

Ўзбекистон Туризм Хизматлар Бозорида “Рекреацион Туризм” Тушунчасининг Иқтисодий-Ижтимоий Моҳиятини Аниқлаш

PhD, Зумрад Усманова

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, Маркетинг кафедраси доценти

Abstract: In this article development of tourist recreational services market in Uzbekistan, its diversity in the regional quantity as well as concentration of demand in the development of resorts providing recreation are identified.

Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш ва унинг самарадорлигини оширишда тинчлик, хавфсизлик, сиёсий ва иқтисодий барқарорлик мавжуд бўлиб, республикада бошқа мамлакатларга нисбатан жуда катта эътибор бералаётганлиги билан ажралиб турибди. Бу борада Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги ПФ-5611-сон Фармони билан тасдиқланган “2019 — 2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш Концепцияси” катта аҳамиятга эга. Фармон мамлакатда туризмни миллий иқтисодиётни диверсификация қилиш, ҳудудларни жадал ривожлантириш, янги иш ўринларини яратиш, аҳолининг даромадлари ва турмуш даражасини ошириш, мамлакатнинг инвестициявий жозибдорлигини оширишни таъминловчи стратегик тармоқлардан бири сифатида ривожлантириш бўйича комплекс чора-тадбирлар босқичма-босқич амалга оширилмоқда.

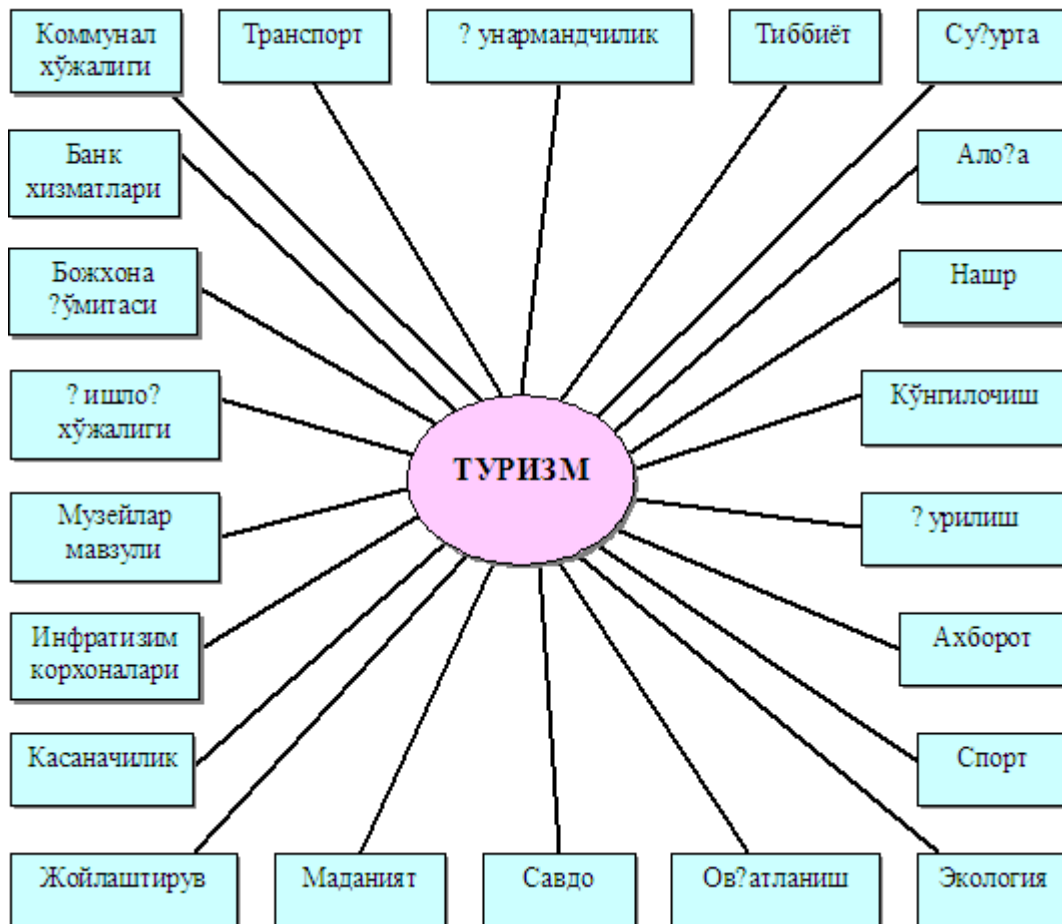
Бунинг натижаси бўлиб, халқаро алоқаларнинг чуқурлашувига, транспорт хизматлари кўрсатишнинг тезлашувига, рекреацион ҳудудларда истиқомат қилиш сифатини оширишга олиб келади. Инсонларнинг билим олиш, соғломлаштиришга бўлган эҳтиёжининг ўсиши ва халқаро ишбилармон алоқаларнинг зарурати инсонлар ҳаракатчанлигини оширишга олиб келади.

Туризм тўлов қобилиятига эга мижозни мамлакатга келишини таъминлаб, уни маҳаллий хизмат кўрсатиш индустрияси қўлига топширади. Бу ерда туризм ташкилотчи сифатида иштирок этиб, даромаднинг кичик бир қисмига компенсация сифатида эга бўлади. Иқтисодий даромадларнинг катта қисми бошқа тармоқларда намоён бўлиб, уларда туристик харажатлардан келиб чиқадиган даромадлилик сегментларини яратади. Бу ерда туризмдан келувчи пул оқимларини ҳудуддаги ўз маҳсулотлари реализациясидан шаклланган пул оқимларини фарқлаш керак, чунки кейингиси ҳудуд ичида капитал ўсишга олиб келмайди. Кирувчи туризм воситасида олинган молиявий қўйилмалар мамлакат иқтисодиёти учун бошқа кўринишда қабул қилинади. Бундай капитал ташқаридан келиб, юқорида таъкидланганидек, ҳудудда бевосита мультипликатив ва индустрлашган самарани акс эттиради. Шундай қилиб, бир қатор тармоқлар ҳудуднинг иқтисодий ва ижтимоий даромадларини таъминлайдиган самарали туристик фаолиятни амалга оширишга қизиқиши билан белгиланади.

Бунинг тасдиғи сифатида туризм атамасига берилган кўпдан-кўп сонли таърифнинг мавжудлигини келтиришимиз мумкин.

Давлат миқёсида туризм фаолияти транспорт ва алоқа, қурилиш, қишлоқ хўжалиги, халқ истеъмоли товарларини ишлаб чиқариш, «шоу бизнес» ва «кино бизнеси», кўнгилочар ташкилотлари ва спорт клублари, шунингдек алоқа ташкилотлари, маиший хизмат

кўрсатиш, автосервис, маҳаллий ҳунармандчилик, эсдалик совғалар ишлаб чиқариш, қурилиш, банк ва суғурта хизматларини ривожлантиришда бевосита ва билвосита ўз таъсирини ўтказди. Туризм соҳаси миллий иқтисодиётнинг кўплаб тармоқларга билвосита таъсирини қуйидаги схема кўринишида акс этиши мумкин (1-чизма).



1-чизма. Туризм соҳасининг иқтисодиётга билвосита таъсир кўрсатувчи турдош тармоқлар

Шуни таъкидлаш керакки, ҳудудий стратегик режалаштиришда туризм соҳасидан келадиган тўғридан-тўғри ва ташқи самараларнинг мажмуавий баҳоси маҳаллий ресурсларни максимал даражада ишлатилишини, туризм инфратузилмасига етарли миқдордаги инвестицияларни жалб қилиш, бизнес-режаларни асослаш унинг ривожланишидан манфаатдор бўлган тармоқларнинг ажратмалари ҳисобига қўллаб-қувватлашнинг ўзига хос чораларини ишлаб чиқишга имкон беради.

Ижтимоий неъматлар назарияси нуқтаи назаридан қараганда, рекреация дам олишни мақсадли ташкил этиш, тегишли билим ва кўникмаларни ўзлаштириш ва қўллашни, томошабин сифатида томошаларда иштирок этиш йўли билан аҳолининг жисмоний, интеллектуал ва маънавий эҳтиёжларининг қондирилиш жараёнини қамраб олувчи махсус фаолият туридир. Бир томондан, социал хизматлар тоифасига тааллуқли рекреацион хизматлар тармоқнинг маҳсулоти сифатида намоён бўлади¹.

М.Қ.Пардаев ўзининг мақоласида “рекреацион тармоқ” ни дам олувчининг сарфлаган жисмоний, ақлий ва маънавий кучини ҳамда саломатлигини ва иш қобилиятини тиклашга, интеллектуал салоҳиятини юксалтиришга қаратилган хизматларни кўрсатишга мўлжалланган корхона, ташкилот ва муассасалар (дам олиш зоналари, рекреацион парклар,

1. Григорьев В.И. Симонов В.С. Стратегия формирования индустрии рекреации. -СПб.: Инд по СПбГУЭФ, 2006.

тиббий муассасалар, туристик фирмалар, сунъий сув ҳавзалари, овчилар, балиқчилар уйлари санатория ва курортлар каби) мажмуи, деб ҳисоблайди. “Рекреацион тизим” эса рекреацион фаолиятни амалга оширишда қўлланиладиган барча субъектлар (соғломлаштириш, даволаниш, дам олиш муассасалари, туризм ва у билан боғлиқ субъектлар, туризмга хизмат қилувчи инфратузилма кабилар) мажмуи тушунилади. “Рекреацион хизмат” сифатида, дам олувчининг сарфланган жисмоний, ақлий, маънавий кучини, саломатлиги ва иш қобилиятини тиклашга қаратилган турли рекреацион хизматларни кўрсатиш жараёни, деб ҳисоблайди².

Х.М.Маматқулов хизмат кўрсатиш соҳасига оид атамалар ва иборалар изоҳли луғатида “рекреацион туризм” ни соғломлаштириш, даволаниш ва дам олиш, рухий ва ҳиссий кучини тиклаш, жисмоний ривожланишни таъминлаш мақсадидаги оммавий туризм тури” ва “рекреацион хизматлар” ни қулай яъни тўлов эвазига ишлаб чиқариладиган фойдали ҳаракат, ўзига хос тарзда ташкил этилган корхона томонидан бажарилади. Инсоннинг йўқотилган кучини тиклаш, даволаниш, дам олиш, кўнгил очиш, янги таъсуротлар олиш ва билиш, ўз яшаш жойини вақтинча ўзгартириш мақсадларига қаратилган”³, деб ҳисоблайди.

Шундай қилиб, туризм рекреацион фаолиятнинг шакли сифатида иқтисодий ривожланган мамлакатларда оммавий тус олганлигини таъкидлаш мумкин. Туризмнинг турли таърифларини таҳлил қилган ҳолда “рекреацион хизматлар” тушунчасини туристик маҳсулотни шакллантиришда, сотишда унинг таркибига кирувчи ва бевосита иқтисодиёт тармоқларига мультипликатив самара билан таъсир қилувчи ҳамда туристик-рекреацион ресурсларни истеъмол қилиш жараёнида ҳосил бўладиган ижтимоий-иқтисодий муносабатлар ва ходисалар тўпламидан иборат, деб ҳисоблаймиз.

Бизнингча ҳудуд иқтисодиётининг рекреацион ихтисослашувини акс эттирувчи кўрсаткичларга қуйидагиларни киритса бўлади:

- ҳудуднинг ички ва халқаро туризмдан, жорий нархлардаги тушумлар йиғиндиси;
- ялпи ҳудудий маҳсулотда ички ва халқаро туризмдан келган тушумлар улуши;
- ялпи ҳудудий маҳсулотнинг ўсиш суръати ва унда туризмдан келган тушумларнинг ўсиш суръатларининг нисбати;
- ҳудудий товар ва хизматлар сотувидан келган тушумларнинг умумий қийматида халқаро туризмдан тушган тушумларнинг улуши;
- истеъмолнинг умумий харажатларида ички ва халқаро туристлар харажатларининг улуши.

Туристик-рекреацион соҳанинг асосий иқтисодий функцияларини инвестицияларга хўжалик ва рекреацион мақсадлардаги янги технологияларга қўшимча талабни яратишда ифодалаш мумкин. Бундан ташқари, асосий ишлаб чиқариш инфратузилма ҳамда туризм инфратузилмасининг яратилишини рағбатлантиради. Туризм индустрияси тармоқда янги иш ўринларини ташкил этиш билан биргаликда, турдош тармоқларда ҳам билвосита бандликни таъминлайди. Моддий бойликлар ва хизматлар ишлаб чиқаришдан ташқари, тармоқ аҳоли эҳтиёжларининг қондирилиш даражасини кўтариш натижасида истеъмол бозоридаги талабни фаоллаштиради.

Рекреацион-туристик индустрия корхоналари ва фирмаларидан келган солиқ тушумлари ҳисобига давлат даромадларининг ортиши кузатилади. Рекреацион-туристик маҳсулотни

2. Пардаев М.Қ., Исломова Р.А., Гаппаров А.Қ. Рекреацион зоналар ва экологик туризм: таърифларини ишлаб чиқишда назарий ва услубий ёндошувлар. // “Иқтисодиётни модернизациялаш шароитида хизмат кўрсатиш соҳаси самарадорлигини ошириш ва инновацион фаолиятни такомиллаштириш муаммолари” мавзусидаги материаллари (2014 21-22 феврал) Самарқанд, 2014. - 78-84 бетлар

3. Х.М.Маматқулов Хизмат кўрсатиш соҳасига оид атамалар ва иборалар изоҳли луғати. Т.: “IQTISOD-MOLIYA” 2010 й. 218 б.

сотишдан тушаётган чет эл валютаси мамлакатнинг тўлов дисбалансини назорат қилиш воситаси бўлиб, товарлар экспортини рағбатлантиради.

Туризмнинг, хусусан, рекреацион туризмнинг иқтисодийга таъсир этиш моҳияти, унинг хизматларга бўлган талабининг ошиши юқори мультипликатив самарага эгалиги, унинг ривожланиши бутун хизматлар соҳасининг кенгайишига олиб келишидан иборат экан. Шундай қилиб, ҳар қандай ҳудудда рекреацион туризмнинг ривожланиши (санаторий-курортда даволаниш ва соғломлаштиришга ихтисослашган) соғлиқни сақлаш, рекреацион тиббиёт, жисмоний тарбия ва спортнинг ривожланишига катта туртки бериши аниқланди.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Boltabaev, M. R., Tukhliev, I. S., Safarov, B. S., & Abdurakhimov, S. A. (2018). *Turizm: nazariya va amaliyot*. Tashkent, Fan va tekhnologiya, 6.
2. Shakhnoza N., Aslanova D. Diffusion of clustering in the deployment of recreational tourism market of Uzbekistan // *Journal of Management Value & Ethics*.
3. Diyor K. CURRENT ISSUES IN THE DEVELOPMENT OF MARKETING LOGISTICS IN WHOLESALE TRADE // *Academic Journal of Digital Economics and Stability*. – 2021. – Т. 6. – С. 13-19.
4. Зайналов, Д. Р., Алиева, С. С., & Рузибаева, Н. Х. (2021). МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К РЕГУЛИРОВАНИЮ РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ ТУРИСТСКИХ ОТДЕЛЕНИЙ. In *Феномен рыночного хозяйства: от истоков до наших дней. Синтез цифровых технологий и инновационных решений* (pp. 160-169).
5. Мурадова Н. У., Бегматов Х. А. Вопросы формирования благоприятного инвестиционного климата в рамках региональной экономики // *Экономика и парадигма нового времени*. – 2019. – №. 4 (12). – С. 33-37.
6. Зайналов, Д. Р., & Усмонов, П. (2020). СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ ПУТЕМ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ. In *Саяпинские чтения* (pp. 43-52).
7. Komiljon o'g'li B. S. СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКИ МЕСТНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ.
8. Наркулова, Ш. Ш. *Биометрия как перспективный инструмент в решении проблемы поведенческого маркетинга / Ш. Ш. Наркулова // Маркетинг в России и за рубежом*. – 2021. – № 3. – С. 10-16.
9. Narkulova S. et al. THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF THE STUDY CATEGORIES "INTERNET MARKETING" // *Экономика и социум*. – 2021. – №. 4-1. – С. 231-234.