

МАМЛАКАТ ДОИРАСИДА ТУРИЗМНИНГ УЧ МАКОНЛИ ТИЗИМЛИ ТАҲЛИЛИ

Ибрагимов Нутфилло Салимович,

БухДУ докторанти, и.ф.н.

E-mail: ibragimov.nutfillo@mail.ru

Аннотация: Илмий мақолада мамлакат доирасида туризм соҳаси тизимли таҳлил қилинган бўлиб, сайёҳни вужудга келтирувчи, ахборот ва саёҳат маконларга ажратиб тадқиқ қилиш методологияси илмий асосланган. Туризм тизимининг уч маконда рақобатбардошликка эришишга оид тавсиялар ишлаб чиқилган.

Аннотация: В статье проведен системный анализ туризма и научно обоснована методология исследования основанный на таких пространствах как генерирующее туристов, информационное и принимающее туристов. Разработаны предложения по достижению конкурентоспособности на всех пространствах системы туризма.

Abstract: In the article is carried out the system analysis of tourism and scientifically justified the research methodology based on generating tourists, informational and receiving tourist spaces. Were developed proposals for achieving competitiveness in all spaces of the tourism system.

Калим сўзлар: Мамлакат доирасида туризм, туризм таклиф тизими, сайёҳни вужудга келтирадиган, ахборот, саёҳат маконлари, рақобатбардошлик, жозибадорлик, барқарор ривожланиш, рақамли тафовут.

Кириш

Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2016 йил 2 декабрдаги ПФ-4861-сонли “**Ўзбекистон Республикасининг туризм соҳасини жадал ривожлантиришни таъминлаш чора-тадбирлари тўғрисида**”ги фармонининг 8-бандида “аэропортларда ва темир йўл вокзалларида қулай туризм ахборот маконини, шу жумладан туризм-ахборот пунктлари фаолиятини, туризм навигация тизимини, йўналиш олиш белгиларини ўрнатиш ва бошқа шу каби тадбирларни таъкил этиш ва ривожлантириш ҳисобига йўловчиларга, шу жумладан бенул асосда кўрсатиладиган хизматлар даражаси ва сифатини ошириш чора-тадбирларини тизимли равишда амалга ошириш” вазифаси белгиланди. Бундан ташқари, 2017 йил 4 декабрда «**Ўзбекистон Республикасининг Консуллик йиғимлари тарифига ўзгартиришлар ва қўшимчалар киритиш тўғрисида**»ги Президент қарори қабул қилинган бўлиб, якка тартибдаги хорижий фуқароларга 30 кун муддатга бериладиган ягона туристик виза жорий этилди. Хорижий сайёҳларнинг Ўзбекистонга кириш тартибининг соддалаштирилиши натижасида **якка тартибда, саёҳатни мустақил**

уюштирувчилар сони кескин ошиб, ушбу туристларга мослашган *туризм таклиф тизимини* шакллантириш эвазига, уларнинг назарида мамлакатимиз сайёҳлик жозибадорлигини янада ошириш масаласи долзарб бўлмоқда.

Иқтисодий, сиёсий ҳамда инфор­мацион глобализация ва интеграция туризм маконларининг ўзгаришига олиб келди. Жаҳон туризм соҳаси яхлитлашиб, унинг таркибига кирадиган мамлакатларнинг ўзаро алоқадорлиги ва бир-бирига боғланганлиги тобора ошиб бормоқда. Маълум мамлакатнинг реал туризм ва саёҳат рақобатбардошлигини баҳолаб, жозибадорлигини мунтазам ошириб боришнинг асосий шарти, унинг туризм таклиф тизимини сайёҳни вужудга келтирувчи давлатлардаги вазият ҳамда тизимни ўраб турган ахборот маконлари билан яхлит ҳолда **тизимли таҳлил қилишни** талаб этади.

Мавзуга оид адабиётларнинг таҳлилі

Leiper [1] туризм соҳасига тизимли-географик ёндашиб, унинг *сайёҳларни вужудга келтирувчи ҳудуд, туризм ҳудуди* (дестинация) ҳамда иккисини бирлаштирувчи *транзит ҳудудлардан* иборат моделини таклиф қилиб, туристлар, туризм саноати ҳамда географик элементлардан иборат тизим, деб таъриф беради. Prosser [2] эса туризм тизимининг мукамалроқ моделини ишлаб чиқиб, унга *туризм ҳудуди муҳити, сайёҳни вужудга келтирувчи бозор, тарғибот-ташвиқот ишлари мажмуи* ҳамда *транспорт ва коммуникациядан иборат тизим* сифатида қарайди. К. Каспар [3] **туризмга** - маълум муҳитда бирлашиб ҳаракатланадиган ва ишлайдиган элементлардан иборат, сиёсий, иқтисодий, ижтимоий, технологик ва экологик омиллар таъсирида бўлган очик тизим деб таъриф беради.

Россиялик тадқиқотчи А. Ю. Александрова [4] туризмга иқтисодий тизим сифатида қараб, муаммога тизимли ёндашган олдинги тадқиқотчилардан фарқли равишда, туризм тизимининг таркибий қисми сифатида янги унсурни – туризм хизмат ва маҳсулотлари бозорини киритиб, соҳага тизимли-иқтисодий ёндашади. Тизимли-иқтисодий қарашнинг яна бир тарафдори ўзбекистонлик олима М.Т. Алимованинг фикрича [5], туризм бозори – бу, туристик маҳсулотларни сотувчилар (таклиф) ва сотиб олувчилар (талаб) ўртасидаги ижтимоий-иқтисодий муносабатлар ҳамда туристик маҳсулотларга талаб ва таклифни бевосита тартибга солувчи иқтисодий механизмларни ўз ичига олувчи мураккаб тизимдир.

В.Г. Герасименко туризм тизимининг уч асосий унсури (тизимостилари), *туристик ресурс, туристик маҳсулот, туристик хизматлар* бозорини ажратади ва ўзаро узлуксиз таъсир жараёнларидан боғлиқ компонентлардан иборат тизим сифатида қараб, унинг асосий функцияси туристик фаолиятнинг ушбу уч унсурини мувофиқ ривожлантиришга қаратиш муҳимлигини илмий асослайди [6].

Умуман олганда, туризм соҳасига тизимли ёндашган барча маҳаллий ва халқаро тадқиқотчилар унинг қуйидаги 6 омилдан иборат эканлигини эътироф этадилар: 1) *сайёҳ*, 2) *сайёҳни вужудга келтирувчи ҳудуд*, 3) *саёҳат ҳудуди*, 4) *транзит ҳудуд*, 5) *туризм саноати*, 6) *тизим амал қиладиган ижтимоий, иқтисодий, сиёсий, технологик, меъёрий-ҳуқуқий, экологик муҳит*.

Туризмга юқорида келтирилган тизимли ёндашувлар муаммонинг маълум жабҳасини ўрганишга қаратилган бўлиб, Т. В. Черевичконинг фикрича [7], туризмнинг маконли кўламини англаш ва тушуниш учун унга географик, ижтимоий ва ишлаб чиқариш тизимлари сифатида қараш лозим.

Туризм соҳасини тизим сифатида тадқиқ этишда макон категорияси белгиловчи аҳамият касб этади. И. И. Пирожник туризм маконларининг хилма-хиллигини тавсифлаб, унинг қуйидаги асосий хусусиятларини ажратади: *гетероген* (турли таркиблилик) ва *комплекс* (уйғун бирлашганлик), бошқа маконларга нисбатан *очиқлик* хусусияти, таркибий унсурларнинг *яхлитлиги*, амал қилишининг *мавсумийлиги*, ҳудудий жойлашувнинг *иерархиклиги*, жараёнларнинг *ўзгарувчанлиги* [8].

Ўзбекистонлик тадқиқотчилар томонидан туризм ҳудудларининг моно, мини, микро, мезо, мета, макро ва мега рақобатбардошлиги тизимли тадқиқ қилинган [9]. Туризм маконларининг туристик жозибадорлигини 2 мезон асосида гуруҳлаш тавсия этилган [7]. Биринчидан, ҳудуднинг ихтисослашуви, иккинчидан туризм маконининг ривожланиш босқичлари. Биринчи мезонга биноан, туризм маконларининг 5 тури ажратилади [10]: *табиий туризм макони*, *рекреацион туризм макони*, *йирик шаҳар ва аҳоли пунктларида жойлашган туризм маконлари*, *тадбирга оид туризм макони*, *афсонага асосланган туризм маконлари*.

Туризм маконларининг ҳаёт босқичларини аниқлаш имкониятини берадиган иккинчи мезонга кўра, қуйидагича гуруҳланади: *ўрганилаётган туризм макони*, *сайёҳлар кирган туризм макони*, *ассимиляция бошланган туризм маконлари*, *туризм макони колонизацияси* ҳамда *туризм макони урбанизацияси* [11].

Тадқиқот методологияси

Туризм таклиф тизими кирувчи ва чиқувчи бирликлардан иборат ҳамда очик бўлгани учун атроф-муҳит, яъни ижтимоий, иқтисодий, сиёсий, технологик, меъёрий-ҳуқуқий, экологик омиллар таъсирида бўлади (1-чизмага қаранг). Унинг кириш қисмида моддий, инсоний, молиявий ва ахборотга оид ресурслар мавжуд бўлиб, ушбу хусусият барча тизимларга хосдир. Туризм таклиф тизимининг кириш қисмида потенциал сайёҳнинг молиявий ресурслари ва саёҳат эҳтиёжларини қондиришда қатнашган барча моддий ва номоддий ресурслар мажмуи бўлса, чиқиш қисмида сайёҳларнинг саёҳат таассуротлари, яъни саёҳат давомида истеъмол қилинган маҳсулот ва хизматлардан олинган ижобий ҳис-туйғулар мажмуи туради ҳамда саёҳат амалга оширилган ҳудуд имижининг шаклланишида белгиловчи аҳамият касб этади. Туризм таклиф тизимининг асосий функцияси потенциал сайёҳларни ўзига жалб қилиб, уларнинг саёҳат эҳтиёжларини қондириб, ижобий ҳис-туйғулар билан доимий яшаш жойига етказиб қўйишдир. Ушбу жараёнларни илмий тушуниш мақсадида туризм таклиф тизимини комплекс, турли географик ҳудудлар нуктаи назаридан тизимли тадқиқ этиш заруратини туғдиради.

ТАШҚИ МУҲИТ



1-чизма. Туризм таклиф тизими

Манба: Тадқиқотлар натижасида олинган маълумотлар асосида муаллиф ишланмаси.

Туризм соҳаси саёҳат билан боғлиқ эҳтиёжларни қондиришга мўлжалланган мамлакат иқтисодиётининг йирик тармоғи бўлиб ҳисобланади ва у **халқаро, миллий** ҳамда **мамлакат доирасида туризм** категорияларида ўз аксини топади. Мамлакат доирасида туризм категорияси **халқаро кириш**, яъни хорижий ташриф буюрувчиларнинг Ўзбекистон бўйлаб саёҳати ва **ички туризм**, ўзбекистонлик ташриф буюрувчиларнинг мамлакат ҳудудида саёҳатини қамраб олади. Демак, мамлакат доирасида туризмни барқарор ривожлантиришнинг асосий шарти сайёҳни вужудга келтирувчи ва саёҳат амалга ошувчи маконлар, шунингдек уларни *уйғунлаштирувчи ахборот маконида* вужудга келадиган жараёнларни англаш, такомиллаштириш йўллари илмий асослаш масаласини яна бир марта кўриб чиқишни тақозо этиб, ушбу фундаментал тадқиқотда **мамлакат доирасида туризм** соҳаси, **3 маконли тизимли ёндашув асосида** назарий жиҳатдан ўрганилган. Натижада, тадқиқотнинг илмий янгилиги бўлган *мамлакат доирасида туризм таклиф тизимининг* сайёҳни вужудга келтирувчи, ахборот ҳамда саёҳат амалга ошувчи маконлардан иборат модели ишлаб чиқилган.

Таҳлил ва натижалар

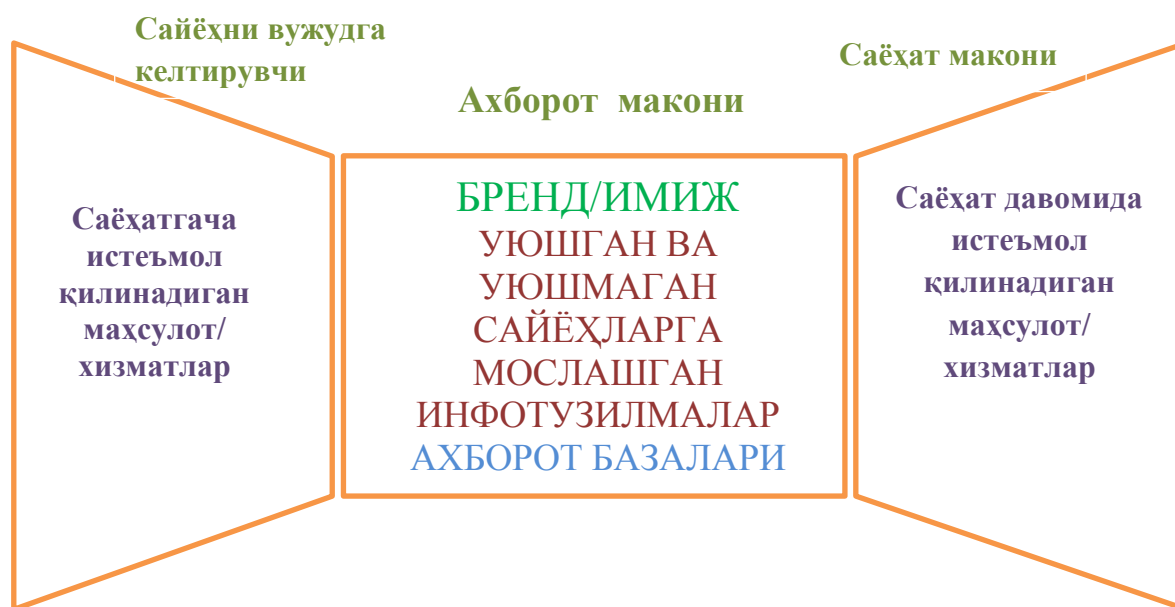
Фикримизча, **мамлакат доирасида туризм таклиф тизими** – сайёҳни вужудга келтирадиган, ахборот ҳамда саёҳат амалга ошадиган маконлардан иборат очиқ тизим бўлиб, ҳар учала маконда халқаро кириш ва ички таширф буюрувчиларнинг саёҳат эҳтиёжларини қондириш жараёнида қатнашадиган барча давлат ва нодавлат ташилотлар мажмуидир.

Мамлакат доирасида туризм таклиф тизими **1) сайёҳни вужудга келтирадиган, 2) ахборот ва 3) саёҳат амалга ошадиган маконларда** истеъмолчи ҳамда ишлаб чиқарувчилар ўртасида вужудга келадиган жараёнларга асосланади (1-2-чизмаларга қаранг).

1. Сайёҳни вужудга келтирадиган макон - саёҳатгача истеъмол қилинадиган қуйидаги товар ва хизматларни қамраб олади:

- Туризм воситачилари (*инициатив туроператор, турагентликлар, туризм ҳудудларининг сайёҳни вужудга келтирадиган бозорлардаги ваколатхоналари*);

- Саёҳатгача истеъмол қилинадиган хизмат ва маҳсулот ишлаб чиқарувчилари (*транспорт компаниялари, визани расмийлаштириш муассасалари, туризмга оид материал нашриётчилари, фотоаппарат, чемодан ва бошқа саёҳат даврида фойдаланиладиган маҳсулот ёки хизматлар*).



2-чизма. Мамлакат доирасида туризм таклиф тизимининг 3 маконли модели

Манба: Тадқиқотлар натижасида олинган маълумотлар асосида муаллиф ишланмаси.

2. Ахборот макони – сайёҳни вужудга келтирадиган ва саёҳат амалга ошадиган маконларни уйғунлаштирувчи, мамлакат жозибадорлигини ўзида акс эттирган қуйидаги ахборот манбалари ва маркетинг воситаларини қамраб олади:

- уюшган ва уюшмаган таширф буюрувчилар талабларини қондиришга мўлжалланган ахборот технологиялари асосида шаклланган воситалар (*инициатив*

ва ресептив туроператор, туристик агентликларининг туристик пакетларни тижоратлаштириш каналлари, бронлаш тизимлари, транспорт, меҳмонхона, овқатланиш, гид ва бошқа хизматларни сотиш ёки банд қилиш имконини берувчи ахборот технологиялари, геоахборот тизимлари);

- мамлакат жозибадорлигини тарғиб қилиб, ижобий имижини шакллантирувчи стратегик маркетингга оид барча чора-тадбирлар мажмуи (брендинг, имижни шакллантириш, реклама, оммавий ахборот воситалари орқали етказиладиган барча маълумотлар йиғиндиси);

- давлатнинг жорий қонунчилигидан хабардор қиладиган манбалар мажмуи (меъёрий ҳужжатларнинг хорижий тиллардаги шакллариغا эга бўлиш имконини берадиган ахборот воситалари (Lex.uz)).

3. Саёҳат амалга ошадиган макон – саёҳат эҳтиёжларини қондириш жараёнида қатнашадиган барча ташкилотлар етказиб берадиган маҳсулот ва хизматлар мажмуини ўзида акс эттириб, қуйидагича гуруҳланади:

- Туризм соҳасини ривожлантириш, тартибга солиш ва ҳамкорлик қилишга оид давлат ва нодавлат ташкилотлари;

- Туризм воситачилари (ресептив *туроператорлар*);

- Саёҳат давомида истеъмол қилинадиган хизмат ва маҳсулот ишлаб чиқарувчилари (*транспорт компаниялари, жойлаштириш муассасалари, умум овқатланиш ташкилотлари, музей ҳамда экскурсия хизматларини етказувчилар, саёҳат давомида фойдаланиладиган бошқа маҳсулот ёки хизматлар*).

Мамлакат доирасида туризмни барқарор ривожлантириш, фикримизча, биринчидан уюшган сайёҳларни вужудга келтирувчи бозорлар билан ўрнатилган ҳамкорлик ришталари, яъни ресептив ҳамда инициатив туроператорнинг ўзаро манфаатли иқтисодий муносабатларидан, иккинчидан мустақил уюшган сайёҳлар назарида жуда муҳим воситалар, яъни **бронлаш тизимларининг мавжудлиги, хизмат кўрсатувчи ташкилотларнинг геоахборот тизимлари базаларига киритилганлиги ва бошқа ахборот технологияларига асосланган маркетинг воситаларининг жорий қилинганлигига** боғлиқдир. Яъни, сайёҳни вужудга келтирувчи ҳамда саёҳат маконлари ўртасида **“рақамли туфовут”** (Digital Divide) тушунчаси [12] мавжуд бўлиб, у қанча катта бўлса, сайёҳни вужудга келтирувчи бозорларни эгаллаш шунча мураккаб кечади.

Internet World Statsнинг 2017 йилнинг июнь ойи маълумотларига кўра [13], жаҳонда интернетдан фойдаланувчилар 3 млрд. 885 млн. кишини ташкил қилган бўлиб, шундан 1 млрд. 938 млн. Осиё аҳолисига тўғри келган. Айни манбага қараганда, Ўзбекистонда 2000 йилда интернет тармоғидан фойдаланувчилар сони 7,5 минг кишини ташкил этган бўлса, 2017 йил июнь ойида фойдаланувчилар сони 15,5 млн.ни ташкил қилиб, аҳоли умумий сонининг ярмидир. Осиёнинг 35 та мамлакати кесимида интернетдан умумий аҳолига нисбатан фойдаланувчилар сони қуйидаги жадвалда келтирилган.

1-жадвал

Осиё мамлакатларининг интернетдан фойдаланувчилари сони

Осиё	Аҳолиси	Интернетдан фойдаланувчи- лар (2000 йил)	Интернетдан фойдаланувчи- лар (2017 йил 30 июнь)	Аҳоли сонига салмоғи (%)	Осиё бўйича
Афғонистон	34,169,169	1,000	4,005,414	11.7 %	0.2 %
Арманистон	3,031,670	30,000	2,126,716	70.1 %	0.1 %
Озарбайжон	9,973,697	12,000	7,799,431	78.2 %	0.4 %
Бангладеш	164,827,718	100,000	73,347,000	44.5 %	3.8 %
Бутан	792,877	500	331,423	41.8 %	0.0 %
Бруней	434,448	30,000	325,836	75.0 %	0.0 %
Камбоджа	16,076,370	6,000	4,115,551	25.6 %	0.2 %
Хитой	1,388,232,693	22,500,000	738,539,792	53.2 %	38.1%
Грузия	3,972,532	20,000	2,411,370	60.7 %	0.1 %
Гон конг	7,401,941	2,283,000	6,461,894	87.3 %	0.3 %
Ҳиндистон	1,342,512,706	5,000,000	462,124,989	34.4 %	23.8 %
Индонезия	263,510,146	2,000,000	132,700,000	50.4 %	6.8 %
Япония	126,045,211	47,080,000	118,453,595	94.0 %	6.1 %
Қозоғистон	18,064,470	70,000	13,873,513	76.8 %	0.7 %
Шимолий Корея	25,405,296	--	14,000	0.1 %	0.0 %
Жанубий Корея	50,704,971	19,040,000	47,013,649	92.7 %	2.4 %
Қирғизистон	6,124,945	51,600	2,113,106	34.5 %	0.1 %
Лаос	7,037,521	6,000	1,539,106	21.9 %	0.1 %
Макао	606,384	60,000	495,052	81.6 %	0.0 %
Малайзия	31,164,177	3,700,000	24,554,255	78.8 %	1.3 %
Малдив ороллари	375,867	6,000	270,000	71.8 %	0.0 %
Мўғулистон	3,051,900	30,000	1,500,000	49.1 %	0.1 %
Мянмар	54,836,483	1,000	13,747,506	25.1 %	0.7 %
Непал	29,187,037	50,000	6,400,000	21.9 %	0.3 %
Покистон	196,744,376	133,900	44,608,065	22.7 %	2.3 %
Филиппин	103,796,832	2,000,000	57,607,242	55.5 %	3.0 %
Сингапур	5,784,538	1,200,000	4,699,204	81.2 %	0.2 %
Шри Ланка	20,905,335	121,500	6,700,160	32.1 %	0.3 %
Тайвань	23,405,309	6,260,000	20,601,364	88.0 %	1.1 %
Тожикистон	8,858,115	2,000	1,813,256	20.5 %	0.1 %
Тайланд	68,297,547	2,300,000	57,000,000	83.5 %	2.9 %
Тимор-лесте	1,237,251	0	340,000	27.5 %	0.0 %
Туркменистон	5,502,586	2,000	989,915	18.0 %	0.1 %
Ўзбекистон	30,690,914	7,500	15,453,227	50.4 %	0.8 %
Вьетнам	95,414,640	200,000	64,000,000	67.1 %	3.3 %
Осиё жами	4,148,177,672	114,304,000	1,938,075,631	46.7 %	100.0 %

Манба: <http://www.internetworldstats.com/stats3.htm>.

Замонавий рақамли асрда туризмни давлат миқёсида барқарор ривожлантиришнинг муҳим шарт, туризм таклиф тизими ахборот маконида “рақамли тафовутдан” холи бўлиш механизмларини жорий қилишни талаб этади. Яъни, туризм ўта ривожланган мамлакатлар сингари, интернетдан

фойдаланувчи юридик ва жисмоний шахслар сонини, аҳоли сонига нисбаттан 85-90%га кўтариш лозим.

Хулоса ва таклифлар

Юқорида илмий асосланган туризм таклиф тизимининг уч маконга асосланган назарий моделига биноан, Ўзбекистон туризм ва саёҳат рақобатбардошлигини ошириш мақсадида сайёҳни вужудга келтирадиган, ахборот ва саёҳат амалга ошадиган маконларнинг ҳар бирига хос чора-тадбирлар мажмуини ишлаб чиқиб, амалга ошириш лозимлигини билдиради. Уч маконда мувофиқ равишда рақобатбардошликни барқарор ошириш учун қуйидагиларга эътиборни қаратиш тавсия этилади.

Сайёҳни вужудга келтирувчи маконларда:

- Потенциал сайёҳлар турли сегментлари эҳтиёжларини қондирадиган туризм йўналишларини жорий қилиш эвазига таклифни диверсификациялаш;

- Ўзбекистон туризм ҳудудлари билан турдош рақобатда бўлган бошқа мамлакатлар таклифини мунтазам мониторингини амалга ошириш эвазига глобал бозор динамикасини таҳлил этиш ва мос маркетинг сиёсатини (*нарх, реклама, рағбатлантириш ва бошқалар*) амалга ошириш;

- Туроператорлар хизматини инкор қиладиган туристлар сегментини жалб қилишга оид чора-тадбирлар, яъни Ўзбекистон туризм ваколатхоналарини сайёҳларни вужудга келтирувчи асосий маконларда очиш ва мустақил уюшган сайёҳлар сегментини мамлакатимизга жалб қилиш, паст туризм мавсумида спорт, маданий, гастрономик ва бошқа тадбирларни ташкил этиш каби ишларни амалга ошириш.

Ахборот маконида:

- Мамлакатни саёҳат мақсади сифатида танлашга асосий сабаблардан бири, давлат туризм имкониятлари ҳамда жозибадорлигини ўзида мужассамлаштирган **мамлакат имиж**и бўлиб, унинг барқарор ижобийлигини сақлаб туришни таъминлаш;

- Ўзбекистон **туризм брендини** мукаммаллаштириш ҳамда давлат жозибадорлигини янада ошириш мақсадида, мавжуд **логотипга** мос келадиган ва потенциал сайёҳларнинг мамлакатимизни танлашларига туртки бўладиган **шиор** (ваъда)ни танлаб, тасдиқлаш;

- Ички туризмни ривожлантириш мақсадида, туризм ривожланган асосий шаҳарларнинг брендини танлаш, паст мавсум даврида ушбу шаҳарларга жалб қилиш мақсадида маркетинг фаолиятини комплекс амалга ошириш;

- **Халқаро инвесторлар** ва сайёҳлар сонини кескин ошириш мақсадида, туризмга оид қабул қилинган барча меъёрий ҳужжатларнинг инглиз тилидаги версияларини **Lex.uz Ўзбекистон қонунчилиги** маълумотлар базасига киритиш тавсия этилади;

- Туризм хизматларини **бронлаш** ва **тижоратлаштириш каналларининг** миллий тизимларини жорий қилиш ҳамда мавжудларини такомиллаштириш;

- Ўзбекистон **визасини онлайн олиш** тизимини жорий қилиш;

- Саёҳат жараёнида истеъмол қилинадиган барча хизмат кўрсатувчи ташкилотларга етиб боришни соддалаштириш мақсадида, уларни **геолокация тизимларининг** базаларига киритишни таъминлаш; сайёҳларга туризм **геоахборот тизимларидан** кенг фойдаланиш имкониятини яратиш;

- Сайёҳларга маълумот беришнинг турли воситаларини жорий қилиш (*йўл кўрсаткичлари, туризм маълумот марказлари, электрон киосklar ва ҳ.к.з.*)

Саёҳат маконларида:

- Туризм соҳасига оид сиёсатни амалга оширишда давлат ва нодавлат ташкилотлари орасидаги ҳамкорликни кучайтириш механизмларини ишлаб чиқиш ва жорий қилиш;

- Туризмни ҳудудий ривожлантиришнинг яхлит концепциясини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш;

- Саёҳат давомида истеъмол қилинадиган хизмат ва маҳсулот ишлаб чиқарувчилари, яъни транспорт компаниялари, жойлаштириш муассасалари, умумовқатланиш ташкилотлари, музей ва экскурсия хизматлари ҳамда саёҳат давомида фойдаланиладиган бошқа маҳсулот ёки хизматларнинг сифатини мунтазам ошириб бориш; улар орасида вертикал ва горизонталь ҳамкорликни йўлга қўйиш;

- соҳада банд мутахассисларнинг малакасини узлуксиз ошириб боришни таъминлаш.

Ушбу назарий моделдан кўриниб турибдики (2-чизма), **мамлакат доирасида туризм таклиф тизимининг** марказида унинг *ахборот макони* жойлаштирилган бўлиб, фикримизча, рақамли ахборот асрида айнан шу маконда рақобатбардошликка эришиш лозим. Ўзaro ўхшаш бўлмаган саёҳат эҳтиёжларини қондиришга мослашган миллий ва ҳудудий туризм таклиф тизимларини янада такомиллаштириш эвазига Ўзбекистонга йил 12 ой воситачилар орқали ва мустақил уюштирилган халқaro ва ички сайёҳларни жалб қилишга эришилади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. Leiper, N., 1990. Tourist attraction systems. Annals of Tourism Research, 17(2): 367-384.

2. Prosser R. (1998) Tourism In Encyclopaedia of Ethics, vole 4 pp 373-411, Chicago l Houghton, Miffen.

3.Kaspar C. Wprowadzenie do zarradzania w turystyce // przeklad M. Lenart. – Warszawa-Osrodek Doskonalenia Kadr “Orbis”. – 1992. S.7.

4. Александрова А.Ю. Международный туризм: учеб. пособие для вузов / Александрова А.Ю. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 464 с., с. 13.

5. Алимова М.Т., Ҳудудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденциялари (Самарқанд вилояти мисолида). 08.00.05 – Хизмат кўрсатиш тармоқлари иқтисодиёти (иқтисодиёт фанлари). Докторлик диссертацияси автореферати. – Самарқанд, 2017.

6. Герасименко В. Г. Развитие теории системного подхода применительно к исследованию сферы туризма//Вестник Национальной академии туризма. – 2013. – №. 2. – С. 11-15.
7. Черевичко Т. В. Туризм как система: методология исследования // Концепт. – 2015. – № 07 (июль). – ART 15224. – 0,5 п. л. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/15224.htm>. – ISSN 2304-120X.
8. Пирожник И. И. Трансформация туристско-рекреационного пространства в эпоху глобализации //Туризм и региональное развитие Вып. 4. – Смоленск, 2006. 136-с.
9. Навруз-Зода Б.Н. тахрири остида. Туристик худуд рақобатбардошлиги. “Дурдона” нашриёти Бухоро – 2017. 156 бет.
10. Глущенко В. В. Модели концепции рекреации, ее фундамента и функций, сущность и содержание рекреационного и туристского пространства, курорта, дестинации и кластера // Управление экономическими системами. – 2014. – № 3 – URL: <http://uecs.ru/uecs63-632014/item/2791-2014-03-01-07-30-42>.
11. Володарчик Б. Цикл развития туристского пространства // Туризм и региональное развитие. Вып. 4. – Смоленск, 2006. – 232-с.
12. Minghetti, V., & Buhalis, D. (2010). Digital Divide in Tourism. Journal of Travel Research, 49(3), 267-281.
- 13.<http://www.internetworldstats.com/stats3.htm>