



Journal of Academic Research and Trends in Educational Sciences

Journal home page:
<http://ijournal.uz/index.php/jartes>



IMPORTANT ASPECTS OF TOURISM MARKET DEVELOPMENT

Ruxsora Raimbayeva¹

Urganch State University

KEYWORDS

region, tourism, tourism market, hotel, tourism system, tourism infrastructure

ABSTRACT

This article highlights the important aspects of tourism market development.

2181-2675/© 2023 in XALQARO TADQIQOT LLC.

DOI: 10.5281/zenodo.7625092

This is an open access article under the Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.ru>)

¹ Master, Urganch State University, Uzbekistan

TURIZM BOZORINI RIVOJLANTIRISHNING MUHIM JIHLATLARI

KALIT SO‘ZLAR:

Mintaqa, turizm, turizm bozori, mehmonxona, turizm tizimi, turizm infratuzilmasi

ANNOTATSIYA

Ushbu maqolada turizm bozorini rivojlantirishning muhim jihatlari yoritib berilgan.

Iqtisodiyotni modernizatsiya qilish va iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish sharoitida xizmat ko‘rsatish, servis va turizm sohasini rivojlantirish, ishsizlikni bartaraf etish, aholi daromadlari, yashash sharoitlarini oshirish, mamlakat eksportida xizmatlar rolini oshirishda muhim yo‘nalishlardan biri sifatida qaralmoqda. Ayniqsa, turizm sohasining taraqqiyotidagi hozirgi holat, uning istiqbolini belgilovchi ko‘rsatkichlar tahlili turizm industriyasi faoliyatini shakllantirishning iqtisodiy, tashkiliy omillarini o‘rganish, turizm xizmati sifatini ko‘tarish, turistik korxonalar, firmalarning raqobatbardoshligini ta‘minlash hamda turizm mahsulotiga xorij talabini o‘stirishga asos yaratadigan mukammal ilmiy tadqiqotlarga ehtiyoj mavjudligini ko‘rsatadi. Bu esa turizmda turizm bozorini tashkil etish va rivojlantirish yo‘llarini izlab topishni taqozo etadi.

Turizm sohasida turizm bozori o‘ziga xos o‘rin tutadi. Chunki, turizm bugungi kunda global tarmoq sifatida eng yaxshi rivojlanayotgan sohalardan biri sifatida xalqaro miqyosda shaxslararo, madaniy, ijtimoiy va siyosiy munosabatlar rivojlanishiga ijobiy ta‘sir qiladi. Shu bois, turizmda bozorni o‘rganish (marketing) shakllantiriladi va to‘la amalga oshiriladi.

Darhaqiqat, marketing alohida saralab olingan faoliyat sohasi bo‘lib, bu orqali turistik faoliyat natijasi bo‘lgan turistik mahsulot turistik bozorda sotilib, oxirgi iste‘molchi(turist)ga yetkaziladi. Bunda asosan, davlat sektori, turistik firmalar va mehmonxonalarning barchasi faol ishtirok etadilar. Shuningdek, turizm bozoriga xos bo‘lgan turizm marketingi turistik firma iste‘molchiga taqdim etishi mumkin bo‘lgan turistik xizmatlarga mavjud yoki yashirin talabni aniqlash, identifikatsiyalash va baholash hamda mavjud kuch salohiyatini maqbul daromad olish maqsadlarida ushbu xizmatlarni ishlab chiqish, ishlab chiqarish, targ‘ib qilish va sotishga qaratish sanaladi.

Turizm xizmatlari bozorini shakllantirish va rivojlantirishning iqtisodiy asoslarini hozirgi zamonda kechayotgan moliyaviy o‘zgarishlar kesimida tashkil qilish umumiy iqtisodiy taraqqiyotning muhim omillaridan ekanligi soha mutaxassislari va olimlar tomonidan e‘tirof etiladi.

Turistik bozor turistik mahsulot sotuvchilari va xaridorlari o‘rtasida iqtisodiy munosabatlar yuzaga keladigan va turistik mahsulot sotilishi yuz beradigan soha bo‘lib, u turistik mahsulot sotuvchilari va xaridorlari o‘rtasidagi iqtisodiy munosabatlarning xususiyati, shu bilan birga, turistik mahsulotning har bir sotuvchisi va xaridori o‘z

manfaatlariga ega bo'ladi hamda bu manfaatlar o'zaro mos tushgandagi turistik mahsulotning sotuvi amalga oshiriladi.

Shu sababli, turistik bozor turistik mahsulot ishlab chiqaruvchilari va sotuvchilari manfaatlarining o'zaro moslashtiruv vositasi bo'lib, bunda xo'jalik yurituvchi turistik subyekt uchun turistik bozor ushbu subyekt mahsulotini xarid etishdan manfaatdor bo'lgan hamda bugun yoki ertaga uni xarid etish uchun yetarli pul mablag'lariga ega bo'lgan iste'molchilar yig'indisi tushuniladi.

Darhaqiqat, turistik bozorning mohiyati uning funksiyalarida aks etadi. Bunda iqtisodiy kategoriyaning funksiyasi ma'lum munosabatlar tizimida uning xususiyatlarining namoyon bo'lishi sanaladi. Bu esa turistik bozor funksiyalari jamiyatda turistik faoliyatning namoyon bo'lish shakli va mohiyatini aks ettiradi. Shunga asosan, turistik bozor quyidagi keltirilgan vazifalarga ega bo'ladi:²

-1-vazifa: Turistik mahsulotda aks ettirilgan qiymat va iste'mol qiymatining sotilishini ta'minlash.

-2-vazifa: Turistik mahsulotning iste'molchi tomonidan iste'mol etilishini ta'minlash yoki iste'molchini turistik mahsulotgacha yetkazib kelish.

-3-vazifa: Mehnatga bo'lgan moddiy rag'batlantirishlarni iqtisodiy ta'minlash yoki mehnatni iqtisodiy rag'batlantirish.

Turistik bozor o'z sig'imi va o'z subyektlariga ega bo'ladi. Turistik bozor sig'imi uning qancha miqdorda turistik mahsulotni "yuta olish (sig'dirish)" qobiliyati bo'lib, bu miqdor to'lov qobiliyatiga ega bo'lgan aholi soni hamda turistik taklif hajmiga bog'liq bo'ladi.

Shu bilan birga, turizm dunyo mamlakatlari o'rtasida notekis rivojlanib, bu ularning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish darajasi bilan belgilanadi. Xususan, xalqaro turizmning eng rivojlangan joyi G'arbiy Yevropa mamlakatlari hisoblanib, bu mintaqaning hissasiga xalqaro turizm bozorining 75 foizdan ortig'i va 60 foizga yaqin valyuta tushumlari to'g'ri keladi. Bu taxminan 20 foizga yaqini Amerika, 10 foizdan kamrog'i Osiyo, Afrika va Avstraliyaga to'g'ri keladi.³

Turistik bozorni rivojlantirishga qaratilgan turizm sohasini G'arbiy Yevropa mamlakatlarida rivojlanishining asosiy sabablaridan biri shundaki, ikkinchi jahon urushidan keyingi yillarda bu yerlarda xalqaro turizmni yo'lga qo'yish orqali iqtisodiyotni tiklash asosiy yo'nalish hisoblangan. Buni o'z vaqtida tushungan biznesmenlar, tadbirkorlar oz pul sarflab, ko'proq foyda olishni aynan shu xalqaro turizm sohasida ko'rganlar.

Bugungi kunda G'arbiy Yevropa mamlakatlarida xalqaro turizm sohasidan olinadigan daromad ularning jami daromadlarida salmoqli o'rinni egallaydi. Turizm bozori geografik nuqtai-nazardan ikki qismga ichki va xalqaro turizm bozoriga ajratiladi.⁴ Shunga asosan,

² Камилова Ф.К., Рўзиев С.С. Туризм маркетинги. Ўқув қўлланма – Т.: ТДИУ, 2007. – 12 б.

³ "Минтақаларда ишбилармонлик муҳитини янада яхшилаш, кичик бизнес ва хусусий тadbirkorликни ривожлантириш асосида мамлакатда барқарор иқтисодий ўсишни таъминлашнинг устувор йўналишлари" мавзусидаги илмий-амалий анжуман материаллари тўплами. – Урганч: УрДУ Ноширлик бўлими, 2013. - 152 б.

⁴ Усмонов М.Р., Ҳайитбоев Р. Миллий туризмнинг махсус турларини ишлаб чиқиш. Ўқув-услубий мажмуа. – Самарқанд: СамИСИ, 2011. - 74 б.

bozordagi iste'molchilar "turist" deb nomlanadi.

Umuman olganda, turizm bozorida mahsulotga qaraganda xizmatning bozorlanishi asosiy hisoblanadi hamda turizmda ishlab chiqarilgan xizmatlar turli xil xizmatlarning yig'indisidan tashkil topadi. Turizm sohasining barqaror taraqqiyotida turizm bozorining tutgan o'rne belgilanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Kamilova F.K., Ro'ziyev S.S. Turizm marketingi. O'quv qo'llanma – T.: TDIU, 2007. – 12 b.
2. Usmonov M.R., Hayitboyev R. Milliy turizmning maxsus turlarini ishlab chiqish. O'quv-uslubiy majmua. – Samarqand: SamISI, 2011. - 74 b.
3. "Mintaqalarda ishbilarmonlik muhitini yanada yaxshilash, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish asosida mamlakatda barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlashning ustuvor yo'nalishlari" mavzusidagi ilmiy-amaliy anjuman materiallari to'plami. – Urganch: UrDU Noshirlik bo'limi, 2013. - 152 b.