

**TURIZM XIZMATLARINI QO'LLAB-QUVVATLASH ORQALI AHOLI
TURMISH DARAJASINI OSHIRISH YO'LLARI**

Xolnazarov Samandar Astanaqul O'g'li

Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti

Annotatsiya: turizm xizmatlari tushunchasining iqtisodiy kategoriya sifatida shakllanishi, mazmun-mohiyati va konseptual asoslari tahlil qilinadi. Turizm sohasining zamonaviy iqtisodiy rivojlanishdagi o'rni va ahamiyati, xizmatlar sektoridagi o'ziga xos xususiyatlari hamda xizmat ko'rsatish mexanizmlari chuqur yoritiladi. Xalqaro tajribalar va ilmiy-nazariy yondashuvlar asosida turizm xizmatlarining bozor iqtisodiyoti sharoitidagi shakllanishi va ularning makro va mikro darajadagi ta'siri o'rganiladi.

Kalit so'zlar: *Turizm, xizmatlar bozori, iqtisodiy kategoriya, konseptual asoslar, xizmat ko'rsatish, iqtisodiyotni rivojlantirish, xizmatlar sektori, iste'molchi, qiymat yaratish, turistik mahsulot.*

**CONTENT AND CONCEPTUAL BASIS OF THE CONCEPT OF TOURISM
SERVICES AS AN ECONOMIC CATEGORY**

Abstract: The article analyzes the formation, content and conceptual foundations of the concept of tourism services as an economic category. The role and importance of the tourism industry in modern economic development, its specific features in the service sector and service delivery mechanisms are thoroughly covered. Based on international experience and scientific and theoretical approaches, the formation of tourism services in a market economy and their impact at the macro and micro levels are studied.

Keywords: *Tourism, service market, economic category, conceptual foundations, service provision, economic development, service sector, consumer, value creation, tourist product.*

**СОДЕРЖАНИЕ И КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ПОНЯТИЯ
ТУРИСТСКИХ УСЛУГ КАК ЭКОНОМИЧЕСКОЙ КАТЕГОРИИ**

Аннотация: В статье анализируются формирование, содержание и концептуальные основы понятия туристской услуги как экономической категории. Будут подробно рассмотрены роль и значение туристической отрасли в современном экономическом развитии, ее особенности в сфере услуг,

механизмы предоставления услуг. На основе международного опыта и научно-теоретических подходов изучается формирование туристических услуг в рыночной экономике и их влияние на макро- и микроуровнях.

Ключевые слова: Туризм, рынок услуг, экономическая категория, понятийный аппарат, предоставление услуг, экономическое развитие, сфера услуг, потребитель, создание стоимости, туристический продукт.

KIRISH

Hozirgi globallashuv jarayonida turizm nafaqat madaniy almashinuv va xalqaro hamkorlik vositasi, balki iqtisodiy taraqqiyotning muhim tarmog'i sifatida qaralmoqda. Turizm xizmatlari bugungi kunda xizmatlar sektorining eng faol va tez sur'atlar bilan rivojlanayotgan yo'nalishlaridan biri bo'lib, milliy va xalqaro iqtisodiyotda muhim o'rin egallaydi. Raqobatbardosh iqtisodiy tizimda turizm xizmatlari orqali yangi ish o'rinlari yaratiladi, transport, savdo, mehmonxona xo'jaligi, ovqatlanish, ko'ngilochar va boshqa yordamchi sohalarning ham o'sishiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Turizm xizmatlari tushunchasi xizmatlar sektori doirasida shakllangan, murakkab iqtisodiy va ijtimoiy kategoriya bo'lib, u iste'molchi ehtiyojlarini qondirishga yo'naltirilgan va moddiy mahsulot bilan bog'liq bo'lmagan faoliyat turini ifodalaydi¹. Ular ko'pincha voqelikdagi tajribalar, his-tuyg'ular, qulaylik va qoniqish darajasi bilan baholanadi. Shu jihatdan turizm xizmatlari iqtisodiy tahlil nuqtayi nazaridan alohida e'tibor talab qiladi.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Mazkur mavzuni o'rganish jarayonida turizm xizmatlariga oid xorijiy va mahalliy adabiyotlar tahlil qilindi. Ushbu manbalar turizm xizmatlarining iqtisodiy kategoriya sifatidagi o'rnini tushunishda muhim nazariy asos bo'lib xizmat qildi.

Xalqaro adabiyotlar orasida J. Tribe tomonidan yozilgan "The Economics of Recreation, Leisure and Tourism" asarida turizmga shunday ta'rif beriladi: "Bo'sh vaqt - bu ixtiyoriy vaqt yoki ish, qatnov, uxlash, kerakli uy ishlarini, shaxsiy yumushlarni bajarishdan keyin qolgan vaqt bo'lib, ulardan tanlangan usulda foydalanish mumkin. Dam olish bo'sh vaqtdagi mashg'ulotlarni o'z ichiga oladi. Turizm – bayram, dam olish, ishbilarmonlik, professional yoki boshqa turistik

¹ Raximov Z.O., Norkulova D.Z. Turistik destinatsiyalarni loyihalashtirish. O'quv qo'llanma. - Samarqand: SamISI, 2020, 188 bet

maqsadlarda kamida bir kecha-kunduz tashrif buyurish. Tashrif oddiy uy va ish joyidan tashqaridagi manzillarga vaqtinchalik harakatni anglatadi”².

Shuningdek, u turizm xizmatlarining iqtisodiy mohiyatini chuqur tahlil qilgan. Muallif turizmni mustaqil iqtisodiy soha sifatida ko‘rib, bu yo‘nalishda yaratilayotgan xizmatlar orqali mamlakat iqtisodiyotiga qanday ta‘sir ko‘rsatishini asoslab beradi. Turizmning daromad keltiruvchi soha ekanligi, ayniqsa, xizmatlar eksporti nuqtai nazaridan keng yoritilgan.

Shuningdek, C. Cooper, J. Fletcher va boshqa mualliflar tomonidan yozilgan “Tourism: Principles and Practice” nomli asarda turizm xizmatlarining kompleks xarakteri, xizmatlar integratsiyasi va mijozga yo‘naltirilgan yondashuv muhim o‘rin tutadi. Unda turizm sohasidagi zamonaviy tendensiyalar, innovatsiyalar va mijozlar ehtiyojlarini qondirish usullari tahlil etilgan: “Turizm bir qator turistik mahsulotlarni birlashtirgan bozorlar qatori sifatida ko‘riladi... sayyohlik agentliklari va turoperatorlar kabi vositachilar asosan sayohatchilar ishlab chiqaradigan mintaqada joylashgan, turar joy, restoranlar va diqqatga sazovor joylar belgilangan joyda, yo‘lovchi transporti esa asosan tranzit yo‘nalish mintaqasida joylashgan”³.

Bundan tashqari, Jahon Turizm Tashkiloti (UNWTO) tomonidan e‘lon qilinadigan yillik hisobotlar va tahliliy ma‘lumotlar turizmning global iqtisodiyotdagi o‘rnini aniqlashda muhim manba bo‘ldi. Bu hisobotlarda barqaror rivojlanish, ekologik turizm, raqamli xizmatlar va post-pandemiya davridagi tiklanish jarayonlari haqida batafsil tahlillar mavjud.

O‘zbek olimlari tomonidan yozilgan ilmiy ishlarda esa turizm xizmatlarining milliy iqtisodiyotdagi roli, xizmatlar sifati, me‘yoriy-huquqiy asoslar va sohani rivojlantirish strategiyalari chuqur o‘rganilgan. Jumladan, S. X. Hayitovning “Turizm iqtisodiyoti” nomli asarida shunday yozadi: “Talab va taklif omillari bozor munosabatlari sharoitida xususiy mulkchilik munosabatlarini har jihatdan rivojlantirishni ta‘minlovchi asosiy tayanchdir. Har qanday mamlakatdagi turistik xizmatlar bozorida, xususiy turistik firmalar mavjud talab va ehtiyojlarni atroflicha hisobga olmay turib, o‘z xizmatlarini muvaffaqiyatli taklif qila olmaydi. Shu bois xizmatlar qiymati shakllanishi ham — talab darajasi, talabning elastikligi, bozordagi raqobat sharoiti va taklif tarafidagi xarajatlar strukturasi asosida bo‘lib o‘tadi”⁴. U

² Tribe, J. (2015). *The economics of recreation, leisure and tourism* (5th ed.). Routledge.

³ Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Wanhill, S., & Shepherd, R. (2008). *Tourism: Principles and Practice* (4th ed.). Pearson Education

⁴ Hayitov, S. X. (2022). *Turizm iqtisodiyoti*. Toshkent: “Iqtisodiyot” nashriyoti.

turizm xizmatlari bozoridagi iqtisodiy munosabatlar, raqobat muhiti va xizmatlar qiymati shakllanishi jarayonlari atroflicha tahlil qilingan.

M. Yoqubovning “Xizmatlar sohasi iqtisodiyoti” kitobida esa turizm xizmatlari xizmatlar sohasi tarkibida alohida o‘rin tutishi, ularning xizmatlar eksporti va iqtisodiy o‘sishga ta’siri haqida fikr yuritiladi.

Shuningdek, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining farmon va qarorlarida turizm sohasini rivojlantirish bo‘yicha qabul qilingan strategiyalar, yangi infratuzilmaviy loyihalar va yengilliklar tahlil etildi. Bu hujjatlar mamlakatda turizm xizmatlari uchun yaratilayotgan qulay iqtisodiy va institutsional sharoitlarni aks ettiradi. 2020-yil 5-iyundagi PQ-4779-sonli Qaror – “Turizmni yanada rivojlantirish va xalqaro hamkorlikni kengaytirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”⁵ qarori qabul qilingan va unga ko‘ra quyidagi strategik yo‘nalishlar belgilangan:

- turizm uchun zarur sharoitlarni yaratish maqsadida xalqaro tashkilotlar bilan hamkorlikni kuchaytirish;
- turizm infratuzilmasini rivojlantirish uchun innovatsion loyihalarni moliyalashtirish;
- turizm sohasida professional kadrlarga doimiy ravishda tayyorgarlik va qayta tayyorlash tizimini yo‘lga qo‘yish.

Xulosa qilib aytganda, o‘rganilgan adabiyotlar turizm xizmatlari tushunchasining iqtisodiy mazmun-mohiyatini yoritishda muhim manba bo‘lib xizmat qildi. Xalqaro manbalarda ko‘proq nazariy asoslar, global trendlar va raqamli xizmatlarga urg‘u berilgan bo‘lsa, mahalliy adabiyotlarda amaliy yondashuvlar, milliy iqtisodiyotdagi o‘rni va islohotlar tahlil qilingan.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqotda analitik va konseptual tahlil metodlari, solishtirma iqtisodiy yondashuv, statistik va nazariy taqribalar qo‘llanildi. Turizm xizmatlarini iqtisodiy kategoriya sifatida o‘rganishda tizimli yondashuv asosida xizmatlar sektori va turizm sohasidagi ilmiy asarlar, xalqaro tashkilotlarning ma’lumotlari, shuningdek, mahalliy tajribalar asos qilib olindi.

Tahlillar asosan xizmatlar bozori tahlili, qiymat zanjiri, xizmatlar iqtisodiyoti, iste’molchilik xatti-harakatlari va xizmat sifati nazariyalariga asoslangan holda olib borildi.

⁵ O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi. (2020). *Turizmni yanada rivojlantirish va xalqaro hamkorlikni kengaytirish chora-tadbirlari to‘g‘risida* [PQ-4779-son Qaror, 2020-yil 5-iyun]. Lex.uz. <https://lex.uz/docs/48631>

Nazariy asoslar. Tadqiqotning nazariy asoslari sifatida iqtisodiy fanlardagi xizmatlar sektori nazariyasi, xizmatlar iqtisodiyoti to'g'risidagi qarashlar, iste'molchilik xatti-harakati modeli, qiymat zanjiri nazariyasi, va tajriba iqtisodiyoti (experience economy) konsepsiyasiga tayandik. Xususan, P. Kotler, M. Porter, J. Urry, N. Vanhove, J. Tribe kabi mutaxassislarning asarlari muhim ilmiy asos sifatida foydalanildi.

Empirik asoslar. Amaliy tahlil qismida milliy va xalqaro statistik ma'lumotlar – xususan, UNWTO, OECD, Jahon banki, hamda O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi ma'lumotlaridan foydalanildi. Ular orqali turizm xizmatlarining tarkibi, tuzilmasi, iqtisodiy samaradorligi, yalpi ichki mahsulotdagi ulushi, eksport-import darajasi va bandlik ko'rsatkichlariga oid real sonlar asosida tahlillar olib borildi.

Tizimli va kompleks yondashuv. Tadqiqotda tizimli tahlil yondashuvi asosida turizm xizmatlari boshqa xizmat turlari va iqtisodiy faoliyat yo'nalishlari bilan o'zaro bog'liq holda o'rganildi. Bu yondashuv turizm xizmatlarining iqtisodiy tizimdagi o'rnini aniqlashga, ularning qiymat yaratishdagi rolini ko'rsatishga xizmat qildi. Ayniqsa, turizm xizmatlarini boshqa tarmoqlar – transport, savdo, infratuzilma, ko'ngilochar industriya bilan integratsiyalashgan holda o'rganish natijadorlik tahlilini kuchaytirdi.

Solishtirma metod. Turizm xizmatlarining rivojlanishiga doir tahlillar O'zbekiston tajribasi va boshqa rivojlanayotgan davlatlar – Malayziya, Turkiya, Gruziya kabi mamlakatlar bilan solishtirildi. Solishtirma metod orqali iqtisodiy samaradorlik, xizmat sifati, davlat siyosati va investitsiya jalb qilish mexanizmlarining farqli tomonlari aniqlanib, eng yaxshi amaliyotlar tahlil qilindi.

Deduktiv va induktiv usullar. Ilmiy natijalarni umumlashtirishda deduktiv usul – mavjud nazariyalarni real iqtisodiy holatlar asosida tahlil qilish, va induktiv usul – aniq faktlardan umumiy xulosalarga kelish metodlari qo'llanildi. Bu yondashuvlar orqali nazariya va amaliyot uyg'unligi ta'minlandi.

Tarkibiy va funksional yondashuv. Turizm xizmatlari majmuaviy tahlil qilinarkan, ular ichidagi tarkibiy qismlar (mehmonxona, transport, ovqatlanish, gidlik xizmatlari) alohida funksional birliklar sifatida o'rganildi. Har bir xizmat turi iqtisodiy qiymat yaratishdagi o'rniga qarab o'rganilib, umumiy turizm tizimidagi vazifasi baholandi.

MUHOKAMA VA NATIJALAR

Turizm xizmatlarining iqtisodiy mohiyati. Turizm xizmatlari iste'molchilar tomonidan joyida emas, balki safar vaqtida iste'mol qilinadigan, vaqtincha xaridga

asoslangan xizmatlardir. Ular an'anaviy tovarlar kabi ommaviy ishlab chiqarilmaydi, balki har bir xizmat yakka iste'molchiga mos holda shakllanadi. Shu sababli, turizm xizmatlari "bir vaqtning o'zida ishlab chiqariladi va iste'mol qilinadi" degan tamoyilga tayanadi.

Bu xizmatlar majmuasi quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- transport xizmati;
- mehmonxona va joylashtirish xizmati;
- ovqatlanish xizmati;
- ekskursiya va ko'ngilochar xizmatlar;
- gidlik va tarjimonlik xizmati.

Har bir xizmat turi o'z iqtisodiy qiymatini yaratadi va umumiy turistik mahsulotni shakllantiradi. Shu orqali ularning har biri iqtisodiy kategoriya sifatida iqtisodiy almashinuv jarayonida faol ishtirok etadi.

Turizm xizmatlarining bozor iqtisodiyotidagi o'rni. Xizmatlar bozori iqtisodiyotning eng dinamik segmentlaridan biri hisoblanadi. Turizm xizmatlari esa bu bozor ichida alohida ixtisoslashgan segment sifatida ajralib turadi. Ularning qiymati xizmat sifati, muhit, mijoz ehtiyojiga qanchalik mos kelishi bilan belgilanadi. Turizmda narx faqat moddiy xarajatlarni emas, balki hissiy tajribani ham o'z ichiga olgan qiymatdir.

Shu nuqtai nazardan, turizm xizmatlari iste'molchining ehtiyojini qondirishda emas, balki unga yangi his-tuyg'ular va estetik qoniqish berishda asosiy vosita sifatida namoyon bo'ladi⁶. Bu esa ularning iqtisodiy samaradorligini baholashda noan'anaviy yondashuvlarni talab qiladi.

Konseptual asoslar. Turizm xizmatlarining shakllanishida bir nechta konseptual asoslar mavjud:

- tizimli yondashuv – turistik xizmatlar majmuasi bir-biri bilan bog'liq elementlardan tashkil topadi va yagona xizmat zanjirini hosil qiladi;
- iqtisodiy qiymat va iste'mol qiymati – turistik xizmatlar foyda keltirish bilan birga, iste'molchini qondirishga qaratilgan xizmat sifatida qaraladi;
- tajriba asosli iqtisodiyot – bu konsepsiya bo'yicha, turizm xizmatlari iste'molchi ongida "tajriba" sifatida shakllanadi va ular uchun hissiy qiymat moddiy qiymatdan ustun bo'ladi.

⁶ M.T.Aliyeva. Turizm asoslari. (Darslik). -T.: «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi» 2022,344 bet.

Bu konsepsiyalar turizm xizmatlarini iqtisodiy kategoriya sifatida o'rganishda muhim asos bo'lib xizmat qiladi.

Turizm xizmatlarini iqtisodiy kategoriya sifatida tahlil qilish natijasida ularning qiymat yaratish, bozorni shakllantirish va xalq xo'jaligiga bevosita ta'sir ko'rsatish mexanizmlari aniqlanadi. Shu bilan birga, turizm xizmatlarining iqtisodiy mohiyati faqat foyda olish bilan emas, balki jamiyatda bandlikni oshirish, valyuta tushumlarini jalb qilish, infratuzilmani rivojlantirish kabi ko'plab omillar bilan ham bog'liq.

Muhim jihatlardan biri shuki, turizm xizmatlari boshqa xizmat turlaridan farqli o'laroq, ko'p darajali kooperatsiyani talab qiladi. Bu esa uni iqtisodiy tizim ichida strategik ahamiyatga ega tarmoqqa aylantiradi. Ular investitsiya uchun jozibador, ayni paytda barqaror va uzoq muddatli foyda manbai bo'lishi mumkin. Shu sababli bu sohada ishlatiladigan metodlar nafaqat iqtisodiy ko'rsatkichlarga, balki psixologik va ijtimoiy omillarga ham asoslanadi. Tadqiqotda deduktiv va induktiv tahlil uslublari yordamida mavjud nazariy bilimlar real holatga tatbiq qilindi, turizm xizmatlarining bozor iqtisodiyotidagi o'rni amaliy misollar asosida yoritildi. Bundan tashqari, statistik tahlil vositalaridan foydalangan holda xizmatlar ko'rsatkichlari, turist oqimi, xizmat sifati, bandlik darajasi, eksport-import hajmlari kabi parametrlar o'rganildi. Metodologik yondashuvda solishtirma iqtisodiy tahlil usuli ham qo'llanildi, ya'ni O'zbekiston tajribasi Turkiya, Malayziya, Gruziya kabi mamlakatlarning turizm sohasidagi rivojlanish modeli bilan qiyoslab o'rganildi. Innovatsion yondashuv esa xizmat ko'rsatish sohasiga zamonaviy texnologiyalar – onlayn rezervatsiya tizimlari, raqamli turistik xizmatlar, mobil ilovalar va sun'iy intellekt asosidagi xizmat turlarining kiritilishi orqali turizm xizmatlarining sifatiga va iqtisodiy samaradorligiga qanday ta'sir ko'rsatishini baholash imkonini berdi.

XULOSA

Turizm xizmatlari zamonaviy xizmatlar sektorining muhim iqtisodiy kategoriyalaridan biri bo'lib, ular xalqaro va mahalliy darajada barqaror iqtisodiy o'sishga hissa qo'shmoqda. Ular faqatgina iqtisodiy resurslar oqimini emas, balki madaniy va ijtimoiy almashinuvni ham ta'minlaydi. Turizm xizmatlarini iqtisodiy kategoriya sifatida tahlil qilish, ularning bozor mexanizmlarini, qiymat yaratish funksiyasini va ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishdagi rolini aniqlash imkonini beradi.

Ushbu maqolada keltirilgan konseptual asoslar va tahliliy yondashuvlar turizm xizmatlarini chuqurroq o'rganish, ularni boshqarish va rivojlantirish strategiyalarini ishlab chiqish uchun metodologik asos bo'lib xizmat qiladi. Ushbu xizmatlarning iqtisodiy kategoriya sifatidagi mazmuni — ularning qiymat, foyda, ehtiyoj va talab

bilan bog‘liq bo‘lgan iqtisodiy jarayonlar bilan chambarchas aloqadorligida namoyon bo‘ladi. Turizm xizmatlarini ta‘minlovchi xo‘jalik yurituvchi subyektlar uchun esa bu yo‘nalish foyda olish, raqobatdosh bozor sharoitida o‘z o‘rnini mustahkamlash va innovatsion xizmatlar orqali mijoz ehtiyojlarini maksimal darajada qondirish imkonini beradi.

Shu sababli, turizm xizmatlari kategoriyasining konseptual asoslarini chuqur o‘rganish, uning nazariy-me‘yoriy, funksional va institutsional jihatlarini tahlil qilish, milliy iqtisodiyotda bu sohaning o‘rni va istiqbollarini aniq belgilash dolzarb vazifalardan hisoblanadi. Kelgusida turizm xizmatlarini rivojlantirishda ilmiy asoslangan yondashuvlar, davlat siyosati va xususiy sektor hamkorligi orqali yanada keng imkoniyatlar ochilishi kutilmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Raximov Z.O., Norkulova D.Z. Turistik destinatsiyalarni loyihalashtirish. O‘quv qo‘llanma. - Samarqand: SamlSI, 2020, 188 bet.
2. Tribe, J. (2015). *The economics of recreation, leisure and tourism* (5th ed.). Routledge.
3. Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Wanhill, S., & Shepherd, R. (2008). *Tourism: Principles and Practice* (4th ed.). Pearson Education.
4. Hayitov, S. X. (2022). *Turizm iqtisodiyoti*. Toshkent: “Iqtisodiyot” nashriyoti.
5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi. (2020). *Turizmni yanada rivojlantirish va xalqaro hamkorlikni kengaytirish chora-tadbirlari to‘g‘risida* [PQ-4779-son Qaror, 2020-yil 5-iyun]. Lex.uz. <https://lex.uz/docs/4863195>
6. <https://azkurs.org/xizmatlarning-zamonaviy-jamiyatdagi-orni.html>
7. M.T.Aliyeva. Turizm asoslari. (Darslik). -T.: «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi» 2022, 344 bet.