

М.Т. АЛИЕВА

**ИҚТИСОДИЁТНИ
ЭРКИНЛАШТИРИШ ШАРОИТИДА
ТУРИЗМ ХИЗМАТЛАРИ СОҲАСИНИ
БОШҚАРИШНИНГ ИҚТИСОДИЙ
ЖИҲАТЛАРИ**



338.48

А49

8-14

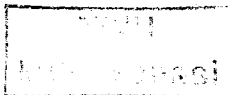
Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта
махсус таълим вазирлиги

Тошкент давлат иқтисодиёт университети

М.Т. АЛИЕВА

**ИҚТИСОДИЁТНИ
ЭРКИНЛАШТИРИШ ШАРОИТИДА
ТУРИЗМ ХИЗМАТЛАРИ СОҲАСИНИ
БОШҚАРИШНИНГ ИҚТИСОДИЙ
ЖИҲАТЛАРИ**

836878



ши ва
носа-
оҳаси
нинг
нг ге-
жла-
ққам
и, бу-
луши
имиз
риш-
лика
анс-
риб
шни,
цион
изм
хиз-
злар
тон
лаб

атта
йде-
ада
ади.
и ва
аро
ўт-
ида
ат-



Ўзбекистон Республикаси Фанлар академияси
“Фан” нашриёти
Тошкент - 2013

УЎК 796.5(575.1)

КБК 65.433

А 49

Монографияда иқтисодий эркинлаштириш шароитида туризм хизматлари соҳасини бошқаришнинг долзарб муаммолари комплекс тарзда тадқиқ этилган бўлиб, миллий иқтисодий таркибида туризм индустриясининг иқтисодий салоҳиятини ошириш ва бошқаруving назарий-усулбий жиҳатлари, асосий омиллари кенг қамровли статистик материаллар ёрдамида ўрганилган. Жумладан, унда туризм хизматлар соҳасини бошқаришнинг моҳияти, туристик минтақа янги иқтисодий стратегиясини ишлаб чиқиш, республика туристик тармоқларида замонавий бошқарув тизимининг жорий этилиши, туризм хизматлари соҳаси бўйича амалга оширилаётган иқтисодий ислохотларни янада чуқурлаштиришда, бошқарув самарадорлигини оширишда, глобаллашув шароитида туристик марказларни модернизациялаш ҳолатлари, туристик ташкилотларнинг молиявий-хўжалик фаолиятини режадаштириш, тармоқлараро баланс асосида ҳудудий маҳсулот ва сайёҳлик фаолиятига баҳо бериш усуллари батафсил кўриб чиқилган, улар ҳусусида муаллиф ишланмалари, иқтисодий-математик моделлари, ғоя ва таклифлари баён этилган.

Монография соҳа мутахассислари, олий ўқув юрталарининг туризм йўналиши бўйича таълим олаётган бакалавр ва магистрлари, илмий ходимлари ҳамда тармоқ амалиётчиларига мўлжалланган.

In the monograph tourism services management's tourism global problems in the conditions of economic liberalization have been used as a complex theoretical-methodological and the main aspects of the economic power's development and management of tourism industry in the national economy have been studied by the help of broad statistic materials. Including, in it the importance of tourism services management, working out the tourist territory's new economic strategy, establishing modern management system in the tourist branches of the Republic, deepening of the economic reforms carrying out in the field of tourism services, in management profitability increasing, modernization of tourist centers in the condition of globalization, planning of financial-economic activity of tourist organizations, assessment methods of territorial product and tourism activity on the basis of balance among branches were worked out. The author's elaborations, economic-mathematical models, ideas and proposals have been described about them.

The monograph is for specialists bachelor and master's degree students of tourism specialty in scientific workers and practitioners of the field in higher educational institutions planned.

М а с ъ у л м у ҳ а р р и р :

ЎЗР ФА академиги, иқтисод фанлари доктори, профессор **С.С.Гулямов**

Т а к р и з ч и л а р :

иқтисод фанлари доктори, профессор **М.А.Икромов**

иқтисод фанлари доктори, профессор **А.М.Қодиров**

иқтисод фанлари доктори, профессор **Б.Ғойибназаров**

КИРИШ

Ўзбекистон Республикасида бозор муносабатларининг юзага келиши ва ривожланиши шароитида мамлакатнинг фаол халқаро иқтисодий муносабатлар доирасига кирувчи тармоқлари, хусусан, туризм хизматлари соҳаси ривожланиши муҳим аҳамият касб этади. Республикада туризм соҳасининг замонавий ривожланиш таҳлили шуни кўрсатмоқдаки, Ўзбекистоннинг географик ўрни, табиий шароити ва иқлими, маданий ва тарихий ривожланиши халқаро туризм бизнесида салмоқли ўрин эгаллаши учун мустаҳкам асос бўлиб хизмат қилмоқда. Шуни алоҳида таъкидлаб ўтиш жоизки, бугунги кунда республикаимизнинг ялпи ички маҳсулотида туризмнинг улуши атиги икки фоизни ташкил этади, холос. Шунинг учун ҳам, иқтисодиётимиз таркибида хизмат кўрсатиш соҳасини, хусусан, туризмни ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратишимиз лозим. Бу эса ўз навбатида республика тараққиётининг ўзига хос хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда йирик трансмилий компаниялар (ТМК) билан кооперация алоқаларини кенгайтириб мустаҳкамлаш, замонавий менежмент ва ишлаб чиқаришни бошқаришни, меҳнатни ташкил этишнинг янги шакллари жорий этиб, инновацион технологиялардан кенг фойдаланишни талаб этади. Мамлакатимиз туризм салоҳиятидан фойдаланиш самарадорлиги етарли даражада эмаслиги, хизматлар бозоридаги рақобат курашининг авж олганлиги, хорижий мижозлар учун туризм маҳсулотларининг ошиб боровчи жозибadorлиги, Ўзбекистон туризм хизматлари бошқаруви соҳасида янги илмий ёндашувларни ишлаб чиқиш ва амалиётга татбиқ этишни тақозо этади.

Халқимизнинг буюк тарихий қадриятларини қайта тиклашга катта аҳамият берилаётган, шунингдек, республикаимиз иқтисодиётининг пойдевори барпо этилаётган бир вақтда туризмни ривожлантириш ва бу борада мавжуд муаммоларнинг ечимини излаб топиш муҳим аҳамият касб этади. Маълумки, халқимиз қадим-қадимдан саёҳат қилишни, меҳмонга бориш ва меҳмон кутишни хуш кўриб келган, шунингдек, дунёдаги энг йирик халқаро савдо йўлларида бири – “Буюк ипак йўли” ҳам юртимиз сарҳадларидан ўтган. Шу боис, республикаимиз ҳукумати туризмни ривожлантиришга алоҳида аҳамият бериб, ривожланган мамлакатларда мавжуд бўлган туризм хизмат-

лари соҳасини бошқаришнинг илғор намуналаридан миллий анъаналаримиз билан уйғунлашган ҳолда фойдаланишга катта аҳамият бериб келмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримов Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маърузасида Ўзбекистон Республикаси иқтисодий янада ривожлантириш борасида тўхталиб, “...бизнинг яқин истиболдаги энг муҳим вазифамиз бошлаган ишларимизни изчил давом эттириш – истеъмол талабини кенгайтириш мақсадида ижтимоий соҳани ривожлантириш, меҳнатга ҳақ тўлашни янада ошириш, хизмат кўрсатиш секторини, инфратузилма объектларини ривожлантиришга, транспорт ва коммуналхизмат лойиҳалари амалга оширилишига алоҳида эътибор беришдир”¹, – деб таъкидлаб ўтди. Айниқса, Ўзбекистонда бозор муносабатлари ривожланиши шароитида мамлакатнинг халқаро иқтисодий муносабатлар доирасига кирувчи тармоқлари, хусусан, туризм хизматлари соҳаси ривожлантирилиши муҳим аҳамият касб этади. Демак, туризм хизматлари соҳасини бошқаришда янги йиллий-назарий асос, давр талаб этаётган услуб ва шакллар ҳақида қарашлар концепциясига эга бўлиш ҳозирги куннинг соҳа ривожидagi муҳим вазифаларидан биридир. Республикамиз Президенти Ислом Каримов 2011 йилнинг асосий якуналари ва 2012 йилда Ўзбекистонни ижтимоий-иқтисодий ривожлантиришнинг устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузасида, “таркибий янгиланишдаги алоҳида эътиборни талаб этадиган навбатдаги муҳим масала, бу – хизматлар соҳасининг жадал ривожланишини таъминлашдан иборат. Хизматлар ва сервис соҳасининг жорий йилда кескин ўсиши, аввало, қурилиш, транспорт, молия-банк ва ахборот-коммуникация соҳаларида, аҳолига тиббий ва коммунал-маиший хизматлар кўрсатишда, айниқса, қишлоқ жойларда бу соҳани янада кенгайтириш учун ҳали-бери фойдаланилмаётган катта имкониятлар мавжудлигини кўрсатмоқда. Хизматлар соҳасининг ривожланиши, кўрсатилаётган хизматлар ҳажми ва сифати бўйича биз иқтисодий ривожланган мамлакатлардан ҳамон жиддий орқада қолмоқдамиз. Энг муҳими, шуни унутмаслик керакки, катта капитал қўйилмалар талаб қилмайдиган бу соҳа иқтисодийнинг юксалишига, аҳоли бандлиги ва даромадларининг ортишига сезиларли даражада ижобий таъсир кўрсатади. Мамлакатимиз ялпи ички маҳсулоти таркибида

¹ Ислом Каримов. Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси: Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маърузаси. Тошкент: Ўзбекистон, 2010. 56-бет.

бу соҳанинг улуши 54-56 фоизга етказилишини назарда тутмоқ даркор”², – деб таъкидлаб ўтган эди. Ҳақиқатан ҳам хизмат кўрсатиш соҳаси республикамиз иқтисодиётининг энг тез ривожланаётган тармоқларидан бири бўлиб қолмоқда.

2012 йилда хизмат кўрсатиш соҳаси ҳам юқори суръатлар билан ривожланди. Аҳолига кўрсатилган хизматлар, ҳажми қарийб 15 фоизга ўсди, ушбу соҳанинг мамлакатимиз ялпи ички маҳсулотигадиги улуши эса бутунги кунда 52 фоиздан зиёдни ташкил этмоқда.

Бу жараёнда хизматларнинг юқори технологияларга асосланган ва бозор иқтисодиётига хос бўлган турлари жадал суръатлар билан ривожланмоқда. Жумладан, алоқа ва ахборотлаштириш хизматлари 24,5 фоизга, компьютер дастурлаш хизматлари 18 фоизга, технологик асбоб-ускуналарни таъмирлаш ва уларга хизмат кўрсатиш 17 фоизга, молия-банк хизматлари 17 фоизга ўсди³.

Минтақанинг хўжалик мажмуи таркибида туризм секторини тармоқлараро таҳлил этиш услубиётини такомиллаштириш, туризм хизматлар соҳаси бошқарувида хорижий тажрибалардан фойдаланган ҳолда туристик минтақанинг янги иқтисодий йўналишларини тадқиқ этиш, бу тармоқнинг минтақавий ривожлантириш дастурларини яратиш борасида олиб борилаётган илмий тадқиқот ишларини кенгайтиришга хизмат қилади. Иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида туризм хизматлари соҳасини бошқаришнинг долзарблиги республикадаги миллий иқтисодиёт таркибида туристик индустриянинг иқтисодий салоҳиятини ошириш ва бошқарувнинг назарий асосларини такомиллаштиришни тақозо этибгина қолмай, балки глобаллашув шароитида маҳаллий ривожланиш хусусиятларини ҳисобга олиб, минтақа шаҳарларининг ривожланиш хусусиятларини ва туризм хизматларини диверсификациялаш стратегиясини ишлаб чиқишни талаб қиламоқда.

Шуларни эътиборга олган ҳолда, иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида Ўзбекистон Республикасида туризм хизматлари соҳасини бошқаришнинг иқтисодий жиҳатларини тадқиқ этиш юзасидан туризм хиз-

² Ислоҳ Каримов. 2012 йил – Ватанимиз тараққиётини янги босқичга кўтарадиган йил бўлади // “Халқ сўзи” газетаси, 2012 йил 20 январь.

³ Ислоҳ Каримов. Бош мақсадимиз – кенг қўламли ислохотлар ва модернизация йўлини қатъият билан давом эттириш. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислоҳ Каримовнинг 2012 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якуналари ҳамда 2013 йилга мўлжалланган иқтисодий дастурнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси // “Халқ сўзи” газетаси, 2013 йил 19 январь.

матлари бошқарувининг назарий асосларини такомиллаштириш ғоялари, илмий ишланмалари, амалий тавсиялар ва ёндашувларини ишлаб чиқиш лозим.

Миллий иқтисодиётда маҳаллий шароитнинг ўзига хос хусусиятларини инобатга олган ҳолда алоҳида туризм фаолиятини мувофиқлаштириш ва туризм фаолиятини бошқаришнинг ташкилий тузилмаси яратишда хорижий тажрибадан кенг фойдаланиш, туризм марказларининг иқтисодий ривожланишига таъсир этувчи омилларни аниқлаб, республиканинг туризм соҳасида менежмент тизимини такомиллаштириш концепциясини ишлаб чиқиш зарур. Шу жиҳатдан мазкур мавзу долзарб ва амалиёт учун муҳим бўлган тадқиқотлардан бири бўлиб ҳисобланади.

Ушбу монографияда иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида туризм хизматлар соҳасини барқарор ривожланишини бошқарув тамойилларининг назарий-услубий асосларини такомиллаштириш юзасидан айрим фикрлар изҳор қилиниб, Ўзбекистон Республикасининг туризм хизматлари соҳаси бўйича амалга оширилаётган иқтисодий ислохотларни янада чуқурлаштиришда, бошқарув тизимида самарадорликни оширишда, туризм хизматлари бўйича дастурларни ишлаб чиқиш ва таҳлил қилишда баъзи бир илмий ишланмалар таклиф этишга ҳаракат қилинди.

1-БОБ.

ТУРИСТИК СЕКТОР БОШҚАРУВИНИНГ НАЗАРИЙ-УСЛУБИЙ АСОСЛАРИ

- 1.1. Туризм секторининг миллий иқтисодиётда тутган ўрни ва ривожланишининг ўзига хос хусусиятлари
- 1.2. Республиканинг туристик ресурслари салоҳиятидан комплекс фойдаланиш асосида туристик индустриянинг ривожланиш ҳолатларини баҳолаш
- 1.3. Ўзбекистон Республикаси туристик тармоқларида замонавий бошқарув тизимининг жорий этилиши

1.1. Туризм секторининг миллий иқтисодиётда тутган ўрни ва ривожланишининг ўзига хос хусусиятлари

Халқаро туризмнинг жамият ҳаётидаги иқтисодий, сиёсий ва ижтимоий ўрни жаҳоннинг кўплаб мамлакатлари томонидан кенг миқёсда эътироф этиб келинмоқда. Шу боис, туристлар алмашувига иқтисодий интеграциянинг муҳим таркибий қисми ва халқаро инсонпарварлик ҳамкорлигини ривожлантиришнинг ажралмас қисми сифатида қараб келинмоқда. Сўнгги 50-60 йил давомида туризм соҳаси турли қисмларга бўлинган ҳолда доимий равишда ривожланиб бориб, жаҳон иқтисодиётининг энг йирик ва тез ривожланиб келаётган тармоқларидан бирига айланди. Ўтган йиллар давомида туризмнинг янги жиҳатлари очилиб, уларга кўплаб инвестициялар қўйилиши натижасида замонавий туризм ижтимоий-иқтисодий тараққиётнинг асосий ҳаракатлантирувчи кучига айланди.

Туризм замонавий халқаро савдони ривожлантиришнинг асосий турларидан бири ҳисобланади. Ҳозирги кунда экспорт даромади бўйича халқаро туризм ёқилғи, кимё ва автомобиль саноат тармоқларидан кейин тўртинчи ўринда туради. Кўпгина ривожланаётган давлатлар учун у ниҳоятда зарур бўлган янги иш ўринларини очадиган ва ривожланиш имкониятини берадиган асосий даромад манбаларидан бири бўлиб турибди.

Халқаро туризм ҳақиқатан ҳам улкан истиқболга эгадир. 2007 йилда дунё бўйича туристлар сони 903 млн. кишини ташкил этиб, БМТнинг Жаҳон туристик ташкилоти (ЖТТ) ҳисоб-китобига кўра дунё бўйича халқаро туризмдан олинган даромад 856 млрд. долларни (625 млрд. евро) ташкил этган эди. 2008 йилда халқаро туристлар сони 924 млн. кишини ташкил этиб, 2007 йилга нисбатан ўсиш 2 фоизга, яъни 16 млн. кишига кўпайганлигини кўрамыз⁴.

Туризм соҳасининг бу даврдаги асосий кўрсаткичларини қуйидагича тавсифлаш мумкин:

– 1950 йилдан 2007 йилгача халқаро туристлар сони 25 млн. кишидан 903 млн. кишига кўпайди;

⁴ www.unwto.org

– туристлар оқимидан тушадиган (яъни, халқаро туристларнинг келиши ва йўловчилар ташилиши ҳам ҳисобга олинганда) умумий экспорт даромадининг ўсиши жаҳон хўжалигининг ўсишидан юқорироқ бўлиб, 2007 йилда 1 трлн. АҚШ долларини ташкил этиб, кунига деярли 3 млрд. доллاردан кўпайиб борган;

– агар 1950 йилда туристлар борадиган манзил (жами 15 та) халқаро туристларнинг 98 фоизини қабул қилган бўлса, 1970 йилда 75 фоизни, 2007 йилда эса 57 фоизга тушиб қолганлигини кўрамыз. Бунинг сабаби ривожланаётган давлатларда кўплаб янги туристик жойларнинг пайдо бўлганлигидир;

– 2007 йили дунё бўйича халқаро сафарга чиққан туристлар сони 903 млн. кишига етиб, 2006 йил кўрсаткичига нисбатан деярли 7 фоизга кўпайди;

– 2001-2003 йиллардаги террорчилик ҳаракатлари, турли юқумли касалликлар ва иқтисодий таназзулга қарамасдан 1995-2007 йиллардаги ўсиш ўртача 4 фоизни ташкил этади;

– 2007 йилда халқаро туризмдан тушган даромад 856 млрд. АҚШ долларини (625 млрд. евро) ташкил этиб, 2006 йил кўрсаткичларига нисбатан 5,6 фоизга ошганлигини кўрамыз;

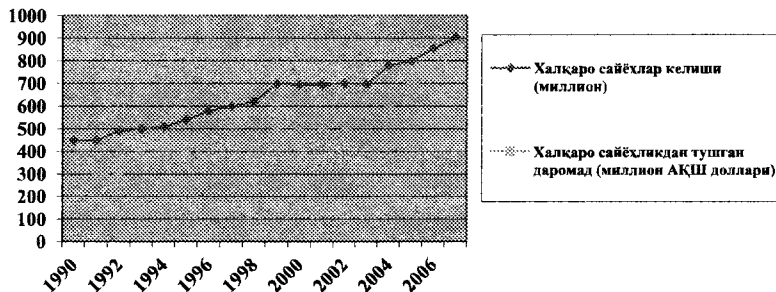
– сўнгги йилларда кўплаб янги бозорларнинг асосан ривожланаётган давлатларда пайдо бўлиши ҳам ташқи сайёҳликнинг кўпайишига сабаб бўлган эди;

– БМТнинг Жаҳон туристик ташкилоти берган маълумотга кўра 2008 йилнинг биринчи тўрт ойида туризм хизматларига бўлган талаб юқори бўлган. Яъни, 2008 йилнинг январь-апрель ойларида халқаро туристларнинг келиши 2007 йилнинг худди шу даврига нисбатан 5 фоизга кўпайган. Бироқ, умумжаҳон хўжалик ҳаётига (харидорлар ишончи ва соф даромадига) таъсир қиладиган бир қатор ҳолатлар туфайли 2008 йилга келиб туристлар сонининг ўсишида бироз камайиш кузатишган эди;

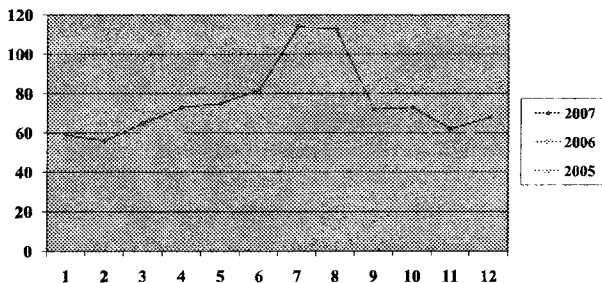
– 2010 йилда халқаро туристик саёҳатга чиқувчилар сони деярли 1 млрд. кишига етган бўлса, 2020 йилда эса 1,6 млрд. кишига етиши кутилмоқда.

2007 йилда халқаро туристлар оқими 6,6 фоизга кўпайиб янги рекорд кўрсаткич – 900 млн. кишидан ошган эди. Агар биз 2005 йилда туристлар сони 800 млн. кишидан иборат бўлганлигини ҳисобга олсак, ўсиш суръати жуда тез борганлигини кўришимиз мумкин. 2006 йилга нисбатан 2007 йилда туристлар сони 56 млн. кишига кўпайиб, буларнинг асосий қисми Яқин ва Ўрта Шарқ давлатлари билан Африкага тўғри келган эди. 2007 йилда жаҳон мамаакatlари бўйича туристлар сонининг ўсиши кутилган 4,1 фоиздан анча кўп бўлиб, 2005 ва 2006 йиллардаги энг кўп деб ҳисобланган 5,5 фоизлик ўсишдан ҳам ошиб кетган эди (1 ва 2-чизма).

Халқаро сайёҳлик ва ундан тушган даромад



2-чизма



Манба: Жаҳон туристик ташиқилоти

2007 йилда жаҳоннинг барча ҳудудларида ўсиш кутилган ўртача миқдордан анча кўп бўлганлиги қайда этилди. Хусусан, йиллик ўсиш ушбу йилда 16 фоизга етиб, халқаро туристлар сони салкам 48 млн. кишига етган эди. Бу даврда Яқин ва Ўрта Шарқ давлатлари биринчи ўринга чиққан бўлса, иккинчи ўринга 2006 йилга нисбатан халқаро туристлар келиши сонини 10 фоизга кўпайтирган (184 млн. киши) Осиё – Тинч океани минтақаси давлатлари чиқиб олган эди. Африка қитъасига келадиган халқаро туристлар сони эса 7 фоизга кўпайиб, 44 млн. кишига етган эди. Америка қитъасидаги ўсиш ўтган 2006 йилга нисбатан 5 фоизга кўпайиб, келган халқаро туристлар сони 142 млн. кишини ташкил этган эди. Халқаро туристларнинг келадиган энг катта манзили бўлиб (54 фоизи) Европанинг халқаро сайёҳлик марказлари ҳисобланган. Ушбу сайёҳлик марказларига келган туристлар сони 484 млн. кишини (5 фоизга ўсган) ташкил этган.

XX – XXI асрлар бўсағасида жаҳон туризм индустрияси мисли кўрилмаган молиявий натижаларга эришди. Маълумки, туристлар борадиган жойларда келувчиларнинг тураржой, овқатланиш, ичимлик, маҳаллий транспорт, томошалар, харид ва бошқа мақсадлар учун қиладиган харажатлар зарур иш ўринлари очилиб ривожланиш имкониятини беради. 2007 йилда 80 га яқин давлатларнинг ҳар бири халқаро туризмдан 1 млн. АҚШ долларидан кўпроқ даромад кўрган эди.

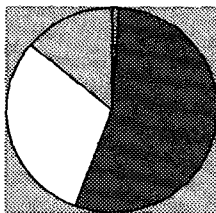
БМТнинг ЖСТ ҳисоб-китобига кўра 2007 йилда дунё бўйича халқаро туризмдан олинган даромад 856 млрд. АҚШ долларини (625 млрд. евро) ташкил этган эди. Абсолют рақамлар билан ҳисобланганда, АҚШ dollari дунёдаги бир қатор пул бирликлари, хусусан, еврога нисбатан арзонлашганлиги боис халқаро туризмдан келадиган даромад 114 млрд. АҚШ долларини ташкил этган. Бироқ, евро билан ҳисоблаганда бу кўрсаткич 34 млрд. еврони ташкил этади, холос. Алмашиш курсининг ўзгариши ва пулнинг кадрисиланишини ҳисобга олиб ҳисобланганда эса халқаро туризмдан келадиган даромад 5,6 фоизга ошган. Бу кўрсаткич 2006 йилдаги ўсиш даражасини (+5,1 фоиз) сақлаш билан бир қаторда кетма-кет келган тўрт йил давомида кўрилган даромад бир хилда ошиб борганлигини ҳам кўрсатади.

2007 йилда халқаро туризмдан тушган даромад 2006 йилга нисбатан олганда 5,6 фоизга кўпайди. Халқаро миқёсда йўловчилар ташишдан тушган даромад миқдори 165 млрд. АҚШ долларини ташкил этиб, халқаро туризмдан тушган умумий даромад миқдори (йўловчиларни ташишини ҳам қўшиб ҳисоблаганда) 1 тран. АҚШ долларидан ошиб кетган эди. Бир кунлик даромад миқдори эса бунда деярли 3 млрд. АҚШ долларига тўғри келган.

2007 йилга келган халқаро туристларнинг ярмидан кўпи дам олиш, соғайқни тиклаш ва байрам қилиш мақсади билан (51 фоиз) йўлга чиқишганини айтишган. Иш билан сафарга чиққан кишилар 15 фоизни (138 млн. кишини) ташкил этган бўлса, туристларнинг 27 фоизи бошқа мақсадлар билан (мисол учун қариндошларникига меҳмонга бориш, ҳаж сафари, диний мақсад билан, даволаниш учун ва ҳ.к.лар) чиқишганини айтишган. Бундай туристлар сони 240 млн. кишини ташкил этган. Қолган туристларнинг (7 фоиз) сафардан мақсадлари аниқданмаган (1-диаграмма).

2007 йилда туристик мақсад билан келганларнинг ярмидан озроғи (47 фоиз) ҳаво транспортида келган бўлса, қолгани эса қуруқлик (42 фоиз) ёки сув (7 фоиз) транспорти билан келишган. Ҳаво транспорти билан сайёҳлик жойига бориш ер ёки сув йўллари билан боришдан кўра тезроқ ривожланиб бораётганлиги боис саёҳатга ҳаво транспорти орқали бориш яна кўпайиши кутилмоқда (2-диаграмма).

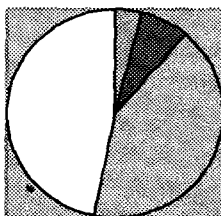
Халқаро туризмнинг мақсади



- Дам олиш, соғлиқни тиклаш ва байрамларда иштирок этиш
- Меҳмонга бориш, даволаниш, диний сафарлар, бошқа мақсад
- Иш билан
- Ноаниқ

2-диаграмма

Халқаро туристлар фойдаланган транспорт турлари



- Йул транспорти
- Темир йул транспорти
- Сув транспорти
- Ҳаво транспорти

Мутахассисларнинг фикрига кўра, яқин йилларда туризм бир қатор мамлакатларда асосий хизмат кўрсатиш соҳасига айланиб, нефть қазиб олиш ва қайта ишлаш, автомобилсозлик ва компьютер технологияларини ишлаб чиқиш каби иқтисодиётнинг анъанавий илғор соҳаларидан ҳам ўзиб кетиши мумкин. Туризм бозори баъзи бир давлатларнинг иқтисодий тизимида аллақачон етакчилик вазифасини бажариб келмоқда. Бу бозор, албатта, ўз илмий-назарий асосига эга. Туризм секторининг бошқарув аҳамиятини билиш учун унинг назарий асосларини кўриб чиқишимиз зарур. Бунинг учун, авваламбор, туризм соҳасига оид атамалар изоҳини билиб олоқ зарур.

Туризм французча *tour* сўзидан олинган бўлиб, сайр-саёҳат маъносини англатади. Ўзбекистон Республикасининг "Туризм тўғрисида"ги Қонунида туризм тушунчасига қуйидагича таъриф берилган: "Туризм – жисмоний шахснинг доимий истиқомат қиладиган жойидан соғломлаштириш, маърифий, касбий-амалий ёки бошқа мақсадларда борилган жойда (мамлакатда) ҳақ тўланадиган фаолият билан шугулланмаган ҳолда узоғи билан бир йил муддатга жўнаб кетиши (саёҳат қилиши)"⁵.

⁵ Ўзбекистон Республикасининг "Туризм тўғрисида"ги Қонуни // "Халқ сўзи" газетаси 1999 йил 21 август.

Жаҳон хўжалигининг глобаллашуви ва интеграциялашуви кучайиб бораётган бир даврда туризм тушунчасининг моҳиятини тўғри талқин этиш ва унинг моҳиятини тўғри англаб етиш ҳам назарий, ҳам амалий аҳамият касб этади. Бу ҳақда хорижий ва маҳаллий олимларнинг фикри турли-туман бўлиб, турлича қараш ва концепциялар мавжуд. Жумладан, А.Ю.Александрова “Кишиларнинг доимий тураржойлари ва ишларидан фарқланувчи жойларга етиб келиши ва жойлашиши вақтида юзага келадиган муносабатлар ва ҳодисалар йиғиндиси туризмдир”⁶,- деб таъкидлаб ўтган бўлса, Ю.В.Тишуков эса “Туризм – мамлакат фуқаролари, хорижлик фуқаролар ва фуқароликка эга бўлмаган шахсларнинг доимий тураржойларидан соғломлаштириш, танишиш, касбий-ишбилармонлик, спорт, диний ва бошқа мақсадларда вақтинча яшаб турган мамлакатдаги ҳақ тўланадиган фаолият билан банд бўлмаган ҳолда вақтинчалик саёҳатларидир”⁷,- деган фикрни билдиради.

Шуни таъкидлаб ўтиш жоизки, айрим хорижий ва маҳаллий олимлар туризмнинг жадал тараққиёти алоҳида тармоқ ҳолидаги индустриядир, яъни туризм индустрия сифатида ҳам тан олинмоқда.

Ю.В.Тишуков ўз рисоласида “Туризм индустрияси – бу меҳмонхона ва бошқа жойлаштириш воситалари, транспорт воситалари, умумий овқатланиш объектлари, дам олиш объектлари ва воситалари, танишиш, ишбилармонлик, соғломлаштириш, спорт ва бошқа мақсадлардаги объектлар, туроператорлик ва турагентлик фаолиятини амалга оширувчи ташкилотлар, шунингдек, экскурсия хизматлари ва гид-таржимонлар хизматини намоён этувчи ташкилотлар тўпламидир”⁸,- деб эътироф этган бўлса, М.Б.Биржаков эса “Туристтик хизмат – туризм мақсадлари, туристтик хизматнинг йўналиши ва табиати, туристтик маҳсулотга жавоб берувчи, умуминсоний ахлоқ ва тартиб тамойилларига мос келувчи экскурсант ёки туристнинг эҳтиёжларини таъминлаш ва қаноатлантиришга йўналтирилган хизмат кўрсатиш соҳасидаги мақсадларга йўналтирилган ҳаракатлар йиғиндисидир”⁹,- деган фикрни билдиради.

Шунингдек, туризм тармоғини ташкил этиш ва бошқариш нуқтаи назаридан таҳлил этган Н.И.Кабушкина ва А.П.Дурович “Туризм ижтимоий-иқтисодий тизим сифатида кишиларнинг доимий тураржойлари ва ишлари-

⁶ Александрова А.Ю. Международный туризм. –Москва: Аспект Пресс, 2001. 12-бет.

⁷ Тишуков Ю.В. Потребитель на рынке туристических услуг. –Ростов-на-Дону: Феникс, 2007. 4-бет.

⁸ Ўша жойда. 5-бет.

⁹ Биржаков М.Б. Туристические услуги, работы, товары. –Москва – Санкт-Петербург: Издательство “Невский фонд” – “Издательский дом Герда”, 2003. С.108.

дан фарқланувчи жойларга етиб келиши ва жойлашиши вақтида юзага келадиган ҳамда уларнинг меҳнат фаолияти билан боғлиқ бўлмаган муносабатлар ва ҳодисалар йиғиндисиدير”¹⁰, - деб таъриф бериб, “Туризм индустрияси – бу ишлаб чиқаришни таъминловчи моддий ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳасидаги муассаса, ташкилот, ва корхоналар йиғиндиси, туристик маҳсулотни тақсимлаш, айирбошлаш ва истеъмол қилиш, туристик ресурсларни ўзлаштириш ва фойдаланиш, туризмнинг моддий-техника базасини яратиш ҳисобланади”¹¹, - деб кўрсатади. С.А.Быстров ва М.Г.Воронцова эса “Туристтик хизматлар бозори – бу маълум вақт ва маълум жойда ўзига хос туристик товарлар ва хизматлар савдо-сотик жараёнларини таъминлаш учун талаб ва таклифни бирлаштирувчи умуқиқтисодий ҳодиса ҳисобланади”¹², - деб ёзади. Е.Н.Ильина эса, туристик бозор асосан тўртта асосий унсурларнинг иқтисодий ўзаро таъсир этиш тизимида, яъни туристик талаб, туристик маҳсулот таклифи, нарх ва рақобатда намоён бўлади. Замонавий туристик бозор етарли даражада ривожланган бўлиб, бошқа бозорлар каби у сўтувчининг бозоридан (бунада ишлаб чиқарувчи қандай маҳсулот, қандай миқдорда ва қаерда сотишни ҳал этади) харидорнинг бозоригача ривожланади. Харидор қандай маҳсулот, қанча ҳажмда ва қандай нарх бўйича ишлаб чиқарувчи маҳсулот ишлаб чиқаришини белгилайди¹³, - деб кўрсатади.

Бизнинг фикримизча, туризм – бу кишиларни ўзларининг доимий тураржойларидан бирон бир мамлакатга вақтинчалик ёки ўз мамлақати ҳудудидан бошқа бирон бир жойга бўш вақтида роҳатланиш ва хордиқ чиқариш, соғломлаштириш, танишиш ёки касбий-ишбилармонлик мақсадларида, лекин етиб келган жойида ҳақ тўланадиган меҳнат фаолияти билан банд бўлмаган ҳолда вақтинча жойлаштириш демақдир.

Бинобарин, туризм – бу кишиларнинг доимий ёки узоқ муддатли тураржойи ҳисобланмайдиган ва уларнинг меҳнат фаолияти билан боғлиқ бўлмаган жойларга сафарига тааллуқли муносабатлар, алоқа ва ҳодисалар йиғиндиси ҳисобланади. Биз туризм индустриясини меҳмонхона ва бошқа жойлаштириш масканлари, транспорт воситалари, умумий овқатланиш шаҳобчалари, дам олиш объектлари ва воситалари, ишбилармонлик, соғломлаштириш, спорт ва бошқа мақсаддаги объектлар, туроператорлик ва

¹⁰ Кабушкіна Н.И., Дурович А.П. Организация туризма. – Минск: ООО “Новое знание”, 2003. С.15.

¹¹ Ўша жойда. 72-бет.

¹² Быстров С.А., Воронцова М.Г. Туризм: Макроэкономика и Микроэкономика. – Москва – Санкт-Петербург: “Издательский дом Герда”, 2008. С.74.

¹³ Ильина Е.Н. Деятельность туристских агентств: туристский рынок и предпринимательство. – Москва: “Советский спорт”, 2004. С.4.

турагентлик фаолиятини амалга оширувчи ташкилотлар, шунингдек, экскурсия хизматлари ва гид-таржимонлик хизматларини кўрсатувчи ташкилотлар йиғиндиси сифатида эътироф этган ҳолда олдинги таърифларга қўшиламиз.

Туризм – бойиш ва ҳордиқ чиқариш билан боғлиқ бўлган барча ҳолатлар учун, яъни космик кемада учидан тортиб пляжгача етиб бориш билан боғлиқ ҳаракат. Бошқача қилиб айтганда, туризм – фуқароларнинг доимий турар жойларидан соғломлаштириш, танишиш, касбий-ишбилармонлик, спорт, диний ва бошқа мақсадлардаги, ҳақ тўланадиган фаолият билан банд бўлмаган ҳолдаги вақтинчалик сафарларидир.

Замонавий техника воситалари ҳаракатланиш характерини тубдан ўзгартириб, хоҳлаган вақтда саёҳат қилиш имконини бериши мумкин. 1815 йилги манбаларда Франция – Англия ўртасида махсус турлар ташкил қилинганлиги ёзилган¹⁴. Ёзувчи ва саёҳатчи Д.Галиниани кенг омма учун Париждан Лондонга уюштирилган бундай турларнинг ташаббускори бўлган. 1829 йилда К.Баедекер томонидан саёҳатчилар учун махсус йўл кўрсаткич тайёрланиб чоп қилинган бўлиб, у ҳозирги кунда ҳам Европа бўйлаб саёҳат қилувчи туристлар ўртасида кенг тарқалган.

Техника тараққиёти оммавий туризмнинг ривожланишига катта туртки бўлди. 1830 йилда жаҳонда биринчи темир йўл Манчестер ва Ливерпуль ўртасида ишга тушиб, у амалда саёҳат уюштиришнинг вақт чегараларини ўзгартириб юборди. Илгари ҳафталаб давом этган саёҳатларни эндиликда арзимаган ҳақ тўлаб амалга ошириш ҳар бир кишининг қўлидан келадиган бўлиб қолди. Темир йўллар қурилиши жаҳоннинг барча мамлакатларида мисли кўрилмаган даражада ривожланиб кетди. 1833 йилда Россияда Черепановнинг биринчи паровози қурилган бўлса, 1842 йилда Англияда темир йўл орқали йўловчи ташиш 23 млн. кишига етган эди. 1850 йилга келиб АҚШда 15 минг чақиримли темир йўллар қурилиб ишга туширилди. 1899 йилда Тошкентда биринчи темир йўл Красноводск – Тошкент ва кейинчалик эса Тошкент – Оренбург (1905) йўналишида ишга туширилди.

Бугунги кунда замонавий туризм асосчиси деб тан олинган баптист руҳонийси Томас Кук 1843 йилда биринчилардан бўлиб саёҳатчиларнинг оммавий сафари фойдалилигини англаб етиб, ўз қавмлари билан (570 кишидан иборат саёҳатчи) темир йўл орқали туристик саёҳатни ташкил этиб муваффақиятга эришган эди. 1851 йилда Кук мамлакатнинг барча бурчагидан келган инглизларнинг Париждаги кўргазмада иштирок этишини ҳам ташкиллаштириб, 165 минг кишини олиб келишга мушарраф бўлди. Кўргаз-

¹⁴ Биржаков М.Б. Введение в туризм. – Москва – Санкт-Петербург: Издательство “Невский фонд” – “Издательский дом Герда”, 2007.

ма турлари жуда катта фойда келтирганлиги сабабли, 1855 йилда Кук англиялик туристларнинг Парижда Бутунжаҳон кўргазмасидаги иштирокини ҳам ташкил этди. 1856 йилга келиб Европа давлатларида кўргазма турлари одатий ҳолга айланиб, жойларда Кукнинг туристик агентлиги ва унинг филиаллари фаолият кўрсата бошлаган эди. Кук туристик компаниясининг мисли кўрилмаган даражадаги муваффақиятини биз 8 мингдан ортиқ туристик меҳмонхоналарнинг каталогдан ўрин олганлигида ҳам кўришимиз мумкин. Шундай қилиб, 1870 йилда “Томас Кук” туристик фирмасининг мижозлари сони 1 млн. кишига етган эди¹⁵.

1832 йилда Европа ва Америка қитъалари ўртасида мунтазам кема қатновлари йўлга қўйилган бўлиб, 1866 йилда Кук АҚШга туристларнинг дастлабки икки гуруҳини жўнатган эди. Турлар узоқ муддатли бўлиб, беш ойгача давом этган. Томас Кук хизматларидан фойдаланган америкалик таниқли сайёҳлардан бири Марк Твен бўлиб, у олтамиш кишидан иборат гуруҳ таркибида иштирок этиб, кейинчалик бу саёҳатни таърифлаб ёзган эди. 1872 йилда Томас Кук жаҳон бўйлаб 220 кунлик туристик (20 кишилик) саёҳатни уюштирди. Томас Кук 1892 йилда вафот этгандан сўнг унинг ишларини ўгиллари ва шериклари давом эттиришган. Компания ўз фаолият соҳасини кенгайтириб, йирик молиявий институтга айланиб туристик саёҳатчилар учун йўл чекларини ҳам чиқара бошлаган. Бу эса ўз моҳиятига кўра аср ихтироси – хавфсиз пуллар эди. Ҳозирги кунда “Томас Кук” компанияси бутун дунёда 12000 дан ортиқ туристик агентликларга эга бўлиб, йилга 20 млн.дан ортиқ турист-сайёҳларга хизмат кўрсатиб келмоқда¹⁶.

Замонавий самолётларнинг ихтиро қилиниши билан ҳаво транспортда бир мамлакат ҳудудидан иккинчи бир давлатнинг ҳудудига етиб бориш имконияти вужудга келди. Натижада саёҳатчи туристлар бошқа соат минтақаларига кўплаб ташриф буюра бошлашди. Космик туристик саёҳатларда эса вақт самараси янада яққол кўзга ташланади.

Саёҳатлардан ҳаётий фаолиятнинг алоҳида жозибадор усули сифатида янги шакл – туризм ажралиб чиқиб, у ўзига хос хусусиятлар ва хислатлари билан тавсифланади. Туризмнинг саёҳатлардан ажралиб турувчи асосий жиҳатларини биз унинг ташкилий жиҳатдан йўлга қўйилганлигида, шунингдек, мақсадли ва оммавий туристик сайёҳликнинг ривожланиб бораётганлигида кўришимиз мумкин.

Бошқа одамлардан ажралиб туриш, биринчи бўлиш истаги саёҳатчилар орасида яққол кўзга ташланади. Инсон фаолиятининг бошқа соҳаларига

¹⁵ Ўша жойда. 23-бет.

¹⁶ Ўша жойда. 24-бет.

қараганда бунда ўзини кўрсатиш имконияти кўпроқдир. Ким энг юқори чўққига чиқади ва узокроққа боради, ким кишилар хаёлига келмаган ва ҳайрон қолдирадиган ишларни қилади. Рекордчи-саёҳатчиларнинг фантазияси чегараланмаган бўлиб, Гиннеснинг рекордлар китобида бундай ютуқларга алоҳида бўлим ҳам ажратилган.

Гиннеснинг рекордлар китобида бошқаларни ҳайрон қолдириш ниятида уюштирилган саёҳат ва жасоратларга қатга жой ажратилган. Жесси Росдай исмли бир шахс дунёдаги кўп мамлакатларда бўлиш ва ўз ҳужжатларига барча мамлакатларнинг чегара хизматлари штампини қўйдиришни мақсад қилиб, 2627766 км масофани ва 215 та мамлакат чегарасини кесиб ўтиб Гиннес дипломига сазовор бўлган эди. Миссионер Альфред Уолдерн (АҚШ) ота саёҳат қилишни мақсад қилиб, 424850 км масофани босиб ўтган. Бу даврда у 16 мингдан ортиқ маъруза ўқиган¹⁷. Пиёда, чанғида, велосипедда, автомобиль ва темир йўл транспорти, авиа ва денгиз транспортида саёҳат қилиш бўйича ҳам рекордлар ўрнатилган. Бироқ, рекордларнинг аксарият қисми инсоннинг мукаммаллигини исботлаш ва қўйилган мақсадга эришиш йўлида барча қийинчиликларни енгиб ўтиш учун оғир ва машаққатли меҳнатни талаб этади.

Саёҳат ва туризмнинг бир-биридан фарқларини кўриб чиқишда ушбу фаолиятнинг мақсадлари ва моддий таъминотига тўхталиб ўтиш жоиз. Саёҳат ва экспедицияларнинг аксарият қисми маълум бир мақсадларга хизмат қилиб, манфаатдор шахслар, ташкилотлар, давлат ва хусусий жамғармалар томонидан молиялаштирилади. Масалан, Африкани забт этиб, Замбези дарёсидаги Виктория шаршарасини очган буюк Давид Ливингстон миссионерлик жамғармалари ҳисобига саёҳат қилиб, асосан маҳаллий аҳолини христиан динига жалб қилиш билан бир қаторда географик ихтиролар билан ҳам шуғулланиб турган.

Саёҳат – баъзи ҳолларда касбга айланиб, одамларнинг кун кўриш манбаи ёки саёҳатда иштирок этувчиларнинг кундалик турмуш тарзига ҳам айланиши мумкин. Шундай саёҳатлар ҳам борки, уларни касб ҳам деб бўлмайди. Бундай саёҳатлар эътиқод билан боғлиқ. Масалан, Имом Бухорийни олайлик. У пайғамбаримиз Муҳаммад алайҳиссаломнинг ҳадисларини тўплаш мақсадида Ҳижоз, Макка, Мадина, Тоиф, Жидда, Басра, Куфа, Бағдо, Шом, Миср, Балх, Ҳирот, Нишопур, Рай, Жибол шаҳарларида бўлиб, ўта машаққатли тарзда фидойилик кўрсатган. Бундай мисолларни Имом Термизийдан ҳам топиш мумкин. Баҳовуддин Нақшбандий, Амир Темур, Мирзо Улугбек, Бобур Мирзо ва бошқа кўплаб саркарда, аллома ва аҳли донишла-

¹⁷ Ўша жойда. 28-бет.

римизнинг ўзга юртларга ўз мақсадларини амалга ошириш учун борганликларини ҳам саёҳатлар қаторига киритишимиз мумкин. Афсуски, мутахассислар томонидан ёзилган бирон бир адабиётда уларнинг исми шарифлари кўрсатиб ўтилмаган.

Вақт инсоннинг имкониятларини сезиларли даражада ўзгартириб юборади. Бутунги кунда бўш вақт ва етарли маблағга эга бўлган деярли ҳар бир шахс жаҳон бўйлаб ҳаво шарида ёки бошқа транспорт воситаларида сайр қилиши ва дунёнинг инсон оёғи етмаган нуқталарига ташриф буюриши мумкин. Саргузаштли туризмга ихтисослашган туристик фирмалар Жанубий Америка, Африка ва Осиё бўйлаб махсус автомобиль транспортида узок муддатли (30 ҳафтагача) қитъалараро саёҳатларни, шунингдек, Буюк янги ерларни очувчиларнинг йўналишларини тақорловчи, нархи 50 минг АҚШ долларига тенг бўлган 190 кунлик денгиз саёҳатларини ҳам таклиф этмоқда.

Шулардан келиб чиқиб айтиш мумкинки, туризм – бу саёҳатларнинг бир тури бўлса-да, одамларнинг турли ҳудудларга ташриф буюриши бўлиб, унда иштирок этувчи шахс мақсадлари, йўналиши ва ҳаракатланиш воситаларидан қатъи назар турист деб аталади. Саёҳатлардан фарқли равишда, туризм иқтисодиёт ва сиёсатнинг кучли таъсирига учровчи тоифадир.

Туризмнинг ўзига хос хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда туристни денгизчи, космонавт, бизнесмен, натуралист ва ҳоказо деб аташ мумкин. Статистикада саёҳат қилувчи шахс *visitor* деб аталади. Ташриф буюрувчилар туновчи, яъни вақтинчалик жойларда ҳеч бўлмаса бир кеча ётиб қолувчиларга ва бир кунлик (24 соатгача бўлувчи) туристларга бўлинади. Шулардан келиб чиқиб айтиш мумкинки, туризм бу:

а) туристлар томонидан амалга оширилувчи, аниқ белгиланган туристик мақсадларга эга бўлган оммавий саёҳатлар тури, яъни туристик фаолиятдир;

б) бундай саёҳатларни уюштириш ва амалга ошириш бўйича туристик фаолиятдир. Бундай фаолият турли хил туристик саноат корхоналари билан, яъни улар билан боғлиқ бўлган тармоқлар томонидан амалга оширилади.

Хўш, туризм қадимда ҳам мавжуд бўлганми? - деган ҳақли савол тугилиши, табиий. Бу саволга жавоб жуда оддий бўлиб, мақсади ва амалга оширишнинг ташкилий шаклига кўра туризм сифатида кўриб чиқилиши мумкин бўлган саёҳатларни биз қадимги даврларда ҳам кўришимиз мумкин. Ўрта асрлар даврида эса диний – зиёратчилар гуруҳларини кузатиб бориш бўйича ташкиллаштирилган фаолиятнинг бошланиши кўзга ташаланади. Бу жараёнларни деталли равишда кўриб чиққанда уларни туризмга, тўғрироғи туризм ибтидосига бориб тақаш мумкин. Ҳозирги кунда Томас Кук туризмни ташкиллаштирилганлиги учунгина бу фаолиятнинг асосчиси сифатида тан оли-

нади. Хўш, ҳаж ва умра зиёратини ташкиллаштирган ташаббускорлар ўша вақтларда бўлмаганми? Албатта бўлган. Бундай зиёратларга ҳам одамлар гуруҳ-гуруҳ бўлиб боришган. Ота-боболаримиз уларни уюштиришган. Кимлардир бундай ишларга бош бўлган. Ёки, савдо-сотикни олайлик, айниқса, "Буюк ипак йўли" тарихида бундай ишларни ташкил этган, савдогарларнинг эсон-омон ўз манзилларига етиб боришларини ташкиллаштириб берган кишилар бўлмаганми? Бўлган, албатта. Балки, уларни мингбоши, юзбоши, эликбоши тарзида аташгандир. Ушбу фаолиятларни ҳам, таъбир жоиз бўлса, туризм фаолиятининг илк кўринишлари сифатида баҳолаш мумкин.

Илмий кузатишларимиз кўрсатишича, туризм гарчи XIX асрнинг охирига келиб шаклланган бўлса-да, фақат XX асрга келиб у жадал суръатларда ривожланиб, Техника ва технологияларнинг жадал суръатларда ривожланиши ва жамият муносабатларининг юксалиши натижасида у "XX аср феномени" номини олди. Бугунги кунда туризм – жаҳон миқёсидаги жуда кучли sanoat индустрияси бўлиб, унинг жаҳон ялпи ички маҳсулотидаги улуши 10 фоизни ташкил этади, бу соҳага кўплаб ходимлар, асосий ишлаб чиқариш воситалари ва йирик капитал маблағлари жалб қилинади. Туризм йирик бизнес, катта маблағ ва глобал миқёсдаги сиёсатдир.

Жамиятнинг ривожланиши билан сайёрамизнинг кўплаб аҳолиси туризм соҳасига жалб қилинмоқда. 1995–1997 йиллар мобайнида саёҳат қилувчилар сонининг барқарор ўсиш тенденцияси йилига ўртача 4 фоизни ташкил этиб, Осиёдаги молиявий инқироз (1998) сабабли бу соҳадаги фаолликнинг бироз сусайганлигини кўришимиз мумкин. БТТ маълумотларига кўра, 1996 йилда туристларнинг келиши 594 млн. кишини ташкил этган бўлса, 1997 йилда бу кўрсаткич 616 млн. кишига етган. 1997 йилда туризмдан олинган даромад 448 млрд. АҚШ долларига (1996 йилга нисбатан 7,9 фоиз кўп) етган. БМТ БТТнинг прогнозларига қараганда, 2010 йилда туристлар сони 937 млн. кишига, туризм орқали олинган даромад эса 1,1 трлн. АҚШ долларига етган¹⁸. Дунёнинг ажойиб ва жозибадор туристик ресурсларига эга бўлган бурчаклари ҳали яхши ўзлаштирилмаганлиги ва кенг туристлар оммаси учун очиқ эмаслиги шубҳасиз бизга маълум. Бунда табиий ва иқлимий шароитлар, сиёсий ва иқтисодий омиллар, минтақадаги тинчлик, туризм sanoatининг ривожланиш даражаси кабилар муҳим роль ўйнайди.

Туризм инфратузилмаси ва sanoati туризмга яқин бўлган қўшни тармоқларни ўзига кўпроқ тортиб, кўплаб кишиларни иш билан таъминламоқда. Ҳозирги кунда ер юзидаги аҳолининг 1/15 қисми туризм соҳасида иш юритади. Туризмда банд бўлган ишчиларнинг тоифасини аниқлаш

¹⁸ www.unwto.org

мақсадида бир қатор усуллар қўлланилмоқда. Йирик туристик марказларда ҳар ўнга турист икки кишини доимий иш жойи билан таъминлайди. Масалан, Петропавловск круиз лайнери келишининг ўзиёқ аҳоли ҳаётида муҳим роль ўйнайди. Ушбу лайнер 50 – 60 кишини иш билан таъминлаш билан бир қаторда, уч кунлик саёҳат давомида йўлбошчилик, яъни гидлик вазифасини ўтаётган ўқитувчилар ойлик маошларига тенг бўлган миқдорда мукофот пули ҳам оладилар.

Туризмдан тушадиган фойдани таҳлил этиш муҳим аҳамият касб этади. Россияликларга қараганда АҚШ аҳолисининг ҳар бирига икки баробар кўп турист тўғри келса, бу тармоқдан тушадиган фойда эса беш баробар кўпдир. Санкт-Петербург курортининг 250 минг аҳолисидан 60 минг нафари туризм соҳасида банд бўлиб, улар йилига 5 млн.дан ортиқ туристга хизмат кўрсатишади. Андорранинг 50 – 60 минг кишиси йилига 12 млн. туристга турли хизматларни (асосан савдо хизматларини) кўрсатишади. Андорра солиқсиз эркин савдо ҳудуди бўлиб, мазкур кичик мамлакатда бошқа фаолият турининг ўзи йўқ ёки бўлса ҳам давлат иқтисодиётида муҳим роль ўйнамайди.

Туризмнинг амалга ошиши учун икки шарт – бўш вақт ва маблағ бўлиши керак. Рим империяси даврида бадавлат кишилар ўз таътилларини, ҳатто, Мисрда ўтказишган. Шундай қилиб, узоқ йиллар ва асрлар давомида туризм фақат бадавлат кишилар қатламига хос бўлиб келганлигини кўрамыз.

Туризм ташкилотчилари учун ҳам, истеъмолчи – туристлар учун ҳам кўп қиррали иқтисодий фаолият муҳим аҳамият касб этади. Жаҳон ва миллий туризм ривожланишининг ҳар бир босқичи иштирокчилар фаолиятининг ўзига хос ривожланиш кўрсаткичлари билан характерланади.

Илмий таҳлилларнинг кўрсатишича, ҳар бир туристик ҳудуд ва шаҳарлар, шунингдек, давлатларнинг барчаси иқтисодий фойда ва даромад олиш учун мавжуд бўлган туристик ресурслардан оқилона фойдаланишга ҳаракат қилади. Ҳар бир мамлакат ўз сиёсий қарашлари, иқтисодий ривожланишининг йўналишлари ва жамият тараққиётининг ўзига хос анъаналарига эга. Туристларни жалб қилиш учун қизиқарли бўлган турли объектлар, хизмат кўрсатишнинг мос даражаси, хавфсизликнинг таъминланиши, эҳтиёжни уйғунлаштириб қондирувчи туристик индустрия ва инфратузилма зарур бўлади.

Туристтик оқимларни кўпроқ жалб қилиш учун туристик ресурслар ва уларнинг потенциал имкониятларини, айниқса, туристик саноат объектларини батафсил ўрганиб баҳолаш муҳим аҳамият касб этади. Бунда хорижий туристларни қабул қилишга қодир бўлган маҳаллий аҳоли муаммосини ҳам унутмаслик керак. Кўпчилик муаммолар бунда маҳаллий норма (меъёр)лар

билан хорижликларнинг ўзини тутиш одатлари бир-бирига мос эмаслигидан келиб чиқади. Агар муҳитга мос келмайдиган фарқлар кўп бўлса, туризм амалга ошмаслиги ҳам мумкин. Масалан, Бирлашган Араб Амирликларига қарашли Шаржа туристик марказида сайёҳларга қўйилган талаблар (спиртли ичимликлар истеъмол қилмаслик, аёлларнинг махсус кийими ва хулқига эътибор бериш, маҳаллий қонуларни бузганлиги учун европаликларга тан жазоси берилиши ва бошқалар) ислом қондалари таъсирида жуда қаттиқ бўлганлиги учун ҳам ушбу туристик марказга сайёҳларнинг келиш миқдори камайиб, ҳатто, баъзи даврларда умуман тўхтаб қолган. Яқин қўшни ҳудуд бўлган Дубайда ушбу талаблар бироз юмшатирилганлиги учун ҳам туристик оқим ушбу туристик марказга ўз йўналишини ўзгартирган эди.

Туристтик марказлар ва ҳудудлар нафақат туризмдан пул ишлаб қолишга интилади, балки туристик индустриянинг барқарор ривожланишига, туристик маҳсулотнинг ички ва ташқи бозорларда ҳаракат қилишига жуда катта миқдорда маблағлар ажратади. Туризмни ривожлантиришга ажратилган маблағлар астрономик рақамлардай бўлиб кўриниши мумкин, лекин амалиёт шуни кўрсатмоқдаки, бу харажатлар нафақат ўзини оқлайди балки давлат туризмдан жуда катта ҳажмдаги даромад ҳам кўради.

Жаҳоннинг ҳамма давлатларида ҳам туризм сиёсати бир хил эмас. Масалан, Япония узоқ йиллар мобайнида келувчи туристларга эътибор бермаган. Ҳатто, меҳмонхона индустрияси ҳам хорижий туристларни қабул қилишга йўналтирилмаган бўлиб, отеллар паст табақа аҳоли жойлашишига мўлжалланган. Меҳмонхонанинг (иншоотнинг) габарити ва шип баланглиги эса Европа стандартларига жавоб бермайдиган нормалар бўйича қурилган. Шунинг учун ҳам Япон ҳукумати мамлакатга кирувчи туристик оқимларни кўплаб жалб этиш мақсадида жаҳон туристик бозорига миллий туристик маҳсулотни чиқариш учун 2 млрд. АҚШ доллари миқдордаги маблағни ажратган эди¹⁹.

Дунёнинг биринчи ўнталик турига киритилган туристик манзиллар ўртача қолиш муддати ва бир сафарлик вақтида сарфлайдиган харажатлари нуқтаи назаридан олганда ўнта манзилдан саккизтаси туризмдан энг кўп даромад олганлигини кўришимиз мумкин. Туристлар сони ва халқаро туризмдан олинadиган даромад нуқтаи назаридан “Биринчи ўнталик” рўйхатига киритилган туристик манзиллар ҳозирги кунда ҳам ўз мақомларини сақлаб қолганлигини кўраимиз. Бундан ташқари дунё бўйича туризмдан энг кўп даромад оладиган ўнта туристик манзил рўйхатида деярли ўзгариш

¹⁹ Гуляев В.Г. Правовое регулирование туристской деятельности. –М.: Финансы и статистика, 2005. С.304.

1-БОБ Туристтик сектор бошқарувининг назарий-услуги асослари

бўлмаганлиги маълум бўлади. Австрия биргина Туркияни суриб чиқариб тўққизинчи ўринга чиқиб олган эди. Келадиган туристлар сони бўйича эса Украина билан Туркия, Австрия билан Россияни четга чиқариб, саккизинчи ва тўққизинчи ўринларга чиқиб олган эди.

Туристларнинг келиши борасида Франция Испания билан АҚШдан олдинги ўринлардан бирида турибди. Даромад борасида ҳам айнан мана шу давлатлар биринчи учталик ўринни эгаллаб туришибди. Фақат бу борада АҚШ биринчи, Испания иккинчи ва Франция учинчи ўринни эгаллаб турганлигини кўрамыз. Бунда АҚШ Европа давлатларига нисбатан кўпроқ сарф қиладиган ва узокроқ муддатга қоладиган туристларни кўпроқ жалб қилаётганлиги маълумдир.

1-жадвал

		Халқаро сайёҳларнинг келиши					Халқаро сайёҳликдан олинган даромад						
Асосий давлатлар	Тури	Миллион		Ўзгариш (фоиз)		Асосий давлатлар	АҚШ доллари			Маҳаллий пул ўзгариши (фоиз)			
		2006	2007	06\05	07\08			Милли-ара		Ўзгариш (5 фоиз)	Маҳаллий пул ўзгариши (фоиз)		
								2006	2007*		06\05	07\05	06\05
Франция	TF	78.9	81.9	3.9	3.8	1	АҚШ	85.7	96.7	4.8	12.8	4.8	12.8
Испания	TF	58.2	59.2	4.1	1.7	2	Испания	51.1	57.8	6.6	13.1	5.6	3.6
АҚШ	TF	51.0	56.0	3.6	9.8	3	Франция	46.3	54.2	5.3	17.0	4.3	7.2
Хитой	TF	49.9	54.7	6.6	9.6	4	Италия	38.1	42.7	7.7	11.9	6.7	2.5
Италия	TF	41.1	43.7	12.4	6.3	5	Хитой	33.9	41.9	15.9	23.5	15.9	23.5
Буюк Британия	TF	30.7	30.7	9.3	0.1	6	Буюк Британия	33.7	37.6	9.8	11.6	8.5	2.7
Германия	TSE	23.5	24.4	10.1	3.9	7	Германия	32.8	36.0	12.4	9.8	11.4	0.6
Украина	TF	18.9	23.1	7.4	22.1	8	Австралия	17.8	22.2	5.8	24.7	7.3	12.2
Туркия	TF	18.9	22.2	-6.7	17.6	9	Австрия	16.6	18.9	3.7	13.5	2.7	4.0
Мексика	TF	21.4	21.4	-2.6	0.3	10	Туркия	16.9	18.5	-7.2	9.7	-7.2	9.7

Манба: www.unwto.org

Келаётган туристларнинг сони нуқтаи назаридан Хитой тўртинчи ўринда турганлигини кўрсак, даромад борасида эса Италия тўртинчи ўринга чиқиб олганлигини кўрамыз. Буюк Британия билан Германия даромад ва туристлар сони борасида олтинчи ва еттинчи ўринларни эгаллаб турибди. Туристлар сони борасида саккизинчи ўридан ўнинчи ўрингача Украина, Туркия ва Мексика турибди. Даромад масаласида эса Австралия, Австрия ва Туркия ўнликнинг охирида туради. Бироқ, бу масалада эътибор қилиш лозим бўлган бошқа бир жиҳат ҳам бор, яъни даромад АҚШ доллариди кўрсатилганлиги учун (2007 йилда АҚШ доллари арзонлашгани сабабли) ҳам кўплаб туристик манзилларнинг долларда кўрсатган даромади анча ошган. 2007 йилда халқаро туризмдан тушган 856 млрд. АҚШ долларига тенг бўлган даромаднинг 50 фоизини рўйхатга киритилган ўнтаклик давлат олган бўлиб, туристларнинг келиши борасидаги уларнинг улуши бу кўрсаткичдан бир оз камроқни, яъни 46 фоизни ташкил этган эди²⁰ (1-жадвал).

Юқорида ифода этилган маълумотлардан кўришиб турибдики, Хитойда четга чиқувчи туристлар сони жуда паст эканлигини кўрамыз. Чунки давлат таътилини ўз вақтида тўлаш учун ва ҳуқуқий хорижий мамлакатларда саёҳат қилиш учун етарли маблағга эга эмас. Ташқарига чиқувчи туристлар сони йилига 5 млн. кишидан ортмайди. Бу кўрсаткич умумий аҳолиси 1 млрд. 250 млн.дан ортиқ бўлган мамлакат учун жуда паст даражададир. Лекин мамалакатга келувчи туризм тобора ривожланиб бормоқда. Хитой иқтисодиётида ҳозирги кунда туризм энг жозибадор соҳалардан ҳисобланади. Бунда қизиқарли туристик объектларнинг мавжудлиги, туризм индустриясининг ривожланганлиги ва давлат сиёсатининг туризмга нисбатан ижобий муносабатда эканлиги муҳим аҳамият касб этмоқда. Халқаро туристик ташкилотларнинг ҳулосасига кўра, 2007 йилда Хитойга 54,7 млн. турист келиб кетишган бўлса, 2010 йилда мамлакатга 125 млн.дан ортиқ хорижий туристлар келиши режалаштирилган²¹. Халқаро туризм соҳасида энг кўп харажат қилаётган давлатлардан бири – Хитой ўсишда давом этмоқда. 2007 йили халқаро туризмга харажат қилганлар рўйхатидаги асосий ўзгариш Хитойга тегишли бўлиб, бу борада у Италия (2006) ва Япониядан (2007) олдинга ўтиб олиб ҳозирги кунда бешинчи ўринда турибди. Хитойлик туристларнинг хорижий сафарлардаги умумий харажати 30 млн. АҚШ долларига яқинлашиб қолганлигини кўрамыз. Япониянинг ўрнига кўтарилган Италия олтинчи ўринга кўтарилиб, Япония бешинчи ўридан еттинчи ўринга сурилади. Қайд этиш лозимки, сўнгги ўн йилликлар ичида Япония туризм соҳасида

²⁰ www.unwto.org

²¹ www.unwto.org

энг кўп харажат қиладиган давлатлар рўйхатида учинчи ўринни эгаллаб турибди. Рўйхатнинг юқори тўрт ўрнида эса деярли ўзгаришлар бўлмаганлигини кўрамиз. Биринчи ўринда Германия (83 млрд. АҚШ доллари) турса, бундан кейинги ўринларда эса АҚШ, Буюк Британия ва Франция турибди. 2007 йилда хорижий туристик харажатларни 22 фоизга оширган Россия Корея Республикасидан олдинга ўтиб тўққизинчи ўринга чиқиб олганигини кўрамиз. Россиядан ташқари хорижий сайёҳлар учун хитойлик (+24 фоиз), канадалик (+14 фоиз) ва корейлик (+11 фоиз) туристлар кўпроқ харажат қиладиган. Фақат битта бозорда, яъни Япония харажатларида салбий кўрсаткич (иенда -0,2 фоиз) қайд этилган, холос. Давлатлар ичида фақат дунё бўйича энг кўп харажат қиладиган Германияга тегишли кўрсаткичларгина камроқ ўсган (еврода +3 фоиз), бошқа давлатларда эса ўсиш 5 фоиздан 8 фоизгача кўрсаткични намоён этган. Юқори ўринларда турган ўнта давлатдан ташқари 15 фоиздан ошиқ ўсишга эга бўлган бир қатор давлатлар – Саудия Арабистони, Бразилия, Миср, Малайзия, Венгрия, Аргентина, Индонезия, Жанубий Африка, Туркия ва Чехия Республикаси, Ирландия ва Украинада ҳам бу борада жадал ривожланиш бўлаётганлигини кўрамиз.

1.2. Республиканинг туристик ресурслари салоҳиятидан комплекс фойдаланиш асосида туристик индустриянинг ривожланиш ҳолатларини баҳолаш

Туризм жаҳон иқтисодиётининг етакчи ва энг динамик равишда ривожланаётган соҳаларидан биридир. Тез ривожланиш суръатлари учун у ўтган юз йиллик иқтисодий феномени деб тан олинган.

Бутунжаҳон Туристтик Ташкилоти (БТТ) башоратларига кўра 2020 йилга келиб халқаро туристик ташрифлар сони 1,6 миллиардни ташкил қилади. Туризм жаҳон ялпи миллий маҳсуотининг ўнинчи қисмини таъминлаб, жаҳон иқтисодиётида энг муҳим ўринлардан бирини эгаллайди. Иқтисодиётнинг бу соҳаси тез суръатлар билан ривожланмоқда ва яқин йиллар ичида унинг энг муҳим соҳасига айланади. Туризм саноатида киритилаётган инвестициялар йиллик ўсиши тахминан 30%ни ташкил қилади.

Охириги йилларда туризм бизнеснинг энг даромадли турларидан бирига айланади. У жаҳон капиталининг тахминан 7%ни ишлатади. XX асрнинг 90-йиллари бошидаёқ туризмнинг товарлар ва хизматлар жаҳон савдосидаги ҳиссаси 10%ни ташкил қилган эди ва нефть ҳамда автомобил экспорти-

дан кейинги учинчи ўринни эгаллади, 2015 йилга келиб эса биринчи ўринга чиқиши кутилмоқда. Халқаро туризм аҳоли бандлигига катта таъсир кўрсатади. Мутахассислар ҳисобига кўра, 2010 йилда туризм индустриясида 100 млн. киши ишлаган, 2012 йилга келиб эса дунёдаги ҳар бир саккизинчи меҳнатга лаёқатли киши бу соҳада банд деб эътироф этилмоқда.

Халқаро туризм чет эл валютаси келишининг фаол манбаидир ва мамлакат иқтисодиёти тўлов балансига таъсир этади. Кўплаб мамлакатлар иқтисодиётига таъсир этишдан ташқари халқаро туризм уларнинг ижтимоий, маданий, экологик муҳитига таъсир кўрсатади. Аммо халқаро туризм ривожланиши баъзи салбий оқибатларга олиб келиши мумкин, масалан, инфляция, атроф-муҳитнинг ифлосланиши, маҳаллий аҳоли урф-одатларининг бузилиши. Бу айниқса, ривожланаётган мамлакатларда кузатилади. Бироқ, саноати ривожланган мамлакатлардан ташриф буюрган туристлар ўз ҳаёт тарзи ва истеъмол қилиш даражасини қабул қилдирадилар. Демак, халқаро туризм оқибатларига ўз вақтида ва ҳар томонлама баҳо бериш максимал фойда олиш ва салбий оқибатлар олдини олишга имкон берувчи туризм сиёсатини ишлаб чиқиш учун муҳим омилдир.

Замонавий туризм – пасайишни билмайдиган жаҳон иқтисодиётининг соҳаси. Мутахассислар ҳисобига кўра, бир чет эллик турист берадиган даромад эквивалентини олиш учун дунё бозорига тахминан 9 тонна кўмир, ёки 15 тонна нефть, ёки 2 тонна буғдой олиб чиқиш керак. Хомашё сотилиши мамлакат ресурсларининг сарфланишига олиб келади, туризм соҳаси эса янгидан тикланадиган ресурслардан фойдаланади ва режа-иқтисодчилар ҳисобларига кўра 100 минг турист, бир шаҳарда ўртача икки соат ўтказиб, камида 350 минг доллар сарфлайди. Туризм, умуман, давлат иқтисодиётига учта ижобий таъсирини кўрсатади:

1. Чет эл оқимини таъминлайди ва тўлов баланси ва экспорт каби иқтисодий кўрсаткичларга ижобий таъсир этади.

2. Аҳоли бандлигини оширишга ёрдам беради. БТТ ва Бутун Жаҳон Туризм Кенгаши ҳисобларига кўра, туризм индустриясида яратилаётган ҳар бир иш жойига бошқа соҳаларда бешдан тўққиз иш жойигача тўғри келади. Туризм тўғридан-тўғри ёки бевосита иқтисодиётнинг 32 соҳаси ривожланишига таъсир этади.

3. Мамлакат инфратузилмасининг ривожланишига кўмак беради. Туризм мамлакатнинг бутун вилоятлари иқтисодиётига фаол таъсирини ўтказди. Туризм соҳасида хўжалик субъектлари ташкил қилиниши ва иш олиб бориши йўл транспорти, савдо, коммунал, маданий, тиббий хизмат ривожланиши билан мустаҳкам боғлиқ. Шундай қилиб, туризм саноати бошқа соҳаларга қараганда кучлироқ мультипликатор эффектига эга.

Туризм – дам олиш, бўш вақт, спорт, маданият ва табиат билан тўғридан-тўғри боғлиқ бўлган фаолиятдир. Туризм – мустақил билим орттириш, халқлар ва маданиятлар ўртасидаги хилма-хилликни билиш ва толерантлик факторига айланмоқда.

Ўзбекистонда халқаро ва миллий туризм ривожланиши учун кўплаб ишлар қилинмоқда. Бу йўналишда бир қатор қонунлар ва фармонлар қабул қилинди, моддий-техник база яратилаёпти, инфратузилма шакллантириляпти ва бу соҳага кўплаб инвестициялар қилинаёпти.

Туризмнинг тез ва доимий ўсишини, атроф-муҳит, иқтисодиётнинг барча соҳаларига ва жамият фаровонлигига таъсирини инобатга олган ҳолда Ўзбекистон ҳукумати мамлакат ривожланиши узоқ муддатли дастурида туризмни устувор соҳа сифатида белгиллаган.

Фикримизча, ушбу концепция туризм соҳасида давлат сиёсати, Ўзбекистонда замонавий рақобатдош туризм саноати шаклланишининг ҳуқуқий, ташкилий ва иқтисодий асослари яратишини назарда тутади. Айтиш жоизки, сўнгги ўн йил давомида шаҳар туризми ва айниқса шаҳар маданий обидаларини томоша қилиш учун уюштирилаётган сайёҳлик Европадаги давлат ва хусусий сайёҳлик ташкилотлари, маданият муассасалари учун ниҳоятда аҳамиятли бўлган соҳалардан бирига айланди. Шу боис Европа сайёҳлик комиссияси (ЕСК) ва Жаҳон сайёҳлик ташкилотлари (ЖСТ) Европа шаҳарларидаги маданият обидаларини кўриш ва дам олиш учун уюштирилаётган сайёҳликни ўрганишга катта эътибор қаратмоқда.

2007 йилнинг май ойида Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори билан 2010 йилга қадар хизматлар соҳасини ривожлантириш дастури ишлаб чиқилди ва тасдиқланди.

2010 йилда хизматларнинг ЯИМдаги улуши 2006 йил кўрсаткичига (39,5 фоиз) нисбатан 49 фоизга ошганлигини кўраимиз. Бунда асосий хизмат кўрсатиш тармоқлари ўз ҳажмини 1,9-2,5 баробарга оширган.

2006-2010 йиллар давомида алоқа ва ахборот хизматлари 2,5 баробарга, меҳмонхона хизматлари 2,4 баробарга, туристик хизматлар эса 2,3 баробарга ўсди. Туристтик саноат корхоналарида хўжалик фаолиятини юритиш бўйича бозор тамойилларининг кенг жорий қилиниши ресурсларнинг самарали тақсимланишига олиб келади.

Ўзбекистон Республикаси аҳолисининг фаровонлигини ошириш стратегиясида асосий эътибор бизнесни юритишга, таркибий ислоҳотларни жадаллаштиришга, менежментни такомиллаштиришга, трансакцион харажатлар ва иқтисодиётда давлатнинг ролини камайтиришга қаратилганлигини кўраимиз.

Туризм индустрияси ўзининг динамиклиги ва юқори даромадлилиги билан, шу фаолият билан шуғулланувчи шахсдан танланган соҳада чуқур билим, сезги, шунингдек, бозор тўғрисида тўлиқ ва аниқ маълумотга эга бўлишни талаб этади. Туристик фаолиятнинг муваффақияти ахборотга кўп томонлама боғлиқ бўлиб, “Ахборотга эҳтиёж” ва бозор тадқиқотларидан фойдаланиш имкониятиларини етарлича баҳоламаслик, Ўзбекистонда туристик тармоқ менежментининг асосий камчиликларидан бири ҳисобланади. Бозор конъюнктураси ҳақидаги ахборот туристик маҳсулотни бозорга татбиқ этишга қадар шаклланиб талабни башоратлаш имконини берувчи бозор тадқиқотлари давомида тўпланади.

2-жадвал

Туристик тизимнинг устуворлиги

Ёш оила қурмаган кишилар	Ёш турмуш қурган жуфтликлар	Оилавий жуфтликлар	45-64 ёшгача бўлган кишилар	Пенсионерлар
Бар, клуб ва дискотекаларга ташриф буюришни	Пассив дам олишни	Оилавий дам олишни	Экскурсияларга чиқишни	Экскурсияларга чиқишни
Офтоб ванналарида чўмилишни	Дўкон ва супермаркетларга боришни	Пассив дам олишни	Пассив дам олишни	Табиат кўйида сайр қилишни
Экскурсияларга чиқишни	Экскурсияларга боришни	Экскурсияларга чиқишни	Табиат кўйида сайр қилишни	Дўкон ва супермаркетларга боришни
Пассив дам олишни	Дўстлар билан дам олишни	Офтоб ванналарида чўмилишни	Дўкон ва супермаркетларга боришни	Пассив дам олишни
Табиат кўйида сайр қилишни	Офтоб ванналарида чўмилишни	Дўкон ва супермаркетларга боришни	Офтоб ванналарида чўмилишни	Дўстлар билан дам олишни

Манба: муаллиф ишланмаси

Дунё бозорларига чиқиш учун миллий турмаҳсулотнинг фаол рекламаси зарур. Бу йўналишда туроператорлар буклет, брошюра, плакат, репортаж, видеоклип ва кинофильмларни ишлаб чиқишни давом эттиришлари керак.

БТТнинг башоратига кўра, 2020 йилларга келиб Хитой етакчи туристик марказлардан бирига айланиши мумкин. Ҳозирги кунда мамлакатга турист-

меҳмонларнинг келиши йилига 22 млн.дан ортиқ ва бу билан Хитой жаҳон мамлакатлари ичида олтинчи ўринни эгаллаб, яқин йиллар ичида етакчи бешликдан (Франция, АҚШ, Испания, Италия ва Буюк Британиядан) ўтиб кетиш эҳтимоли ҳам бор. Хитойга келган туристлар (агар ҳар йили 8 фоиз ўсиш бўлса) сони 20 йилдан кейин 137 млн. кишига, Гонконгга эса 59 млн. кишига етиши тахмин қилинмоқда²².

Шу муносабат билан “Буюк ипак йўли” лойиҳаси иштирокчилари олдида қатнов кўрсаткичлари баланда бўлган мамлакатларни ўз ичига оладиган турмаҳсулот ишлаб чиқаришдек муҳим вазифа турибди. Унда турмаршрут бундай кўринишга, яъни Германия – Ўзбекистон – Хитой – Франция – Қозоғистон – Хитой ва ҳ.к. эга бўлиши мумкин.

Туристларнинг автотранспортдан ташқари бўлган бир кунлик харажатлари 5 млрд.гача ўсишини инобатга оладиган бўлсак, Ўзбекистон бу валюта массасининг маълум бир қисмини ўзлаштириши учун барча имкониятларга эга ҳисобланади. Халқаро экспертларнинг фикрларига кўра 2020 йилларга келиб саёҳат қилувчиларнинг асосий қисми анъанавий мамлакатларга тегишли бўлиши мумкин. Лекин туристларнинг баъзи бир гуруҳлари ўзлари учун янги маршрутларни ҳам ўзлаштириши эҳтимол. Ҳисоботларга кўра, узоқ масофаларга саёҳат қилувчи туристлар жаҳонда 24 фоизни ташкил қилади (3-жадвал).

3-жадвал

Жаҳон туристик йўналишларининг ўсиш динамикаси (2020 йилга)

Мамлакатлар	Туристларнинг келиши (млн. киши ҳисобида)	Жаҳон туристик бозоридаги ҳиссаси (фоиз ҳисобида)	1995-2020 йилларда ўсиш динамикаси (фоиз ҳисобида)
Хитой	137,1	8,6	8,0
АҚШ	102,4	6,4	3,5
Франция	93,3	5,8	1,8
Испания	71,0	4,4	2,4
Гонконг	59,3	3,7	7,3
Италия	52,9	3,3	7,3
Буюк Британия	52,8	3,3	2,2
Мексика	48,9	3,1	3,6
Россия	47,1	2,9	6,7
Чехия	44,0	2,7	4,0

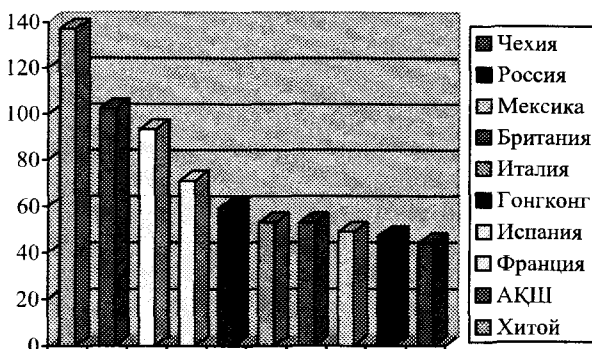
Манба: *TG Russia*, 1998, 3/50, p.4.

²² *TG Russia*, 1998, 3/50, p.4.

3-жадвал материалларидан кўриниб турибдики, 2020 йилларга келиб туристлар оқими бўйича дунёда биринчи ўринга Хитой (137,1 млн. киши), иккинчи ўринга АҚШ (102,4 млн.), кейинги ўринларга эса Франция (93,3 млн.), Испания (71 млн.), Гонконг (59,3 млн.), Италия (53 млн.), Буюк Британия (53 млн.) ва бошқа мамлакатлар чиқиб, етакчи ўринлардан бирини эгаллаши мумкин. Жаҳон туристик бозорида Хитойнинг ҳиссаси 8,6 фоизга, АҚШники 6,4 фоизга, Францияники 5,8 фоизга, Испанияники 4,4 фоизга тенг бўлиб, йиллик туристлар оқимининг юқори суръатлари Хитой, Гонконг ҳамда Италияда кузатилиши мумкин.

3-диаграмма

2020 йилга жаҳон бўйича туристларнинг келиши прогнози (млн. киши ҳисобида)



Манба: Муаллиф ишланмаси.

Қозоғистонлик мутахассислар Буюк ипак йўлининг Ўрта Осиё участкасида “Қўшма концепция” ишлаб чиқишни таклиф қилган эдилар. Бундай концепция республикаларнинг ижтимоий-иқтисодий ва маданий манфаатларини ифода этиб, ЮНЕСКОнинг “Буюк ипак савдо йўли”нинг қадимги трассасини тиклашга қаратилган харажатларнинг бир қисмини қоплаши мумкин. А.Шурова, Ш.Каитирбаев ва О.Сауромбаевларнинг ҳисоб-китобларига кўра биргина 2000 йилда Қозоғистон туризмдан 39,1 млн. АҚШ доллари миқдорида фойда кўрган. Шу муносабат билан тахмин қилиш мумкинки, бундай ҳужжатнинг ишлаб чиқилиши ва амалга оширилиши Қозоғистон, Қирғизистон, Ўзбекистон ва Туркменистон орқали Ипак йўли бўйлаб чет эллик туристлар учун трансфер маршрутларини ишлаб чиқишга ва амалга оширишга имкон беради.

Бу аспектда катта қизиқишни маданий-оқаргув туризмида кўрамыз. 1997 йилда Ўзбекистонга 953,4 минг меҳмон келган бўлиб, уларнинг 5,6 фоизи туристик мақсадлар билан келган бўлса, 74,4 фоизи шахсий виза билан келган. Меҳмонларни асосан мамлакатнинг тарихий-меъморий ўтмиши, маданияти ва диний обидалари қизиқтирган (асосан 1998 йилда Самарқандда очилган Имом Ал-Бухорий мемориал комплекси). Ушбу мутафаккирнинг 1225 йиллиги ислом мамлакатларида, шунингдек, Европа ва жаҳоннинг бошқа мамлакатлари олимлари ўртасида кенг нишонланди. Халқаро экспертларнинг фикрига кўра 2015 йилда Ўзбекистонга 1,2 млн.дан ортиқ туристлар келиши ва туристик фаолиятдан тушган даромад 1,3 млрд. АҚШ долларига етиши кутиламоқда. Бундай динамик ривожланиш албатта “Буюк ипак йўли” номи турмаҳсулот туфайли содир бўлиши мумкин.

Жаҳон иқтисодиётида анча катта тажрибага эга бўлган туризм индустриясини ривожлантиришда ўзбек туризм моделини шакллантириш муҳим аҳамият касб этади. Бу республикада мавжуд бўлган ресурслардан самарали фойдаланиш, туристик иқтисодиёт йўналишини аниқлаш ва инвестицияларни самарали ишлатишга имкон беради.

2000 йилда Европанинг тематик парклари, жумладан, Легомид ва Париж Диснейленди (2000 йилда 12,2 млн. киши келган) катта муваффақият қозонганлигини кўрамыз. Экспертларнинг фикрига кўра, Диснейленднинг гуллаб-яшнаши Европа иқтисодиётининг барқарорлиги ва тематик паркларнинг машҳурлиги билан боғлиқдир (келганларнинг умумий сони 62 млн. кишига кўпайган). Ўзбекистон ҳам Аквапарк ва Топкентлендга эга бўлиб, бу ерда менежмент ва реклама ишлари тўғри амалга оширилса Ўрта Осиёнинг йирик тематик паркларидан бирига ва туристларни жалб қилиш учун барча имкониятларга эга бўлиши мумкин. Табиийки, техник имкониятлар ва объектлар сонини кўпайтириш учун жиддий инвестициялар ва мутахассислар эътибори керак бўлади. Буни хорижий мамлакатлар тажрибаси ҳам кўрсатиб турибди.

Жаҳон иқтисодиётида туризмнинг бошқа бир тури бу клубларда ҳордиқ чиқаришдир. МДХ давлатлари учун туризмнинг ушбу тури янгилик бўлиши мумкин. Лекин жаҳоннинг кўпгина мамлакатларида клубларда ҳордиқ чиқариш табора ривожланиб бораётганлигини кўришимиз мумкин. Ҳозирги кунда дунёнинг 81 мамлакатаида фаолият кўрсатиб келаётган бундай клублар жаҳон стандартлари талабларига жавоб беради. Сўнгги йилларда клуб эгаларининг сони дунё миқёсида йилига ўртача 15-16 фоизга ўсиб, сотувлар ҳажми эса 1990 йилдан 2000 йилга қадар 490 млн. АҚШ долларидан 4,7 млрд. АҚШ долларигача кўпайганлигини кўрамыз. Фаолиятнинг бу янги турини тартибга солиб туриш учун баъзи бир давлатлар қонуний актларни ҳам

қабул қилишган. 2000 йилнинг бошида Ўзбекистонда ҳам клубларда ҳордик чиқаришнинг бир тури бўлиши “таймшер” клублари кенг тарқала бошлаган эди. Аммо қонуний база йўқлиги сабабли бундай клублар стихияан характерга эга бўлган. Миллий харидор бу савдо соҳаси ишчи ва хизматчилари ўзбошимчалигидан, валюта назоратсиз олиб кетилишидан тушқунликка тушиб, туризмнинг даромадли бўлган бундай турига нисбаган салбий муносабатда бўлган эди.

Ўзбекистонда қонуний асосга эга бозорнинг ишлаши туризмнинг бу тури билан шуғулланишга минглаб кишиларни жалб этиш имконини бериб, туризмдан олинган маблағлар эса туризм инфратузилмасининг ривожланишига йўналтирилади. Ҳозирги кунда БТТ ўзининг энг истиқболли бўлган бешта туристик йўналишларини эълон қилган бўлиб, улар қуйидагилардан иборат.

Биринчиси, саргузаштли туризм тури бўлиб, бунда спорт, романтика ва азарт ўйинлар уйғунлашади. Маълумки, тоғларнинг чўққисига чиқиш ҳозирги кунда экзотик тур ҳисобланмайди. Шунинг учун ҳам туроператорларни ҳозирги кунда кўпроқ денгиз туби ва “дунё чеккаси” кўпроқ қизиқтиради. 1995 йилдан бошлаб жаҳон туризмида 50 га яқин сув усти кемаларидан кенг фойдаланиб келинмоқда. Биргина 1996 йилнинг ўзида улардан 2 млн.дан ортиқ киши фойдаланиб, турфирмаларга 147 млн. АҚШ доллари миқдорида даромад олиб келган эди. Бундан ташқари йирик корпусли субмариналарнинг қурилиши ҳам бошланган эди. 2000 йилнинг август ойида бундай кемалардан бири Шимолий Атлантика океанида машҳур “Титаник” чўккан жойга йўл олганлигини кўрамыз. Ўзбекистон сиёсий картада “дунё чеккаси” деб ҳисобланмайди, аммо бу ҳудудда саргузаштли туризм ривожланиши учун барча имкониятлар мавжуд. Республиканинг тоғлари ва унинг манзарали йўллари, чўллари ва ҳайвонот дунёси, шунингдек, Орол денгизи зонасига уюштирилган туристик сафарлар туристик фирмалар томонидан кенг реклама қилинса дунё етакчи туроператорларининг ўзбек романтикасига бўлган қизиқиши янада ортиши эҳтимолдан холи эмас.

Иккинчиси, денгиз круизлари ҳисобланади. 2007 йилда тахминан 13 млн.дан ортиқ киши круиз кемаларида саёҳат қилган бўлса, 2009 йилда эса бу кўрсаткич 15 млн. кишига етган эди. Айнан шу мақсадлар учун 56 та махсуслашган кемалар ҳам қурилган. Ривожланган мамлакатларда ҳозирги кунда алоҳида талабга эга бўлган турлардан бири **дарё круизлари** ҳам ривожланиб бормоқда. Масалан, халқаро дарё круизларига ҳаваскор бўлган Буюк Британия фуқароларининг сони 44 мингдан 144,5 минг кишига кўпайганлигини кўрамыз. 2000 йилда деярли ҳар иккинчи британиялик Мисрнинг Нил дарёси бўйлаб саёҳат қилган. Маркетинг ўрганишлар шуни кўрсатадики,

Россия ва Хитой мамлакатларида ҳам дарё круизларига бўлган талаб ортиб бормоқда. Ўз навбатида Ўрта Осиёнинг дарёлари ва сув омборлари ҳам чет элик туристларни жалб қилиш учун барча имкониятга эга.

Учинчиси, экотуризм бўлиб, у ҳам истиқболли тур ҳисобланади. Бунда Ўзбекистон тоғ, табиий, ландшафт туризми бўйича барча хизматларни таклиф қилиши мумкин. Миллий кўриқхоналар ва парклар, кўллар ва дарёларнинг мавжудлиги ушбу йўналиш ривожланишига имкон беради.

Туртинчиси, маданий-оқартув тури бўлиб, у Ўзбекистон учун туризмнинг энг истиқболли шакли ҳисобланади. Ҳозирги кунда Европа, Осиё ва Яқин ва Ўрта Шарқ мамлакатларига кўплаб туроқимларнинг келиши кузатиламоқда. Экспертларнинг фикрига кўра, диний, тарихий ва маданий туризмнинг асосий марказларидан бири Мовароуннаҳрнинг қадимги шаҳарлари – Бухоро, Хоразм ва Самарқанд ҳисобланади. Республикага келётган сайёҳларнинг 75-80 фоизи ана шу шаҳарлар зиммасига тўғри келади. Бу шаҳарларда халқаро туризм бўйича эркин иқтисодий зоналарнинг ташкил қилиниши эса ушбу туманлар иқтисодий потенциали ва туристик имкониятларининг янада ривожланишига ёрдам бериши мумкин.

Бешинчиси, туризмнинг **тематик** тури кишиларнинг ўз тураржойларида кўриш имкониятига эга бўлмаган турли хил ҳодисаларга бўлган (масалан, аниқ бир жойнинг иқлимий шароити, флора ва фаунаси) катта қизиқишини назарда тутати. Бунда ўзбек турфирмалари динозаврларнинг излари топилаган Ҳисор ва Китоб тизма тоғлари зоналарида палеонтологик турларни ишлаб чиқишлари ва амалга оширишлари мумкин.

Ўрта Осиёда ҳозирги кунда динозаврларнинг излари сақланиб қолган 10 дан ортиқ ёдгорликлар палеонтолог олимлар томонидан топилиб, ўрганилган. Уларнинг кўпчилиги Тожикистоннинг Ўртатепа, Яғноб, Набатог тизма тоғларида, Ширтон ва Тамушда, ҳамда Туркменистоннинг Кутитан тизма тоғлари ва Катта Балхонда топилаган.

Кўп асрлар мобайнида Буюк ипак йўли Осиё ва Европа халқлари интеграциясининг улкан ва самарали воситаси бўлиб келди. Айнан шу йўл орқали турли хил товарлар ва маданий қадриятлар алмашинуви содир бўлган. Натижада ушбу йўналиш бўйлаб шаҳарлар, минтақалар, давлатлар ва маданият ривожланиб борган. Ушбу савдо йўлига бўлган катта қизиқиш унинг йўқолиб кетишидан асрайди. Бундан ташқари, замонавий транспорт ва информацион коммуникациялар тизимининг тараққиёти, ишлаб чиқариш ва халқаро савдонинг ривожланиши, Осиё ва Европа минтақаларининг интеграцион жараёнларга фаол қўшилиши қадимги ипак йўли савдосининг қайтадан тикланаётганлигидан далолат беради.

Буюк ипак йўли тикланишининг шаклларида бири Осиё-Тинч океани минтақаси давлатларини Европа билан боғлайдиган глобал трансосиё транспорт йўлининг шаклланишидир. Бу йўл Япония, Хитой, Ҳиндистонни Ўрта Осиё мамлакатлари (Ўзбекистон, Тожикистон, Қирғизистон, Қозоғистон, Туркменистон) билан, Кавказ давлатлари (Арманистон, Грузия, Озарбойжон) билан, Ғарбий Осиё давлатлари (Покистон, Эрон) билан, Европа мамлакатлари билан боғлайдиган энг муҳим Транскавказ коридоридир (ТРАСЕКА лойиҳаси). Ушбу лойиҳа 1996 йилдан бери фаолият кўрсатиб келмоқда. Лойиҳа асосида Ўзбекистон, Туркменистон, Озарбойжон ва Грузия томонидан темир йўл транспорт фаолиятини координация қилиш ҳақида шартнома ҳамда транзит товарлар кўчирилишини тартибга солиш соҳасида ҳамкорлик битимлари ҳам имзоланган²³.

ТРАСЕКА лойиҳаси доирасида “Дельфин” текшириш ишлари (карвонсаройлар қурилишининг техник-иқтисодий асосланиши) амал қилиб келмоқда. Экспертларнинг фикрига кўра, бу “Буюк ипак йўли”нинг ривожланишига ёрдам бериш керак. Чунки Ўзбекистон ва Туркменистонда ёқилғи қуйиш станцияларининг қурилиши, тураржойлар, устахоналар, овқатланиш пунктлари ва телекоммуникация жиҳозларининг барпо этилиши янги туристик зоналарнинг шаклланишига ва туристик автотранспорт воситааларининг ривожланишига олиб келади. Бу дастур учун 475 минг ЭКЮ ажратилган, контрактор деб эса “West – East – GmbH” фирмаси тайинланган. Ҳозирги кунда комплекс йўл хизмати станциялари қурилиши учун тўртта майдон танлаб олинган. 45 яқин хорижий компаниялар эса ушбу лойиҳа билан танишгандан сўнг ўзларининг тижорий қизиқишини билдиришган. Экспертларнинг фикрига кўра, “Буюк ипак йўли”ни фақатгина савдо магистрали сифатида кўриш нотўғри бўлади. Чунки “Буюк ипак йўли” орқали нафақат халқаро савдо, балки аҳолининг интеллектуал ютуқлари алмашиши, ўзаро ҳамкорлик (туризм ва бошқалар), ўзаро таъсир ва ўзаро бойитиш каналлари ҳам ривожланади.

Ҳақиқатан ҳам экспертларнинг таъкидлашича, “Буюк ипак йўли”га бўлган қизиқиш Ўрта Осиёнинг мустақил суверен мамлакатлари пайдо бўлгандан сўнг янада ошганлигини кўради. 1993 йилда Бутунжаҳон Туристик Ташкилоти Бош Ассамблеясининг Индонезияда бўлиб ўтган йиғилишида узоқ муддатли туристик лойиҳани амалга ошириш тўғрисидаги қарори бунга сабаб бўлган эди. Ушбу ҳужжат асосан махсус туристик маҳсулотларни “Буюк ипак йўли” йўналишида ишлаб чиқиш ва амалга оширишга қаратилган эди.

²³ Назарова Г.Ғ., Халилов Х. ва бошқ. Халқаро иқтисодий интеграция. Дарслик. Тошкент: Тафаккур, 2011.

1994 йилда Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримов ва БТТ бош котиби Антонио Савиниякнинг ташаббуси билан жаҳоннинг 12 мамлакати тарихий ҳужжат – “Ипак йўлида туризм Самарқанд декларацияси” ни қабул қилишди. Шу муносабат билан БТТ лойиҳасининг махсус логотипи ҳам қабул қилинди. БТТ экспертлари томонидан давлатларнинг ипак йўлига жалб қилиш даражаси бўйича дифференциация ўтказилиб, учта концентрик доиралар ҳам аниқлаб олинди.

Биринчи доирага – ўз чегараларини туризмга яқинда очган ва ўзининг туризм миллий моделини шакллантира бошлаган Ўрта Осиё ва Кавказ давлатларини киритиш мумкин. Ҳозирги кунда бу ерларда туристик маршрутлар ташкил қилиш, хизмат кўрсатиш сифати, виза, чегара ва божхона уюшмаларини ҳал қилишда баъзи бир муаммолар учраб турибди. Ушбу йўналишда БТТ барқарор ривожланишининг дастурларини ишлаб чиқиш ва кадрлар тайёрлашда ёрдам беришни муҳим вазифа деб ҳисоблайди.

Иккинчи доирага “Буюк ипак йўли” объекталарини очиб, махсус тажрибага эга бўлган мамлакатларни (Хитой, Покистон, Ҳиндистон, Эрон, Греция ва Туркия каби давлатлар) киритиш мумкин.

Учинчи доирага қадимги “Буюк ипак йўли” коммуникацияларининг охириги пункти бўлмиш Япония ва Кореяни, АСЕАН мамлакатлари ҳамда Араб давлатлари ва Европани киритиш мумкин.

“Буюк ипак йўли” турмаҳсулоти учун муносиб база керак. БТТ экспертларининг фикрига кўра, “Буюк ипак йўли” мамлакатлараро интеграциянинг минтақалараро концепциясидир. Буни амалга ошириш учун барча мамлакатларнинг фаол ҳамкорлиги зарур. Бу ерда хусусий сектор ва давлатнинг ўзаро ҳамкорлиги, халқаро ва минтақавий ташкилотларсиз бўлмайди.

1996 йилда “Буюк ипак йўли” лойиҳаси бўйича БТТнинг тадбирларидан бири Сианда (Хитой) ўтказилди. Ушбу тадбир турмаҳсулот маркетингига бағишланган форум бўлиб, унда жаҳоннинг кўплаб мамлакатлари туроператорлари бир-бирлари билан танишиб ўзаро алоқалар ўрнатишди. ЮНЕСКО ва АПТЕК (Азиатско-Тихоокеанский центр туристических обменов) ҳамкорлигида Нара шаҳрида (Япония) ўтказилган иккинчи форум ҳам катта аҳамиятга эга бўлди. Экспертларнинг фикрига кўра, унда “Буюк ипак йўли”нинг асосий туристик ресурслари бўлган тарихий ва меъморий жойлари, маданият объекталари, жойлашиш воситалари, транспорт ва информацион марказлар шаклланади.

Ушбу тадбирлар натижасида “Буюк ипак йўли” лойиҳаси анча ўзининг ривожланиш даврига кирган эди. Лекин барча аспектлар ҳал қилинмаганлиги учун ҳам 1997 йилнинг апрель ойида Техрон шаҳрида “Буюк ипак йўли”

бўйича халқаро мажлис бўлиб, унда асосий вазибалар аниқлаб олинган эди. Йиғилишда “Буюк ипак йўли”нинг халқаро пропагандаси ва маданий алмашувининг кенгайишига, реклама учун глобал информацион тизимлардан фойдаланиш масалаларига катта эътибор берилди. Бундан ташқари мажлисда туризм кунни ва “Буюк ипак йўли”да авторалли пойгаларини ўтказиш, ҳамда лойиҳанинг расмий гимни сифатида “Буюк ипак йўли” симфониясини қабул қилишга қарор қилинди.

1997 йилнинг октябрь ойида Истанбул шаҳрида бўлиб ўтган БТТ Бош Ассамблеяси йиғилишида “Буюк ипак йўли”нинг қадимги хунармандчилик ривожланган минтақалари туристик жойлари ҳақида 26 серияли фильм яратиш режаси ишлаб чиқилади. Бунда “Буюк ипак йўли” турмаҳсулотининг рекламасида Япония ҳукумати ва бошқа иштирок этувчи мамлакатларнинг раҳбарлари ҳамда БТТ котибияти томонидан тайёрланган “Буюк ипак йўли”нинг барча объектлари, транспорт ва меҳмонхоналари ҳақида тўлиқ маълумотга эга бўлган махсус брошюраси муҳим аҳамият касб этди.

1994 йилдан бошлаб БТТ “Буюк ипак йўли” лойиҳасининг пропогандаси барча халқаро туристик кўргазмаларда намоиш этила бошланди. Берлиннинг ITB, Лондоннинг WTM ва Мадриднинг FITURда харидор ва сотувчилар ушбу турмаҳсулотни ўрганиш имкониятига эга бўлишди.

1998 йилнинг 21 февралда Киото шаҳрида (Япония) ўтказилган Форум маҳаллий бозорларда, жумладан, Японияда, лойиҳани амалга оширишда муҳим аҳамият касб этди. Ҳозирги кунда Япония дунёнинг энг ривожланган мамлакатларидан бири ҳисобланади. Япония ҳукумати “Буюк ипак йўли” ҳақида ахборот материалларини тарқатишдан, туруператорлар эса “Буюк ипак йўли” мамлакатлари ўртасида ўзаро фойдали алоқаларни ўрнатишдан манфаатдордир. Бундан ташқари форумда виза билан боғлиқ бўлган баъзи бир расмиятчиликлар, турсаноат субъектларининг лойиҳага ишончини мустаҳкамлаш, ахборотларга кириш ва чартер рейсларини ташкил қилиш муаммолари ҳам муҳокама қилинган эди.

Киотодаги тадбирларда эришилган ижобий натижалар ўз навбатида жаҳоннинг бошқа мамлакатларига “Буюк ипак йўли” лойиҳаси доирасида ўзининг туристик имкониятларини пропоганда қилишга имкон берди. Жумладан, 1998 йилнинг 28 сентябрь – 2 октябрида Олмаота (Қозғистон) шаҳрида “Буюк ипак йўли” бўйича туруператорлар учун БТТнинг семинари бўлиб ўтди. Семинар йиғилишида Европа, Шимолий Америка ва Осиё давлатларининг туристик ташкилотлари раҳбар вакиллари қатнашиб, туризмнинг меҳмонхона хўжалиги, транспорт тизими ва туристик расмиятчиликларни энгиллаштириш, маркетинг ва реклама фаолиятида эришилган

ютуқлар ва бошқа масалалар бўйича келишиб олишди. Шунингдек, семинар йиғилишида “Буюк ипак йўли” лойиҳасига яна тўртта мамлакат – Арманистон, Озарбойжон, Монголия ва Сирия қўшилганлиги ҳам эълон қилинди.

1998 йилнинг 2 – 5 ноябрида эса Тбилиси шаҳрида “Буюк ипак йўли” бўйича БТТнинг Учинчи халқаро йиғилиши бўлиб ўтди. Бунда кўпгина мамлакатларнинг туроператорлари Грузиянинг минтақавий туристик потенциал билан яқиндан танишишди. “Буюк ипак йўли” йўналишида туризм жозибасини кучайтириш, инфратузилмани такомиллаштириш усуллари, туристик расмийликларни енгиллаштириш масалалари кўтарилди. Бундан ташқари халқаро йиғилишда меҳмонхона ва туристик фаолиятнинг бошқа объектларини куриш учун инвестициялар олиш масалалари ҳам кўриб чиқилди.

Маълумки, минтақаларда ҳудудий туризм индустриясини ривожлантиришнинг икки манбаси (экзоген манба – ташқи инвестицияларни жалб этиш ва эндоген манба – ички инвестицияларни жалб этиш) мавжуд. Эндоген ривожланишни рағбатлантириш усуллари асосан муаммоли ҳудудларнинг ички имкониятларини фаоллаштириш, яъни табиий ресурслардан ва шунингдек иқтисодий муҳитдан (ишлаб чиқариш, транспорт, коммуникациялар ва бошқа иқтисодий салоҳиятдан) самарали фойдаланиш, инсон капиталида эса сифатни яхшилашдан (ишловчиларнинг маалақасини ошириш, маълумотли қилиш, тадбиркорликка ўргатиш, ижодий салоҳиятини кўтариш) иборатдир. Бироқ эндоген ривожланишнинг ўзинигина ҳудуд ривожланиши учун етарли деб бўлмайди. У фақат янги маҳсулотлар ёки хизматларни ишлаб чиқариш натижасида фирманинг ташқи бозордаги рақобатбардошлиги ошишини назарда тутати, холос. Жаҳон хўжалигида мавжуд технологиялар ва ишлаб чиқаришни ташкил этишнинг маълум бўлган йўллари асосланган эндоген ҳудудий ривожланиш усуллари қуйидагиларни киритиш мумкин:

- Бевосита давлат бошқаруви усуллари. Бундай усуллар асосан давлат мулкига асосланган бўлади. Ҳудуд иқтисодий тузилмасини яхшилаш ва ишсизлик муаммосини ҳал этиш, молиявий ёрдам бериш, корхоналарнинг ишлаб чиқаришини ўзгартиришда иштирок этиб, янги маҳсулотлар ишлаб чиқаришни ташкил этиш (Швеция) учун давлат томонидан ҳудудий ривожланиш ҳамда инвестиция компаниялари тузилади.

- Туризм хизматлар секторини рағбатлантириш усули. Бунда секторларни (соҳаларни) рағбатлантириш нафақат инфратузилма ёки саноат сифатининг вазифаси сифатида, балки баъзи ҳолларда ҳудудий вазифа сифатида ҳам қаралади. Бу айниқса туризм хизматлар секторига тааллуқлидир. Чунки хизматлар қўзғолувчан бўлмасдан, балки аниқ бир жойда фаолият кўрсатади.

Туризмда хизматлар секторини кенгайтириш ва ривожлантириш биринчи навбатда моддий ишлаб чиқариш бозорининг ҳолатига (товарлар тақсимоти ва хизматларга, фирмаларни молиялаш ва суғурталашга), туризм индустриясининг ривожланишига (бошқарувчилар, технологлар ва бошқалар) ва хизмат кўрсатиш сифатининг ошишига боғлиқ бўлади.

- Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик усули. Ҳудудий сиёсат доирасида кичик фирмалар фақат ҳудуднинг ривожланишига ва янги иш жойларининг очилишига сабаб бўладиган ҳоллардагина рағбатлантирилади. Ёрдам турлари фирманинг ихтисослашувига боғлиқ бўлиб (капитални кўп талаб қиладиган фирмаларнинг асосий капиталга, савдо ва хизмат кўрсатиш фирмаларининг айланма капиталга, янги фирмаларнинг эса асбоб-ускуналарга бўлган эҳтиёжи кўпроқ бўлади), буни фақат ҳудудий даражада ҳисобга олиш лозим.

Кичик фирмаларга кўрсатиладиган ёрдам асосан ҳудудий микросиёсат воситасида амалга оширилади. Яъни, бунда узоқ муддатли кредитлаш, инвесторларга солиқ имтиёзларини бериш, кредитларни суғурталаш, янги асбоб-ускуналарни сотиб олиш ва эскиларини янгилаш дастурлари ишлаб чиқилади.

Махсус эркин зоналарнинг тузилиши. Ҳудудларда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш учун махсус эркин зоналар ташкил этилади. Бу эса эндоген ривожланишнинг энг сўнгги чораси ҳисобланади. Бундай зоналарни тузиш биринчи навбатда муаммоли ҳудудларда ички инвестиция манбааларини фаоллаштиришга қаратилган бўлади. Уларнинг эркин иқтисодий зоналардан фарқи ҳам шунда. Чунки эркин иқтисодий зоналар хориж инвестицияларини жалб этиш учун тузилади.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармонида биноан Навоий вилоятида эркин иқтисодий-индустриал зона ташкил қилиниши вилоят иқтисодиёти ривожланишида муҳим аҳамият касб этади.

1.3. Ўзбекистон Республикаси туристик тармоқларида замонавий бошқарув тизимининг жорий этилиши

Маълумки, туристик бизнес бугунги кунда янада кенгайиб, унда турли давлатлар, тижорат ишлари билан шуғулланувчи ташкилотлар ва хизматлар бир-бирини тўлдириб боради.

Халқаро туризмда Европанинг етакчи мавқеи нафақат хорижий туристлар сони ва валюта даромадининг суммаси билан, балки бошқа мамлакат-

ларнинг туристик индустрияси имкониятларидан ҳам юқори бўлган моддий-техник базасининг қуввати билан ҳам белгиланади. Масалан, пассажир транспорти воситалари, меҳмонхоналар, экскурсион-томоша объектилари буларга мисол бўла олади.

Европанинг халқаро туризмида ушбу мамлакатлар халқлари ўртасидаги туристик алмашув ҳал этувчи роль ўйнайди. Ҳозирги кунда хорижий туризм Франция, Германия, Испания, Италия ва Буюк Британия иқтисодиётининг динамика равишида ривожланиб борувчи соҳаларидан бири ҳисобланади. Халқаро бозорда туризмнинг ривожланиши билан умумиқтисодий конъюнктура ўзаро боғлиқдир.

Туризмнинг иқтисодий вазиятларга тўғридан-тўғри боғлиқлиги ўтган асрнинг 20 – 30 йилларида сезилган эди. Бозор иқтисодиёти шароитида туристларга асосан хусусий ва тижорат компаниялари хизмат кўрсатади. Бунга қарамасдан, давлат оптимал иқтисодий ва ҳуқуқий асос яратган ҳолдагина туризм ривожланиши мумкин. Бундан ташқари, агар давлат профессионал тайёргарлик, табиий ва маданий муҳитни ҳимоя қилиш, маълумот ва реклама ишлари тартиб-қоидаларини энгиллаштириш билан шуғулланмаса, бозор иқтисодиёти шароитида туризм кутилаётган даражага эриша олмаслиги ҳам мумкин.

Туризмнинг ривожланиши учун, туристик маҳсулот бозорини шакллантириш, туризмни бошқариш усулларини қайта ишлаб чиқиш, унинг экспорт потенциалини ошириш ва энг муҳими хорижий сармояларни кўпроқ жалб қилиш учун илмий ва амалий ёндашишларнинг давлат томонидан ишлаб чиқиши муҳим аҳамият касб этади.

1992 йилда Ўзбекистоннинг туристик соҳаси хорижий туристларга атиги 27 хил хизматни кўрсатган бўлса, Туркия, Италия, Испания каби мамлакатларда эса 250 – 400 хил хизмат кўрсатилган эди. Чунки бу даврда Ўзбекистон туризми социалистик ҳўжалик тизимида ўз имкониятларидан анча чегараланган эди.

XX аср охирига келиб собиқ иттифоқнинг мустақил давлатларга бўлиниб кетиши ва Марказий Осиёдаги беқарор иқтисодий вазият туфайли Ўзбекистоннинг туризм соҳаси ҳам бошқа соҳалар қатори инқирозга учраган эди. Натижада 1992 йилда хорижий туристлар сони 4 – 5 марта камайиб, туристик потенциалдан фойдаланиш даражаси 6 фоиздан ошмаган. Бу даврда бир туристдан бир суткада келадиган даромад ўртача 12 АҚШ долларини ташкил этган эди, холос. Хизматлар нархи эса пасайтирилган тарифлар бўйича кўрсатилиб, туризмнинг ҳар иккинчи объектидан бири зарарга ишлайдиган бўлиб қолган эди. Ана шу даврда туризмдек сердаромад соҳанинг

иқтисодий тизимидаги аҳамиятини тўғри англаб етган Республикамиз раҳбарияти 90-йилларнинг бошидаёқ туризм соҳасида ислохотларни бошлаб юборди. 150 дан ортиқ хўжалик субъектларини ўз ичига олган “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси тузилди. Кейинчалик эса миллий туризм ривожига муҳим аҳамиятга эга бўлган ҳукумат қарорлари ҳам қабул қилинди.

Туризмни тартибга солувчи ягона марказни ташкил қилиш ҳақида чиқарилган қарорларга экспертлар ҳам ижобий баҳо беришди. Туркия ва Исроилнинг ижобий тажрибаси, шунингдек, БМТ БТГнинг услубий тавсияларини инобатга олган ҳолда Ўзбекистоннинг миллий туристик моделини ишлаб чиқиш жараёнлари бошланди. Миллий – ички туризм ҳамда “Буюк ипак йўли”нинг глобал лойиҳалари асосида халқаро туризм, хизматлар ва савдо соҳалари, кадрлар тайёрлаш ва янги иш жойларини яратиш, хусусийлаштириш дастурлари бирламчи йўналишлар деб белгиланди.

Туристик объектларнинг кўпчилиги давлат қарамоғидан чиқарилиб, уларнинг кўплари хўжалик ва мулкчилик шаклларини ўзгартирдилар. Айтиш мумкинки, 1992 йилдан эътиборан туризм тизимида иқтисодий ислохотларнинг биринчи босқичи бошланган эди.

Туризм соҳасида иқтисодий ислохотларнинг иккинчи босқичи ўз ичига 1993 – 1995 йилларни олган бўлиб, бу даврда республикада туризм ривожланишининг миллий модели ишлаб чиқилган эди. Туристик хизмат кўрсатиш соҳасининг иқтисодий ўсиши билан бир қаторда, янги турмаршрутларни ишлаб чиқиш, хизмат кўрсатишни яхшилаш, туризмнинг моддий-техник базасини кенгайтириш билан боғлиқ бўлган бир қатор муаммолар ҳам пайдо бўлди. Ушбу муаммолар ечимини топишда Республикамиз Президенти Ислам Каримовнинг “Буюк ипак йўлини қайта тиклашда Ўзбекистон Республикасининг иштирокини авж олдириш ва халқаро туризмни ривожлантириш борасидаги чора-тадбирлар” ҳақидаги фармони ва Вазирлар Маҳкамасининг “Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмнинг замонавий инфратузилмасини барпо этиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори муҳим аҳамият касб этган эди.

1995 йилнинг 1 июнида Ўзбекистон Республикасининг Ташқи ишлар вазирлиги давлат ҳудудида кучга эга бўлган ягона туристик виза тартибини ўрнатди. Вазирлар Маҳкамаси томонидан тарихий-маданий меросни – тарихий ёдгорликлар, бинолар ва санъат асарларини сақлашга қаратилган “Мерос” дастурининг қабул қилиши ҳам туризмнинг янада ривожланиши йўлидаги иккинчи қадам бўлди. Ана шу даврда Тошкент, Самарқанд, Бухоро ва Хива шаҳарларида эркин иқтисодий зоналарни тузиш ҳақидаги низом ишлаб чиқилди. “Ўзбектуризм” МК туроператорлар билан тўғридан-тўғри

алоқаларни йўлга қўйиш мақсадида Германия (Франкфурт-а-Майн), Буюк Британия (Лондон), АҚШ (Нью-Йорк), Бирлашган Араб Амираликлари (Шаржа) ва Россияда (Москва) ўз ваколатхоналарини очди.

Туризм ислохотларининг учинчи босқичи даврида (1995 – 1997 йиллар) хусусийлаштириш ишлари амалга оширила бошланди. 1996 йилнинг бошида “Ўзбектуризм” МК тизимидаги туристик объектларнинг 90 фоизи давлат қарамоғидан чиқарилди.

1998 йилдан бошлаб республикада туризм соҳасини ислоҳ этишнинг тўртинчи босқичи бошланди. Мутахассисларнинг фикрига кўра, бу босқич экспорт потенциалининг ошишига, валюта оқимининг барқарор таъминланишига, хусусий капитал ва сармояларнинг кўпайишига, туристлар сонининг ортишига олиб келадиган тикланиш босқичи бўлди. Вазирлар Маҳкамасининг қарори билан “Ўзбектуризм” МК қайта тузилиб, Ўзбекистонда “Хусусий Туристтик Ташкилотлар Ассоциацияси” ташкил топди. Республикада жаҳон талабларига жавоб берадиган миллий туризм инфраструктураси шаклланди.

1999 йилнинг апрель ойидан бошлаб, туризм индустриясида иқтисодий ислохотларнинг бешинчи босқичи бошланди. Республикамиз Президенти Ислам Каримовнинг Ўзбекистонда “Туризмни ривожлантиришнинг давлат дастури тўғрисида”ги²⁴ Фармони мамлакатда миллий ва халқаро туризмнинг ўрнини мустаҳкамлашда муҳим роль ўйнади. Бу ҳужжат асосида туристик ташкилотларга қўшимча божхона имтиёзлари берилиб, Ўзбекистон Республикасининг чет элдаги дипломатик ваколатхоналарида “туризм маслаҳатчиси” лавозими жорий этилди. Шу йилнинг август ойида мамлакат парламенти иқтисодиёт соҳасининг ҳуқуқий асосини яратиб, 1999 йилнинг 20 августида “Туризм тўғрисида”ги қонунни қабул қилди²⁵. Бундан келиб чиққан ҳолда, миллий компаниянинг олдида турган асосий вазифалардан бири бу – Ўзбекистонда туризм комплексини янада ривожлантириш ва тақомиллаштиришдан, уни халқаро туристик тизимга юқори даражада ривожланган ҳолатда киришидан иборатдир. Бунинг учун, авваламбор, туризм соҳасида ислохотлар стратегиясини ишлаб чиқиш лозим эди.

Таҳлилларга кўра, Ўзбекистон йилига 2 – 2,5 млн. туристик-меҳмонлар оқимини кутиш имкониятига эга. Бунинг учун Республикамиз иқтисодиётида керакли моддий – техник базани яратиш керак. Биринчи навбатда бундай меҳмонлар миқдорини кутиб оладиган отеллар, кемпинг, меҳмонхоналар ва турбазалар сонини янада кўпайтириш лозим. Бизнинг

²⁴ “Халқ сўзи” газетаси. 1999 йил 16 апрель.

²⁵ “Халқ сўзи” газетаси. 1999 йил 21 август.

фикримизча, бундай объектларнинг фақатгина Тошкент, Самарқанд, Бухоро ва Хива шаҳарларидагина қурилиши кифоя қиламайди. Ўзбекистонда туризм учун қизиқарли бўлган бошқа табиий ва экологик жойлар ҳам мавжуд. Лекин бундай жойларга туристик маршрутлар жуда кам ташкил қилинган. Бунинг асосий сабаби – мазкур ҳудудларда туризм инфратузилмасининг озлиги ва сервис хизматларнинг паст даражада эканлигидир. Шунинг учун ҳам республикамизнинг кўпгина вилоятлари туристик соҳадан анча четда қолиб келмоқда. Ўзбекистонда турмаҳсулот ривожланишининг асосий дастури аэропортлар, темир йўл вокзаллари, автобус бекатларини қайта қуриш ва замонавий телекоммуникация тармоқларини яратиш масалаларини ўз ичига олади. Иқтисодий сиёсат соҳасида эса халқ хунармандчилигини янада рағбатлантириб ривожлантириш керак.

Дунёнинг турли минтақаларида туризм тармоқларининг ривожланиши ҳам турличадир. Туризм ҳисоботининг баланси ривожланган мамлакатларда 1989 – 1995 йилларда манфий (- 13,2 млрд. АҚШ доллари) бўлиб, фақатгина 1997 йилга келиб мусбат сальдога (758 млрд. АҚШ доллари) эришилган. Бундай салбий натижалар биринчи навбатда Германия (28 млрд. АҚШ доллари) ва Японияда (35,2 млрд. АҚШ доллари) бўлган дефицитлар туфайли келиб чиққан эди.

Ривожланаётган мамлакатларда туризмнинг тўлов балансларида ҳам ўсиш ҳолатлари кузатишмоқда: агар 1989 йилда у 33,7 млрд. АҚШ долларини ташкил этган бўлса, 1990 – 37,8 млрд., 1995 – 65,3 млрд., 1997 – 62,2 млрд. ва 2007 йилда эса 89,1 млрд. АҚШ долларини ташкил этганлигини кўрамыз²⁶.

Иқтисодиёти ўтиш даврини бошидан кечираётган мамлакатларда (собиқ СССР республикалари) эса бунинг аксини кузатиш мумкин, яъни миллий туризмдан келаётган даромад кескин камайиб, деярли икки мартага пасайган эди. Масалан, 1989 йилда ушбу мамлакатларда туризмдан келаётган даромад 3,3 млрд. АҚШ долларини ташкил этиб, мусбат балансга эга бўлган бўлса, 1990 йилда 3,4 млрд. АҚШ долларини, 1995 йилда эса 3,6 млрд. АҚШ долларини ташкил этиб, манфий сальдога айланганлигини кўрамыз. Бундай вазият туристик хизматлар импортининг фаол харид қилиниши ва миллий экспортдан баланд бўлгани туфайли содир бўлган эди. Дефицитнинг асосий қисми Россияга тўғри келиб, фақатгина 1997 йилда ҳукумат раҳбарияти томонидан қилинган харажатлар туфайли тенденция сезиларли даражада яхши томонга ўзгарган эди. Ўтиш иқтисодиётли мамлакатларнинг умумий даромад баланси бу даврда 1,2 млрд. АҚШ долларини ташкил этган (4-жадвал).

²⁶ www.unwto.org

1991-2008 йилларда туризмнинг глобал натижалари

	1991	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Ташриф буюрувчилар сони (ман. киши ҳисобида)	426	458	464	503	519	550	565	597	611	647	924
Йиллик ўсиш суърати (фоиз ҳисобида)	8,0	7,4	1,2	8,5	3,1	6,0	2,7	5,5	2,4	2,4	2,5
Даромад, (мил. АҚШ доллари ҳисобида)	221	269	278	315	324	354	405	436	436	599	856
Йиллик ўсиш темпи (фоиз ҳисобида)	8,3	21,5	3,2	13,5	2,6	9,2	14,4	7,5	0,1	2,0	2,1

Манба: *Tourism Highlights 2009, UNWTO Publication Unit Madrid.*

Юқоридаги жадвалдан кўриниб турибдики, жаҳонда туристлар оқими кейинги 10-15 йиллар мобайнида 1,6 марта ортиб, туристик хизматлардан келадиган тушум эса 1,8 марта кўпайган. Ана шу йилларда туризм соҳасининг иқтисодийтадаги аҳамияти шунчалик катта бўлдики, ҳукумат раҳбарлари уни рағбатлантириб туризм индустрияси ривожланиши учун керак бўлган барча шарт-шароитларни яратиб бера бошлаган эди.

Агар биз туристларга кўрсатилган хизматлар турини пул шаклида таҳлил қилиб кўрадиган бўлсак, республикамызда хизмат кўрсатиш ва туризм соҳасидан тушган фойда жами 13563,4 млн. сўмни ташкил этганлигини, шундан, Бухоро вилояти 1433,1 млн. сўм, Самарқанд вилояти 2532,9 млн. сўм, Тошкент вилояти 117,1 млн. сўм фойда кўрганлигини кўрамыз²⁷ (5- жадвал).

Бу даврда республика туризми иқтисодийтнинг кичик бир тармоғи сифатида амал қилган бўлиб, унинг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 0,6 фонздан ошмаган эди. Экспертларнинг фикрича, ташриф буюрган туристларга кўрсатилган хизматлар ҳажми 20 млрд. сўмдан 100 млрд. сўмгача етган. Сўзсиз биз бунда Марказий Осиё давлатлари ичида энг катта ресурсларига эга бўлган Ўзбекистонда туризм ҳали миллий иқтисодийтнинг етакчи соҳаларидан би-

²⁷ Манба: Ўзбекитуризм МК йиллик ҳисоботи.

рига айланиб улгурмаганлигини кўрамыз. Бунинг сабабларини биз, биринчидан, бошқарув тизимларида кўплаб хато ва камчиликларининг мавжудлигида, иккинчидан, катта ҳажмли инвестицияларнинг кириб келмаётганлигида, учинчидан, бизнес муҳитининг ўзгариб туришида, тўртинчидан, корхона ва давлат бошқаруви тизимида малакали кадрларнинг етишмаслигида кўришимиз мумкин. Бундай муаммолар ечимини топишда бир қатор ўрганиш аспектларини кўриб чиқиш мақсадга мувофиқ бўлиб, улар қуйидагилардан иборат.

5-жадвал

Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатиш ва туризм соҳасидан тушган фойдаларнинг кўрсаткичлари (млн. сўм ҳисобида)

Минтакалар	2005 й	2006 й	2007 й	2008 й	2009 й	2010 й	Жами 2005- 2010 йй
Ўзбекистон Республикасида жами	566,4	1712	2000	2440	2976	3869	13563,4
Шундан:							
Қорақалпоғистон Республикаси	1,1	1,1	1,3	1,7	2,5	3,3	11
Вилоятлар:							
Андижон	3,5	3,5	4	4,9	6	7,8	29,7
Бухоро	190,8	170	190	231,8	282,8	367,7	1433,1
Жиззах	3	3,6	4,2	5	6,1	7,9	29,8
Кашкадарё	18,1	18,1	21	25	31	40,3	153,5
Навоий	6,4	2,4	2,8	3	4	5	23,6
Наманган	0,9	2,3	3	4	5	6,5	21,7
Самарқанд	303,9	304	350	420	504	651	2532,9
Сурхондарё	71,6	82	90	95	102,5	126,3	567,4
Сирдарё	0,2	0,5	0,6	0,8	1	2	5,1
Тошкент	10,7	14,1	16,2	19,8	24,5	31,8	117,1
Фаргона	7,5	18	21	23	25	26,4	120,9
Хоразм	51,3	39	45	55	68	88,5	346,8
Тошкент ш.	0	1053,4	1250,9	1551	1913,6	2504,5	8273,4

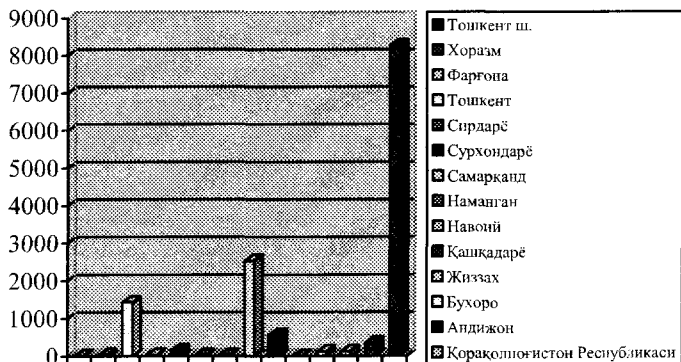
Манба: “Ўзбектуризм” МКнинг 2005-2010 йиллар бўйича ҳисоботи асосида муаллиф ишланмаси

Биринчи аспект – иқтисодий самара ва туризм соҳасидан капитал оқиб кетишининг ўзаро муносабатларини ўрганиш. Маълумки, Республикамининг ҳукумат раҳбарияти иқтисодиётда туризмнинг аҳамиятини максимал даражада оширишга интилоқда. Бунда Республикамиз иқтисодиётига ўз манфаатларини кўзлаб инвестиция киритаётган Трансмилий корпорация-

лар (ГМК) муҳим роль ўйнаши мумкин. Чунки, Ўзбекистон хорижий инвестицияларни фаол жалб қилишдан манфаатдордир. Ҳозирги кунда бу соҳада инвестициялар ҳажми унча катта эмас, бироқ экспертларнинг фикрига кўра, фойда даражаси жуда баланд ҳисобланади.

4-диаграмма

Ўзбекистон Республикасида 2005-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва туризм соҳасидан тушган фойдаларнинг кўрсаткичлари (млн. сўм ҳисобида)



Манба: Муаллиф ишланмаси.

Иккинчи аспект – АҚШнинг очик экспансияси. Ушбу аспект дунё туризми ва турсаноат, шунингдек, туристик технологияларнинг ривожланишига жуда катта таъсир кўрсатиши мумкин. Биз буларни, масалан, кино, “фаст фуд” ресторанлар тизими ва меҳмонхоналар фаолиятида, тематик парклар хизматида, шунингдек, авиа йўллар, оммавий ахборот воситалари ва интернет материалларида яққол кўрамыз.

Учинчи аспект – атроф-муҳит муҳофазаси, истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш, шунингдек, янги пул бирлиги – Евронинг пайдо бўлиши билан боғлиқ бўлган глобал жараёнлар таъсирини ўз ичига олади.

Тўртинчи аспект – виза ва чегара расмийчиликлари эркинлашувини ўз ичига олади. Агар давлатлар бу муаммоларни ҳал этмасдан туриб туризм даромади ҳақида гапириб бўлмаслигини англаб етишмаса, улар иқтисодий изоляцияга учраши мумкин.

Бешинчи аспект – солиқ тизимининг такомиллаштирилиши ва туризм соҳасида солиқ имтиёзлари яратилишини ўз ичига олиб, мамлакатлар бундай муаммоларни ҳал этмасдан туриб, иқтисодий натижаларга эриша олмайди.

Бошқа бир томондан ушбу аспект капитални жалб қилиш ва сиёсий тизимни либераллаштириш учун ҳам яхши восита ҳисобланади.

Олтинчи аспект – туризмнинг ижтимоий аспекти. Ҳозирги кунда халқаро туризм даромади баланд ёки ўртача бўлган кишилар учун маъқул ҳисобланади. Кам таъминланган кишилар турсаноат хизматларидан фақатгина иш қидириш мақсадида фойдаланиши мумкин, холос. Жаҳон иқтисодиётида ҳозирги кунда туризм – бу бойларнинг эҳтиёжларини қондириш учун бойлар томонидан бошқариладиган иқтисодиёт соҳасидир, деган фикр ҳам шаклланиб бормоқда.

Ўзбекистонда ўтказилаётган иқтисодий ислохотлар бозор муносабатларини босқичма-босқич амалга оширишга ҳамда аҳолининг даромад манбаларини излаб топишга қаратилган. Туризм авваламбор кишиларнинг ҳам моддий, ҳам маънавий фаровонлигини оширишга ёрдам берувчи тармоқдир.

Еттинчи аспект – аҳолининг бандлик даражаси ҳисобланади. Туристлик оқимлар ўсиши билан бир қаторда туризм хизматлари соҳасида бевосита шуғулланувчи кишилар сони ҳам ортиб боради. Баъзи бир мамлакатларда ушбу аспект бандликнинг асосий манбаларидан биридир. Бундан ташқари кўплаб ёш мутахассислар бошқа мамлакатларда ишлашга интилишади. Айниқса, интернет орқали иш қидириш одатий ҳолатга айланиб, турсаноати бошқа бўлган мамлакатларга интеграция қила оладиган янги менежерлар шаклланишига ёрдам беради.

Саккизинчи аспект – хавфсизлик, жинойтчилик ва сиёсий муаммоларни ўз ичига олади. Жинойтчилик даражаси юқори бўлган, шунингдек, ижтимоий-иқтисодий ва сиёсий барқарорлик бўлмаган мамлакатлар туристларни жалб қила олмайди. Сиёсий беқарорлик ўчоғи ҳисобланган Афғонистон ва бошқа давлатлар билан чегараланиб туришимиз Ўзбекистоннинг туристик мақомига салбий таъсир ўтказиши мумкин.

Тўққизинчи аспект – туризмда уюшган жинойтчилик билан боғлиқ. Сир эмаски, мафиянинг ҳам бу соҳада ўз манфаатлари бор. Ўзбекистон уюшган жинойтчилик ва коррупциянинг интеграциясига йўл қўймасликка доимо интилиб, бу йўналишда кўплаб ижобий ҳаракатларни амалга ошириб келмоқда.

Ўнинчи аспект – коммуникация технологиялари ривожланиши билан боғлиқ. Интернет тармоғи ҳозирги кунда хизматлар бозорини шакллантиришда яқиндан ёрдам бериб келмоқда. Информацион ахборот тизими орқали жойлар ва чипталарни банд этиш ва сотиш ишлари амалга оширилолмоқда, турмаршрутлар шаклланиб у ёки бу маҳсулотга бўлган талаблар аниқланмоқда. Ҳозирги кунда Европада On-line режимида ишловчи “Microsoft Expedia” турфирмаси фаолият кўрсатиб турибди. Ушбу фирма орқали ойига 2 млн.дан ортиқ бронь қилиш ишлари амалга оширилади.

Ўзбекистонда телекоммуникация ва транспорт тизими жадвал суръатларда ривожланиб бормоқда. Ҳозирги кунда кўлаб меҳмонхоналар компьютерлаштирилиб, уяли ва факс алоқаси, интернет тармоқлар ишлаб турибди.

Ўн биринчи аспект. Ушбу аспект атроф-муҳитга бўлаган салбий таъсирни ўз ичига олади. Маълумки, Республикамиз ҳукумати томонидан амалга оширилаётган тадбирлар туристлар оқимини кенгайтиришга ва “яшил” туризмни мустаҳкамлаш ва ривожлантиришга имкон беради. Ўзбекистонда экологик муаммолар БМТнинг халқаро ташкилотлари билан, шунингдек, ривожланган ва ривожланаётган мамлакатларнинг фаол ҳамкорлигида ҳал этилмоқда. Бунда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси иқтисодий ва экологлаштиришнинг 2008-2012 йилларга мўлжалланган дастурини қабул қилиши муҳим аҳамият касб этади.

Ўн иккинчи аспект – ҳаво транспорти (авиация) ривожланиши билан боғлиқ. Маълумки, иқтисодий инқирозлар биринчи навбатда авиакомпаниялар фаолиятига таъсир этади. Молиявий қийинчиликлар туфайли туроқимларнинг камайиб кетиши ўз навбатида рейс юклари камайишига олиб келиб, бу эса кўлаб давлатларнинг иқтисодий ривожига таъсир этиши мумкин. Республикамизда яратилган ижтимоий-иқтисодий муҳит ва сиёсий барқарорлик туфайли туристларга хизмат кўрсатишнинг савияси ортиб, туристик индустриянинг ресурс таъминоти ва иқтисодий потенциали тобора яхшиланиб бормоқда (6-жадвал).

6-жадвал

Ўзбекистон Республикасида туристларга хизмат кўрсатиш динамикаси

Кўрсаткичлар	2005	2006	2007	2008	2009	2010	Жами 2005-2010 йй.
Жами туристлар сони (минг киши)	621,7	659	699	714	786	969,7	4449,4
Шундан хориж туристлар	241,9	257	272	288	305	431,0	1794,9
Хизматлар ҳажми (млн. сўм)	39787,1	45755	54906	66985	82392	153693,0	43518,1
Хизматлар экспорти (минг АҚШ долл.)	29000	42000	44520	47191	50023	121452,0	334186
Фойда (млн. сўм)	566,1	1712	2000	2440	2976	3375,4	13069,5

Манба: “Ўзбектуризм” МКнинг ҳисоботи асосида муаллиф ишланмаси.

Жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, туристларга хизмат кўрсатиш динамикасининг тартиби тез ўзгариб борган. Агар 2005 йилда 621,7

минг туристга хизмат кўрсатилган бўлса, шундан хорижий туристлар 241,9 минг кишини, хизматлар ҳажми 39787,1 млн. сўмни, хизматлар экспорти 29000 минг АҚШ долл., фойда 566,1 млн. сўмни ташкил этган. 2010 йилга келиб, 969,7 минг туристга хизмат кўрсатилган бўлса, шундан хорижий туристлар 431 минг кишини, хизматлар ҳажми 153693 млн. сўмни, хизматлар экспорти 121452 минг АҚШ долл., фойда 3375,4 млн. сўмни ташкил этган²⁸.

Ўн учинчи аспект – туризм ривожланишига ёрдам берувчи юқори даражали бирлашмаларнинг (масалан, ПАТА, ДЖАТА, РАТА ва бошқалар) пайдо бўлиши билан аниқланади. Ўзбекистонда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик ривожланишига кўмак бераётган ҳамда бизнесменларга ёрдам бериб ҳимоя қилаётган хусусий туристик ташкилотлар Ассоциацияси фаолият кўрсатиб турибди. Шунингдек, Республикамизда туризм билан боғлиқ бўлган бошқа соҳаларда, масалан, қишлоқ хўжалиги, маҳаллий саноат, тўқимачилик, заргарлик тармоқлари, шунингдек, савдо ва хизмат кўрсатиш соҳалари ўрта-сида интеграциялашув тенденцияси кузатиламоқда.

Ўн тўртинчи аспект – денгиз ва дарё круизининг ҳажмини аниқлашга қаратилган. Pacific Asia Travel Association экспертларининг фикрига кўра, ривожланмаган минтақаларда (масалан, Осиё ва Африкада) бу имкониятлар чекланмаган.

Ўн бешинчи аспект. Ушбу аспект туризм рекламаси ва ташвиқоти билан боғлиқдир. Самараси кам тадбир, деб реклама ва маркетингга баъзи бир давлатлар ҳар доим ҳам маблағ ажратавермайди. Аслида эса бу катта иқтисодий самара беради. Бу йўналишда Ўзбекистон туристик ташкилотларининг фаолигини ошириши зарур.

Ўн олтинчи аспект – туризмнинг Яқин ва Ўрта Шарқ мамлакатларига бўлган таъсири. Нефть захираларининг бу минтақада қисқариши Форс кўрфази мамлакатларининг нефть ишлаб чиқиш саноати билан рақобатлаша оладиган замонавий туризм индустриясига мурожаат қилишига мажбур этмоқда. Шубҳасиз, ушбу мамлакатларнинг қадимги бой тарихий ёдгорликлари ва ўзига хос урф-одатлари кўплаб меҳмонларни жалб қилиш имконини беради.

Ўн еттинчи аспект. Ушбу аспект диний туризмнинг ўсиши билан боғлиқ. Ўзбекистон ислом динининг муқаддас ва зиёратгоҳ қадамжоларига эга бўлиб, йилдан-йилга Ўрта Осиёнинг зиёратгоҳ марказларидан бирига айланиб бормоқда. 2007 йили ISESCO²⁹ Тошкент шаҳрини ислом маданиятининг пойтахти деб эълон қилганлиги ҳам бунинг исботидир.

²⁸ www.uzbektourizm.uz

²⁹ ISESCO – Таълим, фан ва маданият масалалари бўйича Халқаро Ислом Ташкилоти.

Ўн саккизинчи аспект – ҳудудларнинг масофавий жиҳатдан яқинлашуви ва саёҳатлар оқими тезлигининг ошиши билан боғлиқ. Бунинг учун жаҳон иқтисодиёти ўзининг ривожланиш тенденцияларига эга бўлишига тўғри келади. Бу соҳада “Буюк ипак йўли” туристик брендини жаҳон бозорига олиб чиқишда ҳам катта ишлар қилинмоқда.

Ўн тўққизинчи аспект – бу туристик бозорда кичик шаҳарларни ташвиқот қилувчи йўналишларнинг пайдо бўлишидир. Туристтик маршрутлар ҳозирги кунда асосан йирик шаҳарлар, пойтахтлардан ўтган, холос. Лекин, кичик бўлган минглаб бошқа бир марказлар ҳам катта туристик имкониятларга эга бўлиши мумкин. Шунинг учун ҳам жаҳоннинг кўпгина давлатлари ўз иқтисодиётини туризм ҳисобига кўтаришга интиломоқда. Ўзбекистонда ҳам ушбу тенденция ўз аксини топиши мақсадга мувофиқдир. Туризм индустрия­сини бошқаришда мамлакатнинг ички омиллари билан бир қаторда халқаро туризмдаги тенденцияларни ҳам инобатга олиш зарур. Чунки халқаро туризм миллий хўжалик ривожланишининг энг аҳамиятли асосларидан бирига айла­ниб бормоқда. БМТ БТТ маълумотларига кўра, 2007 йилда халқаро туризм­нинг ҳажми 2006 йилга қараганда 1,1 фоизга ошиб, кўрилган даромад 818 млрд. АҚШ долларини ташкил қилди. 2007 йилда 918 млн.дан ортиқ киши­лар туристик саёҳатга чиқишган бўлиб, бу мамлакатларнинг турмаҳсулотлар туристик бозорлари машҳур бўлганлигидан ва халқаро туристларнинг талабларига жавоб берганлигидан дарак беради.

2006 йилда энг афзалли ва даромадли маршрут (167,2 млрд. АҚШ дол­лари) АҚШ деб тан олинган бўлса, ундан кейинги ўринларда Испания (49,5 млрд. АҚШ доллари), Франция (43,7 млрд. АҚШ доллари), Италия (35,9 млрд. АҚШ доллари), Буюк Британия (33,1 млрд. АҚШ доллари), Хитой (32,2 млрд. АҚШ доллари) Германия (31,8 млрд. АҚШ доллари) ва Австрия (15,6 млрд. АҚШ доллари)³⁰ турганлигини кўра­миз.

2006 йилда энг кўп халқаро саёҳатчилар Францияга (77 млн. киши) тўғри келган бўлса, ундан кейинги ўринларда АҚШ (66 млн. киши), Испания (58,7 млн. киши), Италия (37,6 млн. киши), Буюк Британия (32,2 млн. киши) ва Хитой (51,8 млн. киши) турганлигини кўра­миз.

Жаҳон иқтисодиётида аҳолининг туризм мақсадларидаги миграци­яси алоҳида аҳамиятга эга. 1989 йилда Нидерландия Парламентларо иттифоқининг ва БМТ БТТ томонидан туризм бўйича қабул қилинган Гаага декларациясида “Жаҳон экспортининг умумий ҳажмидан 6 фоизи, хизмат­лар ва жаҳон савдосининг 25-30 фоизи халқаро туризмга тўғри келганлиги кўрсатилган бўлиб, башоратларга кўра, халқаро туризмнинг йиллик ўсиши

³⁰ Манба: www.unwto.org

тахминан 4 фоизни ташкил этиши прогноз қилинади”. Худудлар мисолида қарайдиган бўлсак, 2008 йилда ҳақиқий баҳолардаги ўсиш Осиё – Тинч океани минтақаси давлатларида айниқса юқори бўлиб (+11 фоиз), дунё бўйича ўртача ўсишнинг умумий кўрсаткичидан ҳам икки баробар кўп бўлганлигини кўрамиз. Ана шу йилда Африка (+8 фоиз) ва Америка (+6 фоиз) давлатларида ҳам ўсиш юқори бўлган. Америка қитъаси давлатларида кўрилган даромад 2007 йилга нисбатан 2008 йилда 2 фоизга кўпайган. Худудлар мисолида қарайдиган бўлсак ўсиш суръати Жануби-Шарқий Осиё мамлакатларида юқори (+13 фоиз) бўлиб, ундан кейинги ўринларда эса Марказий Америка, Шимолий Африка, Марказий ва Шарқий Европа (ҳар биридаги кўрсаткич +9 фоиз) давлатлари турган. Биргина Кариб денгизи оролларида битта худудга туристларнинг келиши камайганлиги сабабли ўсиш суръати (-0,4 фоиз) пасайган (7-жадвал).

7-жадвал

2003-2006 йилларда жаҳон туризмининг ривожланиш динамикаси

Минтақа	Туристлар сон (ман. киши ҳисобида)				Туризмдан олинган даромад (млрд. АҚШ доллари ҳисобида)			
	2003	2004	2005	2006	2003	2004	2005	2006
Африка	31,0	33,8	36,7	39,6	17,2	19,2	21,5	23,8
Жанубий ва Шимолий Америка	113,1	125,7	133,5	141,3	119,4	132,0	144,6	167,2
Шарқий Осиё ва Тинч Океани ороллари	113,3	144,3	155,4	166,5	118,4	127,8	138,6	159,4
Европа	407,1	424,4	441,5	468,6	308,8	328,5	348,2	368,9
Яқин Шарқ	29,5	36,3	39,1	41,9	23,3	25,5	27,6	29,7
Жанубий Осиё	6,4	7,6	8,0	8,5	7,6	8,7	9,8	10,9
Жами:	694	764	806	857,9	587,1	633	680	749

Манба: муаллиф ишланмаси.

Юқоридаги жадвал маълумотларидан кўриниб турибдики, халқаро туризмдан тушган тушум 2006 йилда 749 млрд. АҚШ долларини ташкил этиб, бу кунига 2,0 млрд. АҚШ долларини ёки ҳар бир келган туристга тахминан 872 АҚШ доллари тўғри келганлигини кўрамиз. Миллий валютадаги тургун нархлар билан (инфляцияни ҳисобга олган ҳолда ҳисобланса) халқаро туризмдан тушган тушум 2003 йилга нисбатан 1,3 фоизга ўсган. Америка

худуди ва Европадаги пасайишлар Осиё – Тинч океани минтақасидаги, Яқин ва Ўрта Шарқ ва Африка худудларидаги ўсишлар билан қопланган. Тушумлар келган туристларга қараганда пастроқ суръатларда ўсганлигининг асосий сабабларини биз харажатлар иқтисод қилиниши (турлар муддатининг қисқариши, уйга яқин жойларга саёҳат қилиш, арзон меҳмонхона ва транспорт турларидан фойдаланиш ва бошқалар) ва нархларга бўлган умумий босимларда кўришимиз мумкин. 2003-2006 йилларда жаҳон иқтисодиётида туризмдан келган даромад 27,5 фоизга, туристларнинг сони эса 23,6 фоизга ортган. Туристлар оқимининг суръати Жанубий ва Шимолий Америка, Шарқий Осиё ва Тинч океани оролларида нисбатан юқорироқ бўлган.

2007 йилда дунёнинг энг катта ва етуқ туристик манзилларидан бири бўлган Европа халқаро туристларнинг 54 фоизни ўзига жалб этган ҳолда, халқаро туризмдан 51 фоиз атрофида даромад олиб, энг яхши натижага эришган эди. Ана шу йили бу ерга келган халқаро сайёҳларнинг сони 22 млн. кишига (5 фоизга) кўпайди. Халқаро туризмдан тушган реал даромад эса, 3 фоизга ошиб, 433 млрд. АҚШ долларини (316 млрд. евро) ташкил этган эди. 2007 йилда Европадаги ўсиш асосан Жанубий Европа ва Ўрта ер денгизи бўйи давлатларига (+7 фоиз) тўғри келган. Бу кўрсаткич, айниқса Болқон давлатларидан Сербия (+48 фоиз), Черногория (+160 фоиз), Босния ва Герцоговина (+20 фоиз) ва собиқ Югославия Республикаси таркибида бўлган Македонияда (+14 фоиз) катта бўлган эди. Словениядаги ўсиш (+8 фоиз) асосан бозорлардаги реклама тадбирлари билан боғлиқ бўлган бўлса, Хорватиядаги ўсиш (+7 фоиз) эса транспорт харажатларининг камлиги ҳамда иккиламчи ички бозорларнинг ривожланиши билан боғлиқдир. Европанинг асосий чўмилиш ва иссиқ-қуёшли жойларини таклиф этган Туркиядаги ўсиш (+9 фоиз) 2006 йилдаги пасайишга нисбатан олганда яхши дейиш мумкин. Португалия (+9 фоиз) билан Испания (+9 фоиз) эса 2006 йилдаги ўсишни бирлаштирди. Ана шу даврда асосий туристик манзиллардан бири бўлган Италия (+6 фоиз) билан Испания (+2 фоиз) эса Ўрта ер денгизи бўйи давлатлари туризм кўрсаткичлари ўсишига катта ҳисса қўшди.

2007 йилда бошқа худудлардаги ўсиш нисбатан секинроқ бўлиб, Ғарбий Европада +4 фоизни ташкил этган, Шимолий Европада эса +2 фоизни ташкил этиб, 2006 йилдаги +7 фоизли кўрсаткичдан кескин тушиб кетган эди. Шимолий Европа давлатлари ичида Швециянинг ўсиши (+10 фоиз) юқори бўлиб, ундан кейинги ўринни эса Исландия (+9 фоиз) эгаллаган эди. 2007 йилда Ғарбий Европа давлатларидан бири Швейцария айниқса кўпроқ ўсишга (+7 фоиз) эришди. Ана шу йили 4 фоиздан ўсишга эришган Франция билан Германиянинг кўрсаткичлари эса 2006 йилга нисбатан камроқ бўлди.

Марказий ва Шарқий Европа давлатларида ўсиш (+5 фоиз) эса ҳудуддаги ўр-тача ўсиш кўрсаткичига яқинроқ бўлганлигини кўраимиз.

Халқаро туризм улушида жаҳон экспорти умумий экспорт ҳажмининг 7-9 фоизи ва хизматларнинг 30-35 фоизи тўғри келганлигини кўраимиз. БМТ БТТ маълумотига кўра, Европа туризми ўзига хос ривожланиш хусусият-ларига эга бўлиб, минтақалараро таққосланганда жаҳон туризмнинг 60-65 фоизини ташкил этади ва олдинги ўринлардан бирида туради³¹.

БМТ БТТ кўрсаткичларига кўра, туризмда йиллик ўсиш кейинги беш йилликлар ичида Европа мамлакатлари учун 1,3 фоизни, Яқин ва Ўрта Шарқ мамлакатлари учун 1,5 фоизни, Жанубий Осиё мамлакатлари учун 1,7 фо-изни, Шарқий Осиё ва Тинч Океани минтақаси давлатлари учун 1,7 фоиз-ни ташкил қилган эди. Ўзбекистон учун бу кўрсаткич экспертлар томонидан 15 фоиз деб белгиланган, бу эса бутун бир Осиё минтақаси давлатларидан икки маротаба кўп демакдир. Туризм миллий ва минтақавий иқтисодиётни баланслаштириб туришга кўмак беради. Бундан ташқари туризм жаҳон иқтисодиётида аҳоли бандлигини таъминловчи кучли генераторлардан бири бўлиб, 1998 йилнинг бошида ушбу тизимда 230 млн. кишидан ортиқ киши банд бўлган бўлса, БМТ БТТ маълумотларига кўра, 2010 йилга келиб ушбу тизимда 328 млн.дан ортиқ киши банд бўлган эди. Ирландияда 4,6 млн.дан ортиқ чет эллик туристларнинг умумий харажатлари 2,8 млрд. АҚШ долларини ташкил қилиб, 108 мингдан ортиқ иш жойлари тузилишига кўмак бер-ган. Агар ҳар бир меҳмонхона номерига 1 та ёки 2 та иш жойи тўғри келса, демак, билингки 300 ўринли меҳмонхонада 600 кишига иш жойини тақдим этиш мумкин бўлади. Бу албатта иқтисодиётнинг бошқа соҳаларига (маса-лан, қишлоқ хўжалиги, қурилиш саноати, маҳаллий саноат ва бошқалар)³² нисбатан самарадорлиги катта бўлиши мумкинлигидан далолат беради.

Туристик соҳани ривожлантиришнинг қарашлар концепцияси ўз навба-тида мамлакатларнинг демографик ва ижтимоий аҳволида, ички ва ташқи сиёсатида, экологик вазият ва фуқароларнинг хавфсизлигида жаҳон тен-денцияларига амал қилиш имконини беради. Масалан, БМТ БТТ ҳозирги кунда туристик инфратузилманинг талабларини кўриб чиқиб, оптимал тури-стик оқимларни шакллантирмоқда. 2020 йилга келиб саёҳат қилувчилар сони 1,6 млрд. кишига кўпайиб, халқаро туризмдан тушган тушумлар эса 2 трлн. АҚШ долларига етиши башорат қилинмоқда. Замонавий технологик имкониятлар эса яқин кунларда космосга туристик сайёҳларнинг учишлари-ни амалга оширишга имкон беради.

³¹ www.unwto.org

³² www.world-tourism.org

355 3047
1000

Туризм замонавий техника-технологиялар ривожланишига ҳам маълум даражада таъсир кўрсатиб келмоқда. Суперсамолётларнинг яратилиши ўз навбатида халқаро учуш нархлари пасайишига ва транзит туризмнинг ривожланишига олиб келади. Экспертларнинг фикрига кўра, бундай авиалайнерларнинг яратилиши Европа мамлакатларидан Осиё давлатларига учушлар мобайнида тўхталишларига эҳтиёж сезмайди. Бунинг натижасида ҳозирги кунда мамлакатларнинг кўпчилиги туристларни қийин аҳволга солиб келаётган визалар олиш муаммоларидан холи бўлишмоқда. Туризм ривожланиши учун айниқса визалар олишда расмиятчиликка барҳам берилиши мақсадга мувофиқдир.

Иқтисодий таҳлиллар шуни кўрсатмоқдаки, демографик маънода жанубдан шимолга томон туристлар оқимининг кўпайиши кузатиламоқда. Шунинг учун ҳам Европа мамлакатлари энг кўп туристик имкониятга эга бўлиб, айнан шу давлатлар ҳудудига бутун ер шари аҳолисининг 14-16 фоизи тўғри келаётганлигини кўрамыз. Жаҳон аҳолисининг 6-7 фоизи хорижий мамлакатларга чиқиб келган бўлса, ҳозирги кунда бу кўрсаткич 3-4 фоизни ташкил этади.

Экологик вазият ҳам миллий хўжаликнинг иқтисодий аҳволига ва халқаро туризмга таъсир этади. Буни кейинги йилларда содир бўлган турли табиий ва экологик ҳодисалардан ҳам кўришимиз мумкин.

Жаҳон иқтисодиётида туризм интеграцион жараёнларнинг боришига янада кўпроқ ёрдам беради. Ҳозирги кунда Марказий Осиё мамлакатларининг ташқи бозорларида “Буюк ипак йўли” маркали ягона турмаҳсулот жорий этилган. Жаҳон интеграциясининг бошқа бир шакли туризм соҳасида глобал информатсион тизимларда, интернетнинг қўлланишидир. Туризм иқтисодий потенциалнинг глобаллашувига олиб келади, яъни алоҳида бир мамлакатга таъсир этмасдан, балки минтақавий бирлашган мамлакатларнинг иқтисодий ривожланишига таъсир этиб, уларнинг макрохўжалик ривожланишига, шунингдек, ижтимоий-сиёсий вазиятига таъсир этади. Мисол учун баъзи бир экспертларнинг фикрига кўра, Афғонистон ва Тожикистоннинг минтақавий туризмга қўшмишлари, ўз навбатида ушбу мамлакатларнинг сиёсий ва иқтисодий барқарорлигига кўмак бериши мумкин. Бошқа бир томондан туризмда хавфсизлик масалаларига ҳам катта аҳамият берилади. Жиноятчилик баланд бўлган ёки сиёсий барқарорликка эга бўлмаган мамлакатлар ўз навбатида туроператор ва туристлар томонидан эътиборсиз қолади. Масалан, 1997 – 2005 йиллардаги таҳлиллардан сўнг денгиз бўйида жойлашган анъанавий меҳмонхона TTA World Hotel Report ўз машҳурлигини аста-секин йўқотиб бораётганлигини кўрамыз. Турсаноат экспертларининг фик-

рига кўра, келажак бой хизматларни тақдим этадиган ва ривожланишнинг барча тенденцияларига жавоб берадиган меҳмонхоналар томондадир. Туризмда истиқболли тенденцияларга қуйидагиларни киритиш мумкин:

- all-inclusive курортлари машҳурлигининг ўсиши;
- таймшерга талаб;
- экотуризм ва минерал манбаларга эга бўлган курортларнинг ривожланиши;
- универсал ва ҳашаматли меҳмонхоналар.

Курортлар машҳурлигининг ўсиши турист-саёҳатчиларнинг ижтимоий таркибини акс эттиради. Айниқса, асосий туристик бозорларда дароматнинг кўпайиши меҳнат таътиллари мобайнида пул маблағларининг кўплаб сарфланишига олиб келади. Яхши таъминланган ўрта ёшдаги туристлар фалол дам олишни афзал кўради. Айнан шундай замонавий ҳудудлар яқин орада Осиё, Мексика, Яқин ва Ўрта Шарқ мамлакатларида кўплаб пайдо бўлиши кузатишмоқда. Шу муносабат билан экспертларнинг башоратига кўра, Жанубий Европа отелларининг машҳурлиги сезиларли даражада аста-секин пасайиб бормоқда. Сифатли турмаҳсулот, шунингдек, маданий ва тарихий-меъморий обидаларни тақдим эта оладиган йўналишларгина муваффақиятга эришиши мумкин.

XXI асрада Самарқанд, Бухоро ва Хива каби шаҳарларимизнинг тарихий-экскурсион йўналишлари жаҳон туризми ривожланган шаҳарлардан бирига айланишига катта имкониятлар яратиши мумкин. Келиб чиққан вазиятларни кўриб чиқадиган бўлсак, Қизил денгизнинг Миср қирғоқларида жойлашган курорт шаҳарлари мамлакат иқтисодиётида муҳим роль ўйнайди. Ўзбекистон курортлари ҳам бундай имкониятга эга, аммо муаммо битта, у ҳам бўлса жаҳон туристик бозорларида миллий “пекидж”ни тақдим эта билишдир, бу борада “Буюк ипак йўли” брендининг имиджини ошириш муҳим аҳамият касб этади.

БМТ БТТ экспертларининг фикрига кўра, халқаро туризм индустриясида доимий равишда ўсиб бораётган туристик саёҳатлар ва экскурсиялар рақобати минтақалар ва мамлакатлар ўртасида кучайиб бормоқда. Шу билан бир қаторда туристик маҳсулотлар ҳақида яхши маълумотга эга бўлган ва хавфсизликка алоҳида аҳамият бераётган истеъмолчилар сони ошиб бормоқда.

Илмий кузатишларнинг кўрсатишича, жаҳон туристик бозорларининг кейинги ривожланиши энг янги замонавий ахборот технологиялари билан белгиланади.

Жаҳон туризм индустриясида бошқа тенденциялар ҳам, жумладан, ўзига-ўзи хизмат кўрсатувчи электрон воситалар кўпаймоқда. Саёҳатлар жараё-

нида туристларнинг мустақилликка интилиши, хизмат кўрсатувчи персоналнинг профессионал даражада ўқитилиши, хизмат кўрсатиш савиясининг юқори даражаси ва ҳ.к.лар туристик бозорда элитар хизматлар кўрсатиш секторини вужудга келтиради. Бундан ташқари, гуруҳ пакетларидан ҳозирги кунда Ғарбий Европанинг туристик бозорларида баъзи истеъмолчилар фойдаланишади, яъни индивидуал тенденциянинг кучайиши кузатиламоқда.

Яқин келажакда мутахассислар халқаро туризм индустрияси ривожланишининг қуйидаги йўналишларини прогноз қилмоқдалар:

– туристик ресурсларни инобатга олувчи янги туристик хизматлар бозорининг пайдо бўлиши ва ривожланиши;

– маҳаллий жамоатчилик ва муниципалитет ҳукумат бошқаруви томонидан туристик фаолиятнинг лойиҳалаштирилиши, ривожлантирилиши ва хавфсизлиги таъминланиши;

– туризм ташкилотчилари ва муниципалитет тизимлари ўртасида бири-бирини тушуниш ва талабларини қондириш йўллари топиш мақсадида алоқаларнинг ривожланиши;

– маҳаллий аҳолини ижтимоий-турмуш тарзининг ўсиши, туризм ривожланишига тўсқинлик қилувчи солиқ ва божхона тўловларининг бартараф этилиши;

– инвестицияларни амалга оширишда атроф-муҳитни муҳофаза қилиш масалаларининг инобатга оlinиши;

– туристик базани ўрганиш учун аниқ маркетинг тадқиқотлари олиб бoрилиши, хизматлар учун кўпроқ ресурсларнинг ажратилиши;

– туризм саноатида хизмат кўрсатишнинг профессионал даражаси оширилиши;

– клубларда дам олиш туризмининг (таймшер) ривожланиши ва бошқалар.

Замонавий туристик тенденциялардан яна бири геронтологик туризмдир. Статистик маълумотларга кўра, ёши катта кишилар сони доимо ўсиб бормоқда. Ана шу ёшдаги кишилар халқаро туризмда кўпчиликни ташкил этиб, 2009 йилда уларнинг сони 210 млн. кишидан иборат бўлган³³.

Туристларнинг бундай тоифасини ташкил этувчи асосий мамлакатлар АҚШ, Канада ва ЕИнинг баъзи бир давлатлари ҳисобланади. 1995 йилдан 2005 йилгача Японияда аҳолининг ўртача умр кўриши 1,2 йилга кўпайган бўлса Европа ва АҚШда эса 1,1 йилга ортган эди. Қариллик ёшида кишилар кўпроқ яшаш учун режим билан овқатланишга ва соғаланиш сақлаш масалаларига эътибор беришиб, илм-фан ютуқларидан кенг фойдаланишади. Ҳозирги

³³ Манба: www.unwto.org

кунда қарилик ёшидаги кишилар соғломроқ бўлиб, яхшироқ таъминланганлиги учун ҳам кўпроқ туристик саёҳатларга чиқишади. Мутахассисларнинг фикрига кўра, 55-59 ёшгача бўлган кишилар ўзларининг мамлакатлари бўйлаб бир йилда 2,4 марта туристик саёҳатга чиқишса, хорижий давлатларга эса 0,8 марта туристик саёҳат қилишар экан³⁴. 2012 йилгача Буюк Британия, АҚШ ва Япония аҳолисининг 28,8 млн. кишиси ўзларининг мамлакатлари бўйлаб туристик саёҳатга чиқиши, 9,5 млн. кишиси эса хорижий давлатларга саёҳат қилиши башорат қилинмоқда. Ёш туристлар (15-25 ёшлилар) ҳам турбизнеснинг муҳим элементи ҳисобланиб, улар халқаро ва ички туризмнинг 1/5 қисмини ташкил этади. Ёшлар туризми бозорида илмий тадқиқот ишларини олиб бораётган АТІ консультатив хизмати қуйидаги тенденцияларни аниқлади³⁵:

- туристик бозор сегментига жуда кам эътибор берилиб, тадқиқот майдонлари мукамал ўрганилмаганлиги;
- ёшлар туризмнинг кўплари ўз мамлакатларига мижозларни жалб қилишда авиа йўллар, меҳмонхоналар ва туроператорларнинг сифатсиз ишлаб чиққан маркетинг дастурлари туфайли қийинчиликларга дуч келётганлиги;
- ёшлар туризмнинг турмахсулот ишлаб чиқарувчиларининг асосий қисми халқаро даражада ўзларининг маркетинг дастурларини амалга ошириш учун жуда кичик сегментга эгаллиги ва бошқалар.

Жаҳон иқтисодиётида кейинги йилларда феминистик туризм ҳам тараққий этиб бормоқда. 1999 йилда Шимолий Америка бозорларида бизнес саёҳатчиларининг 44 фоизини аёллар ташкил этган. Дунё мамлакатларида аёллар учун махсус турлар сони доимо ўсиб бормоқда. Биргина Шимолий Америкада саргузаштли, маданий, тарихий ва бошқа турларни тақлиф этувчи 75 дан ортиқ фирмалар фаолият кўрсатиб турибди.

Мутахассисларнинг фикрига кўра, бизнес ва туристик саёҳатларга чиқувчи аёллар кўпчиликини ташкил этиб, ҳозирги турфирмалар мижозларининг 50-55 фоизни ташкил этади³⁶. Бу эса аёлларнинг турсаноат ва меҳмонхоналарга бўлган талабини ўрганишга вақт аллақачон етиб келганлигини билдиради.

Замонавий туризм тенденцияларидан яна бири бу таътил даврини мароқли ўтказишдир. World Tourism Organisation Business Council (WTOBC) буюртмасига асосан Norwatn UK экспертлари томонидан ўтқа-

³⁴ Манба: US Bureau of the Census/MTI estimates

³⁵ Манба: ITG Middle East & North Africa

³⁶ Манба: ITG Middle East & North Africa

зилган тадқиқот натижаларига кўра, таътил вақтининг қисқариши келажакда халқаро туризмга таъсир этиши мумкин. Ушбу экспертларнинг фикрига кўра, таътил даврининг қисқариши кишиларни қисқароқ ва тез-тез бўлиб турадиган таътиллари ўзлари яшайдиган минтақаларда ўтказишларига олиб келади. Шундай қилиб, дунёда таътил вақти кенгайиб бормоқда деган фикрлар нотўғри бўлиб чиқмоқда. Жаҳон иқтисодиётининг тараққиёти аҳоли турмуш тарзининг кўтарилишига ва натижада оммавий дам олишнинг янги “олтин асрига” олиб келиши мумкин. Аммо, хизмат вазифалари кўпайган бир даврда, дам олиш учун вақт камайдя ва натижада аҳолининг ҳаётий турмуш даражаси ҳам пасаяди. Туристтик компаниялар иложи борича ўз чиқимларини минимумлаштиришга ҳаракат қилади. Технологияларнинг юқори даражада ривожлангани иш берувчиларни персоналга камроқ боғлиқ қилиб қўяди, бу эса хизматчи-персоналнинг ўз иш жойларини сақлаб қолиш ва ишсиз қолмаслик учун кўпроқ меҳнат қилишга мажбур этади.

Жаҳоннинг 18 мамлакатада дам олиш вақтининг ривожланиш тенденциялари бўйича ўтказилган илмий тадқиқотларнинг натижаларига кўра, фақатгина айрим мамлакатлар хизматчиларнинг иш ҳафтасини қисқартириш ва дам олиш кунлари вақтини кенгайтириш имкониятларини кўриб чиқишган, холос. Бу тенденцияларнинг халқаро туризмга бўлган таъсири ортиб бориши кутилмоқда. Бунда таътил 3-4 кун давом этади, лекин унинг тезлиги ошади. Демак, бунда туристик хизматларнинг янги харидори пайдо бўлади. Бундай харидор юқори даромадга эга, аммо дам олиш учун оз вақт сарфлайдиган мижоздир.

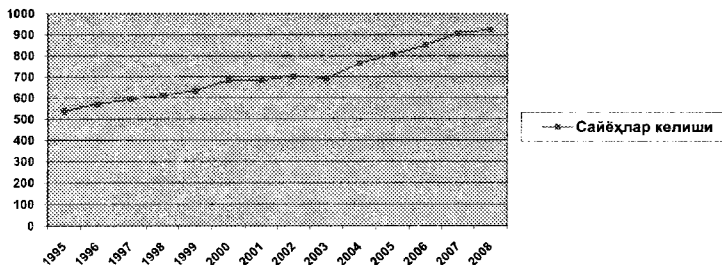
Таъкидлаб ўтиш жоизки, жаҳон иқтисодиётида рўй берган молиявий-иқтисодий инқирознинг (2008) халқаро туризмга бўлган таъсири анча сезиларли бўлди. 2008 йил шубҳасиз жаҳон халқ хўжалиги тарихига кескин ўзгаришлар ва қарама-қаршиликлар йили сифатида ёзиб қўйилди. БМТ ЖСТ 2008 йилнинг январь ойидаги келатган йил тахминларига кўра жаҳондаги туристлик кўрсаткичлар сўнгги ўтган 12 ой давомида халқаро саёҳатга чиқувчилар сони, кредит берилишининг чекланиши, молиявий кризиснинг кенгайиши, озиқ-овқат ва нефть нархининг ошиши, валюта курсининг кескин ўзгариши билан боғлиқ ҳолда юзага келган жаҳон иқтисодиётидаги беқарорлик ва бошқа сабаблар туфайли кескин камайди. Бундай ҳолатлар ўз навбатида харидор ва ташкилотлар ишончини камайтириб жаҳон иқтисодиёти таназзулига сабаб бўлган эди (5-диаграмма).

2008 йилнинг биринчи ярмидаги 5 фоизлик ўсишдан сўнг 2008 йилнинг иккинчи ярмида халқаро туристларнинг келиши салбий томонга (-1 фоиз) ўзгариб, йил якуни бўйича умумий ўсиш суръати 2 фоизни ташкил этади,

холос. 2007 йилда бу кўрсаткич 7 фоизни ташкил этган эди. 2009 йил дунё бўйича туристлар сонининг ўсишини кўрадиган бўлсак, бирор бир ўзгариш йўқлигини кўрамыз. Агар ҳозирги ҳолат давом этадиган бўлса ўсиш 2007 йилдагидек бўлишини яхши кўрсаткич дейиш мумкин. Аҳвол ёмонлашадиган бўлса, ўсиш суъати бир неча фоиз салбий томонга ўзгариши ҳам мумкин (5-диаграмма).

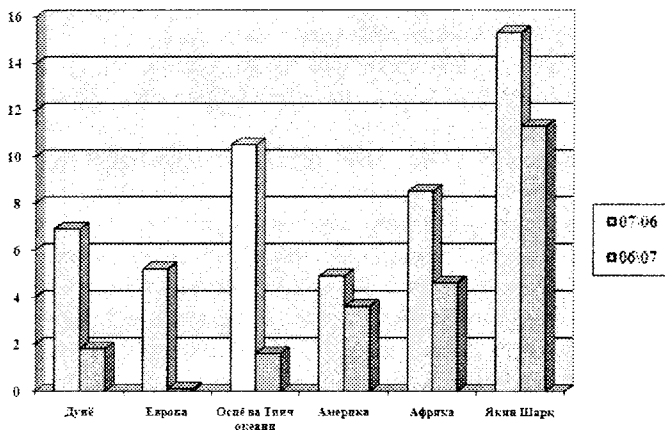
5-диаграмма

Дунё бўйича келаётган халқаро туристлар сонининг ўсиш динамикаси (млн. киши ҳисобига)



6-диаграмма

БМТ ЖСТ Жаҳон туристик кўрсаткичи



2008 йилдаги халқаро туристик кўрсаткичларни қуйидагича тавсифлаш мумкин:

- 2008 йилда халқаро туристлар сони 924 млн. кишини ташкил этиб, 2007 йилга нисбатан 2 фоизга ўсган, яъни туристлар сони 16 млн. кишига кўпайган.

- Жаҳон иқтисодиётидаги кескин ўзгариш (молиявий кризис, озиқ-овқат муаммоси, нефть нархининг ошиши ва валюта курсининг кескин ўзгариши) туфайли йил давомида туристик сайёҳликка бўлган талаб пасайган. Хусусан, 2008 йилда халқаро туристлар сонида ўсиш деярли кузатилмаган ёки кузатилган бўлса-да, уларнинг сони салбий томонга ўзгариб борган. Яъни январь билан июнь ойлари ўртасидаги 5 фоизлик ўсиш йилнинг иккинчи ярмига келиб 1 фоизлик пасайишга айланиб қолганлигини кўрамыз.

- 2008 йилнинг охири олти ойида Европа (-3 фоиз) ва Осиёда ҳам (-3 фоиз) ўсиш суръатларидаги ҳолат салбий бўлиб, 2007 йилга нисбатан 2008 йилда кескин камайиш бўлганлигини кўрамыз. Бошқа бир томондан эса, Америка (+1 фоиз), Африка (+1 фоиз), Яқин ва Ўрта Шарқ (+5 фоиз) мамлакатларида 2008 йилнинг иккинчи ярмидаги ўсиш биринчи ярмига нисбатан юқорироқ бўлганлигини кўрамыз.

- Европадаги кўрсаткич ўтган 2007 йилдаги натижалар билан бир хилда бўлганлиги Шимолий ва Шарқий Европадаги иқтисодий ҳолатларнинг салбий ҳолатда эканлиги билан боғлиқ. 2007 йилда Океания оролларидаги биргина ички ҳудудларга туристларнинг келишида пасайиш ҳолатлари кузатилиб, Жанубий Европанинг Ўрта ер денгизи бўйи атрофидаги ҳудудларига туристларнинг келишида ўсиш деярли кузатилмайди.

- Осиё – Тинч океани минтақаси давлатларида ўсиш (+2 фоиз)ни ташкил этиб, 2007 йилга (+11 фоиз) нисбатан анча камайганлигини кўрамыз. Жануби-Шарқий Осиё (+4 фоиз) мамлакатларида, шунингдек, Жанубий Осиё давлатларида ўсиш (+4 фоиз) ўртачадан юқорироқ бўлиб, Шимоли-Шарқий Осиёдаги кескин секинлашиш суръати (+0,4 фоиз) билан Океания оролларидаги пасайишни (-1,5 фоиз) қоплай олмаган эди.

- Америка қитъасидаги кўрсаткичлар (август ойигача) АҚШга сайёҳларнинг келиш суръати ошганлигини кўрсатади. Бу даврда Шимолий Америкадаги ўсиш 3 фоизни ташкил этиб, Марказий ва Жанубий Америкага келган туристлар сони ҳам бироз кўпайган. Дунёдаги ички ҳудудлардан бири бўлган Кариб ороллари давлатларида эса 2008 йилги кўрсаткичлар 2007 йилга нисбатан яхшироқ бўлган давлатларда ҳам ўсиш суръати жуда паст бўлиб, 2007 йилда 0,1 фоизни, 2008 йилда эса 1,2 фоизни ташкил этган.

Ушбу якуний маълумотларда фақат халқаро туристларнинг келиш ҳолати кўрсатилган, холос. БМТ ЖСТ прогнозлари бўйича кўпгина туристик ман-

зилларнинг ички туризмида ҳам ўсиш суръатлари паст бўлиши кутилмоқда. Бироқ, олдинги йиллардаги тажрибага қараб айтишимиз мумкинки, даромаднинг ўсиши туристларнинг келишидаги ўсишга яқин бўлиши мумкин. Ўсиш суръатлари дунё бўйича умумий камайганлиги кузатилган бўлса-да, 2008 йилда туристлар борадиган баъзи манзиллардаги натижалар ижобий бўлганлигини кўрамиз. Бундай манзиллар сирасига Гондурас, Никарагуа, Панама, Уругвай, Корея Республикаси, Макао (Хитой), Индонезия, Ҳиндистон, Миср, Ливан, Йордания, Марокаш ва Туркияни киритиш мумкин.

2008 йил давомида йўловчилар сонининг камайганлигини Халқаро ҳаво транспорти уюшмаси ва бир қатор маҳаллий транспорт уюшмалари ҳам тасдиқлашмоқда. Бироқ, ноябрь ойи охиригача дунё бўйича йўловчилар сонидagi ўсиш 2,2 фоиз бўлганлигини ҳам айтиб ўтиш керак (2007 йили +7,4 фоиз бўлган эди). Йилнинг иккинчи ярмида статистик маълумотлар ёмонлашиб, пасайиб борганлигини ҳам кўрамиз. Йўловчиларни ташиш имконияти 3,9 фоизга ошган бўлса-да, туристик сайёҳликка бўлган талабнинг камайганлиги учун ҳам юкланиш фактори 2007 йилдаги 77 фоиздан 2008 йилнинг охирига келиб 76 фоизга тушиб қолган эди.

2008 йилнинг 11 ойи якунига кўра Делойте меҳмонхоналари бўйича тақдим этилган рақамлар ҳам бу тамойилни тасдиқлайди. Яқин Шарқ (+2 фоиз) билан Марказий ва Жанубий Африкани (+0,6 фоиз) истисно қилганда, дунё бўйича ҳудудлардаги меҳмонхоналарга келаётган туристлар сони камайган. Битта хонадан олинадиган даромад билан ўртача битта хона нархининг ошишидаги аҳамият ўз кучини сақлаб турибди, холос. Хусусан, ноябрь охиридаги статистик маълумотларга кўра, мазкур ҳудудлардаги битта хонадан олинган даромад (АҚШ долларарида) иккита хонадан иборат бўлган сонгача ўсганлигини кўрамиз.

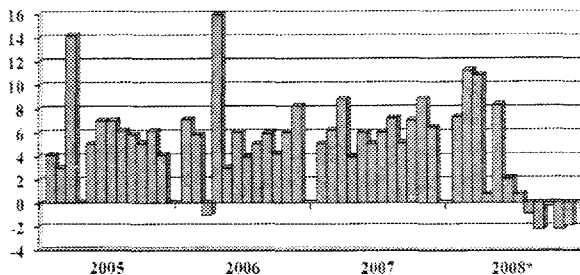
2003 йилда иш бошлаган БМТ ЖСТ ишонч кўрсаткичи энг паст даражага тушиб қолганлигини кўрамиз. 300 кишидан иборат бўлган БМТ ЖСТ Экспертлар Кенгаши 2008 йилга умумий 98 даражасида баҳо берган бўлиб, бу кўрсаткич олдинги 2007 йилги баҳосидан 45 даражада пастдир (7-диаграмма).

Январь билан июнь ойлари ўртасидаги 5 фоизлик ўсиш йилнинг иккинчи ярмида 1 фоизлик пасайиш билан тугади. Лекин туристларга талаб камайгани маълум даражада иқтисодий тушкунлик ва бошқа сабабларга ҳам боғлиқ эканлигини айтиб ўтиш лозим. Бундай сабаблар жумласига эса нефть ва транспорт нархининг ошганлиги ва натижада ҳаво транспорти ҳажмининг камайганлигини кўрсатиш мумкин. Дунё бўйича туристик сайёҳларнинг 1

фоизлик пасайиши эса Европа давлатларига келган туристлар сонининг 3 фоизга ва Осиё – Тинч океани минтақаси давлатлари хуудига келадиган туристлар сонининг ҳам 3 фоизга камайишига сабаб бўлган эди. Агар биз 2007 йил натижасини (+11 фоиз) 2008 йилнинг биринчи ярмидаги кўрсаткичлари (+6 фоиз) билан солиштирадиган бўлсак, Осиё – Тинч океани минтақаси давлатлари хуудигадаги ўсиш даражаси кескин пасайганлигини кўраимиз. Бошқа хуудлар билан солиштириб кўрадиган бўлсак, июль билан декабрь ойлари ўртасида Америка (+1 фоиз), Африка (+4 фоиз) ва Яқин ва Ўрта Шарқ (+5 фоиз) мамлакатларига келган туристлар сони ижобий томонга ўзгарганлигини кўраимиз.

7-диаграмма

**Дунё бўйича хорижий туристларнинг келиши
(ойлик кўрсаткичи фоиз ўзгаришида)**



2008 йилда жаҳон иқтисодиётида асосий эътибор молиявий ва иқтисодий кризисни ҳал қилиш (шу жумладан кредит берилишининг камайиши, йил давомида баланд бўлган нефть нархи, озиқ-овқат ва валюта бозорини барқарорлаштириш) йўлларига қаратилади, чунки айнан мана шу ҳолатлар туризм кўрсаткичларига таъсир қилган эди. Бундан ташқари яна бир қатор ижобий ва салбий таъсир қиладиган ҳолатлар ҳам мавжудлигини айтиб ўтиш лозим. Мисол учун, туристлар сонини кўпайтирадиган анъанавий тадбирлардан бири бўлган Хитойдаги ёзги Олимпия ўйинлари ҳам мамлакатга келадиганлар сонини кўпайтирмаган эди.

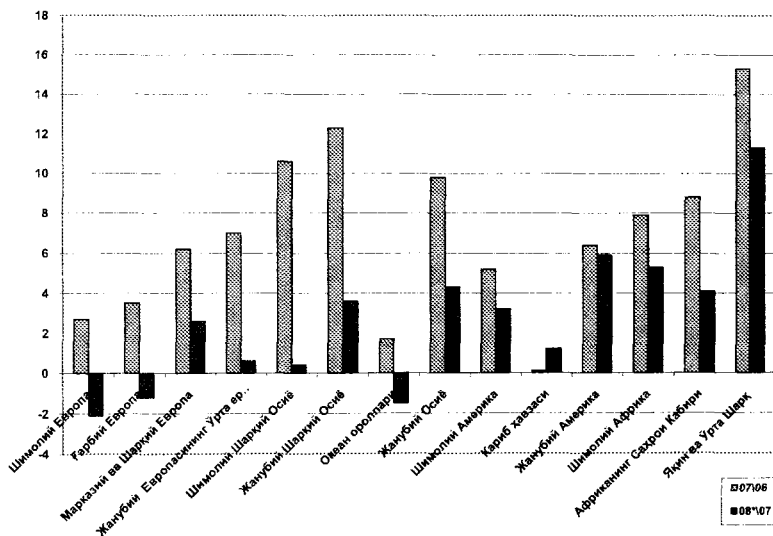
Жаҳон мамлакатларининг бир қатор хуудларида террорчилик ҳаракатлари бўлиб ўтди (Мумбайдаги террорчилик ҳаракати айниқса ёмон бўлган эди). Бундан ташқари саломатлик ва хавфсизликка раҳна соладиган бошқа ҳолатлар ҳам содир бўлган эди. Хитой, Мианма, Бразилия ва Мексикадаги сув тошқини, ўрмон ва чангалзорлардаги ёнғинлар, Кариб ҳавзасидаги циклон ва торнадо

ҳаракатлари, Хитой ва Чилида рўй берган zilzila ҳамда вулқон отилишлари туристлар сонининг камайишига сабаб бўлди. Бироқ, туризмга таъсир қиладиган бундай сабаблар оқибати тезда бартараф этилган эди.

2008 йилда рўй берган салбий омиллардан ташқари бир қатор ижобий ҳолатлар ҳам бўлиб ўтганлигини айтиш лозим. Мисол учун Гондурас, Никарагуа, Панама, Уругвай, Корея Республикаси, Макао (Хитой), Индонезия, Ҳиндистон, Миср, Ливан, Иордания, Марокаш ва Туркиядаги кўрсаткичлар юқори бўлди. Бундай туристик манзилларнинг баъзиларида 2009 йил ва ундан кейинги йилларда ҳам яхши натижаларга эришилган. Бутун дунёда ҳаво транспорти учун мураккаб бўлган ўтган йил баъзи ҳудудларда, хусусан, Европада темир йўл транспорти учун даромадди йил бўлган эди. Хизматлар камайишига сабаб бўлган Бўғоз ер ости темир йўлидаги ёнғинга қарамасдан Евростар компанияси сотилган чипталар ва йўловчилар сонини 10 фоиз оширишга эришди. Испанияда ҳам туристик йўловчиларнинг кўпи ҳаво траспортидан темир йўл транспортига ўтганлигини кўрамыз. Шунинг учун ҳам ички сафарлар сони Европада ошган эди (8-диаграмма).

8-диаграмма

Халқаро туристлар сони
(2007 йилнинг шу даврига нисбатан фоиз ҳисобида)



Туристтик марказларнинг баъзи бир секторлари ҳам яхши натижаларга эришган эди. Халқаро Анжуман ва Битимлар Уюшмаси тақдим этган маълумотларга кўра, халқаро учрашувлар бозори 2008 йилнинг охиригача ижобий натижага эришган. Фақат бир нечта давлатлардагина 2008 йилнинг охирида 2007 йилга нисбатан кўрсаткичлар паст бўлган эди. 2009 йилнинг ҳисоб-китобларига кўра умумий ўсишда салбий ҳолатлар кутилмоқда.

Дунё мамакатлари бўйича кўпгина ташкилотлар ўзларининг сафар ва йиғилишларини вақтинча тўхтатиб туришгани ёки бошқа вақтга қолдиришгани ташкилот йиғинлари ва хизмат сафарларининг сонига салбий таъсир қилади. Кичикроқ ташкилотларнинг йиғилишларига таъсири айниқса кўпроқ бўлиши мумкин. Сабаби ҳозирги кунда рўй бериб турган жаҳон молиявий-иқтисодий кризислар даврида телеанжуман ва электрон ахборот алмашиш технологияларининг ривожланганлиги кўпроқ самара бермоқда. Ташкилотлар ҳозирги кунда ўз йиғилишларини кейинга қолдиришмоқда, нархларни туширишга ҳаракат қилишмоқда (беш юлдузли меҳмонхоналар ҳозир кунда мана шундай ҳолатдан азият чекишмоқда), шартномага йиғилишни бекор қилиш ҳуқуқини берадиган моддаларни кўпроқ киритишга ҳаракат қилишмоқда. Халқаро ташкилотлар билан ҳукуматлараро йиғилишларни ўтказувчи тармоқлар камроқ зарар кўради, чунки халқаро ташкилотлар деярли ҳеч қачон йиллик йиғилишларини орқага сурмайди ёки бекор қилмайди. Баъзи бир йиғилишларда делегатлар камроқ иштирок этсада, лекин умумий аҳвол ўзгаришсиз қолиши мумкин. Ҳукуматлараро бўладиган йиғилишлар сони кўпайиб бормоқда. Чунки ҳукумат вакиллари иқтисодий муаммоларни ҳал қилиш учун тез-тез ўз йиғилишларини ўтказиб туришлари керак бўлади.

Анжуман ва йиғилиш ўтказадиган марказлардан кўра меҳмонхоналар кўпроқ зарар кўради. Сабаби ҳукумат йиғилишлари ўтказадиган ташкилотларнинг кўпи давлат бюджетидан маблағ билан таъминланганлиги учун ҳам жаҳон иқтисодиётидаги қийинчиликлар уларга кўп таъсир қилмайди. Бироқ, меҳмонхоналар ҳақида бундай деб бўлмайди. Кўпгина меҳмонхоналар сўнгги йилларда йирик капитал харажатларини кескин оширган бўлсада, лекин ҳозирги кунда бу дастурлар тўхтатиб қўйилди. Бундан ташқари меҳмонхоналар анжуман марказларига нисбатан ташкилотларнинг бўладиган йиғилишларига кўпроқ ишониб қолишган. Хўш, бунинг учун мутахассислар қандай ишлаши лозим бўлади? Бундай шаротда турагентлар ўзларининг янги маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиши лозим бўлади. Бу пули кўп ва вақти кам бўлган “янги туристлар” туроператорлардан ўзларига ёққан турларни танлаши ва харид қилишини талаб қилади.

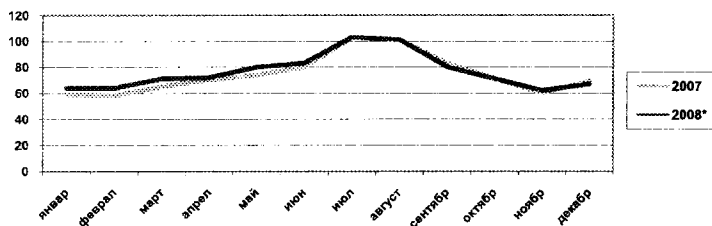
Туристтик индустриянинг иқтисодий жозибадорлиги юқори даражада бўлганлиги туфайли унга сарфланадиган инвестиция тез ўсмоқда. Европа мамлакатларининг дам олиш индустрияси ажратилаётган инвестициялар миқдори келгусида юқори самара бериши кузатилмоқда³⁷.

Испания ва Италия меҳмонхона бизнесида, умумий овқатланиш соҳаси ва кўнгил очиш саноатига инвестициялар ажратишнинг келажаги юқори ҳисобланади. Марказий Европани оладиган бўлсак, бу мамлакатларга кўплаб инвестицияларни киритилиши ҳозирги кунда хавфли ҳисобланади.

Ўзбекистонда миллий экспертларнинг фикрига кўра, инвестицияларнинг асосий қисми (60 – 70 фоиз) умумий овқатланиш ва меҳмонхоналар соҳасига тўғри келади. Тематик парклар инвестицияларнинг 10 фоизни эгаллайди. Мамлакатнинг туристик минтақаларига хорижий ва маҳаллий туристик окимларни таъминлаш мақсадида коммуникацияга (транспорт ва алоқа) инвестицияларни кўпроқ ажратиш кутилмоқда (9-диаграмма).

9-диаграмма

Халқаро туристларнинг келиши, ойлик кўрсаткич (млн. киши)



Замонавий индустриал жамиятда туризм фаолияти энг муҳим турлардан бири ҳисобланади. Турмаҳсулотлар ва хизматлар экспортида туризм учинчи ўринни эгаллаган ҳолда ялпи ички маҳсулотнинг чорак қисмини таъминлайди. Бундан ташқари туризм, биринчидан маҳаллий ишчи кучини квалификацияли иш билан таъминлайди, иккинчидан бозорнинг шаклланишида иштирок этиб, капитал ва инвестициялар манбасини вужудга келтиради, учунчидан қурилиш, коммуникация, транспорт ва хизмат кўрсатиш тизимида энг янги технологияларни ўзлаштириш имконини беради, дўртинчидан миллий хунармандчилик саноатини ривожланишига олиб келади, бешинчидан мамлакатда ва минтақада сиёсий ва ижтимоий вазиятнинг барқарорлигини таъминлайди, олтинчидан тарихий ёдгорликлар ва маданий меросни сақлаш имконини беради, еттинчидан давлатнинг валюта даромадини кўпайтира-

³⁷ 2009 йилда Ernst+ & Young томонидан ўтказилган маркетинг текширишлар ҳулосаси.

ди. Шунинг учун ҳам деярли ҳар бир мамлакат туризм соҳасининг миллий иқтисодидаги ўрнини кучайтиришга интилади. Шу ва бошқа мақсадларда ҳуқуқий ва иқтисодий база яратилади, кадрлар тайёрланади, виза олиш тартиби энгиллаштирилади, туристик маҳсулот ва анъанавий товарлар ишлаб чиқарилишига йўл очиб берилади. Айтиб ўтиш керакки, жаҳон тажрибасининг кўрсатишича, мамлакатларнинг кўпчилиги шу соҳада керакли иқтисодий сиёсатни шакллантириш ва бошқариш механизмларини ишлаб чиқишда бир қатор қийинчиликларни ҳам бошдан кечириши мумкин.

Баъзи бир мамлакатларда туризмга турли тарихий босқичларда турлича ёндашишган. Мисол учун, социалистик мамлакатларда давлат томонидан туризмга икки сабабга кўра, яъни иқтисодий тизимнинг интенсив ривожланишини (саноат, қурилиш индустрияси, қишлоқ хўжалиги) кўзда тутган ҳолда хизматлар соҳасини эса иккинчи даражали иш деб ҳисоблашган бўлса, бошқа бир томондан эса ушбу мамлакатларда хорижлик меҳмонлар билан алоқа қилиш кишиларнинг иродаси ва турмуш тарзига салбий таъсир этиши мумкин деб ўйлашган.

2007 йилда дунё бўйича 918 млн.дан ортиқ халқаро туристик ташрифлар қайд қилинган бўлиб, уларнинг 2,8 фоизи МДҲга тўғри келган. Дунё бўйича халқаро туризмдан 774 млрд. АҚШ доллари миқдорида даромад кўриланган бўлиб, унинг 3,3 фоизи МДҲга тўғри келганлигини кўраемиз. Ҳозирги кунда жаҳон туристик бозорида МДҲ давлатлари катта имкониятларга (тарихий, маданий, саргузаштли сайёҳлик, экологик ва диний туризм ривожланиши учун) эга бўлишларига қарамасдан улуши унчалик катта эмас.

Халқаро экспертларнинг таъкидлашича, МДҲ давлатлари ҳукумат раҳбарларининг кўпчилиги фақатгина “туристик” ташрифларни қайд этиб, ишбилармон ва хусусий меҳмонларни эътибордан четда қолдиришмоқда. 2008 йилда Ўзбекистонга 714 минг турист ташриф буюрган бўлиб, уларнинг 300 мингга яқинини хорижлик фуқаролар ташкил этган. Улардан туризм мақсадида келганлар 5,6 фоизни, ишлаш мақсадида келганлар 11,4 фоизни, шахсий визалар билан келганлар эса 74,4 фоизни ташкил этган. Шундай қилиб, хорижлик меҳмонларнинг деярли 90 фоизи ўзбек турмаҳсулотининг потенциал харидори ҳамда республикамиз ҳудудида товар ва хизматларни харид қила туриб халқаро туристлар графасига тушмаганлигини кўраемиз.

Экспертларнинг фикрига кўра, МДҲ ичидаги “дўстона” ташрифлар ҳақидаги маълумотлар ҳисобга олинмайди. Ўзбек экспертлари фақатгина Ўзбекистоннинг туризм хизматларидан 288 минг (2008 й.) хорижлик туристлар фойдаланишган деб ҳисоблашади, холос. 2018 йилда бу рақам 1 млн. кишига етиши башорат қилинмоқда³⁸.

³⁸ Манба: www.uzbektourism.uz

Жаҳоннинг кўлгина мамлакатларида туризм даромадининг ишончли ва самарали манбаларидан бирига айланиб бормоқда. Экспертлар ҳисобига кўра, Осиё-Тинч океани минтақаси давлатлари ҳамда Яқин ва Ўрта Шарқ мамлакатларининг туристик саноати энг катта муваффақиятларга эришиши мумкинлиги кўрсатилмоқда. МДХ мамлакатларида ҳам миллий ва халқаро туризмнинг ривожланиши учун барча имкониятлар мавжудлиги ҳақида фикрлар билдирилмоқда. Табиийки, Ўзбекистон Республикасида ҳам туризмнинг хизматлар соҳаси ривожланиши учун барча имкониятлар мавжуд.

Жаҳон туристик ташкилоти томонидан 2020 йилгача туризмда бўладиган ўзгаришларнинг тамойили ишлаб чиқилган. Қарийиб 25 йиллик даврни қамраб олган бу давр 1995 йилдан бошланган бўлиб, 2010 - 2020 йиллардаги ҳолатининг барча тахминий ҳисоб-китобини беради.

Сўнги йилларда туризмда ўзгаришлар беқарор бўлганлиги муносабати билан БМТЖСТ ўсишнинг узоққа мўжажланган тахминий дастурлари (тахминий кескин ўзгаришлар бўлмаслигига асосланган ҳолда) ҳам ишлаб чиқилган. Тажрибадан биламизки, тез ўсишлик (1995, 1996, 2000, 2004 ва 2007 йй.) йиллардан кейин секин ўсишлик йилларда ҳам ўсишлик бўлиши (2001, 2002, 2003 йиллар) мумкин. Тахминий ҳисоб-китобларга кўра 1995 йилдан 2007 йилгача халқаро туризм йилига 4,2 фоиздан ўсиб борган.

БМТЖСТ 2020 йилга келиб халқаро миқёсда сафар қиладиган туристларнинг сони 1,6 млрд. кишига етиши тахмин қилинмоқда. Бунда туристларнинг 1,2 млрд ичига ва 378 млн ичига ташқарисига саёҳат қилиши мумкин. Туристларнинг келиш ҳисоб-китобларига кўра туристлар энг кўп борадиган ҳудудлар Европа (717 млн. киши), Осиё - Тинч океани минтақаси давлатлари (397 млн. киши) ҳамда Америка қитъаси (282 млн. киши) бўлиши мумкин. Улардан кейинги ўринларда эса Африка, Яқин ва Ўрта Шарқ ва Жанубий Осиё мамлакатлари туриши мумкин (10-диаграмма).

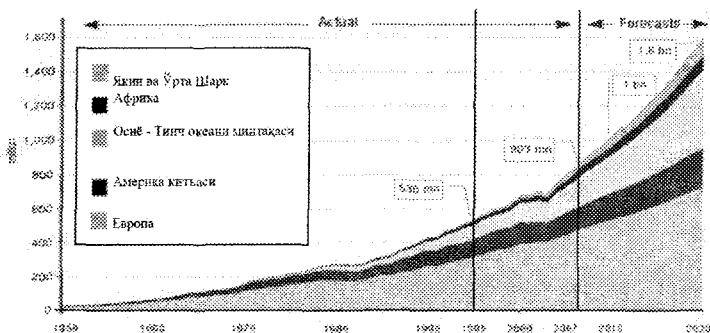
Осиё-Тинч океани минтақаси давлатларида, шунингдек, Жанубий Осиё ва Яқин ва Ўрта Шарқ мамлакатларида ўртача ўсиш 5 фоиз атрофида бўлиши, дунё бўйича ўртача ўсиш эса 4,1 фоиз атрофида бўлиши тахмин қилинмоқда. Дунёнинг энг етук ҳудудларидан бири бўлган Америка қитъаси билан Европадаги ўсиш суръати дунё бўйича ўртача кўрсаткичга нисбатан пастроқ бўлиши кутилмоқда. Европага келадиган туристлар сони кўп бўлганлиги (1995 йилда 60 фоизни ташкил этган) билан бу кўрсаткич 2020 йилга келиб 46 фоизга тушиши башорат қилинмоқда.

1995-2020 йиллар давомида ҳудуд ташқарисига чиқиш йилига 5,4 фоизлик суръат билан ўсиб, ҳудуд ичига сафар қилувчи туристларнинг кўпайиши эса йилига 3,8 фоиз атрофида бўлиши прогноз қилинмоқда. Бунинг натижа-

сида ҳудуд ичига саёҳат қилувчи туристлар билан ҳудуд ташқарисига саёҳатга чикувчи туристлар ўртасидаги фарқ 1995 йилдаги 82:18 нисбатидан 2020 йилга келиб 76:20 нисбатига ўзгариши мумкин (8-жадвал).

10-диаграмма

1950-2020 йилларда халқаро сайёҳлар келиши



8-жадвал

1995-2020 йилларда минтақалар бўйича туризмнинг ривожланиш истиқболлари

Минтақа	Туристлар сони (ман. киши ҳисобида)		2005-2020 йилларда йиллик ўсиш (ўсиш суръати, %)
	1995 йил (ҳақиқатда)	2020 йил (истиқболда)	
Жами:	536	1602	4,2
Европа	335	717	3,1
Осиё-Тинч океани минтақаси	80	397	5,8
Америка	111	282	3,8
Африка	20	75	5,5
Яқин ва Ўрта Шарқ	14	70	5,0
Жанубий Осиё	4	19	5,0

Манба: БМТ БТТ (UN WTO), 2011 йил.

Туризм соҳасида МДХ мамлакатларининг ривожланиш омиларидан бири “Буюк ипак йўли” глобал лойиҳасидир. Ушбу ҳамкорликда МДХга аъзо бўлмаган, лекин туристик интеграция ривожланишига қизиққан баъзи бир

мамлакатлар ҳам иштирок этишади. 1994 йилда Самарқанд декларацияси қабул қилингандан сўнг, ушбу лойиҳа илгарилаб борадиган ривожланиш йўлига қадам қўйди. “Буюк ипак йўли” лойиҳасига бағишланган мажлислар, семинарлар ва учрашувлар ўтказилди. 1998 йилнинг 3-5 ноябрь кунларида Тбилиси шаҳрида бўлиб ўтган йиғилишда расмийликларни енгиллаштириш, турмаҳсулотлар жозибadorлигини ошириш, инвестицияларни излаш масалалари кенг муҳокама қилинди. МДХ доирасида “Буюк ипак йўли”нинг аҳамиятини кенг тарғиб қилиш мақсадида “Ипак йўли” халқаро телеканалини тузиш ҳақида қарор ҳам қабул қилинди.

Давлатлараро авиамаршрутларни ташкил қилишга хизмат қиладиган “Silk Road Express” Миллатлараро авиакомпаниясини ташкил қилиш ишлари режалаштирилади. Агар МДХ мамлакатларида ягона виза тартиби (Шенген визаси каби) ўрнатилган тақдирда, бу лойиҳани амалга ошириш учун яхши имкониятлар очилади.

Ўзбекистонда туризмнинг ривожланиш муаммоларини иқтисодийнинг бошқа соҳаларидан алоҳида ажратиб олиб ўрганиб бўлмайди. Мутахассисларнинг фикрига кўра, туризм билан 30 дан ортиқ соҳалар (масалан, самолётсозлик, автомобилсозлик, қурилиш соҳалари, умумий овқатланиш тармоқлари ва маиший хизмат кўрсатиш соҳалари ва бошқалар) боғлиқ. Шубҳасиз, хорижлик меҳмонларнинг келиши ва ички туризмнинг ривожланиши учун ҳам тегишли шарт-шароитлар яратилиши лозим.

Ўзбекистон жаҳоннинг кўплаб транспорт тармоқлари кесишган нуқтада жойлашган мустақил давлатдир. Эслатиб ўтиш жоизки, бу ердан Европа ва Шарқ интеграциясида катта ўрин тутган “Буюк ипак савдо йўли” ўтган. Бундан ташқари Ўзбекистон улкан тарихий ва меъморий ёдгорликларга, шунингдек, рекреацион ресурслар салоҳиятига эга бўлган мамлакат ҳисобланади.

Ўзбекистон Республикасида халқаро ва миллий туризм ривожланишига катта эътибор берилмоқда. Бу йўналишда бир қатор қонун ва қарорлар қабул қилиниб, моддий-техник база яратилмоқда. Тизим такомиллаштирилиб, соҳага кўплаб инвестициялар киритилмоқда. Албатта, мамлакатга хорижий туристларни кўплаб жалб қилиш учун қисқа вақт ичида жаҳон талабларига жавоб берадиган туристик хизматларни яратиш лозим. Фақатгина 4 ёки 5 юлдузли меҳмонхоналарни қуриш билан чегараланиб қолмасдан, даромади ўртача бўлган сайёҳлар учун 2 ёки 3 юлдузли меҳмонхоналарни ҳам қуришни авж олдириш керак. У ёки бу ҳолдаги олий даражали сервис хизматларни кўрсатиш давр талабидир (8-жадвал).

Ўзбекистоннинг туристик операторлари маълумотига қараганда, мамлакатга келаётган хорижий туристларнинг аксарият қисми (деярли 90 фон-

зи) ўрта ва кекса ёшдаги кишилар бўлиб, улар келишдан асосий мақсадлари дам олиш эканлигини билдиришган. Улар асосан тарихий ва маданий обидаларни кўриш учун Тошкент, Самарқанд, Бухоро ва Хива каби шаҳарларига (маҳаллий туристик ташкилотларнинг стандарт ва кўп тақлиф этиладиган хизмат тури) боришади. Бундай ҳолат Ўзбекистоннинг туристик салоҳиятидан тўла фойдаланилмаётганлигидан дарак беради ва бу унинг ривожланиш кўрсаткичларига салбий таъсир кўрсатади. Нимагаки, кўпчилик туристлар Ўзбекистонга фақат туристик объектларни кўриш учунгина келмасдан, балки стандарт йўналишдаги бошқа жойларни ҳам бориб кўриш учун келишади. Кекса туристлар қулайликни яхши кўришиб, пулни эса ёш туристларга нисбатан камроқ сарфлашади. Бугунги кун замонавий ёшларнинг турмуш тарзи, одатлари, қадриятлари, дам олишга бўлган муносабати ва дунёни билиш усуллари кекса авлод ёшлик давридагидан кескин фарқ қилади. Бу ҳолат, хусусан, Европа маданиятида кўпроқ кўринади. Бу эса вақти келиб кекса авлоднинг тобора камайиб бораётганлиги сабабли кам миқдордаги бугунги туристлар оқими ҳам умуман тўхтаб қолиши мумкин, деган ташвишланарли хулосага олиб келади.

Жаҳон туристик бозорида рақобат кураши кучайиб бораётган бир шароитда бундай аҳвол ўз-ўзидан тузалиб қолмайди. Ўзбекистон туристик маҳсулотга бўлган талабни ошириш учун мамлакатга ёш ва ўрта ёшдаги туристларни жааб этишнинг тез ва қатъий чораларини кўриши зарур. Шундай қилиш лозимки, бир марта Ўзбекистонга келган турист бу ерга яна бир бор келишни хоҳлайдиган бўлсин.

Туризмда бозор муносабатлари тизими соҳанинг иқтисодий самарадорлигини оширишга олиб келадиган ўзгаришларга муҳтож. Шубҳасиз туризм жуда катта даромад келтирадиган соҳа. Туризм ва унга тегишли тармоқларнинг кенгайиши ўз навбатида янги иш ўринларини яратади. Аксарият экспертларнинг фикрига кўра, туризм Ўзбекистон иқтисодиётининг динамик ривожланишига кўмак беради ва миллий модел тизимида ўзининг мустаҳкам ўрнини топади. Бундай фикрлар Италия, Испания, Туркия каби мамлакатларнинг иқтисодиётида тасдиқланган. Сўнгги йилларда мамлакатимизда туризм индустрияси ривожланиши учун кўп ишлар қилинди.

Ўзбекистонда “Туризм тўғрисида” ги қонуннинг қабул қилиниши миллий ва халқаро туризм ривожланишида муҳим аҳамият касб этади. Ушбу соҳада ишлайдиган мутахассислар, ўз фаолиятининг қонунийлигини, шу фаолият ҳуқуқ меъёрларига зид келмаслигини ҳис қилишмоқда. Аммо туризм индустрияси ва корхоналарини бошқаришда замонавий маркетинг ва менежмент тамойилларини қўллаш ҳозирги кунда етарли даражада эмас. Бизнингча, ту-

ризм соҳасида самарали менежментни жорий қилиш учун барча имкониятлар мавжуд. Биз энди ана шу масалаларнинг баъзи бирлари билан танишиб чиқамиз. Хусусан, туризм тармоқларининг иқтисодий ва сиёсий имтиёзларини ишлаб чиқиш лозим. 1999 йил апрель ойида Ўзбекистон ҳукумати 2005 йилгача бўлган туризм ривожланиши Давлат дастурини тасдиқлади ва унда туризм соҳасидаги илмий-назарий ва амалий мақсадлар ижроси кўриб чиқилди. Бу дастурдаги чора-тадбирлар амалга оширилди, аммо соҳага замонвий менежмент тамойилларини янада кенг жорий қилиш зарур.

Туризм индустриясини бошқаришни яхшилаш мақсадида Республика Олий Мажлиси туризм ҳақида қонун қабул қилди. Туризм соҳаси бўйича ваколатли ҳукумат органи – “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси ташкил этилди. Компаниянинг асосий мақсади ва вазифаси миллий туризм соҳасида умумий сиёсатни ишлаб чиқиб, мувофиқлаштириш, миллий туризмнинг халқаро туризм билан боғланишини таъминлаш этиб белгиланди. Компания меъерий-ҳуқуқий ҳужжатлар ва қонуний характерга эга бўлган қоидаларни асослаб беради, масалан, туристик ташкилотлараро кредит карточкалар орқали ҳисобот олиб бориш, валюта операцияларининг хусусиятларини очиб бериш ва бошқалар. Айрим экспертларнинг фикрига кўра, бу ерда ижтимоий туризм ривожланишига керакли бўлган имтиёзларни ҳам асослаб бериш каби специфик масалаларни кўриб чиқиш лозим.

Туризм соҳасидаги менежментни такомиллаштиришда Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори муҳим аҳамият касб этади. Қарорда таъкидланганидек, сўнги йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантириш бўйича изчил чора-тадбирлар кўрилмақда. Хизматлар бозори таркиби хизматларнинг янги истиқболли турлари банк-молия, сугурта, ахборот-коммуникация хизматлари ва бошқаларни ривожлантириш ҳисобига такомиллашиб бормоқда. Аҳолининг мураккаб маиший-техника воситалари билан, компьютерлар ва шахсий автотранспорт воситалари билан таъминланишнинг кескин ошиши уларга кўрсатилаётган хизматларнинг кенгайишига имкон яратади.

Шу билан бирга, мазкур тармоқни ривожлантиришдаги жиддий камчиликларни таъкидлаб ўтиш ҳам жоиз. Хусусан, бандликни ошириш ва аҳоли даромадларини кўпайтириш ҳамда бюджетни тўлдиришнинг истиқболли манбаси сифатида хизмат кўрсатиш ва сервис имкониятларидан кам фойдаланилмоқда. Хизмат кўрсатиш соҳаси, айниқса қишлоқ жойларида суст ривожланган. Бу ерда катта сармоя маблағларини талаб қилмайдиган

хусусий тадбиркорлик учун жозибадор бўлган кўпгина анъанавий хизмат турларидан фойдаланиш етарли даражада эмас. Шунинг учун ҳам қишлоқ аҳолисининг улардан фойдаланиш имкониятлари пастлигича қолмоқда. Маҳаллий ҳокимият раҳбар ҳодимлари бундай муҳим тармоққа керакли даражада эътибор бермаётганлигига эса мутлақо тоқат қилиб бўлмайди. Бунинг натижасида хизмат кўрсатиш соҳасининг ялпи ички маҳсулотдаги улуши ҳозирги кунда бозор мезонларига мос келмайди ва уни жаҳон мамлакатларида бу соҳада эришилган кўрсаткичлар билан таққослаб бўлмайди.

Кўплаб ривожланган мамлакатларда хизматларнинг ялпи ички маҳсулотдаги улуши 60-80 фоизни ташкил этиб, хизмат кўрсатиш соҳасида иш билан банд бўлган аҳолининг қарийб 70 фоизи меҳнат қилади. Аҳолининг истеъмол харажатлари таркибида эса мазкур соҳа 50-60 фоизни ташкил этган ҳолда республикамизда бу кўрсаткич 10-15 фоиздан ошмайди.

Хизматлар кўрсатиш ва сервис соҳасини жадал суръатларда ривожлантириш учун қулай шароит яратиш, унинг иқтисодиётдаги улушини ошириш, хизмат кўрсатиш тармоқларида банд бўлганлар сонини кўпайтириш ва шу асосда аҳоли даромадларини ошириш ҳамда ички истеъмол бозорини замонавий, сифатли турли-туман хизмат турлари билан тўлдириш мақсадида қуйидаги устувор йўналишлар белгилаб олинди³⁹. Биринчидан, хизматлар кўрсатиш соҳасида тадбиркорларнинг фаоллигини янада кучайтириш учун қулай шарт-шароит яратиш. Бу борадаги расмийчилик тўсиқларини бартараф этиш ва шу асосида хизматлар ҳажмининг юқори суръатларда ўсишини таъминлаш ҳамда 2010 йилгача уларнинг ялпи ички маҳсулотдаги улушини 49 фоизга етказиш. Иккинчидан, 2006-2010 йилларда хизматлар кўрсатиш соҳасида банд бўлган аҳоли сонини 1,6 марта кўпайтириш. Учинчидан, қишлоқ жойларда истиқомат қилаётган аҳолига кўрсатилаётган хизматлар, биринчи навбатда, коммунал-маиший, уй-жойларни таъмирлаш ва қуриш, сувдан фойдаланиш, ветеринария қишлоқ хўжалик маҳсулотларини тайёрлаш ва машина-трактор парклари соҳасидаги хизматлар ҳажми ва турларини янада ошириб бориш. Тўртинчидан, анъанавий хизмат турлари билан бир қаторда, янги истиқболли – юридик, консалтинг, банк, молия, суғурта, лизинг ва баҳолаш каби хизмат турларини жадал ривожлантириш. Бешинчидан, мамлакатимиз корхоналарининг халқаро бозордаги хизматлар даражаси ва сифатини ошириш ва шу асосда хизматлар экспортини кўпайтириш. Олтинчидан, хизматлар кўрсатиш ва сервис соҳасида ишлайдиган кадрларни тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва малакасини оширишни ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш ва ҳ.к.

³⁹ "Халқ сўзи" газетаси, 2006 йил 17 апрель.

Шу билан бир қаторда ҳукуратимиз томонидан туризм соҳасининг иқтисодий салоҳиятини мустаҳкамлаш бўйича икки тоифадан иборат имтиёзлар ҳам белгилаб олинди.

Биринчи тоифа – бу корхона соҳасидан (тармоғидан) келиб чиққан ҳолда имтиёзлар беради. Ўзбекистон Республикаси Солиқ кодексига биноан Самарқанд, Бухоро, Хива ва Тошкент шаҳарларида туризм соҳасида ташкил қилинаётган кўшма корхоналар ҳамда хорижий инвесторлар даромад солиғидан 5 йил муддатга озод этилади. Бундан ташқари, Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислоҳ Каримовнинг “Буюк ипак йўлини тиклаш ва республикада халқаро туризмни ривожлантиришда Ўзбекистон Республикасининг ўрни ҳақида”ги фармонида биноан хусусий меҳмонхоналар ва меҳмонхона инфратизимидagi объектларни қураётган тадбиркорларга тижорат банклари томонидан 5 йилга муддатли кредитлар ажратиб бериш ҳақида имтиёзлар ажратилди.

Биринчи тоифага киритилган имтиёзларга биноан туристик фирмалар (корхоналар) даромад солиғидан, ташкил топишидан бошлаб то биринчи даромадигача, лекин рўйхатдан ўтгандан кейин 3 йил муддат давомида, ер солиғидан озод қилиниши ҳам кўзда тутилади. Даромад олиш бошланган йилдан бошлаб 50 фоиз миқдорида солиқ тўланади, иккинчи йилида 75 фоиз, учинчи йилдан бошлаб эса 100 фоиз миқдорида даромад солиғи тўланади. Бундан ташқари, кўшимча қиймат солиғидан қуйидаги туризм турлари – тиббиёт тури, санаторий-курорт ва соғломлаштириш турлари, туристик-экскурсион хизмат тури, болалар дам олиш уйлари ташкил қилаётган корхоналар ва бошқа хизмат турлари ҳам озод этилади. Туристик корхоналар мулк солиғидан ҳам рўйхатдан ўтгандан кейин уч йил муддатга озод қилинади. Ушбу корхоналар “Транспорт воситалари ва механизмлари эгаларидан солиқ ундириш” Қонунига биноан транспорт воситалари даромад солиғидан рўйхатдан ўтгандан кейин то биринчи даромад кўргунча уч йил муддатга озод қилинади.

Иккинчи тоифа – бу иш фаолияти туридан қатъи назар умумий имтиёзларни ўз ичига олади. Бу ерда кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик билан, шунингдек, халқаро инвестиция билан шугулланаётган туристик корхоналар бошқа имтиёзларга ҳам эга ҳисобланади. Масалан, агар Ўзбекистон қонунлари инвестиция шартларини огирлаштира, бу ҳолда хорижий инвестицияларга 10 йил муддат ичида инвестиция амалга оширилаётган пайтидаги қонун амал қилади. 5 фоиздан 10 фоизгача умумий экспорт ҳажмига эга бўлган корхоналарнинг даромаддан олинадиган солиқ ставкаси 20 фоизгача камаяди. Агар 10 фоиздан 20 фоизгача бўлса 30 фоизга камаяди, агар 20 фо-

издан 30 фоизгача бўлса 40 фоизга, 30 фоиз ва ундан юқори бўлса 50 фоизга камаяди.

Бошқа имтиёз шундайки, экспорт қилинган моллардан тушган пул ҳисобот йили якунида БКФда даромад солиғидан озод қилинади. Низом фондида 30 фоиз ва ундан ортиқ ҳалқаро сармоёга эга бўлган қўшма корхоналар, шунингдек, хорижий корхоналар ва уларнинг филиаллари ҳамда ваколатхоналарига 25 фоизли даромад солиғининг ставкаси қўйилган. Агар туристик корхона ўзи ишлаб чиққан саноат молларини экспорт қилса, бу ҳолда улар акциз солиғидан озод қилинади. Агар қўшма корхона экспортга моллашган ва импорт ўрнини босадиган маҳсулот ишлаб чиқарса, бу ҳолда у саноатни ривожлантиришга керакли бўлган солиқ кредитини олиш ҳуқуқига ҳам эга бўлади. Агар қўшма корхона турига кирувчи туристик корхонанинг низом фонди 500 минг АҚШ долларидан ортиқ бўлса, у мулк солиғидан озод этилади. Ўзбекистонда қўшма корхоналар туристик корхоналар ходимларининг шахсий мулклари ва саноат эҳтиёж талаб бўлган мулклари киритилган бўлса, божхона солиғидан озод қилинади.

Туристлар хавфсизлиги ва соғлиғини сақлаш масалалари Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги қонунида тегишли моддалар бўйича ишлаб чиқилган. Масалан, Қонуннинг 18 моддаси “Туристлар хавфсизлиги гарови” деб аталиб, унда туризм давлат томонидан ваколат берилган орган бўлиб, туристик фаолият билан шуғулланувчи субъектлар томонидан туристлар хавфсизлиги таъминланади. “Туристлар хавфсизлигини таъминлаш чоралари” тўғрисидаги 19 моддада эса туристик фаолият билан шуғулланувчи субъектларнинг мажбуриятлари кўрсатилган. “Туристлар суғуртаси” тўғрисидаги 20 моддада суғурта туристлар учун мажбурийдир деб кўрсатилган.

Энг катта меҳмонхона секторидаги ўсиш Осиё-Тинч океани минтақасида кузатилди. Бу ерларда меҳмонхона жойларининг ўсиш жараёни 5,9 млн. кишини ташкил этиб, XX-XXI асрлар бўсағасида 9 баробарга ўсган эди. Энг кичик ўсиш жараёнлари эса Европа ва Америка минтақаларида кузатилган. Экспертларнинг фикрича, ҳозирги кунда Европа ва Шимолий Американинг 2/3 қисми бутундунё туризмидан ажралиб қолган. Туристларнинг асосий оқими атиги 43 та мамлакатнинг 100 дан ортиқ меҳмонхоналарида жой бўлган, холос. Бундай давлатларга Аргентина, Австралия, Австрия, Бельгия, Бразилия, Болгария, Канада, Хитой, Чехия, Миср, Финляндия, Франция, Германия, Греция, Венгрия, Ҳиндистон, Индонезия, Ирландия, Италия, Япония, Жанубий Корея, Малайзия, Мексика, Нидерландия, Норвегия, Польша, Руминия, Россия, Испания, Швеция, АҚШ, Венесуэла, Таиланд ва бошқа давлатларни киритиш мумкин.

Ўзбекистоннинг “Туризм барқарор ривожланиши” дастурини тайёрлаётган Бутунжаҳон туристик ташкилотининг миллий ва хорижий экспертлари фикрига кўра, жаҳон талабларига жавоб берадиган меҳмонхоналар учун хизмат кўрсатишнинг миллий стандартини тайёрлашда, авваламбор, “маҳаллий аҳолининг меҳмондўстлиги ва меҳрибонлиги”га асосланиш керак. Бу эса ўз навбатида Ўзбекистонда туризм ривожланиши миллий моделининг афзаллик томонларида бири бўлиши мумкин.

Ҳозирги кунда Ўзбекистоннинг туризм соҳаси билан ГЦ Аккор катта халқаро трансмиллий корпорацияси қизиқиб ишламоқда. Республикада Аккор компаниясининг фаолият юритиши (1997 й.) компания халқаро экспансияси стратегиясининг ўзгаришига олиб келди. Ўзбекистон нафақат фойдали туристик бозор сифатида, балки “Буюк ипак йўли” маркази сифатида, Аккор туристик хизмати ва ўзбек меҳмонхона комплексларини броня халқаро тизимига киритиш орқали, ўзининг тузилмасини катталаштиришни мақсад қилиб қўйган. Бунда халқаро туризм соҳасидаги давлат қонунлари ва турли хил солиқ имтиёзлари ҳам муҳим аҳамият касб этмоқда.

Аккор корпорациясининг меҳмонхона саноатини ривожлантиришга бўлган интилиши ва туристик хизматлар турининг турли-туманлиги, Ўзбекистон учун фойдадан холи эмас. Маҳаллий бозорни ўзлаштириб олган “Интерконтиненталь”, “Буми Интернешнл”, “Ўзбекистон” ва “Шодлик-Палас” каби меҳмонхоналар дунёга машҳурдир. Аккорнинг истиқболли ҳамкор сифатида фаолият юритиши мамлакатимизга хорижий меҳмонлар оқимининг кўпайиши ва халқаро туристик хизматлар бозорида, айниқса Франция бозорларида, миллий туристик маҳсулотлар обрўсининг янада ошишига олиб келиши мумкин. Бутунжаҳон туристик ташкилоти экспертларининг ҳисоб-китобларига қараганда, Франция Ўзбекистоннинг туристик маҳсулотлар бўйича Германиядан кейин иккинчи ўринда турадиган муҳим ҳамкоридир. Бундан ташқари, миллий туризм хизматларининг хорижий мамлакатларга тарқалиши билан бир қаторда, Ўзбекистон ҳақидаги, унинг кўркам жойлари, халқ тарихи ва маданияти тўғрисидаги маълумотларнинг тарқалиши ҳам муҳим аҳамият касб этади.

Халқаро бизнес тажрибаси шундан далолат берадики, туристик тизимларнинг фаолияти йирик туроператорлар иштироки билан самарали натижаларга олиб келиши мумкин. Бизнинг фикримизча, туризм индустрияси ва унинг туристик корхоналарини самарали бошқаришнинг асосий йўналишларидан бири меҳмонхона тармоқларини модернизациялашдан иборатдир. “Czech Travel News” журнали маълумотларига қараганда, Чехия Республикасига кириб келган туристларнинг асосий қисми (38,5 фоиз) ўрта, яъни

1/2/3 юлдузли меҳмонхоналарда тўхташар экан, 34,1 фоизи эса 4/5 юлдузли меҳмонхоналарда, 11 фоизи пенсионерлар уйида, 7,9 фоизи эса хусусий секторда тўхташар экан.

Бундай маълумотлар шуни кўрсатадики, Ўзбекистон Чехия туризми тажрибаси ёрдамида ўзининг инфрагузилмасини ривожлантириши мумкин экан. Божхона статистикасига қараганда, 2007 йилнинг биринчи ярмида республикамизга 271,7 минг киши кириб келган бўлиб, унинг 82,6 фоизи шахсий виза орқали, 8,6 фоизи иш туризми бўйича, 6,7 фоизи танишиш мақсадида ва 1,9 фоизи бошқа мақсадлар бўйича келишган. Албатта бунда меҳмонларнинг асосий қисми қариндош-уруғларникида туришган. Бутунжаҳон туризм ташкilotининг маълумотларига қараганда, саёҳатчиларнинг асосий қисми (70 фоизи) ўрта табақага тааллуқли меҳмонлар бўлганлиги учун ҳам уларнинг 65 фоизи, яъни туристларнинг асосий қисми “уч юлдузли” меҳмонхоналарда жойлашган. Туристларнинг 20-25 фоизи юқори табақага тааллуқли бўлганлиги учун ҳам асосан “тўрт юлдузли” меҳмонхоналарда тўхташган. “Беш юлдузли” меҳмонхоналарда эса атиги 10-15 фоиз туристлар тўхташган. Хулоса қилиб айтганда, меҳмонхона хўжалиги тармогининг кенгайиши шундай туристларни жойлаштириш тизимида ривожланиши керак. Шунга қарамасдан, ҳозирги кунда Ўзбекистонга келган хорижий туристларнинг асосий қисми қиммат меҳмонхоналарда (“тўрт юлдузли”) тўхташади ва бу ўрта табақага мансуб туристлар манфаатини йўққа чиқаради.

Туристларни кутиб олиш ва уларга хизмат кўрсатиш учун кунига 3000 одамга хизмат кўрсата оладиган моддий база керак бўлади, яъни бошқача қилиб айтганда, 12000 жой керак бўлади. “Хорват энд Хорват интернейшнл” фирмаси маълумотига кўра, АҚШда меҳмонхоналарнинг ўртача йиллик бандлиги 67,9 фоизини ташкил қилса, Японияда – 71,1 фоизни, Испанияда эса 57,3 фоизни ташкил этади. Дунёдаги меҳмонхоналарнинг ўртача бандлик ҳажми 67,0 фоизни ташкил қилади. Ўзбекистоннинг бу соҳадаги кўрсаткичи анча баланд бўлиб, туризм моддий базасининг даражаси янги аср бошланиши билан бирданига 18-19 минг ўринни ташкил қилганлигини кўрамиз.

1996 йилнинг охирида “Ўзбектуризм” МК тизимидаги меҳмонхоналар ва турбазалардаги, шунингдек, кемпинглардаги ўринлар сони 8137 тани ташкил қилган бўлиб, улардан 2579 таси халқаро стандартларга жавоб берган. Турист меҳмонлар талабини қониқтириш учун республикада мавжуд бўлган моддий-техник базани реконструкция қилиш керак бўлади. Бу эса 7,5 мингга яқин халқаро стандартларга жавоб бера оладиган жойлар ва 15 мингга яқин мавжуд меҳмонхоналарнинг янгидан қурилиши ва хусусий жойлаштириш воситалари демақдир.

**Ўзбекистон Республикасида 2005-2010 йилларда экспорт хизматларининг
ўсиш динамикаси (млн. сўм ҳисобида)**

Минтақалар	Йиллар						Жами 2005-2010
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	
Ўзбекистон Республикасида жами:	29537	42676	45020	47521	50140	53245	268139
Шундан:							
Қорақалпоғистон Республикаси	10	11	12	13	14	15	75
Вилоятлар:							
Андижон	0	0	4	5	6	7	22
Бухоро	1786	2102	2800	3500	4200	4900	19288
Жиззах	0	19	21	23	24	26	113
Кашқадарё	135	156	506	856	1203	1556	4412
Навой	17	28	29	32	34	36	176
Наманган	0	0	4	5	6	7	22
Самарқанд	4451	5030	5223	5337	5427	5835	31303
Сурхондарё	1524	1784	1800	1850	1961	2079	10998
Сирдарё	-	-	-	-	-	-	-
Тошкент	0	0	16	19	20	21	76
Фарғона	5	40	48	248	448	648	1437
Хоразм	900	1406	1493	1580	1675	1775	8829
Тошкент ш.	20709	32100	33064	34053	35122	36340	191388

Манба: “Ўзбектуризм” МКнинг ҳисоботи асосида муаллиф ишланмаси

СОЭЗМТ “Самарқанд” лойиҳа экспертлари томонидан меҳмонхоналар тармоғини шакллантиришнинг қуйидаги тизимини таклиф қилишган эди. Унга кўра, умумий жойлар сонининг:

- 5 фоизи 5 юлдузли;
- 12 фоизи 4 юлдузли;
- 36 фоизи 3 юлдузли;
- 24 фоизи 2 юлдузли;
- 23 фоизи эса 1 юлдузли меҳмонхоналарга тўғри келиши керак.

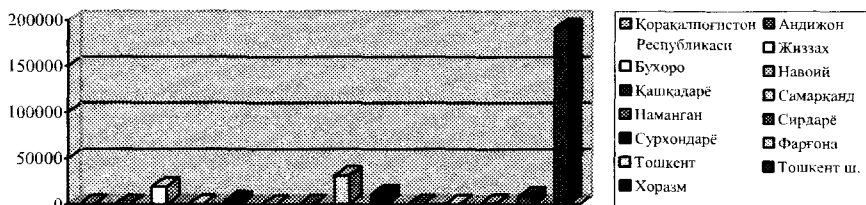
Шу билан бир қаторда лойиҳада амалдаги моддий базани модернизациялаштириш ва реконструкциялаш, халқаро стандартларга жавоб бера оладиган қулайликларни яратиш ва хизмат кўрсатиш сифатини яхшилаш масалалари ҳам ҳозирги куннинг устувор йўналишлари бўлиб турибди.

Миллий ва халқаро туризмни ривожлантириш ва экспорт потенциалини кучайтириш мақсадида Ўзбекистон туризм соҳасида хорижий капитални

кенг тарзда жалб қилмоқда. 1997 йилнинг куз фаслида “Инпро” олмониялик Хаскор томонидан 107 ўринга эга бўлган “Домина Шоадик Палас” (Тошкент) меҳмонхонасининг реконструкция ишлари тугатилди. Шундан сўнг республикадаги меҳмонхона ўринларининг сони 9 минг кишига етиб, унинг 1,1 минг жойи халқаро стандартларга жавоб берган эди. Ўзбекистонда автотуризм инфратузилмасини (автоёқилғи қуйиш станцияларини қуриш, автогараж ва автостанцияларни қуриш ва ҳ.к.лар) ташкил қилиш мақсадида 117,3 млн. сўм миқдоридида кредит олинди. 1997 йилда Ҳиндистон ҳукумати томонидан ажратилган “Янги Бухоро” меҳмонхонаси қурилиши учун 2,5 млн. АҚШ доллари миқдоридидаги кредит ўзлаштирилди. 1998 йилда Тошкентда “Шерагон” меҳмонхонаси ва бошқа меҳмонхоналар фаолият кўрсата бошлади. Шундай қилиб, республикамизнинг шаҳар ва унинг вилоятларида хизматларни экспорт қилиш ҳажми йилдан-йилга ортиб борган эди (9-жадвал)

11-диаграмма

Ўзбекистон Республикасида 2005-2010 йилларда жами экспорт хизматларининг ўсиш динамикаси (млн. сўм ҳисобида)



Манба: муаллиф ишланмаси

Жадвалдаги маълумотлардан кўриниб турибдики, 2005 йилда республикамиз бўйича 29,537 млн. сўм, 2010 йилда 53,245 млн. сўм миқдоридидаги экспорт хизматлари бажарилган. Бу эса 2005 йилга нисбатан 1,8 баравар кўп фойда олинганлигини билдиради. Вилоятлар бўйича Тошкент шаҳри (20,709 млн.), Самарқанд (4,451 млн.), Бухоро (1,786 млн.) ва Хоразм (0,9 млн.) бу соҳада пешқадамлик қилганлигини кўрамиз. Аммо туристларга хизмат кўрсатишнинг ҳали нафақат эслатиб ўтилган, балки республикамизнинг барча вилоятларида амалга оширилмаган имкониятлари катта. Асосий эътиборни хизмат кўрсатиш сифатини ошириш, уларнинг турларини кенгайтириш, халқаро туризм бозорига кириб боришни такомиллаштириш ишларига қаратиш лозим.

2-БОБ.

РЕСПУБЛИКА ХУДУД ЛАРИДА ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАР БОШҚАРУВИНИНГ ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛИ

- 2.1. Миллий туризм бошқарувини ҳудудий жиҳатдан таҳлил этиш**

- 2.2. Ўзбекистон ҳудудларида туризм самарадорлигини ошириш йўллари**

- 2.3. Ўзбекистонда туризм хизматлари бошқаруви ҳудудий ривожланишининг давлат томонидан қўллаб-қувватланиши**

2.1. Миллий туризм бошқарувини ҳудудий жиҳатдан таҳлил этиш

Ф. Котлернинг таърифига кўра, “Маҳсулот – бозорда истеъмолчи фойдаланиши ёки истеъмол қилиши учун тақлиф этиладиган ҳамда унинг эҳтиёжи ва хоҳишини қаноатлантирадиган товар ҳисобланади. Маҳсулот жисм кўринишида, шунингдек, хизмат, жой, ташкилий тузилма ёки гоё бўлиши ҳам мумкин”⁴⁰.

Турмаҳсулотга турли даврларда турлича таъриф берилгани билан уларни умумий хусусиятларига кўра уч гуруҳга бўлиб ўрганиш мумкин. *Биринчидан*, турмаҳсулот ва уни ташкил этадиган хизматларнинг моҳиятига эътибор берилади. *Иккинчидан*, хизматларнинг мураккаблиги ва кўп босқичдан иборат ташкил топганлиги кўрсатилади. *Учинчидан*, истеъмолчи хизмат яратилиши жараёни билан боғланганлигига эътибор берилади.

Шулардан келиб чиқадиган бўлсак, турмаҳсулотни “саёҳат вақтида туристлар эҳтиёжини қаноатлантириш учун зарур бўлган моддий (истеъмол моллари) ва номоддий (хизматлар) маҳсулотлар бирлиги”, деб таърифлаш мумкин бўлади⁴¹.

Австрия туризм институти директори ва БТТ эксперти Курт Хубертнинг фикрига кўра, талаб ва тақлиф нуқтаи назаридан қарайдиган бўлсак, туристик маҳсулот бир-бири билан чамбарчас боғлиқ бўлган тўртта таркибий қисмдан, яъни “умумжаҳон туристик мажмуи”дан иборат бўлади.

Тақлиф тизими. Туризм соҳасида ушбу тизим туристик объектлардан бири бўлиб, айнан улар талабни яратади ва улар орқали туристлар у ёки бу ҳудудни танлайди. Бундан ташқари, тизим уни тўлдириб турадиган иккинчи даражали элементлардан, аниқроқ қилиб айтадиган бўлсак, хизмат турларидан иборат бўлиб, уларнинг асосий мақсади туризмнинг янада яхшироқ бўлишини таъминлашдир.

Туристтик мажмуа асосий элементларининг (СМАЭ) туристик мажмуа иккинчи даражали элементлари (СМИДЭ) билан қўшилиши учун учинчи ички тузилма, яъни ташкилий тузилиш ёки туристик мажмуанинг ташкилий элементлари (СМТЭ) зарур бўлади.

⁴⁰ Котлер Ф. Основы маркетинга / Пер. с англ. М.: Росинтер, 1996.

⁴¹ Котлер Ф. и др. Маркетинг. Гостеприимство и туризм: Учебник для ВУЗов. Пер. с англ. М.: ЮНИТИ, 1998.

Умумий туристик мажмуа ичидаги ушбу таклиф ички тизим билан бир қаторда талабнинг ички тузилмасини ташкил этади. У сайёҳлик агентликлари ва сафарни уюштирувчилардан иборат бўлиб, талаб билан таклиф ўртасидаги оралик бўгин ҳисобланади. Улар туристик хизматлар истеъмолчилари – сафарга жўнаб кетаётганлар, анжуман ва съезд иштирокчилари ёки алоҳида бир ижтимоий гуруҳга кирувчи шахсларнинг (масалан, ногиронлар) талаблари қондирилишини таъминлайди.

Батафсил кўрсатилган туристик тизим ҳар қандай даражадаги туристик мажмуалар (мамлакатлар, ҳудудлар, жойлар) билан бир хил хусусиятга эга ҳисобланади. Айтиб ўтиш лозимки, Туристик мажмуада қуйидаги тўртта ички тизим элементидан камида биттаси бўлиши мумкин. Туристик мажмуаларнинг асосий элементларига, биринчидан, ҳудуднинг табиий хусусиятларини (СМАЭ), иккинчидан, ҳудуднинг маданий хусусиятларини (СМАЭ), учинчидан, туристлар учун махсус қурилган объектлар, иншоотлар ва ҳ.к.ларни ўрганишни киритиш мумкин.

Туристик мажмуанинг иккинчи даражали элементларига (СМИДЭ), биринчидан, транспорт хизматларига оид, иккинчидан, овқатланиш ва меҳмонхона хизматларига оид, учинчидан, дам олиш ва ҳордиқ чиқариш соҳаларига оид, тўртинчидан, чакана савдога оид, бешинчидан, гид хизматларининг таклиф этилишига оид бўлган барча тизимлар ва бошқаларни киритиш мумкин.

Туристик мажмуанинг ташкилий элементларига (СМТЭ), биринчидан, туристик тизимни ташкил этишни режалаштириш ва бошқариш ишларини, иккинчидан, реклама ва ахборотни, учинчидан, маркетинг хизматларининг ташкил этилишини ва бошқаларни киритиш мумкин⁴².

Туристик мажмуанинг ички тизимига оид элементларга, биринчидан, туристик агентликлар, иккинчидан, сафар уюштирувчилар, учинчидан, алоҳида туристик гуруҳлар, тўртинчидан, бир кунлик экскурсияни ташкил этувчилар ва ҳ.к.ларни киритиш мумкин.

Фақатгина тўртта ички тизимдан иборат бўлган ушбу тузилмагина туристик соҳа сифатида тўла ўзини қамраб олиб, у манتيқий жиҳатдан анчагина содда қурилган.

Туристик маҳсулот таркибида унинг бир қадар торроқ ихтисослашган қисми бўлган дам олиш қисмини ва туристик маҳсулот қисмини (ДОСМ) ҳам алоҳида ажратиб ўрганиш мумкин. ДОСМ тоифасининг киритилиши дам олишга ихтисослашган ҳудудлар таҳлил қилинганда кўпроқ аҳамиятга эга бўлади. ДОСМ туристларга (туристлар ва бир кунлик зиёратчиларга) таклиф

⁴² СМАЭ

этиладиган дам олиш ва соғлиқ-саломатлик тикланишига (асосан санатория ва курортлар кўринишида) қаратилган хизматлар мажмуасини ташкил этади. Кенгроқ маънода қарайдиган бўлсақ, ДОСМ таркибида туристик маҳсулотга хос бўлган барча элементлар, шунингдек, дам олиш ва даволаниш хизматларини ҳам кўрсатиш мумкин. Шу билан бирга туризмнинг бундай кўринишида дам олиш ва даволаниш сафарнинг ўзига хос асосий мақсади ҳам ҳисобланади. ДОСМ қуйидаги асосий даражалардан ташкил топган бўлиши мумкин.

10-жадвал

ДОТМда ишлаб чиқариладиган шaroитни белгиловчи асосий кўрсаткичлар

Бўлимлар (ички бўлимлар ва кўрсаткич гуруҳлари)	Дам олиш ва туристик маҳсулотларни ишлаб чиқариш даражаси		
	Маҳаллий	Ҳудудий	Миллий
1	2	3	4
1.1. Ишлаб чиқариш ҳажми			
1.2. Баҳолаш кўрсаткичлари	А) дам олиш ва туризм соҳасидаги корхона фаолиятдан келган тушум (умумий даромад)	А) ҳудудда таклиф этилган дам олиш ва туристик хизматлардан келган тушум	А) дам олиш ва туризм соҳасидаги товар ва хизматларни таклиф этишдан келган тушум
	Б) дам олиш ва туристик корхонанинг умумий тушуми	Б) дам олиш ва туризм соҳасида яратилган умумий ҳудудий маҳсулот	Б) дам олиш ва туризм соҳасида яратилган ЯИМ баҳоси
1.3. Табиий кўрсаткичлар		А) дам олишга келганлар сони (келишлар сони)	
		Б) тунашлар сони (кичи-соат)	
1.4. Ишлаб чиқариш тизими		А) хизмат турлари, фаолиятнинг мақсади (табиий баҳолаш кўринишида акс эттирилиши): – Асосий хизматлар (шу жумладан жойлаштириш, овқатлантириш, транспорт хизматлари) – Махсус хизматлар (шу жумладан даволаш, экскурсия, томошалар уюштириш соғломлаштириш ва ҳ.к.лар) – Қўшимча хизматлар (шу жумладан маиший хизмат кўрсатиш, алоқа, савдо ва бошқалар).	

Манба: Муаллиф ишланмаси.

Маҳаллий даражада. Дам олиш ва туризмга ихтисослашган корхона ДОСМ бўлиб, у туристларни жойлаштириш хизматларини, шунингдек, махсус хизматларни (санаторияда даволаниш, эскскурсиялар уюштириш, соғлиқни тиклаш ва ҳ.к.лар) ўз ичига олиб, бундай хизматлар турининг нисбати турлича кўринишда бўлиши мумкин.

Ҳудудий даражада. Бу ўзига курортда (дам олиш жойи) туристларга кўрсатиладиган барча пулли хизматларни ўз ичига олади.

Миллий даражада. Бу ўз ичига миллий территория ва хорижда дам олиш турларини ва шунингдек туристик хизматларни ташкил этиш борасидаги фаолиятни тўлалигича қамраб олади (агар хорижда таклиф этилган хизматлардан келадиган даромад миллий корхона (муассаса) ихтиёрига келиб тушадиган бўлса).

Туристлик ҳудуд ривожланишига таъсири таҳлил қилинганда туризмнинг иқтисодий модели ва туристик маҳсулотнинг таркибини ўрганиш мақсадга мувофиқдир. Дам олиш хизматларини таклиф этишга ихтисослашган ҳудудларда дам олиш ва туристик маҳсулотни белгилаш ва унинг ҳудудий ривожланишга таъсирини аниқлаш муҳим аҳамият касб этади. Чунки бундай ҳудудларда дам олиш ва сайёҳлик фаолияти иқтисодий ўсиш суръатларининг нисбатига таъсир қилади. ДОСМ баҳоси хўжаликлараро балансга асосланиб белгиланиши мумкин (10-жадвал).

ДОТМ ҳажми маҳсулот ва уни ишлаб чиқаришга хос бўлган кўрсаткичларга асосланиб ҳисобланади. Бундай усул учта асосий бўлимдан, яъни биринчидан, техник-иқтисодий хусусиятларни акс эттирувчи кўрсаткичдан, иккинчидан турмаҳсулотни сотишда ўзига хослигини акс эттирувчи кўрсаткичдан, учинчидан дам олиш ва турмаҳсулотнинг ижтимоий-иқтисодий ўсишга таъсирини акс эттирувчи кўрсаткичдан иборат бўлиши мумкин.

2.2. Ўзбекистон ҳудудларида туризм самарадорлигини ошириш йўллари

Туризм барча давлатларнинг ижтимоий-иқтисодий, маданий ва таълим соҳаларига, шунингдек, халқаро иқтисодий муносабатларига бевосита таъсир кўрсатувчи фаолият туридир. Туристлик фаолиятининг хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда халқаро туризмдаги самарадорликни аниқлаш керак. Чунки туризмнинг самарадорлиги ташрифчиларнинг сони билан ёки маълум бир турмаҳсулотни ишлаб чиқарувчи туристик тузилмаларнинг фаолият ҳажми билан аниқланади.

Туризм самарадорлиги деганда бу тармоқдаги ҳар бир ташкилий-хўжалик бўғинининг муваффақиятли фаолиятини ва ривожланиб боришини таъминловчи бошқарувни тушунмоқ лозим. Бу ўринда биз туризмни бошқаришнинг самарадорлигини икки йўналишда (иқтисодий самарадорлик ва ижтимоий самарадорлик) кўриб чиқамиз.

Туризмни иқтисодий бошқариш соҳасида бошқарув тизимининг таъсирини моҳияти туристик фаолиятдаги харажатларни имкон даражасида камайтиришдан иборатдир. Туризм соҳасида истеъмол туристларнинг талабини қондириш учун зарур товарлар ва хизматларнинг қиймати билан аниқланади. Шундай қилиб, харажатлар туристнинг сафарга тайёргарлик чоғида ва сафар манзилида бўлган пайтидаги харажатларнинг умумий йиғиндиси сифатида ҳисобланади. Туристик саёҳат учун харажатлар миқдорини белгилаш учун қуйидагилар аниқланиши лозим:

1. Сайёҳнинг сафарлар тезлиги. Бу кўрсаткич сайёҳ маълум бир вақт давомида ўртача неча марта сафарга чиқишини кўрсатади:

$$СТ = СС / В,$$

бунда СТ – сафарлар тезлиги; СС – сафарлар сони; В – вақт.

2. Сайёҳнинг сафарлар жадаллиги. Бу кўрсаткич аҳолининг қайси қисми йил давомида туристик хизматдан фойдаланганлигини кўрсатади:

$$СЖ = ТС / АС,$$

бунда СЖ - сафарлар жадаллиги; ТС - туристлар сони; АС - аҳоли ўртача сони.

Туристик харажатларнинг барча бўлимларини иқтисодий таҳлил қилиш туризм самарадорлигини аниқлашнинг энг муҳим усулларида бири ҳисобланади. Туристик харажатлар пул шакида ифодаланиб, унга туристик маҳсулотни истеъмолчига етказиш ва унинг эҳтиёжини қондириш учун сарфланган жонли ва моддийлаштирилган меҳнат харажатлари деб таъриф бериш мумкин. Туризмда харажатлар икки гуруҳга – тўғри ва эгри харажатларга бўлинади.

1. **Тўғри** (ҳақиқий, бевосита) **харажатлар** асосан туристик маҳсулотни ишлаб чиқарувчилар томонидан, шунингдек, минтақанинг тарихий ва меъморий обидаларидан фойдаланувчилар томонидан қопланади.

2. **Эгри** (қўшимча, билвосита) **харажатлар** асосан бошқа шахслар ва ташкилотлар, яъни туристик маҳсулотнинг истеъмолчилари томонидан тўланади.

Туризмни ривожлантириш ва хизмат кўрсатиш учун сарфланган ҳукумат харажатлари **бюджет харажатлари** деб аталади. Туризм билан боғлиқ бўлган бошқа харажатлар ҳам мавжуд бўлиб, улар ҳукумат томонидан эмас, балки ўша минтақа аҳолиси томонидан қопланади.

Туристлик харажатларни мувофиқлаштириш нуқтаи назаридан олганда, иқтисодий бошқарув ушбу харажат турларининг пайдо бўлиш манбаларини аниқлаб беради. Бу иш кейинчалик харажатларни оқилона равишда қисқартириш учун энг самарали иқтисодий таъсир кучларини топиш мақсадида амалга оширилади.

Бюджет харажатларига йўлларнинг қурилиши, ёнгиндан сақлаш, канализация, автомобиль назорати, ахлатни йиғиштириш ва қайта ишлаш инфратузилмаси, сайлгоҳ ва дам олиш объектлари, ўрмон ҳўжалиги, тарихий ва мейморий обидалар, музейлар фаолиятини ташкил этиш, касалхоналар ва бошқа соғлиқни сақлаш объектлари, ижтимоий хизмат кўрсатиш ташкилотлари ва назорат инспекциялари киради. Сўнгги йилларда дунёда нотижорий жойлаштиришлар, яъни қариндош- уруғлар, дўстлар ва танишларникига жойлашиш ҳаракатлари кенг тус олиб бормоқда. Нотижорий вақтинчалик жойлашишлар амалиётда ёшлар ташкилоти мавжуд бўлган мамлакатларда, ўқув даргоҳларининг таътил вақтида амалга оширилиб, у ёшларга арзон харажатлар билан дунёнинг бир қатор минтақаларига бориш имконини беради.

Туристарнинг хизмат кўрсатиш дастурига овқатлантиришни ҳам киритиш мумкин. Бунда учта асосий хизмат кўрсатиш усулини, яъни овқатланиш турист томонидан тўланган, овқатланиш турпакет баҳосига кирмаган, лекин қўшимча ҳақ ҳисобига тақдим этилишни ва ўз-ўзига хизмат қилишни ажратиб ўрганиш мумкин. Овқатланиш инфратузилмасида туристларга тез ва аниқ хизмат кўрсатишга катта аҳамият берилади. Жойларга келган туристик гуруҳларга тақдим этилган меню тушунарли бўлиши ва баҳолари мамлакат валютасида кўрсатилиши керак. Овқатланиш инфратузилмаси сарф қилинган харажатга мос келиши ва туристарнинг саломатлигига зарар етказмаслиги лозим.

Бошқарув самарадорлигини аниқлашда қуйидаги кўрсаткични қўлашни таклиф этамиз:

$$K = GL/FE.$$

Бу ерда K – бошқарувнинг самарадорлик коэффициенти; G – ҳар бир бошқарув ходимига тўғри келувчи бошқарув харажатлари; L – хизматчиларнинг умумий сонига бошқарув ходимлари улуши; F – маблағ (фонд) билан таъминланганлик; E – маблағлар (фондлар)дан фойдаланиш коэффициенти.

Туризм бозоридаги кучли рақобат фирмаларнинг ички самарадорлигини ошириш усулларини қидиришга мажбур этади. Туристлик хизматларнинг меҳнат бозоридаги рақобатбардошлиги хизматчиларни самарали бошқариш орқали амалга оширилади. Фирманинг меҳнат бозоридаги мавқеини баҳолашда қуйидаги кўрсаткичлардан кенг фойдаланиш мумкин:

К - хизматчиларнинг ўз корхоналаридан мамнунлик даражаси;
 $K = \text{БХ} / \text{Х} * 100\%$, бунда, К - кадрларнинг қўнимсизлик коэффициенти.

БХ - ишдан бўшаган хизматчилар умумий сони.

Х - хизматчиларнинг ўртача рўйхатдаги сони.

-ҳар бир хизматчи бошига тўғри келадиган тадбирлар учун ўртача харажатлар;

-кадрлар билан таъминланганлик даражаси;

-меҳнатнинг самарадорлиги.

Ходимларни бошқариш нуқтаи назаридан фирмалар фаолиятининг самарадорлигига қуйидагича эришилади:

-ходимларни тўғри танлаш;

-корхона мақсадларини рўёбга чиқариш учун ходимлар таркибини сақлаш;

-мақбул бўлган иш ҳақи ва меҳнатни рағбатлантирувчи усулларни қўллаш;

-меҳнат жамоасининг ҳар бир аъзосини ҳимоя қилиш бўйича чора-тадбирларни қўллаш;

-хизматчиларни бошқарувга жалб қилиш ва ҳ.к.лар.

Хизматчиларни бошқарувга жалб қилиш учун ҳар бир хизматчи эътиборига бажарилиши лозим бўлган вазифалар ва уларни бажариш учун жавобгарликнинг тўла ҳажми ҳавола этилиши керак. Маълум бир вақт ўтиши билан аниқ режа тузилгач, ишлаб чиқилган вазифаларни ходимларга, уларнинг қобилиятларидан келиб чиққан ҳолда тақсимлаш зарур.

Мамлакатнинг туризм соҳасини ривожлантириш бўйича 2010 йилда қилинган ишлар ҳар томонлама таҳлил қилганда, 2011 йилда хизмат кўрсатилган чет эллик ва маҳаллий туристларнинг умумий сони 1 млн. кишидан ошганлиги, шу жумладан, туризм соҳаси корхоналари томонидан 463,4 млн. нафар чет эллик туристга хизмат кўрсатилганлиги кузатилади. Бунда хизмат кўрсатилган туристлар сонининг ўсиш суръатлари ўтган йил билан таққослаганда 5,4% ни ташкил қилди. Ўтган йили Ўзбекистонга 1 млн. нафардан зиёд чет эл фуқаролари келиб кетди.

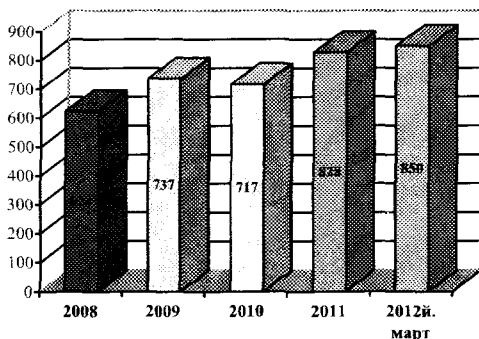
Туризм соҳасида тадбиркорларнинг фаолигини ривожлантириш бўйича тадбирларни амалга ошириш ҳисобига кўрсатилган туристик хизматларнинг умумий ҳажми 2011 йилда 2010 йилдаги кўрсаткичлардан 8,3%га ошди. Туристик хизматлар экспортининг прогнози 112,0%га бажарилди. 2010 йил билан таққослаганда ушбу кўрсаткич 127,8%ни ташкил қилди.

Шу ўринда Ўзбекистон Республикасида туризм фаолияти билан шуғулланиш учун лицензия олишда тақдим этиладиган зарур ҳужжатлар билан танишиб чиқиш мақсадга мувофиқдир. Улар қуйидагилардан иборат:

- 1) лицензия бериш тўғрисида ариза;
- 2) юридик шахс давлат рўйхатидан ўтказилганлиги тўғрисида гувоҳноманинг нотариал тасдиқланган нусхаси;
- 3) лицензия талабгорининг жойдан фойдаланиш ҳуқуқини тасдиқлайдиган ҳужжатлар (ижара шартномаси, кадастр);
- 4) шақлаантирилган низом жамғармасининг миқдори (энг кам иш ҳақининг 400 бараваридан кам эмас) тўғрисида банк маълумотномаси;
- 5) махсус маълумотга ёки туризм соҳасида камида 3 йиллик иш стажига эга бўлган мутахассисларнинг борлигини тасдиқлайдиган ҳужжат (диплом нусхаси, меҳнат дафтарчаси нусхаси, ишга қабул қилиш тўғрисидаги буйруқ);
- 6) исми-шарифи, туғилган йили, паспорт маълумотлари, уй манзили, маълумоти, телефон рақамлари, хорижда бўлганлиги (мамлакат, мақсад) кўрсатилган ҳолда раҳбар тўғрисидаги маълумотлар;
- 7) жойнинг моддий-техник жиҳатдан жиҳозланганлиги лицензияланадиган фаолият тури талабларига мувофиқлигини тасдиқлайдиган жойни кўздан кечириш далолатномаси.

12-диаграмма

Туристлик фаолият учун лицензияга эга ташкилотлар сони⁴³



Бугунги кунда республикада 850 туристик ташкилот фаолият юритяпти, улардан 521 таси туроператорлик фаолиятини амалга оширади, 329 таси меҳмонхона хўжаликларидир⁴⁴.

Шу билан бирга мамлакатнинг туристик салоҳиятини чет эл бозорларига олиб чиқиш ва чет эллик туристларнинг Ўзбекистон Республикасига оқимини кўпайтириш иши таҳлил қилинди. Чет эл туристик компанияла-

⁴³ Муаллиф ишланмаси

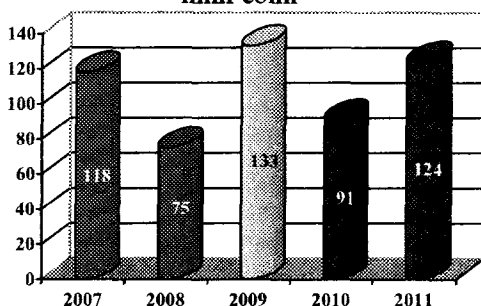
⁴⁴ www.uzbektourism.uz

рини Ўзбекистонга туристларни йўналтириш ишига жалб этиш ва мамлакат туристик маҳсулотини хорижий бозорларга олиб чиқиш бўйича ўтказилган тадбирлар ҳам ўз натижаларини берапти.

12-диаграммадан мамлакатимизда 2008-2012 (март ойи) йиллар оралиғида туризм фаолияти билан шугулланиш мақсадида лицензия олган ташкилотлар сони ошиб борганлигини кўришимиз мумкин. 2012 йилда (март ойигача) кўриб турганимиздек, бутун Республикамиз бўйлаб лицензия олган ташкилотларнинг сони 850 тани ташкил этиб, 2011 йил билан таққослаганда бу кўрсаткич – 106,4 фоизга ўсганлигини ёки 22 тага ортганлигини кўраемиз.

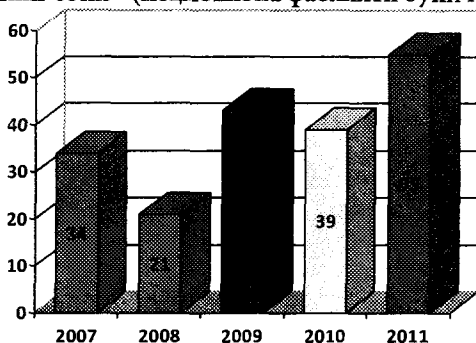
13-диаграмма

Туристтик фаолият билан шугулланиш учун лицензия олган ташкилотларнинг сони⁴⁵



14-диаграмма

Туристтик фаолият билан шугулланиш учун лицензия олган ташкилотларнинг сони⁴⁶ (меҳмонхона фаолияти бўйича)



⁴⁵ Муаллиф ишланмаси

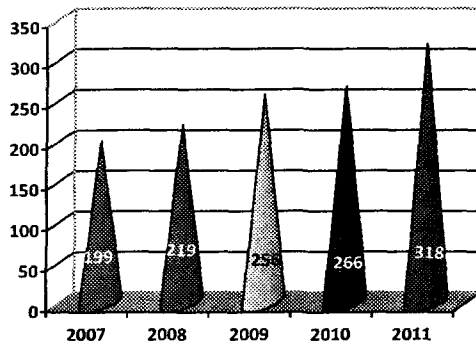
⁴⁶ Муаллиф ишланмаси

13-диаграммада биз мамлакатимизда 2007-2011 йиллар оралиғида туризм фаолияти билан шугулланиш мақсадида лицензия олган ташкилотларнинг сонини кўрмоқдамиз. 2011 йилда, кўриб турганимиздек, лицензия олган ташкилотларнинг сони 124 тани ташкил этиб, 2010 йилга нисбатан 136,3 фоизга ўсганидан далолат бермоқда.

14-диаграммада мамлакат бўйича 2007-2011 йиллар оралиғида меҳмонхона фаолиятини олиб бориш учун лицензия олган ташкилотлар сони келтирилган. 2011 йилда мазкур ташкилотларнинг сони 55 тани ташкил этиб, бу кўрсаткич 2010 йилга нисбатан 141 фоизга ортганлигини кўришимиз мумкин.

15-диаграмма

Туристлик фаолият билан шугулланиш учун лицензияга эга ташкилотларнинг сони⁴⁷ (меҳмонхона фаолияти бўйича)

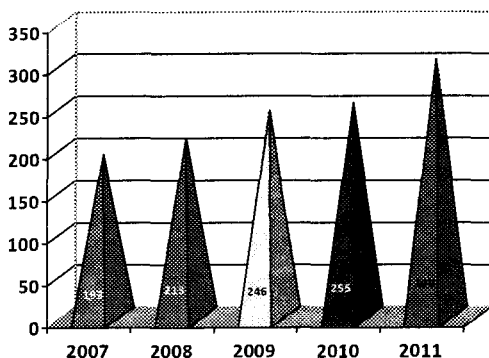


15-диаграммада мамлакатимизда 2007-2011 йиллар мобайнида меҳмонхона фаолияти билан шугулланиш учун лицензияга эга жами ташкилотлар сони берилиб, йилдан-йилга ташкилотларнинг умумий сонига ўсиш кузатиламоқда. 2011 йилги кўрсаткич 2010 йилга нисбатан 52 та кўп, яъни 119,5 фоизни ташкил этиб, 2007 йилга нисбатан эса 119 та кўп ёки 159,8 фоизни намоён этмоқда.

16-диаграммада эса 2007-2011 йиллар оралиғида лицензияга эга меҳмонхоналар (авто-кемпинг, турбаза ва юргали оромгоҳлардан ташқари) сони келтирилган. Бу ерда ҳам меҳмонхоналар сонининг ўсиш суръати ижобийдир. 2011 йилда мамлакатимиздаги меҳмонхоналарнинг сони 306 та бўлиб, 2010 йилга нисбатан 51 та кўп ёки 120 фоизга ортиқ, 2007 йилга нисбатан эса 113 та кўп ёки 158,5 фоизга ортиқдир.

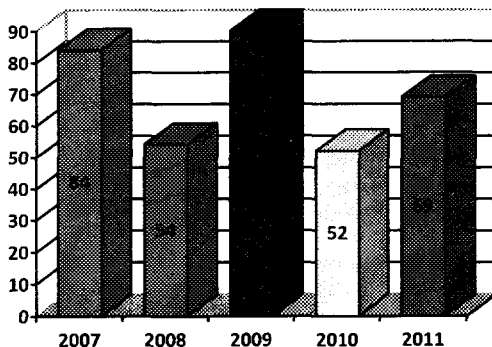
⁴⁷ Муаллиф ишланмаси

Туристтик фаолият билан шуғулланиш учун лицензияга эга ташкилотларнинг сони⁴⁸ (фақат меҳмонхоналар)



17-диаграмма

Туристтик фаолият билан шуғулланиш учун лицензия олган ташкилотларнинг сони⁴⁹ (туроператорлар ва турагентликлар)

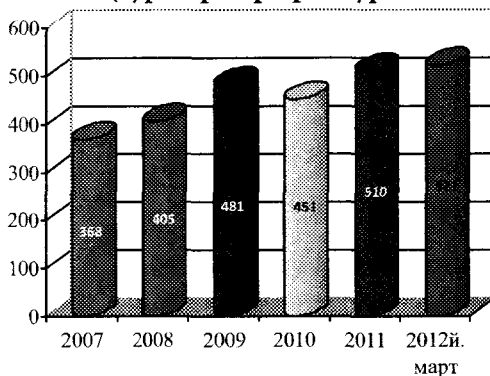


17-диаграммада мамлакат бўйича 2007-2011 йиллар оралигида туристик фаолият билан шуғулланиш учун лицензия олган ташкилотлар (туроператор ва турагентликлар) сони келтирилган бўлиб, 2011 йилда мазкур ташкилотлар сони 69 тани ташкил этган, бу эса уларнинг 2010 йилга нисбатан 132,7 фоизга кўпайганигини кўрсатади.

⁴⁸ Муаллиф ишланмаси

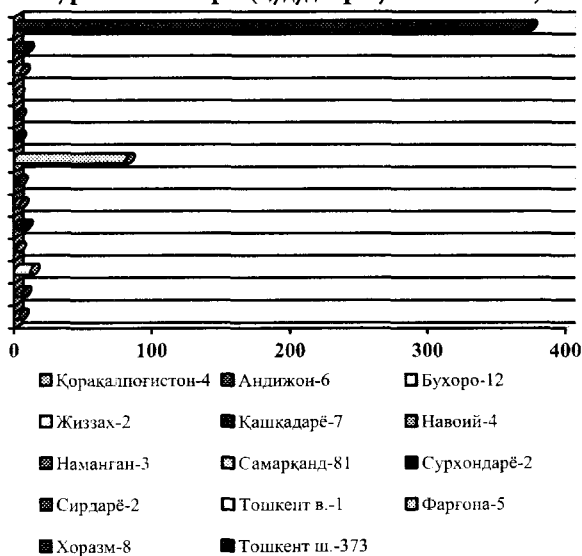
⁴⁹ Муаллиф ишланмаси

Туристлик фаолият билан шуғулланиш учун лицензияга эга ташкилотларнинг сони⁵⁰ (гуроператорлар ва турагентликлар)



19-диаграмма

Туристлик фаолият билан шуғулланиш учун лицензияга эга гуроператор ва турагентликлар⁵¹ (ҳудудлар бўйича 2011 й.)



⁵⁰ Муаллиф ишланмаси

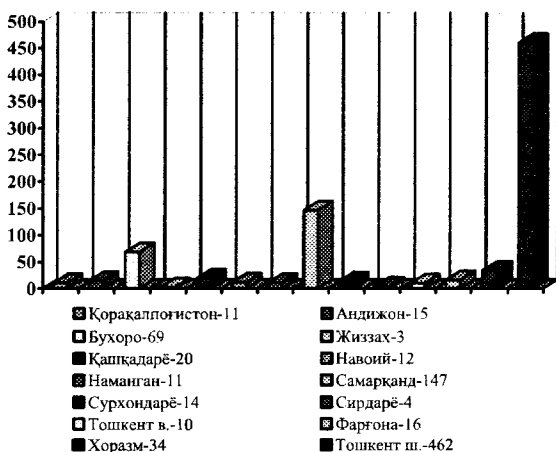
⁵¹ Муаллиф ишланмаси

18-диаграммада мамлакатдаги 2007-2011 йилларда туристик фаолият билан шугулланиш учун лицензияга эга ташкилотлар (туроператорлар ва турагентликлар) сони келтирилган бўлиб, 2011 йилда мазкур ташкилотларнинг сони 510 тани ташкил этган ва бу 2010 йилга нисбатан 59 та кўп ёки улар 113 фоизга кўпайганлигини кўрсатади.

19-диаграммадан 2011 йилда мамлакатимиз ҳудудлари бўйича туристик фаолиятни амалга ошириш учун лицензияга эга бўлган туроператор ва турагентликларнинг умумий сонини кўришимиз мумкин. Бу ерда Тошкент шаҳри (373 та), Самарқанд (81 та) ҳамда Бухоро (12 та) вилоятлари бошқа ҳудудларга нисбатан кўпчиликни ташкил этади.

20-диаграмма

Туристтик фаолият билан шугулланиш учун лицензияга эга ташкилотларнинг сони⁵² (ҳудудлар бўйича 2011 й.)



20-диаграммада 2011 йилда мамлакатимиз ҳудудлари бўйича туристик фаолиятни амалга ошириш учун лицензияга эга бўлган ташкилотларнинг умумий сони келтирилган. Бу ерда Тошкент шаҳри (462 та), Самарқанд (147 та), Бухоро (69 та) ҳамда Хоразм (34 та) вилоятлари бошқа ҳудудларга нисбатан кўпчиликни ташкил этади.

2011 йилда “мега-инфо-турлар” таништириш сафарлари лойиҳасини амалга ошириш давомида Ўзбекистонга дунёнинг 36 мамлакатидан чет эллик туристик ташкилотларининг 580дан зиёд вакили ва оммавий ахборот восита-

⁵² Муаллиф ишланмаси

ларининг туризм мавзусини ёритишга ихтисослашган 46 вакили келди. Чет эл туристик ташкилотлари ва ОАВнинг Ўзбекистонга жалб этилган вакиллари умумий сони 627 кишини ташкил қилди. “Мега-инфо-турлар” таништириш сафарлари лойиҳасини амалга ошириш Ўзбекистонга келадиган туристларнинг сони 2012 йилда ўртача 15% га кўпайишига имкон яратади. 2012 йилда туризм соҳасини ривожлантириш ва мамлакат барча минтақаларининг туристик хизматлари экспорт салоҳиятини ошириш лозим.

2012 йил охиригача туристларга сифатли хизмат кўрсатиш мақсадида қуйидаги ишларни амалга ошириш режалаштирилган:

- 77 меҳмонхона ва шунга ўхшаш бошқа жойлаштириш воситалари қурилиши;

- туристларга кўрсатиш учун 90 объект барпо этилиши;

- туристларга сервис хизмати кўрсатадиган 70 объект қурилиши;

- туристларга хизмат кўрсатиш учун янги 53 автобус ва микроавтобус харид қилиниши⁵³.

Тармоқни ривожлантиришдаги мавжуд муаммолар ва камчиликларга алоҳида эътибор берилади. Тармоқ корхоналари томонидан мамлакатда ички туризмни ривожлантириш иши етарли даражада олиб борилмаётганлиги ва ички туристларга хизмат кўрсатиш ҳажмларини оширишда пассивликка йўл қўйилаётганлиги танқидий равишда қайд этилди.

Шу жумладан туристик базалар, дам олиш зоналари, пансионатлар, санаторий-курорт, даволаш-соғломлаштириш, спорт-соғломлаштириш, рекреацион ва экотуристтик ташкилот ҳамда муассасаларда ички туристларга хизмат кўрсатиш имкониятларидан самарали фойдаланишни йўлга қўйиш даркор.

Хусусан, 2012-2013 йилларда ички туризмни ривожлантириш бўйича минтақавий дастурларни тайёрлаш ишини жадаллаштириш тўғрисида қарор қабул қилинди. Мазкур дастурларни амалга ошириш дам олувчилар учун қулай шарт-шароитлар яратиш ва ўзбекистонликларнинг мамлакат бўйлаб туристик сафарлар қилишга қизиқишларини фаоллаштириш учун имкон яратади⁵⁴.

Мамлакатимизнинг қолган вилоятларида лицензияга эга ташкилотларнинг сони камчиликни ташкил этади ва бу эса ўз навбатида мазкур ҳудудларда туристик инфратузилмани яхшилаш ҳамда кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектларни қўллаб-қувватлашни тақозо қилмоқда. Шунингдек, мамлакатимизда туризмнинг ривож учун, қолаверса, Ўзбекистонга хорижий тури-

⁵³ www.uzbektourism.uz

⁵⁴ www.uzbektourism.uz

стларни жалб қилишда асосий роль ўйнайдиган туроператорлар ҳамда турагентларнинг ҳам аҳамияти юқори саналади. Туристик хизматлар сифатини такомиллаштириш бўйича туристларни қабул қилиш ва уларга хизмат кўрсатиш билан шуғулланадиган барча ташкилотлар учун “Меҳмондўстлик ва сервис дарслари” мавзусида семинарлар ўтказиш мўлжалланмоқда.

11-жадвал

Ўзбекистондаги мавжуд турбаза, дам олиш зонаси, пансионат, санатория-курорт, даволаш-соғломлаштириш, спорт-соғломлаштириш, экотуристтик ва рекреацион ташкилотларининг сони⁵⁵ (2012 йил январь ойи ҳолатига кўра)

№	Ҳудуд	Турбаза	Дам олиш зонаси	Пансионат	Санатория-курорт ташкилотлари	Даволаш-соғломлаштириш ташкилотлари	Спорт-соғломлаштириш ташкилотлари	Экотуристтик ва рекреацион ташкилотлар
1	Андижон	-	1	-	5	6	4	2
2	Бухоро	-	-	-	9	31	-	-
3	Жиззах	1	5	1	7	2	-	2
4	Қашқадарё	1	12	-	15	3	1	-
5	Навоний	-	6	-	1	4	1	3
6	Наманган	1	-	1	18	1	2	-
7	Қорақалпоғистон Республикаси	2	-	-	6	1	1	-
8	Самарқанд	-	1	-	9	-	-	-
9	Сурхондарё	1	-	-	7	6	1	-
10	Сирдарё	6	12	-	-	5	-	-
11	Тошкент в.	-	-	-	5	80	-	-
12	Фарғона	-	8	1	16	-	2	-
13	Хоразм	-	-	-	4	18	22	-
14	Тошкент	-	9	-	7	3	1	-
	Жами	12	54	3	109	160	35	7

11-жадвалда республикамызда фаолият юритаётган турбаза, дам олиш зонаси, пансионат, санатория-курорт, даволаш-соғломлаштириш, спорт-соғломлаштириш, экотуристтик ва рекреацион ташкилотларнинг сони келтирилади. Республикамызда ушбу соғломлаштириш марказлари маҳаллий ва хорижий туристларга сифатли хизмат кўрсатмоқда.

⁵⁵ www.uzbektourism.uz

2.3. Ўзбекистонда туризм хизматлари бошқаруви ҳудудий ривожланишининг давлат томонидан қўллаб-қувватланиши

Миллий ва хорижий экспертларнинг фикрига кўра, Ўзбекистонда туризмни мавжуд бўлган табиий, иқтисодий ва тарихий имкониятларидан келиб чиққан ҳолда ривожлантириш муҳим аҳамият касб этади. Жумладан, Самарқанд, Бухоро ва Хоразм туристик минтақаларини тарихий ва маданий туризм марказлари сифатида ривожлантиришни давом эттириш лозим. Навоий, Каттақўрғон, Гиждувон, Вобкент, Нукус, Хужайли ва Беруний каби шаҳарларда туризмнинг моддий-техник базасини яратини лойиҳалари таклиф қилинмоқда. Бу "Ўзбектуризм" МКнинг биринчи йўналиши ҳисобланади.

Иккинчи йўналиши – тарихий-археологик туризмнинг маркази бўлган Самарқанд, Қарши ва Термиз шаҳарларида муносиб базани шакллантириш. Бу ерда курорт ва соғломлаштириш туризмни ҳам ривожлантириш мақсадга мувофиқдир. Чунки республикага келаётган туристларнинг камида 5 – 10 фоизи ушбу минтақага бориш истагини билдиришади.

Учинчи йўналиш – Жиззах ва Фарғона туристик минтақаларини спорт-соғломлаштириш марказлари сифатида ривожлантириш. Мутахассисларнинг фикрига кўра, Республикага келган туристларнинг 15 – 20 фоизи ушбу йўналишлар бўйича туристик саёҳатларда бўлишни хоҳлайди. Бунинг учун Фарғона, Андижон, Наманган, Қўқон, Марғилон, Жиззах ва Зомин шаҳарларида тезда туризм тармоқлари бўйича инфратизимни ривожлантириш зарур.

Тўртинчи йўналиш – Тошкент минтақасининг туристик салоҳиятидан бизнес, тижорат ва кўнгул очиб маркази сифатида фаол фойдаланиш. Бу ерда туристларнинг 10 фоизи ташриф этиши кутилмоқда. Бунда ҳар бир йўналишни ўтказиш имконияти ва табиатига, маданияти ва аҳолининг урф-одатларига бўлган салбий таъсирларини ҳам инобатга олган ҳолда ривожлантириш зарур. Энди биз маҳаллий даражада туризм соҳаси ривожланиши учун қандай компонентлар ва имкониятлар борлигини таҳлил қилиб чиқамиз. Улар қуйидагилардан иборат.

Биринчи компонентга машҳур тарихий ва меъморий, маданий жойларни ва бўш вақтни ташкил қилиш шароитларининг мавжудлигини киритиш мумкин. Экспертлар баҳосига кўра, тарихий туризм учун камида 10 та йирик объект бўлиши керак. Экологик туризм учун 5 км. кв.гача бўлган майдон, археологик туризм учун камида 1 қазилма объекти, диний туризм учун эса 1-2

объект (масалан, Бухоро ва Самарқанд ёдгорликлари) бўлиши керак бўлади. Хива ҳам тарихий, ҳам маданий салоҳиятига эга бўлишига қарамасдан туризм инфратузилмаси бу ерда етарли даражада ривожланмаган. Тошкентда аксинча, хизмат кўрсатиш имкониятлари кўп, лекин тарихий ва қизиқарли объектлар эса нисбатан кам. 1999 йилнинг ёз фаслида Япониялик ва Италиялик туристлар орасида ўтказилган сўровларга кўра, уларнинг 74 фоизи қадимий шаҳарларда кўнгил очиш муассасалари талабга жавоб бермаслигидан норози бўлишган эди. Демак, компонентларнинг бири бўлмаса ҳам маҳаллий туризм зарар кўради.

Иккинчи компонентга қабул қилиш ва хизматлар инфратузилмасининг тажрибасини киритиш мумкин. Туристларнинг 1/20 қисми қиммат меҳмонхона хизматларидан фойдаланишса, кўпчилиги икки ёки уч юлдузли меҳмонхоналардан фойдаланишади. Бунда хусусий капитални рағбатлантириш мақсадида оммавий туристик тармоқларни ўзида бирлаштирган хусусий уйлар ва хонадонларнинг очилиши бу муаммони ҳал этиши мумкин. Хусусий тадбиркорларга ҳар бир шаҳарда 15 кишига мўлжалланган 10-15 та уй қуришга рухсат берилиши мақсадга мувофиқдир. Бу дегани, ҳар куни тахминан 225 кишига хизмат кўрсатиш мумкин бўлади. Ҳозирги кунда, баъзи ҳисоб-китобларга кўра, республикада меҳмонхона индустриясининг кенглиги 29 млн. кв. метрни ташкил қилади. 1980 йилдан 2009 йилгача туристлар турадиган жойлар сони 86-87 фоизга ошган эди.

Ўзбекистон туризм индустриясида овқатланиш муаммоси ҳам тўлиқ ҳал этилмаган. Европаликлар оддатда, стандарт равишда тайёрланган таомларни афзал кўришади. Шунинг учун ҳам туристлар билан экспериментлар олиб бормаслик керак. Бундан ташқари, хорижий меҳмонлар турадиган меҳмонхона мажмуаларида ишлатиладиган жиҳозлар ва технологиялардан таом тайёрлашда фойдаланиш керак. Маҳаллий меҳмонхоналар 20-25 хил таом тақлиф қила олган ҳолда, хориж меҳмонхоналарида эса бу кўрсаткич 200 тага етиши мумкин. Хусусий ресторан ва кафелар қисман бу муаммони ҳал этади. Япониялик ва Италиялик туристларнинг фақатгина 25 фоизи республикада овқатланиш ташкилотларининг хизматлари ҳақида ижобий фикр билдиришган бўлса, 41 фоизи эса таомларнинг сифати тўғрисида умуман фикр билдиришмаган. Бу ерда санитария-гигиена ташкилотларининг (СЭС) тегишли назоратини кучайтириб, оммавий овқатланиш объектларини сертифицициялаш керак. Туристлар маҳаллий овқат хусусиятлари ҳақида билишлари керак. Чет элик туристларнинг 73 фоизи саёҳатдан олдин овқатланиш объектаарининг сервис хизматлари билан яхшироқ танишмаганлигидан афсусланишади.

Учинчи компонентга транспорт инфратузилмаси ва хизматлар кўрсатишни киритиш мумкин. Турист қисқа вақт ичида белгиланган жойга етиб бориши керак. Бунинг учун “Ўзбектуризм” МК ўзининг автобус паркига, Самарқанднинг баъзи бир хусусий компаниялари эса керакли транспорт воситаларига эга ҳисобланади. Республикада сув круиз сервиси ва автомобиль ижара хизматлари йўқ. Қизиқарли томони шундаки, Ўзбекистоннинг Асака шаҳридаги (Андижон вилояти) ўз автомобиль заводида Нексия, Ласетти ва бошқа русумдаги автомобиллар ишлаб чиқарилади. Автотуризмнинг раҳбар ходимлари талаб қилиб ушбу русумли машиналардан олиб фойдаланишлари мумкин. Бунинг учун ҳар бир туризм марказида автомобиль ва унинг йўл хариталари, шунингдек, уяли алоқаларни тақдим этадиган махсус марказларни тузиш мақсадга мувофиқдир. Яна жуда муҳим компонентлардан бири – бу туризм индустриясининг инфратузилмасини (электр қуввати, сув билан таъминлаш, канализация ва чиқиндиларни қайта ишлаш тизимлари ҳамда телекоммуникацияларни) ташкил этиш муҳим аҳамият касб этади.

Республика вилоятларининг пойтахтдан узоқ бўлган меҳмонхоналарида иссиқ ёки совуқ сув билан таъминлаш муаммолари тез-тез содир бўлиб туради. Бундан ташқари сувнинг экологик хусусиятлари ҳам белгиланган қоидаларга жавоб бермайди. Демак, сувни тозалаш ва филтрлаш учун алоҳида тизимлар бўлиши керак.

Туризм компаниялари ва меҳмонхоналарда электр энергия таъминоти билан боғлиқ бўлган муаммолар ҳам учраб туради. Шу сабабли меҳмонхона ва бошқа туристик объектларда кондиционер ва телекоммуникация воситалари (радио, телевизор, алоқа, электрон почта, факс, компьютер системалари, Internet) бир меъёрга ишлай олмайди. Яъни, электр энергия таъминоти билан боғлиқ муаммолар туфайли меҳмонхоналарнинг коммунал инфратузилмаси ишлашини қониқарли деб бўлмайди.

Бешинчи компонентга туризмни ташкил қилиш тизимини янада такомиллаштиришни киритиш мумкин. Яъни, ушбу компонент туризмни режалаштириш ва ташкил қилишни, туристик бозорни ўрғанадиган мутахассисларни ва турфирмаларнинг фаол ҳаракатларини ўз ичига олади.

Туристик бозорда “Ўзбектуризм” МК тизимига кирган корхоналар билан боғлиқ бўлган бошқа бир қатор йирик ташкилот ва идоралар (масалан, “Ўзбекистон ҳаво йўллари” Миллий авиакомпанияси, “Ўзбекистон темир йўллари” Акциядорлик компанияси кабилар) ҳам хизмат кўрсатиши мумкин. Бундан ташқари хусусий фирмалар ва уюшмаларни ташкил қиладиган кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектлари (масалан “Работи Малик” Саёҳатчилар

ассоциацияси) ҳам фаолият кўрсатиб келмоқда. Хусусий фирмалар ҳар йили келаётган туристларнинг 20 – 35 фоизига хизмат кўрсатиб келмоқда.

Олтинчи компонентга турмаҳсулот рекламаси ва туристик информация хизматларининг мавжудлигини киритиш мумкин. Турмаҳсулотни ўрганиш ва харид қилиш махсулашган туристик ярмаркаларда ўтказилади. Ҳозирги кунда дунёда шу турдаги ташкилотлардан иккитаси (Берлиннинг ITB билан Мадриднинг FITURA) мавжуд бўлиб, уларнинг ҳар бири дунё мамлакатларининг турмаҳсулотларини тақдим этади.

1995 йилнинг октябр ойида Тошкентда биринчи мартаба “Ипак йўли бўйлаб туризм” туристик ярмаркаси бўлиб ўтди. Ушбу форумда 33 мамлакатдан 100 дан ортиқ фирма иштирок этган эди. Иккинчи ярмаркада 100 дан ортиқ мамлакатдан 150 та фирма қатнашган бўлса, учинчи ярмаркада эса 170 фирма иштирок этган эди. Бу Тошкент ярмаркаси нуфузли халқаро туристик ярмаркалар ичида ўзининг муносиб ўрнини топганлигини билдиради. 2000 йилда бўлиб ўтган олтинчи ярмарка эса туроператорларнинг Ўзбекистонга бўлган қизиқиши доимийлигини кўрсатган эди.

Туризмда ахборот хизматлари муаммоси бутунги кунда қисман ҳал этилган. Масалан, ҳар бир фирма ўзининг буклетларини чиқариб, йирик шаҳарларга ва дунё мамлакатларига тарқатиб туриш билан бир қаторда санъат, тарих ва динга бағишланган йирик тадбирларни ҳам ўтказиб турибди. Лекин туризм бозорида бундан ҳам тезроқ ахборот алмашинуви талаб қилинади. “ТГС Russia” газетасининг маълумотларига кўра, Internet тармоғида дўконлар сервери ишламоқда. Бу серверлар орқали турпакет билан танишиш ва сотиб олиш мумкин. Статистик маълумотларга қараганда, сервердаги маълумотларни кунига 1-1,2 минг киши кўрар экан. Сервер ахборот тизими тижорий тақлифларидан ташқари курортлар ва отеллар ҳақидаги ахборотга ҳам эга.

“С-монитор” экспертлари япониялик, франциялик ва германиялик туристларнинг 240 га яқини ўртасида сўров ўтказганда улар Самарқанд ва Бухорога саёҳат қилиш афзалроқ эканлигини билдиришган. Бу нафақат рекламанинг ўрни, балки маҳаллий инфратузилманинг ўрни ҳам катта аҳамиятга эга эканлигини билдиради.

Туризм индустриясида маҳаллий – минтақавий – глобал туризм алоқаларидан ташқари ҳукумат – минтақа – жамият алоқалари ҳам мавжуд. Бунда ҳукумат зиммасига гармоқ ва минтақавий сиёсатни ишлаб чиқиш ва уни амалга ошириш, стандарт имтиёзларни жорий қилиш орқали туризм соҳасини бошқариш вазифалари киради. Бундан ташқари ҳукумат зиммасига табиатни муҳофаза қилиш ва маданий меросни сақлашга қаратилган тад-

бирларни рағбатлантириш ва қўллаб-қувватлаш каби вазифалар ҳам юклатилган. Минтақага бундан қуйидаги фойда тегиши мумкин:

- турли мамлакатлар, миллатлар ва цивилизациялар билан маданий алоқалар ўрнатилишида, сармоя ва валюта оқими кириб келишида;
- туризм соҳаси ва унга алоқаси бўлган соҳаларда (саноат, транспорт, коммуникация ва бошқалар) янги технологияларни қўлга киритишида;
- аҳолининг экологик онги юксалиши, табиий ресурсларни ҳимоя қилиш зарурлигини тушуниб етишида;
- ердан фойдаланишнинг самарадор услубларини ишлаб чиқишида;
- инфратузилмани модернизациялашда;
- янги иш жойларининг ташкил қилинишида;
- маҳаллий саноатнинг ривожланиши ва бошқаларда.

Туристлар билан алоқа ўрнатишда маҳаллий маъмурият ва аҳолининг роли катта бўлиб, улар кутиб олиш ва хизмат кўрсатиш инфратузилмасини ташкил қилади, тарихий ва маданий ёдгорликларнинг сақланишини таъминлайди. Минтақа эса ўз навбатида бундан иқтисодий фойда кўради.

Туризм ҳар бир ҳудуд иқтисодиётининг асосига айланиши шарт эмас. Минтақада туризм саноатини ривожлантиришга керакли бўлган ресурслар, имкониятга эга бўлган туристик бозорлар, етарли меҳнат ресурслари ва мутахассислар мавжудлигини аниқлаб олиш керак. Агар минтақада санаб ўтилган шарт-шароитлар бўлса, бу ерда рақобатбардош туристик соҳани ривожлантириш масалаларини кўриб чиқиш керак бўлади. Масалан, ҳозирги кунда Ўзбекистонда тўртта йирик туристик минтақа (Бухоро, Самарқанд, Хоразм вилоятлари ва Тошкент шаҳри) мавжуд. Экспертларнинг ҳисобига кўра, Ўзбекистонга келадиган туристик оқимнинг 85 фоизи айнан ана шу ҳудудларга тўғри келади. Фарғона водийси ва Оролбўйи атрофида ёки республиканинг бошқа минтақаларида янги туристик марказларнинг пайдо бўлиши ва ривожланиши ушбу асосий марказларда туристлар оқимининг камайишига ва даромаднинг тушиб кетишига олиб келиши ҳам мумкин. Бундан ташқари, бу тўртта ҳудуд бир маромда фаолият юритишга тайёр. Самарқанд ва бошқа шаҳарлар аэропортига халқаро мақомни (1998 йилнинг август ойидан бошлаб Лондон – Самарқанд ҳаво йўли фаолият кўрсата бошлади) бериши муҳим аҳамият касб этмоқда. Хусусий туроператор ва турагентлар билан ҳукумат органлари ва маҳаллий аҳоли ўртасида ўзаро ҳамкорлик олиб боришдаги асосий муаммолар ўзига хос хусусиятга эга. Мисол учун, 40 та турфирма ўртасида ўтказилган ижтимоий сўровларга кўра, кичик бизнес ва тадбиркорлик билан, шунингдек, минтақа аҳолиси билан олиб бориладиган ҳамкорлик яхши йўлга қўйилган, аммо давлат ва миллий туристик маъму-

рийат билан алоқалар ҳозирги кунда қониқарли даражада эмас. Минтақавий туризмни, масалан, Самарқанд ёки Бухоро вилоятларидаги туризмни, мамлакат масштабидан алоҳида бир минтақа сифатида қараш мумкин эмас.

Марказий Осиё мамлакатларини шарқда Япониядан тортиб то Европагача (камида 20 мамлакат) “Буюк ипак йўли” ўзининг глобал туристик маҳсулоти билан бирлаштирган. Минтақавий, миллий, маҳаллий даражада туризм соҳасининг олдида турган асосий вазифалар бир-бирига ўхшашлигига қарамасдан, уларнинг ҳар бири ўзига хос ривожланиши хусусиятига эга. Агар Самарқанд ва Бухорода тарихий ва диний туризм ривожлантирилса Жиззахда экологик туризмни ривожлантириб, асосий эътиборни йирик масштабдаги лойиҳа ва ривожланиш дастурларни ишлаб чиқишга қаратиш лозим бўлади. Ўзбекистон дунё бозорида маданий туризмни ривожланиши учун катта имкониятга эга бўлган мамлакатлардан бири ҳисобланади. Туристик индустрияда қуйидаги компонентлар мавжуд бўлиши мумкин. Биринчидан, туризм сиёсати, қонунчилик ҳужжатларни ва шунингдек имтиёзларни ишлаб чиқади. Ўзбекистонда ҳозирги кунда туристик санатнинг ривожланишини тартибга солишга қаратилган бир қатор меърий – ҳуқуқий актлар ишлаб турибди. Жумладан, “Туризм тўғриси”даги қонун ва шунингдек “Ўзбекистонда 2005 йилгача ва ундан кейинги йилларда туризмни ривожлантириш” нинг давлат Дастурларига амал қилиб келинмоқда. Иккинчидан, туристларни бир мамлакат ҳудудидан иккинчи бир давлатнинг ҳудудида олиб юриш учун йирик транспорт тизимлари ташкил этилган. Ўзбекистон 140 минг километрга яқин транспорт йўлларига эга бўлиб, уларнинг 44-46 минг километри умумий йўлларни ташкил этса, 3-5 минг километри эса халқаро аҳамиятга эга бўлган йўлларни ташкил этади. Ҳозирги кунда амалга оширилаётган Тошкент –Андижон–Ош– Қашқар лойиҳаси ТРАСЕКА дастурининг ташкилий қисми бўлиб, лойиҳанинг асосий мақсади Марказий Осиё республикалари орқали Хитой билан Европани боғлашдир. Бу маршрутнинг Ўзбекистон ичидаги умумий узунлиги 398 км.ни ташкил этиб, тарихий “Буюк ипак йўли” бўйида жойлашган мамлакатлар уни тикланилишига катта қизиқиш билдирмоқда. Бундан ташқари карвон сарой қуриш фикрлари устида ҳам катта изланишлар олиб борилмоқда. Экспертларнинг фикрига кўра, карвон саройларнинг қурилиши ипак йўлининг ривожланишига ёрдам беради. Чунки қурилган карвонсаройлар ёқилги қуйиш станциялар ва устаноналар билан, овқатланиш шаҳобчалари ва телекоммуникация жиҳозлари билан таъминланади. Ўзбекистон билан Туркменистон ўртасидаги чегара районларида қурилиш, янги туристик зоналарни ташкил этиш ва шунингдек туристик транспортни ривожланишига олиб келади. Учинчидан, тари-

хий-маданий ва меъморий объектларни, кўриқхоналарни, миллий паркларни муҳофаза қилиш ривожланади. Ўзбекистонда бошқа мамлакатлар сингари кўплаб меъёрий – ҳуқуқий ҳужжатлар қабул қилинган. Бухоро, Самарқанд ва Хива каби шаҳарларда тарихий обидаларни қайта таъмирлашга қаратилган давлат Дастурлари ишлаб чиқилган. Тўртинчидан, информацион ва реклама тизимини яратиш устида катта ишлар олиб борилмоқда. Буюк ипак йўлини тикланиши учун транспорт ва информацион коммуникацияларни, саноат маҳсулотларни ишлаб чиқаришни, халқаро савдо ва хизматлар соҳасини, Осиё ва Европа минтақаларининг иқтисодий, маданий ва илмий ҳамкорлик жараёнлари билан ҳамкорликда амалга ошириши муҳим аҳамият касб этади. Бунинг учун қуйидаги вазифаларни ҳал этиш керак бўлади:

- транспорт ва информацион коммуникациялар тизимини “Буюк ипак йўли” йўналишида ривожлантириш;
- экологик зоналарни ташкил қилиш;
- хусусий секторнинг фаол иштирокини таъминлаш;
- давлат “Ипак йўли” лойиҳаси бўйича махсус сиёсат олиб бориб туризмни қўллаб-қуватлаши;
- ички ва хорижий сармоялардан самарали фойдаланиш;
- халқаро туризмнинг очиқ иқтисодий зоналарини яратиш;
- туроператорлар ва турфирмаларга иқтисодий ёрдам кўрсатиш ва бошқа вазифаларни ҳал этиш лозим бўлади. Бешинчидан, туризм индустрияси доирасида давлат ва профессионал туристик ташкилотларни ва улар билан боғлиқ бўлган ассоциацияларнинг ҳаракатларини мувофиқлаштириш керак.

Туризмнинг халқаро амалиётида қуйидаги ўзига хос томонларини кўришимиз мумкин. Биринчидан, туристлар томонидан туристик маҳсулотлар истеъмоли ва хизматларини, иккинчидан турфирмалар томонидан турмаҳсулот ишлаб чиқарувчиларни ва хизматларни сотувчиларни (меҳмонлар ҳам бунга киради), учинчидан турфаолиятни лицензиялашни, стандартлашни ва турмаҳсулотни сертификациялашни амалга оширувчи давлат органларини, тўртинчидан – туристик ташкилотларни ҳимоя қилувчи фирмаларни давлат билан туристлар ўртасидаги ўзаро муносабатларини тартибга солувчи ижтимоий ташкилотларни кўриш мумкин.

Бу муносабатларда иштирок этувчи тарафлар қонунлар ва меъёрий ҳужжатларга таянишлари мумкин, лекин, кўпгина мамлакатларда асосий ҳаракат “турфирма - давлат” тарафни тартибга солишга қаратилган. Биринчи навбатда бу туристик фаолиятни лицензиялаш орқали амалга оширилади. Лицензиялаш йўқ бўлган мамлакатларда “турист - турфирма” муносабатла-

рини тартибга солувчи қонунчилик мавжуд бўлиб, унинг асосий вазифаси туристик истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилишга ва турфирмаларнинг турмахсулот ва бошқа хизматлар учун маъсулиятини доимо ошириб боришига қаратилган. Бу ерда туристнинг саёҳат шартлари ҳақида маълумотга эга бўлиши, стандартлар ва туризмни амалга ошириш, расмийлаштириш қонуналарини мавжуд бўлиши муҳим аҳамият касб этади. Бунинг учун инструкциялар ишлаб чиқилади. Масалан, Германиянинг, Адлия Вазирлиги томонидан – “Сизнинг ҳуқуқларингиз сиз билан саёҳат қилади” деган эсдалик ишлаб чиқилган бўлиб, у қонун йўли билан тасдиқланган. Унда муаммоли вазиятлар ҳал этилиш қондалари батафсил кўрсатилган. Лекин жаҳон мамлакатларининг деярли ҳар бирида турфирмалар билан давлат ва туристлар ўртасида профессионал ташкилотлар орқали ҳал этиладиган ўзаро муносабатлар мавжуд. Масалан, Россияда “Туристик Агентлар Ассоциацияси” фаолият кўрсатиб турибди. Ўзбекистонда ҳам “Хусусий Туристик Ташкилотлар Ассоциацияси” (1998й.) ташкил этилган.

Ўзбекистонда хорижий туристларни қизиқишини оширадиган жойлар етарли даражада ташкил этилган. Лекин, уларни шундай тақдим этиш керакки, туристларда ҳақиқатдан ҳам қизиқиш уйғотиб Хитой, Мексика, Япония каби қадимий мамлакат бўлган Ўзбекистонга ташриф буюриш ҳоҳишини билдиришсин. Сўровлар натижасига кўра, туристлар томонидан Ўзбекистон шаҳарларидан энг катта қизиқиш Бухоро шаҳри (35фоиз), Самарқанд (24фоиз), Хива (22фоиз), Нукус ва Термез (9фоиз), Тошкент (4фоиз) ва бошқа шаҳарларга (10фоиз) билдирилганлигини кўрамыз. Сўровлар натижасига кўра 45 фоиз туристлар фольклор мусиқа ва рақсларни, миллий кийим ва урф-одатларни, 34 фоизи – миллий таомларни, 21 фоизи – хунармандчилик ва сувенирларга қизиқишини билдиришган.

Туристларнинг кўпчилиги Ўзбекистонга келишидан олдин мамлакат ҳақида тўла таассуротга эга бўлмайди. Тур тугашидан сўнг уларнинг 79-80 фоизи ўз юртларига қайтиши билан Ўзбекистон ҳақида материалларни ўрганишга, унинг халқи ҳақида, маданияти, урф-одатлари ва иқтисодиёти ҳақида кўпроқ билишга қарор қилишади.

Республикада нисбатан бундай катта қизиқиш фақатгина экскурсиялар, тарихий ва маданий обидалар бўлиб қолмасдан, балки хизмат кўрсатиш сервисининг яхшилиги тўғрисида билдирилганлигини ҳам кўрамыз. Сўровлар натижасига кўра, хорижий туристларнинг 81,8 фоизи кўрсатилган хизматлардан тўлиқ қониқиб ҳосил қилганлигини, 15,1 фоизи қисман қониққанлигини, 1,9 фоизи умуман қониқмаганлигини ва 1,2 фоизи эса жавоб бера олмаганлигини кўрамыз.

Албатта, чет элик туристлар оқимини кўпайиши ва халқаро туристик марказ сифатида республика имиджи шаклланиши тўғридан – тўғри чегара, божхона, виза ва бошқа расмийчиликларни енгиллаштириш масалалари билан ва шунингдек туристларнинг хавфсизлигини кафолатлаш билан боғлиқ.

Ўзбекистонда динамик равишда бўлмасда туризм индустрияси ривожланиб бормоқда. Шунинг учун ҳам турфирмалар фаолиятини кафолати, туристларнинг мажбурий сугуртаси, туризм масалалари билан шуғулланадиган янги давлат тизимини ташкил қилиш, лицензиялаш, туризмда давлат снѐсати каби бир қатор масалаларни кўриб чиқиш мақсадга мувофиқдир.

Ўзбекистонда ишлаётган туристик ташкилотлар фаолиятини кафолати, авваламбор саѐхатга пул қўяётган мижозларга керак. Лекин, бу кафолатлар қандай бўлиши керак? Баъзи бир экспертлар депозит вариантларни таклиф қилишмоқда, лекин кўпчилик бу фикрга рози бўлаётгани йўқ. Туроператорларнинг кўпчилиги эса пулни банкдаги махсус ҳисоб рақамга қўйишни хошлашмайди. Бошқа бир экспертлар эса “сугурта” вариантини таклиф қилишмоқда. Яъни, бунда мижозлар олдида турфирмалар ўз маъсулиятини сезишлари керак бўлади. Аммо, баъзи бир сугурта компаниялар бу вариантга қизиқаётгани йўқ, чунки туристга бирон бир ҳодиса бўладиган бўлса моддий – молиявий маъсулият уларнинг зиммасига юклатилади. Агар биз лицензиялашни оладиган бўлсак, бу масалада фикрлар кўп. Масалан, 1999 йилнинг 1 январидан бошлаб Латвияда туристик фаолиятни лицензиялаш тизими бекор қилинди. АҚШда туристик фаолиятни (Калифорния, Леонтана, Оклахома штатларидан ташқари) лицензиялаш йўқ. Рухсатнома олиш учун судланманганлик ҳақидаги маълумотномани (тасдиқни) келтиришнинг ўзи етарли ҳисобланади. Лекин, бундай ҳолатлар туризм бозори мустаҳкам бўлган мамлакатларга хос бўлиб, иқтисодий ўтиш даврини бошидан кечираётган мамлакатларда давлат назорати усули сифатида лицензиялаш зарур деб ўйлаймиз.

Кўпгина мамлакатларда ҳам ташкилотлар мансуб рухсатномасиз фаолият кўрсата олмайди. Масалан, Таиланд туризмида “ҳеч ким турагент фаолияти билан Регистратордан лицензия олмагунча шуғуллана ололмайди” деб кўрсатилган. Бирлашган Араб Амирикларида ҳам туристик фаолият лицензиялаштирилиб, лицензия бир йил муддатига берилади холос яъни ҳар йил расмийлаштиришнинг тартиб қондаси қайтарилади. Ўзбекистонда эса турагетликлар ва сайѐхлик бюрolari, экскурсия бюрolari, туроператорлар, туристларни қабул қилиш бюрolari, меҳмонхоналар, мотеллар, кемпинглар, туристик база ва комплекслар, туристик фаолият билан шуғулланадиган юридик шахсларнинг барчаси албатта лицензиялашдан ўтишлари лозим. Бундан

ташқари Ўзбекистонда туристларни қабул қилиш ва хизмат кўрсатишни ташкил этиш (ташқи туризм), маҳаллий туризм (ички туризм), ташқарига саёҳатлар уюштириш (хорижий туризм), оммавий соғломлаштириш ва спорт туризми, экскурсион хизмат кўрсатиш туризми каби бир қатор фаолият турлари ҳам лицензиялашдан ўтишлари керак бўлади. Туристик фаолиятни амалга ошириш билан боғлиқ бўлган махсус рухсатномаларни берилиши Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан белгилаб қўйилган тартибда амалга оширилади.

Ўзбекистон ҳудудида туризм инфратизими жуда нотекис тақсимланганлигини кўрамыз. Биргина Тошкент шаҳри ва Тошкент вилоятида туристик инфратизим умумий потенциалининг 40 фоизи тўпланган. Шунинг учун ҳам республикамизнинг бошқа минтақаларида ҳам хорижий туристларни жалб қила оладиган турмаршрут турлари ва вақт ўтказиш шакллари янада ривожлантириш мақсадга мувофиқдир. Масалан, дунё мамлакатларида экологик маршрутлар кенгайиб бормоқда. Ўзбекистонда бундай ресурсларга Жиззах туманидаги Чорвоқ сув омбори, Фарғона водийси ва бошқа жойларни киритиш мумкин. Табиий парклар, казино ва барлар, гольф клублари валюта тушумининг янги манбалари бўлиб ҳисобланади. Дунё мамлакатларининг тажрибасидан кўриниб турибдики, олинаётган ялпи даромаднинг 45-50 фоизи хизмат кўрсатиш соҳаси, савдо ва кўнгили очиш соҳаларига тўғри келади. Республикамизнинг баъзи бир турфирмалари саёҳатларнинг экзотик шакллари ("Туяларда саёҳат", "Юрта – уруш – массагет"), тарихий туризм ("Амир Темур мероси"), тоғ туризми ("Чимён гўзалиги"), археологик туризм ("Қадимий Термиз"), экологик туризм ("Айдар кўл" соҳили ва бошқалар) ҳам ишлаб чиқишган.

Ўзбекистон театрлаштирилган томошаларни кўплаб ташкил этиш имкониятларига эга. Республикамиз бой тарихий ўтмишга эга бўлиб, туристлар учун қизиқарли шоу ўйин ва кечалар ўтказишни ташкиллаштириш мумкин. Бундан ташқари, республикада диний туризмни ривожлантириш учун барча имкониятлар мавжуд (12-жадвал).

Юқоридаги жадвалдан кўриниб турибдики, республикамиз яқин йиллар ичида туристлар сонини 1150 – 1200 минг кишига етказиш имкониятига эга бўлади. Туроператорлар томонидан ишлаб чиқилган туристик маршрутлар хорижий туристларнинг Ўзбекистон ҳудудидаги йўналишларидаги энг афзалли томонларни аниқлаб олишига имкон беради.

БМТ БТТ "Мак-Халти" гуруҳи халқаро экспертларининг фикрига кўра, ҳозирги кунда Марказий Осиё минтақасида қуйидаги туристик бозорнинг учта сегменти шаклланган:

2.3. Ўзбекистонда туризм хизматлари бошқаруви ҳудудий ривожланиши

- Ўзбекистонда бутун бир вақтини ўтказадиган туристлар гуруҳи;
- Ўзбекистонни Осиёдаги саёҳатнинг бир қисми сифатида кўрадиган туристлар гуруҳи;
- ўзининг бизнес сафарига дам олиш ва кўнгили очишни ҳам режалаштирган бизнесменлар гуруҳи.

12-жадвал

Миллий туризм ривожланишининг прогноз баҳолари

Йил	Мак Нагли гуруҳи			Миллий экспертлар	
	Туристлар сони (минг киши ҳисобидан)		Турбизнесдан кўрилган даромад (мил. АҚШ доллари ҳисобидан)	Жами	Жумладан, хорижий туристлар сони (минг киши ҳисобидан)
	Режа	Ҳақиқий			
2000	650	570	1.04	800	350
2001	710	678	1.1	850	400
2002	800	732	1.3	930	480
2003	890	670	1.4	1000	550
2006	940	805	1.5	1100	650
2009	960	964	1.6	1150	700
2010	1050	1100	1.7	1075	800
2015	1150	–	1.8	1285	1000
2020	1200	–	1.9	1400	1300

Манба: “Ўзбектуризм” МК маркетинг бўлими маълумотлари асосида муаллиф ишланмаси.

Халқаро бозорда Ўзбекистон туристик маҳсулотларни сотишни “Буюк ипак йўли” рекламаси орқали амалга оширади. Шунинг учун ҳам Буюк ипак йўли республикада туризм тармоғининг бренд маҳсулоти ҳисобланади. Ҳозирги кунда туристик маҳсулотларнинг баҳоси маршрутларга қараб қуйидагича кўринишда бўлиши мумкин:

– Тошкент – Самарқанд – Бухоро – Ургенч – Тошкент маршрути 1210 АҚШ доллари ва ундан юқори бўлиши мумкин.

– Тошкент – Самарқанд – Шаҳрисабз – Бухоро – Ургенч – Тошкент маршрути эса 1150 АҚШ доллари ва ундан юқори (20 кишидан ташкил топган гуруҳлар учун) бўлиши мумкин.

“Буюк ипак йўли” мамлакатларига (Хитой, Эрон, БАА) турларни сотадиган турагентликлар ўртасида ўтказилган сўровлар шуни кўрсатадики, бу

мамлакатларда турмаҳсулот нархи пастроқ бўлиб, сифати эса анча юқорироқ экан. Бунинг устига ушбу давлатлар реклама ва маркетинг хизматларига кўпроқ маблағ ажратишади. Бундан кўриниб турибдики, Ўзбекистонда хорижий мамлакатларнинг бой бўлмаган табақалари учун харид қила оладиган рақобатдош турмаҳсулот ишлаб чиқиш зарур. Бундан ташқари республика ҳукумати ташқи бозорларда ўзининг фаол позицияси ҳақида ҳам ўйлаб кўриши лозим. Бу йўлда миллий туризм соҳасида фаолият кўрсатаётган ҳар бир ташкилот учун ишлатса бўладиган “лого” ишлаб чиқиши зарур. Масалан, Ирландиянинг логоси “Яшил орол” бўлса, Хитойники – “Сариқ аждар”, Яқин ва Ўрта Шарқ мамлакатлариники – “Савдо карвони”, Испанияники – “Қуёш Миро”, Ҳиндистонники – “Жанговар минорали филлар”, Тайланднинг логоси эса “Будданинг олтин кўзи” ҳисобланади. Ўзбекистон ҳам ўз логосига, яъни унинг урф-одатлари ва тарихий маданиятини, турмуш тарзини ифода этадиган миллий символига (масалан, “Семурғ қуши”, “Шарқий дарвозалар” ва бошқалар) эга бўлиши керак. Бизнинг фикримизча, Ўзбекистоннинг логоси “Қуёшли Ватан” деб номланиши мақсадга мувофиқ бўлур эди.

Дунёнинг минтақавий бозорларига чиқиш учун миллий турмаҳсулотнинг фаол рекламаси муҳим аҳамият касб этади. Бу йўналишда туроператорлар сифатли ва чиройли буклетларни, брошюраларни, рангли плакатларни, шунингдек, видеоклип ва кинофильмларни ишлаб чиқишни давом эттиришлари лозим.

3-БОБ.

ЎЗБЕКИСТОННИНГ ТАРИХИЙ ШАҲАРЛАРИДА ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАР БОШҚАРУВИНИ ИЖТИМОЙ-ИҚТИСОДИЙ РИВОЖЛАНТИРИШ МУАММОЛАРИ

- 3.1. Республикада туристик ҳудудлар ривожланишининг ўзига хос жиҳатлари таҳлили

- 3.2. Глобаллашув шароитида Самарқанд, Бухоро ва Тошкент шаҳарларида туристик марказларни модернизациялаш ҳолати

- 3.3. Туристтик ташкилотлар молиявий-хўжалик фаолиятини режалаштиришнинг иқтисодий-математик модели

3.1. Республикада туристик ҳудудлар ривожланишининг ўзига хос жиҳатлари таҳлили

Жаҳон иқтисодиётида туризм йирик соҳалардан бири ҳисобланиб, ривожланаётган давлатларда ҳам бу соҳа муҳим даромад манбаи ҳисобланади. Статистик маълумотларга кўра, экспорт маҳсулотларининг ва дунёдаги умумий ишчи кучининг 10,7 фоизини, меҳнат билан банд кишиларнинг 255 млн. дан ортигини туризм ташкил ташкил этиб, у энг кўп иш жойларини банд қилиб турган тармоқлардан биридир⁵⁶.

Ўзбекистонда туризмнинг бир қатор турларини ривожлантириш учун барча ресурслар мавжуд. Республикамининг бой тарихий ва меъморий маданияти, асрлар давомида шаклланиб келаётган хунармандчилик маданияти ва санъати туризм ихлосмандларини ўзига жалб этиб келмоқда. Дунёдаги учта энг катта дин вакиллари (ислом, христианлик ва буддавийлик) учун аҳамиятли бўлган масканларнинг мавжудлиги эса зиёрат мақсадида келаётган туризмни ривожлантириш имкониятини беради. Шунингдек, республикада кўплаб табиий дам олиш жойларининг (кўллар, тоғлар, табиий ғорлар, дарёлар, ўрмонлар, чўл ва саҳролар) мавжудлиги эса мамлакатга табиат ва саргузашт иштиёқида келаётган туристларни жалб эта олади.

Ўзбекистон мустақилликка эришганидан сўнг (1991 й.) туризм алоҳида соҳа сифатида ривожлана бошлади. Ўтказилган таркибий ва ташкилий ўзгаришлар натижасида янги давлат бошқарув тизими тузилиб, инфраструктурани ривожлантириш имкониятлари яратилди, тарихий ва меъморий, маданий иншоотларни муҳофаза этиш ва тиклаш жараёнлари бошланди. Халқаро туризм бозорида фаолият кўрсатаётган ташкилотлар тажрибасидан фойдаланиб, республикамизнинг туризм бозоридаги муносабатлари асосан янгидан кўриб чиқилди. Натижада хорижий мамлакатлардан келадиган туристлар сони йилдан-йилга ортиб бормоқда. Тўғри, ҳозирги кунда туризмнинг миллий иқтисодиётга таъсирини кўнгилдагидек, унинг имкониятларидан тўлиқ фойдаланилмоқда деб бўлмайди. Шу боис, ушбу бўлимда мамлакатда туризм ресурсларининг самарали ишлашига ҳалақит берадиган баъзи бир сабабларни ўрганишни, мавжуд муаммоларни ҳал қилиш учун давлатнинг қандай сиёсий воситаларни қўллаши мумкинлиги борасида баъзи бир тавсияларни ишлаб чиқишни мақсад қилиб қўйдик. “Ўзбекистон Ҳаво Йўллари”

⁵⁶ www.unwto.org

Миллий авиакомпаниясида йўловчиларни ташиш бозорининг яхши ривожланмаганлиги, божхона ва чегара постларида расмиятчиликларнинг кўплиги, виза олиш тартибининг мураккаблиги, шунингдек, мамлакатга хорижий фуқароларнинг келиши билан боғлиқ бўлган бир қатор қийинчиликлар чет элик туристлар сонининг ошишига тўсқинлик қилаётган омиллардан бири ҳисобланади.

Ишда баён этилган маълумот ва тавсиялар Ўзбекистоннинг туристик бозорида рақобатбардошликни ошириш борасида ҳукумат раҳбарияти ва маҳаллий ҳокимият органлари, хусусий сектор ва халқаро ташкилотлар амалга оширадиган тадбирлар режасини ишлаб чиқишда эътиборга олинishi муҳим аҳамият касб этади (13-жадвал).

13-жадвал

"Ўзбектуризм" Миллий Компаниясининг 2005-2006 йиллик баланс ҳисоботи (минг киви)

№	Вилоятлар	Қабул қилинган хорижий туристлар		
		2005 й.	2006 й.	%
1	Андижон	0	0	0,0
2	Бухоро	42455	55557	131
3	Жиззах	940	600	64
4	Қорақалпоғистон Республикаси	1100	200	18
5	Қашқадарё	3645	3585	98
6	Наманган	1824	2108	116
7	Навоий	0	0	0,0
8	Сирдарё	0	0	0
9	Самарқанд	36898	45786	124
10	Сурхондарё	16000	16000	100
11	Тошкент вилояти	0	0	0,0
12	Фарғона	403	603	150
13	Хоразм	18564	26063	140
14	Тошкент шаҳри	120074	130298	108
	Жами	241903	280800	116,1

Манба: "Ўзбектуризм" МК йиллик ҳисоботи асосида муаллиф ишланмаси.

Таъкидлаш жоизки, "Ўзбектуризм" МК республикада қабул қилинган Вазирлар Маҳкамасининг қарорларини амалга ошира бориб, маҳаллий аҳоли ва хорижий туристларга хизмат кўрсатиш ҳажмини кенгайтиришга асосий эътиборни қаратиб келмоқда. 2006 йилда хорижий туристлар сони 2005 йилга нисбатан 16 фоизга ортиб, кўрилган даромад ҳажми 280 млн. АҚШ долларини ташкил этади. Вилоятлараро хизматлар кўрсатиш даражаси турлича

бўлиб, асосий хизматлар ҳажми Тошкент, Хоразм, Бухоро ва Самарқанд вилоятларига тўғри келган эди.

Халқаро туризм жаҳон иқтисодиётининг жуда тез ривожланаётган соҳаларидан бири ҳисобланади. Дунё миқёсида туристларнинг келиши сўнгги уч йил давомида йилига ўртача 5 фоиздан ўсиб борган эди. Баъзи бир минтақаларда эса туристлар келишининг ўсиш даражаси йилига ўртача 10 фоизни ташкил этган.

2011 йилда амалга оширилган сайёҳаракатлар натижасида кўрсатилган туристик хизматларнинг умумий ҳажми – 100,9 фоизни ташкил этиб, 2011 йилда ўсиш суръати 2010 йилга нисбатан 8,3 фоизга ортган.

14-жадвал

Мамлакатимизнинг туризм соҳасидаги асосий кўрсаткичлар таснифи

№	Кўрсаткич номи	2010 йил	2011 йил	Фарқ (+, -)
1.	Туристлик хизмат ҳажми (ман. сўм)	153693,0	166434,0	+12741,0
2.	Фойда (ман. сўм)	3375,4	4689,6	+1314,2
3.	Туристларга хизмат кўрсатиш – жами (минг киши)	969,8	1022,58	+52,78
	шундан:			
	Хорижий туристлар	431,0	463,4	+32,4
4.	Хизматлар экспорти (минг доллар)	121452,0	155350,3	+33898,3

Манба: “Ўзбектуризм” МК маълумоти.

2010 йилда 969,8 минг кишига хизмат кўрсатилиб, 3375,4 ман. сўм фойда олинди ва 2011 йилда умумий ҳисобда 1022,58 минг нафар кишига хизмат кўрсатилган бўлиб, 4689,6 ман. сўм фойда олинган.

21-диаграммадан кўриниб турибдики, 2010 йилда Ўзбекистонда хизмат кўрсатилган туристлар жами 969,8 минг кишини ташкил қилиб, ундан ташриф буюрган хорижий туристлар умумий сони 431 минг кишини, яъни 44 фоизни, маҳаллий туристлар сони 509,8 минг кишини, яъни 53 фоизни, ҳамда хорижга чиққан Ўзбекистон фуқаролари 29 минг кишини ёки 3 фоизни ташкил этган.

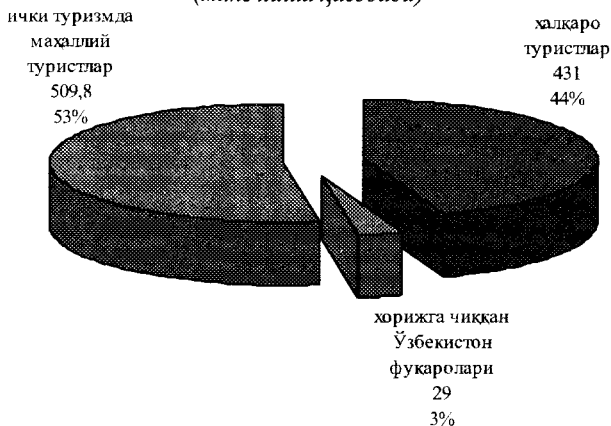
22-диаграммадан маълум бўлишича, 2011 йилда Ўзбекистонда хизмат кўрсатилган туристлар ташрифи жами 1022,58 минг киши бўлиб, шундан хорижий туристлар умумий сони 463,3 минг кишини, яъни 45 фоизни, маҳаллий

туристлар сони 527,58 минг кишини, яъни 52 фоизни, ҳамда хорижга чиққан Ўзбекистон фуқаролари 31,6 минг кишини ёки 3 фоизни ташкил этган.

21-диаграмма

Ўзбекистонда хизмат кўрсатилган туристлар таркиби (2010 й.)

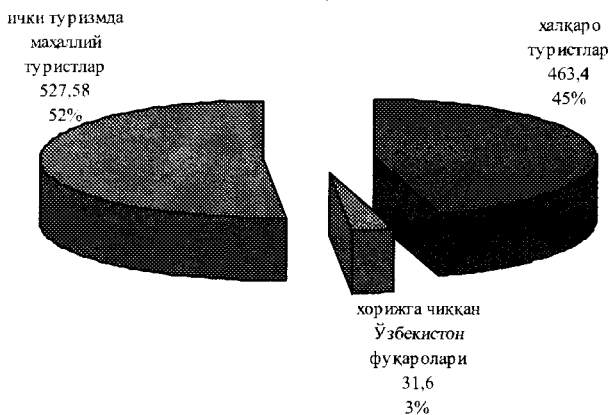
(минг киши ҳисобида)



22-диаграмма

Ўзбекистонда хизмат кўрсатилган туристлар таркиби (2011 й.)

(минг киши ҳисобида)

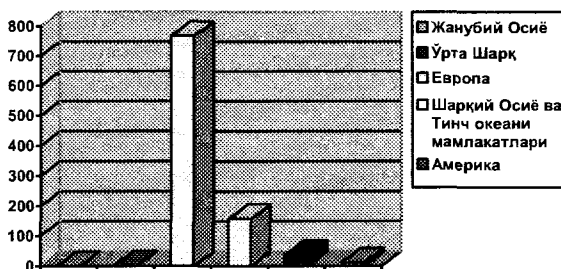


Ўзбекистонга ташриф буюрган туристлар сони (минг киши ҳисобида)

	2006	2007	2008	2009	2010
Жами	599.5	903.1	1069.3	1 214.7	974.6
Африка	2.0	2.0	2.5	1.0	0.035
Америка	6.0	8.0	8.0	6.5	1.2
Шарқий Осиё ва Тинч океани мамлакатлари	295.9	442.7	578.6	649.3	768.2
Европа	215.6	370.4	385.2	333.2	156.8
Ўрта Шарқ	30.0	50.0	55.0	66.8	36.8
Жанубий Осиё	10.0	30.0	40.0	158.8	11.6

Манба: www.umwto.com

23-диаграмма

2010 йил бўйича Ўзбекистонга келаётган туристларнинг дунё минтақалари бўйича тақсимланиш кўрсаткичи⁵⁷ (минг киши ҳисобида)

Ўзбекистонга туристлар кўпроқ Шарқий Осиё – Тинч океани минтақаси давлатлари ва Европадан келаётганлигини ҳам кўришимиз мумкин. Шунинг ҳам эслатиб ўтиш лозимки, Бутунжаҳон туризм ташкилотининг таснифига кўра, собиқ Иттифоқ давлатларининг кўпчилиги Европа минтақасига киради. Шу таснифга асосан Ўзбекистонга кўшми давлатлардан келаётган туристлар ҳам Европадан келаётган туристлар ҳисобланади (23-диаграмма).

Маҳаллий туризм бозорининг иштирокчилари кўпинча туризм хизмати ва туристик маҳсулотга бўлган талабнинг аниқ хусусиятларини, туристлар эҳтиёжини қондириш учун қандай хизматлар таклиф этиш лозимлигини билишмайди. Хизмат турини таклиф этаётган ташкилот харидорни ва унинг

⁵⁷ Муаллиф ишланмаси

талаби ва эҳтиёжини аниқ билган тақдирдагина талабга таъсир эта олиши мумкин. Ўзбекистонда чет эллик туристлар ҳақида тўла маълумот берувчи тадқиқотлар деярли йўқ. Туристлик ташкилотларнинг ҳар бири ўз миқозларини ўрганиши натижасида улар ҳақида маълум даражада маълумот тўплашга ҳаракат қилишади, холос. Бироқ, мамлакатимизга кимлар ва нима мақсадда келаётгани, улар туристик хизматнинг қайси кўринишларини кўпроқ талаб қилаётганликлари ҳақидаги маълумотлар етарли эмас.

Бу борадаги вазифаларни давлат, соҳада ишлаётган ташкилотлар ва хуссий сектор ёрдамида амалга ошириш мумкин. Туристлар ҳақидаги маълумотлар барча иштирокчилар учун очиқ бўлган умумий маълумот базасида йиғилиши керак. Туристлар оқими доимий равишда ўрганилиб, туризм бозори доимо кузатиб борилиши лозим. Бундай вазифани фақатгина туризм соҳасини ривожлантириш учун масъул бўлган давлат ташкилотларигина бажара олиши мумкин.

Ўзбекистон туроператорларининг маълумотларига қараганда, мамлакатга келаётган хорижий туристларнинг аксарият қисми (85-90 фоизи) ўрта ва кекса ёшдаги кишилар бўлиб, уларнинг келишларидан мақсад дам олишдир. Улар асосан тарихий-меъморий ва маданий обидаларни бориб кўриш учун Тошкент, Самарқанд, Бухоро ва Хива шаҳарларига боришади, холос. Бундай ҳол Ўзбекистоннинг туризм салоҳиятидан тўла фойдаланилмаётганлигидан ва унинг ривожланиш кўрсаткичлари кўнгидагидек эмаслигидан далолат беради. Чунки кўпчилик туристлар Ўзбекистонга фақат туризм объектларини кўриш учунгина келишмайди. Шундай мақсадда келувчиларнинг сафари эса стандарт йўналишда бир марта сафар жойига бориш билангина чегараланиб қолади, холос. Кекса туристлар асосан қулайликлар кўп бўлишини яхши кўришиб, пулни эса ёш туристларга қараганда камроқ сарфлашади. Бугунги кун замонавий ёшларининг ҳаётий турмуш тарзи, одатлари, қадриятлари, дам олишга бўлган муносабати ва дунёни билиш усуллари кекса кишиларнинг ёшлик давридан кескин фарқ қилади. Бу ҳолат, хусусан, Европа маданиятида кўпроқ кўринади. Бундай аҳвол вақти келиб туристлар оқими бутунлай тўхтаб қолиши мумкин, деган ҳулосага ҳам олиб келиши мумкин.

Жаҳон туризм бозорида рақобат кучайиб бораётган бир шароитда бундай аҳвол ўз-ўзидан тузалиб қолмайди. Ўзбекистон туристик маҳсулотга бўлган талабни ошириши, мамлакатга ёш ва ўрта ёшдаги туристларининг кўплаб жалб этишининг тез ва қатъий чораларини кўриши зарур. Шундай қилиш лозимки, бир марта Ўзбекистонга келган турист бу ерга яна келишни хоҳлайдиган бўлсин. Баъзан “интернет” сайтлари ва “форум”ларда туристлар томонидан мамлакатимиз ҳақидаги очиқ ижобий фикрларни ўқиб кўнглимиз

кўтарилади. Улар юртимизнинг бой тарихий ва маданий мероси, алломаларимиз, табиий ёдгорликларимиз, миллатимиз тарбияси ҳақида, кўчаларнинг озодалиги ва кўркамлиги ҳақида шундай фикрларни ёзишадик, буларни ўқиган ҳар бир инсон кўнглида беихтиёр ғурур ҳислари жўш уради.

Туризм мамлакатнинг иқтисодий ривожланишидаги устувор йўналишлардан бири деб эътироф қилинганлиги билан, бу соҳадаги мавжуд имкониятлар ҳалигача тўла ўрганиб чиқилмаган. Бундан ташқари туризмни ривожлантиришга қаратилган аниқ бир сиёсат ва туризмни ривожлантиришга қаратилган аниқ бир стратегия ишлаб чиқилмаган.

Жаҳон бозорида муваффақият билан рақобатлашиш учун туризм соҳасидаги қатъий сиёсат ҳамда аниқ стратегия ишлаб чиқиш эҳтиёжи бугунги куннинг энг долзарб масалаларидан бири бўлиб қолмоқда. Негаки, тармоқнинг ўзига хос жиҳатларидан бири – туризм йўналишлари орасида рақобат кучли эканлиги ва ҳар йили халқаро туризм соҳасида туристларни жалб этишга ҳаракат қилаётган кўплаб янги йўналишларнинг пайдо бўлиши ҳисобланади. Шунлардан келиб чиққан ҳолда айтиш мумкинки, туризмни ривожлантириш стратегиясини ишлаб чиқиш бу соҳада бажарилиши лозим бўлган биринчи галдаги вазифалардан бири бўлиб ҳисобланади. Айнан ушбу вазифанинг бажарилиши рақобатда ютиб чиқиш ва туризм соҳасида мавжуд муаммоларни ҳал қилиш имконини беради. Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш концепциясини ишлаб чиқиш ва уни амалга ошириш соҳа олдидаги энг муҳим вазифалардан бири бўлиб турибди.

Бу концепция туризм ривожланишининг асосий йўналишларини белгилаб бериб, Ўзбекистондаги ҳар бир вилоят таклиф этадиган “бренд” маҳсулот турини аниқлаш, таклиф этиш, инфратуризмни ривожлантириш, маҳсулотлар сифатини ошириш, халқаро миқёсда уларнинг имижини кўтариш, мажбурий тадбирларни белгилаш ва бошқа фаолият турларини амалга ошириш йўллариини кўзда тутган бўлиши лозим. Концепция, шунингдек, туризм ривожланишининг узоқ мuddатга мўлжалланган шарти сифатида, табиат ва маданий мероснинг сақланишини ҳам кўзда тутган бўлиши керак. Бу хусусда “Ўзбектуризм” МК ва БТТ томонидан 2008 йилнинг 18 октябрида ташкил қилинган халқаро конференцияда ҳам “Буюк ипак йўли” туристик хизматлари брендини жаҳон бозорига олиб чиқиш муаммоси кенг муҳокама қилинди.

Бироқ, республикада туристик маҳсулотни тарғиб этишга қаратилган ягона умумдавлат реклама компанияси мавжуд эмас. Туризм секторининг ходимлари ўз хизматларини яқка тартибда, мувофиқлаштирмаган ҳолда таклиф этишади. Бу ҳолат ўз навбатида Ўзбекистонда олиб борилаётган

туризм йўналишидаги реклама фаолиятининг самарасини сезиларли даражада камайтиради. Шу боис мамлакатимизнинг туризм индустрияси тўғрисидаги маълумотлари ҳозирги кунга қадар ҳам туризм бозорларида, хусусан, Европада қониқарсиздир. Натижада туристлар сафар давомида кўриши мумкин бўлган диққатга сазовор жойлар, меҳмонхоналар ва бошқа хизматлар ҳақидаги маълумотларни олишда қийинчиликларга дуч келмоқда. Туристлик маълумотномалар (туристлар учун чиқарилган китобчалар, қўлланмалар, йўлакўрсаткичлар, топографик карталар ва ҳ.к.лар) етишмайди. Энг ачинарлиси, диққатга сазовор бўлган асосий жойларни ҳатто маҳаллий туризм бозори иштирокчилари ҳам билишмайди. Ўзини туроператор деб ҳисоблайдиган бундай “мутахассис”ларнинг борлиги соҳадаги ривожланишнинг асосий тўсиқларидан бири ҳисобланади. Муҳим масалалардан яна бири бу кўплаб туристик фирмалар фақатгина хорижий мамлакатларга туристик “виза”ларни расмийлаштиришдан нарига ўтмаслигидир. Яхшиямки, республикамызда тадбиркорлар бор. Агар улар бўлмаса бундай туристик фирмаларнинг синиши табиий, чунки булар ҳам ўзларини туроператор деб ҳисоблашади.

Ўзбекистонда халқаро туризм йўналишини самарали тарғиб этиш учун умумдавлат даражасида ҳам, маҳаллий даражада ҳам мувофиқлаштирувчи тартиб-қоидаларни белгиловчи фаолиятни амалга ошириш лозим. Айтиб ўтганимиздек, Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг маркетинг режасини ишлаб чиқишда маҳаллий режаларга ҳам эътиборни қаратмоқ керак. Маркетинг режасини Ўзбекистоннинг туристик йўналиши сифатида тарғиб этиш мақсадида маҳаллий ўз-ўзини бошқариш ва хусусий сектор вакиллари иштирокида ишлаб чиқилиши мақсадга мувофиқ бўлади. Шунингдек, мамлакатнинг туризм йўналишларини тарғиб этишда оммавий ахборот технологияларининг ўрнини ҳам ҳисобга олиш керак. Ҳозирги кунда ўз веб-сайтига эга бўлмаган туристик ташкилотларнинг фаолияти ва келажагини умуман тасаввур этиб бўлмайди.

Ўзбекистон жаҳон мамлакатларининг туристик оқимини жалб эта оладиган асосий бозорлардан бири сифатида донмий равишда таништирилиши лозим. Хорижий мамлакатларда ваколатхона ва туризм билан махсус шугулланадиган ташкилотнинг бўлиши катта молиявий харажатларни талаб қилади. Шунинг учун ҳам Ўзбекистоннинг хорижий давлатлардаги элчихоналари ва савдо ваколатхоналарида туризм масалалари бўйича мутахассислар фаолият кўрсатиши мақсадга мувофиқдир. Айнан шундай мутахассислар олдига манфаатдор ташкилотлар билан алоқа ўрнатиб, мамлакатимиз ҳақида туристларни қизиқтирувчи маълумотларни тарғиб қилиш, республикамызга

хорижий туристларни жалб этишдек муҳим вазифаларни қўйиш керак. Шу мақсадда “Ўзбекистон ҳаво йўллари” Миллий авиакомпаниясининг хориж давлатлардаги ваколатхоналаридан ҳам фойдаланиш муҳим аҳамият касб этади. Бироқ, бу ҳолатда авиакомпания сиёсати туризмни ривожлантириш манфаатларига мос келиши лозим.

Туризмни тарғиб этиш ва ривожлантиришда хусусий секторнинг ўрни ҳам катта. Лекин халқаро даражада Ўзбекистоннинг туризм маҳсулотини тарғиб этиш харажатлари катта бўлганлиги учун ҳам бунда давлат секторининг масъулиятини янада ошириш лозим. Бу соҳада чет элликларнинг келишини осонлаштириш муҳим аҳамият касб этади. Шундан келиб чиқиб, туристларнинг эркин кириб келишидаги маъмурий тўсиқлар олиб ташланмас экан, турмаҳсулотга бўлган талабни ошириш ва туристларни жалб этишдек тадбирларнинг самараси бўлмайди. Мамлакатдаги виза тартиби туристлар келишига қийинчилик туғдираётганлиги асосий сабаблардан бири ҳисобланади. Ўзбекистон Республикасида виза масаласи қўйидаги тартибда амалга оширилади:

1. Ўзбекистон Республикаси қонунчилигига мувофиқ хорижий давлат фуқаролари ва фуқаролиги бўлмаган шахслар фақат виза асосида Ўзбекистон ҳудудига киришлари ва унинг ҳудуди орқали ўтишлари мумкин.

2. Хорижий фуқаролар ва фуқаролиги бўлмаган шахсларга визалар Ўзбекистон Республикасининг хорижий мамлакатлардаги дипломатик ваколатхоналари ва консулик муассасаларида виза талабномаси (Ўзбекистон Республикаси Ташқи ишлар вазирлиги томонидан тасдиқланган) асосида берилади.

3. Виза талабномаси Ўзбекистон ҳудудида доимий ёки вақтинча жойлашган юридик ва жисмоний шахсларнинг Ўзбекистон Республикаси Ташқи ишлар вазирлигига ёзма илтимосномаси асосида расмийлаштирилади. Тақдим қилинган ушбу илтимоснома 10 иш куни давомида кўриб чиқилади.

4. Хорижий фуқаролар ва фуқаролиги бўлмаган шахслар виза олиш учун Ўзбекистон Республикасининг хориждаги дипломатик ваколатхоналари ва консулик муассасаларига қўйидаги ҳужжатларни тақдим этишлари лозим:

- паспорт ёки фуқаролиги бўлмаган шахс ҳужжати (ушбу ҳужжатларнинг амал қилиш муддати виза муддатидан камида 3 ойдан кўп бўлиши керак);
- 2 нусхада тўлиқ тўлдирилган виза талабномаси;
- 2 та рангли фотосуръат (паспорт ўлчамида).

5. Хориж фуқаролари ва фуқаролиги бўлмаган шахслар транзит виза олишлари учун юқорида кўрсатилган ҳужжатлардан ташқари кетаётган давлатнинг визаси ва Ўзбекистондан чиқиб кетиш санаси тасдиқланган йўл ҳужжатларига эга бўлиши лозим. Ушбу ҳолда виза талабномасини кўриб чиқиш муддати 3 кунни ташкил этади.

Ўзбекистон Республикасининг дипломатик муассасаси ёки консуллик ваколатхонаси бўлмаган давлатларда ўша давлат фуқаролари ёки фуқаролиги бўлмаган шахслар визани Ўзбекистонга келиб, Республика Ташқи ишлар вазирлигининг Тошкент халқаро аэропортидаги виза билан таъминлаш секторидан олишлари мумкин. Бунинг учун Ўзбекистон ҳудудидаги таклиф қилувчи жисмоний ёки юридик шахс ўрнатилган тартибда олдиндан Ўзбекистон Республикаси Ташқи ишлар вазирлигига мурожаат қилиши, Консуллик бошқармасининг виза билан таъминлаш бўлиmidан тегишли тасдиқ (штамп) олиши ва уни таклиф қилувчи шахсга юбориши лозим. Мазкур тасдиқ таклиф қилувчи шахс томонидан авиачипта харид қилиш ва ўз давлатидаги паспорт текширувудан ўтиш пайтида тақдим этилади. Ушбу ҳужжат асосида Ташқи ишлар вазирлигининг Тошкент халқаро аэропортидаги виза билан таъминлаш секторидан унга виза расмийлаштирилади.

Ўзбекистон Республикаси қонунчилигига мувофиқ визаларни расмийлаштириш ва бериш учун қуйидаги консуллик йиғимлари ўрнатилган:

А. Бир марталик визалар учун:

- 7 кунгача – 40 АҚШ доллари;
- 15 кунгача – 50 АҚШ доллари;
- 30 кунгача – 60 АҚШ доллари;
- 3 ойгача – 80 АҚШ доллари;
- 6 ойгача – 120 АҚШ доллари;
- 1 йилгача - 160 АҚШ доллари.

Бунда ҳар бир қўшимча киришлар сони учун тарифлар ставкаси 10 АҚШ долларига оширилади.

Б. Қўп марталик визалар учун:

- 6 ойгача - 150 АҚШ доллари;
- 1 йилгача – 250 АҚШ доллари.

С. Транзит визалар учун:

- 24 соатгача – 20 АҚШ доллари;
- 48 соатгача – 25 АҚШ доллари;
- 72 соатгача – 30 АҚШ доллари;
- икки марталик транзит виза учун – 40 АҚШ доллари.

Д. Гуруҳ визалари учун (гуруҳда 16 ёшгача бўлган болалардан ташқари камида 10 киши бўлиши лозим):

- 15 кунгача – 15 АҚШ доллари (ҳар бир киши учун);
- 30 кунгача – 25 АҚШ доллари (ҳар бир киши учун).

Бундан ташқари, виза бериш пайтида виза расмийлаштирилиши билан боғлиқ бўлган ҳақиқий харажатларни қоплаш учун йиғимлар ундирилади.

Бундай йиғимларнинг миқдори виза расмийлаштирилаётган жойга боғлиқ (мурожаат қилаётган шахснинг фуқаролигидан қатъий назар)⁵⁸.

Ўзбекистонга кириш визасини расмийлаштиришнинг бошқача тартиби ҳам жорий қилинган бўлиши мумкин. Масалан, баъзи бир давлатлар билан виза тартиби қуйидагича кўринишда бўлиши мумкин:

1. Қирғизистон (60 кунгача), Арманистон, Белорусия, Грузия, Молдова, Озарбойжон, Қозоғистон, Россия ва Украина билан икки томонлама визасиз режим ўрнатилган.

2. Австрия, Бельгия, Буюк Британия, Франция, Германия, Испания, Италия, Латвия, Малайзия, Япония ва Швейцария фуқаролари учун виза расмийлаштиришнинг соддалаштирилган тартиби қўлланилади. Ушбу давлатларнинг туристларига бир ойгача муддатга ва ишбилармонларига эса бир йилгача (Малайзия ишбилармонларига 6 ойгача) бўлган муддатга кўп маргалик виза берилади. Бунда улардан туристик ваучер ёки Ўзбекистондаги таклиф қилувчи юридик ва жисмоний шахснинг таклифнома билан Ўзбекистон Республикаси Ташқи ишлар вазирлигига мурожаат қилиши талаб этилмайди. Бунда виза 2 иш куни ичида расмийлаштирилади (ҳужжатлар қабул қилинган кундан ташқари).

3. Корея Республикаси (60 кунгача), Бразилия, Руминия, Словакия, Туркия ва Венгриянинг дипломатик паспортига эга бўлган фуқаролари учун 90 кунгача бўлган муддатга визасиз режим ўрнатилган. Дипломатик паспортга эга бўлган ушбу давлатларнинг дипломатик ваколатхонаси ёки консулик мусассаларининг ходими сифатида аккредитациядан ўтган фуқаролари ҳамда уларнинг оила аъзолари визасиз киришлари мумкин.

4. Ўзбекистон ва Япониянинг ўзаро келишувига мувофиқ Япония фуқароларидан визалар учун консулик йиғимлари ундирилмайди.

Ўзбекистон Республикасида виза бериш тартибининг асосий камчиликлари қуйидагилардан иборат бўлиши мумкин:

Ташриф буюрувчиларга аэропортнинг ўзида виза олиш имкониятининг йўқлиги. Консулик бюроси фақат Тошкент аэропортида мавжуд бўлиб, бу бюро фақат “истисно тариқасидагина” виза бериши мумкин. Келаётган туристлардан эса хориждаги Ўзбекистон консулхоналаридан виза олиш талаб этилади.

Ўзбекистоннинг консулик бюроси йўқ бўлган мамлакатларда визани қўшни давлатларнинг консулхоналаридан олишга тўғри келади. Бу эса қўшимча маблағ, вақт ва ноқулайликларга олиб келиши мумкин.

⁵⁸ Бундай йиғимлар Ўзбекистон Республикаси билан тегишли икки томонлама шартнома ва келишувлар тузган давлат фуқароларига нисбатан қўлланилади.

Ўзбекистон Республикаси консуллик бюроси ходимнинг қабулига кириш учун кўп вақт кутиб туриш лозим бўлади.

Уч кун ичида виза бериш қоидаси ва икки томонлама халқаро келишувлар билан белгиланган муддатларда виза бериш тартибига амал қилмаслик ҳолатлари ҳам рўй бериб туради.

Консуллик хизматлари сифатининг пастлиги ва кўпроқ бож олишга қаратилганлиги.

Шахсий визалар баҳосининг юқори даражада эканлиги (масалан, европаликлар учун 40 евро, бошқа давлат фуқаролари учун 60 АҚШ доллари ва АҚШ фуқаролари учун эса 100 доллар эканлиги).

7. Виза муддатини фақат Тошкент шаҳрида узайтириш мумкинлиги ва ҳ.к.

Бизнингча, иқтисодий ва сиёсий жиҳатдан барқарор бўлган давлатлардан келаётган туристлар учун визани расмийлаштириш жараёнларини соддалаштириб, уни олиш муддатини камайитириш лозим. Божхона текширувларида қулайлик яратиб, туристик визалар баҳосини пасайитириш керак. Мамлакатга асосан ўрта ва кекса ёшдаги туристлар келишини ҳисобга олиб, ёши 55-60 дан ошган туристларни виза олишдан озод қилиш керак ёки республикамизнинг аэропорт ва бошқа чегара ҳудудларига қари ёшдаги туристларнинг келиши билан визани расмийлаштиришни тезкорлик билан амалга оширишни ташкил қилиш лозим.

Божхона ва чегарадаги расмийтчиликлар ҳам туристларнинг келишига салбий таъсир этувчи сабаблардан бири бўлиши мумкин. Тошкент аэропортига келганда божхонадан ўтиш тартиби жуда қийин кечиб, ўртача 1-1.5 соат вақтни олади. Бундай ҳолатни Ўзбекистоннинг бошқа шаҳарларидаги аэропортларида ҳам кузагиш мумкин. Аэропортдаги паспорт назорати ва божхонада расмийлаштириш зоналарини қайта жиҳозлаш каттагина маблағни талаб этади. Бироқ, бир қатор ташкилий масалаларни бир вақтнинг ўзида ҳам ҳал этиш мумкин. Масалан, келаётган йўловчиларни гуруҳларга қараб ажратиш мақсадга мувофиқ. Яъни бунда юки кўп йўловчилар юки кам йўловчилар билан бирга божхона текширувидан ўтмаслиги керак. Айниқса, йўловчилар кўп бўлган вақтда аэропортлардаги паспорт назорати ва божхона текшируви терминаллариининг барчасини ишлатиб, юкларни қабул қилиш, етказиб бериш ва текшириш хизматларини яхшилаш лозим бўлади.

Ўзбекистонга келаётган туристлар ўз мамлакатларида бўлган вақтларидаёқ Республикадаги божхона ва чегара қоидалари ҳақида тўлиқ маълумотга эга бўлиши керак. Ҳозирги кунда мамлакатимизга келаётган туристлар олдиндан қандай муаммолар борлигини билиб, туристик фирмаларга мурожаат қилиб, ўз мулоҳазаларини билдирмоқда. Бундан ташқари, туристлар учун

божхона ва чегара тартиблари кўрсатилган маълумотларни рус ва инглиз тилларида илиб қўйиш керак. Агар зарур бўлиб қолган ҳолларда туристлар ёрдам сўраб муурожаат қилишса тезкор ахборот ва маълумот хизматларини кўрсатиш ҳам мақсадга мувофиқдир.

Рақобатбардош туристик маҳсулотни яратиш миллий туризмни ривожлантиришнинг устувор йўналишидир. Туристларга таклиф этилаётган маҳсулот ва хизматларнинг сифати асосан уларни ишлаб чиқарувчи хусусий ташкилотларга боғлиқ. Бироқ, хизмат сифатига таъсир қиладиган ҳамда марказий ва маҳаллий ҳокимият органларига боғлиқ бўлган бир қатор бошқа ҳолатлар ҳам мавжуд бўлиб, буларга мисол сифатида инфратузишма ва туристик ресурслардан фойдаланиш имкониятининг баъзи бир фаолият турлари бўйича чегараланганлигини кўрсатиш мумкин.

Ўзбекистондаги туристик маҳсулотлар ва хизматларни диверсификациялаш муҳим аҳамият касб этади. Ҳозирги кунда Ўзбекистон таклиф этаётган учта асосий туристик маҳсулотни ажратиб кўрсатиш мумкин. Бу туристик маҳсулотлар асосан маданий, тарихий ва меъморий объектларда жойлашган бўлиб, улар **тарихий ва меъморий обидаларни кўриш мақсадидаги туризм** (маданий-маърифий), **муайян йўналишдаги ихтисослашган туризм, зиёрат ва табиатни кўриш мақсадидаги туризм тармоқларини ўз ичига олади.** Туризмнинг бундай кўринишларига алоҳида-алоҳида тўхтаб тавсифлаб ўтиш мақсадга мувофиқдир.

Тарихий ва меъморий обидаларни кўриш мақсадидаги туризм. Ҳозирги кунда ушбу маҳсулот тури маҳаллий туристик бозор иштирокчилари таклиф этаётган асосий туристик маҳсулот ҳисобланади. Маҳаллий туристик операторлар ушбу мақсадда турли туристик хизматларни таклиф этгани билан улар, асосан, Тошкент, Самарқанд, Бухоро ва Хива йўналишлари билан чегараланиб қолмоқда. Тўлалигича ишлатилмаётган бир қатор туризм йўналишлари ҳам борлигини инобатга олган ҳолда, қадимги Термиз, кўҳна Хоразм ва республикамизнинг бошқа ўнлаб археологик ёдгорликлари ва меъморий обидалари ушбу туристик маҳсулот турини янада бойитишга туртки берган бўларди. Бу борада туристик фирмаларда ишлаётган туроператорлардан тарихий ва меъморий билимларни пухта эгаллаш талаб этилади.

Муайян йўналишдаги ихтисослашган туризм. Кўпчилик туристик ташкилотлар хизматлар турини кўпайтиришга ҳаракат қилиб, ўз турмаҳсулотлари сирасига саргузашт ва спорт туризмини (сахро ва чўлларда туяларда сафарга чиқиш, тоғларга чиқиш, чанги учиш, дарёларда қайиқда сузиш ва ҳ.к.лар) ҳам киритишади. Шунингдек, бундай сафарлар сирасига турли тадбирлар билан боғлиқ туризмни ҳам қўшиш мумкин. Сўнгги йиллар-

да турли маданий фестиваллар оммалашиб бормоқда. Бироқ бундай тадбирлар дунё миқёсида тарғиб қилиниши лозим. Бу борадаги фаолият маҳаллий ҳокимият вакиллари хусусий сектор ва туризмни ривожлантиришга масъул бўлган барча ташкилотларнинг ҳаракатини мувофиқлаштирган ҳолда олиб борилиб, иложи борича хорижий туристларда катта қизиқиш уйғотиш лозим.

Зиёрат мақсадидаги туризм. Ўзбекистонда ислом, христианлик ва буддвийлик эътиқоди билан боғлиқ бўлган миллионлаб кишилар учун муқаддас саналган жойлар кўп. Зиёрат мақсадидаги туризмни ривожлантириш масаласи доимо долзарб бўлиб келган. Шунинг учун ҳам кейинги йилларда республикада ушбу маҳсулот тури кўпроқ тарғиб қилинмоқда.

Зиёрат мақсадидаги туризм мамлакатдаги туристик маҳсулот турини кўпайтиришга ижобий таъсир кўрсатиши мумкин. Шу билан бир қаторда бугунги кунда бир қатор фойдаланилмаётган имкониятлар ҳам йўқ эмас. Мисол учун Тошкент шаҳридаги йирик меҳмонхоналарда халқаро семинар ва анжуманларни ўтказиш мумкин, бироқ бундай тадбирлар шаҳарда жуда кам ўтказилади. Маълумки, Тошкент қулай географик минтақада жойлашган бўлиб, туризм индустриясини ривожлантириш учун яхши инфратузилмага эга. Дунё мамлакатларида эса халқаро анжуманларни ўтказадиган минглаб илмий, маданий ва бошқа ташкилотлар ҳамда ўнлаб туристик фирмалар мавжуд бўлиб, улар шундай анжуманларни ўтказишга ихтисослашган. Мамлакатимизда туристик ташкилотларнинг халқаро анжуманларни ўтказиши учун ҳукумат уларга кўпроқ имконият бериши ва рағбатлантириши лозим.

Республикада **табиатини кўриш мақсадидаги туризм** турини ривожлантириши учун катта имкониятга эга. Бироқ умумий сони тахминан йигирмага яқин бўлган кўриқхоналар туристларни жалб этиш учун тўлалигича фаолият кўрсатаётгани йўқ. Бундан ташқари кўриқхонадан ҳудудда ташкил этилган туристик саёҳатлардан кўпинча тарихий ва маданий обидалар зарар кўрмоқда. Уларни муҳофаза қилиш мақсадида маҳаллий ҳокимият органлари кўриқхоналарга киришни таъқиқлаб қўйишган. Бироқ халқаро тажриба бундай ёндашишнинг нотўғри эканлигини кўрсатмоқда. Миллий кўриқхоналар табиат бойликлари сақланадиган жой бўлиб қолгани ҳолда илм-фан учун, тадбиркорлар ва давлат бюджети учун фойдали бўлиши ҳам мумкин. Бунинг учун марказий ва маҳаллий ҳокимият органлари туризм бозори ишгирокчилари ва бошқа манфаатдор томонларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятларини қатъий белгилаб қўйишлари керак.

Ўзбекистон юк ва йўловчиларни ташиш учун ҳам географик жиҳатдан жуда қулай минтақада жойлашган. Сингапур туризмни ривожлантириш учун ўз

ресурслари бўлмагани ҳолда транзит портга эга бўлганлиги учун ҳам Жануби-Шарқий Осиёдаги йирик молиявий ва туризм марказларидан бирига айланиб қолган. Шундай имкониятга эришиш учун республикамиз яхши аэропорт инфраструктурасига ва Ўзбекистон орқали Европадан Осиёга юк ва йўловчилар транзитини қўллаб-қўвватлайдиган манфаатли божхона қонунчилигига эга бўлиши лозим. Бу масала ҳам ҳукуматнинг аралашини талаб этади.

Туризм тармоқларида хизматлар индустрияси сифатини таъминлаш туристик корхоналар рақобатбардошлигини таъминлаш йўлларида биридир. Туристлар кўлаб турмаҳсулот ва моддий хизматларни (мисол учун самолёт чиптасини, меҳмонхонада тураржой, таом ва ҳ.к.ларни) харид қилади. Бироқ, бундан ташқари улар номоддий таассуротларни ҳам (мисол учун табиат кўриниши, иқлим, аҳолининг меҳмондўстлиги, тарихий ва мейморий обидалардан олинган таассурот ва ҳ.к.ларни) сотиб олишади. Шу нуқтаи-назардан олганда ҳар қандай туристик маҳсулот уч қисмдан, яъни а) туризмдан олинмаган билим ва таассурот, б) муайян жой, в) туризм билан боғлиқ хизматлардан иборат бўлади. Бундан ташқари туристик маҳсулот туристнинг сафарга чиқиши ва дам олишга ундайдиган асосий эҳтиёжлардан ҳам келиб чиқиши мумкин. Шундай қилиб, олдиндан батафсил ўрганиб таклиф этилган маҳсулотни олишдан турист манфаатдор бўлади. Шунинг учун ҳам туристик маҳсулотнинг барча таркибий қисмлари сифатли бўлиб, туристлар талабига жавоб берадиган даражада бўлиши керак.

Ўзбекистон меҳмонхоналарига жойлаштириш хизмати. Республикада катта меҳмонхона мажмуаларининг кўпчилиги давлат муассасаси ва ташкилотларига (“Ўзбектуризм” МК, вазирлик, идора ва ҳокимиятлар) қарайди. Баъзи меҳмонхоналар халқаро хусусий корхоналар билан меҳмонхона хўжалигини бошқариш учун шартнома тузган бўлса-да, ҳаддан ташқари марказлашгани, меҳмонхона бошқарувига давлатнинг аралашуви, самарали бошқаришдан манфаатдор бўлмаслик, қабул қилинган қарорлар учун жавоб бермаслик ва бошқа бир қатор сабабларга кўра уларда бошқариш самараси жуда пастлигича қолмоқда.

2010 йилда республикамизда яқунланиши лозим бўлган меҳмонхоналарни хусусийлаштириш жараёни қуйидаги бир қатор тўсиқларга дуч келган эди. Биринчидан, меҳмонхоналарнинг кўпчилиги қарзга ботган бўлиб, инвесторлар қарз мажбуриятларини ўзларига олишни истамаган. Иккинчидан, бу объектлар жуда катта бўлганлиги учун ҳам кўпгина инвестиция ва махсус бошқарув билан боғлиқ бўлган билимларни талаб қилади. Шунинг учун ҳам уларни харид қиладиганлар сони чегараланган. Учунчидан, меҳмонхоналарни бошқарадиган ташкилотлар ўзларининг жорий фаолиятдан тушадиган

даромадни ўзларига олишади. Бу даромадлар эса хизматлар сифатининг пастлиги, қарзларнинг кўпайиб бораётганлиги ва зарар миқдори тобора ортиб бораётганлиги сабабли камайиб бормоқда. Бу ҳолатдан харидорлар ҳам, ҳозирги кунда меҳмонхоналарни бошқараётган ташкилотлар ҳам уларни хусусийлаштиришдан манфаатдор эмаслигини билдиришмоқда. Ушбу ҳолатдан чиқишнинг бирдан-бир йўли уларни турли идоралар бошқарув тизимидан чиқариб, меҳмонхоналар молиявий аҳволини яхшилайдиган, шунингдек, хусусийлаштиришга тайёрлайдиган уюшма ва бирлашмаларга бириктириш лозим. Давлат томонидан рағбатлантириш сифатида бундай ташкилот ихтиёрида меҳмонхоналарни бошқариш ва хусусийлаштиришдан тушган маблағнинг маълум бир қисми қолдирилган тақдирдагина ижобий натижага эришиш мумкин.

Сўнги йилларда инфратузимани яхшилаш ва хизматлар сифатини ошириш мақсадида маҳаллий ташкилотлар томонидан инвестициялар киритилишига қарамадан хусусий сектордаги меҳмонхоналар хизматининг умумий даражаси, баъзи ҳолларни истисно қилганда, жуда пастлигича қоламоқда. Бундан ташқари туристик корхоналарда менежер ва хизматчи ходимларнинг билимлари етарли даражада эмаслиги, кўпинча туристларнинг мураккаб бўлган эҳтиёжлари қондирилмаётганлигига сабаб бўлмоқда.

Ўзбекистон Республикасида туристик-экскурсия ва бошқа хизмат турларини тараққий эттириш имкониятлари. Илмий ўрганишлар ва хусусий сектор вакиллари билан бўлган қизиқарли суҳбатларга асосланиб, туризм соҳасидаги аҳволни қуйидагича баён этиш мумкин:

Мамлакатимизда билим даражаси етарли бўлган кўплаб маданий, тарихий ва меъморий обидаларга сафар уюштиришга ихтисослашган гид мутахассислар мавжуд. Лекин асосий йўналишлардан бошқа йўналишларга сафар уюштиришга ихтисослашган гид-экскурсоводлар кам.

Музейларда таклиф этиладиган хизмат турлари етарли даражада ташкил этилмаган. Музейларнинг асосий қисми Тошкент ва Ўзбекистоннинг бошқа йирик туристик шаҳарларида жойлашган. Бироқ кўплаб музейларнинг экспозицияси у қадар бой эмас. Музейлар экспозициясига қўйилган материаллар ҳақида маълумот оз бўлиб, асосан, рус ва ўзбек тилларида ёзилган. Музейларнинг техник базаси эскирган бўлиб, музей ходимлари туристларни жалб этиш билан деярли шуғуланишмайди. Бундай аҳволни Ўзбекистонда музей ишларини ривожлантиришга қаратилган махсус дастур ишлаб чиқиш билан яхшилаш мумкин. Ушбу махсус дастур, хусусан, хизматлар сифатини яхшилаш, моддий базани ривожлантириш ва молиялаш манбалари ҳақида ахборот материалларини тақдим этишни ўз ичига олиши керак. Давлатнинг

бу борадаги юқини енгиллаштириш мақсадида музейларнинг бир қисмини нодавлат ва нотижорат ташкилотларининг хусусий секторларига бериб, уларни жойлардаги маҳаллий ҳоқимият органлари билан илмий ва ўқув муассасаларининг умумий бошқарувига топшириш керак.

Асосий туризм йўналишларида диққатга сазовор жойлар кўп бўлгани билан, Тошкент шаҳри ва вилоятларнинг йирик марказий шаҳарларини ҳисобга олмаганда, уларнинг бирортасида ҳам кўнгили очиш жойлари йўқ. Туристтик операторларнинг кўпчилиги туристлар диққатга сазовор жойларни бориб кўришгандан сўнг, уларнинг ҳордиғини қандай ташкил қилишни билмасликларидан шикоят қилишади. Туристтик фирмалар томонидан ўтказилган сўровномаларда, асосан, хорижий туристлар кундуз кунлари зиёрат-экскурсияга, кечки вақтда эса парк ва театрларга, шоу томошаларига боришни хуш кўришини билдиришган. Буларни ҳам тур дастурига киритилса, ўйлаймизки, туристларнинг қизиқиши янада ортади.

Молиявий хизматлар соҳаси ҳам норозиликларга сабаб бўлмоқда. Бу ҳолат биринчи навбатда банкоматлар йўқлиги, савдо муассасалари ва хизмат кўрсатиш ташкилотларида терминаллар йўқлиги билан изоҳланади. Банкомат хизматлари баъзи йирик шаҳарлардаги беш юлдузли меҳмонхоналардагина тақлиф этилади. Тошкентдан ташқарида банкомат топиш имконияти йўқ. Бундан ташқари кредит карточкаларини қабул қиладиган саноқли ташкилотлардаги маҳсулотлар нархи нақд пулга ишлайдиган бошқа сотувчиларникига нисбатан қимматроқдир (16-жадвал).

Жадвал маълумотларидан кўришиб турибдики, Тошкент шаҳрида хизматларнинг барча турлари тез суръатлар билан ўсмоқда. 2006 йилда у олдинги йилга нисбатан 118,1 фоизга ошган, бу эса мамлакатимиз ялпи ички маҳсулотининг ўсиш суръатидан юқоридир. Бунда туризм ва туристик хизматлар нисбатан жадал суръатларда ўсиб борганлигини кўрамыз. Мазкур йилда бу хизматлар ҳажми 144,5 фоизга ортган. Демак, шаҳар ялпи ички маҳсулотига туризм ва туристик маҳсулотлар ҳажми ортиб борган.

Хизматлар соҳасини етарли даражада ривожлантирмаслик топилиши мумкин бўлган даромадни йўқотиш маъносини билдиради. Халқаро даражада маданий обидаларни кўриш ва дам олиш мақсадида чиққан туристнинг бир кунлик харажатлари ўртача 130-160 АҚШ долларини ташкил этади. Ўзбекистоннинг туризм фаолияти иштирокчилари эса битта туристнинг бир кунлик ўртача харажатини 90 АҚШ долларига тўғри келишини айтишмоқда. Бу ҳолат, туристик хизматлар яхши ташкил этилмаганлиги учун ҳам маҳаллий туристик ташкилотлар томонидан бир кунда битта туристдан камида 40 АҚШ доллари миқдорига кам даромад олаётганлигини кўрсатади.

**2006 йилда Тошкент шаҳрида хизматлар ҳажмининг ўсиши
(2005 йилга нисбатан, % ҳисобида)**

Туманлар номи	Жами хизматлар	Савдо хизматлари	Туризм ва туристик хизматлар	Меҳмонхона хизматлари
Жами	118,1	118,9	144,5	111,3
Бектемир тумани	142,3	145,0	-	103,3
Мирзо Улугбек тумани	117,0	116,5	114,0	115,4
Миробод тумани	142,5	176,2	125,5	115,5
Собир Рахимов тумани	116,0	126,4	3,0м	-
Сергиаи тумани	103,2	100,3	53,0	103,7
Учтепа тумани	130,7	135,3	60,0	-
Хамза тумани	104,6	100,4	3,0м	106,4
Чилонзор тумани	118,9	119,9	148,4	112,5
Шайхонтоҳур тумани	109,5	107,1	50,0	108,2
Юнусобод тумани	109,9	107,2	101,0	118,4
Яккасарой тумани	110,9	108,6	174,7	117,5

Манба: муаллиф ишланмаси

Туристик хизматлар соҳасига инвестицияларни жалб қилишни рағбатлантириш Ўзбекистон Республикаси ҳукуматининг асосий ва-зифаларидан биридир. Маҳаллий хусусий ташкилотлар туризм соҳасига микро ва кичик инвестицияларни кўп қўйишади. Бироқ, айти бир вақтда ана шу соҳа йирик хорижий инвесторларни ҳам йўқотмоқда (мисол учун Lufthansa, Air France, British Airways авиакомпаниялари, Le Meridian, Citi polos меҳмонхоналар тармоғи ва ҳ.к.лар). Туризм бозори иштирокчилари билан бўлган суҳбатлардан уларнинг республикада аниқ туризм сиёсати ва инвестицияларни қўллаб-қувватлаш стратегияси йўқлиги нолиётганлиги маълум бўлди. Бу ҳолат марказий ҳокимият органлари қабул қилган мо-лявий рағбатлантириш омиллари туризм инфратузилмасини ва хизматлар соҳасини самарали ривожлантириш учун камлик қилишини кўрсатади.

Шуни ҳам таъкидлаш лозимки, республикамиз раҳбарияти ту-ризмга халқаро инвестициялар жалб қилишнинг анъанавий воситала-ридан кенг фойдаланиб келмоқда. Мисол учун давлат ихтиёрида бўлган меҳмонхоналарни бошқариш учун маълум меҳмонхоналар тармоғи билан (масалан, “Intercontinental” меҳмонхоналар тармоғи ва бошқалар) кели-шулар тузилган. Бироқ, давлат сектори, маҳаллий ҳокимият органлари-

нинг турли хусусий ташкилотлар (банклар, меҳмонхона эгалари, туристик агентликлар ва ҳ.к.лар) билан ҳамкорлиги масаласига у қадар эътибор берилмайди. Бунда давлат мамлакатнинг туризм соҳасига йирик ва кичик инвестицияларни жалб этиш, хусусан, туризм кам ривожланган, аммо ривожлантириш потенциали мавжуд минтақаларга инвестиция киритиш ишларини рағбатлантириш вазифасини ўзига олиши лозим.

Марказий ҳокимият органлари, маҳаллий бозор иштирокчилари ва халқаро ташкилотларнинг саяёҳаракатларига қарамасдан туризм соҳасида ишлайдиган кўплаб тадбиркорлар малакасининг етишмаслиги бу борадаги асосий муаммолардан бири бўлиб қолмоқда. Кўпгина ҳолатларда маҳаллий иштирокчилар туризм хизматларига бўлган талабнинг ўзига хос жиҳатларини, қандай хизматлар таклиф этишни, туристларга нима ёқишини билишмайди. Бундан ташқари сўнги йилларда кичик тадбиркорларнинг кўпчилиги туризм билан шуғуллана бошлашди. Бироқ, бундай тадбиркорлар ўз вақтида рағбатлантирилмайди ва уларнинг фаолиятида янги жиҳатларнинг, ўзига хос томонлари ҳам кўра билмайди.

Ҳозирги кунда Республикамизда туризм индустрияси корхоналари учун мутахассислар тайёрлайдиган бир қатор Олий ва ўрта махсус ўқув юрталари, касб-хунар коллежлари фаолият кўрсатиб турибди. Масалан, Тошкент Давлат иқтисодиёт университетининг “Халқаро туризм” факультети, Самарқанд Давлат Иқтисодиёт ва Сервис Институти, Сингапур Туризм Институти, шунингдек ўнааб касб-хунар коллежлари туристик ташкилотларни бошқара оладиган, миллий ва маҳаллий даражада туризм стратегиясини ишлаб чиқишга қодир бўлган малакали мутахассисларни тайёрлайди. Шунга қарамасдан туризм соҳасидаги хизмат турларининг сифати, мамлакатдаги туризм ва туристик ташкилотларнинг рақобатбардошлик даражаси пастлигича қолмоқда. Бунинг учун биринчи гада меҳмонхона ва ресторан ходимларини (шу жумладан менежерларни ҳам), туристик гидларни, ҳунарманд усталарни ва шунингдек туроператорларнинг малакасини доимо ошириб бориш лозим.

Жаҳон тажрибаси шуни кўрсатмоқдаки, туристик фаолият иштирокчилари мавжуд бўлган ўқитиш ва таълим бериш усуларини ўзгартириб бориши лозим. Чунки, жаҳон хўжалигининг интеграциялашуви ва глобаллашуви кучайиб бораётган бир пайтда туризм соҳасининг олдида янгидан-янги вазифалар қўйилмоқда. Ўзбекистонда туризм соҳаси рақобатбардош бўлиши учун унинг иштирокчилари туризм бозори талабларини қондира олиши керак. Ўзбекистонга келаётган кўпчилик туристлар Ғарбий Европада эканлигини ҳисобга олган ҳолда муваффақиятга эришиш учун ўқитишнинг меъёр-

лари халқаро стандартларга мос келиши керак. Ўзбекистон янги туристларни жалб этиш учун туристларни кутиб олишдан бошлаб раҳбар лавозимларига қадар бўлган барча даражаларда малакали кадрларга эга бўлиши шарт. Айнан шундай бўлгандагина туристлар Ўзбекистонга яна қайтиб келиб, туристик маҳсулотнинг юқори сифати ва янги таассуротларидан яна баҳра олишади. Бунинг натижасида эса мамлакатимизга келадиган туристлар сони йилдан-йилга кўпайиб бораверади.

Туризм соҳасида ижобий ўзгаришларга эришиш, нафақат техник вазифаларни бажарадиган, балки туристик ташкилотларни бошқара оладиган янги авлодни ҳам тарбиялашни тақозо этади. Бундан ташқари маҳаллий туризм бозори иштирокчилари учун тренинглар ўтказиш орқали уларнинг малакасини юксалтира бориб, улар таклиф этаётган хизматлар рақобатбардошлигини ошириш мумкин.

3.2. Глобаллашув шароитида Самарқанд, Бухоро ва Тошкент шаҳарларида туристик марказларни модернизациялаш ҳолати

Маълумки, мамлакатга ташриф буюрадиган туристлар оддий таомдан тортиб, қимматбаҳо сувенирларгача бўлган маҳсулот ва хизматларнинг маълум миқдорига бўлган талабни қондиришади. Бу табиий равишда, маҳсулот ва хизматлар ишлаб чиқариш билан шуғулланадиган кичик бизнес корхоналарига ўз имкониятларини янада кенгайтириш учун кенг йўл очиб беради. Фермер хўжаликлари туристлар истиқомат қиладиган меҳмонхоналар учун тоза қишлоқ хўжалик маҳсулотларини етиштириб берса, тўқимачилик ва тикувчилик саноатида фаолият кўрсатадиган кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналари туристлар учун зарур бўлган ётоқхона жиҳозлари ва халатларни, косметика саноати корхоналари эса шампунь, совун ва дезодорант маҳсулотларини ишлаб чиқаради. Анъанавий миллий маҳсулотларни ишлаб чиқарадиган хунармандчилик устахоналари ҳам туристлар учун буюртмалар тайёрлайди. Умуман олганда, ҳозирги кунда республикамизнинг туризм саноатида хусусий туристик корхоналарнинг фаолият кўрсатишини қониқарли даражада деб бўлмайди. Бунинг асосий сабабларини биз қуйидагиларда кўрамиз. *Биринчидан*, республикамиз туризм соҳасида фаолият кўрсатаётган айрим компанияларининг монополлашганлик характери га эга эканлиги. Маълумки, баъзи бир сабабларга кўра, ушбу компаниялар таркибидаги объектларни хусусийлаштириш жараёнлари анча суст амалга

оширилоқда. Бундан ташқари, янги ташкил қилинаётган кичик туристик фирмаларнинг айримлари ҳам йирик туристик компанияларда мавжуд бўлган имкониятларнинг кўпчилигига эга эмас. *Иккинчидан*, туризм соҳасида юқори малакали кадрларнинг етишмаслиги оқибатида янгидан-янги кичик туристик фирмаларнинг ташкил этилиши ва самарали фаолият кўрсатиши долзарб муаммолардан бирига айланиб қолмоқда. *Учинчидан*, республика вилоятлари ва туманларининг кўпчилигида маҳаллий вакиллик органларида фаолият кўрсатаётган раҳбарларнинг туризмнинг мамлакат иқтисодиётига қўшадиган ҳиссасини тўғри баҳолай олмаслиги ва ишга эскича тафаккурда ёндашишлари натижасида туризм бозорларига билвосита таъсир кўрсатадиган кичик бизнес ва тадбиркорлик билан шугулланувчи туристик корхоналарнинг очилишига халақит бериб қелишлари. *Тўртинчидан*, янги ташкил этилган туристик фирмалар тор фаолият доираси – асосан “Ўзбектуризм” МК учун анъанавий ҳисобланган айрим хизмат турлари билангина чекланиб қолишган. Бунинг натижасида, хорижий туристлар томонидан билдирилган қизиқишлар ушбу фирмаларнинг эътиборидан четда қолиб келмоқда. Агарда туристик фирмалар ноанъанавий хизмат турларида, масалан, мамлакатимизнинг гўзал ва сержило табиатига саёҳатлар уюштириш, туристлар учун маҳаллий қишлоқ ва овулларга халқ миллий урф-одаглари билан таништириш мақсадида экскурсияларни ташкил этиш, шунингдек, туристлар учун миллий руҳдаги концерт ва томошаларни уюштириш каби хизмат турларини кенгайтирса улар ўз олдларига қўйган мақсадларига эришган бўлади. *Бешинчидан*, маҳаллий ҳунармандчилик маҳсуотларини, миллий руҳдаги кийим-кечакларни, миллий таомларни ва бошқа шу кабиларни ишлаб чиқариш энг долзарб масалалардан бири ҳисобланади.

Юқорида таъкидлаб ўтганимиздек, хусусий туристик фирмалар томонидан туризм хизматлари бозорини жадал суръатларда ривожлантириши муҳим аҳамият касб этади. Мамлакатимизда бозор иқтисодиётига мос туризм инфратузилмаси эндигина ривожланаётганлиги боис хусусий туристик фирмаларнинг деярли барчаси кичик бизнес ва тадбиркорлик субъектлари бўлиб ҳисобланади. Хорижий мутахассисларнинг фикрига кўра, Ўзбекистонда ҳукм сураётган осойишталик, юртимизнинг осори атиқалари, қадимги маданий ёдгорликлари ва гўзал табиати мамлакатга йилига 2-2,5 млн.гача бўлган туристларни ташриф буюриши учун имкон яратади. Бундай катта ҳажмдаги туристлар оқимини қабул қилиш имкониятига эга бўлган хусусий мулк шаклидаги отелларни, кемпинглари, меҳмонхоналарни ва шунингдек бошқа ўнлаб туристик базалар тизимини яратиш муҳим аҳамият касб этади (17-жадвал).

Туристтик хизматларни етказиб берувчи ва истеъмолчилар ўртасидаги ўзаро муносабатларнинг структураси

Ташриф буюрувчиларнинг харажатлари	Хизматларни етказиб берувчилар
Жойлашиш	Меҳмонхоналар, мотеллар, кемпинглар, карвонсаройлар, шахсий уйлар, квартиралар ва бошқалар.
Овқатланиш ва ичимликлар	Барлар, ресторанлар, кафелар, ошхоналар, кўчма умумий овқатланиш пунктлари, шахсий уйлар.
Транспорт	Автобуслар ва енгил машиналар.
Маданий ва спорт фаолияти	Спорт-инвертарларини ижара олиш, спорт иншоотларини ижара олиш. Маданий ҳордиқ чиқариш-кечки клублар, дам олиш ва ҳибонлар. Кўргазма ва шоуларни ташкил этиш. Концерт дастурлари ва бошқа бадиий фаолият.
Харидлар	Сувенирлар, совға ва сувенирлар магазинидаги чакана савдо. Истеъмол товарлар, йўл асбоблари, кийим-кечак, чемодан ва сумкалар, парфюмерия товарларининг чакана савдоси.
Ишбилармонлик хизматлари	Кўчмас мулк билан операциялар, офислар учун асбоб-ускуналарнинг ижараси, ишга ёллаш.
Туристтик хизматлар	Экскурсоводлар, гид-таржимонлар, валютани айирбошлаш, саёҳатларни сугурталаш, паспорт ва визалар учун фотографиялар.

Манба: муаллиф томонидан ишлаб чиқилган.

Туризм соҳаси бозор тизимидаги бошқа ҳар қандай иқтисодиётдаги тармоқлар каби алоҳида сегмент ҳисобланади. Шунинг учун ҳам туризм фаолиятини талаб ва таклиф омилларининг ўзаро боғлиқ структураси сифатида кўриб чиқиш муҳим аҳамият касб этади. Маълумки, талаб ва таклиф омиллари бозор муносабатлари шароитида хусусий мулкчилик муносабатларининг ҳар жиҳатдан ривожланишини белгилаб берувчи асосий таянч ҳисобланади. Жаҳон мамлакатларидаги туристик хизматлар бозорида хусусий туристик фирмалар мавжуд талаб ва эҳтиёжларни атрофича ўрганмай туриб, ўз хизматларини кутилаганидек амалга ошира олмайди. Кўриб турганимиздек, хусусий туристик фирмалар бозордаги талаб ва таклиф омилларини тўлиқ ҳисобга олган ҳолда ҳаракат қилгандагина, уларнинг республика туризм иқтисодиётига ижобий таъсири бўлиши мумкин. Шу нуқтаи назардан олиб қараганда, биз хусусий туристик фирмаларнинг туризм иқтисодиётини ривожлантиришда туган ўрни тўғрисида тўхталиб ўтишдан олдин талаб ва таклиф омиллари хусусида баъзи-бир фикр ва мулоҳазаларимизни билдириб ўтмоқчимиз.

Талаб омиллари ўзида асосан халқаро (худудий) ва ички (милий) туристик бозорларни намоён этади. Бундай бозорларда чет эллик сайёҳлар билан бир қаторда маҳаллий аҳоли ҳам туризмнинг диққатга сазовор бўлган объектиларидан ва шунингдек туристик хизматлар туридан кенг фойдаланади. Таклиф омиллари бўлса чет эллик сайёҳларни жалб этиши мумкин бўлган туризмнинг диққатга сазовор турли хил фаолият турларини (милий хунармандчилик, мусиқа ва маҳаллий халқ урф-одатлари ва маросимлари), мамлакатга ташриф буюрган сайёҳларни жойлаштириш воситаларини, шунингдек, бошқа туристик объектилар ва хизматларни ўз ичига олади. Шуни таъкидлаб ўтиш жонзки, диққатга сазоворликлар деганда тематик хиёбонларни, ҳайвонот боғлари ва ботаник боғларни, аквариумлар каби табиий ва маданий объектиларни, шунингдек, ушбу объектилар билан боғлиқ бўлган барча фаолият турларини тушунмоқ керак. Бутунжаҳон туризм ташкилоти (БТТ) таснифига кўра ташриф буюрган сайёҳларни жойлаштириш воситаларига турли хил шаклдаги меҳмонхоналарни, мотелларни, меҳмонхона типидagi уйларни, шахсий хонадонларни ва бошқа турдаги туристлар тўхтайдиган объектиларни киритиш мумкин.

Умуман олганда барча туристик хизматлар ва объектилардан самарали фойдаланиш учун замон талабларига тўлиқ жавоб бера оладиган туризм инфратузилмасини шакллантириш талаб этилади. Бундай инфратузилма ўз ичига транспорт (ҳаво транспорти, автомобиль йўллари транспорти, темир йўл транспорти, сув транспорти ва бошқалар) хизматини, сув ва электротаъминот, канализация ва телекоммуникация каби соҳаларни қамраб олади. Ҳозирги кунда, дунёдаги кўплаб мамлакатлар туризмни ривожлантириш бўйича ишлаб чиққан ўз стратегияларида санитария-экологик омилларга ҳам инфратузилма ривожини таъминловчи асосий омил сифатида баҳо беришмоқда.

Самарқанд вилояти республикамизда географик ўрни жиҳатдан, шунингдек, табиий ва иқтисодий жиҳатдан қулай минтақада жойлашган. Вилоятнинг табиий шарт-шароити, иқлими, ер усти тузилиши, яъни унинг жанубий ва шимолий томонлари, шунингдек, шимоли-шарқий томонлари тоғ ва тоғолди адирлардан иборатлиги ҳам туризм соҳасида жуда катта мазмун касб этади.

Самарқанд вилояти ўзининг гўзал табиати, ўсимлик ва ҳайвонот дунёси билан ҳам мамлакатимизнинг бошқа минтақаларидан алоҳида ажралиб туради. Вилоятга ташриф буюрган туристларни бой тарихий ва меъморий иншоотлари, минг йиллик тарихга эга бўлган чинорлари ва бошқа яшил дарахтларнинг кўплиги албатта ҳайратда қолдирмасдан қўймайди.

Вилоятнинг бир қатор туман ва қишлоқларида ҳам минг йиллик тарихга тенг бўлган қадимий ноёб дарахтлар (арча ва чинорлар) ҳанузгача сақланиб

қолган. Булар қаторига Ургут шаҳридаги юқори Чорчинор (1020 йиллик), Каттақўрғон туманининг Қорадарё қишлоғидаги чинор (565 йиллик), Нуробод туманининг Тим қишлоғидаги арча (1000 йиллик), Жомбой туманининг Ҳалвойи қишлоғидаги минг йиллик арчаларни ва ҳ.к.ларни киритиш мумкин.

Вилоят маркази бўлимиш Самарқанд шаҳри қадимдан машҳур бўлиб келган кўркам боғу-роғлар билан ўралган. Ушбу боғлар туристларни ҳайратга солиб, ўзига ром қилгани тарихий манбалардан маълум. Шаҳар атрофидаги Амир Темир боғлари эса бутун дунёга машҳурлиги билан алоҳида эътиборга лойиқ.

Самарқанд вилоятининг ҳайвонот олами ҳам хилма-хил бўлиб, унинг тоғ ва тоғолди ҳудудларида судралиб юрвчи ҳайвонлар, турли-туман кушлар ва туёқли ҳайвонлар оиласи вакиллари учратиш мумкин. Вилоятнинг мазкур ҳудудлари ўсимлик ва ҳайвонот дунёсига қизиқувчи **экотуризм** ишқибозлари учун янги туристик маршрутларни ташкил этиш имкониятини беради.

Маълумки, вилоятда туризмни ташкил этиш ва ривожлантиришда унинг аҳолиси ва меҳнат ресурслари ҳам муҳим аҳамият касб этади. Статистик маълумотларга кўра ҳозирги кунда Самарқанд вилояти жами аҳолисининг бору-йўти 1 фози туризм хизматлари билан банд экан. Меҳнатга яроқли бўлган кишиларни, айниқса, ёшларни туризм ва туризм хизматлари соҳасида – меҳмонхоналар, умумий овқатланиш ва транспорт тармоқлари, туристлар учун гидлар (таржимонлар), экскурсоводлар, туроператорлар, турагентликлар ва бошқа соҳаларда банд қилиш имкониятлари каттадир.

Самарқанд вилоятининг қулай иқтисодий-географик ўрни минтақада саноат ва қишлоқ хўжалиги тармоқларини ривожлантиришга шарт-шароит яратади. Ҳозирги кунда вилоят иқтисодиётида ўзининг салмоғи жиҳатидан қишлоқ хўжалиги етакчи ўринлардан бирини эгаллайди. Шунинг учун ҳам Самарқанд шаҳрига келган хорижий ва маҳаллий туристлар деҳқон бозорларини кўришиб, бирор бир маҳсулотни харид қилишга ҳаракат қилишади.

Шуни таъкидлаб ўтиш жоизки, бозорлар билан туристларнинг танишиши жуда катта иқтисодий ва ижтимоий-географик аҳамиятга эга. Чунки бозорлар, айниқса Шарқ бозорлари минтақанинг ижтимоий-иқтисодий хусусиятларини, унинг бойлиги, ихтисослашуви, аҳолининг миллий таркиби, урф-одатлари, миллий қадриятлари ва анъаналарини ўзида мужассамлаштиради. Бундан ташқари тарихий ёдгорликлар, қабристонлар ҳам туристлар учун муҳим туристик объект бўлиб ҳисобланади. Шунинг учун ҳам ушбу объектларнинг санитария ҳолатини юқори даражага кўтариш ва доимо назорат қилиб туриш шу куннинг энг муҳим муаммоларидан бири ҳисобланади.

3.3. Туристтик ташкилотлар молиявий-хўжалик фаолиятини режалаштиришнинг иқтисодий-математик модели

Туристтик ташкилотларининг хўжалик ҳамда молиявий бошқарув фаолияти кўпгина омиларга боғлиқ. Шу туфайли бу жараёни сабаб оқибат шаклида тадқиқ этиш ва натижавий кўрсаткичга таъсир этувчи омиларини аниқлаш муҳим аҳамият касб этади. Бунинг учун бу жараённинг иқтисодий моделини тузиб чиқиш керак бўлади. Иқтисодий модел – иқтисодий объектларнинг соддалаштирилган нусхасидир. Бунда моделнинг ҳаётийлиги ва унинг моделлаштирилаётган объектга айнан мос келиши муҳим аҳамиятга эгадир. Лекин ягона моделда ўрганилаётган объектнинг барча томонларини акс эттириш мумкин эмас. Бунда жараённинг энг характерли ва энг муҳим белгилари акс эттирилади, холос. Демак, моделнинг ҳақиқийлиги тўпланган маълумотлар ҳажмига, аниқлик даражасига, тадқиқотчининг малакасига, моделлаштириш жараёнига ва аниқланадиган масаланинг характерига боғлиқ бўлади. Шуни ҳам унутмаслик керакки, бир томондан жуда соддалаштирилган модель қўйилган талабларга тўла жавоб бермаслиги ҳам мумкин, иккинчи бир томондан эса мураккаб модель уни ечиш жараёнига бир мунча қийинчиликларни ҳам туғдириши мумкин.

Иқтисодий-математик моделларни тузиш бир неча босқичлардан ташкил топиб, биз уларни алоҳида-алоҳида кўриб чиқамиз.

Биринчи босқичда иқтисодий жараён ҳар томонлама назарий жиҳатдан таҳлил қилиниб, унинг параметрлари, ички ва ташқи инфорацион алоқалари, ишлаб чиқариш ресурслари, режалаштириш даври каби кўрсаткичлари аниқлаб олинади.

Иккинчи босқичда изланаётган номаълум ўзгарувчилар нима, қандай мақсадни кўзда тутуди, натижа нималарга олиб келиши мумкин деган саволлар аниқлаб олинади.

Учинчи босқичда моделлаштирилаётган жараённинг иқтисодий-математик модели тенгламалар ва тенгсизликлар тизими шаклида ифодаланади.

Тўртинчи босқич. Бунда тузилган иқтисодий-математик моделнинг миқдорий ечимини аниқлайдиган усул танланади.

Бешинчи босқичда масалани ечиш учун керак бўлган барча иқтисодий маълумотлар тўпланади.

Олтинчи босқичда олинган маълумотлар статистик таҳлил қилиниб, ЭХМда танланган усул ва дастурлар орқали қўйилган вазифа ечилади.

Еттинчи босқичда асосан олинган натижа иқтисодий таҳлил қилиниб, оптимал вариант танлаб олинади.

Маълумки, юқорида санаб ўтилган босқичларнинг барчаси бир-бири билан чамбарчас боғлиқ бўлиб, бири иккинчисини тўлддириб, ягона мақсадни амалга ошириш учун хизмат қилади. Эслатиб ўтиш керакки, масалани электрон ҳисоблаш машиналари орқали ҳал этиш учун стандарт дастур бўлиши керак. Агар бундай дастур бўлмаса, уни маълум алгоритмлар асосида тузиб чиқиш керак бўлади. Туристтик ташкилотларининг хўжалик-молиявий фаолиятини режалаштиришнинг иқтисодий-математик моделини тузишда биз юқорида қайд қилиб ўтган бир қатор босқичлардан кенг фойдаландик. Авваламбор бунда биз туристик корхоналар сонини аниқлаб олиб кузатув тўпламини танлаб олдик. Бунда биз 2007 йилда фаолият юритган 50 та йирик туристик корхоналарнинг маълумотларидан кенг фойдаландик.

Моделлаштириш статистикасида тўплам ибораси кенг қўлланилади. Тўпламнинг қуйидаги асосий турлари мавжуд:

- асосий;
- танлама;
- чекланган;
- чексиз.

Тўплам бирлиги – кузатиш талаб этиладиган элемент.

Белги – тўплам бирлигининг белгилар тури:

- сонли;
- сон билан ифодаб булмайдиган.

Арифметик ўртача:

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

Вариация – белгининг ўзгаришидир.

Вариант – ўзгарувчи белгининг конкрет ифодаси бўлиб, вариантлар лотин ҳарфларида белгиланади.

Масалан:

$$X_1, X_2, \dots, X_k$$

$$Y_1, Y_2, \dots, Y_k$$

Ўзгарувчи белгининг миқдорлар мажмуаси вариацион қатор деб аталади. Вариантларни кўпайиш ёки камайиш бўйича жойлаштириб тартибли вариацион қаторни тузамиз.

Частота (m) – абсолют миқдор бўлиб, ҳар бир вариантнинг тўпламда неча бор учрашини кўрсатади. Масалан, тўпламда 520 000 сўм иш ҳақи оладиган 3 киши бўлса $m=3$ – частота учга тенг.

Частотанинг нисбий кўриниши частота улуши деб аталади.

$$w_i = \frac{m_i}{\sum m_i}, \quad \sum w_i = 1$$

$$\sum w_i \cdot 100 = 100\%$$

Вариация чегараси (R) – вариацион қатор экстремал қийматларининг фарқига айтилади.

$$R = X_{\max} - X_{\min}$$

Автокорреляция – динамик қатордаги кетма-кет қийматлар орасидаги боғлиқлик.

Авторегрессия – динамик қатор олдинги қийматларининг кейинги қийматларига бўлган таъсири регрессияси.

Автокорреляция хатоси қолдиқ дисперсияни оддий дисперсияга бўлиш орқали топилади.

$$\varphi = \frac{\sum (Y - \bar{Y}_i)^2}{\sum (Y - \bar{Y})^2}$$

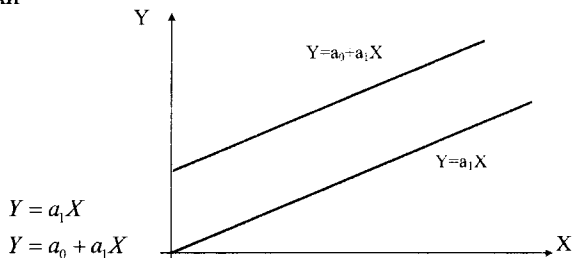
Коллинеарлик, мультиколлинеарлик. Иккала омил орасидаги чизиқли боғланиш $|r| > 0.85$ коллинеарлик, бир неча омиллар ўртасидаги боғланиш мультиколлинеарлик деб аталади.

Боғланиш шаклини топиш. У икки босқичда бажарилади.

1. Энг мақбул бўлган функцияни танлаймиз.
2. Танланган функциянинг параметрларини ҳисоблаймиз.

Функция тури:

1. Чизиқли

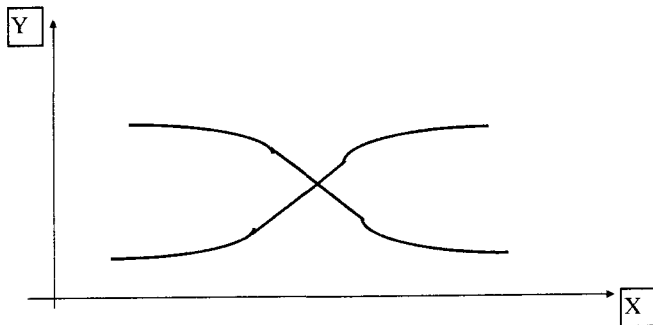


2. Иккинчи даражали парабола

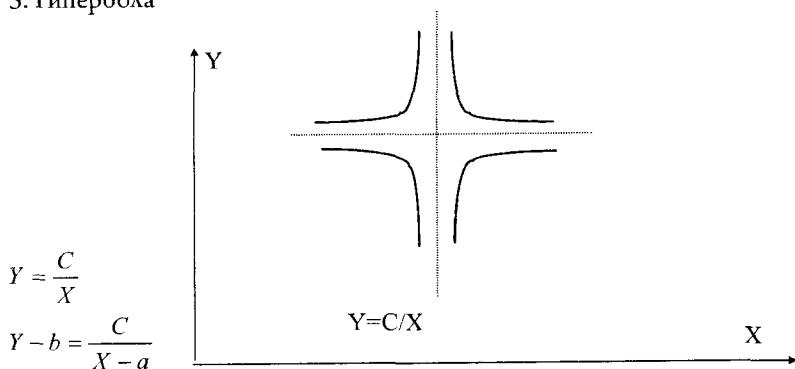
$$Y = a_2 X^2$$

$$Y = a_2 \sqrt{X}$$

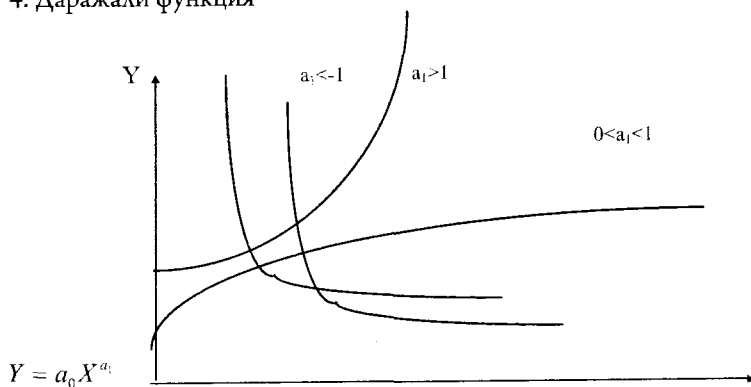
$$Y = a_0 + a_1 X + a_2 X^2 + a_3 X^3$$



3. Гипербола



4. Даражали функция



Регрессия тенгламасининг коэффициентларини ҳисоблаш.

Мезон: ҳақиқий миқдорларнинг текисланган миқдорлардан фарқининг квадратлари йиғиндиси энг кам бўлиши зарур.

$$S = \sum (Y - \bar{Y}_i)^2 \rightarrow \min$$

Мисол: $Y_i = a_0 + a_1 t$

Қиймат $\sum (Y - \bar{Y}_i)^2$ бўлиши учун биринчи даражали ҳосилалар нолга тенг бўлиши керак.

$$S = \sum (Y - \bar{Y}_i)^2 = \sum (Y - a_0 - a_1 t)^2 \rightarrow \min$$

$$\frac{\partial S}{\partial a_0} = 0 \quad \frac{\partial S}{\partial a_1} = 0 \quad \rightarrow \begin{cases} n \cdot a_0 + a_1 \sum t = \sum y \\ a_0 \sum t + a_1 \sum t^2 = \sum y \cdot t \end{cases}$$

Нормал тенгламалар тизими.

$$S = \sum (Y - \bar{Y}_i)^2$$

Демак,

$$\bar{Y} = a_0 + a_1 x + a_2 x^2 + \dots + a_n x^n$$

$$\frac{\partial S}{\partial a_0} = \sum [2(Y - a_0 - a_1 X - a_2 X^2 - \dots - a_n X^n)] \cdot (-1) = 0$$

$$\frac{\partial S}{\partial a_1} = \sum [2(Y - a_0 - a_1 X - a_2 X^2 - \dots - a_n X^n)] \cdot (-X) = 0$$

$$\dots \dots \dots$$

$$\frac{\partial S}{\partial a_n} = \sum [2(Y - a_0 - a_1 X - a_2 X^2 - \dots - a_n X^n)] \cdot (-X^n) = 0$$

Чизиқли функция бўйича текисланганда

$$\bar{Y} = a_0 + a_1 X$$

$$S = \sum (Y - a_0 - a_1 X)^2 \rightarrow \min$$

$$\begin{cases} \frac{\partial S}{\partial a_0} = \sum 2(Y - a_0 - a_1 X) \cdot (-1) = 0 \\ \frac{\partial S}{\partial a_1} = \sum 2(Y - a_0 - a_1 X) \cdot (-X) = 0 \end{cases}$$

Бундан

$$\begin{cases} \sum y - n \cdot a_0 - a_1 \sum X = 0 \\ \sum y \cdot X - a_0 \sum X - a_1 \sum X^2 = 0 \end{cases}$$

$$\begin{cases} n \cdot a_0 + a_1 \sum X = \sum y \\ a_0 \sum X + a_1 \sum X^2 = \sum y \cdot X \end{cases}$$

1. Чизиқли коэффициент корреляцияси

$$r_{y/x} = \frac{\overline{X \cdot Y} - \bar{X} \cdot \bar{Y}}{\sigma_x \cdot \sigma_y}$$

σ_x - X белгининг квадратик фарқи ўртачаси.

σ_y - Y белгининг квадратик фарқи ўртачаси.

$$\sigma_x = \sqrt{\overline{X^2} - (\bar{X})^2}$$

$$\sigma_y = \sqrt{\overline{Y^2} - (\bar{Y})^2}$$

Детерминация коэффиценти корреляция коэффицентининг квадрати га тенг.

$$R = \frac{1 - r^2}{\sqrt{n}}$$

Дастлабки таҳлилда туристик ташкилотлари хўжалик-молиявий фаолиятининг бир омили чизиқли моделини кўриб чиқамиз.

$$Y_x = a_0 + a_1 X$$

бунда a_0, a_1 - параметрлар доимий бирликлари (const);

Y - натижавий кўрсаткич, бизнинг мисолимизда туристик корxonанинг фойда миқдори (минг сўмда). X - туристик корxonанинг йиллик тушуми (минг сўмда).

X ва Y лар орасидаги боғлиқлик корреляция коэффиценти (r) орқали топилади.

$$r_{y/x} = \frac{\overline{X \cdot Y} - \bar{X} \cdot \bar{Y}}{\sigma_x \cdot \sigma_y}$$

Бунда $\overline{X \cdot Y}$ - кўпайтма ўртачалари X · Y

\bar{X} - ўртача X;

\bar{Y} - ўртача Y;

σ_x - X нинг ўртача квадратик фарқи;

σ_y - Y нинг ўртача квадратик фарқи.

$$\sigma_x = \sqrt{\overline{X^2} - (\bar{X})^2}; \quad \sigma_y = \sqrt{\overline{Y^2} - (\bar{Y})^2}$$

X - ўзгарувчининг таъсирини ўлчаш учун детерминация коэффиценти ҳисобланади.

$$(D) = r^2$$

(1 - r²) қолдиқ дисперсияси деб аталади ва у ҳисобга олинмаган омиллар улушини кўрсатади. Боғлиқлик барқарорлиги қуйидаги формуладан топилади.

$$\eta_r = \frac{(1 - r^2)}{\sqrt{n}}$$

бу ерда r - корреляция коэффиценти;

n - танлов сони.

Агар $r > 3\sigma$ бўлса ($n > 50$ тенг бўлганда) алоқа бор деб ҳисобланади.

Чизиқли бир омилли боғлиқликда қуйидаги камчиликларга эътибор бериллади.

1. Жараёни бир омилли модель билан акс эттириш қийин.

Бунда тадқиқотчи статистик маълумот тўплаш жараёнида хатога ҳам йўл қўйиши мумкин. Ушбу эҳтимолий хатолар мавжудлиги уларнинг тенгламага ўтиб кетиш хавфини туғдиради.

$$Y = a_0 + a_1X + W,$$

бу ерда $W = U + V$

W – тўплам хатоси;

U – стохастик хато;

V – ўлчов хатоси.

Чизиқли боғлиқлик қаралганда бир неча тахминлар қабул қилинади.

Биринчиси: ε_i нормал тақсимланган.

Иккинчиси: $E(\varepsilon_i) = 0$ ўртача хато нолга тенг.

Ҳақиқатда ҳар қандай стохастик хатони кўп сабаблар оқибати деб қараш зарур.

Учинчи тахмин ҳар қандай хато бир хил вариацияга тенг деб қаралади.

Тўртинчи тахмин қолдиқ автокорреляцияси ҳақида хатолар орасида автокорреляция йўқ деб тахмин этилади:

$$\text{cov}(\varepsilon_i, \varepsilon_j) = 0, \quad (i \neq j)$$

Бешинчи тахмин X қийматлари ностохастик ва у танлов ҳажмига боғлиқ эмас:

$$\left(\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2 \right)$$

$n \rightarrow \infty$ лимити чекланган сон.

Амалиётда юқоридаги тахминларни тўла бажариш мушкул.

Регрессион моделнинг параметрларини баҳолаш энг кичик квадратлар усули орқали амалга оширилади ва боғлиқ ўзгарувчи Y нинг тақсимланиш эҳтимолини билдиради. Моделда Y_i нормал тақсимланган ва вариацияси $\text{var}(Y) = \sigma^2$ га тенг.

Энг кичик квадратлар усулида ҳисоблаш тамойили Y_i ларнинг ҳақиқий қийматларининг ўртача қийматидан фарқининг квадрати суммасини топишдан иборат. Демак:

$$S = \sum_{i=1}^n [Y_i - E(Y_i)]^2$$

ёки

$$S = \sum_{i=1}^n [Y_i - \alpha - \beta \cdot X_i]^2$$

бу ерда, S – фарқлар квадратлари суммаси.

α ва β қийматларини топиш учун S нинг α ва β бўйича биринчи ҳосиласини топамиз:

$$\frac{\partial S}{\partial \alpha} = \sum_i \frac{\partial (Y_i - \alpha - \beta \cdot X_i)^2}{\partial \alpha} = -\sum_i 2(Y_i - \alpha - \beta \cdot X_i) = -2 \sum_i Y_i - \alpha - \beta \cdot X_i,$$

$$\frac{\partial S}{\partial \beta} = \sum_i \frac{\partial (Y_i - \alpha - \beta \cdot X_i)^2}{\partial \beta} = -\sum_i 2(Y_i - \alpha - \beta \cdot X_i) \cdot (-X_i) = -2 \sum_i X_i (Y_i - \alpha - \beta \cdot X_i)$$

Ҳар бир ҳосилани нолга тенглаштириб ҳисоблаб топилган ларнинг қийматини ҳисоблаймиз.

$$-2 \sum_i (Y_i - \hat{\alpha} - \hat{\beta} \cdot X_i) = 0$$

$$-2 \sum_i X_i (Y_i - \hat{\alpha} - \hat{\beta} \cdot X_i) = 0$$

ёки бунга эквивалент равишда

$$\sum_i Y_i = \hat{\alpha} \cdot n + \hat{\beta} \left(\sum_i X_i \right),$$

$$\sum_i X_i \cdot Y_i = \hat{\alpha} \left(\sum_i X_i \right) + \hat{\beta} \left(\sum_i X_i^2 \right) (*)$$

Бу тенгламалар энг кичик квадратлар усулида нормал тенгламалар деб аталади. Бунда е энг кичик квадратлар колдиги:

$$\sum_i e_i = 0$$

$$\sum_i X_i \cdot e_i = 0$$

(*) тенглама $\hat{\alpha}$ ва $\hat{\beta}$ ларга нисбатан ечилади.

$$\hat{\beta} = \frac{n \left(\sum_i X_i \cdot Y_i \right) - \left(\sum_i X_i \right) \cdot \left(\sum_i Y_i \right)}{n \left(\sum_i X_i^2 \right) - \left(\sum_i X_i \right)^2}$$

Бу тенгликни бошқача тусда хам ёзиш мумкин:

$$\begin{aligned} n \cdot \sum_i (X_i - \bar{X}) \cdot (Y_i - \bar{Y}) &= n \cdot \sum_i (X_i \cdot Y_i) - n \cdot \bar{X} \cdot \left(\sum_i Y_i \right) - n \cdot \bar{Y} \cdot \left(\sum_i X_i \right) + n^2 \cdot \bar{X} \cdot \bar{Y} = \\ &= n \cdot \left(\sum_i X_i \cdot Y_i \right) - \left(\sum_i X_i \right) \cdot \left(\sum_i Y_i \right) - \left(\sum_i X_i \right) \cdot \left(\sum_i Y_i \right) + \left(\sum_i X_i \right) \cdot \left(\sum_i Y_i \right) = \\ &= n \cdot \left(\sum_i X_i \cdot Y_i \right) - \left(\sum_i X_i \right) \cdot \left(\sum_i Y_i \right) \end{aligned}$$

Демак

$$\hat{\beta} = \frac{\sum_i (X_i - \bar{X}) \cdot (Y_i - \bar{Y})}{\sum_i (X_i - \bar{X})^2}$$

β ларнинг қиймати топилгандан сўнг α' ларни биринчи тенгламадан (*) топамиз. Демак,

$$\hat{\alpha} = \left(\frac{1}{n}\right) \cdot (\sum Y_i) - \beta \cdot \left(\frac{1}{2}\right) \cdot (\sum X_i) = \bar{Y} - \hat{\beta} \cdot \bar{X}$$

Барча ҳисоб-китоб ишлари ТДИУнинг ахборотлар марказида стандарт компьютер (И.Вьюз дастури асосида) дастурида бажарилди. Унга қуйидаги жадвалдаги маълумотлар киритилди (18-жадвал).

18-жадвал

Ўзбекистон Республикаси йirik туристик фирмаларининг 2007 йилдаги молиявий-хўжалик фаолияти натижалари

Фирмаалар номи	Ялипи тушум (минг сўмда)	Фойда миқдори (минг сўмда)
“Олгин водий” меҳмонхонаси	479.6	37727.3
Туризм соҳаси	123	2040
“Ширмонбулоқ” турбазаси	682.3	4540.4
“Андижон” турбазаси	131	4456
Тижорат тармоқлари	1380.6	24160.3
“Бухоротурист”АЖ	103236.9	678123.9
“Варахша” ташқи иқтисодий туристик мажмуаси	1521.3	47232.5
“Бухоро Палас” меҳмонхонаси	15328.6	1174999.5
Тижорат тармоқлари	159212	893697.7
Бухоро минтақавий бўлинмаси	6.6	3785.8
Қорақолпоғистон минтақавий бўлими	1120	10720
“Қашқадарётуризм” АЖ	372	33872.9
“Шахрисабзтуризм” АЖ	19551	76200
“Қитобтуризм”	680.1	5318.5
“Қашқадарё” туризм ва экскурсия бюроси	254.2	18040
Тижорат тармоқлари	24604.4	218889
“Жиззахтуризм”АЖ	2069	82335
“Ўзбекистон” меҳмонхонаси	1519	45761
“Сангзор” кемпинги	76	3541
Туризм соҳаси	80	1560
Умумий овқатланиш	550	18626
Кўшимча хизматлар	34	12847
Жиззах туристик-экскурсион бюроси	56	2790
Навоий туристик-экскурсион бюроси	753.2	21117.4
“Спутник”	500	10136.7
Янгигазғон	1392.2	6961
“Кўксарой”АЖ	191.4	13620.3
Тижорат тармоқлари	1590.1	68645.7
Наманган туристик-экскурсион бюроси	78	6275
“Туриномаркет” шўба ташкилоти	20	160

18-жадвал давоми

Тижорат тармоқлари	82300	3196830.7
Туризм бюроси	150	18000
“Афросиёб Палас” меҳмонхона мажмуаси	444054	1755873
Тижорат тармоқлари	395100.9	3931963.8
“Отедь Самарқанд” АЖ	69328.6	10468.3
Самарқанд минтақавий бўлими	23	87
“Президент Отедь” меҳмонхонаси	11516.5	1222412.9
Тижорат тармоқлари	10696.8	195620.3
“Кумушкон” АЖ	10508.1	153058.7
Зиёрат туристик меҳмонхонаси	1661.7	137910.6
“Фарғона турист” АЖ	3196.3	157298.7
“Хаво-Сайёҳ” МЧЖ	40898.9	1252234.1
Фарғона бюроси п/э	2014.3	9513.6
Тижорат тармоқлари	1093.1	234472.7
Жайхун ташқи иқтисодий туристик мажмуаси	66325	93651
“Хива” туристик мажмуи	700	105454.6
Хоразм минтақавий бўлими	2969.8	66732.9
Тижорат тармоқлари	17300	602130
“Хоразм Палас” меҳмонхона мажмуаси	4146.5	621273.1
Тошкент шаҳри	215700	29867638
Жами	1756236.7	47470939.5

Компьютердан олинган листинглар қуйидагиларни ташкил этади:

Dependent Variable: PROFIT

Method: Least Squares

Date: 02/13/09 Time: 14:55

Sample(adjusted): 1 50

Included observations: 50 after adjusting endpoints

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
OUTPUT	0.081568	0.010890	7.490472	0.0000
C	1770.304	9172.460	0.193002	0.8478
R-squared	0.538937	Mean dependent var		30054.76
Adjusted R-squared	0.529331	S.D. dependent var		86156.79
S.E. of regression	59108.13	Akaike info criterion		24.85130
Sum squared resid	1.68E+11	Schwarz criterion		24.92778
Log likelihood	-619.2826	F-statistic		56.10717
Durbin-Watson stat	1.732913	Prob(F-statistic)		0.000000

Демак, Y (фойда миқдори) = $1770.304 + 0.081568 X$ (ялпи тушум). Барча статистик коэффицентлар талабга жавоб беради. Регрессия чизигининг кўрсатишича, агар туристик корхонанинг ялпи тушуми бошқа омилар ўзгармаган даражада 1000 сўмга ошса унинг фойдаси 82 сўмга ортади.

Моделлаштиришнинг иккинчи босқичида логарифмик функция танлаиб, математик боғланишнинг адекватлиги тасвирланади. Яъни, $LgY = -2.5238 + 0.93504 LgX$

Бу регрессия тенгласида детерминация коэффиценти олдингига қараганда анча юқори ва $R = 0.7$ ни ташкил этади.

Dependent Variable: LOG(PROFIT)

Method: Least Squares

Date: 02/13/09 Time: 14:58

Sample(adjusted): 1 50

Included observations: 50 after adjusting endpoints

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LOG(OUTPUT)	0.935043	0.089079	10.49680	0.0000
C	-2.523834	0.969303	-2.603762	0.0122
R-squared	0.696554	Mean dependent var		7.409381
Adjusted R-squared	0.690232	S.D. dependent var		2.666419
S.E. of regression	1.484044	Akaike info criterion		3.666597
Sum squared resid	105.7145	Schwarz criterion		3.743078
Log likelihood	-89.66491	F-statistic		110.1828
Durbin-Watson stat	2.263950	Prob(F-statistic)		0.000000

Иқтисодий-математик модель туристик фирмаларнинг молиявий хўжалик фаолиятини миқдор ва сифат жиҳатидан таҳлил қилишда ҳамда фойдаланилмаган имкониятларни очишга хизмат қилади. Жумладан, туристик фирмаларнинг молиявий-хўжалик фаолиятини вилоятлар кесимида таҳлил этсак, хизматлар ҳажми ва харажатлар миқдорининг амплитудаси жуда катта эканлигини кўрамиз. Уларнинг фойдалилик даражаси, хизматлар таркиби ва унинг ичидаги туристик хизматлар вазнига ҳамда имкониятлардан тўла фойдаланиш коэффицентига боғлиқ бўлади.

Шундай қилиб айтиш мумкинки, туристик фирмаларнинг молиявий-хўжалик фаолияти кўпгина омиларга боғлиқ бўлиб, ана шу омиларни ҳисобга олган ҳолда тадбиркорлик билан шуғулланаётган туристик фирмаларнинг кўпчилиги яхши натижаларга эришмоқда.

4-БОБ.

ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАР ТИЗИМИДА БОШҚАРУВ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ

- 4.1. Тармоқлараро баланс асосида ҳудудий маҳсулот ва сайёҳлик фаолиятига баҳо бериш усуллари

- 4.2. Тошкент, Самарқанд ва Бухоро шаҳарлари туризмни бошқарув тизимида самарадорликни ошириш йўллари

- 4.3. Туризм хизматлари соҳасида бошқарув самарадорлигини такомиллаштириш услублари

4.1. Тармоқлараро баланс асосида ҳудудий турмахсулот ва сайёҳлик фаолиятига баҳо бериш усуллари

Миллий ҳисобчилик тизими (МҲТ) доирасида ҳудудий тармоқлараро баланс (ТАБ) модели ўтган асрнинг 30-йилларида В. Леонтьев томонидан ишлаб чиқилган бўлиб, у умумий ишлаб чиқаришнинг тизилма шароити таҳлилининг мантиқий давоми ҳисобланади. Ушбу таҳлил иқтисодиёт тарихида маълум бўлган биринчи макроиқтисодий модель – “Кейнс жадвали”га бориб тақалади. ТАБ бугунги кунда миллий ҳисобчилик тизимининг (МҲТ) муҳим бўлимлардан бири ҳисобланади. У товар ва хизматлар, ишлаб чиқариш ва даромаднинг ҳосил бўлиши каби ҳисобларни аниқлаштиради. МҲТнинг асосий кўрсаткичлари маълум тартибда ҳисобга олиб борилишни таъминлайди, иқтисодиётнинг турли соҳалари ўртасидаги ўзаро боғлиқликни таҳлил қилиб, асосий иқтисодий пропорцияларни аниқлайди, иқтисодиёт тизимидаги ўзгаришлар ва баҳолар ҳосил бўлишининг ўзига ҳос жиҳатларини ўрганади (19-жадвал).

19-жадвал

Тармоқлараро баланс ва миллий ҳисобчилик тизимининг умумий чизмаси

Ишлаб чиқариш		Оралик истеъмоли	Сўнги фойдаланиш			Жами фойдаланилган
			Иқтисодиёт тармоқлари	Сўнги истеъмоли	Умумий тўплангани	
Харажатлар						
Оралик харажатлари	Тармоқлар	I квадрант	II квадрант			
Умумий қўшимча қиймат		III квадрант	x	x	x	
Импорт			x	x	x	
Жами ресурслар						

Манба: В. Леонтьев. Исследование структуры американской экономики. М.: Экономиздат, 1961. С. 178.

Тармоқлараро баланс ва миллий ҳисобчилик тизимининг чизмаси кўпчиликка маълум бўлган учта асосий қисм (I квадрант – оралик истеъмоли, II

квadrант – сўнги истеъмол, III кваdrант – қўшимча қиймат) билан ажратиб кўрсатилган очиқ статистика моделига ўхшайди.

“Шахмат жадвали” кўринишидаги I кваdrант иқтисодиёт тармоқларидаги оралик истеъмол миқдорини кўрсатади. Унда тармоқлар орасида миқдорий боғлиқлик кўрсатилган. I кваdrантнинг асосий ва ундан келиб чиқадиган қисмларида бир турдаги маҳсулот ва хизматлар гуруҳи берилган (ТАБ тармоқлари). Ҳар бир тармоқ устунларида маҳсулот ишлаб чиқариш, меҳнат, хизмат (хомашё, материаллар, ёқилғи, энергия баҳоси) харажатлари кўрсатилган. Жадвал сатрларида эса маҳсулотнинг иқтисодиёт тармоқларида тақсимланиши акс эттирилган.

II кваdrант сатрларида маҳсулот ва хизмат турларининг сўнги истеъмоли кўрсатилган. Устунларда сўнги истеъмол турлари (уй хўжалиги, давлат бошқарув органлари, нотижорат ташкилотлар, уй ҳайвонларига хизмат қилувчилар) умумий тўпланиш миқдори (асосий капиталнинг умумий тўпланиши, моддий айланма заҳираларининг ўзгариши, харид қилинган маҳсулотлар) товар ва хизматлар экспорти баён этилган.

III кваdrантда ЯИМнинг баҳолардаги тизими кўрсатилган. Устунларда иқтисодиёт тармоқлари кўрсатилган бўлса, сатрларда эса ялпи ички маҳсулотнинг нархлардаги таркиби акс эттирилган (ёланма меҳнатга ҳақ тўлаш, умумий даромад, умумий аралаш даромад, ишлаб чиқариш билан боғлиқ бўлган солиқ ва субсидиялар, асосий капитал истеъмоли, маҳсулот солиғи ва субсидиялар). Яъни, устунлардаги рақамлар иқтисодиёт тармоқларида ялпи ишлаб чиқарилган маҳсулотнинг баҳосини акс эттиради. Сатрларда эса ҳар бир тармоқ маҳсулотининг фойдаланиш йўналиши берилган. Ҳар бир тармоқда умумий фойдаланилган ресурслар ҳажми тасарруфда бўлган ресурсларнинг умумий ҳажмига тенг бўлади.

Тармоқлараро баланснинг математик модели. ТАБ маълумотлари тармоқлараро алоқаларнинг иқтисодий-математик усул билан ўрганилганда ишлатилиши мумкин. Яъни, ҳар бир тармоқнинг бошқа бир тармоқ билан иқтисодий алоқаларининг миқдорий кўрсаткичлари маълум тенгламалар тизими тартибида кўрсатилиши мумкин.

$$x_i = \sum a_{ij} x_j + y_i (i = 1, 2, \dots, n)$$

Бу ўринда x_i қ i -тармоқ ишлаб чиқарадиган маҳсулот

a_{ij} қ j -тармоқ бир бирлик маҳсулотига i -тармоқ бевосита маҳсулот харажатларининг коэффиценти (a_{ij} қ x_j / x_i)

x_j қ j -тармоқ маҳсулоти

y_i қ i -тармоқдаги сўнги талаб (сўнги истеъмол, ялпи тўplash, экспорт салдоси, импорт салдоси).

ТАБ устунлар бўйича кўриб чиқилганда ҳар бир тармоқ қуйидаги тенглама билан акс эттирилиши мумкин:

$$x_i = \sum a_{ij}x_j + z_j \quad (j = 1, 2, \dots, n)$$

Бунда x_j – j -тармоқ маҳсулотли

z_j – j - тармоқ ялпи қўшимча қиймати

тенглама (2.2) ҳар бир тармоқ ишлаб чиқарадиган маҳсулотнинг қиймат таркибини кўрсатади.

Матрица кўринишида мазкур тенглама қуйидаги кўриниш олади:

$$\begin{bmatrix} x_1 \\ x_n \end{bmatrix} = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{1j} & a_{1n} \\ a_{n1} & a_{ni} & a_{nn} \end{bmatrix} + \begin{bmatrix} x_1 \\ x_n \end{bmatrix}$$

ёки матрица равишда

$$XqAXqY$$

Бу ўринда X қ маҳсулот ишлаб чиқариш вектори; A қ тармоқлар орасида бевосита ишлаб чиқариш алоқаларини ўрнатиш имконини берадиган бевосита харажат коэффицентларининг матрицаси; Y қ сўнгги талаб вектори.

Худудий даражада ТАБ тузилишининг ўзига хосликлари. Худудий тармоқлараро баланс ишлаб чиқиш услуги ва ахборотнинг мос келиши нуқтаи назаридан олганда мамлакатнинг тармоқлараро балансига ўхшаш бўлади. Худуднинг ташқи иқтисодий алоқаларида мамлакатнинг бошқа худудлари билан бўлган алоқаларини бошқа мамлакатлар билан бўладиган алоқаларидан ажратиш лозим бўлади. Ҳар бир худуд мустақил иқтисодий тизим сифатида қаралади. Ушбу контекста бошқа худудлар билан бажариладиган операциялар “ташқи иқтисодий алоқалар” кўринишини олади. Яъни, маҳсулотнинг кириши – импорт, маҳсулотнинг чиқиши – экспорт сифатида қаралади.

Худудларнинг тармоқлараро баланси жадвалларида худуднинг ташқи алоқалари экспорт ва импорт сифатида берилади. Муҳим худудий ижтимоий-иқтисодий кўрсаткичлар ва улар асосида ТАБнинг ишлаб чиқилиши бир қатор принципиал мураккабликларга дуч келиши мумкин.

Минтақалар орасида фақат миллий иқтисодиётга хос бўлган мудофаа, марказий бошқарув ва ҳ.к.лар ёки маълум бир худудга боғлиқ бўлмаган ташқи савдо хизматлари, банк ва ҳ.к.лар харажат ва фаолият турларининг натижаларини тақсимланиши шулар жумласидандир.

Худудда фаолият олиб бораётган иқтисодиётнинг субъектларини маҳаллий ва маҳаллий бўлмаган турларга бўлишдан ва шундан келиб чиқиб, уларнинг фаолиятини маҳаллий ёки маҳаллий эмаслигини аниқлаш мумкин.

Худудий статистиканинг заиф жиҳати – товар ва хизматларни олиб чиқиш ва олиб киришни ҳисобга олишдир. Худудлараро алмашилиш статистикаси-

нинг тўлақонлиги ўз моҳияти билан ташқи савдо статистикасидан анчагина заифлигидир.

Тармоқлараро баланс моделини тузиш босқичлари. Бу қуйидагича бўлиши мумкин. Биринчидан, ҳудудда истеъмол қилинадиган ва олиб чиқиладиган маҳсулот ва хизмат турларини аниқлаш, тармоқлар классификаторини танлаш орқали, иккинчидан биринчи квадрант ва оралиқ харажатлар матричасини тузиш орқали, учинчидан иккинчи квадрантни маҳсулот олиб чиқишсиз (экспортсиз) тузиш орқали, тўртинчидан учинчи квадрантни маҳсулот олиб киришсиз (импортсиз) тузиш орқали, бешинчидан маҳсулот олиб кириш ва олиб чиқишни белгилаш орқали.

Буларнинг ичида истеъмол қилинадиган ва экспортга жўнатиладиган маҳсулот ва хизматларни аниқлаб, тармоқ классификаторини белгилаш тармоқлараро баланс моделини тузишда муҳим аҳамият касб этади. Иқтисодий фаолият турлари, маҳсулот ва хизматларнинг Ўзбекистон Республикаси классификаторидаги (ОКДП)нинг шартли белгиси ОК 000-95 ҳисобланади.

Классификация объектларига иқтисодиётнинг барча тармоқларида амалга ошириладиган иқтисодий фаолият турларини – қишлоқ хўжалиги, балиқчилик, саноат ва ҳ.к.лар билан бир қаторда иқтисодий фаолият натижасида содир бўлган маҳсулот ва хизмат турларини ҳам киритиш мумкин.

Код билан белгиланиши қуйидагича, яъни тўртта аломатли рақамли ўнталик код иқтисодий фаолият турлари учун; еттита аломатли рақамли ўнталик код эса маҳсулот ва хизматларни гуруҳлаш учун ва ҳ.к.лар кўринишида бўлиши мумкин.

Кодларнинг умумий тузилиши қуйидагича бўлади:

XX+X+X – иқтисодий фаолият турлари учун.

XX+X+X+XX+X – маҳсулот ва товар турлари учун.

Иқтисодий фаолият турларини ёзиш намунаси ва шакли 20-жадвалда кўрсатилган.

20-жадвал

Иқтисодий фаолият турларини ёзиш намунаси

Гуруҳ	Ички гуруҳ	Фаолият тури
192	1921	Пойабзал ишлаб чиқариш Чарм-пойабзал ишлаб чиқариш
ГОСТ	28681.2-95	Туризм хизматлари

Классификация гуруҳ кодлари тузилиш тартиби:

Бўлим Қишлоқ хўжалиги, овчилик, ўрмончилик

А

01 Қишлоқ хўжалиги, овчилик ва шу билан боғлиқ хизмат турларини тақлиф этиш

011 Дехқончилик: қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини етиштириш, боғдорчилик

0111 Дон маҳсулотлари етиштириш

Бўлим Хизматлар

Б Туристтик хизматлар

– ГОСТ 28681.1-95. Туризм экскурсиясига доир хизматлар. Туризм хизматларини лойиҳалаш;

– ГОСТ 28681.2-95. Туризм-экскурсиясига доир хизматлар. Туризмга хос хизматлар. Умумий талаблар;

– ГОСТ Уз 918-98. Туризм-экскурсиясига доир хизматлар. Меҳмонхоналар классификацияси;

21-жадвал

Маҳсулот ва туристтик хизмат турларининг ёзилиш намунаси ва шакли

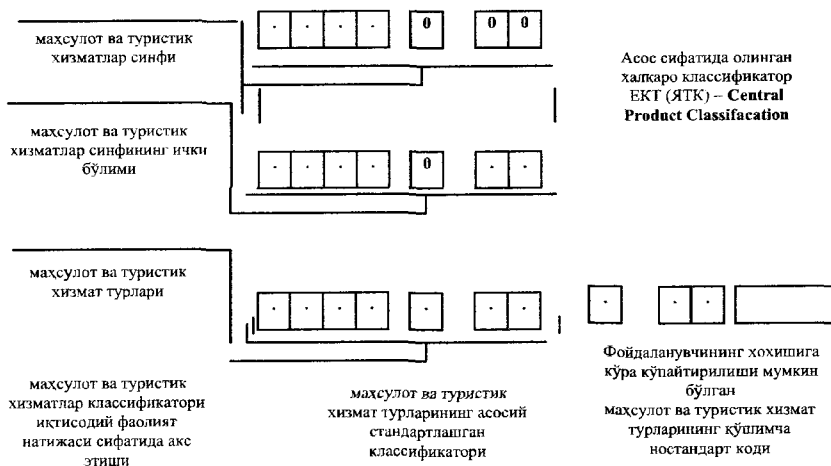
Синф	Тури	Маҳсулот (хизмат) турлари номи
0111000	0111110 0111111 ГОСТ 28681.1-95 ГОСТ 28681.2-95 ГОСТ Уз 918-98	Дон маҳсулотлари, ловия маҳсулотлари Қишги буғдой - Қишги қаттиқ буғдой навлари - Туризм экскурсиясига доир хизматлар. Туризм хизматларини лойиҳалаш; - Туризм -экскурсиясига доир хизматлар. Туризмга хос хизматлар. Умумий талаблар Туризм -экскурсиясига доир хизматлар. Меҳмонхоналар классификацияси.

Иқтисодий фаолият турлари классификаторини халқаро классификаторларга яқинлаштириш. Иқтисодий фаолият турларининг классификатори – БМТнинг статистика комиссияси томонидан тасдиқланган International Standard Industrial Classification of all Economic Activities – иқтисодий фаолият турларини классификация қилишнинг халқаро стандартларига мос келади (3-чизма).

Маҳсулот ва туристик хизмат тури кодларининг юқори классификация гуруҳи Иқтисодий фаолият турларининг классификатори (ИЧФТК) да иқтисодий фаолият турининг тўрт аломатли коди сифатида белгилаб қўйилган. Иқтисодий фаолият турларининг классификатори (ИЧФТК) пастки классификациялари (етти аломатли рақамли коднинг охириги учта белгиси) БМТ статистика комиссияси томонидан тасдиқлаган ва халқаро классификатор бўлган Central Product Classification - Ягона товарлар классификацияси (ЯТК) ёки Асосий маҳсулотлар классификацияси (АМК) кўрсаткичларидан иборатдир. ЯТКнинг объектлари бўлиб товар ва хизматлар тури ҳисобланади.

3-чизма

Маҳсулот ва туристик хизмат ишлаб чиқариш турларини классификациялаш ИЧФТК коднинг тузилиши



Иқтисодий фаолият турларининг классификатори (ИЧФТК) учун қабул қилинган юқори классификация гуруҳларини кодлаш усули жадваллар тузиш ва ХТСК кодларига ўтиш калитини максимал даражада соддалаштиради. Иқтисодий фаолият турларининг классификатори (ИЧФТК) ва ХТСК кодларининг фарқи шундаки, иқтисодий фаолият турларининг классификатори (ИЧФТК) иқтисодий фаолият гуруҳлари ички гуруҳларни қўшиш орқали республика иқтисодиётининг ўзига хослигига мослаштириб ХТСК да тўлиқ берилмаган. Ушбу ҳолат ЯТК асосидаги иқтисодий фаолият турларининг

классификатори (ИЧФТК) пастки классификация гуруҳларини кодлаш тизимига ҳам хосдир. Иқтисодий фаолият турларининг классификатори (ИЧФТК) маҳсулот ва хизмат турлари учун асосий классификация белгиси сифатида амалиётда хизмат қилади. Зарур бўлган ҳолларда амалий аломат классификация объектларига хос бўлган конструктив-технологик аломатлар билан тўлдирилади.

Иқтисодий фаолият турларининг классификатори (ИЧФТК) кодни етита аломатдан ошириб кенгайтириш имконини беради. Бунинг учун еттинчи аломатдан сўнг (.) белги қўйилиб сўнг лозим бўлган код рақамлар ёзилади. Мавжуд иқтисодий фаолият турларининг классификатори (ИЧФТК) туристик фаолиятни акс эттирадиган қуйидаги классификациялаш бирликлари ишлатилади:

85.11.14.2 САНАТОРИЯ ВА БОШҚА СОҒЛОМЛАШТИРИШ МУАССАСАЛАРИНИНГ ХИЗМАТЛАРИ. Бундай таҳлилда ажратиш усули туристик фаолиятни тўла қамраб олмайди. Яъни, унинг барча жиҳатларини тўлалигича ҳисобга олмайди. Туристтик фаолиятнинг ҳудудга таъсирини аниқроқ баҳолаш ва ҳудуддаги туристик секторни акс эттириш учун қуйидаги фаолият турларини киритиш лозим бўлади:

Ушбу кўринишда классификация бирликлари тор ихтисосликларни қамраб олган бўлиб, ҳар доим ҳам ИЧФТК даги классификация бирликларига мувофиқ келмайди.

635 – ушбу ички гуруҳ туристик экскурсияларни таклиф этиш билан боғлиқ бўлган хизматлар турини ўз ичига олади. Бунга сафар йўналишлари ҳақида маълумот бериш, йўналишлар режасини тузиш, сафарлар уюштириш, саёҳатчилар ва сафардагиларга уй-жой бериш, транспорт билан таъминлаш, билетларни харид қилиш каби хизматларни киритиш мумкин. Ушбу тоифага, шунингдек экскурсоводларнинг хизматлари ҳам киритилган.

510010 – ушбу ички гуруҳга ҳақ олиш ҳисобига меҳмонхоналарда қисқа вақт яшаб туришни ташкил этиш хизматлари киради.

8514 – ушбу ички гуруҳга санатория ва курортларнинг даволаш ва соғломлаштириш ишлари билан боғлиқ бўлган фаолият тури киради.

5510092.1 – ушбу ички гуруҳга ҳақ олиш эвазига, бошқа гуруҳларга кирмаган кемпинглар, туристик базалар ва бошқа дам олиш жойларида қисқа вақт давомида яшаб туриш хизматларини киритиш мумкин.

7000000.1 – ҳақ олиш эвазига хусусий уйларда қисқа вақт давомида яшаб туриш хизматларини ўз ичига олади.

Ҳудудда истеъмол қилинадиган ва шунингдек экспортга жўнатиладиган маҳсулот ва хизмат турларини белгилаш.

Истеъмол қилинадиган маҳсулот ва хизмат турларининг рўйхати Самарқанд (корхона ва ташкилотларнинг ягона давлат регистри) ҳамда муниципал (шаҳар, муаллиф) бошқарув секторида уй хўжалиқларининг сўнгги истеъмол тузилмаси асосида аниқланади.

Ҳудуд даражасидаги тармоқлараро баланс тузилганда ҳар бир ҳудуд алоҳида ва мустақил бўлган иқтисодий тизим сифатида олинади. Шу боис бошқа ҳудудлар билан амалга ошириладиган алоқалар “ташқи иқтисодий фаолият” кўринишини олади. Ҳудуднинг ташқи иқтисодий алоқаларини кўриб чиқишда мамлакатнинг бошқа ҳудудлари билан бўладиган алоқаларини бошқа давлатлар билан бўлган муносабатларидан ажратиш лозим. Ҳудуддан экспорт қилинаётган маҳсулот ва хизматлар эксперт баҳоланиши асосида аниқланади.

Товар ишлаб чиқариш ва хизмат турларини тақлиф этиш, кўриб чиқиладиган давр мобайнида ҳудуд ичида яшовчи бир бирлик сифатида олинadиган ишлаб чиқарувчи фаолиятнинг натижаси бўлган ҳамда қийматда ўчанадиган моддий маҳсулот ва хизмат турларини билдиради. Ҳудудда яшовчиларни аниқлаш учун уч турдаги ташкилий бирликларни ажратиш лозим. **Биринчи гуруҳга** ҳудудда жойлашган ва иқтисодий манфаати шу ҳудуд доирасидан чиқмайдиган ташкилий бирликлар киради. Уларнинг иқтисодий фаолияти ушбу ҳудуд доирасида амалга оширилади. Бу тоифага ушбу ҳудудда жойлашган уй хўжалиқлари, корхоналар, ташкилотлар, корпорациялар маҳаллий бошқарув органлари, ижтимоий таъминот бўлимларининг бир қисми ва ички хўжалик ишларига ёрдам берадиган бир қатор нотижорат ташкилотлар ҳам киради. **Иккинчи гуруҳга** иқтисодий фаолияти бир қатор ҳудудни қамраб олган, лекин фаолияти мамлакат доирасига кенг тарқалмаган ташкилий бирликлар киради. Ушбу тоифага кўпчилик корпорацияларни ва шунингдек бир қатор нотижорат ташкилотларни ҳам киритиш мумкин. **Учинчи гуруҳга** миллий даражада фаолият юритадиган ва кўп бўлмаган ташкилий бирликлар киради. Бундай ташкилий бирликлар фаолияти маълум бир жуғрофий ҳудуд билан чегараланмайди. Булар жумласига марказий ҳукуматни, мудофаа ва хавфсизлик ташкилотларини, баъзи бир давлат корпорацияларини, монополист ёки квазомонополист бўлган корпорацияларни (темир йўллар, электр таъминоти) киритиш мумкин. Бироқ, баъзи бир ташкилий бирликлар ўз маҳсулотини аниқлашда қуйидаги услубий қийинчиликларга дуч келиши мумкин:

1. Давлат ташкилотлари жамоатчиликка таклиф этган, лекин ҳудудларда бу борада маълумот мавжуд бўлмаган бозор хизматлари доирасига кирмайдиган умумий хизматлар кўрсатишда (масалан, мудофаа хизмати, давлат бошқаруви, шаҳар бюджети ҳисобидан молиялаш ва бошқа ишларда).

2. Фаолияти маълум бир ҳудуд билан чегараланмаган молиявий воситачиларнинг хизматларида.

3. Фақат вилоят даражасида бажарилиши мумкин бўлган ташқи савдо хизматларида, шунингдек экспорт ва импорт товарларидан олинadиган солиқлар миқдорини ҳудудларга тўла тақсимлаш имкони йўқлигида юзга келиши мумкин.

Чиқарилган маҳсулот турлари асосан қуйидагича аниқланади. Биринчидан, маҳсулот асосан бозор таклиф этилган хизматлардан тушган даромад билан аниқланади. Иккинчидан, бозор хизматларидан бошқа хизматларни таклиф этиш ва эксплуатация (жорий) харажатлар миқдори билан аниқланади. Учинчидан, билвосита молиявий воситачилик хизматлари орқали аниқланади.

Қуйидаги маҳсулот ва хизматлар тури ялпи ишлаб чиқарилган маҳсулотлар таркибига киритилмайди:

- пулсиз уй хизматлари;
- ер рентаси;
- уй-жойларнинг истиқомат қилувчилар томонидан таъмирланиши ва бошқалар.

“Маҳсулот чиқиши” кўрсаткичини иқтисодиётнинг баъзи бир тармоқларида аниқланиши ўзига хос томонларини кўриб чиқамиз. Бунда саноат, қишлоқ хўжалиги ва қурилиш саноати маҳсулотлари бевосита, натурал-моддий кўринишда ишлаб чиқариладиган соҳалардан бири ҳисобланади. Саноат маҳсулотларини ишлаб чиқариш тайёр маҳсулот, сотиладиган ярим тайёр маҳсулот, саноатга оид иш турларининг бажарилиши, ярим тайёр маҳсулотларнинг заҳираларини ўзгаришини ва тугалланмаган ишлаб чиқаришни ҳам ўз ичига олади. Бозор хизматларини таклиф этиш одатда таклиф этилган хизматдан келадиган тушумга тенглаштирилади.

Транспортнинг ёрдамчи ва қўшимча фаолият турлари. Саяҳат ва экскурсия бюроларининг фаолияти. Маҳсулот сафар йўналишлари ҳақида маълумот бериш, маслаҳат, сафар йўналишлари режасини ишлаб чиқиш, сафарлар уюштириш, сафардаги туристларни тураржой, транспорт билан таъминлаш, билетлар харид қилиш каби хизматлардан келган тушум кўриниши-

да бўлади. Бунга экскурсоводлар хизматини таклиф этишдан келадиган тушум ҳам қўшилади.

Ялпи маҳсулот ҳажми уй хўжалиги ва туристларнинг сафар йўналишлари ҳақида маълумот олиш тушуми, маслаҳат ва сафар йўналишлари режасини ишлаб чиқиш тушуми, сафарлар уюштириш ва сафардаги туристларни тураржой ва транспорт билан таъминлаш тушуми, билет харид қилиш каби хизматларни харид қилишга кетган харажатларнинг барчаси танлов асосида ўрганилиши натижасида белгиланди. Бунга экскурсоводлик хизматини таклиф этишдан келадиган тушум ҳам қўшилади. **Меҳмонхона хизматлари.** Турмаҳсулот бунда қисқа муддатли меҳмонхоналарда туришни ташкил этиш ва шу билан боғлиқ бўлган хизматларни таклиф этишдан келадиган тушум кўринишида бўлади.

Турмаҳсулот ҳажми уй хўжалиги эгалари ва туристларнинг қисқа вақт ичида меҳмонхоналарда яшаш хизматини сотиб олишга сарфлаган харажатларини танлов асосида ўрганиш натижасида аниқланди.

Санатория-курорт ва соғломлаштириш фаолияти ва бошқалар. Турмаҳсулот ҳажми уй хўжалиги эгалари ва туристларнинг санатория ва пансионатларида даволаш ва соғломлаштириш хизматларини харид қилишга сарфлаган харажатлари ҳақидаги маълумоти асосида ўрганиб белгиланади.

Соғломлаштириш марказлари, дам олиш уйлари ва бошқа яшаш-тураржойларнинг хизматлари. Турмаҳсулот уй хўжалиги эгалари ва туристларнинг кемпинг, туристик базалар ва бошқа пулли дам олиш жойларда қисқа вақт ичида яшаш хизматига сарфлаган ва бошқа гуруҳларга кирмаган хизматлар учун сарфлаган харажатлардан келадиган тушум кўринишида бўлади. Бунда турмаҳсулот ҳажми уй хўжалиги эгалари ва туристларнинг кемпинг, туристик базалар ва бошқа пулли дам олиш жойларда қисқа вақт ичида яшаш хизматига сарфлаган ва бошқа гуруҳларга кирмаган харажатлар ҳақидаги маълумотларни ўрганиш асосида белгиланади.

Кўчмас мулк билан боғлиқ хизматлар ва бошқалар. Бунда турмаҳсулот хусусий уйларда қисқа вақт ичида яшаш хизматини таклиф этишдан келадиган тушум кўринишида бўлади. Маҳсулот ҳажми туристларнинг қисқа вақт ичида хусусий уйларда туриш хизматларига сарфлаган харажатлари танлов асосида ўрганишилиши натижасида аниқланди.

Юқорида айтиб ўтилган корхона ва ташкилотлар таклиф этадиган хизматлар ҳажмига туристлар харид қилган асосий хизматга қўшиб бериладиган қўшимча хизматлардан келадиган тушум ҳам киритилди. Ушбу маҳсулотлар

турини таклиф этиш билан боғлиқ бўлмаган лекин юқоридаги ташкилот ва корхоналар томонидан таклиф этилган барча бошқа маҳсулот ва хизматлар тури ушбу маҳсулотларни ишлаб чиқариш билан боғлиқ четга маҳсулот олиб чиқиш сифатида баҳоланди. Мисол учун бунга йўлланма ҳақиға кирмайдиган савдо ва овқатланиш харажатларини киритиш мумкин.

Шунингдек, маҳсулот ҳажмини аниқлашда туристик фаолияти билан боғлиқ бўлган хизмат турларини сўнгги истеъмолчи сифатида харид қилган кўрсаткичлари ҳам ҳисобга олинади.

Савдо маҳсулоти. Сотилган маҳсулотнинг сотиб олингандаги баҳоси билан сотилгандаги баҳоси ўртасида фарқ кўшимча қиймат солиғисиз ҳисобланади. Бунда савдо ҳажмини “тўлдириш” усули қўлланилди. Яъни, ҳудуддаги товар оқими тўлалиғича савдо тармоғидан ўтади деб ҳисобланади. Шу тахлитда савдода товар айланиши маҳсулот ишлаб чиқариш фаолиятидаги оралиқ талаб миқдори билан уй хўжаликларининг сўнгги истеъмол қилган миқдор сифатида ҳисобланди. Маҳсулот ҳажми товар айланиш улушининг миқдори билан ўлчаниб, ушбу маълумот ўз навбатида статистика идораларининг қуйидаги ҳисоботларидан (Статистик кузагув шакли № 1 “Бухгалтерлик баланси”, Шака №2 “Савдо ва умумий овқатланиш” тармоғи бўйича “Даромад ва зарар ҳақидаги ҳисобот”) олинди.

Банкларнинг умумий маҳсулоти бевосита таклиф этилган хизматлар ва молиявий воситачилик учун билвосита келадиган тушумлар (олинган ва тўланган фоизлар ўртасидаги фарқ) билан ҳисобланиб аниқланади.

Бу ўринда банк хизматларини “тўлдириш” усули қўлланилди. Яъни, “Молиявий воситачилик” бошқа фаолият турларининг молиявий воситачилик учун тўланган харажатларини ҳажми аниқлаб олинади. “Тўлдириш” учун олинган маълумот (№5-з “Ишлаб чиқариш харажатлари ҳақидаги маълумот”) эса статистика ҳисоботидан олинди.

Маҳсулот статистика идораларининг № П-1 “Товар ва хизматлар ишлаб чиқариш ва жўнатиш ҳақидаги маълумот”, ПМ “Кичик корхона фаолиятининг асосий кўрсаткичлари ҳақидаги маълумот”ларига оид ҳисоботларидан олинди.

Оралиқ истеъмоли миқдорини аниқлаш. Оралиқ истеъмоли харидор баҳоларида белгиланади. Оралиқ истеъмол ҳажми ҳақидаги маълумот № 5-з “Ишлаб чиқариш харажатлари ҳақидаги маълумоти” ҳисоботидан олинди. Ушбу ҳисоботда фақат кичик бизнес ва тадбиркорлик билан шуғулланувчи корхоналарнинг маълумотлари акс эттирилган ҳалос. Йирик ва ўрта кор-

хоналарнинг ялпи маҳсулотида оралиқ истеъмолининг улуши белгиланган. Ушбу улуш асосида барча корхоналардаги оралиқ истеъмо ҳажми аниқланаб олинди.

Миллий ҳисоблар тизими (МХТ) методологиясига кўра ТАБ I-квadrантида акс эттирилган оралиқ истеъмо ишлаб чиқариш жараёнида бир марта ёки тўла ишлатилган товар ва хизматлардан иборат бўлиши мумкин. ТАБ оралиқ истеъмоли таркибига корхона ва ташкилотларнинг товар ва хизматлар турининг сотиб олишга кетган жорий харажатларига савдо-транспорт устама нархларининг қўшилган ишлаб чиқариш харажатлари киритилади. Оралиқ харажатлари таркибига узоқ муддатли ишлатиладиган буюмлар киритилмайди (ҳарбий техникани истисно қилганда). Чунки МХТга кўра бундай харид турлари асосий капитал таркибига киритилган.

Тижорат фаолияти билан шуғулланмайдиган давлат бошқаруви органларининг соҳаси бўйича нотижорат ташкилотлари учун оралиқ истеъмоли мавжуд истеъмо товарлари сотуви сальдосида камайиши мумкин (ёки харид салдосида кўпайиши мумкин).

I-квadrant кўрсаткичлари ҳисоби ТАБ билан ажратиб кўрсатилаган иқтисодиётнинг ҳар бир тармоғида ишлаб чиқариш харажатлари таркибини аниқлашдан иборат бўлади. I квadrant сатрлари (маҳсулотни тақсимлаш) устунлар тўлдирилгандан сўнг автоматик равишда келиб чиқади.

Шаҳар миқёсида харажат таркиби борасидаги маълумотларнинг етишмаслиги муаммоси турли манбааларни бирлаштириш йўли билан ҳал қилинди. I-квadrantнинг матрица кўрсаткичларини ҳисоблаш (ХХТУТ умумий тузилиши борасидаги қисмида) Ўзбекистонда “Харажатлар-ишлаб чиқариш” жадавали бўйича эса экспериментал тармоқлараро баланс асосида (ХХТУТ баъзи тармоқларнинг тузилишини аниқлаштириш қисмида), № 5-з “Ишлаб чиқариш харажатлари ҳақидаги маълумоти”га оид ҳисоботи асосида амалга оширилади.

ХХТУТ тизимидаги тармоқлардан ИЧФТКга ўтиш учун ўтиш калитлари тизими қўлланилди.

Ўй ҳужаикаларининг якуний истеъмо ҳажмини аниқлаш. Якуний истеъмо учун сарфланган харажатлар истеъмолининг асосий қисмини ташкил этиб, аҳолининг моддий бойлигини ва хизматлар таркибини белгилайди.

Шу вақтга қадар аҳоли харажатлари ҳажми ва таркибини билиш учун асосий манбаа бўлиб савдо айланмаси ҳақидаги савдо статистикаси хизмат қилиб келган эди. Иқтисодий нуқтаи назарда олганда ушбу таркибни

аниқлаш учун аҳоли бюджетини ўрганиш усули тўғри бўлади. Чунки бундай ахборот бевосита уй хўжаликларидан олиниб чакана савдо корхоналаридан қилинган харидни истисно қилади.

Шу билан бирга бюджетни ўрганиш орқали олинган маълумотлар бир қатор камчиликларга ҳам эга (бунда бюджетни ўрганишда аҳолининг кўп даромадли ва кам даромадли қисмини, шунингдек маҳсулот ва хизмат турларини сотиб олганлиги ҳисобга олинмади) бўлиб тармоқлараро баланс учун зарур бўлган истеъмолнинг таркиби ҳақида тўлиқ маълумот олиш имконини бермайди.

Умумий давлат бошқаруви муассасаларида истеъмол ҳажмини аниқлаш. Умумий давлат муассасаларининг якуний истеъмол харажатлари асосан хусусий уй хўжаликлари учун сарфланган харажатларга ва шунингдек умумий жамоа учун сарфланган харажатларга бўлинади. Хизматлар кўпинча жамиятнинг барча аъзолари учун тақдим этилган хизматларни ўз ичига олади.

Хусусий хизматлар уй хўжаликлари томонидан истеъмол қилинади ва хондон аъзоларининг эҳтиёжлари учун ишлатилади. ТАБда давлат бошқаруви муассасаларининг хусусий эҳтиёжларини қондирувчи сўнги истеъмол харажатларини куйидаги тармоқлар бўйича кўрсатиш мумкин:

- Халқ таълими. Ушбу тармоқ таълим борасида бозорга оид бўлмаган хизматларни таклиф этиш ҳажмининг кўрсаткичларини ўзига олади.

- Соғлиқни сақлаш ва ижтимоий таъминот. Бу тармоқ асосан соғлиқни сақлаш ва ижтимоий таъминот борасида бозорга оид бўлмаган хизматлар ҳажмининг кўрсаткичларини ўз ичига олади.

- Маданият, санъат, жисмоний тарбия ва спорт. Ушбу тармоқ муассасаларнинг бозорга оид бўлмаган хизматлар ҳажмини ўз ичига олади.

- Уй-жой, коммунал хўжалиги. Бу тармоқ уй-жой ва коммунал хўжалиги корхоналарининг бозорга оид бўлмаган хизмат турларининг ҳажмини ўз ичига олади.

МХТ ТАБда ЯИМ компоненти сифатида асосий капитал ялпи тўпланиш кўрсаткичлари ҳисоблаб чиқилади. Асосий капиталнинг ялпи тўпланиши ишлаб чиқариш жарёнида бир йилдан кўп вақт давомида ишлатиладиган ишлаб чиқарилган моддий ва номоддий активларнинг кўпайишини ва шунингдек бунга қўшимча равишда ишлаб чиқарилмаган активларнинг ортишини ҳам билдиради. Асосий капиталнинг ялпи тўпланиши асосан капиталнинг ишлатилиши (эскириши) чиқариб ташлангунга қадар аниқланади.

Ялпи тўпланишининг сотиб олинган асосий фондлар қисми харид

қилувчининг баҳосида, қўшимча қиймат дан олиннадиган солиғисиз ҳисоблаб чиқилади. Асосий фондларнинг хўжалик усулида ишлаб чиқарилган қисми эса (бинолар, иншоотлар ва бошқалар) асосий баҳолар асосида ҳисобланади. Асосий капиталнинг тўпланиши ўз навбатида асосий моддий капиталнинг тўпланиши ва асосий номоддий капиталнинг тўпланишига бўлинади. Асосий капиталнинг камайиши ўз навбатида унинг ялпи умумий тўпланиши-ни камайишига олиб келади. Асосий капиталнинг эскириши ва ейилиши авариялар, йирик фалокатларнинг, табиий офатлар натижасида камайиши мумкин. Бу ҳолат МХТ ТАБда ҳисобга олинмайди.

Ялпи тўпланишнинг камайиши “Йирик ва ўрта корхоналарда асосий капиталга инвестиция қўйиш”нинг И-9 жадвали маълумотлари асосида аниқлаб олинади. Биринчи навбатда йирик ва ўрта корхоналарда ялпи жамғаришнинг улуши аниқланиб олинади, сўнг ушбу улушдан келиб чиққан ҳолда барча корхоналар бўйича ишлаб чиқарилган ялпи маҳсулотга нисбатан ялпи тўпланиш ҳажми аниқланади.

Ялпи жамғариш ҳажми “Харажатлар-ишлаб чиқариш” жадвалига асосан ялпи жамланиш тизими бўйича тармоқларга тарқатилди. Тармоқлараро балансда кўрсатилган ялпи қўшимча қийматнинг умумий натижаси ялпи маҳсулот ишлаб чиқариш билан оралиқ истеъмоли ўртасидаги фарқда кўринади. Ялпи қўшимча қиймат тармоқлараро балансда ажратиб кўрсатилган ва бевосита ишлаб чиқариш жараёнида иштирок этганлиги натижасида олинган бирламчи даромаднинг тармоқларида тақсимланишини кўрсатади (иш ҳақи, ишлаб чиқариш солиқлари, даромад, аралаш даромадлар). Мулкдан келадиган даромад ТАБда кўрсатилмайди. ТАБнинг ялпи қўшимча қийматида қуйидаги моддалар ажратиб кўрсатилди:

Меҳнатга ҳақ тўлаш (бунда ижтимоий суғурта учун амалда тўланган тўловлар ҳисобга олинмайди).

Ижтимоий суғурта учун амалда тўланган тўловлар.

Соф аралаш даромад.

Бошқа ишлаб чиқариш солиқлари.

Ишлаб чиқаришга берилган бошқа субсидиялар (-).

Асосий капитал истеъмоли.

Иш ҳақи аввало ишлаганлиги учун пул ёки натурал кўринишда, маълум ҳисобот даври оралигида бериладиган меҳнат ҳақини ўз ичига олиб ҳисобланган миқдор асосида, яъни солиқлар ва қонун асосидаги бошқа тўловлар чиқариб ташланмаган ҳолда ҳисобланди. Хорижий валютада ҳисобланган

иш ҳақи миллий банк курси бўйича миллий валютада ҳисобланади. Иш ҳақи мулк шаклидан қатъи назар, барча хўжалик субъектларининг тоифалари бўйича ҳисобга олинади.

Иш ҳақининг миқдори № 5-з “Ишлаб чиқариш ва маҳсулотни сотиш харажатлари ҳақидаги маълумот”нинг ҳисоботиغا асосан кичик бизнес ва тадбиркорлик билан шугулланувчи корхоналар бўйича аниқланиб, сўнг олинган маълумот, ишлаб чиқариладиган маҳсулот турига қараб бошқа корхоналарга нисбатан ҳам қўлланилади.

Ижтимоий сугуртага амалда тўланган тўловлар (иш берувчиларнинг ижтимоий сугуртага тўловлари) асосан ўз ичига корхоналар, ташкилотлар ва бошқа иш берувчиларнинг давлат ижтимоий сугуртасига тўлайдиган тўловларини олади. Ушбу тўловлар асосан нафақа ва пособиялар бериш, аҳолига санатория-курорт хизматларини таклиф этиш учун ҳам хизмат қилади. Ушбу тўловлар корхона ва ташкилотлар томонидан сугурта ташкилотларига берилсада, уларга кейинчалик сугурта ташкилотларига бериладиган ишловчилар иш ҳақининг бир қисми сифатида қайтариллади.

Амалда тўланган тўловлар миқдори № 5-з “Ишлаб чиқариш ва маҳсулотни сотиш харажатлари ҳақидаги маълумот”нинг ҳисоботиغا асосан кичик бизнес ва тадбиркорлик билан шугулланувчи корхоналар бўйича аниқланиб, сўнг аниқланган миқдор маҳсулот турига қараб барча корхоналарга татбиқ этилади.

Бошқа ишлаб чиқариш солиқлари, асосан ишлаб чиқариш жараёнида иштирок этганлиги учун ташкилий бирликларга солинадиган солиқлар тури бўлиб, ушбу солиқлар тури ишлаб чиқариш омилларидадан фойдаланганлик ёки маълум бир фаолият тури билан шугулланганлик учун тўланади.

Ишлаб чиқаришга бериладиган бошқа субсидиялар асосан ишлаб чиқаришда иштирок этганлиги ёки ишлаб чиқариш омилларида ишлатганлиги учун маҳаллий ташкилий бирликлар оладиган субсидиялардан иборат бўлади.

Бошқа субсидияларнинг миқдори бюджетнинг ишлатилиши ҳақидаги ҳисоботга асосан аниқланиб, сўнг ушбу маълумотлар № 5-з “Ишлаб чиқариш ва маҳсулотни сотиш харажатлари ҳақидаги маълумоти”га асосан кичик бизнес ва тадбиркорлик билан шугулланувчи корхоналарга татбиқ этилади.

Ялпи даромад иқтисодий тармоқлари ва шунингдек саноатдаги ялпи даромаднинг сальдо усулида аниқланишидан келиб чиқади.

Ялпи қўшимча қиймат ўз ичига ёлланма меҳнатга ҳақ тўлаш + бошқа ишлаб чиқариш харажатларни + ишлаб чиқаришга бериладиган бошқа субсидияларни + ялпи аралаш даромадни олади.

Ялпи аралаш даромад – уй хўжаликларига тегишли бўлган нокорпоратив корхоналарнинг (шахсий ёрдамчи хўжалик, аҳолининг ҳунармандчилик билан шуғулланиши ва бошқалар) даромади ҳисобланади. Ялпи аралаш даромаднинг миқдори давлат солиқ назоратининг берган маълумотлари асосида жисмоний шахсларнинг ялпи даромадларидан олинди.

Асосий капитал истеъмоли ТАБДа асосий воситаларнинг йиллик ейилиши бўлимида аниқланиб, йиллик ўрточа баҳосидан келиб чиққан ҳолда кўрсатилади. Амортизация миқдори № 5-з “Ишлаб чиқариш ва маҳсулотни сотиш харажатлари ҳақидаги маълумоти”га кичик бизнес ва тадбиркорлик билан шуғулланувчи корхоналар бўйича белгиланиб, сўнг улар бошқа корхоналарнинг маҳсулотига қараб татбиқ этилади.

Ялпи қўшимча қийматдан (иқтисодий тармоқларида ялпи қўшимча қиймат миқдори) ЯИМга ўтиш учун маҳсулотга солинадиган қўшимча соф солиқни ҳисобга олиш лозим бўлади (маҳсулотга солиқ маҳсулотга берилган субсидиялар чиқариб ташланган ҳолда ҳисобланади). Маҳсулотга солиқ – бир бирлик товар ёки хизматга солинадиган, яъни маҳаллий ишлаб чиқарувчилар томонидан ишлаб чиқарилган ва сотилган ёки импорт қилинган товарлар миқдорига ёки хизматлар нархига тенг бўлган солиқ ҳисобланади. Маҳсулот солигининг миқдори давлат солиқ назорати томонидан берилган маълумотларга асосланиб аниқланади. Маҳсулотга берилган субсидиялар – ишлаб чиқарилган товар ёки хизматлар биригига берилган субсидиядир.

Маҳсулотга бериладиган субсидияларнинг миқдори бюджет бажарилиши ҳақидаги ҳисобот кўрсаткичлари асосида аниқланди. Шундан сўнг ушбу кўрсаткич фаолият турлари бўйича № 5-з “Ишлаб чиқариш ва маҳсулотни сотиш харажатлари ҳақидаги маълумот”ларига асосланиб кичик бизнес ва тадбиркорлик билан шуғулланувчи корхоналарга татбиқ этилди.

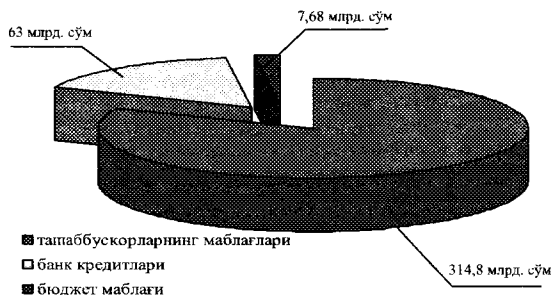
4.2. Тошкент, Самарқанд ва Бухоро шаҳарлари туризми бошқарув тизимида самарадорликни ошириш йўллари

Туризм инфратузилмасини такомиллаштириш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан 2011 йилнинг 20 октябрда республиканинг барча минтақаларида “2011–2012 йиллар даврида туризм соҳасини ривожлантириш ва туристик хизматларнинг экспорт салоҳиятини кўпайтириш бўйича аниқ тадбирлар дастури” тасдиқланди. Мазкур дастурнинг умумий бюджети 385,5 млрд. сўмни ташкил қилган бўлиб, шундан та-

шаббускорларнинг маблағлари – 314,8 млрд. сўми, банкларнинг кредит маблағлари – 63 млрд. сўми, бюджет маблағлари – 7,7 млрд. сўми ташкил этиши кўрсатилган эди (24-диаграмма).

24-диаграмма

Туристик хизматлар экспорт салоҳияти 2011-2012 йиллар кўрсаткичи⁵⁹



Ўзбекистонда туристик фаолиятнинг асосий турлари ва йўналишлари билан ўзаро боғлиқ бўлган тадбирларни амалга оширишда қуйидагиларга эътибор қаратиш зарур:

- минтақанинг тарихий–меъморий ва бошқа диққатга сазовор жойларини инвентаризация қилиш;
- меҳмонхона ҳўжалиги ва туристик инфратузилама хизматларини ривожлантириш;
- туристик хизматларнинг янги ва истиқболли турлари бўйича таклифларни ишлаб чиқиш;
- туристик хизматлар экспортини ошириш чора-тадбирларини ишлаб чиқиш;
- туризм соҳаси бўйича малакали кадрлар тайёрлаш;
- жойлаштириш воситаларини қуриш ва реконструкция қилиш;
- реклама ва оммавий ахборот воситаларини ривожлантириш;
- туристлар бориб кўрадиган жойлар сонини кўпайтириш, янги туристик йўналишларни ишлаб чиқиш ва бошқ.

Бундан ташқари ўтказилган тадбирлар мамлакатнинг турли минтақалари ўзига хос хусусиятларини, туристик имкониятлари ва салоҳиятини ҳам ҳисобга олган ҳолда ишлаб чиқилган бир қатор минтақавий характерга эга бўлган дастурларида қуйидаги фаолият турларини ҳам ўтказиш ишлари мўлжалланмоқда:

⁵⁹ Муаллиф ишланмаси.

- туристик тармоқларда ахборот технологияларни жорий этиш;
- мамлакатнинг асосий туристик марказларида жойлашган меҳмонхоналар билан етакчи хорижий мамлакатларнинг меҳмонхоналари ўртасидаги ҳамкорликни янада фаоллаштириш;
- глобал тармоқлар орқали бронлашган онлайн тизими ва туристик хизматларни бронлашнинг энг кўп тарқалган халқаро тизимларини жорий этиш ва бошқ.

Республика ҳукуматининг “Аниқ тадбирлар дастури”га кўра Тошкент шаҳрида ҳар бири 500дан ортиқ жойга эга бўлган тўртта янги меҳмонхона қурилиб туристларга хизмат кўрсатиш учун тақдим этилади. Бундан ташқари “Чорсу” меҳмонхонасини реконструкция қилиш ишлари режалаштирилган. “Дедеман Силк Роад Ташкент” меҳмонхонасида теннис корти қурилиши ишлари бошлаб юборилган. Тошкентда учта янги соғломлаштириш комплекси, савдо ва кўнгиш очар объектлар қурилишига, шунингдек, турист меҳмонлар учун топографик карталар, йўл кўрсаткичлар, тарихий ва меъморий обидаларни тавсифловчи илмий-оммабоп рисоаларни реализация қилиш киоскларни қурилишига ҳам катта эътибор берилмоқда. Шунингдек, тарихий ва меъморий обидаларни таъмирлаш, ишлаб турган меҳмонхоналарни реконструкция қилиш ва модернизациялаш ҳамда минтақаларда хорижий туристлар оқимини кучайтириш ва улар учун зарур бўлган шарт-шароитларни яратишга йўналтирилган кўплаб бошқа тадбирларни ўтказиш ишлари ҳам назарда тутилган.

Тошкент вилоятида туризмни ривожлантириш бўйича қуйидаги комплекс ишлар амалга ошириб келинмоқда. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси бюджет маблағи 2,8 млн. АҚШ долларини ташкил этган “2011-2012 йилларда Тошкент вилоятида туризм соҳасини ривожлантириш ва туристик хизматларнинг экспорт салоҳиятини кўпайтириш бўйича аниқ тадбирлар дастури”ни тасдиқлади⁶⁰. Мазкур дастурни амалга ошириш давомида Ангрен шаҳрида икки юдузли меҳмонхона барпо этиш, шунингдек, вилоятда ишлаб турган 13 та меҳмонхонанинг моддий-техник базасини мустаҳкамлаш ишлари режалаштирилган. Бюджет маблағининг бир қисми асосан Гулистон–Оҳангарон автомагистраль йўлида мотель, кемпинг, техник ёрдам кўрсатувчи тўртта шохобча ва автомобиллар тўхташ жойлари қурилишига йўналтирилади. Бундан ташқари, туристларга транспорт хизматларини кўрсатишнинг сифатини яхшилаш мақсадида Ангрен шаҳри, Оҳангарон ва Бўстонлиқ туманлари учун учта туристик автобус харид қилиш ҳам мўлжалланди. Бу эса ўз навбатида туристларни асосий туристик

⁶⁰ www.uzbektourism.uz

йўналишлар бўйлаб олиб юришда бир қатор қулайликларни яратиб бериши мумкин.

Минтақанинг бой табиий хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда “Янгиобод” курорт зонаси базасида туризмнинг янги турларини ривожлантириш ишлари ҳам олиб борилмоқда. Шу муносабат билан “Янгиобод” турбазасининг яна бир корпусини тўлиқ реконструкция қилиш ишлари ва шунингдек янги иккита соғломлаштириш комплексларини қуриш ишлари режалаштирилди. Чорвоқ–Чимён–Билдирсой курорт-соғломлаштириш зонасини комплекс ривожлантириш дастури лойиҳасини ишлаб чиқиш устида қизғин ишлар ҳам олиб борилмоқда.

Самарқанд ўзининг ноз-неъматлари, табиати, бой маънавий мероси, бетакрор тарихи, оламшумул меъморий обидалари билан бутун дунё жамоатчилигининг диққат-эътиборини ўзига қаратиб келаётган “сайқали рўйи заминдир”. Сўғдиёна ва Турон давлатларининг улуғвор анъаналари, дунёвий цивилизациянинг энг муҳим тарихий босқичлари “ер юзининг ёрқин нуқтаси” бўлган бу шаҳарнинг тарихи ва маданияти билан узвий боғлиқдир.

Дунёнинг эътиборли сармоядорлари, ривожланган мамлакатларнинг машҳур тижоратчи ва банкирлари, халқаро ташкилот раҳбарлари, иқтисодчи ва сиёсатчилари, санъатшуносларнинг нигоҳи бугунги кунда Самарқандга қаратилганлиги бежиз эмас. Бу эса Самарқанд Ўзбекистоннинг энг йирик sanoat ва қишлоқ хўжалиги, фан ва маданият маркази сифатидаги мавқен тобора ошиб бораётганидан, мамлакатнинг гуллаб-яшнаши ва равнақи учун муҳим ҳисса қўшиб келаётганлигидан далолат беради.

Жаҳон банкининг Президенти Жеймс Д.Уолфенсон Самарқандга ташриф буюрганида, “мен кейинги 40 йил давомида қарийб бутун бир дунёни кезиб чиқдим, бироқ Самарқанддек шаҳарни ҳеч жойда кўрмадим”, деб ўз қалбини изҳор этган эди. Америкадан келган сайёҳларнинг фикрича, “дунёда биттагина Париж ва биттагина Самарқанд мавжуд”. Оммавий француз журналларидан бирининг эътирофи этишича: “Самарқанд тасаввурни ҳайратга келтирадиган шаҳар бўлиб бормоқда. Кўзингизни юмиб мулоим оҳангда “Самарқанд” сўзини талаффуз қилсангиз худди эртақлардагидек тасаввурингизда гўзал бир сеҳрли манзаралар оқими пайдо бўлади”. Бу ўринда узоқ тарих саҳифаларида қолдирилган ушбу сатрларни ҳам эслаш жоиздир “Бу шаҳар ва унинг атрофидаги замин шунчалик бой ва фаровонки, бундан ҳайратга тушмасдан қолмайди киши. Эҳтимол шунинг учун ҳам у Самарқанд деб аталгандир”.

Самарқандликлар ўзларининг заминлари каби сахий, боболари каби собитқадам, ҳиссиётли, тарихлари мисоли бетакрор ва ноёб, тинчликсевар

ва саховатлидир. Уларнинг бундай ноёб фазилатлари тенги йўқ Ўзбекистонга ташриф буюрган барча давлатларнинг ҳукумат раҳбарлари, давлат арбоблари, фан ва маданият вакиллари томонидан тан олиниб, “Туризм Максиси” дея эъзозланади. Самарқандга келиш бахтига сазовор бўлган ва орзулари рўёбга чиққан хорижий сайёҳлар уни “Бутун дунёга юз очган шаҳар”, “Минг бир кечадаги афсона ва эртаклар шаҳри” дея аташмоқда. “Мусулмон дунёсининг қимматбаҳо дурдонаси”га айланган шаҳар дунёнинг турли бурчакларида яшаётган аҳолининг ҳам қизиқишларини орттириб келмоқда.

Ўзбекистон мустақилликка эришгандан сўнг “Очиқ эшиклар сиёсати”ни жорий қилиб, жаҳон хўжалигининг интеграциялашув жараёнларига фаол кириб бормоқда⁶¹. Бунинг ёрқин мисоли сифатида Самарқанд республиканинг йирик сайёҳлик марказларидан бирига айланиб бораётганлигини кўрамыз. Туризмнинг ривожланиши Ўзбекистон ва Самарқанднинг қулай геополитик ўрни, Марказий Осиё минтақасидан ўтган “Буюк ипак йўли” устида жойлашганлиги, иқлимий шароити, туризм равнақига хизмат кўрсата оладиган малакали мутахассисларнинг борлиги ва зарур бўлган қонуний базаларнинг мавжудлиги билан боғлиқдир. Халқлар ўртасида дўстлик, бир-бирларини англаш, тинчлик, ҳамкорлик ва мамлакатда барқарорликни ривожлантиришда туризмнинг аҳамияти катта. Буларнинг барчаси сайёҳликнинг хилма-хил шакллари қайта тиклаш ва ривожлантириш, халқаро андозалар асосида хизмат кўрсатишни йўлга қўйиш, маҳаллий ривожланиш хусусиятларга мос бўлган туризмнинг миллий моделини яратиш учун қулай имкониятлар ярадади.

Жаҳонда “Самарқанд декларацияси” деб ном олган декларацияни қабул қилган Бутунжаҳон Туризм ташкилотининг Самарқандда бўлиб ўтган кенгашида (1994 йил 5 октябрь) шаҳар бир овоздан “Буюк Ипак йўлининг юраги”, дея тан олинган эди. Ғарбий Европа мамлакатлари экспертларининг фикрига кўра, Ўзбекистонга келувчи сайёҳлар сони яқин орада 14-15 фойизга кўпайиши кутилмоқда. Бу Бутунжаҳон Туризм ташкилоти томонидан башорат қилинган Ғарбий Европа ва Осиё-Тинч океани минтақаларига келадиган жами сайёҳлар сонидан ҳам икки баробар кўп демакдир.

Самарқанд вилояти республикамизда географик жиҳатдан қулай минтақада жойлашган. Вилоятнинг табиий шарт-шароити, ер усти тузилиши, географик жиҳатдан қулай жойда жойлашганиги, яъни унинг жануб ва шимол ҳамда шимоли-шарқ томонлари тоғ ва тоғолди адирликларидан иборатлиги ҳам туризм соҳасида жуда катта мазмун касб этади. Вилоят ҳудуди шимолда Нурота тоғлари (Оқтоғ, Қоратоғ, Ғубдинтоғ, Қўйтош тоғи

⁶¹ Назарова Г.Ғ., Халилов Х. ва бошқ. Халқаро иқтисодий интеграция... 2011.

ва бошқалар) билан, жанубда эса Зарафшон тоғ тизмалари (Чақилқалон, Қоратепа, Зиёвуддин, Зирабулоқ ва ҳ.к.лар) билан ўралган.

Самарқанд вилоятининг умумий ер майдони 16,8 минг кв.км. ни ташкил қилади. Вилоятнинг асосий ер усти тузилиши, ўзига хос бўлган табиий ва ландшафт хусусиятлари рекреация ресурсларининг ривожланишига сабаб бўлмоқда. Унинг текислик қисмида, яъни Зарафшон дарёси соҳилларида Қарноб ва Жом каби чўл ҳудудларида сайёҳдикнинг чўлу-дашт каби экотуризм турларини ташкил этиш мумкин.

Маълумки, вилоятда туризмни ташкил этиш ва ривожлантиришда унинг аҳолиси ва меҳнат ресурслари ҳам муҳим аҳамият касб этади. Вилоятда 2,9 млн.дан ортиқ аҳоли яшайди (2005 й.). Шундан шаҳар аҳолиси 737 минг кишини, қишлоқ аҳолиси эса 2,2 млн. кишини ташкил этади. Вилоят аҳолисининг 52 фоизга яқини меҳнатга яроқли кишилардир. Вилоят аҳолисининг этник таркиби хилама-хил бўлиб, республикамизнинг бошқа вилоятларидан алоҳида ажралиб туради. Айниқса эътиборлиси шундаки, Самарқанд шаҳар аҳолиси кўп миллатли (ўзбеклар, руслар, тожиклар, украинлар, озорбойжонлар, арманлар, татарлар, корейслар) бўлиб, этнографиясининг ўзига хослиги туризм соҳасида жуда катта аҳамият касб этади. Бундай хилама-хил этнографик вазият тарихий ривожланишга ҳам боғлиқ бўлиб, айти бир пайтда туризмда ҳам маълум мазмун ва моҳият касб этади. Аҳолининг миллий таркиби ва унинг диний эътиқоди маҳаллий туризмни мавсумий (баҳор, ёз, куз) ҳамда ҳудудий жиҳатдан ташкил қилишда муҳим роль ўйнайди. Масалан, маҳаллий миллат вакилларининг, хусусан баҳор (айниқса, март, апрель ва май) ойларида турли хил диний зиёратгоҳ жойларга кўпроқ саёҳат қилишини кузатамиз. Айти бир вақтда эса аҳолининг таркибида болалар салмогининг кўплиги вилоятда **болалар туризмни (экскурсияларни)** ривожлантиришни ҳам тақозо этади. Жумладан, вилоятда қишлоқ мактаб ўқувчилари учун баҳор ва ёз ойларида Самарқанд шаҳрига, унинг атрофидаги тоғ ва тоғолди ҳудудларига, турли хил тарихий ва меъморий обидаларга, зиёратгоҳ жойларга қисқа муддатли туристик экскурсияларни ташкил қилиш имконини беради.

Статистик маълумотларга кўра ҳозирги кунда Самарқанд вилояти жами аҳолисининг бор-йўғи 1 фоизга яқини туризм хизматлари билан банд экан. Бу кўрсаткич ниҳоятда паст бўлиб, вилоят ҳудудидаги туризм имкониятларининг талабига умуман жавоб бермайди. Олиб борилган тадқиқотларнинг кўрсатишича, Самарқанд шаҳар аҳолисининг 15-20 фоизи туризм хизматларининг бир қатор турлари билан машғул бўлиш имкониятига эга. Келажакда вилоятнинг Ургут туманида аҳолининг (10-12 фоизи), Самарқанд (8-10 фо-

изи), Булуғгур (6-7 фоизи), Оқдарё (5-6 фоизи) ва бошқа туманларда яшовчи аҳолининг эса 4-5 фоизи туризм соҳасига жалб этиш имкони бор. Хуллас, меҳнатга яроқли аҳолини айниқса, ёшларни туризм ва туризм хизматлари соҳалари – меҳмонхоналар, умумий овқатланиш шохобчалари, транспорт тармоқлари, шунингдек, туристлар учун гидлар (таржимонлар), экскурсоводлар, туроператорлар, турагентлар каби соҳаларда банд қилиш имконияти бор.

Самарқанд вилоятида саноат ва қишлоқ хўжалигини янада ривожлантириш учун барча шарт-шароитлар мавжуд. Ҳозирги кунда вилоят иқтисодиётида ўзининг салмоғи жиҳатидан қишлоқ хўжалик тармоғи етакчи ўринлардан бирини эгаллаб турибди. Вилоятнинг қишлоқ хўжалиги соҳасида фойдаланиладиган ерлар миқдори 1677,3 минг гектарни ташкил этиб, унинг 26 фоизи ҳайдаладиган ерларни (жумладан, унинг 15 фоизи суғорма деҳқончилик ерларини ташкил этса, 11 фоизи эса лалмикор ерлар), 49 фоизи яйловларни, 25 фоизи эса яроқсиз ерларни ташкил этади.

Республика қишлоқ хўжалигида Самарқанд вилояти пахтачилик билан бир қаторда дончилик, боғдорчилик, узумчилик, сабзавотчилик, картошка ва тамакичилик ҳамда чорвачилик соҳаларига ихтисослашган минтақалардан бири ҳисобланади. Самарқанд боғу-роғлари азалдан ўзининг гўзаллиги, ширин-шакар мевалари билан ушбу ҳудудга ташриф буюрган барча сайёҳларни ҳайратга солиб келмоқда.

Сўнгги йилларда қишлоқ хўжалиги соҳасига эътиборни кўчайтириш, биринчи навбатда минтақа аҳолисини қишлоқ хўжалик маҳсулотлари билан таъминлашни яхшилаб, ишсизликни камайтиради, иккинчидан вилоятга келган сайёҳларни сифатли қишлоқ хўжалик маҳсулотлари (мева ва сабзават маҳсулотлари, полиз экинлари, гўшт ва сут, non маҳсулотлари) билан таъминлаш имконини беради. Айни бир пайтда Самарқанд шаҳрига келган хорижий ва маҳаллий сайёҳлар деҳқон бозорларини кўришни ва бирор бир маҳсулот харид қилишни жуда хоҳлайди. Шунинг учун ҳам уларнинг талаб-истакларини ўрганиш, Шарқ бозорларидаги қишлоқ хўжалик маҳсулотларини сифат жиҳатидан юқори даражада бўлишини таъминлаш муҳим аҳамият касб этади.

Шуни таъкидлаш жоизки, бозорлар билан сайёҳларнинг танишиши жуда катта ижтимоий ва иқтисодий мазмунни касб этади. Чунки, бозорлар, айниқса шарқ бозорлари минтақа ва ҳудуднинг ижтимоий-иқтисодий хусусиятларини, унинг бойлиги ва ихтисослашувини, аҳолининг миллий таркиби ва урф-одатларини, миллий кадриятлари ва анъаналарини ўзида мужасамлаштирган. Шундай экан, тарихий ва меъморий ёдгорликлар, қадимги

қабристонлар каби бозорлар ҳам сайёҳлар учун жуда муҳим туристик объект бўлиб ҳисобланади. Шунинг учун ҳам бозорларнинг санитария ҳолатини юқори даражага кўтариш ва уни доимо назорат қилиб туриш шу куннинг энг муҳим муаммоларидан бири бўлиб турибди.

Самарқанд вилояти саноат соҳасида ҳам республикада ўзгача ўрин тутади. Ҳозирги кунда вилоятда фаолият кўрсатиб келаётган саноат корхоналарининг сони 150 тага яқин бўлиб, ушбу тармоқда 65 мингдан ортиқ ишчи ва хизматчилар ишлайди. Минтақа саноати таркибида кимё саноати, машина-созлик ва металлни қайта ишлаш, қурилиш материаллари, қоғоз-целлюлоза, синини буюмлар ишлаб чиқариш, енгил ва озиқ-овқат саноат тармоқлари етакчи ўринни эгаллайди. Вилоят саноатининг шаклланиши узоқ ўтмишга бориб тақалади. Чунки ушбу минтақа енгил саноат, қурилиш материаллари, шойи, қоғоз ишлаб чиқариш қадимдан ривожланиб келаётганлиги билан дунёга танилган.

Самарқанд вилоятида замонавий саноат тармоқлари Чор Россиясининг ўлкани босиб олиши, Иккинчи жаҳон уруши йилларида фронт ҳудудларидан минтақага саноат корхоналарининг кўчириб келтирилиши билан боғлиқ равишда шаклланиб ривожланди. Бундай корхоналар қаторига Алпомиш (Красный двигатель), Кинап, Ховренко заводларини, Булунгур шароб комбинатини, Каттақўрғон пахта тозалаш заводи ва ёғ-мой комбинатини киритиш мумкин.

Мустақиллик йилларида Самарқанд вилоятидаги саноат корхоналарининг айримлари бозор муносабатларига бардош бера олмай ўз фаолиятини ўзгартирди, рақобатнинг ўсиши эса саноат корхоналарининг янгича иш юритиши лозимлигини исботлади. Бу жараён вилоят саноат корхоналарини ҳам четлаб ўтмади. Сўнгги йилларда вилоятнинг саноат корхоналарида замонавий техника-технологияларни ўрнатиш, ҳамкорликда қўшма корхоналарни ташкил этиш орқали юқори сифатли маҳсулотлар ишлаб чиқаришга эришилмоқда. Ҳозирги кунда вилоятнинг қўшма корхоналарида ишловчилар сони ўн мингдан ортиқ кишини ташкил этади.

Вилоятда автомобилсозлик заводининг ишга туширилиши республика автомобилсозлик саноати тараққиётида муҳим аҳамият касб этади. Самарқанд шаҳрида Туркия билан ҳамкорликда йўловчиларни ташувчи “Самавто” автобус заводи ишга туширилди. Вилоятнинг, шу жумладан, Самарқанд шаҳрининг кўпгина саноат корхоналари бозор иқтисодиётининг талаб ва тақлифларидан келиб чиққан ҳолда замонавий технологик жиҳозлар билан қайта таъминланди. Булар қаторига “Сино” заводи, чой қадоқлаш фабрикаси, чинни буюмлар ишлаб чиқариш заводи, Кинап, лифтсозлик, мева-

консерва заводларини, минерал сувлар, чанқоқбости ичимликлар ва пиво ишлаб чиқарувчи заводларни киритиш мумкин. Вилоят саноат корхоналарида сайёҳлар учун мўлжалланган хилма-хил маҳсулотлар, жумладан, сувенирлар, нафис чинни буюмлар, бежирим ипак газламалар, гилам ва гилам маҳсулотлари, ширин-шакар мева-шарбатлар, юқори сифатли узумдан тайёрланган винолар, совуткичлар, музлаткичлар, маҳаллий ва хусусий корхоналарда ишлаб чиқарилган ҳунармандчилик маҳсулотлари (сўзаналар, кашталар, тўнлар, дўппилар, кулолчилик, ўймакорлик, ганчкорлик, зардўзлик моллари, мисдан ясалган идишлар ва ҳ.к.) ва бошқа совғабоп товарларни ишлаб чиқариш ишлари йўлга қўйилди.

Вилоят туризмини ривожлантиришда транспорт инфратузилмасининг ўрни ҳам муҳим аҳамият касб этади. Айниқса хорижий сайёҳларнинг ташриф буюришида ҳаво транспортининг роли жуда каттадир. Ҳозирги кунда Самарқанд аэропорти чет элик инвесторлар кўмаги билан қайта таъмирланиб, барча турдаги самолётларни қабул қилиш имкониятига эга бўлди. Шу жиҳатдан жаҳон андозалари асосида қайта таъмирланган аэропорт минтақада сайёҳликни юксалтиришга хизмат қилиб келмоқда. Ҳозирги кунда Самарқанд аэропортидан республикамизнинг узоқ вилоятларига, қолаверса, хорижий мамлакатларга ва МДҲ давлатларига янги қатновлар жорий этилганлиги туризм соҳасида муҳим аҳамият касб этади.

Сайёҳларга хизмат қилувчи транспортнинг иккинчи йирик тури бу темир йўл транспорти ҳисобланади. Ўзбекистон темир йўлининг тарихи бевоқифа Самарқанд билан чамбарчас боғлиқ. Ўлкамизда темир йўлларнинг илк бор қурилиши Бухоро ва ундан кейин Самарқанд вилоятларига тўғри келади. Самарқанд вилояти, жумладан, Самарқанд шаҳри мамлакатимизнинг барча иқтисодий районлари билан темир йўллар орқали туташган. Бу эса ўз навбатида поездда саёҳат қилувчилар учун катта имкониятларни туғдиради. Ҳозирги кунда Самарқанд шаҳрига йўловчилар ва сайёҳлар оқимининг ўсганлиги сабабли Тошкент шаҳридан сифатли сервис хизматларни кўрсатиш имконига эга бўлган “Регистон” тезюрар поездининг қатнови йўлга қўйилди. Мамлакатимиз мустақиллигининг 20 йиллиги муносабати билан 2011 йилнинг 26 августида Тошкентнинг шимолий темир йўл вокзалидан жўнайдиган Тошкент-Самарқанд йўналиши бўйича қатнайдиган “Afrosiyob” тезюрар поезда (соатига 250 км.тезлик билан ҳаракатланади) фаолият кўрсата бошлади. Ушбу тезюрар поезд 344 км.ли масофани 2-2,5 соат ичида босиб ўтиб Тошкентдан Самарқандга етиб келади. Бу ўзбек темир йўл транспорти тарихида энг катта тезлик ва Тошкентдан Самарқандгача сарфланган энг кам муддатга эга бўлган рекорд ҳисобланади. Ана шундай имкониятларга эга бўлган тезю-

рар поезд иккита бошқарувчи локомотив, саккизта йўловчи ташийдиган вагон ва битта ресторандан иборат бўлиб, бир вақтнинг ўзида 257 та туристга хизмат кўрсата олади.

Вилоят туризмининг ривожланишида автомобиль транспортининг роли ҳам катта ҳисобланади. Ҳозирги кунда вилоят автомобиль йўлларининг умумий узунлиги 12,5 минг км. дан ортиқ бўлиб, шундан қаттиқ қопламали (асфальт) йўллар 4,1 минг км.ни ташкил қилади. Халқаро аҳамиятга эга бўлган автомобиль йўллар вилоятнинг Будунғур, Жомбой, Самарқанд, Оқдарё, Иштихон, Каттақўрғон, Нарпай, Пахтачи, Нуробод туманларини, шунингдек, Самарқанд шаҳрини кесиб ўтади.

Шуни алоҳида таъкидлаб ўтиш жоизки, вилоятдаги кўпгина туристик объекларнинг автомобиль йўлларига яқин жойлашганиги ҳам ўз ўрнида туризмни ривожлантириш учун қулай шарт-шароитларни вужудга келтиради. Келгусида вилоятга автомобиль транспортида ташриф буюрадиган сайёҳлар учун сифатли сервис хизматига эга бўлган бир қатор мотеллар, кемпинглар, автомобиль тўхтов масканлари, автомобиль прокат (ижара) пунктлари ташкил этилиши мақсадга мувофиқдир. Шу билан бир қаторда, вилоят туризмини ривожлантиришда почта, телефон, телеграф ва алоқа коммуникациялари ҳам ўз ўрнига эга. Ҳозирги кунда Самарқанд шаҳри дунёнинг барча минтақалари билан халқаро сўзлашув, интернет, факс орқали алоқа қилиш имкониятига эга.

Самарқанд вилоятида туризмни ривожлантиришда меҳмонхоналар хўжалигининг тутган ўрни муҳим аҳамият касб этади. Юргимизга ташриф буюрган ҳар бир сайёҳ меҳмонхоналар хизматидан баҳраманд бўлади. Ҳозирги кунда нафақат вилоятда, балки Самарқанд шаҳрида ҳам давлат ва нодавлат (хусусий) меҳмонхоналар сони борган сари ортиб бормоқда. Уларнинг умумий сони 63 та бўлиб, жами меҳмонхоналардаги ўринлар сони бир вақтнинг ўзида икки мингдан ортиқ кишини қабул қилишга имкон беради. Шаҳарда халқаро андозаларга жавоб бера оладиган “Афросиёб”, “Президент Отель” каби бир қатор хусусий меҳмонхоналар сервис хизматларининг турлари ва сифати жиҳатидан алоқида ажралиб туради.

Вилоятда туризмни ривожлантириш билан боғлиқ объектлар қаторига деҳқон бозорлари, умумий овқатланиш корхоналари, савдо шохобчалари, молиявий ташкилотлар (банк, сугурта идоралари, пул алмаштириш пунктлари), маиший хизмат кўрсатиш корхоналари (сартарошхоналар, кир ювиш, кийим-кечакларни кимёвий усулда тозалаш масканлари), шаҳар газ, сув, электр энергияси таъминоти корхоналари, қурилиш-архитектура ва ободонлаштириш объеклари, коммунал хўжалик объеклари (иситиш, чиқинди

чиқариш), йўл қурилиши ва таъмирлаш ташкилотлари, санитария эпидемиология, фавқулодда ишлар, ҳуқуқни ҳимоя қилиш, божхона идоралари, автомобиль ва темир йўл вокзаллари, аэропорт, автобус саройлари, театр, кинотеатрлар, музейлар, боғлар, дам олиш ва ҳордиқ чиқариш масканлари, тарихий ва меъморий ёдгорликлар, зиёратгоҳ жойлар, халқ миллий санъати ва хунармандчилик корхоналари (кулолчилик, ёғоч ўймакорлиги, ганч ўймакорлиги, дўппи, тўн тикиш, гилам тўқиш, зардўзлик, сўзана, кашта тикиш, нон ёпиш ҳ.к.лар), малакали кадрлар тайёрлашни (ўқитиш, малака ошириш, маслаҳат бериш марказалари) киритиш мумкин. Келгусида улар тўғрисида махсус илмий изланишлар ва тадқиқотлар олиб борилиши режалаштирилган.

2008 йилнинг 1 январь ҳолатига кўра Самарқанд вилоятида туризм фаолияти билан шуғулланиш ҳуқуқига эга бўлган 90 дан ортиқ сайёҳлик фирмалар ва меҳмонхоналар рўйхатдан ўтган бўлиб, уларда бир йўла 3 мингга яқин меҳмонларни қабул қилиш қувватига эга бўлган 50 дан ортиқ замонавий ва миллий услубда қурилган меҳмонхоналар фаолият кўрсатиб келмоқда.

2007 йилда Самарқандда миллий ва замонавий услубда қурилган 10 та янги меҳмонхона ишга туширилиб, меҳмонхоналарни қабул қилиш қуввати яна 320 ўринга кўпайди. 2008 йилда эса кўшимча яна 10 дан ортиқ меҳмонхоналар қурилиб, ишга туширилди.

2007 йилда вилоятда фаолият кўрсатаётган сайёҳлик фирмалар ва меҳмонхоналар томонидан кўрсатилган умумий хизматлар ҳажми 11 млрд. 048 млн сўмни ташкил этиб (2006 йилда 6 млрд 921 млн сўмни ташкил этган ва 160 % га ўсган) олинган даромад 1 млрд. 163 млн сўмни (2006 йилда 1 млрд. 38 млн сўмни – 112%) ташкил этди. Экспорт ҳажми 7 млн. 9 минг АҚШ долларини (2006 йилда 5 млн. 28 минг АҚШ долларини ташкил этган – 140%) валюта тушуми 4 млн. 727 минг АҚШ долларини (2006 йил 2 млн. 588 минг АҚШ доллари – 183%), сайёҳлар сони 95316 кишини (2006 йил давомида 68725 нафар – 139%), шу жумладан, чет эллик сайёҳлар 72000 кишини (2006 йилда 44935 нафар – 160%)ни ташкил этган эди. Бу эса Самарақандга ташриф буюрган сайёҳлар ва экскурсантлар сони кўшиб ҳисоблаганимизда, қарийб 2 баробарга ошганлигини кўрсатади.

Самарқандга ташриф буюраётган меҳмонлар ва сайёҳларга кўрсатилаётган хизматлар сони ва сифатини янада ошириш, меҳмонхоналарда хизматлар ҳажмини кўпайтириш, тарихий ва меъморий обидаларимиз атрофида, шунингдек, туристик маршрутларда кенг ободончилик ишларини олиб боришни йўлга қўйиш мақсадида вилоят ҳокимлиги томонидан қабул қилинган “Вилоятда туризми ривожлантиришнинг 2010 йилгача бўлган минтақавий

дастури” босқичма-босқич амалга оширилиб келинган.

2008 йилда вилоятдаги сайёҳлик фирмалар дунёнинг кўплаб мамлакатларида ўтказилаётган ярмаркаларда қатнашиб, 2007 йилга нисбатан бирмунча кўпроқ шартномаларни имзолашга эришди.

Вилоятда ҳозирги кунда туризм соҳасида ўз ечимини кутаётган бир қатор муаммолар ҳам борки, уларни босқичма-босқич ҳал этилиши келажақда ушбу соҳани минтақа иқтисодиётининг етакчи тармоқларидан бирига айланишига олиб келиши мумкин. Чунончи, Самарқанд туризмини юксалтиришда сайёҳларни айирбошлашни яхши йўлга қўйиш, туризм бозорини энг муҳим муаммолардан бири ҳисобланади.

Келгусида вилоятга келадиган сайёҳлар оқимини кўпайтириш ва жаҳон андозалари талабларига мос равишда хизмат кўрсатишни ташкил этиш вилоят туризмнинг энг муҳим вазибаларидан бири ҳисобланади. Бунинг учун Самарқанд вилоятида туризмнинг ривожланиши учун қуйидаги муаммоларни ҳал этилиши мақсадга мувофиқдир:

- вилоятдаги сайёҳлик фирмаларга имтиёзли хорижий сармояларни мақсадли ажратиб, уларнинг моддий техник базасини мустаҳкамлаш;
- вилоятда туризм соҳасида фаолият кўрсатаётган тадбиркорларга, хорижий ҳамкорликни топишда амалий ёрдам бериб, ҳукуқий маслаҳат ва услубий ёрдам кўрсатиш. Дунё мамлакатларида ўтказиладиган туризм ярмаркаларида иштирок этиб, халқаро ярмаркаларни Самарқанд шаҳрида ҳам ташкил этиш;
- миллий анъаналарни намоён этувчи маҳалла ва чойхоналарни, қадимги меъморчилик усуллари сақланиб қолган уйларни аниқлаб, уларни туристик маршрутларга киритиш;
- Самарқанд шаҳрида фойтун араваларда сайр қилишни уюштириб, Афросиёб ҳудудида ўрта аср анъаналарига хос **ҳовли макетини** қуриш. Халқ амалий санъати, халқ оғзаки ижоди, миллий урф-одатлар ва маросимларни сайёҳларга намоиш этиш;
- вилоят ҳудудидаги туристик объектларга боровчи йўللарни қайта таъмирлаб, ободончилик ишларини ривожлантириш;
- хорижий давлатларда фаолият кўрсатаётган кичик сайёҳлик фирмаларнинг иш фаолиятини ўрганиб, корхоналарнинг сайёҳлик имкониятларидан самарали фойдаланишни йўлга қўйиш учун маркетинг хизматларига эътиборни кучайтириш;
- вилоятга туризм оқимини кучайтириш учун туризм сервисига эътибор бериб, меҳмонхона хўжаликларида хизмат кўрсатишнинг нарх-наволарини пасайтириш;
- минтақа ҳудудидаги тоғларнинг рекреация имкониятлари ҳамда

сайёҳлик йўналишларини аниқлаб, туманлардаги тарихий ва меъморий обидаларни, зиёратгоҳларни, дам олиш масканларини ўрганиш ва рўйхатга олиш. Ургут туманида жойлашган “Чор Чинор”, “Чинор” ва “Гавсул Аъзам” мажмуалари, Оқдарё туманидаги “Махдуми Аъзам Даҳбедий” зиёратгоҳи, Нуробод туманидаги “Ҳазрати Довуд” каби азиз қадамжоларни сайёҳлик маршрутларига киритиш;

- Самарқанд вилоятидаги мавжуд туристик объектларни хорижий мамлакатларда кенг қўламда ташвиқот (реклама) қилиш орқали туристлар оқимини кўпайтириш;

- туризм соҳаси бўйича илмий-тадқиқот ишларни олиб бораётган олий ўқув юрталари билан ҳамкорликни кучайтириш;

- ҳудудий туристик мажмуаларнинг шаклланишини такомиллаштириб, уларни тегишли инфратузилма билан таъминлаш;

- вилоят ҳудудидаги барча туристик объектларни кадастрлаш, яъни тарихий ва меъморий обидалар, архитектура, археологик ёдгорликлар, диний қадамжоларни, хонаҳо ва масжидларни туристик объектлар рўйхатига киритиш. Шунингдек, этнографик, тарихий ва қадимий маҳаллалар, чойхоналар, миллий анъаналар, урф-одатлар, ҳунармандчилик соҳаларини сақлаб қолиш учун назоратни кучайтириш;

- туризм соҳаси орқали минтақа аҳолисининг бандлик даражасини яхшилаш ва ҳ.к.лар.

Шундай қилиб, вилоятда иқтисодий ислоҳатларни янада чуқурлаштириш, аҳолининг турмуш фаровонлигини яхшилаш ва қўшимча иш ўринларини яратиш, шунингдек, мавжуд бўлган имкониятлардан оқилона фойдаланиш мақсадида Республикамиз Президентининг “Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги қарори (2006 й. 17 апрель) мазкур тармоқни янада ривожлантиришга қаратилган амалий тадбирлардан бири ҳисобланади.

Самарқанд вилоятида 2011–2012 йилларда туризм соҳасини ривожлантириш ва туристик хизматларнинг экспорт салоҳиятини кўпайтириш бўйича аниқ тадбирлар дастурини амалга ошириш учун 24,8 млрд сўм миқдоридан маблағ йўналтирилди⁶². Шу муносабат билан Самарқанд вилоятида тарихий ва меъморий обидаларни таъмирлаш, меҳмонхона секторини, туристик инфратузилмани ривожлантириш, минтақанинг туристик салоҳиятини омавийлаштириш, малакали кадрлар тайёрлаш бўйича кенг миқёсли ишлар бажарилди. Мазкур дастурда туристик объектларга ёндашган ҳудудларни

⁶² www.uzbektourizm.uz

ободонлаштириш, уларга олиб борадиган автомобиль йўлларни таъмирлаш, комплексларнинг (Шоҳизинда, Регистон комплекслари, Хўжа Аҳрор масжиди ва бошқ.) санитария-гигиена ҳолатини яхшилаш ва таъмирлаш ишлари алоҳида эътибор берилди. Хусусан, Нуробод туманидаги Ҳазрати Довуд комплекси, Ургут туманидаги Ғавсул Аъзам, Хўжа Омон ва Ширвоқота зиёратгоҳларига олиб бориладиган автомобиль йўлларида таъмирлаш ишлари тўлиқ бажарилди.

“Афросиёб” музейи ҳам туристлар учун жозибали бўлиб, бу ерда таъмирлаш ишлари ўтказилгандан кейин музейнинг деворий нақшлари янги бўёқлар билан қопланди. Ўтказилган бир қатор тадбирлар минтақадаги меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришга йўналтирилди. Яъни, 200 ўринли олти янги меҳмонхона фойдаланишга топширилиб, 17 та меҳмонхона модернизация қилинди. 166 ўринли “Отель Регистон” ДУКни реконструкция қилиш ишлари тугалланди. “Боғишамол” соғломлаштириш комплекси қайта таъмирланиб, Ста туристик автобус харид қилинди. Иккита сув ҳавзасида қурилиш ишлари олиб борилиб, меҳмонхонанинг хизматлар кўрсатиш доираси кенгайтирилди. Шу билан бир қаторда Қўшработ ва Нуробод туманларида “Наврўз” байрамини ўтказиш кўналарида чет эллик меҳмонлар иштирокида “Кўпқари” миллий ўйини ўтказиладиган майдонлар барпо этилди. Шаҳарнинг Алишер Навоий номи, “Сўғдиёна”, “Ёшлик” каби боғлари ҳам қайта таъмирланиб, шаҳарликлар ва меҳмонлар учун кўнгилочар сайргоҳ-боғларга айлантирилди. Бу ерда аттракцион ўйин ва кўнгилочар жойлар кенгайтирилиб, миллий маданиятнинг бойлигини намоён этадиган театрлашган томоша ва концерт дастурлари ишлаб чиқилди.

Ургут туманининг Миронкул ҳамда Қизилтўриқ қишлоқларида дам олиш зоналарини барпо этиш ишлари олиб борилди. “Мингарча” дам олиш зонасини реконструкция қилиш ишлари давом эттирилади.

Туристларнинг бир жойдан иккинчи бир жойга боришлари вақтида қулай шарт-шароитларни барпо этиш мақсадида Тошкент – Самарқанд, Самарқанд – Бухоро, Самарқанд – Қарши автомагистраль йўллари бўйлаб йўл инфратузилмасининг янги комплекс объектлари қурилди. Мазкур дастурда талабчан туристларнинг бўш вақтини мазмундор ўтказиш учун туристик хизматларнинг янги турларини ташкил этишга ҳам алоҳида эътибор берилди келинмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан тасдиқлаган “2011–2012 йиллар даврида Бухоро вилоятида туризм соҳасини ривожлантириш ва туристик хизматларнинг экспорт салоҳиятини кўпайтириш бўйича аниқ тадбирлар дастури”ни амалга ошириш давомида Бухоро минтақасида

кўплаб меҳмонхоналар қурилиб, туристик инфратузила модернизация қилинди, янги йўналишлар ишлаб чиқилиб, туризм соҳаси бўйича кадрлар малакасини ошириш ишлари йўлга қўйилди⁶³.

Бухоро бутун дунёда “Буюк ипак йўли”да жойлашган қадимги ноёб шаҳар сифатида машҳурдир. Бухорони йирик маънавий шаҳар ҳам аташади. Кўплаб туристлар ҳар йили Шарқнинг сир-асрори ва тарихини кўриб билиш, ўзига хос маданияти билан танишиш ва қадимги Бухоронинг ўрта асрларга оид тор кўчалари бўйлаб сайр қилиш учун бу ерга келишади. Ноёб тарихий ва меъморий обидалар оҳанрабо сингари туристларни ўзига жалб этади, ўз навбатида юқори даражадаги сервис хизматлар бой туристик салоҳият билан бирикиб, туристларни бу ерга қайта-қайта қайтишга мажбур қилади. Бухорода меҳмонлар учун қулай шарт-шароитларни яратиш мақсадида “Баҳовуддин Нақшбанд” мажмуаси яқинида 40 ўринли меҳмонхона, 160 ўринли учта уч юдузли меҳмонхоналар қурилиб ишга туширилди, шунингдек, Бухоро шаҳридаги “Зарафшон” ва “Варахша” меҳмонхоналарини реконструкция қилиш ишлари якунланди.

Туристтик инфратузилмани ривожлантириш борасида туристлар учун тарихий ва меъморий обидалар ҳудудида тегишли шарт-шароитлар яратиш, ўзбек, рус ва инглиз тилларида ёзилган ахборот тахталарини ўрнатиш бўйича тадбирлар амалга оширилди. Туристлар ҳозирги кунда электр билан ёритилган Тоқи Саррофон, Тоқи Телпақфурушон, Тоқи Заргарон савдо расталарида, шунингдек, Пойикалон, Лабиҳовуз, Ситораи Моҳи хоса ва Арк тарихий комплекслари территорияси бўйлаб сайр қилишиб, тунги Бухоронинг бутун нафосатини яққол ҳис эта олишлари мумкин. Бухоро вилоятининг ноёб туристик объектлари ва ёқимли сайргоҳлари Ўзбекистоннинг маданий ва гўзал табиати билан яқиндан танишиш жойларидан бирига айланиб бормоқда. Хусусан, қоровулбозордаги Девхона кўлида балиқ овлаш билан боғлиқ бўлган туристларнинг дам олиш маркази қурилиши, туяларда мароқли саёҳат қилишнинг “Камел сафари” дастури ташкил этилиши, “Жайрон” экологик ҳудудида туристлар учун шинам шарт-шароитларнинг ташкил топиши ва бу ерга келган туристлар ҳайвонларнинг нодир турларини кўриши, табиат гўзаллигидан завқланиб, яшил чинорлар соясида дам олиш имконини бермоқда.

Ўзбек халқининг ажойиб маданияти ва унинг анъанавий урф-одатлари қовун сайли, палов сайли, ипак сайли, зирavorлар сайли каби мунтазам ташкиллаштириладиган тадбирлар доирасида тақдим этилади. Шу билан бирга минтақа ҳудудида “Бухоро шашмақоми” маркази барпо этилиши бу ерга

⁶³ www.uzbektourizm.uz

келган туристлар турли-туман оҳангларга ва мумтоз садоларга асосланган мумтоз ашулалар – “Шашмақом”ни тинглашлари мумкин.

Бухоро нафақат мусиқа санъатида балки, ҳунармандчилик маданиятида ҳам ўз анъаналари билан шухрат қозониб келмоқда. Чунки ҳунармандлар бунёд этган тарихий манзилларида, яъни карвонсаройлар негизида барпо этилган савдо расталарида туристлар халқ ҳунармандчилиги буюмларини тайёрлаш жараёни билан танишиб, қимматбаҳо сувенир маҳсулотларини харид қилишлари мумкин.

Бухоро минтақасининг туристик салоҳиятини халқаро бозорларга олиб чиқишга алоҳида эътибор бериляпти. Шу муносабат билан минтақа туруператорларининг Берлин, Лондон, Пекин, Нью-Йорк, Москва ва бошқа шаҳарларда ўтказиладиган хорижий туристик ярмаркаларда иштирок этиши масалалари кўриб чиқилди. Шуларни инobatга олган ҳолда бюджети 9 млн. АҚШ долларидан ортиқроқ бўлган мазкур дастурни амалга ошириш туристларнинг қўшимча оқимларини жалб этишда муҳим аҳамият касб этади.

4.3. Туризм хизматлари соҳасида бошқарувнинг самарадорлигини такомиллаштириш услублари

Республикамызда туризм ва меҳмонхона хизматларини сертификатлаш мажбурий ҳисобланади. Туризм соҳасида товар ва хизматларни сертификатлаш қуйидаги мақсадларда амалга оширилади:

- инсон ҳаёти ва атроф-муҳит учун хавфли бўлган маҳсулотларни, ҳуқуқий ва жисмоний шахслар мулкини сотишни назорат қилиш мақсадида;
- жаҳон бозорини рақобатбардош маҳсулотлар билан таъминлаш мақсадида;
- истеъмолчини инсофсиз ишлаб чиқарувчидан ҳимоя қилиш мақсадида;
- маҳсулотни яратилган (келиб чиққан, ишлаб чиқарилган) манзилни тасдиқлаш мақсадида;
- ишлаб чиқарувчи тақдим этган маҳсулот хизматларининг сифат кўрсаткичларини тасдиқлаш мақсадида амалга оширилади.

Туризмда сертификатлаш “Маҳсулот ва хизматларни сертификатлаш тўғрисида”ги қонун билан, шунингдек, бошқа меъёрий ҳужжатлар билан тартибга солинади. Унинг объектлари бўлиб, маҳсулотлар, хизматлар ҳамда сифат тизимлари ҳисобланади. Шунини қайд қилиб ўтиш керакки, амалиётда сертификатлашнинг икки тури – **ихтиёрий** ва **мажбурий** қўлланилади.

Ихтиёрий сертификатлаш асосан учинчи шахслар ёки қўшма корхона-

4.3. Туризм хизматлари соҳасида бошқарувнинг самарадорлигини такомиллаштириш услублари

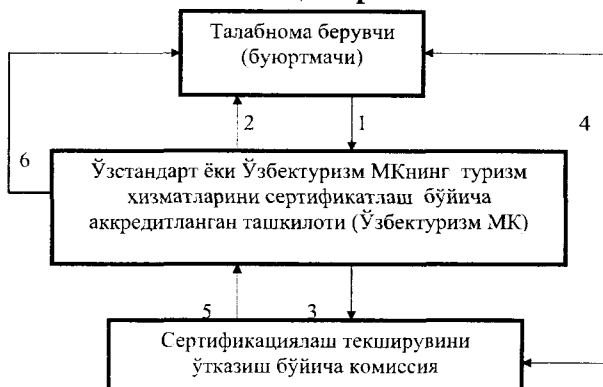
даги хорижий шериклар томонидан ишлаб чиқарилган товарлар ва тақдим этилган хизматлар учун қўшимча сертификатни талаб этган вазиятда амалга оширилади.

Сертификатлаш ишлари билан асосан давлат органи шугулланиб, бу Вазирлар Маҳкамаси қошидаги стандартлаш, сертификатлаштириш ва метрология агентлиги (Ўзстандарт) ҳисобланади. Бундан ташқари, Ўзстандартга боғлиқ бўлмаган сертификатлаштириш марказлари, тадқиқот лабараториялари, сертификатни назорат қилиш органлари ҳамда Ўзстандарт томонидан тан олинган ёки аккредитлашга мос равишдаги турли сертификатлаштириш функцияларини бажарувчи сифат эксперт-аудиторлар ҳам сертификатлаштириш ишлари билан шугулланиши мумкин.

Сертификатлашнинг давомийлиги сертификация қилинадиган маҳсулотлар хизматининг категориясига боғлиқ бўлиб, бир кундан то бир ойгача бўлиши мумкин. Мана шу омил сертификатлаштириш органига бериладиган ҳужжатлар сонига ҳам таъсир кўрсатади. Туризм корхоналарида бу олтига ҳужжатдан иборат. Турмаҳсулот (маршрут, йўналиш)ни сертификатлаштириш учун тўлов миқдори “Ўзбектуризм” МКси томонидан белгиланади ҳамда мутахассиснинг бир кун давомида сарфлаган вақтига нисбатан ҳисобланади (4-чизма).

4-чизма

Ўзбекистонда туристик хизматларни сертификатлаш жараёнидаги боسقинчлар



Туризмга хос бўлган хизматларни сертификация қилиш жараёнларининг бориши қуйидаги кўринишда бўлиши мумкин:

1. Бюортмачи “Ўзбектуризм” МКга сертификация беришни сўраб ариза

беради. Сертификация берувчи ташкилот эса уни қабул қилиб қайд қилиб қўяди.

2. “Ўзбектуризм” МК дастлабки таҳлилни ўтказиш мақсадда мазкур ҳужжатни (корхона тўғрисида маълумотлар – корхонанинг номи, устав фонди, раҳбарнинг малакавий даражасини тасдиқловчи ҳужжатнинг асл нусхаси) фақатгина бир қисмини тўлдириш таклифи билан буюртмачига анкета-саволномаларни жўнатади (у ариза билан бир вақтнинг ўзида ҳам тақдим этилиши мумкин). Тўлдирилган анкетани олгандан сўнг “Ўзбектуризм” МК берилган аризага асосан сертификатлаш схемасини танлаш бўйича қарор қабул қилиб, хизматларни текшириш жараёнларини аниқлаб олади. Сўнг буюртмачи ва “Ўзбектуризм” МК ўртасида сертификатлаш бўйича ишларни бажаришга доир шартнома тайёрланади. Агар салбий қарор қабул қилинган тақдирда унинг сабабларини буюртмачига ёзма равишда хабар қилинади. Ариза бўйича қарор қабул қилиш муддати ариза қабул қилинган кундан бошлаб – 1 ой.

3. Туристтик хизматларни сертификатлаш бўйича ишлар асосан имзоланган шартномани буюртмачидан олгандан сўнг “Ўзбектуризм” МК сертификация назоратини ўтказиш бўйича махсус комиссияни тузиб (комиссия компания ходимларидан ва штатдан ташқари мутахассислардан иборат бўлади) уни амалга оширишга киришади.

4. Комиссия сертификатлаш назоратини анкета-саволномани иккинчи қисмини тўлдириш таклифи билан бошлайди (асосан, корхона фаолият кўрсатиши билан боғлиқ бўлган) ҳамда бир қатор тасдиқловчи ҳужжатларни тақдим этишни сўрайди. Турагентликни сертификатлашда идора (офис, иш тартиби, алоқа воситалари ва ҳ.к.лар) лицензияни, туроператорлар билан тузилган шартномани, ишчи ходимларнинг малакавий тажрибасини ва бошқаларни текширади.

5. Сертификация текшируви тугагандан сўнг барча материаллар асосида буюртмачини сертификатлашига доир акт тузилади.

6. Актни олгандан сўнг “Ўзбектуризм” МК барча материаллар экспертизасини ўтказиб (акт, эксперт хулосалари, анкета натижалари ва ҳ.к.ларни) имзолагандан сўнг 10 кун муддат ичида қуйидаги қарорларни, яъни, биринчидан, махсус ресстра қайд қилинган сертификатни бериш тўғрисидаги қарор, иккинчидан, ҳужжатни беришни рад этиш тўғрисидаги қарорларни қабул қилади. Агар буюртмачи “Ўзбектуризм” МК қароридан норози бўлса, у Ўзстандарт қошидаги махсус комиссияга апелляция (қайта кўриш) учун даъво қўзғатиши мумкин.

Туризмга доир сертификатлаш. Туризм тўғрисидаги қонуннинг 10

4.3. Туризм хизматлари соҳасида бошқарувнинг самарадорлигини такомиллаштириш услублари

моддасида қайд қилинганидек, “туризм хизматлари мажбурий сертификатлашга тортилади”. Ана шунга асосан туризм хизматларини сертификатлаш ва сертификат бериш ишлари белгиланган қонун доирасида амалга оширилади. Агар туризм фаолияти билан шуғулланувчи субъект туристик хизматлар турини сертификатлашда камчиликларга йўл қўйса, сертификат ҳаракати тўхтатилиб, туризм фаолиятини амалга ошириш учун берилган рухсатнома ўз кучини йўқотади.

Ўзбекистонда туризм соҳасини сертификатлаш ҳозирги кунда стандартлаштириш, метрология ва сертификатлаш бўйича агентлик томонидан тасдиқланган “Туризм хизматларини сертификатлаш тартиби” асосида амалга оширилади. Бу тартиб умумий қоидалардан иборат бўлиб, асосан туризм фаолияти субъектларига кўрсатиладиган хизматларни мажбурий сертификатлашни ўтказишнинг тартиб-қоидаларидан иборат. Бу тартиб-қоидалардан ихтиёрий сертификатлашни ўтказишда ҳам фойдаланиш мумкин. Сертификатлашни ўтказишда қуйидаги Давлат стандартларидан кенг фойдаланилади:

– ГОСТ 30385-95. Аҳолига кўрсатиладиган хизматлар. Терминлар ва асосий тушунчалар;

– ГОСТ 28681.1-95. Туризм экскурсиясига доир хизматлар. Туризм хизматларини лойиҳалаш;

– ГОСТ 28681.2-95. Туризм-экскурсияга доир хизматлар. Туризмга хос хизматлар. Умумий талаблар;

– ГОСТ Уз 918-98. Туризм-экскурсияга доир хизматлар. Меҳмонхоналар классификацияси;

– ГОСТ 28681.3-95. Туризм-экскурсияга доир хизматлар. Турист ва саёҳатчиларнинг хавфсизлигини таъминлаш бўйича талаблар;

– ГОСТ 28681.4-95. Туризм-экскурсияга доир хизматлар. Меҳмонхоналар классификацияси;

– ИСО/МЭК 2 1996. Йўриқнома. “Стандартлаштириш тури ва у билан боғлиқ бўлган фаолият соҳаларида умумий терминлар ва тушунчалар”;

– РД Ўз 51-026-94. Ўзбекистон Республикасида сертификатлашнинг Миллий тизими. Апелляцияларни кўриб чиқиш тартиби;

– РД Ўз 51-053 -96. Ўзбекистон Республикасида сертификатлашнинг Миллий тизими. Хизматларни сертификатлашнинг асосий қоидалари;

– РД Ўз 51-061-97. Ўзбекистон Республикасида сертификатлашнинг миллий тизими. Хизматларни сертификатлаш миллий тизими ва уни ўтказиш тартиби.

Шуни қайд қилиб ўтиш керакки, юқорида кўрсатиб ўтилган тартиб-

қоидалар кўрсатилган хизматларни сертификатлаш бўйича улар томонидан аккредитланган органларга ҳамда туризм фаолиятининг субъектларига Ўздавстандарти асосида жорий қилинади.

Мажбурий сертификатлашга асосан туризм хизматларини тақдим этиш билан боғлиқ бўлган фаолиятни амалга ошириш учун лицензияси мавжуд бўлган туризм фаолиятининг субъектлари тортилади. Сертификатлашни амалга оширишда кўрсатиладиган хизматлар тавсифини текшириб кўришда қуйидаги усуллардан кенг фойдаланилади:

- хизматларни идентификациялашдан (тенглаштириш, айнан ўхшатиш) ўтказиш, яъни классификациянинг гуруҳланишига (ОКУН) тегишли эканлигини текшириш;

- сертификатладиган туризм хизматларини меъёрий ҳужжатларда белгиланган талабларга мослигини тасдиқлаш ва ҳ.к.усуллардан кенг фойдаланади.

Текшириладиган бошқа кўрсаткичлар таркиби туризм хизматларини сертификатлаш мақсадларидан келиб чиқиб, сертификация текширувида аниқлаб олинади. Бунинг учун қуйидаги бир қатор схемадан кенг фойдаланилади.

№ 1 схема. Бу схема хизматларни ижро этувчи маҳорати билан ва шунингдек технологик ва меъёрий ҳужжатлардаги билимларни текшириш ишлари билан боғлиқдир. Хизмат натижаларини танлаб текшириш билан бир қаторда ижро этувчини хизматлар сифатини навбатдаги инспекция текширувидан ўтказилади. Ушбу схема пулли экскурсиялар, дам олиш кунларидаги саёҳат, тур бюролар учун тавсия этилади.

№ 2 схема. Бу схема йўлланмани сотишда сифат тизимига оид элементларни ўз ичига олиб турнинг тугашига қадар гуруҳларни шакллантиришда қуйидаги хизматларни баҳолашни кўзда тутуди:

- туризм хизматларини кўрсатувчи корxonанинг имкониятлари билан истеъмолчининг талаблари ўртасидаги фарқларни тартибга солиб туриш мақсадида йўлланмани харид қилиб олгунга қадар тақдим этилаётган туризм хизматлари тўғрисидаги маълумотларни туристга бериш жараёнларини кўзда тутуди;

- субпудратчилар билан шартномаларни тузиш жараёнларни туризм хизматларини реализация қилишда ўзаро ҳамкорликда ҳаракат қилувчи ташкилотлар билан шартномалар тузишдаги талабларни аниқлаш, меҳмонхоналар, транспорт корхоналари, суғурта компаниялари, умумий овқатланиш корхоналари ва ҳ.к.лар кўзда тутуди;

- мос равишдаги ходимни танлашда, хизматларни тақдим этишда ишти-

рок этувчи ходимларга бўлган эҳтиёжини аниқлаш бўйича олиб борилаётган жараёнларда фойдаланилади;

- хизмаларни белгиланган талабларга мослигини тасдиқлаш учун тақдим этиш жараёнида керакли ёзувларни юритиш бўйича олиб борилаётган жараёнларда фойдаланилади;

- кўрсатилган хизматларни белгиланган талабларга мослигини тасдиқлаш мақсадида раҳбарият томонидан таҳлил ўтказиш, аниқланган камчиликлар бўйича ва шунингдек ишларни яхшилаш бўйича таклиф ва қарорларни қабул қилишда турагентлик маршрутлари бўйича тавсияларни ишлаб чиқишда фойдаланилади.

№ 3 схема. Ушбу схема навбатдаги инспекция назорати билан хизматлар натижасини текшириш йўли билан туризм корхоналарини аттестациядан ўтказишни кўзда тутди. Мазкур схема бўйича сертификатлашда корхонага ГОСТ 28681. -95 рақамдаги маълум категория (юлдуз) берилади. У меҳмонхоналар, мотеллар ва кемпинглар учун тавсия этилади.

Меҳмонхоналарга тақдим этилган туризм хизматлари албатта сертификатланиши шарт бўлиб, у ўз ваколатлари доирасида хавфсизлик (ёнгинни ўчириш хизмати, санитар-таббий хизматлар, техник ва бошқа назорат органлари) назоратини амалга оширувчи ҳужжатнинг тасдиғи бўлиб ҳисобланади. Бундан ташқари, меҳмонхоналардаги овқатланиш корхоналари ҳам сертификатга эга бўлиши керак.

№ 4 схема. Ушбу схема фаолият кўрсатишни барқарорлиги устидан навбатдаги назорат тизимини сертификатлаштиришга йўналтирилган. Бу схема барча турдаги туризм корхоналари ва меҳмонхоналари учун айниқса туризм бюрolari учун зарур ҳисобланади. Шунга қарамасдан ихтиёрий сертификатлаш схемаси сертификатлаштириш бўйича органлар билан келишиб буюртмачини аниқлайди. Хизматлар сифатини текшириш учун технологик жараёнларнинг назоратидан, хизмат кўрсатиш жараёнларнинг баҳолаш усулларида, ижро этувчиларнинг маҳоратидан (малакаси, удабуронлиги, усталиги) илмий тадқиқот ва сўровларнинг натижаларидан кенг фойдаланилади.

Стандарт ваколатли давлат органлари томонидан тасдиқланган нормалар мажмуаси, маҳсулот ва хизматларга бўлган қоида ва талабларни белгиловчи норматив техник ҳужжат ҳисобланади. Шунга таъкидлаб ўтиш керакки, стандартлар нафақат моддий объектлар (товарлар, маҳсулотлар, хизматлар, буюм намуналар) учун балки, норматив қоидалар учун ҳам, ташкилий-методик ва умумтехник характердаги объектлар учун ҳам ишлаб чиқарилади 22-жадвал.

**Ўзбекистондаги стандартлаштириш бўйича ваколатли органлар
стандартлар тоифаси**

Стандартлаштириш органлари		Стандартлаштиришда қўлланиладиган стандарт тоифаларининг норматив хужжатлари
Номи	Функциялари	
Стандартлаштириш, метрология ва сертификация бўйича Ўзбекистон агентлиги	Стандартлаштириш бўйича умуммаъмурий ва юридик ваколатлар	- халқаро (давлатлар ва минтакалар бўйича) стандартлар; - саноат турлари бўйича стандартлар; - техник стандартларнинг, шартлари;
Ўзбектуризм Миллий Компанияси	Туристик аҳамиятга эга бўлган объектларнинг стандартлаштирилиши	- корхона стандартлари; - бошқа мамлакатлар Давлат стандартлари; - маъмурий-худудий стандартлар;
Атроф-муҳитни ҳимоя қилиш бўйича Давлат қўмитаси	Атроф-муҳит ҳимояси ва табиий ресурслардан фойдаланиш бўйича стандартлар	- Ўзбекистонда қўлланувчи таълим стандартлари
Соғлиқни сақлаш Вазирлиги	Дори воситаларини ишлаб чиқариш ва амалга ошириш бўйича корхоналарни ва унинг тиббий мақсададаги товарларининг стандарти	
Бошқа соҳадаги вазирлик ва идоралар	Тегишли иқтисодий соҳаларнинг стандартлари	

Ўзбекистоннинг Бутунжаҳон Савдо ташкилотига аъзо бўлишга интилиши муносабати билан стандартлаштириш жараёни соҳалар, корхоналар, ва ҳудудларга янада кўпроқ дахлдор бўлиб бормоқда. Туристик фирмалар учун янги прогрессив стандартларга ўтиш бироз қийинчилик туғдириши мумкин. Чунки уларнинг баъзи бирлари ҳозирги кунда ҳам эски технологик воситалардан фойдаланиб келишади. Бироқ жаҳон бозорларида рақобатбардош бўлиш учун унга риоя қилиш керак (23-жадвал).

Берилаган жадвалдан кўриниб турибдики, стандартлаштиришдаги расмиятчилик жараёнлар куйидаги бир қатор босқичлардан иборат бўлиши мумкин:

1-а ГОСТ босқичи. Бунда туристик фирма сертификат олиш учун, Ўз-стандартга ариза ва бошқа зарурий хужжатлар пакетини бериши керак.

2-а ГОСТ босқичи. Бу босқичда Ўзстандарт ариза тушган вақтдан бошлаб 15 иш куни давомида уни кўриб чиқиб қарор чиқаради. Бунинг учун (а) кор-

4.3. Туризм хизматлари соҳасида бошқаруving самарадорлигини такомиллаштириш услублари

хона маҳсулот ишлаб чиқаришни амалга оширишидаги ГОСТни тасдиқлаши керак (б). Аризани кўриб чиқишга тадбиркор бож тўлаган бўлиши керак.

1-б ГОСТ босқичи. Бунда корхона Ўзстандарт инструкциясига мувофиқ ўзининг техник шартларини (ТШ) ишлаб чиқади. ТШлар қўйидагиларни ўз ичига олиши мумкин: (а) техник талаблар, (б) хавфсизлик талаблари, (в) атроф-муҳит муҳофазаси талаблари, (г) қабул қилиш қоидалари, (д) сифат назоратининг усуллари, (е) ташиш ва сақлаш, (ж) ишлаб чиқарувчининг кафолатлари, (з) эксплуатация бўйича кўрсатмалар.

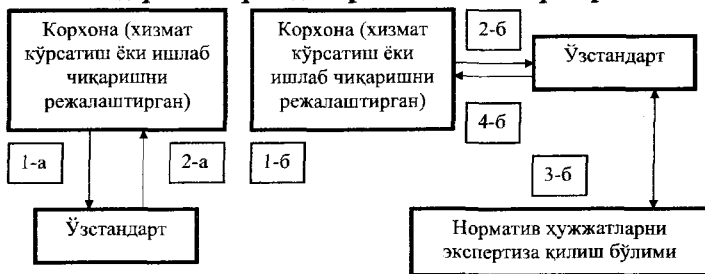
2-б ГОСТ босқичида ТШни ишлаб чиққандан сўнг ушбу ҳужжат ариза билан бирга 3 нусхада ўзбек ва рус тилларида Ўзстандартга топширилади.

3-б ГОСТ босқичи. Ариза ва ҳужжатлар пакети норматив ҳужжатлар экспертизаси бўлимига келиб тушгандан сўнг 15 иш куни ичида материаллар таҳлили амалга оширилади.

4-б ГОСТ босқичи. Барча ҳужжатлар кўриб чиқилгандан сўнг Ўзстандарт (а) корхона ишлаб чиқаришни амалга оширишига мувофиқ ТШни тасдиқлаш ҳақида; (б) асосли рад этиш ҳақида қарор чиқаради. Бунда экспертиза ўтказилганлиги учун корхона бож тўлайди.

23-жадвал

Стандарташтиришдаги расмиятчиликлар жараёни



Туристтик стандарт. Ўзбекистонда ташкилий-ҳуқуқий шаклидан қатъи назар барча туристик корхоналарнинг хизматлари учун мажбурий талабларни белгиловчи стандартлар ҳам мавжуд. Амалда бу система туристларнинг ҳаёти, соғлиги ва мулкининг хавфсизлигини, ҳамда атроф-муҳитни қўриқлашни таъминлайдиган мажбурий туристик хизматларни ўз ичига олади. Шунинг қайд қилиб ўтиш керакки, туристик хизматларга (экскурсия, саёҳат) татбиқ этилиши шарт бўлган талаблар ўз навбатида мажбурий ва тавсияланувчи талабларга бўлинади. Барча туристик хизматларга мажбурий бўлган талаблар қўйидагиларни ўз ичига олиши мумкин:

- турист ҳаёти ва соғлигининг хавфсизлиги;
- турист ва экскурсантлар мулкнинг сақланиши;
- атроф-муҳит муҳофазаси.

Турист ва экскурсантлар ҳаёти ва соғлигининг хавфсизлиги. Бунда барча туристик хизмат турлари истеъмолчиларнинг соғлиги, ҳаёти ва мулки учун хавфсиз бўлиши керак. Туристик хизматлар хавфсизлиги етарли шарт-шароитда бўлганидек, фавқулодда ҳолатларда (табиий офат ва бошқалар) ҳам таъминланиши лозим. Туристик трассалар асосан экологик қулай ва санитария-эпидемиологик жиҳатдан яхши бўлган ҳудудларда жойлаштирилиши керак.

Туристик хизматларга ва хизмат кўрсатишнинг шарт-шароитларига қўйилган талаблар.

Кўрсатилаётган туристик хизматлар истеъмолчилар учун қўшимча қулайликларни ўз ичига олган талабларга мос келиши керак. Туристик хизматлар ва хизмат кўрсатиш соҳасига тавсия қилинувчи талаблар қўйидагилардан иборат бўлиши мумкин:

- туристик хизматлар хизмат кўрсатувчи истеъмолчиларнинг хоҳиши ва жисмоний имкониятларига жавоб бериш керак;
- ижронинг аниқ ва ўз вақтида бўлиши, яъни истеъмолчиларга кўрсатилаётган туристик хизматлар ҳажмига, муддати ва хизмат кўрсатиш шартларига кўра, йўланма, чипта, квитанцияда кўрсатилган талабларга мос келиши керак;
- мажмуийлик (комплекслик), яъни кўрсатиладиган туристик хизматлар нафақат асосий хизматларда, балки қўшимча хизматлардан (маиший, алоқа, савдо) ҳам фойдаланиш имконини бериши керак;
- хизмат кўрсатувчи ходимларнинг одоб-ахлоқи ахлоқ нормаларига тўғри келиши лозим. Ходимлар истеъмолчиларга нисбатан доимо хушмуомалада бўлишлари керак;
- қулайлик, асосан туристик хизматларнинг истеъмолчилари учун яратилган шарт-шароитларда кўрсатилиши керак. Бунда бино лойиҳалари қулай, рационал жиҳозланган бўлиши керак;
- эстетик жиҳатдан биноларнинг бадиий кўриниши ва туристик корxonанинг ҳудуди, маршрути, бино интерьерларининг жиҳозланиши туристик талабларга мос келиши керак. Бундан ташқари ходимларнинг ташқи кўриниши ва нутқ маданияти ҳам эстетик талабларига мос келиши керак;
- давомийлик, яъни хизмат кўрсатишнинг туристик ва экскурсион маршрутларнинг, шунингдек ишлатилаётган транспорт воситалари ва бошқа хизмат кўрсатиш воситаларнинг давомийлиги туристларнинг жисмоний ва руҳий имкониятларига мос келиши керак.

Ўзбекистонда туристик хизматларни лойиҳалаштиришда ҳужжатларни кўриб чиқиш тартиби мавжуд. Шунингдек, туристик-экскурсия хизматларини кўрсатиш соҳасида стандартлаштириш объектлари, стандартлар комплексининг структураси ва бошқа стандартларштириш бўйича ҳужжатларнинг мақсади ва вазифасини белгилловчи стандартлар бўлиши керак. М е н е - жерларнинг туристик хизматларни кўрсатувчи лойиҳа материаллари, корxonанинг туристик хизмат кўрсатиш объектлари (меҳмонхоналар, турбаза, маршрутлар ва бошқалар) давлат экологик экспертизасидан ўтиши шарт. Хизматлар эса амалдаги қонулар ва норматив ҳужжатларнинг талабларига мос келиши керак. Туристик хизматларни лойиҳалаштириш ишлари туристик корхоналар томонидан амалга оширилиши мумкин ёки у бошқа ташкилотлар томонидан ҳам бажарилиши мумкин. Бу ҳолда шартнома манфаатли корхона ёки ташкилот билан тузилади. Хизмат кўрсатишни лойиҳалаштириш-бу туристик хизматларнинг қисқа баёнидир, яъни бозорни тадқиқ этиш натижасида аниқланган, буюртмачи билан келишилган ва ижро этувчининг имкониятларини эътиборга олган талаблар мажмуасидир. Шу асосда, у қуйидаги тартибда амалга оширилиши мумкин:

- хизматлар нормасининг характерини белгилаш;
- туристларга хизмат кўрсатиш жараёнининг технологиясини белгилаш;
- технологик маҳсулотларни ишлаб чиқиш;
- сифат назорати усулларини аниқлаш;
- лойиҳа таҳлили;
- лойиҳани тасдиққа тақдим этиш ва бошқалар.

Туристларга хизмат кўрсатиш жараёнидаги талабларни батафсил кўрсатувчи ҳужжатларга қуйидаги элементларни киритиш лозим:

- туристларга хизмат кўрсатиш жараёнининг шакли ва усуллари;
- туристларга хизмат кўрсатиш жараёнининг тавсифи;
- фойдаланиладиган воситалар тури, миқдори ва хизмат қилиш имкониятларига эга бўлган талаблар;
- ходимлар миқдори ва уларнинг профессионал тайёргарлик даражаси;
- хизмат ва маҳсулотлар етказишнинг келишилган таъминоти;
- кафолатлар;
- зарур келушувлар (рекреацион ресурс эгалари, санитар- эпидемиологик органлар ва ёнгин назорати, давлат автоинспекцияси ва ҳ.к.лар).

Биз алоҳида бир турдаги туристик хизматларни лойиҳалаштиришнинг қандай кечишини кўриш мақсадида “Чимён тоғлари” туристик фирмасига тегишли бўлган Чимён–Билдирсой рекреацион ҳудуди бўйлаб туристик саёҳат хизматини лойиҳалаштириш ишларини олиб бориб, икки босқичда

(туристларга хизмат кўрсатиш дастурига мувофиқ ҳар бир турдаги хизматларни лойиҳалаштириш ва хизматларни тўлалигича лойиҳалаштириш) амалга оширдик. Бунда фирма томонидан амалга ошириладиган турни лойиҳалаштириш корхона имкониятларининг туристлар талабига мос келишини кўзда тутдик. Бу ерда аҳолининг эҳтиёжлари ва тўловга қодир бўлган талабларини ўрганиш асосида тузилган хизматларнинг қисқа баёнини кiritдик (масалан, Тошкент аҳолисининг Чимён–Бидирсой рекреацион ҳудудидаги туристик саёҳатлар тури, шакллари ва имкониятлари).

Хизмат кўрсатиш дастурини ишлаб чиқишда асосан қуйидаги ҳолатларни аниқлашга эътиборни қаратдик:

- маршрутни аниқлаш, яъни километрдаги масофа (5, 10, 20 км ва бошқалар) ва қандай жойдалигини (паст-баланд, тоғли, сувли, ўрмонли ва х.к.лар);
- туристик корхоналар рўйхатини, яъни хизмат кўрсатувчиларнинг рўйхати (меҳмонхоналар, транспорт ташкилотлари, ресторан, экскурсия бюроси, ижара пункти ва бошқалар);
- ҳар бир хизмат кўрсатувчи томонидан турни тақдим этиш вақти (иш вақти, мавсум);
- экскурсия таркиби ва диққатга сазовор бўлган объектларни (яъни гуруҳнинг ихтисослашуви ва орнитологик, экологик, табиий ва тарихий жойлар);
- туристик сафар ва саёҳатлар рўйхатини (муҳитга тўғри келадиган юкламани ҳисобга олган ҳолда мавсумда қанча саёҳат уюштириш мумкинлиги);
- бўш вақтда ўтказиладиган тадбирлар мажмуасини (дискотека, ўйин заллари ва бошқалар);
- ҳар бир маршрут пунктида туриш давомийлигини (яъни, туристлар неча соат ва кун дам олиш жойларида тўхташи мумкинлиги);
- саёҳатда қатнашаётган туристлар сони (аниқланган гуруҳлар ҳажми);
- маршрут ичидаги ташишлар учун ажратилган транспорт турлари (машина, вертолёт, отлар, велосипед);
- туризм бўйича инструктор-методист экскурсоводлар – гид-таржимонлар, шунингдек, бошқа хизмат кўрсатувчи ходимларнинг қўшимча талаблари;
- транспорт воситаларининг миқдори;
- реклама, информацион ва картографик материалларнинг тайёрланиши ва туристик путёвкадаги информацион варақлар баёни ва бошқалар.

Ушбу материаллар асосида “Чимён тоғлари”нинг қуйидаги технологик ҳужжатларини тузиб чиқдик:

4.3. Туризм хизматлари соҳасида бошқарувнинг самарадорлигини такомиллаштириш услублари

- туристик саёҳатнинг технологик харитаси;
- туристик корxonанинг график юкламаси;
- истеъмолчига бериладиган туристик путёвканинг ахборот varaғи;
- “туристик сафар” хизмати лойиҳаси;
- туристик сафарга бориладиган жой ва маршрутнинг экспедицион текшируви;
- туристик манзиллар ва туристик сафар трассасидаги тураржойларни жойлаштириш ва жиҳозлаш лойиҳаси;
- зарурий миқдордаги туристик инвентарлар, асбоб-ускуналар ва транспорт воситалари ҳисоби;
- туризм бўйича инструктор-методистлар ва бошқа хизмат кўрсатувчи ходимлар тайёрлашга бўлган эҳтиёж;
- реклама-ахборот материалларини сафар трассаси баёни асосида тайёрлаш;
- хавфсизлик бўйича хизмат кўрсатишнинг чора-тадбирларини аниқлаш ва бошқалар.

Сафарлар трассасини ишлаб чиқиш қулай табиий ҳудудлар бўйича амалга оширилиши керак. Бу ҳудудлар амалдаги норматив ҳужжатларда белгиланган экологик ва санитария-гигиеник талабларга мос келиши зарур. Бунда аниқ турдаги туризм ривожланишининг реал имкониятлари ҳам ҳисобга олинishi керак. Туристик маршрутни экспедицион текшириш ҳақидаги ҳисоботи ва трассадаги хизмат кўрсатиш бўйича туристлар истакларини ижтимоий ўрганиш бўйича тайёрланган материаллар лойиҳалаштиришнинг ҳужжатли асоси ҳисобланади. Ушбу материалларнинг натижалари бўйича туристик сафар трассасининг паспорти қуйидаги ташкилотлар билан келишилган ҳолда ишлаб чиқилган бўлиши керак:

- санитария-эпидемиологик хизмат кўрсатиш органлари ва транспорт воситалари ҳаракатини назорат этувчи бошқа ташкилотлар (автоинспекция, сув инспекцияси ва ҳ.к.лар);
- туристик сафар трассаси ўтадиган ер-сув мулклари бошқармаси органлари ва бошқалар.

“Экскурсия” хизматининг лойиҳалаштирилиши қуйидаги белгиларни назарда тутати:

- тематик йўналтириш;
- кўриб чиқиш объектлари;
- экскурсияларнинг давомийлиги;
- ахборот ҳажми;
- экскурсияни ижтимоий ўрганиш натижалари ва бошқа белгилар.

Туристтик-экскурсион соҳада хизмат кўрсатишни стандартлаштиришнинг асосий мақсадларидан бири унинг сифат даражасини кўтаришда норматив-техник воситалар билан таъминлашдан иборат. Шунингдек, туристтик самарадорлик, экскурсия хизмат кўрсатиш ва хизматлардан фойдаланувчи истеъмолчиларнинг манфаатини ҳам ҳимоя қилади.

Туристтик стандартлаштиришнинг асосий вазифалари қуйидагилардан иборат бўлиши мумкин:

- туристларга хизматлар кўрсатиш сифат кўрсаткичларининг номенклатурасини белгилаш;
- туристларга хизмат кўрсатишда назорат усулининг ўсиб бораётган талабларини белгилаш;
- хизматлар хавфсизлиги ва аҳоли соғлигини асраш, атроф-муҳит ҳимояси, ижронинг аниқ ва ўз вақтида бўлиши, хизмат кўрсатишнинг эстетик талабларини ўрнатиш;
- туристтик хизматларнинг сертификациясига бўлган талабларни белгилаш;
- туристтик корхоналар фаолиятини бошқа туристтик-экскурсион хизматлар кўрсатувчи корхоналар билан ўзаро боғлиқлигини таъминлаш;
- стандартлаштириш соҳасида терминлар ва асосий тушунчаларни аниқлаб, аҳолига сифатли туристтик-экскурсион хизматлар кўрсатишни белгилаш ва бошқалар.

Аҳолига туристтик-экскурсион хизматлар кўрсатишни стандартлаштириш объектларига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- туристтик хизматларни;
- туристтик-экскурсион хизматлар кўрсатиш жараёнлари ва бошқалар (24-жадвал).

Туризм-экскурсион хизмат кўрсатиш жараёнлари қуйидагиларга бўлинади:

- ташкил этиш ва бошқариш жараёни;
- хизмат кўрсатишнинг технологик жараёни;
- таъминловчи жараёнлар ва бошқалар.

Ўзстандарт агентлиги “Ўзбектуризм” МК билан ҳамкорликда хавфсизлик, аҳоли соғлиғи ва ҳаёти, атроф-муҳит ҳимоясини ва хизмат кўрсатиш турларига тавсия этилувчи талабларни ўрганади. Қарашлар концепциясидан қатъи назар уларнинг барчаси туристтик-экскурсион хизмат кўрсатиш корхоналари ва ташкилотлари томонидан амал қилиниши керак. Шунингдек, бундай талаблар аҳолига туризм-экскурсион хизмат кўрсатиш фаолияти билан шуғулланувчи барча кооператив ва қўшма корхоналарга, фуқароларга ҳам тегишлидир.

Туристтик-экскурсион хизматлар кўрсатиш соҳасидаги хизматлар тури ва стандартлари

Бир турдаги хизматлар	Умумий талабларга доир стандартлар
- Туризм экскурсия хизматларни амалга ошириш.	- белгилаш;
- Экскурсия.	- хавфсизлик;
- Туристик сафарлар.	- ижронинг аниқ ва ўз вақтида бажарилиши;
- Реклама ва ахборот хизматлари;	- эргономалик;
- Маиший хизматлар.	- эстетиклик;
- Озиқ-овқат хизматлари.	- экологик;
- Маданий-оммавий хизматлар.	- қулайлик;
- Жисмоний-маданий соғломлаштириш хизматлари.	- кафолат ва бошқалар.

Аҳолига туристик-экскурсион хизмат кўрсатиш соҳасидаги стандартларнинг асосий кўринишлари қуйидагилардан иборат бўлиши мумкин:

- асосий стандартлар;
- умумий техник стандартлар;
- ишлаб чиқариш жараёнларига (технологик, бошқаришни ташкил этишни таъминловчи) стандартлар;
- хизматлар стандарти.

Ўзбекистонда туризм фаолияти лицензияланиши ва бу жараённи ўтказиш механизми қонун билан белгиланган. Туризм бизнесини ташкил этиш учун расмийликнинг ўзига хос томонларини, яъни лицензиялашнинг барча соҳасини, шунингдек, бошқа рухсатномалар кўринишидаги ҳужжатлар беришни мукамал билишни талаб этади. Қонунга кўра лицензия бериш ва бекор қилиш, уни тўхтатиб қўйиш ишчи орган функциясини “Ўзбектуризм” МК бажарадиган туризм фаолиятини лицензиялаш бўйича Вазирлар Маҳкамаси комиссияси томонидан амалга оширилади. Бунда энг асосий талаблардан бири лицензия тадқиқотини олиб боровчи юридик шахс бўлиши шарт.

Туризм фаолиятини амалга ошириш учун олинган лицензия муддатсиз фаолият кўрсатиш имкониятини беради. Лицензия олиш учун ҳукумат томонидан маълум бир талаблар қўйилган бўлиб, уларга қўйидагиларни кириштириш мумкин:

- туризм тўғрисидаги қонунга мувофиқ, туризм соҳасидаги Ўзбекистон Республикасининг стандартлари халқаро стандартларга мос келиши керак;
- ҳуқуқий шахс штатида туризм соҳаси бўйича махсус таълим олган ёки 3 йилдан кам бўлмаган меҳнат стажига эга бўлган камида битта ходим бўли-

ши керак. Бунда туризм корхонаси ўзига хос тайёргарликка, яъни билим, ма-лака ва кўникмага эга бўлган профилли мутахассислар билан таъминланган бўлиши зарур;

- туристик хизматлар кўрсатиш соҳаси янги технология ва бошқарув тажрибасини жорий этиш билан боғлиқ бўлганлиги сабабли сайёҳларни, экскурсияларни ташкил этиш ва улар билан боғлиқ бўлган хизматлар билан бевосита банд бўлган мутахассис ходимларни 3 йилда камида 1 марта мала-касини ошириш зарур;

- миждозлар билан ишлаш ва турмаҳсулотни ишлаб чиқиш учун шахсий ёки ижарага олинган хизмат биносида мос равишдаги ускуналарнинг мав-жудлиги;

- сертификатларни тақдим ишнинг туризм хизматларига мувофиқлиги ёки бу турга қонуний тус беришнинг хавфсизлик талаблари билан боғлиқлиги;

- туризм хизматларини фақатгина миждоз билан Ўзбекистон Республика-си қонунлари талабларига мос равишда шартнома тузилгандан кейин кўр-сатиш. Бошқа ҳолатларда шартнома ҳуқуқий кучга эга бўлмай, судда кўриб чиқилиши мумкин;

- чет эл давлатига ташриф буюриш, чиқиш, киришни ўзига хос хусуси-ятлари, туристик ташриф вақтида ва ҳар бир давлатга ташриф буюришнинг бошқа қоидалари, ўзига хос томонлари тўғрисидаги маълумотларни белги-ланган тартибда ҳар бир туристга етказиш;

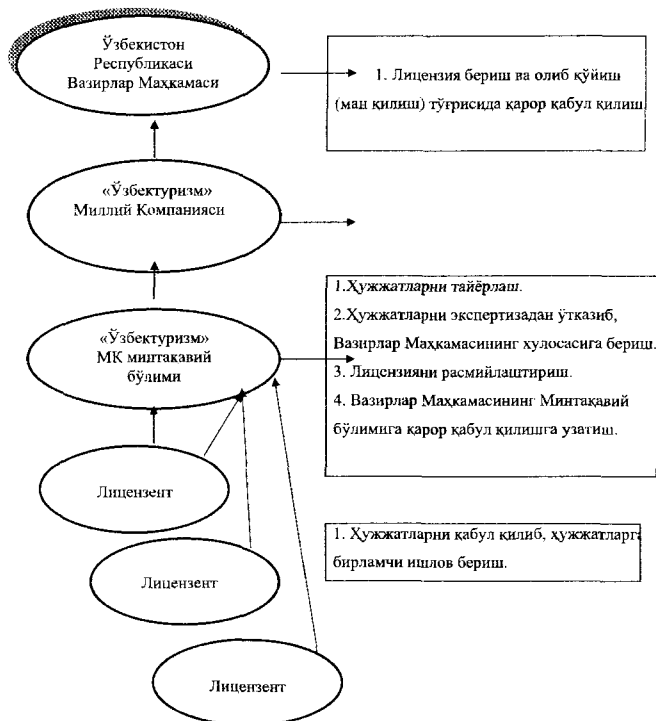
- лицензияланувчининг иш тартиби тўғрисида, унинг ҳуқуқий манзили, лицензиянинг мавжудлиги, мажбурий сертификатлашга тортилмаган хиз-матларнинг мавжудлиги, туризм фаолиятини конкрет йўналишларини юри-тиш учун жавобгар бўлган шахслар фамилияси, исми, шарифи;

- туристлар хавфсизлигини таъминлаш, жароҳатланганда, бетоб бўлган-да ва бошқа ҳолатларда тиббий ҳамда бошқа биринчи ёрдам кўрсатиш тизи-ми мавжудлиги ва бошқа талаблар қўйилади (23-жадвал).

Лицензия олиш зарурий ҳужжатларни тайёрлаш билан боғлиқ бўлиб, уларга қўйидагиларни киритиш мумкин:

1. Ҳуқуқий шахснинг ташкилий-ҳуқуқий шакллари ва номи, жойлашган манзили (почта манзили). Ҳуқуқий шахснинг амалга оширишни мўлжалла-ган фаолият турини лицензиялаган банк муассасаси ҳисоб рақами ва банк муассасаси номи. Кўрсатилган фаолият турини амалга оширишнинг муддат-лари, лицензия бериш тўғрисида ариза.

2. Ҳуқуқий шахснинг давлат рўйхатидан ўтганлиги тўғрисида гувоҳноманинг нотариусдан тасдиқланган нусхаси.

Туризм фаолиятида лицензия бериш ва аризаларни кўриб чиқиш жараёни

Лицензия тадқиқотчиси томонидан лицензия тадқиқотчисини аризасини кўриб чиқиш учун 5 та энг кам минимал иш ҳақи миқдорида ташкил топган лицензия йиғимларини ўтказганлигини тасдиқловчи ҳужжат. Бунда аризани берган тадқиқотчи (изланувчи) томонидан ариза рад қилинган тақдирда тўланган йиғим суммаси қайтарилмайди.

3. Лицензия тадқиқотчисининг бинодан фойдаланиш ҳуқуқини тасдиқловчи ҳужжатлари ҳамда «Ўзбектуризм» МК вакиллари томонидан тузилган бинонинг моддий – техникавий жиҳозланган фаолият турини лицензиялаш талабларига мослигини тасдиқловчи ҳужжати.

4. Ташкил қилинган устав фондининг миқдори тўғрисида банк справкаси (маълаумотномаси).

5. Мутахассисларга туризм соҳасидаги иш стажини ёки махсус таълимга эга эканлигини тасдиқловчи ҳужжати (диплом ёки меҳнат дафтарчасининг асл нусхаси, ишга қабул қилиш тўғрисида буйруқ).

6. Раҳбарни исми, шарифи, фамилияси, тутилган йили, паспорт маълумотлари, уй манзили, маълумоти ва телефон рақамлари тўғрисидаги маълумотлар.

Ҳуқуқий нуқтаи назардан қараганда лицензиялаш тўғрисидаги низомда кўрсатилмаган ҳужжатларни тақдим этиш лицензия тадқиқотчисидан талаб қилинмайди. Ҳужжатларни уларнинг ўзлари бевосита “Ўзбекитуризм” МК га тақдим этишлари ёки уни олиш тўғрисидаги билдириш хати билан почта алоқа воситаси орқали юборишлари ҳам мумкин. Аммо, шуни билиш керакки, ишончсиз ёки нотўғри маълумотларни тақдим этилса қонунга мувофиқ жавобгарликка тортилади.

“Ўзбекитуризм” МК томонидан қарорларни қабул қилиш жараёни қатъий ва аниқ белгиланган вақтда амалага оширилади, лекин амалиётни кўрсатишга, баъзан айрим сабабларга кўра кечикишлар ҳам бўлиши мумкин. Шунга қарамадан лицензия бериш ёки беришни рад этиш тўғрисидаги қарори лицензия тадқиқотчиси томонидан ПИМИ турдаги барча зарурий ҳужжатларни ариза билан биргаликда тақдим этгандан сўнг 30 кундан ортиқ бўлмаган муддатда қабул қилинади. Экспертларни айтишича бу ҳуқуқни муҳофаза қилиш органлари, молиявий ва солиқ хизматлари соҳалари бўйича зарурий текширишлар билан боғлиқдир. Масалан, туризм соҳасидаги фаолият тури учун лицензия фирма эгалари тўғрисидаги маълумотлар жўнатиладиган муассасалар рўйхатига Миллий хавфсизлик хизмати, ички ишлар Вазирлиги, Ташқи ишлар Вазирлиги, Ташқи иқтисодий алоқалар Вазирлиги ҳам киритилган.

“Ўзбекитуризм” МК 15 кун муддат ичида, тақдим этилган ПИС1 бўйича эксперт хулосаларини тайёрлаб, ҳужжатларни кўриб чиқади ҳамда лицензияни бериш ёки уни рад этиш тўғрисидаги комиссиянинг таклифларини баённомасини тасдиқлайди. Шундан сўнг Миллий компания уч кун муддат ичида тадқиқотчини жавобгар қилади, яъни унга банк реквизитлари кўрсатилган ҳолда ёзма шаклда бевосита тақдим этади ёки жўнатади (унда давлат божларини тулаш муддати ва ҳисоб рақамлари акс этган бўлиши керак). Бир вақтнинг ўзида тадқиқотчига лицензион битимни ҳам имзолаш учун жўнатади. Шуни қайд қилиб ўтиш керакки, агар 3 ойлик муддат ичида юқорида қайд қилинган лицензиат битими тузилмаса ва давлат божи тўланмаган ҳолатларда бўлса ҳукумат комиссияси лицензияни бекор қилиш тўғрисида қарор қабул қилиш ҳуқуқига ҳам эга бўлади.

Лицензиялар беришда “Алоҳида фаолият турларини лицензиялаш тўғрисида” ги Ўзбекистон Республикаси қонунининг 17-моддасида кўрсатилган тартибда ҳам рад этилиши мумкин. Тадқиқотчи ишчи органнинг мансабдор шахсини ҳаракатини (ҳаракатсизлигини ёки рад этилган қарорини) қонуналарда белгиланган тартибда шикоят қилиш (даъво кўзғатиши) ҳуқуқига ҳам эга. Агар туристик фирма рад жавобини олса, унда менежер қарорни аниқ сабабларини ёзма равишда расмийлаштиригандан сўнг ҳам қайта кўриб чиқишга тақдим этиши ҳам мумкин. Агар камчиликлар барта- раф этилиб қайта топширилса “Ўзбектуризм” МК томонидан 10 кун муддат ичида ҳужжатлар қайта кўриб чиқилади. Бунда МК 5 кун ичида ушбу ҳужжатлар бўйича эксперт ҳулосаларини тайёрлаб комиссияга тасдиқлаш учун беради. Талабгорлар томонидан аризаларни қайта кўриб чиқиш учун тақдим этилганда йиғим олинмайди.

Агар лицензиат ўзининг мулкчилик шаклини (масалан, хусусий мулкдан жамоа мулкига ўтса), ўз хўжалик ташкилий тузилмасини (МЧЖдан акционерлик жамиятига ёки кичик корхонага ўтса) ҳамда номини ёки жойлашган манзилени (почта манзили) ўзгартирса унда унинг ҳуқуқига эга бўлган шахс маҳаллий ҳокимият ва бошқарув органларидан қайта рўйхатдан ўтгандан сўнг бир ҳафталик муддат ичида лицензияни қайта расмийлаштириш тўғрисида “Ўзбектуризм” МК га ариза бериши мумкин. Бунга қадар у ўз фаолиятини олдин берилган ҳужжатга асосан амалага ошириб туради. Қайта расмийлаштириш жараёни 5 кун ичида амалага оширилади. Бунда лицензия бериш тўғрисидаги аризани кўриб чиқиш учун тўланадиган суммани 50 % миқдорига йиғим олиб “Ўзбектуризм” МКнинг ҳисоб рақамига ўтказилади. Лицензиатни лицензия талаблари ва шартларига риоя қилишини назорат қилиб туриш ишларини қонунда белгиланган тартибда “Ўзбектуризм” МК томонидан амалга оширилади. Бунда “Ўзбектуризм” МК куйидаги ҳуқуқларга эга ҳисобланади:

- лицензиатни лицензия талаблари ва шартларига риоя қилиниши лицензиат томонидан бузилиш ҳолатларидан гувоҳлик берувчи фактлар мавжуд бўлганда режадан ташқари текширувларни ўтказиш ҳуқуқига;
- лицензия талаблари ва шартларига риоя қилишни текшириш ишларини ўтказишда тугилган масалалар бўйича зарурий маълумотларни сўраб олиш ҳуқуқига;
- текшириш натижалари асосида лицензиатни лицензия талаблари ва шартларини аниқ бузилишларини кўрсатган ҳолда акт тузиш ҳуқуқига;
- аниқланган камчиликларни бартаараф этиш муддатларини белгиловчи қарорни чиқариш ҳуқуқига;

— лицензияни амал қилишини тўхтатиб қўйиш, таъқиқлаш ёки бекор қилиш тўғрисидаги масалани комиссияда кўриб чиқиш учун тақдим этш ҳуқуқига ва бошқалар.

Лицензия ҳаракатини тўхтатиб қўйиш “алоҳида фаолият турини лицензиялаш тўғрисида”ги Ўзбекистон Республикаси қонунининг 22-моддасида кўзда тутилган тартибда “Ўзбекитуризм” МК томонидан амалга оширилади. Бу қарордан норози томон судга даъво аризаси билан мурожаат қилиши ҳам мумкин. Лицензия ҳаракатини таъқиқлаш ёки уни бекор қилиш ишлари юқорида кўрсатилган қонуннинг 2 чи ва 24- моддаларида кўзда тутилган тартибда комиссиянинг қарори бўйича амалга оширилади. Миллий компания туризм фаолиятида лицензия реестрини (рўйхатдан ўтказишини) юрилади ва унинг маълумотлари эса жисмоний ва ҳуқуқий шахсларни у билан таништириш учун ишлатилади. Аниқ лицензиат кўчирма кўринишида тўловга (минимал иш ҳақини ярим миқдорида) етказилади, аммо давлат ҳокимияти ва бошқарув органларига бегараз тарзда тақдим этилади.

Туризм фаолиятида туристларнинг ташрифларини ўрганишда бошқаришнинг қанчалик даражада самарали эканлигини аниқлаш талаб қилинади. Бунда туристик ташкилот ўз олдига қўйган мақсадларига эришадими, унинг фаолиятига нима халақит беради, қандай муаммолар мавжуд, бошқаришда салбий жараёнлар кузатилдими каби бир қатор саволлар ҳам юзага келиши мумкин. Бу эса ўз навбатида бошқарилмайдиган ҳолатларни кузатишга, уларнинг олдини олишга, туристик фирманинг ривожланиш режаси ва таҳлилини тузишга замин яратади. Бунда самарадорликни аниқлаш учун нимани ва қандай ҳисоблаш кераклигини билиш лозим. Зеро, туризмнинг самарадорлигини баъзи бир тадқиқотчилар меҳмонхоналарда жойлашган ёки авиакомпания хизматларидан фойдаланаётган туристларнинг сонидан келиб чиқади деб фикр билдирсалар, бошқа бирлари эса, туризмнинг самарадорлиги сотилган турмаҳсулотларнинг ҳажмига боғлиқ дейишади. Бошқа бир олимлар эса, туризмнинг самарадорлиги туризмдан тушган даромадга боғлиқ деб ҳисоблайди.

Туризмда аниқ бир хусусият кузатилади, яъни бунда асосий куч тақлифга эмас, балки талабга йўналтирилади. Зеро, туризм бу - фақат сайёҳлик хизматларини ишлаб чиқиш билан эмас, балки турмаҳсулот истеъмолчиларининг сони ва ўзига хос хусусиятларининг ҳисоби билан ҳам белгиланади. Экспертларнинг фикрича, меҳмонхона индустриясида самарадорлик унинг исталган маҳсулотнинг пировард истеъмолига боғлиқдир. Кўп жихатдан истеъмолчи турига асосланган бўлса, камрок жиҳатдан маҳсулот хилига ҳам асосланади. Яъни, миқдор товарнинг маълум мабағини сотиб олади. Бу миқдорнинг харажати ҳисобланади. Туристнинг харажати – бу хизмат кўр-

4.3. Туризм хизматлари соҳасида бошқарувнинг самарадорлигини такомиллаштириш услублари

сатувчи фирманинг даромади ҳисобланади. Даромад эса самарадорликни ифодалайди. Иқтисодий таъсир соҳасидаги менежментнинг моҳияти шундаки, у фирма харажатларини камайтириш ва унинг даромадларини оширишдан иборат бўлади. Бунинг учун эса туристнинг саёҳат давомида қанча маблағ сарфлаганлигини аниқлаш лозим. Буни эса қуйидаги кўрсаткичларни ҳисобга олиш орқали аниқлаш мумкин:

биринчи кўрсаткич – саёҳат частотаси. Бу частота саёҳатчининг маълум бир вақт давомида неча маротаба саёҳат қилганлигини кўрсатиб беради. Айтайлик бир йил давомида:

$$Tr = Y/T$$

Бунда **Tr** – саёҳат частотаси, **Y** – саёҳат сони, **T** – вақт оралиғи. Масалан, Тошкент шаҳрида яшовчи фуқаро бутун бир ёз фасли давомида Бўстонлик туманининг Чимён тоғларини ён бағрида жойлашган Чорвоқ кўлига 12 марта бориб дам олган бўлсин. Бунда биз юқоридаги формулага асосан қуйидагига эга бўламыз:

$$Tr = 12/90 = 0,13 \text{ (саёҳат частотаси).}$$

Демак, Тошкент фуқароси ҳар 13 кун ичида бир маротаба мазкур жойда дам олгани борганлигини кўрамыз.

иккинчи кўрсаткич – саёҳатнинг интенсивлиги. Бу кўрсаткичда конкрет бир инсон эмас, балки бир йил давомида Ўзбекистон бўйлаб ва унинг ташқарисида саёҳат қилган республикамининг (вилоят/туман) аҳолиси ҳисобга олинади. Унинг формуласи қуйидагича кўринишда бўлади:

$$Lt = (Yt / P) \times 100\%$$

Бунда, **Lt** – саёҳат интенсивлиги, **Yt** – сайёҳлар сони, **P** – Ўзбекистон аҳолисининг бир йиллик ўртача сони.

2008 йилда айтайлик Ўзбекистон бўйлаб ва шунингдек хорижий мамлакатларда 1 млн 450 минг шахс саёҳат қилган бўлсин, шунда биз Ўзбекистонда жами бўлиб 25 млн 700 минг аҳоли борлигини ҳисобга олсак, қуйидагича эга кўринишга бўлади:

$$Lt = (1 \text{ млн } 450 \text{ минг} / \text{млн } 700 \text{ минг}) \times 100 \% = 6 \%$$

Демак, 2008 йилда Ўзбекистон аҳолисининг 6 % туристик сайёҳ бўлишганлигини кўрамыз.

Учинчи кўрсаткич – саёҳатнинг ўртача давомийлиги. Бу кўрсаткич ўзининг саёҳати давомида у ёки бу туризм марказларида қанча турист тунаш учун қолганлигини билдириб, у қуйидаги формулада ўз аксини топган:

$$Str = H / Y$$

Бунда, **Str** – саёҳатнинг ўртача давомийлиги, **H** – тунаган кунлар сони, **Y** – саёҳатлар сони.

Масалан, 2008 йилда Бухоро шаҳрига ташриф буюрган хорижий туристик сайёҳларнинг сони 245 мартани ташкил қилган бўлиб, улар шаҳар меҳмонхоналарида 1120 кун қолишган. Бундан биз саёҳатнинг ўртача давомийлигини аниқлаш учун юқоридаги формуладан фойдаландик:

$$Str = 1120 / 245 = 4,57$$

Демак, 1 та турист учун саёҳатнинг ўртача давомийлиги 4,57 тунаган кунга тўғри келади (умумийлаштириб оладиган бўлсак, 1 та турист 6 куну 5 тун давомида Бухоро шаҳрида бўлган). Кўпчилик ҳолатларда, туристик жараёни бошқариш учун менежерга ташриф буюрувчиларнинг сон жihatдан баҳосини олиш талаб қилинса, бошқа ҳолатларда, уларнинг фойздаги муносабати етарли ҳисобланади.

Тўртинчи кўрсаткич – туристларнинг умумий харажатлари. Бу кўрсаткич ўз навбатида қуйидагилардан ташкил топади:

- саёҳатга тайёргарлик ва саёҳат харажатлари
- шахсий хоҳишдан келиб чиққан харажатлар (қизиқарли ўйинлар ўйнаш, сувенирлар сотиб олиш, от ва туяларда сайр қилиш, театрға тушиш)
- майда-чуйда харажатлар (тушган расмларни чиқариш, оёқ кийимларни тиктириш ва ҳ.к.).

Туристларнинг умумий харажатлар формуласи қуйидагича бўлади:

$$Dz = (Rtz / Rz) \times 100 \%$$

Бунда, **Dz** - асосий турмаҳсулот қиймати, **Rtz** – турмаҳсулот нархи, **Rz** – туристнинг умумий харажатлари.

ХУЛОСА ВА ТАКЛИФЛАР

Ўзбекистон Республикасида туризм соҳаси ҳозирги кунда хўжаликнинг етакчи тармоқларидан бирига айланиб бормоқда. Бундан ташқари ушбу соҳанинг ривожланиши ўзига яқин бўлган бир қатор бошқа хўжалик тармоқларининг ҳам ривожланишига ўз хиссасини қўшиб келмоқда. Халқаро туризм чет эл валюта-сининг мамлакатимизга кириб келишида фаол манбалардан бири ҳисобланиб, у мамлакат иқтисодиётининг тўлов балансига таъсир этади. Халқаро туризм кўплаб мамлакатларнинг иқтисодий ривожланишига таъсир этишдан ташқари уларнинг ижтимоий, маданий ва экологик муҳитига ҳам таъсир кўрсатади.

Туризм соҳасининг, умуман, давлат иқтисодиётига қуйидаги учта ижобий таъсир дорасини кўришимиз мумкин. Биринчидан, туризм чет эл оқимини таъминлайди ва тўлов баланси ҳамда экспорт каби иқтисодий кўрсаткичларга ижобий таъсир этади; иккинчидан, аҳоли бандлигини оширишга ёрдам беради. БТТ ва Бутун Жаҳон Туризм Кенгашининг берган маълумотларига кўра, туризм индустриясида яратилаётган ҳар бир иш жойининг ўрнига бошқа соҳаларда бешдан тўққизгача иш жойи тўғри келади. Туризм соҳаси тўғридан-тўғри ёки бевосита иқтисодиётнинг 30 дан ортиқ тармоқлари ривожланишига таъсир этиши мумкин; учинчидан, туризм мамлакат инфратузилмаси ривожланишига кўмак бериб, бутун бир вилоятлар иқтисодиёти ривожланишига фаол таъсир ўтказиши мумкин. Туризм соҳасида хўжалик субъектларининг ташкил қилиниши ва фаолият юритиши йўл транспорти, савдо, коммунал хўжалиги ва тиббий хизматларнинг ривожланиши билан ўзаро боғлиқ бўлади. Шундай қилиб, туризм хизматлар соҳасини ривожлантириш хўжаликнинг бошқа соҳаларига қараганда кучайроқ мультипликатор эффектига эга бўлиши мумкин.

Туризм соҳаси дам олиш, бўш вақт, спорт ва маданият, шунингдек, табиат билан тўғридан-тўғри боғлиқ бўлган фаолият туридир. Ўзбекистонда халқаро ва миллий туризм индустрияси ривожланиши учун кўплаб ишлар қилинмоқда. Ушбу йўналишлар бўйича бир қатор қонунлар ва фармонлар қабул қилинган бўлиб, моддий-техник база яратилиб, инфратузилма шакллантирилмоқда. Бу соҳага эса кўплаб инвестициялар жалб қилинмоқда.

Туризмнинг иқтисодиёт барча соҳалари, шунингдек, жамият фаровонлигига таъсирини инобатга олган ҳолда, Республикамиз ҳукумати мамлакат ривожланишининг узоқ муддатли дастурида туризмни приоритет соҳа деб белгиланган

эди. Ушбу концепция давлат сиёсати нуқтаи назаридан олганда, Ўзбекистонда замонавий рақобатбардош туризм хизматлари соҳаси шаклланишининг ҳуқуқий, ташкилий ва иқтисодий асосларини яратишни назарда тутди. Тараққий этган дунё мамлакатларининг асосий қисми туристик оқимларни жалб этишга ҳаракат қилади. Чунки туризм давлат бюджетининг даромадди қисмини кўпайтиришининг муҳим манбаларидан бири ҳисобланади. Шунинг учун ҳам Ўзбекистон чет эллик туристлар оқимини кўпайтириши зарур. Бунинг учун туристик ташкилотлар ўз фаолиятини янада кучайтириб, турмаҳсулот, транспорт коммуникацияси ва жойлаштириш воситаларида кадрлар сифатини яхшилаш лозим.

Ўтказилган таҳлил ва амалга оширилган ишлар шундан дарак берадики, айнан туризм соҳасининг ривожланиши ва унинг самарали фаолияти туристик ҳудудларнинг барқарор ривожланишига ва аҳолининг турмуш даражаси яхшиланишига олиб келади. Шундай қилиб, амалга оширилган илмий тадқиқотлар натижасида қуйидаги хулосага келишимиз мумкин:

Ҳудудий ривожланиш муаммоларини ҳал этиш ҳар доим ҳам давлат ташкилотларининг асосий вазифаси сирасига кирмайди. Шунинг учун ҳам давлат бошқаруви тизимида ҳудудий ривожланиш ишларига ихтисослашган ва ҳудудий иқтисодий сиёсат билан шуғулланадиган алоҳида фаолият кўрсатувчи муассаса мавжуд бўлиши керак. Бутунги қунда эски ҳудудий режалаштириш воситалари деярли кўзга ташланмайди, ривожланган мамлакатларда ишлатиладиган воситалар эса бизга маълум эмас.

Соғлиқни тиклаш ва туристик мажмуа ривожланган ҳудудларнинг ўзаро алоқадорлиги мустаҳкамланиши ижтимоий-иқтисодий тараққиёт билан боғлиқ. Ўзбекистонда хизмат кўрсатиш даражаси ва даромаднинг нисбатан пастлиги тармоқ хўжалиklarини бошқариш усуллариининг мукамал эмаслиги оқибатидир. Хорижий тажрибаларнинг етарли даражада ўрганилмаганлиги эса соғлиқни тиклаш ва туризмга ихтисослашган ҳудудларни давлатдан дотация олиб ишлаётган ҳудудлардан бирига айлантириб қўяди.

Соғлиқни тиклаш ва туристик ҳудудларнинг ялпи ҳудудий маҳсулоти миллий ҳисоблар тизими асосида тузилган тармоқлараро баланс билан ҳисобланиши лозим. Самарқанд шаҳри учун ишлаб чиқилган баланс асосида фаолият турлари бўйича молявий оқимлар матрицаси ишлаб чиқилди. Бу эса ўз навбатида ҳудудий ҳисобларни жаҳон макроиқтисодий таҳлили амалиётида кенг қўлланилаётган матрица асосида белгилаш имконини берди.

“Харажат-маҳсулот” матрицасига ва матрица шаклидаги ҳудудий ҳисоблар тизимига асосланган ҳолда тармоқлараро усулнинг қўлланилиши ўз навбатида туристик секторнинг ҳудудий ижтимоий-иқтисодий ривожланишига таъсирини баҳолаш, соғлиқни тиклаш ва туристик корхоналар томонидан яратилаётган маҳсулот ва қўшимча қийматлар миқдорини белгилаш имконини берди. Турис-

тих ҳудудларнинг иқтисодийга таъсирини баҳолаш учун меҳмонхоналар классификаторига “туристик” соҳани ақс эттирадиган тармоқ киритилди.

Хорижий тажрибалар асосида ишлаб чиқилган туристик иқтисодийetni бошқариш модели Ўзбекистонда соғлиқни тиклаш ва туристик мажмуаларнинг рақобатбардошлигини ошириб, улардан келадиган даромадлар миқдорини кўпайтиради, шунингдек, туризм соҳаси ривожланишига ихтисослашган ҳудудларнинг ижтимоий-иқтисодий аҳволини яхшилайдди. Моделда ҳудудий ишлаб чиқаришни ва ижтимоий инфратузилмани ривожлантириш мақсадида меҳнат ва капитал бозорларини янги йўналишга қаратиш, соғлиқни тиклаш ва туристик корхоналарнинг ресурсларидан оқилона фойдаланишда рақобат муҳитини яратиш усуллари кенг ёритиб берилган.

Молиявий оқимлар матрицаси асосида янги иқтисодий сиёсатнинг туристлар харажатига таъсири ва бунинг натижасида “туристик” тармоқлар ялпи маҳсулотининг кўпайиши ва ялпи ҳудудий маҳсулотларнинг ўсиш модели ишлаб чиқилди. Янги иқтисодий сиёсат механизмининг татбиқ этилиши Тошкент вилояти ва Самарқанд, Бухоро ҳудудларида ялпи ҳудудий маҳсулот 14-31 фоиз ошишига имкон беради. Таҳлиллардан кўриниб турганидек, айни вақтда республиканинг туристик мажмуасини ривожлантиришда бир қатор ҳал этилмаган муаммолар ҳам мавжуд бўлиб, уларнинг асосийлари қуйидагилардан иборат:

- Ўзбекистон ҳудуди бўйича моддий-техник базанинг нотекис тақсимланишини туризмнинг жами ишлаб чиқариш салоҳиятида кўришимиз мумкин. Мисол учун Тошкент шаҳри ва Тошкент вилоятига туризм ишлаб чиқариш салоҳиятининг 41 фоизи тўғри келса, Бухоро, Самарқанд ва Хоразм вилоятларига 37 фоиз, Фарғона водийси ва Сурхондарё вилоятига тахминан 16 фоизи тўғри келади. Республикамиз жами майдонининг тахминан 50 фоизини ташкил этган қолган вилоятлар улушига эса туризм ишлаб чиқариш салоҳиятининг атиги 7 фоизи тўғри келади, холос;

- туристик соҳа объектлари, биринчи навбатда автотранспорт соҳаси асосий объектларининг юқори даражада эскириши. Мамлакатда туристларни ташвиш ва олиб юриш учун йирик транспорт коммуникациясини ташкил этиш зарур. Ўзбекистонда 138 минг км.дан кўпроқ автойўллар мавжуд бўлиб, уларнинг 44 минг км.дан ортиқроғини умумий фойдаланиш йўллари ташкил этса, 3 минг км.дан ортиқроғи эса халқаро аҳамиятга эга бўлган йўналишлар ташкил этади;

- туристик индустриянинг давлат корхоналаридаги заиф томонларидан бири меҳмонхона хўжаликларидаги бошқарув менежментининг ривожланмаганлигидир;

- мамлакатнинг хорижий давлатлардаги туристик имкониятларидан бири бўлган давлат нотижорий рекламасининг мавжуд эмаслиги ва давлат бюджети-дан ҳеч қандай ассигнациялар ажратилмаслиги, шунингдек, Ўзбекистон ягона миллий брендининг йўқлиги;

- Ўзбекистонга чет элдан келаётган туристик сафарларнинг нархи билан туристик хизматлар сифати бир-бирига мувофиқ эмаслиги;
- туристик класдаги сифатли автобусларнинг етишмаслиги;
- Тошкент-Самарқанд, Самарқанд-Бухоро, Бухоро-Хива каби асосий шаҳарлараро автотрассаларда сифатли хусусий фойдаланиш объеклари ва сервиси овқатланиш блокларининг мавжуд эмаслиги;
- маҳаллий авиалиниялар Тошкент-Урганч, Тошкент-Бухоро каби авиарейсларнинг етишмаслиги;
- жойларда туристик автобусларни ёқилғи билан таъминлаш муаммосининг сақланиб қолаётганлиги;
- “Ўзбектуризм” МК, хусусий туристик ташкилотлар Ассоциацияси, “Ўзбекистон ҳаво йўллари” МАК ва бошқа мамлакатга хорижлик туристларни жалб этиш билан шугулланаётган вазирлик ва идоралар фаолиятининг тарқоқлиги. Биз бунда Ўзбекистон миллий авиокомпаниясига комбинацияланган чипталарни жорий қилишни таклиф этамиз. Ана шунда Ўзбекистон Буюк ипак йўли бўйича уч йўналишдан бирига айланиши ва қўшни Хитой, Қирғизистон, Козоғистон ҳамда Эрон каби давлатлар билан машҳур туристик йўналишлар бўйича ҳамкорлик қилиши мумкин.

Ўзбекистон Республикасининг туристик хизматлар бозорида ҳам муҳим таркибий ўзгаришлар юз бериб, туризм индустрияси ҳозирги кунда тадбиркорлар учун янада жозибали тармоқлардан бирига айланиб бормоқда. Республикада туристик бизнесни таркибий жиҳатдан қайта қуриш ва институционал ривожлантириш бугунги куннинг талабларидан бири ҳисобланади. Бунда тармоқлараро ва минтақалараро ташқи иқтисодий алоқаларни шакллантириб, ривожлантириш муҳим аҳамият касб этади. Туристтик инфратузилма йилдан-йилга такомиллашиб, меҳнат бозорлари сегменти шаклланиб бормоқда.

Туристтик фаолиятни дават томонидан тартибга солишнинг янги тизимлари яратилмоқда. Ўзбекистон учун туризмнинг ривожланиши айниқса муҳим аҳамият касб этади. Чунки мазкур тармоқнинг аҳамиятли томони шундаки, у бюджет ассигнацияларисиз ривожланиб, қисқа муддатда хорижий инвестицияларни жалб этиши, кичик бизнес ва тадбиркорлик корхоналари фаолият кўрсатиши учун қулай муҳит яратиши мумкин. Туристтик бизнес бошқа хўжалик тармоқлари (қурилиш, савдо, қишлоқ хўжалиги, халқ истеъмоли товарлари ишлаб чиқариш, алоқа ва бошқалар) ривожланишини рағбатлантиради.

Ўзбекистонда сўнгги йилларда туристик саноатнинг тезликда ривожланиб бориши мамлакатнинг янги иқтисодий сиёсатга ўтиши билан боғлиқ бўлган бир қатор объектив сабабларни келтириб чиқармоқда. Тараққий этган бозор муносабатларининг динамик ривожланиши халқаро иқтисодий муносабатларни мустаҳкамлашни талаб этади.

Ўзбекистонда миллий туризм индустриясини жадал суръатларда ривожлантириш ва унинг халқаро туризм бозорларига интеграциялашувини таъминлаш ва кенгайтиришда туристик оқимни янада ошириш бўйича қуйидаги хулоса ва таклифларни беришни лозим топдик:

1. Туризм бошқаруви соҳасида. Бугунги кунда Ўзбекистонда миллий туризм бошқаруви “Ўзбектуризм” МК томонидан амалга оширилмоқда. Компания маркетинг ва статистика тадбирларини олиб бориш билан бир қаторда меҳмонхона хизматларини кўрсатиб, хусусий ташкилотларга лицензиялар ҳам беради. Миллий компаниянинг хусусий сектор бўйича ўз рақобатчиларига эга бўлиши ва айни бир вақтда уларнинг фаолиятини назорат қилиб туришнинг келтириб чиқаради. Шу маънода миллий туризм бошқарувини Туризм вазирлиги ва Миллий туристик компания шаклида ташкил этиш мақсадга мувофиқдир. Бунга Туризм вазирлигидан алоҳида фаолият кўрсатувчи Ҳиндистон туристик корпорациясини мисол қилиб кўрсатса бўлади. Шунингдек, Туркия, Миср, Малайзия каби давлатлар ҳам мазкур моделни амалга ошириб, муваффақиятга эришиб келмоқда.

2. Туризм ахборот таъминоти ва туризм статистикаси соҳасида. Ишончли статистик маълумотлар самарали маркетинг стратегиясининг асоси ҳисобланади. Кенг жамоатчилик ичида туризмнинг муҳимлигига ишонч уйғотиш ҳамда потенциал мижозларни жалб қилишда муҳим аҳамиятга эга бўлган маркетинг тадбирларини амалга оширишда туристик индустриянинг вакиллари статистик ахборотдан кенг фойдаланиш имкониятига эга бўлиши керак. Бундай ахборот материаллари Ўзбекистоннинг туристик индустриясига чет эл инвестицияларини жалб қилишда ҳам муҳим аҳамият касб этади.

3. Туризмни иқтисодий жиҳатдан тартибга солиш соҳасида. Ўзбекистонда чет эл валютаси “қора бозори”нинг йўқ қилиниши ва хорижий валюта бозорининг эркинлаштирилиши туристлар саёҳатини анча енгиллаштириши мумкин. Бу айниқса тадбиркор туристларни жалб этишда муҳим аҳамият касб этади. Ўзбек турмаҳсулоти рақобатчи туристик мамлакатлар (Эрон, Туркия, Хитой, Покистон) турмаҳсулотларига нисбатан қимматлашиб кетишининг олдини олиш мақсадида туризм инфратузилмаси ва хизматлар кўрсатишнинг стандартларини такомиллаштириш лозим. Рақобатчи мамлакатлар туристик хизматлар нархи мониторингини олиб бориб, ўзбек турмаҳсулоти нархи билан мувофиқлаштириш керак. Ўзбек турмаҳсулотининг нархини тушириш учун эса қуйидаги ишларни амалга ошириш лозим:

– дастурий турларни (олдиндан белгиланган дастур бўйича гуруҳ туристларининг саёҳати) кўпроқ сотиш керак. Бунда “Ўзбектуризм” МК, “Ўзбекистон ҳаво йўллари” МАК, хусусий ва жамоатчилик ташкилотлар ҳамкорлиги талаб этилади;

– “Ўзбекистон ҳаво йўллари” МАК Хитой, Қозоғистон, Эрон каби қўшни давлатлар билан ҳамкорликда “Буюк ипак йўли” маршрути бўйича келаётган йўловчиларга арзонроқ чипталар сотишни жорий қилиши керак;

– “Ўзбекистон ҳаво йўллари” МАК тўғридан-тўғри ҳаво қатновига эга бўлган Жануби-шарқий Осиё мамлакатлари (Таиланд, Малайзия) билан, шунингдек, Яқин ва Ўрта Шарқ давлатлари (БАА) билан ҳамкорликда аралаш турларни ишлаб чиқиши (чўлда саёҳат, маданий туризм, денгиз бўйида дам олиш) керак.

4. Туристларга виза бериш соҳасида. Ҳозирги кунда асосий туристик оқимни етказиб берадиган бир қатор Ғарбий Европа давлатлари (Германия, Буюк Британия, Швейцария, Испания, Бельгия, Италия, Австрия), АҚШ ва Япония фуқароларига содалаштрилган виза тартиби жорий қилинганлиги ижобий аҳамият касб этади. Ўзбекистон Ўрта Осиёнинг марказий қисмида жойлашганлиги учун ҳам аралаш турларни таклиф этиш имкониятига эга. Бунинг учун эса давлатлар ўртасида ўзаро чегара тартибларини содалаштириб, туристлар учун зарур бўлган барча қулайликларни яратиш керак.

Дунёнинг кўплай туризм ривожланган давлатларида туристларга аэропортда виза бериш тартиби жорий қилинган. Бу эса охириги йилларда тенденцияга айланиб бораётган “охирги дақиқа”даги (“last minute tours”) сайёҳларни жалб қилишда катта аҳамиятга эга бўлмоқда. Бундай тартиб Ғарбий Европанинг ривожланган давлатларига ҳамда АҚШ, Япония, Австралия фуқароларига қўлланилиши мумкин. Бунинг натижасида, биринчидан, мамлакатга яқка тартибда келувчи туристлар сони ва хорижий валюта оқими ошиши мумкин, иккинчидан, ҳаво ва автомобиль транспорти, маҳаллий аэропортларнинг бандлиги ортиши мумкин, учинчидан, тадбиркорларнинг интенсив саёҳат қилиши кенгайиши мумкин. Яъни Шарқ ва Ғарб мамлакатларининг марказида жойлашган юртимизда Европадан Осиё давлатларига борадиган тадбиркорлар транзит тўхтаб ўтиши мумкин. Бунинг учун ҳаво қатновига чегирмали чипталар бериб, аэропортда туристларга сервис хизматларни кўрсатиш учун етарли инфратузилмани (конфренц марказлар, малакали таржимонлар, тарихий ёдгорликларга қисқа муддатли экскурсияларни ташкил этиш ва ҳ.к.лар) яратиш керак.

Ўзбекистонга дам олиш мақсадида келаётган туристларга маълум муддатга (икки ҳафтагача) кўп марталик виза беришни жорий қилиш мақсадга мувофиқ. Шунингдек, қўшни Қозоғистон, Қирғизистон, Туркменистон ва Тожикистон аҳолисининг республикамызга келиши учун ягона туристик визани жорий қилиш ҳам муҳим аҳамият касб этади.

5. Инсон ресурслари соҳасида. Туризм соҳасида махсус малака ва билимларга эга бўлган кадрларга эҳтиёж доимо юқори бўлиб келган. Туризм таълими Кадрлар тайёрлаш Миллий дастурида белгиланган босқичларга асосан профессионал коллеж, олий ўқув юрталарида бақвалаврият ва магистратура ҳамда про-

фессинал таълим (гид-таржимон, туроператорлар тайёрлаш) ва уларнинг ма-лакасини ошириш тарзида амалга ошириб келинмоқда. Ҳозирги кунда профес-сионал коллеж ва Тошкент давлат иқтисодиёт университетида таҳсил олаётган, яхши назарий ва амалий тажрибага эга бўлган талабалар келажақда ўзбек туриз-ми ривожига муносиб ҳисса қўшиши шубҳасиздир. Бунинг учун қуйидаги иш-ларни амалга ошириш керак бўлади. Биринчидан, туризм соҳасида ишлаётган-ларга (меҳмонхона ходимлари, туроператорлар, гид-таржимонлар, ҳайдовчилар, тарихий ёдгорликлар кассирлари) кечки семинар ва малака ошириш курслари-ни ташкил этиш лозим; иккинчидан, бизнес-режа тузиш, маркетинг ва савдони ташкил этиш, хорижий тилларни ўрганиш, стратегик фикрлашни шаклланти-риш, молиявий бошқариш, бухгалтерия ва аудит, дизайн ва ранглар гаммасини мувофиқлаштириш, менежмент, кадрларни танлаш ва бошқариш, харидорга хизмат кўрсатиш, офис техникаси билан ишлаш, режалаштириш ва ташкилотчи-лик, солиқ ва солиққа тортиш, компьютер техникаси билан ишлаш бўйича ўқув модулларини ишлаб чиқиш каби фанларни ўқитишга кўпроқ эътибор қаратиш лозим; учинчидан, техник жиҳозлари, архитектура-қурилиш, қадимги ёдгорлик-ларни тиклаш технологияларини ўргатиш бўйича ўқув курсларини ташкил этиш лозим; тўртинчидан, меҳмонхона хизматчилари, туроператор ва гидлар учун Ўзбекистоннинг туристик имкониятларини кўрсатиб берувчи оммабоп рисола-лар ва ўқув қўлланмалар чоп этиш лозим.

6. Хусусий секторни рағбатлантириш соҳасида. Ҳозирги кунда икки юлдуз-ли, миллий услубда қурилган хусусий меҳмонхоналар ўз фаолиятини кенгайти-риб, туристларни баҳраманд қилмоқда. Шунингдек, миллий ва Европа таомла-рини тайёрлайдиган умумий овқатланиш корхоналари ҳам йилдан-йилга кўпа-йиб бормоқда. Бироқ, республикамизда тадбиркорлар иш бошлашда бошлангич капиталнинг камлиги каби муаммоларга ҳам дуч келмоқда. Шу сабабли туризм соҳасида эндигина иш бошлаган тадбиркорларни беш йилгача бўлган муддатга солиқлардан озод этиш тавсия қилинади. Бу эса кичик бизнес ва тадбиркорлик билан шуғулланувчи туристик корхоналар учун капитални жамғариш имкония-тини яратади.

7. Маркетинг стратегиясини ишлаб чиқиш соҳасида. Маркетинг самара-дорлигини ошириш мақсадида қуйидаги тавсияларни беришимиз мумкин. Биринчидан, “Ўзбектуризм” МК ва манфаатдор вазирликлар раҳбарлигида (Ташки ишлар вазирлиги, Миллий хавфсизлик хизмати, Ички ишлар вазирли-ги, Иқтисодиёт вазирлиги, “Ўзбекистон ҳаво йўллари” МАК) туризмни ривож-лантириш қўмитасини ташкил этиш лозим; иккинчидан, маркетинг стратегия-сининг ягона шиорини (масалан, “Ўзбекистонга хуш келибсиз, азиз меҳмонлар, маданий бойликлардан, шунингдек, бетакрор тарихий ва меъморий обидалар-

дан баҳраманда бўлинг”) ишлаб чиқиш лозим; учинчидан, асосий мақсадли бозорларни (тарихий ва маданий туризм, диний туризм, ностальгик туризм, экологик туризм, бизнес туризм, саргузаштли туризм каби турлар) аниқлаш лозим; тўртинчидан, туристлар кўп келадиغان давлатларни (Германия, Франция, Буюк Британия, Бенелюкс мамлакатлари, Италия, Туркия, Исроил, Греция, Швейцария, Австрия, АҚШ, Канада, Япония, Малайзия, Гонгконг, Хитой, Корея, шунингдек, Яқин ва Ўрта Шарқ давлатлари) аниқлаб, уларнинг устуворлигини белгилаш лозим; бешинчидан, сегментлар бўйича туристларни гуруҳлаб, уларнинг талабига мос келадиغان турмаҳсулотларни ишлаб чиқариш лозим. Туристларни гуруҳлашда қуйидаги ҳолатларга эътибор бериш керак:

- тарихий ва меъморий ёдгорликларларга қизиққан, даромади ўртадан юқори бўлган қариллик ёшдаги (50-55 ёшдан юқори) дам олувчилар гуруҳи;
- ислом оламининг муқаддас қадамжоларига зиёратга келадиغان, 45-50 ёшдан юқори бўлган мусулмонлар гуруҳи;
- экологик муаммоларга қизиққан туристлар (Орол денгизи ва бошқалар) гуруҳи;
- хорижий давлатларда яшаётган собиқ ватандошлар гуруҳи;
- иккинчи жаҳон урушида асир тушган япон асирларининг қариндошлари гуруҳи;
- Кушон подшолиги даврига оид Будда археологик қазималарини кўришга келадиغان буддистлар гуруҳи;
- Россия билан Буюк Британия империя давлатлари ўртасида “Катта ўйин” бўлган ҳудудни (Ўрта Осиёни) кўришни истаган инглизлар гуруҳи;
- иссиқ иқлимда дам олишни хоҳлаган корейлик ва россиялик туристлар гуруҳи;
- саргузашт талаб (дарё бўйларига, чўл ва тоғларга саёҳат қилувчи) туристлар гуруҳи ва бошқаларга эътиборни қаратиш керак.

Ўзбекистон ўз турмаҳсулотини тарғиб қилишда қуйидаги воситалардан кенг фойдаланиши лозим. Биринчидан, Ўзбекистон Республикасининг чет эллардаги дипломатик ваколатхоналари; иккинчидан, Республикага тўғридан-тўғри рейс ўрнатган ҳаво компаниялари офисларидан, учинчидан, Ўзбекистоннинг тарихий ва меъморий ёдгорликлари, шунингдек, туризм ресурслари тўғрисида ахборот бериш мақсадида келган чет эллик журналистлар ва туроператорлардан, тўртинчидан, турист етказиб берувчи асосий мамлакатларда фаолият кўрсатаётган “Ўзбектуризм” МКнинг ваколатхоналаридан, бешинчидан, “Ўзбекистон ҳаво йўллари” МАКнинг чет элларда офислари ва бошқалардан.

Бугунги кунда Ўзбекистоннинг туризм потенциали тўғрисида ахборот берувчи босма манбаларнинг (“Tourism of Uzbekistan”, “Havo yo'llari”, “San'at”, “Эхо истории”, “Discovery Central Asia Travel & Leisure”, “Технология и дизайн”,

“Bella Terra”, “JannatMakon”) борлиги муҳим аҳамият касб этади. Шу билан бирга Алоқа ва ахборотлаштириш қўмитаси “Ўзбектуризм” МК билан ҳамкорликда Ўзбекистоннинг чет эллардаги обрўсини ошириш бўйича стратегиясини ишлаб чиқиб, йирик халқаро ОАВ (“ВВС”нинг “HOT SPOTS” дастури, “CNN” канали), туристик йўл кўрсаткичларида, машҳур газеталарда реклама ишларини қўйиштириши лозим.

Туристлик кўرғазмаларда иштирок этиш бўйича қўйидаги ишларни амалга оширишни тавсия қилишимиз мумкин. Биринчидан, барча йирик халқаро кўрғазмаларда ягона стенд билан иштирок этиш, иккинчидан, маркетинг стратегиясидан келиб чиққан ҳолда ягона стенд дизайнини яратиб, ундан барча кўрғазмаларда фойдаланиш, учинчидан, Ўзбекистоннинг маданий қадриятларини халқаро миқёсда тарғиб (миллий мусиқа, антиквариат, ҳунармаңдчилик ва ҳ.к.лар) қилишни, тўртинчидан, сифатли ахборот материаллари ва сувенирларни тайёрлаб, уларни реализация қилишни, бешинчидан, анъанавий Тошкент кўрғазмасининг обрўсини ошириб, кўрғазма доирасида халқаро форум ва семинарлар ўтказиб туриш.

8. Технологиялар соҳасида. Ўзбекистонда барча замонавий технологиялардан фойдаланиш имконияти мавжуд. Буларга интернет глобал ахборот тизими, халқаро телефон линиясини, уяли ва рақамли телефон алоқаларини киритиш мумкин. Бу эса туристик индустриянинг субьектларига тезкор ва сифатли хизмат кўрсатишга имкон беради. Ушбу йўналишлар бўйича қўйидагиларни таклиф қилишимиз мумкин. Биринчидан, “Ўзбектуризм” МКнинг барча туристик сўзлар бўйича қидирадиган, дунёнинг энг йирик ахборот қидирув тизимларидан рўйхатдан ўтган, яхши таклифлари бўлган, ахбороти доимо янгиланиб турладиган ва халқаро стандартларга жавоб берадиган веб-сайтини яратиш лозим, иккинчидан, туристик хизматлар кўрсатишга лицензияси бўлган барча ташкилотларни мазкур сайтга киритиш лозим, учинчидан, “Ўзбектуризм” МК ва “Ўзбекистон ҳаво йўллари” МАК ўз турмаҳсулотларини интернет орқали сотишни йўлга қўйиши лозим.

9. Хавфсизлик соҳасида. Ўзбекистон минтақадаги энг тинч ва осойишта мамлакатдир. Чет эллик сайёҳлар учун хавфсизликнинг аҳамияти ўта юқори бўлишини инобатга олган ҳолда, баъзи чет эл ахборот воситаларида нотўғри, бизнинг сиёсатимиз ва маданиятимизга тўғри келмайдиган ахборот материаллари тарқатилишининг олдини олиш учун тўғридан-тўғри ва тезкор ҳолисона ахборотни етказишни ташкил этиш лозим.

10. Туризм инфраструктураси соҳасида. Биз ушбу соҳани алоҳида-алоҳида кўриб чиқишни лозим топдик. Хусусан:

Темир йўл транспорт. Ҳозирги кунда Тошкент-Самарқанд-Тошкент йўналиши бўйича қатнаётган тезулар “Афроосиёб” электрпоезди сайёҳларда яхши таассурот қолдирмоқда. Шунингдек, асосий туристик йўналишлар (Урганч-

Бухоро, Бухоро-Самарқанд) бўйича ҳаракат қатновларини йўлга қўйиб, хизмат кўрсатишни ташкил этиш, вокзалларнинг санитария-гигиеник ҳолатини яхшилаш лозим.

Меҳмонхоналар. Ҳозирги кунда меҳмонхона бозорида рақобат кучли. Inter-Continental, Le Meridien, Radisson SAS, Dedeman каби бир қатор машҳур халқаро меҳмонхона компанияларнинг Ўзбекистонда хизмат кўрсатиши туристлар учун танлаш имкониятини беради. Европа стандартларига жавоб берадиган тўрт юлдузли меҳмонхоналар ва миллий услубда қурилган икки юлдузли хусусий меҳмонхоналар фаолият кўрсатиб турибди. Ҳозирги кунда Урганч, Термиз каби туристик шаҳарларда ҳам замонавий талабларга жавоб берадиган меҳмонхоналарга бўлган эҳтиёж катта.

Автомобиль транспорти. Туристлик индустрия субъектлари томонидан туристларга хизмат кўрсатиш учун олиб кирилаётган турист классдаги замонавий автобуслардан божхона божи ва акциз солиғини олмаслик керак. Автобусларнинг техник тавсифида кўрсатилган муддат (8-15 йил) тугагандан сўнг эса уларни ҳеч қандай тўловларсиз сотиш ҳуқуқини ҳам кўзда тутиш лозим.

Автомобиль йўллари. Тошкент, Самарқанд, Бухоро ва Хива шаҳарларини туташтирувчи транзит йўлларнинг ҳолати яхши бўлиб, уларда режа асосида таъмирлаш ишлари олиб борилади. Ўзбекистонда туристларнинг асосий ҳаракат вақти автомобиль йўлларига тўғри келишини инобатга олиб, уларнинг ҳолатини доимий назорат қилиб боришнинг зарур чораларини кўриш талаб этилади.

Ҳаво транспорти. “Ўзбекистон ҳаво йўллари” МАК мижозларга жаҳон стандартлари даражасида хизмат кўрсатиб келмоқда. Бунга замонавий самолёт ва жихозлар, билимли, хушмуомала ходимлар ва самарали маркетинг стратегияси орқали эришилди. Шу билан бирга туристик мавсум юқори пайтда маҳаллий рейсларда жой танқислиги жиддий муаммолардан бири бўлиб турибди. Муаммонинг ечимини топиш учун туристлар оқими юқори бўлган баҳор, ёз ва куз ойларида маҳаллий қатновдаги рейслар нархини бироз кўтариб, уларнинг рентабеллигини ошириш мақсадида қўшимча рейсларни ташкил қилиш керак. Бундан ташқари қатновларда овқатларнинг сифатини ошириб, миллий компаниянинг халқаро бронлаш тизимлари орқали билетлар савдосини халқаро стандартлар даражасига етказиш лозим.

Аэропортлар. Тошкент, Бухоро, Урганч ва Самарқанд шаҳарларида халқаро рейсларга хизмат кўрсатишнинг янги имкониятларини яратиш лозим. Аэропортларда кутиб олиш ва кузатиш терминаллари, божхона ва чегара назоратларининг фаолияти бугунги кун талабларига жавоб беришини ҳисобга олиб, янада такомиллаштириб борилиши муҳим аҳамият касб этади. Аэропортда туристик хизматлар кўрсатиш даражасини янада ошириш мақсадида, биринчидан, божхона декларациясининг формасини такомиллаштириб, француз, немис, япон тил-

ларидаги таржимаси кўрсатилган шакллари ҳам ишлаб чиқиш керак. Уларни ҳаво кемасининг учиб вақтидан олдин тўлдириб қўйиш учун бериш ўринлидир, иккинчидан, туристлар сони кўпайган вақтда чегара кабиналари ва божхона назорати машиналарининг сонини кўпайтириб, уларнинг барчасини бир маромда ишлашини таъминлаш лозим.

Газ, сув, электр энергияси таъминоти. Маълумки, меҳмонхона хизмати-ни юқоридаги учта таъминотсиз тасаввур этиб бўлмайди. Йирик туристик мар-казлар, шу жумладан, тарихий марказлардаги объектларда иссиқ сув, электр энергияси узлуксиз таъминланиши лозим.

Санитар шарт-шароитлар. Ҳозирги кунда асосий туристик йўналишларда талаб даражасидаги ҳожатхоналарнинг йўқлиги катта муаммолардан бири бўлиб турибди. Бу соҳада пулик хизматларни йўлга қўйиш бўйича инвестицияларни рағбатлантириш талаб этилади.

Бошқа инфраструктура. Тошкент вилоятининг Чимён, Чорвоқ ва Бидир-сой каби дам олиш зоналарида қўшимча инфраструктурани шакллантириб, чет элик туристларни кутиб олиш учун барча шарт-шароитларни яратиш керак. Бундан ташқари ушбу дам олиш зоналарига экстремал ва спорт туризми учун зарур бўлган барча жиҳозларни ўрнатиб, бу ҳудудларнинг бошқарувини тако-миллаштириш ва рекламани кучайтириш керак.

Шундай қилиб, билдирилган хулоса ва таклифларимиз Ўзбекистонда замо-навий туризм инфратузилмасини шакллантиришда, халқаро миқёсда ўзбек мил-лий турмахсулоти маркетингини кучайтиришда, соҳада ижтимоий-иқтисодий ислохотларни чуқурлаштиришда, туризм қонунчилигини такомиллаштиришда, кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни қўллаб-қувватлашда, юқори малакали кадрларни тайёрлашда муҳим аҳамият касб этади. Монографияда кўтарилган масалалар ўз вақтида ва ташкилий жиҳатдан пухта ишланиб ҳал этилса, туризм хизматлари соҳасини бошқаришнинг иқтисодий жиҳатларини ишлаб чиқиш муаммоси ҳал этилиши мумкин.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

I. Қонуналар, Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармонлари ва Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари

1. Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги қонуни. 1999 йил 20 август.
2. Ўзбекистоннинг янги қонунари. Т. 22. –Тошкент: Адолат, 2000. 131-140 б.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1995 йил 2 июндаги 1162-рақамли “Буюк Ипак йўли”ни қайта тиклашда Ўзбекистон Республикасининг иштирокини авж олдирish ва республикада халқаро туризми ривожлантириш борасидаги чора-тадбирлар тўғрисида”ги фармони //Халқ сўзи, 1995 йил 3 июнь.
4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбектуризм” МКсини ташкил этиш тўғрисида”ги фармони № ПФ-447 //Халқ сўзи. 1992 йил 27 июль.
5. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг №346 1998 йил 8 августда қабул қилинган “Туристтик ташкилотларнинг фаолиятини такомиллаштириш” тўғрисидаги фармойиши. //Халқ сўзи, 1998 йил 9 август.
6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2006 йил 17 майдаги “Хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини 2006-2010 йилларда ривожлантириш ҳақида”ги ПҚ-325-сонли қарори.
7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2007 йил 21 майдаги “Ўзбекистон Республикасида 2010 йилга қадар хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар ҳақида”ги ПҚ-640-сонли қарори.

II. Ўзбекистон Республикаси Президентининг асарлари

8. Ислом Каримов. Юксак маънавият – енгилмас куч. –Тошкент: Маънавият, 2008.
9. Ислом Каримов. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон ша-роитида уни бартараф этишининг йўллари ва чоралари. –Тошкент: Ўзбекистон, 2009. – 56 б.
10. Ислом Каримов. Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси: Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маъруза. –Тошкент: Ўзбекистон, 2010. – 56 б.
11. Ислом Каримов. “2012 йил Ватанимиз тараққиётини янги босқичга кўтардиган йил бўлади” номи маъруза // Халқ сўзи. 2012 йил 20 январь.

III. Монография, нарий мақола ва тезислар

12. Абдуллаева Ф. Эффективность рекламы для продвижения национального турпродукта Узбекистана // Актуальные проблемы туризма – 2009. Ежегодный сборник научных трудов. С.104-108.

13. Абдусаломова Н.М. Халқаро туризмда маркетинг жараёнининг ривожланиши (“Ўзбектуризм” МК мисолида): Иқтисод фан. номз. ... дисс. –Тошкент: ТДИУ, 2001. – 156 б.

14. Аванесова Г.А. Сервисная деятельность: Историческая и современная практика, предпринимательство, менеджмент. Учебное пособие. 2-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2007.

15. Агамирова Е.В. Управление персоналом в туризме и гостинично-ресторанном бизнесе: Практикум. М.: Издательско-торговая корпорация “Дашков и К”, 2006.

16. Азар В.И, Туманов С.Ю. Экономика туристского рынка. –М.: ИПК госслужбы, 1998.

17. Александров А.Ю. Международный туризм. Учебник. М.: КНОРУС, 2010. –464 с.

18. Алиева М.Т. Туристтик мамлакатлар иқтисодиёти. Дарслик. –Тошкент: ТДИУ, 2007. – 339 б.

19. Алиева М.Т. Меҳмонхона менежменти. Дарслик. –Тошкент: ТДИУ, 2010. –375 б.

20. Алиева М.Т. ва бошқ. Туризмни режалаштириш. Ўқув қўлланма. Тошкент, 2005.

21. Алиева М.Т. ва бошқ. Халқаро туризм сиёсатини шакллантириш. Ўқув қўлланма. –Тошкент: Иқтисод-молия, 2005.

22. Алиева М.Т. ва бошқ. Туризм менежменти. Ўқув қўлланма. –Тошкент: ТДИУ, 2011.

23. Алиева М.Т. Халқаро туризмда сармоя сиёсати. Ўқув қўлланма. –Тошкент: ТДИУ, 2007.

24. Алиева М.Т. The “Great Silkway” for development of the International tourism in Uzbekistan / Uzbek-Indonesian joint International conference Economics And Manajement Towards Nation Character Development. Jakarta,18-19 October, 2011.

25. Алиева М.Т. Иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида туризм бизнесини ривожлантириш // Актуальные проблемы туризма – 2011. Ежегодный сборник научных трудов. Выпуск №3.

26. Алиева М.Т. Туризмни ривожлантириш истиқболлари // Жамият ва бошқарув. Тошкент, 2011. №3.

27. Алиева М.Т. Ўзбекистонда туризми ривожлантиришнинг давлат томонидан қўлаб-қувватланиши // Иқтисодийни модернизациялаш шароитида туризм индустриясини ривожлантириш: салоҳият ва имкониятлар. Республика илмий-амалий анжумани. –Тошкент: ТДИУ, 2011.

28. Алиева М.Т. Туристар ва туристик ташкилотларни сугурталашда хорижий тажрибалардан фойдаланиш // Иқтисодийни модернизациялаш шароитида туризм индустриясини ривожлантириш: салоҳият ва имкониятлар. Республика илмий-амалий анжумани. –Тошкент: ТДИУ, 2011.

29. Алиева М.Т. Туристик фирмасида туроператор фаолиятининг ривожланишига таъсир этувчи омиллар // Актуальные проблемы туризма – 2011. Ежегодный сборник научных трудов. Выпуск №3.

30. Алиева М.Т. Меҳмонхона индустриясининг замонавий ривожланиши // Роль информационно-коммуникационных технологий в модернизации национальной экономики. Сборник тезисов международной научно-практической конференции. –Т.: ТДИУ, 2011.

31. Алиева М.Т. Меҳмонхона бизнесини ривожлантиришнинг ўзига хос хусусиятлари // Иқтисодийни модернизациялаш шароитида туризм индустриясини ривожлантириш: салоҳият ва имкониятлар. Республика илмий-амалий анжумани. –Тошкент: ТДИУ, 2011.

32. Алиева М.Т. Республика туристик ресурслари салоҳиятидан комплекс фойдаланиш асосида туристик индустриянинг ривожланиш ҳолатлари // Актуальные проблемы туризма – 2010. Ежегодный сборник научных трудов.

33. Алиева М.Т. Йўллар Ўзбекистонда туташади // “Hurriyat” газетаси, 2010. 13 октябрь.

34. Алиева М.Т. Uzbek travel services industry and international comparison. Perspectives of Innovations, Economics and Business. International Cross-Industry Research Journal. Volume 6 (Issue 3), 2010. Чехия.

35. Алиева М.Т. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози шароитида Ўзбекистонда халқаро туризми ривожлантириш истиқболлари // Туризм – иқтисодий ўсишнинг муҳим таъини сифатида. Республика илмий-амалий анжумани. –Тошкент: ТДИУ, 2009.

36. Алиева М.Т. Туристик корхоналарнинг янги рақобатдош стратегияларини ишлаб чиқиш // Иқтисодий ва таълим. –Тошкент, 2009. №5.

37. Алиева М.Т. Меҳмонхоналарда дунё миқёсидаги резервлар тизимлари // Актуальные проблемы туризма – 2009. Сборник научных трудов. Вып. №1. –Ташкент: “ДП Patent-Press”, 2009.

38. Алиева М.Т. Совершенствование менеджмента туристских предприятий // Двадцать вторые международные Плехановские чтения. –М.: ГОУ ВПО “РЭА им. Г.В. Плеханова”, 2009.

39. Алиева М.Т. Туристтик корхоналар рақобатбардошлигини таъминлашда сайёҳлик хизматлари сифати // Иқтисодиёт ва таълим. –Тошкент, 2009. №2.
40. Алиева М.Т. Комплексный подход к анализу туристической деятельности в регионе // Экономика и финансы. –М., 2008. №9.
41. Алиева М.Т. Туристтик секторни бошқариш // Жамият ва бошқарув. – Тошкент, 2008. №4.
42. Алиева М.Т. Худудий маҳсулот ва сайёҳлик фаолияти // Жамият ва бошқарув. –Тошкент, 2008. №3.
43. Алиева М.Т. Что дают экономике свободные экономические зоны? (На опыте ведущих стран) // Экономика и финансы. –М., 2008. №9.
44. Алиева М.Т. Развитие индустрии туризма // Пятнадцатые международные Плехановские чтения. 2 февраль 2006 г. РЭА им. Г.В.Плеханова.
45. Алиева М.Т. Туризм инвестициялари – маблағларни жойлаштириш шакли // "Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик ривожланишининг хорижий тажрибаси ва Ўзбекистонда уларнинг экспорт салоҳиятини юксалтириш муаммолари" мавзuidaги республика илмий-амалий анжумани. Тошкент, ТДИУ, 2006.
46. Алиева М.Т. Развитие инфраструктуры туризма в Узбекистане // Материалы VII-Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов. Донецк, 2004.
47. Алиева М.Т. Экотуризм – доходная отрасль // Экологический вестник. 2002. №5-6.
48. Алиева М.Т. Проблемы индустрии отдыха // Экологический вестник. 2002. №1.
49. Алиева М.Т. Тенденции развития туризма в Узбекистане // “Пятнадцатые международные Плехановские чтения” 27 апреля 2002 г. Москва, РЭА им. Г.В. Плеханова.
50. Алиева М.Т. Тур к Неагарскому водопаду // Донецкий институт туристического бизнеса “Будущее туризма – дело молодых”. Материалы 5-ой международной научно-практической конференции студентов и молодых учёных. г. Донецк, 19-20 февраля 2002 г.
51. Алиева М.Т., Хўжаев Ў.Х. Халқаро туризмда сиёсатни шакллантириш. Ўқув қўлланма. Т., 2005.
52. Байназаров Ю.К. Статистические методы оценки деятельности туристских предприятий (объединений) и повышение их роли в условиях полного хозяйственного расчета. – М.: Турист, 1989.
53. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма. Учебное пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003. – 176 с.

54. Барчукова Н.С. Международное сотрудничество государств в области туризма. – М.: Международные отношения, 1986.
55. Баумгартен Л.В. Управление качеством в туризме. Учебное пособие. –М.: КНОРУС, 2010. – 286 с.
56. Биржаков М.Б. Введение в туризм. Учебник. –СПб.: Герда, 2004. – 444 с.
57. Биржаков М.Б. Введение в туризм: Учебник. –СПб.: Герда, 2006. – 512 с.
58. Биржаков М.Б. Введение в туризм. Изд. 9-е, перераб. и доп. СПб.: Герда, 2008.
59. Биско И.А. Организация обслуживания туристов. Tourism Service Organization. Учебное пособие по англ. языку. –М.: КНОРУС, 2010. – 192 с.
60. Богданов Е.И. и др. Экономика туризма: теория и практика. Учебное пособие. –СПб.: Омега, 1998. Т.1.
61. Борисов К.Д., Уваров Н.И. Международные туристские организации. –М.: Международные отношения, 1990.
62. Булатова М.А., Седова И.В. Гостиничный бизнес: учет и налоги. М.: ООО ИИА Налог Инфо, ООО Статус-Кво 97, 2008.
63. Бутко И.И. и др. Туристический бизнес: основы организации. Изд. 2-е. – Ростов н/Д: Феникс, 2008.
64. Бутуров И.Н. Маркетинг и менеджмент иностранного туризма. Учебник. –М.: Финансы и статистика. 2003. – 107 с.
65. Вавилова Е.В. Основы Международного туризма: Учебной пособие. М.: Гардарики, 2005.
66. Волков Л.А., Кириллов А.Т. Маркетинг в туризме. –СПб.: СПбГУ, 1996.
67. Волков Ю.Ф. Гостиничный и туристский бизнес. Ростов н/Д: Феникс, 2008.
68. Воронкова Л.П. История туризма и гостеприимства. Учебное пособие. –М.: Финансы и статистика, 2004.
69. Восколович Н.А. Маркетинг туристских услуг. Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2009.
70. География туризма. Учебник (под ред. А.Ю. Александровой.) 2-е изд., испр. и доп. М.: КНОРУС, 2009.
71. Гольшева Е.В. Оценка использования ресурсного потенциала туризма Узбекистана // Актуальные проблемы туризма – 2009. Ежегодный сборник научных трудов. С.83-88.
72. Горенбургов М.А., Медведев А.Л. Бизнес-планирование в гостиничном и ресторанном деле. Учебное пособие. СПб.: Д.А.Р.К., 2008.
73. Горовиц, Жак. Сервис-стратегия: управление, ориентированное на потребителя: пер. 2-го англ. изд. М.: Дело и Сервис, 2007.

74. Грачева О.Ю. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта. Учебное пособие. –М.: Дашков и К, 2010. – 276 с.

75. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. М.: ФиС, 2003.

76. Гулямов С.С., Назаров Н.Б., Шермухамедов О.А., Шермухамедов А.Т. Эффективность менеджмента туризма // Сборник докладов и тезисов сообщений международной научно-практической конференции “Продвижение бренда “Великий шелковый путь” Ташкент, 18.10.2008г. Всемирная туристская организация (ЮНВТО), Мадрид (Испания). С.114-118.

77. Гуляев В.Г. Правовое регулирование туристской деятельности. –М: Финансы и статистика. 2006. –304 с.

78. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности. –М.: Нолидж, 1996.

79. Гуляев В.Г. Практика туристского бизнеса. Учебное пособие. М.: 1996.

80. Гуляев В.Г. Новые информационные технологии в туризме. Учебное пособие. М.: 1998

81. Дмитриев М.Н. Экономика туристского рынка. Учебник. –М.: ЮНИТИ ДАНА, 2010. – 311 стр. 2 экз.

82. Дурович А.П., Копанев А.С. Маркетинг в туризме. Учебное пособие. – Минск, 1998.

83. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Учебное пособие. 4-е изд., стереотип. Мн.: Новое знание, 2004.

84. Дурович А.П. Маркетинговые исследования в туризме. Учебник. пособ. – СПб.: Питер, 2008.

85. Дурович А.П. Организация туризма. СПб.: Питер, 2009.

86. Ерохина Л.И., Башмачников Е.В. Предприятия в сфере сервиса. Управление прогнозируемыми процессами (теория и практика): Учебное пособие. М.: Флинта – МПСИ, 2005.

87. Ефимова О.П. Экономика гостиниц и ресторанов: учебное пособие. – 4-е изд., стер. Минск: Новое знание, 2008.

88. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе. Учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2005. – 192 с.

89. Зайцева Н.Д. Менеджмент в сервисе и туризме. Учебное пособие. – М.: ФОРУМ, 2005. – 368 с.

90. Здоров А.Б. Экономика туризма. –М.: Финансы и статистика, 2004. – 266 с.

91. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Толковый словарь туристских терминов. Туризм. Туристская индустрия. Туристский бизнес. –М., 1994.

92. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: Справочник. М.: ФиС, 2004.

93. Иватов И. Особенности развития туризма в условиях повышения качества жизни населения // Актуальные проблемы туризма – 2009. Ежегодный сборник научных трудов. С.157-159.

94. Игнатъева М.Ф. Место и роль туристского комплекса в современной экономике: Автореф. дис. ... канд. экон. Наук. –СПб., 1994.

95. Икрамов А. Перспективы серийной номинации культурных объектов “Великий шелковый путь” // Сборник докладов и тезисов сообщений международной научно-практической конференции “Продвижение бренда “Великий шелковый путь”. Ташкент, 18.10.2008г. Всемирная туристская организация (ЮНВТО), Мадрид (Испания). С.3-8.

96. Ирматов М.М., Алиева М.Т. ва бошқалар. Туризмни режалаштириш. Ўқув қўлланма. Т.: 2005..

97. Кабушкина Н.И. Менеджмент туризма. Учебник. –М.: Новое знание. 2005. – 644 с.

98. Карманова Т.Е. Статистика туризма. Учебник. –М.: КНОРУС, 2010. – 240 с.

99. Квартальнов В.А. Современные концепции социального туризма. –М.: Наука, 1993.

100. Квартальнов В.А., Романов А.А. Международный туризм: политика развития. Учебное пособие. –М., 1998.

101. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления. –М.: Финансы и статистика, 1999.

102. Ким О Кьунг. Маркетинг туристских гостиничных услуг: Дисс. ... канд. экон. наук. –Ташкент, 1999. – 162 с.

103. Кнышова Е.Н. Маркетинг туризма. Учебное пособие. –М.: ИД-ФОРУМ: ИНФРА-М, 2010. – 352 с.

104. Козырев В.М., Зорин И.В., Сурин А.И. и др. Менеджмент туризма. Экономика туризма. Учебник. –М: Финансы и статистика, 2004. –256 с.

105. Комилова Ф.К. Халқаро туризм бозори. Ўқув қўлланма. –Тошкент: ТДИУ, 2001.

106. Комилова Ф.К. Мустақиллик йилларида Ўзбекистонда туризмнинг ривожланиши // Актуальные проблемы туризма – 2009. Ежегодный сборник научных трудов. С.77-81.

107. Котлер Ф. Основы маркетинга / Пер. с англ. –М.: Росинтер, 1996.

108. Котлер Ф. и др. Маркетинг. Гостеприимство и туризм. Учебник для ВУЗов. Пер. с англ. –М.: ЮНИТИ, 1998.

109. Косолапов А.Б. Теория и практика экологического туризма. Учебное пособие. –М.: КНОРУС, 2005. –240 с.

110. Косолапов А.Б. Туристское страноведение. Европа и Азия. Учеб.практ. пособ. 3-е изд., стер. М.: КНОРУС, 2008.
111. Косолапов А.Б., Т.И. Елисева. Практикум по организации и менеджменту туризма и гостиничного хозяйства. Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2005.
112. Косолапов А.Б. Теория и практика экологического туризма: Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2005.
113. Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагентской деятельности. Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2008.
114. Куркина К. А. Гостиничный бизнес. Особенности бухгалтерского учета и налогообложения. М.: Вершина, 2006.
115. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Основы туризма. Учебник. М.: КНОРУС, 2008.
116. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Транспортное обеспечение в туризме: Учебник. –М.: КНОРУС, 2008.
117. Кусков А.С., Джаладян Ю.А. Туристский бизнес: словарь-справочник. –М.: ФОРУМ, 2008. – 384 с.
118. Кусков А.С., Голубева В.Л. Туроперейтинг. Учебник. –М.: ФОРУМ, 2009. –400 с.
119. Малахова Н.Н., Ушаков Д.С. Инновации в туризме и сервисе. М.: ИКЦ МарТ, Ростов н/Д: Март, 2008.
120. Малкова Л.В. Определение экспорта услуг в системе туризма // Актуальные проблемы туризма – 2009. Ежегодный сборник научных трудов. С.183-185.
121. Маринин М.М. Туристские формальности и безопасность в туризме. –М., 1997.
122. Мирзаев М.А., Алиева М.Т. Туризм асослари. Ўқув қўлланма. –Тошкент: Ўзбекистон файласуфлар жамияти нашриёти, 2011.
123. Мирзаев М.А., Алиева М.Т. ва бошқ. Туризм ҳуқуқи. Ўқув қўлланма. – Тошкент: Талқин, 2003.
124. Мирзаев Р. Вопросы развития сотрудничества в сфере туризма государств региона // Актуальные проблемы туризма – 2009. Ежегодный сборник научных трудов. С.71-77.
125. Мирзаев Р. Геополитика нового Шелкового пути. –М.: Известия, 2004. – 125 с.
126. Мирзаев. Р. Солнце путешествует по миру чтобы рассеять тени. –Ташкент: Шарқ, 2005. –230 с.
127. Мирзаев Р. Туристические жемчужины Узбекистана. –Т.: Шарқ, 2005.
128. Морозова Н.С., Морозов М.А. Реклама в социально-культурном сервисе и туризме. Учебник. 4-е изд., стер. М.: Академия, 2008.

129. Норчаев А.Н. Халқаро туризм ривожланишининг иқтисодий ўсишга таъсири: Иқт. ф. номз. ... дисс. –Тошкент: ТДИУ, 2004. –135 б.

130. Норчаев А.Н. Tourism as a dynamic branch of the economy of Uzbekistan. Материалы VII-Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов. Д.: 2004.

131. Норчаев А.Н. Туристтик фаолиятда солиқ муаммолари ва уларни тартибга солиш. Халқаро илмий-амалий анжуман. –Тошкент, 2002.

132. Одинцов А.А. Менеджмент организации: Введение в специальность. Учебное пособие. М.: Экзамен, 2004.

133. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: Маркетинг в туризме. –М.: Финансы и статистика, 2001. –160 с.

134. Пардаев М.К. Туризм хизматлар бозорининг ҳолати ва уни ривожлантириш муаммолари // Ўзбекистон: Туризм, иқтисодийёт ва экология. Республика илмий-амалий анжумани материаллари (2009 йил 30-31 март, I қисм). Самарқанд, 2009. Б.51-60.

135. Попова Р.Ю. Региональные маркетинговые исследования как основа выработки стратегии становления индустрии туризма в РФ // Маркетинг и маркетинговые исследования в России. 1991. №1.

136. Попова Р.Ю. Региональные маркетинговые исследования как основа выработки стратегии становления индустрии туризма. –М., 1999.

137. Розанова Т.П. Маркетинг в туризме: стратегия достижения успеха. Учебное пособие. –М.: РЭА, 1998.

138. Рузметов Б. Стратегия устойчивого развития туризма в Хорезмской области // Актуальные проблемы туризма – 2009. Ежегодный сборник научных трудов. С.135-137.

140. Рузметов Б., Матекубов У., Худойберганов Д. Хоразм вилоятида туризмни ривожлантириш истиқболлари // Актуальные проблемы туризма – 2009. Ежегодный сборник научных трудов. С.137-141.

141. Саидов А.Ф. Организационно-экономический механизм управления туризмом: Дисс. ... докт. экон. наук. –Ташкент, 1995. –252 с.

142. Саидов А.Ф. Туризм в Узбекистане: Экономические, социальные и организационные аспекты. –М.: Институт туризма, 1991. –112 с.

143. Самойленко А.А. География туризма: Учебное пособие. –Ростов на Дону: Феникс, 2006. –368 с.

144. Сапожникова Е.Н. Страноведение: Теория и методика туристского изучения стран. –М.: КНОРУС, 2005. –240 с.

145. Севастьянов Д.В. Основы страноведения и международного туризма. Учебное пособие. М.: Академия, 2008.

146. Сенин В.С., Денисенко А.В. Гостиничный бизнес: классификация гостиниц и других средств размещения. Учебное пособие. М.: ФиС, 2004.
147. Сенин В.С. Организация международного туризма. –М.: Финансы и статистика, 2005. –400 с.
148. Скобкин С.С. Практика сервиса в индустрии гостеприимства и туризма: Учебное пособие. М.: Магистр, 2007.
149. Соколова М.В. История туризма. Учебное пособие. 5-е изд., стер. – М.: Академия, 2008.
150. Ташмуратов Т., Саидов А., Умаркулов Э. Туризм иқтисоди. –Тошкент: ТМИ, 2000. –200 б.
151. Ташмуратов Т., Каримов К. Создание современной инфраструктуры международного туризма в Узбекистане // Экономический вестник Узбекистана. 1999. №8. С.28-32.
152. Темирходжаев А.П. Анализ действующих нормативно-правовых актов в сфере туризма Республики Узбекистан // Актуальные проблемы туризма – 2009. Ежегодный сборник научных трудов. С.59-63.
153. Тенденции развития международного туризма в Узбекистане, а также его состояние в разрезе Самаркандского региона // Экономика и финансы. –М., 2009. №9. С.70-80.
154. Тураев Б.Х. Анализ компонентов локального туризма // Вопросы моделирования и информатизации экономики. Ташкент, 2004. Вып. 24.
155. Тураев Б.Х. Менеджмент инвестиций в туризме и повышение качества обслуживания // Иқтисодиёт ва таълим. Ташкент, 2004. №4.
156. Тураев Б.Х. Создание систем управления в туристском бизнесе // Совместный выпуск Узбекского журнала “Проблемы информатики и энергетики” и сборника научных трудов “Вопросы кибернетики”, “Вопросы моделирования и информатизации экономики”, “Алгоритмы” по материалам Республиканской научно-практической конференции “Управляющие системы и информационные технологии”. Ташкент, 21-23 сентября 2004. С.150-155.
157. Тураев Б.Х. Основные компоненты и направления развития туристических услуг в регионах Узбекистана // Экономика и финансы. –М., 2008. №9.
158. Тураев Б.Х. Туристический потенциал Республики Узбекистан и эффективность его использования // Иқтисодиёт ва таълим. Ташкент, 2008. №4. С.37-42.
159. Тураев Б.Х. К проблеме развития международного рынка туристских услуг в Узбекистане // Ўзбекистонда ижтимоий фанлар. Тошкент, 2009. №1. С.83-89.
160. Тураев Б.Х. Рынок туристских услуг в Узбекистане // Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси. –Тошкент, 2009. №4. С.107-109.

161. Тураев Б.Х. Теоретико-методологические основы развития туризма. – Ташкент: Фан, 2008. –168 с.

162. Тураев Б.Х. Организационно-экономические механизмы регионально-го туризма. –Ташкент: Фан, 2009. –160 с.

163. Туризм, гостеприимство, сервис. Словарь-справочник / Аванесова Г.А., Воронкова А.П., Маслова В.И., Фролов А.И.; Под ред. А.П. Воронковой. –М.: Аспект Пресс, 2002.

164. Турковский М. Маркетинг гостиничных услуг. Учебное-метод. пособ.: пер. с польск. М.: ФиС, 2008.

165. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистана. –Ташкент: Ўзбекистон Миллий Энциклопедияси, 2006. –368 с.

166. Тян Э. Туризм региона: программный подход // Экономическое обозрение. №4. 2008. С.92-96.

167. Уокер Дж. Р. Введение гостеприимство. Зарубежный учебник. 4-е изд. перераб и доп. М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2008.

168. Ушаков Д.С. Страноведение. Учебное пособие. М.: ИКЦ МарТ, Ростов н/Д: Март, 2009.

169. Ушаков Д.С. Экономика туристской отрасли. Учебное пособие. –Ростов-на-Дону: Март, 2010. –46 с.

170. Ушаков Д.С. Технологии выездного туризма. Учебное пособие. М., 2005.

171. Феоктистов И.А. Гостиничный бизнес: особенности бухгалтерского учета и налогообложения. 2-е изд., перераб. и доп. М.: ГроссМедиа: РОСБУХ, 2009.

172. Филипповский Е.Е., Шмарова А.В. Экономика и организация гостиничного хозяйства. М.: ФиС, 2005.

173. Хакимов З.А. Ташкент – жемчужина истории, лучи которой устремлены в будущее // Актуальные проблемы туризма – 2009. Ежегодный сборник научных трудов. С.5-7.

174. Харрис Г, Кац Р. Становление международного туризма в XXI веке. –М.: Финансы и статистика, 2006.

175. Холловой Дж.К. Туристический маркетинг: пер. с 4-го англ. изд. К.: Знания, 2008.

176. Чудновский А.Д. Менеджмент в туризме и гостиничном бизнесе. Учебник. –М.: КНОРУС, 2006. –320 с.

177. Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма. Учебное пособие. –М.: КНОРУС. 2005. –448 с.

178. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрией туризма. Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2004.

179. Чудновский А.Д., М.А. Жукова Информационные технологии управления в туризме: Учебное пособие. М.: КНОРУС, 2006.
180. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрией туризма. Учебное пособие. – 2-е изд. М.: КНОРУС, 2005.
181. Шматько Л.П. Туризм гостиничное хозяйство. Учебное пособие. –М.: Март, 2010. –352 с.
182. Эштаев А.А. Туризм индустриясини бошқаришнинг маркетинг стратегияси. –Тошкент: Фан, 2011. –272 б.
183. Эштаев А.А. Глобаллашув шароитида халқаро туризм // O`zbekiston qishloq xo`jaligi. –Тошкент, 2010. №6. Б.36-37.
184. Эштаев А.А. Маркетинг регионального турпродукта Бухары // O`zbekiston iqtisodiy axborotnomasi. – Тошкент, 2009. №2. Б. 121-124.
185. Эштаев А.А. Образовательные аспекты развития туризма по Шелковому пути // Продвижение бренда “Великий шелковый путь” на мировом туристском рынке. Сборник докладов и тезисов сообщений международной научно-практической конференции. Мадрид, 2008.
186. Эштаев А.А. Преимущества туристских услуг в условиях рыночной экономики // Туризм – иқтисодий ўсишнинг муҳим таянчи сифатида” республика илмий-амалий анжумани тезислар тўплами. Тошкент, 2009. 30 май. Б.119-121.
187. Эштаев А.А. Продвижение национального бренда “Великий шёлковый путь” на международные туристические рынки // Экономика и финансы. –М., 2010. №6. С.33-37.
188. Эштаев А.А. К вопросу о методике проведения сегментации туристского рынка // “Туризм соҳасини ривожлантириш муаммолари ва истиқболлари” Халқаро илмий-амалий анжуман тезислар тўплами Тошкент, 2008, 5 декабрь. Б.16-18.
189. Юрьев А.П. Планирование туризма. Учебное пособие. Д., 2004.
190. Янкевич В.С., Безрукова Н.А. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме: Российский и международный опыт. –М.: Финансы и статистика, 2005. –416 с.
191. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг “Мамлакатимизни модернизация қилиш ва кучли фуқаролик жамияти барпо этиш устувор мақсадимиздир” ҳамда “Асосий вазиғамиз – Ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир” номи маърузаларини ўрганиш бўйича Ўқув-услубий мажмуа. – Тошкент: Иқтисодийёт, 2010. – 340 б.

IV. Хорижий тиллардаги адабиётлар

192. Tourism Highlights Edition 2003, WTO, Madrid, Spain.

193. Tourism trend to the year 2010. International forum, parliaments and local authorities. WTO, Cadiz, Spain, 1995.
194. Trade in Tourism Service. GATT Secretariat NTN. GNS AV/61, 1989
195. Travel Guide Uzbekistan – Tashkent: National Company Uzbekturizm. 2008. -10 p.
196. Walters S.R. Travel Industry World Yearbook. The big Picture, 1985
197. Ayres, R. (1998): Demand Theory Reconsidered: Reflections on the Demand for Tourism in Cyprus, *Tourism Economics* 4 (4), pp. 353-365.
198. Bahovec, V. and N. Erjavec (1999): ARIMA model broja nocenja turista и Republics Hruatskoj, *Ekonomski pregled* br. 7-8, Zagreb.
199. Bellulo A. and D. Krizman (2000): Utjecaj promjena и dohocima glavnih emitivnih zemalja na turistički promet и Hruatskoj, *Ekonomski pregled* br. 51 (7-8).
200. Blough, S.R. (1992): The Relationship between Power and Level for Generic Unit Root Tests in Finite Samples, *Journal of Applied Econometrics*, Vol. 7.
201. Chadee, D. and Z. Mieczkowski (1987): An Empirical Analysis of the Effects of the Exchange Rate on Canadian Tourism, *Journal of Travel Research*, Vol. 26.
202. Crouch, G. (1995): The Study of International Tourism Demand: A Survey of Practise, *Journal of Travel Research*.
203. Darnell, A.C. (1995): A Dictionary of Econometrics, Edward Elgar, Hants, England. Frechtling, D.C. (1996): Practical Tourism Forecasting, Butterworth.
204. Galinec, D. (2000): Statisticko evidentiranje pozicije putovanja-turizam и platnoj Inland Republike
205. Hrvatske, Hrvatska narodna banka, Istrazivanja I - 3, May. Harris, R.I.D. (1995): Using Cointegration Analysis in Econometric Analysis, Prentice Hall, Harvester
206. Wheatsheaf, London.
207. IPK International (1998): European Travel Monitor ETC - Pool Report 1998, IPK International - World Travel Monitor Company Ltd., Dublin.
208. Jensen, T.C. (1998): Income and Price Elasticities by Nationality for Tourists in Denmark, *Tourism Economics* 4 (2), pp. 101-130.
209. Kim, J.H. (1999): Forecasting Monthly Tourist Departures from Australia, *Tourism Economics* 5 (3), pp. 277-291.
210. Kim, J.M. (2000): Report: A Study of Tourist Demand and Accommodation in the Mt Paekdusan/Changbaishan Area, *Tourism Economics* 6(1), pp. 73-83.
211. Kolic, A. (1996): Odabrani modeli kratkorocnog prognoziranja и turizmu, Turizm.
212. Kulendran, N. and K. Wilson (2000): Modelling Business Travel, *Tourism Economics* 6 (1), pp. 47-59.

213. Lathiras, P. and C. Siriopoulos (1998): The Demand for Tourism to Greece: A Cointegration Approach, *Tourism Economics* 4 (2), pp. 171-185.
214. Limm, D. (1997): An Econometric Classification and Review of International Tourism Demand Models, *Tourism Economics*.
215. Morley, C.L. (2000): Demand Modeling Methodologies: Integration and Other Issues, *Tourism Economics* 6 (1), pp. 5-19.
216. Pyo, S.S., M. Uysal and M.W. Me Lellan (1991): A Linear Expenditure Model for Tourism Demand, *Annals of Tourism Research*, Vol. 18.
217. Sheldon, P. (1993): Forecasting Tourism: Expenditures versus Arrivals, *Journal of Travel Research*.
218. Smeral, E. (1988): Tourism Demand, Economic Theory and Econometrics - An Integrated Approach, *Journal of Travel Research*, spring.
219. Smeral, E. (1994): *Tourism us 2005*, WIFO.
220. Smeral, E. and S. Witt (1996): Econometric Forecasts of Tourism Demand to 2005, *Annals of Tourism Research*.
221. *Travel Guide Uzbekistan – Tashkent: National Company Uzbekturizm 2003 - 10 p.*
222. Gee Ch. Y., Makens J.C., Chey D. *The Travel Industry*. 3d. Wdit. - New York John Wiley Sons Ine. 2003- 250 p.
223. Lundberg D., Krishnamurthy M. – *Tourism Economics*. New York: John Wiley Sons Ine. 2003 - 210 p.
224. *Hospitality, Tourism and heisure Management: Issues in Streegy and Culture*. London, 2003 - 265 p.
225. Little, J.S. (1980): International Travel in the US Balance of Payments, *New England Economic Review*, May/June.
226. Loeb, P.D. (1982): International Travel to the United States: An Econometric Evaluation, *Annals of Tourism Research*, Vol. 9.
227. Makridakis, S., S. Wheelwright and V. McGee (1983): *Forecasting, Methods and Applications*, John Wiley and Sons, New York.
228. Martin, C. A. and S.F. Witt (1987): *Tourism Demand Forecasting Models: Choice of Appropriate Variable to Represent Tourists' Cost of Living*, *Tourism Management*, Vol. 8. Morley, C.L. (1997): An Eva.luuti.on of the Use of OLS for Estimating Tourism Demand Models, *Journal of Tourism Research*, spring.
229. Medlik, *Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality*. Printed and bound in Great Britain by Biddles Ltd -3rd ed, 2003.
230. Richard Sharpley and David J. Telfer, *Tourism and Development: Concepts and Issues*, Printed and bound in Great Britain by Cambrain Printers Ltd. 2002.

231. Gee Ch. Y., Makens J.C., Chey D. The Travel Industry. 3d. Wdit. New York John Wiley Sons Ine. 2003.

232. Lundberg D., Krishnamurthy M. Tourism Economics. New York: John Wiley Sons Ine. 2003.

233. Hospitality, Tourism and heisure Management: Issues in Streegy and Culture. London, 2003.

234. www.peugeotufa.ru – цены услуг

235. www.bashexpo.ru – выставки, конференции

236. www.interunion.ru – туристские ассоциации

237. www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация

238. www.wttc.org – Всемирный Совет по путешествиям и туризму

239. www.interunion.ru – туристские ассоциации

240. www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация

241. www.tag-group.com – Консультативная группа по вопросам туризма (TAG)

242. www.e-tours.ru – деловые туры, выставки, конференции

243. www.travel-library.com – Электронная библиотека путешествий

244. www.uzbekistan.com Ўзбекистон расмий сайти.

245. www.uzreport.com Ўзбекистон ахборот сайти.

ИЛОВАЛАР

1-илова

2009 йилда туристик корхоналар томонидан хуауалар бўйича туристларга хизмат кўрсатиш даражаси

	Ҳисоб берган ташкилотлар сони	Хизмат кўрсатилган туристлар сони	Қабул қилинган туристлар сони	Шулардан							
				Қабул қилинган туристлар сони	Шунингдек		Жўнатилган	Шунингдек			
					Хорижий туристлар	МАХ Аваляларидан		Ўзбекистон фуқаролари	МАХ Аваляларига		
1				4	5	6	7	8	9	10	11
Ўзбекистон бўйича	324	418811	390683	199268	21888	191415	28128	1084	12048	14996	
Қорақалпоғистон	8	5259	5259	3119	1	2140	-	-	-	-	-
Республикаси											
Вилоятлар:											
Андажон	7	10101	8868	107	57	8761	1233	2	32	1199	
Бухоро	22	14461	14461	13340	1098	1121	-	-	-	-	-
Жиззах	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Қашқадарё	15	21851	20522	7762	48	12760	1329	-	-	1329	
Навоий	5	11141	8718	3722	-	4996	2423	-	-	2423	
Наманган	3	4360	2860	-	-	2860	1500	-	-	1500	
Самарқанд	68	128430	128137	47958	3582	80179	293	115	178	-	
Сурхандарё	4	3932	3312	1397	121	1915	620	-	-	620	
Сирдарё	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Тошкент	3	274	263	263	84	-	11	7	4	-	
Фарғона	7	17422	16194	4785	1670	11409	1228	-	-	122	
Хоразм	14	35926	35926	32488	914	3438	-	-	-	-	
Тошкент шаҳри	168	165654	146163	84327	14313	61836	19491	960	11834	669	

"Ўзбекитуризм" МК ҳисоботидан

**Ўзбекистон Республикаси фуқароларининг хорижий давлатларга чиқиши
(2005-2010 йиллардаги кўрсаткичи)**

Давлатлар- нинг номи	2005 йил	2006 йил	2007 йил	2008 йил	2009 йил	2010 йил
Жами	572388	893485	1248274	1187050	1583626	1371748
Шу жумладан						
МДХ давлат- лари	531473	814538	1087052	947653	1331173	1222379
Озарбайжон	1309	2813	5228	6054	6554	3396
Беларусия	219	128	149	220	253	1249
Грузия	85	3	40	16	9	0
Қозоғистон	127913	152886	246513	356969	582288	708776
Қирғизистон	23207	33566	111064	137556	192067	29485
Россия	2717622	524033	588156	284404	368127	315258
Тожикистон	28757	34039	47485	60152	69368	64247
Туркменистон	63568	55676	71301	85408	92448	86031
Украина	14646	11388	16978	16639	19979	14073
Узоқ хорижий давлатлар	40915	78947	161222	239397	252453	149369
Австралия	45	0	82	95	1	0
Англия	883	2147	2776	4036	3960	1616
Афғонистон	4333	894	1431	14244	17908	19374
Бангладеш	145	0	656	0	0	159
Венгрия	48	0	621	46	28	0
Германия	1463	4493	6948	11916	11034	5040
Греция	78	575	1562	1348	1106	106
Исроил	765	1397	9606	5417	4279	2704
Хиндистон	628	1929	1683	4641	6177	4133
Италия	280	615	3980	5833	3269	1249
Эрон	494	1527	1342	5806	5703	982
Хитой	2259	17527	22111	43279	49125	18155
Шимолий Ко- рея (КХДР)	52	1	16383	2686	42	0
Латвия	87	65	7916	4684	5412	3 242
Малайзия	1003	1917	9067	6288	8210	5072
Бирлаш- ган Араб Амирликлари	2651	13099	13058	17671	18773	14723

Корея Республикаси	2461	9191	8310	27823	27184	15051
Саудия Арабистони	17003	1876	9639	7039	6403	7558
АҚШ	1178	4185	5656	4374	6642	4957
Таиланд	1332	2767	2100	3158	2610	2559
Туркия	3150	13540	24912	50721	63421	37544
Франция	157	422	4844	8412	3879	1121
Япония	218	562	2896	4294	1803	721
Қолган давлатлар	202	218	3643	5586	5484	3303
Литва	87	54	129	109	0	106
Малайзия	133	1992	4890	2961	3041	1790
Голландия	369	229	352	57	10	42
Янги Зеландия	79	80	131	4	30	
БАА	139	2131	11220	8307	6421	3665
Покистон	167	228	2930	3195	4454	3376
Польша	140	75	309	225	225	141
Корея Республикаси	422	10890	3166	22163	2	18571
Саудия Арабистони	55	206	4442	1314	602	100
АҚШ	3602	2070	6456	2827	1908	965
Таиланд	122	3358	1372	2229	1314	1039
Туркия	7053	21014	28695	33662	30480	20543
Финляндия	68	9	22	14	24	10
Франция	1635	11268	8676	10759	10308	6545
Чехия	86	47	134	93	1941	2559
Швейцария	336	136	440	159	258	259
Швеция	62	100	137	39	7	14
Жанубий Африка Республикаси	42	74	57	13	0	0
Югославия	269	62	43	3	0	0
Япония	1317	4425	4809	4715	3827	2095
Қолган давлатлар	537	493	1383	937	810	309

Манба: Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси, 2011.

Ўзбекистон Республикасида хорижий давлатлар фуқароларининг бўлиши

Давлатлар номи	2005 йил	2006 йил	2007 йил	2008 йил	2009 йил	2010 йил
Жами	330139	559460	903114	1082026	1360153	974573
Шу жумладан:						
МАҲ давлаталари	295355	453634	726669	887651	1177225	847092
Озарбайжон	635	4048	5678	5072	4444	3050
Арманистон	226	486	585	261	6	6
Белоруссия	749	636	713	421	506	972
Грузия	243	179	272	30	35	17
Қозоғистон	85466	120762	234237	383796	574439	465413
Қирғизистон	21104	31055	66720	86404	130607	32428
Молдавия	159	376	399	72	120	84
Россия	30534	83030	186196	165839	160318	96756
Тожикистон	93005	136429	118085	119841	146059	127962
Туркменистон	60507	70678	93658	115990	1 152 727	115 340
Украина	2727	5955	20126	9925	7964	5066
Узоқ хорижий давлаталар	34784	105826	176445	194375	182928	127481
Австрия	734	1153	1796	1224	1070	678
Австралия	477	356	478	62	28	11
Албания	24	26	30	4	38	1
Англия	72	3907	1211	441	8	17
Афғонистон	4396	8372	13561	39386	36056	21630
Бельгия	200	188	489	98	47	165
Болгария	158	55	95	40	20	69
Босния ва Герцеговина	58	2	20	0	0	0
Хинд океанидаги Британия ҳудуди	152	66	120	5	18	5
Буюк Британия	903	384	2112	2770	3006	1835
Вьетнам	37	14	53	8	1	0
Германия	2549	8893	9196	11235	12505	9547
Греция	181	1214	2023	1156	1481	137
Дания	187	55	154	54	3	8
Исроил	699	3104	4796	5409	4525	2869
Хиндистон	368	1908	2177	3444	6393	7674
Эрон	3681	7574	5087	5570	6164	5237

Испания	76	187	370	200	11	209
Италия	839	3941	7264	8314	6728	4239
Канада	177	135	287	30	2	0
Хитой	378	4579	27153	17779	13803	6274
Шимолий Корея (КХДР)	1655	715	17455	243	21837	3
Латвия	63	57	745	3118	3522	4743

4-илова

Ўзбекистон Республикаси фуқароларининг хориж давлатларига чиқиши

Давлатларнинг номи	2005 йил	2006 йил	2007 йил	2008 йил	2009 йил	2010 йил
Жами	572388	893485	1248274	1187050	1583626	1371748
Шу жумладан:						
МДХ давлатлари	531473	814538	1087052	947653	1331173	1222379
Озарбайжон	1309	2813	5228	6054	6554	3396
Беларусия	219	128	149	220	253	1249
Грузия	85	3	40	16	9	0
Қозоғистон	127913	152886	246513	356969	582288	708776
Қирғизистон	23207	33566	111064	137556	192067	29485
Россия	2717622	524033	588156	284404	368127	315258
Тожикистон	28757	34039	47485	60152	69368	64247
Туркманистон	63568	55676	71301	85408	92448	86031
Украина	14646	11388	16978	16639	19979	14073
Узоқ хорижий давлатлар	40915	78947	161222	239397	252453	149369
Австралия	45	0	82	95	1	0
Англия	883	2147	2776	4036	3960	1616
Афғонистон	4333	894	1431	14244	17908	19374
Бангладеш	145	0	656	0	0	159
Венгрия	48	0	621	46	28	0
Германия	1463	4493	6948	11916	11034	5040
Греция	78	575	1562	1348	1106	106
Исроил	765	1397	9606	5417	4279	2704
Хиндистон	628	1929	1683	4641	6177	4133
Италия	280	615	3980	5833	3269	1249
Эрон	494	1527	1342	5806	5703	982
Хитой	2259	17527	22111	43279	49125	18155

ИҚТИСОДИЁТНИ ЭРКИНЛАШТИРИШ ШАРОИТИДА ТУРИЗМ ХИЗМАТЛАРИ СОҲАСИ

Шимолий Ко- рея (КХДР)	52	1	16383	2686	42	0
Латвия	87	65	7916	4684	5412	3 242
Малайзия	1003	1917	9067	6288	8210	5072
Бирлашган Араб Амирликлари	2651	13099	13058	17671	18773	14723
Корея Респуб- ликаси	2461	9191	8310	27823	27184	15051
Саудия Арабис- тони	17003	1876	9639	7039	6403	7558
АҚШ	1178	4185	5656	4374	6642	4957
Таиланд	1332	2767	2100	3158	2610	2559
Туркия	3150	13540	24912	50721	63421	37544
Франция	157	422	4844	8412	3879	1121
Япония	218	562	2896	4294	1803	721
Қолган давлатлар	202	218	3643	5586	5484	3303
Литва	87	54	129	109	0	106
Малайзия	133	1992	4890	2961	3041	1790
Голландия	369	229	352	57	10	42
Янги Зеландия	79	80	131	4	30	
БАА	139	2131	11220	8307	6421	3665
Покистон	167	228	2930	3195	4454	3376
Польша	140	75	309	225	225	141
Корея Респуб- ликаси	422	10890	3166	22163	2	18571
Саудия Арабис- тони	55	206	4442	1314	602	100
АҚШ	3602	2070	6456	2827	1908	965
Таиланд	122	3358	1372	2229	1314	1039
Туркия	7053	21014	28695	33662	30480	20543
Финляндия	68	9	22	14	24	10
Франция	1635	11268	8676	10759	10308	6545
Чехия	86	47	134	93	1941	2559
Швейцария	336	136	440	159	258	259
Швеция	62	100	137	39	7	14
Жанубий Афри- ка Республикаси	42	74	57	13	0	0
Югославия	269	62	43	3	0	0
Япония	1317	4425	4809	4715	3827	2095
Қолган давлатлар	537	493	1383	937	810	309

Манба: Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси, 2009.

Ўзбекистон Республикасида хорижий давлатлар фуқароларининг бўлиши

Давлатлар номи	2005 йил	2006 йил	2007 йил	2008 йил	2009 йил	2010 йил
Жами	330139	559460	903114	1082026	1360153	974573
Шу жумладан:						
МДХ давлатлари	295355	453634	726669	887651	1177225	847092
Озарбайжон	635	4048	5678	5072	4444	3050
Арманистон	226	486	585	261	6	6
Белоруссия	749	636	713	421	506	972
Грузия	243	179	272	30	35	17
Қозоғистон	85466	120762	234237	383796	574439	465413
Қирғизистон	21104	31055	66720	86404	130607	32428
Молдавия	159	376	399	72	120	84
Россия	30534	83030	186196	165839	160318	96756
Тожикистон	93005	136429	118085	119841	146059	127962
Туркменистон	60507	70678	93658	115990	1152727	115340
Украина	2727	5955	20126	9925	7964	5066
Узоқ хорижий давлатлар	34784	105826	176445	194375	182928	127481
Австрия	734	1153	1796	1224	1070	678
Австралия	477	356	478	62	28	11
Албания	24	26	30	4	38	1
Англия	72	3907	1211	441	8	17
Афғонистон	4396	8372	13561	39386	36056	21630
Бельгия	200	188	489	98	47	165
Болгария	158	55	95	40	20	69
Босния ва Герцеговина	58	2	20	0	0	0
Хинд океанидаги Британия ҳудуди	152	66	120	5	18	5
Буюк Британия	903	384	2112	2770	3006	1835
Вьетнам	37	14	53	8	1	0
Германия	2549	8893	9196	11235	12505	9547
Греция	181	1214	2023	1156	1481	137
Дания	187	55	154	54	3	8
Исроил	699	3104	4796	5409	4525	2869
Хиндистон	368	1908	2177	3444	6393	7674

ИҚТИСОДИЁТНИ ЭРКИНЛАШТИРИШ ШАРОИТИДА ТУРИЗМ ХИЗМАТЛАРИ СОҲАСИ

Эрон	3681	7574	5087	5570	6164	5237
Испания	76	187	370	200	11	209
Италия	839	3941	7264	8314	6728	4239
Канада	177	135	287	30	2	0
Хитой	378	4579	27153	17779	13803	6274
Корея (КХДР)	1655	715	17455	243	21837	3
Латвия	63	57	745	3118	3522	4743

6-илова

Ўзбекистон Республикасида хорижий давлатларнинг фуқароларини бўлиши

Давлатлар номи	2005 йил	2006 йил	2007 йил	2008 йил	2009 йил	2010 йил
Жами	330139	559460	903114	1082026	1360153	974573
Шу жумладан:						
МДХ давлатлари	295355	453634	726669	887651	1177225	847092
Озарбайжон	635	4048	5678	5072	4444	3050
Арманистон	226	486	585	261	6	6
Белоруссия	749	636	713	421	506	972
Грузия	243	179	272	30	35	17
Қозоғистон	85466	120762	234237	383796	574439	465413
Қирғизистон	21104	31055	66720	86404	130607	32428
Молдавия	159	376	399	72	120	84
Россия	30534	83030	186196	165839	160318	96756
Тожикистон	93005	136429	118085	119841	146059	127962
Туркменистон	60507	70678	93658	115990	1152727	115340
Украина	2727	5955	20126	9925	7964	5066
Узоқ хорижий давлатлар	34784	105826	176445	194375	182928	127481
Австрия	734	1153	1796	1224	1070	678
Австралия	477	356	478	62	28	11
Албания	24	26	30	4	38	1
Англия	72	3907	1211	441	8	17
Афғонистон	4396	8372	13561	39386	36056	21630
Бельгия	200	188	489	98	47	165
Болгария	158	55	95	40	20	69
Босния ва Герцеговина	58	2	20	0	0	0
Хинд океанидаги Британия ҳудуди	152	66	120	5	18	5

Буюк Британия	903	384	2112	2770	3006	1835
Вьетнам	37	14	53	8	1	0
Германия	2549	8893	9196	11235	12505	9547
Греция	181	1214	2023	1156	1481	137
Дания	187	55	154	54	3	8
Исроил	699	3104	4796	5409	4525	2869
Хиндистон	368	1908	2177	3444	6393	7674
Эрон	3681	7574	5087	5570	6164	5237
Испания	76	187	370	200	11	209
Италия	839	3941	7264	8314	6728	4239
Канада	177	135	287	30	2	0
Хитой	378	4579	27153	17779	13803	6274
Шимолий Ко- рея (КХДР)	1655	715	17455	243	21837	3
Латвия	63	57	745	3118	3522	4743

7-илова

**Ўзбекистонда лицензияга эга бўлиб туристик фаолият олиб бораётган
меҳмонхоналарнинг номер фонди**

Кўрсаткичлар номи	2005 йил	2006 йил	2007 йил	2008 йил	2009 йил	2010 йил
Меҳмонхоналар сони	142	143	157	168	185	230
Номерлар сони	6053	6546	6810	6408	6816	8460
Уринлар сони	11 950	11 690	12 255	11 206	12 223	15 661
Тўлиқ сифимлилик имконияти	3 489 400	3 413 480	3 578 460	3 272 152	3 569 116	4 573 012
Жами	417 416	461 318	570 498	611 343	633 037	703 070
Шу жумладан:						
Хорижликлар	245 919	259 818	291 130	300 084	338 956	365 790
Ўзбекистон Респуб- ликаси	171 497	201 500	279 368	311 259	294 081	337 280
Жами тунаганлар сони	931 097	834 440	1 156 216	1 232 765	1 337 505	1 728 572
Шу жумладан:						
Хорижликлар	546 273	453 961	690 518	763 971	826 365	920 322
Ўзбекистон Респуб- ликаси	384 824	380 479	466 598	468 794	511 141	808 250
(Меҳмонхона банд- лиги коэффициенти % ҳисобида)	26,7	24,4	32,3	37,7	37,5	37,8

**Бухоро вилояти бўйича лицензияга эга бўлиб туристик фаолият олиб бо-
раётган меҳмонхоналарнинг номер фонди**

Кўрсаткичлар номи	2005 йил	2006 йил	2007 йил	2008 йил	2009 йил	2010 йил
Меҳмонхоналар сони	30	32	35	41	42	49
Номерлар сони	810	1044	932	900	1098	1175
Ўринлар сони	1525	1949	1771	1691	2059	2227
Тўлиқ сифимлилик имконияти	445300	569108	517132	493772	601228	650284
Жами	37 466	47 743	68 262	74 994	76 465	81 924
Шу жумладан:	89 648	101 940	144 978	1 696 191	183 775	209 815
Хорижликлар	30315	32220	41152	56962	55316	56761
Ўзбекистон Респуб- ликаси	7151	15523	27110	18032	21149	25163
Жами тунаганлар сони						
Шу жумладан:						
Хорижликлар	59557	74015	113086	27258	138803	158239
Ўзбекистон Респуб- ликаси	30091	27925	31892	42361	44972	51576
Меҳмонхона банда- лиги коэффиценти (% ҳисобида)	20,1	17,9	28	34,4	30,6	32,3

9-илова

**Тошкент шаҳри бўйича лицензияга эга бўлиб туристик фаолият олиб бо-
раётган меҳмонхоналарнинг номер фонди**

Кўрсаткичлар номи	2005 йил	2006 йил	2007 йил	2008 йил	2009 йил	2010 йил
Меҳмонхоналар сони	40	42	43	45	55	55
Номерлар сони	2321	2502	2897	2681	2756	3386
Ўринлар сони	3809	4037	4709	4230	4600	5869
Тўлиқ сифимлилик имконияти	1112228	1178804	1375028	1235160	1343200	1713748
Жами	216 170	255 362	299 134	323 545	330 389	316 278
Шу жумладан:						
Хорижликлар	151449	173609	186928	164609	204563	190298

Ўзбекистон Республикаси	64721	81753	112206	158936	125826	125980
Тунаганлар сони	359588	370644	493652	622335	678961	856109
Шу жумладан:						
Хорижликлар	237941	246196	317942	452774	529199	519331
Ўзбекистон Республикаси	121647	124448	175710	169561	149762	336778
Меҳмонхона бандлиги коэффициенти (% ҳисобида)	32,3	31,4	35,9	50,4	50,5	50

10-илова

Тошкент вилояти бўйича лицензияга эга бўлб туристик фаолият олиб бораётган меҳмонхоналарнинг номер фонди

Кўрсаткичлар номи	2005 йил	2006 йил	2007 йил	2008 йил	2009 йил	2010 йил
Меҳмонхоналар сони	4	3	5	5	4	9
Номерлар сони	328	363	458	410	359	443
Ўринлар сони	881	836	1044	902	762	1070
Тўлиқ сигимлилик имконияти	257252	244112	304848	263384	222504	312440
Жами (киши ҳисобида)	10 489	11 149	14 115	17 071	17 502	17 427
Шу жумладан:						
Хорижликлар	1252	705	837	1463	1189	1290
Ўзбекистон Республикаси	9237	10444	13278	15608	16313	16134
Жами тунаганлар сони (киши ҳисобида)	21443	18345	19193	43545	26626	57340
Шу жумладан:						
Хорижликлар	943	838	1313	6412	2386	4006
Республика Ўзбекистан	20500	17507	17880	37133	24240	53334
(Меҳмонхона бандлиги коэффициенти % ҳисобида)	8,3	7,5	6,3	16,5	12	18,4

Самарқанд вилояти бўйича лицензияга эга бўлиб туристик фаолият олиб бораётган меҳмонхоналарнинг номер фонди

Кўрсаткичлар номи	2005 йил	2006 йил	2007 йил	2008 йил	2009 йил	2010 йил
Меҳмонхоналар сони	30	30	31	34	38	52
Номерлар сони	973	1007	1018	956	958	1330
Ўринлар сони	1833	1914	2050	1761	1846	2446
Тўлиқ сифимлилик имконияти	535236	558888	598600	514212	539032	714232
Жами	50909	46357	60668	66217	57799	89633
Шу жумладан:						
Хорижликлар	28793	23785	26787	36264	27181	60306
Ўзбекистон Республикаси	22116	22572	33881	29953	30618	29327
Жами тунаганлар сони	199977	103154	157791	128884	134402	175458
Шу жумладан:						
Хорижликлар	128285	50274	81876	85176	57853	124588
Ўзбекистон Республикаси	71 692	52 880	75 915	43 708	76 549	50 870
Ички ва ташқи туризмнинг ривожига учун имкониятлардан фойдаланиш самарадорлиги (Меҳмонхона бандлиги коэффициенти %ҳисобида)	38,1	18,5	26,4	25,1	24,9	24,6

"Ўзбектуризм" Миллий компанияси маълумотлари

Туристлик фаолият билан шуғулланувчи ташкилотлар

№	Даврлар бўйича	Туристлик фаолият билан шуғулланаётган ташкилотларнинг сони	Туристлик фаолият билан шуғулланиши тўхтатилган ташкилотларнинг сони	Туристлик фаолият билан шуғулланиш учун лицензияга эга бўлган ташкилотларнинг сони
1	31 декабр 2004 йил	342	9	333
2	31 декабр 2005 йил	81	4	410
3	31 декабр 2006 йил	66	11	465
4	31 декабр 2007 йил	118	16	567
5	31 декабр 2008 йил	75	18	624
6	31 декабр 2009 йил	133	20	737
7	31 декабр 2010 йил	91	111	717
8	31 декабр 2011 йил	124	13	828
	Жами	1030	203	

Туристтик фаолият билан шугуланувчи ташкилотлар
(туроператорлик ва турагентлик фаолияти буйича)

№	Даврлар буйича	Туристтик фаолият билан шугулланаётган ташкилотларнинг сони	Туристтик фаолият билан шугулланиши тўхтатилган ташкилотларнинг сони	Туристтик фаолият билан шугулланиш учун лицензияга эга бўлган ташкилотларнинг сони
1	31 декабр 2004 йил	226	7	219
2	31 декабр 2005 йил	42	3	258
3	31 декабр 2006 йил	51	10	299
4	31 декабр 2007 йил	84	15	368
5	31 декабр 2008 йил	54	17	405
6	31 декабр 2009 йил	90	14	481
7	31 декабр 2010 йил	52	82	451
8	31 декабр 2011 йил	69	10	510
	Жами	668	158	

14-илова

Туристтик фаолият билан шугуланувчи ташкилотларнинг жойлаштирув манбалари (меҳмонхона фаолияти буйича)

№	Даврлар буйича	Туристтик фаолият билан шугулланаётган ташкилотларнинг сони	Туристтик фаолият билан шугулланиши тўхтатилган ташкилотларнинг сони	Туристтик фаолият билан шугулланиш учун лицензияга эга бўлган ташкилотларнинг сони	Улардан			
					МЕҲМОНХОНА	АВТОКЕПМИНГ	ТУРБАЗА	ЮРТАЛАР
1	31 декабр 2004 йил	116	2	114	112	0	1	1
2	31 декабр 2005 йил	39	1	152	149	1	1	1
3	31 декабр 2006 йил	15	1	166	163	1	1	1
4	31 декабр 2007 йил	34	1	199	193	2	3	1

ИҚТИСОДИЁТНИ ЭРКИНЛАШТИРИШ ШАРОИТИДА ТУРИЗМ ХИЗМАТЛАРИ СОҲАСИ

5	31 декабр 2008 йил	21	1	219	213	2	3	1
6	31 декабр 2009 йил	43	6	256	246	2	4	4
7	31 декабр 2010 йил	39	29	266	255	3	4	4
8	31 декабр 2011 йил	55	3	318	306	3	4	5
	Жами	362	44					

15-илова

Туристлик фаолият билан шуғуланувчи ташкилотлар (худудлар бўйича)

№	Худудлар	Туристлик фаолият билан шуғулланаётган ташкилотлар- нинг сони	Туристлик фаолият билан шуғулланиш учун лицензияга эга бўлган ташки- лотларнинг сони	Туристлик фаолият билан шуғулланиш учун лицензи- яга эга бўлган ташкилотлар- нинг сони
1	Қорақалпоғистон Республикаси	11	4	7
2	Андижон вилояти	15	6	9
3	Бухоро вилояти	69	12	57
4	Жиззах вилояти	3	2	1
5	Қашқадарё вилояти	20	7	13
6	Навоий вилояти	12	4	8
7	Наманган вилояти	11	3	8
8	Самарқанд вилояти	147	81	66
9	Сурхондарё вилояти	14	2	12
10	Сирдарё вилояти	4	2	2
11	Тошкент вилояти	10	1	9
12	Фарғона вилояти	16	5	11
13	Хоразм вилояти	34	8	26
14	Тошкент шаҳри	462	373	89
	Жами Республика бўйича	828	510	318

2007-2010 йилларда Ўзбекистон Республикасида хизматлар кўрсатиш соҳасини ривожлантиришнинг янгиланган асосий параметрлари

№	Хизмат турлари	Хизматлар ҳажмининг ўсиш суръати				2010 й. 2006 й. нисбатан
		2007 й.	2008 й.	2009 й.	2010 й.	
1.	ЯИМдаги хизматлар ҳажмининг умумий қисми	42,5	44,7	47,0	49,0	-
2.	Хизматлар жами	117,4	118,0	118,9	121,8	2 марта
	Шунингдек асосий турлари бўйича:					
3.	Савдо-сотиқ ва умумий овқатланиш	116,2	117,8	119,0	121,5	2 марта
4.	Транспорт хизматлари	114,3	117,0	119,7	122,0	2 марта
5.	Автотранспорт хизмати	114,3	116,7	119,3	121,8	1,9 марта
6.	Алоқа ва ахборотлаштириш хизматлари (жумладан, ахборот – ресурс марказларининг)	120,7	125,2	130,0	130,0	2,5 марта
7.	Молия – банк хизмати (жумладан, микрокредитларни тақдим этиш)	117,2	120,5	123,5	126,5	2,2 марта
8.	Туристик-экскурсия хизматлари	119,3	121,3	123,4	127,5	2,4 марта
9.	Мехмонхона хизмати	120,0	122,5	125,3	130,0	2,4 марта
10.	Коммунал ва майиший хизматлар	115,8	118,7	122,0	125,0	2,1 марта
11.	Автомобилларни ва бошқа техникаларни таъмирлаш хизмати	117,0	119,0	121,0	124,0	2,1 марта
12.	Бошқа хизматлар (жумладан болаларни соғломлаштириш ва спорт муассасалари хизмати)	114,7	116,7	118,6	121,0	1,9 марта

2007 – 2010 йилларда Ўзбекистон Республикаси ҳудудларида хизматларнинг асосий турларини ривожлантиришнинг мақсадли параметрлари
(ўтган йилларга нисбатан, %)

N	Ҳудуднинг номи	Хизматлар ҳажмининг ўсиш суръати				2010 й. 2006 й. нисбатан
		2007 й.	2008 й.	2009 й.	2010 й.	
1.	Қорақалпоғистон Республикаси	118,2	118,5	118,7	119,0	2,0 марта
2.	Андижон вилояти	116,5	117,0	117,2	118,0	1,9 марта
3.	Бухоро вилояти	117,9	118,0	118,2	119,0	2,0 марта
4.	Жиззах вилояти	119,5	119,7	122,0	125,0	2,0 марта
5.	Қашқадарё вилояти	117,4	117,7	118,2	121,6	2,0 марта
6.	Навоий вилояти	120,5	120,6	121,2	125,0	2,2 марта
7.	Наманган вилояти	118,9	119,4	122,1	125,0	2,2 марта
8.	Самарқанд вилояти	116,9	117,0	117,2	120,2	1,9 марта
9.	Сурхондарё вилояти	120,0	122,0	122,1	124,0	2,2 марта
10.	Сирдарё вилояти	115,9	116,2	116,7	120,0	1,9 марта
11.	Тошкент вилояти	122,0	122,2	122,5	125,0	2,3 марта
12.	Фарғона вилояти	119,8	120,0	120,1	122,5	2,1 марта
13.	Хоразм вилояти	119,6	120,0	120,1	122,0	2,1 марта
14.	Тошкент шаҳри	113,4	114,5	116,2	121,0	1,8 марта
	Республика бўйича жами	117,4	118,0	118,9	121,8	2,0 марта

2007 – 2010 йилларда Ўзбекистон Республикасида транспорт хизматларини ривожлантиришнинг мақсадли параметрлари
(ўтган йилларга нисбатан, %)

N	Ҳудуднинг номи	Хизматлар ҳажмининг ўсиш суръати				2010 й. 2006 й. нисбатан
		2007 й.	2008 й.	2009 й.	2010 й.	
1.	Қорақалпоғистон Республикаси	114,0	114,0	115,5	116,0	1,7 марта
2.	Андижон вилояти	107,0	108,8	110,2	111,1	1,4 марта
3.	Бухоро вилояти	114,3	115,5	125,8	136,0	2,2 марта
4.	Жиззах вилояти	107,3	108,0	109,1	109,3	1,4 марта
5.	Қашқадарё вилояти	112,4	114,9	117,3	120,0	1,8 марта
6.	Навоий вилояти	118,2	121,0	124,0	125,4	2,2 марта
7.	Наманган вилояти	112,1	115,0	120,0	133,0	2,1 марта
8.	Самарқанд вилояти	114,0	116,0	118,0	120,0	1,9 марта
9.	Сурхондарё вилояти	120,5	141,0	143,0	145,0	3,5 марта

10.	Сирдарё вилояти	110,2	110,5	110,8	113,0	1,5 марта
11.	Тошкент вилояти	124,5	124,8	125,5	125,9	2,4 марта
12.	Фарғона вилояти	112,8	114,2	115,9	117,4	1,7 марта
13.	Хоразм вилояти	118,0	119,0	119,5	122,0	2,0 марта
14.	Тошкент шаҳри	105,0	105,7	106,5	107,0	1,3 марта
	Республика бўйича жами	114,3	116,9	119,3	121,8	1,9 марта

19-илова

2007 – 2010 йилларда Ўзбекистон Республикасида алоқа ва ахборот коммуникацияси хизматларини ривожлантиришнинг асосий мақсадлари
(ўтган йилларга нисбатан, %)

N	Худуднинг номи	Хизматлар ҳажмининг ўсиш суръати				2010 й. 2006 й. нисба- тан
		2007 й.	2008 й.	2009 й.	2010 й.	
1.	Қорақалпоғистон Республикаси	114,1	116,5	123,0	126,4	2,1 марта
2.	Андижон вилояти	117,0	120,0	127,5	128,9	2,3 марта
3.	Бухоро вилояти	131,5	132,0	137,0	140,0	3,3 марта
4.	Жиззах вилояти	114,1	116,0	125,0	128,0	2,1 марта
5.	Қашқадарё вилояти	117,0	120,0	130,0	130,0	2,4 марта
6.	Навий вилояти	123,0	124,0	130,0	131,0	2,6 марта
7.	Наманган вилояти	125,0	128,0	130,0	132,0	2,7 марта
8.	Самарқанд вилояти	118,0	127,6	130,0	131,0	2,6 марта
9.	Сурхондарё вилояти	121,0	125,0	128,0	130,0	2,5 марта
10.	Сирдарё вилояти	117,8	120,0	125,0	128,0	2,3 марта
11.	Тошкент вилояти	126,0	130,0	132,0	133,0	2,9 марта
12.	Фарғона вилояти	131,5	133,0	135,5	136,0	3,2 марта
13.	Хоразм вилояти	122,0	126,2	132,0	135,0	2,7 марта
14.	Тошкент шаҳри	120,0	125,0	129,7	128,5	2,5 марта
	Республика бўйича жами	120,7	125,2	130,0	130,0	2,5 марта

20-илова

2007 – 2010 йилларда Ўзбекистон Республикасида туристик – экскурсия хизматларини ривожлантиришнинг асосий мақсадлари
(ўтган йилларга нисбатан, %)

N	Худуднинг номи	Хизматлар ҳажмининг ўсиш суръати				2010 й. 2006 й. нисба- тан
		2007 й.	2008 й.	2009 й.	2010 й.	
1.	Қорақалпоғистон Республикаси	109,1	110,5	111,3	113,5	1,5 марта

ИҚТИСОДИЁТНИ ЭРКИНЛАШТИРИШ ШАРОИТИДА ТУРИЗМ ХИЗМАТЛАРИ СОҲАСИ

2.	Андижон вилояти	115,6	118,0	119,5	120,0	2,0 марта
3.	Бухоро вилояти	119,0	120,0	120,2	128,0	2,2 марта
4.	Жиззах вилояти	118,0	118,5	120,0	122,0	2,0 марта
5.	Қашқадарё вилояти	118,0	119,5	124,0	130,0	2,3 марта
6.	Навоний вилояти	122,0	123,5	124,0	125,0	2,3 марта
7.	Наманган вилояти	115,0	118,0	122,0	125,0	2,1 марта
8.	Самарқанд вилояти	118,0	122,0	125,0	129,0	2,3 марта
9.	Сурхондарё вилояти	116,0	116,5	118,0	120,0	1,9 марта
10.	Сирдарё вилояти	110,0	120,0	130,5	135,0	2,3 марта
11.	Тошкент вилояти	120,0	122,0	123,5	125,0	2,3 марта
12.	Фарғона вилояти	118,0	119,5	122,0	123,0	2,1 марта
13.	Хоразм вилояти	115,0	120,0	121,1	130,0	2,2 марта
14.	Тошкент шаҳри	121,0	122,0	123,5	128,0	2,3 марта
	Республика бўйича жами	119,3	121,3	123,4	127,5	2,3 марта

21-илова

2007 – 2010 йилларда Ўзбекистон Республикасида меҳмонхона хизматларини ривожлантиришнинг асосий мақсадлари (ўтган йилларга нисбатан, %)

N	Худуднинг номи-ниши	Хизматлар ҳажмининг ўсиш суръати				2010 й. 2006 й. нисбатан
		2007 й.	2008 й.	2009 й.	2010 й.	
1.	Қорақалпоғистон Республикаси	109,5	111,0	114,8	120,0	1,7 марта
2.	Андижон вилояти	116,2	119,5	122,0	125,0	2,1 марта
3.	Бухоро вилояти	119,2	120,1	124,2	130,0	2,3 марта
4.	Жиззах вилояти	118,2	118,5	120,5	122,0	2,0 марта
5.	Қашқадарё вилояти	118,0	119,8	124,0	130,0	2,3 марта
6.	Навоний вилояти	122,0	123,5	124,0	125,0	2,3 марта
7.	Наманган вилояти	115,5	118,5	122,2	125,0	2,1 марта
8.	Самарқанд вилояти	117,5	123,6	127,0	134,0	2,5 марта
9.	Сурхондарё вилояти	116,5	117,5	118,0	122,5	2,0 марта
10.	Сирдарё вилояти	111,0	120,0	128,0	135,0	2,3 марта
11.	Тошкент вилояти	120,0	122,0	123,5	125,0	2,3 марта
12.	Фарғона вилояти	118,5	120,0	122,0	126,0	2,2 марта
13.	Хоразм вилояти	116,0	120,2	121,5	130,0	2,2 марта
14.	Тошкент шаҳри	122,0	124,5	127,8	132,1	2,6 марта
	Республика бўйича жами	120,0	122,5	125,3	130,0	2,4 марта

M.T. Alieva. Economic aspects of tourism services management in the condition of economic liberalization (Summary)

In the condition of establishing and development of market relations in the Republic of Uzbekistan the development of the branches in the active international economic relations of the country, especially, of tourism services plays a great role. As the Republican analysis of the tourism modern development indicates, in spite of its geographical position, natural condition and climate, cultural and historical development Uzbekistan has its own place in the business of international tourism. It is very important to develop tourism and solve existing problems in this field during the restoring period. It has already known since old years that our nation love travelling and hosting and "The Great Silk Road" passes border our land. Thus our government great attention to the development and collaboration with the countries where tourism has been highly developed and harmonize their achievements with our national traditions as well. In monograph, improve the financial features in tourism service management, to work out the scientific and practical proposals and suggestions are highlighted.

They are following:

- has been assessed development features of social and economical tourism as institution;
- there has been worked out conclusions and proposals which influence on financial development of tourism centre;
- have been proved the types of tourism in separated regions where the features of local conditions have been considered;
- have been processed the proposals the activity and management of national to modern tourism;
- has been proved tourism activity management structure considering local condition liberalization economy;
- has been worked out the conception of tourism management development.

This is in the monograph in the liberalization economy conditions there has been expressed some idea and methodological basis of development in tourism service management, The Republic of Uzbekistan has been proposed analyze scientific materials in deepening economic reforms in developing efficiency in management tourism in issueing the programmes of branch tourism service.

Content

INTRODUCTION.....	3
Chapter 1. Theoretical and methodological foundation of the tourism sector management	7
1.1. The role of the tourism industry in national economy and peculiarities of its development	8
1.2. Assessment of the tourist industry development occasions of complex usage of the Republic's on the basis tourist resources capacity	24
1.3. The introduction of modern management systems in tourism branches of the Republic of Uzbekistan	37
Chapter 2. Economic analysis of tourist services management in the territories of the Republic of Uzbekistan.....	77
2.1. Territorial analysis in view of the national tourism management	78
2.2. Ways of increasing of tourism productivity in the territories of Uzbekistan	81
2.3. Government support for tourism services management territorial development in Uzbekistan	93
Chapter 3. Social-economic development problems in the management of tourist services in the historical cities of Uzbekistan.....	105
3.1. Analysis of the peculiarities of tourist regions development in the Republic.....	106
3.2. Modernization occasions of tourist centres in the cities of Samarkand, Bukhara and Tashkent in circumstance of globalization.....	125
3.3. Mathematical-economic model of economic-financial activity planning of tourist organizations.....	130
Chapter 4. Development paths of the management profitability in the system of tourist services	141
4.1. Methods for the evaluation of regional tourism product and activity based on the amongbalance.....	142
4.2. Ways of profitability in the tourism management increasing in the tourism management system in the cities of Tashkent, Samarkand and Bukhara.....	157
4.3. Methods of development profitability of tourism management branch services	172
CONCLUSION AND PROPOSALS.....	193
REFERENCES	204
APPENDIX	219
M.T. Alieva. Economic aspects of tourism services management in the condition of economic liberalization (Summary)	237

Мундарижа

КИРИШ.....	3
1-боб. Туристтик сектор бошқарувининг назарий-услубий асослари... 7	
1.1. Туризм секторининг миллий иқтисодиётда тутган ўрни ва ривожланишининг ўзига хос хусусиятлари	8
1.2. Республиканинг туристик ресурслари салоҳиятидан комплекс фойдаланиш асосида туристик индустриянинг ривожланиш ҳолатларини баҳолаш	24
1.3. Ўзбекистон Республикаси туристик тармоқларида замонавий бошқарув тизимининг жорий этилиши	37
2-боб. Республика ҳудудларида туристик хизматлар бошқарувининг иқтисодий таҳлили	77
2.1. Миллий туризм бошқарувини ҳудудий жиҳатдан таҳлил этиш	78
2.2. Ўзбекистон ҳудудларида туризм самарадорлигини ошириш йўллари	81
2.3. Ўзбекистонда туризм хизматлари бошқаруви ҳудудий ривожланишининг давлат томонидан қўллаб-қувватланиши	93
3-боб. Ўзбекистоннинг тарихий шаҳарларида туристик хизматлар бошқарувини ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш муаммолари	105
3.1. Республикада туристик ҳудудлар ривожланишининг ўзига хос жиҳатлари таҳлили	106
3.2. Глобаллашув шароитида Самарқанд, Бухоро ва Тошкент шаҳарларида туристик марказларни модернизациялаш ҳолати	125
3.3. Туристтик ташкилотлар молиявий-хўжалик фаолиятини режалаштиришнинг иқтисодий-математик модели	130
4-боб. Туристтик хизматлар тизимида бошқарув самарадорлигини ошириш йўллари	141
4.1. Тармоқлараро баланс асосида ҳудудий турмахсулот ва сайёҳлик фаолиятига баҳо бериш усуллари	142
4.2. Тошкент, Самарқанд ва Бухоро шаҳарлари туризмни бошқарув тизимида самарадорликни ошириш йўллари.....	157
4.3. Туризм хизматлари соҳасида бошқарув самарадорлигини такомиллаштириш услублари.....	172
ХУДОСА ВА ТАКЛИФЛАР.....	193
ФЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ.....	204
ИЛОВАЛАР	219
M.T. Alieva. Economic aspects of tourism services management in the condition of economic liberalization (Summary)	237

65.433

A 49

Алиева, Маҳбуба Тойчиевна

Иқтисодиётни эркинлаштириш шароитида туризм хизматлари соҳасини бошқаришнинг иқтисодий жиҳатлари / М.Т.Алиева; масъул муҳаррир С.С.Гулямов; ЎзР Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги, Тошкент давлат иқтисодиёт ун-ти. –Тошкент: Фан, 2013. –240 б.

ISBN 978-9943-19-216-4

УЎК 796.5(575.1)

КБК 65.433

Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги Тошкент давлат иқтисодиёт университети Илмий кенгаши томонидан нашрга тавсия этилган

Муҳаррир: *Н.Рамазонов*

Мусахҳиҳ: *М.Абидова*

Техник муҳаррир, саҳифаловчи: *Д.Абдуллаев*

Нашриёт лицензияси АІ №138, 27.04.2009 й.

Нашриёт рақами: з-31. Теришга берилди 20.09.2012.

Оригинал-макетдан босишга рухсат этилди 03.06.2013. Қоғоз бичими 60x84¹/₁₆.

Агло Рго гарнитураси. Офсет босма. Офсет қоғози.

Нашриёт-ҳисоб т. 12,0. Босма-шартли т. 13,95.

Тиражи 500 нусха. Келишилаган нарҳда.

ЎзР ФА “Фан” нашриёти. 100170, Тошкент, И.Мўминов кўчаси, 9-уй.
Тел./факс (8-371) 262-80-65, 262-70-40. E-mail: fannashriyot@yandex.com

ЎзР ФА “Фан” нашриёти матбаа бўлимида чоп этилди.
100170, Тошкент, И.Мўминов кўчаси, 9-уй. 20-буюртма.

“КО‘НИ-NUR” МЧЖ босмахонасида муқоваланди.
100097, Тошкент, Бунёдкор шохкўчаси, 44-уй.

