

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА
МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ

А.М.Абдувоҳидов, Ў.Х.Хўжаев

**«ХАЛҚАРО ТУРИЗМДА СИЁСАТНИ
ШАКЛЛАНТИРИШ»**

Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус, касб-хунар таълими ўқув методик бирлашмалар фаолиятини Мувофиқлаштирувчи Кенгаш томонидан
Олий таълимнинг 810000 – “Хизмат кўрсатиш” таълим соҳасининг
5810100 – “Туризм”, 5340200 – “Менежмент” (Туризм) бакалаврият таълим йўналиши талабалари учун ўқув қўлланма сифатида тавсия этилган

Тошкент 2007

Маъсул муҳаррир: доц. А.А. Эштаев

Такризчи:

1. проф. Қ.Алимов. “Сервис” кафедраси

© проф. А.М.Абдувоҳидов, Ў.Х.Хўжаев. “Халқаро туризмда сиёсатни шакллантириш” фанидан – ўқув қўлланма - 2007 й 150 - б.

Ўқув қўлланма “Халқаро туризмда сиёсатни шакллантириш”ни ўрганиш ва уни иқтисодий таҳлил қилишга бағишланади, таҳлил қилиш ва уни шакллантиришда асосий жараёнларга эътибор қаратиб босқичма-босқич ривожлантиришга, иқтисодий босқичларини аниқлашга бағишланган.

Қўлланма олий ўқув юртларининг иқтисодий мутахассисликлари бўйича билим олаётган талабалар, магистрлар, аспирантлар, тадқиқотчилар, профессор-ўқитувчилар, туризм касб-хунар коллежлари ўқувчилари ҳамда туризм соҳаси билан қизиқувчилар учун мўлжалланган. Ўқув қўлланма айрим камчиликлардан холи бўлмаган ҳолда китобхонларга тақдим этилади. Китобхонларнинг бу борадаги барча фикр-мулоҳазалари ва таклифлари муаллифлар томонидан миннатдорчилик билан қабул қилинади.

Учебное пособие посвящает изучению формирование политики в международном туризме, организации и формированию его основных процессов, также уточнению этапов развития. Учебное пособие предназначено для всех студентов высших учебных, которые учатся по экономическому направлению, соискателям, учителям, профессорам, ученикам средних специальных колледжей туризма, а также всем работникам, занимающиеся в туристской отрасли. В учебном пособие может быть допущено несколько ошибок.

По этому поводу со стороны авторов с благодарностью принимаются рассуждения и предложения читателей.

The manual is devoted to studying of management of tourism, the organization and formation of its basic processes, also specification of stages of development. The manual is intended for all students higher educational which study in an economic direction, to competitors, teachers, professors, pupils of average special colleges of tourism, and also all workers, engaged in tourist branch. In educational the grant can be admitted some mistakes.

In this occasion from authors with gratitude reasoning and offers of readers are accepted.

©-Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, 2007.

©-Ташкентский государственный экономический университет, 2007.

©-Tashkent state university of economics, 2007.

МУНДАРИЖА

КИРИШ	3
I-БОБ. XX-XXI асрлар чегарасида туризмнинг жаҳон иқтисодиётидаги глобал муаммолари	
1.1. Туризмнинг жаҳон иқтисодиётидаги асосий макроиқтисодий кўрсаткичларнинг аҳволи.	6
1.2. Ижтимоий соҳа ва сайёҳлик.	8
1.3. Халқаро туризмнинг моҳияти.	10
1.4. Халқаро туризм ва уни келгусидаги йўналишлари.	11
1.5. Ички туризмнинг дунё бўйича муҳимлиги.	13
1.6. Халқаро ва ички туризмнинг тарқалиш ўлчамлари.	15
II-БОБ. Туризм ва замонавий иқтисодий сиёсат	
2.1. Туризм тушунчаси.	20
2.2. Иқтисодий сиёсатда горизонтал ва вертикал меҳнат тақсимооти. . . .	21
2.3. Туристтик бизнес тушунчаси ва унинг мамлакат иқтисодиётидаги аҳамияти.	23
2.4. Туризмни ривожлантириш омиллари.	24
2.5. Туризм ва замонавий иқтисодий сиёсат.	24
2.6. Халқаро туристлар ташрифи.	26
III - БОБ: Туризмнинг иқтисодий сиёсати	
3.1. Туризмнинг иқтисодий сиёсати.	29
3.2. Молиявий муносабатларнинг ташкил этилиши.	31
3.3. Туризмнинг иқтисодий самарадорлиги.	32
3.4. Ривожланишнинг иқтисодий кўрсаткичлари.	33
3.5. Туризмда нарх ва нархнинг ҳосил бўлиши.	34
3.6. Туризмни молиялаштириш.	35
IV-БОБ: Туризмда бошқарув сиёсатининг тизими ва структураси	
4.1. Туризмда бошқарув сиёсатининг тизими ва структураси.	39
4.2. Бошқарув функциясида буйруқ бериш.	40
4.3. Сиёсатнинг туризм ривожланишига кўрсатувчи таъсири.	47
4.4. Туризмни бошқариш тизими.	49
4.5. Иқтисодиёт ва туризм.	51
4.6. Экология ва туризм.	54
V – БОБ. Давлатнинг туризмга кўрсатувчи таъсири	
5.1. Давлатнинг туризмга кўрсатувчи таъсири.	60
5.2. Туризм сиёсатини ривожлантиришда инвестицияларнинг роли ва аҳамияти.	64
5.3. Давлатнинг туризмга таъсир кўрсатиш механизми.	68
5.4. Туристтик ташкилотлар.	73
5.5. Туризмнинг ривожланишини режалаштириш.	77
5.6. Туристтик корхоналарнинг микро ва макро муҳити.	85
5.7. Туристларни суғурталаш ва туристлар хавфсизлигини таъминлаш. .	87
VI - БОБ. Туризмни ривожлантириш сиёсати.	
6.1. Туризмни ривожлантириш сиёсати.	92

6.2. Туризмни ривожлантиришда мавжуд муаммолар ва уларни бартараф этиш йўллари.	95
6.3. Туризмнинг сиёсий мақсадлари.	101
6.4. Ижтимоий ва соғломлаштириш туризмни ривожлантириш сиёсати.	105
6.5. Савдо ва хизматлар бўйича бош келишувнинг роли.	108
6.6. Жамиятда ижтимоий ва соғломлаштириш туризмни ривожлантириш механизми ва талабни бошқариш.	109
VII – БОБ. Ўзбекистон Республикасида туризмни шакллантириш	
7.1. Ўзбекистон Республикасида туризмни шакллантириш.	114
7.2. Хорижий мамлакатларда туризм ривожини қўллаб-қувватлашнинг иктисодий ва маъмурий механизмлари.	115
7.3. Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмни ривожлантиришнинг асосий мақсадлари.	117
7.4. Миллий халқаро туризм.	118
7.5. Ўзбекистон Республикаси туризм саноатининг замонавий аҳволи.	119
7.6. Ўзбекистон Республикасидаги туристик объектларни реконструкция қилиш ва замонавий туризм талабига жовоб берадиган қилиб таъмирлаш.	122
VIII БОБ: Туризм соҳасида халқаро ҳамкорлик	
8.1. Туризм соҳасида халқаро ҳамкорлик.	126
8.2. Бутун жаҳон туристик агентликлар ва тулоператорлар ассоциацияси.	128
8.3. Туристик фаолиятни халқаро тартибга солиш.	130
8.4. Туризм тўғрисида халқаро қонунчилик.	132
8.5. Халқаро туристик ташкилотлар.	134
8.6. Ҳукуматнинг туризм бўйича манфаатларини халқаро миқёсда ҳимоя қилиш	136
Атамалар луғати.	141
Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.	144

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	3
1-глава Глобальный задачи туризма в мировой экономики в период XX -XXI веков.	
1.1. Основной макроэкономический показатели туризма в мировой экономике.....	6
1.2. Социальная сфера и путешествия.....	8
1.3. Значения международного туризма.....	10
1.4. Международный туризм и его пути в будущем.....	11
1.5. Значения внешнего туризма по всему миру.....	13
1.6. Параметры внедрения международного и внутреннего туризма.....	15
2-глава Туризм и современная экономическая политика	
2.1. Понятия туризма.....	20
2.2. Горизонтальная и вертикальная распределения работы в экономическое политике.....	21
2.3. Понятия туристического бизнеса и его значения в экономики страны.....	23
2.4. Факторы развития туризма.....	24
2.5. Туризм и современная экономическая политика.....	24
2.6. Прибытия международных туристов.....	26
3-глава Экономическая политика туризма	
3.1. Экономическая политика туризма.....	29
3.2. Организация финансовых отношения.....	31
3.3. Экономическая эффективность туризма и экономические показатели развития.....	32
3.4. Цена и цена образования в туризме, финансирование туризма.....	33
4-глава Система и структура управления политики в туризме	
4.1. Система и структура управления политики в туризме.....	39
4.2. Давать приказ в функции управления.....	40
4.3. Воздействия политики в развития туризма.....	47
4.4. Система управления туризма.....	49
4.5. Экономика и туризм.....	51
4.6. Экология и туризм.....	54
5-глава Воздействия государства в туризм	
5.1. Воздействия государства в туризм.....	60
5.2. Роль и значения инвестиции в развитии политики туризма.....	64
5.3. Механизм воздействия государства в туризм.....	68
5.4. Туристический организация	73
5.5. Прогноз развития туризма.....	77
5.6. Микро и макро среда туристических организации.....	85
5.7. Страхования и обеспечения безопасности туристов.....	87
6-глава. Политика развития туризма	
6.1. Политика развития туризма.....	92
6.2. Задачи в развитии туризме и пути разрешения их.....	95

6.3. Политические цели туризма.....	101
6.4. Политика развития социального и лечебного туризма.....	105
6.5. Роль главного соглашения по услугам.....	108
6.6. Механизм развития социального и лечебного туризма в обществе и управления спрос.....	109
7-глава. Формирования туризма в Республики Узбекистана.	
7.1. Формирования туризма в Республики Узбекистана.....	114
7.2. Административные и экономические механизмы поддержки туризма в зарубежных стран.....	115
7.3. Основные цели развития международного туризма в Республики Узбекистан и национальный международный туризм	117
7.4. Современная состояния индустрии туризма в Республики Узбекистан.....	118
7.5. Реконструкция туристических объектов Республики Узбекистан и отремонтировать в отвечающим к современному спросу.....	119
8-глава Международное сотрудничество в сфере туризма.	
8.1. Международное сотрудничество в сфере туризма.....	126
8.2. Туроператорские ассоциация и всемирный туристические агентства.....	128
8.3. Международная управления туристических деятельности.....	130
8.4. Международная права о туризме.....	132
8.5. Международная туристическая организация.....	134
8.6. Защищать интересы по туризму государства в международном уровне.....	136
Словарь терминов.....	141
Список использованный литературы.....	144

THE MAINTENANCE

Introduction.....	3
1-chapter Global problems of tourism in economic during 20 centuries	
1.1. The main macroeconomic parameters of tourism in economic.....	6
1.2. Social sphere and travel	8
1.3. Values of the international tourism	10
1.4. The international tourism and its ways to the future.	11
1.5. Values of external tourism worldwide.	13
1.6. Parameters of introduction of the international and internal tourism.....	15
2-chapter Tourism and modern economic policy	
2.1. Concepts of tourism	20
2.2. Horizontal and vertical distributions of work in economic to the Politician.....	21
2.3. Concepts of tourist business and its value of national economies.	23
2.4. Factors of development of tourism	24
2.5. Tourism and modern economic policy.	24
2.6. Arrivals of the international tourists.....	26
3-chapter Economic policy of tourism	
3.1. Economic policy of tourism	29
3.2. The organization financial attitudes	31
3.3. Economic efficiency of tourism economic parameters of development.....	32
3.4. The price and the price of formation in tourism, financing of tourism.....	33
4-chapter System and structure of management of policy in tourism.	
4.1. System and structure of management of policy in tourism.....	39
4.2. To give the order in function of management.....	40
4.3. Influences of policy in developments of tourism	47
4.4. The Control system of tourism	49
4.5. Economy and tourism.....	51
4.6. Ekologik and tourism.....	54
5-chapter. Influence of the state in tourism	
5.1. Influences of the state in tourism	60
5.2. Values of the investment in development of policy of tourism	64
5.3. The mechanism of influence of the state in tourism	68
5.4. Tourist the organization	73
5.5. The forecast of development of tourism.....	77
5.6. Mikro and makro the environment tourist the organizations.	85
5.7. Insurances and maintenance safety of tourists.....	87
6-chapter. A policy of development of tourism.	
6.1. A policy of development of tourism.	92
6.2. Problems in development tourism and a way of their sanction.	95
6.3. Political ends of tourism.	101
6.4. A policy of development of social and medical tourism.	105

6.5. The main agreement on services	108
6.6. The mechanism of development of social and medical tourism in a society and managements demand.....	109
7-chapter. Formations of tourism in Republics of Uzbekistan.	
7.1. Formations of tourism in Republics of Uzbekistan.	114
7.2. Ma`muriye and economic mechanisms of support of tourism in foreign countries	115
7.3. Main purposes of development of the international tourism in Republics Uzbekistan.....	117
7.4. National international tourism	118
7.5. Modern conditions of the industry of tourism in Republics Uzbekistan, Reconstruction of tourist objects of Republic Uzbekistan and to repair in answered to modern demand.	119
8-chapter International cooperation in sphere tourism.	
8.1. International cooperation in sphere tourism.....	126
8.2. Association of touroperators and world travel agencies.	128
8.3. International managements tourist activity	130
8.4. International the rights about tourism	132
8.5. International tourist the organization.....	134
8.6. To protect interests on tourism of the state in the international level.....	136
The Dictionary of terms.....	141
The List used literatures.....	144

КИРИШ

Ўзбекистон Республикаси мустақил ривожланиши ва бозор иқтисодиёти муносабатларига ўтиш натижасида унинг иқтисодиётида кўпгина ижобий ўзгаришлар содир бўлмоқда. Жамиятимизнинг барча тармоқлари ва муносабатларининг янгилааниши кейинги йилларда рўй берган кенг кўламли воқеалардан бири бўлди. Бу янгилааниш ижтимоий тараққиёт моҳиятини янги мазмун билан бойитдики, бу ижтимоий – иқтисодий тараққиётнинг ҳозирги шарт-шароитлари заминида вужудга келди. Ҳозирги кунда «Халқаро туризмда сиёсатни шакллантириш» фани дунё бўйича тараққий этаётган тармоқлардан бирига айланиб бораётгани сўзимизга исбот бўла олади. У фақат туризмда сиёсатни шакллантириш эмас, балки ўзида сиёсий, иқтисодий, экологик ва ижтимоий манфаатларни ҳам акс эттиради. Туризм ҳозирги кунда жаҳон ҳамжамиятига аъзо бўлган давлатлар халқ хўжалигининг даромадли соҳасига айланишга улгурди. Чунки туристик маҳсулот энг кўп экспорт қилиниш хусусиятига эга. Бунинг учун эса мамлакатда осойишталик ва барқарорлик ҳукм сурмоғи лозим.

Республикамизда туризм сиёсатини шакллантириш, иқтисодиётни ўрганиш, уни ташкил этиш ва бошқариш муҳим масалалардан бири бўлганлиги сабабли, у иқтисодиёт учун зарур бўлган тармоқлардан бирига айланмоқда. Ички ва халқаро туризм сиёсатини шакллантириш, бу соҳани ўрганиш, мутахассислар тайёрлаш ғоят муҳим масала бўлиб қолди. Шунинг учун ҳам туризм соҳаси бўйича ёш мутахассисларни тайёрлаш, уларни бозор иқтисодиёти туфайли юзага келадиган муаммоларни ҳал қилишга жалб этиш ва шу орқали Ўзбекистонни ҳам халқаро ва ички туризми ривожланган мамлакатга айлантириш муҳим вазифадир.

Бизнинг мамлақтимизда давлат дастурига биноан, ягона туризм тармоғини шаклланиши, соҳанинг тез суръатларда тараққий этиши, мустаҳкам туризм сиёсатини шакллантиришда, инфратузилмани режали равишда йўлга қўйишда республикамиз Президенти томонидан 1995 йил 2 июнда чиқарилган «Буюк Ипак Йўли»ни қайта тиклашда Ўзбекистон Республикасининг иштирокини тўла таъминлаб, республикада халқаро туризм сиёсатини шакллантиришнинг замонавий туризм инфратузилмасини барпо қилиш тўғрисидаги фармони муҳим аҳамият касб этади.

Туризмни янада ривожлантириш ва уни ташкил этишни такомиллаштириш, сайёҳлик хизматлари бозорида кичик ва ўрта сайёҳлик ташкилотларининг қатнашишини фаоллаштириш, шунингдек хорижий инвесторларни туризм соҳасига жалб қилиш мақсадида Вазирлар Маҳкамаси томонидан «Сайёҳлик ташкилотлари фаолиятини ташкил этишни такомиллаштириш тўғрисида» 1998 йил 8 август №346 қарори қабул қилинди. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1999 йил 15 апрелдаги «2005 йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш Давлат дастури тўғрисида» ва 1999 йил 30 июндаги «Ўзбекистонда туризм соҳаси учун малакали кадрлар тайёрлаш тўғрисида»ги фармонларини бажариш, юртимизда туризм бўйича замон талаблари даражасида мутахассис кадрлар тайёрлайдиган махсус таълим муассасаларини яратиш, ҳамда шу асосда

мамлакатимизда туризмнинг иқтисодий салоҳиятини мустаҳкамлаш ва унинг самарадорлигини янада ошириш мақсадида Вазирлар Маҳкамасининг «Ўзбекистонда туризм соҳаси учун кадрлар тайёрлаш тизимини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида» 1999 йил 2 июл №324 – сонли қарори қабул қилинди. Бу қарорни қабул қилиниши ҳам туризм соҳасини янада ривожлантириш учун катта имкониятлар яратади.

Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси томонидан 1999 йил 20 августда «Туризм тўғрисида»ги қонуни қабул қилиниши Республикамизда туризм тармоғини кенгайтиришга ва ривожланишига олиб келди. Бу қонуннинг қабул қилинишидан мақсад туризм соҳасидаги муносабатларни ҳуқуқий жиҳатдан тартибга солиш, туристик хизматлар бозорини ривожлантириш, шунингдек, туристлар ва туристик фаолият субъектларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилишдан иборат.

Ўзбекистонда туризм сиёсатини шакллантиришнинг ҳалқаро миқёсда ривожлантириш, унинг ривожланиш шарт-шароитларини ўрганиш ва туризм бошқарув системасини халқаро даражаларга етказиш мамлакат иқтисодиётидаги ўрни ва Ўзбекистон туризмида илғор тажрибаларни қўллаш, халқаро туризмни ривожлантириш мақсадида давлат томонидан берилган имтиёزلарни замон талабига мос ҳолда ўрганиб, илмий-амалий йўналишларни ишлаб чиқишдан иборатдир. Жаҳон, ҳамдўстлик мамлакатлари ҳамда республикамиз иқтисодчи олимларининг ўрганилаётган муаммоларга доир асарлари, бозор иқтисодиётига ўтишнинг ҳозирги замон йўналишига оид илмий изланишлар натижасида ишлаб чиқилган меърий ҳужжатлар, Ўзбекистон Республикаси Конституцияси, Ўзбекистон Республикасининг қонунлари, Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари, Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Буюк Ипак йўли»ни тиклашда ва халқаро туризмни ривожлантиришда Ўзбекистоннинг иштирокини кучайтириш чора-тадбирлари» тўғрисидаги фармони, бир қанча қонунлар, чунончи: «Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг 2005 йилгача бўлган давлат дастури», шунингдек Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг «Туризм тўғрисида қонуни» ни ¹ ташкил қилади.

Мамлакатимиз иқтисодиётини юксалтиришда халқаро туризм соҳаси муҳим аҳамиятга эга соҳалардан бири бўлиб ҳисобланади. Шу сабабли жаҳоннинг кўплаб мамлакатларида бу соҳа мамлакат бюджетининг асосий қисмини қопловчи даромад манбаига айланган. Бутун жаҳон туристик ташкилоти сўнгги йилларда катта ютуқларга эришмоқда. Туристлар асосан қадимий, тарихий ёдгорликларга бой мамлакатларга интиломоқдалар. Табиийки, туроператорлар ҳам ҳар бир турист учун курашадилар. Ўзбекистон туризми муаммоларини иқтисодиётнинг бошқа соҳаларидан ажратиб алоҳида ривожлантириш мумкин эмас. Туризм соҳаси билан иқтисодиётнинг 30дан ортиқ тармоқлари боғлиқ эканлигини унутмаслик лозим. Улар орасида авиация, автомобиль, қурилиш, умумий овқатланиш, алоқа, хизмат

¹ «Халқ сўзи» газетаси 1999й. 14-сентябрь

кўрсатиш ва бошқа соҳаларни кўриб чиқиш керак бўлади. Халқаро туризм сиёсатини шакллантиришда маълум бир муаммоларни ҳал қилиш даркор. Шу билан бирга республикамизда туризмни ривожлантириш учун қуйидагиларни бажариш лозим.

1. Туризм бўйича очиқ иқтисодий ҳудудларни барпо қилиш;
2. Хорижий туристларнинг оқимлари ва қизиқишларига қараб қўшимча хизмат кўрсатиш тизимини такомиллаштириш;
3. Янги туристик маршрутларни яратиш ва улардан самарали фойдаланишни йўлга қўйиш;
4. Янги меҳмонхоналар, кемпинглар, дам олиш зоналарини қуриш;
5. Туристик меҳмонхоналар ва хўжаликларни жиҳозлаш учун маҳсулотлар ишлаб чиқариш бўйича инвестиция лойиҳаларини ишлаб чиқиш ва тайёрлаш;
6. Меҳмонхона ва хизматларни кенгайтириш билан турмаҳсулот сифатини ошириш.
7. Хорижий давлатлар тажрибасини ўрганиб, уни республикамизда татбиқ этиш.
8. Хусусий туристик фирмалар ташкил қилиш ва уларга кенг имкониятлар яратиш чораларини кўриш.

Юқоридаги таклифлардан келиб чиқиб, мамлакатимизда халқаро туризм сиёсатини шакллантиришда хорижий сайёҳлар сафарини узайтириш ва шу орқали валюта тушиш имкониятларини янада кенгайтириш лозим.

Хорижий туристлар сонини кўпайтириш учун Ўзбекистоннинг туристик имкониятларини жаҳоннинг барча чеккаларидаги истеъмолчиларга маркетинг фаолиятини қўллаб, ахборот етказиш зарур.

Барча тармоқлар қатори туризм соҳасига ҳам (касб эгаларига) профессионал ходимлар жуда зарур. Республикамизда туризм сиёсатини ривожлантириш учун шу соҳага оид чора-тадбирларни шакллантириш зарур. Ўзбекистонда туризмнинг ривожланиш намунасини (моделини) тезроқ шакллантиришда юқори малакали ходимларнинг ўрни катта. Президентимизнинг кадрлар тайёрлаш миллий дастурига асосланган ҳолда, айрим олийгоҳларда туризм мутахассислари тайёрланиб берилмоқда.

I боб. XX-XXI АСРЛАР ЧЕГАРАСИДА ТУРИЗМНИНГ ЖАҲОН ИҚТИСОДИЁТИДАГИ ГЛОБАЛ МУАММОЛАРИ

- 1.1. Жаҳон иқтисодиётида асосий макроиқтисодий кўрсаткичларнинг аҳволи.
- 1.2. Ижтимоий соҳа ва сайёҳлик.
- 1.3. Халқаро туризмнинг моҳияти.
- 1.4. Халқаро туризм ва унинг келгусидаги йўналишлари.
- 1.5. Ички туризмнинг дунё бўйича муҳимлиги.
- 1.6. Халқаро ва ички туризмнинг тарқалиш ўлчамлари.

1.1. Жаҳон иқтисодиётида асосий макроиқтисодий кўрсаткичларнинг аҳволи

Туризмнинг жаҳон иқтисодиётидаги ўсиш даражаси 2003 йилда бироз (1,5 % гача) пасайди ҳамда узоқ муддатли даража тенденциясидан паст, лекин 2004 -2005 йиллардаги кўрсаткичлардан юқори даражада бўлди. Бироқ ўртача глобал ўсишдаги кичик ўзгаришлар туризми ривожланган мамлакатларнинг, шунингдек, ҳарбий ярим шарнинг ривожланаётган мамлакатларнинг ўсиши тўхтаб қолганлигини беркитади холос. Бу эса уларнинг ўсишини Африка мамлакатларининг ўсиши билан тенглаштиради. Осиёда энди ривожланаётган туризм иқтисодиёти эса тез суръатлар билан ўсиб бормоқда. 2003 йил ва 2004 йилнинг бошидаги ютуқлар шуни кўрсатадики, глобал ўсишнинг истикболи порлоқ бўлиб, ўзайтирилган ёки умумлаштирилган секинлаштиришнинг эҳтимоли жуда кам бўлади. Саноати ривожланган мамлакатларда инфляция кўрсаткичлари 2,5 % гача пасайган ҳолда қолиб, молия тузилмаларига қисқа муддатли қўйилмалар учун фоиз ставкаларини сезиларли равишда камайтириш имконини беради. Бундан ташқари, ривожланаётган мамлакатлар ҳамда иқтисодий ўтиш даврида бўлган мамлакатларда ҳам инфляция пасайди. Узоқ муддатли қўйилмалар бўйича инфляция фоиз ставкалари 2003 йилда пасайди, бу эса баъзи мамлакатларда 2004 йилги фоиз ставкаларининг ўсишини қоплади. Фоиз ставкалари 2004 йилнинг бошларида ўсган бўлсада, сўнгги йиллардаги ўртача кўрсаткичлардан паст бўлди. Асосий валюта турларини алмаштириш ставкалари фундаментал кўрсаткичларга мос келувчи даражага яқинлашди. Бундан ташқари, фонд бозорлари сезиларли равишда ўсган бўлиб, бу кўпчилик мамлакатларда даромаднинг юқорилиги ва фоиз ставкаларининг пастлигини кўрсатади. Шунингдек, ижобий ўзгаришлар ҳам кузатилди. 2003 йилда бутунжаҳон савдоси кенгайиб, маҳсулот ишлаб чиқариш эса икки бараварга ортди. Бу эса савдонинг сўнгги йилларда эркинлашганини, валюталарнинг конвертациялашув тенденциялари ва глобаллаштиришнинг динамик кучларини кўрсатади. Бундан ташқари, капитал оқимлари Мексика инқирозининг таъсири ўз кучини кўрсатган ривожланаётган мамлакатларга йўналтирмоқда. Юзага келиши мумкин бўлган долзарб молиявий номувофиқликлар ва структура камчиликлари бозорнинг нормал фаолият

юритишига тўсқинлик қилади ҳамда кўпгина мамлакатларнинг ривожланишига ҳалақит беради. Сўнгги йилларда ғарбий Европа мамлакатларида ишсизликнинг ўсиши, эътиборни мустаҳкам ва ривож топадиган иқтисодий ўсишнинг аҳамиятидан ташқари, бозор ислохотларини янада изчил ва жадалроқ ўтказиш заруратига ҳам қаратади. Сиёсатни шакллантиришга мативлар бевосита таъсир кўрсатади ва уларнинг аҳамияти каттадир. Мативлар қуйидаги гуруҳларга бўлинади.

Туризм мативи. Сафар мақсади (мативи, инсонни сафарга ундайди) бу унинг саёҳатининг сабабидир, агар сабаб бўлмаса сафар ҳам бўлмас эди. Авваломбор саёҳат мақсади, сайёҳлар оқими ва йўналишларни бошқариш ҳақидаги ахборот асосида, моделлар ёрдамида бозорларни соҳаларга бўлиш ва мақсад бозорларини аниқлаш учун керак. Шуни ҳисобга олиш керакки, саёҳат қилаётган гуруҳ, яъни бирга сафар қилаётган сайёҳларнинг ягона мақсади зиёрат қилишдир. Шу сабали менежмент қай йўл билан саёҳат мативлари тизимида туширилиши мумкин деган саволга жавоб олиши керак.

Жисмоний мативация. Жисмоний мативация деганда дам олиш, даволаниш ва спорт билан шуғулланиш тушунилади. Агар асосий мақсад жисмоний кучни тиклаш бўлса биринчи навбатда дам олиш туради ва ҳ.к.

Психологик мативация. Саёҳатнинг асосий психологик мативацияси бу кундалик бир хилликни тарк этиш ва янги нарсаларни кўриш, муҳитни ўзгартириб дам олиш. Таассуротларни ўзгартириш ҳам психологик мативацияга киради. Бу икки психологик ва жисмоний мативация замонавий сайёҳларда қандай қизиқиш уйғотса менежментда ҳам шундай қизиқиш уйғотади.

Шахслараро мативация. Аҳамияти бўйича жисмоний ва психологик мативациядан кейин шахслараро мативация туради. Кўпчилик саёҳат даврида ўзи учун ижтимоий алоқаларни излайди. Улар бошқа сайёҳлар билан муносабатда бўлишни ёки маҳаллий аҳоли билан танишишни истайдилар.

Маданий мативация. Бу гуруҳда биринчи ўринда бошқа мамлакатларда турли урф-одатлар, анъаналар ва тиллар билан танишиш туради. Кейинги ўринда эса санъатга қизиқиш, спорт анжуманларида иштирок этиш ва шу каби норасмий диний сабаблар бўлади.

Обрў ва статус мативацияси. Бу мативациядаги сайёҳлар ўз шахсини баркамол қилиш учун саёҳатга чиқадилар. Яна одамларнинг тан олишларига эришиш ва буни сақлаб қолиш учун ҳам амалга оширилади. Шахс баркамоллиги кўпинча малака ошириш ёки қайта тайёргарликдан ўтиш билан боғлиқ.

Иш муносабатлари мативацияси. Бу маънода мативация ходимни фаол ишлашга чорлайдиган рағбатлантиришлар тўпламидан иборат, яъни ташкилий ишларни ҳал қилгандан кейин менежер ишни муваффақиятли бўлишини таъминлаши керак. Шу йўлда қуйидагилар қўлланилади:

а) рағбатлантириш, яъни ташқи омиллар (моддий ва маънавий) ёрдамида ходимни фаол ишлашга чорлаш;

б) шахсий мативлар, яъни ходимнинг ишга бўлган ўз истагини пайдо қилиш.

Бу ерда асосий масала меҳнатдан манфаатдор бўлиш, меҳнат фаолиятига бўлган эҳтиёж ва уни қондириш. Бу шундан далолат берадики кишининг ҳаркати мативлар бошқаради. Киши берилиб, кўтаринки руҳда, ташаббус билан ишлаши мумкин ёки бошқа ҳолатлар ҳам бўлиши мумкин. Доим инсоннинг хатти-ҳаракатларининг мативини тушунишга ҳаракат қилиш керак. Мотивация бу ўзини ва бошқаларни шахсий ва ташкилот мақсадларига эришиш учун чорлаш. Мотивацияга анъанавий бўлган ёндашув, бу ходимнинг самарали ишлаш учун лозим бўлган ресурсга ижобий қараш. Аммо саноат инқилобидан кейин бизнинг жамият борган сари мураккаблашиб кетмоқда. Техник прогресс инсонларнинг меҳнатга ва кундалик ҳаётга бўлган муносабатини кескин равишда ўзгартирди. Натижада менежер ҳар куни ходимлар фаолиятига маълум ишларни бажариш учун мативлар бериши керак. Ишни яхши бажаришдан қониқиш ва иш натижаси билан мағрурланиш ҳиссини ходимларда юзага келтиради. Бу натижа ҳам (меҳнатни мативлаштириш нуқтаи назаридан) пул каби муҳимдир. Менежерларни ҳар доим қандай мотивация шароитида ходимлар бошқаларнинг топшириқларини бажаради. Бу қизиқиш ходимларнинг шахсий эркинликлари кенгайиб уни қисман шерикчиликка айланиши билан ортиб боради. Ходим қанчалик эркин бўлса шунчалик у ўз мақсадлари ва ташкилот мақсадлари билан бирга раҳбарлик қилиши муҳимдир.

1. 2. Ижтимоий соҳа ва сайёҳлик

Сайёҳлар томонидан маълум бир ҳудуд ўзлаштириш жараёнида тўртта маданият учрашади: сайёҳлик келган ҳудуд маданияти; дам олиш маданияти (ҳаёт тарзи, сайёҳларнинг дам олиш вақтидаги хулқ-атвори); маҳаллий аҳоли маданияти ва хизмат кўрсатиш маданияти. Сайёҳлик ҳудудининг ривожланишида маҳаллий аҳоли бегона маданият англашни бир неча босқичдан ўтади. Сайёҳликнинг ташриф буюриладиган мамлакатнинг ижтимоий муҳитга таъсири ижтимоий бўлгани каби салбий ҳам бўлиши мумкин. Сиёсатнинг сайёҳлик ривожланишига таъсири кўйидагилардан иборатдир. Давлатнинг сиёсат орқали сайёҳликнинг ривожланишига таъсир ўтказиши. Сайёҳлик сиёсати бу бир мақсадга қаратилган сайёҳлик ривожланишини қўллаб-қувватлаш. Сайёҳлик сиёсатини сайёҳлик иттифоқлари ва бирлашмалари каби нодавлат ташкилотлари ҳам олиб бориши мумкин. Сиёсат оламида сайёҳликга таъсир ўтказувчи бир неча таркибий элементлар мавжуд: иқтисодий сиёсат, йўловчиларни ташиш сиёсати, ижтимоий сиёсат, ҳудудий сиёсат, маданият сиёсати ва дам олиш сиёсати. Иқтисодий сиёсат одатда бутун иқтисоднинг ривожланишига таъсир ўтказади ва сайёҳликга халқ хўжалигининг тармоғи сифатида таъсир ўтказади. Йўловчиларни ташиш сиёсати. Сайёҳлик сафар ва жойлашиш бўлгани учун бу сиёсат сайёҳликга тўғридан-тўғри таъриф (йўл кира жадвали), йўллар, алоқалар, транспорт воситалари орқали таъсир ўтказади.

Ижтимоий сиёсат орқали давлат сайёҳликга таъсир ўтказади. Масалан, меҳнаткашларнинг қонуний дам олишга бўлган ҳуқуқи), оммавий

сайёҳликни ривожлантиради, дам олиш уйлари ва санаторияларнинг қурилишини субсидиялаштиради. Маданият сиёсати тарихий обидаларни сақлашга қаратилган. Дам олиш сиёсати эътиборни кутубхона, музей, театр, спорт мажмуалари, чўмилиш хавзаларини ривожлантириш ва қуришга қаратади. Технологиялар ҳам сайёҳликга таъсир ўтказади. Улар учта соҳага бўлинади: транспорт техникаси, меҳмонхона ва ресторанларни жиҳозлаш, коммуникация техникаси. Сайёҳларга таклиф этилган транспортга денгиз, темир йўл, хаво транспорт воситалари киради. Меҳмонхона ва ресторан техникаси охириги вақтларда анча яхшиланган. Ахборот тизимлари аҳамиятли равишда сайёҳлик бозори ахборотларини тарқалишини яхшилади ва сарф харажатларни енгиллаштирди. Жумладан:

- Интернет орқали компьютер ёрдамида захиралаш тизими;
- Электрон усулда транспорт воситалари харакати ва тарифлар ҳақидаги ахборотга сўров бериш.
- Поезд билетларини автоматлаштирилган усулда сотиб олиш.

Сайёҳлик объекти уч компонентни ўз ичига олади: сайёҳлик худуди, сайёҳлик ташкилоти ва сайёҳлик корхонаси.

Сайёҳлик худудини аниқлашга бир неча ёндашув мавжуд, улар қуйдаги саволларга бериладиган жавобларга боғлиқ:

Сайёҳлик сафари учун танланган худудни қандай аниқлаш мумкин ва сайёҳлик мақсади сифатида қандай ўлчамларга эга бўлган худуд бозор сегментлари томонидан қабул қилинади?

БТТ (ВТО) дам олиш мақсадини, ўқитиш жараёнини ёки соғломлаштиришни ташкил қилиш учун зарур бўлган, кенг махсус қурилмалар ва хизматларга эга бўлган худудни сайёҳлик худуди деб тариф беради. Сайёҳлик худуди бу сафар мақсади ва сайёҳлик маҳсулотидир.

Шу ердан эътиборан «сайёҳлик худуди» деб меҳмон сафар мақсади учун танлаган жуғрофий худудни тушунамиз. Бундай худудда сайёҳ етиб келиши, жойлашиши, овқатланиши ва дам олишини ташкил қилиш учун зарур бўлган ҳамма нарса бор. Сайёҳлик худуди дам олиш нуқтаи назаридан 4 та параметрга эга: турар жой, жой, ландшафт ва экскурсиялар. Турист - туризм билан шуғулланаётган одамдир. Туризм эса, ўзининг кундалик ҳаётида бўлмайдиган жойга вақтинчалик ташриф буюриш бўлиб, унинг давомида шу жойда пул билан мукофокотланувчи бирор бир мақсадли фаолият юритилмайди: турист манзилгоҳга пул сарфлаш учун келган одам деб талқин этса бўлади, чунки, турист манзилгоҳга келиб кетиши мобайнида (ҳаттоки, ўз машинасида ўзи билан ёқилғи ва озиқ-овқат олиб келиб, таниш-билишларининг уйида дам олган бўлсада) шу жойда ниманидир бўлсада, қимматли нарсани қолдириб кетади. Бу автомагистралдан ўтиш учун тўланган ҳақ дўстларга олиб келтирилган совға-саломлар, сувенирлар хариди учун сарфланган пул кабилар бўлиши мумкин. Аксарият туристлар манзилгоҳда бошпана, авқатлантириш, транспорт, алоқа, гид - таржимонлик каби хизматлар учун ҳақ тўлаб, маҳаллий бюджетга кўпгина даромадлар келтиришади. Буларнинг эвазига турист манзилгоҳдан ўзи билан яхши

таъсуротлар, ва шу яхши таассуротларни ёдга солиб турувчи сувенир ва расмларни олиб кетишади.

1.3. Халқаро туризмнинг моҳияти

Ривожланаётган мамлакатларда маҳсулот ишлаб чиқариш 2003 йилда тўрт йилда 6% га ўсди. Минтакалар ўзгарган сари бу рақам ҳам ўзгариб боради. Ғарбий ярим шарда ўсиш Мексика, Аргентина ва Уругвайдаги инқирозлар, шунингдек, Мексика молиявий инқирозининг баъзи мамлакатларга таъсири туфайли 2002 йилда 4,5% дан 1% гача кескин камайди. Мексикада маҳсулот ишлаб чиқариш 2003 йилда 7% га камайган бўлиб, соф капитал қўйилмаларнинг кескин камайишига, шунингдек, персоналнинг қиймати пасайишига олиб келди. Бу эса қатъий молия сиёсати шароитларида иқтисодий тартибга солишда катта роль ўйнайди ҳамда ЯИМ камомади тақчиллигининг 7,5% ни ташкил қилади. Аргентинада сўнгги тўрт йил ичида ўртача ўсиш 7,5% бўлиб, Мексика инқирози оқибатлари ўз таъсирини кўрсатмай қолмайди. Бу ерда шунингдек, тартибга солувчи чоратadbирларнинг қўлланиши йил давомида ўсишнинг пасайишига сабаб бўлди. Мексика ва Аргентинада соғайиш белгилари йил охирига келиб кўзга ташлана бошлади. Ушбу минтақанинг бир қатор мамлакатлари, жумладан, Чили, Колумбия ва Перуга инқироз унчалик катта таъсир кўрсатмаган бўлиб, уларнинг ўсиш кўрсаткичлари бир мунча яхши бўлди.

Саноати ривожланган мамлакатларнинг кўпчилигида монитор бошқарув 2003 йил ва 2004 йилнинг бошида инфляция суъратининг узок муддат паст бўлиши ва иқтисодий ўсишнинг сусайиши сабабли қисқа муддатли фоиз ставкаларининг камайишига имкон берди. Бу пайтда Канада, Франция, Германия ва Японияда қисқа муддатли фоиз ставкалари деярли икки баравар қисқарди. Японияда Япония Банки қисқа муддатли бозор ставкаларини пасайтирди ҳамда расмий ҳисоб ставкаларини 2003 йил апрелида, кейинчалик сентябрда тарихий даражаси – 1,2% гача пасайтирди. Бошқа мамлакатларда қисқа муддатли фоиз ставкалари асосан 2003 йилнинг иккинчи ярмида қисқарди. АҚШда Федерал Заҳира масалалари Кенгаши йил бошида 2002 йилда бошланган монитор шароитларни сиқиш жараёнини 2003 йилнинг иккинчи ярми ва 2004 йилнинг бошида давом эттирди. Кенгаш бозор ставкаларини 2002 йил якунига нисбатан 1% камайтириш имконини берувчи хатти-ҳаракатларни амалга оширди. Асосий расмий курслар 2003 йил якуни ва 2004 йил бошида Канада, Франция, Германия ва Буюк Британияда ҳам пасайтирилди. Италияда инфляция даражаси нисбатан юқори бўлиб, бундай пасайишга имкон яратмади. Халқаро ва миллий туризмнинг ривожланиши кўплаб қишлоқ жойларига янги ҳаёт олиб келиши, аҳолининг жипслашувига кўмак бериши ва шу жойнинг ўзида қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари ишлаб чиқаришни ташкил этишга катта туртки бўлиши мумкин. Бунга ёрқин мисол қилиб, 60-йилларда ачинарли ҳолатда бўлган Оссуда қишлоғини олса бўлади. 100 йил ичида бу ер аҳолисининг ярми йўқолиб кетди, 1961 йилда унда 766 киши яшаган, 1962

йилда эса 339 киши қолганди. Кўпчиликнинг фикрича, бу қишлоқ ўлимга маҳкум қилинганди. Айтиб ўтиш муҳимки, қишлоқ аҳолиси қишлоқ хўжалиги билан шуғулланган, 1976 йилда унда 4 тагина оила қолди, холос. Маҳаллий ҳукумат зудлик билан тоғ туризмини ривожлантириш тўғрисида қарор қабул қилди. Механик кўтаргичлар ва туристик базалар қуриш йўлга қўйилди. 1981-1983 йилларда 700 ўринли меҳмонхона қурилди ва кейинчалик бу кўрсаткични 3 минггача кўтариш режалаштирилди. Шундай қилиб, маҳаллий иқтисодиётнинг ривожланишига замин яратилди.

Кейинги йилларда кўпгина давлатларда шаҳарликларнинг фермаларда хордиқ чиқариши одат тусига кириб қолди. Бу шунга олиб келдики, қишлоқ аҳолиси туризм билан боғлиқ иккинчи ихтисосга эга бўлиш ва жойларда туристик мажмуа қуриб, ишга тушириш билан эса, турмуш шароитини яхшилаб олиш имкониятига эга бўлишди.

Туризм саноатининг характерли томонларидан бири, халқаро меҳнат тақсимооти тизимидаги хизмат кўрсатиш корхонасидир. Хорижий туризмнинг ривожланиши натижасида ушбу хизмат кўрсатиш корхонаси ўз хизматларини бошқа товарлар каби маҳсулот сифатида сота бошлайди. Халқаро туризм учун хизмат кўрсатишга ихтисослашиш маблағлар тушишига олиб келади. Туризмнинг хизмат кўрсатиш кўламининг умумий кенгайиши, минтақалардаги аҳоли даромадининг ошишига таъсир кўрсатади.

Халқаро туризм кўламининг кенгайиши билан хизмат кўрсатиш корхоналарининг сони ҳам ортиб бораверади. Туризмга таъсир кўрсатиш соҳасига кўплаб турдаги корхоналар киради ва улар туристик мавсум давомида ишга тушади, уларнинг пул айланмаси туристлар сонига қараб орта боради.

Халқаро туризмга таъсир этувчи хизмат кўрсатиш соҳаларига озиқ-овқат, кийим-кечак, оёқ кийими, заргарлик буюмлари, антиқа буюмлар, атир-упа дўконлари, атторлик моллари, гул дўкони, тамаки маҳсулотлари дўкони, қурилиш ва таъмирлаш, кир ювиш хизматлари, ёқилғи қуйиш шаҳобчалари ва ҳаказолар киради.

Халқаро туризмнинг ривожини ўша ҳудудда мисли кўрилмаган иқтисодий ўсишга олиб келиши мумкин. Бунга Европадаги 3 ибодат маркази бўлмиш шаҳарнинг бири – Лурд мисол бўлади. 5 минг аҳолиси бўлган бу шаҳарчада ўзига хос туристик ресурслар мавжуд: қаср, тоғдаги қамокқа айланган қадимий қалъанинг қолдиғи қабилар.

1. 4. Халқаро туризм ва уни келгусидаги йўналишлари

Инсон ҳар доим куч-ғайратини ўз ишига бағишламоқчи бўлади, бу ерда ҳеч қандай шубҳа йўқ, унинг табиати шунақа. Қайси ташкилот ходимларга шундай имконият яратса, ходимларнинг меҳнат унумдорлиги, ва меҳнат қилиш мативлари анча юқори бўлади. Халқаро туризм республикамизнинг ички туризмга ҳам катта таъсир кўрсатади. Халқаро туризм ички туризмнинг ривожланишига халал беради, деган фикр нотўғри, аксинча, иккаласи ҳам бир-бирига ўхшаш бўлиб, бир-бирининг уйғун

ривожланишини таъминлайди.

Халқаро туризмнинг ривожланиши билан айрим мамлакатларда кўплаб аҳоли иш билан таъминланади. Масалан, меҳмонхоналар, ресторанлар, дўконлар, музейлар, маиший хизмат кўрсатувчи корхоналар ва бошқаларда ишлаш яъни хизмат кўрсатиш учун малакали, тил биладиган ишчилардан ташқари, оддий хизматчилар ҳам керак бўлади. Кўпгина мамлакатларда туристлар кўпайиши билан маҳаллий аҳоли катта-катта шаҳарларга кўчирилади. Асосий фойда чет эл туристларидан тушадиган валюта ҳисобига бўлади. Туризм ривожланган мамлакатларда ишбилармонлар кўпроқ шундай ишлар билан шуғулланиладилар. Халқаро туризм валюта ҳисобида фойда келтирибгина қолмай, у фуқаролар кам яшайдиган эски, аммо тарихий манзилгоҳларни катта ва ривожланган шаҳарларга айлантириб юбориши мумкин. Бундан маълум бўладики, халқаро туризм мамлакатни районлаштиришда катта аҳамият касб этади. Хўш, халқаро туризмнинг ўзи нима? Халқаро туризм доимий яшаш жойи бўлган мамлакатдан ташқарида туристик мақсадлар билан бўладиган саёҳатлардир. Аниқроқ айтсак, халқаро туризм фуқароларнинг ҳаракатдаги халқаро одатларни ҳисобга олган ҳолда давлатлараро шартномалар асосида юз берадиган саёҳатлар тизими ҳисобланади. Халқаро туристик муносабатлар тўла мажмуа бўлиб, уни қуйидагилардан таркиб топган дейиш мумкин:

1. Халқаро оммавий ҳуқуқ нормалари билан тартибга солинадиган давлатлараро муносабатлардан;

2. Халқаро хусусий ҳуқуқ нормалари таркибига чет эл юридик шахслари муносабатларидан;

3. Туристтик алмашувлар натижасида юзага келадиган муносабатлардан ва ҳуқуқ-фуқаролик йўли билан тартибга солиниши талаб этиладиган ҳолатлардан.

Тўғри, баъзан бу соҳада чет эл қонунчилиги билан боғлиқ бўлган айрим муаммолар туғилмоқда. Шу боисдан ҳам давлатлараро туристик шартномаларни ҳуқуқий шартномавий тартибга солишда баъзи мураккабликлар юз бераётганлиги табиий. Демак, халқаро туризмга қараб ички туризмни ривожлантириш учун ходимларга мативация бериш, бу улар учун муҳим бўлган масалалар билан ишлаш ва иш жараёнида ўз имкониятларини тўла очишга шароит яратиш, ва уларни кўпроқ фойда келтиришга ундаш. Ходим ўқиш жараёнида, малака оширишда ва ишлаб чиқаришда олган тажрибасини меҳнатда қўллашни истайди. У қанчалик бунга яхши уддаласа, шунчалик мативлари яққол акс этади. Бундай шароитда ходим ташкилот мақсадларини ўз мақсадлари деб билади. Назорат бу шундай фаолият турики унинг ёрдамида корхона стандарт ёки режада белгиланган йўналишда юришини таъминлайди. Менежмент учун фақат турли режалар эмас балки тизимга солинган назорат ҳам аҳамиятлидир. Бошқарув амалиётида назорат технологияси мавжуд. Қуйидаги намунавий талаблар унинг асосига кирган: назоратнинг самарадорлиги; инсонларга таъсир қилиш самарадорлиги; назорат вазифаларини бажариш; назорат чегарасини белгилаш; назоратнинг уч тури мавжуд:

Бошланғич назорат;
Жорий назорат;
Якуний назорат.

Назоратнинг самарадорлиги — бу мажбуриятларнинг бажарилиши ва камчиликларнинг олдини олишни англатади.

Назоратнинг инсонларга таъсири, қониқиш, ўрганиш, можора, қўрқув шаклида бўлиши мумкин. Назорат вазифаларини бажариш – бу камчиликларни аниқлаш. Назоратнинг чегаралари қонун меъёрларини бажариш, инсон эркинликлари ва ҳуқуқлари билан чекланади.

Назорат жараёнида учта аниқ босқич бор.

Биринчи — стандартларни ўрнатиш. Стандартлар — бу аниқ мақсадлар, уларни ривожланишини маълум микдорда ўлчаш мумкин. Бу даврда муддат ва баҳолашнинг намунавий талаблари ўрнатилади.

Иккинчи — эришилган натижаларни режалаштирилган натижалар билан солиштириш. Бу ерда стандартлардан четлаш қанчалик йўл қўйилиши мумкин ва қанчалик хавфли бўлиши мумкинлигини аниқлаш ўта муҳим.

Учинчи — тўғирлаш ёки ўзгартириш чораларини қўллаш.

Назорат функцияси бу ташкилотни бошқаришнинг провард мақсади эмас. Назорат жараёнида олинган ахборотни режалаштириш, ташкиллаштириш, мативация бериш жараёнида фойдаланиш мумкин. Юқори даражадаги менежерлар кўп вақтини режалаштириш ва назорат қилишга сарфлайдилар. Қуйи даражадагилари эса кўпроқ ходимларни танлаш ва уларнинг ишини ташкил қилиш билан машғул бўлади. Лекин ҳамма даражада ҳам улар 4 та функцияни маълум бир даражада бажаради: режалаш, ташкил қилиш, мативациялаш ва назорат. Исталган даражадаги менежерларни асосий иккита омил бўйича баҳолашади: натижага эришувчанлик (қўйилган натижага эришиш) ва самарадорлик (шу натижага энг кам харажатлар билан эришиш).

Назорат самарадор бўлиши учун у стратегик бўлиши керак, яъни ташкилотнинг устивор йўналишларини акс эттириш ва уларни қўллаб туриш.

Назоратнинг провард мақсади ташкилот олдидаги масалаларни ҳал қилиши керак.

1.5. Ички туризмнинг дунё бўйича муҳимлиги

Халқаро ва ички туризмнинг тарқалиш ўлчамлари, халқаро туризмни моҳиятида ва унинг келгуси йўналишларида аниқланади. Ички туризмни дунё бўйича муҳимлиги, халқаро туризм, ички туризм туризм харажатлари, туризм даромадлари, ташқи туризм, миллий туризм, демографик ўзгаришлар, аҳоли бошига тўғри келадиган харажатлар билан тақсимланади. Биз туризмни оддий қилиб айтганда бизнес деб ҳисоблашимиз мумкин, чунки у инсон учун ҳозирги кунда энг керакли соҳа ҳисобланади, деган эди Мексика Президенти Густаво Дмаз Ордаз. Ички туризмни асосан замонавий менежерлар бошқаришади.

Замонавий менежмент худудга тариф беришда худудни рақобатли бирлик деб тасаввур қилиши керак ва исътемолга йуналтирилган фикрлашдан фойдаланиш керак. Бутун худунинг ишлаб чиқариш аппарати фақат исътемолочининг талаби бўлган хизматлар мажмуасини ишлаб чиқариши ва бу хизматлар мажмуаси хизматлар мақсади деб тасвирланиши мумкин. Хизматлар занжири исътемолочининг нуқтаи назаридан хизматларини алоҳида элементларга ажратувчи таҳлилий қуролдир. Исътемолчи корхонанинг турли хизмат элементларидан фойдаланганда уларни шу худуднинг хизмати ва хизмат сифати деб баҳолайди.

Худуднинг рақобатбардош бирлик сифатидаги стратегик мақсади худуднинг узок муддатли рақобатбардошлигини таъминлашдир.

Сайёҳлик фаолияти соҳаси 4 та блокдан иборат: коммуникация ва маҳсулотни сотиш; сайёҳлик анжуманларини ўтказиш; сайёҳлик иншоатларини фойдаланишга топширишга тайёрлаш; сайёҳлик инфратузилмасини режалаштириш;

Худуддаги сайёҳларга хизмат кўрсатиш қуйдаги ташкилотлар орасида тақсимланади: Ҳокимиятлар (шаҳар даражасида); Меҳмонхона мажмуалари ва овқатланишни ташкил қилувчилар вакиллари; Туроператорлар ва воситачилар; Транспорт ташкилотлари.

Сайёҳлик ташкилотларини ўрганиб қуйидаги саволларга жавоб берамиз.

1. Улар қандай масалаларни ҳал қилади?
2. Сайёҳлик ташкилотларининг қандай турлари мавжуд?

Сайёҳлик ташкилотлари сайёҳлик сиёсатини шакллантиради, яъни улар сайёҳлик учун фойдали бўлган асос бўлувчи шу соҳа чегаравий шартларни яратиш ва қўл остидаги худудлар ривожланишини рағбатлантириш керак. Сайёҳлик ташкилотлари хусусий ёки давлат бирлашмалари шаклида бўлиши мумкин. Улар ўз фаолиятларини учта даражада олиб борадилар, миллий (федерал), вилоят ва шаҳар (ҳокимият).

Сайёҳлик ташкилотининг махсус шакли бу реклама маркази.

Давлат сайёҳлик ташкилоти бу учта даражадаги сиёсий ташкилотдир. Хусусий сайёҳлик ташкилотлари ҳам ўз фаолиятларини учта даражада амалга оширади, лекин улар нодавлат ташкилотлари томонидан тузилган ва бошқарилади, Айрим ҳолларда бу ташкилотлар ўз манфаатларини ягона иттифоқ доирасида бирлаштиришади. Масъулият ва мажбуриятларини тақсимлаш бўйича турли даражадаги сайёҳлик ташкилотларини орасида қуйидаги функцияларни ажратиш мумкин:

- Таклиф функцияси энг қуйи поғонадаги ташкилотларга юкланган, улар хизматидан фойдаланувчилар билан ишлашади ва маҳсулотларни яхши билишади.

- Манфаатларнинг ҳимоя функцияси ҳар бир даражада бажарилиши керак;

- Маркетинг функцияси ҳар бир худуднинг машҳурлиги, аҳамияти, обрўси ва молиявий имкониятларидан келиб чиққан ҳолда бажарилади;

- Етакчи тимсолини яратиш ва сақлашни ҳар бир даражадаги ташкилотлар бажариши керак.

Эски ташкилий структура қуйи босқич мансабларга бўйсинишга асосланиб фикрлаган ва кўпинча иқтисодий эмас балки сиёсий қарорларни акс эттирган. Янги сайёҳлик ташкилотлари бозор муносабатлари нуқтаи назаридан келиб чиқиб иш тутишмоқда. Шундай қилиб сайёҳлик ташкилотлари бозор муносабатлари шароитида сотиш мумкин бўлган сайёҳлик хизматларини яратувчи бошқарув органи ва хусусий ташкилотлардан иборат.

Сайёҳлик корхоналари бирламчи ва иккиламчи хизмат кўрсатувчи корхонага бўлинади.

Биринчи турга қуйдагилар киради: Туроператорлар ва турвоситачилар; махсус хизмат транспорт корхоналари; меҳмонхона корхоналари;

Иккинчи турга қуйдагилар киради: овқатланиш корхоналари; умумий фойдаланиш транспорт корхоналари;

Туроператорлар ялпи сайёҳлик маҳсулоти ўз номидан, ўз ҳисобидан таклиф қилади ва таваккаликни ўз бўйнига олади. Ялпи сўзи иккита белгини ифода этади: сафар мажмуаси бир неча хизматдан иборат ва умумий нархда сотиладиган тўпلامдан иборат; сафар андозали, тайёр ва алоҳида маҳсулот ҳисобланади.

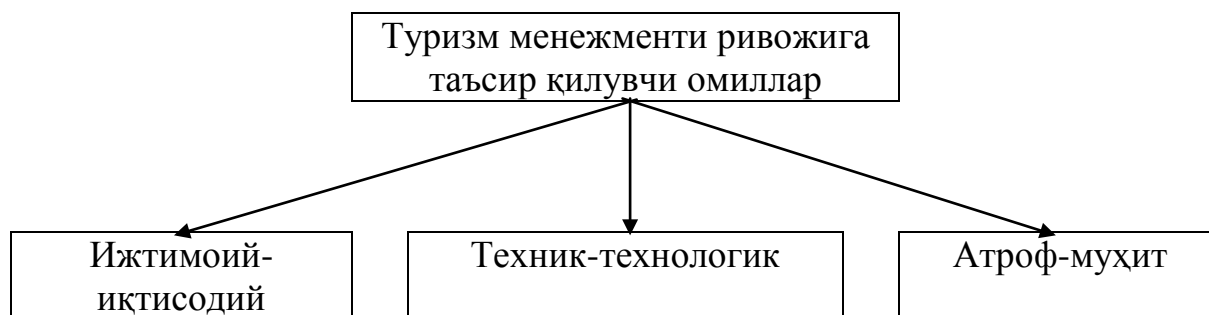
Турвоситачи ўлчамлари, фаолият ҳудуди, режасининг кенг кўламлиги ва чуқур қамраб олиши, иқтисодий мақсадларга кўра синфларга ажратилади. Бирламчи хизмат кўрсатувчи сайёҳлик корхоналарининг иккинчи гуруҳига сайёҳларни ташишга ихтисослашган транспорт корхоналари киради. Меҳмонхона корхоналари — меҳмонхоналар - истисноли даражада сайёҳларни жойлаштиришдан оладиган даромади ҳисобига иш юритадиган бирламчи хизмат кўрсатувчи гуруҳ корхоналаридир.

1.6. Халқаро ва ички туризмнинг тарқалиш ўлчамлари

Ички ва халқаро туризм ривожланиши тартибсиз равишда содир бўлмайди. Бу бошқарилиши керак бўлган инсон фаолиятининг махсус шаклидир. Туризм индустриясида менежментнинг ривожланишига иқтисодий, ижтимоий, техник ва технологик омиллар таъсир қилади. Масалан, иқтисодиёт берадиган даромадсиз туризмнинг оммавийлигига эришиб бўлмайди, демак бошқарилиш воситаси ҳам мавжуд бўлмайди.

Ўзбекистон Республикаси Конституциясида фуқароларнинг дам олиш ҳуқуқлари белгилаб қўйилган, лекин бу ҳуқуқдан фойдаланиш учун қатор ижтимоий йўналишдаги муаммоларни ҳал қилиш керак: транспорт, йўл, овқатланиш ва бошқалар шулар жумласидандир. Бу ерда гап бошқарилиши керак бўлган туризм инфратузилмаси назарда тутилмоқда. Ўзбекистонда туризм ташкилотлари олдида менежмент соҳасида икки ўзаро боғлиқ масала туради: бозор муносабатларини бутунлай амалиётга киритиш яъни туризм менежментига бозор иқтисодиёти мазмунини сингдириш; туризм соҳасидаги

«ноу-хау» янгиликларни янги аср шароитига мослаштириш, яъни дунёдаги шу йўналишда бўлган ўзгаришларни максимал равишда ҳисобга олиш.



1-чизма. Туризм менежменти ривожланишига таъсир қилувчи воситалар.

Туризм тушунчасига таъриф беришдан аввал туризмни жараён сифатида белгиларини ажратиб олишимиз зарур: жой ўзгартирилиши, бу ерда гап оддий муҳитдан ташқарида бўлган жойда йўл сафари ҳақида бормоқда (уйдан иш жойигача бўлган йўл сафари бундан истисно); бошқа бир жойга келиб жойлашиш, бу ерда асосий шарт жойлашиш жойи доимий узоқ муддатга мўлжалланган бўлмаслиги керак (жойлашиш 12 ойдан ошмаслиги керак); зиёрат манзилгоҳидаги манбадан меҳнат тўлови, сафарнинг асосий мақсади зиёрат манзилгоҳидаги манбадан тўланадиган меҳнат фаолиятини амалга оширишдан иборат эмас (бундай шахслар сайёҳлар эмас балки мигрантлар ҳисобланади). Демак, туризм бу муносабатлар, алоқалар ва воқеа-ҳодисалар билан биргаликда одамларнинг йўл сафари ва уларнинг доимий ёки узоқ муддатга мўлжалланмаган жойлашуви ва уларнинг меҳнат фаолиятига боғлиқ бўлмаган мажмуадан иборатдир.

Туризм сўзи «Grand Tour» (катта саёҳат) иборасидан келиб чиққан бўлиб, бошқа маданиятлар билан танишувга мўлжалланган сафар тушунилади.

Туризм шу жумладан туризм корхоналари ва биринчи навбатда туризм ташкилотчилари ва воситачилари фаолиятидан иборат.

Туристтик корхоналар бирор муддат мобайнида саёҳат қилиш ва жойлашиш эҳтиёжларини қаршилайдиган товарлар ва хизматлар ишлаб чиқарадиган иқтисодий корхонадир.

Турли хил эҳтиёжлардан иборат бўлган туризм талабини қаршилайдиган корхоналарнинг сони ва бир-бирларидан фарқлиги сабаби билан уларни таснифлаш зарурияти туғилади. Улар қуйидагича таснифланади: Фойда мақсадларига кўра, яъни фойда олиш мақсади бўлган туристик корхоналар ва фойда олиш мақсади бўлмаган туристик корхоналар.

Туризмга тўғридан-тўғри хизмат кўрсатган, яъни бевосита ва билвосита хизмат қилган корхоналар.

Фаолият турига кўра, яъни товар ва хизматлар ишлаб чиқарадиган ва уларни сотиш билан шуғулланадиган туристик корхоналар.

Миллий туризм корхоналари ва халқаро туристик корхоналарига кўра.
Хусусий, давлат ва аралаш мулк турларига кўра туризм корхоналари.

Туристларнинг асосий эҳтиёжларини ва қўшимча эҳтиёжларини қондирадиган туристик корхоналарнинг шаклига кўра.

Туристтик корхоналар қуйидагиларга бўлинади:

Жойлаштириш ва овқатлантириш корхоналари.

Бу вақтинчалик доимий яшаш жойидан ташқарида жойлашиш ва овқатланишдир. Буларга меҳмонхона, мотел, пансионат, кемпинг, соғлиқни тиклаш корхоналари ва овқатлантириш корхоналари киради.

Саёҳат корхоналари.

Туризмнинг асосий бўлаги ҳисобланган саёҳат корхоналари туризм жараёнига таъсир этадиган асосий омилдир.

Бу гуруҳга қуйидаги корхоналар киради:

а) жойлаштириш ва ташиш хизматлари сотишда воситачилик қиладиган ва уларни бир тур маҳсулот ҳамда келтирган ва буни сотишга тайёрлаган улгуржи ва чакана савдоси билан шуғулланадиган туристик корхоналар.

б) туристларнинг бир жойдан бошқа бир жойга ташишни амалга оширадиган темир йўли, денгиз йўли, ҳаво йўли ва автомобиль йўлларидаги туристик корхоналар.

в) чакана саёҳат агентлари: меҳмонхоналар ҳаво йўли ширкатлари, туроператорлари, денгиз йўллари ва темир йўллари каби туристик корхоналарнинг маҳсулотларини йиғиндисини ҳосил қилиб, туристга таклиф этадиган бир корхонадир.

Саёҳат агентликларининг асосий вазифаси туристларга маълумот бериш олдиндан туристик маҳсулотларни туристларга сотиш ва саёҳат пайтидаги операцияларни осонлаштириш.

Саёҳат агентликлари саёҳат чеклари, валюта, виза, саёҳат суғуртаси каби ёрдамчи хизматлар билан биргаликда турли хил транспорт турлари билетларини сотиш билан ҳам шуғулланади.

Улар яна жойлаштириш корхоналарининг хизматларини туроператорлари тайёрлаган турмаҳсулотларни сотишади. Улар бундай хизматлар учун воситачилик фоизини оладилар.

А). Саёҳат агентликлари багаж, бахтсиз ҳодисалар, касалликлар каби суғурта ишларини шаҳар ичига экскурсиялар уюштириш, экскурсовод (гит) хизматларини таклиф эта олади.

Б). Тур операторлари бир-биридан фарқли туристик товар ва хизматларини бирлаштириб, туристик маҳсулот яратадиган, сотадиган бир туристик корхонадир.

Туроператорларининг тайёрлаган маҳсулоти бир нархда ва транспорт, жойлаштириш каби хизматларни бирлаштирган маҳсулотдир.

Тур маҳсулот қуйидагича тайёрланади:

1. Турнинг бошланиши, тугаш жойи ва бериладиган жойи аниқ бўлиши керак.

Турнинг бошланғич ва тугаш вақти, муддати аниқлиги, турнинг ичидаги хизматлар ва буларнинг вақтлари кўрсатилган дастур бўлиши керак.

2. Транспорт воситалари корхоналарининг номи, ҳаракатланиш ва етиб бориш вақтлари дастурда кўрсатилиши лозим.

3. Тур мобайнида жойлаштириш корхоналарининг тури ва исми аниқ ёзилиши лозим.

4. Тур мобайнида овқатланиш корхоналарининг тури, овқатлар номи аниқ белгиланган бўлиши керак.

5. Тур мобайнида суғурта хизматларининг нархи қанча фоизи эканлиги кўрсатилиши, белгиланган шаҳар ёки давлатга борилганда у жойда экскурсия хизматлари ҳақида маълумот берилиши лозим.

6. Тур маҳсулот хизматларининг нархлари ва қўшимча хизматларнинг нархлари аниқ белгиланган бўлиши керак. Сотишга чиқарилган тур маҳсулотни тегишли ташкилотлар томонидан тасдиқланганлиги ҳақида ҳужжат бўлиши керак.

Хулоса

Узоқ муддатли фоиз ставкаларининг умумий пасайиши 1995 йилнинг охирида бошланиб саноати ривожланган мамлакатларнинг кўпчилигида 1996 йилнинг январигача давом этди. Бу пайтга келиб узоқ муддатли фоиз ставкаларининг 1994 йилдаги каби ўсиши бир қатор мамлакатларда, жумладан АҚШда тесқари йўналишга эга бўлди. Бу пасайишлар ўсишни режалаштиришнинг қисқариши ва инфляция натижасида, қисқа муддатли фоиз ставкаларининг монитор бошқарув йўл кўйган умумий инқирози ҳамда бир қатор мамлакатларда фискал сиёсати режаларини такомиллаштириш натижасида вужудга келади. Шундай бўлса-да, 1996 йилнинг январь ойи охиридан бошлаб узоқ муддатли ставкалар монитор сиёсатдаги ўрта муддатли ўзгаришлар бўйича бозор кўрсакичларини кўриб чиқиш натижасида асосий мамлакатлардаги иқтисодий ва монитор кўрсаткичларнинг ўсиши сабабли юқори силжий бошлади. Бунда фискал истиқболларни оптимистик баҳолаш ҳам катта роль ўйнади. Аммо бу ўсишга қарамай, кўпчилик мамлакатларда узоқ муддатли ставкалар апрель ойининг охирига бориб 1994 йилга нисбатан бир фоизга кам бўлди. 1995 йилда фоиз ставкаларининг пасайиши кўпчилик мамлакатларда қимматли қоғоз бозорларида ўсишга сабаб бўлди. Даромадларнинг тез ва кучли ўсиши баъзи мамлакатларда, хусусан, АҚШда қимматли қоғоз бозорларида нархларнинг 40% га ўсиши кузатилди.

Таянч иборалар

Жаҳон иқтисодиёти, иқтисодий фаолият, иқтисодий сиёсат, бандлик, ишсизлик, фискал сиёсати.

Назорат учун саволлар:

1. Глобаллаштириш – жаҳон тараққиётининг етакчи тенденцияси.
2. Жаҳон иқтисодиётида бандлик муаммоси.

3. Халқаро туризм жаҳон хўжалигида етакчи постиндустриал тармоқлардан бири сифатида.
4. Саёҳат агентликлари деганда нимани тушунасиз?
5. Туризм индустриясида менежментнинг ривожланишига иқтисодий таъсир кўрсатувчи омиллар.
6. Туризм соҳасидаги «ноу-хау» янгиликлари деганда нимани тушунасиз, изохлаб беринг?
7. Ички ва халқаро туризм ривожланишига таъсир этувчи омиллар.
8. Саноати ривожланган мамлкатларда инфляция кўрсаткичларига нималар таъсир кўрсатади?
9. Сиёсатнинг сайёҳлик ривожланишига таъсири.
10. Туризм мативацияси деганда нимани тушунасиз?

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг 2005 йилгача бўлган давлат дастури. Ўзбекистон Республикаси Президенти И. Каримовнинг 15.04.1999-йилдаги УП-№286 фармони.
2. Страхование в туризме. Учебное пособие // Гвозденко А.А. 256 стр. 2002 г.
3. В. Г. Гуляев. «Правовое регулирование туристической деятельности». 2000
4. Lundberg D., Krishnamorthy M. – Tourism Economics. New York: John Wiley Sons Inc. 1995-1996
5. Алексадрова А.Ю. Международной туризм: Учебник. – М.: Аспект Пресс, 2004. -470с.
6. Биржаков М.Б. Введение в туризм: Учебник. –Изд. 6-е перераб. И доп. – СПб.: Изд. Дом Герда, 2004. -448с.
7. Гвозденко А.А. Логистика в туризме: Учеб. Пособ.-М.: ФиС, 2003. - 304.

II боб. Туризм ва замонавий иқтисодий сиёсат.

- 2.1. Туризм тушунчаси.
- 2.2. Иқтисодий сиёсатда горизонтал ва вертикал меҳнат тақсимооти.
- 2.3. Туристтик бизнес тушунчаси ва унинг мамлакат иқтисодиётидаги аҳамияти.
- 2.4. Туризмни ривожлантириш омиллари.
- 2.5. Туризм ва замонавий иқтисодий сиёсат.
- 2.6. Халқаро туристлар ташрифи.

2.1. Туризм тушунчаси

Туристика – туризм ва фуқароларга туристик хизмат кўрсатиш ҳақидаги амалий фанлар тизимидир. Бу фанлар туризмнинг икки бўғинини – тармоқ ва туристик хўжалик фаолият юритувчи субъектларни (туристик корхона) ўз ичига олади.

Туристика туризм ва фуқароларга туристик хизмат кўрсатиш ҳақидаги фан сифатида қуйидаги уч элементдан таркиб топган: ташкил этиш; бошқариш; иқтисодиёт.

Ҳар бир фан ва ўқув курси унда қўлланувчи асосий тушунчаларни аниқлашдан бошланади. Мазкур ўқув курсида бундай тушунчалар қаторида *туризм, турист, туристик хизмат, туристик ресурслар, туризм саноати, тур, туризм маҳсулоти* каби тушунчаларни қайд этиш мумкин.

Бутунжаҳон туризм ташкилотининг (ВТО) таърифлашича, туризм бўш вақтда саёҳат қилишни, фаол дам олиш турларидан бири англатади.

Бундан келиб чиқадики:

Туризм бўш вақтда саёҳат қилиш турларидан бири ҳисобланади.

Туризм – фаол дам олиш тури бўлиб, маълум бир хатти-ҳаракатларни амалга оширишни талаб қилади. Шунинг ҳам айтиб ўтиш керакки, дам олишга бошқа турдаги кўнгилочарлик ва рекреациялар ҳам мансуб бўлиб, улар асосан стационар комплексларда (рекреацион ҳудудлар, дискотека, казино, концерт заллари ва ҳоказо) амалга оширилади ҳамда мақсадлари кўнгилочарлик, ўқитиш ва шоп-хизматлар бўлган тур элементларидан бири вазифасини бажаради. Турист – бирон бир мамлакатга (жойга) саломатлигини тиклаш, танишиш, касб ва ишбилармонлик, спорт, диний ва бошқа мақсадларда пул тўланувчи фаолият билан машғул бўлмасдан 25 соатдан 6 ойгача бўлган вақт оралиғида камида бир кеча тунаб дам олиш учун ташриф буюрувчи кишидир.

1991 йилда туризм ва саёҳатлар статистикаси халқаро конференциясида туризмга бошқача тариф берилди: саёҳат қилаётган ва доимий бўладиган жойларидан ташқарида 12 ойдан ортиқ бўлмаган муддатда исталган мақсад билан, бироқ пул тўланувчи фаолият билан машғул бўлмаган ҳар бир шахс турист ҳисобланади. Юқоридаги тарифлардан кўриниб турибдики, битта атама турлича талқин қилинади ҳамда

минтақаларда туризм саноатининг аҳволини баҳолаш ва таҳлил қилишни қийинлаштиради.

Қуйидаги белгилар бўйича туристлар бошқа саёҳат қилувчи шахслардан фарқланади:

Доимий бўладиган жойларидан ташқарига чиқиш, яъни туристлар тоифасидан ҳар куни қатновчи шахсларни чиқариб ташлаш.

Жойларда бўлиш муддати экскурсиячи-туристларни резидент ва муҳожирлардан фарқлаш имконини беради.

Сўнгги йилларда махсус адабиётларда қўлланаётган “туристик” сифати билан қўлланувчи тушунчаларни аниқлашдаги (изоҳлашдан) олдин улардан фойдаланишнинг қонун-қоидаларини аниқлаш зарур.

Луғатга асосан “туристик” сўзи туристга нисбатан ишлатилиши лозим. Масалан, туристик йўлланма, палатка ва ҳоказо. “Туристтик” сифати туризм учун ҳам хосдир: туристик маълумотлар, поход, журнал ва ҳоказо. Демак, “туристик” атамасидан биргаликда фойдаланиш доим ҳам тўғри бўўлавермайди. Бироқ туризм соҳасидаги ҳуқуқий-норматив ҳужжатларнинг кўпчилигида “туристик” атамаси қўлланади.

2.2. Иқтисодий сиёсатда горизонтал ва вертикал меҳнат тақсимоти

Горизонтал меҳнат тақсимоти бу меҳнат жараёнини таркибий компонентларга ажратиш. Бундай ажратиш функционал, тармоқ ва малакавий белгилар асосида амалга оширилади.

Вертикал меҳнат тақсимоти бу ишни муваффақиятли бўлиши учун турли даражадаги ишни мувофиқлаштиришдир.

Бириктирилган режа асосида вертикал иш тақсимоти қуйидаги йўналишлар бўйича амалга оширилади: умумий бошқарув; технологик бошқарув; иқтисодий бошқарув; оператив бошқарув; кадрларни бошқариш.

Сайёҳликни бошқариш амалиётда учрайдиган ташкилий структуралар: чизикли; функционал; чизикли-функционал;

Чизикли ташкилий структура ҳар бир структуравий бўлинманинг бошида ҳамма ваколат жамланган раҳбар туради ва яқка ҳолда бутун бошқарув функцияларини жамлаган ҳолда раҳбарликни амалга оширади. Бундай структуранинг ўз афзалликлари ва камчиликлари мавжуд.

Бошқарув функционал ташкилий структураси. Функционал бошқарув бир неча аниқ иш турларини бажаришга ихтисослашган бўлинмалар устидан иш олиб борилиб, чизикли бошқарув тизимида қарор қабул қилиш учун керак. Ташкилотнинг бир соҳа мугахассислари ихтисослашган структуравий бўлимга бирлаштириладилар, масалан маркетинг бўлими, режалаштириш бўлими, бухгалтерия. Шундай қилиб, ташкилотни бошқаришнинг умумий масаласи ўрта даражадан бошлаб функционал белги бўйича бўлинади.

Ташкилотнинг чизикли-функционал структураси.

Бундай бошқарув доирасида умумий бошқарув бўйича ҳар бир ходим фақат бир раҳбарга бўйсинади. Функционал раҳбарларга фақат улар

ваколатига тааллуқли бўлган масалаларни ҳал этиш ҳуқуқи берилган. Шу сабабли маълум бир жамоани бошқарилаётган чизик бўйича жойлашган раҳбар ўз зиммасига бутун ҳокимиятни олади. Ҳар бир меҳнат жамоасида расмий муносабатлардан ташқари норасмий муносабатлар ҳам мавжуд.

Барча ташкилотлар учун мос келадиган ташкилий структуранинг битта умумий шакли мавжуд эмас.

Сайёҳлик корхоналарининг мақсад ва стратегиясини шакллантириш билан бирга атроф-муҳит, ижрочиларнинг феъл-атвориغا ҳам аҳамият бериш керак. Сайёҳлик ташкилотининг атроф-муҳити: сотиш бозори; меҳнат бозори; корхонанинг ўзи ва кўрсаткичлари; сайёҳлик ташкилотининг вазифалари ижрочиси.

Ташкилий структурани лойиҳалаш тўғрисидаги қарор, мавжуд структура самарасиз бўлганда, қабул қилинади.

Ташкилий структурани лойиҳалаш жараёни уч босқичдан иборат: ташкилий структуранинг таҳлили; ташкилий структурани лойиҳалаш; ташкилий структуранинг самарадорлигини баҳолаш.

Ташкилий структурани баҳолашга қуйидаги критериялар киради: бошқарув тамойиллари; бошқарув аппарати; бошқарув функциялари; хўжалик фаолияти.

Ташкилий структураларни бошқаришни лойиҳалаш моделларини 4 та гуруҳга бирлаштириш мумкин: ўхшашликлар (аналогия) усули; эксперт усули; мақсадларни тартиблаш (структурага келтириш); ташкилий моделлаштириш;

Ташкилий структуралар қуйидаги талабларга жавоб бериши керак: оптималлик; оперативлик; ишонччилик; тежамкорлик; вазиятга мослашувчанлик; бошқарув структурасининг мустаҳкамлиги.

Ташкилий структуранинг самарадорлигини баҳолаш бинонинг сотилиши мумкинлиги даражаси, бошқарув тизимининг ишонччилиги ва ташкил қилинганлиги, қабул қилинаётган қарорларнинг тезкорлиги ва оптималлигига кўра амалга оширилади.

Туризмнинг тарихи. Туристик фаолиятнинг бошланғич турлари қадимдаёқ пайдо бўлган. Тарихда қадимги римликлар илк саёҳатчилар ҳисобланади. Уларнинг саёҳатлари империя сарҳадларидан четга чиқмаган бўлса-да, Рим империяси ҳудуди жуда катта бўлганлиги сабабли туризмнинг ривожланишига сабабчи бўлган. Ўрта асрда давлатнинг инқирозга учраши меҳмонхона ва қовоқхоналарнинг касодга учраши ва аҳолининг қашшоқлашишига олиб келди. Ўрта асрларнинг охирига келиб савдонинг ривожланиши билангина саёҳатлар қайта тиклана бошланди. Уйғониш даври туризмнинг ривожланишига янада катта таъсир кўрсатди. Бу пайтга келиб иқтисодиёт жадал ривожланди, янги ҳунар турлари пайдо бўлди ҳамда мамлакатлар ўртасида савдо ривожланди. Саёҳатнинг асосий мативлари савдо, таълим олиш, зиёрат қилиш ва даволаниш ҳисобланган.

Қадимги Грецияда спортга оид саёҳатлар пайдо бўлган, чунки Олимпиада ўйинларига иштирокчи ва томошабинлар бутун дунёдан келар эди.

2.3. Туристтик бизнес тушунчаси ва унинг мамлакат иктисодиётидаги аҳамияти

Туристтик бизнес жаҳон хўжалигининг энг тез ривожланаётган тармоқларидан биридир. Халқаро туризм нефть қазиб чиқариш ва автомобилсозликдан сўнг учта энг йирик экспорт тармоқлари қаторига киради. Бошқа манбаларга кўра туризм жаҳон хўжалигининг энг рентабелли соҳаси ҳисобланади. Туризм саноатида бутун жаҳондаги ишчи кучининг 60 % қисми меҳнат қилади. Маълумотларга кўра, 2000 йилда бутун жаҳонда туризм орқали олинувчи даромад 621 миллиард долларни ташкил этган бўлса, 2020 йилга бориб бу кўрсаткич икки триллион долларга етиши кутилмоқда. Бутунжаҳон туризм ташкилоти баҳоларига кўра 2010 йилда туристлар сони 1018 миллион кишига етади. Бутун жаҳонда туризмнинг аҳамияти тобора ўсиб бориб, бу туризмнинг алоҳида мамлакатлар иктисодиётига кўрсатаётган таъсирининг ўсиши билан боғлиқ. Европа ҳамжамияти мамлакатлари ва саноати ривожланган бошқа мамлакатларда туризмдан олинувчи даромад ялпи ички маҳсулотнинг 5,5 % қисimini ташкил этади. Юқорида келтирилган маълумотлардан кўришиб турибдики, 2020 йилда Хитой энг кўп ташриф буюрилувчи мамлакатга айланади. Гонконг ва Россияда ҳам юқори суратларда ўсишнинг юзага келиши кутилмоқда. Хитой ва Гонконг улушига жаҳондаги туристлар оқимининг 12,3 % қисми тўғри келади. Энг жиддий ўзгаришлар Россияда бўлиши кутилмоқда: 2020 йилда мамлакатга кириб келувчи туристлар сони мамлакат ташқарисига чикувчи туристлар сонидан 1,3 баравар ортади. Европа мамлакатлари ичида Чехия юқори кўрсаткичларга эришади. Хорижий туристлар қаторига мазкур мамлакатга 24 соатдан кам бўлмаган муддатга кириб келган ҳар бир саёҳатчилар киритилади. Шунинг ҳам қайд этиб ўтиш жоизки, баъзи бир мамлакатларда БМТ статистика комиссияси тавсияномаларидан четга чиқиш ҳам кузатилмоқда. Халқаро туристик йўналишларнинг ўртача 65 % қисми Европа, 20 % қисми Америка ва 12 % қисми қолган минтақалар зиммасига тўғри келади. Асосан туристлар қабул қилиш билан шуғулланувчи мамлакатларда халқаро туризмнинг ривожланиши хорижий инвестициялар оқимини кучайтириш ва янги иш жойлари яратиш иштиёқи билан изоҳланади. Кўпчилик мамлакатлар халқаро туризм воситаси билан тўлов баланси муаммоларини ҳал қилишга ҳаракат қиладилар. Хориждан келувчи туристлар товарлар ва хизматларга ҳақ тўлаш йўли билан туристларни қабул қилувчи мамлакат бюджетига валюта келиб тушишини таъминлайдилар ва шу тариқа унинг тўлов балансини фаоллаштирадилар. Шу сабабли чет элдан туристларнинг келиши “фаол туризм” деб номланади. Туристларнинг четга чиқиши миллий валютанинг четга чиқиб кетишига сабаб бўлади. Мазкур турдаги туристик операциялар бўйича халқаро тўловлар туристларни экспорт қилувчи мамлакатнинг тўлов баланси пассивида қайд этилади ҳамда бундай туризм “пассив туризм” деб аталади.

Туризмни “фаол” ва “пассив” турларга бўлиш фақат халқаро туризм учунгина хосдир.

2.4. Туризмнинг ривожланиш омиллари

Туризм ривожланишининг замонавий босқичларининг ўзига хос хусусиятларини аниқлаш мақсадида ҳеч бўлмаганда туризм юзага келиши тарихининг умумий жиҳатларини кўриб чиқиш зарур. Замонавий туризм бир томондан иккинчи жаҳон урушидан сўнг ривожланганлиги сабабли ёш ҳисобланади. Иккинчи томондан эса у чуқур тарихий илдизларга эга, чунки саёҳат қилиш инсоният учун қадим замонлардан хосдир. Туристлик фаолиятнинг бошланғич турлари қадимдаёқ пайдо бўлган. Тарихда қадимги Римликлар илк саёҳатчилар ҳисобланади. Уларнинг саёҳатлари империя сарҳадларидан четга чиқмаган бўлса-да, Рим империяси ҳудуди жуда катта бўлганлиги сабабли туризмнинг ривожланишига сабабчи бўлган. Ўрта асрда давлатнинг инқирозга учраши меҳмонхона ва қовоқхоналарнинг касодга учраши ва аҳолининг қашшоқлашишига олиб келди. Ўрта асрларнинг охирига келиб савдонинг ривожланиши билангина саёҳатлар қайта тиклана бошлади. Уйғониш даври туризмнинг ривожланишига янада катта таъсир кўрсатди. Бу пайтга келиб иқтисодиёт жадал ривожланди, янги хунар турлари пайдо бўлди ҳамда мамлакатлар ўртасида савдо ривожланди. Саёҳатнинг асосий мативлари савдо, таълим олиш, зиёрат қилиш ва даволаниш ҳисобланган. Қадимги Грецияда спортга оид саёҳатлар пайдо бўлган, чунки Олимпиада ўйинларига иштирокчи ва томошабинлар бутун дунёдан келар эди. XIX асрнинг бошларида транспорт воситаларининг ривожланиши туризмнинг ривожланишига катта туртки бўлди. Транспорт катновлари сифати ва ишончлилигининг ўсиши, мунтазам транспорт катновларининг йўлга қўйилиши ҳамда вақтинча келиб-кетувчиларга хизмат кўрсатишга ихтисослашган биринчи корхоналарнинг пайдо бўлиши аҳолининг ҳаракатчанлигига катта таъсир кўрсатди. Ҳозирги пайтда туризм тобора оммавийлашиб, нафақат жамият аслзодалари учун, балки ишчи синфи ва ёшлар учун ҳам дам олиш шаклига айланди. Ўз инфратузилмасига эга бўлган ҳордиқ саноати шаклланмоқда. Туристлик корхоналар фаолияти жадаллашиб, оммавий равишда меҳмонхоналар, дам олиш ва кўнгилочарлик учун муассасалар қурилмоқда. Туризм жаҳон иқтисодиётининг энг рентабелли тармоқларидан бирига айланиб бормоқда.

2.5. Туризм ва замонавий иқтисодий сиёсат

Бутунжаҳон туризм ташкилоти (БТТ) нинг маълумотиغا кўра ўз мамлакатидан бошқа давлатга дам олиш ёки бизнес қилиш, бошқа хоҳлаган мақсадда 24 соатдан кўпроқ вақтга кетган шахслар саёҳлар деб аталади.

Сайёҳлик тизими деганда сайёҳлик тармоғида бўладиган муносабатлар ва ҳодисаларнинг тўплами ва яхлитлиги тушунилади. Сайёҳлик бу ташқи муҳит билан ўзаро таъсир қилувчи сайёҳлик корхоналари, ташкилотлари ва ҳудудларини ўз ичига олувчи муносабатлар тизимидир. Авваламбор

сайёҳлик тизимидаги сайёҳлик субъектлари ва объектларини ажратиб оламиз. Сайёҳлик субъекти деганда ўзига хос сайёҳлик хизматлари орқали талабини кондиршни излаётган сайёҳлик анжуманинг иштрокчиси тушунилади. Сайёҳлик объекти деганда сайёҳликнинг сафар мақсадига айланиши мумкин бўлган ҳамма нарса (воситалар) тушунилади. Кенг кўламда ихтисослашган ҳудуд ўзининг ҳамма сайёҳлик таркиби қисми билан бирга бунга мисол бўлиши мумкин. Иқтисодий, экологик, технологик, сиёсий ва ижтимоий тизимлар сайёҳлик учун ташқи муҳит бўлади. Сайёҳликни аҳамиятли характеристикаси ва ўзига хослиги унинг ташқи муҳитига боғлиқлиги.

Сайёҳлик бу замонавий менежмент усуллари ва тамойилларидан фойдаланиб бошқарилиши мумкин ва керак бўлган очиқ тизимдир.

Туризмда хусусийлаштириш жараёни кундан-кунга жадал суратлар билан амалга оширилмоқда бу жараённи ҳам босқичма-босқич амалга оширилиши мақсадга мувофиқдир. Шунинг учун Ўзбекистонда хусусий сайёҳлик ташкилотлари уюшмаси ташкил қилинди.



2-чизма. Хусусий сайёҳлик ташкилотлари уюшмасининг ташкилий тузилмаси.

Бундан кўриниб турибдики туризмда хусусий тадбиркорлар кенг аҳамият касб этади. Шунинг учун улар фаолиятининг сайёҳлик тизими ва ташқи муҳитига таъсирини кўриб чиқишимиз лозимдир. Иқтисодиёт сайёҳлик ривожланишга ижобий таъсир ўтказиши билан бирга салбий таъсир ҳам ўтказиши мумкин.

Ижобий таъсирлар: реал даромаднинг ўсиши; вазиятдаги ижобий конъюнктура; валютанингинг барқарор ҳолати; даромадларнинг янада бир маромда тақсимланиши.

Салбий таъсир омиллари: иқтисоддаги инқирозий ҳолатлар (ишсизликнинг ўсиши, маошларнинг қисқартилиши, инфляция); салбий конъюнктура.

Ўз навбатида сайёҳлик ҳам иқтисодга вазифаларни (функцияларни) бажариш орқали таъсир ўтказди:

1. Ишлаб чиқариш;
 2. Иш билан таъминлаш (бевосита ва билвосита самара (таъсир));
 3. Даромад келтириш;
 4. Номутоносибликларни бартараф этиш функцияси;
 5. Тўлов балансини мувозанатлаштириш функцияси.
- 4 - 5 функциларни батафсил кўриб ўтамиз.

Номутоносибликларни бартараф этиш функцияси хизмати саноати кам ривожланган ҳудудлар иқтисодий ривожланишига ёрдам беришдан иборат. Одатда сайёҳлик саноати кам ривожланган ҳудудлар, у ерга инсон таъсир кўрсатмаган, бошланғич ҳолати сақланган ландшафтлари қизиқтиради. Кўпинча асосан қишлоқ хўжалиги ривожланган ҳудудлар. Маҳаллий аҳоли учун сайёҳлик муҳим қўшимча даромад манбаидир. Тўлов балансини мувозанатлаштириш функцияси.

Ўзбекистонга кириб келиш сайёҳликни ривожлантириб биз савдо ва тўлов балансининг мусбат сальдосини ўрнатилишига ёрдам берамиз.

Экология сайёҳлик билан яқин боғлиқ. Табиий муҳитни сақламоқ бу сайёҳликнинг муҳим хом-ашё манбаини ҳисобланади. Сайёҳлик ривожланишнинг мураккаб қирраларидан бирини қуйдагича ифода этишимиз мумкин, биз сайёҳликдан иқтисодий ўсишнинг омили бўлганлиги сабабли ундан воз кечолмаймиз лекин иккинчи томондан у яшаш маконларининг бузилишига сабаб бўлмоқда. Бу муоммони ечимларини алоҳида шахс ва давлат даражасида қуриш мумкин. Алоҳида шахс даражасида ҳар бир сайёҳ табиатни муҳофаза қилиш кераклигини англаши шарт. Давлат даражасида эса енгил сайёҳлик ривожланиши керак. Енгил сайёҳлик атроф-муҳит, дам олиш ва иқтисодий қайта ишлаб чиқиш орасида мувозанатни сақлашга интилади.

Янгича экологик фикрлаш сайёҳлик учун маъсул шахсларга ҳам етиб бориши керак. Бу борадаги сиёсат атроф-муҳитни сақланишига ёрдам бериши керак.

2.6. Халқаро туристлар ташрифи.

Халқаро туристлар ташрифи республикамизда бир мунча кўтарилиб бормокда, бозор иқтисодиёти шароитида иқтисодий ўсиш 1995 йилда саноати ривожланган мамлакатларнинг кўпчилигида (Япониядан ташқари) пасайиб, 1994 йилдаги 2,5 % дан 2 % гача камайди. Японияда ўсиш жуда ҳам заиф бўлиб, иқтисодий турғунликнинг чегараси кенглигича қолди. Бироқ йил охирига келиб пул-молия сиёсатининг соғломлашиши ва ўзгаришининг белгилари яққол кўзга ташланиб, бу ҳодиса апрелда бошланди ҳамда молия соҳасидаги муаммоларнинг ечимини топишга кўмаклашди. Соғломлашиш даражаси бир хил бўлган баъзи мамлакатлар, жумладан, Австралия, Янги Зеландия, Буюк Британия ва АҚШда, ўсишнинг пасайиши 1995 йилда ишлаб чиқариш кучларини бир оз даражада кенгайтириш заруратини англатди. АҚШда қайд этилган инқироз йилнинг биринчи ярмида инвентар рўйхатини аниқ тўғирлаш ва реал соф экспортни камайтириш туфайли кўзга ташланиб, Мексикадаги инқирознинг самарасини акс эттирди. Ўсиш даражаси учинчи чоракда инвестицияларнинг давом этиши ва инвентар рўйхатини тўхтатиб туриш туфайли сезиларли ўзгаришларга учради. Бироқ бу кўрсаткич кейинчалик тўртинчи чоракда 0,5 % камайди ва 1996 йилнинг бошида яна кўтарилди. Бу давр мобайнида ишсизлик даражаси АҚШда 1994 йил ва 1995 йилнинг бошида фоиз ставкаларининг табиий даражасининг бир қатор ҳисоб-китобларига кўра паст бўлди ва АҚШ иқтисодиётининг пасайишини акс эттирди. Европада ўсиш асосан 1995 йилда пасайган бўлса-да, инқироз кўрсаткичлари барча мамлакатларда турлича бўлди. Баъзи мамлакатларда, жумладан, Италия, Испания ва Буюк Британияда кенгайтириш давом этди ва ўртача ўсиш йил давомида инфляция ҳақидаги ғамхўрликни тарқатиб юборди. Бунга эса бир жиҳатдан алмаштириш курсларининг пасайиши сабаб бўлди. Бу мамлакатларда ўсишнинг нисбатан яхшилиги Германияга нисбатан фоиз ставкалари фарқларни камайтириш ва халқаро рақобатбардошликни ошириши мумкин. Инқироз Германия, Франция, Швейцария ҳамда немис маркаси билан чамбарчас боғлиқ бўлган бошқа мамлакатларда юқори бўлди.

Ушбу инқироз безовталиқнинг юзага келишига сабаб бўлди, чунки соғломлашиш пасая бошлади ва ишсизлик даражаси юқори даражага кўтарилди. Мустаҳкам валюталар шусиз ҳам заиф истеъмолчи ва бизнесдаги ишончга салбий таъсирни кучайтирди. Инқирозга жавобан Европа мамлакатларининг кўпчилигида 1995 йил ва 1996 йилнинг бошида молиявий шарт-шароитлар бир мунча юмшаттирилди. Баъзи валюта турларининг, айниқса, немис маркаси ва Швейцария франки баҳоланишининг ўзгартирилиши ҳам янгича ўсишни таъминлади.

Хулоса

Ҳозирги пайтда туризм тобора оммавийлашиб, нафақат жамият аслзодалари учун, балки ишчилар синфи ва ёшлар учун ҳам дам олиш шаклига айланди. Ўз инфратузилмасига эга бўлган ҳордиқ саноати шаклланимоқда. Туристлик корхоналар фаолияти жадаллашиб, оммавий равишда меҳмонхоналар, дам олиш ва кўнгилочар муассасалар қурилмоқда. Замонавий туризмнинг ўзига хослиги халқаро айирбошлашда кўзга ташланади. Туризм жаҳон иқтисодиётининг энг рентабелли тармоқларидан бирига айланиб бормоқда. АҚШда қайд этилган инқироз йилнинг биринчи ярмида инвентар рўйхатини тўғирлаш ва реал соф экспортни камайтиришда кўзга ташланди, унинг натижасида Мексикада инқирознинг самарасини ақс эттирди. Бундай ўзгаришлар туризмга катта таъсир кўрсатади. Ўсиш даражаси учинчи чорақда инвестицияларнинг давом этиши ва инвентар рўйхатини тўхтатиб туриш туфайли сезиларли ўзгаришларга учради. Бирок бу кўрсаткич кейинчалик тўртинчи чорақда 0,5 % камайди ва 1996 йилнинг бошида туризм сиёсатини шаклланиши натижасида яна кўтарилди.

Таянч иборалар:

Туристлик бизнес, туризм классификацияси, туризмнинг ривожланиш омиллари, элитар туризм, оммавий туризм.

Назорат учун саволлар:

1. Туризм иқтисодиётига таъриф беринг.
2. Туризм классификацияси деганда нимани тушунаси?
3. Туризмнинг давлатлараро муносабатларнинг ривожланишидаги роли.
4. Туризмнинг ривожланиш омилларини айтиб беринг?
5. Бутунжаҳон туризм ташкилотининг туризмга берган таърифи.
6. Горизонтал меҳнат тақсимооти деганда нимани тушунаси?
7. Сайёҳлик корхоналарининг мақсад ва стратегиясини аниқланг.
8. Ташкилий структурани лойихалаштириш методлари.
9. Туризмда хусусийлаштириш жараёнини такомиллаштириш.
10. Сайёҳликнинг замонавий менежмент усуллари.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар маҳкамасининг 8-август 1998 йилдаги №346 “Туристлик ташкилотлар фаолиятини такомиллаштириш ҳақидаги” қарори.
2. А. П. Юрьев «Планирование туризма», Донецк.2001.
3. «Туризм как экономический приоритет» (Серия «Экономика современной России») / Проуорзин Л.Ю. 216 стр. 2004г
4. Дехтярь Г.М. Лицензирование и сертификация в туризме: Учеб.пособ. – М.: ФиС, 256с.
5. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: учеб.пособ. 4-е изд., стереотип. –Мн.: Новое знание, 2004. -496с.

III боб: Туризмнинг иқтисодий сиёсати.

- 3.1. Туризмнинг иқтисодий сиёсати.
- 3.2. Молиявий муносабатларнинг ташкил этилиши.
- 3.3. Туризмнинг иқтисодий самарадорлиги.
- 3.4. Ривожланишнинг иқтисодий кўрсаткичлари.
- 3.5. Туризмда нарх ва нархнинг ҳосил бўлиши.
- 3.6. Туризмни молиялаштириш.

3.1. Туризмнинг иқтисодий сиёсати.

Туризмда иқтисодий сиёсат муҳим ўрин тутди. Президентимиз таъбири билан айтганда: “Аввал иқтисод, кейин сиёсат” тушунчалари бунга мисол бўла олади. Туризмнинг иқтисодий сиёсатига туристик корхоналарнинг ҳам катта таъсири бор. Туризм корхонасида ёки маркетингида мақсад ҳам: истеъмолчига энг яхши шаклда хизмат тақдим қилиш, ишлаб чиқарувчиларга оптимал бир фойда яратиш орасида муваффақиятли бир нисбат қуришдир. Унинг учун туристик маҳсулотнинг хусусиятларини аниқлаш лозим. Биринчидан, туристик маҳсулотнинг ишлаб чиқарилган жойида тугатилиши қийиндир. Истеъмолчи турист, туристик маҳсулот ва хизматларнинг ишлаб чиқариладиган жойига боришга мажбурдир.

Иккинчидан, туристик маҳсулот бир қанча хизматларнинг (тунаш, овқатланиш, томоша ва ҳ.к.) йиғиндисидан ҳосил бўлади.

Учинчидан, хизмат ва маҳсулотнинг ўз вақтида сотилиши шартдир.

Тўртинчидан, туристик маҳсулотларда субъектив баҳолаш жуда юқоридир.

Бешинчидан, туристик маҳсулотларда тортувчанлик, фойдалилик ва қулайлик ҳосил қилиш хусусиятларининг бўлиши керак.

Олтинчидан, туристик маҳсулотларда меҳнат зич ишлаб чиқариш шаклида бўлиб автоматлаштириш жуда камдир.

Еттинчидан, туристик маҳсулотларда стандартлаштириш жуда камдир.

Хусусан хизмат ёки сервисларнинг бир тартибда ва бир қолипда бўлиши мумкин эмас. Маҳсулотлар ўзини янгиламагани тақдирда бозордан чиқиш таҳликаси билан юзлашадилар. Сотиш нархи асосан учта омил сабабли пасайиши кўзда тутилади:

а) Ишлаб чиқариш ёки бошқариш техникаларининг рационаллашиши ва сотиш ҳажмининг ортиши оқибатида бир хона ёки овқатнинг қиймат таннархларидаги камайиш.

б) Ўхшаш хизматлар учун бозорда нарх қуришни кўрсатган рақибларнинг ўртага чиқиши.

в) Муассасанинг ўрнашган ерига, номига аҳамият берган харидор механизмнинг кенгайиши.

Шу билан бирга сиёсатга нархни белгилаш ҳам катта таъсир кўрсатади.

1. Таннарх, ишлаб чиқариш таннархи сотиш нархини белгилашда асосий рол ўйнайди. Таннархлар икки шаклда ҳисобланади: барқарор ва

ўзгарувчан. Барқарор таннархнинг тўғри бир шаклда ҳисобланиши осон бўлгани учун туристик корхоналардаги ўзгарувчан таннархлар аҳамиятли ўрин тутди ва ҳисобланиши ҳам қийиндир.

2. Корхонанинг ўрни ва жойлашган ери, туристик маҳсулот жойлашган ернинг бозоргача бўлган масофаси, табиий ва ижтимоий муҳити, тарихий ва маданий яқинлиги корхонанинг нархларига таъсир қилади. Самарқанд, Бухоро ва Хивадаги меҳмонхоналар билан Тошкентдаги меҳмонхоналар орасида фарқли нархлар қўлланилади.

3. Бозордаги рақибларнинг нархлари, бир туристик маҳсулотнинг нархи, бозордаги мавжуд бўлган худди шу маҳсулот ва хизматларнинг нархларига мос бўлиши керак. Ишлаб чиқарилган товар ва хизматларнинг хусусиятига ва фарқларига кўра корхоналар бозор нархидан паст ёки юқори нархни тавсия қиладилар. Янги бир маҳсулотнинг бозорга илк киришида асосан бошқа маҳсулотларникидан паст нарх қўядилар. Бозор нархидан юқори бир нарх белгилаган корхоналар, маҳсулотларнинг ўхшаш маҳсулотлардан фарқли сифати ва хусусиятларга эга бўлишини таъминлашлари зарур.

4. Истемолчининг хусусиятлари — талабнинг хусусиятлари, истемолчилар туризм хизматларидан фақат ўз бюджетларига мос бўлган миқдорда фойдаланадилар. Агар нарх юқори бўлса, у маҳсулотларга бўлган талаб камаяди, шу сабабли талаб белгиланган тартибга келгунча нархларни таништириш керакдир. Туризм талаби миллий ва халқаро даражада бўлмоқдадир. Баъзан корхоналар нархларни халқаро талабга мослаб нархламоқдалар.

5. Ишлаб чиқариш ҳажми, нархи, ишлаб чиқариш таннархларига, корхоналарнинг ҳажмига, ўлчовларига боғлиқ бўлиб турли шаклларда тавсия қилинади. Корхонанинг тўлиқлик нисбатларига кўра таннархларни камайтириш мақсадида, маълум бир миқдорда нархларни тушириш ҳоллари бўлмоқда. Хусусан катта ҳажмдаги тунаш корхоналарида, жами таннархларнинг остида нарх тавсияси қилиниб корхонанинг барқарор чиқимлари ётади.

Шу билан бирга табиий муҳитни сақламоқ бу сайёҳликнинг муҳим хом-ашё манбаини тақидлашда ҳеч қандай шубҳа йўқ. Сайёҳлик умумий иқтисодий ўсишга, саноати кам ривожланган ҳудудларнинг ривожланишига кўмаклашади. Яхши ривожланмаган ҳудудларда туристик марказлар очиш кўпгина давлатларнинг асосий усули ҳисобланади. Тоғ ва қишлоқ жойларида туристик марказнинг ташкил қилиниши шу жойларнинг ўзлаштирилишига, аҳоли турмуш шароитининг яхшиланишига ёрдам беради. Сайёҳлик ривожланишининг мураккаб қирраларидан бири ҳисобланади, биз сайёҳлик иқтисодий ўсишнинг омили сифатида воз кечолмаймиз лекин иккинчи томондан у яшаш маконининг янгиланишига, туризм сиёсатини шаклланишига сабабчи бўлмоқда.

Бу муоммони ечимларини алоҳида шахс ва давлат даражасида кўриш мумкин. Алоҳида шахс даражасида ҳар бир сайёҳ табиатни муҳофаза қилиш кераклигини англаши шарт. Давлат даражасида эса енгил сайёҳлик

ривожланиши керак. Енгил сайёҳлик атроф-муҳит, дам олиш ва иқтисодий қайта ишлаб чиқиш орасида мовозанатни сақлашга интилади.

Янгича экологик фикрлаш сайёҳлик учун маъсул шахсларга ҳам етиб бориши керак. Бу борадаги сиёсат атроф-муҳитни сақланишига ёрдам бериши керак.

3.2. Молиявий муносабатларни ташкил этилиши.

Туризм фаолияти халқ хўжалиги мажмуасидаги ҳар бир тармоғида бўлгани каби молиявий муносабатларнинг ривожланиши ва молиявий механизмни ташкил этиш билан чамбарчас боғлиқ. Молия бу пул жамғармаларини шакллантириш ва улардан фойдаланиш ва пул маблағлари айланмасидан юзага келувчи пул муносабатлари тизимидир. Молиявий муносабатлар пул оқими пайтида, яъни узлуксиз давом этаётган пул оборотида вужудга келувчи муносабатлардир. Капитал бу фойда олиш учун мўлжалланган пулдир. Капитал манбалари тадбиркорлик фаолияти натижасида олинувчи даромадлар бўлиб, пул жамғармалари ва шахсий пул маблағлари асосида шаклланади. Пул жамғармалари пул маблағларининг мақсадли йўналишга эга бўлган ва нисбатан мустақил қисмини ифодалайди.

Пул маблағлари бу ўз ихтиёрига кўра эркин равишда фойдаланиш мумкин бўлган пулдир. Пул жамғармаларидан фойдаланиш функцияси пул жамғармалари ва пул маблағларини маълум мақсадларга муайян сарфлашдан иборат. Бундай сарфлаш асосида қийматнинг пул ва товар шаклидаги иккиёқлама ҳаракати ётади. Бундай жараёнлар натижасида жами ижтимоий маҳсулотларнинг натурал-буюм шаклида ва қиймати бўйича тақсимланиш рўй беради. Назорат функцияси худди бошқа иқтисодий тоифалар каби молияга хос ҳисобланади. Унинг асосида молия бозорининг иқтисодий субъектлари ўртасида юзага келувчи ва молиявий механизмнинг яратилишига олиб келувчи молиявий (пул) муносабатлари ётади. Молиявий назорат молиявий муносабатларни режалаштириш ва тартибга солиш мумкинлиги натижасида вужудга келади. Бунга эса молиявий муносабатларнинг муайян субъектлари, молиявий ресурслардан фойдаланиш мақсадлари, норма ва нормативлари, молиявий операцияларни амалга ошириш ҳажми ва муддатлари, қонуний тартибда белгиланган ҳуқуқий шарт-шароитларни сабаб қилиб кўрсатиш мумкин. Молиявий назорат турли хил кўринишда намоён бўлади. У пул ва капиталнинг ҳисоб-китоб шакли ва тизими, кредит, солиққа тортиш, гаров ва ҳоказолар орқали ҳаракат пайтида амал қилинади. Жумладан, ҳаридор сотиб олаётган товарга шартномада кўрсатилган шарт-шароитларга мос келган тақдирдагина ҳақ тўлаш пайтида молиявий назоратни амалга оширади. Сотувчи ҳаридорнинг хатти-ҳаракатлари устидан молиявий назоратни вексель ва ҳисоб-китобнинг турли хил шакллари ёрдамида амалга оширади. Кредитор (қарз берувчи) қарз олувчининг фаолияти устидан гаров ҳуқуқи, суғурталаш, молиявий чоралар тизими орқали молиявий назорат ўрнатади. Давлат ва маҳаллий ҳокимият

идоралари тадбиркорлар фаолиятини назорат қилишни солиқ ва бож тизимлари орқали амалга оширади.

Молиянинг моҳияти ва вазифалари халқ хўжалиги мажмуасининг барча тармоқлари учун умумий ҳисобланади. Молиянинг алоҳида тармоқларда, жумладан туризмдаги ўзига хос хусусиятлари унинг моҳияти ва вазифаларида эмас, балки молиявий муносабатларни ташкил этиш ва молиявий механизмнинг амал қилишида намоён бўлади.

Туристтик корхонанинг молиялари бу хўжалик субъектининг молияларидир. Туристтик корхона молияларининг вазифалари пул жамғармаларини шакллантириш ва улардан пул оқимларини ўзларининг ишлаб чиқариш, хизмат кўрсатиш ва молиявий фаолиятини амалга ошириш, фойда олиш, молиявий барқарорликни таъминлаш мақсадида самарали бошқариш асосида фойдаланишдан иборат.

3.3. Туризмнинг иқтисодий самарадорлиги

Самарадорлик умуман олганда қандайдир бир самара олиш, яъни қилинган ҳаракатлар натижаларининг фаоллигини англатади. Иқтисодий самарадорлик хўжалик юритиш жараёни бўлиб, унинг натижалари маълум бир миқдорда пул, информацион ресурслар ва ишчи кучи сарфлаш туфайли эришилган фойдада акс этади. Туризмнинг иқтисодий самарадорлиги ижтимоий туризм самарадорлигининг таркибий қисми бўлиб, маълум бир кўрсаткич ва мезонлар ёрдамида акс эттирилади. Мезон деганда қўйилган мақсадга эришишнинг тўғрилигини баҳоловчи асосий талаб тушунилади. Мезонларнинг зарурати шундан иборатки, туризмнинг ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш жараёнлари самарадорлигини ҳисоблашга қайси томондан ёндашиш кераклигини аниқлаш зарур. Ижтимоий ишлаб чиқариш бутун жамият манфаатлари йўлида хизмат қилади, шунинг учун унинг самарадорлигини жамият мақсадларига эришиш даражасидан келиб чиққан ҳолда баҳолаш лозим. Саноати яхши ривожланмаган ва узоқда жойлашган, аҳолиси кам бўлган, бироқ туристлар учун қизиқиш уйғотувчи (чиройли манзара, ов учун бой ҳамда спорт машғулотлари учун қулай жойлар) минтақаларда туристик саноат корхоналарини яратиш ушбу минтақаларни ривожлантиришга кўмаклашади. Жаҳон информацион тармоғи маркетинг ҳаракатларининг, хусусан реклама компанияларини самарадорлигини тезда ва осон аниқлашга ёрдам беради. Ишнинг самарадорлигини асосий кўрсаткичи сайтга кирувчиларнинг сонидир. Уларни қайд этиш (ҳисобга олиш,) серверлар орқали амалга оширилади. Брошюрадан фарқлироқ электрон версияда биринчи навбатда кўриб чиқиладиган ёки умуман ўқилмайдиган варақлар ҳам маълумдир. Бундан ташқари, туристларга кўрсатиладиган қўшимча хизматлар турини кўпайтириш керак. Бу ўз навбатида янги иш жойларининг яратиш имконини беради. Асосий хизматлар — жойлаштириш, овқатлантириш, транспорт хизматлари кабиларни камраб олади. Қўшимча хизматлар ҳам фойда олишнинг самарали

усулидир. Туризм иқтисодини ривожлантирилса, туризмда самарадорлик яъни ривожланиш юз беради.

3.4. Ривожланишнинг иқтисодий кўрсаткичлари

Туризмнинг тармоқ сифатида шаклланиши ва ривожланиши маълум бир иқтисодий кўрсаткичлар тизими билан тавсифланиб, улар туристик хизматларни амалга оширишнинг миқдори ва сифат кўрсаткичлари, шунингдек, туристик фаолият юритувчи хўжалик субъектларининг ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатишга оид иқтисодий кўрсаткичларни акс эттиради.

Туризмнинг ривожланиш кўрсаткичлари тизими туристик оқимлар ҳажми, моддий-техника базасининг ҳолати ва ривожланиши, туристик корхоналарнинг молиявий-иқтисодий кўрсаткичлари ва халқаро туризмнинг ривожланиш кўрсаткичларини ўз ичига олади. Туристик оқим мамлакатга (минтақага) доимий равишда келиб турувчи туристлардир. Илгарилари Ўзбекистондаги ички ва ҳудудий туризмнинг ҳажми 1,4-1,6 млн. кишини ташкил этган, бунда чет эллик туристларнинг миқдори атига 130-180 минг кишини ташкил этарди ҳолос. Бу вақтга келиб, яъни 1985 йилда Туркияда 1,5 млн, 1992 йилда эса 7 млн, 2003 йилда эса 11 млн. атрофида хорижий туристлар ташриф буюришган. Чет эл давлатлари билан солиштирадиган бўлсак, 1981 йилда Венгрия 14,2 млн. туристларни қабул қилган, 1991 йилга келиб бу миқдор 19,1 млн.га етган. 1992 йилда Ўзбекистоннинг туристик соҳаси чет эллик туристларга фақатгина 27 та, 2003 йилда эса 50 дан ортиқ хизмат турини таклиф этди. Туркия, Италия ва Испания каби мамлакатларда эса бу кўрсаткич 250 - 400 ни ташкил этади. Мамлакатимиз мустақилликка эришгандан сўнг Президентимизнинг бевосита ташаббуслари билан туризмни ривожлантириш устувор масалага айланди. Умуман олганда, Ўзбекистон Республикасида туризм инфратузилмасини ривожланишини бешта босқичга бўлиш мумкин. 2002 йилда “Ўзбектуризм” миллий компанияси томонидан амалга оширилган изланишларнинг натижаларига қараганда, ўттиз мингдан ортиқ киши бевосита туризм соҳасида фаолият кўрсатган, шу жумладан, 5,6 минг киши компания структурасида, 4,7 минг киши транспорт хизмат кўрсатиш соҳасида, 3,8 минг киши савдо хизмат кўрсатиш соҳасида, 4,7 минг киши озиқ-овқат таъминоти соҳасида, 1,5 минг киши туристик объектларни қурилишида, 2,6 минг киши индивидуал меҳнат фаолиятида, 3 минг киши маданият муассасаларида, 1,7 минг киши маданият ёдгорликлар ва табиатни муҳофаза қилишда, шунингдек 2,2 минг киши кичик шахсий туристик корхоналарда фаолият кўрсатишган. Кўриниб турганидек, туризм соҳасида кичик ва хусусий тадбиркорликни ривожлантириш сари сезиларли қадамлар ташланган. 1998 йил маълумотларига кўра, мамлакатга ташриф буюрган 643,7 минг туристнинг атиги 33,4 фоизи, 2004 йилда эса 841,2 минг туристдан 32,6 фоизи “Ўзбектуризм” миллий компанияси хизматларидан фойдаланган. Ўзбекистонда ҳукм сураётган осойишталик, юртимизнинг осойишталиги Президентимизнинг оқилона сиёсат олиб бориши, қадимий маданий

Ўдгорликларимиз ва гўзал табиатимиз мамлакатимизга ҳар йили 2-2,5 млнгача бўлган туристларни ташриф буюриши учун имкон яратади. Ҳозирги кунда замон талаблари даражасида яъни 3, 4, 5 юлдузли меҳмонхоналар маҳаллий ва хорижий туристларга сифатли хизмат кўрсатиб келмоқда. Бу эса давлат бюджетига валюта тушумини оширмоқда ва шу билан бирга аҳолининг иш билан таъминланишига имкон яратмоқда.

Бундан ташқари, республикада фаолият олиб бораётган, туристик корхонанинг молиявий-иқтисодий фаолияти кўрсаткичлари ўз ичига туристик хизматларни амалга ошириш ҳажми ёки туризм хизматларини реализация қилишдан олинувчи тушумлар, ишчи кучидан фойдаланиш кўрсаткичлари, ишлаб чиқариш фондларидан фойдаланиш кўрсаткичлари, туризм хизматлари таннархи, фойда, рентабеллик кўрсаткичлари, туристик корхонанинг молиявий аҳволи кўрсаткичларини камраб олади. Халқаро туризмнинг аҳволи ва ривожланишини тавсифловчи кўрсаткичларни алоҳида кўрсатиб ўтиш жоиз. Бундай кўрсаткичлар қаторига хорижий мамлакатларга борган туристлар сони, чет эллик туристлар бўйича турист-кунлари, туристлар томонидан хорижга саёҳат пайтида амалга оширган жами пул харажатларини киритиш мумкин. Туризмнинг ривожланиши ва туризм хизматлари ҳажмининг ўсиши жиддий ёндашувни талаб қилади, чунки қабул қилинувчи қарорларнинг ижтимоий оқибатлари жуда юқори бўлади.

Туризмда нарх ва нархнинг ҳосил бўлиши

Машҳур инглиз мақолида айтилишича, “Қиймат бу келишув, нарх эса сиёсатдир”. Бугунги кунда нархнинг моҳияти аниқ бир таърифга эга эмас. Ҳар бир иқтисодий назария нархни, уни ҳосил қилувчи омиллар мажмуасининг функционал муносабатлари натижаси сифатида кўриб чиқади. Мувозанат нархи бир томондан энг кўп фойдалиликка, иккинчи томондан эса энг кўп харажатларга тенглаштирилади. Улар эса ўз навбатида ишлаб чиқариш омилларининг энг кўп ўсиши билан изоҳланади. Туризм хизматлари нархи хом-ашё қиймати; хизматларни ишлаб чиқариш, сотиш ва истеъмол қилишни ташкил этиш учун жорий харажатлар; фойда ва алоҳида хизмат турлари бўйича билвосита солиқларни ўз ичига олади. Туристик маҳсулот нархи талаб ва рекламага мос келиши лозим. Уларни ўртача истеъмолчига эмас, балки маълум бир гуруҳларга йўналтириш лозим. Истеъмол типологиясини туристик корхоналарнинг тижорат фаолиятлари самарадорлигини оширишнинг асоси сифатида кўриб чиқиш керак.

Туристик маҳсулот нархи талабдан ташқари, мазкур маҳсулот рекламасига ҳам боғлиқ бўлади, чунки улар ўртасида чамбарчас боғлиқлик мавжуд. Қоидага кўра нархларнинг пасайиши туристик маҳсулотга бўлган талабнинг ўсишига олиб келади ва ушбу турдаги маҳсулот харидорига реклама таъсирини кўрсатади; ўз навбатида, рекламани яхшилаш туристик маҳсулот нархининг ўсишига олиб келиши мумкин. Нархлар даражаси туристик маҳсулотни сотиш ҳажмига катта таъсир кўрсатади. Бироқ бу таъсир ўзига хос хусусиятга эга бўлиб, уни қуйидагилар ёрдамида изоҳлаш

мумкин: туристик маҳсулотни истеъмол қилиш бўш вақтда амалга оширилиб, бу турист учун катта аҳамият касб этади. Бўш вақт турист учун мустақил қийматга эга бўлади, чунки у жуда ҳам чегараланган бўлади. Бу ердан ўзига хос танлов, юқори талаб ва туристик маҳсулотнинг нархи ва сифатига ўта сезувчанлик келиб чиқади. Туризм бозорида шундай ҳолат юзага келадики, бунда турист баъзи бир дам олиш жойларига у ерда кўрсатилувчи хизматлар сифатининг пастлиги ва нархининг юқорилиги сабабли бормайди. Туристик маҳсулотни сотиш вақти ва уни истеъмол қилиш ўртасида сезиларли муддат мавжуд. Турлар дам олиш мавсуми бошланишидан бир неча ой олдин тузилади ва сотилади. Бу эса туристик маҳсулотнинг нарх сиёсатида ўз аксини топади. Туризм агенти меҳмонхона маҳсулотини корхона белгисига эга бўлмаган “нетто” нархида сотиб олади ҳамда ўз номи остида сотиш мажбуриятини ўз зиммасига олади ва жойларни бронлаштиришни назорат қилади. Туризм агенти меҳмонхонадаги маълум миқдордаги жойларни сотиб олади ва шартнома имзолаш даврида келишилган қийматнинг 10 % ини тўлайди. У ушбу жойларнинг маълум бир қисмини сотишни ўз зиммасига олади. Сотилмаган жойлар учун туризм агенти маълум бир фоиз миқдорида тўловни амалга ошириши лозим.

Аксинча, туризм агенти белгиланган миқдордаги жойлардан ташқари бошқа жойларни ҳам сотганда у нарх имтиёзларига эга бўлади. Туризм агентининг ўзи туристик саёҳатлар каталогини тузади, туристларнинг тўлов лаёқати ҳамда ўзининг даромад ва харажатларини ҳисобга олган ҳолда туристик саёҳатларнинг нархини белгилайди. Туризм агентлари билан шартнома имзолаш пайтида туроператорлар иккита позициядан келиб чиқиши мумкин.

Биринчидан, туроператор туризм агентига туристик пакетни туризм агентидан олиши керак бўлган нарх бўйича сотади. Бу ҳолда туризм агенти туроператор нархига ўз фойдаси учун қўшимча қўшади. Туроператор бундай қўшимча миқдорни белгилашда иштирок этмайди.

Иккинчидан, туризм бозорида рақобатчилик шароитларида туристик пакетларни тўлиқ сотиб юбориш ва ўз обрўсини сақлаш мақсадида туроператор туризм агентига туристик пакетни қатъий белгиланган нархда тақдим этади. Бу ҳолда туризм агенти туристик пакет нархидан чегирмалар ва комиссия мукофотларга эга бўлади.

3.6. Туризмни молиялаштириш

Ҳар йили тобора кўпроқ одамлар чет элга саёҳат қилиш учун жўнаётган бўлиб, уларнинг ҳар бири чет элда бўлган пайтида ўз харажатлари учун пул тўлаш имкониятига эга бўлишлари зарур.

Банклар хорижий валюта, йўл чеклари ва шу кабиларни етказиб берувчи асосий муассасалардир. Улар хорижий валютани айирбошлаш пунктлари билан рақобат қиладилар. Бу пунктларнинг вазифаси фақат валюта айирбошлаш ва чек бўйича нақд пул беришдан иборат. Бироқ валюта айирбошлаш пунктлари ташриф буюрувчилар учун узок муддат очиқ бўлса-

да, уларнинг комиссиян фоизлари ҳам юқоридир. Ҳозирги пайтда жиддий рақобатчига айланиши мумкин бўлган қурилиш жамиятлари ҳам туризмни молиялаштиришни таклиф қила бошлади. Банклар туризмни молиялаштириш ва суғурта қилишни амалга оширадilar. Бироқ кўпинча туристик агентликлар туристларга саёҳат даврида эксклюзив хизмат турларини таклиф қилиш билан банкларга катта зарар етказмоқдалар.

Худди ўз мамлакатада бўлганидек, чет элларда ҳам одамлар кўпинча қоғоз ва танга пулларни кўп миқдорда олиб юришни истамайдилар. Бунга хавфсизлик ва қулайлик асосий сабаб ҳисобланади. Бироқ доимо, айниқса, чеклар ва кредит карточкалари ҳали унчалик ривожланмаган мамлакат ва минтақаларда маълум миқдорда маҳаллий валютадан фойдаланиш зарурати мавжуд бўлади. Банк чет элда пул олишининг бир нечта усулларини таклиф этиши мумкин. Мижозларга тавсияномалар берар экан, банклар қуйидагиларни инобатга олиши лозим: Мижоз қанча вақт мобайнида чет элда бўлади?

Унга қанча пул керак бўлади?

Мижозга қайси турдаги валюталар керак бўлади?

Мижоз битта йўналишда бўладими ёки турли йўналишларда саёҳат қиладими?

Унга қанча муддатгача пул керак бўлади?

Мижоз саёҳат қилувчи мамлакатда валютани тартибга солиш қандай аҳволда?

Мижоз учун қайси усул энг қулай ва хавфсиз ҳисобланади?

Хорижий валюта. Чет элга саёҳат қилаётганларнинг кўпчилиги ўзлари билан йўл чекларидан ташқари, маълум миқдорда хорижий валюта оладилар, чунки бораётган жойларига кечқурун, байрам ёки дам олиш куни етиб боришлар ва йўл чеклари бўйича пул олмасликлари мумкин. Шу сабабли банклар мижозларнинг талаблари бўйича пул сақлаш жойлари мавжуд бўлган йирик бўлимларида камроқ тарқалган валюта турларини сотадилар. Кам тарқалган валюта, валюта билан савдо қилиш бўлимларида берилиши мумкин. Бунда буюртмалар бир неча кун ичида бажарилади. Агарда биронта хорижий валютага талаб катта бўлмаса, уни банкдан олишда қийинчиликлар пайдо бўлиши мумкин. Бу эса мамлакатда халқаро туризм ва савдо яхши ривожланмаган тақдирда ўз ўрнига эга бўлиши мумкин.

Йўл чеклари. Йўл чеклари жуда ҳам оммавий, чунки улар жуда кам жой олади ва банкнотларга нисбатан хавфсизроқ ҳисобланади. “Томас кук” туристик агентлиги йўл чекларини биринчи бўлиб ишлатган ва ҳозирги пайтда “Мидленд Бзик” банкининг филиали ҳисобланади. Бундай чеклар фунт стерлинг ёки бошқа валютада Буюк Британия почта ва телеграф бошқармаси, баъзи қурилиш жамиятлари томонидан чиқарилади. Чеклар бошқа валюталарда ҳам, бироқ чек чиқарувчи учта йирик банк гуруҳлари “Америкен Экспресс”, “Виза” ва “Мастеркард” билан ҳамкорликда чиқарилади. Йўл чеклари расмийлаштирилгандан сўнг серия рақамларини қайд этиши ва уларнинг ишончли жойда сақланишига ишонч ҳосил қилиши лозим, чунки йўл чеклари йўқотилган ёки ўғирланган тақдирда мижоз

уларнинг ўрнини қоплашни талаб қила олади. Бу йўл чеклари тақдим этадиган қулайликлардир. Агар чек берувчи йўл чекларини бериш шартлари бузилмаган деб ҳисобласа, у ҳолда чеклар йўқотилган ёки ўғирланган тақдирда 24 соат ичида чек берувчининг бўлинмалари тармоғи ҳажмидан келиб чиққан ҳолда тўлиқ ўрни қопланиши мумкин. Чет элга саёҳат қилувчи чекларнинг ўрнини қоплаш учун уларнинг серия рақамларини айтиб бериши лозим.

Баъзи бир меҳмонхона, ресторан ва магазинларда товар ва хизматларга йўл чеклари билан ҳақ тўлаш йўлга қўйилган, бироқ бу амалиёт унчалик кўп тарқалмаган. АҚШда фунт стрелингадаги йўл чеклари хатто банклар томонидан ҳам доим қабул қилинавермайди. АҚШ долларарида чиқариладиган йўл чеклари шунчалик кенг тарқалганки, уларни нақд пул ўрнига ишлатиш ҳам мумкин бўлади. Кредит карточкалари. Юқорида айтиб ўтилганидек, кредит карточкалари билан операцияларни амалга оширувчи барча йирик Британия компанияларини иккита халқаро гуруҳга тақсимлаш мумкин.

Хулоса

Ҳозирги пайтда очик кредит бўйича молиялаштириш жуда кам қўлланади, чунки улар унчалик мослашувчан эмас, бундан ташқари, бошқа хизмат турлари кенг тарқалган. Унинг моҳияти жуда ҳам оддий – саёҳатчи ўз банки бўлимининг саёҳат қилмоқчи бўлган мамлакатдаги келишилган банк билан боғланиш ва маълум муддат давомида нақд пул беришга келишиб олиши мумкин. Бу саёҳатчи учун жуда катта қулайлик туғдиради, чунки у йўл чекларини олиб юриш заруратидан қутилади. Банк эса унинг имзоси намунасини олади. Банк бўлими ушбу хизмат учун, чет элдаги банк эса амалга оширган операциялар учун ҳақ олади. Европа ҳудудидан ташқарига саёҳатга чиққанда очик кредит бўйича молиялаштиришдан фойдаланиш тавсия қилинади. Аккредитив тақдим этиш. Бу жуда ҳам кам қўлланувчи туристик хизмат тури бўлиб, у ҳақида банк бўлинмаси билан олдиндан келишиб олиш зарур. Саёҳатчининг имзо намунаси ва қанча миқдорда пул олиши мумкинлиги тўғрисидаги маълумотлар бўлган аккредитив тайёрланади. Ушбу аккредитив бир нечта банкларнинг исталганига тақдим этилиши мумкин. Мазкур хизмат тури бугунги кунда жуда кам қўлланаётганлиги сабабли чет элдаги банкларни аккредитивнинг тўғрилигига ишонтириш жуда қийин.

Таянч иборалар

Туризмнинг иқтисодий самарадорлиги, туризмнинг иқтисодий кўрсаткичлари, туристик хизматлар нархи, туризмда молиявий муносабатлар.

Назорат учун саволлар

1. Туризмда иқтисодий самарадорлик нимани англатади?
2. Туризмнинг иқтисодий кўрсаткичларини айтиб беринг?
3. Мультипликаторни ҳисоблаш формуласини ёзиб беринг?

4. Туризмда молиявий муносабатларнинг ўзига хос хусусиятларини айтиб беринг?
5. Тўлов карточкалари нима?
6. Case-study. Туризмда тўловларни ташкил этиш.
7. Иқтисоддаги инкрезий ҳолатларни аниқланг.
8. Экология сайёҳлик билан боғлиқми?
9. Самарадорлик умуман олганда қандай маънони билдиради?
10. Банклар туризмни молиялаштириш ёки суғурта қилиш деганда нимани тушунаси?

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар маҳкамасининг 8-август 1998 йилдаги №346 “Туристтик ташкилотлар фаолиятини такомиллаштириш ҳақидаги” қарори.
2. А. П. Юрьев «Планирование туризма», Донецк. 2001.
3. «Туризм как экономический приоритет» (Серия «Экономика современной России») / Проуорзин Л.Ю. 216 стр. 2004г
4. Жукова М.А. Менеджмент в туристическом бизнесе: учеб. Пособ. – М.: КНОРУС, 2005. -192с.
5. Запесоцкий А.С. Стратегический маркетинг в туризме: Теория и практика. – Спб.: СПбГУП, 2003. -352с.
6. Здоров А.Б. Экономика туризма: Учебник. –М.: ФиС, 2004. -272с. 2 экз.

IV боб: Туризмда бошқарув сиёсатининг тизими ва структураси.

- 4.1. Туризмда бошқарув сиёсатининг тизими ва структураси.
- 4.2. Бошқарув функциясида буйруқ бериш.
- 4.3. Сиёсатнинг туризм ривожланишига кўрсатувчи таъсири.
- 4.4. Туризмни бошқариш тизими.
- 4.5. Иқтисодиёт ва туризм.
- 4.6. Экология ва туризм.

4.1. Туризмда бошқарув сиёсатининг тизими ва структураси.

Туризмнинг умумий мажмуавий тизимини системали назария асосида унинг таркибий қисмлари ҳисобланувчи қуйи тизимларга тақсимлаш мумкин. Системали назария деганда қуйидаги савол юзага келади: тизим ўзи нимани англатади? Масалан, бир уюм қум тизим бўла олмайди. Қумни аралаштириб ташлаш, бир сиқим қўшиш ёки олиб ташлаш мумкин, лекин шу ҳолича қолаверади. Тизимда эса бундай бўлиши мумкин эмас, чунки ҳар қандай ўзгариш тизимнинг таркибий қисмлари ўртасидаги алоқаларни, демак, унинг тўлиқлик характерини ўзгартиришга сабаб бўлади. Тизим тушунчасини изоҳлаш учун айтиш мумкинки, тизим бу улар ўртасида ўзаро алоқалар мавжуд ёки юзага келиши мумкин бўлган элементларнинг тартибга солинган йиғиндисидир. Туризм тизимига нисбатан бу туризм соҳасида рўй бераётган ҳодиса ва муносабатларнинг бирлиги ва йиғиндиси деб айтиш мумкин. Шу тариқа туризм тизими туристик корхона, ташкилотлар ва минтақалар ташқи муҳит билан ўзаро муносабатлар тизими сифатида намоён бўлади. Туризм асосида иккита қуйи тизим – туризм субъекти ва туризм объекти ётади. Туризм субъекти деганда ўз эҳтиёжларини ўзига хос туристик хизматлар ёрдамида қондириш имониятини излаётган туристик чоратадбирлар иштирокчиси ёки турист тушунилади. Хизмат турининг номи туризм объекти сифатида тақдим этилади. Туризм объекти деганда туризм субъекти (турист) учун саёҳат мақсади бўлиши мумкин бўлган ҳар қандай объект тушунилади. Бу барча туристик структураларга эга бўлган кенг ихтисослашган туристик минтақа бўлиши мумкин.

Туризм тизимини ўраб турувчи дунё иқтисодиёт, экология, технологиялар, сиёсат ва ижтимоий тизим ёрдамида ифодаланади. Ташқи муҳитдаги санаб ўтилган тизимлар ягона бўлмаса-да, улар туризмга кучли таъсир кўрсатади. Туризмнинг ташқи муҳитга боғлиқлиги унинг ўзига хос хусусиятлари ва энг муҳим тавсифномаларидан биридир. Туризм субъекти ва туризм объекти қуйи тизимлари ўртасида бўлгани каби, туризм тизими ва ташқи тизимлар ўртасида ҳам маълум бир ўзаро алоқалар мавжуд. Туризм тизими ва у фаолият юритаётган ташқи муҳит ўртасида маълум бир ўзаро алоқалар мавжудлиги сабабли шуни тасдиқлаш мумкинки, туризм бу очик тизим бўлиб, уни замонавий менежмент усуллари ва тамойилларидан фойдаланилган ҳолда бошқариш мумкин ва зарур. Шу тариқа туризм очик тизим сифатида иқтисодиёт, экология, ижтимоий муҳит, сиёсат ва технологиялар билан ифодаланувчи ташқи муҳит билан ўзаро алоқада

бўлади. Туризм тизими иккита қуйи тизимга – туризмни бошқариш субъекти ва туризмни бошқариш объектига тақсимланади. Туризмга ташқи муҳит таъсирини кўриб чиқар эканмиз, унинг ҳамма жойда ҳам бир хил эмаслигини инобатга олишимиз зарур. Менежмент учун ташқи таъсирнинг энг сезиларли омилларини аниқлаш ва уларга аниқ тасир кўрсатишнинг самарали усулларини ишлаб чиқиш муҳим аҳамият касб этади. Туризм тизими ва ташқи муҳитнинг ўзаро боғлиқлигини кўриб чиқамиз.

4.2. Бошқарув функциясида буйруқ бериш.

Бошқарув функциянинг яхши шаклда юритилиши учун ходимларни аниқ мақсадларга эришиши учун бошқарувнинг аҳамияти эътиборлидир. Бу фаолиятни фақат буйруқ бошлайди, ўзгариши ёки тўхталиши мумкин. Буйруқ билан ташкилот ривожланиши ва тизимини қозонади ёки фаолиятига нукта қўйилади. Буйруқнинг таърифи ва шакллари.

Буйруқ юқори табақанинг қуйи бўлимларга берилган талабларнинг истак шаклидир. Ташкилотларда буйруқ юқоридан қуйига тўғри берилади ва аксарияти сўзимиз тасдиғи эмасдир. Фақат уюшманинг ичида юқори бўлимдаги икки бошқарувчи ўртасида буйруқ алоқаси йўқдир. Буйруқ мақсадларига эришувчи ва ходимлар тарафидан тўғри қаршилана оладиган мавзуда бўлиши керак. Буйруқлар;

1. Умумий ва шахсий буйруқлар.
2. Ёзувли ва сўзли буйруқлар.
3. Расмий ва шахсий буйруқлар шаклида бўлади.

1. Умумий ва шахсий буйруқлар. Бу буйруқнинг умумий ёки шахсий бўлиши, бошқарувчининг устунлигига, келажакдаги режаларни кўра билишига ва ходимларнинг услубларига боғлиқдир. Шу сабабдан ҳар бир шахсий буйруқ ҳолати учун шахсий буйруқ берилади. Буйруқ берилиши шаклини ходимларнинг таъсири белгилайди. Баъзи ходимларнинг фаолияти назоратни талаб қилади. Бу ходимларга шахсий буйруқлар берилади.

2. Ёзувли ва сўзли буйруқлар. Тушуниши қийин бўлган, узун ва ёдда қолиши қийин бўлган, статистик рақамлари кўп бўлган жараёнда ёзувли буйруқ берилади. Ёзувли буйруқларнинг тайёрланишида катта эътибор бериш керак. Сўзли буйруқлар юқоридагиларнинг қуйидагилар билан юзма-юз турганида берилади. Содда ва тафсилотли ишларда, ишнинг қулай бўлиши ҳолларида, персоналнинг қизиқишини тўплаш вазиятида, тушуниш осон ва узун бўлмаган шаклда берилиши керак.

3. Расмий ва расмий бўлмаган буйруқлар. Бу буйруқ шакллари ташкилотнинг барча бўлимларида мавжуд. Бу эса бевосита шартнома асосида амалга оширилади ёки акси бўлиши ҳам мумкин. Буйруқнинг хусусиятлари. Буйруқларнинг тайёрланиши ва берилишида баъзи асосларга таяниши керак. Бу хусусиятлар:

а) Буйруқ ақлан ва жойига келтирилган бўлиши керак. Бериладиган буйруқ ходимларнинг кучига, қобилиятига ва хислатларига мос равишда бўлиши керак.

б) Буйруқ аниқ бўлиши керак. Бу мавзуда бошқарувчи ўз обрў эътиборига эҳтиёт бўлиши керак.

с) Буйруқ фаолият билан боғлиқ бўлиши керак.

д) Буйруқлар ходимларнинг туйғуси ва ишончларига, ташкилотнинг мақсадига мос равишда юритилиши керак.

е) Буйруқнинг берилиш сабаби ҳамма ходимларга тушунарли бўлиши керак.

Бошқарувчи буйруқ беришда баъзан хатоликларда йўл қўйиши мумкин. Буларнинг олдини олиш учун бошқарувчи ва ходимлар асосан ишнинг самарали бўлишига эътибор қаратишлари керак. Бошқарувчи эътиборга олиши керак бўлган хусусият — таъсирчан бошқарувдир.

1. Ташкилотда иш шароитини ярата олиш. Чунки бошқарувчи ташкилотнинг мақсадларига эришиши учун ходимларни самарали ишга жалб қила олиши лозим. Асосий мақсад ташкилотнинг ишлаб чиқаришини ва ходимлар фаолиятининг самарасини оширишдан иборат. Ташкилотнинг мақсадларга эришиш руҳиятини бошқарувчи ярата олиши керак.

2. Персонални яқиндан таниш керак. Бошқарувчи ходимларнинг жисмоний ва руҳий қобилиятларини жуда яқиндан таҳлил қила олиши керак. Яқиндан таниши персоналларнинг ўз ўрнида давомли ишлашига имконият яратиб беради. Персонални танлаш ва уларнинг самарали шаклда ишлаши учун бошқарувчилик фаолияти асосий омиллардан бири ҳисобланади.

3. Вазифа ва масъулият хусусидаги камчиликларни бартараф эта олиш. Бошқарувчи барча ходимларга ўрнатилган бўлиши керак.

4. Персонал ва ташкилот ўртасидаги алоқаларни яқиндан таниш. Бошқарувчи персонал ва ташкилотнинг харажатларини олдиндан кўра олиши керак.

5. Бошқарувчи ҳаракатлари ва ишчанлиги билан ходимларга ўрнатилган бўла олиши керак.

6. Персоналлар давомли назорат остида бўлиши керак.

7. Бошқарувчи ходимлар билан тез-тез йиғилиш ўтказиб, керакли маълумотларни олиб туриши керак.

8. Бошқарувчи барча фаолиятларни назорат қила олиши керак.

9. Бошқарувчи ўзининг одил сиёсатини юрита олиши керак.

10. Бошқарувчи ходимларнинг қобилияти ва тажрибаларига қараб вазифаларни тақсимлаши керак.

11. Яхши бошқарув тизими барча хатоларни олдиндан кўра олади.

Бошқарув функциясида ахборот (хабарлашув).

Ахборотнинг таърифи ва аҳамияти.

Бошқарувнинг бутун функцияларда ахборотни бошқариш ташкилот учун аҳамиятлидир. Буйруқ ва маълумотлар ахборот учун тушунарли бўлиши лозим. Ташкилотда лидерликнинг қўлланиши, ходимларни мотивация этиш, қарорларнинг бажарилишида, ҳаракатларнинг координация этилишида, фаолиятларнинг назорати учун ахборот энг керакли ресурс деб топилмоқда. Ахборот лотинча сўз бўлиб **communicave** сўзидан олинган. Бошқа бир маъноси — ахборот алмашув ташкилотдаги ходимларни бир-

бирига боғлаб турувчи восита деб ҳисобланмоқда. Ташкилотнинг мақсадларига эриша олиши учун яхши шаклда ривожланган ахборот каналларига боғлиқ.

Алоқа жараёни. Инсонлар бир-бирлари билан давомли алоқа жараёнида бўлади. Алоқа жараёнини David K. Bevlo куйидаги кўринишда кўрсатиб берган. Бу услубни ҳар қандай алоқа учун қўллаш мумкин.

Жадвал барча ташкилотлар учун мувофиқ бўлган унсурлар моделидир



1-Жадвал. Барча ташкилотлар учун унсурлар модели.

Барча ташкилотларда фикрлар, тушунчалар ва маълумотлар бошқаларга етказилиши учун керакли манбага эга бўлиши керак.

Алоқага таъсир этувчи факторлар.

Алоқага таъсир этувчи факторлар икки хилда, вазият ўзгариши ва ташкилий ўзгариш асосида белгиланади.

1. Вазият ўзгариши.

А) Узоқлик, узоқлик қамрови обрў-эътибордан узоқлик ва жуғрофик узоқлик асосида.

Б) Вақт

С) Шовқин

Д) Режалаштирилган, контрол ва маълумот системалари.

Е) Технология.

Ф) Вазифа.

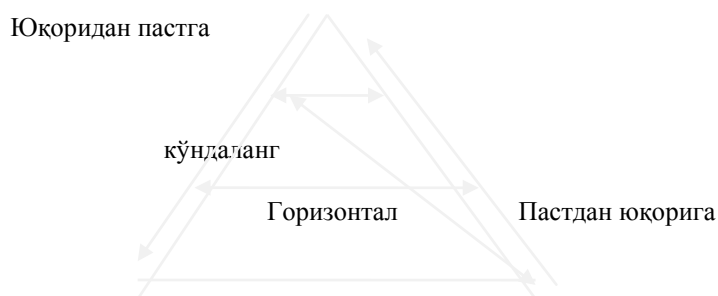
2. Ташкилот ўзгариши (иқлим)

а) Ташкилот қурилиши.

б) Ташкилий ўзгариш

с) Бўлимлар ўртасидаги алоқалар.

Шаклли алоқа каналлари ташкилотнинг кўрилишида режалар қилиниб, турли бўлимлар, унсурлар ва кишилар ўртасидаги алоқаларнинг қайси каналлар воситаси билан белгиланиш режада кўрсатилади. Қуйидаги шаклларда алоқа каналлари кўрсатилган.



2-жадвал. Шаклли алоқа каналлари.

А) Юқоридан пастга. В) Пастдан юқорига. С) Кўндаланг. Д) горизонтал шаклда таҳлил қилишади.

А) Юқоридан пастга. Юқоридан пастга бўлган тўғри алоқани кўрсатади.

Б) Пастдан юқорига тўғри алоқа, истак, тилак, тушунча, таклиф ва қилинган ишлар пастдан юқорига шаклли каналлар орқали маълумот берилади.

В). Кўндаланг алоқа. Бу шаклда ташкилот бўлимлари вертикал, горизонтал алоқа хоналаридан бошқа кўндаланг шаклдаги пастдагиларнинг юқоридагиларга ишлари билан алоқали маълумотларни бериши кўндаланг алоқа ҳисобланади.

Г) Горизонтал алоқа. Бир хил табақадаги киши ва кишилар ўртасидаги қарши ва ўзларини қизиқтирган мавзулар асосида қўлланилади. Бошқа томондан горизонтал алоқа ташкилотда бирдамлик ва ишлаш руҳиятини яратишда ёрдамчи бўлади. Бу алоқада алоқа тезлиги, иқтисодий устунлик сақланади. Ходимлар ўртасидаги қурилган алоқалар ишонч, мақсад ва ҳаракат бирлигини етказиш ва харажатлар, кишилар ўртасидаги харажатларнинг камайишига имкон яратади. Алоқанинг мустаҳкам бўлиши учун жойига ва вақтига мувофиқ хусусиятни тўғри ва тез шаклда қўлланиши учун восита танланиши керак. Ташкилотларда ишлатиладиган алоқа воситалари сўзли ёзувни ва кўриш ва эшитиш орқали амалга оширилади.

1. Сўзли алоқа воситалари; шахсий ёки телефонда кўришиш мажлислар, конференциялар, ташкилот саёҳатлари тадқиқот ва комиссиялар, семинарлар шаклида бўлади. Сўзли алоқа воситалари хабарларнинг тезда етказилишида муҳим рол ўйнайди.

2. Ёзувли алоқа воситалари. Ташкилот газеталари, мажлис натижалари, шахсий бллютенлар, ташкилот ходимларига мактублар каби воситалар.

3. Кўриш - эшитиш алоқа воситалари овозсиз фильм, макет, расм, график, шакл, радио, магнитофон, фильм, телевизор ва компьютерлардир.

Бошқарув функциясида лидерлик.

Лидерликнинг таърифи ва хусусиятлари. Бундан олдинги мавзуларимизда ходимларни ўз-ўзини бошқариш, истак ва орзуларидан ташкил топган мативация билан қисман у кишининг бошқарувчи вазиятида турган ва иш ҳақи, иш шартлари, ташкилот сиёсати каби мавзулар кўриб чиқилди. Лидерлик инсонларни белгиланган мақсадларга ҳаракат қилишига ишонтириш қобилиятидир. Бошқалар билан восита орқали лидерлик ва ташкилот ўртасида алоқа бўлиши керак. Бошқарувчилар фикр ярата олиш, режалаштириш, ташкиллаштириш, мативация қилиш, хабарлашиш ва контрол функцияларини жойига келтирадидлар. Лидерлик таърифларининг барчасида муштарак бўлган нуқта — таъсир кўрсатиш фаолиятидир. Аслида бошқарувчининг хусусиятида ҳам таъсир кўрсатиш жараёни бўлиши керак. Фақат бошқарувчи ва лидер ўртасидаги фарқ, таъсир кўрсатиш мавқеига боғлиқдир.

Бошқарувчи ташкилот ичида ўзига юклатилган расмий таъсирни қўллаб бошқаларни ишлатиладиган кишидир.

Лидер эса ўз шахсий қобилиятларига таяниб ҳеч қандай расмий таъсирга эга бўлмасдан бошқаларга таъсир кўрсата олиш қобилиятига эга бўлган кишидир. Бу таърифларга кўра бошқарувчилар лидерлик қобилиятларига эга бўлиши керак. Бошқарув шаклларига кўра ижобий ва салбий лидерлар. Лидерларда инсонларни бошқариш шакли бир-биридан фарқлидир. Лидер кузатувчиларни иқтисодий ёки бошқа турли шаклларда мукофотласа, ижобий лидерлик қобилиятини қўллаган бўлади. Тез-тез жазо беришга одатланса, салбий лидер ҳисобланади. Ташкилотларда бошқарувчилар ижобийдан салбийга қадар бўлган лидерлик мавқеи устида ҳар икки лидерликни ҳам қўллайдилар. Ижобий лидерлик, умуман, жуда юксак иш ҳолати ва муваффақият билан тугайди. Салбий лидерликда жуда кўп ҳолатда бошқарувдаги харажатлар билан қаршиланади.

Энг қобилиятли лидерлар ташкилотдаги салбий ҳаракатларни ўз қарорлари билан бартараф қила олади. Бунинг учун лидердан жуда кўп масъулиятни бажара олиш талаб қилинади.

Бошқарув шаклларига кўра инсонга ва бошқарувга йўналган лидерлик.

Инсонга йўлланган лидерлик шаклини қўллайдиган бошқарувчилар ходимларнинг қобилиятларига кўра қарор қиладилар. Умумий иш ҳолатини яратишга ва ходимларнинг муаммоларини ечишга ҳаракат қилади.

Ишга йўналган лидерлик тарзини қўллайдиган бошқарувчилар, бошқарувчининг янги шаклларини кашф қилиб, ходимларнинг доимий иш билан банд бўлишларини истайдилар. Бу шаклдаги лидерлар ишлаб чиқариш ва ишнинг сифати билан қизиқадилар. Бунинг учун лидерлар бошқарув позиция кучларига эга бўлиши керак. Лидер, мукофотлантириш ва жазолаш шаклларини кўп ишлатса шу қадар таъсирли бўлади. Лидер мавқеида бўлган киши айни вақтда техник, муваффақият ва қамров мавзуларида қобилиятга эга бўлиши керак. Бу кўринишлар лидерларнинг мавқеига қараб ўзгаради.

Туризм ташкилотларида бошқарувида назорат функцияси.

Назоратнинг таърифи, моҳияти ва аҳамияти.

Бошқарув муддатининг сурдирилиши, назоратнинг муваффақиятли бўлишида аҳамиятлидир. Назорат бошқарув органлари кутилаётган ҳолатларнинг бир-бирига мувофиқ қилиниши тадқиқот қилувчи йўналишдир. Бошқа бир таърифга кўра назорат, бошқа функцияларнинг нимани, қандай ва қай тарзда амалга оширилганлигини аниқлайди. Таъсирли назорат учун режа керак.

Назоратга эҳтиёж икки фактордан туғилади.

Биринчиси, шахсий ва умумий мақсадлар бир-биридан фарқлидир. Шу сабабдан ходимларнинг ташкилот мақсадлари учун ишлашини назорат қилади.

Иккинчиси, назорат кераклидир, чунки мақсадларнинг туғилиши билан мақсадларга эришиш учун маълум вақт ўтади.

Бу вақтда кутилмаган баъзи бир мавзулар сабабли ижобий ва салбий оқсоқлилар туғилиши мумкин.

Контрол жараёни шартларга мувофиқ иш юритувчи динамик жараёндир.

Ҳақиқатдан контрол муддати, бошқарувдаги оқсоқликларни майдонга келмасидан олдин бартараф этиб, муваффақиятга эришиш демакдир. Умумий тарзда контрол даражасининг яхши ишлаши, контрол воситалари ва услубларнинг яхши танланиши, контрол қиладиган ходимларнинг яхши жойлаштирилиши, алоқа мавқеининг яхши кўрилиши асосий жараёнларда зарур ҳисобланади. Ва шулар контрол системанинг асосий хусусиятларидир.

а) Контрол системанинг тушунарли ва доимий бўлиши шарт. Контролнинг тушунарли бўлиши учун, шахсларнинг нима учун ишлашларини ва ҳар бир ходимнинг мавжуд мақсадлари ўртасидаги алоқанинг қай шаклда бўлишини билиши керак.

Контрол системасининг доимийлиги, маълумотларнинг аниқ пойдеворига асосланади.

б) Контрол жараёнида вақт унсури аҳамиятлидир. Контрол система режали, мумкин қадар тез бўлиши керак.

в) Контрол системаси таъсирли бўлиши керак. Ташкилий ҳолат динамик бўлиши ва контролга мувофиқ бўлиши керак.

г) Контрол системаси тўғриловчи фаолиятларни кўрсатиши керак.

д) Контрол системаси иқтисодий ва моддий бўлиши керак.

Контрол воситалари.

Ташкилотларда фаолият билан шуғулланувчи кишиларнинг вазифаларини соддалаштирувчи, бошқа ифода билан контрол ёрдамчиси ва уларнинг муваффақиятли бўлишини таъминлайдиган воситалар бор. Бу воситалар: шахсий назорат, молиявий муҳосаба, бошқарув муҳосабаси ва қарор олиш муҳосабаси.

Шахсий назорат.

Ташкилотларда, натижаларнинг контролида шахсий назоратнинг ўз ўрни ва роли бор. Бу контрол воситаси учун жуда аҳамиятли.

Шахсий назоратнинг фойдалари: иш ҳолатининг яхши шаклида жойлаштирилиши, фикрларнинг белгиланишида қўлланиладиган овоз тони ва эшитиш ишончи, персоналнинг таклифи ва таклифларга муносабати, савол

сўраш ва маълумот бериш мавзуларида роҳат бўлиши каби мавзуларни тўплашимиз мумкин. Шахсий назорат фойдаларнинг акси бўлиб, кўп вақтни олиши каби ноқулайликлари бор. Бу ноқулайлик персоналларнинг стратегик фаолиятларини, контрол нуқталаридаги натижаларни контрол этишда физик хатоларга дуч келиши мумкин. Бунинг учун ҳар бир ходим шахсий назорат остида бўлиши ташкилот учун аҳамиятлидир.

Молиявий муҳосаба. Молиявий муҳосаба, ташкилотларнинг фаолиятларининг натижаларининг рапорланиши муҳосаба мутахассислари томонидан қабул қилинган баъзи асослар устига қурилган.

Молиявий муҳосаба натижаларга таянган молиявий характердаги рапорлар баланс ва кирим-чиқим жадвалларидир.

Баланс, ташкилотнинг маълум бир вақтдаги ҳолатини кўрсатадиган жадвалдир. Баланс, актив ва пассив бўлимли ва икки паллали тарози кабидир. Пассив қисмида ташкилотнинг масъулиятлари жойлашади.

Актив қисмида эса, масъулиятлар натижасида қарзлар ҳисобига тўпланади. Актив бўлимда эса масъулиятлар натижаси қабул қилинган манбаларнинг қўлланиш ерлари алоҳида шаклда ҳисобларда кўрсатилади. Ташкилот борликлари фаолият натижалари учун ўзи ҳам манба ярата олади.

Баланс, молиявий таҳлиллар учун катта ўлчамда маълумот етарли даражада чегарали бўлиши шарт.

Масалан, бу хусусиятларга кўра меҳмонхонадаги фойда-зарар жадвали уч бўлимда ташкил топади.

Биринчи бўлимда жой олган (хоналар, ичимликлар) натижалар ҳисоблари алоқали бошқарувчи марказлари қабул қилади.

Иккинчи бўлимда, натижа ҳисоблари, меҳмонхона мудирлари тарафидан контрол этиладиган бошқарув ва умумий, реклама, иситиш, ёруғлик, энергия, таъсир каби харажатлардир.

Учинчи бўлимдаги натижа ҳисоблари, ижара, давлат солиқлари, суғурта, фоиз, амортизация каби фаолиятлардан бошқа харажатлар.

Бошқарув муҳосабаси (таннарх).

Бошқарув муҳосабаси, ташкилот таркибидаги ходимлар учун ва улар тарафидан, яъни бошқарув томонидан тайёрланади.

Бошқарув ва таннарх муҳосабаси мавзусидаги умумий қабул кўрилган бир тушунчага кўра бошқарув муҳосабаси, таннарх муҳосабаси, таннарх муҳосабасининг таннархи ва баҳо муаммолари каби мавзуларга аҳамият берадиган кўринишдир.

Туристтик ташкилотларда бошқарув муҳосабасининг бошланғич мавзулари овқат ва ичимлик контроли, иш ҳақи контроли ва бюджет контроли каби турлари мавжуд.

а) Овқат ва ичимликлар таннархи контроли меҳмонхоналарнинг мувофиқ бўлган бўлимларида қўлланилади.

б) Иш ҳақи контроли.

Бу бевосита ходимлар билан боғлиқ. Иш ҳақи ҳар бир ходимга шартнома асосида тўпланади.

в) Бюджет контроли.

Контрол воситалари ичида энг кенг камровлиси бюджетдир. Бюджетнинг физик ва молиявий хусусиятларининг етарлича шакллари мавжуд. Тижорат шаклидаги туристик ташкилотларнинг бюджетлари сотишлар асосида тўлдирилади. Бу бюджет контролининг асосий воситаларидан бири ҳисобланади.

4.3. Сиёсатнинг туризм ривожланишига кўрсатувчи таъсири

Сиёсат ва туризм ўртасидаги алоқа шундан иборатки, давлат туризмни бошқаради, туристик фаоллик эса давлатнинг аралашувини талаб қилади. Ушбу омил давлат бошқарувининг турли шаклларида турли кўринишда намоён бўлади. Тоталитар давлат тизимида туризм давлат ва сиёсат функцияларини бажаради, яъни сиёсий мақсадларга бўйсунди ҳамда давлат муассасалари томонидан режалаштирилади ва бошқарилади. Бундай мамлакатлар кўпинча ташқи дунё учун ёпиқ бўлади.

Мисол. Собиқ СССРда зарб мамлакатларига саёҳат қилиш жуда қийин бўлиб, жуда ҳам кам ҳолларда амалга оширилар эди. Капиталистик мамлакатларга саёҳат қилишга рухсат бериш ёки таъқиқлашдан аҳолининг тизимга садоқатини таъминлаш воситаси сифатида фойдаланилган. Чет элга фақат давлат муассасалари ходимлари назорати остида гуруҳлар таркибида бориш мумкин бўлган. Бунда белгиланган йўналишдан четга чиқиш ва маълум бир меҳмонхоналарда тунашга рухсат берилмаган.

Тоталитар давлат қатъий тартибга солиш билан ажралиб турган бир пайтда бозор иқтисодиёти амал қилувчи мамлакатлардаги аҳвол умуман бошқача. Давлатнинг ўзи туризмни бошқаришдан воз кечади ва ҳар бир фуқарога ҳаракатланиш эркинлигини беради. Бу эса туризм ўз камчиликлари ва ютуқлари билан ҳеч қандай тўсиқларга учрамаган ҳолда ривожланиши мумкинлигини англатади. Бу икки хил давлатлардан ташқари ижтимоий йўналишли бозор иқтисодиётига асосланган мамлакатлар ҳам мавжуд. Ижтимоий йўналишли бозор иқтисодиётида ҳар бир шахснинг ҳаракатланиш эркинлиги жамиятнинг барча аъзолари фойдасига хизмат қилиши учун чеклаб қўйилади. Давлат аҳолининг кенг қатламларини моддий жиҳатдан таъминлаш имкониятларини кенгайтириш мақсадида аралашини мумкин. Бу ижтимоий сиёсат деб аталади. Бунда туризм давлат томонидан тартибга солинади ҳамда давлат туризм сиёсатини шакллантиради. Туризм сиёсати бу туризмнинг шаклланиши ва ривожланишига бу тармоқнинг муҳим хусусиятларига таъсир кўрсатиш йўли билан кўмаклашишидир. Давлат қўйилган мақсадни бир ўзи амалга оширмайди: туризм сиёсатини шунингдек, туристик бирлашма ва иттифоқ каби нодавлат муассасалари ҳам шакллантиради. Давлатнинг туризм сиёсати бутун мамлакат, вилоят, туман ва шаҳарлар миқёсида яратилади. Германия ва Швейцария туризм концепциясида туризм сиёсатининг тамойилларини ҳужжатлар орқали расмийлаштириб олганлар. Масалан, Германиянинг 1975 йилги туризмни ривожлантириш сиёсий дастури қуйидаги асосий бўлимлардан иборат:

Туризмни мақсадли йўналтирилган равишда ривожлантириш учун зарур бўлган иқтисодий ва ижтимоий-сиёсий шарт-шароитларни ажратиб кўрсатиш;

немис туризм саноатининг рақобатбардошлиги ва қудратини ошириш; аҳолининг катта миқдори туризмда иштирок этиши учун зарур бўлган шароитларни яхшилаш; халқаро туризм соҳасида ҳамкорликни кенгайтириш.

Бироқ расмий сиёсат, яъни давлат томонидан ишлаб чиқилган чоратадбир ва қарорлардан ташқари сиёсатчилар ҳам туризмнинг ривожланишига бевосита ёки билвосита таъсир кўрсатадилар. Давлат туризм соҳасига қанчалик кўп аралашса унинг марказлашув тенденцияси шунчалик ортади деб ҳисобланади. Сиёсат оламида туризмга у ёки бу кўринишда таъсир кўрсатувчи бир нечта таркибий қисмлар мавжуд. Булар қаторида иқтисодий сиёсат, йўловчи ташиш сиёсати, ижтимоий сиёсат, ҳудудий сиёсат, маданият сиёсати ва дам олиш сиёсатини кўрсатиш жоиз.

Йўловчи ташиш сиёсати. Йўловчи ташиш сиёсати туризмга доимий таъсир кўрсатувчи иккинчи элемент ҳисобланади. Саёҳатга жўнаш қайсидир маънода йўловчи қатнови иштирокчиси бўлишни англатади. Мазкур соҳада иккиёклама алоқа мавжуд, чунки туризмнинг йўловчилар ташувига боғлиқлигидан ташқари, улар туризмнинг ривожланишига боғлиқ бўлади. Бунга эса туризмнинг йўловчилар ташиш жараёнига катта таъсир кўрсатиши сабаб бўлади. Бу алоқалар оммавий таътиллар даврида яққол кўзга ташланади: автомагистраллар ва бошқа йўлларда ҳаракат кўпайиб, манзилга етиб олиш қийинлашади. Йўловчи ташиш сиёсатида учта таркибий қисмни ажратиб кўрсатиш мумкин: темир йўл тармоғини қуриш ва кенгайтиришни белгилаб берувчи темир йўл транспорти сиёсати; автомагистрал ва авиайўллар транспорти сиёсати; шунингдек, муҳим дарёлар бўйлаб индивидуал саёҳат қилиш имконини берувчи транспорт воситалари сиёсати. Улар алоҳида таклифларни (масалан, Гласир-экспресс йўналиши Швейцария Альпидаги Мориц ва Ёермат каби мафтункор жойлар орқали ўтади. Бундай экспресс бўйлаб саёҳат қилиш оддий поезд вагонлари ўрнига атрофдаги гўзал манзарани томоша қилишни яхшилаш учун махсус вагонлардан фойдаланиш сабабли янада қизиқарли бўлади) шакллантириш ва уларга кўмаклашиш йўли билан ҳамда тарифлар сиёсати ёрдамида мақсадли йўналган ҳолда таъсир кўрсатиш мумкин. Тарифлар сиёсати жамоатчилик транспорт воситаларида йўл ҳақини шакллантириш стратегиясини белгилаб беради ҳамда туризмга нархларни дифференциация қилиш (масалан, ёшлар ва талабалар поезд ва самолётга имтиёзли нархларда чипта сотиб олишлари мумкин) йўли билан таъсир кўрсатиши мумкин бўлади.

Меҳмонхона ва ресторан техникаси. Туризмга катта таъсир кўрсатувчи технологияларнинг иккинчи таркибий қисми бу меҳмонхона ва ресторанларни асбоб-ускуналар билан таъминлаш ва жиҳозлашдир. Сўнгги ўн йилликларда бу ҳолат янада яхшиланди, шунинг учун меҳмонхона ва ресторан хўжалигида иш жараёнлари соддалаштирилди.

Коммуникацион техника. Коммуникацион техника замонавий босқичда компьютер технологияларининг ривожланиши билан изоҳланади:

компьютерлардан фойдаланиш ахборот ва коммуникация технологияларига инкилобий ўзгаришлар киритди, чунки бу катта ҳажмдаги маълумотлар билан ишлаш ва уларни керакли жойларга етказиб беришни тезлаштиради. Ахборот тизимлари туризм бозорининг ошкоралигини ошириб, саёҳат йўналишини танлаш ва унга тайёрланишга тегишли қарор қабул қилишни енгиллаштирди.

Мисол. Интернет ёрдамида компьютер захираларидан фойдаланиш бир неча сония ичида меҳмонхоналардаги бўш ўринлар, жаҳондаги транспорт компаниялари ҳақида маълумот олиш ва турли хил хизматларга буюртма бериш имконини беради; транспорт воситаларининг ҳарактланиши тўғрисидаги маълумотлар ва тарифлар электрон усул ёрдамида олинади; йўл учун чипталар расмийлаштириши автоматлаштирилади.

Шу тариқа транспорт воситаларининг ривожланиши туристлар учун ҳаракатланиш эркинлигини оширади. Меҳмонхона ва ресторан техникаси у ерда бажарилувчи иш ва кўрсатилувчи хизматларни соддалаштириб, стандартлаштиради ва ишчи кучини қисман тежайди. Коммуникация технологиясининг ривожланиши учун компьютер технологиялари муҳим аҳамият касб этади, чунки компьютерлар туристик муассасалар учун зарур бўлган катта ҳажмли маълумотларни оз муддат ичида қайта ишлаш ва уларни керакли жойга етказишга имкон яратади.

4.4. Туризмни бошқариш тизими.

Бошқариш структураси тушунчаси, туризм бу иқтисодиётнинг муҳим тармоғи бўлишдан ташқари, мураккаб ташкилий структура ҳамдир. Туризмга нималар мансублигини аниқ белгилашнинг уддасидан чиқиш доим ҳам осон кечмайди: истеъмолчилар туристик структураларнинг ўзаро ҳаракатларини сезмайдилар, туристик корхоналар вакиллари эса ўз ишларида умумий тизимнинг бир қисминигина ажратиб кўрсатадилар. Шу билан бир пайтда туризм структураси меҳнат жамоалари ва алоҳида ходимларнинг туристик минтақа, ташкилот ва корхоналардаги ўрнини белгилаб беради. Бу уларнинг муносабатлари асосланувчи ўзига хос фундамент ҳисобланади.

Кенг маънода туризмни бошқариш структураси деганда уларнинг биргаликда фаолият юритишини таъминловчи ўзаро барқарор муносабатларда бўлувчи ўзаро боғлиқ элементларнинг тартибга солинган мажмуаси тушунилади. Умуман олганда гап функционал хизматларнинг мантикий муносабатлари ҳақида боради. Улар менежмент ёрдамида туризм соҳасининг стратегик мақсадларига эришиш учун шакллантирилади.

Туризм структурасини бошқариш ташкилотнинг структура бўлинмалари ва ходимлари ўртасида мақсад ва вазифаларни унумли тақсимлаш демакдир. Бошқарувнинг ташкилий структураси ташкилотнинг алоҳида қуйи тизимлари таркиби, нисбати, жойлашуви ва ўзаро алоқаларидан иборат. Бундай структурани яратиш аввало ташкилотнинг

алоҳида бўлинмалари ўртасида ҳуқуқ ва мажбуриятларни тақсимлашга қаратилган.

Ташкилотни бошқариш структурасида бошқарув бўғинлари (бўлимлар), даражаси (босқичлар) ҳамда горизонтал ва вертикал алоқалар ажралиб туради. Бошқарув бўғинларига структура бўлинмалари, шунингдек, мос келувчи бошқарув функцияларини бажарувчи алоҳида мутахассислар қиради. Бошқарув бўғинлари таркибига бир нечта структура бўлинмаларининг фаолиятини мувофиқлаштирувчи ва тартибга солувчи менежерларни ҳам киритиш лозим. Бошқарув бўғинини яратиш асосида бўлим томонидан бошқарувнинг маълум бир функциясини бажариш ётади. Бўлимлар ўртасида юзага келувчи алоқалар горизонтал кўринишга эга бўлади. Бошқарув даражаси учлиги деганда ташкилот бошқаруви тизимида маълум бир босқични эгаллаб турувчи бўғинлар мажмуаси тушунилади. Бошқарув босқичлари вертикал боғлиқ бўлиб бир-бирига иерархияга асосан бўйсунди: юқори даражадаги менежерлар муайянлаштирилувчи ва қуйи бўғинларга етказиб берилувчи қарорларни қабул қилади. Босқичларнинг келтирилган классификацияси энг умумий кўринишга эга. Ташкилотнинг тури ва катталиги, унинг тармоқ ва ҳудудий хусусиятлари ва бошқа омиллардан келиб чиққан ҳолда бошқарувнинг уччала босқичида менежерлар таркиби, функциялари ва характеристикаси ўзгариб бориши мумкин. Юқорида айтиб ўтилганидек, корхона бошқарув аппарати бўғинлари ва хизматлари ҳамда ходимлари корхонанинг ташкилий структурасининг элементлари бўлиши мумкин. Улар ўртасидаги муносабатлар горизонтал ва вертикал йўналишга эга бўлган алоқалар туфайли кўллаб-қувватланади.

Ташкилот фаолияти соҳаларини шакллантиришда биринчидан, умумий вазифани – ташкилотнинг таркибий қисмларини тақсимлаш функциясини бажариш, иккинчидан ушбу функциянинг барча вазифаларини мазмуни, ҳажми ва мантиқига кўра бирлаштиришга ҳаркат қилмоғи лозим. Меҳнатни тақсимлашнинг асосий мазмуни ходимларни алоҳида иш турлари ва жараёнларни бажариш учун ихтисослаштириш билан ифодаланади. Бажарилувчи ишлар меҳнат жараёни иштирокчилари ўртасида профессионал белгиларига кўра тақсимланади. Ташкилот фаолиятининг самарадорлиги ва ҳар бир ходимнинг меҳнати ишни бажарувчилар классификацияси қанчалик тўлиқ ва чуқур ҳисобга олинишига боғлиқ бўлади.

Меҳнатни горизонтал тақсимлаш. Горизонтал муносабатлар келишилган характерга эга бўлади ва қоидага кўра бир поғонали бўлади. Меҳнатни горизонтал тақсимлаш меҳнат фаолиятини сифат ва сон жиҳатидан тақсимлашни аниқлатади. Ўз моҳиятига кўра, бу барча ишни таркибий қисмларга бўлиш, яъни умумий меҳнат жараёнини фаолиятнинг турли хил хусусий, узлуксиз ва алоҳида турларига ажратишдир.

Меҳнатни функционал тақсимлаш аввало ходимларнинг фаолият турларига асосан ихтисослашувида акс эттирилади. Мазкур ҳолда алоҳида функциялар ажратилади ва уларни бажариш учун мос келувчи ходимлар ажратилади.

Меҳнатни тармоқ белгилари бўйича тақсимлаш муайян меҳнат операциялари ва жараёнларини бажарувчилар, масалан, реклама бўйича менежерларни ихтисослаштириш ва чеклашлар билан боғлиқ.

Меҳнатни квалификациян тақсимлаш меҳнат фаолиятининг турларини аниқлашда бажарилувчи ишларнинг мураккаблиги ва уларни бажариш учун зарур бўлган малакадан келиб чиқишига асосланади. Бу ҳолда ҳеч бир юқори малакали ходим малакаси пастроқ бўлган ходим бажариши мумкин бўлган ишни бажармаслиги лозим деган тамойил бузилмаслиги керак. Мазкур тамойилнинг бузилиши ишларнинг қийматини оширади ва инсон ресурсларининг беҳуда сарфланишига олиб келади.

Меҳнатни вертикал тақсимлаш. Ташкилотда бажарилувчи ишлар таркибий қисмларга тақсимланиши сабабли гуруҳнинг фаолияти муваффақиятли ва унумли бўлиши учун кимдир уни мувофиқлаштириши зарур. Вертикал алоқалар бу бўйсунуш алоқалари бўлиб, иерархик бошқарувда, яъни бир нечта поғона мавжуд бўлганда унга зарурат туғилади. Бу ҳолда биринчи ўринга бошқарув функциясини қўйиш келиб чиқади. Унинг моҳияти ташкилотнинг барча элементлари фаолиятини мақсадли йўналган ҳолда интеграция қилиш ва мувофиқлаштиришдан иборат.

4.5. Иқтисодиёт ва туризм

Иқтисодиёт ва туризм бир-бири билан чамбарчас боғлиқ. Иқтисодиётнинг туризмга таъсири ва аксинча туризмнинг бутун мамлакат иқтисодиётига таъсири фарқланади.

Иқтисодиётнинг туризмга кўрсатувчи таъсири.

Умумиқтисодий омиллар туризмга ижобий ва салбий таъсир кўрсатиши мумкин. Туризмга ижобий таъсир кўрсатувчи омиллар қаторига қуйидагиларни киритиш мумкин: реал даромаднинг ўсиши; даромадни бир текисда тақсимлаш; валютанинг барқарор ҳолатда бўлиши; қулай конъюнктура ҳолати.

Туризмга салбий таъсир кўрсатувчи омиллар қаторига қуйидагиларни киритиш мумкин: иқтисодий инқирозлар; саноатнинг пасайиши (ишсизликнинг ўсиши, ойлик маошнинг қисқариши, вақтинчалик ишлар); валюта билан аҳволнинг барқарор эмаслиги; ноқулай конъюнктура ҳолати.

Туристтик хизматларга талабга реал даромад миқдори. Реал даромаднинг ўсишида истеъмолчилар тасарруфига кўпроқ пул маблағлари келиб тушади. Агар пул миқдори инсонлар турмуш фаолияти учун зарур миқдордан ортадиган бўлса саёҳат қилиш эҳтиёжлари ҳам ортади.

Даромадларни тақсимлаш ҳам туризмга таъсир кўрсатади. Жамиятда даромадлар қанчалик текис тақсимланса, шунча кўп одамлар саёҳат қилиш имкониятига эга бўлади. Бу ўзаро алоқаларни XIX аср ва XX асрнинг бошларидаёқ кўзга ташланган.

Валютанинг барқарорлиги ҳам туризм тизимида муҳим омил ҳисобланади. Доллор курси юқори бўладиган бўлса, бу кўп нарса сотиб олиш имконини бермайди ва аксинча. Валюта билан аҳвол шу тариқа бўлганда

мамлакатимиз аҳолиси учун АҚШга бориб дам олиши қимматга тушади, америкаликларнинг мамлакатимизга келиши эса уларга қулайлик туғдиради. Валюта айирбошлаш курсининг ўзгариб туриши бир турдаги хизмат турларининг нархи орасидаги фарқ жуда катта бўлишига ҳам олиб келади.

Туризмнинг иқтисодиётга таъсири.

Иқтисодиётнинг туризмга кўрсатувчи таъсирига нисбатан туризмнинг иқтисодиётга кўрсатувчи таъсирини батафсилроқ кўриб чиқамиз. Шу муносабат билан туризмнинг бешта иқтисодий функциясини алоҳида қайд этиш мумкин.

Ишлаб чиқариш функцияси.

Меҳнат, ер ва капитал каби ишлаб чиқариш омиллари фойдаланилган ҳолда корхона ишлаб чиқариш функциясини амалга оширади. Янги маҳсулот ишлаб чиқаришда ишлаб чиқариш функцияларини аралаштириш натижасида қўшимча қиймат яратилади. Бундай жараён қиймат тўплаш деб аталади. Туризм соҳасида фаолият юритаётган корхоналар янги маҳсулот ишлаб чиқарадилар ва қийматлар тўплашга ўз ҳиссаларини қўшадилар. Шу тариқа улар ишлаб чиқариш функциясини бажарадилар. Туристтик маҳсулотлар кўпинча номоддий кўринишга эга бўлади, чунки улар асосан хизмат турларидан иборат бўлади. Ушбу хизматларни кўрсатиш учун ходимлар зарур бўлади. Туризм соҳаси жуда персонификацияланган деган фикр мавжуд, шунинг учун туризмнинг иккинчи функцияси аҳоли бандлигини таъминлаш ҳисобланади. Туризм соҳасида кадрлар сонининг ўсишини техник воситалардан фойдаланиш натижасидагина тўхтатиш мумкин. Техник воситалар фаолиятни енгиллаштира-да, меҳмон билан шахсий мулоқотга киришишнинг ўрнини боса олмайди. Туризм аҳоли бандлигига бевосита ёки билвосита таъсир кўрсатиши мумкин. Туризмнинг аҳоли бандлигига тўғридан-тўғри самара тўғрисида гапирганда шу нарса кўзда тутиладики, аҳоли бевосита туристик корхоналарда – асосан, меҳмонхона, транспорт ва туристик бюроларда иш жойларига эга бўлади.

Бандликнинг билвосита самараси. Туризм иқтисодиётнинг бошқа соҳа ва тармоқларида ҳам бандлик самарасини яратади. Шу сабабли унинг аҳоли бандлигидаги билвосита самараси тўғрисида ҳам гапирилади.

Даромадни яратиш функцияси. Меҳнат қилаётган шахс қоидага кўра ўз фаолияти натижасида даромад олади. Даромадни яратиш функцияси туризмнинг аҳоли бандлигини таъминлаш функцияси билан чамбарчас боғлиқ. Иқтисодий атамалардан фойдаланган ҳолда айтиш мумкинки, иқтисодий фаолият туризм соҳасида миллий даромадни яратишга ўз ҳиссасини қўшади. Бу аввало иш жойи туризм билан боғлиқ бўлган одамларга тегишли. Бу ерда гап туризмда даромад яратишнинг тўғридан-тўғри самараси ҳақида боради. Қўшимча равишда шуни ҳам инобатга олиш керакки, туристик корхона томонидан маблағларнинг биринчи оборотида ишлаб топилувчи ва даромад кўринишида олинувчи ҳар бир сўм корхона ҳисоб рақамидан яна чиқиб кетади. Шу тариқа учинчи шахсларнинг янги даромадлари яратилади. Агар бу шахслар туристик корхона учун бирон-бир

товар етказиб бериш билан шуғулланадиги бўлса, бу ҳолда туризмда даромад яратишнинг билвосита самараси функцияси тўғрисида гапириш мумкин.

М и с о л. Меҳмонхона менежери новвой билан нон ва булочка каби меҳмонхонанинг ресторанида меҳмонларга хизмат кўрсатиш учун зарур бўлган маҳсулотларни етказиб бериш тўғрисида шартнома тузади. Шу тариқа новвой ўз даромадининг бир қисмини туризм соҳаси билан ҳамкорлик натижасида олади, чунки меҳмонхонага етказиб берилувчи товарлар туристлар томонидан истеъмол қилинади.

Туризмда даромадни яратиш миллий даромадни ўстиришга кўмаклашади. Иқтисодиёт фанида бу тўғрисида бир тармоқда олинган даромад хўжалик фаолияти юритувчи бошқа субъектнинг янги даромад олишига кўмаклашиши кўзда тутилганда гапирилади. Туризмда миллий даромадни ошириш самараси биринчи навбатда минтақавий аҳамиятга эга бўлади. Туризм соҳасининг бирламчи пул тушуми (новвой билан бўлгани каби) минтақавий савдо, саноат ва қишлоқ хўжалигига ўтган ҳолда даромад сезиларли равишда ўсади. Туризмнинг яна бир функцияси – яшаш даври ҳам минтақавий жиҳатдан муҳим аҳамият касб этади. У туризмнинг структура бўйича яхши ривожланмаган минтақаларни иқтисодий ривожлантиришга кўмаклашишида кўзга ташланади. Туристларни асосан саноати яхши ривожланмаган минтақалар, табиати ва атроф-муҳити илк кўринишини сақлаб қолган жойлар ўзига жалб қилади. Кўпинча бу қишлоқ хўжалиги асосий ўринни эгалловчи минтақалар бўлади. Бу минтақаларнинг аҳолиси учун туризм қўшимча даромаднинг муҳим манбаи вазифасини бажаради: уларнинг даромадларини тенглаштиришга сабаб бўлади, чунки бу даромадлар саноат ва ишлаб чиқариш ривожланган жойларга нисбатан паст бўлади.

Яшаш даври — функцияси туризмда халқаро аҳамиятга ҳам эга. Бунда қишлоқ хўжалигида бўлган аҳвол такрорланади. Аҳолиси асосан қишлоқ хўжалиги ва балиқчилик билан шуғулланувчи кичик орол давлати мисолида кўриб чиқадиган бўлсак, туризм ушбу мамлакат учун муҳим иқтисодий аҳамиятга эга бўлади, чунки туристлар маҳаллий товарлар ва хизматларни истеъмол қилади. Мазкур ҳолатда туризм саноат ва қишлоқ хўжалиги ривожланган мамлакатлар даромадларини қайта тақсимлайди. Туризмнинг биз кўриб чиқаётган функцияларидан сўнггиси бу тўлов балансининг тенглик (нивелирование) функциясидир. Қишлоқ хўжалигида барча таркибий қисмларига эга бўлган тўлов баланси тушунчаси мавжуд. Мамлакат ичига (Беларусь) саёҳат ва чет элга (Швейцария) саёҳат баланси хизматлар балансининг таркибий қисми ҳисобланади. Ушбу балансда чет элга саёҳатга кетган маҳаллий туристларнинг харажатлари чет эллик туристлар истеъмол қилган товар ва хизматлар натижасида олинган даромадларга қарши қўйилади. Туризм ҳар бир мамлакатнинг тўлов балансига турлича таъсир кўрсатади. Саёҳатлар баланси тақчилли ҳисобланади, чунки беларуслар чет элга саёҳат қилганда чет элликлар Беларусда қолдирадиган маблағга қараганда кўпроқ маблағ қолдирадилар. Шимолий Европа мамлакатларининг кўпчилиги асосан туристларни жўнатувчи мамлакатлар ҳисобланади.

Швейцарияда аҳвол умуман бошқача бўлиб, бу мамлакатда саёҳатлар баланси доимий равишда ижобий бўлади, яъни чет элликларнинг Швейцарияда қолдирувчи маблағлари швейцарияликларнинг чет элда қолдирувчи маблағларидан ортади. Демак, Швейцарияда туризмларни қабул қилиш кўпроқ ривожланган. Шу тариқа туризмнинг халқ хўжалигидаги аҳамияти қуйидаги омиллар ёрдамида аниқланади: ишлаб чиқариш функцияси; аҳоли бандлигига кўмаклашиш функцияси; даромад тўплаш функцияси; яшаш даври функцияси ва тўлов балансининг тенглик (нивелирование) функцияси.

4.6. Экология ва туризм

“Ўсиш чегаралари” номли Рим клубининг 1972 йилда эълон қилган тадқиқотлари жамият ва оммавий ахборот воситаларининг эътиборини инсоният хавфли аҳволда эканлигига қаратди. Сув ва ҳавонинг ифлосланиши, табиат ландшафтининг ўзгариши, табиий ресурсларга босқинчиларча ёндашиш табиат мувозанатининг бузилишига жиддий сабаб бўлиб, бу инсоният учун салбий оқибатларга олиб келиши мумкин. Агар инсоният яшашдан умидвор бўлса у экологияга бўлган муносабатини ўзгартириши зарур. Замонавий туризм атроф-муҳитга маълум маънода салбий таъсир кўрсатади. Табиий шароитлар ўзгариб, инсонлар ва жониворларнинг ҳамда ўсимлик дунёсининг ҳаёти ёмонлашади.

Туризм соҳасида банд бўлганлар орасида табиий муҳитни туристик минтақанинг муҳим хом-ашё ресурси эканлиги ҳақида ҳеч қандай мулоҳазаларга ўрин йўқ. Бироқ туризмнинг атроф-муҳитга кўрсатувчи таъсири тўғрисидаги фикрлар бир хил эмас. Экологик ҳолатлар ва уларни бошқариш муаммоси шундан иборатки, бу ҳолатларнинг кўпчилиги аниқланиши мумкин эмас. Бундан ташқари, уларнинг оқибатларини кўп сонли алмашиш хатти-ҳаркатлари туфайли баҳолаш қийин.

Экологик мувозанатнинг бузилиши жуда кеч аниқланишини ҳам қайд этиш лозим. Кўпинча шундай бўладикки, биринчи бўлиб аниқланган ва узоқ муддат давом этувчи хатти-ҳаракатлар эмас, балки уларнинг оқибатлари инсоният учун салбий таъсир кўрсатади. Туристлар ва маҳаллий аҳолининг тўқнашувлари, табиатга туризм томонидан кўрсатилувчи таъсирнинг кучайиши инсониятнинг асосий муаммоларидан бирига айланиб бормоқда. Туристларнинг 52 % қисми туризмнинг таъсири туфайли табиат ва ландшафтнинг ифлосланиши аҳоли учун катта хавф туғдиради деб ҳисоблайди. Маҳаллий аҳоли туризмнинг салбий таъсири туфайли юзага келувчи омиллар ўртасида биринчи ўринга ҳавонинг транспорт сабабли ифлосланиши ва ердан фойдаланишни қўядилар. Шу тариқа туристлар табиат қўйнида қисқа муддат дам олиш эҳтиёжларини қондиришни табиатдан узоқ муддатли фойдаланишдан устун қўяди.

Туристлик оқимларни экологик мувозанатни сақлаш мақсадида ташриф менежменти воситаларидан фойдаланилади. Ташриф менежменти саёҳатлар вақти (ташриф вақти ва максимал муддати), ташриф турлари (рухсат

берилган спорт турлари ва бошқалар) ёки минтақадан фойдаланиш интенсивлигини (ташриф буюрувчиларнинг йўл кўйилиши мумкин бўлган максимал сони) назорат қилади. Чеклаш чоралари аҳолини хабардор қилиш, саёҳатлар нархини ошириш ёки давлат қарорлари ёрдамида амалга оширилади. Ташриф менежментидан тўлиқ фойдаланишга аввало қуйидаги омиллар халақит беради: маҳаллий аҳоли уларнинг бўш вақтларида ҳаракат қилишларини чеклашларини истамайди; муҳофаза қилиниши лозим бўлган табиат уни ҳимоя қилишга қодир мулк эгасига эмас; чеклашлар туристик корхоналарнинг қисқа муддатли манфаатларига мос келмайди.

Шу тариқа ҳаёт фаолиятимиз шароитлари жиддий хавф-хатарга учраши мумкин бўлиб, атроф-муҳитни мақсадли йўналган ҳолда муҳофаза қилиш қийинлашган, чунки туризм иқтисодий манфаатлар билан чамбарчас боғланган. Экологик муаммолар ва иқтисодий манфаатлар курашида кўпинча иқтисодий манфаатлар ғолиб чиқади. Атроф-муҳитни муҳофаза қилиш муаммолари иқтисодий муаммолардан сўнг ҳал қилиниши лозим деб ҳисобланади. Аслида эса атроф-муҳитни сақлаш туризмнинг ривожланиши учун муҳим туртки вазифасини бажаради, чунки фақат табиатнинг асл ҳолдаги кўринишигина туристларни жалб қилади ва уларнинг дам олиши учун хизмат қилади. Атроф-муҳитнинг яқсон қилиниши эртами-кеч минтақада туризмни иқтисодиётнинг бир тармоғи сифатида йўқолиб кетишига олиб келади. Демак, туризм ривожланишидаги муаммоларни қуйидаги тарзда ифодалаш мумкин: бир томондан туризмдан иқтисодий омил сифатида воз кеча олмасак, иккинчи томондан туризм атроф-муҳитнинг асл ҳолатини яқсон қилаётгани учун жавоб бериш лозим. Бу муаммони қандай ҳал қилиш мумкин?

1. Атроф-муҳитни асраш зарурати ҳар бир саёҳатчи томонидан индивидуал даражада англаниши ва мос равишда уларнинг атроф-муҳитга муносабати ўзгариши лозим.

2. Давлат миқёсида юмшоқ туризм ривожлантирилиши лозим. Бу туризм атроф-муҳит, дам олиш ва иқтисодий ишлаб чиқариш ёки экология, жамият ва иқтисодиёт ўртасида мувозанатни сақлашга интилади. Атроф-муҳит муаммоларига йўналтирилувчи туризмда менежмент системали равишда мақсадли йўналган ҳолда атрофимизни ўраб турган дунёда мувозанат мезонларини илгари суради.

3. Янгича фикрлаш жараёни туризм фаолияти учун жавобгар шахсларга ҳам алоқадор бўлиши лозим, чунки туризмнинг сақланиб қолиши учун атроф-муҳитни муҳофаза қилишнинг мақсадли йўналтирилган вазифалари қисқа муддатли фойда олиш манфаатларидан устун бўлиши лозим.

4. Сиёсат атроф-муҳитнинг сақланишига хизмат қилиши зарур.

Шу тариқа экологиянинг аҳволи туризм тизимига катта таъсир кўрсатади, чунки туризм тармоғи атроф-муҳитга иқтисодиётнинг бошқа соҳаларига нисбатан кўпроқ боғлиқ бўлади. Туризм оммавий кўринишга эга бўлганлиги сабабли атроф-муҳитни яқсон қилинишига олиб келади.

Бирок, туризм иқтисодиётнинг бир тармоғи сифатида экологиядан ташқари ноиқтисодий эҳтиёжлар, кадриятлар ва структуралар билан ҳам боғлиқ. Ижтимоий соҳа шундай структуралардан бири ҳисобланади.

Маълум бир минтақани туристлар томонидан ўзлаштириш жараёнида тўрт хил маданият мулоқотга киришади. Булар туристлар келувчи мамлакатлар маданияти, дам олиш маданияти (туристларнинг ҳаёт тарзи ва дам олиш пайтидаги ахлоқ нормалари), маҳаллий аҳоли маданияти ва хизмат кўрсатиш маданиятидир. Бу маданиятларнинг барчаси бир-бирига таъсир кўрсатади. Масалан, туристлар маданияти уларнинг хулқ-атворини, шу билан бирга эса дам олиш маданиятини белгилаб беради. Дам олиш маданияти эса ўз навбатида хизмат кўрсатиш маданиятига боғлиқ бўлади. Бунда маҳаллий аҳолининг туристларни қай тарзда қабул қилиши уларнинг ўзларини тутишларига таъсир кўрсатади. Туризмнинг маҳаллий аҳоли маданиятига кўрсатувчи таъсири турли хил омилларга боғлиқ бўлади. Уларнинг орасида маҳаллий аҳолининг ўзини-ўзи белгилашининг мураккаблиги ва уларнинг янги ўзгаришларга муносабатларининг очиклиги энг муҳими саналади. Аҳолиси очик фикрлаш усулига эга бўлган ҳамда туризм етакчи ўринга эга бўлган бегона маданиятни тарғиб қилаётган минтақада маҳаллий маданият аста-секинлик билан йўқолиб кетади. Бегона маданиятни биринчи бўлиб ёшлар қабул қилади. Шу тариқа идентификация ва имитация самаралари вужудга келади. Бунда идентификация бегона маданиятнинг таркибий қисмларини ички ўтказишни англатса, имитация четдан келган маданиятнинг алоҳида элементлари ва хулқ-атворнинг турларига таклид қилишда намоён бўлади. Очик фикрлаш усулида бегона маданиятни жорий қилишнинг билмдонлик даражасида маҳаллий аҳолининг маданияти унга бегона маданият элементларини аста-секинлик билан киритиш йўли билан амалга оширилади. Ёпиқ фикрлаш усулига эга бўлган, бирок ернинг катта қисми четдан келганлар қўлига ўтганлиги сабабли бегона маданиятнинг жорий қилиниш имконияти юқори бўлган минтақада маҳаллий аҳолининг ўз маданиятини онгли равишда ва очикдан-очик ўзгартиришини кутиш мумкин. Бундай салбий муносабат маҳаллий аҳоли янги туристик лойиҳаларни амалга оширишга тўсқинлик қилиши ва қийинчиликлар туғдиришига сабаб бўлиши мумкин. Туристлик минтақанинг ривожланиш жараёнида кўпинча маҳаллий аҳоли бегона маданиятни қабул қилишнинг турли босқичларини бошидан кечиради. Бегона маданият унчалик кўп аҳамиятга эга бўлмаган бошланғич босқичда жорий қилинади ёки уни имитация қилиш ўринга эга бўлади. Бегона маданият таъсирининг ўсиши ва аҳолининг ўзлигини йўқотиши билан маҳаллий маданиятдан воз кечиш ёки юқори стилизация рўй беради. Фақат туристик минтақанинг етук босқичидагина аҳолининг ўзлигини янгича белгилаш ва миллий маданиятни янгича англашга келиш мумкин.

Туризмнинг ижтимоий самараларини баҳолашда минтақа аҳолисининг структураси ҳам ҳисобга олиниши лозим. Гап бу ерда жадал ўзгаришларга учрамаган чекка минтақалар ҳақида бормоқда. Ўз ҳаётида ўзгаришлар ва тадбиркорликка интилувчи шахслар ўз минтақаларини ташлаб кетдилар, бу ерда қолган аҳоли эса ҳаёт тарзини ўзгартиришни истамайди. Шу тариқа

маҳаллий аҳоли туризмнинг ривожланиши туфайли юзага келувчи ижтимоий ўзгаришларга тайёр бўлмайди. Бундан ташқари, мазкур ўзгаришлар мамлакат марказида юз бераётган ўзгаришлар каби аниқ акс эттирилмайди. Хизмат кўрсатиш маданиятини профессионаллаштириш маҳаллий аҳолининг ўзлигини ҳимоя қилиши ва турмуш тарзининг психологик ўзгаришини енгиллаштириши мумкин. Бу шуни англатадики, меҳмонларга нисбатан маънавий масофа сақланиши лозим: улар фақатгина мижоз бўлиб, уларга профессионал хизматлар кўрсатилади холос. Чет эллик саёҳатчиларни кўплаб қабул қилувчи мамлакатларнинг ижтимоий структураси туризм таъсирига боғлиқ бўлади. Туризм соҳасида кўрсатилувчи хизматларга бошқа соҳаларга нисбатан кўпроқ ҳақ тўланади ва шу сабабли бу соҳада меҳнат қилишни истовчилар сони кўп. Туризм оила структурасига ҳам таъсир кўрсатади. Аввало, ота-оналар ва болалар ўртасидаги муносабатлар, шунингдек, аёлнинг оиладаги ўрни ўзгаради. Масалан:

Саккиз ёшли болакай туристларга зиёратгоҳга олиб борувчи йўлни кўрсатди ва бунинг учун отасининг маошидан кўп миқдорда чойчақага эга бўлди;

Туризм соҳасида меҳнат қилувчи аёллар ўз даромадига эга бўлади ва янада мустақилроқ бўлади.

Оила структураси ўзгаришларга учрамаслиги мумкин эмас, чунки биринчи мисолда болалар оилага даромаднинг асосий қисмини олиб келади. Ишлаётган аёлларнинг молиявий жиҳатдан мустақиллиги ҳам XX асрнинг ўзига хос хусусиятлардан биридир. Менежмент муаммоларини ҳал қилишда туризмнинг алоҳида туристик минтақаларнинг анъанавий норма ва қадриятларига кўрсатувчи таъсирини ҳам инобатга олиш лозим, чунки қандай кийиниш ва ўзини қандай тутиш тўғрисидаги тасаввурлар турли мамлакатларда турли хилда бўлади. Католик черков таъсири юқори бўлган мамлакатларда ҳозирги пайтда ҳам аёлларнинг пляжда чўмилиш кийимининг юқори қисмисиз юриш қораланади. Узоқ мамлакатларга саёҳат қилувчиларнинг кўпчилиги маҳаллий аҳолини маънавий жиҳатдан камситадилар. Кийинишдаги эркинликлар маҳаллий аҳоли томонидан қайсидир маънода қабул қилинадиган бўлса-да, туризмнинг таъсири ортиқча ташвишларни келтириб чиқариши ҳам мумкин. Масалан, Европа секс-туризми Жануби-шарқий Осиёда болалар фоҳишалигининг пайдо бўлишига олиб келди. Шу тариқа мамлакатдаги ижтимоий соҳа ва туризм тизими ўртасида чамбарчас боғлиқлик мавжуд. Бир томондан мамлакатда туризмнинг ривожланиши учун ундаги ижтимоий ва иқтисодий тартиб катта аҳамиятга эга бўлса, иккинчи томондан туризм мамлакатдаги ижтимоий муносабатларнинг ўзгаришига сабаб бўлади. Ўзаро фаркланувчи икки маданиятнинг ўзаро муносабатлари окультуризация деб аталади.

Туризмнинг мамлакатдаги ижтимоий соҳага кўрсатувчи таъсири ижобий ёки салбий бўлиши мумкин. Кўпинча жамиятнинг умумий эркинлашувчи рўй беради. Ўзаро муносабатга киришувчи маданиятлар ўртасида катта фарқ бўлиб, мамлакатга қанчалик кўп саёҳатчилар кириб

келадиган бўлса, унинг маданиятига салбий таъсир кўрсатиш хавфи шунчалик ортади.

Хулоса

Бошқарув структурасининг мукамаллиги кўп жиҳатдан уни ишлаб чиқишда лойиҳалаштириш тамойилларига қанчалик риоя қилинганлигига боғлиқ. Уларнинг асосийларини қуйидагича шакллантириш мумкин:

Бошқарув бўғинлари сонининг мақсадга мувофиқлиги ва маълумотларнинг энг катта раҳбардан оддий бажарувчига етиб келиши учун кетувчи вақтни максимал равишда қисқартириш; ташкилий структуранинг таркибий қисмларини (унинг бўлинмалари таркиби, маълумотлар оқими ва ҳоказо) ўз ичига олади, бошқарув тизимида юз берувчи ўзгаришларга тезда жавоб қайтариш; қарор қабул қилиш учун ваколатни мазкур масала бўйича энг кўп маълумотга эга бўлган бўлинмага бериш; бошқарув аппаратининг алоҳида бўлинмаларини бутун ташкилотни ва хусусан ташқи муҳитни бошқаришга мослаштириш. Шунини ҳам эътиборга олиш керакки, турли хил корхоналарда (улар фаолиятининг ўзига хосликларини ҳисобга олган ҳолда) уларнинг хусусиятларини тўлиқ акс эттирувчи ташкилий структураларини яратишнинг бошқа тамойиллари ҳам фойдаланилади. Шу тариқа ташкилий структураларни лойиҳалаштириш жараёнида қуйидаги уч босқични ажратиб кўрсатиш мумкин: аналитик - таҳлилий (мавжуд талабларни ўрганиш), лойиҳа (лойиҳалаштириш, моделлаштириш) ва ташкилий (лойиҳалаштирилган структураларни ишга туширишни ташкил этиш). Учинчи босқич ташкилий структураларнинг самарадорлигини баҳолашдир. Ташкилий структураларнинг мукамаллик даражаси ташкилотни бошқариш тизимининг тезкорлиги ва унинг фаолияти натижалари юқорилигида намоён бўлади. Бошқарув самарадорлигини вазифаларни бажариш даражаси, бошқарув тизимининг ишончлилиги ва ташкилийлиги, қабул қилинувчи бошқарув қарорларининг тезкорлиги ва унумлилиги бўйича баҳолаш мумкин. Ташкилий структура самарадорлигининг алоҳида кўрсаткичларини бир қатор коэффицентлардан фойдаланган ҳолда аниқлаш мумкин. Яқинда ташкилий структураларни лойиҳалаштириш бўйича барча ишлар уларни такомиллаштиришнинг барча йўналишларини ишлаб чиқишга бориб тақалади. Бу эса ташкилотнинг бошқарув фаолияти самарадорлигини ошириш воситалари қаторига киритилади.

Таянч иборлар:

Тизим, назария, туризм субъекти ва объекти, ишлаб чиқариш функцияси, даромад яратиш функцияси, ташкилотни бошқариш даражаси, ташкилий структураларни лойиҳалаштириш методикаси.

Назорат учун саволлар:

1. Туризмда тизим назарияси ҳақида нималарни биласиз?
2. Туризм объекти ва туризм субъекти тушунчаларини тарифлаб беринг.
3. Туризмни ўраб турувчи ижтимоий тизимларни санаб беринг.
4. Туризмда ташкилотни бошқаришнинг ўзига хослиги нимада?

5. Ишлаб чиқариш функциясининг схемасини кўрсатинг.
6. Бошқарувнинг функционал ташкилий структурасини изоҳлаб беринг.
7. Туризмга ташқи муҳитнинг таъсирини аниқланг.
8. Сиёсат ва туризм ўртасидаги алоқа.
9. Ташриф менежментидан тўлиқ фойдаланиш йўллари.
10. Бошқарувда умумий ва шахсий буйруқлар.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 8 август 1998 йилдаги №346 “Туристтик ташкилотлар фаолиятини такомиллаштириш ҳақидаги” қарори.
2. А. П. Юрьев «Планирование туризма», Донецк.2001.
3. «Туризм как экономический приоритет» (Серия «Экономика современной России»)» / Проуорзин Л.Ю. 216 стр. 2004г
4. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: Справочник. – М.: ФиС, 2004, -368с.
5. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: Учебник. –М.: ФиС, 2004. -192с.
6. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник. 2-е изд., перараб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. - 1063с.

V боб. Давлатнинг туризмга кўрсатувчи таъсири.

- 5.1. Давлатнинг туризмга кўрсатувчи таъсири.
- 5.2. Туризм сиёсатини ривожлантиришда инвестицияларнинг роли ва аҳамияти.
- 5.3. Давлатнинг туризмга таъсир кўрсатиш механизми.
- 5.4. Туристик ташкилотлар.
- 5.5. Туризмнинг ривожланишини режалаштириш.
- 5.6. Туристик корхоналарнинг микро ва макро муҳити.
- 5.7. Туристларни суғурталаш ва туристлар хавфсизлигини таъминлаш.

5.1. Давлатнинг туризмга кўрсатувчи таъсири.

Туризмга давлатнинг кўрсатувчи таъсирини ўрганар эканмиз, туризмнинг муҳим ижтимоий-иқтисодий ҳодиса эканлигини назарда тутишимиз лозим. Туризм бу барча давлатларнинг ижтимоий, маданий, таълим ва иқтисодий соҳалари, шунингдек, халқаро иқтисодий муносабатларга бевосита таъсир кўрсатувчи фаолият туридир.

Туризм фаолиятининг хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда менежментнинг халқаро туризмдаги самарадорлигини аниқлаш керак. Чунки туризмнинг самарадорлиги ё саёҳатчи - ташрифчиларнинг сони билан, ёки маълум бир саёҳат маҳсулотини ишлаб чиқарувчи саёҳат тузилмалари фаолият ҳажми билан аниқланади. Туризм фаолият турларининг кенг доирасини қамраб олганлиги ва у фақатгина дам олиш билан боғлиқ ҳодиса бўлиб ҳисобланмаслиги сабабли унинг самарадорлиги таклиф нуктаи назаридан эмас, балки махсус турдаги истеъмолчинини сўроқ қилиш нуктаи назаридан кўриб чиқилиши зарур. Туризм соҳасининг самарадорлиги ҳар қандай саёҳат маҳсулотининг пировард истеъмолчисига боғлиқдир, бу эса ўз навбатида кўпроқ – истеъмолчининг турига ва камроқ даражада маҳсулотнинг турига боғлиқ. Саёҳат харажатларига кирувчи маълумотлар туризмни бошқариш асосларининг асосий ташкил этувчилари ҳисобланади.

Туризмда менежмент самарадорлиги деганда бу тармоқдаги ҳар бир ташкилий - хўжалик бугунинг муаффақиятли фаолияти ва ривожланишини таъминловчи бошқарувни тушуниш лозим. Бу ўринда туризмни бошқаришнинг самарадорлигини биз икки йўналишда кўриб чиқамиз: иқтисодий самарадорлик ва ижтимоий самарадорлик. Туризмни иқтисодий бошқариш соҳасида бошқарув таъсирининг моҳияти саёҳат фаолиятидаги харажатларни имкон даражасида камайтиришдан иборатдир. Туризм соҳасида истеъмол саёҳатчиларнинг талабини қондириш учун зарур товарлар ва хизматларнинг қиймати билан аниқланади. Шундай қилиб, саёҳат харажатлари саёҳатчининг сафарга тайёргарлик, сафар чоғида ва сафар манзилида бўлган пайтидаги харажатларнинг умумий йиғиндиси сифатида ҳисобланади. Саёҳат учун харажатлар миқдорининг белгилаш учун биз қуйидагиларни аниқлаймиз:

- Сафарлар тезлиги. Бу кўрсаткич киши маълум вақт давомида ўртача неча марта сафарга чиқишини кўрсатади:

СТк -----, бунда, СТ - сафарлар тезлиги
 В СС - сафарлар сони
 В - вақт

- сафарлар жадаллиги. Бу кўрсаткич аҳолининг қайси қисми йил давомида саёҳатга чиққанлигини кўрсатади.

 ТС
СЖк -----, бунда, СЖ - сафарлар жадаллиги
 АС ТС - туристлар сони
 АС - аҳоли сони

Туристлик харажатларнинг барча бўлимларини иқтисодий таҳлил қилиш туризм самарадорлигини аниқлашнинг энг муҳим турларидан бири ҳисобланади. Туризмни иқтисодий бошқариш амалиётида харажатларнинг 7 асосий бўлими мавжуд:

1. Комплекс сафарлар
2. Туристларни жойлаштириш
3. Озиқ - овқат ва ичимликлар
4. Транспорт
5. Дам олиш, маданий ва спорт фаолият турлари
6. Дўконларга бориш.
7. Бошқа харажатлар,

Туризмнинг иқтисодий самарадорлигини ўлчаш.

Мамлакат иқтисодиётига туризмнинг кўрсатадиган таъсири тўғрисида тўлиқ тасаввур ҳосил қилиш учун 4 та кетма - кет масалаларни ҳал қилиш зарур:

1. Туризмнинг миллий иқтисодиётидаги ялпи улушини ўлчаш.
2. Туристлик фаолиятнинг ялпи иқтисодий харажатларини аниқлаш.
3. Туризмнинг миллий иқтисодиётга кўшган соф ҳиссасини топиш.
4. Ушбу ҳиссани кўпайтирувчи резервларни аниқлаш.

Менежмент учун энг муҳим кўрсаткичлар: фуқароларнинг шахсий даромадлари; тижорат даромадлари; давлат даромадлари; ялпи ички маҳсулот; хорижий валютанинг соф тушуми.

Туристлик харажатларга пул шаклида ифодаланган ва туристик маҳсулотни истеъмолчига етказиш ва унинг эҳтиёжини қондириш учун сарфланган жонли ва моддийлаштирилган меҳнатнинг харажатлари деб таъриф бериш мумкин. Туризмда харажатлар 2 синфга бўлинади:

1. Тўғри харажатлар туристик маҳсулотни ишлаб чиқарувчилар ва минтақа обидаларидан фойдаланувчилар томонидан қопланади.
2. Эгри харажатлар бошқа шахслар ва ташкилотлар, яъни туристик маҳсулотнинг истемолчилар томонидан тўланади.

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

Ўша минтақа аҳолиси томонидан қопланади. Туристик харажатларни мувофиқлаштириш нуқтаи назаридан иқтисодий бошқарув ушбу харажатлар турларининг пайдо бўлиш манбаларини аниқлашдан иборат. Бу иш кейинчалик харажатларни оқилона равишда қисқартириш учун энг самарали иқтисодий таъсир кучларини топиш мақсадида амалга оширилади. Харажатларнинг чексиз қисқартирилиши туризм ривожининг микдорий ўлчамларининг қисқаришига ва бу ўз навбатида бошқарув фаолияти самарадорлигининг камайишига олиб келади. Эгри ва бюджет харажатларининг бир қанча турлари маълум. Эгри харажатларга йўл харажатлари ва шовқин, жинойтчилик, ёнғинлар, сув ва хавонинг ифлосланиши, ахлат, табиатга зиён етказиш, харобалар, касалликлар ва автомобиль ҳалокатлари ва бошқалар мисол бўлади. Бюджет харажатларига йўллар қурилиши, суд тизими, ёнғиндан сақлаш, канализация, автомобил назорати, ахлатни йиғиштириш ва қайта ишлаш тизими, сайилгоҳ ва дам олиш объектлари, ўрмон хўжалиги, тарихий обидалар музейлари фаолиятини ташкил этиш, касалхоналар ва бошқа соғлиқни сақлаш объектлари, ижтимоий хизмат кўрсатиш ташкилотлари ва назорат инспекциялари киради. Бошқарув жараёнида юқорида кўрсатилган харажатларнинг қайси бири кўпроқ туризм фаолияти самарадорлиги билан боғлиқлигини ўрганиш зарур. Ижтимоий самарадорликни ўлчаш жуда мураккабдир. Бу ерда сўз хизматчиларнинг қондирилганликлари ва уларнинг ички ва ташқи муҳит шарт - шароитларига кўникиш қобилиятлари тўғрисида юритилмоқда.

Менежментнинг асосий вазифаси қулай меҳнат шароитларига йўл очиб берувчи ва ўз хизматчиларининг профессионал ўсиши ва уларнинг фаолиятини бошқариш ҳисобига хизматчиларнинг турмуш даражасини кўтариш имкониятини берувчи самарали туристик тизимини яратишдан иборат. Бошқарув жараёни маълум бир ташкилий тузилма доирасида кечади (маълумот ҳаракати ва бошқарув қарорларини қабул қилиш). Шу сабабли биз самарали ташкилий тузилманинг шаклланишига 2 томондан назар ташлаймиз, бир томондан умуман туризмни бошқаришнинг ташкилий тузилмасининг самарадорлик ўлчовларини аниқлаш нуқтаи назаридан ва иккинчи томондан, ушбу тузилмада қабул қилинаётган бошқарув қарорларининг самарадорлиги нуқтаи назаридан. Кўпчилик ҳолларда ташкилий тузилманинг аҳволи ва самарадорлиги бошқарув объекти фаолиятини таърифловчи кўрсаткичлар орқали баҳоланади.

Бошқарув самарадорлигини аниқлашда бирлашган кўрсаткич ишлатилади.

$$K_k = \frac{Q \times L}{F \times E}, \text{ бунда,}$$

K - бошқарув самарадорлиги коэффиценти;

Q - ҳар бир бошқарув ходимига тўғри келувчи бошқарув харажатлари;

L - хизматчиларнинг умумий сонидан бошқарув ходимлари сонинг улуши;

F- маблағ (фонд) билан таъминланганлик;

E - маблағлар (фондлар)нинг фойдали иш коэффиценти.

Туризм бозоридаги қаттиқ рақобат корхоналарнинг ички самарадорлигини ошириш усуллари қидиришга мажбур қилади.

Туристлик хизматчиларнинг меҳнат бозорида рақобатбардошлиги хизматчиларни самарали бошқариш орқали таъминланади.

Фирманинг меҳнат бозоридаги мавқеини баҳоловчи кўрсаткичлар сифатида қуйидагилардан фойдаланиш мумкин:

- хизматчиларнинг ўз корхоналаридан мамнунлик даражаси:

БХ

ККқ ----- х 100%, бунда,

Х

КК - кадрларнинг қўнимсизлик коэффиценти

БХ - ишдан бўшаган хизматчилар сони;

Х - хизматчиларнинг ўртача рўйхат сони.

- ҳар бир хизматчи бошига тўғри келадиган кадрлар бўйича тадбирлар учун

ўртача харажатлар ;

- кадрлар билан таъминланганлик даражаси;

- меҳнат жадаллиги (самарадорлиги).

Корхоналар фаолияти самарадорлигига ходимларни бошқариш нуқтаи назаридан қуйидагича эришилади: ходимларни тўғри танлаш; корхона мақсадларини руёбга чиқариш учун мақбул ходимлар таркибини сақлаш; корхоналар фаолияти самарадорлигига ходимларни бошқариш нуқтаи назаридан қуйидагича эришилади: ходимларни тўғри танлаш; корхона мақсадларини руёбга чиқариш учун мақбул ходимлар таркибини сақлаш; барчага мақбул бўлган иш ҳақи ва меҳнатни рағбатлантирувчи усуллари қўллаш ва меҳнат жамоасининг ҳар бир аъзосини махсус ҳимоя қилиш бўйича сезиларли тадбирлар қўллаш; хизматчиларни бошқарувга жалб қилиш.

Хизматчиларни бошқарувга жалб қилиш учун ҳар бир хизматчи зиммасига бажарилиши лозим бўлган вазифалар ва уларни бажариш учун жавобгарликнинг айрим қисмигина эмас, балки уларнинг тўла ҳажми ҳавола этилиши зарур. Маълум бир вақт ўтиши билан аниқ режа тузилгач, ишлаб чиқилган вазифаларни ходимларга уларнинг қобилиятларидан келиб чиққан ҳолда тақсимлаш зарур. Вазифалар ва масъулият узоқ муддатга берилиши керак ва раҳбар кундалик, ҳаммага маълум ишларга фақат айрим ҳоллардагина аралашishi мумкин. Зарурият туғилганда раҳбар маслаҳат бериши мумкин. Барча ходимлар корхонада руй бераётган барча муҳим воқеа - ҳодисалар тўғрисида узлуксиз равишда маълумот олишлари керак. Корхона ходимларининг мансабига, ходимлар бошқарувининг энг муҳим ижтимоий-

иқтисодий натижаси сифатида қараш лозим. Ходимларнинг профессионал ўсишини режалаштириш ходимлар бошқаруви тизимидаги энг муҳим бўғин бўлиб, у кўпгина бошқа тизимлардан тузилган. Буларга кадрлар танлови, уларни касбга йўналтириш ва кўниктириш, иш жойларига тақсимлаш, ходимларни ўқитиш, уларнинг меҳнат фаолиятини баҳолаш ва бунинг асосида мансабга кўтариш ёки тушириш ва бошқалар киреди.

5.2. Туризм сиёсатини ривожлантиришда инвестицияларнинг роли ва аҳамияти.

Республикада туризмнинг бугунги кундаги аҳволининг таҳлили шуни кўрсатадики, унинг ноёб салоҳият ва имкониятларидан ғоятда кам фойдаланилмоқда. Ўзбекистон халқаро туризм бизнесида анча орқада қолиб келмоқда. Бунга сабаб аввало республика иқтисодиёти ва шу жумладан туризм соҳаси ислохотларнинг дастлабки босқичидан кейин қийин аҳволда қолди. Илгари етарлича йўлга қўйилган «вертикал» алоқалар бузилган эди, иқтисодий алоқалар янги шароитларда «горизанталлар» бўйича мақсадли ривожланмаётганлиги оқибатида анчагина жиддий қийинчиликлар юзага келди. Ўзбекистон учун ўз олдида турган вазифа ва муаммоларнинг барчасини ечиши ғоятда қийиндир, ҳозирги кунда хорижий ёрдам, катта сармоялар керак бўлмоқда. Ўзбек туризми олдида турган асосий вазифа хорижий инвесторларни мумкин қадар кўпроқ жалб қилишдан иборатдир. Бу инвесторларни Ўзбекистоннинг улар учун айна ўз сармояларини бажонидил ва ишончли сарфлашлари мумкин бўлган жой эканлигига ишонтара олиш, буни исботлай олиш лозим. Бевосита хорижий инвестицияларни қўшма корхоналар ташкил қилиш, туристик комплексларни ҳамкорликда кўриш ва улардан фойдаланиш мақсадида кенг кўламда жалб қилиш, ишлаётган объектларни қайта таъмирлаш ва замонавийлаштириш туризмни ривожлантириш сиёсатининг энг муҳим йўналишларидан биридир.

Республикада туризмни хорижий инвестиция билан таъминлашнинг устивор йўналишлари қаторига транспорт, телекоммуникациялар, ахборот хизматлари, тадбиркорлик инфратузилмаси ва туризм сервисидан ташкил топган туризм инфратузилмасини шакллантиришни киритиш мумкин. Ўзбекистон халқаро туризмни ривожлантириш учун катта салоҳиятга эга. Серқуёш осмон ва сержило қорли чўққиларнинг ажойиб уйғунлиги, гўзал манзаралар, қулай шарт-шароитлар, тарихий жойлар ва қадамжоларнинг кўплиги ва ғоятда қулай географик жойлашганлиги республикада туризмни ривожлантириш учун етарли омилдир. Ўзбек туризмнинг асосий вазифаси ана шу инвестицияларни Ўзбекистонга йўналтира олишдан иборатдир. Туризмнинг иқтисодий аҳамиятини мамлакат миқёсида ҳам, алоҳида минтақалар учун ҳам яхши билиш лозим. Ўзбекистон Республикасида туризм инфратузилмасининг бугунги ҳолатини ўрганиш, соҳада мавжуд бўлган муаммоларни таҳлил қилиш, юзага келган мураккаб аҳволдан чиқиш йўллари қидиришдан иборат бўлиб, бунда асосий эътибор хорижий капитални жалб қилишга қаратилади, шу тариқа туризм учун

халқаро майдонга чиқиш имконияти яратилди. Халқаро туризмнинг ўсиб бораётган обрўси, унинг замонавий жамият ҳаётидаги ўрни иқтисодий, сиёсий ва ижтимоий аҳамияти жаҳондаги кўплаб мамлакатларнинг ҳукуматлари томонидан эътироф этилган. Халқаро туризм ҳақиқатдан ҳам улкан истиқболларга эгадир. 2000 йилда унинг ҳажми 1 млрд. чет эл сафаридан иборат бўлиб, уларга 500 млрд. АҚШ долларига яқин маблағ сарфланди. Туризм, айниқса халқаро туризм, бу давлатнинг иқтисодий манфаатлари соҳасидир. Ўзбекистонда мустақилликнинг ўн йили иқтисодда устивор йўналишларни узил-кесил аниқлаб берди. Ўзбекистонда туризм энг истиқболли соҳадир. Умумий Ялпи Миллий Маҳсулот ва валюта тушумларининг асосий ўсиш манбаига айланиши мумкин. Масалан, Халқаро Туристик Ташкилотнинг маълумотларига кўра туризм марказлари бўлган Самарқанд, Бухоро ва Хивага саёҳат қилишни хоҳловчилар ҳар йили 10 млн. кишидан кам бўлмайди. Бу фақат Европа мамлакатларидаги аҳвол. Агар ҳар бир турист республикада кўрсатилган хизматлар эвазига кунига ҳеч бўлмаганда 100 доллар қолдириб кетса, валюта тушумларининг йиллик ҳажми 5 млрд. доллардан ортиши мумкин. Ўзбекистоннинг тарихий мероси бу ерга туристларни жалб қилишнинг энг муҳим омилларидан биридир. Сайёрамизда тарихий бой, аммо кенг оммага маълум бўлмаган, ёдгорлик обидалари кўп бўлган жойлар бор. Ўзбекистон бой маданий мероси ва мусаффо табиий минтақаларга эга бўлган мамлакатдир. Бу ерда Александр Македонский, Чингизхон ва Амир Темур давридан қолган 4000 дан ортиқ тарихий ёдгорликлар мавжуд. Фарғона водийси, Зомин, Ҳисор, Ургут қорли тоғлар билан ўралган мамлакатдаги энг хушманзара табиий минтақадир. Бу ерлар чанғи спортини ривожлантиришга имконият беради.

Туризмга сарфланган инвестициялар ҳақида ва умуман инвестициялар ҳақида гапириш учун аввало инвестицияларнинг нима эканлиги тўғрисида аниқ тасаввурга эга бўлиш керак. Ўзбекистон Республикасининг 1994 йил 5 майда қабул қилинган «Хорижий инвестициялар ва хорижий инвесторлар фаолиятининг кафолати» тўғрисидаги қонунга кўра, Ўзбекистон Республикасида қуйидагилар хорижий инвестор бўлиши мумкин: чет эл давлатлари; хорижий ҳуқуқий шахслар; халқаро ташкилотлар; чет эл фуқаролари бирлашмалари;

Ўзбекистон Республикасининг чет элда яшовчи фуқаролари.

Мазкур қонуннинг 2 - моддасига кўра мулк қийматларнинг барча турлари ва уларга бўлган эгаллик ҳуқуқлари ҳамда чет эл мулкига бўлган ҳуқуқлар, хорижий инвесторлар томонидан объектларга ва хорижий инвестиция бўлиши мумкин. Россия мисолида оладиган бўлсак, 1995 йилда мамлакатга 2017 минг АҚШ доллари миқдорига, яъни ўтган йиллардагига нисбатан мамлакатда икки марта кўп жалб қилинган ЮНКТАД экспертлари ўсиш суръатларидаги 3 % лик пасайишга қарамай, бу «сакраш»нинг иқтисодий ҳаётдаги барқарорликнинг ўсганлиги сабабли ҳам юз берганлигини таъкидламоқдалар. Бу кўрсаткич уларнинг фикрича, миллий корпорацияларнинг келгусида бу устунликлардан янада ёрқинроқ келажакни кутишда фойдаланиш мақсадида Россияга инвестиция сарфлашга

интилаётганликларини ҳам акс эттирди. Хорижий инвестицияларнинг асосий қисми Европа иттифоқига тўғри келадиган бошқа Шарқий ва Марказий Европа мамлакатларида фарқли равишда Россияда биринчи ўринни Швейцария ва АҚШ эгаллайди — бу мамлакатларга жами капитал қўйилмаларнинг 51% тўғри келади.

1995 йилдаги муваффақиятларга қарамай, РФ ҳозирча бозор муносабатларига ўтишда айниқса кучли илгарилаб кетган бир қатор Шарқий ва Марказий Европа давлатларидан орқада қолмоқда. Венгрия 1995 йилда 3500 минг, Польша 1510, Чехия 2500 минг АҚШ доллари миқдорида инвестицияларни жалб қила олди. Хорижий капиталлар минтақага «хусусийлаштириш тўлқинлари» ва «иқтисодий соғломлаштириш» туфайли оқиб кела бошлади. (Хорижий капиталлар минтақада) МДХ мамлакатларининг деярли барчаси сезиларли силжишларга эришдилар. Баъзи МДХ мамлакатларида хорижий инвестицияларни жалб қилиш кўрсаткичлари куйидагича бўлди:

Арманистон 1999 йилда 100000 доллар, Озарбайжон - 100000 доллар. Белоруссия - 200000 доллар, Қозоқистон - 284000 доллар, Қирғизистон — 515 000 доллар, Молдава - 32000 доллар, Тожикистон - 150000 доллар, Украина - 200000 доллар, Ўзбекистон - 115000 доллар. Жами йил давомида жаҳондаги бевосита хорижий инвестициялар бу 40% га ўсиб, 35 млрд. га етди. Бу соҳада Хитой олдинда бормоқда, хорижий инвесторлар бу мамлакатга 1995 йилда 38 млрд. доллар сарфланди. Яқин ўн йиллар давомида Хитой инфратузилмасини ривожлантиришга 700 млрд. дол. сарфланади, бу Шарқий Осиё ва Тинч океани минтақаси мамлакатлари иқтисодиётига сарфлаш учун режалаштирилган мақсадли инвестицияларнинг ярмидан кўпроғини ташкил қилади. Энг йирик туристик марказ бўлган Хитойга сарфланадиган маблағлар барча Шарқий Осиё мамлакатларини инфратузилмаларини ривожлантиришга сарфланадиган жами 1,3-1,5 тр. доллар инвестицияларнинг тахминан 51% ни ташкил қилади. Ўзбекистон, энди ривожлана бошлаётган бозорга эга бўлган ҳолда, йирик инвестиция лойиҳалари учун зарур бўлган капитал ҳажмини таъминлай олмайди, қаттиқ валютага эга бўлиш қийиндир. Аммо бу муаммоларнинг барчасини хорижий инвесторлар ёрдамида ҳам қилиш мумкин. Шунингдек, илғор техника ва технологияларга, бошқарувчининг илғор усулларига эга бўлиш ва жаҳон бозорига чиқиш ҳам осонлашади. Президентимиз Олий Мажлис сессиясида сўзлаган ўз нутқида республикага биринчи навбатда куйидагилар зарурлигини қайд этиб ўтди.

Ишлаб чиқариш тармоқларининг энг янги технологиялар ва асбоб-ускуналар билан жиҳозлаш, ишчиларнинг малакасини ошириш, жаҳон бозорида ишлаш усулларини такомиллаштириш, бизнинг маҳсулотларимизни сотиш мумкин бўлган бозорларни қидириб топиш.

Мамлакатни хом-ашё етказиб берувчиликдан юқори даражада тараққий этган давлат даражасига олиб чиқиш.

Республикада қулай инвестицион муҳитни таъминлаш учун барқарор ҳукуқий база мавжуддир. Хусусан, «Хорижий инвестициялар тўғрисида»ги,

«Инвестициялар ва хорижий инвесторлар фаолиятининг кафолатлари тўғрисида»ги қонунлар, «Ташқи иқтисодий фаолиятни рағбатлантириш чоралари тўғрисида»ги иқтисодий ислохотларни янада чуқурлаштириш, хусусий мулкни ҳимоялашни таъминлаш ва тадбиркорликни ривожлантириш чоралари тўғрисида»ги фармонлар қабул қилинган. Иқтисодий ислохотлаштириш ва инвестициялар бўйича маҳкамалараро қўмита ташкил қилинган.

1995 йил 21 августда қабул қилинган «Хорижий инвестициялар бўйича Агентлик ташкил этиш тўғрисида» ги Фармонга мувофиқ агентлик ташкил этилди, унинг мақсади иқтисодиётга хорижий инвестицион таклифларни тайёрлаш ва амалга оширишда потенциал инвесторларга ва маҳаллий ҳамкорларга амалий ёрдам кўрсатишдан иборатдир. Аммо хорижий ҳамкорларни тўплашда масаланинг ҳамма томонини ҳисобга олиш лозим.

Катта миқдорда хорижий ёрдам олаётган мамлакатлар индустриал-саноат тараққиётида исталган суръатларга тезда эришмоқдалар. Аммо инвесторлар (асосан - АҚШ, Европа иттифоқи, Япония) бу мамлакатлар ичида улар эгаллаб турган ҳарбий - сиёсий ёки энергетик хом - ашё жиҳатдан муҳим ва ҳал қилувчи позицияларга қараб алоҳида стратегик мавқега эга бўлган давлатларни танлаб олдилар. Бундай давлатларга молиялаштириш ўта сахийлик билан, узоқ муддатга ва фоизлар нуктаи назаридан имтиёзли шартларда амалга оширилади. Аммо бунинг салбий томони ҳам борки, бу инвесторларнинг ўз шартларини қўйишлари ва уларнинг бажарилишини талаб қилишларидан, уларга қарамлик юзага келишидан ва ҳақозолардан иборат. Инвестициялашнинг усул ва шакллари турлича бўлиши мумкин. Масалан:

Туркия ва махсус консорциум ҳамкорлар сони кўпайганда биринчидан мамлакатнинг ҳар бир инвесторга шахсан қарамлиги камайдди, иккинчидан керакли миқдорда хорижий ёрдам тушуми кафолатланади.

Япония ўзаро ёрдам ва ҳамкорлик мақсадларида фаолият кўрсатган ҳолда, инвестициялашни акцияларни сотиб олиш ва узоқ муддатли қарзлар бериш орқали амалга оширади.

Бу йўл билан у ўзини мамлакатнинг бозори ва иқтисодини эгаллаб олувчи эмас, балки интеграция тарафдори қилиб кўрсатади.

Аммо айти пайтда у кўплаб компания акцияларининг назорат пакетига эгадир ва уларнинг фаолиятини назорат қилиб боради. ўарбий Европа инвесторларининг анъанавий усуллари хорижий (назорат) компанияларнинг мутлоқ соҳиблари бўлиб олишга қаратилаган. Иқтисодий тараққиётни энг самарали ташқи молиялаштириш давлатлараро асосда халқаро молиявий ташкилотларни жалб қилган ҳолда, амалга оширилади. Инвестициялар: беғараз ёрдам; кредитлар; субсидиялар; қўшма корхоналар; акцияларни сотиб олиш ва ҳаказо.

Инвесторлар учун асосий шартлар:

Эркин конвертланган валютадаги фойда:

Ички ва ташқи сиёсий вазиятнинг барқарорлиги;

Инвестициялашни секинлаштирувчи омиллар қуйдагилардир:

Хом - ашё заҳираларнинг чекланганлиги:

Ишчи кучи сифатининг пастлиги:

Меҳнат унумдорлигини пастлиги:

Валютанинг конвертланмаслиги:

Ички бозорнинг торлиги ва аҳоли тўлов қобилиятининг пастлиги.

Ҳозирги пайтда хорижий инвесторлар тоғ - кон саноати ва тижорат мақсадидаги транспорт воситаларини ишлаб чиқаришига катта қизиқиш билан қарамокдалар. Жаҳон банкининг берган баҳосига кўра, 2000 - 2003 йилларда молиялаштириш эҳтиёжларининг 800 - 900млн. АҚШ доллари миқдориди бўлиши мўлжалланмоқда.

Бундай инвестициялар учун асос кучайтирилиб ислохотларга жадаллаштирилса, бевосита хорижий инвестицияларнинг кириб келиши 2003 йилга келиб йиллигига 300 - 350 млн. АҚШ доллари даражасида бўлиши мумкин. Демак ишдан кўриниб турибдики, Ўзбекистон хорижий инвесторларни ўзининг табиий ресурслари ва иқтисодий салоҳияти билан ўзига жалб қилмоқда. Аммо инвестициялашнинг ҳуқуқий базасини таъминлаш ва қулай муҳит яратиш учун мумкин бўлган барча шарт - шароитларни яратиш лозим. Барча тўсиқларни, шу жумладан катта аҳамиятга эга бўлган барқарорлик тўсиқларини охиригача бартараф қилиши зарур Шунингдек, ахборат базаси билан боғлиқ катта муаммо мавжуд. Ўзбекистон узоқ вақтгача ахборот вакумида қолиб келди.

Хорижий инвестициялашнинг имтиёзли йўналишлари қаторига туризмнинг замонавий инфратузилмасини, шу жумладан транспорт, телекоммуникациялар, ахборот хизматлари, тадбиркорлик инфратузилмасини ташкил қилиш ҳам киради. Бусиз ҳақиқий бозор муносабатларига ўтиш ва халқаро инвестицияси фаолиятини кенг ривожлантириш амалда мумкин эмас. Бугунги кунда жаҳон ахборот асри давлатда яшаётган бир пайтда, Ўзбекистонга маълумотлар банклар, турли компьютер ва телекоммуникация тармоқлари сув билан ҳаводек зарурдир, чунки биз ривожланган коммуникация тармоғининг хорижий инвесторларни қизиқтирувчи асосий омил эканлигига ишонч ҳосил қилиб улгурдик.

5.3. Давлатнинг туризмга таъсир кўрсатиш механизми

Давлат туризм соҳасини бевосита туризм вазирлиги ёки миллий туристик ташкилотлар орқали, шунингдек, билвосита ҳуқуқий воситалар ёрдамида, ўз инфратузилмаси ва халқаро сиёсатнинг қўллаб-қувватлаши туфайли амалга оширади. Давлат туризмга икки йўл билан, яъни талаб ва даромадларни бошқариш ёки таклиф ва нархларни бошқариш йўли билан таъсир кўрсатади.

Талабни бошқариш учун давлат маркетинг ва силжитиш, нархнинг ҳосил бўлиши ва имкониятни чеклаш каби воситалардан фойдаланади. Бу ерда эса самарали маркетингни амалга ошириш учун мақсадларни аниқ белгилаш, туризм маҳсулотлари ва бозорини яхши билиш зарурлигини айтиб ўтамиз холос.

Туризмни ҳаракатлантириш чора-тадбирлари давлат томонидан амалга оширилувчи маркетингнинг таркибий қисми бўлиб, потенциал мижозларда талабни уйғотишга қаратилган. Бутунжаҳон туризм ташкилотининг тавсияномаларига кўра, бу чора-тадбирлар мамлакатнинг ўзига жалб қилувчи рамзий белгиларига асосланган сифатли имиджини яратиши лозим. Мамлакат имиджини яратишнинг турли усуллари мавжуд: мамлакатга таклиф қилинган журналистлар билан учрашувлар, маҳаллий мутахассисларни чет элга сафарига юбориш, телевидение ва радио орқали чиқишлар, брошюра, слайд ва шу каби материалларни бепул тарқатиш ҳамда турли хил ярмарка ва кўргазмаларда стендлар сотиб олиш йўли билан иштирок этиш. Туризмни ҳаракатлантиришга жалб қилинган ташкилотлар сони кўплиги сабабли давлат муассасаларининг чет элдаги ваколатхоналари шуғулланувчи фаолиятни мувофиқлаштириш муҳим роль ўйнайди.

Ушбу чора-тадбирларнинг самарадорлигини туризм учун жавобгар бўлган туризм вазирликлари ва ташкилотлари ўртасида кооперация бўйича халқаро келишувлар ёрдамида ўстириш мумкин. Бу хатти-ҳаракатлардан мақсад туризмни ҳаракатлантириш (плакатлар, аудио ва видео материалларни тарқатиш, ваколатхона офисларидан биргаликда фойдаланиш ва ҳоказо) чораларини айирбошлаш ёки бирлаштиришдан иборат. Давлатнинг туристик маҳсулотлар нархини бошқаришига имкон берувчи бир қанча воситалар мавжуд. Биринчидан, мамлакатдаги диққатга сазовор жойларнинг кўпчилиги давлат сектори қўлида бўлиб, авиакомпанияларнинг аксари қисми давлат томонидан назорат қилинади. Ривожланаётган мамлакатларнинг кўпчилигида эса ҳатто меҳмонхоналар ҳам асосан давлатга тегишли бўлади. Қоидага кўра, ижтимоий инфратузилма ва транспорт тармоғи табиий монополиялар ҳисобланади. Улар давлатга тегишли бўлмаган ҳолда ҳам давлат томонидан назорат қилиниши зарур.

Давлат иқтисодий воситалар (масалан, валюта назорати – натижада валюта айирбошлашда чеклашлар юзага келади ҳамда туристлар валютани оширилган нархда алмаштиришга ва шу тариқа саёҳатнинг реал қийматини оширадилар), савдодан олинувчи солиқ, божхона ҳудудида магазинлар очиш ва ҳоказолар ёрдамида нархларга билвосита таъсир кўрсатиши мумкин. Давлат талабга юқорида кўрсатилган воситалардан ташқари, лицензиялаштириш ва кўрсатилувчи хизматлар градацияси ёрдамида ҳам таъсир кўрсатиши мумкин. Бундан кўпинча меҳмонхона бизнесида таклиф қилинувчи номерлар талабдан ортиб кетган ҳамда ҳукумат нархларни тартибга солиш йўли билан ушбу номувофиқликни йўқота олмаган ҳолларда фойдаланилади.

Нархларни тартибга солиш бозор иқтисодиётида унчалик оммавий бўлмаса-да, баъзи мамлакатлар маҳаллий компанияларни мамлакат туризм соҳасининг узоқ муддатли манфаатларига зарар келтирган ҳолда шу ондаёқ олинувчи фойда олиш ниятидан қайтариш учун фойдаланадилар. Бундан ташқари, ҳукумат нархларни назорат қилар экан, туристлар манфаатларини ҳимоя қилиши, уларнинг харажатлари юқори бўлишининг олдини олиши ва шу тариқа мамлакатнинг обрўсини сақлаб қолиши мумкин. Талабни тартибга

солиш учун баъзи мамлакатлар туристларнинг кириб келишини чекловчи чора-тадбирларни жорий қиладилар. Масалан, туристлар келувчи мамлакатларга ажратилувчи визалар сонини камайтирадилар, диққатга сазовор жойлар атрофида меҳмонхонлар қуришни камайтирадилар ёки диққатга сазовор жойларни экологик муҳофаза қилиш учун беркитадилар.

Давлатнинг таклифни бошқариши туристларни танлаш ва нархни тартибга солишга йўналтирилган талабни бошқаришдан фарқли равишда туристик хизмат кўрсатувчиларга таъсир кўрсатиш билан боғлиқ бўлади. Таклифни бошқариш учун давлат қуйидагилардан: бозорни тадқиқ этиш ва режалаштириш, бозорни тартибга солиш, ердан фойдаланишни режалаштириш ва назорат қилиш, турар-жойларни тартибга солиш, солиқ ва инвестициялардан фойдаланади. Давлат статистик маълумотларни тўплаш ва туризмда юз бераётган ўзгаришлар мониторинги ёрдамида туризмнинг харажатлари ва олувчи фойдаси миқдорини аниқлаш мақсадида бозорда тадқиқотлар ўтказилади. Мижозларнинг уларга таклиф қилинаётган таклифларга муқобил таклифлардан хабардорлиги бозорнинг оптимал фаолиятини тавсифловчи иқтисодий мезон ҳисобланади. Ҳукумат мижозлар танлаш имкониятига эга бўлишлари, туристик хизмат таклиф қилувчилар томонидан турли хил фирибгарликлардан хабардор бўлиши ва ҳимоя қилинишини кузатиб туради. Давлат сотувчиларга истеъмолчиларга нисбатан ҳуқуқий нормалар асосида эмас, балки турли хил туристик ташкилотларга аъзо бўлиш шарт - шароитлари характерида эга бўлган қоидалар кўринишида муносабатда бўлишни юклаш билан бозорни тартибга солиши мумкин. Рақобатчилик курашини таъминлаш ва бозорни монополизациядан ҳимоя қилиш мақсадида давлат бозорни ҳуқуқий жиҳатда тартибга солишни амалга оширади.

Бир қанча мамлакатларда шаҳар ва туманларни ривожлантириш қоидалари амалда бўлиб, уларга асосан ердан фойдаланиш усуллари ҳам ўзгаради ва ривожланади. Қоидага кўра давлатнинг назорати ландшафтлар ва табиати гўзал жойларни муҳофаза қилишга қаратилади. Давлат шунингдек, ер режаларини чоп эттириш, туризмнинг ривожланиши учун тақдим этилувчи ер участкаларига қатъий талаблар қўйиш билан ер участкалари билан чайқовчилик қилишнинг олдини олади. Ердан фойдаланишни назорат қилиш билан бирга қурилишни ҳам тартибга солиб борилади ва архитектура назорати остида бўлади. Кўпчилик мамлакатларда тарихий ва архитектура ёдгорликларини ҳимоя қилиш бўйича қонунлар қабул қилинган.

Давлатнинг туризмга таъсирининг муҳим усулларида бири туристларни солиққа тортиш бўлиб, бунда туристлар учун қулай шароитлар яратиб берувчи ва уларга хизмат кўрсатувчи маҳаллий аҳоли зиммасига тушувчи туризм харажатлари қайта тақсимланади ҳамда бюджетнинг даромад қисми оширилади. Бу солиқлар туристлардан меҳмонхоналарга жойлаштирилганда, аэропортларда билет сотиб олганда, казиноларда давлат ютуқнинг ярмини олганда ва бошқа ҳолларда ундирилади. Бироқ солиқларни жорий қилиш доим ҳам давлат учун қулайлик туғдиравермайди, чунки солиқларни йиғиш ўз навбатида туристик хизмат талабларини ва шу тариқа

даромадни камайтириши мумкин. Масалан, меҳмонхонада яшаш учун солиқ меҳмонхона эгаларини кўрсатилувчи хизматлар нархини оширишга мажбур қилади, бу эса меҳмонхона хизматларига бўлган талабнинг камайишига ва шу тариқа худди шу меҳмонхоналарнинг даромадларини камайтиришга олиб келиши мумкин. Туризм соҳасига киритилувчи инвестициялар иқтисодиётнинг давлат ва хусусий секторидан ёки халқаро ташкилотлардан келиб тушиши мумкин.

Туризмга давлат томонидан кўрсатилувчи молиявий ёрдамнинг миқдори туризм соҳасининг мамлакат иқтисодиётидаги аҳамияти ва бу соҳани иқтисодиётнинг бошқа соҳаларида ажратиб турувчи ўзига хос хусусиятлари билан белгилаб берилади. Давлат дотациялари мамлакатнинг ижобий имиджини яратишдан то туристик фаолиятга солиқ имтиёзлари беришгача турли хил шаклларда намоён бўлади. Давлат инвестицияларининг асосий турлари ичида қуйидагиларни алоҳида кўрсатиш мумкин: туристик лойиҳаларга киритилувчи инвестициялар нархини пасайтириш - қулай фоиз ставкалари бўйича қулай заёмлар бериш (ҳукумат қатъий белгиланган фоиз ставкаси ва бозор нархи ўртасидаги фарқни тўлайди), ер ёки инфратузилмани пасайтирилган нархда сотиш ёки ижарага бериш, солиқ имтиёзлари, бошқа мамлакатлар билан келишувлар имзолаш йўли билан иккиёқлама қимматбаҳо қоғозлар тортилишнинг олдини олиш, божларни камайтириш, тўғридан - тўғри субсидиялар ёки хорижий инвесторларни жалб қилиш учун инвестицияларни кафолатлаш. Бунинг учун ҳукумат заём беришни кафолатлайди ёки капитал ва фойданинг репатрациясини кафолатлайди. Адолат юзасидан шуни айтиб ўтиш жоизки, туризмга инвестициялар киритиш рискли чора-тадбир бўлиб, бунга ушбу фаолият тури туристлар оқимини қисқартириши ва шу тариқа туризм орқали келиб тушувчи маблағларни камайтирувчи иқтисодий, сиёсий, иқлим ва бошқа ўзгаришлар сабаб бўлиши мумкин. Шунинг учун давлат туризм соҳасига иқтисодиётнинг бошқа соҳаларига нисбатан кўпроқ инвестицияларни жалб қилиш учун хатти - ҳаракатларни амалга ошириши керак. Ҳукумат юқорида санаб ўтилган мукофот турлари ўз йўлида фойдаланишни ва лойиҳаларга пул ажратилган мақсадларга сарфланишини назорат қилиши лозим. Грант ва заёмларни тақдим этиш билан ҳукумат паноҳида бўлган инвестицион банклардан ташқари, миллий туристик ташкилотлар ва туристик ривожланиш корпорацияси ҳам шуғулланиб, бу ҳақда қуйида сўз юритилади. Солиққа тортиш молия вазирлиги назорати остида бўлади. Ривожланаётган мамлакатларда туризм соҳаси бошқа халқаро агентликлар томонидан молиялаштирилиши мумкин. Ҳар хил мамлакатларда турли хил мукофот турлари кенг тарқалган. Масалан, Греция ва Португалияда имтиёзли заёмлардан фойдаланилади, Австрияда имтиёзли заёмлар барча инвестицияларнинг ярмини ташкил этади ва 5 % комиссия миқдорида 20 йил муддатга берилади. Франция, Италия ва Буюк Британияда субсидияларга алоҳида эътибор қаратилади, Испанияда импорт товарлар харид қилинганда қўшимча қийматга паст солиқлар жорий қилинган. Туризм соҳасига киритилувчи халқаро инвестициялар халқаро ташкилолар ҳамда хусусий

сектор томонидан таъминланади. Асосий хорижий қарз берувчи Жаҳон банки (халқаро ривожланиш ва қайта тикланиш банки) ҳисобланади. Унинг фаолияти ривожланаётган мамлакатларда ушбу мамлакатларнинг инфратузилмасини узоқ муддатли молиялаштириш ёрдамида нормал турмуш тарзини таъминлашга қаратилган. Туризм фаолиятини тўғридан - тўғри инвестициялаш ушбу банкнинг устивор йўналиши бўлмаса-да, бироқ у экспорт кредитларидан фойдаланган ҳолда қўшма лойиҳаларни молиялаштиради. Банк потенциал таъминотчи мамлакатларда кредитларни суғурталовчи муассасаларни рағбатлантиради, тендер бўйича танлаб олинган рақобатбардош таъминотчиларга кафолатлар беради. Жаҳон банкдан фарқли равишда халқаро ривожланиш ассоциацияси қисқа муддатли заёмлар беради, халқаро молия жамияти эса лойиҳаларда улушга эга бўлган ҳолда иштирок этади.

Европа ҳамжамияти 1975 йилда ташкил қилинган ва кам ривожланган минтақаларга молиявий ёрдам кўрсатувчи Европа минтақавий ривожланиш жамғармаси (EFRD) ёрдамида туризмни инвестициялаштиради. EFRD грантларини беришда туризмнинг бугунги кунда долзарб бўлиб турган йўналишлари - қишлоқ туризмни ривожлантирувчи ҳамда минтақанинг маданий ва тарихий меросини кенг тарғиб қилувчи лойиҳалар афзал кўрилади. EFRD грантлари махсус шарт - шароитлар бўйича 40 йилга берилиб, биринчи ўн йилликда йилига 1 % ставкаларга берилади.

Европада туризмнинг ривожланишини молиялаштириш билан шуғулланувчи бошқа ташкилотлар ичида Европа инвестиция банкни ажратиб кўрсатиш мумкин. Бу ташкилот фоиз ставкалари ўртасидаги фарқни тўлашга халқаро кредит бозорларида қулай фоизлар бўйича олинувчи ресурслар ҳисобига субсидия ажратади ва шу тариқа воситачилик хизматини кўрсатади. Масалан, мазкур банк Ла - Манш бўғози остида туннель қурилиши, Парижда Диснейленд қурилиши, Германияда Франкфурт, Мюнхень ва Гамбург аэропортлари, Буюк Британияда “Стансед” аэропорти кенгайтиришни молиялаштирган. Туризмни инвестициялашнинг энг асосий риск манбаларидан бири операцион харажатларга нисбатан улкан капитал сиғими ҳисобланади. Бу иншоат ва асбоб-ускуналарнинг қимматлиги билан изоҳланади. Капитал узоқ давр мобайнида аста - секинлик билан тўпланади, киритилган маблағларнинг қайтиши эса аста -секинлик билан рўй беради. Шунинг учун капитал қийматини пасайтириш бирламчи вазифа ҳисобланади. Туристлик маҳсулотнинг комплексли характери туфайли иқтисодиётнинг туризм соҳаси олдига қўйилган вазифаларнинг барчасини бажариш мумкин эмас. Ҳукумат мамлакат иқтисодиётига хусусий секторни қўллаб - қувватлашда фаол қатнашмоқда. Бироқ турли хил мамлакатларда давлатнинг аралашувини тадқиқ этиш шуни кўрсатадики, бозор иқтисодиёти султ ривожланган мамлакатларда бундай аралашувлар бозорни тартибга солиш ўрнига унга қийинчиликлар туғдирмоқда.

5.4. Туристтик ташкилотлар

Қоидага кўра мамлакат иқтисодиётида туризмнинг аҳамияти ошиши билан давлатнинг ушбу соҳага мос келувчи ваколатларга эга бўлган вазирлик орқали ёки турли хил халқаро ташкилотларнинг иштирок этиши, аралашуви ҳам ортиб боради. Халқаро туризмнинг етакчиси бутунжаҳон туризм ташкилотидир. Шунингдек, туризм билан у ёки бу даражада боғлиқ бўлган бошқа халқаро ташкилотлар ҳам мавжуд, масалан, халқаро ҳаво транспорти ассоциацияси (IATA), халқаро фуқаро авиация ассоциацияси (ICAO). Бундан ташқари, Европа саёҳат комиссияси, Осиё - Тинч океани саёҳат ассоциацияси, Кариб ҳавзаси туристик ташкилот каби минтақавий ташкилотлар ҳам кўп. Уларнинг фаолияти асосан маркетинг, силжитиш ва техник ёрдам кўрсатишга қаратилган.

Бутунжаҳон туризм ташкилоти кенгаш берувчи органга қараганда кўпроқ тезкор орган ҳисобланади. Унинг вазифалари қаторига ушбу ташкилот аъзолари бўлган мамлакатларга ёрдам кўрсатиш, еттига асосий соҳадан (жаҳон туризм тренди, туризм бозорлари, корхоналар ва уларнинг таъминланганлиги, туризмни режалаштириш ва ривожлантириш, иқтисодий ва молиявий таҳлил, туризмнинг таъсири, хорижда уни тақдим этиш) иборат бўлган тадқиқот иши; статистик маълумотлар билан таъминлаш; турли мамлакатлар юритувчи сиёсатни уйғунлаштириш; иштирокчи мамлакатларга туризмнинг мамлакат иқтисодиётига ижобий таъсири максималлашганда ёрдам кўрсатиш; таълим олиш ва малакани оширишга ҳомийлик қилиш.

Бутунжаҳон туризм ташкилоти 1946 йилда 100 та миллий туризм ташкилотини бирлаштирган расмий туристик ташкилотларнинг халқаро жамияти (UOTO) нинг издоши ҳисобланади. У 1975 йилнинг 17 - 23 сентябрида Мексикада ўтказилган UOTO нинг фавқулодда Бош ассамблеясида ташкил этилган бўлиб, халқаро фаолиятда UOTOнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари ташкилотнинг зиммасига ўтди.

Бутунжаҳон туризм ташкилотига аъзоликнинг тўрт даражаси мавжуд:

- Бутунжаҳон туризм ташкилоти конституцион низомини ратификация қилган мамлакатлар оддий аъзолар ҳисобланади. 1994 йилнинг 1 январидан унинг таркибига 120 мамлакат аъзо бўлган.
- Бугунги кунда учта ҳудудий зоналар – Нидерландия Антиллари, Гибралтар ва Макао ассоциацияланган аъзолар ҳисобланади.
- Доимий кузатувчи - Ватикан.

• 1994 йилнинг 1 январидан туризмда фаол иштирок этувчи қуйидаги давлатга тегишли 187 та ноҳукумат халқаро муассасалари ва хусусий ташкилот ва корхоналар қўшилган аъзолар ҳисобланади: меҳмонхона ва ресторан тармоқлари, туристик агентликлар, авиакомпаниялар, туристик ўқув марказлари, тадқиқот институтлари ва марказлари. Бу муассасалар қўшилган аъзолар қўмитасига бирлашган бўлиб Бутунжаҳон туризм ташкилотига аъзолик бадаллари тўлайди. Улар Бутунжаҳон туризм

ташкilotининг турли органлари фаолиятида ва бошқа халқаро ташкilotлар бажариши мумкин бўлмаган махсус хатти-ҳаракатларда иштирок этишга таклиф қилинади.

Бутунжаҳон туризм ташкilotи структураси қуйидагилардан иборат – Бош ассамблея, Ижроия кенгаши, Бош секретариат, Минтақавий кўмита, қўшилган аъзолар кўмитаси ва бошқа турли хил комиссия ва махсус кўмиталар.

Бош ассамблея ташкilotнинг мажбурий органи бўлиб, оддий ва ассоциацияланган аъзоларнинг делегатларидан иборат бўлади. Улар йилига икки марта ташкilot бюджети ва турли хил тавсияномаларни қабул қилиш учун учрашадилар. Қарорлар барча овозларнинг учдан икки қисми берилганда қабул қилинади. Бош ассамблея томонидан Африка, Америка, Шарқий Осиё ва Тинч океани минтақаси, Жануби Осиё, Европа ва Яқин Шарқ учун олти минтақавий комиссия тузилган. Бу ташкilotлар уларга бириктирилган минтақаларда ассамблеянинг тавсияномаларини жорий қилиш ва минтақа ичида туризмни ривожлантиришга йўналтирилган.

Ижроия кенгаш ассамблеяда танланган 20 та оддий аъзо мамлакатларни бирлаштиради. Улар йилига икки марта учрашадилар ва Бош ассамблея томонидан қабул қилинган резолюцияларни амалга ошириш учун зарур чора-тадбирларни ишлаб чиқадилар. Улар ташкilotнинг бюджетидан фойдаланишни амалга оширадилар ва назорат қиладилар. Ижроия кенгаш доирасида тўртта ёрдамчи кўмита мавжуд. Булар – дастурлар ва мувофиқлаштириш бўйича техника кўмитаси, молия ва бюджет кўмитаси, атроф - муҳит бўйича кўмита, соддалаштириш бўйича кўмита. Соддалаштириш бўйича кўмита божхона қоидалари, полиция назорати ва соғлиқни сақлашни назорат қилиш чора-тадбирларини ишлаб чиқади.

Бош секретариат бош секретарь ва 85 та халқаро вакиллардан иборат бўлиб, Мадридда жойлашган. Бош секретарь ассамблея ва кенгаш директивасини қабул қилади. Секретариатнинг бошлиғи сифатида у ташкilot фаолиятини бошқаради, ташкilotга аъзо мамлакатлар билан ўзаро алоқалар дастурини тақдим этади ҳамда кенгашнинг ҳисоб рақамларини бошқаради. Бош секретарь кенгаш тавсияномасига кўра барча овозларнинг учдан икки қисми билан тўрт йилга сайланади. Бироқ Бутунжаҳон туризм ташкilotи Низомининг 22 - моддасига асосан бош секретарнинг ваколатлари муддати узайтирилиши мумкин. Қўшилган аъзолар кўмитаси ишчи гуруҳлар томонидан тузилган: ёшлар туризми, истеъмолчиларни танлаш ва уларнинг хулқ-атвори, туризмга инвестициялар киритиш, туризм ва бандлик, туризм ва соғлиқни сақлаш, туризм ва ахборот воситалари. Европа саёҳат комиссияси Европа мамлакатларининг миллий туристик ташкilotлари томонидан 1948 йилда фойда олишни ният қилмаган ҳолда ташкил этилган бўлиб, 21 та мамлакатни бирлаштиради. Унинг ишини туризмни муҳим иқтисодий ва ижтимоий аҳамиятга эга деб ҳисобловчи Европа ҳамжамияти қўллаб-қувватлайди. Мазкур комиссиянинг мақсадлари қуйидагилардан иборат:

Европада корпоратив халқаро туризмнинг ривожланиши учун қулай шарт-шароитлар яратиш;

тадқиқотларни амалга ошириш;
туризмнинг ривожланиши ва маркетинг схемаларини лойиҳалаштиришда маълумотлар айирбошлаш;
туристик маҳсулотни Европанинг бошқа мамлакатларида, айниқса, Шимолий Америка ва Японияда ҳаракатлантириш.

Кўпчилик мамлакатлар ўз миллий туристик ташкилоларига эга. Уларнинг баъзиларида, масалан, Франция ва Испанияда бу ташкилотлар ҳукумат таркибига киради. Буюк Британияда эса улар ҳукуматдан алоҳида ҳолда ташкил қилинсада, марказлантирилган молиявий оқимлар ёрдамида қўллаб - қувватланади.

АҚШда саёҳат ва туризм маъмурияти федерал ҳукумат томонидан қўллаб -қувватлансада, маркетинг ва ривожланиш бўйича вазифалар алоҳида шататларнинг зиммасига юклатилган. Ташкилот 17,5 миллион доллар миқдорида ҳар йиллик федерал кредитлар ва 20 миллион доллар миқдорида хусусий секторнинг аъзолик бадаллари ҳисобига молиялаштирилади. Бу ташкилот Бутунжаҳон туризм ташкилотида АҚШнинг манфаатларини ҳимоя қилади. Унинг вазифалари қуйидагилардан иборат:

АҚШга саёҳат қилишни рағбатлантириш; туризмнинг ривожланиши тўсқинликларини қисқартириш; арзон саёҳат ва хизматларни рағбатлантириш; туристик маълумотларни тўплаш.

ҚҚоидага кўра туристик давлатларда, айниқса, орол давлатларида туризм вазирлиги ташкил этилади. Баъзи давлатларда иқтисодиёт вазирлигига бўйсунувчи туризм департаменти мавжуд бўлиб, бошқа мамлакатларда ёшлар ва спорт вазирлиги доирасида туризм бўлими фаолият юритади. Ҳукумати марказлаштирилмаган давлатларда туризм маҳаллий маъмуриятга бўйсунди. Баъзида шундай ҳам бўладики, туризмни ривожлантириш вазифалари федерал ҳукумат ва ҳудудий бошқармалар ўртасида тақсимланади.

Баъзи мамлакатларда миллий туристик ташкилотлар ўз низомига эга бўлган ҳолда хусусий мақомга эга бўлади. Уларнинг даромадлари турли манбалардан шаклланади. Ушбу ташкилотларнинг мавжудлиги бозордаги талабдан келиб чиқади. Шу ерда бир савол туғилади: миллий туристик ташкилотлар тижорат фаолияти билан қандай шуғулланишлари лозим. Шу муносабат билан хусусий секторни тўғри тушунмаслик ва миллий туристик ташкилотларни рақобатчиликда ғирромликка йўл қўйишда айбланиш ҳоллари учрайди, чунки улар молиялаштирилганда солиққа тортилмайди. Буни ҳисобга олган ҳолда кўпчилик давлатларда хусусий секторга миллий туристик ташкилотларни қўллаб -қувватлашлари учун махсус солиқлар жорий қилинган.

Миллий туристик компанияларнинг структураси унинг вазифа ва мажбуриятларига боғлиқ бўлади. Бутунжаҳон туризм ташкилотининг тавсияларига кўра улар қаторига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- ҳукуматнинг туризм бўйича манфаатларини халқаро миқёсда ҳимоя қилиш; иштирокчи мамлакатлар билан туристлар оқимини кўпайтириш мақсадида икки томонлама ва кўптомонлама келишувларни имзолаш;

туристик бозорни ўрганиш бўйича қўшма маркетинг тадқиқотларини ўтказиш; миллий туристик ресурсларни оптималлаштириш; техник ва молиявий ҳамкорликка жалб қилиш; божхона назоратини биргаликда соддалаштириш; полиция ва пул назоратини тартибга солиш; технологик битимларни қўллаб - қувватлаш (масалан, меҳмонхоналар ва қишки спорт иншоатларида);

- миллий ва халқаро миқёсда туристик хизматларни ташкил этиш;
- туризмни режалаштириш ва ривожлантириш (туризмни ривожлантириш режасини тузиш);
- туризмга жалб қилинган корхоналарни назорат қилиш ва тартибга солиш (меҳмонхона хўжалигини тартибга солиш ва ҳуқуқий жиҳатдан таъминлаш, меҳмонхона ва ресторанларни таснифлаш, фаолият юритиш учун рухсатномаларни текшириш ва ўрганиб чиқиш);
- бозор тадқиқотлари ва статистика маълумотларни чоп этириш (истеъмолчилар хулқ - атвори ва фикрларини ўрганиш);
- туристик маҳсулотларни бошқа мамлакатларда сотиш (чет элда туристик маҳсулотларни сотиш ва маълумотлар билан таъминлаш мақсадида туристик агентликларни ташкил қилиш; брошюра, варақа, йўлнома ва бошқа махсус туристик маълумотларни нашр қилдириш);
- чет эллик туризм марказларини ривожлантириш (оммавий ахборот воситалари, радио ва телевидениеда компаниялар ўтказиш);
- божхона ва чегара назоратини енгиллаштириш, уни фикация қилиш ёки йўқ қилиш бўйича фаолият;
- туристларни қабул қилиш ва маълумотлар билан таъминлашни ташкил этиш (19 та мамлакатда туристларга ёрдам кўрсатиш мақсадида махсус полиция йўриқномалари тузилган);
- туризмда махсус тайёргарликни таъминлаш (курслар, семинарлар, ўқув дастурлари);
- мамлакатнинг ўзига хос мероси вав туристик ресурсларини (тарихий жойлар ва обидалар) сақлаш ва ҳимоя қилиш, санъат ва маданиятни муҳофаза қилиш компанияси;
- атроф - муҳитни муҳофаза қилиш (табиий ресурслар, истироҳат боғлари ва табиатни муҳофаза қилиш компаниясини ўтказиш).

Бу вазифаларни бажариш учун Бутунжаҳон туризм ташкилоти туризмни ривожлантиришни ҳукумат томонидан назорат қилишнинг қуйидаги тўртта асосий функциясини белгилаб берган: маркетинг, туристик фаолиятни мувофиқлаштириш, режалаштириш ва ривожлантириш, ҳуқуқий масалалар ва молиялаштириш. Маркетинг хизмати кўп функцияларни бажариб, миллий туристик ташкилотлар учун муҳим аҳамият касб этади. Бу хизмат ташкилотнинг маркетинг стратегиясини шакллантиради ва мамлакатнинг туристик маҳсулотларини реклама ва паблисити маълумотлари ёрдамида илгари суради. Шунингдек, у бизнес-туризмга ҳам учрашув ва кўргазмаларни ташкил этиш каби ўзига хос хизматлар кўрсатади. Ривожланиш бўлими мувофиқлаштириш ва стратегик ролларни ўйнайди. Режалаштириш бўлими ҳар кунги лойиҳаларни бошқаришни узоқ муддатли

ривожланишни режалаштириш билан бирга амалга оширади. Маъмурият бўлими эса туризмнинг ҳуқуқий ва молиявий масалалари билан шуғулланади. Кўпчилик мамлакатларда миллий туристик ташкилотлар билан мулоқотга киришиш, ўз сектори манфаатларини ҳимоя қилиш ва ривожлантириш учун туризм соҳасидаги мутахассислар профессионал нотижорат ассоциацияларини тузадилар. Бу ассоциациялар асосан туризм бўйича маслаҳатлар бериш билан шуғулланади. Улар халқаро миқёсда қуйидаги ихтисослаштирилган нотижорат халқаро ташкилотларга бирлаштирилган:

бутунжаҳон туристик агентликлар ва туроператорлар ассоциацияси (WATA);

халқаро туристик агентликлар кенгаши (ICTA);

туристик агентликлар ассоциацияларининг универсал федерацияси (UFTAA).

Ушбу ташкилотларнинг мақсади турли мамлакатлар мутахассислари ўртасида алоқалар ўрнатиш ва маълумотлар айирбошлаш, илмий марказларда туристик сиёсат лойиҳаларини биргаликда ишлаб чиқиш ва халқаро ташкилотларда ўз манфаатларини фаоллик билан олға суриш ҳисобланади.

5.5. Туризмнинг ривожланишини режалаштириш

Мамлакатнинг иқтисодий ривожланиш даражасидан келиб чиққан ҳолда туризмни ривожлантиришнинг турли хил усуллари қўлланилади. Бироқ уларнинг ҳаммаси ҳам умумий тавсифномаларга эга бўлади ва асосан уч босқичдан иборат бўлади: ресурслар тўғрисида маълумот тўплаш ва таҳлил қилиш; таҳлилий воситалардан фойдаланиш; қарорларни таҳлил қилиш ва устивор вариантни танлаш.

Аввало маҳаллий аҳоли ва давлат номидан режалаштириш органлари туризмни ривожлантириш мамлакат учун керакли йўналиш эканлигини тан олишлари зарур. Ривожланиш режасини тузиш учун туризм ёрдамида эришилиши лозим бўлган мақсадлар ҳақида аниқ тасаввурга эга бўлиш зарур. Бу мақсадлар қуйидагилардан иборат бўлиши мумкин: туризм орқали бевосита ва билвосита олинувчи даромадларни маҳаллий аҳолининг катта қисмига тўлиқ тақсимлаш; табиий ва ижтимоий - маданий ресурсларни туризм ривожланишининг таркибий қисми сифатида сақлаб қолиш; мамлакатнинг тўлов балансини мустаҳкамлаш мақсадида хорижий валюта тушумларини максималлаштириш; тўловга лаёқатли мижозларни жалб қилиш; бандлик даражасини ошириш; қолоқ минтақаларни уларнинг аҳолиси бандлиги ва даромадларини ошириш ёрдамида қўллаб-қувватлаш. Ривожланаётган мамлакатларда саноати ривожланган мамлакатлардан фарқли равишда статистика маълумоларини тўплаш бўйича аниқ тизим мавжуд эмас. Маълумотлар тўлиқ ва кенг қамровли бўлиши учун ўз ичига қуйидагиларни киритиши лозим: туристлар ва уларни жойлаштириш характеристикаси; иқтисодий тизим; атроф-муҳит характеристикаси; ҳуқуқий жиҳатдан тартибга солиш; инвестициялар ва ҳоказо. Шунинг ҳам қайд этиш

жоизки, қўлланувчи ресурслар сифати масаласи ҳам халқаро туризмда долзарб аҳамият касб этади.

Мақсадлар аниқ белгиланган ва статистика маълумотлари тўплангандан сўнг, бу маълумотлар қайта ишланади ва таҳлил қилинади. Туризмни оптимал ривожлантириш учун қўлланувчи иқтисодий - математик моделлар ва кўп вариантли ҳисоб-китоблар ёрдамида потенциал даромадлар ва инфратузилмани ривожлантириш учун зарур бўлган инвестициялар миқдори аниқланади. Туризм ривожланишининг маҳаллий аҳоли ва атроф - муҳитга кўрсатувчи таъсири асосий кўрсаткичлар (бандлик, фойда, давлатнинг даромадлари хорижий валюта тушумлари) ёрдамида таҳлил қилинади. Миқдорий таҳлиллардан ташқари, сифат таҳлиллари, масалан, бозор таҳлили, ташкилий структура таҳлили ва малакани ошириш дастури таҳлили ўтказилади. Шундан сўнг ривожланиш режаси тузилади ва мос келувчи сиёсатни амалга ошириш бўйича тавсияномалар берилади. Бошланғич маълумотлар таҳлил қилингандан сўнг бирданига бир нечта муқобил қарорлар юзага келиб, улардан туризмни ривожлантиришнинг энг устивор режалари танлаб олинади. Бу режаларда экология, иқтисодий ва ижтимоий-маданий муҳитга зарар етказмаслик ҳамда рискларни айланиб ўтиш ҳисобга олинади. Ривожланиш режаларини тузиш бозорни ташкил этиш дастурларини тайёрлаш, ердан унумли фойдаланиш, инфратузилмани ривожлантириш, шунингдек, таклиф қилинаётган режанинг самарадорлигини баҳолашдан иборат.

Ривожланиш дастури маҳаллий миқёсда миллий режаларга нисбатан кўпроқ деталлаштирилган ва ихтисослаштирилган бўлиб, турли минтақаларнинг режалари бир-биридан сезиларли фарқ қилади. Миллий миқёсдаги режалар мамлакат туризмни ривожлантиришни ифодалаган ҳолда, алоҳида минтақаларнинг ўзига хос хусусиятларини ҳам инобатга олиши лозим. Халқаро миқёсда туризмни ривожлантириш билан турли хил халқаро ташкилотлар шуғулланиб, улар иштирокчи мамлакатлар учун маслаҳат характерига эга бўлган тавсияномаларни ишлаб чиқади.

Масалан, иқтисодий ҳамкорлик ва ривожланиш ташкилоти туризм орқали олувчи даромадлари ва ўз фуқароларининг туризмга сарфловчи харажатлари бўйича туристик мамлакатлар ҳисобланувчи жаҳоннинг саноати ривожланган асосий мамлакатларини бирлаштиради. Мазкур ташкилот фақат туристик ташкилотгина бўлиб қолмай, унга аъзо мамлакатлар учун умумий иқтисодий сиёсатни яратишни мўлжалламайди, бироқ муаммоларни ўрганиб чиқади, башоратларни тайёрлайди ҳамда бу мамлакатларда туризмнинг ривожланиши учун энг яхши дастурларни тузишда фойдаланиш мумкин бўлган усулларни тавсия қилади. ҳар бир мамлакатда халқаро ва ички туризм ижтимоий сиёсатга асосланади. Бу сиёсат туризмни ривожлантириш режаларини ижтимоий - иқтисодий ривожланиш режалари билан боғлайди. Шунинг учун ҳам туризмни ривожлантириш сиёсатининг ресурс ва мақсадларини аниқлаш, ушбу сиёсатнинг ишлаб чиқариш, истеъмол ҳамда атроф - муҳит ва ижтимоий муҳитга таъсирини баҳолаш муҳим аҳамият касб этади. Бироқ, шуни қайд этиш жоизки, иқтисодиётнинг баъзи соҳаларида,

жумладан, туризм соҳасидаги сиёсат алоҳида амалга оширилмасдан, бошқа соҳалардаги сиёсат билан, масалан, ишлаб чиқариш сиёсати, тўлов баланси сиёсати, ерни режалаштириш сиёсати ва ҳоказолар билан уйғунликда амалга оширилади. Туризм сиёсати ҳам иқтисодий, ҳам ноиқтисодий мақсадларга эришишни кўзлайди. Иқтисодий мақсадлар қаторига иқтисодиётнинг ўзига хос тармоқлари ва махсус географик ҳудудларда ишлаб чиқаришни ўстириш йўли билан баъзи истеъмол турларини рағбатлантириш, ташқи савдо, бандлик ва иқтисодий ўсишни назорат қилишни киритиш мумкин. Ноиқтисодий мақсадлар қаторига эса одамларнинг ҳаракатланиш эркинлигига эришиш, табиий ва маданий қадриятларни тиклаш ва ҳоказоларни киритиш мумкин. Иқтисодий сиёсат махсус бюджет, пул ва фискал чора-тадбирларидан фойдаланган ҳолда туризмни ривожлантиришни рағбатлантиради. Бюджет чора-тадбирлари ўз ичига туризм учун махсус тузилган давлат бюджетидан молиялаштиришни қамраб олади ва қуйидаги шаклларга эга бўлади: йирик туристик инфратузилмаларнинг лойиҳаларини инвестициялаш учун паст фоиз ставкаларида қарз бериш; туризмни ривожлантиришнинг устивор йўналишларини рағбатлантириш учун ажратилган субсидиялар.

Пул билан боғлиқ чора-тадбирлар асосан мамлакатдаги туристик маҳсулотнинг халқаро рақобатбардошлигини ошириш мақсадида қўлланади. Баъзи бир мамлакатлар девальвация ёрдамида ўз валюталарини алмаштириш курсларини пасайтиради ва шу тариқа халқаро туризм талабига рағбатлантириш таъсирини кўрсатадилар. Фискал чора-тадбирлар туристик корхоналарга берилувчи солиқ имтиёзлари бўлиб, бу корхоналарни солиқдан тўлиқ ёки қисман озод қилишни англатади.

Туризмни ривожлантириш иқтисодий сиёсатдан ташқари, давлат томонидан амалга оширилувчи ижтимоий сиёсат билан ҳам қўллаб-қувватланади. Бу қаторга иш кунининг узунлиги, меҳнат таътиллари ва касб тайёргарлиги кабиларни киритиш мумкин. Масалан, Францияда беш ҳафтали ҳақ тўланувчи меҳнат таътилини жорий этиш мамлакатда туризмнинг ривожланишига сезиларли таъсир кўрсатди. Саноати ривожланган ва ривожланаётган мамлакатлар ўртасида туризмни ривожлантириш сиёсатида сезиларли фарқ бор, албатта. Саноати ривожланган мамлакатларнинг кўпида ишсизлик даражаси юқори бўлиб, туризм катта миқдорда иш ўринлари яратишда устивор йўналишга эга. Шу муносабат билан бу мамлакатларда мавжуд туристик маҳсулотларни янгилаш ва туризм учун янги ресурсларни излаш, ерни ривожлантириш, атроф-муҳитни муҳофаза қилиш ва ҳоказоларга катта эътибор қаратилади. Бироқ бу мамлакатларда туризмни ривожлантиришда туристик маҳсулотда чет элда илгари суриш ва шу тариқа туризмни ривожлантиришга киритаётган катта миқдордаги инвестицияларни оқлаш алоҳида ўринга эга.

Ривожланган мамлакатлардан фарқли равишда ривожланаётган мамлакатларда ўз маҳсулотларини илгари суриш учун маблағлар етарли эмас. Шу сабабли, улар чет эллик туристларни керакли миқдорда таклиф қила олмайдилар ва шу туфайли туризм инфратузилмасини ривожлантириш

учун етарли маблағларга эга бўла олмайдилар. Шимолий Америка ва Европа ҳамжамиятидаги саноати ривожланган мамлакатлар халқаро туризмда асосий (70%) ўринни эгаллайди ва умумий характеристикага эга бўлади. Улар асосий генерацияловчи ҳамда рецептор мамлакатлар ҳисобланади. Бу мамлакатларда (баъзи мамлакатларни, масалан, Испанияни истисно қилганда) халқаро туризм иқтисодиётнинг бошқа секторларига нисбатан иккинчи сектор ҳисобланади ва асосан хусусий секторни қамраб олади.

Европа ҳамжамиятига аъзо мамлакатларнинг туризм сиёсати иштирокчи мамлакатларда туризмни ривожлантиришни мувофиқлаштиришга қаратилган. Кенгаш бу мамлакатларда туризмнинг ўсишини таъминлаш муаммоларини биргаликда ҳал қилишнинг қуйидаги устивор йўналишларини белгилаб берган:

- туристларни ва уларнинг эркин ҳаракатланишларини ҳимоя қилиш: чегараларда полиция ва божхона назоратини соддалаштириш; туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни нотўғри рекламадан муҳофаза қилиш; туристлар ва уларнинг автотранспортини суғурталашни уйғунлаштириш; уларни ижтимоий ҳуқуқларидан хабардор қилиш;

- туризм соҳасида фаолият қоидаларини уйғунлаштириш: турли мамлакатларда солиқ сиёсатини уйғунлаштириш; профессионал тайёргарлик дипломлари ва малака даражасини тан олиш; туризм соҳасига энг тифиз мавсумда тушувчи босимни енгиллаштириш мақсадида меҳнат таътили даврини тақсимлаш;

- ривожланмаган, лекин туризм салоҳиятига эга бўлган минтақаларда туризмни ривожлантириш мақсадида туризмни минтақавий ривожлантириш.

Бироқ Европа ҳамжамияти туристик фаолиятни мувофиқлаштирар экан, иштирокчи мамлакатларнинг ўзига хос шароитларига мослаштирилган миллий сиёсатларига аралашмайди. Буюк Британияда туризм сиёсатини 1969 йилда ташкил этилган, Британия туристик маҳсулотларини чет элга силжитиш учун жавоб берувчи Британия туризм маъмурияти мувофиқлаштиради. Маъмурият 400 кишидан иборат бўлиб, улардан 22 киши чет элдаги ваколатхоналарда меҳнат қилади. Бу ваколатхоналар Шимолий Америка, Европа ва Осиё - Тинч океани минтақасида жойлашган учта бош менежер томонидан бошқарилади. Маъмурият бюджети давлат субсидиялари ва хусусий сектор томонидан молиялаштирилади. 1993 йилда унинг бюджети тахминан 47 миллион фунт стерлингни ташкил этиб, шундан 32,7 млн ф. ст. давлат субсидиялари зиммасига тўғри келади. Охириги йилларда бюджетнинг 40 %дан ортиғи реклама ва маркетингга, тўртдан бир қисми эса маъмурий харажатларга сарфланади.

Асосий мақсадларга эришиш, айнан туризм орқали келиб тушувчи тушумларни максималлаштириш ва Буюк Британия туристик марказларини янги бозорларга чиқариш мақсадида британия туристик маъмурияти қуйидагиларни амалга оширади: катта миқдорда рекламани эълон қилиш; чет элда офислар орқали ҳамда оммавий ахборот воситалари, телевидение, радио ва агентлар ёрдамида реклама чора-тадбирларини ўтказиш; чет эллик туризм соҳасидаги мутахассислар ва британиялик мутахассислар иштирокида

конференциялар ташкил этиш; чет эллик журналистлар учун мамлакатнинг туристик маҳсулотларини кўрсатиш мақсадида экскурсиялар ташкил этиш; тадқиқотлар ва ютуқларни баҳолаш.

Франциянинг халқаро туризм сиёсатини мамлакатнинг туризм вазирлигидан ташқари, “Мезон де ля Франс” ташкилоти ҳам мувофиқлаштиради. Унинг таркибига аъзолик бадали тўловчи 850 та хусусий, давлат ва жамоатчилик ташкилотлари киради. Бу ташкилотнинг бош офиси Парижда жойлашган бўлиб, ундан ташқари, 29 мамлакатда 38 та офисларида 200 киши меҳнат қилади.

“Мезон де ля Франс”нинг бюджети тахминан 69,2 миллион доллар бўлиб, унинг учдан бир қисми паблик рилейшнзга, учдан бир қисми рекламага, қолган қисми эса маълумотлар билан таъминлаш ва операцион харажатларга сарфланади.

90 - йилларда Франциянинг туристик маҳсулотини чет эл бозорларига чиқариш жуда муваффақиятли амалга оширилган. Мутахассисларнинг ҳисоб-китобларига кўра, сарфланган ҳар бир франк 100 франк фойда келтирган.

Франциянинг туристик маҳсулоти имиджини яратиш мақсадида “Мезон де ля Франс” ўзининг чет элдаги офислари орқали барча француз туристик товарлар тўғрисидаги маълумотлар, йўлнома ва брошюраларни тарқатади. У ассоциация аъзолари учун маслаҳатлар беради ва бозор тадқиқотлари тўғрисидаги маълумотлар тақдим этади, реклама кампаниясини паблик рилейшнз чора-тадбирларини (савдо кўргазмалари, конференциялар, журналистлар ва туризм соҳасидаги мутахассислар учун учрашувлар) ўтказиши. “Мезон де ля Франс”нинг муваффақиятига доимий равишда текшириш ва олинган маълумот асосида турли хил бозорларда маҳсулотни силжитишнинг турли хил сиёсатини қўллаш сабаб бўлади. 90-йилларда Франция учун ҳажми ва салоҳияти бўйича Япония, АҚШ, Германия ва Буюк Британия устивор бозорларга айланди. Бу мамлакатлардан келиб тушувчи тушумлар халқаро туризм орқали келиб тушган тушумларнинг ярмини ташкил этди. Европанинг бошқа мамлакатлари - Италия, Испания ва Скандинавия мамлакатлари, охириги пайтларда эса Россия ҳам Франция учун ўсиб бораётган бозорлар қаторига киритилди.

“Мезон де ля Франс” билан бўлган воқеа давлат инвестицияларидан фойдаланишни хусусий сектор инвестицияларидан ҳам фойдаланган ҳолда амалга ошириш унинг самарадорлигини оширишга яққол мисол бўла олади.

Испанияда туристик маҳсулотни чет эл бозорларига чиқариш сиёсатини Испания саноат, савдо ва туризм департаментига бўйсунувчи туризм институти амалга оширади. Унинг асосий мақсади Испаниянинг жаҳон туризм бозоридаги мавқеини мустаҳкамлашдир. Испания чет элда туристик маҳсулотларни силжитиш сиёсатини амалга ошириш учун ажратилувчи йиллик бюджет бўйича дунёда биринчи ўринни эгаллайди. 1993 йилда бу маблағлар 77,7 миллион долларни ташкил этиб, шундан 70 % қисми мамлакат ҳукумати томонидан тақдим этилган. Хусусий сектор билан ҳамкорлик уни ташкилотга жорий қилиш ва у таклиф этаётган

ташаббусларни, айниқса, ўзига хос ва экологик маҳсулотларни силжитиш бўйича ташаббусларни ҳисобга олиш орқали амалга оширилади.

3 - жадвал

1991 - 1993 йилларда миллий туристик маъмуриятларга туристик маҳсулотни силжитиш учун ажратилувчи бюджетлар

Мамлакатлар	1991 йил	1992 йил	1993 йил
Испания	78,905	85,105	77,692
Франция	63,098	71,698	69,248
Буюк Британия	55,271	60,242	-
Австралия	48,805	51,106	77,49
Мексика	20,543	33,495	36,17
Жнубий Корея	28,596	31,917	40,931
Сингапур	31,829	-	-
Нидерландия	26,15	30,984	29,967
Багам ороллари	30,981	-	-
Португалия	25,698	30,484	36,283
Ирландия	27,121	28,029	25,038
Швейцария	29,149	28,023	29,637
Пуэрто-Рико	29,193	27,798	33,011
Туркия	14,537	27,6	31,581
Малайзия	22,21	25,52	-
Марокко	20,211	21,307	-
Канада	24,52	21,009	18,72
Гонконг	16,653	19,735	22,902

Италия	16,121	17,851	18,371
Германия	16,126	16,837	16,542
Греция	29,056	15,193	-
Австрия	15,116	14,496	-
Бермуд ороллари	13,985	14,12	14,366
Ямайка	-	-	14,061
АҚШ	12,0	12,6	12,6
Янги Зеландия	9,505	-	-
Аруба	9,381	-	-
Тунис	8,649	9,378	10,601
Виргиния ороллари	9,3	-	-
Япония	7,546	8,763	19,565

Манба: Budgets and Marketing Plans of National Tourism AdministrationsffWTO. - Madrid, 2002й.

Ривожланаётган мамлакатлар, саноати ривожланган мамлакатлар каби, халқаро туризм сиёсатида умумий жиҳатларга эга. Улар жаҳондаги асосий рецептор марказлари бўлиб, халқаро туризм улар учун хорижий валютага эга бўлишнинг асосий манбаи вазифасини бажаради. Туристларнинг келиши жаҳондаги туристларнинг тўртдан бир қисмини, туризм тушумлари эса экспорт даромадларининг ўндан бир қисмини ташкил этади. Ривожланаётган мамлакатларнинг кўпчилиги янги технологияларни жорий қилиш, инвестициялаш ва кадрлар тайёрлашда ортда қолмоқда. Бу ерда юзага келган вазиятдан чиқиб кетиш давлатнинг зиммасига юклатилади, чунки хусусий сектор яхши ривожланмаган бўлиб, бу давлатнинг қарзга ботишига олиб келиши ҳам мумкин. Баъзи бир ривожланаётган мамлакатларнинг ҳукуматлари йирик халқаро меҳмонхона тармоқлари билан уларнинг савдо маркази, технологиялари, бошқарув тизими ва маркетинг тармоғидан фойдаланиш учун улар билан франчайзинг ва бошқарув тўғрисида шартномалар тузадилар.

Ривожланаётган мамлакатлар умумий жиҳатларга эга бўлиш билан бирга туризмнинг ривожланиш даражаси ва мос равишда халқаро туризм сиёсати бўйича фарқланади. Масалан, халқаро туризмда Жануби-шарқий

Осиё мамлакатлари ва Мексиканинг ўрни сезиларли бўлиб, ривожланаётган мамлакатлар орасида фақат Ҳиндистон ва Хитойгина чет эллик туристларни қабул қилади. Европа ҳамжамиятининг туристларга бой йирик мамлакатлари, шунингдек, АҚШ ва Японияга туристик маҳсулотни силжитиш маълум миқдорда молиявий ресурсларни талаб қилади. Ривожланаётган мамлакатлар учун бу миқдор янада каттароқ бўлади. Шунинг учун улар ўз туристик маҳсулотларини силжитиш ва сотиш бўйича чора-тадбирларни таъминлаш учун минтақавий кооперация сиёсатини амалга оширишга мажбурлар. Бироқ, маҳсулотни биргаликда силжитиш уларнинг имиджи ва ўзига хослигини йўқотишига сабаб бўлмаслиги учун минтақавий кооперацияга асосланувчи туризмни силжитиш чора-тадбирлари ҳар бир туристик марказни индивидуал равишда ёритиши лозим. Бунинг ёрқин мисолларидан бири сифатида Шарқий ва Жануби-шарқий Осиё ҳамда Тинч океани минтақасидаги кўплаб туристик марказларни ўз ичига оловчи ПАТА бўлиши мумкин. Бугунги кунда Ҳинд океани мамлакатлари ПАТА мисолида ўзларининг минтақавий ассоциацияларини тузиш ниятидалар. Бу ассоциация таркибига Австралия, Ҳиндистон, Покистан, Малайзия ва Сингапур кириши кутилмоқда. Бундай кооперация ёрдамида бу мамлакатлар ўзларининг анъанавий бозорларидан ташқари, бутун жаҳонда ҳам ўз маҳсулотларини силжитиш фаолиятини амалга оширишлари мумкин. Бир хил географик ҳудудларда жойлашган ривожланаётган мамлакатларнинг кичик гуруҳлари ҳам минтақавий кооперациялар тузмоқдалар. Масалан, Ҳинд океани ороллари кўрғазма ва ярмаркаларда биргаликда иштирок этиш учун Ҳинд океани Комиссиясини туздилар. Бир минтақадаги ривожланаётган мамлакатлар бирлашган ҳолда аралаш туристик маҳсулотларни яратадилар, бироқ бунда улар ўзларига хос қирраларни сақлаб қоладилар. Шунингдек, Ҳинд океани ва Шарқий Африка мамлакатлари, Мексика ва Марказий Америка мамлакатлари ўртасидаги лойиҳалар ҳам маълум. Бироқ турли хил туристик марказларни бирлаштирувчи туризмнинг бу тури ушбу марказлар ўртасида транспорт харажатлари юқорилиги ва шу сабабли асосан бой мижозларга мўлжалланганлиги сабабли унчалик ҳам арзон эмас. Ривожланиш даражаси турлича бўлган мамлакатлар ҳам қўшма лойиҳалар ишлаб чиқмоқдалар. Бундай келишувларга мисол тариқасида Европа ҳамжамияти ва Африка, Кариб ҳавзаси ва Тинч океани ҳавзаси мамлакатлари кооперациясини кўрсатиш мумкин. Шунингдек, EFRD ҳам ривожланаётган мамлакатларга уларнинг туристик маҳсулотларини Европа мамлакатларида сотишда молиявий ёрдам кўрсатиш йўли билан қўмаклашади. Ривожланиш даражаси турлича бўлган мамлакатлар ўртасида минтақаларо кооперация дастурлари ривожланаётган мамлакатларга туристик маҳсулотларнинг рақобатбардошлигини ошириш ва уларнинг истеъмолчилар талабларига мос ҳолга келишлари учун янги технологияларни жорий қилишларига ёрдам беради. Шу мақсадда Бутунжаҳон туризм ташкилоти “Интеррег” ва “Регус” каби ўзига хос халқаро дастурларни ишлаб чиққан.

Юқорида айтиб ўтилганларни ҳисобга олган ҳолда ривожланаётган мамлакатларда туризм сиёсати халқаро туризмнинг назоратсиз ўсиши

натижасида юзага келиши мумкин бўлган иқтисодий қарамлик рискинни камайтиришга қаратилиши зарур. Ривожланаётган мамлакатларда туризмнинг ривожланиши учун жавобгар органлар халқаро ташкилотлар билан иложи борица кўпроқ ҳамкорлик қилишлари лозим.

Ривожланаётган мамлакатлар туристларга бой мамлакатлар қаторига етарлича молиявий ресурсларга эга бўлса кўпинча якка ҳолда ёки бўлмаса бошқа мамлакатлар билан биргаликда кириб боришга ҳаракат қиладилар. Агар мамлакатда транснационал компаниялар ва чет элда ваколатхоналар мавжуд бўлмаса, улар миллий туристик компанияларини транспорт компаниялари билан бирлаштирган ҳолда нисбатан юқори натижаларга эришишлари мумкин.

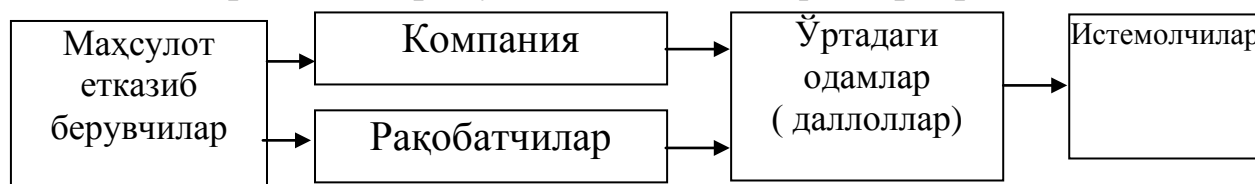
5.6. Туристтик корхоналарнинг микро ва макро муҳити.

Корхонанинг маркетинг муҳити ташқи факторлар ва кучлардан иборат бўлиб, у мижозлар билан савдо операцияларини ўтказиш ва ривожлантиришга таъсир қилади. У ўз ичига микро ва макро муҳитни олади. Корхонанинг микро муҳитига: корхонанинг ўзи, даллоллар (ўртада турганлар), мижозлар ва кенг жамоатчилик киради. Макро муҳитга микро муҳитга таъсир қилувчи ижтимоий кучлар: демографик, иқтисодий, табиий, технологик, сиёсий, рақобатчилик ва маданий кучлар киради. Биз микро муҳитни кўриб чиқамиз.

Корхонанинг микро муҳити.

Туристтик корхонани бошқаришнинг асосий вазифаси корхона ишлаётган бозорга керакли таклифлар қилиш. Унинг бозордаги муваффақият даражаси унинг микромуҳитини ташкил қилувчи турли факторларга боғлиқ. Бу факторлар 1 – расмда кўрсатилган. Бу корхонанинг ўзи, унинг маҳсулот етказиб берувчилари, ўртадагилар, мижозлар ва кенг жамоатчилик.

Корхона микромуҳитининг асосий факторлари.



КЕНГ ЖАМОАТЧИЛИК

1–расм.

Маркетинг менежерлари вакумда ишлашмайди. Улар корхона раҳбарияти ва уларнинг турли бўлимлари билан алоқа қилган ҳолда ишлайдилар. Молия бўлими маркетинг планини бажаришга керак бўлган, пул ресурсларини топиши ва ишлатиш билан шуғулланади. Бухгалтерия маркетинг бўлими қанчалик эффектив равишда ишлаётганини билиш учун

корхонанинг даромад ҳисобини беради. Инновация бўлими янги товарларни ишлаб чиқади. Административ – хўжалик бўлими иш жойининг тозалигига қарайди. Кўришиб турибдики, ҳамма бўлимлар маркетинг планининг муваффақиятли амалга ошишида ўз ҳиссаларини қўшадилар.

Маҳсулот етказиб берувчилар – бу хизмат кўрсатиш ва тайёр маҳсулот ишлаб чиқаришда компанияга зарур бўлган ресурсларни етказиб берувчи корхоналар ва жисмоний шахслар.

Бозор ривожланиши тенденциялари маҳсулот етказиб берувчиларга таъсири корхонанинг маркетинг планига таъсир қилиши мумкин. Мисол учун тасаввур қилинг, ресторан бошқарувчиси ўрнини доимий мижозларини хурсанд қилиш учун уларга энг зўр 200 та номерларга буюртма берганини эълон қилади. Лекин жума куни эрталаб маҳсулот етказиб берувчи унга қўнғироқ қилиб, қийинчилик туфайли Бостондан маҳсулотни шанбага етказиб келишини маълум қилди. Ресторан бошқарувчиси зудлик билан бошқа йўлини топишга ҳаракат қилади. Яна бошқа бир мисол *Steak and ale* ресторани раҳбарияти таомномага янги маҳсус таом, яъни асосий таркиби денгиз гребешоги бўлган таом киритишга қарор қилди. Ошпазлар шу таомни тайёрлаш усулини 6 ой давомида ўрганишди. Лекин денгиз малюскаларининг нархи бирдан икки баробар ошиб кетди. Ресторан энди бу янги таомга шунчалик қиммат нарх қўйдик, ҳатто мижозлар уни татиб кўришни ҳам исташмади. Лойиҳадан воз кечишга тўғри келди. Бундан шундай хулоса қилиш керакки, маркетинг бўлими доимий равишда хом-ашё товарлари ва уларнинг нархлари ўзгаришининг ўрганиб бориши лозим.

Маркетинг воситачилари бўлиб туристик корхоналари ҳисобланиб, яъни улар товарларни истеъмолчиларга етказиб бериш ва сотиш бозорни ҳаракатга келтириш, рекламалаштиришда ёрдам берадилар. Саноатлаштиришда бу корхоналарнинг ҳиссаси шундан иборатки, мижозлар учун маиший хизмат кўрсатиб бошқа саноат корхоналари билан доимий муносабатда бўладилар. Улар бир-бирларига боғлиқ ҳолатда бўладилар.

Саноат корхоналари транспорт воситачиларига мухтож. Корхона бунинг учун ўз зиммасига ғамхўрликни олувчи транспорт агентлиги билан шартнома имзолаши ёки ўзига шахсий транспорт сотиб олиши керак.

Индустрия корхоналари ҳам транспорт хизматига, масалан ўз ресторанларини озиқ-овқат билан таъминлаш учун мухтожлар, бир қанча ресторанлар тармоғида марказий омборлари ва ҳатто худди *Red Lobster* (Флорида штати) дагидек шахсий фабрика – ошхоналар бор. Озиқ-овқатларни ташиш учун транспорт агентлиги билан шартнома орқали амалга оширилади. Меҳмонхоналар ҳам ўз меҳмонларини ташиш учун уларни кутиш учун тайёрдир. Бу каби хизматлардан транспорт агентлиги билан шартнома тузиш орқали фойдаланилмайди: кўпинча меҳмонларнинг ўзлари буюртма берадилар. Бу борада меҳмондўстлик индустрияси корхоналари транспорт воситалари ишини контрол қилишда кам имкониятга эгадир. Авиалиния иши бундан ёмонроқ авиалиния ишчиларининг иш ташлаши ёки авиакомпаниялар банкротлиги одамлар борадиган курортларни янаям узоқлаштириб юборади. Авиалиния тарихини кўтарса, корхоналар ва

жисмоний шахслар саёҳатларидан иқтисод қила бошласалар, туристларга хизмат қиладиган меҳмонхона ва агентликлар даромадини пасайтиради. Масалан, Sheraton меҳмонхонасида яшовчилардан сўров қилинганда, уларнинг 60% и ҳаво транспортида, авиамашиналарни аренда қилувчилар 70% и эканлиги аниқланди. Авиалиния тарифининг ошиши меҳмонхоналар ва агентликлар даромадини туширди.

Ҳаво транспорти билан боғлиқ бўлган бир қанча бой корхоналар ўзларининг шахсий авиалинияларини бошляптилар. Масалан, Carnival Шимолий Американинг саёҳатлар билан шуғулланадиган компания транспорт харажатлари ва мижозлар оқимини кафолатлаш мақсадида авиалинияси шахсий бўлади. Аэропортдаги авиаҳалокат ва терроризм меҳмонхона даромадига таъсир кўрсатади. Масалан, 1985 йил декабрда Рим ва Вена аэропортларида террористлар ўт очиб 20 кишини ўлдиришганда АҚШдан келадиган сайёҳлар оқими 60% га камайди. Ҳимоя чораси сифатида Римдаги Sheraton меҳмонхонаси раҳбарияти маркетинг стратегиясини ўзгартирди. Йирик меҳмонхоналар, автомобиль арендаси агентлиги ишлари, ҳаво йўллари иши билан боғлиқ. Бу корхоналар маҳаллий туристик ва транспорт агентликлари билан мустаҳкам алоқалар олиб боришлари керак.

Маркетинг бўйича агентлик. Бу агентлик ҳам меҳмондўстлик индустрияси корхоналари воситачилари ҳисобланади. Улар ўз ичига маркетинг билан шуғулланувчи корхоналар, реклама агентликлари, оммавий ахборот воситалари, консалтинг корхоналарини олади. Буларнинг ҳаммаси ўз маҳсулотлари билан перспектив бозорга йўл очадилар. Бу агентликлар контентлиги, хизмат кўрсатиш сифати ва уларнинг нархи билан жуда катта фарқ қилиши мумкин. Уларга ёрдам билан мурожаат қилган корхоналар буни ёдда тутишлари керак ва агар уларнинг фаолиятларидан қоникмаганларида уларнинг хизматидан воз кечишлари мумкин. Молиявий воситачилар – бу банклар, кредит ва суғурта компаниялари ва бошқа ташкилотлар. Улар меҳмондўстлик индустрияси корхоналарнинг шартномаларига ҳомийлик қилувчи ва суғурта қилувчи кўмита ҳисобланади. Ҳақнинг ошиши баъзи бир корхоналарнинг бизнестдан кечишга мажбур қилди.

Корхонанинг функцияловчи имкониятлари кредитнинг чегараланишини фоизли ставкаси кўтарилиши билан таҳликага келган пайтда корхоналар молиявий институтларнинг кучлироқлари билан алоқани ривожлантиришлари керак.

5.7. Туристларни суғурталаш ва туристлар хавфсизлигини таъминлаш.

Классик суғурталашда туристга одатда воқеанинг маънавий томони компенсация қилинади, - у унинг организмга етказилган зарарига тўлов олади. Баъзи ҳолларда тўловлар суммаси ҳақиқий харажатлардан ошиб кетади. Аммо бу нарса суғурта компанияси ва турист ўртасидаги шартномага боғлиқ. Масалан, хорижга сафар қиладиган Россия туристларини

суғурталовчи «Ингосстрах» фақат ҳақиқий харажатларни масалан, тез тиббий ёрдами пулли бўлган давлатларда (Европада) ёрдам кўрсатиш билан боғлиқ харажатларни 50 минг доллардан ортиқ бўлмаган суммада қоплайди. Туризм соҳасида суғурталашни қуйидаги шакллари мавжуд: турист ва унинг мулкни суғурталаш, турфирмалар рискини суғурталаш, хорижий сафарга чиқадиган туристларни суғурталаш, хорижлик туристларни суғурталаш.

Суғурта бадалининг ҳажми бир неча сабабларга боғлиқ:

Биринчи – суғурта бадалининг катталигидан (суғурта бадали қанча кўп бўлса тўлов бадали шунча кўп бўлади).

Иккинчи – олтмиш ёшдан ошган кишилар икки баробар тўлайдилар.

Учинчи – хавф билан боғлиқ кишилар (учувчилар, денгизчилар спортчилар, изқуварлар, юк машинаси ҳайдовчилари) учун одатда оширилган тарифлар қўйилади. Одатда болалар учун чегирмалар кўзда тутилмайди. Баъзи компаниялар эса 2 - 3 ёшгача бўлган болаларни умуман суғурталамайди. Айрим фирмалар қимматбаҳо мулкни суғурталайди. Катта тур гуруҳлар учун суғурта яқка туристларга нисбатан арзонроқ бўлади. Шунини билиш керакки даволаниш жуда қиммат бўлган давлатларнинг элчихоналари агар сиз 30 минг доллардан кам суммага суғурталанган бўлсангиз умуман виза бермайди. Масалан. АҚШ, Канада, Япония, Исроил, Германия, Австрия.

Агар чет давлатда саёҳат пайтида турист билан «Суғурта вазияти» юзага келса. Масалан врачга мурожаат қилишга тўғри келса ёки юк йўқотилган бўлса, турист суғурта полисида кўрсатилган телефонга қўнғироқ қилиб. Полисининг рақамини у билан алоқа боғлаш мумкин бўлган телефон рақамини айтиб юзага келган вазиятни тушинтириши керак. Туристларни фақат врачлар ёзиб берган дориларни ҳақи тўланиши ҳақида огоҳлантириш лозим. Хорижга шахсий автомобилда чиқиш суғуртанинг алоҳида кўриниши билан расмийлаштирилади. Бу суғурта «яшил карта» (Шарқий Европа мамлакатларида «кўк карта») деб аталади, бу суғурта «яшил карта» ҳақидаги шартномани имзолаган давлатлар ҳудудида амал қилади. Бунга қарийб бутун Европа ва шарқнинг баъзи бир давлатлари киради. «Яшил карта» сиз турист бу мамлакатларга қўйилмайди. «Яшил карта» бу агар турист йўл ҳаракати хавфсизлиги (ЙХХ) нинг сабабчиси бўлса учинчи шахслар ҳаёти ва мулкига етказилган зарарни суғурталашдир. Медицина полисига қўшимча равишда турист «автомобил аттестацияси» номли ҳайдовчиларга ёрдам суғуртасини расмийлаштирилиши мумкин. Бу машина бузилганда, ЙХХда ҳайдовчи касал бўлганда ва машинани бошқара олмай қолганда (суғурта компанияси томонидан ҳайдовчи берилади), таъмирлашда ишлатилади, саёҳатчиларни суғурта қилишнинг асосий шакллари туристларга турли имкониятлар берувчи уч хил суғурта бадали вариантыга эга бўлган “Travel guard gold R Int.” Америка суғурта компанияси мисолида кўриб чиқамиз.

Биринчи вариант қиймати 200 доллардан кам бўлган саккиз кунгача турлар учун, суғуртачилар фикрига кўра энг қулайдир. Суғурта бадали минимал баҳоларга эга: 1 киши – 19 доллар, икки – киши 38 доллар, уч киши – 57 доллар. Бу баҳолар саккиз кунлик турларга қўлланилади. Турнинг муддати саккиз кундан ошса ҳар бир ортиқча кун учун 3 доллардан тўланади.

Бу вариант қуйидаги ҳолларда суғурта тўловлари тўланишини кафолатлайди: саёҳатдан воз кечилганда, ижарага олинган машина таъмирланганда, тана аъзоларига зарар етганда ёки ўлим ҳолатида. Туристнинг айби бўлмаганда саёҳатнинг кечикиши ва юкнинг кечикиши энг паст баҳоларда ҳисобланади. Иккинчи вариант қиймати 400 долларгача, муддати 13 кунгача бўлган турларга тўғри келади. Суғурта бадали қуйидаги баҳоларга эга: 1 киши – 39 доллар, икки – киши 78 доллар, уч киши – 117 доллар. Турнинг муддати ўн беш кундан ошса ҳар бир ортиқча кун учун 3 доллардан тўланади. Бу вариант суғурта тўловлари юқорироқ бўлишини кафолатлайди. Учинчи вариант қиймати 400 доллардан баланд бўлган туристик ва саёҳатлар учун мўлжалланган. Бадалнинг суммаси саёҳатни умумий қийматининг 8%и ҳисобидан олинади. Бу вариант бўйича юқорида биринчи ва иккинчи вариантларда кўрсатилган ҳолатлардан ташқари, яна қуйидаги ҳолатларда энг юқори суғурта тўловлари кафолатланади: туристик компания ва авиокомпания касодга учраганда (амалга ошмаган саёҳат бўйича); саёҳат пайтида тиббий ёрдам кўрсатиш ва шифохонага ётқизилганда; юк ва ҳужжатларнинг йўқотилиши; критик авиамедик ёрдам.

Кредит карточкалар ўзларининг молиявий фаолият доирасини кенгайтириб таркибига саёҳатларни суғурталашни ҳам олмақда. Бундай суғуртани «Американ экспресс», «Виза», «Дайнерс» ва «Еврокард Мастеркард» таклиф этади. «Американ экспресс» карточкаларнинг икки турини таклиф қилади: яшил ва олтин. Яшил карточка агар йўл чиптаси карточкада олинган бўлса, инвалидлик ёки ўлим ҳолатида 1 млн. француз франки тўлайди. Қўшимча равишда тиббий ёрдам кўрсатилишига суғурталаниш мумкин, унинг нархи 450 француз франки. Олтин карточка 2 млн. франки миқдорида суғурта бўлиб, ўз ичига фуқаролик жавобгарлиги, саёҳатнинг кечикиши (самолётларнинг кечикиши, рейсларнинг бекор қилиниши, ушбу ҳолда маънавий зарар учун 1 минг франк тўланади), багаж (карточка бўйича сотиб олинган 5 минг франкли товарлар шаклида берилади), тиббий ва техникавий ёрдам (ватанига қайтариб юбориш, хориждаги тиббий харажатлар 25 минг франккача бўлса тўланади), юридик ёрдам, жиноий залоғ. «Дайнерс» ҳам «Американ экспресс»нинг олтин карточкаси каби 2 млн. франкли суғурта таклиф қилади ва худди шундай хизматларни таклиф қилади. Фақат бунда хориждаги тиббий харажатлар 50 минг франккача тўланади. Багаж ҳам суғурталанadi. Аммо бунда жавобгарлик авиокомпанияга юклатилади. Саёҳатни бекор қилиниши ёки кечиктирилиши суғурта қилинмайди. Саёҳат пайтида суғурталанган бўлиши учун транспорт билети карточкага олинаши лозим. «Еврокард Мастеркард» компанияси иккита карточка таклиф қилади: еврокард мастеркард ва голд мастеркард. Еврокард мастеркард карточкаси бўйича тиббий суғурта 70 минг франкка, бутун саёҳатнинг суғуртаси 600 минг франкка баҳоланади, саёҳатни бекор қилиниши ёки кечиктирилиши суғурта қилинмайди. Голд мастеркард агарда билет карточкага олинган бўлса, хорижда шифохонага тушиш ходисасидан 1 млн. франкка суғурта қилади, юкни беришда кечикиш руй берса 1500 - 3500 франк тўланади.

«Виза» иккита карточка таклиф қилади: «Виза премьер» ва «Визанинг кўк карточкаси». «Виза премьер» мижозларини 12 млн. франкка суғурталайди; хориждаги тиббий харажатлар бўйича 20 минг франк тўлайди, саёҳатни бекор қилиниши ёки кечиктирилишини бир кишига 30 минг франк миқдоридан суғурта қилишни таклиф қилади.

«Визанинг кўк карточкаси» суғуртанинг барча капиталини 300 минг франкка баҳолайди, хориждаги тиббий харажатлар бўйича 15 - 30 минг франк тўлайди. Суғуртага эга бўлиш учун транспорт билетлари «Виза премьер» карточкасига сотиб олиниши керак. Турларни сотаётган турагентлар туристларнинг саёҳатини суғурталаш кафолатининг имкониятлари ҳақида фаол равишда хабардор этадилар. Бу нарса туристларга саёҳатнинг хавфсизлигига ишонч бериб, турни сотиб олишдаги ишончсизликка барҳам беради.

Хулоса

Туризмни ривожлантириш иқтисодий сиёсатдан ташқари, давлат томонидан амалга оширилувчи ижтимоий сиёсат билан ҳам қўллаб - қувватланади. Бу қаторга иш кунининг узунлиги, меҳнат таътиллари ва касб тайёргарлиги кабиларни киритиш мумкин. Масалан, Францияда беш ҳафтали ҳақ тўланувчи меҳнат таътилини жорий этиш мамлакатда туризмнинг ривожланишига сезиларли таъсир кўрсатди. Шимолий Америка ва Европа ҳамжамиятидаги саноати ривожланган мамлакатлар халқаро туризмда асосий (70%) ўринни эгаллайди ва умумий характеристикага эга бўлади. Улар жаҳон туризм секторини ўрганиш учун яхши манба ҳисобланади.

Таянч иборалар

Талабни бошқариш, туристик сектор, мамлакатнинг сифатли имиджи, талабни тартибга солиш, туристик секторни инвестициялаш, давлат дотациялар.

Назорат учун саволлар

1. Туризмга таъсир кўрсатиш механизми нимани англатади?
2. Жамиятда ижтимоий ва соғломлаштириш туризмни ривожлантириш сиёсати тушунчасини изоҳлаб беринг.
3. Мамлакатнинг сифатли имиджи нима дегани?
4. Талабни бошқариш ҳақида гапириб беринг.
5. Давлатнинг туристик маҳсулотлар нархини бошқаришига таъсири.
6. Туристик маҳсулотнинг комплексли характери.
7. Туризмнинг иқтисодий самарадорлигини ўлчаш услублари.
8. Туризмни ривожлантиришнинг устивор йўналишларини аниқланг.
9. Туризмда махсус тайёргарликни таъминлаш деганда нимани тушунасан?
10. Туристларни ва уларнинг эркин ҳаракатланишларини ҳимоя қилиш тушунчаси.

Фойдаланилган адабиётлар

1. А.Карпов «Экономика современного туризма». М. 2002г
2. «Туризм как экономический приоритет» (Серия «Экономика современной России»)» / Проуорзин Л.Ю. 216 стр. 2004г
3. Технология путешествий и организация обслуживания клиентов. Уч. пособие Чернух Н.Б. 320 стр. 2002г
4. Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. –М.: ФиС, 2004. -400с. 2 экз.
5. Управление индустрией туризма: Учебное пособ. / Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. –М.: КНОРУС, 2004. -448с.

VI боб. Туризмни ривожлантириш сиёсати.

- 6.1. Туризмни ривожлантириш сиёсати.
- 6.2. Туризмни ривожлантиришда мавжуд муаммолар ва уларни бартараф этиш йўллари.
- 6.3. Туризмнинг сиёсий мақсадлари.
- 6.4. Ижтимоий ва соғломлаштириш туризмни ривожлантириш сиёсати.
- 6.5. Савдо ва хизматлар бўйича бош келишувнинг роли.
- 6.6. Жамиятда ижтимоий ва соғломлаштириш туризмни ривожлантириш механизми ва талабни бошқариш.

6.1. Туризмни ривожлантириш сиёсати.

Сиёсатнинг ўзи ҳам туризм объектига айланиб қолди. Йирик халқаро сиёсий анжуманларни ўтказиш туристик корхоналар учун жуда фойдали фаолият объекти вазифасини бажармоқда. Амалдор шахслар ва етакчи сиёсатчилар учун туризм жамотчилик фикрини шакллантириш ва жиддий сиёсий қарорларни тайёрлашда фойдаланилади. Бутунжаҳон ёшлар фестиваллари, халқаро спорт мусобақалари, олимпиадалар ва Яхши Ният ўйинларини ўтказиш жаҳон ҳамжамиятининг эътиборини ўзига жалб қилиб, катта сиёсий ва мафкуравий босимга учрайди. Бундай чора-тадбирларни ташкил этишда ихтисослаштирилган туристик корхона ва корхоналар муҳим роль ўйнайди. Хусусийлаштириш жараёни бутун дунёни қамраб олди. Баъзи корхоналар, масалан, “Люфтганза” ва “Джепен Аэрлайнс” хусусийлаштириб олинган бўлса, бошқа компаниялар учун бу жараён ҳали давом этмоқда. Бутун жаҳонда “Анталия”, КЛИМ (хусусийлаштиришни биринчи бўлиб 1986 йилда бошлаган), “Сабена”, “Сингапур Аэрлайнс”, “Таи Аэруэйс Инг.”, “Аэрлайнс Аргентинас”, “Аэрмексико” каби йирик авиакомпаниялар хусусийлаштириш жараёнига учради. Хитой, Покистон, Иордания, ЖАР, Кения, Нигерия, Боливия, Бразилия каби мамлакатларнинг ҳукуматлари йирик авиакомпанияларни хусусийлаштириш дастурларини режалаштирмоқдалар. Европада сўнгги 10 йил ичида хусусийлаштирилган компаниялар томонидан тўлиқ ёки қисман бажарилувчи авиақатновларнинг хусусий сектори 10 % дан 60 % гача ортди. Ривожланаётган мамлакатларнинг кўпчилигида ҳаво транспорти туризм саноатининг ривожланишга асосий тўсиқлардан биридир. Бунинг сабаби шундаки, халқаро картеллар томонидан янги компьютер тизимларини ишлаб чиқишни қатъий назорат қилиш мавжуд. Бу компьютер тизимлари авиакомпаниялар, меҳмонхоналар, операторлар ва турагентлардан катта харажатлар сарфланишини талаб қилади. Шу муносабат билан ривожланаётган мамлакатлардаги амалдорлар уларнинг туризм саноати объектларини ривожланган мамлакатлар томонидан камситиш ҳоллари учраб турибди деб ҳисоблайдилар. Мамлакат туризмни ривожлантиришнинг асосий шартларидан бири ҳаво транспорти тарифларини пасайтириш сиёсатидан иборат. Бироқ ривожланаётган мамлакатларнинг авиатранспортида

кўрсатилаётган хизматлар нархи жаҳондаги ўртача нархлардан 35 - 40 % ортиқдир. Ушбу ҳолатни бартараф этиш учун рақобатчиликни рағбатлантириш ва ишлаб чиқаришни ошириш керак. Бу чора-тадбирлар уларни минтақавий кооперация билан биргаликда ҳаво транспортининг янги терминаллари яратиш ва туризмни ривожлантириш учун кўшма корхоналарни жорий этиш ёрдамида амалга ошириш самарадорликнинг янада юқори бўлишига олиб келади. Бундай терминаллар ҳозирги кунда европалик туристларни қабул қилувчи ва ҳаттоки дам олиш масканлари бошқа ороларда жойлашган Кариб ҳавзаси мамлакатларида, Барбадос ва Мартиника аэропортларида мавжуд. Халқаро ҳаво транспорти бозори иккита халқаро ташкилот - ICAO и IATA томонидан тартибга солинади. Халқаро фуқаро авиацияси ташкилоти (ICAO) Бирлашган Миллатлар Ташкилоти таркибига кириб, авиатransпорт хавфсизлиги, ишончилилик талабларини назорат қилиш ва техник тартибга солиш билан шуғулланади. Бироқ у авиатransпорт иқтисодиётини чекланган ҳолда назорат қилади. Халқаро ҳаво транспорти ассоциацияси (IATA) нодавлат ташкилоти бўлиб, ICAO фаолиятини тўлдирди ҳамда авиатransпортнинг молиявий ва иқтисодий масалалари (тарифлар, иш шароитлари, савдо муносабатлари) билан шуғулланади. Бундан ташқари, у халқаро авиалиниялар ва туристик агентликлар ўртасида можаролар юзага келганда ҳакамлик ҳам қилади. 1991 йилдан бошлаб ТЙВ «Экспресс 2» туристик ташишларни режалаштиришнинг янги тизимини жорий қилган. Бу тизимнинг асосий жиҳатлари қуйидагилардан иборат:

1. Режалаштириш йилига 2 марта ярим йилга амалга оширилади. Режалаштирилаётган йилнинг 1 - ярим йиллигига ташкилот буюртмалари темир йўл бўлимларига жорий йилнинг 1 октябригача берилиши керак, темир йўл бу буюртмаларни ТЙВга ГВЎга компьютерга киритиш учун беради. 15 ноябрда туристик ташкилотлар ўз темир йўл бўлимларидан 1 - ярим йил учун қайси буюртмалар тасдиқланганлигини билиб олишлари мумкин, туристик ташкилотлар 15 ноябрдан бошлаб ва поезд жўнашидан 60 кун олдин ўз буюртмаларини тасдиқлашлари шарт. Тасдиқлангандан кейин турбюро ходимига пароль квитанцияси берилади, жойлар эса компьютер хотирасида сақланади. Агар жойни банд қилиш учун буюртма тасдиқланмаса улар компьютер хотирасидан чиқариб юборилади. Чипталар сотиб олиш буюртмалари поезд жўнашидан 45 сутка олдин берилади. 2 - ярим йиллик учун туристик ташкилотларининг режа буюртмалари 1 мартгача қабул қилинади. 15 апрелда туристик ташкилотлар жавобни олишлари ва ўз муддатида буюртмани тасдиқлашлари мумкин.

2. Туристлар гуруҳини ташишни режалаштиришда буюртмаларда 5 та вариантдан иборат поездни алмаштириш кўриб ўтилган бўлиши керак. Бунда биринчи кўрсатилган поезд асосийси ҳисобланади, қолган тўрттаси эса вариантлар.

3. Режалаштирилган тизимда линия бўйича турист гуруҳларини олиш мумкин.

Фойдаланилмаган темир йўл чипталарини қайтариб бериш тариф қўлланмасига мувофиқ равишда амалга оширилади. Агар фойдаланилмаган чипталар корхона, фирма, ташкилот ва муассасалар томонидан темир йўл станцияси кассаларига поезд жўнашидан 7 сутка олдин берилса, уларга йўл-кира ҳақининг тўлиқ қиймати қайтарилади.

Агар фойдаланилмаган чипталар поезд жўнашидан 3 - 7 кун орасида қайтариб берилса, у ҳолда йўл-кира ҳақи қийматининг 90%ни қайтариб берилади, агар чипта поезд жўнашига 3 сутка ва ундан кам вақт қолганда топширилса, йўл-кира қийматининг 80%ни қайтариб берилади.

Гуруҳ бошлиғи томонидан битта ёки бир нечта чипталарни қоплашда индивидуал йўловчилар учун махсус қоидалар амал қилади; агар чипта поезд жўнашидан 24 соат олдин берилса, унинг қиймати тўлалигича қайтарилади, 6 - 24 соатгача - 90%, 6 соатдан камроқ бўлса, чипта қийматининг 75%ни қайтариб берилади.

Агар қайтиб келиш учун йўл чипталари олинган пунктларга поезд жўнашидан 3 сутка олдин топширилса, у ҳолда йўл-кира ҳақининг тўлиқ қиймати қайтарилади, ундан кам кун қолганда топширилса чипта нархининг 75%ни қайтарилади.

Агар битта «тўғри плацкартали» чипта олинган жойига поезд жўнашидан 6 - 24 соат олдин қайтариб берилса, йўловчидан ҳамма қўшимча тўловларни ўз ичига олган биринчи жўнаш станииясидан қайта ўтириш станциясигача ва ундан тушириш станциягача бўлган йўл-кира ҳақининг 10%ни миқдорида тўлов олинади. Агар бу муддатдан кейин қайтариб берилса 25%ни олинади.

Агар гуруҳли чипта бўйича юборилаётганлар сони тўлиқ бўлмаса, гуруҳ бошлиғи поезд жўнагунга қадар жўнатиш станцияси (вокзал) бошлиғига буни қайд этиш учун гуруҳ чиптасини кўрсатиши шарт. Фойдаланилмаган чипталар кассага қайтариб берилиши керак.

Нақдсиз ҳисоб бўйича олинган гуруҳларли буюртмаларнинг йўл ҳужжатлари учун тўловларни қайтариб бериш фақат чипта олган ташкилотнинг ҳисоб счётида эътироз тартибда амалга оширилади. Фойдаланилмаган шаҳар атрофи чипталари учун пул қайтариб берилмайди. Йўналишда темир йўл гуруҳларига хизмат кўрсатиш жўнатувчи ва қабул қилувчи туристик ташкилотлар орасидаги келишувлар, келишувга илова қилинадиган туристлар гуруҳининг кириш жадвали асосида амалга оширилади. Йўналтирувчи туристик ташкилот қуйидагиларни бажариши керак: қўйилган муддатдан 10 кун олдин телеграмма орқали гуруҳларнинг қачон киришини, туристлар сонини, етиб бориш санасини ва вақтини, поезд ва вагон номерини тасдиқлаши; гуруҳ бошлиғини туристлар рўйхати билан таъминлаши; маршрутга гуруҳларни фақатгина қайтиб келиш учун чипталар мавжудлигида ёки қабул қилувчи ташкилот томонидан бундай чипталар билан таъминлаш ҳақидаги тасдиғи бўлгандагина йўналтириши керак.

Қабул қилувчи турфирма эса қуйидагиларни ташкиллаштириши керак: туристларни кутиб олиш, ўзининг (ижара) автотранспорти билан, озиқ - овқати билан таъминлаши, келадиган туристлар сонига мўлжалланган

(телеграммада кўрсатилган) етарли жойларни тайёрлаб қўйиши; ўз шахрининг озиқ - овқат корхоналари билан хизмат кўрсатиш учун келишув тузиш ва бериладиган таомларнинг ўз вақтида берилиши ҳамда сифатини назорат қилиб туриши; тўлиқ ҳажмда экскурсион хизмат кўрсатиш дастури билан ҳамда нақд ҳисобга қўшимча хизмат (қўшимча экскурсиялар, кўнгилочар тадбирлар ва бошқалар) билан таъминлаши.

Туристларни кутиб олиш ва экскурсия қилдириш поездларнинг келиш ва кетиш жадвалига мувофиқ равишда хоҳлаган вақтда амалга оширилиши керак (бу келишувда кўрсатиб ўтилган бўлиши шарт).

6.2. Туризмни ривожлантиришда мавжуд муаммолар ва уларни бартараф этиш йўллари.

Туристлик сафарлар сонининг ортиши, уларнинг жуғрофиясининг кенгайиши, транспорт воситаларининг ривожланиши муносабати билан халқаро ташкилотлар давлатлар ва ҳукуматларнинг диққат-эътиборини туризмни ривожлантириш муаммолари ҳамда миллий туризм ташкилотларининг янги мавқеига қаратмоқдалар. 1921 йилдан бошлаб Миллатлар лигаси, БМТнинг, 1975 йилдан бошлаб эса, Жаҳон туризм ташкилотининг раҳбарлиги остида туризм муаммоларига бағишланган 20 дан ортиқ халқаро анжуманлар, конгресслар ва тадбирлар ўтказилди.

1995 йил март ойида Кадис шаҳрида (Испания) ЖТТ раҳбарлиги остида Туризм бўйича халқаро форум ўтказилди ва унда жаҳоннинг 52 мамлакатидан келган парламентчилар иштирок этдилар. Ушбу форум шундай хулосага келдики, давлатлар туризм ривожини учун катта аҳамиятга молик қўйидаги муаммоларни ечишда ёрдам бериши зарур: туристик расмиятчиликни тартибга солиш ва саёҳатлар хавфсизлигини ошириш; саёҳат инфратузилмаси, шу коммуникацияларни ривожлантириш; саёҳат ташкилотлари раҳбарлари ва хизматчиларини ўқитиш учун шароитлар яратиш; саёҳат объектлари ва сафар манзилларида экологик нормаларга риоя қилишни таъминлаш; саёҳатчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш; саёҳат корхоналари учун имтиёзли солиқ тизимини таъминлаш; туризмда қабул қилинган халқаро мезонлар ва нормалар асосида объектив статистика ҳисоботи ва назоратини амалга ошириш имкониятини берадиган иқтисодий ва статистик механизмлардан фойдаланиш; туризм учун фойдали бўлган мамлакат тимсолини шакллантириш йўли билан миллий саёҳат маҳсулотларини чет эл бозорларига илгари суриш.

Республикада халқаро туризмни ривожлантириш стратегияси давлат томонидан қабул қилинган қарорлар томонидан ва илмий назарияларга асосланган ҳолда амалга оширилади. Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш стратегияси ҳозирги кунда қабул қилинган туризм қонунига ва халқаро туризмни 2005 йилгача ривожлантириш мақсадида қабул қилинган расмий ҳужжатлардан келиб чиқадиган ижтимоий ҳимояга ва бозор муносабатларига асосланган стратегияга эга.

Ҳозирги вақтда республикамызда туризмни ривожлантириш стратегияси - бозор муносабатларига асосланиб очик эшик сиёсатини тутиб социал ҳимояга асосан халқаро туризмни ривожланишини таъминлаб бериш ҳисобланади.

Республикамызда туризм тараққиётининг истиқболи ҳукумат қарорларидан, фармонларида ва қонунларида ўз аксини топмоқда.

«Ўзбектуризм» МК ҳозирги аниқ дастурлар асосида туризмни барқарор ривожлантириш учун 2005 йилгача бўлган дастурини ишлаб чиққан. Бу дастурни амалга ошириш учун давлат томонидан молиявий таъминлашга тўғри келади. Ҳозирги пайтда Ўзбекистонда хориждан келаётган туристлар сони йилдан-йилга ортиб бормоқда, бу эса туризмнинг истиқболи порлоқ эканини тасдиқлайди.

Республикада 2003 йил умумий туристлар 751,0 минг кишини ташкил этди. Бу кўрсаткич 2010 йилга бориб 2 млн.га яқин турист келиши асослаб берилган ва башорат қилинмоқда². Умумий туристларнинг чет элликлар 2002 йил 332 мингтани ташкил қилган, 2003 йил 375 мингни, 2010 йилга бориб эса 1 млн.ни ташкил қилиши режалаштирилган³.

Ўзбекистон ҳозир туристлар кўрадиган жойлар сони ва дунё миқёсидаги уларга бўлган талаб билан биринчи 10 та давлат қаторига киради⁴. Республикадаги 11 та шаҳар дунё миқёсида туристик шаҳарлар деб эътироф этилган. Бу шаҳарларда туризмни ривожлантириш учун барча шарт-шароитлар етарли. Мавжуд тарихий, маданий ёдгорликларни 2600 тадан ортиқ бўлиб, ҳозирги кунда уларнинг 150 тасигина туристларни қабул қилмоқда.

Кейинги йилларда олимларнинг текшириш ишлари натижасида жаҳон туризмида янги жойларни, тарихий обидаларни куриш, билишга қизиқиш ўрнини халқ амалий санъатига, оддий халқ хунармандларининг асарларига бўлган қизиқиш эгалламоқда. Ана шундай ўзгаришни Ўзбекистонга келаётган туристларнинг қизиқишларида ҳам сезиш мумкин. Уларнинг диққатини тарихий-меъморий ёдгорликлар билан бир қаторда халқ хунармандчилигини ва миллий таомларимиз ҳам ўзига тортмоқда.

Туризм соҳасида ишлаш осон эмас, бу ерда ҳамма ҳам ишлай олмайди. Чунки туризм соҳасида ишлаш ҳар бир ходимдан аниқ йўналтирилган сиёсий-мафқурий фаолиятини, доимий шайликни, ишга бутун борлиқни бахшида этишни талаб этади. Бироқ тармоққа умуман назар ташлайдиган бўлсак, ҳозир 30 мингдан ортиқ ишчи-хизматчи бўлиб, улардан 22,3 минги олий маълумотли, 3,1 минги махсус маълумотга эга. Шубҳасиз, тармоқнинг самарали ишлаши негизида мутахассисларнинг иқтисодий билимлари, сиёсий эътиқодлари туради. Ҳозир туристик ташкилотларга қўйилаётган талаблар ошди. Эскича тафаккурловчи, ишга эскича ёндашадиган кишилар амалда ишлай олмай қоладилар. Ҳозирги пайтда янгиланаётган туристик ташкилотлар олдида турган мақсадлар ва асосий йўналишлар кўп қиррали ва

² «Ўзбектуризм» МК ҳисоботидан 2003 йил.

³ БМТ экспертлари ҳулосасидан

⁴ Ташмуротов Т., Умаркулов Э, Норчаев А. «Халқаро туризм» ТДИУ- 2000 йил

ўзига хосдир. Туристтик соҳанинг ҳар бир ходими ўзи учун мос ишни топа олиши учун у мазкур жараёни ҳамма нозик жиҳатларини, унинг ҳамма кўринмас ва кўринувчи томонларини, қирраларини, элементларини билиши зарур. Бироқ туризм соҳасида кўпчилик ҳолларда ходимлар ўз касбига эътиборсиз муносабатда бўладилар, бу эса умуман олганда сервис сифатига, яъни туристларга хизмат кўрсатиш даражасига таъсир кўрсатади. Хизмат кўрсатиш сифатини ошириш шубҳасиз катта фойда келтириши маълум.

Республика туризм ишининг янги сифат даражасига чиқиши учун шу соҳанинг ҳар бир ходими яхшироқ ишлаши учун нима қилиши зарурлигини билиши керак бўлади. Бунинг учун эса ходимларни ишнинг муваффақиятидан қизиқтириш, ҳар бир ходим ишлаб чиқаришдаги нуқсонларини моҳиятини билиш, ўз ишини жонқяри бўлишига эришиши зарур. Хизмат кўрсатиш самарадорлигини ошириш учун эса ҳамма жойда янги технологияни жорий этиш керак бўлади.

Туризм соҳасида реклама ҳам жуда катта роль ўйнайди. Рекламани ҳам қайси давлатда ва қандай даражада қилишни билиш керак бўлади. Ривожланган давлатлар тажрибасидан фойдаланиб, рекламани шундай оммавийлаштириш талаб этиладики, бундан туристлар етарли маълумотлар олиб, қизиқишни ортиши ва республика тарихий ва маданий ёдгорликлари, халқ ҳунармандчилиги ҳақида янада кўпроқ билгиси келсин.

Реклама орқали хорижий туристларни кўплаб жалб қилиш механизмини ишлаб чиқиш, республика шароитига қулай томонини топиш ва амалда жорий этиш лозим бўлади. Рекламага тушаётган фойданинг маълум қисмини ажратиш, бу келгусида кўплаб фойда олиб келишининг илмий ва амалий қўлланмасини ишлаб чиқиш. Халқаро туристик ташкилотлар симфозимларида ва семинарларида қатнашишни мунтазам равишда таъминлаб туриш.

Республикадаги туристик имкониятлар билан хорижлик сармоядорларни таништириш ва икки томонлама фойдали шартномалар тузиш. Чет эл сармоясини жалб қилиш учун барча зарурий имкониятларни ишга солиш, кечиктириб бўлмайдиган вазифа бўлиб қолмоқда.

Ўзбекистон янги ХХІ асрга шахдам қадамлар билан кириб келди. ХХІ аср туризм ва сайёҳлик асри бўлади деб башорат қилинмоқда⁵. ХХІ асрда туризм ўзининг салмоқли ҳиссаси билан республика бюджетига валюта тушумини таъминлайди. Бунга республикамизда ҳар томонлама имкониятлар ва асослар етарли. Фақат янги туризмни ривожлантириш стратегиясини ҳаётга татбиқ этиб туризм соҳасини янги поғоналарга кўтариш имкониятини яратишимиз керак. Ўзбекистонда туризм янги соҳа ҳисобланмайди, бизда бу соҳа қадимдан мавжуд бўлган, фақат бизнинг олдимизда турган вазифа туризмни янгича стратегия асосида ривожлантириш ва истиқболини белгилашдир.

Туризм жамият ҳаётида борган сари салмоқли ўринни эгаллаб бормоқда. Халқаро муносабатларда туристик алоқаларнинг аҳамияти йилдан-

⁵ Ташмуротов Т., Умаркулов Э., Норчаев А. «Халқаро туризм», ТДИУ- 2000 йил.

йилга ортиб бормоқда. Туристтик даромад хўжаликлардан давлат бюджетига тушумлар дунёнинг кўпгина мамлакатларида миллий даромаднинг энг салмоқли моддаларидан бирига айланган. Туристтик алоқалар дунё мамлакатлари ўртасидаги ҳамкорликни мустаҳкамлашда алоҳида аҳамият касб этмоқда. Туризм халқаро аҳволни нормалаштириш дунё халқлари ўртасида тинчлик, ўзаро тушуниш, дўстлик ва ҳамкорликни мустаҳкамлашнинг муҳим воситаси ҳисобланади. Айрим мамлакатлар ёки мамлакатлар гуруҳи ўртасидаги муносабатларда бўладиган ишончсизлик ёки жиддийлик туризм доирасини торайтиради ва туристик алоқаларнинг тўхталишига олиб келади. Туризм ўзининг кўп томонлама бўлган тузилмаси туфайли ижтимоий ҳаётнинг барча соҳаларига таъсир этади. Туризм халқ хўжалигининг кўпгина тармоқлари: қурилиш, транспорт ва алоқа, умумий овқатланиш ва коммунал-маиший хизмат корхоналари савдо тармоғи ва туристик хўжаликнинг бир қатор бошқа тармоқларининг ривожланишига таъсир этади ва айни бири вақтда хилма-хил хизматлар; меҳмонхона хўжалиги, ресторанлар ва бошқа умумий овқатланиш корхоналари, кўнгили очиш муассасалари, коммунал корхоналар, маҳаллий ҳунармандчилик маҳсулотларини ишлаб чиқариш ва бир қаторда бошқаларнинг ривожланишини талаб қилади. Туризм туристларга хизмат кўрсатишга алоқадор бўлган тармоқлар мажлисини қамраб олувчи ўзига хос дам олиш саноати ҳисобланади. Туризм соҳасидаги ҳамкорлик хўжалик жамоат ишлаб чиқаришга аҳолининг банд бўлмаган ёки қисман банд бўлган қатламларини жалб қилиб меҳнат ресурсларидан тўлиқ ва оқилона фойдаланиш муаммосини ҳал қилишга ёрдам беради. Бу айниқса саноати яхши ривожланмаган минтақалар учун муҳимдир.

Туризм соҳасидаги ҳамкорлик иқтисодий имкониятлари нисбатан юқори эмаслиги билан фарқланувчи айрим туманларни ривожлантиришда муҳим роль ўйнайди. Туризм бу туманларда ишга оид фаолликка ёрдам беради, жамоат ишлаб чиқаришига банд бўлмаган меҳнатга лаёқатли аҳолини жалб қилади, меҳнатни татбиқ қилиш соҳасини кенгайтиради. Бунда қишлоқ хўжалиги маҳсулотларини ва саноат маҳсулотининг айрим турларини яшаш учун қулай шароитлар яратилади. Туризм соҳасида ҳамкорлик қилиш иқтисодиётнинг ривожланишини фаоллаштиради, минтақавий ресурслардан яхшироқ фойдаланишга, хизмат кўрсатиш соҳаси ходимларининг малакасини оширишга ёрдам беради. Туристтик хўжалик қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқаришни ривожлантиришни жадаллаштириш ва уни яхшилашга ёрдам беради. Келажакда аҳолига хизмат кўрсатиш соҳасининг кенгайиши муносабати билан хизмат кўрсатиш соҳасида банд бўлганлар сони ортиб боради. Туризм соҳасида ҳамкорлик қилиш орқали хўжаликнинг жадал ривожланиши, уни иқтисодий аҳамиятини ўсиши туристик хизмат соҳасининг катта фойда келтира олиши, бу соҳага сармояларни кўплаб сарфланишига олиб келди. Капитални кўп талаб қилишига қарамай, туристик хўжаликка сарфланган капитал жуда фойдалидир, чунки у ўзини нисбатан тез қоплайди. Хорижий туристлардан олинадиган пул тушумлари даромадга айланади ва миллий иқтисодиётнинг турли тармоқларида

муомалада бўлади. Айрим ғарб иқтисодиётчиларининг баҳолашларига кўра, хорижий туристлардан олинадиган пул тушумлари муомалада йилда уч-беш марта ва катта кўпроқ айланади. Туристлик хўжалик жаҳон иқтисодиётининг энг сердаромад тармоғи ҳисобланади. Ҳозирги кунда жаҳон савдо оборотининг 7% и халқаро туризмга тўғри келади. Жаҳоннинг кўп мамлакатлари учун туризм ташқи савдо айланмасида даромаднинг муҳим моддаларидан бирига айланган. Туристлик бизнес Мексикага валюта даромадининг 44%, Португалия 28%, Австрияга 23%, Италияга 41% беради⁶.

Туристлик хўжалик капитал кўйилма даражасига кўра, иқтисодиётнинг кўпгина тармоқлари билан баҳслашиши мумкин. Туристлик саноати юқори иқтисодий самарадорлиги билан ажралиб туради, у туризмнинг ташқи иқтисодий алоқаларининг фойдали турига айлантиради. Собиқ Югославияда, масалан, туристларга мўлжалланган меҳмонхоналар 27-29% банд этилганда ҳам рентабелли бўлганди.

Туризм экспортнинг ўзига хос шакли сифатида хорижий валютани ошишнинг энг самарали воситаси ҳисобланади. Туристлик корхоналардан ялпи тушум анчагина катта. Иқтисодчилар ҳисоб-китобларига кўра, шаҳарда ўртача икки соат бўлган 100.000 турист камида 350.000 доллар ёки шаҳарда бўлган ҳар бир киши бошига соатига 1,75 дол. сарфлайди. Тўғри, бу ўринда гап туристик сервис ривожланган шаҳарлар тўғрисида бормоқда. Ҳозирги кунда Ўзбекистоннинг йирик шаҳарларини хорижий туристларсиз тасаввур қилиш қийин. Бугун хорижий туристларни Тошкент, Самарқанд, Бухоро ва Хивада учратиш мумкин. 1950-1988 йиллар мобайнида Ўзбекистонга келиб-кетган туристлар сони 4250000 дан 31400000 га кўпайди⁷. Булардан олинган даромад собиқ иттифоқ хазинасига келиб тушди. Бу 2000000 дан 195000000 гача АҚШ доллари демакдир. Хорижий туристларнинг деярли 70% и Бухоро, Самарқанд, Хивада бўлган. Бундан халқаро туризм хорижий тушум манбаи бўлиб, бу маблағга бошқа давлатлардан замонавий техника ва технологияни сотиб олиши мумкин. Бу корхоналарни техник жиҳозлашни кескин ошириш ва шу орқали мамлакат иқтисодиётини иқтисодий ривожланишнинг янги босқичига кўтариш имконини беради.

Туризм бутун дунёда энг рентабилли соҳалардан бири ҳисобланиб, яхшигина фойда келтиради ва бундан олинадиган даромад янги маршрутларни ишлаб чиқишни, унутилган минтақаларни кашф қилиши, қадимий маданиятни тикланишини белгилайди. Франция, Италия, Швейцария, Греция, Туркия каби кўпгина мамлакатларда ялпи ўсишнинг деярли 30-40 % халқаро туризм ҳиссасига тўғри келади. Хорижий туристларни қадимий тарихий объектлар, бошқа халқлар маданияти, цивилизацияси жалб қилади, масалан: 2000 йилда Францияда 60 млн., Италияда 40 млн., Туркияда 10 млн. бўлган туристлар зўр қониқиш ҳосил қилиб, турли хизматларга бўлган эҳтиёжларини қондирдилар.

Халқаро туризмнинг ўзига хос хусусияти бу уни ривожланишининг аниқ давлатлар ўртасидаги сиёсий муносабатларнинг ривожланишига,

⁶ WTO маълумоти 2002 йил.

⁷ «Ўзбектуризм» МК ҳисоботидан

уларнинг истиқболлари ва ёмонлашувиغا бевосита боғлиқдир. Мамлакатдаги сиёсий муҳит ҳам халқаро туризм ривожланишида муҳим омил ҳисобланади. Халқаро туризм соҳасининг етакчи кичик тармоғи бўлиб, ички инфраструктура, сервис ва кўрсатиладиган хизматлар сифатига боғлиқ бўлади. Халқаро туризмни ривожлантиришни минтақавий хусусиятлари қуйидагиларда ифодаланади:

1. Республикада халқаро туризм, хорижий туристларни Ўзбекистонда бўлиш талаблари юқорилиги ва минтақада мавжуд имкониятларга қарамай жуда паст ривожланган.

2. Халқаро рейслар фақат собиқ иттифоқдош республикалардан эмас, балки Шарқ ва ўарб мамлакатларидан ҳам учирлиши мумкин, яъни халқаро туризмни ривожлантириш мақсадида республика шарқ дарвозаси очиш мумкин. Ўзбекистон республикасига келувчи туристларни Самарқанд ва Бухоро орқали, бир қатор давлатлар Хитой, Ҳиндистон, Малайзия ва бошқаларга олиб бориш ва олиб келиш мумкин бўлади.

3. Республика катта ёшли аҳолисининг 60-70% дан ортиқроғи чет эл мамлакатларида бўлиш, уларнинг маданияти тарихи ва ишлаб чиқаришдаги ютуқлари билан бозор иқтисодиёти шароитидаги, турмуш тарзлари билан танишишни истади. Узоқ муддат мобайнида республика берк эшиклар ортида эди ва эришилган мустақиллик Ўзбекистон халқига ўзга халқлар ва элатлар билан танишиш имкониятини яратди.

Халқаро туризм соҳасида ҳамкорликни ривожлантиришнинг асосий мақсади қуйидагилардир:

1. Иқтисодий ўсиш кўп миқдорда сифатли, энг яхши товарларни ишлаб чиқариш ва хизматлар кўрсатишни, шунингдек, аҳолини юқори турмуш даражасини таъминлаш.

2. Халқаро туристик хизматларни ривожлантиришнинг иқтисодий самараси, яъни ресурслардан фойдаланишда минимум сарфлар қилиб, максимум фойда олиш.

3. Республикада яшовчи аҳолининг таълимий-маърифий даражасини ошириш, унга жаҳон цивилизацияси, маданияти ва санъатини билишда ёрдам бериш.

4. Ҳар хил туристик хизматлар кўрсатиш йўли билан, маданий-тарихий, миллий қадриятлар билан ўзаро фойдали алмашиш.

5. Сифатли, асосий ва қўшимча туристик хизматлар кўрсатиш, уларнинг сифатини жаҳон хизмат кўрсатиш стандартлари даражасига кўтариш.

6. Туризмнинг моддий-техника базасини ривожлантириш ва хорижий туристлар ўртасида туристик хизматлар талабларини шакллантириш асосида давлат бюджетига хорижий валюта бетўхтов келиб туришини таъминлаш.

Туризмнинг макроиқтисодий кўрсаткичлари халқ хўжалигининг даражаси билан ифодаланади, бу сотилган хизматларнинг умумий ҳажми, асосий фондлар қиймати ва барча ходимлар сони билан баҳоланади. Бу кўрсаткичлар умумлаштирилган тарзда турли ўлчамларда баҳоланади.

Туризмни ривожлантиришнинг иқтисодий потенциали деганда - туристлар бориб кўришлари мумкин бўлган объектлар (тарихий, маданий, миллий қадриятлар, инвестициялар фондининг етарли малакага эга бўлган кадрларнинг мавжудлиги, туристлар талабгор бўлган маршрутлар, ички ва халқаро сони) туристлар ўртасида экскурсия ишларини олиб бориш учун бор бўлган экскурсия тематикаси сони тушунилади.

Иқтисодий адабиётда потенциал қуйидаги гуруҳларда тақсимланади; таълимий потенциал, ишлаб чиқариш потенциали, техник потенциал ва системали потенциал. Бу муносабатда тармоқ барча ресурсларини турли белгилар бўйича тавсифлаш, уларни омиллар бўйича тақсимланиши билан ифодаланади. Туризм соҳасида иш натижаси сўм ёки бошқа натура кўрсаткичларида баҳоланадиган турли хизматлар кўрсатишдир. Туризм соҳасидаги ишнинг асосий кўрсаткичларига туристик хўжаликларда хизмат кўрсатилган туристлар сони киритилади.

Туристик хизматлар туризмни ривожлантириш ресурси деганда олий, ўрта, махсус таълимга эга бўлган малакали ходимлар ва ишчи кадрларни мавжудлиги, туристик автобуслар, меҳмонхоналар, туристик базалар, кемпинглар, шунингдек, туризмни ривожлантиришга мўлжалланган узок муддатли инвестициялар учун пул маблағларининг мавжудлиги тушунилади. Тармоқ ресурсларига синовдан ўтган ва доимий ишлаб турган маршрутлар, шунингдек, жаҳон стандартлари талабига экскурсия тематикаси киритилади. Ҳозирги кунда 100 дан ортиқ экскурсия тематикаси ишлаб чиқилган бўлиб, улардан 80 % дан ортиқроғи ижтимоий реализмдан миллат ва элатларнинг чин тарихий ривожланишлари томон ўзгартирилишини талаб қилади. Ҳақиқий ва доимий ишлаб турган туристик маршрутлар сони республика давлат мустақиллигига эришганидан сўнг 90 тага етказилди.

6.3.Туризмнинг сиёсий мақсадлари

Сиёсат ва иқтисодиёт ажралмасдир. Туризм доимо давлатлар ва сиёсатчилар қимматбаҳо қоғозлар марказида бўлиб, давлатнинг сиёсий йўналишини амалга оширишнинг муҳим воситаси ҳисобланади. Европада 1 - рақамли туристик минтақа ҳисобланувчи Франция ҳукумати йиғилишларида бош вазирнинг ўнг томонидаги жойни туризм вазири эгаллайди. Бу бежиз эмас, албатта. Атом саноати ривожланган бу қудратли мамлакат иқтисодиётида туризм муҳим ўринга эга. Туристлар оқимининг камайишидан дарак берувчи кичик ўзгаришлар ҳукуматнинг ушбу ҳолатнинг юзага келишига сабаб бўлувчи сиёсий ва иқтисодий сабабларни бартараф қилишга қаратилган фаол ҳаракатларига сабаб бўлади. Париж туризм билан яшайди ва туризмнинг пойтахти ҳисобланади.

Туризм Мексика иқтисодиётининг энг муҳим соҳаси бўлиб, бу қоғоздагина эмас, амалда ҳам шундайдир. Айнан шунинг учун ҳам Мексика президенти мамлакатдаги етакчи туристик кўргазмаларни шахсан ўзи очиб беради. Кўргазма чора-тадбирларга бундай эътибор қаратиш ҳукуматнинг мамлакат иқтисодиётининг асосий ва жадал ривожланиб бораётган тармоғи

ҳисобланувчи туризмга алоҳида эътибор қаратишидан далаолат беради. Россияда халқаро ва ички туристик кўргазмалар ҳукуматнинг эътиборидан четда қолган бўлиб, ҳатто маҳаллий губернаторлар федерал қонунлар билан белгилаб қўйилган устивор тармоқнинг чора-тадбирларига доим ҳам эътибор бермайдилар. Бу омиллар туризмнинг Россия иқтисодиётида тутган ўрнини яққол кўрсатади. Туризмнинг сиёсий мақсадлари кенг қамровлидир.

Туризм аввало жамиятда тинчликни мустаҳкамлашга ҳамда маҳаллий ва минтақавий ҳарбий можароларнинг олдини олишга қаратилган. Туризм тинчликни сақлашнинг муҳим ва амалий воситасидир. Ғарбий ҳаракатлар, иқтисодиётнинг барқарор эмаслиги, жиноятчиликнинг кучайиши – бу омилларнинг барчаси туристларни жалб қилишга хизмат қилмайди, аксинча, баъзи ҳолларда туристлар оқимини (мазкур ҳолда туристик минтақанинг чўнтагига келиб тушиши лозим бўлган даромадлар билан биргаликда) бошқа йўналишга йўналтириб юборади. Уруш ва туризм биргаликда бўлиши мумкин эмас. Югославия туризм соҳасида Адриатиканинг дурдонаси бўлсада, фуқаролик уруши сабабли туристик минтақалар рўйхатидан чиқиб кетди ва бу рўйхатга яқин орада қайтиб кириши амримаҳол. Инфратузилма яксон қилинган, ерлар миналарга тўлиб ётибди, одамлар камбағаллашган, бино ва иншоотлар бузиб юборилган. Уруш яксон қилган, барча жойда кўз ёшини учратиш ва хавф-хатарга учраш мумкин бўлган мамлакатга кимнинг ҳам боргиси келарди? Абхазия Одиссей замонларидан бери жаннатмакон ер ҳисобланиб, собиқ СССР даврида бутуниттифоқ оромгоҳ вазифасини бажарган, Қора денгиз соҳиллари барча учун оммавий дам олиш ҳудудига айланган эди. Бироқ 90 - йилларда Грузия ва Абхазия ўртасида ҳарбий можаролар туфайли туризм учун ёпиқ ҳудудга айланиб қолди. Оромгоҳлар бўшаб ётибди, тарихан туризмга мослашган ҳудуднинг аҳолиси ишсизлик суратининг юқорилиги сабабли очарчиликка учраган. Россия дам олаётган Россия фуқароларининг Пицундага бориш учун ҳар қандай ҳаракатларини туристларнинг хавфсизлигини (нафақат мулки, балки ҳаётини ҳам) таъминлаш имконияти йўқлиги сабабли тақиқлаб қўйган. Ҳарбий можаролар ҳудудида жойлашган туманлар туризмнинг тўхтаб қолганлиги сабабли жуда катта йўқотишларга учрамоқда. Туризмга терроризм ҳам катта зарар етказмоқда. Туристлар учун жуда қизиқарли ва ўзига жалб қилувчи мамлакат ҳисобланган Исроил тўхтовсиз террорчилик актлари, фаластинликлар ва қўшни мамлакатлар билан можаролар туфайли туристлар оқимининг пасайиши сабабли катта зарар кўрмоқда. Иқтисодиёти асосан туризмга боғлиқ бўлган мамлакатлар учун туристлар оқимининг пасайиши инқироз ва ишсизлик суратининг ўсиши, бюджет йўқотишларига сабаб бўлади. Туркияда туризм сўнгги йилларда россиялик туристлар ҳисобига ривожланиб бормоқда. Фақат россиялик туристларга хизмат кўрсатиш ҳисобига Туркияда 800 минг иш жойи яратилиб, мамлакатга келувчи валюта тушуми миллиардлаб доллар миқдорини ташкил этади. Туркиядаги саноат ва ҳунармандчилик корхоналарининг катта қисми Россия учун меҳнат қилмоқда. Россиядаги йирик шаҳарларнинг аҳолиси асосан Туркияда ишлаб чиқарилган чарм куртка ва пальтолари кийиб юрибди. Чечен

экстремистлари билан муаммолар юзага келиши билан Туркия ҳукумати томонидан мамлакат ҳудудида уларнинг бўлишини тақиқлаш бўйича чоратадбирлар кўрилди. Муаммо санокли соатлар ичида ҳал қилиниб, бошқа қайтарилмади, чунки акс ҳолда Россиядан келувчи ва кўп миқдорда маҳсулот сотиб олувчи савдогарлар сони кескин камайиб кетиши мумкин эди. Россия ҳукумати савдогарлари фаолияти солиқларини ошириши билан турклар дархол ўз маҳсулотлари учун божларни камайтирдилар. Чунки чарм курткаларни мамлакатдан ташқарига чиқариш лозим эди, Россия эса турк маҳсулотларини истеъмол қилувчи улкан бозор ҳисобланади. Бу энди нафақат иқтисодиёт, балки иқтисодий сиёсат ҳамдир. Кавказдаги минерал сувлардаги ажойиб курортларнинг Чеченистон ва бутун Кавказдаги нотинч аҳвол туфайли бўшаб ётиши Туркия ҳукуматини ҳам асло қониқтирмайди.

1998 йилда Кипрда ҳарбий тайёргарликлар ва демарш, янги ҳарбий техникани келтириш, оролнинг шимолий ва жанубий ҳудудлари ўртасидаги демаркация чизигидаги можаролар туфайли Россия ва бошқа мамлакатлардан келувчи туристлар. С - 300 зенит комплексини сотиб олиш можароларини юзага келтириши мумкинлиги ва туристик мавсумга зарар келтириши мумкинлиги сабабли Кипр президенти шартноманинг шартларини ўзгартириш тўғрисида қарор қабул қилди. Ракета комплекси сотиб олинмади ва мамлакатга туристларнинг келиши туфайли оролнинг жанубидаги кипрликлар даромадларини йўқотмадилар. 1998 йилнинг майида Ҳиндистонда икки марта ядро қуроли синовдан ўтказилгандан сўнг бу мамлакатга уюштирилиши кутилаётган саёҳатларнинг деярли 90 % қисми бекор қилинди. Туристик мавсум барбод бўлиб, мамлакат сезиларли йўқотишларга учради. 1997 йил Луксорда амалга оширилган террорчилик ҳаракатлари натижасида ислом экстремистлари қўлидан 58 та европалик турист ҳалок бўлгандан сўнг Мисрга келувчи туристлар оқими сезиларли камайди. Иқтисодиёти асосан туризмга йўналтирилган мамлакатга амалда жаҳон туристик жамиятида бойкот эълон қилинди. Мамлакат ҳукумати туризмнинг хавфсизлигини таъминлашга ўз муносабатини ўзгартиришга ва бу ишга ҳарбийларни жалб қилишга мажбур бўлди. Туризм вазири йўқотилган ишончни тиклаш мақсадида шахсан ўзи дунёнинг ярмини айланиб чиқди. Мамлакатда чет эллик туристлар учун кўрсатилувчи хизматлар нархи икки марта арзонлаштирилади. Россиядан келувчи туристлар сони кескин камайиб, янги чартер рейслари 1998 - 99 йилларнинг қишки мавсумида бўлди. Юқорида айтиб ўтилганларни истисно қилганда биринчи ва асосий роль мафкурага тегишли. Ҳар бир сиёсий - иқтисодий тизим жаҳон ҳамжамиятига ва ўз фуқароларига улар томонидан танланган жамиятнинг ривожланиш доктринасининг тўғрилиги ва унинг бошқалардан устунлигини исботлашга ҳаракат қилади. Бу маънода туризм турмуш тарзи, сиёсий ва иқтисодий тизим, маданий ва фан - техника соҳасидаги ютуқларни тарғиб қилишнинг муҳим воситаси бўлиб келган ва ҳозир ҳам ўз аҳамиятини йўқотмаган. Мафкуравий туризм собиқ иттифоқ даврида сиёсатчилар томонидан социалистик тизимнинг бошқа барча тизимлардан устунлигини тасдиқлаш учун кенг қўлланган. Мамлакат фуқаролари учун ташқи туризм

деярли йўққа чиқарилган бўлиб, тизимга садоқатли, мафкураси мустаҳкам ва муносиб шахсларнинг оз сонли гуруҳи учунгина мукофот тарикасида рухсат берилган. Хорижга саёҳат қилиш учун ҳар бир номзод синчиклаб текширилган ва жойларда партия органларида, бундан ташқари, ваколатли органларда келишувлардан ўтган. Шарқий Европа (социалистик лагерь) фуқаролари эса собиқ СССРга даярли текинга саёҳат қилганлар. Мафкура туризм сиёсатидан ва ҳатто иқтисодиётдан ҳам устун қўйилади. Баъзи бир мамлакатлар туристлар оқимини кўпайтириш мақсадида туристларни расмийлаштириш ишларини соддалаштиради. Масалан, Миср, Туркия, Кипр ва Тунис россиялик туристлар учун визасиз келиб - кетишни жорий этган. Шу билан бир пайтда Эстония, иқтисодиёти унчалик ривожланмаган бўлса-да, сиёсий мативларга кўра, Россиядан келувчи туристларнинг виза назоратини кучайтирмоқда, ғарбнинг бошқа давлатлари, масалан Финляндия учун эса умуман визасиз тартиб жорий қилинмоқда. 1990 йилгача Эстониянинг меҳмонхона, мотель, сиҳатгоҳ ва кемпинглари собиқ СССРнинг қўшни минтақаларидан келувчи туристлар билан тўлиб кетарди. Ленинграддан Нарвага овқат учун сметана олгани борардилар, Эстон колхозчилари эса Ленинград бозорларини сифатли қишлоқ хўжалик маҳсулотлари билан тўлдирар эдилар. Энди эса нафақат туристлар учун, балки озиқ - овқат маҳсулотлари учун ҳам тўсиқлар юзага келган бўлиб, бу маҳсулотларнинг бозордаги ўрнини Голландия ва Дания маҳсулотлари эгаллади. Бу эса Эстонияда ишлаб чиқаришнинг инқирозга учрашига сабаб бўлди. Ҳозир кунда Эстонияда дам олиш тарзи сиёсий сабабларга кўра, россиялик кўп сонли потенциал туристларни йўқотмоқда. Дунёда ўз ўрни ва аҳамиятига эга бўлган бу туристлар бошқа мамлакатларни, жумладан, Финляндияни ўзлаштирмоқда. 1999 йилнинг уч ойи ичида Нарва назорат пункти орқали ўтган кишилар сони 600 кишини ташкил этиб, бор-йўғи 4 та туристик гуруҳ ўтказилди. 1960 йилдан то 1980 йилгача дам олиш кунлари бир неча соат ичидаёқ шунча киши кириб келар эди. Баъзи мамлакатлар ўз туристик маҳсулотини Россияга киритиш учун ҳаркат қилиб, туристларни жалб қилиш мақсадида юз минглаб доллар миқдоридан рекламага маблағ сарфлайдилар. Бошқа мамлакатлар эса айнан шу туристлар келмаса бўлди қабилда иш тутадилар ва катта йўқотишларга учрайдилар. Масалан, Исроил туризм вазирлиги Россиянинг туристик корхоналарининг Исроилга туристик саёҳатларни реклама қилишлари учун сарфланувчи маблағлар 100 минг АҚШ долларидан ошса ва ҳужжатлар билан тасдиқланса, бу харажатларнинг ярмини қоплайди. Бу сиёсат ва мафкуранинг иқтисодиётдан устун келишига мисолдир.

90 - йилларнинг бошида Финляндия россиялик туристлар оқимини чеклаб қўйган эди. Бунга рус ва Осиё маданиятининг ўзига хос финг маданиятига салбий таъсир кўрсатиши ҳақидаги тезислар сабаб бўлган. Россиялик туристларга нафрат билан қараш ва уларга нисбатан ноҳўя хатти-ҳаракатларни амалга ошириш кенг тарқалган эди. Масалан, 1992 йилда Тампере шаҳри аҳолиси рус туристларининг устига туфлаб ташлаган эди. Туристлик гуруҳлар сони ойига 20 тадан ортмас эди. Бироқ Финляндиянинг

Ягона бозор мамлакатлари қаторига кириши билан Тах - Free режими Финляндия мамлакатларига Европа ҳамжамияти мамлакаталаридан келувчи туристларга нисбатан қўлланмай қўйди ва туристик маҳсулотлар билан савдо айланмаси кескин пасайиб кетди. Бир вақтнинг ўзида Россияда рублнинг конвертацияси йўлга қўйилиб, тўлов лаёқати юқори бўлган барқарор истеъмолчилик талаби бозори вужудга келди. Россиялик туристларга нисбатан бўлган муносабат тубдан қайта кўриб чиқилди. Виза режими енгиллаштирилди, чекловлар олиб ташланди ҳамда Россиядан Финляндияга келувчи туристлар оқими сезиларли ўсиб, биринчи ўринга чиқиб олди.

Россиялик туристлар учун кураш бошланиб, бу курашга хатто лапландияликлар ҳам қўшилди, ўнлаб туристик корхоналар томонидан бу ерга россиялик болалар Санта Клаусни томоша қилиш учун олиб келинади. Шарқий Финляндиянинг чегара туманларига келувчи бир кунлик “челноклар”нинг роли ортиб, улар туристик статистикада туристлар қаторига эмас, балки экскурсант - ташриф буюрувчилар қаторига киритилди. Финляндияда Тах - Free тизими бўйича 1997 йилда сотиб олинган маҳсулотлар 430 млн. FIMни ташкил этгани ва маҳсулотларнинг асосий қисмини россиялик туристлар сотиб олганини айтиб ўтиш кифоя.

6.4. Ижтимоий ва соғломлаштириш туризмни ривожлантириш сиёсати

Сўнгги пайтларда жаҳонда ижтимоий ва соғломлаштириш туризми соҳасида маълум бир ташаббуслар кўрсатилмоқда ва катта ишлар қилинмоқда. Бу соҳани ривожлантиришдан мақсад иложи борича кўпроқ одамларга кам харажат сарфлаган ҳолда мамлакат ичида ва чет элда дам олиш ҳамда ўз соғлиғи ва меҳнат қобилиятини тиклаш имкониятини яратиб беришдир. Охирги пайтда туризмнинг ушбу тури турли хил ижтимоий-профессионал тоифадаги шахслар учун ҳам қулай бўлиб бормоқда. Унинг хизматларидан тобора кўпроқ қариялар ва турли касалликка чалинган ёшлар фойдаланмоқда. Ижтимоий туризм қуйидагича тавсифланади: турли хил ижтимоий ташкилотларни (нафақа жамғармалари, меҳнат кенгашлари, касаба уюшмалари ва ҳоказоларни) фаоллик билан жалб қилиш; молиявий қўллаб - қувватлашнинг турли-туманлиги (пост фоиз ставкали қарзлар, субсидиялар, солиқ имтиёзлари ва ҳоказо); турмуш тарзи даражаси ва соғлиқни сақлаш стандартларини оширувчи ютуқлардан ижтимоий соҳада фойдаланиш.

Ҳозирги замон одамлари саноатнинг ривожланиши туфайли келиб чиқувчи янги касалликларга (метаболик касалликлар, юрак - қон томир касалликлари, турли хил психик касалликларга) тез чалинадиган бўлиб қолган. Доимий яшаш жойидан фарқ қилувчи жойларга саёҳат қилиш, денгиз бўйидаги курортларда, тоғ қўйнида ёки қишлоқ жойларида дам олиш одамга жуда катта таъсир кўрсатади ҳамда унинг касалликларини даволаши ёки олдини олиши мумкин бўлади. Гуруҳлар билан саёҳат қилиш эса яққаланиб қолган шахслар учун ижобий таъсир кўрсатиши мумкин. Бутунжаҳон туризм ташкилотининг қўшилган аъзолар қўмитаси соғломлаштириш туризмни

саноати ривожланган жамиятнинг янги эҳтиёж ва талабларига мослаштириш мақсадида шу турдаги туризмни ривожлантириш ва бутун дунёда кенг тарқалишига хизмат қилиши лозим бўлган “Соғломлаштириш туризми” деб номланувчи ишчи гуруҳини яратган. Ижтимоий туризмнинг ривожланишида бутунжаҳон туризм ташкилотидан ташқари, 1963 йилда Брюсселда ташкил қилинган халқаро ижтимоий туризм бюроси (IBST) ҳам муҳим ўринга эга. У асосан саноати ривожланган мамлакатларнинг ижтимоий туризмга жалб қилинган миллий туристик ташкилотларни бирлаштиради. Ушбу ташкилотнинг 1972 йилда Венадаги Бош ассамблеяда қабул қилинган ҳартияси ижтимоий туризмнинг фундаментал тамойилларини эълон қилди. Бу тамойиллар кейинчалик Бутунжаҳон туризм ташкилотининг 1980 ва 1982 йилларда қабул қилинган Манила декларацияси ва Акапулька ҳартиясида ҳам акс эттирилган. Юқорида санаб ўтилган декларация ва ҳартияларнинг тамойиллари соғломлаштириш туризмга нисбатан ҳам қўлланиши мумкин. Туристлар оқимида хизмат кўрсатувчи транспортга ҳам худди шу оқимлар каби давлат томонидан таъсир кўрсатилади. Бу таъсир турли хил транспорт турлари учун маълум бир пунктларда, масалан, ер усти транспорти учун бевосита чегаранинг ўзида, денгиз транспорти учун бандаргоҳларда ва ҳаво транспорти учун аэропортларда амалга оширилувчи виза ва божхона назоратидан иборат. Темир йўл транспортини халқаро назорат қилиш учун транзит ташувлари ёки мамлакатга кириб келиш учун квоталар белгиланади. Европада Умумий бозорнинг жорий қилиниши билан бу тўсиқларнинг баъзилари олиб ташланди. Денгиз транспорти кемаларга халқаро сувларда нисбатан эркин ҳаракатланиш имконияти берилганилиги туфайли бошқа транспорт турларига қараганда камроқ тартибга солинади. Бироқ 70 - йилларда Британия ҳукумати шимолий денгизлар ва Англия канали йўналишлари бўйлаб йўловчи ташувчи рақобатчилар ўртасида нархлар бўйича келишмовчиликлар юзага келганлиги сабабли бу жараёнга аралаштиришга мажбур бўлди. Тартибга солиш сиёсати бутун дунёда асосан ҳаво транспортга нисбатан қўлланиб, тарифлар структурасини ўзгартириш ва ҳаво транспортини эркинлаштиришга йўналтирилган. Тарифлар структурасини ўзгартириш авиатранспорт орқали йўловчи ташиш тарифларини пасайтиришга хизмат қилиб туризмнинг ривожланиши учун жуда фойдали бўлса, ҳаво транспортини эркинлаштириш эса туристик оқимларга ижобий таъсир кўрсатувчи рақобатчиликни кучайтиради. Авиатранспорт орқали йўловчиларни ташишни қайта тартибга солиш биринчи бор АҚШда 70 - йилларнинг охирида амалга оширилди ва барча авиакомпанияларнинг сиёсатига катта таъсир кўрсатди. Ички бозорни қайта тартибга солиш АҚШда ички ва халқаро авиакатновларнинг нархини пасайтиришга сабаб бўлди. Авиакомпанияларнинг туризмга бўлган муносабати 80 - йилларда чартер авиакомпаниялари томонидан рақобатнинг кучайиши сабабли тубдан ўзгартирилди. Ҳозирги кунда туроператорлар туристик талабни қондириш учун ўринларни қиммат нархларда сотиши, шунингдек, авиакомпаниялар учун янги мижозларни жалб этиши мумкин. Бу ўзгаришлар аввалига АҚШда, кейинчалик Европа ва дунёнинг бошқа

минтақаларида авиатранспорт бозори структурасининг ўзгаришига олиб келди.

АҚШда авиатранспортни қайта тартибга солишнинг натижаси сифатида “Пан Американ” ва “Истерн” каби авиакомпаниялар, гарчи улар бозорнинг катта сегментини назорат қилган бўлса-да, йўқолиб кетди. Банкрот тўғрисидаги қонун талабларини бажариш мақсадида молиявий қийинчиликка учраган компаниялар “Дельта Аэрлайнс”, “Юнайтед Аэрлайнс” ва “Американ Аэрлайнс” компаниялари томонидан сотиб олинган самолёт ва терминалларини сотиб юборишлари лозим эди. Мазкур компаниялар ҳозирги кунда АҚШ ички бозорининг 70 % ини назорат қилади. 1992 йилда Европа Иттифоқининг 12 та транспорт вазирликлари Европа Иттифоқи мамлакатлари ичида авиақатновлар тарифларини пасайтиришга келишиб олдилар. Бу чора-тадбирлар муаллифларнинг фикрига кўра, Европа Иттифоқидаги протекционлик тўсиқларни олиб ташлаши лозим эди. Европада ҳаво транспортини қайта тартибга солиш қуйидагилардан иборат. 1993 йилдан бошлаб авиакомпаниялар тарифларни мустақил белгилашлари мумкин. Бироқ тарифлар баъзи йўналишларда реал қийматни акс эттирмайдиган бўлса юқори турувчи органлар бунга аралашishi мумкин. Шу йилдан бошлаб авиакомпаниялар қуйидаги шартларга амал қилинса исталган мамлакатда операцияларни амалги оширишлари мумкин: компания капиталининг камида 51 % қисми Европа Иттифоқига аъзо мамлакатлар фуқароларига тегишли бўлиши лозим; энг кам инвестиция миқдори 100 минг ЭКЮга тенг бўлиши лозим; самолёт мамлакатда учишга лаёқатли деб рўйхатга олинган бўлиши зарур.

1997 йилда “Каботирование” (мамлакат орқали Европа Иттифоқининг исталган мамлакатига ва орқага учиб ўтишни амалга ошириш қоидалари) қоидаларини жорий қилиш кўзда тутилган эди. Шу муносабат билан 1994 йилда “Комите де Саж” Европа комиссиясига ҳисобот топширишда Европада “ягона ҳаво ҳудуди” яратиш ва бу ҳудудни бошқариш тизими мониторингини ўтказиш имконини берувчи тизимни яратишни таклиф қилди. Қўмита шунингдек, ҳукуматларга компанияларнинг тижорат фаолиятига аралашмасликни тавсия қилди, авиакомпанияларга эса жамоатчилик маблағларини бошқа компанияларни сотиб олишда ишлатишни тақиқлади. Миллий авиақатновлар саноати давлат учун стратегик муҳим аҳамият касб этади, чунки у анъанавий равишда давлат томонидан кучли интервенцияга учрайди. Бироқ ҳукуматнинг иқтисодий сиёсати миллий иқтисодиётда давлат секторини камайтиришга йўналтирилган. Натижада миллий авиакомпаниялар рақобатчиликни ошириш мақсадида расмийлаштирилади. Ҳақиқатдан ҳам, 1994 йилда Европа авиалинияларининг келажақда ривожланиши тўғрисидаги ҳисоботда Европа комиссияси хусусийлаштириш ва эркинлаштириш тармоқ муаммоларини хал қилишнинг ечими эканлигини қайд этди.

Иқтисодий ва сиёсий мақсадлардан келиб чиққан ҳолда хусусийлаштириш тўлиқ ёки қисман амалга оширилиши лозим. Умумий

хусусийлаштиришда капиталнинг 50 % дан ортиғи хусусий сектор қўлига ўтиши лозим.

Ҳаво транспорти саноатида асосан қуйидаги усуллар қўлланади: марказлашган компаниялар учун энг яхши йўл ҳисобланувчи бош компанияни хусусийлаштириш. Шундан сўнг шўъба корхоналар бош компанияга қарамлиги кучли бўлганлиги сабабли унинг ортидан боришга мажбур бўлади. “Эйр Франс” гуруҳи шу схема бўйича хусусийлаштирилган; шўъба корхоналарни бош корхонадан мустақил равишда хусусийлаштириш. Бу усул жуда ҳам содда бўлиб, унинг афзаллиги аста - секинлик билан бутун гуруҳни хусусийлаштиришдадир; бош ва шўъба корхоналарни бир вақтнинг ўзида хусусийлаштириш. Бу усул мутахассисларнинг фикрига жуда мураккаб ҳисобланади.

Битта компанияни хусусийлаштириш мамлакатнинг бутун саноатини хусусийлаштиришни бошқариши мумкин. Буюк Британияда 1987 йилда “Бритиш Аэруэйс”ни хусусийлаштириш билан мамлакатнинг бутун ҳаво транспортини хусусийлаштириш бошланди (таққослаш учун, темир йўл транспортини хусусийлаштириш 1990 йилда бошланган). Етти йил давомида авиакомпаниянинг 900 миллион фунт стерлинглик акциялари Буюк Британия, АҚШ, Канада, Швейцария ва Япониядаги молия бозорлари орқали сотилди. Шундан 10 % қисми компанияда ишлаётган ва ишдан бўшатирилган 40 минг кишига 10% ли чегирма билан захиралаштирилган, 42% қисми Британия институционал инвесторларига захиралаштирилган, 20% қисми чет эллик инвесторларга жойлаштирилган ва 28% қисми аҳолига таклиф қилинган. Акция нархи ҳукумат томонидан 720 миллион акциянинг ҳар бири учун 125 пенс миқдорида белгиланган бўлиб, кейинчалик молия бозори томонидан тартибга солинган. Натижада 73 миллионга акцияни компаниянинг 94 % ходимлари сотиб олди ва акцияларнинг атиги 17% қисмигина чет эллик инвесторларга тегди. Вақт ўтиши билан компания Буюк Британиядаги асосий рақобатчилари — “Бритиш Каледониан” ва “Дан Аэр”ни сотиб олиб, Европанинг “Дойч БА”, “Аэр Раша”, ТАТ ва американинг “ЮСАэр” компаниялари билан бирлашди ҳамда дунёдаги энг йирик авиакомпанияга айланди. Компания ўз активларини самолётсозлик ва аэропортлар қурилишига ҳам сарфлади (1992 йилда Лондондаги “Хитроу” аэропортида жаҳондаги энг йирик бизнес класс кутиш зали очилди).

6.5. Савдо ва хизматлар бўйича бош келишувнинг роли

Савдо ва хизматлар бўйича бош келишув (GATS) товарлар ва тарифлар бўйича бош келишув доирасидаги музокараларнинг Уругвай раундининг жаҳон савдосини эркинлаштириш, айниқса, хизматлар айирбошлашни эркинлаштиришнинг аспектидан биридир. Бу келишув узоқ муддатли кўп томонли ҳукуматлараро савдо келишувларининг бир қисми сифатида шакллантирилган. У кўп жиҳатдан туризмда қўллаш учун, хусусан, туристик сиёсат билан шуғулланувчи мутахассислар учун жуда фойдалидир. 1994 йилда Бутунжаҳон туризм ташкилотининг топшириғига биноан ГАТТ

БМТнинг савдо ва ривожланиш конференцияси билан биргаликда “Туристтик хизматлар ва GATS” ҳисоботини тузди. Унда туристик хизматлар якуний ёки оралиқ истеъмолчилар учун мўлжалланган фойда келтирувчи ёки фойда келтирмайдиган иқтисодий бирликларнинг маҳсулоти ёки фаолият маҳсули сифатида изоҳланади. Фаолиятнинг бошқа турларидан фарқли равишда туризм ўзига хос хизмат турларининг тўпламини ифодалаб, унинг фаолияти якуний истеъмолчиларга йўналтирилган бўлади. Уругвай раунди асосан савдо тўсиқларини камайтириш ва аниқ идентификация қилишга бағишланган. Амалда бу мамлакатлар ўз бозорларига кириб келишда ўзаро енгилликлар бериш ва хизматлар савдосидаги тўсиқларни йўқотишга оид кўп томонлама жараёни бошлаётганлигини англатади. GATS таклиф қилинаётган хизмат турларини ҳаракатлантиришни осонлаштиради, бироқ маълум бир хизматларни таъминлаш кўпинча сотувчи ва миждонинг бевосита алоқага киришишини талаб қилади. Шунинг учун ходимлар асосий таркибининг хизматлар бозорига кириб бориши муҳим аҳамият касб этади. Бироқ баъзи мамлакатлар чегараларни кесиб ўтишда виза талаб қиладилар ёки ишлашга берилувчи рухсатномалар сонини чеклаб қўядилар. Бу эса мутахассислар, менежерлар ва техник ходимларнинг ҳаракталанишини секинлаштирида ёки умуман тўхтатиб қўяди. Бу ҳолда хизмат кўрсатиш соҳасида меҳнат қилаётган ходимнинг келишув иштирокчиси бўлган мамлакат худудига кириб келишини енгиллаштириш схемасига эга бўлган GSTS дан фойдаланиш мумкин. Бозорларни очиш бўйича музокаралар натижасида ривожланаётган мамлакатларнинг жаҳон хизматлар савдосида иштироки ўсиб бормоқда. Бу туризм бозорларига янги технологияларнинг кириб келиши ва шу асосда ривожланаётган мамлакатларда яратилувчи хизматлар позициясини кучайтириш, бу мамлакатларнинг хизматларни тақсимлаш каналларига енгиллик билан кириб бориши ва ахборот тармоқларига осонликча эришишига таъсир кўрсатади. Хизмат кўрсатиш соҳасининг тўртта асосий сектори – молиявий, жисмоний шахсларнинг чегарадан ўтиш, телекоммуникацион хизматлар ва денгиз транспорти хизматлари бўйича давлат миқёсидаги музокаралар сўнгги пайтгача жуда секин ўтказилган бўлиб, ҳали якунланмаган. Ҳозирги кунда ушбу музокаралар 1995 йилда ГАТТ ўрнига келган Бутунжаҳон савдо ташкилоти доирасида амалга оширилмоқда.

6.6. Жамиятда ижтимоий ва соғломлаштириш туризмни ривожлантириш механизми ва талабни бошқариш

Ижтимоий ишлаб чиқариш бутун жамият манфаатлари йўлида хизмат қилади, шунинг учун унинг самарадорлигини жамият мақсадларига эришиш даражасидан келиб чиққан ҳолда баҳолаш лозим. Ижтимоий сиёсат ҳам туризмнинг ривожланишига сезиларли таъсир кўрсатади. Ижтимоий - сиёсий характерга эга бўлган чора-тадбирлар туристик хизматларга бўлган талабни бошқариши мумкин. Ушбу сиёсат уч хил йўналишга эга: қонунчилик асосида иш вақти ва меҳнат таътилларини тартибга солиш, даромадни қайта

тақсимлаш ва ижтимоий туризмнинг ривожланишини рағбатлантириш. Биз юқорида фуқаролар дам олиш ҳуқуқига эга бўлган тақдирда маслаҳат қилишлари мумкинлиги ҳақида гапирган эдик. Қонунчилик асосида дам олиш ҳуқуқини тартибга солиш ишлаётган барча фуқароларга доимий равишда маълум бир муддатга ишдан бўш бўлишларини таъминлайди. Давлатнинг меҳнат таътиллари ва каникулларни турли муддатларга белгилаши туристик хизматга бўлган талабнинг йил давомида бир маромда тақсимланишига сабаб бўлади. Жамиятда даромадни тақсимлаш усули туризм учун жуда муҳим аҳамият касб этади. Фақат XIX ва XX асрларга келиб иқтисодий аҳвол яхшилангандан сўнггина аҳолининг кенг қатламлари тасарруфига кундалик турмуш кечирish учун зарур бўлган миқдордан кўп маблағ тўпланди ҳамда туризм оммавий кўринишга эга бўлди. Ҳозирги замон ижтимоий давлатининг ўзига хос хусусияти иложи борича кўпроқ фуқароларнинг иложи борича кўпроқ даромадга эга бўлишларига эришиш ҳисобланади. Бунда давлат турли хил воситалардан фойдаланган ҳолда даромадларни қайта тақсимлаш билан шуғулланади. Ижтимоий сиёсат доирасида давлат туристик талабни ижтимоий туризмни рағбатлантириш йўли билан бошқаради. Ижтимоий туризм деганда давлатнинг дам олиш учун турли хил иншоотларни қуришга маблағлар ажратиши ва шу тариқа маълум бир ижтимоий гуруҳ вакиллари - ёшлар, аёллар, болали оилалар ва катта ёшдагиларнинг кўнгилли дам олишлари учун шароитлар яратиши тушунилади. Аҳолининг баъзи бир қатламлари давлат фуқароларининг алоҳида тоифалари учун туристик талабни оширмаган тақдирда саёҳатга бора олмаган бўлар эди.

Худудий сиёсат. Худудий сиёсатнинг вазифаси бир томондан туризмни ривожлантириш учун энг қулай шароитларни яратиш бўлса, иккинчи томондан табиат учун туризмнинг салбий оқибатларини йўқотиш ҳисобланади. Бу йўналишда энг муҳим вазифалардан бири дам олиш учун ярқли бўлган худудларни сон ва сифат жиҳатидан қисқаришига йўл қўймасликдир. Иқтисодиёти яхши ривожланмаган мамлакатларда худудий сиёсат вазифалари қаторига ер ва ер ресурсларидан фойдаланиш, ер ва инфратузилмаларни сотишни назорат қилиш киради.

Маданият сиёсати. Юқорида айтиб ўтилганидек, туризм туристлар кириб борувчи мамлакатларда маданиятлаштириш хавфини юзага келтиради. Биз маданиятлаштиришни турли маданиятлар ўртасидаги фарқларни бир томонлама ёки икки томонлама текислаш сифатида тарифлаган эдик. Маданиятлаштириш жараёнига маҳаллий аҳолининг урф-одатлари, анъаналари ва ўзлигини сақлаб қолишга кўмаклашувчи сиёсат қаршилиқ кўрсатиши мумкин. Бундай сиёсатнинг вазифаларидан бири тарихий ёдгорликларни сақлаб қолишдан иборат.

Дам олиш сиёсати. Туризмни ўраб турган атроф-муҳит тизими сиёсий соҳасининг сўнгги элементи дам олиш сиёсатидир. Дам олиш сиёсати бошқарма ва муассасалар томонидан аҳоли ва унинг алоҳида гуруҳларининг бўш вақтларини ташкил этишни яхшилаш бўйича чора-тадбирлардан иборат. Дам олишни ташкил этишнинг аҳолини сифат ва сон жиҳатидан акс

этириш мумкин. Дам олишни ташкил этишнинг сон бўйича тавсифномаси фуқаро қанча вақт мобайнида ишдан бўш бўлиши билан баҳоланади. Давлат қонунчилигига асосан ўз фуқароларининг ишдан бўш вақтларини тартибга солиб боради. Бу туризм учун жуда муҳим аҳамиятга эга, чунки фуқаролар қонунга кўра эга бўлувчи бўш вақтларидан саёҳат қилиш учун фойдаланишлари мумкин. Дам олиш сиёсати бўш вақтни ташкил этишнинг сон кўрсаткичларидан ташқари, сифат жиҳатларини ҳам белгилаб беради. Дам олишнинг сифати инсон бўш вақтидан фойдаланиш учун қандай имкониятга эга эканлигига боғлиқ бўлади. Агар коммунал сиёсат доирасида кутубхона, музей, театрларни ривожлантириш, сув ҳавзалари ва бошқа спорт иншоотлари, дам олиш зоналарини яратишга алоҳида эътибор қаратиладиган бўлса, бўш вақтдан фойдаланиш сифати яхшиланади. Шу тариқа туризмнинг шаклланиш сиёсати муҳим омил вазифасини бажаради. Ижтимоий йўналишли бозор иқтисодиёти давлат туризмнинг ривожланишини бевосита ёки билвосита белгилаб беради. Туризм сиёсати бу туризм соҳасининг давлат томонидан онгли равишда қўллаб-қувватланиши ва унинг муҳим таркибий қисмларига таъсир кўрсатиш йўли билан унинг асосий йўналишларини шакллантиришдир. Демак, туризмнинг ривожланишига иқтисодий сиёсат, ҳудудий сиёсат, маданият сиёсати ва дам олиш сиёсати таъсир кўрсатади.

Биз туризм соҳасининг иқтисодиёт, ижтимоий соҳа ва сиёсат билан алоқаларини кўриб чиқдик. Энди эса технологияларнинг туризмга таъсир қилишига эътибор қаратамиз. Туризм соҳасига хизмат кўрсатувчи технологиялар уч турга бўлинади: транспорт техникаси, меҳмонхона ва ресторанларнинг жиҳозланиши ва коммуникацион техника.

Транспорт. Туризмнинг ривожланиши ва унинг оммавий кўринишга эга бўлиши транспорт воситаларининг мос келувчи равишда янгилинишисиз амалга ошириши амримаҳол эди. Бироқ туризм учун техник жиҳатдан ташқари, жамият ва маданиятнинг аҳволига таъсир кўрсатган ва таъсир кўрсатаётган ҳаракатланиш воситаларининг ривожланиши оқибатлари ҳам муҳим аҳамият касб этади. Шу муносабат билан ҳаракатланиш эркинлигининг вужудга келишига имконият яратувчи ҳаракатчанлик муҳим кўрсаткич ҳисобланади.

Юқори ҳаракатчанлик ҳар бир фуқаронинг шахсий эркинликларини оширади, чунки у ташриф буюрувчи жойларни танлашда катта имкониятларга эга бўлади. Бошқа томондан эса минтақалар авваллари бўлгани каби алоҳида мавжуд бўла олмайди. Ташқи дунё билан мулоқотлар қисман ижобий ва қисман салбий омил сифатида баҳоланади. Ташқи дунё учун бирон - бир жойни кашф қилишнинг яхши ёки ёмон эканлиги тўғрисида ягона ва якуний хулоса чиқариш мумкин эмас.

Юқори ҳаракатчанлик турлича баҳоланувчи бошқа ўзгаришларга ҳам сабаб бўлади. Уларнинг энг муҳимларини қуйидаги уч гуруҳга тақсимлаш мумкин:

а). Транспорт воситалари шовқин-сурон солади ва атмосферани ифлослантиради;

б). Юқори ҳаракатчанлик одамлар йўлда тинч ҳолатга эга бўлмасликларига олиб келади. Бу айниқса йўловчилар сони катта бўлувчи автомобиль а авиаҳаракатланиш йўллари учун ҳарактерлидир;

в). Юқори ҳаракатчанлик саёҳат давомида олиниши мумкин бўлган таассуротларни соддалаштиради: юқори тезлик билан саёҳат қилинганда ва жойларни тез-тез алмаштириб туриш пайтида олинувчи таассуротлар жуда юзаки бўлади.

Хулоса

Кадрлар таълими ва уларни тайёрлаш келажакда туризмда ҳеч бўлмаганда туризмнинг юқори технологияли, сермулоқот соҳалиги сабабли ҳам муҳим ўринга эга бўлади. Мазкур соҳа кадрлари яхши таълим олган, коммуникабелли, профессионал тайёрланган бўлиши, бир нечта тилни яхши билиши ва туризм табиатини яхши тақдим эта олишлари лозим. Туризмда таълим анъанавий равишда таълим олаётганларда концептуал муаммоларни тушуниш учун таҳлилий фикрлашни ривожлантиришга асосланган. Бироқ бошқа томондан амалий билимлар берилган ва уларнинг маҳорати оширилган. Туристик маҳсулотнинг комплексли характери туфайли иқтисодиётнинг туризм соҳаси олдига қўйилган барча вазифаларни ечишнинг иложи йўқ. Ҳукумат мамлакат иқтисодиётига хусусий секторни қўллаб-қувватлашда фаол қатнашмоқда. Бироқ турли хил мамлакатларда давлатнинг аралашувини тадқиқ этиш шуни кўрсатадики, бозор иқтисодиёти суст ривожланган мамлакатларда бундай аралашувлар бозорни тартибга солиш ўрнига унга қийинчиликлар туғдиради.

Таянч иборалар

Туризм инфратузилмаси, миллий саноат, авиақатновлар, хусусийлаштириш, халқаро фуқаро авиацияси ташкилоти, халқаро ҳаво транспорти ассоциацияси, GATS, ижтимоий демографик трендлар, глобаллаштириш.

Назорат учун саволлар

1. Туризм инфратузилмаси нимани анлатади?
2. Миллий авиақатновлар саноати ҳақида гапириб беринг.
3. Халқаро ҳаво транспорти ассоциациясининг моҳияти нимада?
4. Халқаро фуқаро авиацияси ташкилоти қандай ташкилот?
5. Миллий туризмни ривожлантиришнинг асосий шартлари?
6. Саёҳат инфратузилмаси, шу коммуникацияларни ривожлантириш.
7. Саёҳат ташкилотлари раҳбарлари ва хизматчиларини ўқитиш учун шароитлар яратиш.
8. Саёҳат объектлари ва сафар манзилларида экологик нормаларга риоя қилишни таъминлаш.
9. Саёҳатчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш.

10. Саёҳат корхоналари учун имтиёзли солиқ тизимини таъминлаш?

Фойдаланилган адабиётлар

1. В. Г. Гуляев. «Правовое регулирование туристической деятельности». 2000.
2. А.Ф.Саидов «Ўзбекистонда туризм: истиқбол ва муаммолар». Тошкент 1992 йил.
3. А.Карпов «Экономика современного туризма». М. 2002г
4. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник. 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. -1063с.
5. Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. –М.: ФиС, 2004. -400с. 2 экз.
6. Управление индустрией туризма: Учебное пособ. / Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. –М.: КНОРУС, 2004. -448с

VII боб Ўзбекистон Республикасида туризмни шакллантириш

7.1. Ўзбекистон Республикасида туризмни шакллантириш.

7.2. Хорижий мамлакатларда туризм ривожини қўллаб - қувватлашнинг иқтисодий ва маъмурий механизмлари.

7.3. Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмни ривожлантиришнинг асосий мақсадлари.

7.4. Миллий халқаро туризм.

7.5. Ўзбекистон Республикаси туризм саноатининг замонавий аҳволи.

7.6. Ўзбекистон Республикасидаги туристик объектларни реконструкция қилиш ва замонавий туризм талабига жавоб берадиган қилиб таъмирлаш.

7.1. Ўзбекистон Республикасида туризмни шакллантириш

Республикамизда туризмни шакллантириш учун бир қанча ишлар олиб борилмоқда, бу борада туристик корхоналар ва давлат органлари туризмда узоқ муддатли дастурларни яратишда етакчи ўрин эгаллайди. Бир қатор мамлакатлар бу хилдаги дастурларга эгадир (Россия, Финляндия, Австрия, Филлипин ва бошқалар). XXI аср учун иш дастури туризм бўйича давлат органлари олдига қуйидаги асосий масалаларни қўяди: назорат қилувчи иқтисодий ва бошқа тизимларни камайтириш; туризмнинг иқтисодиётга, жамиятнинг ижтимоий ва маданий ҳаётига ва атроф - муҳитга таъсирини баҳолаш; туризм соҳасида хизматчи кадрлар тайёрлаш; туризмнинг узоқ муддатли барқарор тараққиётини режалаштириш; ривожланган ва ривожланаётган мамлакатлар ўртасида маълумот алмашиш; жамиятнинг барча қисмлари туризмни ривожлантиришда қатнашуви; янги саёҳат маҳсулоти тушунчаси; амалга оширилган чора-тадбирлар натижаларини баҳолаш; халқаро фаолиятда ҳамкорлик ўрнатиш.

Дастурнинг биринчи вазифаси қуйидагиларни ўз ичига олади:

- дастур мақсадларини амалга ошириш билан шуғулланувчи, туризмнинг ривожига йуналтирилган мавжуд миллий, халқаро ва бошқа тизимларнинг фаолиятини баҳолаш;

- туризмнинг хусусий ва давлат секторлари ўртасида ҳамкорлик;

- туризм секторига солиқ ва тўловлар солиш шу тариқа белгиланиши керакки, туризм инфратузилмасини кенгайштириш, атроф - муҳит аҳволини яхшилаш ва бошқа мақсадлар учун етарли маблағлар бўлсин;

- товар ва хизматлар учун туризм билан боғлиқ экологик харажатларни ҳисобга олувчи нархларни кафолатловчи иқтисодий чора-тадбирлар қабул қилиш. Иқтисодий рағбатлантирувчи чоралар шунингдек, туристик корхоналарнинг атроф-муҳитни муҳофаза қилиш борасидаги ютуқларни рағбатлантириш учун ҳам ишлатилиши керак.

Иккинчи вазифа ўз ичига туризм тараққиётининг жамиятнинг иқтисодий, ижтимоий ва маданий ҳаёти учун оқибатларни баҳолашни олади. Бу эса ўз навбатида сув ресурслари, электр қуввати, транспорт воситаларидан

самарали фойдаланиш, туризм соҳасида иш билан таъминлаш ва аёллар, маҳаллий аҳолининг қатнашуви сиёсатининг мавжудлиги, атроф - муҳит, маданий, табиий ва тарихий қадриятларни муҳофаза қилиш каби масаларни кўриб чиқиш заруратини туғдиради. Туризмда кадрлар тайёрлаш ва режалаштириш дастурнинг муҳим қирраси ҳисобланади. Мактабларнинг ўқув режаларига туризм экологияси бўйича ўқув курсини киритиш тавсия қилинмоқда. Кадрларни назарий ва амалий жиҳатдан тайёрлаш мақсадида давлат саёҳат ташкилотлари ва профессионал туристик бирлашмалари хусусий сектор билан ҳамкорлик қилишлари мақсадга мувофиқдир.

Туризмни ривожлантиришни режалаштириш соҳасида давлатга етакчи масъулият юкланади. Давлат органлари туризмнинг тартибсиз ривожланишини олдини олиш мақсадида бу жараёни назорат қилади. Суст режалаштирилган ва бошқариб бўлмайдиган туризм тузатиб бўлмас зарар егқазиши мумкин. Масалан, Бермуд оролларида у ерда туризм индустриясини ҳимоя қилишга йуналтирилган бир қатор қонуний ҳужжатлар қабул қилинган. Айниқса, портларга кирувчи кемалар сони чекланган, неон безаклар ман этилган, денгиз ўсимлик ва ҳайвонот дунёсини ҳимоя қилиш назарда тутилган, бинолар баландлиги чегараланган, табиий кўрикхоналар учун ер ажратиш кўзда тутилган. Давлат органлари вазифаларига янги қурилишларни назорат қилиш ҳам киради, чунки саёҳат объектлари сув билан таъминлаш, оқава сувларни, ахлат ва қолдиқларни чиқариш, зарур жойларда сувнинг қўшимча захираларини яратиш учун замонавий асбоб - ускуналарга эга бўлиши керак. Қурилишда янги иш жойларини ташкил қилиш мақсадида кўп сонли маҳаллий ишчи кучини талаб қилувчи технологиялардан фойдаланиш, шунингдек, қурилаётган саёҳат объектлари бўронлар, сув тошқини, zilzilалар каби эҳтимолли табиий офатларни ҳисобга олган ҳолда лойиҳалаштирилганлиги давлат томонидан назорат қилиниши лозим. Давлат томонидан назорат қилинувчи чора-тадбирлар тизимигина туризмнинг узок муддатли тўғри ва самарали ривожланишини таъминлаши мумкин.

7.2. Хорижий мамлакатларда туризм ривожини қўллаб-қувватлашнинг иқтисодий ва маъмурий механизмлари

Қуйидагилар бир қатор хорижий мамлакатларда туризм ривожини қўллаб - қувватлашнинг иқтисодий ва маъмурий механизмлари бўлиб хизмат қилади:

- солиқ имтиёзлари, субсидия ва дотациялар;
- туризм ривожини ва саёҳат хизматлари истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилишни қўллаб - қувватловчи миллий қонунчилик ва норматив ҳужжатлари;
- мамлакатга кириш ва ундан чиқиш пайтида паспорт ва виза чеклашларини камайтириш;
- нархларни қисқартириш ва бошқа турли хил имтиёзлар бериш йўли билан номавсумий туризмни рағбатлантириш;

- ижтимоий туризмни ривожлантириш ва қўллаб - қувватлаш;
- саёҳатчилар хавфсизлигига қўйиладиган талабларни кучайтириш;
- давлат томонидан атроф - муҳитни муҳофаза қилиш, маданий ва тарихий меросни асраб - авайлаш бўйича ва бошқа чора-тадбирларни кучайтириш.

Бир қатор мамлакатлар, шу жумладан Испания ва Греция, солиқлар, амортизацион ажратмалар ва оборот учун солиқлар тўлаш бўйича сармоядорларга имтиёзлар берадилар. Баъзи мамлакатларда корхоналар фаолиятининг дастлабки йилларида уларни даромад солиғидан озод этиш, шунингдек, қўшимча қиймат солиғини тўлашда имтиёзлар бериш амалиёти қўлланилади. Бундан ташқари, меҳмонхоналар учун асбоб - ускуналар ва саёҳат учун транспорт воситаларини импорт қилиш пайтида божхона тўловлари бўйича имтиёзлар (умуман озод қилишгача) берилди.

Оврўпа Иттифоқи мамлакатлари туризм ва меҳмонхона фаолияти учун 6 - 25 фоиз атрофида бўлган қўшимча қиймат солиғини (ҚҚС) тенглаштиришга йўналтирилган сиёсатни олиб боришади. Мисол учун, Олмония ва Люксембургда ўртача ҚҚС миқдори 15 фоиз қилиб белгиланган, Дания ва Швецияда эса максимал ҚҚС миқдори 25 фоизга тенг. Испанияда ҚҚС ўртача 7 фоизни ташкил қилади ва меҳмонхона даражасига қараб ўзгариши мумкин, овқатланиш (ресторан хизматлари), автомобилларни ижарага олиш учун ҚҚС эса 16 фоизгача етади. Грецияда жойлаштириш ва овқатланиш учун ҚҚС 8 фоизни ташкил қилади ва ҳукумат номавсумий пайтларда туристик хизматлар кўрсатувчи корхоналарга имтиёзлар тизимини ишлаб чиққан.

Францияда туризм фаолияти учун ҚҚС ўртача 10 фоизни, шу жумладан жойлаштириш учун 6 фоизни, овқатланиш хизматлари учун SAPut! '% фоизни ташкил қилади.

Австрияда жойлаштириш ва овқатланиш учун ҚҚС 10 фоиз миқдорида белгиланган. Лекин туристик солиқлар тўғрисидаги федерал қонунга асосан барча саёҳат корхоналари ҳар бир саёҳатчининг яшаши учун маҳаллий тўлов тўлайдилар (жамоа ҳудудида - жамоага, курортларда - курорт жамғармасига). Тўлов миқдори мавсумга қараб ўзгариши мумкин, бунда шифохона беморлари (6 ёшгача бўлган болалар, мактаб ўқувчилари ва талабалар) бу тўловлардан озод этилган.

Оврўпанинг баъзи мамлакатларида саёҳат ташкилотлари коммунал хизматлар учун имтиёзли тарифлардан фойдаланадилар. Кўпчилик ҳолларда туристик корхоналар валюта даромадининг 20 фоизигача бўлган қисми даромад солиғидан озод қилинган.

Давлат томонидан шунингдек, янги саёҳат объектларининг қурилиши ерларни паст нархларда сотиш ва маълум муддатга ижарага бериш (Кипрда 99 йилга, Исроил ва Туркияда 49 йилгача) йўли билан рағбатлантирилади, бунда ижара муддати тугагач, яна шунча йилга чўзилиши мумкин.

Атроф-муҳитнинг тез суръатлар билан ифлосланиб кетаётганлиги муносабати билан туризм соҳасидаги давлат сиёсати кўпроқ атроф-муҳитни муҳофаза қилишга йўналтиримокда. Бир қатор мамлакатларда туризмда

атроф - муҳитни ҳимоя қилишни ҳам режалаштиришни назорат қилувчи махсус ҳайъатлар фаолият кўрсатишмоқда (Буюк Британия, Франция, Скандинавия давлатлари).

1992 йилда Рио-де Жанейро шаҳрида Жаҳон туризм ташкилоти *XXI аср учун иш дастурини* қабул қилган бўлиб, унга 182 давлат бириккан. Ушбу дастурни амалга ошириш ваколати туризм бўйича давлат муассасаларига берилган. Дастур узок муддатли дастурларни яратиш учун ишлатилиши мумкин бўлган уч асосий қуролга урғу беради:

- одамлар ва атроф муҳитни ҳимоя қилишни назарда тутувчи янги идоралар ишлаб чиқиш ёки амалдаги чораларни кучайтириш;
- нархдан тазйиқ ўтказиш механизми сифатида фойдаланиш;
- туризм индустриясида ишлаб чиқариш жараёнлари ва маҳсулотнинг тозалигини кафолатлаш учун мўлжалланган дастурларни яратиш.

7.3. Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмни ривожлантиришнинг асосий мақсадлари

Халқаро туризмни ривожлантиришнинг асосий мақсадлари қуйидагилардан иборат:

1. Иқтисодий ўсиш катта миқдордаги товарлар ва сифатли хизматлар ишлаб чиқаришни, шунингдек, аҳоли турмуш тарзининг юқори бўлишини таъминлайди.

2. Халқаро туризмни ривожлантиришнинг иқтисодий самарадорлиги ресурслардан фойдаланишда минимал харажатларни сарфлаган ҳолда максимум фойдага эга бўлишда намоён бўлади.

3. Аҳолининг маданияти ва маълумоти даражасини ошириш, республиканинг турли минтақаларида жаҳон цивилизацияси, маданияти ва санъати билан таништириш.

4. Турли хил туристик хизматлар кўрсатиш йўли билан ўзаро маданий - тарихий ва миллий қадриятларни айирбошлаш.

5. Сифатли асосий ва қўшимча хизматларни кўрсатиш, уларнинг сифатини жаҳон стандартларига етказиш. Туризм саноатининг моддий - техника баъзасини валюта тушуми ёрдамида давлат йўли билан таъминлаш ҳамда туристик хизматларга чет эллик туристлар томонидан талабни шакллантириш.

Бундан ташқари, халқаро туризмнинг ривожланиши аэропортлар ва автомобил йўллари, магазинлар, кинотеатрларни қуриш ва таъмирлаш, шаҳарларни ободонлаштириш, ёдгорликларни қайта тиклаш, массивларни ҳимоя қилиш, сув ҳавзаларини тозалаш ва ҳоказоларга туртки бўлади.

Халқаро туризм Ўзбекистон учун халқ хўжалигининг устивор тармоқларидан бири бўлиб, келажакда валюта тушумларининг асосий манбасига айланиши мумкин. Табиийки, бу биринчи навбатда кадрларни тайёрлаш, юқори классли меҳмонхоналар қуриш ва хизмат кўрсатиш сифатини оширишни талаб қилади. Республикада халқаро туризмнинг

ривожланишини туризм ва экскурсиялар бўйича республика кенгаши, шунингдек, “Ўзбектуризм” компанияси томонидан тартибга солинади.

7.4. Миллий халқаро туризм

“Ўзбектуризм” миллий компанияси 1992 йилнинг июлида Ўзбекистон Республикаси Президенти қарори билан ташкил этилган. Ҳозирги кунда миллий компания таркибида 135 та корхона, ташкилот ва муассасалар мавжуд. Улардан 34 таси туристик базалар бўлиб, улар 9,9 минг кишига мўлжалланган ва мавсумий фаолият юритади. Республика ҳудудида туризмнинг моддий - техник базаси жуда нотекис тақсимланган. Тошкент шаҳри ва вилоятида туризм ишлаб чиқариш салоҳиятининг 40 % дан ортиғи жойлашган. Туризм халқаро аҳволни нормаллаштиришнинг муҳим воситаси бўлиб, дунё халқлари ўртасида тинчлик, дўстлик ва ўзаро ҳамкорликни мустаҳкамлайди. Унинг ривожланиши халқаро зиддиятларнинг юмшашига сабаб бўлади. Туризм ўзининг кўпқиррали структураси сабабли ижтимоий ҳаётнинг барча тармоқларига фаол таъсир кўрсатади. Туризм халқ хўжалигининг турли тармоқларини ривожлантиришга кўмаклашади: қурилиш (жумладан, йўллар қурилиши), транспорт ва алоқа, умумий овқатланиш ва маиший - коммунал хизмат тизими, савдо тармоқлари ва бир қатор хизматлар. Туризм хўжалигининг ривожланиши меҳмонхона хўжалиги, ресторанлар, умумий овқатланиш корхоналари, кўнгилхушлик иншоатлари, маҳаллий сувенирлар ишлаб чиқариш, коммунал корхоналар ва хизмат кўрсатиш соҳаси каби турли хил соҳаларнинг ривожланишини талаб қилади. Шу тариқа туризм амалда туристларга хизмат кўрсатиш билан боғлиқ бўлган мажмуани қамраб олувчи ўзига хос дам олиш саноатини ифодалайди. Туризм бу мамлакат ичкарисига ёки чет элга дам олиш ва диққатга сазовор жойлар билан танишиш мақсадида саёҳат қилишдир.

Туристларнинг асосий оқимлари Самарқанд, Бухоро, Хива ва Урганчга тегишли (37%) бўлса, Фарғона водийсига 17 %, қолган минтақалар зиммасга эса ишлаб чиқариш салоҳиятининг 7 % қисми тўғри келади.

Туризм ривожланиши ва миллий туризмни такомиллаштиришнинг куйидаги йўналишларини кўриб ўтамиз:

Ота - оналарнинг болалар билан, ўқувчилар, талабалар ва ишчи ёшларнинг туристик дам олишини кенгайтириш учун шароитлар яратиш, 2000 йилда камида 150 минг кишига оилавий дам олиш ва 15 минг кишига автотуризмни таъминлаш, туристик йўналишларни ривожлантириш, пиёда, тоғ, велосипед, сўқмоқ йўллар бўйлаб тоғ туризмни ривожлантириш.

Асосий эътиборни ёшлар туризмига қаратиш лозим, чунки улар ривожланишнинг потенциал имкониятларига эга бўлиб, янгича турмуш тарзи ва ғояларни жорий қилиши осонроқ кечади. Ёшлар туризмига транспорт хизматига имтиёзлар бериш, арзон меҳмонхоналарда жойлаштириш ва умумий овқатланиш пунктлари талаб қилинади. Шунингдек, туристик корхоналар иқтисодиётини тартибга солишнинг мониторинг тизими талабларига жавоб берувчи туристик корхоналарга солиқ имтиёзлари бериш тизимини

ишлаб чиқиш зарур. Амалдаги солиққа тортиш тизими туристларга турли хил хизматларни кўрсатишни рағбатлантирмайди. Хорижий капиталдан фойдаланишнинг мақсадли комплекс дастурини ишлаб чиқиш зарур.

Халқаро амалиётда халқаро туризмнинг турлари ва шакллари қуйидагича тарифланади.

1. Фаолият мақсадлари бўйича:

Таснифлашнинг бу тури фаолиятнинг ҳар бир турини иложи борича кўпроқ тавсифлайди. Халқаро туризмнинг қуйидаги турлари мавжуд: йўналишли-танишув, курорт бальнеологик, спорт - соғломлаштириш, овчилик ва фестиваль.

2. Ташкил этиш характери бўйича: стационар, ҳаракатдаги.

3. Иштирок этиш шакллари: якка тартибда, оилавий, гуруҳлар билан.

4. Жойларда бўлиш муддати бўйича: транзит, узоқ муддатли.

5. Транспорт воситаларидан фойдаланиш бўйича: автомобил, автобус, темир йўл, авиация, сув, от, велосипед.

6. Мавсумийлиги бўйича: фаол, туристик мавсум, мавсум ўртаси, мавсумдан ташқари.

7. Географик белгиси бўйича: чегара, минтақавий, минтақалараро ва китъалараро.

8. Жойларда бўлишни ташкил этишнинг мослашувчанлиги бўйича: калининс туристик отельи, индивидуал туристик отель.

9. Ёш бўйича: болалар, ёшлар, ёши катталар.

10. Иқтисодий белгилар бўйича: валютали айирбошлаш, валютасиз айирбошлаш, бартер туризм.

7.5. Ўзбекистон Республикасида замонавий туризм саноатининг аҳволи

Тарихан шундай ҳол юзага келганки, Ўзбекистон Евросиёнинг асосий йўллари кесишган жойда жойлашган бўлиб, Шарқни ўрб билан ва Шимолни Жануб билан боғлаб туради. Ўзбекистон асрлар мобайнида турли хил воқеа-ҳодисалар марказида бўлиб келди ва бу ўзбек халқининг тарихий ва маданий - маънавий меросида ўзига хос из қолдирди.

Ўзбекистонда кўп сонли ажойиб ёдгорликлар ва архитектура бинолари жойлашган. Улар қулдорлик тизими, Марказий Осиёнинг Искандар Зулқарнайн томонидан босиб олиниши, Кушон салтанатининг гуллаб-яшнаши, араб босқинчилиги ва исломнинг кириб келиши каби ўзига хос даврларни акс эттиради. Самарқанддаги осори-атиқалар хаёлан эса бизни Амир Темур даврига қайтаради. Ўзбекистон Республикаси ҳудудида 4 мингдан ортиқ архитектура ёдгорликлари мавжуд. Бироқ, афсуски, улардан атиги тўртдан бир қисмигина туристларга кўрсатиш учун яроқли. Бизнинг кунларгача сақланиб қолган ёдгорликларни тарихий аҳамияти бўйича Миср, Ҳиндистон, қадимги Рим ва Грециянинг архитектура ёдгорликларига тенглаштириш мумкин. Замонавий Ўзбекистон тарихи узоқ ўтмишга бориб тақалади. Бизнинг республикамиз бутун Марказий Осиё каби, инсон

цивилизациясининг бешикларидан бири ҳисобланади. Бу ерда тош асрга тегишли бўлган меҳнат қуроллари топилган бўлиб, баъзи туманларда ибтидоий жамоа тизимида қояларга чизилган расмлар ҳам сақланиб қолган. Илк аҳоли яшаган жойлар 5 минг йил аввал юзага келган.

Эрамизгача бўлган I минг йилликдаёқ замонавий Ўзбекистон ҳудудидаги ерларда сунъий суғориш, сувсиз ерларни гуллаган водийга айлантирган. Эрамиздан аввалги VI - VII асрларда Марказий Осиё ҳудудида Сўғдиёна (пойтахти Мароқанд – ҳозирги Самарқанд), Хоразм ва Бактрия давлатлари мавжуд бўлган. Марказий Осиёдаги давлатларнинг иқтисодий ривожланиши ва давлатнинг гуллаб - яшнашига Хитой, Ҳиндистон ва Европа мамлакатлари билан барқарор алоқалар ўрнатилиши сабаб бўлган. Эрамиздан аввалги II асрда карвон йўллари жанубий - шарқий Европа, Ироқ, Кавказ, Марказий Осиёни Хитой ва Монголия билан боғлаган. Шу тариқа узоқ ўтмиш ва ўрта асрларнинг энг йирик савдо ва маданият йўли – Марказий Осиёнинг йирик марказлари бўлган Самарқанд, Бухоро, Марғилон, Шаҳрисабз, Андижон шаҳарлари орқали ўтувчи Буюк Ипак Йўли вужудга келди. Қадимги пойтахтлар, яъни Самарқанд, Бухоро, Хива каби шаҳарлар ўтмишдаги қурилиш санъатининг чўққига чиқишини таъминлаган. Уларнинг комплекслиги ва бойлиги ушбу осори-атиқалар ва ҳақиқий архитектура ёдгорликларини яратган меъмор ва қурувчиларнинг маҳоратидан дарак беради. Фақат шу ердагина ўрта аср шаҳрининг майдонлари, карвонсаройлари, савдо расталари, ҳунармандчилик буюмлари билан бирга унинг руҳини сезиш мумкин. Ўзбекистон билан танишиш республикада йириклиги бўйича иккинчи ҳисобланувчи шаҳар, яъни Самарқанд вилоятининг маъмурий маркази Самарқанд шаҳридан бошланади. Самарқанд ер қуррасининг мунаввар шаҳри, “Музаффар ҳалифа боғи”, араб ва форс манбалари бўйича Оллоҳ паноҳидаги шаҳардир. Самарқанд шаҳрига ўрта асрларда кечаю-кундуз карвонлар кириб келарди.

Археологлар Самарқанд шаҳри Римнинг тенгдоши эканлиги ва Марказий Осиёнинг энг қадимий шаҳарларидан бири эканлигини аниқлаганлар.

Мамлакатнинг яна бир туристик маркази Бухоро шаҳри бўлиб, у ҳам йирик туристик салоҳиятга эга. Кўп асрлар муқаддам Бухоро орқали турли халқаро йўллар, жумладан, Буюк Ипак Йўли ҳам ўтган. Бухорога борсангиз бежиз унинг музей деб аталмаслигига гувоҳ бўласиз. Фақат Бухоро шаҳрининг ўзидагина 100 га яқин архитектура ёдгорликлари мавжуд. Хива ва Урганч шаҳрига келган туристлар хоразм халқининг маданий меросини томоша қилишлари мумкин. Хоразм вилояти автомобил йўллари ва темир йўл орқали Ўзбекистоннинг барча вилоят марказлари билан боғланган.

Ўзбекистоннинг қулай иқлим шароити ва ўзига хос ландшафтини инобатга олганда спорт ва экологик туризмнинг ривожланиши учун барча асослар мавжуд. Фарғона водийси ва Тошкент вилояти ажойиб тоғ тизималари, гуллаган водийлар ва ажойиб тоғ дарёларига бой. Тоғнинг тоза ҳавоси, йил давомида қуёшли кунларнинг кўплиги, ажойиб тоғ манзаралари нафақат Ўзбекистон фуқароларининг, балки Қозоғистон, Қирғизистон ва

Тожикистон каби кўшни мамлакатларнинг аҳолиси ҳам ташриф буюрувчи туризм объектларига айланишига имкон беради. Ўзбекистон ҳудудида минерал сувларнинг турли хил турлари кенг тарқалган, мамлакатдаги 300 дан ортиқ шифобахш ер ости минерал сув манбаларига кўплаб одам ташриф буюради. Ҳозирги кунда бу манбалардан 121 таси фаолият юритмоқда. Чимён ва Тўрткўл каби тоғ - чанғи спортини ривожлантириш мумкин бўлган бир қанча тоғ масканлари мавжуд. Баланд қорли тоғлар альпинизм, спелеотуризм, дарё туризми каби турли тоғ туризми турларини амалга ошириш имконини беради. Шифобахш гиёҳларнинг кўплиги турли хил экологик турлар, турли гиёҳлар ва ўсимликлар йиғиш учун турларни ташкил этишга имконият яратади. Бу эса кўплаб чет эллик туристлар орасида қизиқиш уйғотади. Туризмнинг ҳозирги ҳолатини баҳолаётганда, шуни қайд этиш муҳимки, Ўзбекистонда инфратуризмнинг ривожланиши даражаси чет эллик туристларнинг эҳтиёжларини тўлиқ қондира олмаяпти. Инфратуризмнинг ривожланмаганлигига рақобат ва такомиллаштишни рағбатлантириш имконини бермаган аввалги маъмурий-бўйруқбозлик тизими сабабчи ҳисобланади. Инфратуризм етарлича ривожланмаган тақдирда туристлар оқимини кўпайтириш ва шунга мос равишда валюта тушумини кўпайтириш мумкин эмас. Бундан келиб чиққан ҳолда инфратуризмнинг аҳоли туризмнинг ривожланиши ва мамлакат имиджини шакллантиришга беvosита таъсир кўрсатади. Аввало, шуни алоҳида қайд этиш лозимки, Ўзбекистон Республикаси мустақилликка эришмагунча туризмга етарлича эътибор қаратилмаган. Республиканинг туристик салоҳияти тўғрисида объектив маълумотлар ва реклама умуман бўлмаган. Туристик имкониятлар собиқ структураларнинг тор манфаатлари орқали бир томонлама ёритилган. Натижада туризм, хизмат кўрсатиш ва кўнгилочарлик инфратуризмаси ривожланмаган, туристларга хизмат кўрсатиш даражаси паст бўлиб, жаҳоннинг етакчи туристик корхоналари билан алоқалар кўнгилдагидек эмас. Ўзбекистон ҳудудида туризм инфратуризмаси бир текисда тақсимланмаган. Тошкент шаҳри ва вилоятида республика туризм салоҳиятининг 36 % қисми жамланган. Йирик инфратуризм салоҳиятига тўрт вилоят (Тошкент, Самарқанд, Бухоро ва Хоразм) ва Тошкент шаҳри эга, Фарғона водийси 19 % туризм инфратуризмасига эга.

“Ўзбектуризм” миллий компанияси тизимида 1998 йилнинг 1 январиди 21 та меҳмонхона мавжуд бўлиб, шундан 13 таси Тошкент шаҳри, Самарқанд, Бухоро ва Хоразм вилоятларида жойлашган. Ўзбекистонда 295 та туристик корхона ва корхоналар фаолият юритмоқда, республиканинг туристик ташкилотлари қуйидаги мулк шаклига эга:

“Ўзбектуризм” миллий компаниясининг мулки (меҳмонхоналар, ресторанлар, туристик базалар, туристик агентликлар, хусусий акциядорлик ва кўшма туристик ташкилотлардаги улушлар).

Акциядорлик жамиятларининг мулки (уларнинг миқдори 1998 йилнинг 1 январиди 29 тани ташкил этди).

Германия ва Малайзия билан кўшма корхоналар. Ҳозир Ўзбекистонда иккита кўшма корхона фаолият юритмоқда.

Жамоа мулки кўпчилик акциядорлик ташкилоларида улушлар кўринишида (1998 йилнинг 1 январидан 5 тани ташкил этди).

7.6. Ўзбекистон Республикасидаги туристик объектларни реконструкция қилиш ва замонавий туризм талабига жавоб берадиган қилиб таъмирлаш

Ўзбекистон Республикасидаги туристик объектлар реконструкция қилиб таъмирланмоқда. Бу борада корхона ва компанияларнинг асосий қисми Тошкент шаҳрида (183 корхона) ва Самарқанд вилоятида (46 та корхона) жойлашганлиги ва улар томонидан бир қанча ишлар олиб борилаётганлигини билишимиз лозим. Инфратузилмани ривожлантириш ва такомиллаштириш, туристларга кўрсатилувчи хизматлар сифатини жаҳон стандартларига етказиш “Ўзбектуризм” миллий компаниясининг асосий вазифаси ҳисобланади. Демак, Ўзбекистонда туризм инфратузилмасини ўрганишда миллий компанияга алоҳида тўхталиб ўтиш зарур.

“Ўзбектуризм” миллий компанияси 1992 йилнинг июлида Ўзбекистон Республикаси Президенти фармони билан собиқ “Интурист” корхоналари, “Спутник” ёшлар туристик бюроси, касаба уюшмалари федерациялари ҳамда собиқ СССРнинг Ўзбекистон ҳудудида жойлашган бошқа туристик ташкилотлари асосида ташкил қилинган. Тошкентда БМТ ва ЮНЕСКО байроғи остида “Ўзбектуризм” миллий компанияси Бутунжаҳон туризм ташкилотининг “Ипак йўли” халқаро семинарини ўтказди. Кўчма анжуман пайти Регистон майдонида “Ипак йўли” туристик йўналиши халқаро лойиҳасини ривожлантириш иштирокчи мамлакатларнинг Самарқанд декларацияси қабул қилинди. Бутунжаҳон туризм ташкилоти семинарининг мантикий давоми сифатида 1995 йилнинг октябрида Тошкентда “Ипак йўли бўйлаб туризм” биринчи халқаро туристик кўргазмаси ўтказилди. Унда 33 мамлакатдан 100 дан ортиқ корхона, шунингдек, Ипак йўли ўтган мамлакатлардан миллий туристик компанияларнинг расмий делегациялари иштирок этди.

Ҳозирги кунда “Ўзбектуризм” миллий компанияси таркибида 33 та корхона мавжуд бўлса, 1995 йилда уларнинг сони 116 та бўлган. 1997 йилда миллий компания 21 та меҳмонхона, 11 та туристик база ва “Санзар” кемпингига эга бўлган. Компанияларнинг номерлар фонди йилига 8334 ўрндан иборат. Фонднинг 40 % қисми халқаро стандартларга жавоб бериб, олтита меҳмонхона уч юлдузли меҳмонхоналарга қўйилувчи талабларга жавоб беради. “Ўзбектуризм” миллий компанияси Ўзбекистонда барча вилоятларда ўз бўлинмаларига эга бўлган монопол ташкилот ҳисобланади.

Рақобатчилик муҳитини шакллантириш ва турли хил мулкчилик шакллари ривожлантириш учун миллий компания томонидан низом жамғармаси 292 миллион сўм бўлган 29 та ташкилот хусусийлаштириб олинди. Туризм соҳасида 1996 йилда 30000 киши банд бўлган бўлса, шулардан 5410 киши “Ўзбектуризм” МКда меҳнат қилган. 1996 йилда компанияда ишлаганлар сони 1992 йилга нисбатан деярли икки баравар

камайди. Шу билан бир пайтда кичик, хусусий ва кўшма корхоналарда ишловчилар сони бир неча баробар ўсди. Юқорида айтиб ўтилганидек, Тошкент шаҳри ва вилояти республика туризм инфратузилма салоҳиятининг 16 % қисмига эга. Ўзбекистон Республикаси пойтахтида халқаро аэропорт мавжуд бўлиб, у шаҳар чегарасида жойлашган. Шаҳарнинг эътиборга сазовор жойлари аэропортдан 7 - 10 км узоқликда жойлашган. Халқаро аэровокзал турли хил авиалайнерларни қабул қилишга қодир. Тошкент автомобил йўллари республиканинг барча вилоятлари билан боғланган.

Бухоро сайёрамизнинг энг қадимий шаҳарларидан бири. 1997 йилда ушбу шаҳарнинг 2500 йиллиги кенг байрам қилинди. Бухоро архитектура ёдгорликларига жуда бой. Буларнинг барчаси ўзбек халқининг бой маданий мероси билан танишиш ниятида бўлган туристларни жалб қилмаслиги мумкин эмас. Бухорода туристлар меҳмонхоналардан ташқари, кўплаб хонадонларда жойлашиши ва ўзбек маданияти муҳитида ўз вақтларини ўтказиши мумкин. Бундай уйларда туристлар уй муҳитига яқинлаштирилган шароитларда яшайдилар ва ўзбек халқининг урф - одатлари билан яқиндан танишиб, ўзига хос колоритини сезадилар. Бухоронинг шарқ бозорларида Бухоро хунармандларининг маҳсулотлари, заргарлик буюмлари, ипак маҳсулотлари ва мисгарлик маҳсулотлари каби турли товарларни сотиб олишлари мумкин.

Фарғона водийсига республикамизнинг уч вилояти кириб, у республика туризм инфратузилмасининг 19 %ига эга. “Ўзбектуризм” МКнинг еттита объекти Фарғона водийсида жойлашган. Ҳозирги кунда Фарғона водийсида 12 та туристик корхона, жумладан, “Ўзбектуризм”нинг минтақавий бўлинмалари ҳуқуқига эга бўлган “Андижонтурист”, “Фарғонатурист” ва “Намангантурист” АЖлари мавжуд.

Сервис хизматини яхшилаш мақсадида “Андижонтурист” ва “Фарғонатурист” Ўзбекистон Республикаси Давлат Мулки Қўмитасининг мақсадли қарзлар дастурига киритилган. Бу дастурда меҳмонхона хўжаликларининг номерлар фондини қайта таъмирлаш учун имтиёзли кредитлар ажратилиши кўзда тутилган. Шунингдек, Қамчиқ довонида – Фарғона-Тошкент автомобиль йўлида меҳмонхона қурилиши режалаштирилмоқда. Бироқ, ҳозирги кунда Тожикистон Республикаси орқали ўтувчи автобусларда саёҳат қилиш йўналишларининг тўхтатиб қўйилганлиги сабабли Фарғона водийсига келувчи туристлар оқими 25 % камайди ҳамда “Андижонтурист” АЖ 1998 йилнинг биринчи чорагида 3000 туристга камроқ хизмат кўрсатди. Наманган вилоятида эса туристларга хизмат кўрсатиш атиги 77,2 % гагина бажарилди. Шундай қилиб, Ўзбекистонда асосий туристик салоҳият ва унинг моддий-техника базаси тўртта (Тошкент, Самарқанди, Бухоро, Хоразм) вилоятда жойлашган. Ушбу туристик марказларни белгилаб берувчи омил уларнинг тарихий-маданий салоҳияти ҳисобланади. Фарғона водийси орқали ўтувчи ва “Буюк Ипак йўли”нинг бошланиши ҳисобланувчи туристик йўналишлар ҳозирги пайтда ва келажакда ривожланиши кутилмоқда. Шаҳарларда моддий - техник базани таъминлаш юқори даражага чиқарилса, Фарғона водийси ажойиб табиат

манзаралари ва машҳур тарихий-маданий ёдгорликлари билан Ўзбекистонга энг кўп туристлар келувчи жойга айланиши мумкин. Бугунги кунда туризм Ўзбекистонда давлат хазинасига валюта тушумларини келтирувчи асосий манба ҳисобланади. Умуман халқаро амалиётда ҳам туристик хизматлар экспорти мамлакат бўйлаб саёҳат қилувчи ва унинг ҳудудида маълум муддат (12 ойгача) бўлувчи чет эллик туристларга туристик хизматлар кўрсатиш мажмуасидан иборат.

Бунда туристик хизматлар экспорти ҳажмининг республика ялпи ички маҳсулоти ҳажмидаги улуши туристларнинг йўлланмаларни сотиб олган ва мамлакатимизга ташриф буюришга қарор қабул қилган кундан бошлаб сарфлаган барча харажатлари миқдори сифатида аниқланади. Бу харажатлар ўз ичига авиатранспорт, темир йўл транспорти ва автобусларда қатнаш учун билетлар нархи, меҳмонхоналарда жойлаштириш, овқатланиш ва экскурсиялар уюштириш харажатларини киритади. Туристик хизмат кўрсатиш зиммасига жами туристик хизматлар экспортининг 20 % қисми тўғри келса, 80% қисми бошқа вазирликлар ва маҳкамалар бажарган ишлар ҳажмига тўғри келади.

Ўзбекистон Республикасида туризм ривожланишининг ҳозирги кундаги аҳволини таҳлил қилиш шуни кўрсатадики, корхоналар кўпроқ туристларни чет элга жўнатишга ихтисослашган. 1998 йилда Ўзбекистонда 731200 кишига (1995 йилга нисбатан 2,5 баравар кўп) хизмат кўрсатилган бўлса, шулардан 271100 киши чет эллик туристлар эди. 1999 йилда эса чет эллик туристлар сони 400 минг кишига етиши кутилган. 1998 йилда кўрсатилган туристик хизматлар ҳажми 3653,3 миллион сўмни, умумий фойда 544,3 миллион сўмни, валюта тушуми эса 20980,14 АҚШ долларини ташкил этди.

Хулоса

Туризм халқаро муносабатларда муҳим ўринга эга. Йилига 625 миллионга яқин киши чет эл мамлакатларига туристик мақсадларда саёҳат қилади. Халқаро туризм дам олишнинг оммавий тури бўлиш билан бирга жаҳон иқтисодиётининг фаол ривожланаётган тармоғи ҳамдир.

Халқаро туризм алоҳида мамлакатларнинг ҳамда бутун жаҳоннинг иқтисодиётини ривожлантиришга таъсир кўрсатади. Халқаро савдо ва халқаро иқтисодий муносабатларнинг бошқа шакллари ривожланиши, халқаро туризм маданияти ва маълумотининг ўсиши билан халқаро туризм янада ривожланиб боради.

Таянч иборалар

Шакллантириш, иқтисодий ўсиш, иқтисодий самарадорлик.

Назорат учун саволлар:

1. Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмни ривожлантиришдан асосий мақсад нималарда ифодаланади?
2. “Ўзбектуризм” МК тўғрисида нималарни биласиз?
3. Халқаро туристик ташкилотларни санаб беринг?
4. Бутунжаҳон савдо ташкилоти тўғрисида гапириб беринг?
5. Туризмнинг иқтисодийга, жамиятнинг ижтимоий ва маданий ҳаётига ва атроф-муҳитга таъсирини баҳолаб беринг?
6. Туризм соҳасида хизматчи кадрлар тайёрлаш деганда нимани тушунасиз?
7. Туризмнинг узоқ муддатли барқарор тараққиётини режалаштириш принциплари.
8. Халқаро туризмнинг турлари ва шакллари аниқланг?
9. Ижтимоий туризмни ривожлантириш ва қўллаб - қувватлашнинг методлари.
10. Туристик хизматлар экспорти ҳажмининг ошириш йўллари.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 8 август 1998 йилдаги №346 “Туристик ташкилотлар фаолиятини такомиллаштириш ҳақидаги” қарори.
2. А. П. Юрьев «Планирование туризма», Донецк.2001.
3. «Туризм как экономический приоритет» (Серия «Экономика современной России») / Проуорзин Л.Ю. 216 стр. 2004г
4. Здоров А.Б. Экономика туризма: Учебник. –М.: ФиС, 2004. -272с. 2 экз.
5. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: Справочник. – М.: ФиС, 2004, -368с.
6. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: Учебник. –М.: ФиС, 2004. -192с

VIII боб. Туризм соҳасида халқаро ҳамкорлик

1. Туризм соҳасида халқаро ҳамкорлик.
2. Бутунжаҳон туристик агентликлар ва туроператорлар ассоциацияси.
3. Туристик фаолиятни халқаро тартибга солиш.
4. Туризм тўғрисида халқаро қонунчилик.
5. Халқаро туристик ташкилотлар.
6. Ҳукуматнинг туризм бўйича манфатларини халқаро миқёсда ҳимоя қилиш.

8.1. Туризм соҳасида халқаро ҳамкорлик

Туризм кўпгина давлатларда аҳолининг маълум бир қисмини иш билан таъминлайдиган, шу билан бирга иқтисодиётга маблағ келтирадиган тармоқ ҳисобланади. Бутун дунё сайёҳларининг сони кўпайиб ўртача миллиардга етиб қолади. Ўзбекистонда ҳам айниқса давлат мустақилликка эришгандан сўнг сайёҳлик индустрияси ривожланди. Сайёҳлик нафақат юқорида кўрсатилган фикрлар, балки тарихий ва маданий меросни ривожлантиришга, халқаро майдонга чиқишга имкон яратади. Сайёҳлик (бундан ташқари) яхши экологик вазиятни сақлашга, атроф-муҳитни соғломлаштиришга, ўсиб келаётган авлодни тарбиялаш ва халқнинг маънавий қадриятлари тикланишига ўз таъсирини кўрсатади.

Туризм яна инсонни жисмоний чиниқтиришга мўлжалланган спорт тури ва дам олиш ёки бирор жойни ўрганишга мўлжалланган сайёҳат тури ҳисобланади. Бу иккала тушунча ҳам ҳозирги замон туризми назариясида қўлланиши билан бирга амалиётда ҳам татбиқ этилишига тенг ҳуқуқлидир. Бироқ биринчи, яъни спорт тури – спорт муассасалари томонидан, иккинчиси эса туристик ташкилот ва компаниялар томонидан бошқарилиб турилади.

Бугунги кунда, республикамызда дунёнинг кўпгина давлатларини туристик компаниялари билан узвий алоқа ўрната олган туристик ташкилот – бу “Ўзбектуризм” Миллий компаниясидир.

Дунё тажрибаси шуни кўрсатадики, бу – уларга кўрсатиладиган сервис хизматлари, яъни яшаш, дам олиш, овқатланиш ва маданий хордиқ чиқаришнинг жозибадорлигига боғлиқ. Биламизки, бундан 10 - 15 йил аввал давлатимиз иқтисодиёти асосан кишлоқ хўжалигига кучли эътибор қаратар, шунинг учун туризм ўша даврларда “оқсоқланиб” борарди, бугунги кунда эса у нафақат сон жиҳатдан, балки сифати жиҳатидан ҳам юксалиб бормоқда. Республикамызда “Интерконтинеталь”, “Шератон”, “Шодлик-Палас”, “Ўзбекистон”, “Афросиёб”(Самарқанд), “Янги Бухоро” (Бухоро) ва бошқа меҳмонхоналар ўзининг сифат жиҳатидан халқаро стандартларга мос келади. Айни вақтда туристик – экскурсант хизматларнинг кўлами 4,5 млрд. сўмни ташкил қилади, хорижий туристларнинг қатнови даражаси Туркманистон, Қирғизистон, Ҳиндистон ва Хитой давлатлари кўрсаткичидан анча юқори.

Юқорида кўрсатилган меҳмонхоналардан ташқари, 1998 йилдан буён Ўзбекистонда бир қанча кичик ва оилавий корхоналар шаклида меҳмонхоналар ишлаб турибди, уларда нафақат туристларга, балки халқаро ташкилотларнинг вакилларига ҳам хизмат кўрсатиб келмоқда. Уларда фақатгина “Шарқий колорит” (ганч, наққошлик, ёғоч ўймакорлик, гиламлар, керамика ва мебель) эмас, балки юқори хизмат кўрсатиш даражаси, яъни хизмат кўрсатиш ходимларининг дўстона муносабати, хизмат турларининг кўплиги ҳам яхши таассурот қолдирмоқда. Демак, Ўзбекистонга келган туристларда яна шу давлатга келишга ҳаракат қилишлари, баъзида қайта-қайта келишлари ҳам бежиз эмас. 2003 йил июль ойидаги иқтисодий ривожланишнинг 1 ярим йиллик якуни ва реферманнинг асосий йўналишлари бўйича амалга ошириладиган чора-тадбирларига бағишланган ҳукумат йиғилишидаги нутқида И.А.Каримов тушумли ижтимоий йўналишни ривожлантиришни энг муҳим вазифаларидан бири эканлиги ҳақида алоҳида тўхталиб ўтди, бу эса туризм индустриясига бевосита тегишлидир. Демакки, туризмни қарам ёки бирор бир соҳа билан боғлиқ равишда ривожланадиган тармоқ сифатида эмас, балки ўз сармояси ва юқори даражада бўлган маблағларига эга, буни тармоқ сифатида кўриб чиқиш керак. Юқори фондда ва маблағ тушумига эришиши эса – туризм ва бошқа ижтимоий соҳаларнинг муваффақиятли ривожланишининг асосий омилidir. Бунинг учун туризм моддий базасига кўйилган маблағлар нафақат қурилиш ва қайта тиклаш ишларига, балки у билан ҳам ҳамоҳанг ишлаб чиқариш инфратузилмасини яхшилашга, ходимлар тайёрлашга, туристларга хизмат кўрсатиш даражасини кўтаришга ёрдам бериши керак. Шу билан бирга жиддий маркетинг изланишлари олиб борилиши, бу билан Давлатимиз Миллий туризми халқаро туризм бозорига олиб чиқиш ва тақдимотини ўтказиш йўллариини ўрганиш зарур.

Туризм объектлари бўлиб хизмат қиладиган археологик ва тарихий ёдгорликлари, ажойиб рельефи ва иқлими, кўк тўғон чўмиладиган жойи ва бошқа курорт зоналари мавжуд. Республикаимиздаги шаҳар ва вилоятларининг кучи ана шу регионни туристик потенциалига сафарбар қилиниши керак. Бу фикр айнан Фарғона водийси, Қашқадарё ва Сурхондарё вилоятларига тегишлидир. Чунки улар Бухоро ва Самарқандга нисбатан кам даромад қиладиган регионлар ҳисобланади.

Хорижий экспертларнинг фикрларига кўра, Ўзбекистон дунё бўйлаб туристлар оқимини қабул қилиш каби туристик потенциалга эга. Агар, бугунги бозор иқтисодиёти шароитида туризмни ишбилармонлик (бизнес) билан бирга ривожланаётганлиги инобатга олинса, бизнинг давлатимизга хорижий туристларни келишини жадаллаштириш билан бирга, ҳамкорларимиз, бошқа давлатларга саёҳат қилишлари ва бунинг учун етарли моддий маблағга эга бўлишларини таъминлаш керак.

Туристик ресурсларнинг хилма-хиллиги, юқори малакали хизмат кўрсатиш, туристларнинг хавфсизлиги ва ҳар томонлама қулайлиги туризмни самарадорлигини оширади. Бизнинг даромадимиз кам ва катта бўлмаган асосий аҳоли учун сайёҳликнинг нархи алоҳида аҳамиятга эга. Туризм

нафақат хорижий сайёҳларнинг жалб этилиши, балки ҳамкорларимиз бошқа давлатларга сайёҳлиги назарда тутилган экан, демак бу соҳа вакиллари ва тегишли муассасаларни туризмни ривожлантириш учун жалб этиш керак. Бу эса ўз навбатида иқтисодий бошқа тармоқларга нисбатан миллий иқтисодга рационал ва самарали фойда келтириши аниқ.

8.2. Бутунжаҳон туристик агентликлар ва туроператорлар ассоциацияси

Мустаҳкам кўп тармоқли иқтисодиётга эга бўлиш учун иқтисодий қарам бўлмасликка эмас, балки ҳар бир давлат ўз иқтисодиётини мустақил яратишга ва ривожлантиришга ҳаракат қилиши лозим. Бу жараён даврида ушбу давлат ҳалқининг турмуш даражаси ёмонлашмаслиги, ҳамда жамоатчиликдан талаб қилинадиган сарф-харажат жуда кам миқдорни ташкил қилишини мақсадга мувофиқ деб ҳисобланади. Ҳар қандай давлат учун эса туризм ана шундай амамли йўналишлардан бири ҳисобланади, айниқса халқаро туризм иқтисодиётнинг бошқа муҳим манбаа тармоқларига нисбатан катта сармоя талаб қилмайди. Бироқ замонавий туризм индустриясининг худди ана шу талабларсиз яратиб бўлмайди.

Демак, иқтисодиётнинг ана шу тармоғини ривожлантириш учун бошланғич манба бўлиши шарт. Бироқ бу харажатларнинг ўрни кейинроқ тўлдирилади, чунки туризмнинг ривожланиши хорижий инвестицияларнинг келишини таъминлайди, бу эса ўз навбатида давлат бюджетининг валюта резервини кўтарилишига олиб келади.

Денгиз ва океанларга чиқиш имконига эга бўлиш, саёҳатчиларнинг давлатларга жалб этилишида алоҳида ўрин тутади, бироқ Ўзбекистон бундай имкониятларга эга бўлмаганига қарамай, у ўрта Осиёнинг йўллар тугуни чорраҳасида жойлашган. Бу эса нафақат ҳаракатларнинг, товар алмашиш, технологиялар ва асбоб-ускуналар айирбошлаш учун, балки туризмни ривожлантириш учун ҳам қулай имкониятлар яратади. Масалан, Бухоро, Самарқанд, Хива, Қўқон, Шахрисабз каби қадимий шаҳарларимиз бугунги кунда бутун дунёга машҳур республикамиз ҳудудидаги 4 мингдан ортиқ архитектура ёдгорликлари ЮНЕСКО ҳимоясига олинган Ўзбекистоннинг Рекреацион ресурслари йил мобайнида саёҳатчиларнинг қабул қилиш ва улар учун турли хилдаги саёҳат йўналишларини ташкил этиш имконига эга. Кўпгина хорижий экспертларнинг фикрига кўра, Ўрта Осиё региони айниқса Ўзбекистон кучли туристик потенциалга эга, бу эса кўпгина саёҳатчиларнинг оқимини ўзига жалб этади. Бизнинг давлатимизга кириш ва чиқиш имкониятларининг соддалаштирилганлиги, бозор муносабатларининг ривожлантиришга шароит яратаётганлиги туризмни хусусий бизнес ва тадбиркорлик билан бирга қўшиб олиб боришга олиб келади, бу эса Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш истиқболларини нафақат ўстиради, балки келажакда Ўзбекистон иқтисодиёти учун алоҳида аҳамиятга эга бўлиб келади. Бу эса ўз навбатида, бизнинг давлатга келадиган хорижий туристлар сонини кўпайтириш, уларга юқори малакали сервис хизматларини ташкил

қилишгина эмас, балки ватандошларимизнинг бошқа давлатларга туристик йўналишлар бўйича чиқишлари учун қулай шароитларни ҳам яратади. Бизнинг давлатимизда туризм фақатгина тарихий обидалари борлиги учунгина эмас, балки ҳукуматимиз томонидан эътибор кучайтирилганлиги, туристик бизнес соҳасига оид бир қатор меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатларнинг қабул қилинаётганлиги сабабли ҳам ривожланиб бормоқда.

Хусусан, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2000 йил 10 мартдаги 23-сонли “Чимён – Чорвоқ зонасини комплекслини тизимли ўзлаштириш ва табиий бойликларни сақлаш бўйича чора-тадбирлар ҳақида” ги қарори бу ҳудудни алоҳида қўриқланадиган курорт ва рекреацион зоналар қаторига қўшиб қўйди Юқорида қайд этилган ҳужжатда куйдагилар кўзда тутилган: биринчидан, ушбу ҳудудда фаолият кўрсатаётган корхоналар томонидан иқтисодий таҳдиднинг пасайишига, иккинчидан: ишлаб чиқарувчи ва ишлаб чиқармайдиган инфратузилмани, яъни газлаштириш, сув билан таъминлаш, канализация ва бошқаларни такомиллаштиришга, учинчидан: келажакда давлатимиз туризмнинг халқаро жозибадорлигини кўтаришни мўлжал қилиб ривожлантиришга.

Туристтик объект, яъни курорт зоналари бўлиб, гўзал кўллари, дам олиш соҳиллари, археологик қазилмалар олиб борилаётган жойлари, ажойиб тоғ рельефи ва тоғ қояларига эга бўлган Фарғона водийси, Қашқадарё, Сурхондарё вилоятлари ҳисобланади. Айниқса, кўпгина зиёратчилар бугунги кунда очиб қўйилган табиат, (табиий) боғлар ва қўриқхоналар, замонавий курортлар, хусусан туризм индустриясига дадил кириб келмоқда.

Шундай бўлишига қарамай, туризмни ривожлантириш, келажакда ҳам табиий бойликлар ва иқтисодиётга, яъни уни ривожлантириш учун ажратиладиган инвестицияларга боғлиқ бўлмайди, балки туризмни ташкил қиладиган, амалга оширадиган, мустақил ва иқтисодий тармоқ сифатида аҳамиятини олдиндан айтиб бера оладиган мутахассислар салоҳиятига боғлиқ бўлади. Айнан туризм тизимини юқори малакали кадрлар билан таъминланганлиги ватанимиз туризмнинг самарадорлиги ва ривожланиш истиқболларига, шу билан бир қаторда халқаро майдонда унинг мавқеини кўтарилишига ҳам олиб келади.

Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримов доимо куйидаги: “Биз бугун қандай вазифаларни олдимизга қўймайлик, қандай муаммоларни ҳал қилмайлик, ҳаммаси доимо кадрлар масаласига ва фақат кадрларга бориб тақалади” деган фикрларини бежиз таъкидламайди. Бу мулоҳаза, бевосита туризмга ҳам тааллуқлидар, чунки билимли, маҳоратли, маданиятли ва масъулиятли мутахассислар, ишбилармон кишиларнинг фақатгина тарихга ва кўхна давлат маданиятигина эмас, балки республикамизнинг ўзига, яъни мустақиллик йўлини танлаб ривожланаётган мустақил давлатимизга бўлган қизиқишни аниқлайди. Шунинг учун туризм соҳасига кадрлар тайёрлаш бугунги таълим тизимининг ривожланиб бораётган йўналишларидан бири ҳисобланади, бу ишни эса туризм индустриясининг ривожланишига татбиқ этиладиган “Кадрлар тайёрлаш миллий дастури” амалга оширади.

8.3. Туристтик фаолиятни халқаро тартибга солиш

Халқаро туристик айирбошлашнинг доимий равишида кенгайиб бориши унинг халқаро ҳуқуқий нормаларини ишлаб чиқиш ва махсус халқаро туристик ташкилотларни яратиш заруратини келтириб чиқарди.

Туристлар алмашиш туристларнинг давлат чегараларини кесиб ўтиши, бошқа давлат ҳудудида бўлиши ва ҳаракатланиши билан боғлиқ бўлиб, бу ягона ёндашувга эришиш мақсадида халқаро ҳуқуқ нормалари билан тартибга солиниши лозим. Манилада (Филиппин) бўлиб ўтган Бутунжаҳон туризм конференциясида халқаро туризм чуқур таҳлил қилинган.

Конференция жаҳон туризми бўйича Манила декларациясини қабул қилди. Бу декларацияда, жумладан, “туризм” мамлакатларнинг ижтимоий, маданий, таълим ва иқтисодий соҳаларига бевосита таъсир кўрсатиши сабабли халқлар ҳаётида муҳим ўринга эга бўлган фаолият тури деб тан олинади. Туризмнинг ривожланиши миллатларнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиши билан боғлиқ бўлиб, одамларнинг актив дам олиши ва бўш вақтларида эркин ҳаракатланишидан келиб чиқади ҳамда чуқур инсонпарварлик характерга эга бўлади. Туризмнинг мавжудлиги ва унинг ривожланиши тинчликнинг мустаҳкамлигини таъминлашга боғлиқ бўлиб, бунга у ўз ҳиссасини қўшиши лозим. Декларацияда шунингдек, “туризм ўзаро тушунишга кўмаклашувчи омил сифатида, шунингдек, жаҳон халқлари орасида обрў-эътибор ва ҳурматга кўпроқ сазовор бўлиш учун асос сифатида хизмат қилади”.

Туризмнинг иқтисодий аҳамиятидан ташқари, Манила конференцияси унинг ижтимоий аҳамиятини ҳам кўрсатиб ўтди. Манила конференциясининг 21 - моддасида айтилишича “туризм амалиётида маънавий қадриятлар моддий ва техник характерли элементлардан устун туриши керак”. Бундай маънавий қадриятлар қаторига қуйидагиларни киритиш мумкин: инсон шахсининг ҳар томонлама ва тўлиқ ривожланиши; ўрганиш ва тарбиялашнинг доимий ўсиб бориши; ўз тақдирини танлашда халқларнинг тенг ҳуқуқлилиги; инсонни озод қилиш, унинг ҳуқуқлари ва қобилиятларини ҳурмат қилиш.

Конференцияда қайд этилишича, халқаро туризм фаолияти “ҳозирги замон миллий жамияти ва халқаро ҳамжамиятнинг ажралмас қисмидир”.

1982 йилнинг 21 - 27 август кунлари Мексика ҳукуматининг таклифига биноан Акапулько шаҳрида туризм бўйича халқаро анжумани ўтказилди. Бу анжуманда Манила декларацияси тавсияномаларини иштирокчилар томонидан ҳаётга татбиқ қилиш бўйича амалга ошириш лозим бўлган чора-тадбирлар кўриб чиқилган, шунингдек, биринчи навбатдаги вазифалар ва уларни бажариш йўллари белгилаб берилган. Анжуман ишида 79 давлат делегациялари ва бир қатор халқаро ташкилотлар, тижорат корхоналари ва туризм билан шуғулланувчи агентликларнинг 57 вакили қатнашди.

Кун тартибига қўйилган масалалар асосан аҳолининг кенг қатламлари дам олиши ва чет эл туризмини ривожлантириш учун зарур ижтимоий-иқтисодий шароитларни яратишдан иборат эди. Анжуман иштирокчилари

Бутунжаҳон туризм конференциясининг 1980 йилдаги тавсияномаларини ҳаётга татбиқ қилиш бўйича биринчи навбатдаги вазифалар қаторига қуйидагилар киритилганлигини қайд этдилар: фуқароларнинг дам олишлари ва туризмни ривожлантириш учун зарур ижтимоий-иқтисодий шароитларни яратиш ва қонун билан белгилаб қўйиш; туризмнинг гуманитар ва интеллектуал кадриятларини актив тарғибот қилиш, аҳолида саёҳатга боровчи мамлакатлар халқларининг урф-одатлари ва анъаналарига нисбатан ҳурмат билан қарашни шакллантириш.

Анжуман дам олиш ҳуқуқи, ҳақ тўланувчи меҳнат таътили ва аҳолининг барча қатламлари меҳнат таътилинини кўнгилдагидек ўтказишини таъминловчи миллий қонунчиликларни қабул қилиш талаби тамойиллари асосидаги янги концепциялар доирасида халқаро туризмнинг ролини алоҳида кўрсатиб берди. Дам олиш ҳуқуқи меҳнат қилиш ҳуқуқининг табиий давомчиси бўлиб, инсоннинг асосий ҳуқуқларидан бири сифатида амалга оширилиши лозим.

Туризмни аҳолининг даромад миқдори ўртача ва ундан паст бўлган ижтимоий гуруҳлари орасида кенг тарқатиш лозим:

1) саёҳат қилиш ва туризмга тайёргарлик. Туризмнинг сифати давлатга тегишли ва хусусий секторда меҳнат қилувчи туризм соҳаси ходимларининг тайёргарлиги ва малакасига боғлиқ бўлади;

2) туризм соҳасида ҳаракатланиш эркинлиги. Ҳаракатланиш эркинлиги халқаро туристлар алмашинувида муҳим роль ўйнайди.

Анжуманда қабул қилинган резолюцияда Манила декларациясини ҳаётга татбиқ этиш учун давлат томонидан қуйидаги муҳим чораларни амалга ошириш лозимлиги кўрсатиб ўтилди:

1) туризм ва саёҳатлар билан боғлиқ бўлган, мамлакат ҳудудига кириб келиш ва ундан чиқиб кетиш билан боғлиқ, божхона расмиятчилиги, валюта чеклашлари ва тиббий қонун - қоидаларни соддалаштириш;

2) даромади нисбатан паст бўлган, кекса ёшдаги, жисмоний нуқсонлари бўлган туристлар ҳамда ёшларни саёҳат қилишга жалб қилиш мақсадида йўловчи ташишда (ҳаво транспорти, темир йўл транспорти, автотранспортда) имтиёзли тарифлар ишлаб чиқиш йўли билан шароитларни яхшилаш;

3) даромад миқдори паст бўлган аҳоли қатлами учун қулайлик яратиш мақсадида туристлар қабул қилиш инфратузилмасини кенгайтириш ва ривожлантириш;

4) саёҳат уюштирилувчи мамлакатда атроф - муҳит, экологик ҳолат ҳамда тарихий ва маданий ёдгорликларни ҳимоя қилиш. “Халқаро туризм, - “Акапулько ҳужжати”да айтиб ўтилганидек, - бутун дунёда тинчликни таъминлаш учун кучли омил бўлиши, саноати ривожланган ва ривожланаётган мамлакатлар ўртасидаги иқтисодий узилишларни қисқартириш имконини берувчи халқаро иқтисодий тартибнинг маънавий ва интеллектуал асоси вазифасини бажариши лозим”.

Ҳужжат иштирокчи мамлакатларга туризмни барча тоифадаги ёшларнинг ўқув дастурига киритиш учун тавсия қилинган.

1985 йилда Софияда Бутунжаҳон савдо ташкилоти Бош ассамблеясининг V сессияси бўлиб ўтди. Унда “Туризм ҳартияси” ва “Турист кодекси” каби муҳим ҳуқуқий ҳужжатлар қабул қилинди

Чет эллик туристнинг саёҳат қилаётган мамлакатдаги ҳуқуқ ва мажбуриятлари “Турист кодекси”да белгилаб берилган.

8.4. Туризмда халқаро қонунчилик

Кодекснинг XIII моддасига асосан туристлар ўз мамлакатлари ҳудудида ва ундан ташқарида туристик қизиқиш уйғотувчи туманлар ва алоҳида жойларга вақтинчалик бўлиш ва мамлакат орқали ўтиш қоидалари ва мавжуд чеклашларни инобатга олган ҳолда эркин ҳаракатланишлари мумкин. Бу ерларда туристлар қуйидаги ҳуқуқларга эга бўлишлари зарур:

1) уларнинг саёҳати ва мамлакатда бўлиши тўғрисидаги объектив, ишончли ва тўлиқ маълумотларга эга бўлиш;

2) шахсий хавфсизлик ва мулкларининг дахлсизлиги, шунингдек, уларнинг истеъмолчилик ҳуқуқини ҳимоя қилиш;

3) мос келувчи жамоатчилик гигиенаси, юқумли касалликлар ва бахтсиз ҳодисаларнинг олдини олиш бўйича самарали чора-тадбирлар, шунингдек, тиббий муассасаларга мурожаат қилишнинг қулайлиги;

4) мамлакат ичида ҳамда чет элда эркин ва тез алоқага эга бўлиш;

5) уларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш учун маъмурий ва ҳуқуқий кафолатларга эга бўлиш.

Бундан ташқари, чет эллик туристлар зиммасига бир қанча мажбуриятлар юклатилган. Кодекснинг XI моддасига асосан туристлар ўз ҳуқ - атворлари билан мамлакат ва халқаро миқёсда одамлар ўртасида ўзаро бир - бирини тушуниш ва дўстона муносабатларни ўрнатишга кўмаклашиши лозим. Туристлар қайси мамлакат ҳудудида бўлсалар ёки ҳудуд орқали ўтадиган бўлсалар ҳам, шу мамлакатнинг сиёсий, ижтимоий, маънавий ва диний тартибларини ҳурмат қилиши, шунингдек, амалдаги қонун ва қоидаларга бўйсунуши лозим.

Туризм тўғрисидаги халқаро қонунлар, ички ва ташқи туризм ҳуқуматлараро келишув ва шартномалар асосида, шунингдек, туризмга оид халқаро ҳуқуқий қоида ва ҳужжатлар доирасида амалга оширилади.

БМТ Бош ассамблеяси томонидан 1948 йил 10 декабрда қабул қилинган инсон ҳуқуқлари Декларациясининг 24 - моддасида айтилишича “Ҳар бир шахс исталган мамлакатдан, жумладан, ўз мамлакатидан эркин чиқиб кетиши мумкин”. 1963 йилда БМТнинг халқаро туризм бўйича Рим конференциясида туризмга оид ҳуқумат расмиятчиликларини соддалаштириш тамойиллари эълон қилинди. 1975 йилда Европада хавфсизлик ва ҳамкорлик Хельсинки кенгашининг якуний акти қабул қилинди. Унинг бўлимларидан бири халқаро туристик алоқаларни ривожлантиришга бағишланган.

1993 йилда МДҲга аъзо мамлакатлар – Озарбайжон, Арманистон, Беларусь, Грузия, Қозоғистон, Қирғизистон, Молдова, Россия, Тожикистон,

Украина ва Ўзбекистон ўртасида туризм соҳасида ҳамкорлик қилиш бўйича келишув имзоланди. 1994 йилда мазкур келишувга аъзо мамлакатларнинг туризм бўйича Кенгаши тузилди.

1994 йилда МДХга аъзо мамлакатлар парламентлараро ассамблеясининг “МДХга аъзо мамлакатлар туризм соҳасидаги ҳамкорлигининг асосий тамойиллари тўғрисида” ги қарори қабул қилинди.

1994 йилда Осакада туризм вазирларининг бутунжаҳон конференциясида “Туристтик декларация” қабул қилинди.

1995 йилда туризм соҳасида Болгария, Туркия, Туркманистон, Мальта, Албания, ЖАР, Эстония, Монголия, Вьетнам, Куба, Миср, Испания, Норвегия ва Финляндия билан туризм соҳасида келишувлар имзоланди.

Туризм соҳасидаги келишувлар шунингдек, 1996 - 1997 йилда Россия Федерацияси, Тунис, Мексика, Ливан, Коста-Рика билан, 1998 йилда эса Кения ва Латвия билан имзоланди. АҚШ, Бразилия, Венгрия, Корея, Канада, Индонезия, Австрия ва бошқа мамлакатлар билан ҳам мазкур соҳада келишувлар имзолаш борасида музокаралар олиб борилмоқда.

Халқаро туристик қатновлар ҳукуматлараро келишувлар ва Халқаро Конвенция томонидан тартибга солиб борилади.

Халқаро йўналишда йўловчиларни авиатранспорт орқали ташиш 1929 йилнинг 12 октябрида қабул қилинган ҳамда 1955 ва 1975 йилларда ўзгартиришлар киритилган “Халқаро ҳаво транспорти орқали йўловчилар ташиш асосий қоидаларини унификация қилиш тўғрисидаги Келишув” Варшава конвенцияси томонидан тартибга солинади.

Халқаро автотранспорт орқали йўловчиларни ташиш эса “Халқаро йўловчилар ва уларнинг юкларини автотранспортда ташиш шартномаси конвенцияси” томонидан тартибга солиниб, халқаро туристик қатновларни кейинчалик соддалаштириш туризм бўйича Гаага (1989 йил) декларацияси ва Европа Иттифоқи мамлакатлари учун Шенген келишувида қайд этилган.

Туристларни денгиз транспортида ташиш давлатлараро келишувлар ва Афинада қабул қилинган “Йўловчилар ва уларнинг юкларини денгиз орқали ташиш конвенцияси” доирасида, шунингдек, 1974 йилда Лондонда қабул қилинган “Инсон ҳаётини денгизда ҳимоя қилиш конвенцияси” ва 1967 йилда Брюсселда қабул қилинган “Йўловчилар ва уларнинг юкларини денгиз орқали ташишнинг баъзи қоидаларини унификация қилиш тўғрисидаги” халқаро Конвенция асосида амалга оширилади. Халқаро туристларни ташиш 1970 йилнинг 22 октябрида қабул қилинган “Саёҳат қилиш шартномаси” халқаро конвенцияси асосида ҳам тартибга солиб борилади.

МДХ ҳудудида туризм фаолияти юқорида санаб ўтилган халқаро қонунчилик ҳужжатларидан ташқари, МДХга аъзо мамлакатлар ўртасида туризм соҳасида ҳамкорлик қилиш бўйича Келишув асосида тартибга солинади. Бу Келишувда томонларнинг гона туристик ҳудудни яратиш ва туристик ресурсларни самарали ўзлаштиришга интилишлари кўрсатиб берилган.

8.5. Халқаро туристик ташкилотлар

Жаҳон ҳамжамиятида туризм соҳасида ҳамкорлик ва туристлар билан алмашишнинг роли ва аҳамияти, уларнинг ривожланишига тўсиқ бўлаётган сабабларни бартараф қилиш тўғрисидаги масалалар БМТнинг ишчи дастури кун тартибига 1946 яъни ушбу халқаро ташкилот ўз фаолияти бошлаган йилданоқ киритилган.

Халқаро туризм ҳақиқатдан ҳам улкан истиқболга эга. 2000 йилда бир қатор мамлакатларда туризм асосий хизмат кўрсатиш соҳасига айланди ҳамда иқтисодийнинг нефть қазиб чиқариш ва уни қайта ишлаш, автомобилсозлик каби муҳим анъанавий етакчи тармоқларини белгилаб беради.

БМТнинг шаклланиши ва ривожланиш фаолиятида асосий ишни 1946 йилдан то 1975 йилгача, яъни рўйхатга олинган кундан бошлаб Бутунжаҳон туризм ташкилоти амалга оширган. У иқтисодий ва ижтимоий кенгаш (ИИК) вазифасини бажариб умумий раҳбарликни амалга ошириш ваколатига эга бўлган ҳамда БМТ тизими дастурлари ва ихтисослаштирилган муассасаларининг мос келувчи органлари фаолиятини мувофиқлаштирган.

ИИКнинг бош органи унинг навбатдаги сессияси бўлиб, йилига икки марта (ёзда ва қишда) ўтказилади ва улардан бири ташкилий характерга эга бўлади.

Иккинчи сессияда асосан БМТ тизими бошқа органлар фаолиятига оид масалаларни кўриб чиқади. ИИК зарур ҳолларда навбатдан ташқари сессияларни ўтказиши мумкин. ИИКнинг навбатдаги сессияси вақтида 3 та сессия кўмитаси ишлайди: иқтисодий кўмита, ижтимоий кўмита ва мувофиқлаштириш дастури кўмитаси.

Барча қитъаларда халқаро туризмнинг ривожланишига сезиларли таъсир кўрсатувчи қуйидаги халқаро туристик ташкилолар мавжуд.

1. Бутунжаҳон туризм ташкилоти. Ташкилотнинг яратилиш тарихи. Бутунжаҳон туризм ташкилотининг ташкил топган санаси туризм соҳасидаги халқаро ҳукуматлараро ташкилотларда 1975 йилнинг 2 январидан ҳисобланади. Шу кунга ташкилот аъзолари бўлган 51 мамлакат томонидан ратификация қилинган низом қоидалари ва нормалари расман кучга кирди.

Бутунжаҳон туризм ташкилотининг асосий мақсади туризмнинг ривожланиши учун қулай шароитларни яратиш: ривожланиш, ўзаро тушуниш, гуллаб - яшнаш, миллати, дини ва жинсига қарамасдан барча инсон ҳуқуқлари ва эркинликларини ҳимоя қилишдан иборат.

2. Осиё туризм институти (ИТА) 1975 йилнинг апрелида Манила шаҳрида ташкил этилган. Унинг асосий мақсади Осиё ва Тинч океани мамлакатлари учун туризм соҳасида юқори малакали кадрларни тайёрлашдир.

3. Осиё ва Тинч океани мамлакатлари туристик ассоциацияси (ПАТА) 1951 йилнинг январидан Гонконгга ташкил этилган. Унинг асосий мақсади ассоциацияга аъзо мамлакатларда туризмни ривожлантириш ва тарғибот қилиш чора-тадбирларини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш ҳисобланади.

ПАТАнинг ижрочи ва раҳбар органлари йиллик конференция, директорлар кенгаши, ижроия қўмитаси, доимий қўмиталар, бирлашган секретарлар кенгаши ҳисобланади. Расмий тил – инглиз тили.

4. Шарқий Осиё мамлакатлари туристик ассоциацияси (БЕАТА) 1966 йилнинг 9 мартида Токиода ташкил қилинган.

Ташкилотнинг асосий мақсади Шарқий Осиё минтақасида ташкилотга аъзо мамлакатларда реклама фаолиятини кучайтириш йўли билан туристлар оқимини кўпайтиришдир. БЕАТАнинг бош органи йиғилишида раҳбарлар ҳамда ижроия қўмитаси сайланади. Бу қўмигага ҳукумат органи ва авиатранспорт ташкилотларидан бир кишидан ҳамда қўшилган ва ассоциациялашган аъзолар вакилларида икки кишидан киритилади.

5. АСЕАН мамлакатлари туристик ассоциациялари федерацияси (ФАТА). ФАТАга 5 мамлакатнинг – Индонезия, Малайзия, Сингапур, Тайланд ва Филиппиннинг туристик ассоциациялари аъзо ҳисобланади.

6. Шарқий Кариб ҳавзаси туристик ассоциацияси (ИКТА) минтақадаги мамлакатларнинг ташкилоти бўлиб, унинг мақсади туристик алоқаларни ривожлантириш ва ташкилотга аъзо мамлакатлар бозорларини ўрганиш ҳисобланади. ИКТА доирасида умумий йиғилишлар ўтказилади. Расмий тил – инглиз тили.

7. Лотин Америкаси туристик ташкилотлари конференцияси (КОТАЛ) 1957 йилнинг апрелида Мексикада ташкил этилган.

8. Туризм бўйича Америка конгресси (КИТ) ўз фаолиятини 1939 йилда Бағдодда бошлаган.

9. Араб туристик агентликлар ассоциацияси федерацияси (ФАТААА) 1971 йилда Бағдодда ташкил этилган.

10. Африка туристик ассоциацияси 1967 йилда ташкил этилган.

11. “Умумий бозор” туристик ассоциацияси (КМТА) 1967 йилда Швейцарияда ўрб мамлакатларида туристик хизмат соҳасини кенгайтириш мақсадида ташкил этилган.

12. Туристик агентликлар ассоциацияларининг бутунжаҳон федерацияси (ФУААВ) 1966 йилнинг ноябрида ташкил этилган. Унинг асосий мақсади туристик бюро ва агентликларни бирлаштиришдир.

13. Халқаро туристик марказлар федерацияси (ФИТС) 1948 йилда Монте карлода ташкил этилган.

14. Ижтимоий туризм ташкилотлари халқаро федерацияси (ИФПТО) 1950 йилнинг сентябрида Хельсинкида ташкил этилган. Унинг мақсади туризм масалалари бўйича барча ташкилотлар ўртасида ҳамкорликни мустаҳкамлаш.

15. Халқаро туризм академияси (АКИТ) 1951 йилнинг майида Монте Карлода ташкил этилган. Унинг асосий мақсади халқаро туризмнинг маданий қадриятларини ҳимоя қилиш ва тарғиб этиш ҳисобланади.

16. Туризм бўйича парламентлараро ассоциация (АИДТ) 1949 йилда Антверпенда туризмнинг ривожланишига миллий ва халқаро миқёсларда миллий қонунчилик органлари ва жамоатчилик ташкилотларини фаол жалб қилиш йўли билан таъсир кўрсатиш мақсадида ташкил қилинган.

Парламентлараро кенгаш билан ишчи алоқалари бўлиб, Бутунжаҳон туризм ташкилоти билан биргаликда 1989 йилнинг апрелида Гагада туризм бўйича халқаро анжуман ўтказилган.

Анжуманда “Гага туризм декларацияси”нинг якуний ҳужжатлари қабул қилинди.

8.6. Ҳукуматнинг туризм бўйича манфатларини халқаро миқёсда ҳимоя қилиш

Ҳукуматнинг туризм бўйича манфаатларини халқаро миқёсда ҳимоя қилишни давлат органлари бошқаради. Қоидага кўра мамлакат иқтисодиётида туризмнинг аҳамияти ошиши билан давлатнинг ушбу соҳага мос келувчи ваколатларга эга бўлган вазирлик орқали ёки турли хил халқаро ташкилотларда иштирок этиш воситасида аралашуви ҳам ортиб боради. Халқаро туризмнинг етакчиси бутунжаҳон туризм ташкилотидир. Шунингдек, туризм билан у ёки бу даражада боғлиқ бўлган бошқа халқаро ташкилотлар ҳам мавжуд, масалан, халқаро ҳаво транспорти ассоциацияси (IATA), халқаро фуқаро авиация ассоциацияси (ICAO). Бундан ташқари, Европа саёҳат комиссияси, Осиё-Тинч океани саёҳат ассоциацияси, Кариб ҳавзаси туристик ташкилот каби минтақавий ташкилотлар ҳам кўп. Уларнинг фаолияти асосан маркетинг, силжитиш ва техник ёрдам кўрсатишга қаратилган. Бутунжаҳон туризм ташкилоти 1946 йилда 100 та миллий туризм ташкилотини бирлаштирган расмий туристик ташкилотларнинг халқаро жамияти (UOTO) нинг издоши ҳисобланади. У 1975 йилнинг 17 - 23 сентябрида Мексикада ўтказилган UOTO нинг фавқулодда Бош ассамблеясида ташкил этилган бўлиб, халқаро фаолиятда UOTOнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари ташкилотнинг зиммасига ўтди.

Бутунжаҳон туризм ташкилотига аъзоликнинг тўрт даражаси мавжуд:

- Бутунжаҳон туризм ташкилоти конституцион низомини ратификация қилган мамлакатлар оддий аъзолар ҳисобланади. 1994 йилнинг 1 январида унинг таркибига 120 мамлакат аъзо бўлган.

- Бугунги кунда учта ҳудудий зоналар – Нидерландия Антиллари, Гибралтар ва Макао ассоциацияланган аъзолар ҳисобланади.

- Доимий кузатувчи - Ватикан.

- 1994 йилнинг 1 январида туризмда фаоли иштирок этувчи юқридаги давлатга тегишли 187 та ноҳукумат халқаро муассасалар ва хусусий ташкилот ва корхоналар қўшилган аъзолар ҳисобланади: меҳмонхана ва ресторан тармоқлари, туристик агентликлар, авиакомпаниялар, туристик ўқув марказлари, тадқиқот институтлари ва марказлари. Бу муассасалар қўшилган аъзолар қўмитасига бирлашган бўлиб Бутунжаҳон туризм ташкилотига аъзолик бадаллари тўлайди. Улар Бутунжаҳон туризм ташкилотининг турли органлари фаолиятида ва бошқа халқаро ташкилотлар бажариши мумкин бўлмаган махсус хатти - ҳаракатларда иштирок этиш учун таклиф қилинади.

Бутунжаҳон туризм ташкилоти структураси қуйидагилардан иборат – Бош ассамблея, Ижроия кенгаш, Бош секретариат, Минтақавий кўмита, Қўшилган аъзолар кўмитаси ва бошқа турли хил комиссия ва махсус кўмиталар.

Бош ассамблея ташкилотнинг мажбурий органи бўлиб, оддий ва ассоциацияланган аъзоларнинг делегатларидан иборат бўлади. Улар йилига икки марта ташкилот бюджети ва турли хил тавсияномаларни қабул қилиш учун учрашадилар. Қарорлар барча овозларнинг учдан икки қисми берилганда қабул қилинади. Бош ассамблея томонидан Африка, Америка, Шарқий Осиё ва Тинч океани минтақаси, Жанубий Осиё, Европа ва Яқин Шарқ учун олти минтақавий комиссия тузилган. Бу ташкилотлар уларга бириктирилган минтақаларда ассамблеянинг тавсияномаларини жорий қилиш ва минтақа ичида туризмни ривожлантиришга йўналтирилган. Ижроия кенгаш ассамблеяда танланган 20 та оддий аъзо мамлакатларни бирлаштиради. Улар йилига икки марта учрашадилар ва Бош ассамблея томонидан қабул қилинган резолюцияларни амалга ошириш учун зарур чора-тадбирларни ишлаб чиқадилар. Улар ташкилотнинг бюджетидан фойдаланишни амалга оширадилар ва назорат қиладилар. Ижроия кенгаши доирасида тўртта ёрдамчи кўмита мавжуд. Булар – дастурлар ва мувофиқлаштириш бўйича техника кўмитаси, молия ва бюджет кўмитаси, атроф - муҳит бўйича кўмита, соддалаштириш бўйича кўмита. Соддалаштириш бўйича кўмита божхона қоидалари, полиция назорати ва соғлиқни сақлашни назорат қилиш чора-тадбирларини ишлаб чиқади. Бош секретариат бош секретарь ва 85 та халқаро вакиллардан иборат бўлиб, Мадридда жойлашган. Бош секретарь ассамблея ва кенгаш директивасини қабул қиладди. Секретариатнинг бошлиғи сифатида у ташкилот фаолиятини бошқаради, ташкилотга аъзо мамлакатлар билан ўзаро алоқалар дастурини тақдим этади ҳамда кенгашнинг ҳисоб рақамларини бошқаради. Бош секретарь кенгаш тавсияномасига кўра барча овозларнинг учдан икки қисми билан тўрт йилга сайланади. Бироқ Бутунжаҳон туризм ташкилоти Низомининг 22 - моддасига асосан бош секретарнинг ваколатлари муддати ўзайтирилиши мумкин. Қўшилган аъзолар кўмитаси ишчи гуруҳлар томонидан тузилган: ёшлар туризми, истеъмолчиларни танлаш ва уларнинг хулқ - авори, туризмга инвестициялар киритиш, туризм ва бандлик, туризм ва соғлиқни сақлаш, туризм ва ахборот воситалари. Европа саёҳат комиссияси Европа мамлакатларининг миллий туристик ташкилотлари томонидан 1948 йилда фойда олишни ният қилмаган ҳолда ташкил этилган бўлиб, 21 та мамлакатни бирлаштиради. Унинг ишини туризмни муҳим иқтисодий ва ижтимоий аҳамиятга эга деб ҳисобловчи Европа ҳамжамияти қўллаб-қувватлайди. Мазкур комиссиянинг мақсадлари қуйидагилардан иборат:

Европада корпоратив халқаро туризмнинг ривожланиши учун қулай шарт-шароитлар яратиш; тадқиқотларни амалга ошириш; туризмнинг ривожланиши ва маркетинг схемаларини лойиҳалаштиришда маълумотлар

айирбошлаш; туристик маҳсулотни Европанинг бошқа мамлакатларида, айниқса, Шимолий Америка ва Японияда ҳаракатлантириш.

Кўпчилик мамлакатлар ўз миллий туристик ташкилоларига эга. Уларнинг баъзиларида, масалан, Франция ва Испанияда бу ташкилотлар ҳукумат таркибига киради. Буюк Британияда эса улар ҳукуматдан алоҳида ҳолда ташкил қилинса-да, марказлаштирилган молиявий оқимлар ёрдамида қўллаб - қувватланади.

АҚШда саёҳат ва туризм маъмурияти федерал ҳукумат томонидан қўллаб-қувватланса-да, маркетинг ва ривожланиш бўйича вазифалар алоҳида шататларнинг зиммасига юклатилган. Ташкилот 17,5 миллион доллар миқдорида ҳар йиллик федерал кредитлар ва 20 миллион доллар миқдорида хусусий секторнинг аъзолик бадаллари ҳисобига молиялаштирилади. Бу ташкилот Бутунжаҳон туризм ташкилотида АҚШнинг манфаатларини ҳимоя қилади. Унинг вазифалари қуйидагилардан иборат: АҚШга саёҳат қилишни рағбатлантириш; туризмнинг ривожланиши тўсқинларини қисқартириш; арзон саёҳат ва хизматларни рағбатлантириш; туристик маълумотларни тўплаш.

Қоидага кўра туристик давлатларда, айниқса, орол давлатларида туризм вазирлиги ташкил этилади. Баъзи давлатларда иқтисодиёт вазирлигига бўйсунувчи туризм департаменти мавжуд бўлиб, бошқа мамлакатларда ёшлар ва спорт вазирлиги доирасида туризм бўлими фаолият юритади. Ҳукумати марказлаштирилмаган давлатларда туризм маҳаллий маъмуриятга бўйсунди. Баъзида шундай ҳам бўладики, туризмни ривожлантириш вазифалари федерал ҳукумат ва ҳудудий бошқармалар ўртасида тақсимланади.

Баъзи мамлакатларда миллий туристик ташкилотлар ўз низомига эга бўлган ҳолда хусусий мақомига эга бўлади. Уларнинг даромадлари турли манбалардан шаклланади. Ушбу ташкилотларнинг мавжудлиги бозордаги талабдан келиб чиқади. Шу ерда бир савол туғилади: миллий туристик ташкилотлар тижорат фаолияти билан қандай шуғулланишлари лозим? Шу муносабат билан хусусий секторни тўғри тушунмаслик ва миллий туристик ташкилотларни рақобатчиликда фирмаларга йўл қўйишда айбаш ҳоллари учрайди, чунки улар молиялаштирилганда солиққа тортилмайди. Буни ҳисобга олган ҳолда кўпчилик давлатларда хусусий секторга миллий туристик ташкилотларни қўллаб -қувватлашлари учун махсус солиқлар жорий қилинган.

Миллий туристик компанияларнинг структураси унинг вазифа ва мажбуриятларига боғлиқ бўлади. Бутунжаҳон туризм ташкилотининг тавсияларига кўра, улар қаторига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- ҳукуматнинг туризм бўйича манфаатларини халқаро миқёсда ҳимоя қилиш; иштирокчи мамлакатлар билан туристлар оқимини кўпайтириш мақсадида икки томонлама ва кўп томонлама келишувларни имзолаш; туристик бозорни ўрганиш бўйича қўшма маркетинг тадқиқотларини ўтказиш; миллий туристик ресурсларни оптималлаштириш; техник ва молиявий ҳамкорликка жалб қилиш; божхона назоратини биргаликда соддалаштириш; полиция ва

пул назоратини тартибга солиш; технологик битимларни кўллаб - қувватлаш (масалан, меҳмонхоналар ва қишки спорт иншоотларида);

- миллий ва халқаро миқёсда туристик хизматларни ташкил этиш;
- туризмни режалаштириш ва ривожлантириш (туризмни ривожлантириш режасини тузиш);

- туризмга жалб қилинган корхоналарни назорат қилиш ва тартибга солиш (меҳмонхона хўжалигини тартибга солиш ва ҳуқуқий жиҳатдан таъминлаш, меҳмонхона ва ресторанларни таснифлаш, фаолият юритиш учун рухсатномаларни текшириш ва ўрганиб чиқиш);

- бозор тадқиқотлари ва статистика маълумотларини чоп этириш (истеъмолчилар хулқ - атвори ва фикрларини ўрганиш);

- туристик маҳсулотларни бошқа мамлакатларда сотиш (чет элда туристик маҳсулотларни сотиш ва маълумотлар билан таъминлаш мақсадида туристик агентликларни ташкил қилиш; брошюра, варақа, йўлнома ва бошқа маҳсус туристик маълумотларни нашр қилдириш);

- чет эллик туризм марказларини ривожлантириш (оммавий ахборот воситалари, радио ва телевидениеда компаниялар ўтказиш);

- божхона ва чегара назоратини енгиллаштириш, унификация қилиш ёки йўқ қилиш бўйича фаолият;

- туристларни қабул қилиш ва маълумотлар билан таъминлашни ташкил этиш (19 та мамлакатда туристларга ёрдам кўрсатиш мақсадида маҳсус полиция йўриқномалари тузилган);

- туризмда маҳсус тайёргарликни таъминлаш (курслар, семинарлар, ўқув дастурлари);

- мамлакатнинг ўзига хос мероси ва туристик ресурсларини (тарихий жойлар ва обидалар) сақлаш ва ҳимоя қилиш, санъат ва маданиятни муҳофаза қилиш компанияси;

- атроф-муҳитни муҳофаза қилиш (табиий ресурслар, истироҳат боғлари ва табиатни муҳофаза қилиш компаниясини ўтказиш.

Бу вазифаларни бажариш учун Бутунжаҳон туризм ташкилоти туризмни ривожлантиришни ҳукумат томонидан назорат қилишнинг қуйидаги тўртта асосий функциясини белгилаб берган: маркетинг, туристик фаолиятни мувофиқлаштириш, режалаштириш ва ривожлантириш, ҳуқуқий масалалар ва молиялаштириш. Маркетинг хизмати кўп функцияларни бажариб, миллий туристик ташкилотлар учун муҳим аҳамият касб этади. Бу хизмат ташкилотнинг маркетинг стратегиясини шакллантиради ва мамлакатнинг туристик маҳсулотларини реклама ва паблисити маълумотлари ёрдамида илгари суради. Шунингдек, бизнес-туризмга ҳам учрашув ва кўргазмаларни ташкил этиш каби ўзига хос хизматлар кўрсатади. Ривожланиш бўлими мувофиқлаштириш ва стратегик ролларни ўйнайди. Режалаштириш бўлими ҳар кунги лойиҳаларни бошқаришни узоқ муддатли ривожланишни режалаштириш билан бирга амалга оширади. Маъмурият бўлими эса туризмнинг ҳуқуқий ва молиявий масалалари билан шуғулланади. Кўпчилик мамлакатларда миллий туристик ташкилотлар билан мулоқотга киришиш, ўз сектори манфаатларини ҳимоя қилиш ва

ривожлантириш учун туризм соҳасидаги мутахассислар пофессинал нотижорат ассоциацияларини тузадилар. Бу ассоциациялар асосан туризм бўйича маслаҳатлар бериш билан шуғулланади. Улар халқаро миқёсда қуйидаги ихтисослаштирилган нотижорат халқаро ташкилотларга бирлаштирилган:

бутунжаҳон туристик агентликлар ва туроператорлар ассоциацияси (WATA);

халқаро туристик агентликлар кенгаши (ИСТА);

туристик агентликлар ассоциацияларининг универсал федерацияси (UFTAA).

Ушбу ташкилотларнинг мақсади турли мамлакатлар мутахассислари ўртасида алоқалар ўрнатиш ва маълумотлар айирбошлаш, илмий марказларда туристик сиёсат лойиҳаларини биргаликда ишлаб чиқиш ва халқаро ташкилотларда ўз манфаатларини фаоллик билан олға суриш ҳисобланади.

Хулоса

Халқаро туристлар билан алмашишда кўп нарса давлатнинг туризм соҳасидаги сиёсатига боғлиқ бўлади. Унинг механизмини келишилган ҳолда шакллантириш туризм самарадорлигини оширишни белгилаб берувчи омил ҳисобланади.

Таянч иборалар:

Халқаро ҳужжатлар, жаҳон туризми бўйича Манила декларацияси, Акапулько ҳужжатлари, туризм ҳартияси, туристлар кодекси.

Назорат учун саволлар:

1. Халқаро ҳужжатлар нимани англатади?
2. Акапулько ҳужжатлари тўғрисида тушунча беринг.
3. Туризм ҳартияси нима дегани?
4. Халқаро туристик айирбошлашнинг моҳияти.
5. Саёҳат қилиш ва туризмга тайёргарлик ҳолатлари.
6. Туризмнинг сифати давлатга тегишли ва хусусий секторда меҳнат қилувчи туризм соҳаси ходимларининг тайёргарлиги ва малакасига боғлиқлигини аниқланг?
7. Туризм соҳасида ҳаракатланиш тушунчаси?
8. Ҳаракатланиш эркинлиги халқаро туристлар алмашинувида муҳим омилларни аниқланг?
9. Миллий ва халқаро миқёсда туристик хизматларни ташкил этиш принциплари.
10. Туризмни режалаштириш ва ривожлантириш йўллари.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг 2005 йилгача бўлган давлат дастури Ўзбекистон Республикаси Президенти И. Каримовнинг 15.04.1999 йилдаги УП-№2286 фармони.
2. Страхование в туризме. Учебное пособие // Гвозденко А.А. 256 стр. 2002 г.
3. В. Г. Гуляев. «Правовое регулирование туристической деятельности». 2000.
4. Lundberg D., Krishnamorthy M. – Tourism Economics. New York: John Wiley Sons Inc. 1995
5. Дурович А.П. Реклама в туризме: учеб. пособ. – М.: Новое знание, 2003. – 254с.
6. Ерохина Л.И., Башмачникова Е.В. Прогнозирование и планирование в сфере сервиса: Учеб.пособ. – М.: КНОРУС, 2004. -224с.
7. Жукова М.А. Менеджмент в туристическом бизнесе: учеб. Пособ. – М.: КНОРУС, 2005. -192с.
8. Запесоцкий А.С. Стратегический маркетинг в туризме: Теория и практика. – Спб.: СПбГУП, 2003. -352с.

Атамалар луғати

1. Археология – халқларнинг ва миллатларнинг сақланиб қолган тарихий ва маданий ёдгорликлари ёрдамида инсон жамиятининг ўтмишини ўрганувчи фан.

2. Инвестициялаш – туристик фаолият объекти ёки тадбиркорлик лойиҳасига маълум, шартномада айтиб ўтилган шартларда инвестицияни амалга ошириш.

3. Архитектура – қурилиш санъати, қурилманинг характери ва шакли, бадий безаги.

4. Ботель – жиҳозланган кема ўрнида фойдаланса бўладиган сувдаги кичик меҳмонхона.

5. Бутундунё туристик ташкилоти (БТТ) – ҳукуматлараро ташкилот (1975 йилда ташкил топган) бўлиб, туризмнинг ривожланишига кўмаклашади, 170 дан ортиқ аъзоси бор

6. Ваучер - кўрсатиладиган асосий хизматларнинг (меҳмонхонада тўхташ, овқатланиш, транспорт ва б.) ҳаққи тўланганлигини тасдиқловчи ҳужжат

7. Диллер - туристик хизматларнинг олди - сотди билан шуғулланувчи туристик корхоналар, кўпинча улар ўз ҳисобига ва ўзининг номидан иш олиб боришади.

8. Инвестиция – даромад олиш мақсадидаги узоқ муддатли капитал қўйилмалар.

9. Ички туризм — бир мамлакат фуқороларнинг ўз ҳудудлари чегарасида амалга оширадиган туризми.

10. Имидж – корxonанинг бозордаги образи.

11. Инвестициялар — янги тадқиқотлар ва ишланмалар бўлиб, илмий-техник тараққиётининг намоён бўлиш шакли сифатида амалий аҳамиятга эга бўлади.

12. Кемпинг – автотурист, мототурист ва велотуристлар учун шаҳар ташқарисида жойлашган меҳмонхона. Кемпингда туристлар палатка ёки ўзи овқат тайёрлаши мумкин бўлган ошхонали ёзги уйлар ва баъзида энг оддий қулайликлар билан таъминланади.

13. Меҳмонхона — турли турдаги хизматлар таклиф қилувчи туристларни жойлаштириш объекти

14. Мотель — автотуристлар учун меҳмонхона, йўл бўйидаги отель бўлиб, унда қулай ва шинам номерлардан ташқари, автомашина учун тўхташ жойи мавжуд.

15. Пансион – бу эркин шаклда, қурилиш пайтида меҳмонхона сифатида барпо этилмаган уйлардир. Пансионлар 10 - 20 кишига мўлжалланади.

16. Ротель – кўчиб юрадиган меҳмонхона. Унда 1 ёки 2 ўринли номер – ухлаш ва кийим алаштириш жойи, ошхона ва умумий пардоз - андоз (туалет) хонаси бўлади

17. Ишбилармонлик туризми — туризмнинг бир тури бўлиб, унинг асосида маълум хизмат ёки касбий вазифаларни ҳал қилиш зарурати ётади.

18. Турист – ўз қизиқишларини қондириш мақсадида 24 соатдан кам ва 6 ойдан кўп бўлмаган муддатга чегарани кесиб ўтган киши.

19. Тур – туристларни аниқ йўналиш бўйича, хизматлар мажмуаси ва муддати аниқ бўлган ташишни уюштириш.

20. Туризм индустрияси – туризмнинг материал - техник базасини ташкил қилувчи халқ хўжалигининг турли соҳалари йиғиндиси.

21. Туристик уй – фаол ҳаракатдаги кўчиб юриш учун, ёки қисқа фурсатли келиб - кетиш учун мўлжалланган жой.

22. Туристик база – туристларни қабул қилиш ва жойлаштириш хоналарига эга бўлган туристик мажмуа бўлиб, унда ресторан ёки ошхона, кўнгилли дам олиш учун хоналар ва хизматлар таклиф этилади

23. Туризм ҳартияси – халқаро туризмнинг ривожланиши ҳақидаги қонун, БТТ Бош ассамблеяси томонидан 1985 йили 6 - сессиясида қабул қилинган

24. Флотель – сузиб юривчи меҳмонхона, сувдаги катта отель, махсус жиҳозланган кема. Қулай номерлардан ташқари, бунда туристларнинг кўнгилли ҳордиқ чиқариши учун турли хизматлар кўрсатилади.

25. Фрахт – денгиз орқали туристларни аниқ вақт давомида ташиш учун тўлов тури.

26. Хизмат мақсадларида вақтинча бориш ва хизмат сафарни, командировка жойида даромад олмай туриб, коференциялар ва съездларда қатнашишни ўз ичига олади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Каримов И. “Ўзбекистоннинг ўз истиклол ва тараққиёт йўли”. – Тошкент, “Ўзбекистон”, 1992 й.
2. Каримов И. “Ўзбекистон иқтисодий ислохатларни чуқурлаштириш йўлида”. – Тошкент, “Ўзбекистон”, 1995 й.
3. Каримов И. “Ўзбекистон XXI аср бўсағасида: хавфсизликка таҳдид, барқарорлик шартлари ва тараққиёт кафолати”. – Тошкент, “Ўзбекистон”, 1997 й.
4. Каримов И. “Ўзбекистон XXI асрга интилмоқда”. – Тошкент, “Ўзбекистон”, 2000 й.
5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1992 йил 27 - июлдаги: “Ўзбектуризм” Миллий Компаниясини ташкил этиш тўғрисида”ги №447 сонли Фармони.
6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1995 йил 2 - июндаги: “Буюк Ипак йўли”ни қайта тиклашда Ўзбекистон Республикасининг иштирокини авж олдириш ва Республикасида халқаро туризмни ривожлантириш борасидаги чора-тадбирлар тўғрисида”ги №1162 сонли Фармони.
7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1999 йил 15 - апрелдаги: “2005 йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш Давлат дастури тўғрисида”ги № 2286 сонли Фармони.
8. “Туризм тўғрисида”ги қонун 20 - август 1999 йил.
9. Балабонов И.Т., Балабонов А.И. “Экономика туризма”- Москва, “Финанс и статистика” 2000 г.
10. Биржаков М.Б., “Введение в туризм”, Санкт-Петербург, 2000 г.
11. Дурович А. “Маркетинг в туризме”. Минск. ООО “Новое знание”, 2001 г.
12. Кабушкин Н.Н. “Менежмент туризма” - Москва, “Новая жизнь” 2003 г.
13. Квартальнов В.А. “Туризм” Учебник. Москва, “Финанс и статистика”. 2003г. - 320 ст.
14. Квартальнов В.А. “Иностранной туризм” Москва, “Финанс и статистика”, 2003 г.
15. Комилова Ф., Нурмухамедова М. “Меҳмонхона ва ресторан хўжалиги маркетинги”. Тошкент, 2002 й.
16. Комилова Ф. “Халқаро туризм бозори”. Тошкент.ТДИУ, 2001 й.
17. Комилова Ф.“Туризм маркетинги”. Тошкент. “Ўзинкомцентр”, 2003 й.
18. Под редакцией Чудновского А.Д. “Гостиничный и туристический бизнес”. Москва. “ТАНДЕМ”, 1999 г.
19. Папирян Г.А. “Менежмент в индустрии гостеприимства”. Москва Экономика 2000 г.
20. Составитель Ильина Е.Н. “Основа туристской деятельности” (Учебной пособие) - Москва, “Советский спорт” 2000 г.

21. Тухлиев Н., Таксанов А. “Экономика большого туризма”. Тошкент. “ЎМЭ”, 2001 й.
22. Алексадрова А.Ю. Международный туризм: Учебник. – М.: Аспект Пресс, 2004. -470 с.
23. Биржаков М.Б. Введение в туризм: Учебник. – Изд. 6 - е перераб. И доп. – СПб.: Изд. Дом Герда, 2004. -448с.
24. Гвозденко А.А. Логистика в туризме: Учеб. Пособ.-М.: ФиС, 2003. - 304.
25. Дехтярь Г.М. Лицензирование и сертификация в туризме: Учеб.пособ. – М.: ФиС, 256с.
26. Дурович А.П. Маркетинг в туризме: учеб.пособ. 4 - е изд., стереотип. –Мн.: Новое знание, 2004. -496с.
27. Дурович А.П. Реклама в туризме: учеб. пособ. – М.: Новое знание, 2003. – 254с.
28. Ерохина Л.И., Башмачникова Е.В. Прогнозирование и планирование в сфере сервиса: Учеб.пособ. – М.: КНОРУС, 2004. -224с.
29. Жукова М.А. Менеджмент в туристическом бизнесе: учеб. Пособ. – М.: КНОРУС, 2005. -192с.
30. Запесоцкий А.С. Стратегический маркетинг в туризме: Теория и практика. – Спб.: СПбГУП, 2003. -352с.
31. Здоров А.Б. Экономика туризма: Учебник. –М.: ФиС, 2004. -272с. 2 экз.
32. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: Справочник. –М.: ФиС, 2004, -368с.
33. Ильина Е. Н. Туроперейтинг: Учебник. – М.: ФиС, 2004. -192с.
34. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: учебник. 2-е изд., перараб. и доп. – М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2002. - 1063с.
35. Сенин В.С. Организация международного туризма: Учебник. 2-е изд., перераб. и доп. –М.: ФиС, 2004. -400с. 2 экз.
36. Управление индустрией туризма: Учебное пособ. / Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. –М.: КНОРУС, 2004. -448с.
37. Чориев Л.Х. “Европада халқаро туризмни ривожлантириш омиллари ва истикболлари” магистрлик диссертациясидан 2004 йил.
38. Набиев С.Т. “Ўзбекистонда туризм секторини ривожлантириш истикболлари” магистрлик диссертациясидан 2004 йил.
39. Мусаев М.М. “Туроператор менежментининг назарий асослари” магистрлик диссертациясидан 2004 йил.
40. Ниғматов Ф.Ф. “Халқаро туризм менежменти ва уни самарадорлигини ошириш йўллари” магистрлик диссертациясидан 2004 йил.
41. Икромов А.А. “Халқаро туризмда маркетинг стратегияси ва реклама” магистрлик диссертациясидан 2004 йил.
42. Интернет сайтлари:
www.subaruufa.ru – гостиничные цепи на территории России
www.peugeotufa.ru – цены услуг

www.bashexpo.ru – выставки, конференции

www.interunion.ru – туристские ассоциации

www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация

www.wttc.org – Всемирный Совет по путешествиям и туризму

www.tag-group.com – Консультативная группа по вопросам туризма (TAG)

