

ZIYORAT TURIZMINI RIVOJLANTIRISHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMLARINING XUSUSIYATLARI

I.A.Tursunqulov¹, G.Z. Ermatova²

¹Jizzax Sambhram universiteti dotsenti, i.f.f.d. PhD

²Jizzax Sambhram universiteti 2-kurs magistranti

<https://doi.org/10.5281/zenodo.20292239>

Abstract: Ushbu maqolada ziyorat turizmini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarining o'ziga xos xususiyatlari tadqiq etiladi. Ziyorat turizmining ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati, uning turizm sohasidagi alohida segment sifatidagi o'rni hamda hududiy rivojlanishga ta'siri yoritib berilgan.

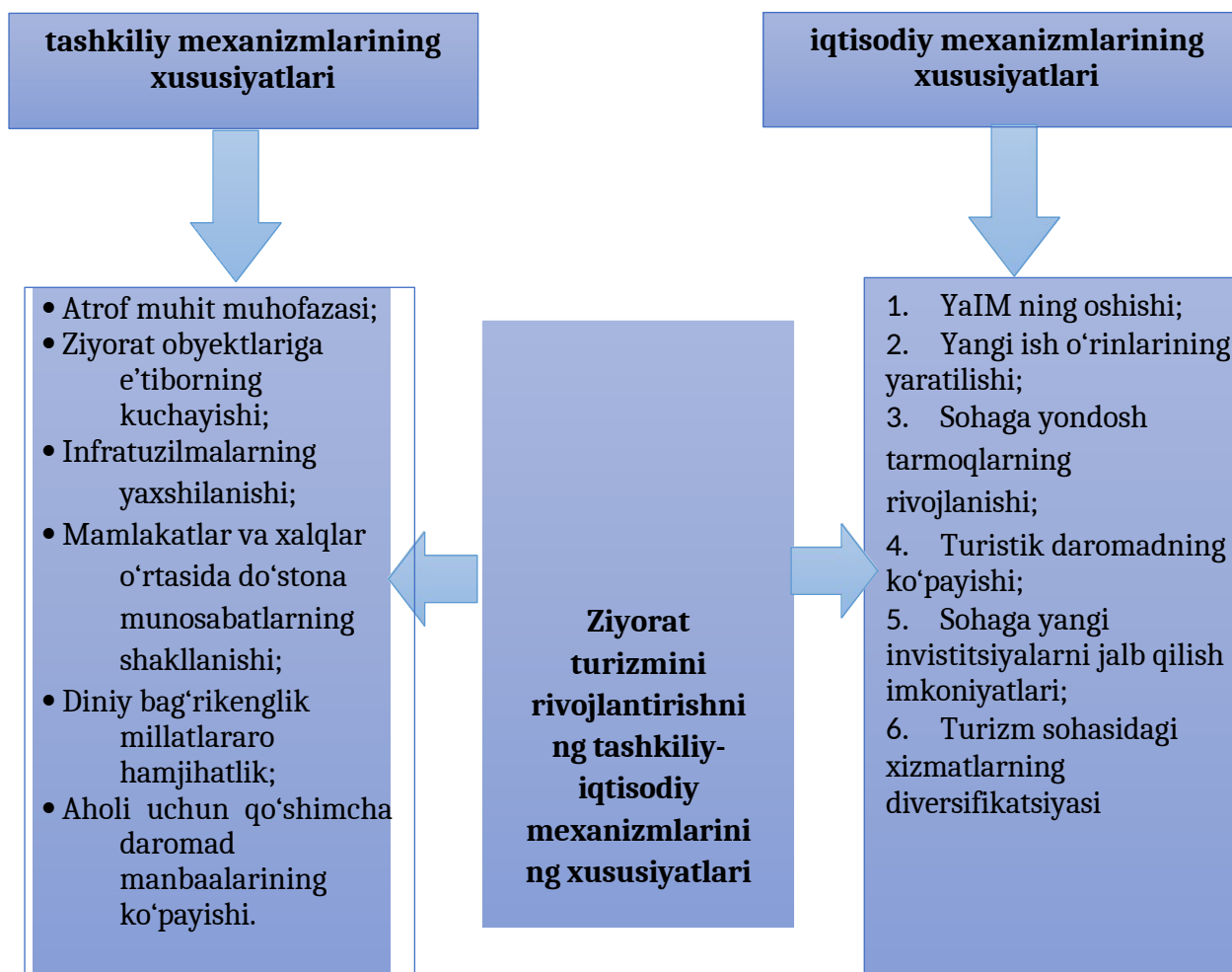
Keywords: turizm, ziyoratgoh, mexanizm, tashkiliy-iqtisodiy mexanizm, xizmat ko'rsatish va hokazolar.

O'zbekiston turizm industriyasida har 500 ta ishchidan faqat bittasi jalb qilingan bo'lib, bu jahon iqtisodiyotidagi ko'rsatkichdan 80 marta kamdir. Shuningdek, turistik firmalarning faqat o'n foizigina ichki turizm bilan shug'ullanmoqda. Bunday holatning yuzaga kelishi islohotlardan oldingi davrda xizmat ko'rsatish sohasiga yetarli darajada e'tibor berilmaganligidan dalolat beradi.

Ziyorat turizmni rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini izohlaydigan bo'lsak, “tashkiliy” atamasi O'zbek tilining izohli lug'atida “Tashkil etishga, uyushtirishga, tashkilotchilikka oid; tuzish, tuzilish bilan bog'liq bo'lgan. Tashkiliy ishlar, tashkiliy choralar, tashkiliy masalalar. ...” deb ta'riflangan⁴⁵, iqtisodiy termini esa o'z nomi bilan iqtisodga, iqtisodiyotga oid degan ma'nolarni anglatadi. Bundan xulosa qilish mumkinki, tashkiliy-iqtisodiy atamasi iqtisodiy tashkilotchilikka oid, iqtisodiy tuzilish, tashkil etish kabi ma'nolar bilan izohlanadi.

“Mexanizm” ga to'xtaladigan bo'lsak, izohli lug'atda

1. Mashina, asbob, apparat va shu kabilarning ichki ishga soluchi qismlari, ichki tuzilishi;
2. Biror ishni bajaruvchi murakkab mashina;
3. Ichki tuzilish, sistema;
4. Biror narsaning o'zaro bog'liq bo'lgan va yaxlitlikni tashkil etuvchi qismlari kabi ma'nolarda ishlatilishi ko'rsatilgan.



1-rasm. Ziyorat turizmini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarining xususiyatlari

Yuqorida keltirilgan fikrlarni jamlab, quyidagi ta'rifni hosil qilamiz: “Ziyorat turizmini rivojlantirishning iqtisodiy tashkil etuvchi qismlarining xususiyatlari” kabi soddaroq va tushunarliroq ko'rishga ega bo'lamiz. Ya'ni ziyorat turizmini rivojlantirishning iqtisodiy hamda tashkiliy qismlarining o'ziga xosligi. Ushbu jihatlarni yanada chuqurroq tushunish maqsadida grafik tarzda keltiramiz. 1-rasmda ziyorat turizmining tashkiliy hamda iqtisodiy mexanizmlarining xususiyatlari ko'rsatilgan.

Ziyorat turizmining tizim sifatida “ochiqligi” uning tashqi muhit bilan yaxlitlikdagi mexanizm sifatida shakllanadi. J.K. Bekturdiyev turizmning rivojlanishi haqida quyidagi fikrlarni bildirgan: Turizm iqtisodiyotning tarkibiy qismi sifatida turistlar qabul qiluvchi mamlakatga daromadni keltiradi, yuqori valyuta tushumini ta'minlaydi, aholini ish bilan bandlik darajasini oshiradi. Turistlarga xizmat qilish uchun mehmonxona kerak bo'ladi. Bu yerda ular ovqatlanishi lozim. Turli tomoshalarga kiradilar va ularda qatnashadilar. Ko'p hollarda agar ular xorijiy turistlar bo'lsa, valyuta tushumining ko'payishini ta'minlaydi.

Turizm mahalliy aholi hayotiga ijobiy hamda salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin. Ijobiy xususiyatlari quyidagilarni kiritishimiz mumkin:

- yangi ish o'rinlarining yaratilishi;
- daromadning ko'payishi, mahalliy aholi yashash darajasining oshishi;
- urbanizatsiya jarayonining tezlashishi, infrastruktura, madaniyat tashkilotlarining rivojlanishi;

ijtimoiy va madaniy jarayonlarining tezlashishi;
mahalliy madaniyat o'choqlarining yaralishi, xalq ijodiyoti, an'analari, rasm-rusumlarining rivojlanishi;
qishloq xo'jaligi mahsulotlari va mahalliy ishlab chiqarilgan tovarlarga talabning oshishi;
mahalliy madaniy yodgorliklarning qayta tiklanishi hamda ularning muhofazasi kuchayishi;
tabiiy komplekslarning kengayishi;
mintaqa jozibadorligining oshishi;
mahalliy madaniy hayotning jonlanishi;
Salbiy xususiyatlariga quyidagilar misol bo'la oladi:
malakasiz mehnat ulushining o'sishi;
umumjamiyat normasini buzulishi (ichkilik, fohishabozlik, bezorilik);
oilaviy ajralishlar, yoshlarni hayotga yengil qarash kelishmovchiliklar va h.);
mahalliy aholi va turistlar o'rtasidagi nizolar va boshqa shunga o'xshash holatlar.
Ziyorat turizmini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari turli sohalarni qamrab oluvchi tizimli yondashuvni talab qiladi. Fikrimizcha, mamlakatimiz ziyorat turizmini rivojlantirishda, dastlab, tizimli tahlil qilish maqsadga muvofiqdir. Yurtimizga ziyorat maqsadida keluvchi turistlar sonining oshishiga nima to'sqinlik qilmoqda? Bizning fikrimizcha, bunga asosiy sabablardan biri narxlarning yuqoriligida. Dunyoda eng ko'p musulmon aholi yashaydigan Indoneziya davlati misolida qaraydigan bo'lsak, 284 milliondan ortiqroq aholisi mavjud va ularning asosiy qismini (87 foiz) musulmonlar tashkil etadi. Yiliga o'rtacha 1,3 million indoneziyaliklar Haj va Umra amallarini bajaradilar (200 ming Haj, 1,2 million Umra). Ko'rsatilgan raqamdan 430 ming kishi Umraga uchinchi mamlakatlar orqali boradilar (asosan Turkiya, BAA, Misr, Oman, Iordaniya). Biroq, ushbu masalada asosiy muammo aviaqatnovlar bilan bog'liq. O'zbekistonga tashrif buyurmoqchi bo'lgan indoneziyaliklar uchinchi mamlakatlar orqali uchishlariga va o'rtacha 21-27 soat sarflashlariga to'g'ri keladi. Bu esa o'z o'rnida sayyohlik paketining narxini o'sishiga va umuman olganda ziyoratchilarga jiddiy qiyinchiliklar tug'diradi.

Bizning fikrimizcha, islomda va boshqa din vakillarida ham ziyoratchilar asosan moddiy tomondan kamroq xarajat qilishni va moddiyatdan cheklanishni hohlovchi turistik qatlamdir. Ularning sayohatdan asosiy maqsadi yuqori turistik xizmatlardan bahramand bo'lish emas balki, o'z ehtiyojlarini jilovlagan holda ruhiy kamolotga erishish ya'ni poklanishdir. Aviabiletlar narxining yuqoriligini hisobga olgan holda, o'zaro qo'shni bo'lgan mamlakatlar yoki bilet narxlari nisbatan past bo'lgan mamlakatlar bilan turistik oqimni ko'paytirish choralarini ko'rish maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz. Bunga misol sifatida, MDH mamlakatlari, Markaziy Osiyo mamlakatlari, Turkiy davlatlar tashkilotiga a'zo mamlakatlarni keltirishimiz mumkin. Ushbu davlatlar bir-birlari bilan o'zaro munosabatlarni rivojlantirish orqali, yuqori turistik ko'rsatkichlarga erishish imkoniga ega bo'lishadi. Hozirda Turkiy davlatlar tashkilotiga a'zo davlatlarning diqqatga sazovor joylari haqida ma'lumot beruvchi "Tabarruk Ziyorat" platformasi <https://tabarrukziyosat.uz/> internet manzilida faoliyat olib bormoqda, lekin ushbu portalni yanada takomillashtirish maqsadga muvofiq. Bunda mamlakatlar hududida joylashgan ziyorat obyektlarini dinlar bo'yicha tasniflash orqali ma'lum bir din vakillarining o'z diniy sayohat marshruti tuzishiga ancha ko'maklashgan bo'lar edi. Masalan islom diniga sayohat qiluvchi turistlar uchun tashrif buyurishi rejalashtirilgan obyektlar ro'yxatini tanlash orqali individual turistik marshrut shakllanadi hamda sayohat uchun talab etiladigan taxminiy vaqt va mablag' miqdori ko'rsatiladi.

Xulosa qilib aytganda, OIC/SMIIC 9:2019 standartini joriy etish, ziyorat turizmiga mos sharoitlar yaratish, turoperatorlarni sertifikatlash va bu xizmatlarning sifatini nazorat qilish orqali

mamlakatimizda ziyorat turizmi sohasini rivojlantirishga erishamiz. Bu, nafaqat musulmon sayyohlarning diniy ehtiyojlarini qondirish, balki iqtisodiy o'sish va xalqaro turizm bozorida muvaffaqiyatga erishish yo'lida muhim qadam bo'ladi. Qolaversa, ziyorat, nafaqat e'tiqodiy maqsadga, balki ijtimoiy-madaniy taraqqiyot va xalqlar o'rtasidagi hamjihatlikni kuchaytirishga ham xizmat qiladi. Ushbu mexanizmlar o'zaro uyg'unlashtirilsa, ziyorat turizmi mamlakat iqtisodiy salohiyatini oshirishi va milliy madaniyat hamda tarixiy merosni xalqaro miqyosda tanitishda muhim omilga aylanishi mumkin.

References:

1. Mirziyoyev, Sh.M. (2023). Yangi O'zbekiston strategiyasi. Toshkent: “O'zbekiston” nashriyoti.
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti. (2019). Turizm sohasini jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risidagi Farmon.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022–2026-yillarga mo'ljallangan Taraqqiyot strategiyasi to'g'risidagi PF-60-son Farmoni.
4. Bekturdiyev, J.K. (2020). Turizm iqtisodiyoti va menejmenti. Toshkent: “Iqtisodiyot” nashriyoti.
5. O'zbekiston Milliy ensiklopediyasi. (2018). Turizm. Toshkent: “O'zbekiston Milliy ensiklopediyasi” Davlat ilmiy nashriyoti.
6. World Tourism Organization (UNWTO). (2023). International Tourism Highlights. Madrid: UNWTO.
7. OIC/SMIIC. (2019). Halal Tourism Services — General Requirements (OIC/SMIIC 9:2019). Istanbul: Standards and Metrology Institute for Islamic Countries.
8. Davlat statistika qo'mitasi. (2024). O'zbekiston Respublikasida turizm ko'rsatkichlari statistik to'plami. Toshkent.