandis	23	15,1	Avtomobil ijarasi	10	6,6
Advokat-sudya	7	4,6	Maxsus avtomobil	118	77,6
Rassom	9	5,9	Avtobus	8	5,3
Xarbiy	10	6,6	Samolyot	16	10,5
Marketolog	4	2,6	<b>Asosiy sayohat motivatsiyasi</b>	<b>f</b>	<b>%</b>
Ishchi-talaba	23	15,1	Bo'sh vaqtni o'tkazish	38	25,0
Nafaqaga chiqqan	5	3,3	Tarixiy va madaniy merosga tashrif	85	55,9
Ishsiz	12	7,9	Do'stlarga tashrif buyurish	14	9,2
Uy bekasi	4	2,6	Salomatlik	7	4,6
O'z-o'zini ish bilan ta'minlash	12	7,9	Boshqa	8	5,3
Ish bosharuvchi	6	3,9			

**2-jadvalda asosan** ishtirokchilarning demografik o'zgaruvchilari tekshirilganda; Ishtirokchilar teng miqdordagi erkaklar va ayollardan iborat bo'lib, ishtirokchilarning 59,9 foizi (91 kishi) bakalavr darajasiga ega, 34,9 foizi (53 kishi) oliy o'quv yurtidan keyingi ta'limga ega, 16,4 foizi (25 kishi) o'qituvchi-professorlar qatnashgan. Ishtirokchilarning asosiy qismini yuqori ma'lumotga ega bo'lgan, kasbiy malakaga ega bo'lgan ishlarda mehnat qilayotgani, ko'pchilik kasb egasi ekanligi ma'lum. Yosh guruhlari bo'yicha, mintaqaga o'rta va keksa yoshdagi odamlar tashrif buyurishi aniqlandi.

Ishtirokchilarning turar joy va transport imtiyozlari bo'yicha xulosalar o'rganilganda asosiy qismi, ya'ni 71,1 foizi (108 kishi) butik-otellarda, 39,5 foizi (60 kishi) 3-4 kun davomida va 77,6 foizi (118 kishi) shaxsiy transportlarida kelganligi aniqlandi.

Ishtirokchilarning asosiy sayohat motivatsiyasiga oid tahlil ma'lumotlari tekshirilganda; Ishtirokchilarning 55,9 foizi (85 kishi) Samarqand shahriga tarixiy va madaniy merosni ziyorat qilish uchun tashrif buyurganligi aniqlandi. Bu natija baholansa, ishtirokchilarning kelish maqsadi va kelgan joyi xususiyatlari bir-biriga mos kelishi va ishtirokchilarning ongli ravishda sayohat qilishlari ko'rinadi.

**Xulosa va tavsiyalar:** Ham tarixiy, ham turistik qadriyatlar nuqtai nazaridan muhim mavqega ega bo'lgan Samarqand hududiga kelgan sayyohlarning motivatsiya manbalari va qoniqish darajalarini bilish, sifatli xizmat ko'rsatish nuqtai nazaridan muhimdir. Ushbu tadqiqotning

#### Faydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 11 sentyabrdagi PF-158-son farmoni. <https://lex.uz/ru/docs/6600413> 19.02.2024 yil ko'rildi.
2. Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a Social Psychological Theory of Tourism Motivation: A rejoinder, *Annals of Tourism Research*, 9(2), 256-262.
3. Meng, F., Tepanon, Y., ve Uysal, M. (2008). Measuring Tourist Satisfaction by Attribute and Motivation: The Case of a Nature-Based Resort, *Journal of Vacation Marketing*, 14(1): 41- 56.
4. Churchill, G. A. and Surprenant, C. (1982). An Investigation Into the Determinants of Customer Satisfaction, *Journal of Marketing Research*, 9. Retrieved from: [http://www.geocities.ws/matthew\\_lau2002/Downloads/Satisfaction\\_churchill.pdf](http://www.geocities.ws/matthew_lau2002/Downloads/Satisfaction_churchill.pdf). in 12
5. Swarbrooke, J. ve Horney, S. (2007). *Consumer Behaviour in Tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann.
6. Witt, C. A., and Wright, P. (1992). *Tourist Motivation: Life After Maslow*. In P. Johnson, & B. Thomas (Eds.), *Choice and Demand in Tourism*, 33-56. London: Mansell.
7. Tribe, J. and Snaith, T. (1998). From Servqual to

ahamiyati shundaki, o'tgan yillarda Samarqand hududiga kelgan turistlarning sayohat motivatsiyasi va qoniqish darajasi bo'yicha hech qanday tadqiqot o'tkazilmagan.

#### Tadqiqot ishi natijalari bo'yicha;

Samarqandga kelganlar butik mehmonxonada qolishni afzal ko'rishlari, o'rta qolish muddati 3-4 kun oralig'ida bo'lganligi va shaxsiy transporti bilan kelishlari haqidagi xulosaga kelindi.

Respondentlarning 55,9% ning asosiy sayohat motivatsiyasi tarixiy va madaniy meros ob'ektlariga tashrif buyurish, 25% esa bo'sh vaqtni o'tkazish bo'lganligi natijasida madaniy maskanlarga tashrif buyurganlarning hammasi ham madaniy qadriyatlar bilan tanishish uchun emas, degan xulosani tasdiqlaydi. Bundan kelib chiqadiki madaniy turizm turizmning boshqa turlarini to'ldiradi, shuning uchun madaniy turizm qatnashuvchilarning asosiy sayohat motivlari murakkabdir.

Natijada, mamlakatimizda turizm sohasining ahamiyati ortib borayotganligi sababli, turistlarga yaxshi xizmat ko'rsatish va ularni qondirish uchun asosiy sayohat motivlarini bilish kerak. Ushbu tadqiqot natijalarini barcha madaniy turizm yo'nalishlari va turistlar uchun umumlashtirish to'g'ri emas. Samarqandga kelgan turistlar ustida olib borilgan tadqiqot natijalariga asoslanib, turli madaniy qadriyatlar ziyorat qilinadigan joylarda amalga oshirilishi mumkin.

Holsat: Holiday Satisfaction in Varadero, Cuba, *Tourism Management*, 19(1): 25-34.

8. O'zbekiston Respublikasi prezidenti huzuridagi statistika agentligi. Statistika Byulleteni 2023 y.
9. Ro'ziyev Sh. "O'zbekistonda tarixiy-madaniy turizmni rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini indikativ boshqarish metodikasi". [https://cyberleninka.ru/24.04.2024\\_yil](https://cyberleninka.ru/24.04.2024_yil)
10. O'zbekiston Respublikasi prezidenti huzuridagi statistika agentligi. Statistika Byulleteni 2023 y.
11. Raxmatullayeva, N. (2023). MADANIY TURIZM VA UNING HOZIRGI KUNDAGI AHAMIYATI. Proceedings of International Conference on Scientific Research in Natural and Social Sciences Hosted online from Toronto, Canada. 199 bet. <file:///C:/Users/SALOM/Downloads/36.pdf> 24.04.2024 yil
12. Yusupaliyeva, M. (2023). O'ZBEKISTONDA MADANIY TURIZM: MUAMMO VA YECHIMLAR. *Interpretation and Researches*, 1(8). извлечено от <https://interpretationandresearches.uz/index.php/iar/article/view/572> 24.04.2024 yil