

ТУРИЗМ ТАРАҚҚИЁТИДА МИЛЛИЙ ТУРИЗМ БОЗОРИНИНГ ТУТГАН ҶРНИ

О.Ф.Эгамбердиев, УрДУ Туризм мутахассислиги 2-курс магистранти;

Ҳозирги ижтимоий-иқтисодий ривожланиш босқичида туризм хизмат кўрсатиш соҳаси бозор муносабатлари ривожланишининг муҳим сектори бўлиб қолмоқда. Чунки, туризм хизмат кўрсатиш соҳаси иқтисодиётнинг таркибий қисми ҳисобланади. Бунда туризм яхлит тизим сифатида алоҳида бир мамлакат ва умумжаҳон хўжалигининг маълум унсурлари билан узвий алоқада бўлади. Хусусан, охириги ўн йилликда тез суръатларда халқаро туризм ривожланди.

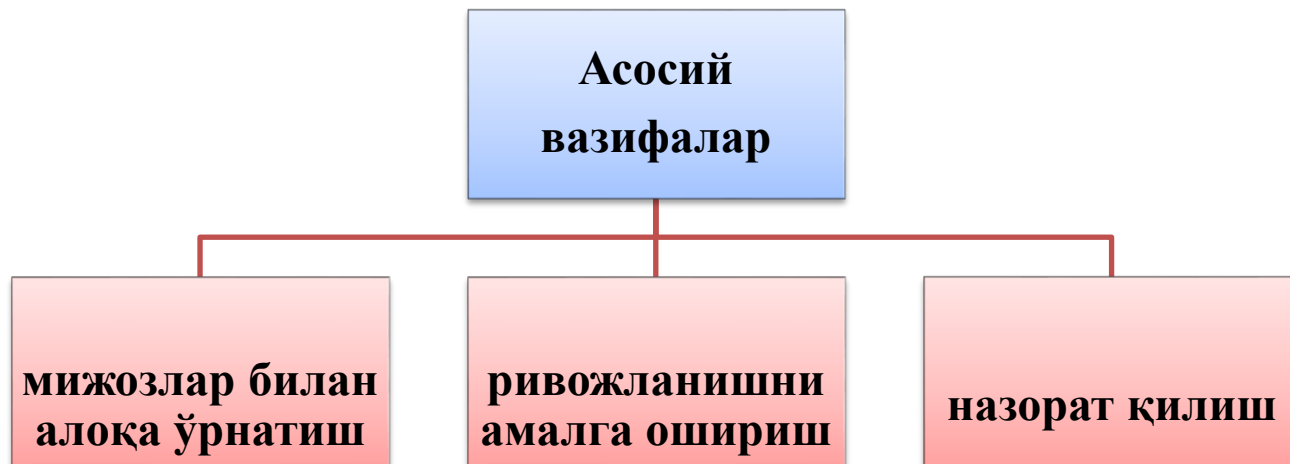
Мамлакатда туризм тизими тараққиётининг жадал ривожланишига салбий таъсир кўрсатиб турган омиллардан бири туристик хизматлар бозори, яъни миллий туризм бозорининг талаб даражасида эмаслиги бўлиб, бу ўз навбатида туризм индустриясини катта туристик ресурсларга эга бўлган минтақаларда ривожлантириш имкониятини чегаралайди. Айниқса, туризм соҳасининг тараққиётидаги ҳозирги ҳолат, унинг истиқболини белгиловчи кўрсаткичлар таҳлили туризм индустрияси фаолиятини шакллантиришнинг иқтисодий, ташкилий омилларини ўрганиш, туризм хизмати сифатини кўтариш, миллий туристик корхоналар, фирмаларнинг рақобатбардошлигини таъминлаш ҳамда миллий туризм маҳсулотига хориж талабини ўстиришга асос яратадиган мукамал илмий тадқиқотларга эҳтиёж мавжудлигини кўрсатади. Бу эса туризмда миллий туризм бозорини ташкил этиш ва ривожлантириш йўллариини излаб топишни тақозо этади. Шу боисдан ҳам, туризм соҳасида миллий туризм бозори ўзига хос ўрин тутди. Чунки, туризм бугунги кунда глобал тармоқ сифатида энг яхши ривожланаётган соҳалардан бири сифатида халқаро миқёсда шахслараро, маданий, ижтимоий ва сиёсий муносабатлар ривожланишига ижобий таъсир қилади. Шу боисдан ҳам, туризмда бозорни ўрганиш шакллантирилади ва тўла амалга оширилади. Маркетинг алоҳида саралаб олинган фаолият соҳаси бўлиб, бу орқали туристик фаолият натижаси бўлган туристик маҳсулот туристик бозорда сотилиб, охириги туристга етказилади. Бунда асосан, давлат сектори, туристик фирмалар ва меҳмонхоналарнинг барчаси фаол иштирок этадилар.

Туризм соҳасида маркетинг ёки туризм маркетинги янада самарали туристик-экскурсион хизматларни ишлаб чиқиш ва туристик маҳсулот сифатини ошириш асосида ҳамда жаҳон туристик бозорида кечаётган жараёнларни ҳисобга олган ҳолда даромад олиш мақсадида уларни сотиш бўйича туристик корхоналар фаолиятини ташкил этиш ва бошқариш тизими саналади. Туризм маркетингининг таркибий қисми ва маркетинг муносабатларни тўла амалга оширишга қаратилган стратегик маркетинг ҳисобланади. Стратегик маркетинг истеъмолчилар, яъни туристларнинг ҳожат ва талабларини “тизимли” доимий таҳлили бўлиб, унда туристик фирмаларга барқарор рақобат ҳолатини таъминловчи самарали маҳсулот ва хизматлар концепциясини ишлаб чиқиш амалга оширилади.

Шунингдек, миллий туризм бозорига хос бўлган туризм маркетинги туристик фирма истеъмолчига тақдим этиши мумкин бўлган туристик хизматларга мавжуд ёки яширин талабни аниқлаш, идентификациялаш ва баҳолаш ҳамда мавжуд куч

салоҳиятини мақбул даромад олиш мақсадларида ушбу хизматларни ишлаб чиқиш, ишлаб чиқариш, тарғиб қилиш ва сотишга қаратиш саналади. Туризмда маркетинг туристик фирмага туристик маҳсулотлар бозорида ижобий натижаларга эришиш имконини берувчи ўзаро боғлиқ усуллар ва чора-тадбирлар тизими саналади.

Бутун жаҳон туристик ташкилоти туризмдаги маркетингнинг қуйидаги учта қуйидаги асосий вазифасини ажратади (1-расм):



1-расм. Туризмда маркетингнинг асосий вазифалари [1]

Ушбу вазифаларни изчил амалга ошириш бугунги кунда туристик фирмаларда замонавий маркетинг сифатли хизматларни ишлаб чиқиш ва уларга кенг жалб қилувчи нархни белгилаш йўллари билдиради. Бунда туристик фирма мавжуд ва эҳтимолли мижозлар билан узлуксиз коммуникацион алоқага эга бўлиши лозим. Шунингдек, туристик фирма фаолияти жараёнида мақбул нарх сиёсатини ишлаб чиқиш ва “нархни яратиш” стратегиясини туристик фирма фаолиятининг ўзига хосликларига мувофиқ қўллаш лозим. Шунинг учун ҳам, туристик корхоналарда малакали ходимларга эга бўлган маркетинг хизматларини ташкил қилиш керак ва улар корхона фаолиятини яхшилаш стратегияси билан шуғулланиб, маркетинг тадқиқотлари ўтказиш орқали туристик корхона қиёфасини шакллантириш билан банд бўлишлари лозим.

Миллий туризм хизматлари бозорини шакллантириш ва ривожлантиришнинг иқтисодий асосларини ҳозирги замонда кечаётган молиявий ўзгаришлар кесимида ташкил қилиш умумиқтисодий тараққиётнинг муҳим омилларидан эканлиги соҳа мутахассислари ва олимлар томонидан эътироф этилади. Аммо, миллий туризмни ривожлантиришнинг концептуал асосларини шакллантириш ва уни амалда тадбиқ этиш жараёнининг кўп қиррали ва мураккаблиги сабабли юзага келадиган муаммоларнинг аксарият қисми назарий ва услубий жиҳатдан тўлиқ ўрганилмасдан қолмоқда. Чунки, туризмни ривожланиши туристик бозорнинг фаолияти билан боғлиқ бўлади.

Миллий туристик бозорнинг турли йўналишлардаги таърифлари туристик бозорнинг моҳиятини акс эттиради. Аввало, туристик бозор туристик маҳсулот олди-сотди битимлари юз берадиган жой саналади. Бироқ, бундай савдо фақат бир ернинг ўзида кечмайди. Хусусан, савдо, телекс, телеграмма, факс, телефон ҳамда сотувчи ва харидорнинг бевосита иштирокисиз амалга оширилади. Шунинг

учун ҳам, туристик бозор аниқ бир жой ёки географик ҳудуд билан белгиланмайди ҳамда уни халқаро туризм бозори деб номланади.

Умуман олганда, миллий туристик бозор туристик маҳсулот сотувчилари ва харидорлари ўртасида иқтисодий муносабатлар юзага келадиган ва туристик маҳсулот сотилиши юз берадиган соҳа бўлиб, у туристик маҳсулот сотувчилари ва харидорлари ўртасидаги иқтисодий муносабатларнинг хусусияти, шу билан бирга, туристик маҳсулотнинг ҳар бир сотувчиси ва харидори ўз манфаатларига эга бўлади ҳамда бу манфаатлар ўзаро мос тушгандаги туристик маҳсулотнинг сотуви амалга оширилади. Шу сабабли ҳам, миллий туристик бозор туристик маҳсулот ишлаб чиқарувчилари ва сотувчилари манфаатларининг ўзаро мослаштирув воситаси бўлиб, бунда хўжалик юритувчи туристик субъект учун туристик бозор ушбу субъект маҳсулотини харид этишдан манфаатдор бўлган ҳамда бугун ёки эртага уни харид этиш учун етарли пул маблағларига эга бўлган истеъмолчилар йиғиндиси.

Миллий туристик бозорнинг моҳияти унинг функцияларида акс этади. Бунда иқтисодий категориянинг функцияси маълум муносабатлар тизимида унинг хусусиятларининг намоён бўлиши саналади. Бу эса туристик бозор функциялари жамиятда туристик фаолиятнинг намоён бўлиш шакли ва моҳиятини акс эттиради. Шунга асосан, туристик бозор қуйидаги келтирилган вазифаларга эга бўлади [1]:

- 1-вазифа: Туристик маҳсулотда акс этирилган қиймат ва истеъмол қийматининг сотилишини таъминлаш.

- 2-вазифа: Туристик маҳсулотнинг истеъмолчи томонидан истеъмол этилишини таъминлаш ёки истеъмолчини туристик маҳсулотгача етказиб келиш.

- 3-вазифа: Меҳнатга бўлган моддий рағбатлантиришларни иқтисодий таъминлаш ёки меҳнатни иқтисодий рағбатлантириш.

Туристик бозорда биринчи функциянинг амалга оширилиши жараёнида туристик маҳсулот пулга айирбошланади. Бунда туристик маҳсулотдаги истеъмол қиймати ижтимоий тан олинади. Натижада, туристик индустрияни ривожлантириш учун зарур бўлган пул маблағлари қўлга киритилади. Туристик бозорнинг иккинчи функцияси турагентликлар ва туроператорлар тармоқларининг яратилиши билан амалга оширилади.

Турист ўз пулларини туристик маҳсулотга айирбошланиб, ўзининг моддий ва маънавий эҳтиёжларини қондиради. Натижада, миллий туристик бозорда инсонларнинг йўқотилган иш кучининг қайта тикланиш жараёни юз беради. Шунингдек, туристик ташкилот ўз фаолияти натижасида олган даромади уни туристик маҳсулотни қайта ишлаб чиқаришга рағбатлантиради. Миллий туристик бозор ўз сиғими ва ўз субъектларига эга бўлади. Туристик бозор сиғими унинг қанча миқдорда туристик маҳсулотни “юта олиш” қобилияти бўлиб, бу миқдор тўлов қобилиятига эга бўлган аҳоли сони ҳамда туристик таклиф ҳажмига боғлиқ бўлади.

Туристик бозор сиғими бозор унсури бўлган “нарх” иштирокисиз кўриб чиқилади. Чунки, нархнинг турли даражаларида туристик маҳсулотга бўлган талаб турлича миқдорларда бўлади. Туристик бозор субъектлари эса туристик маҳсулот ишлаб чиқарувчилари ва истеъмолчилари бўлган ҳуқуқий ва жисмоний шахслардир. Туристик маҳсулот истеъмолчилари бўлса, туристик саёҳатни амалга

оширишни истовчи фуқаролар, яъни туристлар саналади. Туристтик маҳсулот ишлаб чиқарувчилари туристларнинг эҳтиёжларини қондириб, фойда олиш мақсадида фаолият юритувчи туристик фирмалар бўлиб, булар Ўзбекистон миллий қонунчилигида “туристик фаолият субъектлари” ҳисобланади. Белгиланган тартибда рўйхатга олинган ва туристик хизматлар кўрсатиш билан боғлиқ фаолиятни амалга ошириш учун лицензияси бўлган корхоналар, муассасалар ва ташкилотлар деб номланади.

Дарҳақиқат, мамлакатимизнинг туризм соҳасида етарли даражада ва ҳар қандай хорижий мамлакатлардан қолишмайдиган имкониятларга эгаллиги бу борада кўплаб муваффақиятларга эришишни таъминловчи асосий манба бўлиб ҳисобланади. Ана шуларни ҳисобга олиб, мамлакатда мустақилликнинг дастлабки йилларидан бошлаб ҳозирги кунгача замон талабларига жавоб берувчи миллий туристик бозорни ривожлантириш борасида амалга ошириб келинаётган ислохотлар ўзининг ижобий натижаларини бериб келмоқда.

Шу билан бирга, туризм дунё мамлакатлари ўртасида нотекис ривожланиб, бу уларнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш даражаси билан белгиланади. Хусусан, халқаро туризмнинг энг ривожланган жойи Ғарбий Европа мамлакатлари ҳисобланиб, бу минтақанинг ҳиссасига халқаро туризм бозорининг 75 фоиздан ортиғи ва 60 фоизга яқин валюта тушумлари тўғри келади. Бу тахминан 20 фоизга яқини Америка, 10 фоиздан камроғи Осиё, Африка ва Австралияга тўғри келади [2]. Ҳамда миллий бозорни ривожлантиришга қаратилган туризм соҳасини Ғарбий Европа мамлакатларида ривожланишининг асосий сабабларидан бири шундаки, иккинчи жаҳон урушидан кейинги йилларда бу ерларда халқаро туризмни йўлга қўйиш орқали иқтисодиётни тиклаш асосий йўналиш ҳисобланган. Буни ўз вақтида тушунган бизнесменлар, тадбиркорлар оз пул сарфлаб, кўпроқ фойда олишни айнан шу халқаро туризм соҳасида кўрганлар. Шу сабабли ҳам, бугунги кунда Ғарбий Европа мамлакатларида халқаро туризм соҳасидан олинадиган даромад уларнинг жами даромадларида салмоқли ўринни эгаллайди.

Ўзбекистоннинг туристик салоҳияти юқорилиги билан бирга, уларнинг юқорида айтиб ўтган шаҳарлар ўта диққатга сазовор. Масалан, туристларнинг кўриши мумкин бўлган объектлар сони бўйича Хива шаҳари биринчи ўринда туради. Унда 310 та объект, иккинчи ўринда Бухоро шаҳри бўлиб, унда 221 та объект, Тошкент шаҳарида 144 та ва Самарқандда 118 та объект мавжуд. Мазкур ишларни яхшилаш мақсадида ҳозирги кунда туристик фаолият билан шуғулланадиган жуда кўп хусусий фирмалар ташкил қилинди. Уларнинг кўпи ўз ишини мувофиқлаштириш ва бир-бири билан ҳамкорлик қилиш мақсадида касбий уюшмаларга бирлашди. Бу ташкилотлар ўз аъзоларига эркин фаолият билан шуғулланиши учун тегишли шарт-шароитни яратиб берадилар.

Бозор муносабатлари аста-секин ривожланиши, иқтисодиёт тармоқларига кириб бориши, ундаги банд аҳоли ҳамда аҳолининг барча қатламларига ўз таъсирини кўрсатди. Бозор муносабатлари аҳолини янги фикрлашга, янги иқтисодий тармоқларни шакллантиришни уни ЯИМ таркибида улушини оширишни талаб этади. Бир иқтисодий тизимдан янги иқтисодий тизимга ўтиш аҳолининг турмуш даражасига таъсир қилади. Чунки, мамлакат иқтисодиётида олиб борилаётган муҳим ижтимоий сиёсатлардан бири аҳоли бандлигини

таъминлаш ва турмуш даражасини ошириш саналади. XX аср охирларида аҳоли турмуш даражасини ошириш ва аҳоли бандлигини таъминлаш, иқтисодиётнинг ишлаб чиқариш соҳаси, хусусан қишлоқ хўжалиги, саноат тармоқлари муҳим аҳамият касб этади.

Бироқ, аҳоли эҳтиёжларини шаклланиши, халқаро иқтисодий интеграциянинг юзага келиши, хизмат кўрсатиш соҳасини шакллантириш ва ривожлантиришни тақозо этди. Хизмат кўрсатиш соҳасининг ривожланиб бориши, аҳоли турмуш даражасини яхшиланиб бораётганлигини кўрсатади. Шу сабабли ҳам, миллий туризм бозорини ривожлантиришда хизмат кўрсатиш соҳасининг асосий тармоқларини ривожлантириш муҳим аҳамият касб этади. Ҳамда, аҳоли турмуш даражасини ошириш ва бандликни таъминлашда хизмат кўрсатиш соҳасининг туризм тармоқлари муҳим тармоқлардан бири сифатида қаралади. Шу боисдан ҳам, туризм ҳозир ва келажакда мамлакат хазинаси учун зарур валюта тушумини кўпайтиради, аҳолини иш билан таъминлайди ва шу асосда унинг турмуш даражасини ошириш учун хизмат қилади.

Ўзбекистонда иқтисодий, сиёсий барқарорликни мавжуд бўлиши, бу соҳани жадал суръатлар билан ривожланиш имкониятлари мавжудлигини кўрсатади. Ҳатто, жаҳон ҳамжамияти томонидан умумэтироф этилган масалалардан бири ҳам жаҳон миқёсида иқтисодиётнинг барча соҳалари, хусусан хизмат кўрсатиш соҳасининг етакчи тармоқларидан бирига айланаётган туризмда туризм бозорининг барқарор ривожланиб бораётганлигини таъкидламоқда. Маркетинг маҳсулотнинг бозорда истеъмолчи билан қаршилаши ва бир-бирлари билан тенглашиши ҳисобланади. Чунки, туризм маркетингини туристик хизмат ёки маҳсулот билан туризм бозори шакллантиради. Туризм бозори географик нуқтаи-назардан икки қисмга миллий ва халқаро туризм бозорига ажратилади [3]. Шунга асосан, бозордаги истеъмолчилар “турист” деб номланади.

Умуман олганда, туризм маркетингида туристик маҳсулотга қараганда хизматнинг бозорланиши асосий ҳисобланади ҳамда туризмда ишлаб чиқарилган хизматлар турли хил хизматларнинг йиғиндисидан ташкил топади. Бу билан туризм соҳасининг барқарор тараққиётида миллий туризм бозорининг тутган ўрни белгиланади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

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

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

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