

REKREATSIYA TURIZMINI RIVOJLANTIRISHNI MOLİYALASHTIRISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISHNI BOSHQARISH

Norchayev A. N.¹, Qalmuratov B.S²., Razbayev S.N.²

¹Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

²Berdaq nomidagi Qoraqalpoq davlat universiteti

Annotatsiya: Turizm iqtisodiy o'sishning asosiy omili bo'lib, jahon yalpi ichki mahsulotiga 10% dan ortig'ini tashkil qiladi va ikkinchi eng samarali ish o'rinlari yaratuvchi soha hisoblanadi. Bundan tashqari, ushbu sektor rivojlanayotgan mamlakatlarning ko'pchiligi uchun eksport qilinadigan uchta asosiy sohadan biridir. Ushbu maqolada rekreatsiya turizmini rivojlantirishni moliyalashtirish mexanizmlarini takomillashtirishni samarali boshqarish yo'llari tadqiq qilingan va ushbu masala bo'yicha taklif va tavsiyalar berilgan.

Kalit so'zlar: turizm, rekreatsiya, mexanizmlar, moliyalashtirish mexanizmlari, biznes, boshqarish, investitsiya, kapital, raqamli platformalar, xorijiy sarmoyadorlar.

I. KIRISH

Rivojlangan mamlakatlar tajribasidan ma'lumki, turizm taraqqiyoti uchun faqatgina jozibador maskanlarning mavjud bo'lishining o'zi yetarli emas. Mahalliy turistik infratuzilmani ham yetarli rivojlantirish lozim, ya'ni hududda ichki turizmning ham o'rni katta bo'lib, undan daromad olish, mahalliy aholi talablarini qondirib, unga xizmat ko'rsatish, aholining saviyasini oshirish, odamlarni ish o'rinlari bilan ta'minlash imkoniyatlarini rivojlantirish maqsadga muvofiqdir. Davlat miqyosida amalga oshirilayotgan chora-tadbirlar tufayli O'zbekiston yil sayin turizm o'lkasiga aylanmoqda. Bu, o'z navbatida, xalqaro aloqalarni rivojlantirish, xalqimizning boshqa millatlar bilan hamkorligini kuchaytirish imkonini bermoqda. O'zaro hamkorlikning kuchayishi esa mamlakatimizga jalb etilayotgan xorijiy investitsiyalar hamda turistik xizmat eksportining o'sishiga xizmat qiladi.

Jahon iqtisodiyotida turizm iqtisodiy o'sishning asosiy omili bo'lib, jahon yalpi ichki mahsulotiga 10% dan ortig'ini tashkil qiladi va ikkinchi eng samarali ish o'rinlari yaratuvchi soha hisoblanadi. Bundan tashqari, ushbu sektor rivojlanayotgan mamlakatlarning ko'pchiligi uchun eksport qilinadigan uchta asosiy sohadan biridir. Turizm bandlikni talab qiladi va iqtisodiyotning ko'plab boshqa qismlari bilan bog'liqdir. Ushbu biznes so'nggi ikki-uch yil davomida global pandemiya tufayli katta qiyinchiliklarga duch kelgan bo'lsa-da, ko'pchilik davlatlar yuqorida aytib o'tilgan sabablarga ko'ra ushbu sektorni qo'llab-quvvatlash choralari ko'rmoqda. Bu yirik iqtisodiyotlarda ishlab chiqarish va iste'molning keskin pasayishiga, jahon ishlab chiqarish zanjirlari va savdo aloqalarining uzilishiga, xom ashyo narxining pasayishiga va jahon moliyaviy bozorlarining yomonlashuviga sabab bo'ldi. O'zbekiston iqtisodiyotiga ham ana shu omillar ta'sir ko'rsatmoqda, bu esa ularning salbiy ta'sirini yumshatish bo'yicha samarali faol choralar ko'rishni taqozo etadi. Respublika iqtisodiyotining turizm kabi jadal rivojlanayotgan tarmoqlarini qo'llab-quvvatlash va barqarorligini ta'minlashga alohida e'tibor qaratish lozim[6].

II. ADABIYOTLAR TAHLILI

Bugungi kunda respublikadagi olimlar tomonidan turistik-rekreatsion resurslar tushunchasi rekreatsion faoliyat uchun qulay shart-sharoitlar yaratuvchi turli komponentlar va tabiiy hamda antropogen omillarning to‘plami sifatida qabul qilish taklif qilinmoqda. V.I.Grigoryev fikriga ko‘ra rekreatsiya sohasidagi iqtisodiy munosabatlar xarakteriga ta’sir ko‘rsatuvchi xususiyatlardan quyidagilarni ajratib ko‘rsatish mumkin: ushbu xizmatlarni taqdim etuvchi rekreatsion mashg‘ulotlar va rekreatsion tizimlar turlarining ko‘p xilligi bilan asoslanadigan faoliyat shakllari, boshqaruv tarkibi, bo‘ysunish va o‘zaro munosabatlar hisoblanadi [2]. I.S.Tuxliyev va boshqalar darsligida rekreatsion turizmni – (recreaciatiklanish ma’nosida) dam olish maqsadidagi, turizm sifatida o‘z tarkibida sog‘lomlashtirish va jismoniy tiklanish maqsadlarini ham tashkil etadi. Rekreatsion turizm qator davlatlar uchun turizmning ommaviy shakli bo‘lib hisoblanadi. Shuningdek, sog‘lomlashtirish va davolash maqsadlarida qilinadigan turizm – health and fitness tour or resort tour. Spa yoki health spa – sanatoriylar, kurortlar, pansionatlar sog‘lomlashtiruvchi – davolovchi tashkilotlar, kurort zonalarida, shifobaxsh suvlar, shifobaxsh balchiqlar yordamida (shifobaxsh mineral suvli kurortlarda) dam olish maskanlari majmuasi, deb hisoblaydi [3].

M.Q.Pardayev o‘zining maqolasida “rekreatsion tarmoq” ni dam oluvchining sarflagan jismoniy, aqliy va ma’naviy kuchini hamda salomatligini va ish qobiliyatini tiklashga, intellektual salohiyatini yuksaltirishga qaratilgan xizmatlarni ko‘rsatishga mo‘ljallangan korxona, tashkilot va muassasalar (dam olish zonalari, rekreatsion parklar, tibbiy muassasalar, turistik firmalar, sun‘iy suv havzalari, ovchilar, baliqchilar uylari sanatoriya va kurortlar kabi) majmui, deb hisoblaydi. “Rekreatsion tizim” esa rekreatsion faoliyatni amalga oshirishda qo‘llaniladigan barcha subyektlar (sog‘lomlashtirish, davolanish, dam olish muassasalari, turizm va u bilan bog‘liq subyektlar, turizmga xizmat qiluvchi infratuzilma kabilar) majmui deb hisoblaydi [4]. X.M.Mamatqulov o‘z lug‘atida “rekreatsion tarmoqni tabiat qo‘ynimamlakatda yoki hududda joylashgan rekreatsiya obyektlari yoki tegishli tashkilotlar, dam olish zonasini rivojlantirish va aholini amaliy sog‘lomlashtirishga qaratilgan dam olish zonalari, o‘rmon massivlari uchastkasi, rekreatsiya parklari, tabiiy va suniy suv havzalari va h.k. shuningdek davolash-sog‘lomlashtirish muassasalari, turistik bazalar, ovchilar va baliqchilar uylari hamda boshqalar, deb xisoblaydi [5]. Darhaqiqat turistik rekreatsion resurslarning katta qismidagi guruhi bo‘lib hisoblanadi. Ularni tabiiy muhitdagi elementlar yig‘indisi, hamda turistlarning turli xil ehtiyojlarini qondirish va turistik ekskursion xizmatlarni ishlab chiqarish uchun yaroqli bo‘lgan, inson tomonidan yaratilgan obyektlar va jarayonlar to‘plami sifatida qarashimiz mumkin.

III. TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda qiyosiy tahlil, mantiqiy tahlil, tizimli tahlil, sintez, SWOT-tahlil, ekspertli baholash metodi, induksiya va deduksiya usullaridan foydalanildi.

IV. TAHLILLAR VA ASOSIY NATIJALAR

Turizm siyosati turizm rivojlanishiga bevosita yoki bilvosita ta’sir ko‘rsatadigan jamoaviy va individual qarorlar uchun umumiy asos yaratadigan bir qator qonunlar, buyruqlar yoki strategiyalarni o‘zida mujassam etadi.

Turli moliyalashtirish mexanizmlardan foydalanish asosan turizmning milliy yoki mintaqaviy iqtisodiyotga ta'siriga bog'liq. Turizmni qo'llab-quvvatlash odatda turizmning YAIMdagi ulushi, bandligi va boshqa xususiyatlariga nisbatan kuchli mavqega ega bo'lgan iqtisodiyotlarda katta ahamiyatga ega. Moliyaviy bo'lmagan vositalar moliyalashtirish mexanizmlar bilan birgalikda ishlatilishi mumkin. Ushbu moliyalashtirish mexanizmlar, birinchi navbatda, davlat manbalari (davlat byudjetlari) tomonidan qo'llab-quvvatlanadi. Moliyalashtirish mexanizmlar davlat va xususiy sektordagi subyektlarning bevosita yoki bilvosita moliyaviy yordamini ifodalaydi.

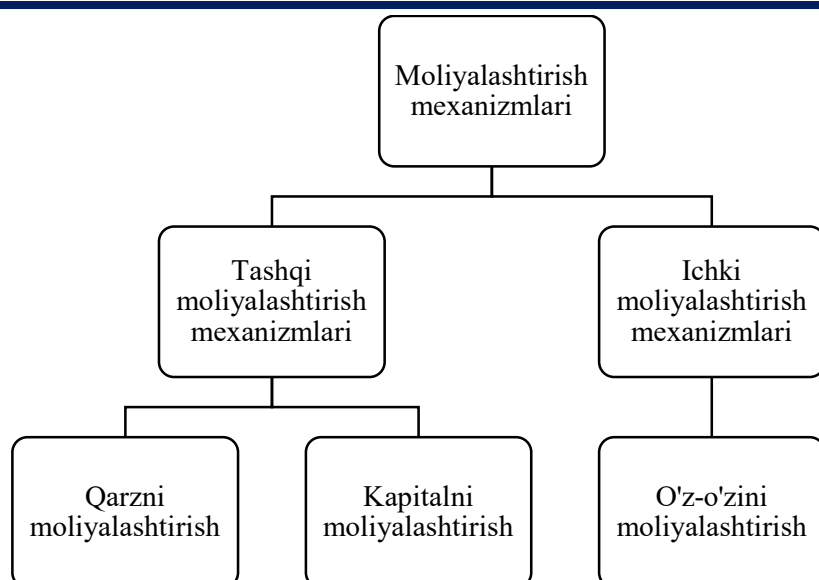
Turli moliyalashtirish mexanizmlarni tayinlashga kelsak, davlatlar tomonidan quyidagicha moliyalashtirish mexanizmlaridan foydalaniladi:

- xalqaro, milliy, mintaqaviy yoki mahalliy moliyalashtirish mexanizmlar;
- bilvosita hamda to'g'ridan-to'g'ri turizm tarmoqlarini qo'llab-quvvatlovchi mexanizmlar;
- yuzaki yoki maqsadli yo'naltirilgan mexanizmlar;
- turizm bozorining talab yoki taklif tomoniga qaratilgan mexanizmlar;
- uzoq muddatli, o'rta muddatli va qisqa muddatli mexanizmlar;
- infratuzilma loyihalariga yo'naltirilgan mexanizmlardan iborat.

Klassik iqtisodiyot nazariyalari shuni ko'rsatadiki, har qanday biznes turi bilan shug'ullanadigan har qanday kompaniyani moliyalashtirishning ikki turdagi mexanizmlari mavjud. Ular ichki moliyalashtirish va tashqi moliyalashtirish mexanizmlari hisoblanadi[7].

Quyidagi 1-rasmda moliyalashtirish mexanizmlarining tasnifini ifodalaydi va u ilmiy asosda quyidagi tarzda izohlanadi. Tashqi moliyalashtirish mexanizmlari korxona tashqarisidan jalb qilinadigan moliyaviy resurslarga asoslanadi. Bu usulda biznes yurituvchi subyektlar boshqa tashkilot yoki moliyaviy institutlardan qarz oladi. Uning asosiy shakllari bank kreditlari, obligatsiyalar chiqarish, lizing va mikromoliyalashtirish ko'rinishida bo'ladi. Bu turdagi moliyalashtirish moliyaviy leverage (moliyaviy tayanch) mexanizmlariga asoslanadi, lekin yuqori foiz to'lovlari va to'lov qobiliyatiga bog'liq risklarni ham keltirib chiqaradi. Bu holatda korxona o'z aksiyalarini chiqarish yoki investorlar jalb etish orqali moliya oladi. Kapital orqali moliyalashtirish xususiy kapitalni ko'paytiradi, lekin egalik huquqining taqsimlanishiga olib keladi.

Ichki moliyalashtirish mexanizmlari bu - korxonaning o'z ichki imkoniyatlari, ya'ni mavjud foyda, amortizatsiya ajratmalari va boshqa ichki zahiralari orqali moliyalashtirishidir. Korxona ishlab topgan foydani qayta investitsiya qilish orqali o'z faoliyatini moliyalashtiradi. Asosiy manbalar sof foyda va amortizatsiya ajratmalaridan iborat. Bu yengil barqaror moliyalashtirish shakli hisoblanadi, chunki tashqi qarz yoki investor talab qilinmaydi, lekin o'sish sur'atlarini cheklashi mumkin. Yuqorida ta'kidlangan va ifodalangan tasnif moliyaviy boshqaruvda keng qo'llaniladi. Har bir moliyalashtirish usulining o'ziga xos afzalliklari va cheklavlari mavjud bo'lib, ular korxonaning moliyaviy strategiyasi, bozor sharoitlari va investitsion ehtiyojlariga qarab tanlanadi.



1-rasm. Biznesni rivojlantirishda moliyalashtirish mexanizmlarining tasnifi.¹³⁹

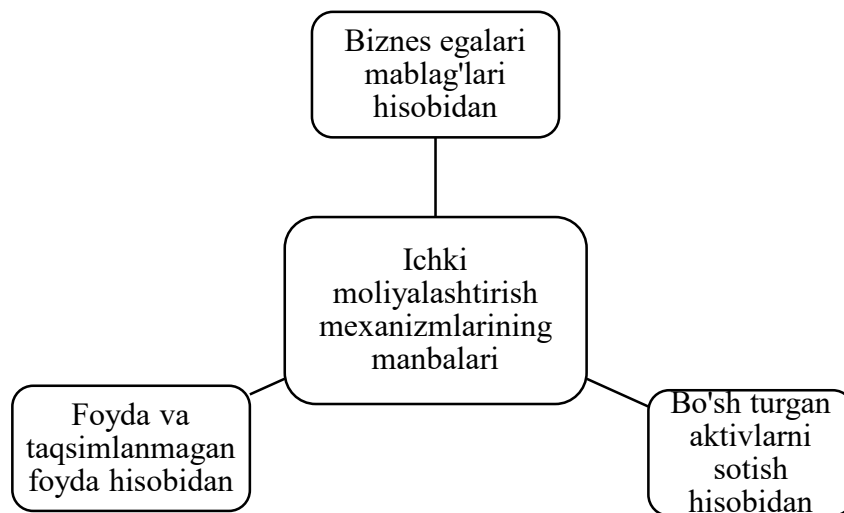
Shubhasiz, bu moliyalashtirish mexanizmlar turizm sohasi bilan ham bog‘liq. Shuni ham ta’kidlash mumkinki, ichki moliyalashtirish mexanizmlari moliyalashtirishning eng oson va qulay usuli bo‘lsa-da, turizm kabi mavsumiy korxonalar turizm mavsumida katta miqdorda pul sarflashlari kerak. Ma’lumki, bu turdagi moliyalashtirish mexanizmlari unchalik to‘g‘ri yemas va har qanday kompaniya turizm mavsumida o‘z mablag‘larini boshqarishda qiynaladi. Moliyaviy manbalar qimmat bo‘lmagan va bu kompaniya o‘z kreditini aniq muddatda to‘lay oladigan bo‘lsa, tashqi moliyalashtirish mexanizmlari kompaniyani moliyalashtirishning yeng yaxshi usullaridan biri bo‘lishi mumkin. Shuni ta’kidlash kerakki, tashqi moliyalashtirish manbalari - homiyar, donorlar, kreditorlar yoki investorlar, ayniqsa kichik biznesda ko‘pincha shubhalanadilar. Bu kompaniyalarni biznesga sarmoya kiritish uchun ichki moliya manbalariga tayanishga majbur qilishi mumkin.

Ichki moliyalashtirish mexanizmlari tadbirkorlar va investorlar uchun ham muhim tushunchadir, chunki u kompaniyaning moliyaviy barqarorligi uning tashqi yordamsiz o‘lish qobiliyati va kelajakdagi rentabellik salohiyati haqida tushuncha beradi. Ushbu maqola ichki moliyalashtirish, uning savdoga ta’siri va kengroq moliya bozoridagi rolini har tomonlama tushunishga qaratilgan.

Asosiysi, ichki moliyalashtirish mexanizmlari kompaniyaning o‘z faoliyatini yoki o‘lishini moliyalashtirish uchun o‘z resurslaridan foydalanishdir. Bu taqsimlanmagan foyda, amortizatsiya zaxiralari va aylanma mablag‘larning qisqarishini o‘z ichiga olishi mumkin. Ichki mablag‘lardan foydalangan holda, turistik

¹³⁹ Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

kompaniya kreditlar yoki kapital moliyalashtirish kabi tashqi moliyalashtirish usullari bilan bogʻliq xarajatlar va asoratlardan qochishi mumkin.



2-rasm. Ichki moliyalashtirish mexanizmlarining asosiy turlari¹⁴⁰.

Tadbirkorlar uchun turistik kompaniyaning ichki moliyalashtirishga yondashuvini tushunish uning moliyaviy salomatligi va barqarorligi haqida qimmatli tushunchalarni berishi mumkin. Doimiy ravishda ichki moliyalashtirishga tayanadigan kompaniya moliyaviy barqaror, kuchli pul oqimlari va past risk profiliga ega boʻlishi mumkin. Aksincha, tez-tez tashqi moliyalashtirishga murojaat qiladigan kompaniya yuqori risk profiliga ega boʻlib, uning aksiyalari narxiga va investorlarning savdo qarorlariga taʼsir qilishi mumkin.

Taqsimlanmagan foyda ichki moliyalashtirishning asosiy tarkibiy qismidir. Ular aksiyadorlarga dividendlar shaklida taqsimlashdan koʻra, kompaniya biznesga qayta investitsiya qilishni tanlagan sof daromadni ifodalaydi. Taqsimlanmagan daromadlar yangi loyihalarni moliyalashtirish, qarzlarini toʻlash yoki aktivlarni sotib olish uchun ishlatilishi mumkin.

Savdo nuqtai-nazaridan, kompaniyaning daromadni saqlab qolish haqidagi qarori uning kelajakdagi istiqbollarga ishonch bildirishi mumkin. Tadbirkorlar buni ijobiy belgi sifatida talqin qilishlari mumkin, bu yesa kompaniya aksiyalari narxining oshishiga olib keladi. Shu bilan birga, daromadni saqlab qolishning imkoniyat xarajatlarini hisobga olish ham muhimdir, chunki aksiyadorlar qisqa muddatda dividendlar olishni afzal koʻrishlari mumkin. Ichki moliyalashtirish mexanizmlari turistik kompaniyalar uchun bir qancha imtiyozlarni beradi:

birinchidan, bu kompaniyaga kreditlar boʻyicha foizlarni toʻlash yoki koʻproq aksiyalarni chiqarish orqali egalik huquqini kamaytirish kabi tashqi moliyalashtirish bilan bogʻliq xarajatlardan qochish imkonini beradi. Bu, ayniqsa, yuqori darajadagi taqsimlanmagan daromad yoki naqd pul zaxiralariga yega boʻlgan kompaniyalar uchun sezilarli xarajatlarni tejashga olib kelishi mumkin;

¹⁴⁰ Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

ikkinchidan, ichki moliyalashtirish mexanizmlari turistik kompaniyalarga moliyaviy qarorlar ustidan ko'proq nazoratni ta'minlaydi. O'z resurslariga tayanib, kompaniya kreditorlar yoki aksiyadorlar kabi tashqi manfaatdor tomonlarning manfaatlarini hisobga olmasdan, o'zining strategik maqsadlariga mos keladigan investitsiya qarorlarini qabul qilishi mumkin. Bu yanada samarali qarorlar qabul qilish va investitsiyalardan yuqori daromad keltirishi mumkin.

Ichki moliyalashtirish mexanizmlarning asosiy afzalliklaridan biri bu xarajatlarni tejash imkoniyatidir. O'z faoliyatini yoki iqtisodiy o'sishini moliyalashtirish uchun o'z resurslaridan foydalangan holda, kompaniya tashqi moliyalashtirish bilan bog'liq xarajatlardan qochishi mumkin. Bunga kreditlar bo'yicha foizlarni to'lash, yangi aksiyalarni chiqarish bilan bog'liq to'lovlar va yangi aksiyalar chiqarilganda yuzaga kelishi mumkin bo'lgan yegalik huquqini kamaytirish kiradi.

Bu xarajatlarni tejash, ayniqsa, yuqori darajadagi taqsimlanmagan daromad yoki naqd pul zaxiralariga ega kompaniyalar uchun sezilarli bo'lishi mumkin. Tadbirkorlar uchun kompaniyaning o'z faoliyatini ichki moliyalashtirish qobiliyati ijobiy belgi bo'lishi mumkin, bu esa investorlarning ishonchini oshirishga va uning aksiyalari narxiga ijobiy ta'sir ko'rsatishiga olib keladi.

Ichki moliyalashtirish va aktivlarni sotish orqali ba'zi korxonalar aktivlarni sotish orqali yangi xarajatlarni moliyalashtirishga harakat qilishadi. Bu kompaniya qiymatini pasaytiradi va tranzaksiya xarajatlarini, soliqlar qiymatini oshirishni keltirib chiqarishi mumkin. Ichki moliyalashtirish mexanizmlari kompaniyadagi barcha aktivlarni saqlab qoladi va loyihaning o'zi narxidan tashqari hech qanday qo'shimcha xarajatlarga olib kelmaydi.

Turizm biznesining rivojlanish bosqichlarida u asta-sekin iqtisodiy jihatdan foydali bo'ladi. Sayyohlik kompaniyalari rekonstruksiya va kengaytirish faoliyatlaringizni moliyalashtirishga yordam beradigan kengroq moliyaviy resurslardan foydalanish imkoniyatiga ega bo'ladi. Kichik biznes bilan shug'ullanadigan tadbirkorlar kundalik operatsiyalarni moliyalashtirish kerak bo'lganda, asosan shaxsiy kreditlar, overdraft mablag'lari, kredit kartalaridan foydalanish, jamg'arma va aylanma mablag'lar kabi ichki va norasmiy moliyalashtirish manbalariga tayanadi. Kichik turizm korxonalari uchun taqsimlanmagan daromadlarni to'plash qiyin, chunki daromadlarning aksariyati darhol qayta investitsiya qilinadi. Yuqoridagi usullar rivojlangan mamlakatlarda xo'jalik yurituvchi subyektlarni tashqi moliyalashtirishning eng keng tarqalgan usullari hisoblanadi. Biroq, ular O'zbekistonda keng tarqalgan emas, bizning mamlakatimizda kraudfanding imkoniyatlari mavjud emas[8].

Tashqi moliyalashtirish mexanizmlari - bu banklar, investorlar yoki kraudfanding platformalari kabi tashqi manbalar orqali moliyalashtirishdan iborat. Ko'pincha ichki resurslar yetarli bo'lmaganda, keng ko'lamli loyihalar uchun eng yaxshi variant hisoblanadi.

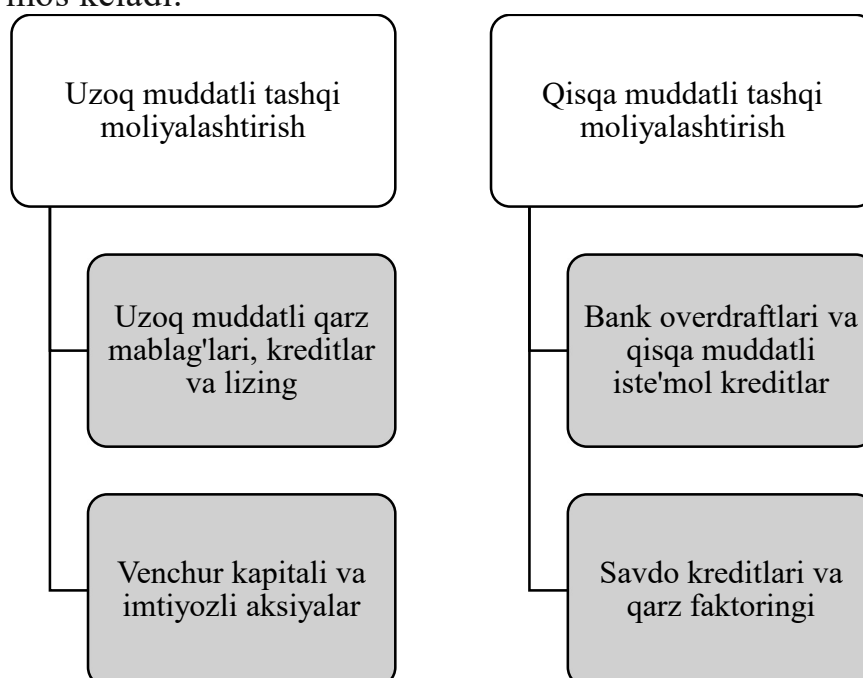
Tashqi va ichki moliyalashtirishni taqsimlash nisbatlarini birlashtirish kompaniyaning o'sishi va ishlashi uchun juda foydali bo'lishi mumkin, ammo tashqi moliyalashtirish mexanizmlari yuqori bo'lgan biznes modeli xavfli bo'lishi mumkin.

Hozirgi vaqtda kompaniyalar murojaat qilishlari mumkin bo'lgan turli xil moliyalashtirish manbalari mavjud. Ular ikkita keng guruhga bo'lingan. Ular to'lov shartlari bo'yicha sotib olingan qarz barcha qarz kapitali qaytarilgunga qadar o'tgan vaqtga ko'ra tasniflanadi:

qisqa muddatli-qisqa muddatli moliyalashtirish manbalari deb olingan mablag'larni qaytarish uchun bir yil yoki undan kamroq muddat belgilangan;

uzoq muddatli to'lov muddati bir yildan ortiq bo'lsa, bu uzoq muddatli moliyalashtirish hisoblanadi, ya'ni koroxna asosiy vositalarni moliyalashtirishdan tashkil topadi.

Tashqi moliyalashtirish turlariga an'anaviy bank kreditlar belgilangan foiz stavkalari bilan, uskunalar sotib olish yoki kengaytirish kabi maxsus ehtiyojlar uchun juda yaxshi hisoblanadi. Shuningdek, kapitalga investitsiyalar bo'lsa investorlar egalik ulushlari evaziga mablag'lar beradi. Keyingisi krovdfunding ijodiy yoki innovatsion loyihalar uchun jamoatchilikdan pul yig'ish hisoblanadi. Jumladan, grantlar va subsidiyalar maqsadli loyihalar uchun davlat yoki institutsional moliyalashtirish mexanizmlaridan iborat. Fintech yechimlari kabi platformalar ham tezkor tasdiqlar va shaffof shartlar bilan kichik va o'rta biznes korxonalariga moslashtirilgan tez, moslashuvchan moliyalashtirishni taklif qiladi. Shuni ta'kidlash kerakki, qisqa muddatli bank kreditlari sizning marketing faoliyatingizni, yangi dasturiy ta'minot va texnologiyalarni moliyalashtirish yoki mahsulotingizni yangilash uchun juda mos keladi. O'rta va uzoq muddatli bank kreditlari yirik investitsiya loyihalari, jumladan, yangi obyektlarni ta'mirlash yoki rivojlantirish uchun ko'proq mos keladi.



3-rasm. Tashqi moliyalashtirish mexanizmlarining qisqa va uzoq muddatli tashqi moliyalashtirish guruhlar tasnifi¹⁴¹.

¹⁴¹ Muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Overdraft obyektlari mavsumiy korxonalar tomonidan pul oqimini boshqarish uchun, ayniqsa mavsum boshida qo'llaniladigan muhim moliyalashtirish mexanizmlar hisoblanadi. Bundan tashqari, banklar turli xil startap qo'llab-quvvatlashlarini taklif qiladi, ular menejmentni moliyalash qo'llab-quvvatlash va konsaltingdan tortib, konsepsiyani to'lovsiz baholash uchun ma'lumot oqimiga, yarmarkalarni tashkil yetish va ularda ishtirok yetishgacha bo'lgan mahalliy, mintaqaviy tarmoqlarga kirishgacha bo'lishi mumkin. Mezzanine moliyalashtirish mexanizmi ham bu qarzдорlik va kapital moliyalashtirishning gibriddir, bu qarz beruvchiga venchur kapital kompaniyalari va boshqa yuqori darajadagi kreditorlar to'langandan so'ng, defolt bo'lsa, biznesingizdagi mulkka yoki ulushga aylantirish huquqini beradi. Mezzanine moliyalashtirish odatda kreditor tomonidan kamroq qat'iy baholash jarayoni va qarz oluvchi tomonidan kam yoki umuman garovga ega bo'lmagan holda yakunlanadi, bu kompaniya balansidagi o'z kapitali kabi ko'rib chiqiladi.

V. XULOSA VA TAKLIFLAR

Umuman olganda rekreatsiya turizmini barqaror rivojlantirish uchun samarali moliyalashtirish mexanizmlarini shakllantirish zarur bo'lib, bu jarayon ichki va tashqi moliyalashtirish manbalarining uzviy hamkorligiga asoslanadi. Turizm infratuzilmasining kengayishi, xizmatlar sifatining oshishi va xalqaro raqobatbardoshlikning kuchayishi bevosita moliyaviy resurslarning to'g'ri va optimal taqsimlanishiga bog'liq. Ichki moliyalashtirish, bu rekreatsiya turizmi bilan shug'ullanuvchi subyektlarning o'z ichki resurslari orqali investitsiya faoliyatini moliyaviy ta'minlashidir. Bu turizm obyektlarining daromadlaridan tushgan foydaning yangi loyihalarga yo'naltirilishi, ularning moliyaviy barqarorligini oshiradi. Asosiy vositalarning eskirishini qoplash bilan birga, ularni modernizatsiya qilish uchun salohiyatli manba hisoblanadi. Shuningdek, rekreatsiya markazlari, sanatoriylar yoki mehmonxonalar fondlarida to'plangan zaxira mablag'lari muhim rol o'ynaydi. Hududiy turizmni qo'llab-quvvatlovchi dasturlar orqali infratuzilma va xizmat ko'rsatish sohasiga investitsiyalar yo'naltiriladi. Bunda davlat tomonidan rekreatsiya salohiyatiga ega hududlarni rag'batlantirish maqsadida ajratiladigan mablag'lar ham muhim hisoblanadi. Ichki moliyalashtirish moliyaviy mustaqillik va barqarorlikni ta'minlaydi, biroq resurslarning cheklanganligi sababli keng ko'lamli loyihalar uchun yetarli emas. Shu sababli tashqi moliyalashtirishni jalb qilish muhim ahamiyat kasb yetadi.

Tashqi moliyalashtirish mexanizmlari esa rekreatsiya turizmini rivojlantirishda tashqi investorlar, moliyaviy institutlar yoki xalqaro tashkilotlardan jalb qilingan moliyaviy resurslardan foydalanishdir. Ular uzoq muddatli va past foizli kreditlar rekreatsiya ob'yektlarini qurish va rekonstruksiya qilish uchun muhim. Bunda yirik turistik loyihalarni moliyalashtirishda xususiy sektor bilan davlat sherikligida amalga oshiriladi va turizmga doir xizmatlarni modernizatsiya qilishda texnologik yangilanishlarni moliyaviy ta'minlash mexanizmlari vazifasini bajaradi. Bevosita xorijiy investorlar tomonidan rekreatsiya hududlariga investitsiya kiritish turizm infratuzilmasini zamonaviylashtirish imkonini beradi. Tashqi moliyalashtirish mexanizmlari yirik kapital talab qiluvchi loyihalarda muhim omil

bo'lib, zamonaviy menejment tajribasi, texnologiyalar va moliyaviy oqimlarning ko'payishiga olib keladi. Shu bilan birga, tashqi qarz va sarmoyalarning ortiqcha ulushi moliyaviy xavflarni oshirishi mumkin.

Rekreatsiya turizmini moliyalashtirishda ichki va tashqi vositalarning uyg'un integratsiyasi quyidagicha bo'lishi lozim:

davlat-xususiy sheriklik loyihalarini rivojlantirish, kapital va boshqaruv tajribasini birlashtirishga xizmat qiladi.

hududiy inklyuziv yondashuv, ichki moliyalashtirish manbalarini hududlar darajasida aniqlab, tashqi investitsiyalarni jalb qilishga zamin yaratadi;

raqamli platformalar orqali investitsiya portallarini shakllantirish, xorijiy sarmoyadorlar uchun ochiqlikni ta'minlaydi;

ekologik va ijtimoiy barqarorlik tamoyillariga asoslangan moliyalashtirish, ekologik xavfsizlik va ijtimoiy manfaatdorlikni hisobga olgan holda mablag'lar jalb etilishi kerak.

Rekreatsiya turizmini rivojlantirishda moliyalashtirish mexanizmlarining takomillashuvi nafaqat moliyaviy barqarorlikni ta'minlaydi, balki turizm sohasining innovatsion, ekologik va ijtimoiy jihatdan barqaror o'sishini ham rag'batlantiradi. Ichki va tashqi moliyalashtirish vositalarining uzviy uyg'unlashuvi esa turizm salohiyatini maksimal darajada ro'yobga chiqarish uchun zaruriy shartdir.

IV. FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Ўзбекистон Республикасининг "Туризм тўғрисида"ги Қонуни, 18.07.2019 йилдаги ЎРҚ-549-сон
2. Григорьев В.И., Симонов В.С. Стратегия формирования индустрии рекреации. - СПб.: Инд по СПбГУЭФ, 2006.
3. И.С. Тухлиев ва бошқалар. Туризм асослари. Дарслик – Т.: Fan va texnologiya, 2014. - 332 б.
4. Пардаев М.Қ., Исломов Р.А, Гаппаров А.Қ. Рекреацион зоналар ва экологик туризм: таърифларини ишлаб чиқишда назарий ва услубий ёндошувлар.// "Иқтисодийтни модернизациялаш шароитида хизмат кўрсатиш соҳаси самарадорлигини ошириш ва инновацион фаолиятни такомиллаштириш муаммолари" мавзусидаги материаллари. (2014 йил 21-22 февраль) Самарқанд, 2014. - 78-84 бетлар.
5. Х.М.Маматқулов. Хизмат кўрсатиш соҳасига оид атамалар ва иборалар изоҳли луғати. Т.: "IQTISOD-MOLIYA". 2010 й. - 217 б.
6. Razbaev S.N. Theoretical framework for improving mechanisms for the development of recreational tourism in the regions // Science and Education in Karakalpakstan, ISSN 2181-9203, №1/1 (46) 2025, 421-424 b.
7. Razbaev S.N. Ctrategiya razvitiya rekreasionnogo turizma v Respublike Karakalpakstan // Xorazm Ma'mun akademiyasi axborotnomasi: ilmiy jurnal. — Xorazm Ma'mun akademiyasi, 2024 y. №10/2(119), b. – 147-151.
8. Razbaev S.N. In the southern Aral Sea regions promising directions for the development of recreational and healthy tourism // Academic Journal of Digital Economy and Stability