

TURIZM SAVDOSI VA UNING RIVOJLANISH BOSQICHLARI

<https://doi.org/10.5281/zenodo.10936417>

R.B.Saidov

Iqtisod fanlari nomzodi.Dotsent

Begjigitov Elmurod Erkinboy o'g'li

Toshkent davlat iqtisodiyoti universiteti

Budjet hisobi va g'aznachilik fakulteti BNG' 90- guruh talabasi

TRADE OF TOURISM AND ITS DEVELOPMENT STAGES

R.B.Saidov

Candidate of Economics. Docent

Begjigitov Elmurod Erkinboyning o'g'li

Tashkent State University of Economics

Faculty of budget accounting and treasury

BNG' 90th group student

ТОРГОВЛЯ ТУРИЗМОМ И ЭТАПЫ ЕЕ РАЗВИТИЯ

Саидов Р.Б.

Кандидат экономических наук. Доцент

Бегжигитов Элмурод Эркинбой огли

Ташкентский государственный экономический университет

Факультет бюджетного учета и казначейства студент 90-й группы БНГ

Annotatsiya. *Ushbu ilmiy maqolada turizm savdosining rivojlanish bosqichlari tahlil qilingan. Muallif tomonidan turizmning rivojlanish bosqichlari beshta yirik davrga ajratilgan holda o'rganilgan.*

Tayanch so'zlar: *turizm savdosi, xalqaro savdo, ijtimoiy turizm, psixologik turizm, turistik va mahalliy aholi, turg'unlik, rivojlanish bosqichlari.*

Annotation. *This scientific article analyzes the development stages of tourism trade. The author researched the development stages of tourism divided into five major periods.*

Keywords: *tourism trade, international trade, social tourism, psychological tourism, tourism and local population, stagnation, stages of development.*

Аннотация. *В данной научной статье анализируются этапы развития туристической торговли. Автор изучал этапы развития туризма, разделенные на пять основных периодов.*

Ключевые слова: *туристическая торговля, международная торговля, социальный туризм, психологический туризм, туризм и местное население, стагнация, этапы развития.*

KIRISH

Turizm – xizmatlar xalqaro savdosining o‘ziga xos shakli; o‘z fuqarolariga yoki boshqa mamlakatlar fuqarolariga turli xizmatlarni ko‘rsatish bo‘yicha tadbirkorlik faoliyati turi. Xalqaro turizmning eng katta rivojlanishi G‘arbiy Yevropa mamlakatlarida kuzatildi. Jahon turizm bozorining 70% dan ortig‘i va valuta tushumining 60% ga yaqini ushbu mintaqa hissasiga to‘g‘ri keladi. Taxminan 20% Amerikaga, 10% dan kamrog‘i esa Osiyo, Afrika va Avstraliyaga to‘g‘ri keladi. 1950-yilda dunyoda 25 million xalqaro sayyohlik sayohati amalga oshirilgan bo‘lsa, 2000-yilda 800 million, 2020-yilda bu ko‘rsatkich 1,5 milliardni tashkil etdi[1].

Jahon sayyohlik tashkiloti o‘z tasnifida asosan turistlarni yetkazib beruvchi mamlakatlarga AQSH, Belgiya, Daniya, Germaniya, Gollandiya, Yangi Zelandiya, Shvetsiya, Kanada, Angliya va turistlarni qabul qiluvchi mamlakatlarga esa Avstraliya, Gretsiya, Kipr, Portugaliya, Fransiya, Shveysariya, Misrni keltiradi. Ammo ushbu mamlakatlarning zamonaviy darajaga kelishi turli bosqichlarni bosib o‘tgan. Ushbu maqolada ham turizm savdosining rivojlanish bosqichlari va har bir bosqichning o‘ziga xos jihati tadqiq etilgan.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Mathieson va Wall (1982) turizmni “odamlarning odatdagi ish va yashash joylaridan tashqaridagi yo‘nalishlarga vaqtinchalik ko‘chishi, bu yo‘nalishlarda bo‘lishlari davomida amalga oshiriladigan tadbirlar va ularning ehtiyojlarini qondirish uchun yaratilgan obyektlar”[2]. deb ta‘riflagan. Moreso McIntosh va Goeldner (1986) turizmni “turistlar, biznes yetkazib beruvchilar, mezbon hukumatlarning ushbu turistlarni va boshqa mehmonlarni jalb qilish va qabul qilish jarayonida o‘zaro ta‘siridan kelib chiqadigan hodisalar va munosabatlarni jamlagan holda”[3] deb, ta‘riflagan.

M.M. Romanova, I.P. Kulgachev, Y.A. Blinova [4] tadqiqotlarida rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarda turizmning rivojlanish va o‘sish ko‘rsatkichlari ularning iqtisodiy-ijtimoiy rivojlanish darajasiga bog‘liq ekanligi keltirilgan. Ammo biz bu fikrni qo‘llab-quvvatlamaymiz. Sababi Xitoy yoki Turkiyaning turistik jozibadorligi ularning iqtisodiy-ijtimoiy ko‘rsatkichlariga bog‘liq bo‘lganida, ushbu mamlakatlar ayrim rivojlangan mamlakatlardan ham ustunroq jozibadorlikka ega bo‘lmagan bo‘lar edi.

Kazibay kizi A., Muxanova A.E., Smagulova J.B.[5] ning keltirishicha, mamlakatlarning rivojlanish darajasidan qat‘i nazar, uning turistik jozibadorligi turistik imidjiga bog‘liqdir. Masalan, Italiya – spagetti vatani, Finlyandiya – Qorboboning vatani, Parij – muhabbat shahri. Turistik imidjni yaratish uzoq tadqiqotlarni talab etishini ham hisobga olish kerakligi, maqolada ta‘kidlangan.

O. Kuznesova va boshqalarning[6] keltirishicha, turizm geosiyosiy jarayonlarga ta‘sirchan soha bo‘lib, mamlakatlarning rivojlanish darajasidan qat‘i nazar geosiyosiy

hodisalar natijasida o'zgarib boradi. Bunga misol sifatida Misrda turistik oqimning o'zgarish dinamikasi keltirilgan.

V.V.Paxar[7] rivojlangan mamlakatlar yuqori darajadagi xizmatlarni ko'rsatish bilan birga, gastronomik turizmning rivojlanganligi bilan raqobatbardosh ekanligini ta'kidlaydi. Haqiqatan ham, Fransiya, Italiya, Yaponiya singari mamlakatlarda o'ziga xos gastro nomik taklif borligini ko'rish mumkin. Ikkinchi tomondan esa, Xitoy, Hindiston va Turkiya singari rivojlanayotgan mamlakatlarda ham sayyohlar uchun qiziq bo'lgan milliy oshxona va taomlar borligini unutmaslik kerak.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Ushbu tadqiqot metodologiyasining asosini iqtisodiy nazariyaning fundamental tamoyillari hamda o'rganilayotgan muammo bo'yicha tadqiqot olib borgan yetakchi mahalliy va xorijiy iqtisodchilarning ishlari tashkil etadi. Nazariy kuzatish, ilmiy abstraksiya va qiyosiy tahlil tadqiqot usullaridan foydalaniladi.

NATIJA VA MUHOKAMA

Turizm savdo tarixining birinchi boshlanishi sayohat va bilim izlash shakli sifatida XVI – XVII asrlarga to'g'ri keladi. Yillar o'tishi bilan turizm savdosi rasmiy savdo shakliga ega bo'lib, aholi bandligini ta'minlash, qo'shimcha moliyaviy qo'llab-quvvatlash va eng muhimi, mamlakat budjetiga foyda keltira boshladi. Hozirgacha turizm savdosi ko'plab rivojlanish muammolari, bosqichlari, kutilmagan sharoitlarga duch keldi, bu esa turizm savdosini barcha mamlakatlar uchun yanada ishonchli va foydaliroq qildi. Turizm savdosining birinchi turg'unlikka qanday duch kelgani, Ikkinchi jahon urushi qanday salbiy ta'sir ko'rsatganligi, shuningdek, dunyo o'zining turistik imkoniyatlarini qayta tiklashi turizm savdosining rivojlanish bosqichlarida tasvirlangan. Mathieson, A. va Vall, G. (1982) [2], doktor Prokopis A. Christou [8], McIntosh, R. V. va Goeldner, C. R. (1986) [3] olimlar turizmning xalqaro savdo shakli sifatida qanday rivojlanganliginikeltirib o'tadi.

Sayohat miloddan oldingi davrlarda boshlangan, ammo turizm sanoat davridan keyin yaqinda paydo bo'lgan hodisadir.Sayohat tartibsiz bo'lib, bir nechta sayohatchilarni jalb qilar, biznes hisoblanmas edi va bugungidek dam olish uchun motivatsiyaga ega emas edi. Sayohatning rivojlanish bosqichlari:

1) Miloddan oldingi davr sayohati – sayohat 2 milliondan 20 ming yil oldin ilk insondan boshlangan. Homo erectus oziq-ovqat izlash, dushmanlardan qochish, hududni kengaytirish, issiqlik izlash va boshqalar uchun sayohat qilgan.

2) Qadimgi vaqt sayohati – sayohat Yevropa, Yaqin Sharq, Shimoliy Amerika va Shimoliy Afrika bo'ylab cheklangan. Miloddan avvalgi 3-asrda yunonlar shifobaxsh daralarni ziyorat qilish uchun sayohat qilishgan va ularning maqsadi diniy bayramlarda qatnashish bo'lgan.Agar turizm savdosining rivojlanish jarayoniga nazar tashlasak, bu iqtisodiy atama fanga XVII asrda kirib kelgan [8]. Bu davrda yosh olimlar va zodagon oilalar farzandlari madaniyat almashish, ilmiy madaniyat, san'at va savdo-sotiqni o'rganish maqsadida Shimoliy Yevropaga, asosan, Yevropaning 4 ta yirik davlatlari (Gretsiya, Germaniya,

Fransiya, Italiya) tashrif buyurdilar. Bu bosqich turizm savdosining rivojlanishining birinchi bosqichi hisoblanadi, garchi u mamlakatlar to'lov balansining bir qismi bo'lmasa ham.

Ikkinchi bosqich: sanoat inqilobi – 18-asrning ikkinchi yarmini o'z ichiga olgan. Bu bosqich turizm savdosida 2 ta asosiy atamaning tug'ilishi bo'ldi: transport va diniy turizm. Bu davrda diniy turizm ziyoratchilar va diniy arboblarning nafaqat Yevropaga, balki Amerika va Osiyo mamlakatlariga diniy biznes maqsadida tashrif buyurishi tufayli haqiqatga aylandi. Boshqa tomondan, sanoat inqilobi logistika va transportda katta o'zgarishlarga olib keldi, shu jumladan, otlar va poyezdlardan nafaqat odamlar uchun, balki yuk va mahsulotlar uchun ham foydalanish.

Uchinchi bosqich: Sayyohlik agentliklarining shakllanishi – bu bosqich 19-asrga to'g'ri keladi, bu sayyohlik agentliklarining birinchi ochildi. Iqtisodiy jihatdan bu bosqich turizm industriyasidagi mehnatga qo'shgan hissasi bilan asosiy bosqich hisoblanadi. Odamlar nafaqat biznes niyatida, balki hordiq chiqarish va tibbiy hordiq chiqarish maqsadida ham chegarani kesib o'tgan odamlardan ishlay boshladilar.

19-asrning boshlaridayoq Markaziy Yevropa transport tizimining ochilishi haqiqatan ham "inqilobiy rivojlanish" nomini olishga loyiq bo'lgan ulkan o'zgarishlarga olib keldi. Shuningdek, u sayyohlarning harakatchanligini oshirdi va yangi tendensiyalarni yaratdi. Qisqa muddatli va bir kunlik sayohatlar mashhur bo'lib, transport texnologiyasining zamonaviy yutuqlaridan foydalandi. 1812-yilda Shotlandiyada bug'navigatsiyasi boshlandi; 1820-yilda Germaniyada suv oqimlarida bug'li kemalardan uzluksiz foydalanish boshlandi va 1823 yilda Shveysariya Jeneva ko'lida o'zining birinchi bug'li kemasini ishga tushirdi.

Temiryo'llar ham katta harakatchanlikni yaratdi. Biroq, temiryo'ldan foydalanish va turistik marshrutlar va yo'nalishlarni ommalashtirish biroz keyinroq boshlangan. 19-asr oxirlarida tog' temiryo'llarining joriy etilishi bilan Shveysariyadagi Vitznau Rigi temiryo'li 1871-yilda Yevropaning birinchi tog'li temiryo'li bo'ldi. Yangi transport vositasi nafaqat transportning yuk ko'tarish qobiliyatini oshirish, balki sayohat xarajatlarini kamaytirish imkonini berdi. Bundan tashqari, kema va temiryo'l sayohatlari sayyohlarning ko'rish doirasini kengaytirib, "panoramalashtirilgan" idrok etishning o'ziga xos shaklini keltirib chiqardi va sayohat yozishga qiziqishni rag'batlantirdi. Shu bosqichdan boshlab biz yuridik jihatdan turizm savdosi to'lov balansi va mamlakat budjetiga kiritilganligini aytishimiz mumkin.

To'rtinchibosqich: Boomvaturg'unlik– bu bosqich turizm savdosi rivojlanishining eng qiyin qismlaridan biri hisoblanadi. Bu davr 2 asosiy davrga bo'linadi: Boom (20-asr boshlari) va Shrink (1970-yillardan boshlab). Boom davrida turizm sanoati avtobuslar va avtomobillarning ommaviy ishlab chiqarilishi tufayli o'sishda davom etdi. Sohil turizmi ahamiyat kasb eta boshladi va Ikkinchi jahon urushidan keyin O'rtayer dengizi qirg'og'i tezda mashhurlik kasb etdi. Shuningdek, havo transporti (charter reyslari) ning yaxshilanishi, mehnat qonunchiligidagi taraqqiyot va ijtimoiy farovonlikning o'sishi turizmning jadal rivojlanishiga olib keldi [13]. Shrink davrida, Ikkinchi jahon urushidan keyingi ishlab chiqarish va atrof muhit muammolari, masalan, elektr ta'minoti uzilishi,

ishlab chiqarish inqirozi va arzon narxlar tufayli turizm sanoatida birinchi turg'unlik kuzatildi [14].

Beshinchi bosqich: Baynalmilalizm va keyingi rivojlanish – XXI asrdan to hozirgacha davom etayotgan davr turizm savdosining “umurtqa pog'onasi”ning yaratilishi hisoblanadi. Bu davrda turizm iqtisodiyotning asosiy tayanchiga aylandi, turizm savdosi, eksport va import, turistik biznes, turizm bozori shartlari qo'llanila boshlandi. Aksariyat mamlakatlar turizm savdosiga nafaqat madaniy almashinuv vositasi, balki mehnat, logistika, tibbiyot, arxitektura va ishlab chiqarishning asosiy yaratuvchisi sifatida e'tibor bera boshladilar. Shu davrdan boshlab mamlakatlar turizmga asoslangan iqtisodiy davlatlarga bo'linishni boshladilar. Ushbu bosqich hali ham davom etmoqda va turizm savdosining global ahamiyatini ochmoqda.

XULOSA

G'arb yoki Sharq, har bir mamlakat turizm savdosining rivojlanish tarixiga ega. Yevropadan boshlab, biz Yevropa madaniyatining “madaniyat va bilim almashinuvi” shakli sifatida turizm savdosini qanday boshlaganini ko'rishimiz mumkin. Keyinchalik nafaqat bu sabablarga ko'ra, balki din ham mamlakatlar o'rtasida sayohat qilish omiliga aylandi, Sharqiy va Shimoliy Amerikaning ahamiyatini oshirdi. Sanoat inqilobi va uning turizmni tashish va rasmiy turizm bandligini ta'minlash yo'lidagi roli ham o'z ahamiyatiga ega. 19-asr o'rtalarida sayyohlik agentliklarining iqtisodiyotda qanday jonlanayotganligi turistik infratuzilmaning bosqichma bosqich shakllanganligining birinchi dalilini ko'rsatadi. Urushdan keyingi davr va turg'unlik turizm savdosining o'zgarishi va keskin pasayishiga olib keldi. Ushbu bosqichlardan hozirgi kunga qadar biz Covid-19 global pandemiyasini hisobga olgan holda bugungi turizm savdosining negizida qancha muhim shakllanishlar yaratilganligini ko'rishimiz mumkin. Turizm savdosining rivojlanish bosqichlarini o'rganish turizm savdosi qayerga ketayotganini, kelajakda nimalarni bashorat qilishimiz va nima bo'lishi mumkinligini va har qanday vaziyatlarga qanday tayyor bo'lishni bashorat qilishga yordam beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR:

1. Saloxov, S. (2024). THE ROLE OF COMMERCIAL BANKS IN FINANCING “GREEN ECONOMY” PROJECTS. Models and methods in modern science, 3(2), 5-9.

2. Холмаматов, Ф. К. (2024). ТИЖОРАТ БАНКЛАРИДА ЛИКВИДЛИЛИК РИСКНИ БОШҚАРИШ АМАЛИЁТИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ОРҚАЛИ МОЛИЯВИЙ БАРҚАРОРЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШ: Yangi O'zbekiston taraqqiyotida tadqiqotlarni o'rni va rivojlanish omillari. Yangi O'zbekiston taraqqiyotida tadqiqotlarni o'rni va rivojlanish omillari, 5(1), 375-382.

3. Uralovich, K. S., Toshmamatovich, T. U., Kubayevich, K. F., Sapaev, I. B., Saylaubaevna, S. S., Beknazarova, Z. F., & Khurramov, A. (2023). A primary factor in

sustainable development and environmental sustainability is environmental education. Caspian Journal of Environmental Sciences, 21(4), 965-975.

4. Murtazaevich, Khoshimov Sabir, and Ganiev Shahiriddin Vohidovich. "ISSUES OF INCREASING THE ATTRACTIVENESS OF THE INVESTMENT CLIMATE WHEN ATTRACTING INVESTMENTS INTO THE ECONOMY." (2024).

5. Aminova, N. XORIJIY INVESTITSİYALARNI JALB QILISH ORQALI O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA TASHQI IQTISODIY FAOLIYATNI RIVOJLANTIRISH. Ўзбекистон республикаси сўғурта бозори учун кадрлар тайёрлашнинг ҳозирга ҳолати, муаммолари ва ривожланиш истиқболлари, 132.

6. qizi Aminova N. U. et al. INVESTMENT PROCESS AND INVESTMENT POLICY //Science and Education. – 2021. – Т. 2. – №. 2. – С. 219-225.

7. Murtazaevich K. S. FOREIGN EXPERIENCE IN ATTRACTING FOREIGN INVESTMENTS INTO THE NATIONAL ECONOMY //American Journal of Interdisciplinary Research and Development. – 2023. – Т. 22. – С. 101-107.

8. Navruzov, I. (2022). MILLIY IQTISODIYOTGA TO'G'RIDAN-TO'G'RI XORIJIY INVESTITSİYALARNI JALB QILISHNI RIVOJLANTIRISH YO'NALISHLARI. Iqtisodiyot va ta'lim, 23(6), 297-300.

9. Xayrulla o'g'li, I. T. (2023). O'ZBEKISTONDA "ELEKTRON HUKUMAT" TIZIMIDAN G'AZNACHILIKDA FOYDALANISH MUAMMOLARI. INNOVATION IN THE MODERN EDUCATION SYSTEM, 3(29), 589-592.

10. Murtazaevich, K. S. (2023). THE ROLE OF FOREIGN INVESTMENTS IN THE SOCIOECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGIONS. World Economics and Finance Bulletin, 22, 7-10.

11. Khairullaevich, I. T. (2023). PROBLEMS AND TASKS OF EDUCATION IN THE ECONOMIC SPHERE. Galaxy International Interdisciplinary Research Journal, 11(5), 409-412.

12. Sayfutdinovna D. G. THE IMPACT OF ACCOUNTING POLICIES ON THE FINANCIAL CONDITION OF THE ENTERPRISE //IMRAS. – 2023. – Т. 6. – №. 7. – С. 37-46.

13. Kiyosov S. U. et al. WAYS TO ENSURE THE STABILITY OF STATE FINANCES BY INCREASING LOCAL BUDGET REVENUES //Best Journal of Innovation in Science, Research and Development. – 2023. – Т. 2. – №. 9. – С. 21-26.

14. Fatixovna G. A., Sayfutdinovna D. G. DETERMINATION OF PROFITABILITY OF AN ECONOMIC SUBJECT WITH THE HELP OF OPTIMIZATION OF FINANCIAL STATEMENTS ON THE BASIS OF INTERNATIONAL STANDARDS //JOURNAL OF CHEMISTRY. – 2023. – Т. 6. – №. 5. – С. 8-14.

15. Kiyosov S. U. et al. Public Financing of The Health Care System: Problems and Opportunities //Journal of Intellectual Property and Human Rights. – 2023. – Т. 2. – №. 6. – С. 103-110.

16. Холмаматов Ф. К. ТИЖОРАТ БАНКЛАРИДА ЛИКВИДЛИК РИСКНИ БОШҚАРИШ АМАЛИЁТИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ ОРҚАЛИ МОЛИЯВИЙ

БАРҚАРОРЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШ: Yangi O'zbekiston taraqqiyotida tadqiqotlarni o'rni va rivojlanish omillari //Yangi O'zbekiston taraqqiyotida tadqiqotlarni o'rni va rivojlanish omillari. – 2024. – Т. 5. – №. 1. – С. 375-382.

17. Сулейманов, И. ВОЗДЕЙСТВИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ФИНАНСОВЫХ ОТНОШЕНИЙ НА БАНКОВСКИЙ И РЕАЛЬНЫЙ СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ УЗБЕКИСТАНА В УСЛОВИЯХ ГЕО-ФИНАНСОВОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ.

18. Suleymanov I. FEATURES OF FINANCIAL SUPPORT FOR THE REAL SECTOR OF UZBEKISTAN'S ECONOMY IN THE CONTEXT OF GEO-FINANCIAL POLICY INSTABILITY //Spectrum Journal of Innovation, Reforms and Development. – 2024. – Т. 23. – С. 33-43.

19. Bakhtiyor o'g'li, Ochilov Bobur. "THE IMPORTANCE AND NECESSITY OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS IN ATTRACTING CAPITAL TO THE COUNTRY'S ECONOMY." Spectrum Journal of Innovation, Reforms and Development 21 (2023): 60-67.

20. Tolaganova, R., & Ochilov, B. (2024). DIRECTIONS FOR IMPROVING INVESTMENT ATTRACTION MECHANISMS. Евразийский журнал академических исследований, 4(1 Part 2), 144-151.