

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА Ўрта  
МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРАЛИГИ  
ТОШКЕНТ ДАВАЛАГ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ

Қўлёлма ҳуқуқида

УДК:(339.138+796.51(100)): (575.1)

**АБДУСАЛОМОВА НОДИРА  
МИРЗАУЛУКОВНА**

**Халқро туризмда маркетинг  
жараёнининг ривожланиши  
(Ўзбекистонда миваллий компанияси мислида)**

03.00.13. - «Маркетинг» ихтисослиги

Иқтисод фанлари номзоди номини даражасини  
олиш учун диссертация

**А Б Т О Р Е Ф Е Р А Т И**

Тошкент - 2004

339.13 (043.3)

A 15

Диссертация Тошкент Давлат Иқтисодиёт  
Университетида бажарилган.

**Илмий раҳбар:** иқтисод фанлари номзоди,  
доцент И.Иватов

**Расмий оппонентлар:** Иқтисод фанлари доктори,  
профессор Ж.Ж.Жалолов

Иқтисод фанлари номзоди  
М. Шагазатова

**Етакчи ташкилот:** Тошкент Шарҳигнослик институти

Диссертация илми ҳимояси 2004 йил  
«7» сентябр соғат 14<sup>00</sup> да Тошкент давлат иқтисодиёт  
университети ҳузурдаги иқтисод фанлари доктори илмий  
даражаси ҳимояси бўйича ихтисослашган Д. 067.06.01.  
Кенгаш мажлисида бўлиб ўтди.

**Манзилгоҳ:** 700063 Тошкент ш. Ўзбекистон шоҳ кўчаси, 49-уй.

Диссертация билан Тошкент Давлат Иқтисодиёт  
Университетининг кутубхонасида таништиш мумкин.

Аннотация 2004 йилнинг «6» август да гарқатилди.

Ихтисослашган Кенгаш  
илмий котибаси, иқтисод  
фанлари доктори, профессор

 М.С.Қосимова

## Ишнинг умумий тавсифи

**Мавзунинг долзарблиги.** Бозор иқтисодиёти шароитида ҳар бир хўжалик субъекти, ўзининг фаолият туридан қатъий назар, муваффақиятли иш юритиш, бозор талабини қондириш ва рақобат муносабатларида голиб чиқиш мақсадида маркетинг жараёнларидан унумли фойдаланишга ҳаракат қилади. Кейинги йилларда маркетинг жараёнларининг ривожланиши аҳолига хизмат кўрсатувчи соҳаларда, жумладан, халқаро туризм соҳасида ҳам кузатилмоқда. Халқаро туризмни жаҳон андозаларига жавоб бера оладиган даражада ривожлантириш, биринчи навбатда, маркетинг муаммоларини ўрганиш ва уларни ҳал қилиш масалалари билан боғлиқдир.

Ўзбекистон Республикаси ҳамдўстлик мамлакатлари орасида халқаро туризмни ривожлантириш борасида катта имкониятларга эга бўлган, юқори даражадаги рақобатга бардош бера оладиган ва бу соҳани мамлакат иқтисодиётида ҳал қилувчи тармоқлардан бирига айлантириш учун етарлича шарт-шароитларнинг мавжудлиги билан ажралиб туради. Аммо мавжуд имкониятлардан тўғри ва самарали фойдаланишда қийинчиликлар бўлиб, халқаро туризм йўналишида республикага ташриф буюрувчиларнинг талаб эҳтиёжларини қондириш талаб даражасида эмас. Бунинг асосий тўсиқларидан бири, ҳали бу соҳада маркетинг жараёнларининг ривожланиши ва у билан боғлиқ бўлган муаммолар чуқур ўрганилмаган ва шу туфайли халқаро туризм бозори яхши йўлга қўйилмаганлигидадир.

Халқаро туризмнинг ривожланиши жаҳон миқёсида дунёга танилиш учун имконият яратади ва мамлакат хазинасига валюта тушумини таъминлайди. Ўзбекистон республикаси Президенти И.Каримов Ўзбекистонда туризм соҳасини ривожлантиришга жуда катта аҳамият бериб, «2005 йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш Давлат дастури тўғрисида»(1999 йил, 15 апрель)ги фармони эълон қилди. Бу фармоннинг асосий мақсади миллатлараро алоқаларни кенгайтириш ва мустақамлашга қўмаклашиш ҳамда халқаро туризм бозорига узвий қўшилиш, Ўзбекистоннинг маданий-тарихий ва маънавий меросини жаҳон ҳамжамиятида тарғиб қилиш, шунингдек сайёҳларга хизмат кўрсатиш сифатини жаҳон андозалари даражасига етказишга қаратилгандир. Ўзбекистонда туристларга хизмат кўрсатишнинг Фарбдаги замонвий андозаларини ҳам, Шарқдаги меҳмондўстлик анъаналарини ҳам бирлаштирадиган туризмнинг миллий моделини шакллантириш, бозор муносабатларига ўтиш шароитида миллий иқтисодиётни мустақамлаш учун туризм бизнеси имкониятларидан тўлароқ фойдаланиш шу куннинг муҳим вазифаларидан биридир. Шунинг учун ҳам халқаро туризм бозорини ривожлантириш ва у билан боғлиқ бўлган муаммоларни ҳал қилишда маркетинг жараёнларидан кенг фойдаланиш ва шу орқали жаҳон мамлакатлари қатори ижтимоий-иқтисодий ривожланишда юқори даражага эришиш, Ўзбекистонни ҳам халқаро туризми ривожланган мамлакатлар қаторида кўриш, халқаро туризм салоҳиятини тўлиқ очиб бериш каби

ишлар шу куннинг долзарб муаммоларидан ҳисобланади. Бу муаммоларни ўрганиш, ҳал қилиш халқаро туризм соҳасида долзарб бўлиб, ушбу мавзунинг тадқиқот предмети сифатида танлашга сабаб бўлди.

**Муаммонинг ўрганилганлик даражаси.** Ўзбекистонда туризм маркетинги, жумладан, халқаро туризм маркетинги илмий изланишларда кам ўрганилган ва бу масалаларга кейинги йилларда эътибор берила бошлади. Халқаро туризм маркетинги муаммоларига турли мамлакатлар олимларидан Ансофф И., Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж., Браймер Р. ва ҳоказолар ўзларининг ишларини бағишлаганлар ва ҳиссаларини қўшганлар. Ҳамдўстлик мамлакатларида бу масалага 1992 йиллардан бошлаб, олимлар томонидан катта эътибор берила бошлади ва улардан Азар В.И., Александрова А.Ю., Балабанов И.Т., Барчукова Н.С., Борисов К.Г., Грабарь А.Г., Исмаев Д.К., Каз Ж, Кальник С., Кересилицэ Д.Т., Молчанова В.Ф., Новожилова И.М., Пузакова Е.П., Честникова В.А., Сапрунова В.А., Квартальнов А.Б. ва яна бошқа кўплаб иқтисодчи олимларнинг илмий изланишларини қайд қилишимиз мумкин. Бу муаллифларнинг ишларида туризм иқтисоди, уни ташкил қилиш, бошқариш каби муҳим йўналишлар назария ва амалиёт нуқтаи назаридан ўрганилган ва ёритилган.

Ўзбекистонда ҳам кейинги йилларда иқтисодчи-олимлар томонидан маркетингни ўрганишга бағишланган илмий ишларга катта эътибор берилмоқда. Маркетинг муаммолари ва уни тармоқлар бўйича ўрганишда иқтисодчи олимлардан Ж.Жалолов, Д.Аҳмедов, Д.Муҳитдинов, А.Солиев, М.Насритдинова, А.Бекмуродов, Р.Ибрагимов, П.Носиров, Ф.Комилова, М.Қосимова, А.Фаттахов, О.Аҳмедов, М.Юсупов, Ш.Эргашхўжаева, Ш.Абдуллаева ва бошқаларнинг ишини қайд қилишимиз мумкин. Шунингдек туризм ташкилий иқтисодий муаммоларининг маълум бир қисмлари Г.Назарова, Б.Ҳусанбоев, А.Саидов, Т.Тошмуратов, Э.Аҳмедов, Б.Салимова, И.Иватов, Ш.Шағазатова ва яна бошқа иқтисодчи-олимлар, амалиётчилар томонидан ўрганилган ва ўрганилмоқда. Аммо Ўзбекистон шароитида халқаро туризм бозори иқтисодиётнинг шаклланаётган янги йўналиши бўлганлиги учун ҳам, бу соҳада маркетинг жараёнлари ҳали чуқур ўрганилмаган. Халқаро туризмда маркетинг жараёнларининг етарли даражада ёритилмаганлиги ва бу соҳада илмий ишларнинг камлиги диссертация ишининг йўналишини ва танланган мавзунинг долзарблигини аниқлаб берди.

**Изланишнинг мақсади ва вазифалари.** Мазкур диссертация ишининг мақсади бозор иқтисодиёти муносабатларининг шаклланиши шароитида халқаро туризмда маркетинг жараёнларини амалда кенг қўллаш имкониятларини ўрганиб, Ўзбекистонда туризм бозорининг шаклланиши ва ривожланиши жараёнларини таҳлил қилиш натижасида, бу соҳанинг келажақдаги ривожланишини таъминлайдиган илмий-услубий ва амалий йўлланмаларни ишлаб чиқишдан иборатдир.

Кўйилган мақсадга мувофиқ диссертацияда қуйидаги вазифаларни ҳал қилиш белгиланди:

- мамлакат ижтимоий-иқтисодий ривожланишида халқаро туризмнинг аҳамияти ва ролини кўрсатиш;

- халқаро туризм соҳасида маркетинг жараёнлари ва унинг хусусиятларини ўрганиш;

- халқаро туризм маркетинги тамойилларини амал қилиши ва элементларини аниқлаб бериш;

- Ўзбекистонда туристик маҳсулотлар бозорини ўрганиш ва уларни сотиш имкониятларини кўрсатиб бериш;

- халқаро туризм маркетингида талаб ва таклиф муносабатларини ўрганиш, уларнинг бозор ҳолатига таъсирини таҳлил қилиш;

- халқаро туризм бозорида туризм инфратузилмалари ҳолатини кўрсатиш;

- халқаро туризмда банд бўлганлар меҳнати ва унинг моҳиятини ўрганиш;

- халқаро туризмда маркетинг жараёнларини фаоллаштириш йўллари кўрсатиш;

- халқаро туризм бозорида тадбиркорлик фаолиятини ривожлантириш имкониятларини кўрсатиб беришдан иборат.

**Илмий тадқиқот предмети** бозор иқтисодиёти муносабатлари шароитида халқаро туризмда маркетинг жараёнларини ўрганиш мақсадида амалга оширилган изланиш ва шундан келиб чиққан ҳолда ривожланиш ҳолати, келажакда амалга ошириладиган туристик маҳсулотлар бозори ривожланишини ҳисобга олган ҳолда илмий қарорлар қабул қилиш, туризм бозори конъюнктурасини, шунингдек, унинг иқтисодий, ташкилий муаммоларини мантиқий нуқтаи назардан ўрганиш ҳисобланади.

**Илмий тадқиқот объекти бўлиб**, Ўзбекистон Республикасининг «Ўзбектуризм» миллий компанияси, халқаро туризм агентликлари ва айрим туризм мажмуаларидир. Изланишлар республика шаҳарлари, айниқса Тошкент, Самарқанд, Бухоро, Хива шаҳарларининг халқаро туризм бўлимлари фаолияти мисолида ўрганилди.

**Диссертациянинг назарий ва услубий асоси** бўлиб, Ўзбекистон Республикаси Конституцияси, Ўзбекистон Республикасининг қонунлари, чунончи: «Туризм тўғрисида» «Мулкни давлат тасарруфидан чиқариш тўғрисида», «Мулкчилик тўғрисида», «Истеъмолчилар ҳуқуқини ҳимоя қилиш» тўғрисида ва бошқа қонунлар, Ўзбекистон Республикаси Президенти фармонлари, унинг асарларида баён қилинган бозор иқтисодиётига ўтишнинг асосий қонуниятлари, тамойиллари, стратегик йўналишлари, шунингдек Ўзбекистон Республикаси Вазирлар маҳкамасининг қарорлари, халқаро туризмин ривожлантириш билан боғлиқ бўлган қатор норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар, ўрганилаётган муаммолар бўйича республика, мустақил ҳамдўстлик мамлакатлари, хорижий мамлакатлар иқтисодчи-олимларининг ишлари ҳисобланади. Диссертацияда иқтисодий-математик усуллар, таҳлил қилиш ва

истикболни аниқлаш моделлари, тизимли таҳлил, иқтисодий таҳлилнинг ҳаммабоб усуллари, яъни эксперт-баҳолаш, таққослаш, сабаб-оқибат алоқалари чизмаси, график моделлар ва бошқалардан фойдаланилди. Изланишнинг ахборот ўзаги Республика «Ўзбектуризм» миллий компанияси ташкилотлари, корхоналарининг фаолият кўрсатиши, Ўзбекистон Республикаси макроиқтисод ва статистика вазирлигининг амалий маълумотларини ўрганиш, социологик кузатишлар ва уларнинг натижаларини таҳлил қилиш ҳисобланади.

**Диссертациянинг илмий янгилиги**- бозор иқтисодиётининг қарор топиши шароитида Ўзбекистонда халқаро туризм ривожланишининг назарий ва амалий асосларини кўрсатиб бериш;

- халқаро туризмда маркетинг жараёнини фаол қўллашда рекреацион ва бошқа ресурслардан кенг фойдаланиш ва уни амалда ҳаракатга келтириш механизмларини очиб бериш;

- туризм бозорида таҳлил қилинган конъюнктура ҳолатига кўра, Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантириш масаласининг бозор сифимини ҳисобга олган ҳолда таҳлил қилиш;

- халқаро туризм бозорининг мамлакат иқтисодиётида энг самарали бозор эканлигини илмий - амалий жиҳатдан очиб бериш;

- халқаро туризмда маркетинг жараёнининг ривожланиш стратегияси ва тактикасини аниқлаш;

- халқаро туризмда тадбиркорлик салоҳиятини мулк шаклининг кўринишидан қатъий назар компаниялар, фирмалар, турагентликлар ва ҳоказоларда фаол қўллаш ҳисобланади.

**Изланиш натижаларининг амалий аҳамияти** шундан иборатки, изланувчи томонидан амалга оширилган ва ишлаб чиқилган гоаялар, халқаро туризм маркетингининг назарий ва услубий муаммолари асосида туризм бозорларини таҳлил қилиш, унинг комплекс тизими услубини ишлаб чиқиш ва шу орқали уни истиқболли ривожланиш кўрсаткичларини аниқлаш имконини беради.

Туризм бозорининг табиати ва аҳамиятини тушуниш, унинг ривожланишини ижтимоий-иқтисодий жиҳатдан асослаб бериш учун хизмат қилади. Бу масалани ўрганиш доирасида, муаллиф туризм бозори имкониятларидан оқилона фойдаланиш мақсадида чора-тадбирлар тизимини ишлаб чиқди ва қатор амалий тақлифларни берди. Муаллифнинг тақлифлари ва фикрлари ёзма равишда “Ўзбектуризм” миллий компанияси ва бир неча вилоят туризм компанияларига берилган, бу ёзувлар маъқул деб топилди ва республикада туризм бозори ишини ташкил қилишда ҳисобга олинини таъкидланган.

Муаллиф томонидан бажарилган илмий изланишлар ва амалга оширилган ҳисоб-китоблар иқтисодиёт нуқтаи назаридан қаралганда туризм бозори самарадорлигини юқори сифатга кўтариш, унинг параметрларини ҳисоблаш ва уни режалаштириш учун имкон яратади.

**Изланиш натижаларининг апробацияси ва амалда қўлланилиши.** Изланиш натижалари қуйидаги конференция,

симпозиум, семинар ва ҳоказо тадбирларда маъруза қилинди ва муҳокамада бўлди: «Ўзбекистон Республикасида кичик ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш муаммолари» республика илмий-амалий конференцияси (Тошкент, 1996 й., май.); «Бозор иқтисодиётига ўтиш шароитида маркетинг» республика илмий-амалий конференцияси (Тошкент, 1997 й., май); «Халқаро маркетинг ва уни амада қўллаш» халқаро илмий-амалий анжумани (Тошкент, 1998 й., ноябрь); «Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш» республика илмий-амалий анжумани (Тошкент, 1999 й., май); «Бозор иқтисодиёти шароитида маркетинг изланиши ва уни халқаро миқёсда ўрганиш» халқаро илмий-амалий семинар (Тошкент, 1999 й., май); «Устойчивое развитие экономики на рубеже XXI века» международная научно-практическая конференция (Москва 25 марта, 2000 г.); «Менеджмент, предпринимательство и информатика в XXI веке» республиканская научная конференция (Ташкент, 15-17 февраля, 2001 й.); «Четырнадцатые международные плехановские чтения (Ташкент, 28 апреля, 2001г.); Развитие туристических услуг в условиях реформирования экономики Узбекистана. //Международная научно-практическая межвузовская конференция на тему: «Туризм как социально-духовное культурное и экономическое явление современности» (Донецк. 22-23 май, 2001г.).

Муаллиф «Ўзбектуризм» миллий компанияси, халқаро туризм агентликлариди маркетинг фаолиятини такомиллаштириш бўйича услубий йўлланмаларни ишлаб чиқишда иштирок этди ва бу йўлланмалар амалий қўлланма сифатида тақдим қилинди. Диссертация изланишининг айрим хулосалари туризм бозорларини 2000-2005 йилларгача бўлган ривожланиш комплекс дастурларида ўз аксини топди.

**Чоп этилган илмий ишлар.** Диссертация иши буйича 1 та рисола, 5 та мақола, 1 та илмий тўпламларда мақола, 8 та тезис матнлари чоп этилган бўлиб, уларнинг умумий ҳажми 5,0 б.т. дан кўпдир.

**Ишнинг ҳажми ва таркиби.** Қўйилган мақсад ва вазифалар изланишининг мантиқини аниқлаб берди ва бу диссертация таркибида ўз аксини топди. Диссертация таркиби кириш, учта боб, хулоса ва тақлифлар, фойдаланилган адабиётлар рўйхати ва иловалардан иборат.

**Ишнинг кириш қисмида** диссертация мавзусининг долзарблиги, бу мавзунинг ўрганилганлик даражаси, унинг мақсад ва вазифалари, диссертациянинг предмети ва объекти, унинг назарий ва услубий асослари, илмий ва амалий аҳамияти, ишнинг аппробацияси ва амалиётда татбиқ қилинганлиги, диссертациянинг ҳажми, унинг таркиби ҳақида маълумотлар берилган.

**Диссертациянинг биринчи боби «Бозор муносабатлари шаклланиши шароитида халқаро туризм, унинг маркетинги ва ривожланиш асослари»**га бағишланиб, бу ерда халқаро туризмнинг ижтимоий-иқтисодий моҳияти, хизмат кўрсатиш соҳасида маркетинг,

айниқса халқаро туризмда маркетинг мажмуаси, унда содир бўладиган жараёнларни ўрганиш ҳақида баён қилинади.

**Диссертациянинг иккинчи боби «Бозор иқтисодиёти муносабатлари шароитида халқаро туризм маркетинги жараёнлари ва улардаги ўзгаришлар»** масаласига бағишланиб, бунда халқаро туризмнинг Ўзбекистондаги ривожланиш шарт-шароитлари ва ҳолати, халқаро туризмда талаб ва таклиф, бозор конъюнктураси, халқаро туризмда нарх-навонинг шаклланиши, шунингдек, бу соҳада меҳнат ва уни ташкил қилиш каби муҳим жараёнлар ёритилган.

**Диссертациянинг учинчи боби «Халқаро туризмда маркетинг фаолиятини такомиллаштириш йўллари»**га бағишланган бўлиб, бу ерда асосий эътибор халқаро туризмда маркетинг изланишини ривожлантириш, халқаро туризм хизматларига эҳтиёжни аниқлаш, халқаро туризмнинг ривожланиш истиқболларини аниқлаш, Ўзбекистон шароитида халқаро туризмни ривожлантиришда маркетинг стратегиясидан фойдаланиш ва бу соҳада кичик ва ўрта бизнес тадбиркорлигини ривожлантириш масалаларига қаратилган.

Диссертациянинг якуний қисмида илмий тадқиқотлар натижасида ишлаб чиқилган хулосалар ва тавсиялар берилган.

### **Тадқиқотнинг асосий мазмуни**

Халқаро туризм кейинги 20 йил ичида жадал суръатлар билан ривожланаётган соҳа бўлиб, унинг салоҳияти ортиб бориши янги замонавий технологияларнинг юзага келиши туфайли инсонларда содир бўладиган бўш вақтнинг мавжудлиги билан белгиланади. Бўш вақтдан самарали фойдаланиш иқтисоди ривожланган мамлакатларнинг халқаро туризм йўналишида яхши йўлга қўйилган. Бу соҳани Ўзбекистон шароитида ҳам ривожлантириш, мавжуд бўлган рекреацион ресурслардан фойдаланиш ҳозирги ривожланиш жараёнида катта ижтимоий-иқтисодий вазифаларни ҳал этиш билан бирга, турли дин ва маданиятга эга бўлган инсонлар ўртасидаги тушуниш ва ишонч доирасини янада кенгайтириш, турли мамлакатлар аҳолиси ўртасида тинчликни сақлаш ва ҳар томонлама алоқалар ривожланишида муҳим воситачилик вазифасини ҳам бажариши мумкин.

Бозор муносабатларини ривожланиши шароитида халқаро туризм иқтисодийнинг жуда катта соҳаларидан бири ҳисобланиб, у давлатлар ўртасидаги сиёсий, иқтисодий ва маданий алоқаларга сезиларли даражада таъсир кўрсата бошлади. Бу соҳа ривожланишида давлат сиёсати, реклама, умумиқтисодий шароитлар, валюта курси, рақобатдошлар сони, дам олиш жойларининг аҳамияти ва хавфсизлиги каби масалалар жуда ҳам муҳимдир.

Илмий ишда бозор муносабатлари Ўзбекистонда ҳам шаклланиб, қарор топиб бориши шароитида халқаро туризм, унинг муаммоларига эътиборни қаратиш объектив зарурият эканлиги қайд қилиниб, республикада бу соҳани ривожлантириш учун етарли шарт-шароит ва ресурслар мавжуд деб таъкидланади.



Ўзбекистоннинг халқаро туризмдаги тутган ўрни ва мавқеи, 1997 йили Бутунжаҳон туризм ташкилоти томонидан тан олиниши, Франция, Италия каби давлатлар билан бир қаторда, бу оёрули халқаро ташкилотнинг аъзоси бўлиши билан характерланади. Ҳозирги пайтда бу ташкилотга аъзо бўлган мамлакатлар сони 140 тадан ошиб кетди. Чет эллик экспертларнинг фикрича, Ўзбекистоннинг "катта туризм"га кириши, албатта Буюк ипак йўлининг тикланиши борасида амалга ошириладиган ишлар ва биринчи навбатда республикада мавжуд бўлган ижтимоий барқарорлик натижасида содир бўлмоқда.

Ҳозирги кунда ҳар бир компания, корхона, фирма ва бошқаларнинг олдида турган асосий вазифалардан бири потенциал харидорни аниқлаш, уни шакллантириш ва бу вазифани ҳал этишда мунтазам ва самарали маркетинг изланишларини ташкил этиш, уюштириш ва уларнинг равнақини белгилашда унинг натижаларига таянишдан иборатдир.

Маркетинг назарияси ва амалиётининг равнақи бевосита маркетинг изланишлари ва тадқиқотлари йўналишларига боғлиқ бўлиб, сотувчи ва харидор, умуман жамият миқёсида манфаатлар муштараклигини таъминлаш заруратини юзага келтиради.

Изланувчининг фикрича, ҳозирги замонвий маркетинг тушунчасига кўпроқ, истеъмолчиларнинг эҳтиёж ва талабларини қондириш имкониятлари ва воситалари тўғрисидаги билимлар мажмуи деб қараш мақсадга мувофиқдир. Шунинг учун, муаллиф маркетингни кенг маънода рақобатли бозор шароитида фирманинг стратегия ва тактикасини аниқловчи замонвий бизнес фалсафаси ва у юқори даражада фойда олиш мақсадида фақат истемолчига қаратилган мақсадли ишлаб чиқариш ва сотиш фаолияти деб ҳисоблайди.

Маркетинг халқаро йўналишда ҳам жуда зарур бўлган жараён бўлиб, туризм соҳасида туристик маҳсулотларни айирбошлаш, истеъмолчиларга етказиш, ва сотувчилар билан истеъмолчилар манфаатларини қондиришда кенг қўлланилади. Халқаро туризмда маркетинг жараёнларини чуқур ўрганиш, билиш, Ўзбекистон иқтисодиёти учун келажакда жуда ҳам катта иқтисодий имконият ҳисобланади.

Халқаро туризм маркетинги деганда туристик хизматлар кўрсатиш учун жалб қилинадиган барча восита ва усуллар йигиндиси тушунилади. Туристик маркетингнинг асосий функциялари:

1. Туризмда иштирок этиш истаги бор ҳақиқий шахслар билан алоқани ўрнатиш;
2. туризм соҳасини ривожлантириш (лойиҳалаштириш, қурилиш ва ҳоказолар);
3. туристик хизматларга бўлган талаб-эҳтиёжни қондириш.

Халқаро туризмда маркетинг жараёнларини содир бўлишини таъмин этиш учун қуйидагиларга этиборни қаратиш лозимлиги диссертацияда кўрсатиб ўтилади. Булар:

- туризмда бир-бирини тўлдирадиган рақобат маҳсулотларининг ҳаддан-ташқари кўплиги, яъни бир томондан рекреацион турдаги тур маҳсулотни бошқа фаолият турлари билан алмаштириш мумкинлиги, иккинчи томондан турмаҳсулотнинг элементлари ўртасидаги ўзгаришларнинг содир бўлиши;

- оилавий бюджетда даромадларнинг камайиши ёки туристик товарлар ва хизматларга нарх-навонинг кўтарилиши натижасида туризмга бўлган талабни камайиши;

- туризмдаги талабга кўлаб ноиқтисодий омилларнинг таъсири, масалан, модалар, субъектив баҳолаш, шахсий қарашлар, туристик сафарлар йўналишини танлашдаги яхши кайфиятларнинг мавжудлиги;

- талабни замонда умумлашган ҳолда амалга ошириш қисқа мuddатли туристик мавсумларда, маконда эса маълум бир марказларда, туристик районларда содир бўлиши назарда тутилади.

Изланувчи халқаро туризм маркетинги мажмуаси ҳақида тўхталиб, ўзининг фикр-мулоҳазасини баён қилади. Иқтисодчи-олимлар томонидан билдирилган фикрларга қўшилган ҳолда, муаллиф шуни таъкидлайдики, Ўзбекистон шароитида халқаро туризм маркетинги ва унинг намоён бўлиш жараёнлари кейинги йилларда қуйидаги энг муҳим ижтимоий-иқтисодий муаммоларни ҳал этишга қаратилган. Булар: биринчидан, туристик экскурсия хизматлари кўрсатишнинг илмий асосланган оқилона меъёрига эришиш, унинг нуфузли йўналишларини аниқлаш; иккинчидан, туризм соҳасининг инфратузилмасини кенгайтириш ва ривожлантириш, шу орқали ундаги хизматларни халқаро стандартлар даражасига кўтаришдан иборат. Халқаро туризм маркетинги турмаҳсулотларни ишлаб чиқариш, истеъмол қилиш жараёнларида намоён бўлади ва улар қуйидагилардан иборат:

Биринчидан, турмаҳсулотни ишлаб чиқариш, унинг товарлари ва хизматларига талаб-эҳтиёж ҳолати қай даражада, кимлар томонидан қондирилатганлиги, туризм бозорига кириб олиш ва у ерда ўзининг ўрнига, обрўйига эга бўлиш жуда мураккаб бўлиб, бунинг учун маркетинг изланишининг юқори савияда олиб борилиши;

Иккинчидан, турмаҳсулотнинг моҳияти, тури, унинг алоҳида олинган элементлари нималардан иборатлиги;

Учинчидан, турмаҳсулотларни ўтказиш, соғиш каналлари энг муҳим жараёнлардан ҳисобланиб, туризмдаги барча фаолият, ҳаракат, бу ерда иштирок этувчиларнинг талабини тўла-тўқис қондиришдир;

Тўртинчидан, туризм инсонларнинг физиологик, табиий эҳтиёжи ҳисобланмайди, у интеллектуал ва ижтимоий эҳтиёжлар турига киради. Инсонлар ўзларининг бўш вақтларини бошқа мақсадлар учун ҳам сарфлаши мумкин. Қандай турдаги фаолият билан шуғулланиш ҳар бир шахснинг ўз ихтиёридадир. Бу одатда иқтисодий характердаги йўналиш билан боғлиқ бўлиб, оила бюджети орқали бевосита тартибга солиб турилади.

Туризмдаги бу хусусиятларни билиш, ўрганиш, турли хил назарий ғоялар туризм бозорининг моҳиятини нотўғри талқин

қилгани учун ҳам керак. Муаллифнинг фикрича, туризм бозори эркин ҳолатда мавжуд бўлган табиат бойликларини ўзлаштириб, уни бошқа моддий ва номоддий шаклдаги бойликлар билан бирлаштирган ҳолда инсонларнинг моддий ва маънавий эҳтиёжларини қондиришдир.

Ўзбекистонда туризмнинг ривожланиши жамиятнинг янгиланиш даврига тўғри келиб, у аста-секинлик билан содир бўлаётган ўзгаришлар жараёнини ҳисобга олган ҳолда туристик хизматлар ҳажмининг ортиб бориши билан ажралиб туради.

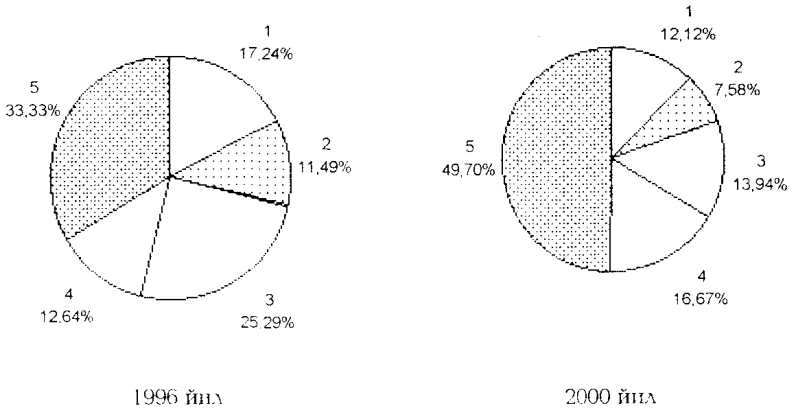
Диссертацияда қайд қилинганидек, бозор иқтисодиёти қарор топаётган даврнинг бошларида туристлар сони камайиш йўналишига эга бўлса, 1995 йилдан бошлаб, улар сонининг кўпайиб бориши кузатишмоқда.

Агар 1994 йили Ўзбекистонга ташриф буюрган туристлар сони 435 минг одамни, шу жумладан узоқ хориж мамлакатларидан 46 минг одамни ташкил этган бўлса, 1995 йилда бевосита 490 минг ва 85 минг одамни ташкил этиб, аста-секинлик билан ўсиш суръати сезила бошлади ва 2000 йилда уларнинг сони бевосита 810 минг ва 330 минг одамга етди.

Бундай ҳолат албатта Ўзбекистонда мавжуд бўлган ижтимоий-иқтисодий ривожланишнинг барқарорлиги, бу эса бозор иқтисодиётига ўтиш шароитида ўзининг йўлини тўғри танлаганидан далолат беради.

Халқаро туризмда маркетинг жараёнларини ўрганиш, унинг ҳолатини билишда Ўзбекистонга ташриф буюрган ҳар бир туристни имкони борича ортиқча кун туришга эриштириш муҳимдир. Бунинг сабаби шундаки, Ўзбекистонда меҳмон бўлиб турган туристга хизмат кўрсатишда туристик компаниялар, турагентликлар томонидан ортиқча сарф-харажатлар қилишга йўл қўйилмайди ва мавжуд туризм инфратузилмалардан самарали фойдаланишга эришилади. Албатта бу ерда сарфланадиган харажат халқаро туризм иштирокчисининг қайси сегментидан эканлигига кўпроқ боғлиқ. Кузатишлар натижасида шу нарса маълум бўлдики, Ўзбекистонга ташриф буюрган туристлардан иш юзасидан, бизнес бўйича, дам олиш, кўриш, билиш мақсадида келганларининг бир-икки кун бу ерда ортиқча қолиши, албатта янги туристларни жалб қилишдан кўра кўпроқ самара берад экан. Шунинг учун ҳам туристлар билан ишлаш, улар учун юқори даражадаги яхши сервисларни бунёд қилиш маркетинг изланишларидаги энг асосий йўллардан биридир.

Шуни таъкидлаш керакки, Ўзбекистон ҳудудига ташриф буюрувчи туристларнинг сегментлари таркибида кейинги йилларда ўзгаришлар содир бўлиб, қариндош уруғларини кўриш, меҳмон бўлиш, диний мақсадларда келиш тез суръатлар билан ўсиб бормоқда. Бу ҳақда 1-диаграммадан кўрса бўлади.



1. Таътил даврида келувчилар
2. Халқаро тадбиркорлар
3. Конференция, семинар, симпозиум қатнашчилари
4. Савдо-сотиқ ва тижорат иши билан келувчилар
5. Қариндош-уруғларини кўриш ва диний мақсадларда келувчилар

**1-диаграмма. 1996 ва 2000 йилларда хорижий туристларнинг сегментлари бўйича Ўзбекистонга ташрифи<sup>1</sup>**

1-диаграммадан кўриниб турибдики, Ўзбекистонга ташриф буюрувчиларнинг сони кейинги йилларда кўпайиб бориш йўналишига эга бўлиб, қариндош-уруғларини кўриш, диний зиёратгоҳ жойларда бўлиш учун келиш барча туристларнинг 50 %га яқинини ташкил этар экан. Кейинги ўринда савдо-сотиқ жараёнларида иштирок этиш мақсадида келувчи туристлар бўлиб, уларнинг сони 2000 йилда 55 минг кишига етди. Ўзбекистоннинг халқаро миқёсдаги ўрнини ортиб бориши натижасида бу ерда ўтказиладиган анжуман, конференция ва бошқа йирик халқаро йиғилишлар ҳам туристлар сонининг кўпайишига ва 1996 йилдаги 44,0 минг кишидан 2000 йилда 46,0 минг кишига етди.

1996-2000 йилларда Ўзбекистонга ташриф буюрган туристларнинг шаҳарларда бўлишига назар соладиган бўлсак, фақат 2000 йилнинг ўзида Ташкентда бўлган туристларнинг 63 фоизи Самарқандда, 32 фоизи Бухорода ва 22 фоизи Хивада бўлган. Бу эса албатта хорижий туристнинг Ўзбекистон шаҳарларида кўпроқ бўлиш имконини чегаралайди. Ҳозирги шиддатли оқим шароитида халқаро туризм соҳаси олдига қўйилган асосий мақсад ташриф буюрган турист имкони борича бу ерда кўпроқ бўлишини таъминлашдир ва бунинг учун юқори даражадаги сервисни ташкил қилиш ҳал қилувчи

<sup>1</sup> Маълум: «Ўзбектуризм» миллий компанияси ва халқаро экспертларнинг маълумотлари асосида ҳисоб китоб қилинган.

аҳамиятга эгадир. Туристларнинг 22 фоизи 4 та шаҳарда бўлган. Агар ҳамма туристлар ҳам шу шаҳарларда бўлганларида эди, валюта тушуми кўпайган бўлар эди.

Туристларнинг Ўзбекистонга қайта ташриф буюриши 2000 йилда 7 фоизни ташкил этди. Бу жуда паст кўрсаткич бўлиб, туристлар кўрсатилётган сервисдан яхши қониқиш ололмаганликлари учун яна бу ерга келишни хоҳламаётганликлари маълум бўлди.

Самарқанд шаҳрида 1999 йилда хорижий туристлар билан ўтказилган сўровлар натижасида шу нарса маълум бўлдики, уларнинг 10 фоизини бу ерга келишидан мақсади фақат билиш учун эмас, балки диннинг моҳиятини тушуниш мақсадида эканлигини қайд қилганлар. Шу йили хорижий туристлардан 28 минг киши диний сабабларга кўра, Самарқандга келганлар ва улар азиз-авлиё ва қадамжо жойларда бўлиш истагини билдирганлар. Ташриф буюрганлардан 34 фоизи Самарқанд шаҳри билан танишибгина қолмасдан, балки диний объектлар, хиҳона, қабрлар, мадрасаларни зиёрат қилганлар, шу жумладан диний удумлар мавзуга бағишланган тадбирларда ҳам иштирок қилганлар.

Диний соҳа давлатнинг мафкураси ҳисобланган. Бирлашган Араб Амирликлари, Баҳрайн, Малайзия, Туркия, Эрон, Покистон каби мамлакатлардан кейинги йилларда ҳар йили Ўзбекистонга 60,0 мингдан зиёд турист ташриф буюриб, улар албатта, Самарқанд ва Бухорода бўлишмоқда. Уларнинг учдан икки қисми албатта диний йўналишдаги туризмда иштирок қилишмоқда. Мачитлар ва мадрасалар, черковлар ва соборлар, музейлар ва диний марказлар туристик объектлар ҳисобланади ва буларга талаб ҳар доим ортиб бормоқда.

Ҳозирги пайтда Ўзбекистонда туристларга хизмат кўрсатадиган меҳмонхона, турбаза, кемпинглар сони 50 дан ошиб кетди ва улардаги ўринлар сони 13 миллиондан кўпдир. Булардан ташқари ҳар шаҳарда, ҳатто йирик туман марказларида турли мулк шаклига эга бўлган меҳмонхоналар ҳам мавжуд бўлиб, улар асосан Ўзбекистон фуқоролари учун хизмат кўрсатади. Меҳмонхона хўжалигидан фойдаланиш самарадорлиги мавжуд хоналар фондининг қай даражада фойдаланилиши билан боғлиқдир. Бу кўрсаткич тармоқ бўйича 1992 йилда 58%, 1995 йилда 35%, 1997 йилда 48%, 1998 йилда 49%, 1999 йилда 47 % ва 2000 йилда 48 % ни ташкил қилган.

Ўзбекистондаги кўплаб туристик меҳмонхоналар, турбазалар ва комплекслар 25-30 йил аввал қурилган бўлиб, уларда замонавий хизмат кўрсатиш етарли даражада эмас ва шароит йўқ. Автотранспортларнинг 50% дан ортиғи 8-10 йилдан кўпроқ хизмат қилиши натижасида туристлар учун ҳар доим ҳам етарли сервис ярата олмаяпти.

2000 йилнинг охиридаги маълумотга кўра, мавжуд хоналар фондларининг 24 фоизи халқаро андозалар сервиси талабига жавоб бера олар эди. Булар "Интерконтинентал", "Ля-Меридиан",

“Афросиёб”, “Шодлик” ва қисман “Ўзбекистон”, «Саёҳат» меҳмонхоналаридаги хоналардир.

Диссертацияда шу нарса қайд қилинадики, Ўзбекистон меҳмонхоналарида туристларни қабул қилиш ва хизмат кўрсатиш жараёнида қатор камчиликлар мавжуд бўлиб, ҳали сифат жиҳатдан халқаро талабларга жавоб берадиган ишларни кўпроқ амалга ошириш зарур. Меҳмонхона ходимлари томонидан меҳмондўстлик қоидаларига амал қилмаслик, туристнинг талаб ва эҳтиёжларига беварқадик, айрим ҳолларда кўполлик, таъмагирлик иллатлари юқори даражадаги сервисга салбий таъсир кўрсатмоқда. Шунингдек, меҳмонхоналардаги жиҳозлар ҳозирги замон талабларига жавоб бермаслиги туфайли хоналарни жиҳозлаш, безаш, дид билан туристга шарт-шароит яратиб бериш имкониятлари чекланган. Буларнинг ҳаммаси Ўзбекистонга ташриф буюрадиган туристларни қайта келишига тўсқинлик қиладиган ҳолатлардир. Айнан мана шундай муносабат туфайли Ўзбекистонга ташриф буюрувчи туристларнинг сони камайиб бориш ҳолари сезилмоқда.

Ҳозирги пайтда туризм иҳтиёрида бўлган меҳмонхоналарнинг фойдалилик коэффициенти 0,80-0,85 қилиб белгиланган. Лекин амалда ҳар доим бундай кўрсаткичга эришиб бўлмайди. У Самарқанд, Бухоро шаронтида 0,50ни ташкил этади. Айниқса қиш пайтларида бу кўрсаткич 0,20-0,25 га ҳам тушиб қолади. Чунки бу даврда хорижлик туристларнинг келиши кескин камаяди. Мана шундай мавсум даврларида меҳмонхона маъмурияти ўзимизнинг меҳмонларимиз учун арзонлаштиришган нархда хизмат кўрсатса, бундан ҳам манфаат кўрилган бўлар эди. Бу ерда энг содда ҳисоб-китобларга кўра ҳам меҳмонлардан олинган пул ходимлар иш ҳақини ошириш ва айланма воситалар харажатини қоплаш имконини яратар эди.

Бозор иқтисодиёти шароитида мураккаб иқтисодий категориялардан бири нарх-наводир ва у иқтисодий ислоҳотларнинг чуқурлашиши, кенгайиши ва хўжалик фаолияти кўрсаткичларининг ўзгариб бориши туфайли халқ хўжалигини барча тармоқлари, жумладан, халқаро туризм бозорини бошқаришда катта аҳамият касб этиб, ижтимоий-иқтисодий ривожланишни жадаллаштиради, барча ресурсларни ҳаракатта келтиради.

Илмий ишда нарх-навонинг ортиб бориши билан халқаро туризмда иштирок этиши мумкин бўлган харидор бошқа неъматларга бўлган муносабатини билдиради ва шу орқали Ўзбекистонга ташриф буюриши мумкин бўлган туристлар сонини камайишига сабаб бўлиши мумкинлиги қайд қилинган, агар нарх-наво камайса, у ҳолда тескари қонуният амал қилади.

Халқаро туризмда шаклландиган нарх-наво бозор иқтисодиёти шароитидаги бозорлар, уларнинг турлари ва талабларига жавоб берган ҳолда амалга оширилиб, монополияли ва олигополияли тоифадаги бозорлардаги нарх кўйиш усуллари амал қилади.

Диссертацияда халқаро туризмда маркетинг фаолиятини олиб бориш, биринчи навбатда бу соҳада меҳнат қилаётган ходимга боғлиқлиги қайд қилинади. Шунинг таъкидлаш жоизки, маркетингни

ўрганиш, уни ҳаётга тадбиқ қилиш фақат маркетинг бўлимининг вазифаси бўлиб қолмасдан, балки туризмда меҳнат қилаётган кичик ходимдан энг юқори лавозимдаги раҳбарга ҳам бевосита боғлиқ. Шунинг учун халқаро туризмда банд бўлганлар фаолиятининг назарий ва амалий томонларини ўрганиш, маркетинг фаолиятида ҳал қилувчи аҳамиятга эгадир.

Олиб борилган социологик кузатишлар таҳлили шуни кўрсатдики, туризм ходимлари тармоқдаги аҳволни, унинг сифатини реал баҳолаш, шу билан бирга, улар ўзларидаги имкониятлардан ҳали тўлиқ фойдаланмаётганларини ҳам қайд қилишган. Тармоқ ходимларининг 57 фоизи жамоада ўзаро муносабатлар яхши, самимий, деб ҳисоблайдилар. Бироқ респондентлардан 14 фоизи бизда ҳар ким ўзи ҳақида ўйлайди, 13 фоизи муносабатларда "носамимийлик" ва кескинлик мавжуд, ҳамма бир-бирига бефарқ муносабатда бўлишади", деган фикрни билдирдилар.

Шуниси муҳимки, ходимлар мавжуд қийинчиликларнигина кўрсатиб қолмасдан, балки янги таклифлар ҳам киритишади. Масалан, туристларнинг овқатланиши учун тармоқ ҳисобида бўлмаган овқатланиш нуқталари билан шартномалар тузишни таклиф қиладилар. Бу бир томондан туристлар учун қулайлик яратса, иккинчи томондан рақобатни кучайтирган бўлар эди.

Бир қанча таклифлар туристик хўжаликларга мустақиллик бериш, ўзининг туристик меҳмонхоналарини қуриш, шинам автобуслар сотиб олиш, шунингдек туризм тармоғининг бир қисмини хусусий мулк қилиб беришга тегишлидир. Бу таклифларни айтган респондентларнинг кўпчилиги 20-24 ёшда. Уларнинг фикрича, паст рентабелли хўжаликлар хусусий мулк қилиб берилса, "кишилар чинакамига ўз ишининг устаси" бўлиб, туристларга хизмат кўрсатади. Лекин бунинг учун барча ходимлар сабр-тоқатли, шунингдек маданий хизмат кўрсатишни ўрганиб олишлари зарур.

Диссертацияда халқаро туризмда ишлайдиган кадрларни тайёрлашдаги хорижий мамлакатлар тажрибаси ҳақида фикр билдирилади. Чунончи, Франциянинг турли университетларида туризм соҳаси учун кадрлар тайёрлайдиган 20 га яқин факультетлар бор. Австралияда ҳам шунга яқин, Туркияда 18 та факультет фаолият кўрсатиб келмоқда. Бу шундан далолат берадики, бу мамлакатларда туризм учун кадрлар тайёрлаш энг муҳим вазифалардан бири ҳисобланади.

Ўзбекистон шароитида туризм йўналиши бўйича кадрлар тайёрлаш масаласи ҳам шу куннинг муҳим вазифаларидан биридир. Сифатли сервис, меҳмонларни ҳар томонлама талаб эҳтиёжини қондириш, улар учун зарур бўлган барча шароитларни муҳайё қилиш айнан шу ходимлар савиясига боғлиқдир.

Халқаро туризмда маркетинг жараёнини амалда кенг қўллаш мақсадида қуйидаги ишларни йўлга қўйиш муҳимдир.

1. Халқаро туризмда маркетинг фолиятдан кенг фойдаланиш ва халқаро бозорларни эгаллаш учун интилиш.

2. Ўзбекистоннинг туризм имкониятини бевосита чет элларнинг ўзида ахборот агентликлари орқали тарқатиш ва оммалаштириш учун ҳаракат қилиш.

3. Туризм соҳасида ишлайдиган мутахассисларни тайёрлаш, ўқитиш, улар учун барча имкониятларни яратиш, туристларга сифатли хизмат кўрсатишни йўлга қўйиш.

4. Халқаро туризм ярмаркаларида сурункали тарзда иштирок этиш.

5. Ўзбекистоннинг халқаро туризм бозорида амалга ошириш учун керакли бўлган фаолият турлари ва сифати бўйича буклетлар, проспектлар ва ҳоказоларни тарқатиш.

6. Халқаро туризмда биргаликда фаолият юрита оладиган қўшма корхоналар, компаниялар ва ҳоказоларни тузиш ва улар фаолиятини кенг йўлга қўйиш.

7. Кичик ва ўрта шаклга эга бўлган турли туристик комплексларда рақобат муносабатларини кучайтириш ва бошқа тадбирларни амалга ошириш зарурдир.

Халқаро туризм бозорини ривожлантиришда меҳмонхона комплекслари билан биргаликда, меҳмонхона ҳисобланмаган, аммо унинг функциясини бажарадиган объектлардан ҳам кенг фойдаланиш мақсадга мувофиқдир. Туристларни жойлаштиришда, одатда бундай объектлар жуда қулай ва содда бўлиб, уларнинг самарадорлиги юқоридир. Кемпинглар, шахсий хонадонлар, дам олиш уйлари, ёшлар уйи, туристик масканлар, оилавий клублар ва ҳоказолар сайёҳлар учун жуда қулай бўлган масканлардир. Туризмда буларнинг ичида кенг тарқалгани ва арзони кемпинглардир. Лекин Ўзбекистон шароитида кемпингларнинг ривожланиши учун имкониятлар шарт-шароитлар мавжуд бўлса-да, аммо уларни қуриш, фойдаланиш ишига етарли аҳамият берилмаяпти. Илмий ишда таъкидланганидек, бундай масканларни фақат халқаро туристлар учун эмас, балки одатда одамлар гавжум бўлган, туристлар ҳам тез-тез ташриф буюриб турадиган жойларда қурилиши ва фойдаланиши мақсадга мувофиқдир. Фарғона водийсининг "Шоҳимардон" деган қадамжолари шулар жумласига киради. Ёз ойларида бу ерга кўплаб дам олувчи, саргузашт истовчи, табиат манзараси - тоғ, дарё, кўллар ва ҳоказолардан завқланиш мақсадида туристлар ташриф буюришади. Аммо бу ерда замонавий арзон кемпингларнинг йўқлиги хориждан ташриф буюрадиганлар учун йўл берк эканлигидан далолат беради. Ваҳоланки, бу ерда ҳар йили ва ҳатто қиш ойларида ҳам валюта ишлаш имконияти мавжуд бўлиб, бу масалага чуқур ёндашмаслик, бу соҳадаги тадбиркорлик масалаларига бепарволик натижасида катта имкониятлар бой берилмоқда. Шунинг учун ҳам диссертацияда жойлардан унумли фойдаланиш мақсадида меҳмонхоналардаги нархларни қайта кўриб чиқиш, уни жаҳон андозаларидан ўрнак олган ҳолда ташкил қилиш лозимлиги ҳақида баён қилинади.

Бундан ташқари, Ўзбекистоннинг туризмга жалб қиладиган шаҳарларида кичик меҳмонхоналарни, ҳатто 1 та оила ёки 2-3 киши учун мўлжалланган бинолардан фойдаланиш ҳам мақсадга



мувофиқдир. Олиб борилган социологик кузатишлардан маълум бўлдики, аксарият туристлар Ўзбекистонга яна келиш истагингиз борми? деган саволга "Мен албатта яна келаман, бу ернинг одамларидаги меҳмондўстлик, самимият, одамларга диққат-эътибор мени лол қолдирди", деб жавоб берилган. Яна қўшимча қилиб, Ўзбекистонда ҳам кўрадиган, биладиган, таҳсинлар айтадиган жойлар кўп экан деб фикр билдиришган. Шу билан бир вақтда сервис талаб даражасида эмаслиги қайд қилинган. Бу шу нарсада намён бўладики, халқаро туризм йўналишидаги шаҳарларнинг катта меҳмонхоналаридаги айрим ходимларнинг кўполиги, ўз хизмат вазифаларини суистеъмол қилишлари ва ниҳоят сафардан кўнгли тўлмаганлигини ҳам қайд қилишган. Бундай ҳолат албатта туристлар оқимини халқаро ва ички йўналишда кескин камайишига сабаб бўлаяпти.

Ўзбекистон ҳозирги пайтда Евроосиёнинг йўллари чорраҳасида жойлашган бўлиб, Осиёга, Европага чиқиш учун қулай имкониятларга эгадир. Бу ҳолат келажакда республика ташқи иқтисодий фаолиятини кўплаб давлатлар билан амалга ошириш имкониятларини тугдиради ва технологияларни, сармояларни, маданий бойликларни давлатлараро ўзаро алмаштириш имконини беради. Ўзбекистон ўзининг автомобиль ва темир йўллари орқали Эрон, Туркия, Афғонистон, Ҳиндистон, Ироқ, Марказий Осиё давлатлари билан боғланган. Айниқса, Эрон ва Афғонистон орқали Арабистон денгизи ва Форс қўлтигига чиқиши ва шу омиллар орқали Ўзбекистонни халқаро майдонда фаол иштирок этиши учун имкониятнинг туғилиши, биринчи навбатда, халқаро туризм ривожланишига таъсир қилади.

Диссертацияда қайд қилинишича, Ўзбекистон учун халқаро туризм бозорини ривожлантиришдаги имкониятлар асосан қуйидагилар билан ифодаланади:

- Европадан Жанубий ва Шарқий Осиёга бориш мумкин бўлган стратегик йўналишда жойлашиш;
- Буюк ипак йўлининг марказида жойлашганлиги;
- халқаро ҳаво йўли алоқаларининг қулайлиги;
- ўзбек халқининг меҳмондўстлиги ва бошқа халқларга бўлган иззат-ҳурмати, эътибори;
- тарихий ва маданий обидаларни мавжудлиги ва уларнинг аҳамияти;
- Ўзбекистонни Саудия Арабистони, Россия, Исроил мамлакатларидаги ватандошларимиз учун она юрт ҳисобланиши ва уларнинг бу ерга тез-тез ташриф буюриб туриши;
- диний зиёрат билан боғлиқ бўлган табаррук жойларнинг кўплиги.

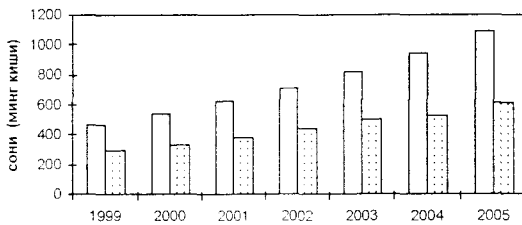
Халқаро туризм бозорининг ривожланиши қарвон йўлларини қайта тиклаш масалалари билан ҳам бевосита боғлиқдир. Чунки Ўзбекистон авваллари ва ҳозир ҳам бу қадимий йўлларнинг марказида турибди, уларни тиклаш бўйича ўтказиладиган тадбирларда унинг иштирок этиши жуда зарур бўлиб, бу ҳудуддан

транзит(йўловчи) усулида фойдаланувчилардан ҳам катта моддий манфаат кўриш мумкин. Айниқса, бу жараён йўл тизимининг қай даражада ривожланганлиги билан боғлиқдир. Шунини ҳисобга олиб, диссертацияда Ўзбекистон учун келажакда автомобиль туризмини ривожлантириш имкониятлари кўпчилиги ҳақида фикр биддирилади.

Шу билан бир вақтда Ўзбекистоннинг жаҳон бозорига чиқиши учун янги йўл тармоқлари қуришда ва қайта таъмирланмоқда. Масалан, «Андижон - Тошкент - Нукус - Қўнғирот», «Тошкент - Андижон - Ош - Қашғар» тез юрар магистраллари лойиҳаси Буюк Ипак йўлини тиклаш дастурининг асосини ташкил этиб, бизнинг республикамиз ҳудуди орқали Европани Хитой Халқ Республикаси ва барча Жанубий - Шарқий Осиё мамлакатлари билан боғлайди. Бу йўллардан фойдаланиш натижасида автомобиль транспорти орқали халқаро туризмнинг ривожланиши, савдо-сотиқни мамлакатлараро йўлга қўйилиши таъминланиб, ҳудудлар иқтисодиётини кўтариш ва аҳоли турмуш фаровонлигини яхшилаш учун катта имкониятлар яратилади.

Диссертант истиқболли ривожланиш масалалари ҳақида тўхталиб, унинг ҳаммабоб ягона усули йўқлигини таъкидлайди. Халқаро туризмнинг ривожланиш истиқболини аниқлашда статистик истиқболни белгилаш усуларидан фойдаланилди ва туристик мақсадларда Ўзбекистонга ташриф буюрувчилар сони аниқланди ва бу ҳақда 1-расмда қайд қилинди.

Ўзбекистонга халқаро йўналишда ташриф буюрган туристлар сонини 1996-2000 йиллардаги ўсиш суръатини ҳисобга олган ҳолда 2005 йилда бу ерга ташриф буюрадиган туристлар сони 1 млн. дан кўпроқ, шу жумладан узок хориждан келадиганлар сони 600 минг кишидан кўпроқ бўлиши ҳисоблаб чиқилди. Ҳар бир турист учун сарфланадиган харажатлар асосида валюта тушумларининг ҳам тахминий ҳисоб-китобини қилиш мумкин.



- жами туристлар сони
- ▨ уш жумладан узок хорижий мамлакатлар туристлари сони

1-Расм. 2005 йилгача Ўзбекистонга ташриф буюрадиган хорижлик туристлар сони.

Диссертацияда халқаро туризмни ривожлантиришда кичик ва ўрта бизнес масалаларига эътибор қаратилиб, Ўзбекистонда 350 дан ортиқ туристик фирмалар фаолият юритиш учун рухсат олганликлари, ammo амалда уларнинг 30-35 фоизи халқаро туризм соҳасида иш олиб бораётганлиги қайд қилинади. Уларнинг ҳам аксарият қисми туристларни қабул қилиш эмас, балки хорижга Ўзбекистон фуқароларини турист сифатида юбориш билан шуғулланади. Бу ҳолат, албатта Ўзбекистон учун жуда зарур бўлган валюта маблағлари тушумини камайтиради. Шунинг учун ҳам, ҳозирги туристик фирмалар мамлакатга хориждан туристларнинг кўпроқ келишида ўз ҳиссаларини кўшишлари зарур.

Туризмдаги тижорат гоёсини ўрта ва кичик бизнес билан шуғулланувчи тадбиркорлар бизнес-режа орқали амалга ошириш зарурлиги ҳақида ишда қайд қилинади. Хорижий мамлакатларда энг аввало бозор иқтисодиёти тамойилларига асосланган ҳолда қисқа, ўрта ва узоқ муддатли фаолият турларини ривожлантиришга эътибор бериш зарурлиги ҳақида фикр билдириб, ишда унга амал қилиш механизмлари ёритилган.

Диссертациянинг хулоса ва таклифлар қисмида ишнинг асосий мазмунида баён қилинган фикрларнинг якуни ва халқаро туризмда маркетинг жараёнларининг янада такомиллашиши ҳақида таклифлар баёни берилган.

**Илмий ишнинг асосий мазмуни ва муҳим натижалари қуйидаги илмий мақолаларда чоп этилган:**

1. Международнѳй туризм как важнейшая отрасль экономики. // Рынок, деньги и кредит. - 1998, №6-0,4 п.л.
2. Саёҳдик ва маркетинг. //Бозор, пул ва кредит. - 1998, №10/ - 0,4 п.л.
3. Маркетинг в международном туризме. //«Иқтисодий меърос ва жаҳон тажрибаси» мавзуидаги Республика илмий конференцияси. Тошкент, 2000. 15- март. - Т., 2000, - 0,2 б.т.
4. Маркетинг в международном туризме. //Экономика и статистика. - 1998, №5-6, - 0,3 п.л.
5. Халқаро туризм бизнеси ва маркетинг. //Хўжалик ва ҳуқуқ. - 1999, №2, - 0,4 б.т.
6. Туристический маркетинг и его применение. //Истеъдод. - 1998, №1, - 0,4 п.л.
7. Развитие туристических услуг в условиях реформирования экономики Узбекистана. //Международная научно-практическая межвузовская конференция на тему: «Туризм как социально-духовное культурное и экономическое явление современности». Донецк. 22-23 май, 2001г. - Донецк., 2001. - 0,2 п.л.
8. Халқаро туризм маркетинги ва унинг имкониятлари. // «Ўзбекистон Республикасида кичик ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш муаммолари». Республика илмий-амалий конференцияси. Тошкент, май, 1996. - Т., 1996. - 0,2 б.т.

9. Международный туризм и его развитие. //Международная научно-практическая конференция «Устойчивое развитие экономики на рубеже XXI века». Москва, 25 марта, 2000 - М., 2000. - 0,2 п.л.

10. Кичик ва ўрта бизнесга маркетинг элементларини тадбиқ қилиш. //Иқтисодиёт ва таълим. - 2001, №1-2. - 0,3 б.т. (хаммуал-лифликда).

## КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОЙ РАБОТЫ АБДУСАЛЯМОВОЙ Н.М.

НА ТЕМУ: «Развитие маркетингового процесса в международном туризме» по специальности 08.00.13. - «Маркетинг» на соискание ученой степени кандидата экономических наук

Международный туризм, являясь органичной частью национальной экономики, представляет собой совокупность самостоятельных хозяйствующих субъектов, в основном специализирующихся в сфере обслуживания или соответствующих ей видам деятельности. В условиях формирования рыночных отношений Узбекистан, располагая значительными туристскими рекреационными ресурсами, имеет большие потенциальные возможности в сфере туризма, развитие которого непосредственно связано с расширением маркетинговой деятельности.

Целью диссертационного исследования являются научное обобщение развития маркетингового процесса в международном туризме в условиях становления рыночных отношений в Узбекистане, разработка научно-методических основ дальнейшего прогнозирования рынка туризма и выработка практических рекомендаций по повышению его социально-экономической эффективности.

В работе главное внимание уделяется изучению реальных возможностей применения маркетингового туризма, анализу формирования маркетингового процесса в международном туризме, а также разработке научно-методических и практических рекомендаций по дальнейшему совершенствованию маркетинговой деятельности в этой сфере. Анализ особенностей развития международного туризма в Узбекистане, проведенный в диссертации, свидетельствует о том, что его динамичное развитие в значительной степени зависит от государственной поддержки, в том числе в виде прямых инвестиций, направленных непосредственно на формирование его инфраструктуры

Научной новизной диссертационного исследования являются:

- разработаны теоретические и практические основы развития международного туризма в Узбекистане в условиях становления рыночной экономики
- обоснован и показан механизм широкого использования и применения на практике рекреационных и других ресурсов международного туризма
- изучены и проанализированы возможности развития международного туризма с учетом объема рынка, основополагающих его элементов, таких как спрос и предложения и конъюнктура рынка
- обоснованы положения о том, что международный туризм является одной из наиболее эффективных рыночных структур экономики Узбекистана.
- определены стратегия и тактика развития маркетингового процесса в международном туризме
- разработаны рекомендации по созданию предпринимательского потенциала в сфере международного туризма, независимо от форм собственности его субъектов.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования разработанного в диссертации механизма внедрения маркетингового процесса в международном туризме. Выводы и предложения, сделанные автором, могут быть использованы при анализе рынка туризма и определении комплексной системы его управления и его развития.

## **BRIEF CONTENT OF THE DISSERTATION WORK OF**

**ABDUSALYAMOVA N.M.**

**ON «DEVELOPMENT OF MARKETING PROCESS IN THE INTERNATIONAL TOURISM». SPECIALITY «MARKETING» FOR THE DEGREE OF THE CANDIDATE OF ECONOMIC SCIENCES**

The international tourism, the profile of which is implementation of processes of rendering the services that are set of independent economic entities, fully and mainly specialized in services sphere and its different activities. It is an important part of national economy. The development of international tourism in Uzbekistan is one of the important economic issues in the conditions of establishing the market relations. Uzbekistan, having the huge tourist recreation resources at its disposal, has great potential opportunities in the tourism sphere that is closely connected with functioning and applying the marketing activity.

The aim of the dissertation research are scientific survey of development of marketing process in international tourism in the conditions of development of market relations in Uzbekistan, elaboration of scientific and systematic bases of further prognosis of tourism market and working out of practical recommendations on improving its social and economic efficiency.

In this work much attention is paid to study of real opportunities for marketing tourism and also as a result of analysis there been illustrated the process of creation and development of international tourism and the scientific and methodical practical recommendations on further improvement of marketing activity in this sphere have been elaborated. The analysis of peculiarities of development of international tourism in Uzbekistan, made in the dissertation, testifies that its dynamic development greatly depends on the state support, including in the form of direct investments, directed to establishment of its infrastructure.

The author, representing the characteristic features of development of international tourism in Uzbekistan, states that for the successful development of tourism sphere the government has to render the significant support starting with direct investments, directed to establishment of super and infrastructure, tax and customs privileges, stimulating the inflow of investments and finally the development of home and international tourism.

The scientific novelty of the dissertation work is:

- the theoretical and practical bases of development of international tourism in Uzbekistan in the conditions of market economy has been shown.
- as a result of active introduction of marketing process into international tourism the mechanism of wide usage of recreation and other resources of international tourism at practice has been approved and illustrated;
- the possibilities of development of international tourism with account of market capacity, its components such as demand and supply and market conjuncture have been studied and analyzed;
- the statements about the international tourism is the most effective market in Uzbek economy have been discussed.
- the strategy and tactics of development of marketing process in international tourism have been determined.
- the recommendations on creating the entrepreneurship potential in the sphere of international tourism, independently on forms of property of its entities

The practical significance of research consists in possibility to use the mechanism of introduction of marketing process to the international tourism, elaborated in the dissertation. The resume and proposals made by author, can be applied while analyzing the tourism market and determining the complex system of its management and its development

Қоғоз бичими	1,3 Б.Т.
Босишга рухсат этилди	03.08.2001 й.
Тиражи	100 нусха
Буюртма №	178

Масъулияти чекланган  
"Shams ASA" жамиятининг  
босмахонасида чоп этилди

Тошкент, Халқлар Достлиги, 28-йўли