

O'ZBEKISTONDA TURISTLIK XIZMAT BOZORINING RIVOJLANISH STRATEGIYASI

Olimova Sadoqat

Osiyo xalqaro universiteti magistranti.

<https://doi.org/10.5281/zenodo.14406240>

Annotatsiya. Turistlik firmalar sayohatlar tashkilotchisi va turistlarga xizmat ko'rsatuvchi sifatida o'zida turistlik industriyasidagi bozor iqtisodiy munosabatlari tizimining asosiy halqasini namoyon etadi.

Kalit so'zlar: ilmiy yondashuv, qiyosiy tahlil, tahlil va sintez, tanlab olish, iqtisodiy-statistik tahlil.

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ В УЗБЕКИСТАНЕ

Аннотация. Туристские фирмы как организатор путешествий и поставщик туристских услуг представляют собой основное звено системы рыночных экономических отношений в туристской индустрии.

Ключевые слова: научный подход, сравнительный анализ, анализ и синтез, выборка, экономико-статистический анализ.

STRATEGY FOR THE DEVELOPMENT OF THE TOURIST SERVICES MARKET IN UZBEKISTAN

Abstract. Tourist firms, as an organizer of trips and a service provider for tourists, manifest in themselves the main ring of the system of market economic relations in the tourist industry.

Keywords: scientific approach, Comparative Analysis, Analysis and synthesis, selection, economic-statistical analysis.

Turistlik xizmat bozori bu turistlik xizmatlarning haridori-turistlar (talabni taqdim etuvchilar) va sotuvchilarni-turoperatorlarni (mahsulot bilan ta'minlovchi) birlashtiruvchi institut yoki mexanizmdan iborat. Boshqa tovar bozorlaridan farqli o'laroq, turistlik xizmat bozori o'zida tovarning sotuvchidan haridorga ko'chishini anglatmaydi. Aksincha, haridorlar zahiralangan xizmatlarni olish uchun manziliga qarab harakat qilishadi. Bozor bu ayirboshlash sohasi bo'lib, turistlik industriyasidagi turli korxonalar sayohatchilarning xilma-xil xizmatlar bilan qoniqtirishga qaratilgan faoliyatini ifodalovchi turistlik xizmatlar turistlik bozorning ayirboshlash predmetidir.

Turistlik firmalar sayohatlar tashkilotchisi va turistlarga xizmat ko'rsatuvchi sifatida o'zida turistlik industriyasidagi bozor iqtisodiy munosabatlari tizimining asosiy halqasini namoyon etadi.

Boshqacha qilib aytganda, turistlik xizmat bozori – bu turistlik mahsulot ishlab chiqaruvchisi va iste'molchisi o'rtasidagi iqtisodiy munosabatlar paydo bo'ladigan joydir.

Turistik mahsulotning har bir ishlab chiqaruvchi va iste'molchisi o'zining iqtisodiy manfaatlariga ega. Manfaatlari mos kelmasligi ham mumkin, lekin ular mos kelsa turistik mahsulotning savdo-sotiq akti amalga oshiriladi.

Shuning uchun bozor – bu ishlab chiqarish va iste'molchi qiziqishlarini qondiradigan o'ziga xos quroli bo'lib, mazkur xo'jalik yurituvchi hukumron turistik sub'ekt (turoperator, turagent) uchun shu ho'jalik yurituvchi sub'ektning turistik mahsulotiga qiziqqan va uni ertami-kech harid qilishga mablag'i yetadigan iste'molchilar yig'indisini namoyon etadi.

Turistik xizmat bozorining mohiyati uning vazifalarida ifodalanadi, quyidagilarni turistik xizmat bozorining asosiy vazifalari sifatida ko'rsatib o'tishimiz mumkin: - turistik mahsulotning tan narxi va iste'molchi narxlarini amalga oshirish; - turistik mahsulotning iste'molchigacha yetib borish jarayonini tashkil etish; - mehnatga bo'lgan moddiy manfatlarni iqtisodiy jihatdan asoslab berish.

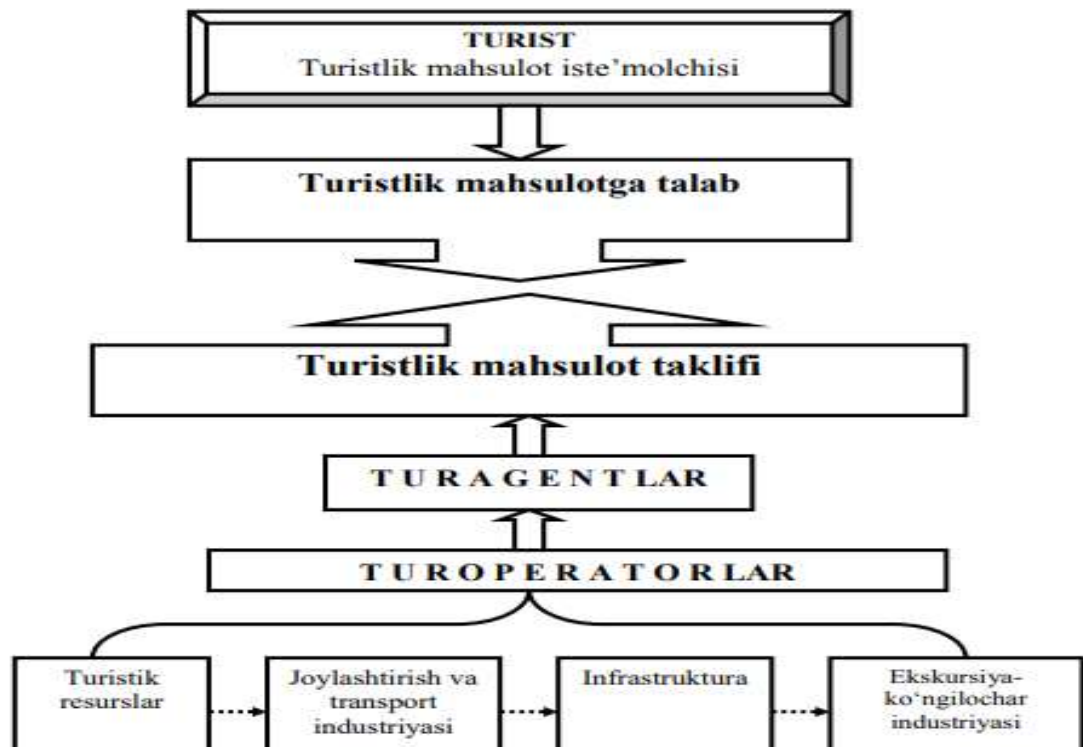
Turistik xizmat bozorining birinchi vazifasini bajarish jarayonida narx harakati amalga oshiriladi va bu narsa pulni turistik mahsulotga almashtirishda aks etadi. Bu almashtirishning amalga oshirilishi tovar-pul munosabatlarining tugallanishini, turistik mahsulotda mujassamlashgan narxning harakatini va mahsulot narxining iste'molchi tomondan tan olinishini ifodalaydi.

Natijada, ijtimoiy takror ishlab chiqarish jarayoning bir me'yorda borishi ta'minlanadi va turistik industriya rivojlanishi uchun pul mablag'lari paydo bo'ladi va jamg'ariladi. Turistik mahsulotning iste'molchiga yetkazish vazifasi uni o'tkazish bo'yicha turagentlar va turoperatorlar tarmog'ini yaratish orqali amalga oshiriladi.

Mehnatga bo'lgan moddiy raxbatlantirishlarni iqtisodiy ta'minlash vazifasi turistik xizmat bozorda taqsimot «pul–turistik mahsulot» almashinuvi jarayonida zaruriy faza sifatida tugallangan ko'rinishda gavdalanadi. O'z mehnati uchun maosh oladigan turistik firma ishchilarida sifatni o'stirish va turistik mahsulot sonini ko'paytirish, uni iste'molchilar talablariga binoan ishlab chiqarish uchun moddiy manfatlar yaratiladi.

Turistik xizmat bozori sub'ektlari, turistik mahsulot ishlab chiqaradigan va iste'mol qiladigan jismoniy va yuridik shaxslar, mavjudligi bilan tafsivlanadi. Turistik xizmat bozorining uchta sub'ektini ajratib ko'rsatish mumkin: turistlarning o'zlari (turmahsulot iste'molchilari), turoperator va turagentlar.

Turistik xizmat bozorining ishlash mexanizmi deganda «pul oqimi va turistik mahsulot oqimi», «pul–turistik mahsulot» almashinuviga, turistik mahsulotga bo'lgan talab va taklifning mutanosibligini ta'minlash uchun bajariladigan iqtisodiy munosabatlar tizimi tushuniladi.



Turizm sohasining milliy iqtisodiyotning bir tarmog'i sifatida o'ziga xosligi uning mahsuloti muayyan turdagi xizmatlardan foydalanishga beriladigan xuquq bo'lib, bu xizmatlarning o'zi iqtisodiyotning boshqa tarmoqlarida yaratiladi. Turizmning milliy iqtisodiyotga ko'rsatgan ijobiy ta'siri mamlakatda u faqat har tomonlama rivojlangandagina ya'ni, milliy iqtisodiyotini xizmatlar iqtisodiyotiga aylantirmaganda amalga oshiriladi. Boshqacha qilib aytganda, turizm samaradorligi uning mamlakatdagi boshqa ijtimoiy-iqtisodiy tarmoqlari bilan parallel ravishda va o'zaro aloqada rivojlanishini taqozo etadi.

Jahon iqtisodiyotidagi strukturaviy o'zgarishlar, xususan turizmning yetakchi tarmoqlar guruhiga kirishi, zamonaviy jamiyatning xususiyatlarini o'zgartira boshladi. Globalizatsiya, axborotlashtirish, transport vositalarining rivojlanishi va jahon iqtisodiyotidagi strukturaviy o'zgarishlar ta'siri ostida jamiyat o'zining ming yilliklar davomidagi sivilizatsiyalarga xos bo'lgan muqum holatini yo'qotdi.

Turizm ta'siri ostida yer kurrasi aholisining katta qismi doimiy harakatda yashashni boshladi va uzluksiz ravishda turistlar oqimini kengaytirib bormoqda. Insoniyat tarixida odamlar o'rtasida o'rnashib qolgan aloqalar algoritmlari o'zgara boshladi. Milliy va jahon xo'jaligidagi o'zgarishlar bilan bir qatorda turizm iqtisodiy va ijtimoiy jihatlaridan o'zgarib bordi.

Ko'pgina analitik-olimlarning fikricha, turizm taraqqiyotining negizida quyidagi imkoniyatlar mavjud deb hisoblashadi:

1. Iqtisodiy o'sish va ijtimoiy taraqqiyot nafaqat xizmat safarlarini, balki bilishtanishish maqsadida amalga oshiriladigan safarlar hajminining kengayishiga olib keldi;

2. Transport turlarining takommilashuvi safarlarning arzonlashishiga olib keldi va aholining ko'p qatlamlari uchun safarlarga chiqish imkoniyatini yaratdi;
3. Iqtisodiy jihatdan rivojlangan mamlakatlar yollanma ishchi va xizmatchilar sonini oshirdi hamda ularning moddiy va madaniy saviyasining o'sishi turizmga bo'lgan qiziqishni o'sishiga olib keldi;
4. Mehnat intensivlashtirish va ishchilarning ta'til muddatining uzayishi mazmunliroq xordiq chiqarishga zaruririyat va imkoniyatni taqozo qildi;
5. Davlatlararo aloqalar va madaniy almashinuvning rivojlanishi shaxslararo aloqalar kengayishiga olib keldi va buning natijasida turizmga bo'lgan ehtiyojlar ko'payadi;
6. Ko'pgina davlatlarda valyuta olib chiqishga cheklovning kamayishi va chegaral rasmiyatchiliklarning soddalashuvi ham turizm rivojlanishini rag'batlantiradi.

REFERENCES

1. Supiyevna, B. M. (2024). WAYS OF EMPLOYMENT OF THE POPULATION IN THE DEVELOPMENT OF PRIVATE ENTREPRENEURSHIP IN UZBEKISTAN. *Gospodarka i Innowacje.*, 51, 131-137.
2. Бозорова, М. С. (2021). Глава 10. Стратегия внедрения цифровых технологий и современных методов в образовательный процесс. In *Инновационное развитие науки и образования* (pp. 122-132).
3. Supiyevna, B. M. (2024). TIZIMIDA BANK FINANCIAL SERVICE NUMBER: DEVELOPMENT AND OLD TURGAN. *Gospodarka i Innowacje.*, 46, 379-385.
4. Supievna, B. M. (2023). MARKETING MANAGEMENT STRATEGY'S IMPORTANCE AND MODERN CONCEPT. *Gospodarka i Innowacje.*, 42, 381-386.
5. Supiyevna, B. M. (2023). TIJORAT BANKLARI FAOLIYATIDA PERSONALNI BOSHQARISHNING O 'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI. *Gospodarka i Innowacje.*, 42, 409-414.
6. Supievna, B. M. (2023). EFFECTIVENESS OF USING PR-ADVERTISING SERVICES IN THE PROCESS OF PRODUCT DELIVERY ON THE EXAMPLE OF BUKHARA REGION.
7. Базарова, М. С. (2020). Развитие внимания дошкольников посредством дидактических игр. In *Исследования молодых ученых* (pp. 37-40).
8. Supievna, B. M., & Firusa, S. (2023). STRATEGIC WAYS OF IMPLEMENTING PERSONNEL POLICY IN COMMERCIAL BANKS. *THE THEORY OF RECENT SCIENTIFIC RESEARCH IN THE FIELD OF PEDAGOGY*, 1(7), 22-25.

9. Bazarova, M. S., & Khudaiberdiyeva, O. Q. (2022). IMPROVEMENT OF THE MECHANISM OF INNOVATIVE MANAGEMENT OF FOOD INDUSTRY ENTERPRISES. In *Современные проблемы социально-экономических систем в условиях глобализации* (pp. 464-467).
10. Supiyevna, B. M. (2024). DISTINCTIVE FEATURES OF PERSONAL MANAGEMENT IN THE ACTIVITIES OF COMMERCIAL BANKS. *Gospodarka i Innowacje.*, 47, 134-139.
11. Nafisa, R. (2024). Formation of a Strategy for Sustainable Development of the National Economy. *Miasto Przyszłości*, 54, 764-771.
12. Rakhmonkulova, N. (2024). Prospects for the Development of the Economy of Uzbekistan. *JOURNAL OF INTELLECTUAL PRPERTY AND HUMAN RIGHTS*, 3(10), 37-44.
13. Nafisa, R. (2024). Defects in Administration in Economic Development. *International Journal of Formal Education*, 3(9), 17-24.
14. қизи Рахмонқулова, Н. О. (2023). КИЧИК САНОАТ ЗОНАЛАРИНИНГ ХУДУДЛАР ИҚТИСОДИЁТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДАГИ ЎРНИ. " *Экономика и туризм*" *международный научно-инновационной журнал*, 6(14).
15. Raxmonqulova, N. (2023). DEVELOPMENT STRATEGY IN THE DEVELOPMENT OF THE REGIONAL ECONOMY. *Modern Science and Research*, 2(12), 301-305.
16. Sh, Y. D., & Rakhmanqulova, N. O. (2021). XUSUSIY SHERIKCHILIK VA TURIZM KLASTERI SOHASIDAGI TADBIRKORLIK RIVOJIDA DAVLATNING O'RN. *BARQARORLIK VA YETAKCHI TADQIQOTLAR ONLAYN ILMIY JURNALI*, 1(2), 73-76.
17. Sh, Y. D., & Rakhmankulova, N. O. (2021). Risks in the Process of Digitalization of Business Activities. *TA'LIM VA RIVOJLANISH TAHLILI ONLAYN ILMIY JURNALI*, 1(2), 19-22.
18. Явмутов, Д. Ш., & Рахманкулова, Н. О. (2021). КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ РАСЧЕТА ПРОДУКЦИИ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ. *IJTIMOY FANLARDA INNOVASIYA ONLAYN ILMIY JURNALI*, 1(2), 12-17.
19. Sh, Y. D., & Rakhmanqulova, N. O. (2021). Innovative approaches to the use of digital technologies in theeconomy. *BARQARORLIK VA YETAKCHI TADQIQOTLAR ONLAYN ILMIY JURNALI*, 1(2), 77-80.
20. Raxmonqulova, N. O. (2022). THE IMPACT OF THE DIGITAL ECONOMY ON RESOURCE CONSUMPTION. In *Современные проблемы социально-экономических систем в условиях глобализации* (pp. 476-480).