



**Shahzoda SHARIPOVA,**  
*O'zbekiston-Finlandiya pedagogika instituti o'qituvchisi*  
E-mail: sharipovash@mail.ru

*Pedagogika fanlari doktori, professor T.Egamberdiyeva taqrizi asosida*

## THE ROLE OF SCIENTIFIC TOURISM IN THE DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL SOCIO-ECONOMIC RELATIONS

Annotation

The impact of scientific tourism on the development of international socio-economic relations and the current problems of its evaluation are considered in the article, the direct and indirect impact of tourism on the country's economy is studied.

**Key words:** Tourism, national economy, socio-economic development, impact of tourism, direct impact, indirect impact.

## РОЛЬ НАУЧНОГО ТУРИЗМА В РАЗВИТИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ

Аннотация

В статье рассматривается влияние научного туризма на развитие международных социально-экономических отношений и современные проблемы его оценки, изучается прямое и косвенное влияние туризма на экономику страны.

**Ключевые слова:** Туризм, национальная экономика, социально-экономическое развитие, влияние туризма, прямое влияние, косвенное влияние.

## ILMIY TURIZMINING XALQARO IJTIMOY-IQTISODIY MUNOSABATLARNI RIVOJLANTIRISHDAGI ROLI

Annotatsiya

Maqolada ilmiy turizmning xalqaro ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarning rivojlanishiga ta'siri va uni baholashning dolzarb muammolari ko'rib chiqilgan, turizmning mamlakat iqtisodiyotiga bevosita va bilvosita ta'siri o'rganilgan.

**Kalit so'zlar:** Turizm, milliy iqtisodiyot, ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish, turizmning ta'siri, bevosita ta'sir, bilvosita ta'sir

**Kirish.** Turizm iqtisodiyotning eng istiqbolli va tez rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Global muammolar ham, terroristik tahdidlar ham turizm uchun to'siq bo'la olmaydi. Chunki u allaqachon inson hayotining ajralmas qismiga aylanib bo'lgan. Butunjahon turizm tashkilotining ma'lumotlariga ko'ra, 2019 yilda dunyo bo'ylab xalqaro turistik tashriflar soni 1 milliard 460 millionni tashkil etgan bo'lsa, xalqaro turizmdan olingan daromadlar 1 trilion 481 milliard AQSh dollaridan oshib ketdi. Ushbu sohasida band bo'lganlar 330 million kishiga yetdi. 2009 va 2019 yillar oralig'ida xalqaro turizmdan keladigan daromad 54%ga o'sdi. Bu esa, jahon yalpi milliy mahsulotidagi o'sishdan (44%) ko'p demakdir[6]. Ko'plab davlatlar, ular qatorida O'zbekiston ham turizm sohasini milliy iqtisodiyotni rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida tan olgan. Chunki turizm YaIMning o'sishiga, valyuta tushumlari va investisiyalar hajmining ortishiga, sanoat, savdo va ijtimoiy infratuzulma rivojlanishiga yordam beradi. Bugungi dunyoda turizm iqtisodiyotning sohasi sifatida muhim ahamiyat kasb etadi.

**Mavzuga oid adabiyotlar tahlili.** Turizm sohasining mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga ta'siri bo'yicha ko'plab olimlar ilmiy tadqiqotlar olib borishgan. Masalan, A.M.Gudratli turizmning mamlakat iqtisodiyotiga ta'sirini ijobiy baholab, turizm sohasi milliy daromadni ko'paytirish; yangi ish o'rinlarini yaratish; turistik xizmatlarni ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lgan barcha tarmoqlarni rivojlantirish; turistik markazlarda ijtimoiy va ishlab chiqarish infratuzulmasini rivojlantirish; xalq hunarmandchiligi va madaniyat markazlari faoliyatini faollashtirish; aholi turmush darajasi oshishini ta'minlash; valyuta tushumlarini ko'paytirishga yordam berishini ta'kidlaydi[1]. A.V.Strelnikov esa, ushbu tarmoqda bitta yangi ish o'mini yaratish sanoat tarmog'iga nisbatan 20 barobar arzonroqqa tushishini aniqlagan[2].

Yu.V. Bogdanovning fikricha, 30 ta turist bevosita bitta yoki bilvosita ikkita yangi ish o'mini yaratadi[3]. Tadqiqotchi Z.M. Muxammedovanning ta'kidlashicha, O'zbekistonda turizmdan keladigan daromadlarni yalpi ichki mahsulotdagi ulushi loaqal 5 foizga yetkazilsa, bu tarmoqda band bo'lgan aholi soni 2433 kishini tashkil etadi. Aholi jon boshiga YaIM hajmi esa 392,1 ming so'mga oshadi[4]. P. Vukadinovich turizmning nafaqat ijobiy, balki salbiy ijtimoiy-iqtisodiy samaralari ham borligini ta'kidlab, turizmning quyidagi salbiy ta'sirlarini ajratib ko'rsatadi: turizmga iqtisodiy bog'liqlik; mahalliy aholi uchun kundalik tovar va xizmatlarning qimmatlashishi; turizm bozorida transmilliy kompaniyalarning ustunligi; ishga oid sikllarning sezuvchanligi va ishga oid munosabatlarning o'zgarishi; milliy an'analar va qadriyatlarga putr yetishi va boshqalar[5]. Ushbu tadqiqotda turizm sohasining mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga ta'siri miqdoriy asoslash maqsadida Butunjahon turizm tashkiloti (UNWTO) hamda Butunjahon sayohat va turizm kengashi (WTTC) tomonidan olib borilgan tadqiqot natijalari va Jahon banki hamda Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti (OECD) statistik hisobotlari ma'lumotlaridan foydalanildi.

XVI asr oxirlariga kelib xorijiy mamlakatlarda dam olish va dunyoqarashlarini kengaytirish maqsadidagi sayyohlik safarlari Rossiyada ham rivojlana boshladi. Petr I hukmronlik qilgan davrda uning o'zi bu sohada shaxsiy namuna ko'rsatdi. U 1697- 1699 yillar davomida Buyuk Moskva elchilari tarkibida G'arbiy Yevropa 33 mamlakatlarga safarga otlanadi. Safar davomida yevropaliklar hayoti, turmush – tarzi bilan tanishish rus madaniyatining rivojiga katta ta'sir ko'rsatdi. Sayohatga chiqishda eng muhim narsalardan biri dvoryanlar uchun xorijiy tillardan birini albatta bilishi va gaplasholishi zarurligidir. O'z davrida Rossiya imperatori Yekaterina II

mulozimlari (katta amaldorlarni kuzatib yuruvchi kishilar) va xorijiy elchilar hamrohligida Rossiya imperiyasining g'arbiy qismlarini kezib o'tib, Dnepr daryosi bo'ylab suzib, Xerson va Sevostopol shaharlari bilan tanishib chiqadi. U Yevropada Germaniya, Avstriya, Niderlandiya (Gollandiya) mamlakatlarning ko'pgina shaharlariga sayohat qilishgan.

1930 yillar xalqaro turizmning rivojlanishida pasayish davri bo'lib hisoblanadi. Buning asosiy sababi 1929-1933 yillardagi jahon iqtisodiy inqirozi (krizis) ning kuchayishi Yevropada siyosiy vaziyatning keskinlashuvi, Germaniyada davlat xokimiyatiga Gitler boshchiligidagi natsistlar partiyasining kelishi bilan bog'liq bo'ldi. 1939 yilga kelib mamlakatda kurort industriyasi tashkil topadi. Uning tarkibida 1828 sanatoriya va 1270 dam olish uylari mavjud edi. 1941 yilga kelib hammasi bo'lib, 100 mingga yaqin xorijiy turistlar qabul qilingan. Xalqaro turizm ko'pgina mamlakatlarda o'ziga turli maxsus xizmat vakillarini jalb qila boshladi. Ya'ni turizm sohasi turli xil davlat ahamiyatiga ega bo'lgan axborotlarni to'plashi va qo'poruvchilik ishlarini amalga oshiradigan manba bo'lib qoldi. Misol, Ispaniyadagi grajdanlar urushi davrida Germaniya Tashviqot va Targ'ibot vazirligida maxsus turizm bo'limi tashkil etilgan edi. Uning asosiy vazifasi Ispaniyaga polyak askarlarini turist tarzida yuborishdan iborat edi. Ikkinchi jahon urushi xalqaro turizmning hajmini keskin kamaytirib yubordi. Urushdan keyin ko'pgina Yevropa mamlakatlari shaharlari harobalikka aylanib qoldi. Hamma mamlakatlarda pul tanqisligi, yoqilg'i-enegetika resurslari, oziq-ovqat va malakali kadrlarning yetishmasligi davlatlarning milliy iqtisodiyotiga juda katta ta'sir ko'rsatdi. Bu borada dunyo mamlakatlaridagi siyosiy vaziyatning keskinlashuvi, harbiy qurollanish poygasining to'xtovsiz kuchayishi xalqaro turizm rivojlanishiga salbiy ta'sir ko'rsatdi. Millionlab ishchilar uchun tashqi dunyo qo'rqinchli va xavfli manba bo'lib qoldi.

#### Tadqiqot metodologiyasi.

BTT bosh maqsadga bog'liq holda safarni quyidagi guruhlariga bo'ladi:

- ♣ rekreatsiya;
- ♣ ijtimoiy maqsadlar;
- ♣ ishga aloqador va kasbiy (professional) maqsadlar;
- ♣ tanishlar, qarindoshlamikiga tashrif buyurish;
- ♣ diniy (ziyorat);
- ♣ boshqa maqsadlar.

Maqsadga bog'liq holda turizm turlarini qisqacha kurib chiqamiz. Rekrayesiya maqsadidagi turizm. Bu turizmning asosiy maqsadi dam olish, davolanish va boshqa sog'lomlashtirish maqsadlaridan iborat. U bo'sh vaqtni to'ldirish uchun sayr-tomosha va turli xil sport mashg'ulotlarini taklif etadi. Ba'zi asoslarga ko'ra unga turizmning ekskursiya, ixtisoslashgan, ta'limiy, sport, sarguzasht, ekzotik, ekologik turlari ham qo'shiladi. Ekskursiya turizmi bilim ortirish turizmining ko'proq ommalashgan turlaridan biri hisoblanadi. U turistik diqqatga sazovar joylar bilan tanishish maqsadida amalga oshiriladi (tarixiy yodgorliklar, arxitektura obidalar va san'at boshq.). Ekskursiya marshrutlari odatda bir necha shaharlardan o'tadi va eng mashhur yodgorliklar bilan tanishish imkonini beradi. Bunga Germaniya bo'ylab nom qozongan: Kyoln-Bonn – Dyuseldorf – Frankfurt-na – Mayn – Nyurenberg – Myunxen. Italiya bo'ylab: Rim – Venesiya – Florensiya yo'nalishlarini ko'rsatish mumkin. Maxsus turizm. Oddiy dam olish sayohatidan farqli ravishda mazkur turizm ma'lum maqsadga ega. Xalqaro sport musabaqalarida ishtirok etish, xoh hayvonlarni kuzatish, xoh ot sporti yo'nalishi, tarixiy va shaxs bilan bog'liq joyda bo'lishi uchun kelgan bo'lsin turistlarning maqsadi shular bilan bog'liqdir.

Sarguzasht turizmi bir necha xil ko'rinishlarga bo'linadi:

- ♣ poxod ekspeditsiyasi;

♣ safari turlar (ov, baliq ovlash, kapalaklar tutish va boshq.);

♣ daryo va dengiz sayohati (yaxtalarda).

Bunday turizm spetsifik qirralari litsenziya olish (ovga, baliq ovlashga, o'ljani olib kelishiga) zaruratiga ega. Shuningdek xavfsizlikni ta'minlash uchun yuqori 16 malakali instruktorlar talab etilishi hisoblanadi. Turizmning mazkur turli ko'rinishlari qiymati juda baland bo'lib, bu nufuzli kishilar uchun dam olishga mo'ljallangan. Ekzotik turizm. Bu turizm turi ekzotik mamlakatlarga, Tinch va Atlantika okeanlari orollariga, sayohat bilan yoki g'ayrioddiy transport vositasida sayohat qilish bilan bog'liq. Keyingi yillarda o'zining g'ayrioddiyligi bilan hayron qoldiruvchi safarlar paydo bo'ldi. Hozircha eng hayratlisi va o'ta qimmatligi kosmosga uchishdir. Rossiya kosmik kemasida kosmosga birinchi uchgan turist Denis Titodan so'ng fazoga sayohat amalga oshadigan orzuga aylandi. Rossiyaning «Bo'ron» kosmik kemasida bu ekzotik sayohat uchun 100 000 AQSH dollari to'lab, yaqin yillarda fazoga parvoz qilishi ishtiyoqini bildirganlar ruyxati allaqachon tuzilgan. Ekzotik turizmga saunasi, basseyni, konferens zali va boshqa qulayliklarga bo'lgan muzyorlar kema Arktikaga sayohat qilish ham misol bo'la oladi. Muzyorlar kema ekskursiya uchun katerlar va vertolyotlar bilan jihozlangan. Maxsus suvosti kemasida suv osti olami bilan tanishishni istovchilar ham ko'p. Germaniyada ekzotikani sevuvchi turistlar uchun sobiq turmaxona juda ham mashhur. Bu yerda sayyohlar o'zini hibsdan his qilishlari mumkin. Ekologik turizm (ekoturizm) keyingi yillarda o'ziga diqqat – e'tiborni jalb etayapti. Yevropa va Amerika aholisi uchun qo'riqlanayotgan tabiiy hudud bo'ylab sayohat qilish dam olishning eng keng tarqalgan turlaridan biri bo'lib qolmoqda. Turizmning mazkur turi bosh farqi qirralari shundaki, sayohat nigohida bo'lgan tabiiy atrof-muhitga turistlar zarar yetkazmaslikka harakat qiladilar. Tabiatni muhofaza qilishga va mahalliy aholi farovonligini yaxshilashga ko'maklashadilar. Ekoturizm atrof – muhitni muhofaza qilishni rag'batlantirish uchun da'vat etilgan. Bu sayohatning qamrovi keng – maktab o'quvchilari uchun katta bo'lmagan bilim orttirish safarlaridan tortib, to milliy park va qo'riqxonalaridagi muntazam turistik dasturlargacha o'z ichiga oladi. Turizmning bu turidan olinadigan daromad qisman tabiatni muhofaza qilish tadbirlariga yo'naltiradi. Ijtimoiy turizm – ijtimoiy ehtiyojlar uchun davlat tomonidan ajratiladigan mablag' hisobiga amalga oshiriladigan sayohatdir. Ijtimoiy turizmdan maqsad daromad olish emas, kam daromadli kishilarni qo'llab – quvvatlash, ularni dam olishga bo'lgan huquqlarini ta'minlashdir. Ishga aloqador va kasbiy (professional) maqsadlardagi turizm. Ayrim mehmonnovoz mamlakatlar turistik industriyasida turistlarning ikki bosh kategoriyasidan biri – ishbilarmon sayohatchilar turg'unligiga qaratilgan holat kuzatilmoqda. Turizm bu turining xususiyatlari shundan iboratki, ishga doir maqsadlarda keluvchi turistlar asosiy vaqtlarini majlislar yoki ish yuzasidan uchrashuvlarda o'tkazadilar, qat'iy dasturga va tadbirlar grafigiga amal qiladi. Ular ko'pincha o'zlarining manfaatlari bilan bog'liq o'sha bitta shaharga kelishadi. Qimmat narxdagi mehmonxonalarda to'xtaydilar, buyurtma transportdan, ishbilarmonlar bilan uchrashuv uchun maxsus jixozlangan binolardan foydalanadilar, hamda tantanali qabullar, shuningdek individual ekskursiyalarda ishtirok etadilar. Ishbilarmon turistlar dam oluvchi turistlardan katta harajatlari bilan butunlay farq qilishadi. Ishbilarmonlik turizmning ko'proq tarqalgan turlaridan biri kongressli turizmdir (Conference Travel). Rus versisiyada uni ilmiy turizm deb qabul qilish taomilga kiritilgan. Kongressli turizm maqsadi ilmiy-amaliy seminarlar konferensiyalar, se'zdlar o'tkazishdan iborat. Ba'zan ishbilarmonlik turizmida bilim orttirish yoki rekreatsiya turizmi elementlari ham mavjud bo'ladi.

Ishbilarmonlik turizmiga shuningdek rag'batlantiruvchi (insentiv-turizm) ham kiritiladi. Rag'batlantiruvchi turizm buyurtmachisi sifatida yirik korporatsiyalar chiqishadi, ular alohida o'rnak ko'rsatgan xodimlari guruh safarlari uchun to'lovlarni zimmasiga oladilar. Ishbilarmon turizmida ikki yirik segment ajratiladi: yakka – individual yoki guruh, ular ishga doir maqsadlarda sayohatga chiqishadi va turli kompaniyalar xodimlari tez-tez kompaniya ishi bo'yicha safarga boradilar. Bu keyingisi o'zida korporativ turizm deb ataladigan safarlarni namoyon etadi. Jahon turistik bozorida uchta yirik transmilliy kompaniyalar ishlaydi, ular korporativ turizmga ixtisoslashgan: "American Express" (1850 y. paydo bo'lganidan boshlab bu biznes tarixini yuritadi), «BTI» va «Carlson Wadonlit Travel». Ularning yillik oborot summamasi 3,7 mlrd. yaqin AQSH dollarini tashkil etadi. Korporativ turizm turfirmalar mijozlari – bular huquqiy shaxslar yoki kompaniyalarning ishonchli shaxslaridir. Ular nomlangan korporativ kartochkalarga ega. Tartibga ko'ra, ular sayyoramizdagi turli burchaklarda ishbilarmonlik manfaatlariga doir nufuzli korporatsiyalarni ifoda etadilar. Shu maqsadda muntazam ishbilarmonlik safariga borib keladilar. Korporativ mijozlarga xizmat ko'rsatishga ixtisoslashgan turfirmalar ularning ishonchini qozonishga va maksimal qulay sharoitlar yaratib, xizmat ko'rsatishga intiladilar, odatda bular ikki tomonlama konkret tuzilganda kelishib olinadi. Korporativ mijozlarning asosiy talabi tez va sifatli xizmat ko'rsatishdir. Korporativ mijoz uchun raqobat kurashida yuqori malakali, yuksak texnologiyalardan xabardor turfirmalar g'olib chiqishadi. Ular o'zlarining talabchan mijozlarining didi, mayda-chuyda inijliklarini tez ilg'ab oladilar, shunga qarab xizmat sifatlarini oshirib, usullarini o'zgartiradilar. Rossiyada korporativ turizm ayniqsa Rossiya iqtisodiyoti qayta qurilishi bilan jadal rivojlana boshladi. Bu vaqtda g'arb ishbilarmon doiralari mamlakatga juda ko'plab o'z vakillarini yuboradilar. Ular biznesni yurgizish real sharoitlari bilan tanishdilar, ishbilarmonlik yuzasidan aloqalarni yo'lga qo'yish imkoniyatlarini ko'rib chiqadilar. Bu Rossiya kirish turizmini o'zlashtirish uchun g'arb turistik kompaniyalarini yopirilib kelishiga sabab bo'ldi. Lekin bu bozorda ular mamlakat turfirmalarining kuchli raqobatiga duch keldilar. Mamlakat firmalari orasida «Trimor» va «Nika-Tur» larni misol qilib ko'rsatish mumkin. Turagentliklarda korporativ mijozlar ko'proq murojaat qiladigan keng tarqalgan xizmat aviabiletlar sotib olish hisoblanadi. Ayniqsa bu xizmatdan Rossiyada vakilliklari joylashgan xorijiy kompaniyalar katta ishtiyoq bilan foydalanishmoqda, ular o'z xodimlari vaqtini qadrlashni bilishadi. Ixtisoslashgan turagentlik bu ishni professional darajada bajarish usulini yaxshi bilishadi: qulay marshrut va boriladigan joy grafisini tanlashni, qulay otelni tavsiya qilishni, shuningdek otelda joyni bronlashni tezkor hal etishadi. Avtomobilni ijaraga olish yoki kutib olish, aeroportga kuzatib qo'yishni bajaradilar. Turagentlik xizmati qiymati odatda mijoz aviakompaniya yoki boshqa yetkazib beruvchiga to'lagan narxdan oshmaydi. Aviakompaniyalar biletlar sotilishi narxi doirasida turagentliklarga saxiylik bilan komission mukofatlar beradi. Korporativ mijozlarning tezkor va sifatli uzatilgan axborotlarga talabchanligi oshishi turfirmalarni zamonaviy kompyuter texnologiyalarini qo'llanishiga majbur etadi. Turfirmalar raqobatbardoshligini ta'minlashda ayniqsa kompyuter turmoqlarini sotib olish muhim ahamiyat kasb etadi. Hozirgi vaqtda dunyo bo'yicha aviakompaniyalar va turagentliklar idoralarda 600 mingga yaqin bronlashtirishning global tizimi (GSB) terminlari o'rnatilgan. Ular orqali na faqat samolyotga bilek olish mumkin, balki mehrg'monxona, safar, mahalliy teatr va boshqalarga buyurtma berish ham mumkin. GSB da ishlash afzalligi faqat turistik xizmatlarga beqiyos buyurtmalar berish va tasdiq olish emas. Buyurtmalarni real vaqt rejimida juda qisqa muddat ichida bajarilishida hamdir.

Rossiyada bronlashtirishning xalqaro global tizimida amal qilayotgan «Amadeus», «Wordspan», «Sabre», va «Galileo» juda mashhur. Bu masalalar keyingi bo'limda batafsil yoritilgan. Tanishlar va qarindosh – urug'larnikiga tashrif. Turistik statistikani ko'rsatishicha, sayohatning bu turi o'zida xalqaro turizmning katta segmentini mujassam etgan. Qarindoshlar bilan uchrashish maqsadida juda tez-tez safarlar qayta takrorlanadi, bo'lish davomiyligi esa ishga doir va rekreatsion safarlardan ortiqdir. Misol uchun, arab mamlakatlari, Hindiston, Pokistondan Angliyada yashayotgan do'stlari, qarindoshlarini ko'rgani doimiy ravishda mehmonlar tashrif buyuradi. Rossiya va Ukrainaga Kanada, AQShdan ajdodlari slovan bo'lgan oila a'zolari kelishadi. Turistik bozorning mazkur segmenti yana etnik yoki qo'msash – sog'inish turizmi deb ham ataladi. Bu odamlarni do'stlari, qarindoshlari bilan uchrashish ehtiyojga bog'liq bo'lib, xalqaro turistik almashinishda muhim o'rin egallaydi. Odatda bozorning bu segmentida ishlashga bir necha turfirmalar ixtisoslashadi. Diniy (ziyorat) turizmi hozirgi paytda ommaviy tus olayapti. Uning bir necha turlari ajratiladi:

- ♣ ziyorat (muqaddas joylarga tashrif va ibodat qilish);
- ♣ bilimni o'rttirish safari (diniy, tarixiy yodgorliklar va boshqalar bilan tanishish);

- ♣ ilmiy safar din bilan shug'ullanuvchi (tarixchi va boshqa mutaxassislarni safari).

Tahlil va natijalar.

Fan-texnika yutuqlari turizm industriyasi va mehmondo'stlikda, yo'lovchilar tashishda, axborotlar almashish sohaslarida keng ko'lamda foydalanilmoqda. Havo transportida yangi zamonaviy tez yurar, yirik passajirlar tashishga mo'ljallangan havo kemalarning ishlab chiqarilishi sababli sayyohlarga xizmat ko'rsatish rivojlanib bormoqda. Temir yo'l transporti sohasida texnologik omillar borgan sari rivojlanib, o'z aksini poyezdlar qatnovi tezligini oshirilishi bilan ifodalanadi. Hozirgi kunda Yaponiya va Fransiya kabi mamlakatlarda tez yurar pasajir poyezdlar tezligini soatiga 485 km.ga yetkazishga erishildi. Temir yo'l transportining aviatsiya transportidan afzalligi shundan iboratki, temir yo'l vokzallari shahar markazida joylashgan bo'lib, sayyohlar uchun qulay imkoniyatlar tug'diradi. Telekommunikatsiya texnologiyalari va elektronika sanoatining rivojlanishi kompyuter tizimida mehmonxona o'rinlarini, transportda chiptalarni band qilishga imkon yaratdi. Yangi texnologiyalarning paydo bo'lishi turistik mahsulotlarni tashkil etishda va ularni sotishda sifat o'zgarishlariga sabab bo'ldi. Xalqaro turizmning kelajakda rivojlanishi birinchi o'rinda turistik mahsulotlarning takomillashuvi, professional turagentlik tarmoqlarining rivojlanishini, tur operatorlar mahsulotlari sohasi, marketing xizmatlarining foydalanish darajasi va inson omillari bilan bog'liqligi bo'lib hisoblanadi.

**Xulosa va takliflar.** Xulosa qilib aytganda, turizm malakat ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida muhim ahamiyat kasb etadi. Shu sababdan mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish arajasini yanada oshirish maqsadida turizm salohiyatidan foydalanishning kompleks, o'zaro bog'langan mexanizmlarini shakllantirish talab etiladi. Yuqorida fikrlarni inobatga olgan holda quyidagi takliflarni berishni lozim topdik:

1. Davlat turizm sohasini iqtisodiyotning ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida belgilab olgan holda uning rivojlanishi va barqaror amal qilishi uchun yanada qulay sharoitlar yaratishi lozim.

2. O'zbekistonning turizm uchun jozibador mamlakat sifatida qiyofasini shakllantirishga hamda xalqaro darajada milliy turmahsulotlarni targ'ib qilishga yanada kuchliroq e'tibor qaratilishi kerak.

3. COVID-19 pandemiyasi sharoitida milliy turistik korxonalar har tomonlama qo'llab-quvvatlashi lozim.

**ADABIYOTLAR**

1. Aleksandrova Yu.A. «Mejdunarodniy turizm» Uchebnik. M:«Aspekt press» 2004g.
2. Aleksandrova Yu.A. «Mejdunarodniy turizm» Ucheboye posobiye dlya vuzov. M:«Aspekt press» 2001g.
3. Komilova F.K., Xalqaro turizm bozori. O'quv qo'llanma T., TDIU-2001
4. Kosolapov A.B. – Turisticheskoye stranovedeniye. Yevropa i Azii. Uchebnoprakticheskoye posobiye. Izdaniye vtoroye. M.: 2006.
5. O'zbekiston iqtisodiyoti mustaqillik yillarida. Toshkent 2007.
6. O'zbekiston Respublikasi «Turizm to'g'risidagi» Qonun, Toshkent 20 avgust 1999-yil.
7. Ekonomika i organizatsiya turizma: mejdunarodniy turizm. Pod.red. I.A.Ryabova, Yu.A. Zabayeva, Ye.A. Drachevoy. Uchebnoye posobiye. Izdaniyevtoroye. M.: KNORUS, 2006.