



TURIZMDA INVESTITSIYA FAOLIYATINING AHAMIYATI

Alfraganus university OTM Iqtisodiyot fakulteti

“Iqtisodiyot” kafedrası o`qituvchisi

O`tkirjon AXMEDOV

otkir.axmedov@inbox.ru

Annotatsiya: Ushbu maqolada turizm sohasi, undagi investitsiya faoliyati yo`nalishlari, O`zbekistonda bu borada amalga oshirilgan va rejalashtirilgan ishlar haqida so`z boradi. Bugungi kunda O`zbekistonda turizm sohasi jadal va barqaror rivojlanayotgan sohaga aylangan bo`lib, uning faoliyati keng ko`lamli rivojlanish va muhofaza qilishni to`g`rilashga qaratilgan. Xizmat ko`rsatish sohasi ham alohida rivojlanib, uning mamlakat yalpi ichki mahsulotidagi ulushi ortib bormoqda, xizmat ko`rsatishning xizmat ko`rsatish va sifati kabi alohida jihatlariga katta e`tibor qaratilmoqda. Turistik faoliyatga investitsiya qilish jarayonida quyidagilarni amalga oshirish kerak:

- investitsiyalarni respublika, hududiy, mahalliy va kompaniya dastur va rejalarida nazarda tutilgan tadbirlarni amalga oshirishga yo`naltirish;
- chet el valyutasida rejalarini amalga oshirish uchun xarajatlarni mumkin bo`lgan qisqartirishni nazarda tutish;
- biznes, kooperatsiya va xorijiy investitsiyalar manbalarini topish va boshqalar. Turistik faoliyatga sarmoya kiritish jarayonida quyidagilarni amalga oshirish zarur:
- investitsiyalarni respublika, hududiy, mahalliy va kompaniya dastur va rejalarida nazarda tutilgan tadbirlarni amalga oshirishga yo`naltirish;
- chet el valyutasida rejalarini amalga oshirish uchun xarajatlarni mumkin bo`lgan qisqartirishni nazarda tutish;
- biznes, hamkorlik va xorijiy investitsiyalar manbalarini topish va boshqalar.



Kalit soʻzlar: *Turizm, iqtisodiyot, investitsiya, sarmoya, natija.*

KIRISH.

Bugungi kunda Oʻzbekistonda turizm sohasi jadal va barqaror rivojlanayotgan tarmoqqa aylandi va uning faoliyat yoʻnalishlari keng taraqqiy etib bormoqda. Turizmning rivojlanishi tufayli xizmat koʻrsatish sohasi ham alohida rivojlanib, mamlakat yalpi ichki mahsulotidagi ulushi ortib bormoqda va xizmat koʻrsatishning servis, sifat kabi alohida jihatlariga katta eʼtibor qaratilmoqda.

Turizm sohasi bilan bogʻliq faoliyatning eng muhim iqtisodiy xususiyati shundaki, u rivojlanayotgan mamlakatlarning uchta ustuvor maqsadiga hissa qoʻshadi. Birinchisi — daromad olib kelish, ikkinchisi — bandlikni taʼminlash va uchinchisi — valyuta tushumini koʻpaytirishda harakatchan tarmoq sifatida qayd etiladi. Shuningdek, turizm sohasi mamlakat iqtisodiy taraqqiyotning harakatlantiruvchi kuchi sifatida muhim rol oʻynaydi, deb hisoblaymiz. Mazkur soha iqtisodiy rivojlanishning turli bosqichlariga taʼsir qilar ekan, bu avvalo har bir mamlakatning turistik imkoniyatlariga bogʻliq. Turizm isteʼmolining murakkabligini hisobga olgan holda va uning iqtisodiy taʼsiri boshqa ishlab chiqarish tarmoqlariga integratsiyalashtirilsa, jadal iqtisodiy oʻsishga imkon yaratadi.

Turizm rivojlanishidagi hozirgi zamon tendentsiyalari uning ham jahon iqtisodiyotiga ham alohida mamlakatlar va mintaqalar iqtisodiyotiga taʼsiri ortib borayotganligini koʻrsatmoqda. Turizm aholining oʻziga hos ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan faoliyatni amalga oshirib milliy iqtisodiyotning yirik mustaqil sohasiga aylanib bormoqda. Ushbu ehtiyojlarning xilma xilligi tufayli nafaqat turistik korxonalar balki boshqa soha korxonalari ham qatnashib xalq xoʻjaligi kompleksi rivojiga multiplikativ taʼsir etadigan omillardan biri sifatida turizm namoyon boʻladi.



Turizmga sarflanadigan investitsiyalar haqida va umuman investitsiyalar haqida gapirish uchun avvalo, xorijiy investitsiyalarning nima ekanligi to'g'risida aniq tasavvurga ega bo'lish kerak. O'zbekiston Respublikasining 1994 yil 5mayda qabul qilingan –Xorijiy investitsiyalar va xorijiy investorlar faoliyatining kafolatlari to'g'risida'gi Qonuniga ko'ra, O'zbekiston Respublikasida quyidagilar xorijiy investor bo'lishi mumkin:

- chet el davlatlari;
- xorijiy huquqiy shaxslar;
- xalqaro tashkilotlar;
- chet el fuqarolari, birlashmalari;
- O'zbekiston Respublikasining chet elda doimiy yashovchi fuqarolari;

Xorijiy investitsiyalarni jalb etishda investitsiya siyosatining ahamiyati juda muhim hisoblanadi. Bu gapimizni dalili sifatida O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyevning quyidagi fikrlarini keltirsak, maqsadga muvofiq bo'lardi: — “Mamlakatimizda investitsiya siyosatini kuchaytirish masalasiga biz alohida ustuvor ahamiyat qaratamiz. Xorijiy sarmoyalarni va ilg'or texnologiyalarni iqtisodiyotga jalb etish uchun chet ellardagi diplomatik vakolatxonalarimiz jiddiy ish olib borishi lozim. Buning uchun Tashqi ishlar vazirligi faoliyatini kuchaytirish, chet mamlakatlardagi elchilarimiz nafaqat siyosiy, ayni vaqtda yurtimizga investitsiyalarni jalb qilish masalalari bilan ham faol shug'ullanishlari darkor. Ularning bu boradagi faoliyatini nazorat qilish uchun Oliy Majlis Senatining Tashqi siyosat masalalari qo'mitasining faoliyat sohasi va vakolatlarini kengaytirish zarur, deb hisoblayman”(2016 yil dekabr).

ADABIYOTLAR SHARHI.

Hozirgi vaqtda turizmning iqtisodiyotga ta'sir qilish modeli nazariy kontseptsiyalarga va gipoteza (taxmin)larga emas, balki statistik ma'lumotlarga asoslanadi. P. Rotou amalda turizm iqtisodi tarafdorlarining barchasi tomonidan e'tirof qilinadi. Haqiqatan jahon turizmi va iqtisodiyotining tub o'zgarishlariga



qaramasdan, 1959 yildan boshlab P. Rotou gipotezasi yangi statistik ma'lumotlar va hozirgi zamon tamoyillari bilan tasdiqlanishi davom etmoqda.

Amerika iqtisodchisi P. Rotou birinchilardan bo'lib turizmga iqtisodiy voqelik sifatida e'tibor berdi, u turizmni mamlakatlar rivojlanishining iqtisodiy bosqichlari va ularda turizm rivojlanishining o'ziga xos xususiyatlari o'rtasidagi korrelyatsiyani aniqladi.

Bugungi kunda xalqaro turizmning asosiy markazlari iqtisodiy jihatdan rivojlangan mamlakatlarda joylashgan, bu erda turizm «o'rta sinf» ravnaqining belgilaridan biri va ommaviy iste'mol mahsuloti bo'lib qoldi. P. Rotou bashorat qilganidek, rivojlanayotgan mamlakatlarda xizmat ko'rsatish sohasida daromadni ko'paytirish vositasi, mahalliy aholi bandligining va infratuzilma rivojlanishining vositasi sifatida ichki turizm tez rivojlanmoqda. Chet el turizmi xorijiy investitsiyalar bo'lgan taqdirda rivojlanmoqda.

Olimlarning turizm to'g'risidagi fikrlarini asosan quyidagi guruhlariga bo'lish mumkin - turizm bu: dunyoni bilish mexanizmi, savdo-sotiq qilish usuli, foyda olish manbai, madaniyatni oshirish yo'li, bilim olish usuli, valyuta ishlash manbai. Turkiya Turizm universitetining professori Orxan Kalkan (1960 y) turizmni inson sog'lig'ini yaxshilash va umrini cho'zish manbai ekanligini e'tirof etgan. Bu nazariya ko'p yillar o'zini oqladi va ko'plab davlatlar o'z mehmonxona industriyalarini rivojlantirishdi. Bu borada ko'pgina yevropa olimlari ham fikr bildirishgan - Maykl Maknalti, SHen Braun, Genri Urbanskiy, Bryus Silner, Robert Doun, Karolin Kuper va Amerika professori Jon Vokerlar.

Turizm to'g'risida iqtisodchi olimlar turlicha ilmiy va nazariy fikrlari bildirishgan. Arab olimi Ibn Xaldunning (1200—1300 yillar) fikricha, sayohat va turizm - davlat miqyosida tovar savdosini rivojlantirish manbai, karvonsaroylar qurish savdogarlar orqali davlatga qo'shimcha daromadlarni ko'zlash demakdir (Ташмурадов Т. 1993, с.84).



A. Smitning (1776 y) mutlaq ustunlik nazariyasi - ayrim mamlakatlarning tabiiy resurslari va iqlimiga bog'liq bo'lgan tabiiy ustunligi tufayli turizm bu davlatlarda yuqori sur'atlar bilan rivojlanadi.

Tomas Kuk — turizm daromad manbai ekanligini amaliyotda ilk bor isbotladi. Kuk 1860 yilda Londonda o'zining birinchi turistik korxonasini ochdi va bu korxona Thomas Cook Trawel nomini oldi. Kukning firmasi 20 yil ichida faoliyatini kengaytirib Shimoliy Amerikaga ham sayohat uyushtirdi.

Amerika professori Jon Voker va professor Karolin Kuper fikriga ko'ra, turizm - xalqaro darajada valyuta oqimini vujudga keltirishda qo'llanishi mumkin bo'lgan qudratli iqtisodiy quroldir, deya hisoblashgan.

Xeksher-Olin nazariyasi ko'p kapitalga ega bo'lgan mamlakatlar ko'p kapital talab qiladigan tovarlarni eksport qilishi va ko'p mehnat talab qiladigan tovarlarni va turizm xizmatlarini import qilishini isbotlagan.

Hozirgi vaqtda turizmni valyuta boyligi sifatida talqin qilayotgan olimlar monetaristlar guruhi bo'lib, ularning fikricha, turizm albatta, xalqaro biznes bo'lib, iqtisodiy natijasi boshqa davlatdan valyuta olib kelganligi bilan o'lchanishi lozim.

Turizmning rivojlanishini o'rganishda empirik tadqiqotlar bilan qo'llab-quvvatlanadigan tahlilning nazariy usuliga tayanish lozim. Xalqaro savdo va xalqaro moliya nazariyalari juda samarali bo'lib, ular birgalikda jahon xo'jaligi aloqalarining iqtisodiy nazariyasini tashkil etadi.

Iqtisodiy nazariyada turistik almashinuvda mamlakat mavqeini, turistik xizmatlarning xalqaro taqsimotini va rivojlanish yo'nalishlarini tushuntirib beruvchi nazariyalar mavjud bo'lib, ularga quyidagilar kiradi:

- mutlaq ustunlik nazariyasi;
- qiyosiy ustunlik nazariyasi;
- omillar nisbati nazariyasi;
- mahsulotning hayotiylik tsikli nazariyasi;
- mamlakatlarning o'xshashlik nazariyasi.



A. Smitning (1776 y) mutlaq ustunlik nazariyasi — ayrim mamlakatlarning tabiiy resurslari va iqlimiga bog'liq bo'lgan tabiiy ustunligi tufayli turizmning bu davlatlarda yuqori sur'atlar bilan rivojlanish imkoniyati yaratiladi, shuningdek, texnologiyaning rivojlanishi va mehnat resurslarining malakaviy ustunligi asosida vujudga kelgan eksportning monopollashuvi bilan mos keladi. 1776 yili A.Smit «Xalqlar boyligining tabiati va sabablari to'g'risidagi tadqiqot» kitobida mamlakatning boyligi unda mavjud bo'lgan tovarlar va xizmatlariga asoslanadi, deya ta'kidlagan. U shuningdek, agar mamlakatlar o'rtasidagi savdo cheklanmasa, u holda har bir mamlakat o'zi mutlaq ustunlikka ega bo'lgan ishlab chiqarishga ixtisoslasha boshlashini isbot qilib beradi. Bunga Italiyada - keramika mahsulotlari, Frantsiyada - vino, Germaniyada - kimyo sanoati, Yaponiyada - elektronika, axborot texnologiyalari, AQSHda - avtomobilsozlik va hokazo sohalardagi eksport yutuqlarini misol qilib keltirish mumkin.

Mutlaq ustunlik nazariyasi xalqaro turizmga ham muhim rol o'ynaydi. Haqiqatan ayrim mamlakatlar, nodir turistik resurslarga, kam uchraydigan tabiiy joylarga ega. Masalan, AQSHda - Niagara sharsharasi, Nepalda -Jomolungma, Misr ehromlari, Hindiston Toj Mahali, Gretsiyada Akropol, Italiyada Kolizey, O'zbekistonda Samarqand, Buxoro, Urganch. Noyob tabiat yodgorliklari va inson tomonidan yaratilgan San'at asarlari u yoki bu mamlakatning monopol holatini belgilaydi hamda chet el turistlarida ularga kelish uchun qiziqish uyg'otadi.

Professor Karolin Kuperning fikriga ko'ra, «turizm - xalqaro darajada samarali raqobat kurashi olib borish uchun zarur bo'lgan valyuta oqimini yaratishni vujudga keltirishda qo'llanishi mumkin bo'lgan qudratli iqtisodiy quroldir»; Amerika professori Jon Voker «turizm - bu fan, san'at va biznes, xursandchilik uchun sayohat qilayotgan va ish yuzasidan kelgan kishilarni jalb qilish, joylashtirish va ko'ngilni ochishdir», deb ta'rif beradi.

Turizm rivojlanishi 1950-1960 yillarda vujudga kelgan postmodernism, yani modernizmdan keyingi nazariya asosida yangicha talqin etilmoqda.



Postindustrializmni postindustrial jamiyat (sanatlashuvdan keying jamiyat) tushunchasi bilan bog'lagan holda D. Bell aqliy faoliyat sohalari va kasbiy ixtisoslashuv natijasida axborot sohasi turizm sohasi bilan bog'liq holda rivojlanib boradi. Turizm sohasida ham innovatsiyalar joriy etilib, aqlli texnologiyalarni va bilimlarni qo'llash orqali rivojlanish yuz beradi. Bu nazariyaga asosan turizm sohasiga integratsion jarayonlar kirib kela boshlaydi. Dam olish, turistlarni joylashtirish, ovqatlantirish, ko'ngil ochish va boshqa faoliyatlarning standartlashtirilgan xizmatlarga o'tishi ro'y beradi. Bronlashtirishning hozirgi zamon komputer tizimi-Computer Reservation System (CRS)ga asos solindi. Havo transportida rezervlashtirish tizimlari, yani Amerikan Airlines va United Airlines kompaniyalari yaratildi. Shuningdek, turizmga axborot-kommunikatsion texnologiyalar, global distributer tizimi (Global Distribution Systemes (GDS) keng joriy qilindi. Transmilliy kompaniyalar turizm sohasiga, avvalom bor mehmonxona, ovqatlantirish, transport sohasiga kirib keldi. Turistik xizmatlar iste'molchilari bozori ustunlik qila boshladi.

Postmodernism modelida hududiy yondoshuv ahamiyati kuchayadi. Bunga sabab individual turistik ehtiyojlarni qondirish uchun taklif etilayotgan xizmatlar turlari ko'p bo'lishi va ularning bir joyda mujassam bo'lishi muhim hisoblanadi. Shuning uchun ma'lum turistik salohiyatga ega hududlarda kompleks rivojlanish yo'llarini topishga harakat qilinmoqda va turistik klasterlarni tashkil etishga kata e'tibor qaratilmoqda.

Postmodernism modelida klasterli yondoshuv turizmning barqaror rivojlanishida muhim o'rin tutmoqda. Shuning uchun undan rivojlangan mamlakatlarda turizm sohasining raqobatbardoshligini oshirishda turistik klasterlardan muhim dastak sifatida samarali foydalanmoqdalar. Klasterli yondoshuvning asoschilaridan biri Garvard biznes maktabining professori Maykl Porter bo'lib, u klasterlaga bir-biriga yaqin joylashgan, o'zaro bog'liq, muayyan



tarmoqda faoliyat ko'rsatuvchi df biri ikkinchisini to'ldiruvchi korxonalar va ularga aloqador tashkilotlar guruhi, deb ta'rif bergan (Поптер М.Э. 2001, С.208).

Birqancha mamlakatlarda turistik klasterlarni tashkil etish jarayonida ikki hil modellardan birini tanlashadi, ya'ni davlat tomonidan maqsadli tashkil etiladigan yoki xususiy biznes sube'ktlari tomonidan mustaqil ravishda tashkil etiladigan klasterlarni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash va rag'batlantirish chora-tadbirlari ko'riladi. Jumladan AQSh da klasterlar faoliyati davlat tomonidan investitsiya jalb etish va ilmiy tadqiqotlar orqali ko'maklasadi. Asosan yirik xususiy biznes muhim ahamiyatga ega tadbirkorlik shakli hisoblanadi.

Italiyada turizm klasterlar faoliyati davlat tomonidan monopolizmga qarshi qonunchilikka rioya etilishi nuqtai nazaridan nazorat qilinadi va kichik biznes sube'ktlarini qo'llab quvvatlash amalga oshiriladi. Finlandiyada klasterlarga davlat tomonidan axborot ta'minitiga ko'mak beriladi.

METODOLOGIYA.

Ushbu ilmiy tadqiqot maqolasining maqsadi bo'lib O'zbekistonda turizmning rivojlanish tendensiyalari va uni qo'llab-quvvatlash mexanizmini baholash masalalarini tadqiq etish hisoblanadi. Ushbu maqsaddan kelib chiqib quyidagi vazifalarni yechish amalga oshirilgan: O'zbekistonga kirib kelayotgan turistlarning geografik tarkibini tahlil etish va ularni guruhlashtirish; kirib kelayotgan turistlarning kelish maqsadlari bo'yicha guruhlash va tizimlashtirish; mamlakatda faoliyat yuritayotgan turistik tashkilotlar va ular ko'rsatayotgan xizmatlarni aniqlashtirish; turizmni xalqaro savdodagi o'rnini aniqlashtirish va YaIMdagi ulushini oshirish yo'nalishlarini belgilash.

NATIJALAR.

Umuman, turizm samaradorligi turizmni tashkil etish, turistik xizmat ko'rsatish va turistik korxonalar tomonidan ishlab chiqarish-xizmat ko'rsatish jarayonlaridan olinadigan iqtisodiy natijani ifodalaydi. Turizm iqtisodiy samaradorligi umumiy



ijtimoiy mehnat samaradorligi tarkibiy elementlaridan biri hisoblanadi. **Turizm tashkiloti faoliyati samaradorligi** uning o'z faoliyati natijalarining ularga sifatli erishishga qaratilgan xarajatlarga nisbati sifatida aniqlanadi. Samaradorlik belgilangan maqsadlarga erishish darajasini aks ettiradi, shuning uchun bozordagi barcha turistik tashkilotlar samarani maksimal darajada oshirishga intiladi. **Tashkiliy** turizm biznesining samaradorligi - tashkiliy maqsadlarga kutilganidan kamroq vaqt va (yoki) kamroq xarajatlar bilan erishish haqiqati. Tashkiliy maqsadlar xodimlarning ishni optimal tashkil etishga bo'lgan ehtiyojlarini ro'yobga chiqaradi, bu bizga tegishli sifatli xizmatlarni taqdim etish imkonini beradi.

Iqtisodiy turizm biznesining samaradorligi “iqtisodiy samaradorlik” va “iqtisodiy samara” tushunchalarining mazmunini aniqlashtirishni talab qiladi. **Iqtisodiy ta'sir** - turizm biznesining mutlaq natijasi. Xuddi shu ta'sirni turli yo'llar bilan, har xil xarajatlar bilan olish mumkin. Aksincha, bir xil xarajatlar turli oqibatlariga olib kelishi mumkin. Shuning uchun natijalarni xarajatlar bilan solishtirish kerak. Iqtisodiy samaradorlikni aniqlash uchun ta'sir va unga erishish xarajatlarini taqqoslash asos bo'ladi. Demak, iqtisodiy samaradorlik nisbiy qiymat bo'lib, u bir mutlaq qiymatning (ta'sirning) boshqasiga (xarajat) nisbati sifatida hisoblanadi. **Ijtimoiy** turizm biznesining samaradorligi - belgilangan ijtimoiy maqsadlarga kutilganidan kamroq vaqt va (yoki) kamroq moliyaviy xarajatlar bilan erishish haqiqati. Ijtimoiy maqsadlar turistik tashkilot xodimlarining axborot, bilim, ijodiy ish, o'zini namoyon qilish, muloqot va dam olishga bo'lgan ehtiyojlarini amalga oshiradi (dabit.ru , 2022, aprel 8).

Ammo turizm sohasini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash mexanizmining samaradorligini baholash Davlat statistika qo'mitasi tomonidan e'lon qilingan statistik ma'lumotlarning ochiqligi va ko'lamiga bog'liq bo'ladi. Shu boisdan turizm sohasi, shu jumladan, ichki va tashqi turizm rivojlanishi darajasi va ularning samaradorligini baholashda quyidagi qiyinchiliklar mavjud:



-tashqi turizm sohasi rivojlanishi darajasi va uning samaradorligini baholash uchun rasmiy statistik ma'lumotlar baxasining yetarli emasligi;

-ichki turizm rivojlanishi va uning iqtisodiy samaradorligini baholash uchun rasmiy statistik bazaning mavjud emasligi.

Ushbu muammolar mavjudligiga qaramasdan, turizm rivojlanishini qo'llab-quvvatlash mexanizmining, uning ini'kosi bo'lgan turizm sohasi va turistik firmalar faoliyati samaradorligini baholash metodikasi bo'yicha turli ilmiy qarashlar mavjud. Jumladan, iqtisodchi olim Ye.I. Yuvaneni turizm sohasi ijtimoiy-iqtisodiy samaradorligi ko'rsatkichlari sifatida quyidagi ko'rsatkichlarni tavsiya qiladi:

- 1000 kishiga to'g'ri keladigan turistlar soni;
- jami joylashtirish o'rinlarining sig'imi birligiga to'g'ri keladigan turistlar soni (kishi/joy);
- turistik xizmatlarning aholiga pullik xizmatlar umumiy hajmidagi ulushi (%da);
- turistik xizmatlarning YaIMdagi yoki YaXM dagi ulushi (%da);
- bir joylashtirish korxonasi tomonidan xizmat ko'rsatilgan turistlarning o'rtacha yillik soni (ming kishi);
- mehmonxona fondidan foydalanish koeffitsienti (umumiy hajmidagi ulushi, hajmiga nisbatan foizda);
- mehnat unumdorligi (ming so'm/kishi);
- turizm sohasi asosiy kapitaliga kiritilgan investitsiyalar hajmi (mln so'm);
- turizm sohasida ish bilan bandlarning umumiy ish bilan band aholi sonidagi ulushi (%) (Порошина О.В. 2016, №1, С.75-95).

Turizm rivojlanishi iqtisodiy samaradorligi mikrodarajada va makrodarajadagi ko'rsatkichlar orqali baholash mumkin. Turizm rivojlanishi iqtisodiy samaradorligi ko'rsatiladigan turistik xizmatlarning miqdoriy hajmi va sifat darajasini ifodalaydigan quyidagi ko'rsatkichlar bilan ifodalandi:



- turistik oqimlar hajmi;
- turistik xarajatlar hajmi;
- moddiy-texnika bazasining holati va rivojlanishi;
- moliyaviy iqtisodiy faoliyat ko'rsatkichlari;
- xalqaro turizm rivojlanishi ko'rsatkichlari (www.kukiani.ru).

Mamlakat miqyosida turizmni rivojlantirish bo'yicha davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash mexanizmi samaradorligini bizningcha, quyidagi ko'rsatkichlar bilan ifodalash mumkin:

- 1) turizmning mamlakat yalpi ichki mahsulotidagi ulushi, %;
- 2) turizm eksportining umumiy eksport hajmidagi ulushi, %;
- 3) turizm importining umumiy importdagi ulushi, %;
- 4) turizmdan olingan pul tushumlarining umumiy pulli xizmatlar hajmidagi ulushi, %;
- 5) mamlakatga kirish turistik oqimi hajmi, mln kishi;
- 6) mamlakatdan chiqish turistik oqimi hajmi, mln kishi;
- 7) ichki turistik oqim hajmi, mln kishi;
- 8) turizm sohasidagi ish bilan bandlarning soni (mln kishi) va umumiy ish bilan bandlar sonidagi ulushi, %;
- 9) joylashtirish vositalarining umumiy soni, ming birlik;
- 10) joylashtirish vositalaridagi yotoq joylar (nomer) fondi, ming birlik;
- 11) mehmonxonalardagi yotoq joylar (nomer) fondi, ming birlik;
- 12) bir turistning o'rtacha xarajati

Turizm talabining investitsiyaga ta'siri, har qancha investitsiya loyihalarining tayyorlanish bosqichida bozor vazifalarining ichkarisida o'rganilgan bo'lsa ham ko'pincha ratsional bo'lmagan omillarga bog'liq bo'lgani uchun o'lchanish va baholantirilishi ham qiyindir. Ichki va tashqi turizm talabi faqat daromad kabi iqtisodiy omillarning rol o'ynagani bir soha bo'lmasdan moda, ko'rgazma, iste'mol havosi, snobizm, ijtimoiy-psixologik omillar kabi bir nechta omil ham



turizm talabining ta'sirchisidir. Turizm bozorini yaxshi o'rganish, xavas anketalarni qo'llash, davomli bozor nazorati qilish shartdir. Faqat, turizm sektoridagi loyihalarning xech bir vaqt har qaysi bir sektor loyihasi kabi oddiy bir shaklda buyurilib qo'lga olinmasligini bilish kerakdir. Shu sababli ham sektorlar orasi alternativ investitsiya loyihasi muhokamasini qilish juda qiyindir. Ichki va tashqi turizm sohasi turistlarni ommaviy jalb qilish va tarmoqni samarali rivojlantirish bo'yicha vazifalarni hal qilish ko'pincha unga yo'naltirilayotgan investitsiyalarni rag'batlantirishga bog'liq.

XULOSA qilib aytganda bugungi kunda mamlakatimiz hududida turizm sohasining investitsion salohiyatini oshirish samaradorligiga erishish uchun xizmatlar sohasining rivojlanishiga ham katta e'tibor qaratilmoqda. Hozirgi vaqtda xizmatlar sohasining rivojlanishi moddiy ishlab chiqarish o'sishidan ilgarilab ketmoqda. 2021 yil yanvar-dekabr oylarida yalpi ichki mahsulot (YaIM) tarkibida xizmatlarning ulushi 39,6 foizni tashkil etdi. 2021 yil yanvar-dekabr oylarida xizmatlar ishlab chiqarish hajmi 272109,1 mlrd.so'mni tashkil etdi va 9,5 foizga oshdi (stat.uz), hozirgi vaqtda rivojlangan mamlakatlarda turizm sohasini rivojlantirishda postfordizm modelidan keng foydalanilmoqda.

Turizmni rivojlanishini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash mexanizmining samaradorligini baholash muhim ahamiyatga ega. Ushbu mexanizmning samaradorligi mamlakat miqyosida turizm kompleksining va alohida olingan turistik firma va tashkilot faoliyati samaradorligi ko'rsatkichlari orqali baholanadi. o'rnida aytish mumkinki turistik faoliyatini investitsiyalash jarayonida quydagilarni amalga oshirish zarur:

- milliy, mintaqaviy, mahalliy va firma dasturlari va rejalarida nazarda tutilgan tadbirlarni amalga oshirishga investitsiyalarni yo'naltirish;
- xorijiy valyutadagi rejalarini amalga oshirishga ketadigan xarajatlarni iloji boricha kamaytirishni nazarda tutish;
- ichki, hamkorlikdagi va xorijiy investitsiyalarning manbalarini topish va



hokazo.

Adabiyotlar

Mirziyoyev Sh.M.(2016 yil 7 dekabr) Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini ta'minlash — yurt taraqqiyoti va xalq farovonligining garovi. T.:–“O'zbekiston” NMIU, 2017, 20 bet.

Boltaboyev M.R., Tuxliyev I.S., Safarov B.SH., Abduxamidov S.A. (2018) Turizm: nazariya va amaliyot.-T.: “Barkamol fayz media” nashriyoti.

Stat.uz Iqtisodiy faoliyat turlari kesimida yalpi ichki mahsulot hajmi.
<https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/national-accounts-2>

Dabit.ru (2022, aprel 08) Turizm va mehmondo'stlik korxonalari faoliyatining sifati va samaradorligini oshirish usullari. Turistik korxonaning iqtisodiy samaradorligi. <https://dabit.ru/uz/chinese/metody-povysheniya-kachestva-i-effektivnosti-funkcionirovaniya.html>

Порошина О.В. (2016, №1, С.75-95) Оценка эффективности развития сферы туризма на основе целеориентированного подхода// Проблемы развития территории.

Портер М.Э. (2001, С.208) Конкуренция.-М.: Издательский дом “Вильямс”.

Власкин Г.А., Ленчук Е.Б. Кластерный подход в стратегии инновационного развития зарубежных стран //http /institutions com/strategies/1928 (дата обращения 12.06. 2015)

Ташмурадов Т. (1993, с.84) Международный туризм: справочник менеджера (учебное пособие). Ташкент, ТашГЭУ.

www.kukiani.ru. Показатели развития туризма.

<http://www.kukiani.ru/index.php?page=content&subpage=s&r=7&p=18&s=6>

3

www.lex.uz