

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA’LIM, FAN VA
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
TERMIZ DAVLAT UNIVERSITETI
MAGISTRATURA BO‘LIMI**

Qo‘lyozma huquqida

UDK: 338.48(575.1)(043)

ASADOV BAXSHULLO HASANBOY O‘G‘LI

**TURIZM SOHASIDA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI
RIVOJLANTIRISH YO‘LLARI**

**71010401-Mutaxassislik: Turizm (Ziyorat turizmi) Magistr akademik
darajasini olish uchun yozilgan**

DISSERTATSIYA

Ilmiy rahbar

i.f.d, dots. O‘.D.Rajabov

TERMIZ – 2024

**71010401-“Turizm (Ziyorat turizmi)” mutaxassisligi magistranti Asadov
Baxshullo Hasanboy o‘g‘lining “Turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatini
rivojlantirish yo‘llari)” mavzusidagi magistrlik dissertatsiyasi**

ANNOTATSIYASI

Tayanch so‘zlar: Turoperator, turagent, zamonaviy xizmatlar, online turistik agentliklar, ziyorat turizm, tadbirkorlik, kichik biznes faoliyati.

Tadqiqot ob‘ektlari: O‘zbekiston hududida joylashgan turistik agentliklar va turfirmalar faoliyati jarayonlari ishning obyekti bo‘lib hisoblanadi.

Ishning maqsadi: Turizm sohasini tadbirkorlik asosida xizmatlarini shakllantiruvchi turistik agentliklar va turfirmalar faoliyati samarasining nazariy imkoniyatlarini asoslab, amaliy taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqot metodlari: Tadqiqot davomida guruhlash, taqqoslash, analiz va sintez grafik ifodalash kabi metodlaridan foydalanilib, ma’lumotlar jamlanadi.

Olingan natijalar va ularning yangiligi: Turizm tadbirkorlik nazariy asoslari, ta’rifi, tasniflanishi ilmiy asoslanib, turizm tadbirkorlik tushunchasiga muallif tomonidan ta’rifi berilgan:

-Turizm tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish asosidagi turistik agentliklar va firmalar faoliyatini Osiyo va Yevropa faoliyati misolida tahlili amalga oshirilgan.

-Turizm tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish uchun mavjud imkoniyatlarning SWOT tahlili amalga oshirilgan.

Amaliy ahamiyati: Turizmni rivojlantirishda aynan turistik agentliklarning rolini oshirish hozirgi global dunyo talablariga moslashishni anglatadi. Shunday ekan, yurtimizda turizm tadbirkorlik faoliyati asosida xizmatlarini tashkil etish kelajakda turizm sohasida uzoq uch muddatli qadamning garovi bo‘lishi mumkinligi mazkur dissertatsiya ishida tahlillar orqali nazariy asoslab berilgan. Yurtimizda turizm tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishga asoslangan imkoniyatlarni yaratishda ilmiy tahlillar amalga oshirilgan. Ilmiy tadqiqotning natijalari turizm yo‘nalishida tahsil oluvchilar uchun nazariy qo‘llanma sifatida foydalanilishi, turistik agentliklar va turfirmalar namunasi

sifatida kelajakda potensial foydalanish uchun taqdim etilishi mumkin.

Tatbiq etish darajasi va iqtisodiy samaradorligi: Ishlab chiqilgan taklif va tavsiyalar asosida yurtimizda turizm faoliyatida tadbirkorlik yo‘nalishida faoliyat yurituvchi barcha turoperatorlik firmalari maqsadli turpaketlarni ishlab chiqishda turistik agentlik faoliyati asosida uzoq muddatli iqtisodiy samaraga erishish.

Qo‘llash sohasi: Asosan turizm faoliyatida tadbirkorlikni rivojlantirish yo‘nalishida turistik agentliklar, turfirma va turoperatorlar faoliyati doirasida qo‘llanilishi ko‘zda tutilgan.

ANNOTATION

Key words: Tour operator, travel agent, modern services, online tourist agencies, pilgrimage tourism.

Objects of research: the activity processes of tourist agencies and tour companies located in the territory of Uzbekistan are considered the object of the work.

The purpose of the work: It consists of developing practical suggestions and recommendations based on the theoretical possibilities of the effectiveness of the activities of tourist agencies and travel companies that form services in the tourism sector on the basis of entrepreneurship.

Research methods: During the research, grouping, comparison, analysis and synthesis graphic representation methods are used to collect data.

The obtained results and their novelty: the theoretical foundations, definition, classification of entrepreneurship in tourism are scientifically based, the concept of entrepreneurship in tourism is defined by the author:

- An analysis of the activities of tourist agencies and firms based on the development of entrepreneurship in tourism was carried out on the example of Asian and European activities.

- A SWOT analysis of the available opportunities for the development of business activities in tourism was carried out.

Practical significance: Increasing the role of tourism agencies in the development of tourism means adapting to the requirements of the current global world. Therefore, the organization of services based on entrepreneurial activities in tourism in our country can be a guarantee of a long-term step in the field of tourism in the future. In our country, SWOT analysis was carried out to create opportunities based on the development of business activities in tourism. The results of the scientific research can be used as a theoretical guide for students in the field of tourism, and can be presented as a model for tourist agencies and travel companies for potential use in the future.

Level of implementation and economic efficiency: Based on the

developed proposals and specifications, all tour operator companies operating in the field of tourism in our country in the direction of entrepreneurship in the development of targeted tour packages to achieve long-term economic efficiency based on the activities of tourist agencies.

Field of application: Mainly, it is intended to be used within the framework of the activities of tourist agencies, travel agencies and tour operators in the direction of entrepreneurship development in tourism activities.

АННОТАЦИЯ

Ключевые слова: Туроператор, турагент, современные сервисы, онлайн-турагентства, паломнический туризм.

Объекты исследования: объектом работы рассмотрены процессы деятельности туристических агентств и турфирм, расположенных на территории Узбекистана.

Цель работы. Он заключается в разработке практических предложений и рекомендаций, основанных на теоретических возможностях эффективности деятельности туристических агентств и туристических компаний, формирующих услуги в сфере туризма на основе предпринимательства.

Методы исследования: В ходе исследования для сбора данных используются методы группировки, сравнения, анализа и синтеза графического представления.

Полученные результаты и их новизна: теоретические основы, определение, классификация предпринимательства в туризме научно обоснованы, понятие предпринимательства в туризме определено автором;

- На примере азиатской и европейской деятельности проведен анализ деятельности туристических агентств и фирм по развитию предпринимательства в сфере туризма.

- Проведен SWOT-анализ имеющихся возможностей для развития предпринимательской деятельности в сфере туризма;

Практическая значимость: Повышение роли туристических агентств в развитии туризма означает адаптацию к требованиям современного глобального мира. Поэтому организация услуг на основе предпринимательской деятельности в сфере туризма в нашей стране может стать залогом долгосрочного шага в сфере туризма в будущем. В нашей стране SWOT-анализ проводился с целью создания возможностей, основанных на развитии деловой деятельности в сфере туризма. Результаты научного исследования могут быть использованы в качестве теоретического

руководства для студентов в сфере туризма, а также могут быть представлены в качестве модели для туристических агентств и туристических компаний для потенциального использования в будущем.

Уровень реализации и экономическая эффективность: На основе разработанных предложений и технических условий всем туроператорским компаниям, работающим в сфере туризма в нашей стране по направлению предпринимательства в разработке целевых турпакетов, достигнуть долгосрочной экономической эффективности на основе деятельности туристических агентств.

Область применения: В основном предназначен для использования в рамках деятельности туристических агентств, турфирм и туроператоров по направлению развития предпринимательства в туристической деятельности.

MUNDARIJA

| | | |
|----------------|---|-----------|
| | KIRISH..... | 3 |
| I BOB | TURIZM SOHASIDA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI..... | 9 |
| 1.1-§. | Turizm tadbirkorlik faoliyatining mohiyati va xususiyatlari.... | 9 |
| 1.2-§. | Xorijiy mamlakatlarda turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning ilg‘or tajribalari..... | 17 |
| 1.3-§. | O‘zbekistonda turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatining rivojlanish bosqichlari..... | 27 |
| | I bob bo‘yicha xulosalar..... | 37 |
| II BOB | O‘ZBEKISTONDA TURIZM SOHASIDA TADBIRKORLIK FAOLIYATINING RIVOJLANISH HOLATI..... | 39 |
| 2.1-§. | Turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatining rivojlantirishida davlatning roli..... | 39 |
| 2.2-§. | Turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning tashkiliy va huquqiy asoslari..... | 50 |
| 2.3-§. | O‘zbekistonda turizm sohasida tadbirkorligini rivojlantirishning asosiy tendensiyalari..... | 59 |
| | II bob bo‘yicha xulosalar..... | 69 |
| III BOB | TURIZM SOHASIDA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI BOSHQARISHNI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI.... | 71 |
| 3.1-§. | Turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatida marketing va uni boshqarish..... | 71 |
| 3.2-§. | Turizm sohasida tadbirkorlikni rivojlantirish imkoniyatlari va yo‘llari..... | 78 |
| 3.3-§. | Turizm sohasida tadbirkorlik faoliyati rivojlanishining istiqbollari..... | 83 |
| | III bob bo‘yicha xulosalar..... | 89 |
| | XULOSA VA TAKLIFLAR | 91 |
| | FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI..... | 95 |

KIRISH

Magistrlik dissertatsiyasi mavzusining asoslanishi va uning dolzarbligi. Ijtimoiy o‘zgarishlarning agentlari doimo insonlar bo‘lgan. Yangi fikrlash usullari va insonlar tomonidan yaratilgan yangi g‘oyalar, texnologiyalar jamiyatni o‘zgartirib kelgan. Turizm sohasi ham bundan mustasno emas albatta turizm sohasida tadbirkorlik bu sayohatga ishtiyoqi va biznesga layoqatli shaxslar turizm sanoatida korxonalar yaratish va boshqarish uchun birlashadigan qiziqarli sohalardan biridir. Bu sayohatchilarning ehtiyojlari va istaklarini qondirish uchun imkoniyatlarni aniqlash va innovatsion g‘oyalarni ishlab chiqishni o‘z ichiga oladi. Sayyohlik sanoatidagi tadbirkorlar o‘z harakatlarida muvaffaqiyat qozonadigan ilg‘orlardir, xoh ular o‘ziga xos sayohat tajribasini taklif qiluvchi butik Mehmonxonani ishga tushirishadimi yoki sarguzashtni atrof-muhitni muhofaza qilish bilan uyg‘unlashtirgan ekoturizm kompaniyasini yaratadilar.

Turizm tadbirkorligi amalga oshirilmagan potentsialni aniqlash va o‘zgaruvchan tendentsiyalardan foydalanish qobiliyati bilan ajralib turadi, chunki tadbirkorlar atrof-muhitni, madaniy merosni va mahalliy hamjamiyatlarni asrash zarurligini tushunadilar. Shu munosabat bilan yurtboshimiz mamlakatimizda ham turizm tadbirkorlik faoliyatiga katta e‘tibor qaratib tadbirkorlar uchun bir qancha qulayliklar yaratish maqsadida 26.04.2023-yildagi PQ-135-sonidagi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarorini e‘lon qilindi¹.

Bu qarorda shuni ko‘rishimiz mumkinki Respublikaning turizm salohiyatini jadal rivojlantirish hamda mahalliy va xorijiy turistlar sonini yanada oshirish maqsadida yurtimizning turizm salohiyatidan to‘liq va samarali foydalanish, birinchi navbatda transport-logistika va turizm infratuzilmasidagi muammolarni tezkor hal etish, shuningdek, mavjud resurslar va imkoniyatlardan har tomonlama foydalanish hisobiga turizm sohasida faoliyat yuritayotgan tadbirkorlik subyektlari uchun qo‘shimcha sharoitlar yaratish maqsadida bir qancha qarorlar qabul qilingan. Qarorda turizm sohasida tadbirkorlikni jadal

¹O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Turizm salohiyatini jadal rivojlantirish hamda mahalliy va xorijiy turistlar sonini yanada oshirish” haqidagi qarori. <https://lex.uz/docs/-6456786>

rivojlantirish maqsadidagi tadbirkorlar uchun unga ko‘ra 2023-yil 1-maydan boshlab:

2024-yil 1-iyulga qadar tajriba tariqasida turoperator xizmatlarini ko‘rsatuvchi tadbirkorlik subyektlariga ular tomonidan 5 nafar va undan ortiq norezidentlarga xizmatlar ko‘rsatishni nazarda tutuvchi turpaketlar joylashtirish, avtomobil yoki temir yo‘l transporti, ekskursiya va ovqatlanish bo‘yicha xizmatlar qamrab olingan bo‘yicha chet ellik hamkorlariga taqdim etilgan hisobvaraƒ-fakturada ko‘rsatilgan qo‘shilgan qiymat solig‘ining 20 foiz miqdoridagi mablag‘lar respublika budjetidan subsidiya sifatida qaytariladi;

2026-yil 1-mayga qadar mahalliy turoperatorlar, turizm sohasida joylashtirish xizmatlarini ko‘rsatuvchi yoki avtomobil transportida yo‘lovchilarni tashish bilan shug‘ullanuvchi tadbirkorlik subyektlariga o‘z faoliyatida yo‘lovchilarni tashishda foydalaniladigan va haydovchi bilan birga o‘n va o‘ndan ortiq o‘rindiƒqa ega bo‘lgan hamda ishlab chiqarilganiga 5 yildan ortiq bo‘lmagan transport vositalarini O‘zbekiston Respublikasi hududiga olib kirishda qo‘shilgan qiymat solig‘ini foizlar hisoblanmagan va ularning to‘lanishini ta‘minlash talab etilmagan holda 12 oy muddatga bo‘lib-bo‘lib to‘lash huquqi beriladi².

Bundan oldin esa Vazirlar Mahkamasining 10.07.2020 yildagi 433-son qarori bilan Tadbirkorlik sub‘yektlariga grantlar berish, kompensatsiya va moliyaviy yordam ko‘rsatish hamda O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasining hamkorlari – nodavlat notijorat tashkilotlarini institutsional qo‘llab-quvvatlash to‘g‘risidagi nizom tasdiqlangan edi³. Albatta so‘nggi yillarda yurtboshimiz tomonidan turizm sohasiga katta e‘tibor qaratilib kelinishi va turizm va turizmga tadbirkorlikni jadal rivojlantirish uchun olib borilayotgan say-harakatlar, normativ – huquqiy hujjatlarda belgilangan vazifalarni amalga oshirish sayyohlar oqimini kengaytirish, infratuzilmalarni

² Qonunchilik ma‘lumotlari milliy bazasi, 05.05.2023-y., 07/23/135/0248-son; 11.11.2023-y., 06/23/193/0844-son
³ https://www.norma.uz/oz/qonunchilikda_yangi/turizmni_rivojlantirish_faoliyati_moliyaviy_jihatdan_qullab-quvvatlash_tog'risidagi_qaror

yaxshilash hamda bo'sh turgan landshaftlardan oqilona foydalanish ushbu dissertatsiya tadqiqoti muayyan darajada xizmat qiladi.

Tadqiqotning ob'ekti yurtimiz hududida joylashgan turistik agentliklar va turfirmalar faoliyati jarayonlari ishning ob'ekti bo'lib hisoblanadi.

Tadqiqotning predmeti turizm sohasidagi tadbirkorlik loyihalarini moliyalashtirish jarayonida yuzaga keluvchi iqtisodiy munosabatlar tashkil etadi.

Tadqiqotning maqsadi: Turizm tadbirkorlik sohasini rivojlantirish sharoitida turizm xizmatlari samaradorligini oshirish va uni boshqarishni takomillashtirish bilan bog'liq taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari: Dissertatsiyaning maqsadidan kelib chiqib, unda quyidagi vazifalar belgilangan:

- turizm tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning nazariy asoslari, mohiyati va xususiyatlarini ko'rib chiqish;
- xorijiy mamlakatlarda turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning ilg'or tajribalarining ahamiyatini tasniflash;
- O'zbekistonda turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatining rivojlanish bosqichlarini o'rganish;
- turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning tashkiliy va huquqiy asoslari bilan tanishish;
- turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatining rivojlantirishda davlatning ahamiyatini o'rganish;
- O'zbekistonda turizm sohasida tadbirkorligini rivojlantirishning asosiy tendensiyalar bilan tanishish;
- turizm sohasida tadbirkorlikni rivojlantirish imkoniyatlari va yo'llari izlab topish va tahlil qilish;
- turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatida marketing va uni boshqarish usullarini targ'ib qilish;
- turizm sohasida tadbirkorlik faoliyati rivojlanish istiqbollari takomillashtirishga qaratilgan ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar ishlab chiqish.

Tadqiqot ishining ilmiy yangiligi quyidagilardan iborat:

- turizmда tadbirkorlikni rivojlantirish loyiha tashabbuskorlariga imtiyozli kreditlar, subsidiyalar berish orqali qo‘llab quvvatlash;
- turizmда tadbirkorlik faoliyati xizmatlari sifatini yaxshilash orqali turizmда xizmat ko‘rsatishning ichki ulushini oshirish;
- turistik faoliyat bilan shug‘ullanayotgan tadbirkorlarni qisqa muddatli kurslarda o‘qitish orqali tadbirkorlik qobiliyatini oshirish lozim;
- turizmда tadbirkorlik faoliyati xizmatlari sohasini milliy turistik resurslar salohiyatidan foydalanish kerak.

Tadqiqotning asosiy masalalari va farazlari: Ilmiy tadqiqot O‘zbekiston Respublikasining turizmga oid qonunlari, O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti asarlari, farmon va qarorlari, Vazirlar Mahkamasining qarorlari, “Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi” tomonidan ishlab chiqilgan me‘yoriy hujjatlar, mahalliy va xorijiy adabiyotlarga tayangan holda olib boriladi.

Tadqiqot mavzusi bo‘yicha adabiyotlar sharhi (tahlili);

Turizm sohasida tadbirkorlik amaliyotini nazariy va uslubiy jihatlari xorijlik iqtisodchi olimlar tomonidan Ю.Александрова, Г.Бунич, В.Старцев, В.Воскресенский, Н.Лагусева, М.Локтева, М.Морозов, Н.Морозова, Е.Писарев, Д.Айрей, Ж.Триб, С.Купер, С.Халл, В.Барнаби, З.Лунжия va boshqa olimlarning ishlarida tadbiq etilgan⁴.

⁴ Туристический продукт: теория, практика, инновационные аспекты. – М., 2012 – 236 с.; Воскресенский В.Ю. Международный туризм: учебное пособие. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2007. – 255 с.; Лагусева Н. Н. Научное сопровождение профессионального туристского образования. Монография. – М.: Логос, 2012. – 245 с.; Локтева М.С. Туризм как сфера социально-культурной деятельности. //Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Образование, здравоохранение, физическая культура, 2006. – № 16. – С. 119-123.; Морозов М. А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. – М.: Академия, 2009. – 288 с.; Морозова Н. С. Концепция формирования и развития конкуренции в туризме. – Монография. – М.: росноу, 2011. – 264 с.; Морозов М.А., Морозова Н.С., Карпова Г.А., Хорева Л.В. Экономика туризма: учебник. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. –С. 28.; Писарев Е.Л. и др. Основы туризма: учебник / коллектив авторов. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.; aireyd., tribej. Developmentsintourismresearch. Routledge, 2013. – 268 p.; Cooper C., Hall C. M. Contemporary tourism: an international approach. – Oxford: Butterworth-Heinemann, 2008. – 377 pp.; Barnabe Walheer, Linjia Zhang. Profit Luenberger and Malmquist-Luenberger indexes for multi-activity decision-making units: The case of the star-rated hotel industry in China //International Journal of Tourism Management. Pages 1-604 (December 2018) pp.1-11

O‘zbekistonlik iqtisodchi olimlardan D. Abduraimov, A.Norchayev, D.Suvanova, Z.Muhammedova, X.Mamatqulov, S, Abduhamidov, M.Xamitov, SH.S.Sayfutdinov, A.A.Baxromov, S. Usmonova va boshqalarning ilmiy ishlarida turizm sohasida tadbirkorlik, investitsiyalarni joriy etish va moliyalashtirishni takomillashtirishning alohida olingan nazariy va amaliy masalalari tadqiq etilgan⁵. Ammo ularning ilmiy ishlarida turizm tadbirkorlik muhitni yaxshilash yo‘llari va turfirma, turagentliklar, turoperatorlar faoliyati misolida alohida tadqiqot ob’ekti sifatida o‘rganilmagan.

Tadqiqotda qo‘llanilgan metodikaning tavsifi. Tadqiqot davomida guruhlash, taqqoslash, analiz va sintez grafik ifodalash kabi metodlaridan foydalanilib, ma’lumotlar jamlanadi.

Tadqiqotning natijalarining nazariy va amaliy ahamiyati: Mazkur magistrlik dissertatsiya tadqiqot natijalarining ilmiy ahamiyati tadqiqot davomida shakllantirilgan ilmiy xulosa va takliflardan kelgusida turizm sohasida tadbirkorlik tizimini rivojlantirishga bag‘ishlangan maxsus ilmiy tadqiqotlarning ilmiy-uslubiy asoslarini takomillashtirish hamda ularni amalga oshirishning ilmiy jihatini boyitishda foydalanish mumkinligi bilan belgilanadi.

Tadqiqot natijalarining amaliy ahamiyati ulardan turizm sohasidagi tadbirkorlik loyihalarini moliyalashtirish samaradorligini oshirishga qaratilgan chora-tadbirlar majmuini ishlab chiqish, mamlakatda turizm sohasini rivojlantirish dasturlarini ishlab chiqishda foydalanish mumkinligi bilan

⁵ Абдураимов Д.М. Туризм инфратузилмасида иқтисодий фаолиятни амалга ошириш омиллари ва хусусиятлари. //Иқтисодийот ва innovatsion texnologiyalar. – Тошкент, 2021. 2-сон. 386-395-б.; Норчаев А.Н. Туризм инфратузилмасида иқтисодий фаолиятни амалга ошириш омиллари ва хусусиятлари. //Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар. – Тошкент, 2019. 1-сон. 1-8-б.; Суванова Д.Н. Зарафшон воҳасида туризм инфратузилмасини инновацион ривожлантиришнинг рақамли микроиқтисодиётдаги роли. //»Science and Education» Scientific Journal. May 2020, 225-229-бетлар.; Мухаммедова З.М. Туризмни инновацион ривожлантиришда инвестицион ресурслар иқтисодий самарadorлигини ошириш. Иқтисод фанлари бўйича фалсафа доктори (phd) илмий даражасини олиш учун дисс. Автореферати. – Самарқанд: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2020. – 60 б.; Маматқулов Х.М., Адбухамидов С.А. ва Хамитов М.Х. Туризм инфратузилмаси. Ўқув қўлланма. – Самарқанд.: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2020. –282 б.; Усманова С.Б. Ўзбекистон Республикасининг туризмни ривожлантириш соҳасидаги халқаро-хуқуқий ҳамкорлиги. Юридик фанлар бўйича фалсафа доктори (phd) илмий даражасини олиш учун дисс. Автореферати. – Тошкент: Жаҳон иқтисодиёти ва дипломати университети, 2019. – 47 б. SH.S.Sayfutdinov, A.A.Baxromov. Turizm tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish. – T.: «Innovatsion rivojlanish nashriyotmatbaa uyi», 2021 – 216 b.

belgilanadi.

Ish tuzilmasining tavsifi. Dissertatsiya tarkibi kirish, uchta bob, xulosa va takliflar, foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxatidan iborat. Dissertatsiyaning hajmi 98 betdan iborat.

I BOB TURIZM SOHASIDA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI

1.1-§. Turizm tadbirkorlik faoliyatining mohiyati va xususiyatlari

Har bir mamlakatda turizm sohasining jadal rivojlanishi, birinchi navbatda, turizm sohasi uchun qulay shart-sharoitlar, imkoniyatlar yaratilganligi, huquqiy jihatdan davlat himoya qilinganligi, shuningdek, turizm infratuzilmasining rivojlanish darajasiga bog‘liq. Bu esa turizm sohasiga yirik investitsiyalarni jalb etishni talab qiladi. Hozirgi vaqtda turizm rivojlanishi iqtisodiyotning boshqa tarmoqlari rivojlanishi bilan chambarchas bog‘liq.

Turizm – iqtisodiyotning katta daromad olib keltiradigan va jadal rivojlanayotgan yirik tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Ayni paytda, mazkur tarmoq dunyo mamlakatlari va xalqlarining madaniyat sohasidagi amaliy muloqotida o‘ziga xos vosita vazifasini o‘tamoqda. Jahon sayyohlik sanoatida turizmdan tushayotgan daromad avtomobil ishlab chiqarish, neft va gaz sanoatidan keyin uchinchi o‘rinda turmoqda. Bozor munosabatlari sharoitida va ayniqsa Bozorga o‘tish davrida turizm iqtisodiyotning eng dinamik sohalaridan biri hisoblanadi. Uning tez sur‘atlarda o‘sishi, katta hajmdagi valuta tushumlari iqtisodiyotning turli sohalariga faol ta’sir ko‘rsatadi. Bu esa turizm sanoati shakllanishiga imkon beradi. Turizm sohasi turizm tashkilotlari, turistlarga ko‘rsatiladigan joylar, Mehmonxonalar, ovqatlanish tarmoqlari, transportlar, yo‘llar va turizm bo‘yicha mutaxassislarni o‘z ichiga qamrab oladi.

Bugungi kunda respublikamizda turizm sohasini jahon talablariga javob bera oladigan holatga keltirish hozirgi kun talabidir. Turizm sohasi iqtisodiy yoki siyosiy umumiy tuzilishni tarkibiy qismlarga bo‘lib, yordamchi, bo‘ysunuvchi xarakterga ega va umumiy tuzilmaning bir tekis ishlashini ta’minlashga xizmat qiladi. Hozirgi iqtisodiy islohotlar jarayonida turizm sohasining rivojlanishi Bozor iqtisodiyotining shakllanishida katta ahamiyatga ega. Bugungi kunda Respublikamizda ham turizm sohasini rivojlantirish va uning yalpi ichki mahsulotdagi ulushini oshirish maqsadida tegishli ishlar amalga oshirilmoqda, jumladan Respublikada oxirgi yillarda turizm sohasini rivojlantirish bo‘yicha

qonun, bir necha farmon va qarorlar qabul qilindi. O‘zbekiston turizmini rivojlantirishdagi muhim vazifalardan biri turizm sohasini rivojlantirish va rivojlanish yo‘nalishlarini ishlab chiqishda asosiy e’tibor nimalarga qaratilishini o‘rganish dolzarb masala bo‘lib qolmoqda.

Jahon turizmida respublikamizning raqobatbardoshligiga erishishimizda muhim omil bo‘lib hisoblanadi. Bozor munosabatlari sharoitida iqtisodiyotni rivojlantirishning asosiy omillaridan biri kichik biznes va tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishdir. Bu tushunchalarni hozirgi ma’nosida birinchi bo‘lib XVII asr oxiri va XVIII asr boshlarida ingliz iqtisodchisi Richard Kanton qo‘llagan edi. Uning fikricha, tadbirkor tavakkalchilik sharoitida faoliyat ko‘rsatuvchi kishidir. Shu boisdan u yer va mehnat omilini iqtisodiy farovonlikni belgilab beruvchi boylik manbai deb bilgan. Keyinchalik, XVIII asrning oxiri va XIX asrning boshida mashhur fransuz iqtisodchisi J.B. Sey (1767–1832) “siyosiy iqtisod risolasi” kitobida (1803) tadbirkorlik faoliyatini ishlab chiqarishning uch mumtoz omillari – yer, kapital, mehnatning yaxlitligi deb ta’riflagan edi⁶.

Amerikalik iqtisodchi olim Y. Shumpeterning fikriga ko‘ra, tadbirkorlikning novatorlik xarakteri quyidagilarda aks ettiriladi:

- Bozor uchun yangi tovar ishlab chiqarish;
- ishlab chiqarish jarayoniga yangi texnologiyalarni tatbiq etish;
- yangi sotish Bozorlarini o‘zlashtirish;
- xomashyoning yangi turlari va manbalarini topish.

Tadbirkorlikni vujudga kelishining uchinchi bosqichi tadbirkorlikning alohida shaxsiy sifatlari: iqtisodiy va ijtimoiy vaziyatning o‘zgarishida to‘g‘ri yo‘l topa bilish qobiliyati, boshqaruv qarorlarini tanlash va qabul qilishda mustaqillik, boshqaruv qobiliyatlarining to‘la namoyon bo‘lishi bilan ta’riflanadi.

Shunday qilib, tadbirkorlik – bu iqtisodiy faoliyatning alohida turi bo‘lib, uning zamirida mustaqil tashabbus, javobgarlik, tadbirkorlik g‘oyasiga asoslangan, foyda olishga yo‘naltirilgan, maqsadga muvofiq faoliyat yotadi.

⁶ https://uz.wikipedia.org/wiki/Sey_Jan_Batistning_“Siyosiy_iqtisod_risolasi”_kitobi. 2018.

Tadbirkorlikning shakllanishi iqtisodiy va ijtimoiy sharoit bilan chambarchas bog‘liq. Tadbirkorlik shakllanishining iqtisodiy sharoitiga ijtimoiy sharoit yaqin turadi. Ijtimoiy sharoit, avvalo, xaridorlarning didi va modaga javob bera oladigan tovarlarni sotib olishga intilishi bilan belgilanadi. Turli bosqichlarda ushbu talab o‘zgarib turishi mumkin. Bunga ijtimoiy-madaniy muhitga bog‘liq bo‘lgan axloqiy va diniy me‘yorlar jiddiy ta‘sir ko‘rsatadi. Ushbu me‘yorlar xaridorlarning turmush tarziga va u orqali tovarlarga bo‘lgan talabiga bevosita ta‘sir etadi.

Ijtimoiy sharoit shaxsning ishga bo‘lgan munosabatiga o‘z ta‘sirini o‘tkazadi, bu esa, o‘z navbatida, biznes taklif etayotgan maoshning miqdoriga, mehnat sharoitiga bo‘lgan munosabatga ta‘sir etadi. AQSHning tadbirkorlik sohasida ko‘p yillar mobaynida qo‘llab kelayotgan qonunlar tizimi bunga misol bo‘la oladi. Ulardan bir nechasiga e‘tibor beraylik (1.1.1-jadval).

Agar tadbirkor ma‘lum bir muhitda tavakkalchilik asosida faoliyat ko‘rsatayotgan bo‘lsa, u holda u o‘zgaruvchanlik, barqarorsizlik, tavakkalchilik bilan tavsiflanadi. Bunday muhit yuqorida keltirilgan ijobiy muhitga to‘g‘ri kelmaydi. Amalda ko‘p hollarda tadbirkorlik muhitining ma‘lum bir omili tadbirkorning ish natijalariga asosiy ta‘sir ko‘rsatadi, deb bo‘lmaydi. Chunki, tadbirkorni ko‘proq tadbirkorlik muhitinibelgilovchi omillarning o‘zaro bog‘liqligi qiziqtiradi.

Huquqiy omilning tavsifiga “huquqiy madaniyat” tushunchasi ham kiradi. Buning ostida millatning qonunlarga to‘liq rioya qilishi, ya‘ni insonlarning ongida qonunlar talabini bajarish kerak degan tushunchaning bo‘lishi tushuniladi.

Siyosiy omil tadbirkorlik jarayonida bo‘layotgan barcha hodisalarga davlatning munosabatini va ularga davlatning ta‘sirini belgilab beradi.

Ijtimoiy omil boshqalarga nisbatan o‘zining tarkibi jihatidan anchagina murakkab hisoblanadi.

1.1.1-jadval

AQSHda tadbirkorlik sohasida uzoq yillar mobaynida amal qilayotgan qonunlar tizimi⁷

| Qonunlar | Qonunlarning asosiy mohiyati |
|--|---|
| Trestlarga qarshi Sherman qonuni (1890) | a) monopoliya yoki monopoliyalashtirishni taqiqlash; b) shtatlararo yoki tashqi savdoni cheklashga qaratilgan turli xildagi shartnoma, kelishuv va birlashmalarni ta'qiqlash. |
| Mahsulotlari va meditsina preparatlarining sifatligi haqidagi qonun (1906) | Shtatlararo savdo-sotiqqa qalbakilashtirilgan yoki marka yopishtirilmagan mahsulotlarni ishlab chiqarish, tashish, sotishni taqiqlash. Bu qonun 1938-yilda oziq-ovqat, dori-darmon va kosmetika vositalari haqidagi Federal qonuniga almashtirildi. 1958 va 1962-yillarda unga jiddiy o'zgartirishlar kiritildi. |
| Federal savdo komissiyani ta'sis etish haqidagi qonun (1954) | Savdoda raqobatning vijdotsizlik uslubi noqonuniyligi"ni tekshiruvchi idorani komissiyani ta'sis etishni nazarda tutadi. |
| Kleyton qonuni (1914) | Amaliy faoliyatning ayrim turlarini taqiq etuvchi Sherman Qonuniga qo'shimcha kiritildi (narxlarni kamsitish turlarini aniqlash, shartnomaga hamkor harakatini cheklovchi moddani kiritish, sotishning cheklash tajribasini qo'llash, boshqa korporatsiyalar aksiyalariga ega bo'lish, qo'shma direktorat tashkil etish). |
| Uiler Li qonuni (1938 y.) | Raqobatga zarar keltirish yoki keltirmaslikdan qat'iy nazar nopok, firib harakat va usullarni taqiqlash; oziq-ovqat, dori-darmon reklamasi ustidan Federal savdo komissiyasining nazoratini ta'sis etish. |
| Tovarning aslligi uning o'rami va markasida aks etishi haqidagi | Keng iste'mol tovarlar o'rami va markalashiga qoida joriy etilishi o'ram ichida nima borligini, ishlab chiqargan shaxs nomini va o'ram ichidagi narsaning aniq miqdorini ko'rsatishni talab qiladi. |

⁷ SH.S.Sayfutdinov A.A.Baxromov. Turizmda tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish. 2021 – 216 b.

| | |
|--|---|
| qonun (1966) | |
| Iste'mol tovarlarining xavfsiz bo'lishligi haqidagi qonun (1972) | Iste'mol tovarlarining xavfsiz bo'lishi bilan bog'liq muammolar bo'yicha komissiya ta'sis etilishi va unga iste'mol tovarlariga nisbatan xavfsizlik standartlarini qo'llash va ushbu standartlarga rioya qilmasligi uchun sanksiya qo'llash vakolati berildi. |
| Qarzlarni vijdonan undirib olish haqidagi qonun (1978) | Qarzlarni undirib olishda odamlarni qo'rqitish, ta'qib qilish, ayovsizlarcha munosabatda bo'lish, tuhmat qilish noqonuniy deb e'lon qilindi. |

Agar tadbirkor ularni e'tiborga olmasa, kelgusida salbiy natijalarga olib kelishi mumkin. Quyidagilar bu omilning asosiy elementlari hisoblanadi:

- jamiyatda mafkuraning holati;
- milliy urf-odatlar;
- millatning madaniy va maishiy odatlari;
- atrofdagi kishilarning tadbirkor va tadbirkorlik faoliyatiga bo'lgan munosabati;
- davlatning tadbirkor va tadbirkorlik faoliyatiga bo'lgan munosabati.

Mustaqillik yillarida yurtimizda tadbirkorlikka, ayniqsa, oilaviy tadbirkorlikka keng yo'l ochildi. Bugun o'z biznesini yo'lga qo'yib, o'zi, oilasi, mahalla, el-yurt farovonligiga munosib hissa qo'shayotgan, iqtisodiyotimiz taraqqiyotiga xizmat qilayotgan tadbirkorlar, xususiy korxonalar safi tobora kengaymoqda.

Yurtimiz aholisi o'rtasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyati bilan shug'ullanishga qiziqish tobora ortib bormoqda. Mamlakatimizdagi qulay ishbilarmonlik muhiti, xorijiy investorlar uchun yaratilayotgan imtiyoz va imkoniyatlar yangi loyihalarni amalga oshirishga xizmat qilmoqda. Bu esa, davlatimiz tomonidan olib borilayotgan soha faoliyatini rivojlantirishga doir

islohotlar esa, ularning oldidagi mavjud to'siq va g'ovlarni bartaraf etish korxonalar faoliyati barqarorligini ta'minlash va yanada rivojlantirishda muhim o'rin tutadi.

Marketingni mohiyati tovarni ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish albatta iste'molchiga, talab, ishlab chiqarish imkoniyatlarini mo'ljallashdan iborat. Xozirgi davrda jaxon adabiyotida marketingga berilgan ikki mingdan ortiq ta'rif bor.

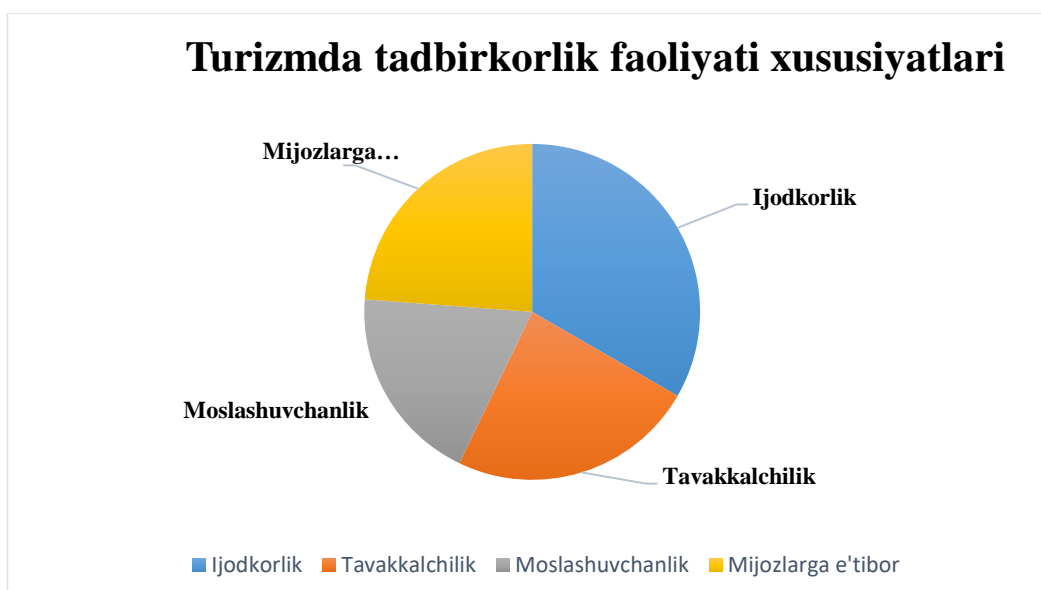
Turizm sohasidagi tadbirkorlik innovatsiyalar va iqtisodiy o'sishning hal qiluvchi omili hisoblanadi. Ushbu sohadagi tadbirkorlar Bozorga yangi g'oyalar, mahsulotlar va xizmatlarni olib kirib, mijozlar uchun qiymat yaratadi va ish bilan ta'minlaydi. Turizm tadbirkorlik faoliyatining mohiyati Bozorda qiymat yaratish imkoniyatlarini aniqlash va ulardan foydalanishni o'z ichiga oladi. Bu yangi tur paketlar va tajribalarni ishlab chiqishdan tortib sanoat uchun innovatsion texnologik yechimlarni ishga tushirishgacha bo'lgan turli shakllarda namoyon bo'lishi mumkin.

Turizm sohasidagi tadbirkorlar doimiy ravishda o'zlarini raqobatchilardan farqlash va sayohatchilarning o'zgaruvchan ehtiyojlari va afzalliklarini qondirish yo'llarini izlaydilar. Turizm tadbirkorlik faoliyatining asosiy belgilaridan biri bu ijodkorlikdir. Ushbu sohadagi muvaffaqiyatli tadbirkorlar ko'pincha o'zgacha fikr yurita oladigan va o'ziga xos va jozibali biznes g'oyalarini o'ylab topadigan ko'ngillilardir. Ular mavjud holat bilan qanoatlanmaydi va doimiy ravishda mavjud biznes modellarini buzish va mijozlar uchun yangi qiymat takliflarini yaratish yo'llarini izlaydi.

Turizm tadbirkorlik faoliyatining yana bir muhim xususiyati tavakkalchilikdir. Turizm sohasida yangi biznesni boshlash yoki yangi mahsulotni ishlab chiqarish juda noaniq va qiyinchiliklarga to'la bo'lishi mumkin. Ushbu sohadagi tadbirkorlar hisoblangan tavakkalchiliklarni o'z zimmlariga olishlari va sanoatning muqarrar ko'tarilishlari va tushishlari uchun jasoratga ega bo'lishlari kerak.

Moslashuvchanlik turizmdagi muvaffaqiyatli tadbirkorlar uchun ham muhim xususiyatdir. Turizm sektori juda dinamik va turli xil tashqi omillarga, masalan, iste'molchilarning xohish-istaklarining o'zgarishi, iqtisodiy sharoitlar va geosiyosiy hodisalarga bog'liq. Ushbu sohadagi tadbirkorlar ushbu o'zgarishlarga javob berishda moslashuvchan va chaqqon bo'lishlari va biznes strategiyalarini shunga mos ravishda o'zgartirishlari kerak.

Bundan tashqari, turizmdagi tadbirkorlik faoliyati mijozlarga kuchli e'tiborni talab qiladi. Ushbu sohadagi tadbirkorlar o'zlarining maqsadli Bozorini chuqur tushunishlari va sayohatchilarning ehtiyojlari va umidlariga javob beradigan mahsulot va xizmatlarni etkazib bera olishlari kerak. Mijozlar bilan mustahkam aloqalar o'rnatish va ajoyib tajribalarni taqdim etish turizm sohasida uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishish uchun zarurdir. Umuman olganda, turizmdagi tadbirkorlik faoliyati ijodkorlik, tavakkalchilik, moslashuvchanlik va mijozlarga e'tibor qaratish bilan tavsiflanadi (1.1.1-rasm).



1.1.1-rasm Turizmda tadbirkorlik xususiyatlari⁸

Ushbu sohadagi tadbirkorlar innovatsiyalarni rivojlantirish va turizm sanoati kelajagini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi. Imkoniyatlarni aniqlash, tavakkal qilish va mijozlarga qiymat berish orqali ular sektorning o'sishi va barqarorligiga hissa qo'shadi. Turizm sohasidagi tadbirkorlik odamlarning

⁸ Muallif tomonidan ishlangan

sayohat qilish uslubiga ijobiy ta'sir ko'rsatish imkoniyatlarini taqdim etadigan dinamik va hayajonli sohadir.

Shuningdek, turizm tadbirkorlik faoliyati o'zining dinamik va xilma-xilligi bilan ajralib turadi. Mana bir nechta asosiy xususiyatlar:

❖ Mavsumiylik: Turizm korxonalarini ko'pincha mavsumiy omillarga asoslangan talabning o'zgarishiga duch kelishadi. Misol uchun, plyaj kurortlari yoz oylarida, tog'-chang'i kurortlarida esa qishda talab yuqori bo'lishi mumkin. Ushbu mavsumiylik biznes operatsiyalari va daromadlariga ta'sir qilishi mumkin.

❖ Atrof-muhit bilan o'zaro ta'sir: Turizm korxonalarini ko'pincha ular faoliyat yuritayotgan muhit bilan chambarchas bog'liqdir. Bu tabiiy resurslar, yovvoyi tabiat va madaniy merosni himoya qilish uchun barqarorlik amaliyotini ilgari surishni o'z ichiga olishi mumkin. Turizm sohasidagi korxonalar iqtisodiy rivojlanishni atrof-muhitni muhofaza qilish bilan muvozanatlashi kerak.

❖ Mijozlarga yo'naltirilgan: Turizm sanoatida mijozlar ehtiyojini qondirish muhim ahamiyatga ega. Korxonalar turistlarning ehtiyojlari va umidlarini qondirish uchun yuqori sifatli xizmatlar va tajribalarni taqdim etishga e'tibor qaratishlari kerak. Bu shaxsiylashtirilgan xizmatlarni, fikr-mulohazalarga javob berishni va unutilmas tajribalarni yaratishni o'z ichiga olishi mumkin.

❖ Raqobat: Turizm sanoati juda raqobatbardosh bo'lib, ko'plab korxonalar sayohatchilar e'tiborini jalb qilish uchun kurashmoqda. Korxonalar g'ajum Bozorda ajralib turish uchun noyob takliflar, marketing strategiyalari va mijozlarga xizmat ko'rsatish orqali o'zlarini farqlashlari kerak.

❖ Global Bozor: Turizm global sanoat bo'lib, korxonalar ham mahalliy, ham xalqaro sayyohlarga xizmat ko'rsatadi. Ushbu global ta'sir korxonalariga keng mijozlarni jalb qilish imkoniyatini beradi, lekin ayni paytda turli madaniyatlar, tillar va Bozor tendentsiyalarini tushunishni talab qiladi.

❖ Texnologiyalar integratsiyasi: Texnologiya zamonaviy sayyohlik biznesida, onlayn bron qilish platformalaridan tortib, mobil ilovalar va virtual reallik tajribalarigacha muhim rol o'ynaydi. Korxonalar mijozlar tajribasini

yaxshilash va operatsion samaradorlikni oshirish uchun texnologiya tendentsiyalaridan xabardor bo'lishlari kerak.

❖ Reglamentga muvofiqlik: Turizm korxonalarini mahalliy, milliy va xalqaro darajada turli qoidalar va standartlarga rioya qilishlari kerak. Bunga qo'riqlanadigan hududlarda ishlash uchun ruxsatnomalar, transport xizmatlari uchun xavfsizlik standartlari va mehnat qonunchiligiga rioya qilish kiradi.

❖ Hamkorlik: Hamkorlik turizm sanoatida keng tarqalgan bo'lib, korxonalar ko'pincha mijozlarga keng qamrovli xizmatlar yoki paketlarni taqdim etish uchun birgalikda ishlaydi. Bu sayyohlar uchun uzluksiz tajriba yaratish uchun Mehmonxonalar, aviakompaniyalar, turoperatorlar va mahalliy diqqatga sazovor joylar bilan hamkorlikni o'z ichiga olishi mumkin.

❖ Xavflarni boshqarish: Turizm korxonalarini turli xavf-xatarlarga duchor bo'ladi, jumladan, tabiiy ofatlar, siyosiy beqarorlik, iqtisodiy tebranishlar va aholi salomatligi inqirozi. Korxonalar ushbu risklarni kamaytirish va faoliyatning uzluksizligini ta'minlash uchun samarali risklarni boshqarish strategiyalariga ega bo'lishi kerak.

❖ Innovatsiya: Innovatsiyalar turizm sanoatida raqobatbardoshlikni saqlab qolishning kalitidir. Korxonalar o'zgaruvchan iste'molchilarning afzalliklari va Bozor tendentsiyalariga moslashish uchun o'z takliflarini, marketing strategiyalarini va operatsion jarayonlarini doimiy ravishda rivojlantirishlari kerak.

Umuman olganda, turizmdagi ishbilarmonlik faolligi o'zining dinamik va ko'p qirraliligi bilan ajralib turadi, bu biznesdan moslashuvchan, mijozlarga yo'naltirilgan va operatsiyalarga strategik yondashuvni talab qiladi.

1.2-§ Xorijiy mamlakatlarda turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning ilg'or tajribalari

Butun dunyo bo'ylab sayohat cheklovlari yumshatila boshlagach, barcha davlatlar asosiy e'tiborini birinchi navbatda ichki turizmni rivojlantirishga qaratishdi. Jahon sayyohlik tashkiloti (UNWTO) ma'lumotlariga ko'ra, ichki turizm xalqaro turizmga nisbatan tezroq tiklanadi. Jahon sayyohlik tashkiloti

ma'lumotlariga nazar tashlaydigan bo'lsak, 2018-yilda dunyo bo'ylab 9 milliardga yaqin ichki turistik sayohatlar amalga oshirilgan bo'lib, bu ko'rsatkich xalqaro sayyohlar sonidan olti baravar ortiq 2018-yilda 1,4 milliard ekanligini ko'rsatmoqda⁹. Dunyo mamlakatlarining ichki turizm ma'lumotlarini bir kechada tashrif buyuruvchilar ko'rib chiqadigan bo'lsak, 2023-yilda ichki turizm sayohatlari xalqaro sayohatlarga nisbati eng yuqori bo'lgan mamlakatlar Hindiston, Braziliya, Xitoy va Venesuela bo'lib, ularning barchasida ichki turistik sayohatlar ulushi xalqaro sayyohatlar soniga nisbatan 97% yoki undan yuqori hisoblanadi. AQSh, Eron, Avstraliya, Peru, Janubiy Koreya, Yaponiya va Finlandiyada ichki sayohatlar barcha sayohatlarning 90% dan yuqorisini tashkil qiladi.

Ichki turizm ma'lumotlarini taqdim etgan 73 mamlakatdan 21 tasida ichki turizm sayohatlari soni barcha sayohatlar sonining 80% yoki undan ko'prog'ini tashkil etgan bo'lib, bu global miqyosda ichki turizm muhimligini anglatadi¹⁰. Statistik ma'lumotlar shuni ko'rsatadiki, aksariyat yo'nalishlarda ichki turizm xalqaro turizmga qaraganda ko'proq daromad keltiradi. Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkilotiga¹¹ a'zo mamlakatlarda ichki turizm umumiy turizm xarajatlarining 75% ni tashkil qiladi, Yevropa Ittifoqida esa ichki turizm xarajatlari kirish turizmi xarajatlaridan 1,8 baravar yuqori.

UNWTO Bosh kotibi Zurab Pololikashvilining fikriga ko'ra: "Ichki turizm xalqaro sayohatlarga qaraganda tezroq va kuchliroq tiklanadi. Ichki turizm hajmini hisobga oladigan bo'lsak, bu ko'plab yo'nalishlarga pandemiyaning iqtisodiy ta'siridan xalos bo'lishga, shu bilan birga, ish o'rinlarini, tirikchilik manbalarini yaratishga yordam beradi va turizmni rivojlantirish uchun taklif

⁹ <https://www.unwto.org/news/unwto-highlights-potential-of-domestic-tourism-to-help-drive-economic-recovery-in-destinations-worldwide>

¹⁰ Understanding Domestic Tourism and Seizing its Opportunities. UNWTO briefing note – Tourism and COVID-19, ISSUE 3, sep-tember 2020. 10–11 p.

¹¹ Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti – Yevropadagi davlatlar birlashmasi. 1948 y. Da aqsh tashabbusi bilan Yevropani tiklash bo'yicha Amerika iqtisodiy va moliyaviy yordamini (Marshall rejasi) oqilona ishlatish va shu yordamni oladigan Yevropa mamlakatlari bilan hamkorlik qilish maqsadlarida tuzilgan Yevropa iqtisodiy hamkorlik tashkiloti vorisi tarzida tashkil topgan tashkilot. Hozirda tashkilotga 37 ta mamlakat a'zo hisoblanadi

qilinayotgan ijtimoiy imtiyozlarni iqtisodiyotga ortig'i bilan qaytarishga imkon beradi"¹².

Xalqaro miqyosda tahlil qilinadigan bo'lsa, xarajatlar bo'yicha eng yirik ichki turizm Bozorlari qariyb 1 trillion AQSh dollari bilan AQSh, 249 milliard AQSh dollari bilan Germaniya, 201 milliard AQSh dollari bilan Yaponiya, 154 milliard dollar bilan Buyuk Britaniya va 139 milliard dollar bilan Meksika hisoblanadi.

UNWTO nashrlariga ko'ra ichki turizmni rivojlantirish maqsadida butun dunyo bo'ylab ishchilarga bonusli ta'tillar taklif qilishdan tortib, odamlarga o'z mamlakatlarida sayohat qilishlari uchun vaucherlar va boshqa imtiyozlar berishgacha bo'lgan faol tadbirlar amalga oshirilmoqda. Ichki turizmning ahamiyatini va Bozor talablarini hisobga olgan holda, ko'pchilik davlatlarda ichki turizm Bozorini kengaytirish va rivojlantirish bo'yicha turli ta'sir choralari ko'rmoqda. Ya'ni mahalliy sayyohlar sonini ko'paytirish bo'yicha maqsadli marketing va reklamaga qaratilgan tashabbuslar, turli turistik tashkilotlarga soliq preferensiyalarini qo'llash hamda iste'molchilarni moliyaviy rag'batlantirishga qaratilgan choralari ko'rilmogda.

Jumladan, Italiyada Bonus Vacanze tashabbusi orqali yillik daromadi 40 000 yevrogacha bo'lgan oilalarga ichki turistik sayohat vaqtida turar joy xarajatlariga sarflashi uchun 500 yevrogacha bo'lgan ajratmalarni taklif qiladi. Malayziya 113 million AQSh dollari miqdorida sayohat uchun chegirma vaucherlari hamda ichki turizm bilan bog'liq xarajatlar uchun 227 AQSh dollarigacha shaxsiy soliq imtiyozlarini taqdim etdi.

Argentina argentinalik sayyohlarni yaxshiroq tushunish uchun Ichki turizm observatoriyasi tashkil etilganini e'lon qildi. Tailand 5 million tun Mehmonxonada yashash uchun 5 kechagacha bo'lgan odatdagi xona narxlarining 40% miqdorida subsidiya berish tizimini yo'lga qo'ydi¹³.

¹² <https://www.unwto.org/news/unwto-highlights-potential-of-domestic-tourism-to-help-drive-economic-recovery-in-destinations-worldwide>.

¹³ UNWTO Highlights Potential of Domestic Tourism to Help Drive Economic Recovery in Destinations Worldwide. Madrid, Spain, 14 September 2020

O‘zbekistonda ham ichki turizm rivojlantirish borasida ko‘plab ishlar amalga oshirildi. Jumladan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan 2021-yil 9-fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasida ichki va ziyorat turizmini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” PF–6165-sonli Farmoni hamda 2022-yil 30-aprelda qabul qilingan “Ichki turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PQ–232-sonli qarori bilan ichki turizmni qo‘llab-quvvatlashga qaratilgan bir qancha chora-tadbirlar amalga oshirildi.

Jumladan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF–6165-sonli Farmoni bilan quyidagi imtiyoz va preferensiyalar:

a) turoperatorlar, turagentlar, shuningdek, joylashtirish vositalari uchun foyda solig‘i stavkasini belgilangan stavkaga nisbatan 50 foizga kamaytirish;

b) kamida 10 kishidan iborat xorijiy turistik guruhlar uchun O‘zbekiston Respublikasida tur tashkil etish va ularning joylashtirish vositalarida kamida besh kecha tunab qolishi sharti bilan turoperatorlarning avia va temir yo‘l chiptalari bo‘yicha xarajatlarini chipta narxining 30 foizi miqdorida qisman subsidiyalash;

d) turoperatorlar, turagentlar va turizm sohasida Mehmonxona xizmatlari (joylashtirish xizmatlari) ko‘rsatuvchi subyektlar bo‘yicha:

- yuridik shaxslardan olinadigan yer solig‘i va yuridik shaxslarning mol-mulkiga solinadigan soliqni to‘lashdan ozod qilish;

- ular tomonidan to‘lanadigan ijtimoiy soliqni kamaytirilgan stavkada 1 foiz miqdorida belgilash muddatlari 2021-yil 31-dekabrga qadar uzaytirildi¹⁴.

Shuningdek, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ–232-sonli qarori bilan:

- mehnat jamoalarining jamoa shartnomalariga ish beruvchilar tomonidan xodimlar uchun yiliga bir marotaba mahalliy sayohatga chiqish imkonini yaratish qoidalari kiritildi;

¹⁴ O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan 2021 yil 9 fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasida ichki va ziyorat turizmini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF–6165-sonli Farmoni.

- sayohat xarajatlarining bir qismi ish beruvchilarning byudjetdan tashqari jamg'armalari mablag'lari va qonunchilikda taqiqlanmagan boshqa manbalar hisobidan qoplab berilishi yo'lga qo'yildi. 2022-yil 1-sentyabrdan boshlab O'zbekiston Respublikasi fuqarolari mahalliy turistlar uchun "O'zbekiston bo'ylab sayohat qil!" dasturi doirasida respublika hududlari bo'ylab ichki sayohatlarni amalga oshirish xarajatlarining bir qismini qaytarish – "Cashback" tartibi joriy etildi;

- 2022-yil 1-iyuldan boshlab "Turizm mahallasi", "Turizm qishlog'i" yoki "Turizm ovuli" maqomi berilgan fuqarolar yig'inlari hududlarida mehmon uylari, ovqatlanish va savdo shoxobchalari, ko'ngilochar joylar tashkil etgan tadbirkorlar uchun 3 yil davomida aylanmadan olinadigan soliq va ijtimoiy soliq stavkasi 1 foiz miqdorida, ushbu hududlardagi yuridik shaxslarning mol-mulkiga solinadigan soliq va yuridik shaxslardan olinadigan yer solig'i miqdorlari – mazkur soliqlar bo'yicha hisoblangan summaning 1 foizi miqdorida belgilandi¹⁵;

- oilaviy mehmon uylarini ta'mirlashga 100 million so'mgacha, mebel, maishiy texnika va boshqa buyumlar bilan jihozlashga 50 million so'mgacha hamda suzish havzalarini tashkil etish loyihalarni moliyalashtirish uchun tadbirkorlarga 200 million so'mgacha kreditlar berish tartibi belgilandi. Ushbu loyihalarni amalga oshirish uchun Ipoteka dasturi doirasida iqtisod qilingan mablag'lar hisobidan 100 mlrd so'm, kichik tadbirkorlik uchun ajratilgan pul mablag'lari hisobidan 50 million dollar yo'naltirildi.

Har bir turistga sayohat xarajatlarini qaytarishda quyidagi miqdorlar qo'llaniladi:

- aviaqatnov orqali borib-kelish chiptasi narxining 15 foizi, lekin 150 ming so'mdan oshmagan miqdorda;

- temir yo'lda yoki avtobusda borib-kelish chiptasi narxining 15 foizi, lekin 80 ming so'mdan oshmagan miqdorda;

¹⁵ Mazkur hududlarda faoliyat yurituvchi tadbirkorlar uchun O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 27 yanvardagi "Xizmatlar sohasini rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PQ-104-son qarori 2-bandining "a" va "v" kichik bandlarida nazarda tutilgan imtiyozlar nazarda tutilgan.

- joylashtirish vositasida tunab qolish xarajatining 15 foizi, lekin 80 ming soʻmdan oshmagan miqdorda;

- teatr, muzey, sirk va badiiy galereyalarga har bir tashrif chiptasi narxining 50 foizi, lekin 20 ming soʻmdan oshmagan miqdorda.

“Cashback” tartibini joriy etish uchun respublika byudjetining qoʻshimcha mablagʻlaridan 2023 yil 1 yanvardan boshlab jami 30 mlrd soʻm, jumladan uning 1-bosqichi uchun 10 mlrd soʻm ajratish mexanizmi joriy etildi. Shu bilan birga ichki turizmni rivojlantirish uchun masʼul tashkilotlar belgilandi va ushbu tashkilotlarga oʻz yoʻnalishlari boʻyicha har yili ish beruvchilar bilan birgalikda xodimlarni respublika boʻylab sayohatga chiqishi uchun sayohat grafiklarini tasdiqlash hamda sayohatni amalga oshirish yuklatildi. Yaʼni yoshlar uchun – Yoshlar ishlari agentligi, Oliy taʼlim, fan va innovatsiyalar vazirligi, Maktabgacha va maktab taʼlimi vazirligi;

- mehnat va mahallalar jamoalari, faxriylar, nuroniylar va pensionerlar uchun – Oʻzbekiston kasaba uyushmalari Federatsiyasi hamda Kambagʻallikni qisqartirish va bandlik vazirligi;

- xotin-qizlar uchun – Kambagʻallikni qisqartirish va bandlik vazirligi huzuridagi Oila va xotin-qizlar davlat qoʻmitasi, Tibbiy-ijtimoiy xizmatlarni rivojlantirish agentligi masʼul qilib belgilandi.

Yuqorida sanab oʻtilgan chora-tadbirlarni amalga oshirish natijasida:

- 150 ming nafar qoʻshimcha sayohatlar amalga oshirilishi hamda 104,3 mlrd soʻmlik turizm xizmatlari aylanmasi shakllantirilishi va buning hisobiga davlat byudjetiga qoʻshimcha 15,5 mlrd soʻm soliq tushumlari tushishi kabi iqtisodiy oʻzgarishlarga zamin yaratilgan;

- 2022-yil davomida “Oʻzbekiston boʻylab sayohat qil” dasturi doirasida 11,435 mlnta 2021-yilga nisbatan 1,9 barobar ichki turistik sayyohatlar amalga oshirilgan. Jumladan, mehnat jamoalari sayohatlari 700,1 ming tani, ayollar daftoriga kiritilgan xotin-qizlar sayohatlari 37,9 mingtani, notinch oilalar sayohatlari 1,4 mingtani, yoshlar hamda nuroniylar sayohati 588,3 mingtani hamda mahalliy aholi sayohatlari 10 mln 107,4 mingtani tashkil etgan;

● 2022-yil davomida 42,7 mingta transport xizmatlari amalga oshirilgan bo‘lib, shundan: 6,4 mingta avia qatnovlar, 1,9 mingta temir yo‘l qatnovlari, 34,3 mingta avtobus qatnovlarini tashkil etgan.

Yuqoridagi ishlarni amalga oshirilishiga qaramasdan, Oxirgi 5 yil mobaynida O‘zbekiston Respublikasida ichki turistik sayohatlar ulushi xalqaro sayohatlar soniga nisbatan o‘rtacha 70 foizdan oshmaganini ko‘rishimiz mumkin (1.2.1-jadval).

1.2.1-jadval

O‘zbekiston Respublikasida 2018-2022-yillarda ichki va xalqaro tashrif buyuruvchilar to‘g‘risida ma‘lumot (mingta safar)¹⁶

| | 2018-yil | 2019-yil | 2020-yil | 2021-yil | 2022-yil |
|---------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Ichki turistik safar soni | 12 489,2 | 14748,0 | 3 534,1 | 5 813,9 | 11 435,5 |
| Kirish sayohatlari soni | 5 346,2 | 6 748,5 | 1 504,1 | 1 881,3 | 5 232,8 |
| Umumiy sayohatlar son | 17 835,4 | 21496,5 | 5 038,2 | 7 695,2 | 16 668,3 |
| Solishtirma nisbati | 70/30 | 69/31 | 70/30 | 76/24 | 67/33 |

Jadvaldagi raqamlarni tahlil qiladigan bo‘lsak, 2022-yildagi ichki turistik sayohatlar soni 2021-yilga nisbatan 1,97 baraborga oshgan bo‘lsa, xalqaro turistik sayohatlar soni 2,78 baraborga oshganligini ko‘rishimiz mumkin. Bu esa, xalqaro turizmning o‘sish sur‘atlari ichki turizmga nisbatan yuqori ekanligini anglatadi.

O‘zbekiston Respublikasi ichki turizm bozorining yanada rivojlantirishiga salbiy ta‘sir ko‘rsatayotgan bir nechta omillar mavjud.

Birinchidan, ichki turizm marketingi va reklama xizmatlari yetarli darajada yo‘lga qo‘yilmagan. Oxirgi yillarda O‘zbekistonning turizm imkoniyatlari turli tillarda xorijiy davlatlarning mashhur nashrlarida faol yoritilmoqda, biroq mahalliy aholi uchun O‘zbekistonning jozibador turistik manzillari va

¹⁶Matkarimov, Jahongir. (2023). Ichki turizmni rivojlantirishning ilg‘or xorijiy tajribasi va uni va uni O‘zbekistonda qo‘llashning iqtisodiy afzalliklari. Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot. 1. 115-121. 10.55439/GED/vol1_iss10/a22.

sayohatlarni tashkil etuvchilar to'g'risida ma'lumot beruvchi nashrlar yetarli emas. Ya'ni mahalliy aholining aksariyat qismi hududlarning qaysi hududida qanday turdagi turistik mahsulotlar borligi to'g'risidagi ma'lumotlarga ega emas. 2022-yil yakuniga qadar respublikaning turistik resurslari hamda turistik industriya obyektlari to'g'risida xabardor qilish, shuningdek turistik Bozorlarda turistik mahsulotlarni targ'ib qilish bo'yicha faoliyatni amalga oshiruvchi 151 ta turistik axborot markazlari tashkil etilgan bo'lib, ularning aksariyati mahalliy aholi uchun qulay bo'lmagan kiruvchi turistlar uchun qulay manzillarda – davlat chegara punktlari, aeroportlarning ichki qismi, turizm maskanlari yoki ziyoratgohlarda joylashgan.

Ikkinchidan, mahalliy aholiga ko'rsatilayotgan ichki turizm logistika xizmatlarining noqulayligi va qimmat ekanligi. So'nggi 2 yilda Urganch-Farg'ona-Urganch, Samarqand-Namangan-Samarqand hamda Andijon-Xiva-Andijon yo'nalishlari bo'yicha doimiy temir yo'l qatnovlari hamda Xiva-Buxoro va Buxoro-Termiz avtobus qatnovlari yo'lga qo'yildi.

Shuningdek, aksariyat aviaqatnovlar Toshkent shahri bilan bog'langan bo'lib, ayrim hududlarni bog'lovchi aviaqatnovlar, to'g'ridan-to'g'ri temir yo'l va avtobus qatnovlari mavjud emas. Masalan, Qoraqalpog'iston Respublikasi va Xorazm viloyati fuqarolari uchun uzoq masofada joylashgan Surxondaryo viloyatiga (Nukus – Termiz – 989 km, Urganch – Termiz – 866 km) yoki Qoraqalpog'iston Respublikasini Farg'ona vodiysi viloyatlarini bilan to'g'ridan-to'g'ri bog'lovchi avia, temir yo'l va avtobus qatnovlari yo'lga qo'yilmagan.

Shu bilan birga transport qatnovlarining aksariyati hududlarning turizm markazlari yoki shaharlariga emas, balki ma'muriy markazlariga yo'naltirilgan. Masalan, Qashqadaryo viloyatida transport qatnovlari asosan Qarshi shahriga amalga oshiriladi, ammo viloyatning asosiy turistik shahri Shahrisabz shahrigacha to'g'ridan-to'g'ri qatnovlar mavjud emas.

O'zbekiston Respublikasida tashkil etilgan hududlararo aviaqatnovlar to'g'risida ma'lumot 2023-yil fevral oyi holatiga ko'ra olindi. Turizm industriyasini rivojlantirishda xalqaro tajribalardan foydalanishda avvalo turizmi

rivojlangan davlatlarda sohani boshqarish va tartibga solish uslublarini o'rganib chiqish kerak. Turizm boshqaruvni to'g'ri yo'lga qo'yish tarmoqni rivojlanishida asosiy omil bo'lib xizmat qiladi. Xorijiy mamlakatlarda turistik faoliyatni takomillashtirish va rivojlantirishdagi davlatning rolini tahlil qilib ushbu muhim sohaning davlat tomonidan tartibga solishning uch turdagi modelini ajratib ko'rsatish mumkin. Birinchi model – bunda turistik sohaning rivojlanishi davlatning ishtirokisiz amalga oshirilishi g'oyalariga asoslangan holda barcha masalalarni “o'z-o'zini boshqarish” kabi g'arb tamoyillariga asoslangan holda hal etilishi nazarda tutiladi.

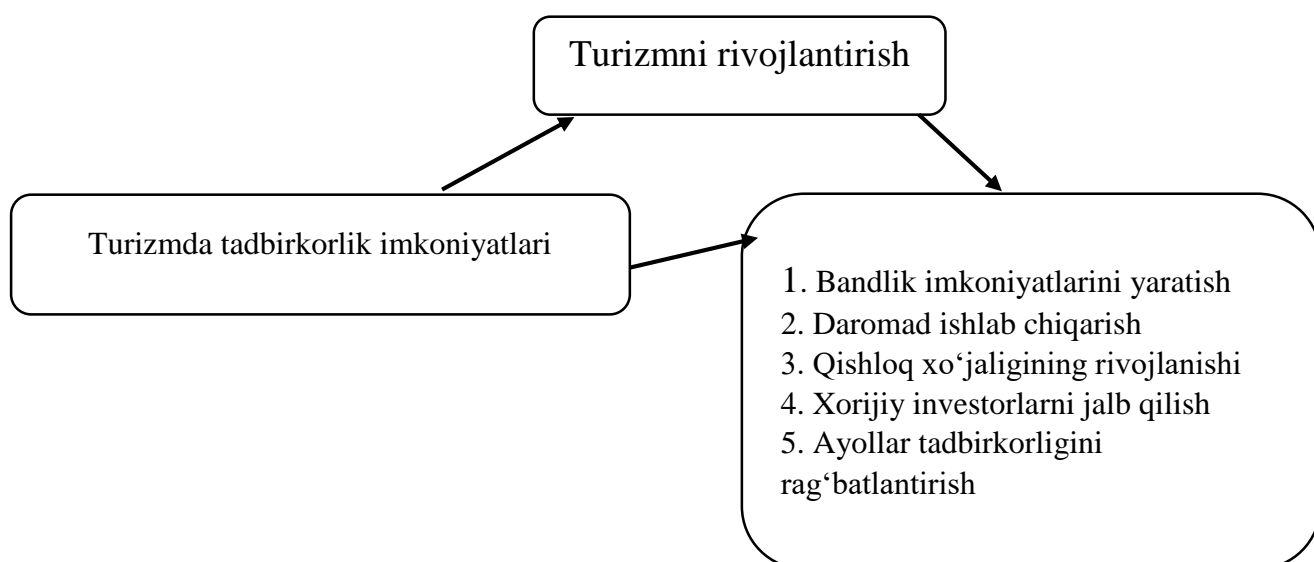
Bunda turizm masalalari bilan shug'ullanuvchi bo'linma o'z faoliyatini ikkita yo'nalishda amalga oshiradi. Birinchisi boshqaruv masalalariga oid me'yoriy huquqiy bazani ishlab chiqish, hududiy vakillik va ijroya hokimiyat organlari faoliyatini koordinatsiya qilish, xalqaro darajada hamkorlikni olib borish, statistik ma'lumotlarni yig'ish va qayta ishlash kabilarni hal qiladi. Ikkinchisi marketing faoliyati, turizm sohasida xalqaro birlashmalarda va ko'rgazmalarda ishtirok etish, o'z mamlakatini xorijdagi vakolatxonalarini tashkil etish va boshqarish masalalarini hal qiladi (1.2.1-rasm).

Turizm sohasini rivojlantirish masalalarida xalqaro tajribalarga tayanilganda AQSH tajribasini alohida e'tibor bilan o'rganish muhim hisoblanadi. Zero AQSH bugungi kunda dunyo turizmi markazlaridan biri bo'lishi bilan birga, o'zida tabiiy geografik jihatdan turli kengliklarga xos iqlimni mujassamlashtirganligi va ayni shu turli iqlim hududlarida turizmdan yuqori daromad olish imkoniytlarini namoyon etgani bilan alohida ahamiyatga egadir.

O'zbekistonning tabiiy geografik joylashuvi ham turli iqlimiy sharoitlarni mavjudligi, ammo dengizga tutash hududlarning yo'qligi turizm sohasini rivojlantirishda o'ziga xos yutuq va kamchiliklarni vujudga keltiradi. Mamlakatimizning turistik imkoniyatlarini geografik joylashuvini inobatga olgan holda turizm sohasini rivojlantirishda AQSHning Nevada shtati, xususan Las Vegas shahri tajribalaridan foydalanish yaxshi samara berishi mumkin. Aynan ushbu shtat tabiiy sharoiti mamlakatimiz tabiiy sharoitiga yaqin, ya'ni tog'lar,

daryo, ko‘l va sahro oralig‘i juda yaqin joylashgan, shuningdek, dengiz qirg‘oqlariga ega emas.

Xorijiy mamlakatlarda turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda har bir joyning o‘ziga xos Bozor dinamikasini va madaniy nuanslarini tushunish va moslashtirish zarur.



1.2.1-rasm-Tadbirkorlikni rivojlantirishning xorijiy modeli¹⁷

Xorijiy mamlakatlarda turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda har bir joyning o‘ziga xos Bozor dinamikasini va madaniy nuanslarini tushunish va moslashtirish zarurdir. Bozor tadqiqotlari shuni ko‘rsatadiki, maqsadli mamlakatdagi mahalliy turizm sanoati, tendentsiyalari, iste‘molchilarning xohish-istaklari va raqobatni tushunish uchun to‘liq Bozor tadqiqotini o‘tkazib chiqadilar. Bu ushbu Bozorga xos imkoniyatlar va muammolarni aniqlashga yordam beradi. Mahalliy korxonalar, turoperatorlar, Mehmonxonalar va sayyohlik agentliklari bilan strategik hamkorlik aloqalarini o‘rnatishga alohida e‘tibor qaratilib, sohadagi taniqli o‘yinchilar bilan hamkorlik qilish mahalliy landshaftni kechish, tarqatish kanallariga kirish va mijozlar o‘rtasida ishonchlilikni oshirishga yordam beradi.

¹⁷ Muallif tomonidan ishlangan

Jahon tajribalarida madaniy sezgirlikning ham o'ziga xos o'rni bor, qabul qiluvchi mamlakatning madaniy me'yorlari, an'analari va sezgirliklarini hurmat qilish va ularga moslashish. Mahalliy aholi bilan rezonanslashish uchun marketing xabarlari, mahsulot va xizmatlarini moslash va obro'yiga putur yetkazishi mumkin bo'lgan har qanday madaniy soxta narsalardan qochish muhim ahamiyat kasb etadi. Qonuniy va me'yoriy hujjatlarga muvofiqlik xorijiy davlatdagi turizm biznesini tartibga soluvchi huquqiy va me'yoriy talablar bilan tanishib chiqish va ularning qonunlarini hurmat ila bo'ysunish faoliyatiga xalaqit beradigan huquqiy muammolarni oldini olish uchun litsenziyalash, soliq qonunlari, mehnat qoidalari va boshqa mahalliy qonunlarga rioya qilishni ta'minlab olishadi.

Mahalliy marketing maqsadli Bozorga moslashtirilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqish. Bunga reklama materiallarini mahalliy tilga tarjima qilish, madaniy jihatdan mos tasvirlar va xabarlardan foydalanish va potentsial mijozlarga erishish uchun mahalliy media kanallaridan foydalanish kiradi. Mijoz tajribasidan shunisi ma'lum bo'ladiki, sodiqlik va ijobiy og'zaki nutqni shakllantirish uchun ajoyib mijozlar tajribasini taqdim etishga ustuvor ahamiyat berilishi, xodimlariga mukammal xizmat ko'rsatish, mijozlar ehtiyojlarini oldindan bilish va qondirish, shuningdek, har qanday muammo yoki shikoyatlarni professionallik va hamdardlik bilan hal qilishga o'rganishlik.

Yevropaning rivojlangan davlatlarida turizm ma'muriyati mahalliy hokimiyat organlari va xususiy biznes bilan uzviy aloqadorlikda faoliyat yuritadi. Ta'kidlash joizki, bu jarayon turizm industriyasini boshqarishni yengillashtiradi. Fransiya davlatida turizmni tartibga solish masalalari Transport va jamoat ishlari vazirligi vakolatiga kirib uning tuzilmasida turizm masalalari va turizmni boshqarish bo'yicha davlat kotibiyati belgilab qo'yilgan.

1.3-§ O'zbekistonda turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatining rivojlanish bosqichlari

Mamlakatimizda turizm sohasiga e'tibor Mustaqillikning dastlabki yillaridanoq asosiy davlat siyosati darajasida qaraldi. Turizm rivoji uchun barcha

zarur tashkiliy - huquqiy mexanizm vujudga keltirilib, muhim me'yoriy hujjatlar qabul qilindi va bu ish hozirgi kunda ham davom etmoqda. Mamlakatimizda turizmning ravnaqi, yangi pog'onalarga ko'tarish, yurtimizni jahon turizm markazlaridan biriga aylantirish uchun avvalo huquqiy zamin yaratish lozim. Shu bois, O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining mazkur yo'nalishga taalluqli qonun va kodekslari, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining turizmga oid qator Farmonlari, qarorlari, Respublika Vazirlar Mahkamasining qarorlari, Adliya vazirligining va boshqa mutasaddi davlat idoralarining yo'riqnoma, ko'rsatma va tartiblari shlab chiqilib, hayotga tatbiq etildi. Shulardan kelib chiqqan holda, mazkur hujjatlarni o'rganish va tahlil qilishni quyidagi tematikalar bo'yicha amalga oshirish maqsadga muvofiqdir.

O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining turizmga oid qonun va kodekslari O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining 1997-yil 24-aprelda qabul qilgan O'zbekiston Respublikasi soliq kodeksi va unda turizm sohasiga oid imtiyozlar. Ushbu Kodeks 11 bo'lim, 41 bob va 134 moddadan iborat bo'lib, uning asosiy vazifasi — O'zbekistonda soliq tizimining huquqiy asoslarini, soliq to'lovchilarning huquqlari hamda majburiyatlarini belgilaydi, soliq ishlarini yuritish tartibotini va soliq haqidagi qonun hujjatlarini buzganlik uchun javobgarlikni tartibga solib turadi.

O'zbekistonda turizm tadbirkorlikni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish o'ziga xos xususiyatga egadir. Yangi ish o'rinlarini ochish bilan birga bandlik masalasini ham hal qiladi, ish bilan ta'minlash evaziga xodimlarning turmush tarzi yaxshilanadi, yangi o'rta mulkdor qatlamining shakllantirish evaziga ijtimoiy barqarorlikni ta'minlash imkonini yaratadi, odamlarda mulkdor hissini uyg'otadi, boqimandalik ruhiyatidan vos kechib, tashabbuskorlik ruhiyati shakllanadi. Shu sababli Turizm tadbirkorlikni mamlakat miqyosida va uning har bir hududida ijtimoiy-iqtisodiy jihatdan rivojlantirish muhim ahamiyatga ega.

Mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish, barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlashda muhim rol o'ynaydi va iqtisodiy siyosatning ustuvor yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. U

mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining yirik va murakkab muammolarini hal etishga qodir bo‘lgan lokomotiv rolini bajaradi. Kichik biznesning ixcham va harakatchanligi, Bozor kon’yunkturasi o‘zgarishlari va iste’molchilar ehtiyojlariga nisbatan tez moslasha olishi uni jahon iqtisodiy inqirozi davrida yangi ish o‘rinlarini yaratish va aholi daromadini oshirish borasida eng qulay va maqbul vositaga aylantiradi.

Prezident Sh.Mirziyoev tadbirkorlikni rivojlantirishda - “Biz yangi ish o‘rinlarini yaratadigan tadbirkorlarni har tomonlama qo‘llab-quvvatlashimiz, ta’bir joiz bo‘lsa, ularni yelkamizda ko‘tarishimiz kerak” - deb ta’kidlagan¹⁸.

Inqirozga qarshi choralar dasturida kichik biznesni rivojlantirishni rag‘batlantirishga alohida e’tibor qaratilgan. Ushbu chora-tadbirlar soliq va kredit imtiyozlari bilan bir qatorda, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish uchun qulay biznes muhitini yaratish maqsadida institutsional islohotlarni yanada chuqurlashtirishni ham o‘z ichiga oladi. Chunki kichik biznes yangi-yangi ish o‘rinlarini yaratib, bizning sharoitimizda ish bilan band aholi daromadining 70 foizdan ortig‘ini tashkil etmoqda.

Turizm jahon iqtisodiyotining rivojlanayotgan eng yirik tarmoqlaridan biridir. Uning jahon iqtisodiyotiga va ayrim mamlakatlar iqtisodiyotiga ta’sir doirasi doimiy ravishda kengayib bormoqda. Mamlakatimizda qulay ishbilarmonlik muhitini yaratish va tadbirkorlikni jadal rivojlantirish borasida qator ijobiy o‘zgarishlar amalga oshirilmoqda. O‘z o‘rnida, tadbirkorlik sub’ektlarini davlat ro‘yxatidan o‘tkazish va hisobga qo‘yish borasida ham qonunchilikda muhim qarorlar qabul qilinib, davlat ro‘yxatida o‘tkazish va hisobga qo‘yishni avtomatlashtirilgan tizimi bosqichma-bosqich ishlab chiqilib, amaliyotga tadbiq qilinmoqda. Bu esa aholi hamda xorijiy investorlarning o‘z shaxsiy biznesini yo‘lga qo‘yish va rivojlantirish uchun muhim omil bo‘lib xizmat qilmoqda (1.3.1-jadval).

¹⁸ O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi – Toshkent.: Xalq so‘zi Gazetasi, 2020, 24 yanvar.

1.3.1-jadval

Kichik biznes sub'ektlarining mamlakat iqtisodiyotidagi o'rni va ahamiyatini belgilovchi ko'rsatkichlar¹⁹

| Yillar | Yangi tashkil etilgan mikrofirma va kichik korxonalar (mingta) | Kichik biznesda aholi bandligi (%) | Kichik biznesda band bo'lgan aholi soni (ming) | Kichik biznesda yangi tashkil etilgan ish o'rinlari (ming) | Har 1000 kishiga kichik biznes subyektlarini to'g'ri kelishi |
|--------|--|------------------------------------|--|--|--|
| 2010 | 24546 | 49,7 | 4467,1 | 324,5 | 6,4 |
| 2015 | 28795 | 64,8 | 6602,5 | 434,2 | 10,3 |
| 2016 | 24542 | 74,3 | 8643,9 | 480,0 | 11,6 |
| 2017 | 26900 | 77,9 | 10170,4 | 598,4 | 18,1 |
| 2018 | 38167 | 78,3 | 10587,7 | 373,3 | 12,2 |
| 2019 | 48922 | 74,5 | 12700,1 | 450,0 | 13,2 |
| 2020 | 92874 | 77,6 | 11850,2 | 524,3 | 13,3 |
| 2021 | 93214 | 73,8 | 12343,5 | 560,4 | 15,6 |
| 2022 | 98886 | 74,4 | 13397,5 | 710,2 | 16,5 |

Jadval ma'lumotlarining ko'rsatishicha, 2010-yilda kichik biznesda aholi bandligi 49,7% tashkil etgan bo'lsa, 2022-yilda 74,4% tashkil etgan. Kichik biznesda band bo'lgan aholi soni 2010-yilda 4467,1 mingtani tashkil etgan bo'lsa, 2022-yilda ushbu ko'rsatkich 13397,5 ming yoki 2010-yilga nisbatan 8930,4 mingtaga ko'paygan yoki 3,4 barobarga oshgan. Shuningdek, aholining har ming kishiga to'g'ri keladigan kichik biznes sub'ektlari soni 2010-yilda 6,4 taga to'g'ri kelgan bo'lsa, 2022-yilda 16,5 ta yoki 2,5 barobarga oshgan. Yuqorida keltirilgan o'nta muhim ko'rsatkichlar orqali kichik biznes va tadbirkorlik milliy iqtisodiyotni rivojlantirishning muhim

¹⁹<http://www.stat.uz> o'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi statistika agentligi ma'lumotlari va 2010-2022yillardagi statistik axborotnomasi ma'lumotlari asosida hisob kitoblar.

tayanchi va asosiga aylangan holda, umumiy ko‘rinishda, mazkur sohada yildan-yilga yuksalish va taraqqiyot yuz berayotganligini ko‘rish mumkin. Xususan, aholi bandligi soni va ulushi, jami korxonalar soni va yalpi ichki mahsulotdagi ulushi kabi ko‘rsatkichlarning yil sayin ijobiy natijalarni qayd etishi buning yorqin dalilidir.

Respublikamizda faoliyat ko‘rsatayotgan kichik korxonalar va korxonalarida band bo‘lganlar sonining o‘shish tendensiyasi ham kuzatilmoqda. Shuni ham alohida ta’kidlash lozimki, yangi ish o‘rinlari yaratishda kichik biznes va xizmat ko‘rsatish korxonalarining ahamiyati yuqoridir. Qonunchilik bazasini takomillashtirish va rivojlantirish davlat tomonidan tadbirkorlikni qo‘llab quvvatlashning bir usuli bo‘lib, uning shakllanishi ko‘p jihatdan olib borilayotgan soliq siyosatiga va tadbirkorlar faolligini rag‘batlantiruvchi soliqlarga bog‘liqdir.

BBT mutaxassislarining prognozlariga ko‘ra, turizm jadal rivojlanib boraveradi va XXI asrda jahon iqtisodiyotining dvigateliga aylanadi. Turizm bilan bevosita bog‘liq bo‘lgan odamlarning turli xil ehtiyojlari uning ko‘plab ta’riflarini keltirib chiqardi: turizm, dam olish, ta’lim, ishbilarmonlik, havaskorlik yoki ixtisoslashtirilgan maqsadlarda amalga oshiriladigan va turist turgan joyda yoki uning odatiy muhitidan tashqarida amalga oshiriladigan sayohat turidir. Turizmning bunday ta’rifi turistga tegishli bo‘lib, turistik mahsulotni ishlab chiqarish, taqsimlash, almashtirish va iste’mol qilish jarayonining uchinchi, yakuniy bosqichidir. Turistik mahsulotni realizatsiya qilish va iste’mol qilish bosqichidan oldin uni tashkil etish va ishlab chiqarish boshlanadi. Ushbu faoliyat turistik sanoat deb nomlangan umumiy g‘oya bilan birlashtirilgan bir qator ixtisoslashgan korxonalar tomonidan amalga oshiriladi.

Iqtisodiy faoliyat – bu ma’lum bir mahsulot yoki xizmatlar to‘plamini yaralishga olib keladigan harakatlar kombinatsiyasi hisoblanadi. Ushbu kombinatsiya ma’lum tovar va xizmatlarni yaratish uchun resurslar, uskunalar, ishchi kuchi, texnologiya, xomashyo va materiallar to‘planganda yuzaga keladi. Alohida-alohida amalga oshirilgan faoliyat turlari bir jarayon sifatida belgilanadi va natijada bir xil mahsulotlar to‘plami paydo bo‘ladi. Bu jarayon asosiy va

yordamchi faoliyatda amalga oshadi. Yuqoridagi yondashuvlarga asoslanib, biz turizmni – iste'molchining manfaatlarini qondirishga qaratilgan turistik mahsulot ishlab chiqarish uchun asosiy, ikkinchi darajali va yordamchi faoliyatlardan iborat bo'lgan iqtisodiy faoliyat turi deya olamiz.

Turizmning iqtisodiy faoliyat sifatida berilgan ushbu ta'rifi BTT tavsiyalariga mos keladi. Bunga ko'ra turizmdagi iqtisodiy faoliyat bu - turli faoliyatlarni ba'zi komponentlarini o'zaro bog'liqligi natijasidir. Turizmni iqtisodiy faoliyat turi sifatida o'rganish, uning mohiyatini tushunishga imkon beradi;

- milliy iqtisodiyotdagi o'rnini aniqlash;
- boshqaruv va rejalashtirish tizimini ishlab chiqish;
- rivojlanish konsepsiyasini yaratish imkonini beradi.

Iqtisodiy faoliyat turi sifatida turizmning mohiyati uning vositalari, shakllari, turlari orqali to'liq aks etadi. Turizm faoliyati quyidagilarni o'z ichiga oladi.

- turistik faoliyatni tashkil etish usullari: marshrut, sayohat, ekskursiya, turistik mahsulot, turistik xizmat va boshqalar;
- harakatlanish usullari, transport xizmatlari;
- turistlarga xizmat ko'rsatish usullari: turar joy, ovqatlanish, xizmat ko'rsatish dasturi.

Turizm turlari – tasniflanishiga ko'ra: sayohat turlari, dam olish mintaqalari, maqsadlari, tashkil etish usullari, transport vositalari, faoliyat turlari va shu kabilarga bog'liq bo'ladi. Turizmdagi asosiy subyekt yoki asosiy birlik bu sayyohdir. BTT tomonidan belgilab qo'yilganidek, sayyoh – bu ikki yoki undan ortiq mamlakat o'rtasida yoki yashash turgan mamlakati ichkarisidagi ikki yoki undan ortiq aholi punktlari o'rtasida sayohat qiluvchi har qanday shaxsdir. Statistik hisobga olish maqsadida xalqaro turistik va ichki turist toifalari ajratib ko'rsatiladi. Turizm iqtisodiyoti – bu turistik tovarlar, mahsulotlar va xizmatlarni ishlab chiqarish va sotishda yuz beradigan jarayonlar va hodisalarni o'rganadigan ilmiy faoliyat hisoblanadi. Turizm iqtisodiyotining predmeti – iste'molchi

ehhtiyojlarini qondirish uchun ishlab chiqarilgan turistik mahsulotlar va xizmatlarni ishlab chiqarish, tarqatish, iste'mol qilish jarayonida rivojlanib boradigan iqtisodiy munosabatlardir.

Erkin turistik zona va erkin turistik zona ishtirokchilari sifatida ro'yxatga olingan tadbirkorlik subyektlariga erkin iqtisodiy zonalar to'g'risidagi qonun hujjatlarining qoidalari, erkin iqtisodiy zonalar va ishtirokchilari uchun nazarda tutilgan barcha imtiyoz va preferensiyalar tatbiq etildi.

Shu bilan birga bu bosqichda eng ahamiyatli tomonlaridan biri turistik faoliyatni tartibga solish uchun yangilangan va qayta ishlangan O'zbekiston Respublikasining "Turizm to'g'risida"gi O'RQ-549-sonli qonuni 2019 yil 18 iyulda qabul qilindi (1.3.2-jadval).

Turizm tadbirkorlikni kengaytirish, Bozor ulushini oshirish va yangi mahsulot yoki xizmatlarni rivojlantirishni yangi Bozorlar yoki joylarga kengaytirishni ham o'z ichiga olishi mumkin. Turizm tadbirkorlikni barqarorlashtirish, Bozor ulushini saqlab qolish va mijozlarni ushlab turish va qoniqishga e'tibor qaratishni daromad oqimlarini diversifikatsiya qilish va o'sish uchun yangi imkoniyatlarni o'rganish samaradorligini baholash va innovatsiyalar, qayta qurish yoki boshqa strategiyalar orqali biznesni jonlantirish yoki Bozordan butunlay chiqib ketish yoki noyob turizm imkoniyatini aniqlash, maqsadli auditoriya va raqobatni tushunish uchun Bozor tadqiqotlarini o'tkazishni va Bozor ehtiyojlari va tendentsiyalariga mos keladigan biznes kontseptsiyasini ishlab chiqishni o'z ichiga oladi.

Rivojlangan xorijiy mamlakatlar turizm tadbirkorligida rejalashtirish asosiy modellardan biri hisoblanadi. Ushbu biznes modeli, marketing strategiyasi, moliyaviy prognozlar va operatsion logistikani belgilaydigan batafsil biznes-rejani yaratishni o'z ichiga oladi. Shuningdek, u Bozor talabi, talab qilinadigan resurslar va potentsial xavflar nuqtai nazaridan biznes g'oyaning maqsadga muvofiqligini baholash, moliyalashtirish yoki investitsiyalarni ta'minlash, zarur ruxsatnomalar va litsenziyalarni olish, operatsiyalarni o'rnatish va turizm biznesini boshlashni o'z ichiga oladi. Shuningdek, u mijozlarni jalb qilish uchun

branding, marketing kompaniyalari va hamkorlikni rivojlantirishni ham o'z ichiga qamrab oladi.

Turizm sohasida tadbirkorlik bilan shug'ullanuvchi biznesmenlar doimiy ravishda o'zlarining bilim va ko'nikmalarini kengaytirib borishlari yanada serdaromad bo'lishligiga imkon beradi, shu sababdan, o'sish va kengayish takliflarni kengaytirish, yangi Bozorlarga chiqish va Bozor ulushini oshirish orqali biznesni kengaytirish, mahsulot yoki xizmatlarni diversifikatsiya qilish, yangi joylarni kashf etish, yoki takliflarni yaxshilash uchun boshqa korxonalar bilan hamkorlik qilishni yo'lga qo'yish maqsadga muvofiqdir.

Turizmda barqaror amaliyotlarni biznes operatsiyalariga integratsiyalash, ekologik toza tashabbuslar, jamoatchilikni jalb qilish va madaniy saqlash, bu shuningdek, doimiy rivojlanib borayotgan turizm sanoatida raqobatbardosh bo'lish uchun innovatsiyalarni rivojlantirish samaradorligini muntazam ravishda baholash, asosiy ko'rsatkichlarni tahlil qilish va o'zgaruvchan Bozor sharoitlari, mijozlar afzalliklari va sanoat tendentsiyalariga moslashish uchun strategik tuzatishlar kiritishni o'z ichiga oladi.

Bugungi kunga kelib, aholini tadbirkorlik faoliyatiga yanada faol jalb etish va xususiy biznesini boshlashga, shuningdek, tadbirkorlik subyektlari faoliyatining barcha bosqichlarida yuzaga kelayotgan muammolarni ortiqcha sarsongarchiliklarsiz va qog'ozbozliksiz tezkor hal etishga xizmat qiladigan Bozor infratuzilmasining barqaror ishlashi va yanada rivojlanishini muvofiqlashtiruvchi amaliy mexanizmning samarali tizimini yaratish zarurdir va yildan yilga bu amalga oshib kelmoqdadir.

Yuqoridagilardan ko'rinib turibdiki, bugungi kunda O'zbekistonda milliy turistik modelni shakllantirish jarayoni jadallik bilan amalga oshirilmoqda. Respublikada Bozor iqtisodiyoti shakllanayotgan sharoitda turizm o'zining milliy daromadini qayta taqsimlash xususiyati asosida milliy iqtisodiyotni barqarorlashtirishning muhim omili bo'lib qolmoqda. Bozor iqtisodiyotida sayyohlarga asosiy xususiy va tijorat kompaniyalari xizmat ko'rsatadi. Bundan tashqari, agar davlat ma'qul iqtisodiy va huquqiy atmosfera yaratsa turizm

barqaror rivojlanadi. Boshqa tomondan, agar davlat kasbiy tayyorlash, tabiiy va madaniy muhitni muhofaza qilish, axborot-reklama ishlari rasmiyatchilikning yengillashtirish muammolari bilan shug'ullanmasa, faqat Bozor stixiyasi hukumronlik ostida turizm rivojlanishning kerakli darajasiga yeta olmaydi.

1.3.2-jadval

O‘zbekiston Respublikasida turizm infratuzilmasining shakllanish va rivojlanish bosqichlari²⁰

| Bosqichlar | Amalga oshirilgan ishlar ko‘lami bo‘yicha qisqacha ma’lumotlar |
|-----------------------------------|---|
| Birinchi bosqich-1992 yil | Turizmning tashkiliy- iqtisodiy va boshqaruv jarayonlari shakllantirildi va rivojlanish yo‘nalishlari belgilab olindi. “O‘zbekturizm” MK tashkil etildi. |
| Ikkinchi bosqich-1993-1995 yillar | Turizm infratuzilmasini rivojlantirishning milliy modeli ishlab chiqildi. Infratuzilmani qayta shakllantirish borasida bir qator turistik obyektlar davlat tarmog‘idan chiqorildi va xususiylashtirildi. Mexmonxona tizimida (yangi mexmonxonalar qurildi, nomerlar fondi ochildi) muhim o‘zgarishlar amalga oshirildi. |
| Uchinchi bosqich-1995 | O‘zbekiston Respublikasi Tashqi ishlar vazirligi tomonidan butun mamlakat hudidida amal qiluvchi yagona turistik viza o‘rnatildi (davlat tomonidan belgilangan obyektlardan tashqari). Tarixiy va madaniy yodgorliklar madaniy inshootlar yaratilgan san’at asarlarining saqlash va ko‘paytirishga yo‘naltirilgan “Meros” milliy dasturi ishlab chiqildi. Toshkent, Samarqand, Buxoro va Xiva xalqaro turizm bo‘yicha maxsus ochiq iqtisodiy zonalar to‘g‘risidagi nizom ishlab chiqildi. “O‘zbekturizm” MK O‘zbekiston xavo aloqasiga ega bo‘lgan mamlakatlarda o‘z vakolatxonalarini ochdi. GERmaniya (Frankfrut), Buyuk Britaniya (London), AQSH (Nyu-York), Birlashgan Arab Amirliklari (Shardj), Rossiya (Moskva). |

²⁰ A.N.Norchayev “Zamonaviy turizm infratuzilmasining shakllanish va rivojlanish tendensiyalari”. (Monografiya) 2020. 73-74-betlar

| | |
|--|---|
| To‘rtinchi bosqich-1996-1997-yillar | “O‘zbekturizm” MK tizimidagi barcha turistik obyektlarning umumiy sonining 90%i davlat tasarrufidan chiqarildi. Rivojlanishning yangicha ko‘rinishi respublikamiz turizmiga kirib keldi. |
| Beshinchi bosqich-1998-yil | Qayta tiklanish bosqichi bo‘lin infratuzlmaning mutanosib rivojlanishini ta‘minlash maqsadida bir qator islohotlar amalga oshirildi. Eksport salohiyati oshirildi, valyuta, turist, xususiy kapital va investitsiyaning barqaror oqimi ta‘minlandi. “O‘zbekturizm” MKsi qayta tshkil qilindi. O‘zbekistonning xususiy turistik tashkilotlari assotsiatsiyasi asos solindi. |
| Oltinchi bosqich-1999-2016 yillar | Turistik tashkilotlarga qo‘shimcha bojxona imtiyozlari yaratildi. O‘zbekistonning diplomatik vakillaridan chet elda turizm bo‘yicha maslahatchi lavozim kiritildi. “Turizm to‘g‘risida”gi qonun qabul qilindi. |
| Yettinchi bosqich-2016 yildan hozirgacha | O‘zbekturizm Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishning chora-tadbirlari ishlab chiqildi. “O‘zbekturizm” MK negizida O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi tshkil etildi. Erkin turistik zona (ETZ)lar tashkil etildi. Turistik faoliyatni tartibga solish uchun yangilangan va qayta ishlangan O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi qonuni qabul qilindi. |

Bunda davlat tomonidan mos metodologiyasi metodik va amaliy yondashuvlarning ishlab chiqarish turistik xizmatlar Bozorining tashkil etilishiga ahamiyat berish kerak.

2017-2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishi bo‘yicha harakatlar strategiyasida belgilangan vazifalarni ijro etish, biznes hamjamiyati va davlat organlari o‘rtasida samarali muloqot va sog‘lom sherikchilik mexanizmlarini yo‘lga qo‘yish, xususiy mulkchilik va tadbirkorlik subyektlarining huquqlari va qonuniy manfaatlarini ishonchli muhofaza qilish kafolatlarini kuchaytirish, tadbirkorlar bilan biznes muhitni takomillashtirish masalalari bo‘yicha dolzarb axborot almashinuvining doimiy kanalini, viloyatlar, shaharlar va tumanlarda joriy etish, tadbirkorlik faoliyatini qo‘llab-quvvatlash borasida amalga oshirilayotgan chora-tadbirlarning amaliy

natijalariga erishish, o'zining biznesini tashkil etish va yuritishda aholiga har tomonlama ko'mak berish, shuningdek, tadbirkorlik subyektlariga sifatli davlat xizmatlari ko'rsatishni ta'minlash maqsadida O'zbekiston Respublikasi savdo-sanoat palatasi, Iqtisodiyot vazirligi, bandlik va mehnat munosabatlari vazirligi, Adliya vazirligi, xususiylashtirilgan korxonalariga ko'maklashish va raqobatni rivojlantirish davlat qo'mitasining, shuningdek, tadbirkorlik tuzilmalarining O'zbekiston Respublikasi savdo-sanoat palatasi tizimini tubdan qayta isloh etish to'g'risidagi takliflar o'z samarasini bermoqda.

Turizm sohasi asosan xizmat ko'rsatishga qaratilganligi bois, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati bilan u xizmat ko'rsatish sohasiga mansubdir. Keyingi yillarda O'zbekistonda iqtisodiyotni liberallashtirish, ishbilarmonlik muhitini yaxshilash, raqobatni rivojlantirish, Turizm tadbirkorlikni jadal rivojlantirishni rag'batlantirish borasida keng ko'lamdagi chora-tadbirlar qabul qilindi. Turizm tadbirkorlik sohasida umumiy iqtisodiy funktsiyaning tadbiri ushbu sohada faoliyat ko'rsatib keladigan subyektlarning xususiyatlari bilan bog'liqdir.

Birinchi bob bo'yicha xulosa

Turizm tadbirkorlik faoliyatining rivojlantirishning nazariy asoslari, tadbirkorlik mohiyati va xususiyatlari, turizm tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda xorijiy mamlakatlarning ilg'or tajribalarini o'rganish asosida quyidagi xulosalarga kelindi:

Tadqiqot yo'nalishlaridan kelib chiqib tadqiqotchi olimlar tomonidan berilgan ta'riflarni jamlagan holda "turizm tadbirkorlik faoliyati tashrif buyuruvchilarga xizmat ko'rsatuvchi turli tarmoq va sohalarning turmaxsulot va turistik xizmatlar jamlanmasini taqdim etilishiga asoslanuvchi va tashkillashtiruvchi iqtisodiyotning alohida sohasidir" degan mualliflik ta'rifini berish maqsadga muvofiq deb hisobladik.

Turizm sohasida tadbirkorlarning ko'payishi, turistik oqimning kengayishi va olinadigan daromad hajmining ortishi bilan tashrif manzillari o'rtasida raqobat kurashi kuchayib boraveradi. Shu bilan birga tashrif buyuruvchilarni sayohatga

chiqishga undovchi motivlar, reklama va unga ta'sir etuvchi omillar chuqurroq tadqiq etila boshladi. Kishilarni sayohatga undovchi, ta'sir etuvchi ko'plab omillar mavjud bo'lib, ularni ma'lum bir ko'rinishda xususiy tadbirkorlikka tizimlashtirish, tasniflash zarurati vujudga keldi va shundan kelib chiqib, ularni iqtisodiy va noiqtisodiy turlarga jamlash to'g'ri bo'ladi.

Turizmda tadbirkorlikning o'ziga xos evolyutsion rivojlanish yo'lini turli nazariyalar va rivojlanish modellari xususiyatidan kelib chiqqan holda tizimlashtirish, tasniflash sohani kelajakda tadqiq etishni osonlashtiradi.

Turistik joylarga tashrif buyuruvchi turistlarga qulaylik yaratish mumkin bo'lgan turistik obyektlarga kichik tadbirkorllar uchun sharoit yaratib berish ushbu turistik zonalar bilan xorijiy sayyohlarni jalb qilish maqsadga muvofiq deb hisobladik.

Turizmda tadbirkorlik sohasini rivojlantirish bo'yicha xorijiy mamlakatlar tajribalari, ular tanlagan strategiyalarning tahlili mamlakatimizda turizmga tadbirkorlik sohasini rivojlantirish, turistik resurslaridan unumli foydalanish, xususiy tadbirkorlik imkonini yanada oshiradi degan xulosaga keldik.

II BOB O‘ZBEKISTONDA TURIZM SOHASIDA TADBIRKORLIK FAOLIYATINING RIVOJLANISH HOLATI

2.1-§. Turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatining rivojlantirishda davlatning roli

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 2-dekabrdagi "O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta‘minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida"gi PF-4861- sonli Farmoniga muvofiq, Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi tomonidan, turizm faoliyatini litsenziyalash tartibi to‘g‘risidagi yangi tahrirda nizom ishlab chiqilib, tegishli vazirlik va idoralar bilan kelishilgan holda Vazirlar Mahkamasiga kiritilgan.

O‘zbekistonda turizm faoliyati litsenziyalanadi, hamda bu jarayonni o‘tkazish mexanizmi tegishli qonun bilan belgilangan. Turizm biznesini tashkil etish uchun rasmiyatchilikni o‘ziga xos xususiyatlarini bilish zarur. Jumladan, litsenziyalash sohasini va boshqa ruxsatnoma xilidagi hujjatlarni mukammal bilish talab etiladi.

Turizm faoliyatini litsenziyalash O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi Litsenziyalovchi organ tomonidan amalga oshiriladi. Turizm faoliyatini litsenziyalash ushbu sxemaga muvofiq amalga oshiriladi (2.1.1-rasm).

| Subyektlar | Tadbirlar | Bajarish muddati |
|----------------------|---|--|
| Litsenziya talabgori | Nizomning 9-bandida nazarda tutilgan ro‘yxatga muvofiq litsenziya olish uchun zarur bo‘lgan xujjatlarni tayyorlaydi. Xujjatlarni litsenziyalovchi organga bevosita, olinganligi to‘g‘risidagi bildirishnoma bilan pochta yoki elektron shaklda taqdim etadi. Elektron shaklda | Litsenziya talabgorining xoxishiga ko‘ra |

| | | |
|------------------------|---|----------------------|
| | <p>taqdim etilgan xujjatlar litsenziya talabgorining electron raqamli imzosi bilan tasdiqlanadi.</p> <p>Ariza ko'rib chiqilishi uchun qonun xujjatlarida belgilangan eng kam oylik ish haqining 2.5 barobari miqdorida yig'im to'laydi, yig'im litsenziyalovchi organning hisob raqamiga o'tkaziladi.</p> | |
| Litsenziyalovchi organ | <p>Litsenziya talabgori tomonidan ariza va barcha zarur hujjatlar topshirilganidan keyin litsenziya talabgoriga litsenziya berish yoki litsenziya berishni rad etish to'g'risida qaror qabul qiladi.</p> | 15 ish kun mobaynida |
| Litsenziyalovchi organ | <p>Litsenziya berishni rad etish to'g'risidagi qaror qabul qilingan taqdirda, bu haqdagi bildirishnomada rad etishning aniq sabablari va ularni bartaraf etishga yetarli bo'lgan muddat ko'rsatilgan ma'lumotnomalar electron shaklda litsenziya talabgoriga yuboriladi</p> | Bir kun muddatda |
| Litsenziya talabgori | <p>Litsenziya berish rad etigan taqdirda aniqlangan sabablarni bartaraf etadi</p> | |

| | | |
|------------------------|---|---|
| | hamda ariza va xujjatlarni litsenziyalovchi organga qayta topshiradi. | Litsenziyalovchi organ belgilangan muddatga muvofiq |
| Litsenziyalovchi organ | Litsenziya talabgoriga litsenziya berish yoki litsenziya berishni rad etish to'g'risidagi takroran qaror qabul qiladi. | 5 ish kun mobaynida |
| Litsenziyalovchi organ | Litsenziya berishga qaror qilinganligi to'g'risidagi bildirishnoma litsenziya talabgoriga bank hisob raqami rekvizitlari, davlat boji to'lash muddati ko'rsatilgan holda shu jumladan axborot tizimi orqali electron shaklda litsenziya talabgorini xabardor qiladi va ayni vaqtda imzolash uchun litsenziya bitimi yuboradi. | Bir kun muddatda |
| Litsenziyat | Litsenziya berilganligi uchun davlat boji to'langanligini tasqidlovchi xujjatni litsenziyalovchi organga taqdim etadi va litsenziya bitimini imzolaydi. | 3 oy mobaynida |
| Litsenziyalovchi organ | Yuqorida qayd etilgan shartlar bajarilmagan taqdirda litsenziyalovchi organ litsenziyani bekor qilish to'g'risida qaror qabul qilish haqlidir. | 3 oydan so'ng |

| | | |
|------------------------|--|---------------------|
| Litsenziyalovchi organ | Litsenziya talabgori tomonidan Nizomning 33-bandiga muvofiq davlat boji to‘langanligini tasdiqlovchi hujjat taqdim etilganda va litsenziya bitimi imzolanganda tegishli blankada litsenziyani rasmiylashtiradi va uni litsenziatga beradi. | 2 ish kun mobaynida |
|------------------------|--|---------------------|

2.1.1-rasm Turizm faoliyatini litsenziyalash sxemasi²¹

O‘zbekiston Respublikasida belgilangan tartibda ro‘yxatdan o‘tgan, litsenziyalovchi organga turizm faoliyatini amalga oshirishga litsenziya berish to‘g‘risidagi ariza bilan murojaat qilgan yuridik shaxs (turizm operatorlari, turizm agentliklari, ekskursiya tashkilotlari, turizm firmalari) litsenziya talabgori bo‘lishi mumkin.

Turizm faoliyatini amalga oshirish huquqini beruvchi litsenziyalar turizm xizmatlari ko‘rsatish shartnomasi shartlariga muvofiq turlarni tashkil etish bo‘yicha xizmatlar, jumladan band qilish, joylashtirish, tashish, ovqatlanishni tashkillashtirish, shuningdek rekreatsiya, ekskursiya va boshqa xizmatlar ko‘rsatuvchi litsenziya talabgorlariga beriladi. Bunda ekskursiya xizmatlari ko‘rsatuvchi yakka tartibdagi tadbirkorlar uchun turizm faoliyatini amalga oshirish huquqini beruvchi litsenziya olish talab etilmaydi.

Litsenziyalovchi organ litsenziyani quyidagi uch yo‘nalish bo‘yicha beradi:

Ichki turizm - O‘zbekiston Respublikasida doimiy yashovchi jismoniy shaxslarga O‘zbekiston Respublikasi hududida turizm faoliyatini amalga oshirish huquqi uchun;

²¹ Turizm faoliyatini litsenziyalash tartibi to‘g‘risidagi nizomni tasdiqlash haqida O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori, 06.04.2017 yildagi 189-son <https://lex.uz/docs/-3157786>.

Chiqish turizmi - O‘zbekiston Respublikasida doimiy yashovchi jismoniy shaxslarga O‘zbekiston Respublikasidan tashqarida turizm faoliyatini amalga oshirish huquqi uchun;

Kirish turizmi - O‘zbekiston Respublikasidan tashqarida doimiy yashovchi jismoniy shaxslarga O‘zbekiston Respublikasi hududida turizm faoliyatini amalga oshirish huquqi uchun.

Turizm faoliyatini amalga oshirish huquqiga namunaviy (oddiy) litsenziyalar beriladi. Turizm faoliyatini amalga oshirish huquqini beruvchi litsenziya amal qilish muddati cheklanmasdan beriladi.

Turizm faoliyatini amalga oshirishda litsenziya talablari va shartlari quyidagilar;

a) Turizm to‘g‘risidagi qonun hujjatlariga, turizm sohasidagi xalqaro standartlarga va O‘zbekiston Respublikasi standartlariga majburiy rioya qilish;

b) yuridik shaxs shtatida turizm yo‘nalishidagi oliy ta‘lim yoxud o‘rta maxsus, kasb-hunar ta‘limi diplomiga yoki litsenziyalovchi organ tomonidan belgilangan tartibda 3 yil muddatga beriladigan amaldagi malaka sertifikatiga ega bo‘lgan kamida bir nafar mutaxassis bo‘lishi;

c) yuridik shaxs xodimlari (gidlar (ekskursiya etakchilari) va yo‘riqchi-yo‘l boshlovchilar) 3 yilda kamida bir marta litsenziyalovchi organ belgilangan tartibda malaka sertifikati olishi;

d) qonun hujjatlarida belgilangan talablarga muvofiq turizm faoliyatini amalga oshirish uchun o‘z mulki bo‘lgan yoki ijaraga olingan binolar mavjud bo‘lishi;

e) turizm faoliyatini amalga oshirish uchun yo‘nalishiga ko‘ra:

f) “ichki turizm” - yuridik shaxsning tegishli tashkiliy-huquqiy shakli uchun qonunchilikda belgilangan miqdorga teng;

g) “chiqish va kirish turizmi” - eng kam oylik ish haqining kamida 400 baravari miqdorida shakllantirilgan ustav jamg‘armasiga ega bo‘lishi;

h) turizm xizmatlarining muvofiqlik sertifikati bilan tasdiqlangan turistlar va ekskursiyachilarning hayoti, sog‘lig‘i va mol-mulki uchun xavfsizlikni

taʼminlash boʻyicha tizimning mavjudligi;

i) mijoz bilan faqat Oʻzbekiston Respublikasi qonun hujjatlari talablariga muvofiq shartnoma, shu jumladan, elektron tarzda (onlayn) tuzilgandan keyin turizm xizmatlari koʻrsatish;

f) chet davlatga chiqish, kelish va u erda boʻlishning oʻziga xos xususiyatlari, turistik sayohat vaqtida oʻzini tutish xususiyatlari hamda har bir muayyan mamlakatda boʻlishning boshqa qoidalari toʻgʻrisidagi toʻliq maʼlumotlarni har bir turistga belgilangan tartibda etkazish;

g) mijozga litsenziatning ish rejimi uning joylashgan joyi (pochta manzili), tegishli litsenziya, turizm xizmatlari sertifikatining mavjudligi, turizm faoliyatining aniq yoʻnalishlari uchun masʼul boʻlgan litsenziatning mutaxassislari familiyasi, ismi, otasining ismi toʻgʻrisida toʻliq va batafsil maʼlumot berish, jumladan, ushbu koʻrsatilgan maʼlumotlarni oʻzining xalqaro internet tarmogʻidagi rasmiy veb-saytiga joylashtirish.

Litsenziya olish uchun litsenziya talabgori litsenziyalovchi organga quyidagi hujjatlarni taqdim etadi:

- litsenziya talabgorining nomi va tashkiliy - huquqiy shakli, tadbirkorlik subyekti sifatida davlat roʻyxatidan oʻtkazilganligi toʻgʻrisidagi guvohnomadagi turizm xizmatlarini koʻrsatish uchun amaldagi muvofiqlik sertifikati va turizm faoliyatini amalga oshirish uchun binoga huquqni beruvchi hujjatlardagi maʼlumotlarning mavjudligi, litsenziya talabgorining joylashgan joyi (pochta manzili), aloqa telefonlari, faks raqamlari, elektron manzili va bank rekvizitlari, shuningdek, ushbu Nizomning 5-bandida nazarda tutilgan, talab etilayotgan turizm faoliyatining yoʻnalish koʻrsatilgan litsenziya berish toʻgʻrisidagi ariza; ushbu Nizomning 8-bandi «b>>, «g - e» kichik bandlariga muvofiq hujjatlar nusxalari;

- litsenziya talabgori arizasining litsenziyalovchi organ tomonidan koʻrib chiqilishi uchun litsenziya talabgori tomonidan yigʻim toʻlanganligini tasdiqlovchi toʻlov hujjatining nusxasi;

- familiyasi, ismi va otasining ismi, tugʻilgan yili, pasportiga oid maʼlumotlar, uy manzili, maʼlumoti, aloqa telefonlari raqamlari koʻrsatilgan rahbar toʻgʻrisidagi maʼlumotlar.

Litsenziyalovchi organ litsenziya berish uchun boshqa vakolatli organlarda mavjud boʻlgan zarur hujjatlar va axborotlarni belgilangan tartibda oʻzaro axborot hamkorligi yoʻli bilan, shu jumladan elektron tarzda mustaqil ravishda oladi.

Litsenziya talabgoridan ushbu Nizomda nazarda tutilmagan hujjatlarning taqdim etilishini talab qilishga yoʻl qoʻyilmaydi.

Litsenziya olish uchun zarur hujjatlar litsenziya talabgori tomonidan litsenziyalovchi organga bevosita, olinganligi toʻgʻrisidagi bildirishnoma bilan pochta yoki elektron aloqa vositasi orqali taqdim etiladi.

Elektron shaklda taqdim etilgan hujjatlar litsenziya talabgorining elektron raqamli imzosi bilan tasdiqlanadi.

Litsenziya olish uchun litsenziyalovchi organga yuborilgan hujjatlar litsenziyalovchi organ masʼul xodimi tomonidan roʻyxat boʻyicha qabul qilinadi, roʻyxatning nusxasi hujjatlar qabul qilib olingan sana toʻgʻrisida belgi qoʻyilgan holda ariza beruvchiga yuboriladi (topshiriladi).

Notoʻgʻri yoki buzib koʻrsatilgan hujjatlar va maʼlumotlar taqdim etilganligi uchun litsenziya talabgori qonun hujjatlariga muvofiq javob beradi.

Arizani koʻrib chiqish va litsenziya berish yoki litsenziya berishni rad etish toʻgʻrisida qaror qabul qilish, ariza koʻrib chiqilishi uchun litsenziya talabgori toʻlov kunida belgilangan eng kam oylik ish haqining 2,5 baravari miqdorida litsenziyalovchi organ hisob raqamiga oʻtkaziladigan yigʻim toʻlaydi.

Litsenziya talabgori berilgan arizadan voz kechgan taqdirda toʻlangan yigʻin qaytarilmaydi.

Litsenziya berish yoki litsenziya berishni rad etish toʻgʻrisidagi qaror litsenziya talabgorining arizasi ushbu Nizomning 9-bandida, koʻrsatilgan barcha zarur hujjatlar bilan birga olingan kundan boshlab oʻn besh ish kunidan ortiq boʻlmagan muddatda, litsenziyalovchi organ rahbari oʻrinbosari tomonidan tasdiqlangan ekspert xulosasi asosida qabul qilinadi.

Litsenziyalovchi organ tegishli qaror qabul qilingandan Keyin bir kun muddatda litsenziya talabgorini qabul qilingan qaror to'g'risida xabardor qiladi litsenziya berishga qaror qilinganligi to'g'risidagi bildirishnoma litsenziya talabgoriga bank hisob raqami rekvizitlari, davlat boji to'lash muddati ko'rsatilgan holda, yozma shaklda, shu jumladan axborot tizimi orqali elektron shaklda yuboriladi.

Litsenziya berish to'g'risida qaror qabul qilingani to'g'risidagi bildirishnoma bilan bir vaqtda litsenziya talabgoriga imzolash uchun litsenziya bitimi yuboriladi.

Tadbirkorlik subyektlari turizm faoliyatini faqat belgilangan tartibda tegishli litsenziyani olgandan keyingina amalga oshirish huquqiga ega.

Ekskursiya faoliyatini amalga oshiruvchi yakka tartibdagi tadbirkorlarga — turizm faoliyatini amalga oshirish huquqini beruvchi litsenziyani olish talab etilmaydi.

Litsenziyalashda quyidagilar subyektlar ishtirok etadi:

- turoperatorlik faoliyati — yuridik shaxs tomonidan turizm mahsulotini shakllantirish, targ'ib etish va realizatsiya qilish bo'yicha turizm faoliyati;
- turagentlik faoliyati — turizm mahsulotini targ'ib etish va realizatsiya qilish yuzasidan yuridik yoki jismoniy shaxs tomonidan amalga oshiriladigan turizm faoliyati;
- ekskursiya faoliyati — yigirma to'rt soatdan oshmaydigan va joylashtirishga doir xizmatlar ko'rsatishni nazarda tutmaydigan, madaniy meros obyektlari, diqqatga sazovor joylar va boshqa obyektlar bilan tanishtirish maqsadida oldindan tuzilgan yo'nalishlar bo'yicha ekskursiya yetakchisi hamrohligida ekskursiyalar tashkil etishga doir turistik faoliyatning elementi;
- litsenziyalovchi organ — O'zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasining hududiy bo'linmalari;
- litsenziya talabgori — O'zbekiston Respublikasida belgilangan tartibda tadbirkorlik subyekti sifatida ro'yxatdan o'tgan, turizm faoliyatini amalga

o'shish uchun litsenziya olish maqsadida ariza bilan murojaat qilgan jismoniy va yuridik shaxs.

Litsenziya quyidagi turizm faoliyati turlariga beriladi:

- a) turoperatorlik;
- b) turagentlik.

Litsenziyalovchi organ quyidagi uchta yo'nalish bo'yicha litsenziyalar beradi:

ichki turizm — O'zbekiston Respublikasi hududida doimiy yashovchi jismoniy shaxslarga turizm xizmatlarini ko'rsatish maqsadida O'zbekiston Respublikasi hududida turoperatorlik va turagentlik faoliyatini amalga oshirish huquqi uchun;

chiqish turizmi — O'zbekiston Respublikasi hududida doimiy yashovchi jismoniy shaxslarga yuridik shaxslar tomonidan turizm xizmatlarini ko'rsatish maqsadida O'zbekiston Respublikasidan tashqarida turoperatorlik va turagentlik faoliyatini amalga oshirish huquqi uchun;

kirish turizmi — O'zbekiston Respublikasidan tashqarida yashovchi jismoniy shaxslarga turizm xizmatlarini ko'rsatish maqsadida O'zbekiston Respublikasi hududida turoperatorlik va turagentlik faoliyatini amalga oshirish huquqi uchun.

Turizm faoliyatini amalga oshirish huquqi uchun 2-ilovaga muvofiq shaklda namunaviy litsenziyalar beriladi.

Turizm faoliyatini amalga oshirish huquqini beruvchi litsenziya muddati cheklanmasdan beriladi.

Davlat xizmatlari belgilangan Davlat xizmatlari markazlari yoki O'zbekiston Respublikasi yagona interaktiv davlat xizmatlari portali orqali, O'zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasining hududiy bo'linmalari tomonidan ko'rsatiladi.

Davlat xizmatlari markazlari va litsenziyalovchi organ o'rtasidagi axborot almashinuvi elektron raqamli imzoni majburiy tartibda qo'llash orqali faqat idoralararo elektron o'zaro bog'lanish yordamida amalga oshiriladi.

Turoperatorlar faoliyatini amalga oshirish uchun litsenziyalash talablari va shartlari quyidagilardan iborat:

- turizm to'g'risidagi qonun hujjatlariga qat'iy rioya qilish;
- yuridik shaxs shtatida "turizm" yo'nalishi bo'yicha oliy yoki o'rta maxsus, kasb-hunar ma'lumotiga ega bo'lgan yoki malaka sertifikatiga ega bo'lgan kamida bir nafar mutaxassisning bo'lishi; yuridik shaxs xodimlari (gidlar (gid-tarjimonlar), ekskursiya yetakchilari va yo'riqchi-yo'l boshlovchilar) uch yilda kamida bir marta belgilangan tartibda malaka sertifikati olishi;
- "chiqish turizmi" yo'nalishi bo'yicha turizm faoliyatini amalga oshirish uchun litsenziya talabgorlariga 15 ming AQSH dollari ekvivalenti miqdoridagi mablag'larni O'zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi huzuridagi xavfsiz turizm jamg'armasiga zaxira qilishi;
- turizm xizmatlarining muvofiqlik sertifikati bilan tasdiqlangan turistlar va ekskursiyachilarning hayoti, sog'lig'i va mol-mulki uchun xavfsizlikni ta'minlash bo'yicha tizimning mavjudligi;
- turizm mahsuloti buyurtmachisi bilan, shu jumladan, O'zbekiston Respublikasining turizm xizmatlarini ko'rsatish to'g'risidagi qonun hujjatlari talablariga javob beradigan elektron tijorat shartnomasi tuzilganidan keyin turizm xizmatlarini taqdim etish;
- har bir turistga va ekskursantga turistik sayohat vaqtida O'zbekiston Respublikasiga hamda chet davlatlarga kirish, ulardan chiqish va ularda bo'lishning o'ziga xos xususiyatlari to'g'risidagi axborotni yetkazish;
- mijozga litsenziatning ish rejimi, uning joylashgan joyi (pochta manzili), tegishli litsenziya, turizm xizmatlari sertifikatining mavjudligi, turizm faoliyatining aniq yo'nalishlari uchun mas'ul bo'lgan litsenziatning mutaxassislari familiyasi, ismi, otasining ismi to'g'risida to'liq va batafsil ma'lumot berish, jumladan, ushbu ko'rsatilgan ma'lumotlarni o'zining xalqaro internet tarmog'idagi rasmiy veb-saytiga joylashtirish;
- litsenziat kamida ikki chet tilidagi, elektron to'lovlar, bron qilishlar, "ichki turizm", "chiqish turizmi" va "kirish turizmi" yo'nalishi bo'yicha

ekvayring xizmatlarini ko'rsatadigan veb-saytga ega bo'lishi (ushbu talabning chet tillari bo'yicha qismi "ichki turizm" yo'nalishidagi litsenziatlarga taalluqli emas);

- turoperatorlarning fuqarolik javobgarligini sug'urtalashni tasdiqlovchi sug'urta polisining mavjudligi;

- faoliyatni faqat litsenziyada ko'rsatilgan yo'nalish(lar) bo'yicha amalga oshirish.

Turagentlar faoliyatini litsenziyalash talablari va shartlari quyidagilardan iborat: turizm to'g'risidagi qonun hujjatlariga qat'iy rioya qilish;

- turizm faoliyatining "chiqish turizmi" yo'nalishida faqat yuridik shaxs tashkil etgan holda amalga oshirish;

- "chiqish turizmi" yo'nalishi bo'yicha turizm faoliyatini amalga oshirish uchun litsenziya talabgorlariga 15 ming AQSH dollari ekvivalenti miqdoridagi mablag'larni O'zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi huzuridagi xavfsiz turizm jamg'armasiga zaxira qilishi;

- turoperator bilan shartnoma tuzilgandan so'ng turoperatorlar tomonidan yaratilgan turizm mahsulotini targ'ib va realizatsiya qilish;

- har bir turistga va ekskursantga turistik sayohat vaqtida O'zbekiston Respublikasiga hamda chet davlatlarga kirish, ulardan chiqish va ularda bo'lishning o'ziga xos xususiyatlari to'g'risidagi axborotni yetkazish;

- litsenziat kamida ikki chet tilidagi, elektron to'lovlar, bron qilishlar, "ichki turizm", "chiqish turizmi" va "kirish turizmi" yo'nalishi bo'yicha ekvayring xizmatlarini ko'rsatadigan veb-saytga ega bo'lishi (ushbu talabning chet tillari bo'yicha qismi "ichki turizm" yo'nalishidagi litsenziatlarga taalluqli emas);

- mijozga litsenziatning ish rejimi, uning joylashgan joyi (pochta manzili), tegishli litsenziya, litsenziatning familiyasi, ismi, otasining ismi to'g'risida to'liq va batafsil ma'lumot berish, jumladan, ushbu ko'rsatilgan ma'lumotlarni o'zining xalqaro internet tarmog'idagi rasmiy veb-saytiga joylashtirish.

Litsenziya olish uchun zarur bo'lgan hujjatlar. Talabgor davlat xizmatlaridan foydalanish uchun Davlat xizmatlari markazlariga o'zi kelib murojaat etadi yoki davlat xizmatlaridan elektron tarzda foydalanish uchun ro'yxatdan o'tadi.

2.2-§. Turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning tashkiliy va huquqiy asoslari

Turizm va Mehmonxona biznesi tadbirkorligi, avvalo, davlat tomonidan nazorat qilinadi. Faoliyatni yuritish davomida O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish Davlat qo'mitasi bilan hamkorlikda ish yuritiladi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 2-dekabrda "O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-4861- sonli Farmoniga muvofiq, Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi tomonidan, turizm faoliyatini litsenziyalash tartibi to'g'risidagi yangi tahrirda nizom ishlab chiqilib, tegishli vazirlik va idoralar bilan kelishilgan holda Vazirlar Mahkamasiga kiritilgan²².

O'zbekiston Respublikasi Turizmni Rivojlantirish davlat qo'mitasiga faoliyatning litsenziyalanadigan turni amalga oshirishga litsenziya berish to'g'risidagi ariza bilan murojaat qilgan yuridik yoki jismoniy shaxs litsenziya talabgori bo'lishi mumkin.

Jismoniy shaxsga litsenziya faqat ekskursiya xizmatlari ko'rsatish huquqi uchun beriladi. Litsenziya berish yoki litsenziya berishni rad etish to'g'risida qaror ariza va barcha zarur hujjatlar olingan kundan boshlab o'ttiz kundan ortiq bo'lmagan huddatda qabul qilinadi. Ishchi organ o'n besh kundan ortiq bo'lmagan muddatda hujjatlarni ko'rib chiqadi, ular bo'yicha ekspert xulosasi tayyorlaydi va litsenziya talabgoriga litsenziya berish yoki litsenziya berishni rad etish to'g'risidagi taklifni tegishli qaror protokoli loyihasi bilan tasdiqlash uchun komissiyaga kiritadi.

²² "O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-4861- sonli Farmoni. 02.12.2016-yil.

Muhtaram Prezidentimizning Butun Jahon Turizm Tashkiloti Bosh Assambleyasi 25-sessiyasidagi nutqida “Shu ma’noda, turizm mamlakatlarimizning umumiy farovonligi va barqaror taraqqiyotini ta’minlashning muhim omilidir, desak, mubolag‘a bo‘lmaydi. Ayni paytda u jahon xalqlari o‘rtasida madaniy almashuvlarni kuchaytiradigan, bag‘rikenglik tamoyillarini mustahkamlaydigan qudratli vositadir” deb ta’kidladilar.

Shuningdek Prezident nutqida “2030-yilga qadar yana 56 ta zamonaviy avialayner olib kelamiz va aviaparkimizdagi samolyotlar sonini 100 taga yetkazamiz. Bundan tashqari, aviaqatnovlar soni 4 barobar oshiriladi. Barcha aeroportlarda “ochiq osmon” rejimi joriy qilinadi, hududlardagi 6 ta yirik aeroport xususiy sheriklik asosida yangilanadi. Shuningdek, katta shahar va sayyohlar ko‘p boradigan manzillarda 30 ta yirik turizm klasterlari tashkil etiladi. Biz yurtimizning madaniy turizm salohiyatini oshirishga ham katta e’tibor qaratamiz”²³.

Turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning tashkiliy va huquqiy asoslari, turizm sektorining ularni amalga oshirishdagi eng muhim qoidalardan biridir. Bu sohada tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning asosiy jarayoni va huquqiy tartibi turizm kodekslari, qonunlar va tartib-jadval bilan belgilangan holda olib boriladi. Turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning tashkiliy va huquqiy asoslari quyidagilar:

➤ Tarixiy va madaniy bazalarni muhofaza qilish va rivojlantirish: Turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish uchun muhim asoslar madaniy mirasni muhofaza qilish, turizm ob'ektlarini rivojlantirish va turistlarga taqdim etishdir;

➤ Tadbirkorlik faoliyatini tartibga solish: Turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatlarini tartibga solish uchun huquqiy va tartibliyl asoslar belgilanadi, jumladan litsenziya olish va turizm tadbirlarini amalga oshirish uchun bandlik tartibini tuzish kabi;

²³ O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Butunjahon Turizm tashkiloti Bosh Assambleyasi nutqidan. Xalq so‘zi gazetasi. 2023-yil. 17-oktyabr.

➤ Turizm tadbirlarining sifatini va standartlarini belgilash: Turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirish uchun belgilangan sifat va standartlar, turistlarga yuqori sifatli xizmat ko‘rsatish, taomlar va Mehmonxona xizmatlarining sifatini ta‘minlash uchun zarurdir;

➤ Turizm sektoridagi ishtirokchilarni himoya qilish: Turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning huquqiy asoslari ishtirokchilarni, jumladan turistlarni, tadbirkorlarni va boshqa tashkilotlarni himoya qilishni ta‘minlaydi;

➤ Turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning tashkiliy va huquqiy asoslari, turizm sohasini rivojlantirishga yordam beruvchi qonunlar va tartiblar to‘plami sifatida taniladi. Bu asoslar turizm tadbirkorlari va sohasiga qiziqishlilarni himoya qilish, turizm sektorini rivojlantirish va turizm ob'ektlarini muhofaza qilishga xizmat qiladi.

➤ Turizm tadbirkorlik sohasida kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarini tashkil etishda bir necha bosqichlardan iboratdir, ushbu bosqichlarning ketma-ketligi 2.2.1-rasmda keltirib o‘tilgan.

➤ Ta‘sischilar tarkibini aniqlash va ta‘sis hujjatlarini ishlab chiqish korxonani tashkil etish va uning faoliyati haqida ta‘sischilar tomonidan shartnoma tuzish korxonani tasdiqlash va bayonnomani rasmiylashtirish bankda vaqtincha hisob raqamini ochish korxonani ro‘yxatdan o‘tkazish Davlat reyestriga kiritish uchun korxonani haqidagi ma‘lumotlarni tayyorlash korxonani ishtirokchilari omonatlarini bankka to‘la kiritish bankda doimiy hisob raqamini ochish korxonani tuman soliq inspeksiyasida ro‘yxatdan o‘tkazish dumaloq muhr va burchakli shtamp tayyorlashga ruxsatnoma olish va ularni tayyorlash O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “xususiy mulk, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni ishonchli himoya qilishni ta‘minlash, ularni jadal rivojlantirish yo‘lidagi to‘siqlarni bartaraf etish chora-tadbirlari to‘g‘risi”dagi 2015-yil 15-

maydagi PF-4725-sonli Farmonining²⁴ ijrosini ta'minlash va tadbirkorlik tuzilmalariga zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan keng foydalangan holda davlat xizmatlarini ko'rsatish sifati hamda ulardan foydalanish imkoniyatlarini tubdan oshirish va shaffofligini ta'minlashdir.

➤ Boshqarishning tashkiliy tuzilmasi deganda bir-biriga bo'ysunadigan tarzda joylashgan, boshqaruvchi va boshqariluvchi tizimlar o'rtasidagi aloqani ta'minlovchi boshqaruv bo'g'inlarining majmui tushuniladi. Boshqarishning tashkiliy tuzilmasiga Mehmonxonona muayyan kichik tizimlarining tarkibi, o'zaro nisbati, joylashishi va o'zaro aloqalaridan tarkib topadi. Bunday tuzilmani tashkil etish eng avvalo, Mehmonxonaning muayyan bo'limlari o'rtasida huquqlar va javobgarlikni taqsimlashni nazarda tutiladi.

Mehmonxonani boshqarish tuzilmasida quyidagi tarkibiy qismlar farqlanadi:

- boshqaruv bo'limlar, boshqaruv darajalari va boshqaruv aloqalari – gorizontal va vertikal aloqalar;
- bo'limlar o'rtasida o'rnatiladigan aloqalar gorizontal;
- boshqaruv pog'onalari o'rtasida vertikal aloqalar o'rnatiladi va ular bir biriga bo'ysunadi:

- boshqaruvning nisbatan yuqori pog'onasi menejerlari muayyanlashtirilib, quyi bo'g'inlarga tushiriladigan qarorlar qabul qiladi.

Mehmondo'stlik sanoatini boshqarish amaliyotida tashkiliy tuzilmalarning quyidagi turlari ayniqsa keng tarqalgan:

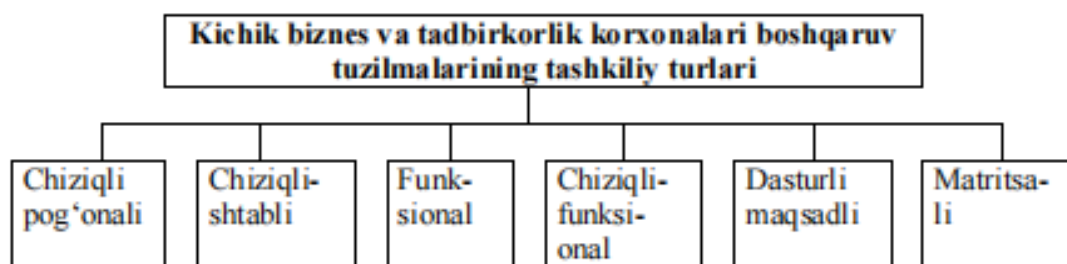
- chiziqli tashkiliy tuzilma;
- funksional tashkiliy tuzilma;
- chiziqli-funksional tashkiliy tuzilma.

Tashkiliy tuzilmalar juda turli-tuman, lekin ular umumiy izchil bog'liqlikka ega va qonuniyatlarga bo'ysunadi. Boshqarishning tashkiliy tuzilmasining asosiy

²⁴O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Xususiy mulk, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni ishonchli himoya qilishni ta'minlash, ularni jadal rivojlantirish yo'lidagi to'siqlarni bartaraf etish chora-tadbirlari" to'g'risidagi PF-4725 sonli farmoni. <https://lex.uz/docs/-2647219>.

to'g'ri chiziqli va funksional turlaridir. Ular birikishi asosida turli xil chiziqli-funksional tuzilmalar tarkib topadi.

Litsenziyalarning reyestrlarida mavjud bo'lgan ma'lumotlar litsenziyalovchi organning veb-saytiga joylashtiriladi va tanishib chiqish uchun ochiq bo'ladi. Turizm va Mehmonxona biznesi tadbirkorligini sertifikatlashtirish 2017-yil 5-iyundagi O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining "Turoperator va Mehmonxona xizmatlarini sertifikatlashtirish tartibi to'g'risidagi nizomni tasdiqlash haqida"gi qaroriga muvofiq "Turoperator va Mehmonxona xizmatlarini sertifikatlashtirish tartibi to'g'risida"gi nizomga ko'ra tashkillashtiriladi.



2.2.1- rasm. Kichik biznes va tadbirkorlik korxonalarini boshqaruv tuzilmalarining tashkiliy turlari²⁵

Turoperator va Mehmonxona xizmatlarini sertifikatlashtirish, joylashtirish vositalariga toifa berish hamda sertifikatlashtirilgan turoperator va Mehmonxona xizmatlarining standartlashtirish bo'yicha normativ hujjatlar talablariga muvofiqligining inspeksiya nazorati, O'zbekiston Respublikasining Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi huzuridagi, belgilangan tartibda akkreditlangan "Turizm xizmatlarini sertifikatlash markazi" DUK tomonidan, milliy sertifikatlashtirish organi – "O'zstandart" agentligi bilan mustahkam hamkorlikda amalga oshiriladi.

²⁵ SH.S.Sayfutdinov, A.A.Baxromov. Turizm tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish. Darslik –b. 182

Iqtisodiyotda turizm sohasining rolini oshirish uchun iqtisodiy resurslardan samarali foydalanish, shu jumladan 2025-yilda turizm eksportini 951 mln AQSh dollaridan 2,2 mlrd. AQSh dollarigacha oshirishni ta'minlaydi²⁶.

Turizmni, avvalambor, xususiy sektorda rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish, ko'rsatilayotgan xizmatlarning raqobatbardoshligini va sifatini oshirish, milliy turizm mahsulotini dunyo Bozorida faol va kompleks ravishda targ'ib qilish, bularning barchasi 2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha harakatlar strategiyasida belgilangan vazifalarga muvofiqdir. Iqtisodiyotda turizm sohasining rolini oshirish uchun iqtisodiy resurslardan samarali foydalanish, shu jumladan 2025-yilda turizm eksportini 951 mln AQSh dollaridan 2,2 mlrd. AQSh dollarigacha oshirishni ta'minlaydi²⁷.

Uzoq istiqbolda O'zbekiston turizmi milliy iqtisodiyotdagi yutuqlar bilan cheklanib qolmasdan, mintaqa va dunyo turistik xizmatlari Bozoriga eng raqobatbardosh davlatlar qatorida kirib borishi maqsad qilinganligi sir emas. Xususan, sohada me'yoriy-huquqiy jihatdan tartibga solishni takomillashtirish va xalqaro hamkorlikni rivojlantirish, O'zbekistonga sayohatlarni arzonlashtirish, yurtimizning barcha hududlarida turizmni va soha bilan bog'liq infratuzilmani rivojlantirish, turistik mahsulotlarni diversifikatsiya qilish va yangi turizm obyektlari tashkil etish, shuningdek, milliy turizm mahsulotlarini ichki va tashqi Bozorlarda faol va kompleks ilgari surishga qaratilgan 2018-2019 yillarda turizmni rivojlantirish bo'yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar dasturi tasdiqlandi Shu bilan birga, turizm sohasidagi xalqaro hamkorlikni yanada rivojlantirish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi va O'zbekiston Respublikasi Tashqi ishlar vazirligi tomonidan qator xorijiy mamlakatlar bilan o'zaro manfaatli kelishuv va shartnomalar tuzilmoqda.

²⁶ <https://www.lex.uz/uz/docs/-4143188>

²⁷ 2017-2021 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha harakatlar strategiyasi. <https://www.lex.uz>

Shuningdek, turizm eksporti hajmini 950 million dollardan 2,2 milliard dollargacha oshirish kutilmoqda. Joylashuv vositalari sonini 850 tadan 3000 tagacha chiqarish rejalashtirilgan. Turoperatorlar soni ham 860 tadan deyarli ikki baravarga oshishi koʻzda tutilgan. Shuningdek, “Oʻzbekiston boʻylab sayohat qil” nomli ichki turizmni rivojlantirishga yoʻnaltirilgan dastur doirasida mahalliy sayyohlar sonini ham deyarli ikki baravarga - 14 milliondan 25 milliongacha oshirish koʻzda tutilmoqda²⁸.

Budjetga valyuta tushishi hisobiga turizm iqtisodiyotining boshqa tarmoqlari rivojiga ham taʼsir koʻrsatadi, mintaqalar infratuzilmasi, yangi ish joylari yaratish, oʻzbek xalqining tarixiy va madaniy merosini tiklash imkonini beradi Oʻzbekistonning xalqaro maydondagi nufuzi ortishiga turizmning hissasi katta boʻlishi kerak. Buning uchun mamlakatimizda imkoniyatlar bor, yangi sifatli turistik obyektlarni koʻpaytirish va shu yoʻl bilan mamlakat iqtisodiyotini yuksaltirish bir qator chora -tadbirlarni amalga oshirishni talab etadi. Bu borada:

- turizm tizimida marketing tadqiqotlarini tashkil etish;
- turizm servisini takomillashtirish;
- jahon andozalariga moslashtirish;
- turistik ekskursiya xizmati koʻrsatish turi va sifatini rivojlantirish;
- tarixiy obida va yodgorliklarni reklama qilish
- yangi turistik makonlarni izlab topish va tashkil etish;
- qoʻshimcha xizmatlar turlarini koʻpaytirish va yaxshilash;
- turizm bilan bogʻliq barcha tarmoqlar: maishiy xizmat, aloqa, transport va hokazo ishini takomillashtirish;
- narxini belgilashda turizm Bozori kon'yukturasiga katta eʼtibor berish;
- xodimlarni toʻgʻri tanlash.

Fikrimizcha, turizm Bozorida marketing tadqiqotlarini muntazam ravishda oʻtkazish, talab, taklif, narx belgilashda kon'yukturani hisobga olish, jahondagi

²⁸“Oʻzbekiston boʻylab sayohat qil” nomli ichki turizmni rivojlantirishga yoʻnaltirilgan dastur

turli mamlakatlar turizmini o'rganish bu sohada yuqori sifatli, ijobiy natijalarga olibkeladi.

2017-yil 16-avgustdagi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2018-2019-yillarda turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to'g'risida"gi qarori ham bugungi kunda milliy turizmni rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlaridan biri hisoblanadi²⁹.

Unga ko'ra; O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2018-2019 yillarda turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to'g'risida"³⁰gi qarori qabul qilinishi davlatimiz tomonidan turizm sohasida amalga oshirilayotgan siyosatning mantiqiy davomi bo'lib, turizm sohasini jadal rivojlantirish uchun qulay iqtisodiy, ma'muriy va huquqiy muhitni yaratgan holda, eng samarali tartibni joriy etish, hududlarning iqtisodiy salohiyati va daromadlari bazasini ko'paytirish, yangi ish o'rinlari yaratish, yurtimizga keladigan turistik oqimni ko'paytirish, shuningdek, milliy turizm mahsulotlarini jahon Bozorida faol va kompleks ilgari surishga qaratilgandir.

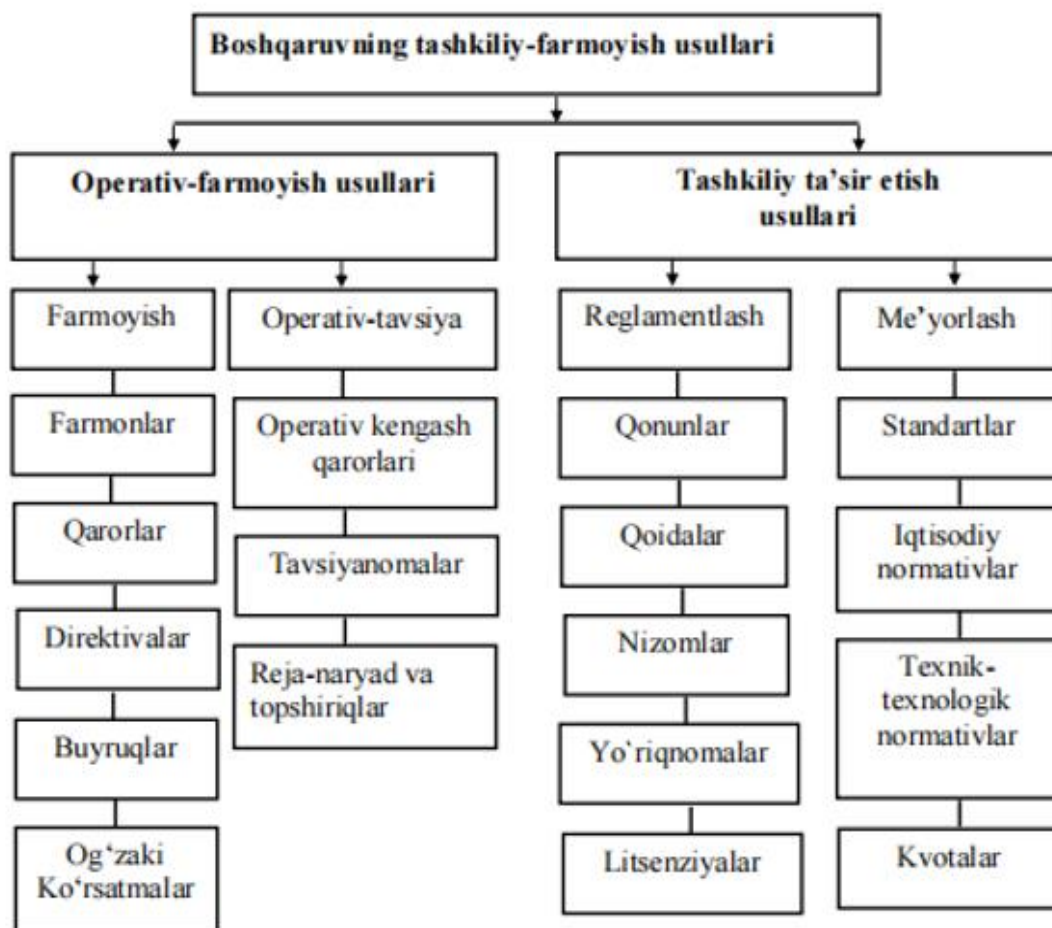
Tashkiliy-farmoyish usullari korxonalar boshqaruvchilarining vakolati va hokimiyati kuchidan foydalangan holda, tashkiliy farmoyish vositalari orqali boshqarish jarayonini bildiradi. Boshqaruvning tashkiliy-farmoyish usullari boshqaruvchi va boshqariluvchi tizimlarning samarali faoliyat yuritishini ta'minlovchi ta'sir etish tizimidan iboratdir. Ko'p hollarda tashkiliy ta'sir ma'muriy huquq va hokimiyat kuchini qo'llash, ya'ni buyruq, qaror va farmoyishlarni amalga oshirishga asoslanadi (2.2.2-rasm).

Yangi korxonani tashkil qilishda ta'assischilar tarkibi belgilanib, ta'assis hujjatlari, ya'ni korxonalar Nizomi, korxonani tashkil etish haqidagi ta'assischilar shartnomasi va boshqa me'yoriy hujjatlar ishlab chiqiladi. Shu bilan bir qatorda korxonalar rahbari va taftish komissiyasi raisini tayinlash haqida ishtirokchilar majlisining 1-sonli bayonnomasi rasmiylashtiriladi. So'ngra bankda vaqtinchalik

²⁹ lex.uz/docs/-3311817 2018-2019-yillarda turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori, 16.08.2017 yildagi PQ-3217-son

³⁰ lex.uz/docs/-3311817 2018-2019-yillarda turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to'g'risida. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori, 16.08.2017 yildagi PQ-3217-son

hisob raqami ochiladi. Bu hisob raqamiga korxonalar ro'yxatdan o'tgandan keyin 30 kun ichida Nizom, kapitalining 50 foizi kelib tushishi lozim. Keyin korxonalar ta'asis etilgan joyidagi mahalliy hukumat idoralari tomonidan davlat ro'yxatidan o'tadi.



2.2.2-rasm. Boshqaruvning tashkiliy-farmoyish usullari tarkibi³¹

Birja, auditorlik firmalari va chet el sarmoyasiga ega korxonalar esa O'zbekiston Respublikasi Adliya vazirligida ro'yxatdan o'tadi. Korxonani davlat ro'yxatidan o'tkazish uchun ro'yxatdan o'tkazuvchi vakolatli organlarga quyidagi hujjatlar taqdim etiladi:

- korxonani ro'yxatdan o'tkazish to'g'risida ta'asischilarning andazasi;
- notarial idoralari tomonidan tasdiqlangan ikki nusxadagi ta'asis hujjatlari (korxonalar Nizomi, korxonaning ta'asis shartnomasi);

³¹ SH.S.Sayfutdinov A.A.Baxromov. Turizm tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish. Darslik.34-bet

- korxonaning manzilini tasdiqlovchi hujjat;
- davlat bojini to'laganligi to'g'risida bankdan berilgan hujjat;
- hokimiyatning vakolatli organlari tomonidan korxonaning nomlanishi to'g'risida berilgan guvohnoma;
- muhr va tamg'aning uch nusxadagi namunasi.

Korxonaning mahalliy hokimiyat va boshqaruv idoralariga zarur hujjatlarni ilova qilib, ariza topshirgan paytdan boshlab, 7 ish kunidan 30 ish kunigacha bo'lgan muddatda davlat ro'yxatidan o'tkazilishi kerak. Korxonaning davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risidagi ma'lumotlar O'zbekiston Respublikasi yagona davlat reystriga kiritish uchun 10 kun muddat ichida Davlat statistika qo'mitasiga xabar qilinadi. Korxonaning davlat ro'yxatidan o'tkazilgan kundan boshlab tashkil etilgan hisoblanadi.

2.3-§. O'zbekistonda turizm sohasida tadbirkorligini rivojlantirishning asosiy tendensiyalari

Turizm jahon iqtisodiyotining rivojlanayotgan eng yirik tarmoqlaridan biridir. Uning jahon iqtisodiyotiga va ayrim mamlakatlar iqtisodiyotiga ta'sir doirasi doimiy ravishda kengayib bormoqda. BBT mutaxassislarining prognozlariga ko'ra, turizm jadal rivojlanib boraveradi va XXI asrda jahon iqtisodiyotining dvigateliga aylanadi.

Konsepsiyani amalga oshirish yuzasidan tizimli nazorat olib borish, umumiy muvofiqlashtiruv, tezkor ko'rib chiqish va respublikada turizmni rivojlantirish bo'yicha muammoli masalalarni hal etish Turizm, sport, madaniy meros, transport logistikasi va xizmatlar sohalarida davlat-xususiy sheriklik hamda raqamlashtirishni rivojlantirish masalalari bo'yicha muvofiqlashtiruvchi kengash tomonidan amalga oshiriladi. Konsepsiyani samarali amalga oshirish maqsadida Muvofiqlashtiruvchi kengashning ishchi organi sifatida O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi Konsepsiyaning amalga oshirilishi yuzasidan monitoring olib boradi (2.3.1-jadval).

2.3.1-jadval

2019-2025-yillarda O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish Konsepsiyasini amalga oshirishning maqsadli ko‘rsatkichlari³²

| Ko‘rsatkichlar nomi | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| O‘zbekistonga tashrif buyuraydigan xorijiy turistlar soni(ming kishi) | 4800 | 5889.9 | 6302.2 | 6743.3 | 7282.8 | 7865.4 | 8494.7 |
| Turizm xizmatlar eksporti(mln AQSH dollari) | 951 | 1166.9 | 1271.9 | 1359.1 | 1553 | 1739.4 | 1965.5 |
| Ichki turistlar soni (mingta tashrif) | 14 000 | 15640 | 17230 | 18806 | 20317 | 23867 | 23404 |
| Mexmonxonalar va shu kabi joylashtirish vositalar soni (dona) | 910 | 1098 | 1609 | 2394 | 2562 | 2715 | 2852 |
| Joylashtirish vositalaridagi xonalar soni(ming) | 22.0 | 24 | 33.7 | 48.7 | 52.1 | 55.2 | 58.0 |
| Joylashtirish vositalaridagi o‘rinlar soni(ming) | 47.8 | 52.5 | 73.6 | 105.9 | 113.3 | 120.1 | 126.1 |
| Turoperatorlar soni (nafar) | 957 | 1053 | 1158 | 1262 | 1325 | 1458 | 1531 |

izoh:prognoz qilinayotgan ko‘rsatkichlarga turizmni rivojlantirish bo‘yicha davlat va hududiy dasturlarni amalga oshirish natijalaridan kelib chiqqan holda tuzildi.

Turizm bilan bevosita bog‘liq bo‘lgan odamlarning turli xil ehtiyojlari uning ko‘plab ta’riflarini keltirib chiqardi: turizm, dam olish, ta’lim,

³²<https://lex.uz/ru/docs/-4143188> O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 13-avgustdagi PF 5781-sonli farmoni

ishbilarmonlik, havaskorlik yoki ixtisoslashtirilgan maqsadlarda amalga oshiriladigan va turist turgan joyda yoki uning odatiy muhitidan tashqarida amalga oshiriladigan sayohat turidir. Turizmning bunday ta'rifi turistga tegishli bo'lib, turistik mahsulotni ishlab chiqarish, taqsimlash almashtirish va iste'mol qilish jarayonining uchinchi, yakuniy bosqichidir.

Turistik mahsulotni realizatsiya qilish va iste'mol qilish bosqichidan oldin uni tashkil etish va ishlab chiqarish boshlanadi. Ushbu faoliyat turistik sanoat deb nomlangan umumiy g'oya bilan birlashtirilgan bir qator ixtisoslashgan korxonalar tomonidan amalga oshiriladi.

Iqtisodiy faoliyat – bu ma'lum bir mahsulot yoki xizmatlar to'plamini yaralishga olib keladigan harakatlar kombinatsiyasi hisoblanadi. Ushbu kombinasiya ma'lum tovar va xizmatlarni yaratish uchun resurslar uskunalari, ishchi kuchi, texnologiya, xomashyo va materiallar to'planganda yuzaga keladi. Alohida-alohida amalga oshirilgan faoliyat turlari bir jarayon sifatida belgilanadi va natijada bir xil mahsulotlar to'plami paydo bo'ladi. Bu jarayon asosiy va yordamchi faoliyatda amalga oshadi.

Yuqoridagi yondashuvlarga asoslanib, biz turizmni – iste'molchining manfaatlarini qondirishga qaratilgan turistik mahsulot ishlab chiqarish uchun asosiy, ikkinchi darajali va yordamchi faoliyatlardan iborat bo'lgan iqtisodiy faoliyat turi deya olamiz.

Turizmning iqtisodiy faoliyat sifatida berilgan ushbu ta'rifi BTT tavsiyalariga mos keladi. Bunga ko'ra turizmdagi iqtisodiy faoliyat bu - turli faoliyatlarni ba'zi komponentlarini o'zaro bog'liqligi natijasidir.

Turizmni iqtisodiy faoliyat turi sifatida o'rganish, uning mohiyatini tushunishga imkon beradi; milliy iqtisodiyotdagi o'rnini aniqlash; boshqaruv va rejalashtirish tizimini ishlab chiqish; rivojlanish konsepsiyasini yaratish imkonini beradi.

Iqtisodiy faoliyat turi sifatida turizmning mohiyati uning vositalari, shakllari, turlari orqali to'liq aks etadi.

Turizm faoliyati quyidagilarni o‘z ichiga oladi;



Turizm shakllari – turistik faoliyatini tashkil etish turiga bog‘liq bo‘lib shaxs yoki odamlar guruhiga nisbatan olinadi. Bularga individual turizm, guruhli turizm kiradi.

Turizm turlari – tasniflanishiga ko‘ra: sayohat turlari, dam olish mintaqalari, maqsadlari, tashkil etish usullari, transport vositalari, faoliyat turlari va shu kabilarga bog‘liq bo‘ladi.

Turizmdagi asosiy subyekti yoki asosiy birlik bu sayyohdir. BTT tomonidan belgilab qo‘yilganidek, sayyoh – bu ikki yoki undan ortiq mamlakat o‘rtasida yoki yashash turgan mamlakati ichkarisidagi ikki yoki undan ortiq aholi punktlari o‘rtasida sayohat qiluvchi har qanday shaxsdir. Statistik hisobga olish maqsadida xalqaro turistik va ichki turist toifalari ajratib ko‘rsatiladi.

Turizm iqtisodiyoti – bu turistik tovarlar, mahsulotlar va xizmatlarni ishlab chiqarish va sotishda yuz beradigan jarayonlar va hodisalarni o‘rganadigan ilmiy faoliyat hisoblanadi.

Turizm iqtisodiyotining predmeti – iste’molchi ehtiyojlarini qondirish uchun ishlab chiqarilgan turistik mahsulotlar va xizmatlarni ishlab chiqarish, tarqatish, iste’mol qilish jarayonida rivojlanib boradigan iqtisodiy munosabatlardir.

Ta'rifga bunday yondashish iqtisodiy faoliyat tarmoqlarining o'ziga xos xususiyatlari va uning namoyon bo'lish shakllari mazmunini chuqurroq anglash va ochib berishga imkon beradi. Iqtisodiy nazariyaga asoslanib, turizm ijtimoiy takror ishlab chiqarish jarayoni nuqtayi nazaridan ko'rib chiqiladi.

Turizm iqtisodiyoti turizmga taalluqli harakat mexanizmi va asosiy iqtisodiy qonunlardan foydalanib – odamlarning sayohatga bo'lgan ehtiyojlari va istaklarini qondirish muammolarini, mehnat resurslarini to'g'ri yo'naltirishni, turizm sanoatining ishlashi va rivojlanishi muammolarini, shu jumladan sanoat darajasidagi iqtisodiy faoliyatni o'rganadi.

Turizm iqtisodiyoti fani turizmni iqtisodiyotning bir tarmog'i sifatida o'rganish va u tomonidan ilgari surilgan turli xil muammolar muhokama qilinganidan keyin yaxshiroq tushuniladi, buning uchun turizm iqtisodiyotining asosiy qismlarini ajratib olish kerak.

Turizm iqtisodiyoti quyidagi jihatlarni o'rganadi va ijtimoiy tizim sifatida quyidagi muammolarni hal qiladi:

- ma'lum bir davrda qanday sayyohlik mahsulotlari va xizmatlari ishlab chiqariladi, shuningdek qancha miqdorda, qanday sifat va xilma-xillikda;
 - ushbu turistik xizmatlar qanday ishlab chiqariladi, ya'ni qaysi manbalardan va qanday texnologiyalar asosida;
 - sayohat xizmati ma'lumotlari mahalliy va xorijiy sayyohlar o'rtasida qanday taqsimlanadi;
 - iqtisodiy faoliyat sifatida vaqt o'tishi bilan rivojlanib borishini.
- Korxonaning samaradorligini rejalashtirish, tahlil qilish va baholash maqsadida xo'jalik munosabatlarini ma'lum miqdoriy va sifat parametrlarini ixcham shaklda ifodalaydigan ko'rsatkichlardan foydalanadi.

Bozorda firmaning barqaror mavqei bilan bog'liq bo'lgan eng muhim ko'rsatkichlarini tahlil qilish, biznes holatini raqobatchilar bilan taqqoslashda foydalaniladi.

Turizmni mikro darajada rivojlantirishning asosiy ko'rsatkichlari 2.3.1-rasmda tahlil qilinib o'tildi;

* tabiiy:

➤ Turistik xizmatlar hajmi – miqdoriy ko‘rsatkich sayohatlarda qatnashgan odamlar soni bilan o‘lchanadi. Bu aholini turistik faoliyat bilan qamrab olish darajasini tavsiflaydi. Muayyan davr uchun xizmat ko‘rsatish hajmi ro‘yxatdan o‘tgan kundan boshlab, ya’ni xizmatning birinchi kunida xizmatni qabul qilgan sayyohlar sonini umumlashtirish yo‘li bilan aniqlanadi.

➤ Xizmat ko‘rsatish hajmi – bu turist va kunlar bilan o‘lchanadigan sifat ko‘rsatkichi bo‘lib, xizmatga qabul qilingan odamlar soni va har bir sayyoh uchun xizmat ko‘rsatishning haqiqiy davomiyligi bilan belgilanadi. Xizmat muddati – bu turistlarga yo‘llanmada ko‘rsatilgan kalendar kunlarda xizmat ko‘rsatish muddati.

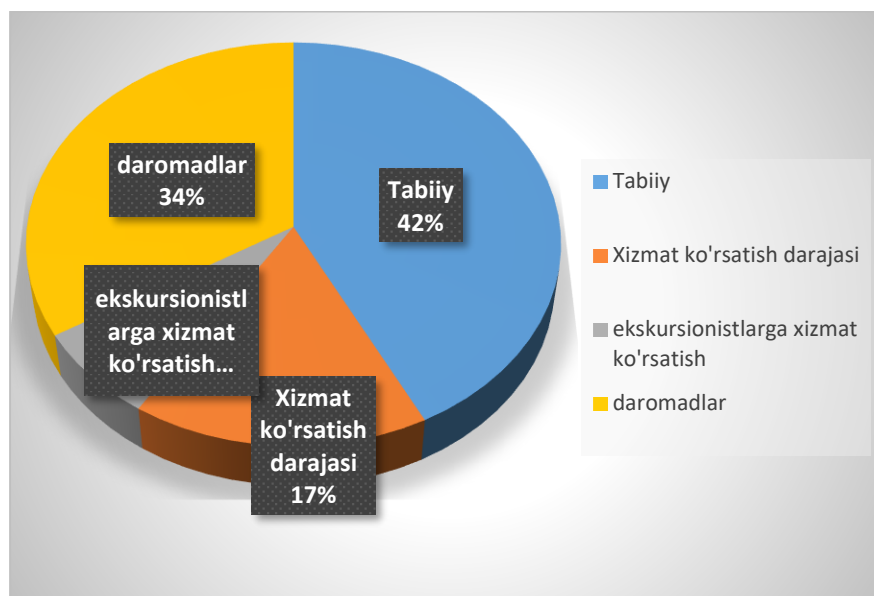
➤ Ekskursionistlarga xizmat ko‘rsatish hajmi ekskursiya ishtirokchilari soniga qarab belgilanadigan miqdoriy ko‘rsatkichdir. Ekskursantlar uchun xizmatlar joylashtirish bilan bog‘liq bo‘lmagan ya’ni marshrut bo‘yicha xizmatlarni o‘z ichiga oladi.

* qiymatli:

➤ mahsulot, xizmatlarni sotishdan tushadigan daromadlar - taklif etilayotgan tovarlar, xizmatlar uchun korxonaning hisob-raqamiga tushadigan mablag‘lardir.

Sotishdan tushadigan daromad, birinchi navbatda, barcha tushumlari orasidagi ulushi jihatidan kompaniya faoliyatining muhim ko‘rsatkichidir. Boradigan joyi bo‘yicha – bunda tunab qolish uchun tashrif buyurganda joylashtirish obyektida kelish va ketish sanalari boshqacha bo‘lishi kerak.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida turistik firmalar faoliyatining samaradorligi ko‘p jihatdan ularning tez o‘zgaruvchan Bozor muhitiga moslashish darajasiga bog‘liq. Makro darajada turizmni rivojlantirishning asosiy ko‘rsatkichlari:



2.3.1-rasm Turizmni mikro darajada rivojlantirishning asosiy ko'rsatkichlari³³

Tunashning soni (tur kuni) – tabiiy ko'rsatkich “turistik maqsadlar uchun tunash”ning amaliy ta'rifi bo'yicha umumiy nuqtai nazar mavjud emas. Shunga ko'ra ikkita ishchi ta'rifdan foydalaniladi: a) boradigan joyi bo'yicha (joylashuv statistikasida ishlatiladi); b) kelib chiqishi jihatidan (uy xo'jaligini o'rganish uchun).

Xalqaro sayyohlik tushumlari xalqaro tashrif buyuruvchilarning xarajatlari, shu jumladan ularning xalqaro tashish uchun milliy aviatashuvchilarga to'lashlari bilan belgilanadi. Shuningdek, ular boradigan mamlakatda olingan tovarlar va xizmatlar uchun sayohatdan oldin yoki keyin har qanday boshqa to'lovlarni o'z ichiga oladi.

Ichki turizm bilan bog'liq xarajatlardan budgetga tushadigan daromadlar. Ushbu xarajatlar mamlakatning doimiy aholisi o'z chegaralari bo'ylab sayohat qilishining bevosita natijasidir. Bularga tashrif buyurilgan joylarda sarflangan xarajatlar va pullar, shuningdek, sayohatga tayyorgarlik ko'rish uchun zarur bo'lgan oldingi xarajatlar va sayohatdan keyin yashash joyida qilingan sayohat bilan bog'liq xarajatlar kiradi.

³³ Muallif tomonidan ishlangan

Turizmni rivojlantirishga jiddiy e'tibor beradigan har bir davlat, qoida tariqasida, ushbu sohada sodir bo'layotgan tendensiyalarni doimiy ravishda tahlil qilib boradi va turizmning mamlakat iqtisodiyotiga qo'shgan hissasini baholash, rivojlanishning asosiy yo'nalishlari va turizm bilan bog'liq iqtisodiy faoliyat turlarini aniqlashga imkon beradigan statistik ma'lumotlarni e'lon qiladi. Turizmning iqtisodiy muhiti jahon miqyosida turizm ma'lum bir mamlakat iqtisodiyoti doirasida ham, ushbu mamlakat iqtisodiyoti bilan umuman jahon iqtisodiyoti o'rtasidagi aloqalar doirasida ham uning alohida elementlari o'rtasida turli xil aloqalarga ega bo'lgan yirik tarmoqlararo tizim vazifasini bajaradi.

Iqtisodiy muhit turizm bilan bog'liq faoliyatni amalga oshiradigan korxonalar, muassasalar, firmalar duch keladigan barcha kuch va tashkilotlarni o'z ichiga oladi. Turistik tizim nafaqat "yashash muhiti" va uning o'zgarishi mohiyatini bilishi, balki bu o'zgarishlarga munosabat bildirishi ham kerak. Iqtisodiy muhit yaqin va uzoq hududda joylashgan va turistik biznes rivojiga doimo bevosita ta'sir ko'rsatadigan kuchlar o'z ichiga oladi. Yaqin atrofdagi barcha subyektlar turizm korxonalar bilan doimo o'zaro aloqada bo'ladi.

Sayyohlarning tashrif buyurishi uchun ma'lum bir hududni tanlashda tabiiy-geografik sharoitlar hal qiluvchi ahamiyatga ega, tabiiy resurslarning boyligi, ulardan foydalanish imkoniyati va qulayligi turizm rivojlanish ko'lami, sur'ati va yo'nalishiga katta ta'sir ko'rsatadi. Tranzit yo'llari, sayyohlarni etkazib beruvchi mamlakatlarga yaqinligi, sayyoramizning "muammoli nuqtalari"dan uzoqligi, tabiiy va geografik sharoitlar doimiy ahamiyatga ega. Inson ularni faqat o'z ehtiyojlariga moslashtirishi, ularni yanada qulayroq qilishi mumkin.

Ijtimoiy-iqtisodiy sharoitlar mamlakatning iqtisodiy rivojlanish darajasi. Iqtisodiy rivojlanish, milliy daromad miqdori va har bir mamlakat xalqining moddiy farovonligi o'rtasida bevosita bog'liqlik mavjud. Iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlar o'z fuqarolarining sayohatlari soni bo'yicha yetakchilik qilmoqda, turizmning moddiy bazasi turistik korxonalar, infratuzilmaning rivojlanish darajasi davlatning siyosiy mavqeiga bog'liq. Bo'sh vaqtni ko'paytirish. Barcha mamlakatlarda ta'til davomiyligining o'sishi global tendensiyadir va bu aholi

turmush darajasining oshishi bilan yangi potensial sayyohlar oqimini anglatadi. Turizmga ehtiyoj mehnat qobiliyatini tiklash zarurati tufayli ham paydo bo‘ladi.

Tadqiqotlarga ko‘ra aholining ta’lim darajasi, madaniyati, estetik ehtiyojlarini oshirish aholining sayohatga moyilligi bilan bevosita bog‘liqlikni ko‘rsatdi.

Demografik omillar turizm rivojiga doimiy ta’sir ko‘rsatmoqda tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, butun dunyoda va uning alohida mintaqalarida aholining o‘sish sur’ati sayyohlar sonining ko‘payishiga bevosita ta’sir qiladi. Aholining ko‘payishi bilan bir vaqtda, uning zichligi sayyoramizning ko‘plab mintaqalarida o‘sib bormoqda, bu esa migratsiya jarayonlarining kuchayishiga olib keladi, uning shakllaridan biri turizmdir.

Odamlarning umr ko‘rish davomiyligining o‘sishi keksa odamlarning turizmga jalb qilinishiga yordam beradi. Ushbu kontingent sayohat uchun ko‘proq mobil va harakatchan bo‘lib bormoqda. Qisqa vaqt ichida keksalar turizmning asosiy dvigateliga aylanadi.

Dunyo va ayrim mintaqalardagi siyosiy vaziyat turizm rivojiga sezilarli ta’sir ko‘rsatmoqda. Jahon savdo tashkilotining statistik ma’lumotlariga ko‘ra Yevropa xalqaro turizm hajmini ko‘paytirishda yetakchi o‘rinda turadi, bu siyosiy muhit natijasidir. Sayyohlik firmalari texnologik o‘zgarishlarga samarali moslashishi va raqobatdosh bo‘lish uchun texnologiyalardan foydalana olishi kerak.

Xalqaro muhit har bir davlatda turizmni rivojlantirish uchun katta ahamiyatga ega. Sayohatchilar soni, tushumlar hajmi to‘g‘ridan to‘g‘ri mamlakatlar o‘rtasidagi munosabatlarga, iqtisodiy rivojlanish darajasiga, viza va bojxona siyosatiga va shu kabilar bilan bog‘liq.

Huquqiy muhit turistik firmalar o‘zlarining xatti-harakatlarini tartibga soluvchi va nizolarni jamoat manfaati nuqtayi nazaridan hal qiladigan Qonunchilik doirasida ishlaydi. Ishbilarmonlik munosabatlari hamkorlik shartnomalari bilan rasmiylashtiriladi. Huquqiy muhitning yana bir turi – firmalar va kompaniyalarni ro‘yxatdan o‘tkazish uchun turli xil Qoidalarning

belgilanganligidir. Bunda belgilab qo'yilgan qoidalaridan tashqari amalga oshirilgan ortiqcha har qanday harakatlar noqonuniy hisoblanadi. Qonunlarning spektri jamiyat bilan ishbilarmonlik munosabatlariga tegishli bo'lishi zarur. Agar qonunbuzarliklar aniqlansa, firmalar javobgarlikka tortilishi mumkin, bunda atrof-muhitni muhofaza qilish bilan bog'liq holatlar juda muhim.

Turizm siyosati va turistik renta – bu parlamentlar, hukumatlar, davlat va xususiy tashkilotlar, turistik faoliyat uchun mas'ul bo'lgan uyushmalar va muassasalar tomonidan ularni tartibga solish va muvofiqlashtirish, rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish maqsadida amalga oshiriladigan normalar, qoidalar va usullar tizimidir.

Turizm siyosati davlatning umumiy siyosatiga xos bo'lgan barcha xususiyatlarga ega, ammo unga ta'sir etuvchi o'ziga xos omillar mavjud:

- tabiiy sharoitlar;
- transport sharoitlari;
- ijtimoiy omillar;
- iqtisodiy omillar;
- huquqiy omillar.

Turistik korxonada turistik siyosatning vazifalari:

- daromad va foydaning o'sishi;
- turizm faoliyati xarajatlarini optimallashtirish;
- turistik Bozorlardan intensiv foydalanish va yangilarini rivojlantirish;
- turistik xizmatlar sifatini oshirish.

Milliy sayyohlik siyosatining mazmuni mahalliy xarakterga ega va mamlakatlarning davlat organlari tomonidan mustaqil ravishda belgilanadigan faoliyat bilan tavsiflanadi, ular bir mamlakatning milliy mintaqalarida turizmni rivojlantirishga oid qonunlar va boshqa me'yoriy hujjatlar bilan tartibga solinadi.

Xalqaro turizm siyosati xalqaro sayyohlik tashkilotlari doirasida qabul qilingan qarorlar va harakatlar shaklida amalga oshiriladi. Jahon miqyosidagi eng nufuzli tashkilotlar bu BMT, YUNESKO va BTT.

Milliy va xalqaro miqyosda turistik siyosat olib boruvchilarning xilma-xilligi dunyoda turizmni har tomonlama rivojlantirish uchun ularning manfaatlarini muvofiqlashtirish va o‘zaro ta’sirini ta’minlashni talab qiladi.

Turistik rentaning ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati quyidagicha ochib berilishi mumkin:

- 1) uning iqtisodiy mohiyati;
- 2) uning shakllanishi;
- 3) uning ijtimoiy mazmuni.

Turistik renta – bu turistik resurslardan iqtisodiyot obyekti sifatida foydalanadigan har bir iqtisodiy subyekt korxonasi, firma, tashkilot ega bo‘lgan daromaddan farqli o‘laroq, ushbu resurslarning egasi oladigan turistik resurslardan kelib chiqadigan omil daromadidir. Boshqacha qilib aytganda, turistik renta – bu turistik resurslar egasining daromadi, bu davlat bo‘lishi mumkin, ya’ni federal va mahalliy hokimiyat organlari, bank, korxonaning o‘zi, tashkilot yoki ushbu resurslarga egalik huquqiga ega bo‘lgan shaxslar.

Iqtisodiyotning agrar va qazib olish sohalarida rentaning shakllanishi erga va uning ostki qavatiga egalik huquqi va undan iqtisodiy foydalanish bilan bog‘liq.

Ikkinchi bob bo‘yicha xulosalar

O‘zbekistonda turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatining rivojlanish holati, turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning tashkiliy va huquqiy asoslari, turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatining rivojlanishida davlatning roli hamda O‘zbekistonda turizm sohasida tadbirkorligini rivojlantirishning asosiy tendensiyalari asosida quyidagi xulosalarga kelindi;

Turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning muhim jarayon va huquqiy tartibi turizm kodekslari, qonunlar va tartiblar bilan belgilangan holda olib borilish muhim degan xulosaga kelindi. Turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning tashkiliy va huquqiy asoslari, xususan, sohada me'yoriy-huquqiy jihatdan tartibga solishni takomillashtirish va xalqaro hamkorlikni rivojlantirish, O‘zbekistonga sayohatlarni arzonlashtirish,

yurtimizning barcha hududlarida turizmni va soha bilan bog‘liq infratuzilmani rivojlantirish, turistik mahsulotlarni diversifikatsiya qilish va yangi turizm obyektlari tashkil etish maqsadga muvofiq degan fikr ilgari surildi.

Davlat xizmatlari belgilangan Davlat xizmatlari markazlari yoki O‘zbekiston Respublikasi yagona interaktiv davlat xizmatlari portali orqali, O‘zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasining hududiy bo‘linmalari tomonidan xizmat ko‘rsatishni takomillashtirish, Davlat xizmatlari markazlari va litsenziyalovchi organ o‘rtasidagi axborot almashinuvi elektron raqamli imzoni majburiy tartibda qo‘llash orqali faqat idoralararo elektron bog‘lanish yordamida ish yuritish maqsadga muvofiq degan xulosa kelindi.

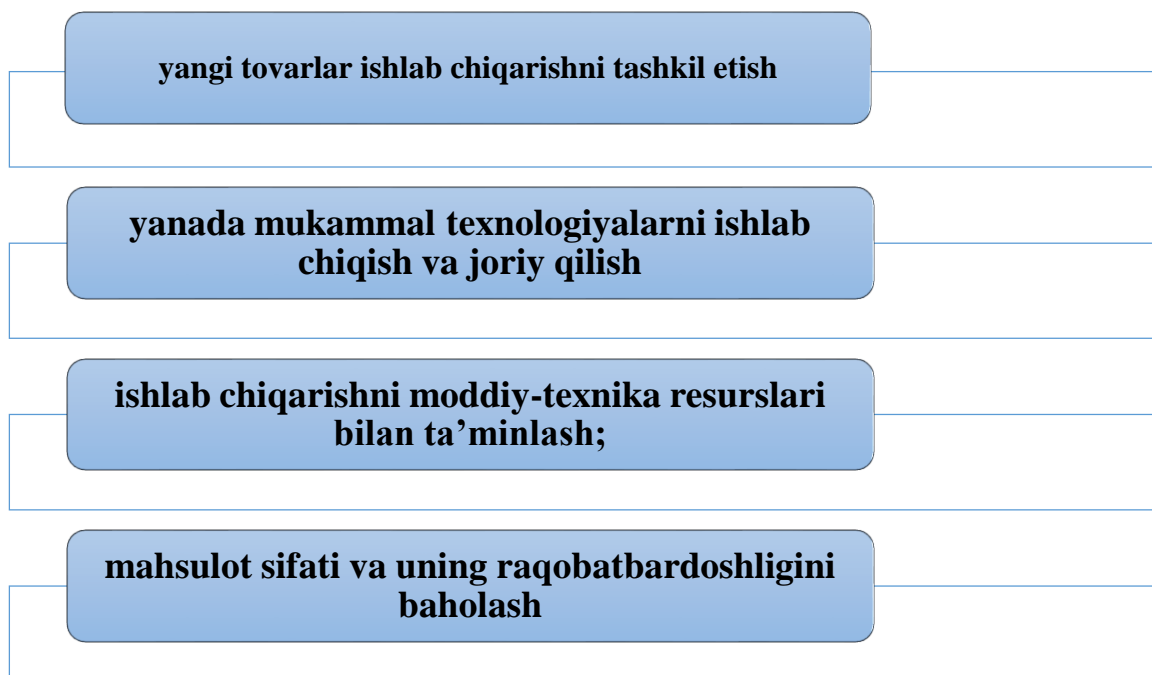
III-BOB TURIZM SOHASIDA TADBIRKORLIK FAOLIYATINI BOSHQARISHNI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI

3.1-§. Turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatida marketing va uni boshqarish

Zamonaviy marketing bu turistik korxonaning yuqori foyda olish maqsadida xaridorlarning Real so‘rovlari va Bozorni kompleks o‘rganish asosida xizmat ko‘rsatish, tovar ishlab chiqarish va sotish faoliyatini tashkil etish tizimidir. Aytish mumkinki, biznes-rejaning barcha bo‘limlarini shakllantirish marketingning ulkan salohiyatidan to‘liq va keng miqyosda foydalangan holda marketing tadqiqotlarini amalga oshirishga asoslanadi.

Marketingda asosiysi ikki yoqlama va bir-birini to‘ldiruvchi yondashuvdir. Bir tomondan turistik korxonaning butun faoliyati, ayniqsa, uning mahsulotni ishlab chiqarish va sotish dasturini yaratish, fan-texnika tadqiqotlari, kapital qo‘yilmalar va boshqalar Bozor va undagi o‘zgarishlarni chuqur bilishga asoslansa, ikkinchi tomondan Bozorga va mavjud talabga faol ta’sir ko‘rsatish, ya’ni ehtiyojlar va iste’molchilik afzalliklarini shakllantirish turadi. Bundan marketingning asosiy tamoyili ishlab chiqarishning yakuniy natijalari iste’molchilar talab va takliflariga yo‘naltirilishi kelib chiqadi. Ushbu kompleks vazifani bajarish uchun marketing tahliliy, ishlab chiqarish va sotuv funksiyalarini bajarishi lozim.

Tahliliy funksiya asosan iste’molchilar va raqobatdoshlarni, shuningdek, tovar harakatlanishi va sotuv xarakteri, narx hosil bo‘lish tizimi va reklamani o‘rganishga borib taqaladi. Shu bilan birga turistik korxonaning ichki muhiti, uning ishlab chiqarish imkoniyatlari, raqobatbardoshligi va hokazolar ham tahlil qilinadi (3.1.1-rasm). Marketing tadqiqotlari marketing faoliyatining barcha jabhalari bo‘yicha qaror qabul qilish bilan bog‘liq. Bozorni baholash va iste’molchi talabini o‘rganish bo‘yicha marketing tadqiqotlarining asosiy yo‘nalishlarini tavsiflaymiz.



3.1.1-rasm. Ishlab chiqarish funksiyasi doirasida bajariladigan funksiyalar³⁴

Bozorni va sotuvni tadqiq qilish. U turistik korxonaning kelgusi faoliyatini belgilash uchun Bozor sharoitlari to'g'risida ma'lumotlar olish maqsadida amalga oshiriladi. Bozorni va sotuvni tadqiq qilishning asosiy yo'nalishlari quyidagilarni qamrab oladi:

- Bozor sig'imini baholash;
- Bozorni segmentlash;
- Bozor o'zgarishlari va rivojlanish tendensiyalari tahlili, xususan, iqtisodiy, fan-texnika, demografik, ekologik, Qonunchilik va boshqa omillarni tahlil qilish;
- Bozorning turistik firma strukturasi o'rganish;
- sotuv hajmini bashorat qilish.

Bozor sig'imini aniqlash Bozor tadqiqotlarining asosiy vazifasi hisoblanadi. Bozor sig'imi tadqiqotlari kutilayotgan sotuv hajmini bashorat qilishga imkon Bozor sig'imining ikki xil darajasi mavjud: potensial va real. Bozorning haqiqiy sig'imi birinchi bosqich sanaladi. Potensial daraja shaxsiy va

³⁴ Muallif tomonidan ishlangan

jamiyat ehtiyojlari bilan belgilanadi hamda ularga mos keluvchi tovar sotuvini aks ettiradi. Real Bozor sig‘imi potensial Bozor sig‘imiga mos kelmasligi ham mumkin.

Bozor sig‘imini baholash natural va qiymat o‘lchamida o‘lchanib, quyidagi formulaga asosan topiladi: $BS = MM * IH - EX$

bu yerda;

BS – Bozor sig‘imi;

MM – milliy mahsulot ishlab chiqarish;

IX – import hajmi;

EX – eksport hajmi.

Bozorning import sig‘imi quyidagicha aniqlanadi;

$BIS = BS - MM * NE,$

bu yerda

Bis – Bozorning import sig‘imi;

Me – milliy eksport, aniqlanishi $me = k ex - re$;

Re – reeksport hajmi.

Nisbiy Bozor ulushi turistik korxonaning Bozordagi ulushi va raqobatchilar ulushining nisbati sifatida aniqlanadi:

$NBU = UBU / RBU$

bu yerda

UBU - o‘z Bozor ulushi;

RBU - raqobatchilar Bozor ulushi³⁵.

Bozorni segmentlash bir tomondan turistik korxonaning marketing faoliyati yo‘naltirilgan Bozor qismi va obyektlarini aniqlash, marketing elementlarining to‘g‘ri yig‘indisini ifodalaydi. Segmentlash obyekti birinchi navbatda iste’molchilardir. Alohida ajratib ko‘rsatilar ekan, umumiy xislatlarga ega bo‘lgan holda ular Bozor segmentini tashkil etadi. Segmentlar soni ko‘p bo‘lganda ularning har biri talablariga moslashish juda qimmatga tushishi mumkin. Shu

³⁵ Adilova Z., Norchayev A., Aliyeva M. Turizm menejmenti. O‘quv qo‘llanma. –T.: TDIU

sababli shaxsiy foydalanish tovarlariga nisbatan yirik segmentlarni belgilash lozim.

Segmentlashda tovar o'z xaridorini topishi lozim. Bozorning turistik firma strukturasi tadqiq etish bunga eng kam xarajatlar bilan erishish imkoniyatini beradi. Bunda Bozor kon'yunkturasini bilish ham muhim bo'lib, u mazkur tovar turiga talab va taklif nisbati hamda narx darajasi va nisbati bilan tavsiflanadi. Bozor konyunkturasini o'rganishdan asosiy maqsad sanoat va savdo faoliyati Bozor holatiga qanchalik ta'sir ko'rsatishi, uning kelajakdagi rivojlanishi hamda aholining tovarlarga bo'lgan talablarini to'laroq qondirish uchun nimalar qilish kerakligini aniqlash hisoblanadi.

Marketing rejasi turistik korxonaning faoliyatining yo'nalishini belgilab berib, unga iste'molchilarni o'rganish, mahsulotni rejalashtirish, harakatlantirish va sotish, shuningdek, narxni rejalashtirish jarayonlarini yaxshi tushunishga imkon beradi. U turistik korxonani raqobatchilar nuqtayi nazaridan o'zining kuchli va zaif tomonlarini, atrof-muhitdan kutilajak xavf-xatarni baholash, mos keluvchi xatti-harakatlarni amalga oshirishga majbur qiladi.

Marketing dasturlariga boshqa vazifa kutilayotgan foyda hajmini olishga yo'naltirilgan ishlab chiqarish, rejalashtirilgan mahsulotni chiqarishning optimal strukturasi aniqlash imkoniyatini berish ham yuklatiladi. Marketing dasturining asosiy vazifalari quyidagilardan iborat: joriy va istiqboldagi davr uchun chiqariladigan yangi yoki takomillashtirilgan mahsulot hajmini natural va qiymat shaklida aniqlash; mahsulot ehtiyoji va talablarini hisobga olgan holda yakuniy iste'molchi yoki maqsadli Bozorni tanlash; har bir mahsulot bo'yicha ishlab chiqarish xarajatlari, narx va foydani solishtirishdir.

Avvalo turistik korxonaning ushbu moliya yilida erishish lozim bo'lgan asosiy ko'rsatkichlar haqida qisqacha ma'lumot to'planishi lozim. Bu rejaning yo'nalishini belgilab beradi. Turistik korxonaning joriy holati aniqlanadi va maqsadli Bozor tavsiflab beriladi (3.1.2-rasm).



3.1.2-rasm Marketing rejasining bo'limlari³⁶

³⁶ Muallif tomonidan tayyorlangan

Marketing strategiyasi – ratsional qurilma bo‘lib, unga amal qilgan holda turistik korxonada o‘zining marketing vazifalarini bajaradi. U maqsadli Bozorlar, marketing majmui va xarajatlari bo‘yicha muayyan strategiyalarni qamrab oladi.

Maqsadli bozorlarni, ya‘ni turistik korxonada asosiy e‘tibor qaratishi lozim bo‘lgan bozorlarni aniqlash muhim ahamiyat kasb etadi.

Marketing nazoratining uch turini ajratib ko‘rsatish mumkin:

- tayyor rejalarning bajarilishini nazorat qilish. Marketing bo‘yicha mutaxassislar yillik rejadagi nazorat raqamlariga ega joriy ko‘rsatkichlarni tuzadi va zarur hollarda vaziyatni o‘zgartirishi uchun chora-tadbirlarni amalga oshiradi;
- foydalilikni nazorat qilish. Turli tovarlarning, Bozor segmentlarining, hududlar va sotuv kanallarining amaldagi rentebelligini aniqlash;
- strategik nazorat. Turistik firmaning boshlang‘ich strategik ko‘rsatkichlarining mavjud Bozor imkoniyatlariga mos kelishini muntazam tekshirib borish.

Ushbu turdagi nazorat to‘rt bosqichdan iborat (3.1.1-jadval). Rahbariyat yillik rejaga nazorat ko‘rsatkichlarini oy va choraklar bo‘yicha taqsimlab kiritishi lozim nimaga erishish kerak. Rahbariyat turistik firmaning Bozor faoliyati ko‘rsatkichlarini o‘lchaydi nima ro‘y beradi. Rahbariyat har qanday jiddiy xato va kamchiliklar sababini aniqlaydi nima uchun shunday bo‘ldi. Rahbariyat vaziyatni to‘g‘irlash hamda belgilangan maqsad va erishilgan natijalar o‘rtasidagi uzilishlarni yo‘qotish uchun chora-tadbirlarni amalga oshiradi o‘zgartirish kiritish xatti-harakatlari. Sotuv dinamikasi turistik firmaning raqobatchilarga nisbatan holati haqida hech narsa demaydi. Aytaylik, Sotuv hajmi o‘sib borsin. Bu o‘shish iqtisodiy sharoitlarning yaxshilanishi yoki turistik korxonada faoliyatining raqobatchilarga nisbatan takomillashuvi bilan izohlanishi mumkin. Agar Bozor ulushi o‘shib boradigan bo‘lsa. Turistik korxonaning raqobatdagi holati mustahkamlanadi, aks holda turistik korxonada o‘z raqobatchilariga o‘rnini bo‘shatib berishga majbur bo‘lishi ham mumkin. Menejer yangi tovar, reklama,

sotuvni ragʻbatlantirish, marketing rejasining oldingi punktlari asosida narxlar kabi marketing elementlari boʻyicha muayyan strategiyalarni bayon qilishi lozim.

3.1.1-jadval

Turistik korxonaning marketing faoliyati sxemasi³⁷

| | | | | | |
|---|--|----------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------|-----------|
| I. Marketing tadqiqotlari | | | | | |
| 1. Tadbirkorlik muhitini oʻrganish | | 2. Kompleksli Bozor tadqiqotlari | | 3. Bozor imkoniyatlarini baholash | |
| 4. Maqsadli Bozor | | | | | |
| II. Marketing dasturi | | | | | |
| 1. Bozor sharhi va bashorati | | | 2. Bozorga kirishdan maqsad | | |
| 3. Bozorga kirish strategiyasi | | | 4. Assortimentni rejalashtirish | | |
| 5. Narx siyosati | | | 6. Sotuv siyosati | | |
| 7. Kadrlar siyosati | | | 8. Xarajatlar budjeti | | |
| 9. Samaradorlikni baholash | | | 10. Kommunikatsiya siyosati | | |
| 11. Nazorat | | | | | |
| III. Ishlab chiqarish dasturini tuzish, turistik korxonaning barcha boʻlim va xizmatlari faoliyatini uygʻunlashtirish | | | | | |
| Ishlab chiqarishga qabul qilingan mahsulot assortimenti, miqdori va muddati | Yangi tovar | | | | |
| | Texnik va tashkiliy vazifalarni hal qilish | Gʻoyani tanlash | Tanlash va xatti - harakatlar | Asosiy gʻoya | Topshiriq |
| | IV. Sinov namunasi | | | | |
| | Sinov toʻlovi | Laboratoriya sinovi | Ommaviy ishlab chiqarish | | |
| V. Kommunikatsiya Siyosati | Reklama | | | | |
| | Individual tarzda sotish | | | | |
| Reklama | Koʻrgazma | | | | |

³⁷Muallif tomonidan ishlangan

| | |
|--------------------------|--------------------------|
| Yarmarka | Sotuvni rag‘batlantirish |
| Savdo belgisi | Suvenirlar |
| Sotuvni rag‘batlantirish | Qadoqlash |
| Texnik xizmat ko‘rsatish | Texnik xizmat ko‘rsatish |
| Servis siyosati | Servis |

3.2-§. Turizm sohasida tadbirkorlikni rivojlantirish imkoniyatlari va yo‘llari

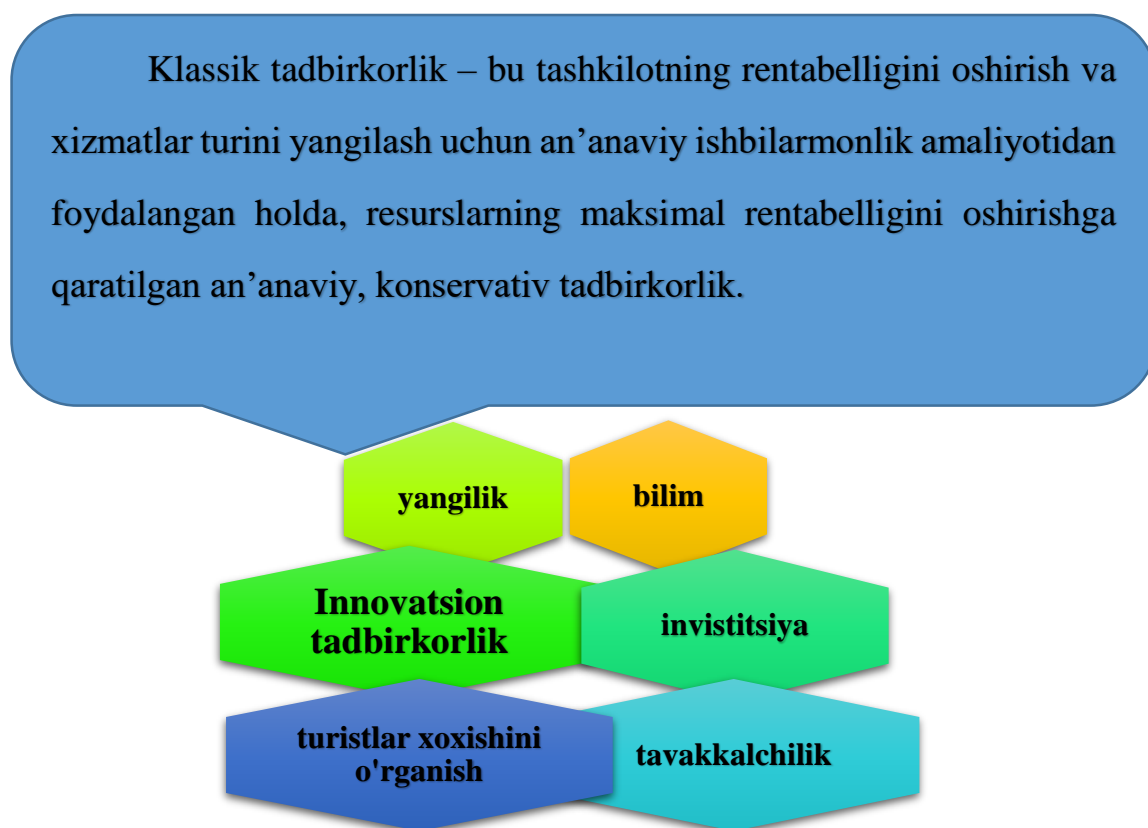
Tadbirkorlik – bu shaxsiy manfaat va jamoat foydasi kombinatsiyasi asosida tijorat va boshqa yutuqlarga erishish maqsadida mulk, pul va boshqa resurslardan innovatsion foydalanish bilan bog‘liq bo‘lgan xo‘jalik yurituvchi subyektlarning tashabbuskor faoliyatidir.

Turizm faoliyati sohasida tadbirkorlik ko‘proq xizmat ko‘rsatish bilan bog‘liq. Xo‘jalik yurituvchi tadbirkorlar yoki o‘z nomidan va o‘z mulkiy javobgarligi ostida ish yuritadigan jismoniy shaxslar yoki yuridik shaxs javobgarligi ostida ishlaydigan sheriklar birlashmalari bo‘lishi mumkin.

Hozirgi sharoitda foydali biznesni muvaffaqiyatli tashkil etish uchun tadbirkor yaxshi kasbiy tayyorgarlikka, iqtisodiyot, psixologiya, huquqshunoslik, mahsulot va xizmatlar ishlab chiqarishni tashkil etish sohalarida zarur bilimlarga ega bo‘lishi, shuningdek, olimlar, marketing bo‘yicha mutaxassislar, kapital egalari bilan hamkorlik qila olishi kerak.

Innovatsion tadbirkorlik – birinchi navbatda tadbirkorlik faoliyatidagi yangilik bilan bog‘liq. Iqtisodiyotning an’anaviy omillaridan foydalanish orqali, ammo ularning yangi kombinatsiyasi orqali ilgari ma’lum bo‘lmagan yangiliklarni yaratishda tadbirkorning roli kamayadi.

Tadbirkorlikning ikkita modeli ma'lum: klassik tadbirkorlik va innovatsion tadbirkorlik 3.2.1-rasm.



3.2.1-rasm. Tadbirkorlikning ikki modeli³⁸

Tadbirkor: amaldagi qonunchilik doirasida tadbirkorlik faoliyatining har qanday masalasi bo'yicha qaror qabul qilishda mustaqillik va mustaqillikka ega bo'lish;

- o'z faoliyati natijalaridan iqtisodiy va boshqa taraflama manfaatdor bo'lishlari, ya'ni mumkin bo'lgan maksimal foyda olishni ko'zda tutish;
- tavakkal qilish va javobgarlikni o'z zimmasiga olish.

Tadbirkorlik faoliyatida quyidagi bosqichlar ajratiladi:

Tadbirkorning imkoniyatlarini bozor ehtiyojlari bilan birlashtirish mumkin bo'lgan tadbirkorlik g'oyasini to'plash va tanlash. Xizmatlarni yoki tovarlarni ishlab chiqarish va marketing rejalarini, shuningdek, moliyaviy va tashkiliy rejalarini qayta ishlash bilan rejalashtirish. Resurs talablarini shu jumladan naqd

³⁸ Muallif tomonidan ishlangan

pul va yetkazib beruvchilarni aniqlash, loyihani bajarish, ya'ni xizmatlarni ishlab chiqarishni texnik, moliyaviy, tashkiliy jihatdan tayyorlash va rejalashtirilgan tadbirlarni amalga oshirish.

2021-2023 yillarda O'zbekiston Respublikasida xizmatlar sohasini rivojlantirish dasturini amalga oshirish natijasida 2021 yilda xizmatlar ko'rsatish hajmi qariyb 20 foizga o'sdi. Shu bilan birga, xizmatlar sohasini rivojlantirishga yangicha yondashuvlarni joriy etish orqali Bozor xizmatlari hajmini 2022 yilda 1,5 baravarga oshirish hamda qo'shimcha 1,5 million yangi ish o'rinlarini yaratish imkoniyatlari mavjud bo'ldi³⁹.

2022-yil 1-apreldan 2025-yil 1-yanvargacha qadar chakana savdo va umumiy ovqatlanish, Mehmonxona, joylashtirish xizmatlari, avtotransportda yo'lovchi va yuk tashish, transport vositalarini ta'mirlash va ularga texnik xizmat ko'rsatish, kompyuter xizmatlari, maishiy texnikani ta'mirlash, agro va veterinariya xizmatlarini ko'rsatuvchi hamda ko'ngilochar maskanlarda xizmatlar ko'rsatuvchi tadbirkorlik sub'ektlari uchun ijtimoiy soliq stavkasini 1 foiz etib belgilanganligi ham turizm tadbirkorlik imkoniyatlarini yanada kengaytirdi.

Yurtboshimiz tomonidan Tadbirkorlik sub'ektlariga 2022-yil 1-yanvardan boshlab 2027-yil 1-yanvargacha qadar Mehmonxona, joylashtirish vositalari va maydoni 5 ming kvadrat metrdan yuqori bo'lgan savdo komplekslari shu jumladan, ular egallagan yer uchastkalari, yuridik shaxslardan olinadigan yer solig'i va yuridik shaxslarning mol-mulkiga solinadigan soliq stavkalarini 90 foizga kamaytirish tadbirkorlar uchun qulaylik yaratildi⁴⁰.

Bunda 2027-yil 1-yanvargacha yangidan quriladigan ob'ektlarga shu jumladan, ular egallagan yer uchastkasiga nisbatan mazkur imtiyozni ular foydalanishga topshirilgan oydan boshlab 5 yil muddat davomida qo'llash, foyda solig'ini hisoblashda binolarning qiymatini ikki yil davomida amortizatsiya xarajatlari sifatida chegirish huquqini berildi.

³⁹ O'zbekiston Respublikasida xizmatlar sohasini rivojlantirish dasturini amalga oshirish to'g'risidagi prezident farmoni. president.uz/oz/lists/view/4952

⁴⁰ president.uz/oz/lists/view/4952 Xizmatlar-sohasini-rivojlantirishga-oid-qoshimcha-chora-tadbirlar-tog'risida

2022-yil 1-apreldan boshlab 2025-yil 1-yanvarga qadar turistik tuman va shaharlarda belgilanadigan turizm hududlarida ro‘yxatdan o‘tgan hamda ushbu hududda umumiy ovqatlanish, Mehmonxona, joylashtirish savdo, ko‘ngilochar, turoperator va turagent xizmatlarini ko‘rsatayotgan tadbirkorlik sub’ektlari uchun: aylanmadan olinadigan soliq stavkasini – 1 foiz etib belgilandi.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 11 maydagi “Xizmatlar sohasini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ–5113-son qaroriga muvofiq⁴¹, savdo va ko‘ngilochar ko‘chalarda: ko‘chma savdo ob’ektlari uchun joylar tadbirkorlik sub’ektlariga elektron onlayn-auksion savdosi asosida sotilishi; barcha tadbirkorlik sub’ektlariga jamoat xavfsizligi qoidalariga qat’iy rioya qilgan holda 24 soat mobaynida tunu kun faoliyat yuritish huquqi berilganligi ma’lumot uchun qabul qilindi.

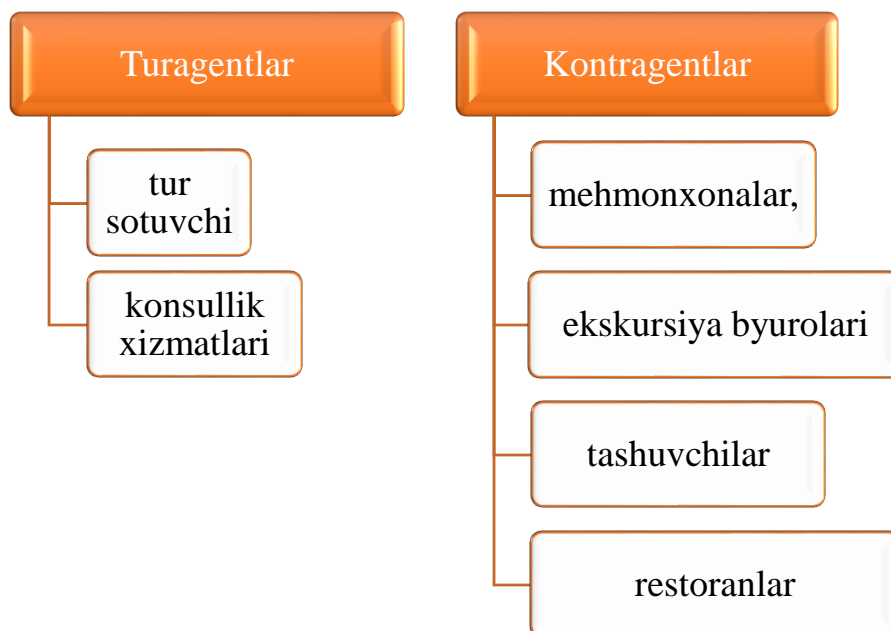
Umumiy qabul qilingan tadbirkorlik faoliyati tasnifida quyidagi turdagi tadbirkorlik turlariga ajratib ko‘rsatiladi:

- ✓ Ishlab chiqarish – xizmatlar va boshqa mahsulotlarni bevosita yaratish;
- ✓ Tijorat – vositachilik faoliyati yaratilgan mahsulotlarni ishlab chiqaruvchidan iste’molchiga yetkazib berish;
- ✓ Moliyaviy – xizmatlar va mahsulotlarni takror ishlab chiqarish uchun mablag‘larni o‘rganish va ulardan foydalanish bo‘yicha maxsus faoliyat turi;
- ✓ Maslahat – bilan bog‘liq faoliyat umumiy menejment masalalari bo‘yicha maslahat va yordam berish, ishlab chiqaruvchilarning imkoniyatlarini baholash, moliyaviy menejment, marketing va boshqalar.

Turistik xizmatlarning o‘ziga xos xususiyatlari bilan bog‘liq holda, turistik tashkilotlarning tadbirkorlik faoliyati faqat shartli ravishda ma’lum bir turga kiritilishi mumkin. Shunday qilib, turoperatorlarning faoliyati aksariyat hollarda turistik mahsulotni tashkiliy tayyorgarligini va uni qisman ishlab chiqarishni va iste’molchiga targ‘ib qilishni yaratadi (3.2.2-rasm).

⁴¹ president.uz/oz/lists/view/4952 “Xizmatlar sohasini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ–5113-sonli O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori. 11-may.2021-yil.

Shuning uchun turoperatorlar faoliyatini shartli ravishda ishlab chiqarish faoliyati bilan bog‘lash mumkin.



3.2.2-rasm. Tadbirkorlik faoliyati xizmatlar turlari⁴²

Turagentlar – tur sotuvchilari vazifasini bajaradilar. Bundan tashqari, ular muayyan xizmat turlarini, masalan sug‘urta, konsullik xizmatlari va boshqalarni amalga oshiradilar. Bu aralash faoliyat turidir

Kontragentlar – turistik mahsulotni iste‘molchilarga bevosita yetkazuvchi turistik xizmatlarning ijrochilari Mehmonxonalar, restoranlar, tashuvchilar, ekskursiya byurolari va boshqalar, ya’ni ular xizmatlarni ishlab chiqarishda faol ishtirok etadilar va shu asosda ishlab chiqaruvchi tadbirkorlar deb tasniflanishi mumkin.

Yangi turistik xizmatlarni joriy etish nafaqat kerakli, balki turistik firmalar o‘rtasidagi raqobat kurashida omon qolish sharti sifatida ham zarurdir. Masalan, Rodos Paase Gretsiya Mehmonxonasining asl yangiliklari bu “kresloda xizmat ko‘rsatish”dir. Mehmonxona xonalari zamonaviy avtomatlashtirilgan xizmat ko‘rsatish tizimi bilan jihozlangan. Mijoz xonaga kirganda, televizorda ovoz eshitilib, u bilan ism-sharif bilan tanishib, so‘ngra qulayliklar va taqdim etilayotgan barcha xizmatlarni aks ettiradi.

⁴² Muallif tomonidan ishlangan

3.3-§ Turizm sohasida tadbirkorlik faoliyati rivojlanishining istiqbollari

Hozirgi kunda O‘zbekiston Respublikasida turizmning zamonaviy modelini shakllantirish jarayoni amalga oshirilmoqda. Ushbu modelda ta’kidlanishicha, mamlakatda rivojlantirilayotgan turistik Bozor boshqa har qanday Bozorlar kabi mamlakatning ijtimoiy-siyosiy va iqtisodiy vaziyatiga ta’sir ko‘rsatadi. U mamlakatlar o‘rtasidagi hamkorlikni rivojlantirish hamda investitsiya va kapital oqimini ta’minlash darajalarini aniqlashda muhim vosita bo‘lib, hisoblanadi.

Davlat tomonidan turizmni rivojlantirish, turistik xizmatlar Bozorini shakllantirish, iqtisodiy tartibga solish usullari va richaglarini qayta isloh etish, turizmni tashkiliy boshqaruv strukturalarini takomillashtirish, uning eksportsalohiyatini oshirish va eng asosiysi, xorijiy investitsiyalarni jalb qilish kabilarga tegishli uslubiy va amaliy yondashuvlarni ishlab chiqish muhim ahamiyat kasb etadi.

Mamlakatimizda turizm sohasini rivojlantirishga alohida e’tibor berilmoqda, jumladan O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga murojaatnomasida ham bu soha rivojiga e’tibor berib, “hozirgi kunda milliy iqtisodiyotga yuqori daromad keltiradigan istiqbolli tarmoqlardan biri – bu turizmdir. Bu sohaga jahon brendlarini faol jalb etgan holda, ziyorat turizmi, ekologik, ma’rifiy, etnografik, gastronomik turizm va bu sohaning boshqa tarmoqlarini rivojlantirishga alohida e’tibor qaratiladi⁴³” deb ta’kidlaganlar.

Bugungi kunda O‘zbekistonda ichki va xalqaro turizm rivojlanishini tartibga soluvchi me’yoriy-huquqiy hujjatlar tizimi asosini O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi, fuqarolik va soliq kodekslari, 1999-yil 29-avgustda

⁴³ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi “O‘zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PF-5611-sonli farmoni

qabul qilingan O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida⁴⁴”gi qonuni, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi “O‘zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PF-5611-sonli farmoni, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 3-fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish bo‘yicha qo‘shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PF-5326-son farmoni, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida” gi PF-4947-sonli farmoni, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 16-avgust 2017-yildagi “2018–2019-yillarda turizm sohasini rivojlantirish bo‘yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi qarori, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 2-dekabrda “O‘zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi faoliyatini tashkil etish to‘g‘risida” PQ-2666 qarori, O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning 2016-yil 2-dekabrda “O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta‘minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida⁴⁵”gi farmonlari tashkil etadi.

Bugungi kunda Mehmonxona xo‘jaligi turizm sohasining ajralmas qismi bo‘lib, turistik industriya tarkibiga kiradi. Turizm industriyasi o‘zida “Mehmonxonalar majmuasi va boshqa joylashtirish vositalari, transport vositalari, sanatoriya-kurort davolash va dam olish obyektlari, umumiy ovqatlanish obyektlari, ko‘ngil ochish vositalari va obyektlari, bilish, ishbilarmonlik obyektlari, fizkultura-sport va boshqa maqsadlardagi turoperatorlik va turagentlik faoliyatini amalga oshiruvchi, turistik axborot operatorlari tizimi, shuningdek, ekskursovod gidlar, gid-tarjimonlar va kuzatuvchi-yo‘riqchilar xizmatlari ko‘rsatuvchi tashkilotlari”ni namoyon etadi.

⁴⁴O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 3-fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish bo‘yicha qo‘shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PF-5326-son farmoni.

⁴⁵ O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning 2016-yil 2-dekabrda “O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta‘minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi farmoni

Bunda Mehmonxonalar xo‘jaligi o‘zida iqtisodiy faoliyat ko‘rinishini namoyon qilgan holda, Mehmonxonalar xizmatlari taqdim etish kempinglar, motellar, maktab va talabalar yotoqxonalari, keluvchilar uchun mehmon uylari va qisqa muddatli yashashni tashkil qilishni o‘z ichiga oladi.

Mehmonxonalar fuqarolarga joylashtirish va xizmatlar ko‘rsatish iborat bo‘lib, hozirgi kunda Mehmonxonalar Mehmonxonalar xizmatlaridan boshqa xizmat turlarini ham tashkil etmoqda.

Butunjahon turizm tashkiloti (BST-VTO)ning belgilashi bo‘yicha Mehmonxonalar – bu jamoaviy joylashtirish vositasi bo‘lib, ma’lum nomerlar sonidan iborat bo‘lgan, yagona rahbarlikka ega xizmatlar to‘plamini taqdim etadi.

O‘zbekiston hukumati tadbirkorlarning mehmon uylari faoliyatini yo‘lga qo‘yish bo‘yicha ijobiy ishlarni amalga oshirmoqda. Jumladan, mehmon uylarini tashkil etish va bu sohadagi tadbirkorlarni qo‘llab-quvvatlash va rag‘batlantirish bo‘yicha Vazirlar Mahkamasining 2018-yil 7-avgustdagi “Oilaviy mehmon uylari faoliyatini tashkil etish to‘g‘risida”gi qarori qabul qilindi.

O‘zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish qo‘mitasining 2018-yil ma’lumotlariga ko‘ra, O‘zbekistonda Mehmonxonalar soni 914 tani tashkil etmoqda (3.3.1-jadval), Mehmonxonalar nomerlari soni 20 mingta va Mehmonxonalaridagi joylar soni esa 41,1 mingtani tashkil etgan.

Mamlakatimizdagi ushbu Mehmonxonalar soni 2025-yilda 2994 taga yetishi prognoz qilinmoqda. Turizmni rivojlantirish bo‘yicha olib borilayotgan islohotlar natijasida oxirgi bir yil ichida Mehmonxonalar soni 676 (2017-yil) tadan 914 (2018-yil) tagacha ko‘paygan.

Bugungi kunda mamlakatimizdagi ushbu Mehmonxonalar alohida kategoriyalar bo‘yicha, ya’ni 1 yulduzdan boshlab 5 yulduzgacha bo‘lgan kategoriyalarga ajratilgan, shuningdek hech qaysi kategoriyaga ega bo‘lmagan Mehmonxonalar soni ham katta ulushga ega.

3.3.1-jadval

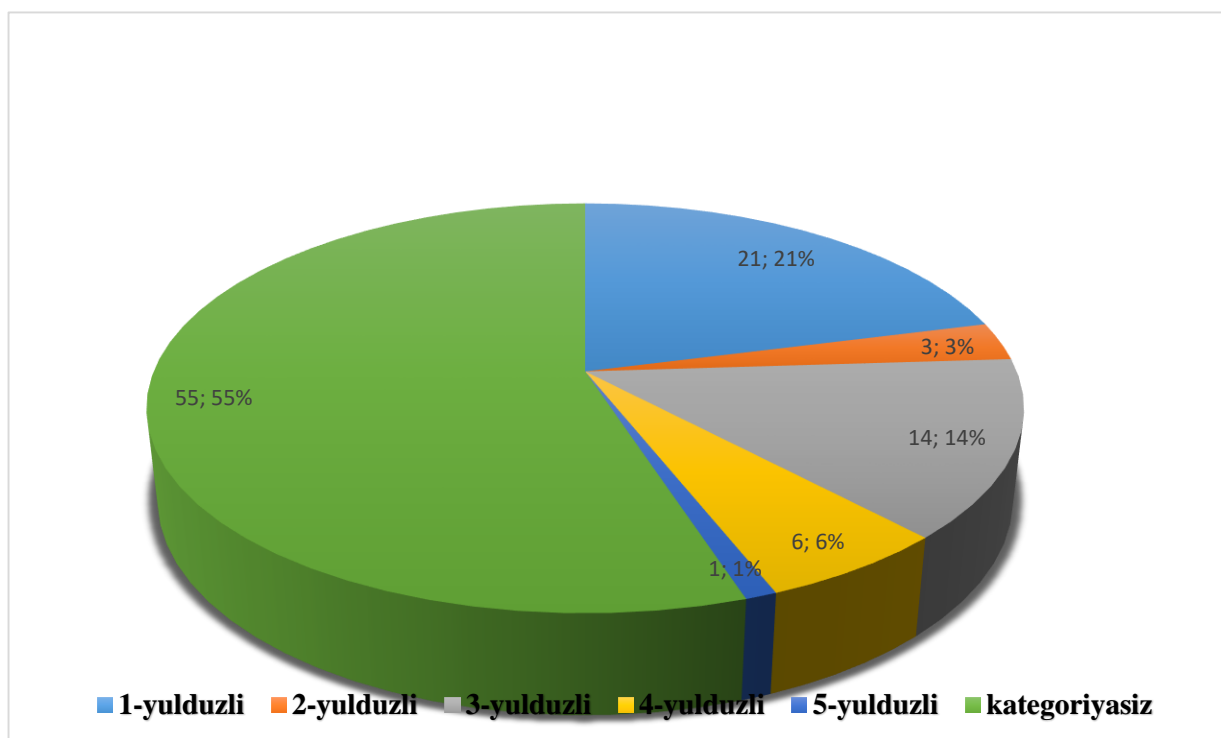
O'zbekistondagi Mehmonxonalar soni (2018–2025-yillar prognoz ko'rsatkichlari)ning o'sishi⁴⁶

| Ko'rsatkichlar | 2018 yil | 2019 yil | 2020 yil | 2021 yil | 2022 yil | 2023 yil | 2024 yil | 2025 yil |
|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Mehmonxonalar soni | 914 | 1098 | 1609 | 2394 | 2562 | 2715 | 2851 | 2994 |
| Xonalar soni (ming) | 20.0 | 24.0 | 33.7 | 48.7 | 52.1 | 55.2 | 58.0 | 60.9 |

3.3.1-rasmda Mehmonxonalar kategoriyalarining O'zbekiston turizm Bozoridagi ulushi bo'yicha ma'lumotlar berilgan. Statistik ma'lumotlar shundan dalolat beradiki, 55.55% ulush Kategoriyasiz Mehmonxonalarga to'g'ri keladi.

Shu jumladan, Mehmonxonalarning turlari bo'yicha alohida litsenziya berish tartiblari o'rnatilgan. Mamlakatimizda esa hozirgi kunda mehmon uylariga soddalashtirilgan holda litsenziya berish tartibi yo'lga qo'yilgan, yuqorida keltirilgan Mehmonxona turlarini tashkil etish bo'yicha esa alohida me'yoriy-huquqiy asoslar hanuzgacha ishlab chiqilmagan. Turizm Bozorida 1 yulduzli Mehmonxonalar 21.21% ulushni, 2 yulduzli Mehmonxonalar 3.3% ulushni, 3 yulduzli Mehmonxonalar 14.14%ni, 4 yulduzli Mehmonxonalar 6.6% ulushni, 5 yulduzli Mehmonxonalar esa 1.1% tashkil etmoqda. Mamlakatimizda 5 yulduzli Mehmonxona eng kam ulushga, bular asosan jahon brendi hisoblangan Mehmonxona zanjirlaridir.

⁴⁶O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi statistika agentligi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzildi



3.3.1-rasm. Mehmonxonalarning kategoriyalari bo‘yicha turizm Bozoridagi ulushi (%)⁴⁷

Hozirgi kunda mamlakatimizda yulduzga ega bo‘lmagan Mehmonxonalarning deyarli barchasi Kategoriyasiz Mehmonxonalar tarkibiga kiradi, motel, xostel, flotel, mehmon uylari, kemping kabi Mehmonxona turlari shular jumlasidandir. Lekin, ko‘pgina mamlakatlarda barcha Mehmonxona turlari bo‘yicha alohida statistik ma’lumotlar yig‘ib boriladi.

Oilaviy mehmon uyi keyingi o‘rinlarda mehmon uyi deb ataladi — mazkur mehmon uyida uy egasining oila a‘zolari bilan birga yashash tamoyili bo‘yicha bir vaqtning o‘zida 10 nafargacha turistlarga vaqtincha yashash va ovqatlanish bo‘yicha xizmatlar ko‘rsatuvchi, shuningdek, har bir yashovchi shaxsga 3 m kv. hisobidan to‘g‘ri keladigan turar joy maydoniga ega bo‘lgan xususiy uy-joy hisoblanadi;

Mehmon uylari egalari, faqat ular Reyestrda kiritilgandan so‘ng xizmat ko‘rsatish huquqiga ega bo‘ladi (3.3.2-jadval).

⁴⁷o‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi statistika agentligi ma’lumotlari asosida muallif tomonidan tuzildi

3.3.2-jadval

Oilaviy mehmon uylari faoliyatini tashkil etishda yaratiladigan majburiy sharoitlar⁴⁸

| | |
|-----|---|
| 1 | Tashrif buyuruvchilar (turistlar) uchun sanitariya-gigiyena qulayliklarini tashkil etish: |
| 1.1 | Umumiy foydalanish uchun sanitariya-gigiyena uzeli, vanna yoki dush kabinasining mavjudligi. |
| 1.2 | Kanalizatsiya (suv chiqarish) yoki (axlat to'kiladigan o'rani tashkillashtirish yo'li bilan) mahalliy inshootlarning mavjudligi. |
| 1.3 | Yashash va jamoat joylarida tabiiy va sun'iy (shu jumladan fonarlar, shamlar va boshqa yoritish vositalaridan foydalanish hisobiga) yoritishning mavjudligi. |
| 1.4 | Suv ta'minotining mavjudligi (shu jumladan suvni to'plash uchun idishlar o'rnatish yo'li bilan). |
| 2 | Tashrif buyuruvchilarning (turistlarning) xavfsizligini ta'minlash: |
| 2.1 | O't o'chirgichlar va tibbiyot dori qutisining mavjudligi. |
| 2.2 | Shoshilinch yordam xizmatlarini chaqirish imkoniyati. |
| 3 | Tashrif buyuruvchilarning (turistlarning) qulay va yaxshi yashashlari uchun sharoitlar tashkil qilish: |
| 3.1 | Tutash hududning qulay va shinam bo'lishi, oilaviy mehmon uyiga borish yo'llari qattiq qoplamaga (shag'alli, yog'ochli) ega bo'lishi kerak |
| 3.2 | Oilaviy mehmon uyining old tomonida "Oilaviy mehmon uyi", "Semeyniy gostevoy dom" va "Family guesthouse" so'zlarini o'z ichiga olgan, oilaviy mehmon uyining o'zbek, rus va ingliz tillaridagi nomi ko'rsatib o'tilgan ma'lumotlar taxtasining (o'lchami — eng kamida 60 sm x 80 sm) mavjudligi. |
| 3.3 | Oilaviy mehmon uyiga kirishda o'zbek, rus va ingliz tillarida quyidagi ma'lumotlar yozilgan ma'lumotlar taxtasining mavjudligi: Oilaviy mehmon uylari yagona reyestridan ko'chirma nusxasi; shoshilinch xizmatlarning va O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi Call-markazining telefon raqamlari; ko'rsatiladigan xizmatlar preyskuranti; ro'y berishi mumkin bo'lgan tabiiy hodisalar, joylardagi xavflar to'g'risida ma'lumot. |
| 3.4 | Umumiy foydalanish uchun mobil yoki stasionar telefon aloqasining mavjudligi. |
| 3.5 | Yashovchilarni hisobga oluvchi maxsus elektron avtomatlashtirilgan dasturga ulanish. Butunjahon Internet axborot tarmog'iga ulanmagan holatda yashovchilarni ro'yxatga |

⁴⁸ O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarori, 07.08.2018 yildagi 631-son

| | |
|-----|--|
| | olish eng yaqin joylashtirish vositalari yoki turizm-axborot markazlari orqali tegishli hududiy ichki ishlar organlariga murojaat etgan holda amalga oshiriladi. |
| 3.6 | Tashrif buyuruvchilarni (turistlarni) joylashtirish xonalarida karavotlar yoki matraslar, karavotlar / matraslar soni bo'yicha choyshab-jildlar majmuining mavjudligi. |

Turizm qo'mitasining hududiy bo'linmalari hujjatlarni olgan kundan boshlab 3 ish kuni davomida ko'rib chiqadi hamda o'rganib chiqish natijasi yuzasidan dalolatnoma rasmiylashtiriladi. Davlat xizmati bepul ko'rsatiladi. 2022-yilning avgustida mehmon uylarini ochmoqchi bo'layotgan tadbirkorlar kredit mablag'larining 30%gacha qismini qoplab berish belgilangandi. Kredit umumiy qiymati 5 mlrd so'mdan, foiz stavkasi Markaziy bank asosiy stavkasining 1,5 baravaridan oshmagan bo'lishi kerak.

III bob bo'yicha xulosa

Turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatini boshqarishni takomillashtirish imkoniyatlari va yo'llari, marketing va uni boshqarish hamda turizm sohasida tadbirkorlik faoliyati rivojlanishining istiqbollari tahlil qilish asosida quyidagi xulosalarga kelindi:

1. Tadbirkorlik – bu shaxsiy manfaat va jamoat foydasi kombinatsiyasi asosida tijorat va boshqa yutuqlarga erishish maqsadida mulk, pul va boshqa resurslardan innovatsion foydalanish bilan bog'liq bo'lgan xo'jalik yurituvchi subyektlarning tashabbuskor faoliyatidir.

2. Turizm sohasida tadbirkorlikni rivojlanishini ta'minlovchi korxonalar va tashkilotlar faoliyati samaradorligini belgilab beruvchi umumiy muhit omillari, ichki omillarni tahlil qilish asosida shart-sharoit yaratish, ustuvor to'nalishlarni ishlab chiqish maqsadga muvofiq.

3. Turizm tadbirkorlik qilish saohiyati yuqori bo'lgan hududlarda mahalliy aholini turizm tadbirkorligiga faol jalb etish, norasmiy turizm tadbirkorligini bartaraf etish uzoq muddatli 10, 15 yoki 20 yil muddatda kam foizli kreditlar ajratish kabi imtiyozlar qo'llash kerak degan xulosaga keldik.

4. Bozorni baholash va iste'molchi talabini o'rganishning marketing asosiy yo'nalishlaridandir deb hisobladik. Bu bilan turistik korxonaning kelgusi faoliyatini belgilash uchun Bozor sharoitlari to'g'risida ma'lumotlar olish maqsadida amalga oshirilish maqsadga muvofiq degan xulosaga keldik.

5. Mehmonxona xo'jaligida iqtisodiy faoliyat ko'rinishini namoyon qilgan holda, Mehmonxona xizmatlari taqdim etish kempinglar, motellar, maktab va talabalar yotoqxonalarida, keluvchilar uchun mehmon uylari va qisqa muddatli yashashni tashkil qilish kabi mehmon uylari kabi joylashtirish vositalari turizmga tadbirkorlikni rivojlantirish uchun muhim qismlardan biri degan xulosaga keldik.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Magistrlik dissertatsiya ishida amalga oshirilgan tadqiqot natijalari asosida quyidagi xulosalar, ilmiy takliflar va amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi:

Turizm sohasidagi tadbirkorlik innovatsiyalar va iqtisodiy o'sishning hal qiluvchi omili deb hisobladik. Ushbu sohadagi tadbirkorlar Bozorga yangi g'oyalar, mahsulotlar va xizmatlarni olib kirib, mijozlar uchun qiymat yaratish va ish bilan ta'minlash kerak degan xulosaga keldik.

Turizm tadbirkorlikning o'ziga xos evolyutsion rivojlanish yo'lini turli nazariyalar va rivojlanish modellari xususiyatidan kelib chiqqan holda tizimlashtirish, tasniflash sohani kelajakda tadqiq etishni osonlashtiradi.

Turistik joylarga tashrif buyuruvchi turistlarga qulaylik yaratish mumkin bo'lgan turistik obyektlarga kichik tadbirkorlik uchun sharoit yaratib berish ushbu turistik zonalar bilan xorijiy sayyohlarni jalb qilish maqsadga muvofiq deb hisobladik.

Turizm tadbirkorlik sohasini rivojlantirish bo'yicha xorijiy mamlakatlar tajribalari, ular tanlagan strategiyalarning tahlili mamlakatimizda turizm tadbirkorlik sohasini rivojlantirish, turistik resurslaridan unumli foydalanish, xususiy tadbirkorlik imkonini yanada oshiradi degan xulosaga keldik.

Respublikamizda turizm tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda mahalliy tadbirkorlarni va xorijiy investorlarni jalb qilish bo'yicha o'z taklif va xulosalarimni berib o'tmoqchiman: Jahon xo'jaligi va milliy iqtisodiyotlarda turizm sohasi ahamiyatining oshib borishi, uning o'ziga xos xususiyatlari tadqiqotchilar tomonidan turizmga berilgan ta'riflarning va yondashuvlarning turlicha bo'lishiga olib keldi. Bu yondashuvlar tadqiqot jarayonida tahlil qilinadi va turizmga mualliflik ta'rifi berildi.

Tadqiqot natijasida ishlab chiqilgan ilmiy-nazariy hamda amaliy tavsiyalar kelgusida amaliyotga tadbiq etilishi turizmni barqaror rivojlantirish mexanizmini takomillashtirishda, ustuvor yo'nalishlarini belgilab olishda, yalpi hududiy mahsulot tarkibida turizm xizmatlari ulushini oshirishda, turizm xizmatlari

ko'rsatish samaradorligini oshirishda hamda Yangi O'zbekiston taraqqiyot strategiyasi ustuvor vazifalarini amalga oshirishga o'z hissasini qo'shadi.

Turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning muhim jarayon va huquqiy tartibi turizm kodekslari, qonunlar va tartiblar bilan belgilangan holda olib borilish muhim degan xulosaga kelindi. Turizm sohasida tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishning tashkiliy va huquqiy asoslari, xususan, sohada me'yoriy-huquqiy jihatdan tartibga solishni takomillashtirish va xalqaro hamkorlikni rivojlantirish, O'zbekistonga sayohatlarni arzonlashtirish, yurtimizning barcha hududlarida turizmni va soha bilan bog'liq infratuzilmani rivojlantirish, turistik mahsulotlarni diversifikatsiya qilish va yangi turizm obyektlari tashkil etish maqsadga muvofiq degan fikr ilgari surildi.

Davlat xizmatlari belgilangan Davlat xizmatlari markazlari yoki O'zbekiston Respublikasi yagona interaktiv davlat xizmatlari portali orqali, O'zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasining hududiy bo'linmalari tomonidan xizmat ko'rsatishni takomillashtirish, Davlat xizmatlari markazlari va litsenziyalovchi organ o'rtasidagi axborot almashinuvi elektron raqamli imzoni majburiy tartibda qo'llash orqali faqat idoralararo elektron bog'lanish yordamida ish yuritish maqsadga muvofiq degan xulosa kelindi.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida turistik firmalar faoliyatining samaradorligi ko'p jihatdan ularning tez o'zgaruvchan Bozor muhitiga moslashish darajasiga bog'liqdir.

Tadbirkorlik – bu shaxsiy manfaat va jamoat foydasi kombinatsiyasi asosida tijorat va boshqa yutuqlarga erishish maqsadida mulk, pul va boshqa resurslardan innovatsion foydalanish bilan bog'liq bo'lgan xo'jalik yurituvchi subyektlarning tashabbuskor faoliyatidir.

Turizm sohasida tadbirkorlikni rivojlanishini ta'minlovchi korxonalar va tashkilotlar faoliyati samaradorligini belgilab beruvchi umumiy muhit omillari, ichki omillarni tahlil qilish asosida shart-sharoit yaratish, ustuvor to'nalishlarni ishlab chiqish maqsadga muvofiq.

Bozorni baholash va iste'molchi talabini o'rganishning marketing asosiy yo'nalishlaridandir deb hisobladik. Bu bilan turistik korxonaning kelgusi faoliyatini belgilash uchun Bozor sharoitlari to'g'risida ma'lumotlar olish maqsadida amalga oshirilish maqsadga muvofiq degan xulosaga keldik.

Mehmonxona xo'jaligida iqtisodiy faoliyat ko'rinishini namoyon qilgan holda, Mehmonxona xizmatlari taqdim etish kempinglar, motellar, maktab va talabalar yotoqxonalarida, keluvchilar uchun mehmon uylari va qisqa muddatli yashashni tashkil qilish kabi mehmon uylari kabi joylashtirish vositalari turizm tadbirkorlikni rivojlantirish uchun muhim qismlardan biri degan xulosaga keldik.

Tadqiqot natijalari turizm tadbirkorlikni rivojlantirishni rejalashtirish jarayoniga raqamli iqtisodiyot vositalarini joriy etish muhimligi va zarurligini tasdiqlaydi.

Tadbirkorlikni keng joriy etish sharoitida turizm faoliyati texnologik jihatdan takomillashtirilmoqda, bozorning barcha ishtirokchilarini birlashtira oladigan turizm industriyasini yaratishga urinishlar olib borilmoqda.

Yuqoridagi xulosalardan kelib chiqib, Turizm tadbirkorlik sohasi sharoitida turizm xizmatlari marketingini rivojlantirish maqsadida quyidagi takliflarni berishni lozim topdik:

1-taklif: Respublikamiz hududlarida turizm tadbirkorlik sohasi xizmatlari marketingini yaxshilash maqsadida barcha xizmatlarni raqamlashtirish zarur.

2-taklif: Turizm tadbirkorlik xizmatlarini raqamlashtirish asnosida xorij tajribasidan foydalanish va tadbirkorlar hamda kadrlarni chet elda o'qish uchun sharoitlar yaratish.

3-taklif: Turizm tadbirkorlik sohasidagi xizmatlar narxini turistlar uchun ma'qul va turistik sanoat uchun foyda keltiradigan darajada saqlab qolishga qaratish.

Yuqorida keltirilgan xulosalar va ushbu magistrlik tadqiqot ishida keltirilgan ma'lumotlar va amaliy ko'nikmalar keyingi amaliy faoliyatimiz davomida yordam beradi deb umid qilamiz. Shuni esda tutish kerakki, biron bir

darslik, ilmiy tadqiqot ishlari tadqiqotchiga o'nlab yillik amaliy faoliyat uchun etarli bo'lgan bilim va ko'nikmalarni bera olmaydi. Har qanday ishdagi muvaffaqiyat doimiy o'z ustida ishlash, o'z-o'zini tarbiyalash bilan ta'minlanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi Qonuni. Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi: 03/19/549/3446-son. 19.07.2019-y.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 7-fevraldagi “Ichki turizmni jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida” PQ-3514-sonli Qarori // lex.uz
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi “Turizm tarmog‘ini jadal rivojlantirishga oid chora-tadbirlar to‘g‘risida” gi PQ-4095-son Qarori // lex.uz
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 16-iyundagi “Xizmatlar sohasini qo‘llab-quvvatlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-4752 son Qarori // lex.uz
5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 11-maydagi “Xizmatlar sohasini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-5113-son Qarori // lex.uz
6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 3-fevraldagi “O‘zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish bo‘yicha qo‘shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PF-5326-son Farmoni // lex.uz
7. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi “O‘zbekiston respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PF-5611-son Farmoni // lex.uz
8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi “2022 –2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi PF-60-son Farmoni // lex.uz
9. O‘zbekiston Respublikasida 2019-2025-yillarda turizm sohasini rivojlantirish Konsepsiyasi, 2019-yil 5-yanvardagi PF-5611-son “O‘zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar tug‘risida”gi farmonlari, // www.lex.uz

10. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining O‘zbekiston Respublikasi Oliy majlisiga 2018-yil 28-dekabrdagi murojaatnomasi // www.lex.uz
11. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 13-avgustdagi PF-5781-son “O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada rivojlantirish chora tadbirlari to‘g‘risida”gi farmoni. // www.lex.uz
12. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 13-avgustdagi PF-5781-son “O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada rivojlantirish chora tadbirlari to‘g‘risida”gi farmoni. // www.lex.uz
13. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 6-fevraldagi PQ-3509-son “Kirish turizmini rivojlantirish chora tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori. // www.lex.uz Mirziyoyev, Shavkat Miromonovich Milliy tiklanishdan -milliy yuksalish sari. -Toshkent: “O‘zbekiston” NMIU, 2020. -452 b.
14. Морозов М.А. Экономика туризма: учебник / М. А. Морозов, Н. С. Морозова, Г. А. Карпова, Л. В. Хорева. — М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. — 320 с.
15. С.А. Быстров “Технология организации туроператорской и турагентской деятельности” –М.: ИНФРА-М, 2018.-375с.
16. Туристический продукт: теория, практика, инновационные аспекты. – М., 2012 – 236 с.;
17. Воскресенский В.Ю. Международный туризм: учебное пособие. – М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2007. – 255 с.;
18. Лагушева Н. Н. Научное сопровождение профессионального туристского образования. Монография. – М.: Логос, 2012. – 245 с.;
19. Локтева М.С. Туризм как сфера социально-культурной деятельности. //Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Образование, здравоохранение, физическая культура, 2006. – № 16. – С. 119-123.;
20. Морозов М. А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме. – М.: Академия, 2009. – 288 с.;

21. Морозова Н. С. Концепция формирования и развития конкуренции в туризме. – Монография. – М.: РосНОУ, 2011. – 264 с.;
22. Морозов М.А., Морозова Н.С., Карпова Г.А., Хорева Л.В. Экономика туризма: учебник. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. –С. 28.;
23. Писарев Е.Л. и др. Основы туризма: учебник / коллектив авторов. – М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. – 384 с.;
24. Airey D., Tribe J. Developments in Tourism Research. Routledge, 2013. – 268 p.;
- Cooper C., Hall C. M. Contemporary tourism: an international approach. – Oxford: Butterworth-Heinemann, 2008. – 377 pp.;
25. Barnabe Walheer, Linjia Zhang. Profit Luenberger and Malmquist-Luenberger indexes for multi-activity decision-making units: The case of the star-rated hotel industry in China //International Journal of Tourism Management. Pages 1-604 (December 2018) pp.1-11
26. Абдураимов Д.М. Туризм инфратузилмасида иқтисодий фаолиятни амалга ошириш омиллари ва хусусиятлари. //Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. – Тошкент, 2021. 2-сон. 386-395-б.;
27. Норчаев А.Н. Туризм инфратузилмасида иқтисодий фаолиятни амалга ошириш омиллари ва хусусиятлари. //Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар. – Тошкент, 2019. 1-сон. 1-8-б.;
28. Суванова Д.Н. Зарафшон воҳасида туризм инфратузилмасини инновацион ривожлантиришнинг рақамли микроиқтисодиётдаги роли. //»Science and Education» Scientific Journal. May 2020, 225-229-бетлар.;
29. Мухаммедова З.М. Туризмни инновацион ривожлантиришда инвестицион ресурслар иқтисодий самарадорлигини ошириш. Иқтисод фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) илмий даражасини олиш учун дисс. автореферати. – Самарқанд: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2020. – 60 б.;
30. Маматқулов Х.М., Адбухамидов С.А. ва Хамитов М.Х. Туризм инфратузилмаси. Ўқув қўлланма. – Самарқанд.: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2020. –282 б.;

31. Усманова С.Б. Ўзбекистон Республикасининг туризмни ривожлантириш соҳасидаги халқаро-ҳуқуқий ҳамкорлиги. Юридик фанлар бўйича фалсафа доктори (PhD) илмий даражасини олиш учун дисс. Автореферати. – Тошкент: Жаҳон иқтисодиёти ва дипломати университети, 2019. – 47 б.
32. SH.S.Sayfutdinov, A.A.Baxromov. Turizmda tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish. – T.: «Innovatsion rivojlanish nashriyotmatbaa uyi», 2021 – 216 b.
33. Adilova Z., Norchayev A., Aliyeva M. Turizm menejmenti. O‘quv qo‘llanma. –T.: TDIU, 2011, - 180 b.
34. Norchaev A.N. Zamonaviy turizm infratuzilmasining shakllanish va rivojlanish tendentsiyalari DSc. diss. aftoref. - T.: TDIU, 2021 - 246 b.
35. Matkarimov Jahongir. (2023) Ichki turizmni rivojlantirishning ilg‘or xorijiy tajribasi va uni O‘zbekistonda qo‘llashning iqtisodiy afzalliklari. Yashil iqtisodiyot va. 1. 115-121. 10.55439/GED/vol1_iss10/a22.
36. wikipedia.org/wiki/Sey_Jan_Batist
37. www.unwto.org/news/
38. www.lex.uz
39. www.stat.uz/uz
40. www.world-tourism.org
41. www.uzbektourism.uz
42. www.kun.uz
43. www.meros.uz