

TURIZM SANOATINING RIVOJLANISHIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR

*Andijon Davlat Universiteti ihtimoiy-iqtisodiyot fakulteti
Iqtisodiyot kafedrasi dots. vaz. bajaruvchi Vaxidov Azamjon.*

Annotatsiya. Maqolada turizm sanoatining samarali rivojlanishiga ta'sir etuvchi asosiy omillar ochib berilgan va tizimlashtirilgan. Turizm tushunchasiga, iqtisodiyotning ushbu sohaining raqobatbardoshligiga alohida e'tibor qaratilgan. Ushbu omillarning turli mamlakatlardagi ta'siriga misollar keltirilgan.

Kalit so'zlar: turizm, turizm sohasi, korxonalarining raqobatbardoshligi, turistik oqimlar, deterministik omillar, ehtimoliy omillar.

Kirish. XX-asrning ikkinchi yarmidan boshlab, dunyoning ko'plab mamlakatlarida turizm sanoati jadal rivojlana boshladi. Dunyo bo'ylab sayyohlikning yangi yo'nalishlari vujudga kela boshladi. Hozirgi davrda turizm sanoati jahon iqtisodiyotida jadal sur'atlar ulushi ortib bormoqda, ushbu sohada ko'plab ish o'rinlari yaratilmoqda. Mamlakatimizda ham ushbu sohaning rivojlanishi uchun davlat darajasida e'tibor qaratilmoqda, mustahkam normativ-huquqiy baza shakllantirildi. 2019 yilda O'zbekistonda 2019-2025 yillarda turizmni rivojlantirish kontse'psiyasi qabul qilingan. U turizm faoliyati sohasidagi normativ-huquqiy bazani takomillashtirish, turizmni rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratishga qaratilgan xalqaro mehyor va standartlarni im'lementatsiya qilish, turizm infratuzilmasini rivojlantirish hamda maqbul va qulay turizm muhitini yaratish, transport logistikasini rivojlantirish, ichki va tashqi yo'nalishlarni kengaytirish, transport xizmatlari sifatini oshirish kabilarni ko'zda tutadi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Rossiyalik iqtisodchi olim M.A.Vinokurov turizmga "Turizm bu – hordiq chiqarish, davolanish, sport bilan shug'ullanish, ziyorat qilish, biznes qilish maqsadida inson tomonidan bo'sh vaqtda amalga oshiriladigan sayohatdir" deb tahrif bergan. O'zbekistonlik iqtisodchi olim I.S.To'xlievning tahrifiga ko'ra, turizm bu – turistlar tomonidan amalga oshiriluvchi, aniq belgilangan turistik maqsadlarga ega ommaviy sayohatlar turidir.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotda qiyosiy tahlil, mantiqiy tahlil, tizimli tahlil, statistik guruhlash, sintez, SWOT-tahlil, induktsiya, deduktsiya va suhbat usullaridan foydalanildi.

Tahlil va natijalar. AQSH va Xitoy dunyoning eng katta turizm iqtisodiyotiga ega bo'lgan mamlakatlar bo'lib, bu dunyo bo'yicha turizm yalpi ichki mahsulotining 35,2% ni tashkil etadi, undan keyingi o'rinlarni Yaponiya, Germaniya va Buyuk Britaniya egallaydi. Turizm sektori bo'yicha yalpi ichki mahsulotning o'sish sur'ati 2018 yilda eng yuqori bo'lgan 20 mamlakatga Turkiya (+ 15,0%), Fili'in (+ 8,9%), Gonkong (+7,5%), Xitoy (+7,3%), Hindiston (+6,7%) Tailand (+6,0%), Rossiya (+4,2%) va Frantsiya (+4,1%) kiradi. Mutaxassislarning fikriga ko'ra, keyingi o'n yillikda ushbu sohada kuchli o'sish davom etib, Xitoy dunyoning eng katta turizm iqtisodiyoti bo'yicha AQSHni ortda qoldiradi.

Xulosa va takliflar. Turizm YaIMga qo'shayotgan hissassi bo'yicha dunyoning eng tez rivojlanayotgan davlatlari orasida rivojlanayotgan davlatlar ustunlik qiladi. Bu

sektorning yana bir o'ziga xos jihati shundaki, daromadlarni butun dunyo bo'ylab qayta taqsimlash imkoniyatini beradi. SHu jumladan, 2018 yilda turizmning YaIM dagi ulushining o'sishi bo'yicha Efiopiya (+48,6%), Ekvador (+21,6%), Sent-Kits va Nevis (+16,8%), Misr (+16,5%) va Turkiya (+15,0%) dunyoda yetakchilik qilishadi.

Turizm—bu ommabo' mahsulotni (turli xil xizmatlar to'plami, turli xil ish va tovarlar turlari) tahminlaydigan sanoat va xizmat ko'rsatish tarmoqlari korxonalarining integratsiyalashgan va o'zaro bog'liqligi bilan ajralib turadigan tadbirkorlik faoliyatining maxsus sohasidir. [1]. Turizm sanoatining samarali ishlashiga uning rivojlanish darajasini ko'p jihatdan belgilaydigan bir qator omillar ta'sir ko'rsatadi. Biz omillarni aniqlik va xavf darajasi mezonlariga ko'ra tasniflaymiz.

Turizm sanoati rivojlangan aksariyat mamlakatlarda turizm sanoatining yuqori raqobatbardoshligi quyidagilarning o'zaro yakdilligi bilan izohlanadi:

- turizm iqtisodiyotning turli tarmoqlari (transport, oziq-ovqat sanoati, mehmondo'stlik va boshqalar) tomonidan taqdim etiladigan xizmatlar (tovarlar) va ishlarning istehmolchisi va yirik ish beruvchi hisoblanadi;

- tovarlar va xizmatlarning boshqa guruhlarini rivojlantirish uchun multi'likator vazifasini bajaradi;

- turli darajadagi davlat byudjetiga soliq to'lovchi hisoblanadi;

Turizm sohasining jahon YaIMdagi ulushi 9% ni tashkil etadi, xalqaro mehnat tashkilotiga ko'ra, ushbu sohada 235 million ish o'rnini yaratildi (umumiy bandlik bozoridagi ulushi 8% ni tashkil etadi)[2]. Iqtisodiyotning ushbu tarmog'ini rivojlantirish istiqbollari juda katta. Har yili sayyoramizning turli mintaqalariga tashrif buyurishni istaganlar soni ortib bormoqda. Ushbu sohadagi tadbirkorlik eng manfaatli va yuqori daromadli faoliyatdir. SHuning uchun ko'plab mamlakatlar ushbu faoliyat sohasini rivojlantirishdan manfaatdor bo'lib bormoqda.

Bir qator mamlakatlarning amaliyoti ushbu xizmat ko'rsatish majmuasi nisbatan zaif iqtisodiyotda ham foyda keltirishi mumkinligini isbotladi. Masalan, Misr, Meksika va Tunis rivojlangan infratuzilmasi, xizmat ko'rsatish, ekzotik sayohat va arzon narxlar tufayli butun dunyodan mehmonlarni jalb qiladi. Masalan, Bolqondagi urushdan keyin Xorvatiya, birinchi navbatda, "ko'ngilochar sanoat"ni tiklashni boshladi. Qisqa vaqt ichida eng yaxshi mehmonxonalar tahmirlanib, sayyohlarni qabul qilishga tayyorlandi. Asosan Rossiyalik bo'lgan sayyohlar tomonidan qoldirgan yuz millionlab dollarlar, butun mamlakat iqtisodiyoti uchun asosiy lokomotivga aylandi.

2009 yildan keyin jahon turizm sohasida sayyohlar va daromadlarning kamayishi turli mamlakatlarda terroristik aktlar, siyosiy beqarorlik, tabiiy ofatlar, moliyaviy inqiroz va boshqalar bilan bog'liq. Ushbu noqulay omillarga qaramay, mutaxassislar xalqaro turizmni rivojlantirishning uzoq muddatli istiqbollari o'timistik deb hisoblashadi.

Turizm sohasi nafaqat butun mamlakat uchun foydalidir, balki kichik va o'rta korxonalar uchun ham jozibador, quyidagi sabablarga ko'ra yirik biznes subhektlari uchun ham ushbu soha manfaatli hisoblanadi:

- uncha katta bo'lmagan boshlang'ich investitsiyalar;

- ushbu sohaning xizmatlariga talabning doimiy ortib borayotganligi;

- yuqori rentabellik darajasi;

– harajatlarni qo'lash muddatining qisqaligi [4].

Dunyo bo'yicha Yevropa sayyohlik oqimlarini qabul qilish bo'yicha yetakchi hisoblanadi. Yevropaning bunday yetakchilik qilishining asosiy sabablari quyidagilar bilan izohlanadi:

birinchidan, turistik resurslarning mavjudligi, shu jumladan rel'ef va iqlimning turli shakllari, madaniy va tarixiy diqqatga sazovor joylarning turli-tumanligi.;

ikkinchidan, bu Yevropa Ittifoqi mamlakatlarining hududiy yaqinligi, axborot muammolarini birgalikda hal qilish imkoniyatlarining kengligi, chegaralar bo'ylab erkin harakatlanish, ko'p millatli madaniyat va keng reklama bilan bog'liq.;

uchinchidan, rivojlangan sayyohlik infratuzilmasiga egaligi.

Osiyo-tinch okeani mintaqasi ikkinchi o'rindagi Amerika mintaqasini o'rnini egalladi. Bu 2001 yildagi terrorchilik aktlaridan keyin AQSHga kirishning cheklash va viza olish qiyinchiliklari tufayli yuz berdi. Osiyo-tinch okeani mintaqasi kelajakda sayyohlarning asosiy yo'nalishlariga aylanishi kutilmoqda.

Turizm bozorini shakllanishi va samaradorligiga tabiiy omil faol ta'sir qiladi. Tabiiy omil - bu turistik va rekreatsion resurslarning mavjudligidir. Keyingi yillarda tabiatning ifloslanishi sayyohlarni ekologiyasi yaxshi joylarni izlashga majbur qilmoqda, chunki odamlar tahtil paytida dam olish bilan birgalikda sog'lig'ini ham yaxshilashni xohlashadi. Ifloslanmagan tabiiy sharoitlar kamyoblashib bormoqda, shuning uchun sayyohlar allaqachon Antarktida va Alyaskani ham faol o'zlashtirmoqdalar.

Keyingi yillarda dunyo mamlakatlarida aholining o'rtacha umr ko'rishi ko'tarilib, aholining tabiiy o'sishi asayib bormoqda. Bu holat sayyohlar tarkibida katta yoshdagi insonlarning ulushini ortib borishiga olib kelmoqda. SHundan kelib chiqqan holda dunyo mamlakatlarida turizmni rivojlantirish borasidagi qarashlar o'zgarib bormoqda. CHunki yoshlar bilan katta yoshli insonlarning sayyohat davomida vujudga keladigan ehtiyojlari bir-biridan sezilarli farq qiladi. Turiz industriyasida faoliyat olib boruvchi sayyohlik firmalar esa bu shakllanib borayotgan tendentsilarni e'tiborga olmog'i zarur bo'ladi.

Bir qator mamlakatlarda, shu jumladan Rossiyada tug'ilishning ko'payishi yosh bolali sayohatchilar sonining ko'payishiga olib keladi. Ushbu tendentsiyaning turizm biznesida ham hisobga olish kerak, chunki sayyohlarning ushbu segmentining ehtiyojlari qariyalardan sezilarli darajada farq qiladi. SHu munosabat bilan "farzandsiz parvozlar" va "farzandsiz kurortlar" tobora ommalashib bormoqda, bu yerda samolyotda yoki mehmonxonada bolalarning yo'qligi alohida holat hisoblanadi. SHunday qilib, demografik omil ushbu xizmat ko'rsatish kom'leksining rivojlanishiga ta'sir qiladi va turizm sanoatining hal qiluvchi omillaridan biridir.

Turizm sohasida samarali ishlarni tashkil etish va shakllantirishda siyosiy-huquqiy omil muhim rol o'ynaydi. Mamlakatdagi siyosiy rejim va barqarorlik asosan kiruvchi va chiquvchi oqimlarning o'zgarishiga ta'sir qiladi. Dunyo malakatlarida yuz berayotgan (Rossiya, Ukraina va yaqin sharq mamlakatlari) so'nggi voqealar bu haqiqatni yana bir bor isbotlaydi. Turli mamlakatlar tashqi ishlar vazirliklari o'z fuqarolarini ushbu mamlakatlatrga sayohatlarni bekor qilish to'g'risida ishonchli tarzda ogohlantirdilar. Mamlakatlarga viza olish qulayligi ham katta ahamiyatga ega.

Turizmning tobora ortib borayotgan rolini tushungan holda, ko'plab mamlakatlar viza rejimini soddalashtirmoqda, ayniqsa sayyohlik mavsumida. SHunday qilib, Xorvatiyada vizalar kiritilgandan so'ng, bu mamlakat ruslar uchun soddalashtirilgan viza tartib-qoidalarini juda qisqa vaqt ichida, bir necha kun ichida qabul qildi.

Turizm sanoatining davlat darajasidagi qo'llab-quvvatlashi ko'pincha asosiy yetakchi omillardan biridir. Hukumatning tadbirkorlikning ushbu sohasiga munosabati quyidagilar uchun muhim ahamiyatga ega:

- infratuzilmani rivojlantirish, ayniqsa transport va aloqa;
- kadrlar tayyorlash uchun shart-sharoitlar yaratish;
- istehmolchilar huquqlarini himoya qilish;
- investitsiya siyosatini amalga oshirish.;
- mamlakat haqida reklama va axborot uchun mablag ajratish;
- turistik xizmatlarni tashqi bozorlarga olib chiqish.

Davlatning turli mamlakatlarda turizm sohasini rivojlantirish va boshqarishdagi ishtirokini tahlil qilish turizm davlat boshqaruvining quyidagi uchta modelini aniqlashga imkon berdi [5]:

Davlat boshqaruvi modellari

I Model: markazlashgan davlat turizm mahmuriyatining yo'qligi – "o'zini o'zi tashkil etish" tamoyili - Amerika Qo'shma SHtatlari sayohat va turizm idorasi turizm siyosatini ishlab chiqish va mamlakat bo'ylab sayohatni rag'batlantirish uchun javobgardir

II Model: turizm sohasini nazorat qiluvchi kuchli va obro'li vazirlik - Turkiya, Misr, Tunis, Is'aniya-reklama va marketing, infratuzilmaga davlat investitsiyalari uchun har yili millionlab dollar ajratiladi

III Model: biron-bir vazirlik vakolatiga kiradi. Norvegiyada -Transport va aloqa vazirligi; Gollandiya va Avstriyada - Iqtisodiyot vazirligi; SHvetsiyada - savdo vazirligi; Hindistonda - turizm va fuqaro aviatsiyasi vazirligi.

Birinchi modelda turizm sohasi bozori obhektlari kuchli va "layoqatli" deb hisoblanadi, barcha muammolar hukumat ishtirokisiz hal qilinadi, chunki maxsus vazirlik yo'q. Ikkinchisi ushbu sohadagi barcha rivojlanish jarayonlarini muvofiqlashtiruvchi va tartibga soluvchi vazirlik mavjudligini tahminlaydi. Uchinchi model shuni anglatadiki, turizm ko'p tarmoqli vazirlik zimmasida. G'arbiy Yevropada turizmni "iqtisodiy moyilikka"ga ega deb hisoblanadi. Ushbu mamlakatlarda turizm industriyasi mamlakat iqtisodiyotining muhim tarmog'i deb hisoblanishini bilvosita tan olinishidir.

Turizm bozorini rivojlantirishni strategik tartibga solish turli xil iqtisodiy usullarning moslashuvchan kombinatsiyasi mavjud bo'lishini nazarda tutadi[6]. Bu soha juda ko'p ka'ital talab qiladigan tarmoq bo'lib, ka'ital uzoq vaqt davomida jalb qilinadi va asta-sekin qaytadi. SHuning uchun turizmni rivojlantirishni tartibga soluvchi mexanizmni shakllantirishda iqtisodiy omil katta ahamiyatga yega.

Turizm sohasini moliyalashtirishning roli va vazifalari har bir mamlakatda turlicha bo'lib, moliyalashtirish va davlat nazoratining turli xil usullari mavjud. Masalan, subsidiya tizimi Gretsiya, Avstriya, Frantsiya va Angliyada keng qo'llaniladi.

Italiyada, xorijiy investorlar uchun moliyaviy va soliq imtiyozlari bor, shu jumladan qo'shilgan qiymat solig'i stavkalarining asayishi shaklida.

Turistik majmualar va mehmonxonalarni qurish muammosi franchayzing orqali hal qilinadi. SHunday qilib, AQSHda franchayzing mehmondo'stlikning turli sohalarida keng qo'llaniladi. Bu mamlakat dunyodagi eng yirik mehmonxona franchayzing bozori bilan ajralib turadi, bu mamlakatdagi barcha mavjud mehmonxonalarning 65% dan ortig'ini tashkil qiladi [8]. Bular Amerika xalqaro lyuks klassidagi mehmonxonalar tarmog'i («Hilton», «West Inn») va o'rta sinf («Holiday Inn», «Marriot») va boshqalar. Franchayzing barcha muammolarni hal qiladi deb hisoblanmaydi. Adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatdiki, boshqa mamlakatlarda mehmonxonalarni franchayzing tizimlarining o'sishini cheklashning asosiy sabablari infratuzilma, ishbilarmonlik aloqalarining mavjud emasligi va hukumat tomonidan cheklovlarining o'rnatilganligidadir. SHunday qilib, Amerika va Yevropada keng tarqalgan, franchayzing Osiyo-tinch okeani mintaqasida kamdan-kam qo'llaniladi. Ijtimoiy-madaniy omil turizm sohasidagi korxona va tashkilotlarning samaradorligiga ta'sir qiladi, chunki turli mamlakatlar qadriyatlar, urf-odatlar va boshqalar to'g'risida turlicha tasavvurga ega. Sayyohlar turli madaniyatlar va milliy xususiyatlarni o'rganish uchun turli mamlakatlarga tashrif buyurishadi. Keyingi yilllarda yangi sayyohlik yo'nalishlari ochilmoqda. Sayyohlarning tashrif buyuradigan joylarga bo'lgan talablari ortib bormoqda, nomahlum xalqlar va mamlakatlarga tashrif byurish orqali ular yangi xissiyotlarni olishga intilmoqda.

Bir qator mamlakatlarda turizm sanoatining rivojlanishi investitsiya kiritishning foydali sohasiga aylandi. Agar mamlakat turizmning bir nechta turlarini rivojlantira olmasa, u odatda mahlum bir sohaga ixtisoslashadi. Masalan, Belgiyaga tashrif buyurgan mehmonlarning aksariyati ishbilarmon sayohatchilar bo'lib, ular Yevropa Ittifoqi, NATO va ko'plab transmilliy kom'aniyalar tashkilotlarning rasmiylaridir. Bu tashkilotlarning bosh qarorgohi barchasi Bryusselda joylashgan. Las-Vegas, sahrodagi bir kichik shahar bo'lishiga qaramasdan, kazinolar tarmog'i bilan butun dunyoda mashhur. Qishki turizm Avstriya, SHveytsariya, Italiya, Frantsiya, Germaniya va Sloveniya turizm sanoatida katta ulushga ega.

Turizm sanoatining o'ziga hos xususiyatlaridan biri, bu uning samarali rivojlanishi kadrlar tayyorlash va malakasi, yahni mehnat omili bilan chambarchas bog'liqligini ko'rsatdi. Masalan, Xitoyda ushbu xizmat ko'rsatish bozorining rivojlanishi malakali kadrlar tayyorlashdan boshlandi va buning uchun tahlil strategiyasi belgilandi, islohotlar amalga oshirildi va dasturlar ishlab chiqildi. Zamonaviy dunyoda ko'plab mamlakatlarda sayyohlarga xizmat ko'rsatish uchun kadrlar tayyorlash markazlari va o'quv muassasalari mavjud. Ko'pincha turizm sohasidagi kom'aniyalar va tashkilotlar o'z xodimlarini o'z mamlakatlarida ham, chet ellarda ham o'z malakalarini oshirish uchun yuboradilar.

Turizmni rivojlantirish tarixi aloqa vositalari va Internet resurslarining rivojlanishi bilan chambarchas bog'liq [8]. Birinchi yuz yil davomida turizm asosan temir yo'l transportidan va qisman Daryo va dengiz transportidan foydalangan. Misol uchun, qo'shma SHtatlarda aholi punktlaridan uzoqda joylashgan kurortlar va qirg'oq hududlari temir yo'llar tufayli o'zlashtirildi. Aloqa texnologiyalarining rivojlanishi

turizm sohasi korxonalari samaradorligini oshirishga va sayohat imkoniyatlarini kengaytirishga yordam beradi. Onlayn bron qilish va zahiralash qilish tizimlari ushbu bozorda XX-asrning 90-yillari boshidan beri keng miqyosda joriy qilingan. SHunga ko'ra, texnologik omil turizm sanoatini rivojlantirishda muhim rol o'ynaydi.

Zamonaviy transport vositalari va aloqa usullari tufayli endi nomahlum bo'lgan hududlar haqida batafsil ma'lumot to'lish mumkin. Bu orqali o'sha joylar to'g'risida tasavvur ug'otadishga va sayohatlar uchun ishtiyoqlar yaratishga erishish mumkin. Aloqa va Internet orqali taqdim etilayotgan imkoniyatlar mablag'ga va vaqtga ega bo'lgan har bir kishiga qulaylik va imkoniyat taqdim etadi.

Aloqa texnologiyalarining rivojlanishi turizm sohasidagi korxona va tashkilotlarning samaradorligini oshirishga va sayohat imkoniyatlarini kengaytirishga yordam beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Romanova M. M. Mehmondo'stlik sanoatining mintaqaning strategik rivojlanish mexanizmi sifatida shakllanishi: diss. ... Iqtisod fanlari nomzodi, Moskva, 2006-172 .

2. Turmayak Yangiliklar Agentligi. - URL: <http://turmayak.ru/news/news-tur/184-turizm-vmirovom-vvp.html>.

3. Jahon sayyohlik tashkiloti YuNVTO. - URL: <http://www2.unwto.org>.

4. Orexov S. A., Darda I. V., Stepanov S. S., Romanova M. M. korxonalarni (tashkilotlarni) boshqarish. Moskva: MNEPU nashriyoti, 2012. 173.

5. Romanova M. M. menejment obyekti sifatida mehmondo'stlik sanoatining xususiyatlari // Iqtisodiyot, statistika va Informatika. UMO axborotnomasi, 2012 yil-5-son, 88-90 betlar.

6. Ishlab chiqarishni boshqarish: darslik / V. I. Kuznetsov, S. A. Orexov, M. M. Romanova, S. Yu. Yagudin, Moskva: YeAOI, 2011, 181 '.

7. Romanova M. M. mehmondo'stlik sanoatining mintaqaning strategik rivojlanish mexanizmi sifatida shakllanishi: Referat. diss. ... Iqtisod fanlari nomzodi, Moskva, 2006, 24.

8. Romanova M. M. turizmda axborot texnologiyalari // zamonaviy jamiyatning qadriyatlari va manfaatlari: xalqaro ilmiy-amaliy konferentsiya materiallari, 3-qism, Moskva, 2013 yil, 89-93 betlar