

И.Иватов,
иқтисод фанлари доктори, профессор

ТУРИСТИК МАҲСУЛОТЛАР БОЗОРИДА ТУРФИРМАЛАРНИ БОШҚАРИШ ВА УЛАРНИНГ САЛОҲИЯТИНИ ОШИРИШ

Иқтисодиётнинг изчил ва барқарор ривожланишини таъминлашда келгуси давр учун пухта ва ҳар томонлама асосланган чора-тадбирлар, муҳим вазифа ва йўналишлар, турли даражадаги иқтисодий тараққиёт дастурлари ишлаб чиқиши ва аниқ белгилаб олиниши муваффақият гарови ҳисобланади. Ўзбекистон катта салоҳиятга эга, сиёсий барқарорлик, кучли давлатчилик, аҳолисининг катта қисми замонавий билимларни эгаллаган ёшлардан иборатлиги, бой қимматбаҳо табиий ресурслар захираси ва ривожланган инфратузилмаси туфайли минтақада етакчи давлат ҳисобланади.

Сўнгги йилларда республикамізда иқтисодий ўсишни таъминлаш, янги иш ўринларини ташкил этиш, бандлик муаммосини ҳал этиш, аҳоли даромадлари ва фаровонлигини оширишда тобора муҳим ўрин тутаятган кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни жадал ривожлантириш, рағбатлантириш ва қўллаб-қувватлашга алоҳида эътибор қаратилмоқда. 2011 йилни **“Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик йили”**-деб номланиши бу соҳада янада кенг имкониятларни очиб бермоқда.

Мамлакатимизнинг туризм соҳасида етарли даражада ва ҳар қандай хорижий мамлакатлардан қолишмайдиган имкониятларга эгаллиги бу борада қўплаб муваффақиятларга эришишимизни таъминловчи асосий манба ҳисобланади. Ана шуларни ҳисобга олган ҳолда, мамлакатимизда мустақилликнинг дастлабки йилларидан то ҳозирга қадар замон талабларига жавоб берадиган туристик маҳсулотни сотиш ва ривожлантириш борасида амалга ошириб келинаётган ислохотлар ўзининг ижобий натижаларини бериб келмоқда.

Туристларга хизмат кўрсатиш сифатини янада такомиллаштириш ва бозор талабларига тўлиқ жавоб берадиган туризм саноатига эга мамлакат сифатида дунё ҳамжамияти эътиборини қозониш бизнинг мақсадимиздир. Республикаміз туризм-мини ривожлантиришнинг асосини турмаҳсулот ташкил этади. Бироқ мураккаб ўтиш даври билан боғлиқ қўплаб муаммолар, жумладан туристик маҳсулотни сотиш ва ривожлантириш фаолиятини замон талабларига мос равишда бошқара оладиган кадрлар салоҳиятининг етишмаслиги, ташкилотлар ўртасида ўзаро муносабатлар тизими такомиллашмаганлиги, имкониятлари чекланганлиги, улар томонидан туристик маҳсулотни сотиш ва ривожлантириш хизмати маркетинги ва реклама ишларининг суств амалга оширилаятганлиги каби муаммолар туфайли ривожланиш суств бормоқда. Хорижий мамлакатларда туристик маҳсулотни сотиш ва ривожлантириш бизнеси катта ютуқларга эришди ва уларни Ўзбекистон амалиётига татбиқ этиш шу кун талабларидан келиб чиқади.

2000-йиллардан бошлаб туризм тармоғи хизматларнинг халқаро савдоси шакли сифатида барқарор ривожланиб келмоқда ва 2005-2010 йиллар дунёда хорижий туристларни ташриф буюришининг ўртача йиллик ўсиш суръати 6,2 %ни, валюта тушумлари 17 %ни ташкил қилди. Бутунжаҳон туристик

ташкilotининг маълумотиға кўра, 2010 йилда дунёда туристлар келиши 1 млрд. кишиға етди, улардан келадиган валюта тушумлари 650 млрд. доллардан ортиб кетди (халқаро транспорт тушумидан ташқари).

Шуни қайд этиш лозимки, халқаро туризм дунё мамлакатлари ўртасида нотекис ривожланиб, бу уларнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш даражаси билан белгиланади. Халқаро туризмнинг энг ривожланган ери Ғарбий Европа мамлакатлари ҳисобланиб, бу минтақа ҳиссасиға халқаро туризм бозори-нинг 75 %дан ортиғи ва 60 %ға яқин валюта тушумлари тўғри келади. Тахминан 20 %ға яқини Америкаға, 10 %дан камроғи Осиё, Африка ва Австралияға тўғри келади. Туризм соҳаси Ғарбий Европа мамлакатларида ривожланишнинг асосий сабабларидан бири шундаки, 2-жаҳон урушидан кейинги йилларда, бу ерларда халқаро туризмни йўлга қўйиш орқали иқтисодиётни тиклаш асосий йўналиш ҳисобланган. Буни ўз вақтида тушунган бизнесменлар, тадбиркорлар оз пул сарфлаб, кўпроқ фойда олишни айнан шу халқаро туризм соҳасида кўрганлар. Шунинг учун ҳам ҳозирги кунда Ғарбий Европа мамлакатларида халқаро туризм соҳасидан олинадиган даромад уларнинг жами даромадларида салмоқли ҳиссани ташкил қилади.

Маълумки, иқтисодиётда хусусий мулкчилик муносабатларини шакллантиришдан кўзланган асосий мақсад тадбиркорлик субъектлари ўртасида ўзаро рақобат курашини шакллантириш ва бунинг натижасида сифатли маҳсулот ёки хизматларни етказиб беришни ифода этади. Ўзбекистонда ривожланаётган туристик хизматлар бозоридаги рақобат туристик бизнеснинг йирик турфирмалари ўртасида бозордаги ҳукмронликка эғалик қилиш, унчалик катта бўлмаган турфирмалар ўртасида мижозлар учун курашиш шаклида намоён бўлади ва бу жараёни Ўзбекистонда фаолият юритаётган «CATS Ltd» МЧЖ ҚК мисо-лида кўришимиз мумкин.

«CATS Ltd» МЧЖ ҚК ходимлари томонидан хорижлик туристлар билан ўтказилган маркетинг сўровлари натижалари кўрсатишича, Ўзбекистонга келиб-кетган туристларнинг деярли барчаси турфирма томонидан кўрсатилган хизматлардан мамнун эканликларини таъкидлашган. Маркетинг изланишлари орқали ўтказилган сўровлар натижасида хизмат турлари талабға қараб тез-тез янгиланиб борилади. Бугунги кунга келиб фирма томонидан фақат чет эл фуқароларига қабул қилиш хизматларини амалға оширмоқда. Келажакда маҳаллий туристларға хизмат кўрсатишни тиклаш режалаштирилмоқда. «CATS Ltd» МЧЖ ҚК хорижлик ва маҳаллий туристларға хизмат кўрсатишда бир қатор меҳмонхоналар, музейлар, ресторанлар, транспорт хизматини кўрсатишни йўлга қўйган корхоналар билан шартнома тузган.

1-жадвал

«CATS Ltd» МЧЖ томонидан қабул қилинган туристлар сони

Давлатлар номи	2009 й. (киши ҳисобида)	2010 й. (киши ҳисобида)
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Австралия	22	24
АҚШ	8	21

1-жадвал давоми

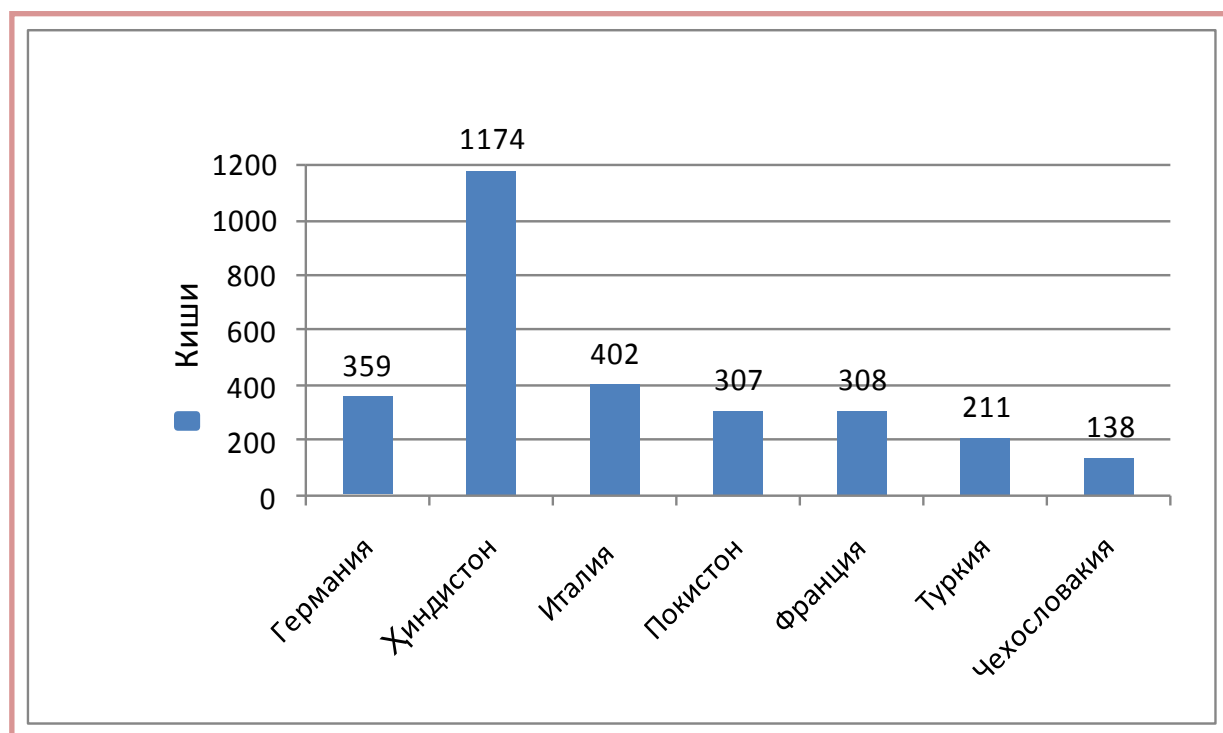
1	2	3
Англия	349	-
Бельгия	-	1
Германия	1031	359
Италия	132	402
Канада	-	38
Покистон	27	307
Польша	12	2
Россия	1	5
Тайвань	29	-
Туркия	-	211
Франция	201	308
Ҳиндистон	2	1174
Хитой	2	-
Чехия	2	-
Чехословакия	-	138
Швецария	219	39
Япония	334	9
Янги Зеландия	21	27
МДҲ	1	6
Хорижлик туристлар	2391	3051
Жами	2392	3057

Манба: «CATS Ltd» МЧЖ ҚК йиллик ҳисоботларидан

1-жадвал маълумотларида қайд қилинганидек, «CATS Ltd» МЧЖ ҚК томонидан қабул қилинган туристлар сегментини ўрганганимизда, асосан Европа давлатлари туристларининг сони кўпчиликти ташкил этишини кузатдик. Бунда Италия, Франция, Буюк Британиядан келувчи туристлар кўпчиликти ташкил этганини кўрамыз. Бироқ, шу билан бирга, Япония, Тайвань ва Покистон туристлари ҳам мамлакатимизга айнан шу фирма орқали ташриф буюришини эътироф этишимиз лозим.

“CATS Ltd” МЧЖ ҚК томонидан 2010 йилда Ўзбекистонга ташриф буюрган туристлар сонининг энг кўпи Ҳиндистондан бўлиб, улар сони 1174 кишини ташкил этади. Италия фуқаролари 402 киши, Германия 359 киши, Франция 308 киши, Покистон 307 киши, Туркия 211 киши ҳамда Чехословакиядан келган туристлар 138 кишини ташкил этган (1-расм). Бу кўрсаткични янада юқори даражага кўтариш учун “CATS Ltd” МЧЖ ҚК томонидан бир қатор янги турмаршрутлар, турпакетлар ва қўшимча хизматлар жорий этилди. Жумладан, 2011 йил Бухоро шаҳрида бўлиб ўтган Fond Forum ташкилоти томонидан ташкил этилган “Asrlar Sadosi” ва мустақилликнинг 20 йиллиги тантаналари

“CATS Ltd” МЖЧ ҚҚ томонидан 2010 йилда Ўзбекистонга ташриф буюрган туристлар сони



1-расм. “CATS Ltd” МЖЧ ҚҚ томонидан 2010 йилда Ўзбекистонга ташриф буюрган туристлар сони (киши).

Манба: «CATS Ltd» МЧЖ ҚҚнинг маълумотлари

чет давлатларни қизиқтириши табиий ва туристик фирма нафақат Бухоро шаҳридаги ҳамкорларини, балки бутун Ўзбекистон бўйлаб ҳамкорлар доирасини кенгайтди. Яъни, бизга маълумки, йил сайин меҳмонхона ҳамда ресторан саноати ривожланиб, танлаш имкони янада кенгайиб бораётган бир пайтда ҳар бир туристик фирманинг олдида турган вазифаси ушбу меҳмонхона ва ресторанлар билан ҳамкорлик қилиб битимлар тузилади. “CATS Ltd” МЖЧ ҚҚнинг яна бир ютуғи шундаки, унинг нафақат Ўзбекистонда, балки мамлакатларда, жумладан Канада, Буюк Британия ва Покистон Ислом Республикасида ҳам филиаллари мавжуд. Бу туристик фирманинг Ўзбекистонга чет эл туристларини жалб қилиш учун рекламага бўлган эҳтиёжларини камайтиради. Аммо маҳаллий аҳолининг ушбу туристик фирма фаолияти, хизматлари тўғрисида ахборотга эга бўлишлари, Ўзбекистондаги иш фаолиятини янада кенгайтириши учун рекламага эҳтиёжи катта.

2-жадвалда 2004-2010 йилларда туристларнинг Ўзбекистонга ташрифи сегментларини кўришимиз мумкин. Жумладан, таътил даврида келувчи тадбиркорлар 2004 йилдан 2010 йилга қадар 1,22 %га ортган. Халқаро тадбиркорлар 2004 йилдан 2010 йилга қадар 1,13 %га ортган. Конференция, симпозиум делегатлари 0,51 %га камайган. Савдогарлар ташрифи эса 2004 йилдан 2010 йилга қадар 1,39 %га ортган. Қариндош-уруғлари (диний мақсадда келувчилар) 2004 йилдан 2010 йилга қадар бўлган давр ичида 1,34 %га ортган. Жадвалдан кўриниб турибдики конференция, симпозиум делегатлари ҳажмини

янада кўпайтириш, савдогарларга кенгроқ имкониятлар яратиб бериш, халқаро тадбиркорлар, яъни инвесторларни янги сердаромад ғоялар, юқори масшабли объектларга қизиқтира олиш, таътил даврида келувчи тадбиркорлар, сайёҳларга максимал хизмат кўрсатишни йўлга қўйиш керак.

2 -жадвал

**2004-2010 йилларда туристларнинг сегментлари бўйича
Ўзбекистонга ташрифи**

Сегментлар	Йиллар						
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Таътил даврида келувчи тадбиркорлар	127	119	158	160	141	167	155
Халқаро тадбиркорлар	15	19	14	18	11	22	17
Конференция, симпозиум делегатлари	41	24	23	15	19	24	21
Савдогарлар	224	295	252	276	264	294	312
Қариндош-уруғлар (диний мақсадда келувчилар)	315	245	276	301	319	411	425

Манба: «CATS Ltd» МЧЖ ҚҚнинг маълумотлари.

Юқоридаги кўрсаткичлардан маълумки, туристик фирма 2010 йилда 2009 йилга нисбатан қабул қилиш миқдори 27,8 % кўрсаткичга эришди.

Турфирманинг юқори даражада ракобатбардош бўлишини ҳисобга олган ҳолда, яхши маркетинг муваффақиятнинг асоси эканлигини қайд қилиш керак. Шунинг учун ҳам хорижий мамлакатлардаги турфирмалар маркетинг масалаларига ривожланишнинг бош мезон сифатида қарайдилар ва мунтазам равишда маркетинг тадбирларини маблағлар билан таъминлаб борадилар.

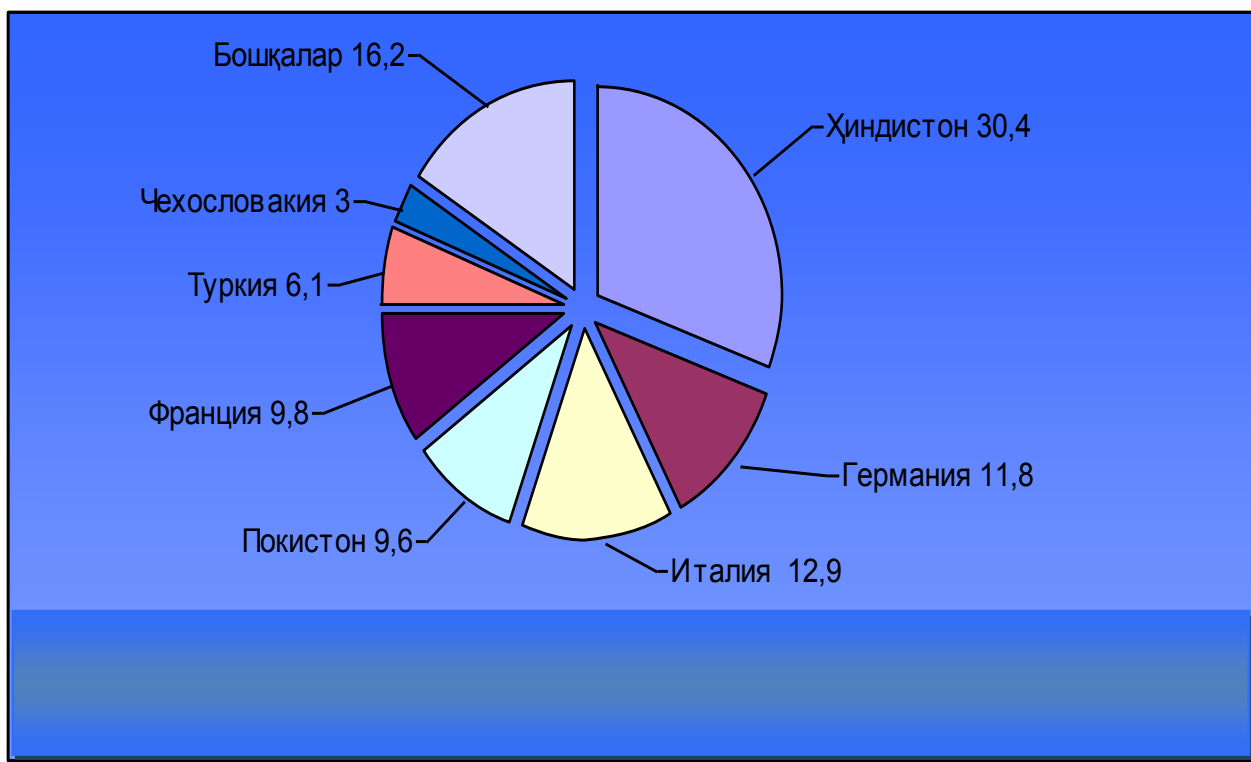
Диаграммадан кўриниб турибдики, “CATS Ltd” МЧЖ ҚҚ томонидан кўрсатилган туристик маҳсулотлар ҳажмида Ўзбекистонга ташриф буюрган давлатлар фуқароларидан тушган маблағлар улушининг энг кўп қисми 30,4 % Ҳиндистондан келаётган туристлар оқимида тўғри келмоқда. Италия 12,9 %, Германия 11,8 %, Франция 9,8 %, Покистон 9,6 %, Туркия 6,1 %, Чехословакия 3% ҳамда бошқа давлатлардан ташриф буюрган туристлардан тушган маблағлар оқими 16,2%ни ташкил этмоқда. Ушбу диаграммадан хулоса қилиб айтадиган бўлсак, Ҳиндистон фуқароларининг бизнинг мамлакатимизга қизиқиши катта.

“CATS LTD” туристик фирмаси томонидан кўрсатилаётган хизматларнинг баҳосини аниқлаш ва уларнинг таҳлили. “CATS Ltd” туристик фирмаси

ходимлари томонидан ўтказилган маркетинг тадқиқотлари вужудга келган туристик маршрутлар ва хизматларни янада такомиллаштириш, тарихий ҳудудларда янги объектларни туристик муомала соҳасига киритиш ҳисобига янги йўналишларни шакллантириш бўйича умумий хулосалар ва амалий тавсиялар ишлаб чиқиш имконини беради.

1-диаграмма

“CATS Ltd” МЖЧ ҚҚ томонидан кўрсатилган туристик маҳсулотлар ҳажмида Ўзбекистонга ташриф буюрган давлатлар фуқароларидан тушган маблағлар улуши %.



Мазкур маълумотларга кўра, 2010 йилга қадар бўлган давргача туристик оқимларнинг асосий қисми республиканинг туристик талаб катта бўлган ҳудудлари ва туристик марказлари – Тошкент, Самарқанд, Бухоро, Хоразм, Жиззах ва Фарғона водийсига тўғри келади. Республиканинг Қорақалпоғистон, Оролбўйи каби минтақалари, республика жануби, шу жумладан Термиз туризм соҳасида бой потенциал имкониятларга эга, аммо улар яхши ўзлаштирилмагани ва асосий марказлардан узоқда жойлашгани учун туристик корхоналар лойиҳалаштирилган мажмуини ривожлантириш истиқболларига киритилиши лозим.

Маркетинг фаолиятининг муҳим объекти - турфирма учун бозорларни аниқлашдан иборатдир. Алоҳида турмаҳсулот ва турпакет гуруҳлари, алоҳида минтақа ва мамлакатлар, ички ва ташқи бозорлар, капитал, иш кучи, харидор ва сотувчилар бозорлари мавжуд. Улардан туризм учун энг муҳими ташқи ва ички туризм бозорларидир. Ички туризм бозори - бир мамлакат чегарасидаги турмаҳсулот муомаласини ўз ичига олса, ташқи туризм - миллий давлат чегаралари ортидаги турмаҳсулот муомаласи йиғиндисидир. Ички туризм

бозори иштирокчилари маҳаллий турфирмалар, компания ва ташкилотлар; ташқи туризм бозори иштирокчилари алоҳида мамлакатлар миллий чегарасидан ташқарига чиқадиган турмахсулотлар муомаласида иштирок этадиган турфирмалардир, яъни бу бозор маълум бир мамлакатга нисбатангина ташқи ҳисобланади. Туризм соҳасида тадбиркорлар профессионализм тайёргарлигини ошириш мамлакатимиз туризми олдига қўйилган қуйидаги мақсадларга эришишни таъминлаб беради:

биринчидан, мамлакатимизга чет эллик туристларнинг катта миқдордаги оқимини жалб этиш орқали халқаро доирада бемалол рақобатлаша оладиган туризм саноатининг асосини яратиш;

иккинчидан, мамлакатимиз туризм саноати тараққий этиши учун етарли шарт-шароитларни яратиш ҳамда чет эллик туристларда мамлакатимизга ташриф буюриш истагини имкон қадар уйғотиш;

учинчидан, туризм соҳасида фаолият кўрсатаётган тадбиркорлар тасаввурида сифатли хизмат кўрсатиш ва бунинг учун зарур шарт-шароитлар тўғрисидаги тушунчани шакллантириш.

Маълумки, ҳар қандай корхона менежменти ўз ичига икки асосий жиҳатни олади. Биринчиси, ташкилот мақсадларини белгилаш, иккинчиси, ташкилотни, бунга мос равишда фирма персоналини бошқариш. Биринчи жиҳатда ташкилот мақсадларини амалга ошириш бўйича чора-тадбирлар ишлаб чиқилади ва уларнинг натижаси назорат қилинади. Бунда ташкилот менежменти моддий - мантикий муаммоларни ҳал этиш, маълумотлар айирбошлашини ташкил этиш ва улар устидан назорат этишга қаратилган бўлади. Иккинчи жиҳат хусусида тўхталадиган бўлсак, шунини алоҳида таъкидлаб ўтиш жоизки, бозор муносабатлари шароитида ва рақобат муҳити ривожланган шароитда ташкилот ходимлари эҳтиёжларининг қондирилиши унинг самарали иш фаолиятини таъминловчи энг муҳим мақсадлардан бири ҳисобланади. Менежментнинг ушбу жиҳатлари бир-бири билан узвий боғлангандир.

Шунинг учун ҳам уларни бир-бирига қарама-қарши қўйиш ёки бир-биридан ажратиб кўрсатиш мантиққа зид. Бозор иқтисодиёти шароитида ҳар қандай ташкилот раҳбари бир томондан тўғри моддий-мантикий қарорни қабул қилиш керак бўлса, иккинчи томондан эса ташкилот олдига қўйилган мақсад ва вазифалар бажарилишига ўз ходимларини йўналтириши ва улар фаолиятини рағбатлантириши керак. Маълумки, туристик ташкилотлар томонидан кўрсатиладиган хизматлар ёки туристик маҳсулотлар фақатгина туристлар ташриф буюрганда амалга оширилади. Шунинг учун ҳам туристик ташкилотнинг персонали туристлар билан ўзаро муносабат ўрнатишда энг муҳим стратегик омил ҳисобланади.