

# GLOBAL TURIZM SANOATINI RIVOJLANTIRISHNING ASOSIY TENDENSIYALARI

**Husanov Farrux Oltinboyevich**

“Ipak yo’li” turizm va madaniy meros

xalqaro universiteti

Turizm menejmenti kafedrasida dotsent v.b.

**Annotatsiya:** Maqolada mehmonxona korxonalarida xizmatlarning raqobatbardoshligini baholash muammolari ko'rib chiqiladi, bunda sifat ob'ekt raqobatbardoshligining muhim omili hisoblanadi. Maqolada mehmonxona korxonalarida xizmatlarning raqobatbardoshligini baholash uchun ekspert omil va parametrik usullar qo'llaniladi, shuningdek, regressiya aloqalari orqali talablar va xizmatni shakllantirish masalalari o'rganiladi.

**Kalit so'zlar:** sifat kafolati, "umumiy" va "maxsus" omillar, xizmat ko'rsatish sifati, izchillik, ishonchlilik, aniqlik, ma'lumotlarni uzatish tezligi, regressiya, narx-sifat nisbati.

**Аннотация:** В статье рассматриваются проблемы оценки конкурентоспособности услуг на гостиничных предприятиях, где качество является важным фактором конкурентоспособности объекта. В статье используются экспертный факторный и параметрический методы оценки конкурентоспособности услуг гостиничных предприятий, а также исследуются вопросы формирования требований и услуг через регрессионные зависимости.

**Ключевые слова:** обеспечение качества, «общие» и «частные» факторы, качество обслуживания, согласованность, надежность, точность, скорость передачи данных, регрессия, соотношение цена-качество.

**Abstract:** The article examines the problems of assessing the competitiveness of services in hotel enterprises, where quality is an important factor of object competitiveness. The article uses expert factor and parametric methods to evaluate the competitiveness of services in hotel enterprises, and also studies the issues of requirements and service formation through regression relationships.

**Key words:** quality assurance, "general" and "specific" factors, service quality, consistency, reliability, accuracy, data transfer rate, regression, price-quality ratio.

Turizm biznesi jahon iqtisodiyotining eng tez rivojlanayotgan tarmoqlaridan biridir. Ba'zi hisob-kitoblarga ko'ra, xalqaro turizm neft va avtomobil ishlab chiqarishdan keyin eksport qilinadigan uchta yirik sanoat tarmoqlari qatoriga kiradi.

Bosh qarorgohi Londonda joylashgan butunjahon sayohat va turizm kengashi 2017 yilda sayohat va turizm iqtisodiy faolligini 3,6 trillion dollarga baholagan ya'ni yalpi jahon mahsulotining taxminan 11 foizini tashkil etadi, bu

esa uni jahon iqtisodiyotidagi eng yirik sanoatga aylantiradi. Zamonaviy turizm daromadlari trillionlab AQSH dollariga baholanmoqda, bu “katta” davlatlarning yalpi ichki mahsuloti bilan solishtirish mumkin <sup>1</sup>.

Sayyohlik sanoatining sayyohlik uchun eng ommabop bo'lgan mamlakatlarning YaIM tarkibiga qo'shgan hissasi hali ham juda kam.

YaIMda turizmdan eng yuqori daromad Avstriya (8%), Ispaniya (5,8%), Shveysariya (5,2%)ga to'g'ri keladi. Turizmning rivojlanish sur'ati bo'yicha Xitoy, Meksika va AQSh ajralib turadi. Biroq, ba'zi mamlakatlarda turizmdan olingan daromadlar YaIMning hal qiluvchi elementi hisoblanadi: Bermud orollari - 34,7%, Seyshel orollari - 27,4%, Antigua - 58,5%, Bagama orollari - 52,1%. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, dunyoning eng kam rivojlangan 49 mamlakatida turizm valyuta tushumlari manbai sifatida neftdan keyin ikkinchi o'rinda turadi <sup>2</sup>.

Iqtisodiyotning daromadli va infratuzilmali tarmog'i sifatida turizm Sovet davridan beri O'zbekistonda ustuvor asosga ega bo'lib, bu Markaziy Osiyo mintaqasi bo'yicha boshqa davlatlardan ajratib turadi. Bu hodisa, birinchi navbatda, respublikaning geografik joylashuvi, jozibador turistik marshrutlarni tashkil etish sohasidagi katta salohiyat va boshqalar bilan bog'liq.

Bularning barchasi turizmning bugungi kunda jahon iqtisodiyotida katta rol o'ynashini va ayni paytda dunyodagi eng daromadli biznes turlaridan biri ekanligini ko'rsatadi. Shuning uchun jahon iqtisodiyotining ushbu sektorining kelajagi, uning istiqbollari va kelgusi uchinchi ming yillikda rivojlanish dinamikasi haqidagi savollar juda muhim. Natijada turizm hozirda xalqaro biznesning eng jadal rivojlanayotgan turlaridan biri hisoblanadi. Tadbirkorlarning turizmga bo'lgan qiziqishi yaqqol ko'rinib turibdi va bir qancha omillar bilan izohlanadi. Birinchidan, turizm biznesini boshlash ortiqcha investitsiyalarni talab qilmaydi. Ikkinchidan, yirik, o'rta va kichik firmalar turizm bozorida juda muvaffaqiyatli o'zaro hamkorlik qiladilar. Va shu bilan birga, biznesning ushbu turi kapitalni tezda aylantirish, shuningdek (xalqaro turizm sohasida) valyuta operatsiyalari orqali ma'lum imtiyozlarni olish imkonini beradi.

G'arbiy Yevropa, AQSh, Yaponiya va Kanadaning an'anaviy bozorlaridan Markaziy va Sharqiy Yevropa kabi muqobil bozorlarga, jumladan Rossiya, Xitoy, Janubiy Koreya, Meksika, shuningdek, turizmni rivojlantirishga e'tiborning bosqichma-bosqich o'tishi kutilmoqda(1-jadval.).

*1-jadval* . Kirish turizmi hajmining dunyo mintaqalari bo'yicha taqsimlanishi (xalqaro turistlar, million kishi)

---

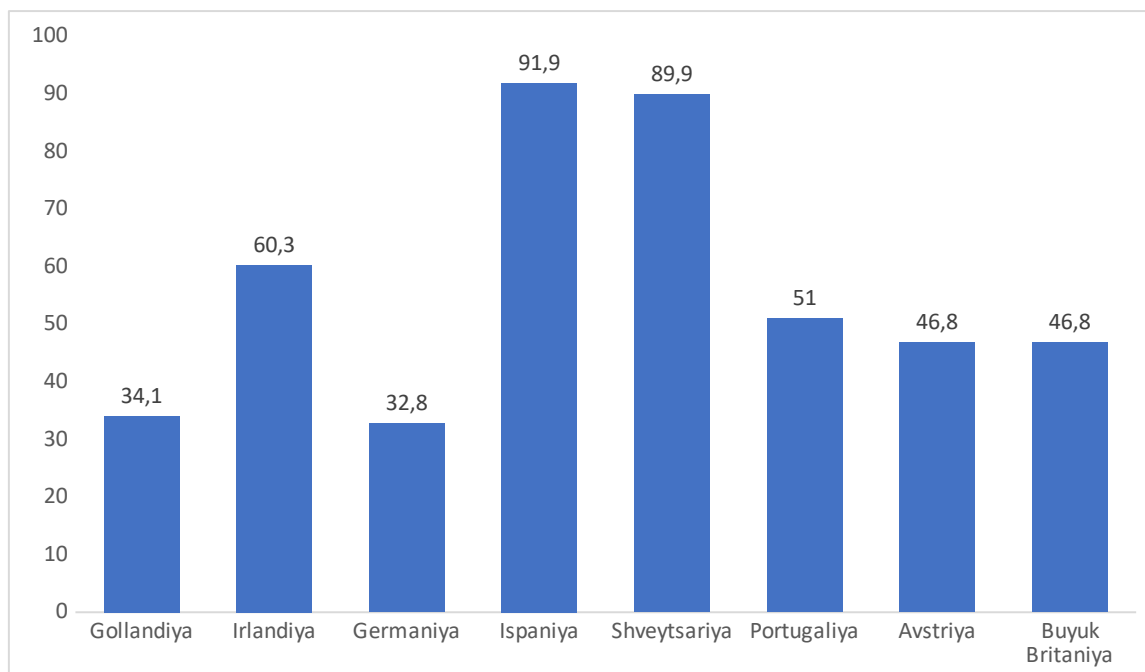
1

2

Dunyo mintaqalari	Qaytish				Prognoz	
	2010 yil	2012 yil	2015 yil	2019	2020	2025
Jami	327.1	457.2	565.4	667,7	1006.4	1561.1
Afrika	9.7	15.0	20.2	27.4	47,0	77.3
Amerika (Shimoliy va Janub)	64.3	92.8	108.9	130.2	190.4	282.3
Sharqiy Osiyo (Tinch okeani mintaqasi)	31.1	54.6	81.4	92.9	195.2	397.2
Yevropa	212.0	282.7	338.4	393.4	527.3	717,0
yaqin Sharq	7.5	9.0	12.4	18.3	35.9	68.5
Janubiy Osiyo	2.5	3.2	4.2	5.5	10.6	18.8

Turizm bozori juda dinamik va turistlarni turistik markazlarda qabul qilish shartlarining o'zgarishiga darhol javob beradi. Masalan, 2004 yilda Tinch okeani mintaqasida sodir bo'lgan sunami Tailand, Malayziya va Indoneziya kabi rivojlangan sayyohlik markazlarining mavqeini jiddiy ravishda buzdi. Natijada xalqaro bozorda o'z mavqeini saqlab qolish yoki mustahkamlashga intilayotgan mamlakatlar turizmni barqaror rivojlanish tamoyillari asosida rejalashtirmoqda, bu sohaga uzoq muddatli sarmoya kiritishni nazarda tutadi va turizmni rivojlantirish bo'yicha aniq davlat strategiyalariga ega.

Jahon amaliyotida qo'llaniladigan strategiyalarning asosiy tarkibiy qismlari: global tendentsiyalar va turizm rivojlanishining multiplikativ ta'sirini hisobga olgan holda an'anaviy va istiqbolli yo'nalishlar o'rtasidagi munosabatlarni baholash bilan o'z bozorlarini batafsil tahlil qilish. Har yili ma'lum shartlar asosida xalqaro ko'rgazmalarni o'tkazish, shuningdek, turizm xizmatlari iste'molchilari bilan muloqot qilishning asosiy platformasi kabi ilg'or axborot texnologiyalaridan keng foydalanishni naarda tutadi. Turizm sohasi muvaffaqiyatli rivojlanib, mamlakatni rivojlantirishning strategik maqsadlariga erishish uchun shart-sharoitlar yaratish, ya'ni dinamik va barqaror iqtisodiy o'sish asosida aholi farovonligini oshirish, aholi bandligini ta'minlash imkonini beruvchi asosiy elementlardan biriga aylanishi mumkin. Aholining ijtimoiy va ma'naviy ehtiyojlarini qondirish darajasini oshirish va davlatning kelajakdagi rivojlanishi va xalqaro mavqeini mustahkamlash uchun salohiyatni oshiradi. Zamonaviy turizmning muhim tendentsiyasi mamlakatda umuman turizmni rivojlantirish bo'yicha davlat siyosatining rolini oshirish, shuningdek, alohida turistik mahsulotlarni ichki va xalqaro bozorlarda maqsadli targ'ib qilishdir (1-rasm).



*I-rasm.* Milliy turizm tashkilotlarining reklama uchun ajratilgan byudjetlari, million evro, 2018 yil

Samarali davlat siyosati asosida turizm sohasi xizmatlar sifatini oshirishni ta'minlaydi, inson kapitalini rivojlantirishni rag'batlantiradi, hayot sifatini yaxshilaydi, infratuzilmani yaratadi va yaxshilaydi.

#### **Foydalanilgan manbalar ro'yxati**

1. Azoev G.L. Raqobat: tahlil, strategiya va amaliyot. M.: INFRA -M, 1996 yil.
2. Alekseev V. Marketing bo'yicha seminar: Vazifalar, testlar, vaziyatlar. M.: INFRA -M, 2001 yil.
3. Ambler T. Amaliy marketing. "Piter" nashriyoti, 1999-400 b. ("Menejment nazariyasi va amaliyoti" turkumi)
4. Andreeva O. Biznes texnologiyasi: Marketing: Darslik. M.: INFRA -M, 1997 yil.
5. Assel G. Marketing: tamoyillari va strategiyasi. M.: INFRA -M, 2001 yil.