

**М.Т. Алимова,**  
ассистент, СамДУ

## **ТУРИЗМ ТИЗИМИГА ОИД КАТЕГОРИЯЛАРНИНГ ИЛМИЙ-НАЗАРИЙ ТАЛҚИНИ ВА ТАЪРИФЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ**

*В данной статье, изучив научно-теоретическую точку зрения зарубежных и отечественных учёных, автором разработаны и предложены авторские определения по категориям, относящимся к системе туризма. При разработке научно-теоретических определений понятия “туризм” и “рынок туризма” автором использована теория систем и системный анализ.*

*In this article, by examining scientific and theoretical point of view of foreign and domestic scientists, the author developed and proposed definitions for the categories related to the tourism system. In developing the scientific and theoretical definitions of "tourism" and "tourism market" the author used systems theory and systemic approach.*

**Калит сўзлар:** туризм, туризм индустрияси, туризм бозори, тизим, тармоқлараро мажмуа.

Кейинги ўттиз йил ичидаги глобаллашув жараёни, халқаро ахборотлар, алоқа ва транспорт тизимининг такомиллашуви туризм соҳасини барқарор ривожлантириб, дунёнинг етакчи тармоқларидан бирига айлантирди ҳамда уни халқаро миқёсдаги аҳамиятини оширди. Хусусан, ушбу давр ичида халқаро миқёсда туристлар сонининг 3,8 мартага, улардан тушадиган валюта тушумларининг 11 мартага ошганлиги<sup>1</sup> фикримизнинг далилидир. Яна шуни эътироф этиш жоизки, 1987 йилдан бошлаб ушбу тармоқнинг дунё миқёсида йиллик ўсиш даражаси ўртача 14,8 фоизни ташкил этди, ваҳоланки бошқа тармоқларда бу давр оралиғида мазкур кўрсаткичнинг миқдори 8,8 фоиздан ошмаган [1]. Бугунжаҳон туризм ташкилотининг (БТТ) маълумотларига кўра, 2014 йилда ушбу тармоқда жаҳон ялпи ички маҳсулотининг 9,8 фоизи яратилган, халқаро миқёсда товарлар ва хизматлар экспорти ҳажмининг эса 6 фоизини ташкил этган [2]. Жами хизматлар экспорти ҳажмининг 30 фоизи (1,5 трлн. АҚШ долл.), умумий бандлик кўрсаткичининг эса 9,4 фоизи ушбу соҳа ҳиссасига тўғри келади, ҳамда дунё бўйича яратилаётган ҳар ўн биринчи янги иш ўрни туризм соҳасида яратилмоқда [3].

Туризм нафақат ривожланган, балки, ривожланаётган, ҳаттоки, нисбатан кам ривожланган мамлакатлар ва ҳудудлар ижтимоий-иқтисодий тараққиётининг қудратли катализатори ҳисобланади. Халқаро меҳнат ташкилотининг маълумотларига кўра, бугунги кунда халқаро туризм тизимида дунёни меҳнатга лаёқатли аҳолисининг 276845 минг кишиси банддир [3]. Шунингдек, бу тармоқда яратилган битта янги иш ўрни sanoat тармоғига нисбатан 20 баробар арзонга тушади [4]. Бирор-бир мамлакатга ташриф

<sup>1</sup> UNWTO Tourism Highlights маълумотлари асосида муаллиф томонидан ҳисобланган.

буюрувчи ҳар 30 та турист бевосита битта ёки билвосита иккита янги иш ўринларини барпо қилишга имконият яратади [5]. Демак, хулоса қилиш мумкинки, мамлакат иқтисодиётининг бошқа тармоқларига нисбатан туризм соҳаси камроқ сарф-харажатлар эвазига кўпроқ иш ўринларини яратиши ва валюта тушумларини таъминлаши мумкин.

Жаҳон иқтисодиёти миқёсида туризм соҳасининг истиқболи, унинг ижтимоий-иқтисодий ривожланишдаги ўрни, аҳамияти ва ривожланишининг амалий жиҳатлари унинг назарий-методологик асосларини илмий жиҳатдан тадқиқ этиш заруриятини илгари сурмоқда. Кўпчилик олимлар ўз тадқиқотларида “туризм” тушунчасининг моҳиятини ёритиб беришга эътиборларини қаратишган. Аммо, бугунги кунда туризм соҳасига тегишли алоҳида тушунчалар, қоидалар ва таърифлар бўйича ягона фикр мавжуд эмас. Таниқли олим Кохеннинг фикрича, туризм бўйича тадқиқотлар қанчалик кўп бўлса, «туризм» тушунчасига деярли шунчалик кўп таърифлар келтирилади [6]. Бизнинг фикримизча, туризм соҳасига тегишли тушунчаларнинг аниқ изоҳи ва шарҳи жаҳон миқёсида, қолаверса, мамлакатимиз миқёсида туризм бозорида содир бўлаётган барча жараёнлар ҳамда ушбу бозорга хос ижтимоий-иқтисодий муносабатлар моҳиятини тўғри тушунишда, ҳамда соҳа фаолиятини тўғри ташкил этиш ва бошқаришда муҳим аҳамият касб этади.

Бизнинг фикримизча, ҳозирга қадар “туризм” тушунчасига берилган таърифларни икки гуруҳга ажратиш мумкин. Ушбу соҳа мутахассислари томонидан берилган биринчи гуруҳ таърифлар кўпроқ аниқ бир мақсадга (масалан, статистик мақсадларда) йўналтирилган масалаларни ечиш воситаси сифатида хизмат қилиб, туризмнинг алоҳида иқтисодий, ижтимоий, сиёсий ва бошқа жиҳатларини қамраб олувчи, бирмунча тор ихтисослашган тавсифга эгадир. Иккинчи гуруҳ таърифлар эса концептуал йўналишдаги таърифлар бўлиб, улар туризмнинг турли хил хусусиятлари ва ўзига хос муносабатларини акс эттирувчи мураккаб ички мазмун ва моҳиятни очиб беришга қаратилган.

XX асрнинг бошларида туризмнинг оммавий ҳодиса сифатида ривожланиши кузатилган. Бу даврда “туризм” тушунчасига берилган илк шарҳлар ва таърифлар асосан туризм статистикасини юритиш учун хизмат қилган. «Халқаро турист» атамаси илк маротаба 1937 йилда Миллатлар Лигаси кенгашида киритилган бўлиб, бунда унинг қуйидаги учта хусусияти, яъни: 1) бир жойдан иккинчи жойга кўчиб юриш; 2) муайян жойда вақтинчалик тўхташ; 3) меҳнат қилиш ва даромад олиш ўртасида алоқанинг йўқлиги ажратиб кўрсатилган [7]. Туризм соҳаси ривожланишининг кейинги даврларида ушбу соҳага оид тушунчалар ана шу белгилар асосида шаклланган. Ушбу давр оралиғида “туризм”, “турист” тушунчаларининг моҳияти ва мазмуни бир қатор халқаро анжуманларда, яъни: 1950 йилда Дублин ва 1957 йилда Лондон шаҳарларида бўлиб ўтган расмий туристик ташкилотларнинг Халқаро уюшмаси мажлисларида; 1963 йилда Рим шаҳрида бўлиб ўтган БМТнинг халқаро туризм ва саёҳатлар бўйича конференциясида; 1986 йилда Манилада ўтказилган Бутунжаҳон туристик ташкилотининг (БТТ) конгрессида; 1991 йилда Канаданинг Аттава шаҳрида бўлиб ўтган саёҳатлар ва туризм статистикаси бўйича Халқаро Канференцияси каби анжуманларда муҳокама этилганлиги

жаҳон миқёсида ушбу соҳага оид тушунчаларнинг юқори назарий ва амалий аҳамиятга эга эканлигидан далолат бериб, шунингдек туризмнинг мавжуд терминологиясини муайян даврга хос тенденциялар, ҳодиса ва жараёнлар асосида такомиллаштиришга бўлган интилишларни намоён этади. Ҳозирги вақтда халқаро туризм статистикаси амалиётида БТТ томонидан ишлаб чиқилган ва 25-28 июн 2007 йилда Нью-Йорк шаҳрида бўлиб ўтган мажлисида БМТнинг туризм статистикаси бўйича Экспертлар Гуруҳи томонидан маъқулланган “Туризм статистикаси бўйича халқаро тавсиялар, 2008” нашрида келтирилган тавсия ва таклифлардан кенг миқёсда фойдаланилмоқда. Халқаро тавсияларга кўра: “туризм – бу ташриф буюрувчиларнинг фаолиятига тегишли тушунча” [8; 12-б], – ҳисобланади. Шунингдек, “ташриф буюрувчи” мазкур хужжатда: «...одатдаги муҳитдан ташқарида жойлашган асосий тайинланган жойга, мамлакатда ёки ташриф жойида рўйхатга олинган ташкилотда ишга жойлашиш мақсадидан бошқа мақсадларда (касбга оид, дам олиш ёки бошқа шахсий мақсадлар), бир йилдан кам бўлган муддатга сафарни амалга оширган саёҳатчи»[8; 12-б], – деб эътироф этилади.

Бундан ташқари ушбу соҳа амалиётида В.Хунцикер-К.Крапфнинг “туризмнинг бош назарияси» таърифи кенг тарқалган. Унга асосан: «туризм – инсонларнинг кўчишлари ва ўз яшаш жойларидан ташқарида тўхташлари натижаси бўлиб, токи ушбу тўхтаган манзиллари доимий яшаш жойига айланмагунга ҳамда даромад олиш билан боғлиқ бўлмагунга қадар ушбу ҳодисалар ва улар билан боғлиқ муносабатлар мажмуи ҳисобланади»[9; 42-б]. Ушбу таърифга ўхшаш таъриф австриялик ҳуқуқшунос-олим П.Бернекер томонидан келтирилиб, у туризмни «саёҳатчининг нотижорий, ҳамда ўз касбига боғлиқ бўлмаган мақсадларда, вақтинчалик ва ихтиёрий тарзда яшаш жойларини алмаштириши билан боғлиқ ўзаро алоқалар ва хизматлар мажмуи» [10; 8-б] сифатида изоҳлайди. Юқорида келтирилган таърифларда туризм тушунчасининг мазмуни ва моҳиятини кўпроқ туристик талаб нуқтаи назаридан ёритиб бериш ёндашуви кузатилиб, туристик маҳсулотни ишлаб чиқувчиларнинг фаолиятига боғлиқ муносабатлар мажмуи ушбу таърифларда ўз аксини топмаган.

Бугунги кунда соҳа мутахассислари томонидан келтирилган таърифларда туризмнинг кўп қиррали, турли-туман кўринишдаги тушунча сифатида эътироф этилиши: “туризм бир пайтнинг ўзида фаолият шакли, миллий иқтисодиёт тармоғи, рекреация кўриниши, дам олиш усули бўлиши билан бир қаторда санъат, илм-фан ҳамда бизнес ҳисобланади” [11; 17-б.], - деган изоҳларда ҳам ўз аксини топмоқда.

Юқорида келтирилган фикрлардан кўриниб турибдики, туризм тушунчасига нафақат турли хил изоҳ ва таърифлар берилган, балки ушбу турли хил таърифларда унинг таркибига ўзаро таққослаб бўлмайдиган ҳодиса, жараён ва муносабатлар ҳам киритилган. Баъзи бир мутахассислар туризмни иқтисодий жараён сифатида “туристик тур” тушунчасига хос мазмун орқали ифодаласалар, бошқалари эса туристик ташкилотлар фаолияти сифатида изоҳлайдилар.

Кўпгина давлатларда туризм соҳаси ҳалигача миллий иқтисодиёт тармоқлари таркибига мустақил тармоқ сифатида киритилмаган. Шу сабабли баъзи бир гуруҳ тадқиқотчилар ҳалигача туризмни миллий иқтисодиётнинг алоҳида тармоғи сифатида эътироф этишни хоҳламайдилар. М.А.Жукованинг илмий асарида ушбу гуруҳ тадқиқотчиларининг “... ташкилотларнинг арзимас миқдоригина айнан туристлар учун маҳсулот ва хизматлар ишлаб чиқаришга ихтисослашган бўлиб, уларнинг кўпчилиги маҳаллий аҳоли талабларини қондиришга ихтисослашган” [11; 14-б.] каби фикрлари қаттиқ танқид остига олиниб, “ушбу нуқтаи назар асоссиз ҳисобланади, чунки туризм тармоғи комплекс хизматлар ёки тур деб аталмиш ўзининг шахсий ихтисослашган маҳсулотига эга” [11; 14-б.] деган фикри илгари сурилган. Худди шундай ҳолат бугунги кунда Ўзбекистон Республикасида ҳам кузатилиб, туризм иқтисодий фаолият турлари таснифлагичининг (ХХТУТ бўйича – 91620 коди билан) алоҳида тармоқ ости гуруҳига киради. Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлисининг 1999 йилда қабул қилинган «Туризм тўғрисида»ги қонунида келтирилган «туризм – жисмоний шахснинг доимий истиқомат жойидан соғломлаштириш, маърифий, касбий-амалий ёки бошқа мақсадларда борилган жойда (мамлакатда) ҳақ тўланадиган фаолият билан шуғулланмаган ҳолда узоғи билан бир йил муддатга жўнаб кетиши (саёҳат қилишга)» [12] таърифда ҳам туризмнинг мазмун ва моҳияти тўлиқ қамраб олинмаган. Шу сабабли, фикримизча, мамлакатимиз туризм соҳасига оид ишончли ва аниқ статистикага эга эмас.

Шунингдек, бир қатор тадқиқотчилар “туризм” тушунчасини “тармоқ” сифатида эмас, балки бир-бири билан боғланган “тармоқлараро мажмуа” сифатида талқин этмоқдалар. Мисол учун, россиялик олимлар М.А. Морозов, Н.С. Морозова, Г.А. Карпова, Л.В. Хореваларнинг: “Замонавий туризм мураккаб тармоқлараро мажмуа сифатида намоён бўлади” [13; 253-б.], - деган фикрлари, шунингдек, М.Н. Дмитриевнинг: “Туризм – бу истеъмолчиларнинг махсус категорияси (туристларнинг) эҳтиёжларини қондирувчи ҳамда ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш соҳа тармоқлари ташкилотларидан иборат миллий хўжаликнинг тармоқлараро мажмуасидир” [14; 27-б.], - таърифларида ушбу ҳолатни кузатиш мумкин. Бундан ташқари, АҚШ конгресси томонидан келтирилган: «Туризм – бу доимий яшаш жойидан ташқарида кундалик фаолият билан боғлиқ бўлмаган бошқа ҳар қандай мақсадлардаги саёҳатларни транспорт хизматлари, товарлар, жойлаштириш ва бошқа керакли воситалар билан таъминловчи ташкилотлар ва фаолият турларининг ўзаро алоқадаги бирлашмасидир» [15; 27-б.], ҳамда 1989 йил 14 апрелда қабул қилинган туризм бўйича “Гаага декларацияси”да келтирилган: «туризм – инсонларнинг ўз яшаш ва иш жойларидан мустақил кўчишларини, шунингдек уларнинг кўчиб юришлари натижасида вужудга келадиган талабларини қондириш учун яратилган хизмат кўрсатиш соҳаларини ўз таркибига олади» [9; 42-б.], – деган таърифларда ҳам шундай ёндашув кузатилмоқда. Келтирилган ушбу таърифларнинг моҳиятига эътибор берадиган бўлсак, “туризм” тушунчаси кўпроқ “туризм индустрияси” тушунчасининг моҳияти ва мазмунини очиб беришга йўналтирилган. Бизнингча, ушбу таърифларда “туризм”



тушунчасининг мазмуни ва моҳиятини очиб беришда олимлар ва соҳа мутахассислари томонидан таклиф нуқтаи назаридан ёндашилган, бу эса соҳага хос мураккаб тизимли муносабатларнинг моҳиятини тўлиқ очиб беришда етарли эмас. Бундан ташқари, туризм мураккаб ижтимоий-иқтисодий тизим ҳисобланиб, тизимлар назариясига асосан мураккаб тизимнинг моҳиятини “мажмуа” тушунчаси орқали талқин этиш нотўғридир. Бу борада кейинги параграфда батафсил тўхталиб ўтамыз.

Бугунги кунда “туризм индустрияси” тушунчасининг кўплаб таърифлари ишлаб чиқилган бўлиб, уларнинг ичида биринчи ва нисбатан аниқ таърифлардан бири 1971 йилда БМТнинг савдо ва ривожланиш бўйича Конференциясида келтирилган. Унда туризм индустриясига: “... саёҳат қилувчи шахслар учун товар ва хизматларни яратишга қаратилган иқтисодий фаолиятнинг ишлаб чиқариш ва ноишлаб чиқариш шакллари мажмуи” [11; 15-б.], – деб таъриф берилган. Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида»ги қонунида туристик индустрия: “туристик фаолиятнинг туристларга хизмат кўрсатишни таъминловчи турли субъектлари (меҳмонхоналар, туристик комплекслар, кемпинглар, мотеллар, пансионатлар, умумий овқатланиш, транспорт корхоналари, маданият, спорт муассасалари ва бошқалар) мажмуи” [12] сифатида талқин этилган.

Малакатимизда туризм соҳасига оид илмий адабиётларда ҳам туризм индустрияси тушунчаси ҳар томонлама тадқиқ этилиб, ушбу соҳа мутахассислари И.С.Тухлиев, Р.Ҳайитбоев, Н.Э.Ибодуллаев, Р.С.Амриддиновалар унга: “Туризм индустрияси – бу меҳмонхоналар ва жойлаштириш воситалари, транспорт воситалари, умумий овқатланиш объектлари, кўнгил очиш объектлари ва воситалари, билим орттириш, даволаш, соғломлаштириш, спортга доир, диний-маросимчилик, ишбилармонликка ва бошқа мақсадларга молик воситалар, туризм операторлари ва туризм агентлигини амалга оширувчи, шунингдек, туристлик-экскурсия ва гид-таржимонлик хизматларини таклиф қилувчи ташкилотлар мажмуидир” [16; 42-б.], – деб таъриф беришган. Аммо, бизнинг фикримизча, “туризм индустрияси”га берилган ягона таърифда унинг бутун кўламини қамраб олиш мушкулдир. Масалан, Канадалик мутахассислар Канада туризм индустрияси таркибини жами 41 турдаги хизмат турларидан иборат [17; 87-б.] деб эътироф этишса, америкалик экспертлар мамлакат туризм индустрия таркибига 39 турдаги хизматларни киритишади. Шу сабабли, биз россиялик олимлар М.Э. Немоляева ва Л.Ф. Ходорковларнинг бу борадаги “замонавий туризм индустрияси – бу инсонларнинг ташриф буюрган давлатларида пул тўланадиган касбий фаолиятдан ташқари исталган мақсадларда вақтинчалик кўчиб юришлари давомида вужудга келадиган талабларини қондиришга қаратилган ишлаб чиқарувчилар гуруҳидир” [11; 15-б.], - деган фикрларига қўшиламыз.

Бундан шундай хулоса қилиш мумкинки, туризм соҳасининг ривожланишига миллий хўжаликнинг тармоқлараро мажмуаси доирасидаги ижтимоий-иқтисодий муносабатларнинг такомиллашуви сифатида ёндашиш лозим. Ваҳоланки, туризм соҳаси фақат вертикал текисликда жойлашмасдан,

иқтисодиётнинг турли тармоқлари билан узвий алоқадорликда бўлган ҳолда горизонтал майдонни ҳам қамраб олган [18].

Юқорида “туризм” тушунчасига берилган таърифлар таҳлили асосида шундай хулоса қилишимиз мумкин, унинг моҳиятини очиб беришга икки ёқлама ёндашувни: биринчидан, ушбу тушунчани талқин этиш концепциясига “талаб” нуқтаи назаридан; иккинчидан, “таклиф” нуқтаи назаридан ёндашувни кузатиш мумкин. Шу билан бирга, халқаро миқёсда туризмга оид келтирилган баъзи фикрларда ушбу икки ёндашувни бирлаштиришга бўлган интилишларни ҳам кузатиш мумкин. Хусусан, Халқаро туризм Академияси вице-президенти М.Б.Биржаковнинг фикрига кўра, “туризм – бу: биринчидан, туризмнинг аниқ мақсадлари асосида туристлар томонидан амалга ошириладиган саёҳатларнинг ўзига хос оммабоп шакли, яъни туристнинг фаолияти шакли; иккинчидан, ушбу саёҳатларни ташкиллаштириш ва амалга ошириш бўйича туристик фаолиятдир. Туристлик фаолият эса туризм индустрияси ва унга алоқадор тармоқ корхоналари томонидан амалга оширилади [19; 22-б]”. Шу сабабли, биз мамлакатимизда соҳанинг етакчи мутахассислари ва олимларидан бири Н.Тухлиевнинг бу борадаги: “туризмни талаб ва таклифнинг комплекс тизими сифатида кўриб чиқиш мумкин [20; 8-б.]”, - деган фикрига қўшилаемиз, ҳамда “туризм” тушунчасини “талаб ва таклифнинг уйғун бирлиги” нуқтаи назаридан кўриб чиқиш, мақсадга мувофиқ деб ҳисоблаймиз.

Туризмнинг мураккаб моҳиятини назарий ва амалий жиҳатдан ана шундай ёндашувлар асосида таҳлил этиш ва аниқлаш, ҳамда амалий таклиф ва тавсияларни ушбу ёндашувлар асосида ишлаб чиқиш бизнинг тадқиқотимизнинг асосий мазмунини ташкил этади.

Шундай қилиб, фикримизча, “туризм” тушунчасининг туриндустрия сифатидаги, юқорида келтирилган таърифлардаги талқинини: “тармоқлараро ишлаб чиқариш мажмуаси таркибий компонентлари орасидаги кўп қиррали алоқалардан ташкил топган мураккаб ижтимоий-иқтисодий тизим”, - сифатидаги мазмун билан тўлдириш, мақсадга мувофиқдир.

Бундай нуқтаи назар В.И.Азар томонидан берилган таърифда акс этган бўлиб, унинг фикрига кўра “Туризм – алоҳида давлат халқ хўжалиги доирасидаги алоҳида элементлар ўртасидаги турли хил алоқаларни, шунингдек миллий иқтисодиётнинг бутун жаҳон хўжалиги билан ўзаро алоқаларини қамраб олган улкан иқтисодий тизимдир” [21; 7-б.]. Н.Тухлиев ҳам ўзининг асарида юқоридаги фикрга ўхшаш таърифни келтирган бўлиб, у: “Туризм – бу барча ижтимоий ва иқтисодий соҳаларга кириб боровчи, ҳудуд даражасидан глобал даражагача кўплаб ўзаро боғлиқликдаги турли хил фаолиятлар ва хизматлар мажмуини намоён қилувчи мураккаб тизимдир” [20; 19-б.], – деб эътироф этади.

Юқорида келтирилган фикрлардан келиб чиққан ҳолда, “туризм” категориясини ёритиб беришда, фикримизча, ушбу соҳа шаклланиши ва ривожланишининг ўзига хос хусусиятларини инобатга олиш зарур. Бу хусусиятлар қуйидагилардан иборат:

– туризм соҳаси туристларнинг эҳтиёжларини қондиришга йўналтирилган кўп қиррали функционал тузилмага эга мураккаб тизим ҳисобланиб, хизмат кўрсатишда фойдаланиладиган ўзига хос шакл ва усулларни қамраб олади;

– туризм соҳасининг моддий ишлаб чиқаришдан асосий фарқи, туристик хизматларни кўрсатиш бўйича пировард натижаларга эришиш бевосита истеъмолчининг (ташриф буюрувчиларнинг) иштирокида юзага келиши ҳамда истеъмол жараёнининг бевосита туристик ресурслар мавжуд жойда амалга оширилиши ҳисобланади;

– туризм бозорида туристлар учун ўзига хос бўлган туристик маҳсулот таклиф этилади. Туристлик маҳсулот комплекс тавсифга эга бўлиб, туристларнинг саёҳати давомида вужудга келадиган туристик талабни қондириш учун зарурий хизматларнинг “пакети” шаклида намоён бўлади;

– туристик хизматларга бўлган талабнинг бозор конъюнктурасига нисбатан сиёсий ва ижтимоий-иқтисодий муҳит ўзгаришига юқори таъсирчанликка эга эканлиги. Бунда туризм соҳасида кўрсатиладиган хизматлар хавфсизлиги ўзига хос ва бирламчи аҳамиятга эга бўлади.

Демак, юқоридаги хусусиятларни эътиборга олган ҳолда “туризм” категориясини қуйидагича талқин этамиз: туризм – бу элементлари ўзаро полииерархик алоқалар ва муносабатлар тизими орқали боғланган, пировард натижаларга эришишда бевосита ташриф буюрувчиларнинг иштироки билан тавсифланадиган, тармоқлараро мажмуанинг кўп қиррали функционал тузилмаси негизида шаклландиган, ҳамда ташқи муҳит ўзгаришига юқори таъсирчанликка эга очиқ мураккаб ижтимоий-иқтисодий тизимдир.

Бунда, туризм индустриясининг таркибий тузилмаси тармоқлараро ишлаб чиқариш мажмуаси объектларидан ташкил топган. Демак, фикримизча, туризм индустрияси – туристик сафар давомида туристлар истеъмолини имкон даражада тўлиқроқ таъминлашга керакли, шунингдек, айнан шу жараёни амалга ошириш учун етарли бўлган хизматлар ва товарлар мажмуини ишлаб чиқарувчи ва реализация қилувчи ташкилотларнинг ўзаро боғланган, мураккаб мажмуидир.

Туристлик хизматларнинг пулга ва пулнинг қайтадан туристик хизматларга айланиш ҳодисасини қамраб олган жаҳон хўжалиги алоқалари тизими туризм бозори тушунчаси моҳиятида ўз ифодасини топади. “Туризм бозори” тушунчаси таърифининг шаклланиши ва такомиллашуви ярим асрдан ортиқ тарихга эга. Ушбу давр оралиғида кўпгина иқтисодчи-олимлар томонидан турли хил ёндашувлар асосида турли хил таърифлар ишлаб чиқилган.

Хусусан, М.Г.Воронцова, туризм бозорига: «бу аниқ макон ва замонда ўзига хос туристик хизматлар ва товарларнинг олди-сотди жараёнини таъминлаш учун талаб ва таклифни бирлаштирувчи ижтимоий-иқтисодий ҳодисадир» [22], – деб таъриф беради. Бунга ўхшаш таърифлар мамлакатимиз олимлари томонидан ҳам келтирилган бўлиб, уларнинг фикрича, “Туристлик хизмат бозори туристлик маҳсулотни сотиш ва сотиб олиш жараёнини таъминловчи талаб ва таклифларни бирлаштирувчи, ишлаб чиқарувчи ва туристлик маҳсулот истеъмолчиси ўртасида жамоа иқтисодий муносабатларини юзага келтирувчи жабҳадир” [16; 214-б.].

“Туристтик терминлар луғати”да И.В.Зорин ва В.А.Квартальновлар туризм бозорини “туристик-экскурсион хизматларнинг пулга ҳамда пулнинг бошқатдан туристик-экскурсион хизматларга айланиш жараёнлари содир бўлувчи халқаро хўжалик алоқалари тизими” [23; 191-б.] сифатида талқин этдилар. Ушбу ҳолатда туризм бозори икки томонлама ёндашув асосида: биринчидан, туристик хизматларнинг айланиши ва айрибошланиши соҳаси сифатида ва иккинчидан, туристик хизматларни ишлаб чиқиш, айирбошлаш ва истеъмол қилиш жараёнларини қамраб олувчи, кишилар ўртасидаги ижтимоий-иқтисодий муносабатлар тизими сифатида талқин этилган.

Туризм бозорининг тўлақонли таърифини ишлаб чиқиш мақсадида баъзи бир иқтисодчи-олимлар янги иқтисодий атамаларни яратишга ҳаракат қилганлар. Хусусан, С.А.Быстров, М.Г.Воронцовалар туризм бозори хусусиятларига боғлиқ равишда уни сегментларга табақалаштиришда «суббозорлар» тушунчасидан фойдаланганлар. Уларнинг фикрича, «суббозорлар» сифатида: меҳмонхона хизматлари бозори; овқатланиш хизматлари бозори ва бошқа бир қанча бозорлар шаклида намоён бўлиши мумкин [24].

Туризм соҳасининг баъзи тадқиқотчилари “туризм бозори – тўртта асосий элементидан, яъни: туристик талаб; туристик маҳсулот таклифи; нарх ва рақобатнинг ўзаро боғлиқлигидан иборат иқтисодий тизим” [25] сифатида талқин этишган.

Бозор иқтисодиётининг изоҳли луғатида туризм бозори тушунчаси «талаб ва таклифнинг туристик хизматларга нисбатан имкониятлари» [26] сифатида талқин этилган. Бунда «туризм бозорида таклиф» тушунчасига сифатли ва тўлиқ тақдим қилиниши фақатгина “хордиқ чиқариш” инфратузилмасининг етарли даражада ривожланганлигига боғлиқ бўлган туристик хизматлар ва товарлар ҳамда туризмнинг моддий базаси киритилиши изоҳи келтирилган.

Бизнинг фикримизча, туризм бозори – бу туристик маҳсулотларни сотувчилар (таклиф) ва туристик маҳсулотларни сотиб олувчи реал ва потенциал харидорлар (талаб) ўртасидаги ижтимоий-иқтисодий муносабатлар ҳамда туристик маҳсулотларга талаб ва таклифни бевосита тартибга солувчи иқтисодий механизмларни ўз ичига олувчи мураккаб тизимдир.

Шундай қилиб, туризм мураккаб очик иқтисодий тизим ҳисобланиб, туризм тизимига оид категорияларнинг таърифларини ишлаб чиқишда мазкур тизимга хос хусусиятлар ўз аксини топиши лозим. Ваҳоланки, туризм тизимига оид категорияларнинг аниқ илмий-назарий талқини ва таърифи жаҳон миқёсида, қолаверса, мамлакатимиз миқёсида туризм соҳасида содир бўлаётган барча жараёнлар ҳамда унга хос ижтимоий-иқтисодий муносабатлар моҳиятини тўғри тушунишда муҳим аҳамият касб этади.

### **Фойдаланилган адабиётлар рўйхати**

1. Лапицкая Л.В. Маркетинговые исследования тенденций развития регионального туристического рынка. Проблемы региональной экономики. Дубна, 2012, выпуск № 17. URL:<http://regec.ru/articles/2012/voll/3.pdf>.



2. UNWTO Tourism Highlights 2015 Edition, [Электрон манба]: <http://www.unwto.org>.
3. Travel & Tourism Economic Impact 2015 World, [Электрон манба]: <http://www.wttc.org>.
4. Стрельников А.В. «Организационно-экономический механизм обеспечения конкурентоспособности образовательных услуг вузов, занимающихся подготовкой кадров для сервиса и туризма». Автореферат дисс. ... канн. экон. н. Москва – 2012.
5. Богданов Ю.В. Развитие индустрии туризма как фактор социально-экономического роста региона (на примере Санкт-Петербурга и Ленинградской области) Автореферат дисс. ... кан. экон. н. Санкт-петербург – 2004.
6. Mathieson A., Wall G. Tourism Economic, Physical and Social Impact Longmont Scientific and Technical, Singapore, 1989. 137 p.
7. Гезгала Я. Туризм в народном хозяйстве. М.: Прогресс, 1974.
8. Международные рекомендации по статистике туризма, 2008 год. Методологические исследования Серия М № 83/ Rev.1. Организация Объединенных Наций. Мадрид и Нью-Йорк, 2010 год. – 179с.
9. Мескон М. Х., Альбер М., Хедоури Ф. Основы менеджмента: пер. с англ. - М.: Дело ЛТД, 1995.
10. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: Современный опыт управления. - М.: Финансы и статистика, 1999.
11. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе: учебное пособие. - 2-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2006. – 193 с.
12. Ўзбекистон Республикаси «Туризм тўғрисида»ги қонуни, 20 август, 1999й.
13. М.А. Морозов, Н.С. Морозова, Г.А. Карпова, Л.В. Хорева Экономика туризма учебник москва 2014. 303с., С. 253.
14. М.Н. Дмитриев, М.Н. Забаева, Е.Н. Малыгина. – 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ -ДАНА, 2010. 306с., С. 27.
15. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации. - М.: Финансы и статистика, 2003. – 192 с.
16. Тухлиев И.С., Ҳайитбоев Р., Ибодуллаев Н.Э., Амридинова Р.С. Туризм асослари. Ўқув қўлланма. Қайта ишланган ва тўлдирилган 3-нашри.- С.: СамИСИ, 2010. – 284 б.
17. Российский туристский бюллетень. Туризм: информация, статистика, анализ. 1999. - №9.
18. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: Современный опыт управления. - М.: Финансы и статистика, 1999.
19. Биржаков М. Б. Введение в туризм: изд. 9-е, перераб. и доп. СПб.: Издательский дом «Герда», 2007. – 576 с.
20. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистана. - Т.: Гос.науч.изд-во Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – 367 с.
21. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организации. - М.: Финансы и статистика, 2003. – 192 с.

22. Воронцова М.Г. Туризм: организация и управление. Учеб. Пособие. - СПб.: СПбГУКИ, 2004.
23. Толковый словарь туристских терминов. Москва- Афины. INFOGROUP. 1994г.
24. Быстров С.А., Воронцова М.Г. Туризм: макроэкономика и микроэкономика. СПб.: Издательский дом Герда, 2008.
25. Маркова И.С. Организационно-экономический механизм развития рынка туристских услуг (на примере Хабаровского края) Дисс. ... док. экон. н. Хабаровск, 2009.
26. Толковый словарь рыночной экономики.-М.: Глория,1993.