

Хошимов П.З.

и.ф.н., доц. ЎзМУ

Тўраев З.Н.

мустақил тадқиқотчи ТерДУ

ТУРИЗМ СОҲАСИ МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ МУҲИМ ОМИЛИ СИФАТИДА

Туризм жаҳон иқтисодиётида юқори даромадли ва жадал ривожланиб боровчи соҳалардан ҳисобланиб, халқаро ижтимоий-сиёсий, иқтисодий ва маданий алоқаларни мустаҳкамлашда муҳим ўрин эгалламоқда. Айниқса, бу соҳа меҳнатталаб саноат иш ўринларини яратишда пешқадамлик қилаётганини, корхоналарнинг сони жиҳатдан туризм соҳасининг устунлигини, табиий ва маданий муҳитни асраш ҳамда барқарор ривожланишда асосий рол ўйнаётганини ҳамда халқлар ва миллатларaro тотувликни таъминлашга сезиларли ҳиссасини қўшаётганини алоҳида таъкидлаб ўтиш мумкин.

Охирги йиллар давомида туризм жаҳон иқтисодиётининг энг тез ўсаятган сектори ва йирик экспорт саноатига айланиб бормоқда. Жаҳон туризми бўйича Манила декларациясида "Туризм фаолият сифатида мамлакатларларнинг ижтимоий, маданий, таълим ва иқтисодий соҳаларига ва уларнинг халқаро алоқаларига бевосита таъсири кўрсатиб халқлар ҳаётида муҳим аҳамият касб этади" дея эътироф этилган. Бу эса туризмнинг жамият ҳаётига чуқур кириб бораётганлиги ва аҳамияти ортиб бораётганлигини туризмга хос бўлган иқтисодий, ижтимоий ва гуманитар функцияларни таҳлил қилиш орқали билиш мумкин.

Туризмнинг иқтисодий функцияси туристларнинг талаб ва истеъмоли орқали намоён бўлади. Доимий яшаш жойидан узоқда бўлган туристларнинг эҳтиёжлари уч гуруҳга:

- асосий;
- ўзига хос;
- қўшимча эҳтиёжларга ажратилади.

Туристларнинг асосий эҳтиёжлари

бу яшаш, ҳаракатланиш ва овқатланиш эҳтиёжларидир. Шундан келиб чиқиб жойлаштириш воситалари, овқатланиш корхоналари ва транспорт корхоналари хизматлари туристик фаолиятни амалга оширишда мажбурий ҳисобланади. Жойлаштириш воситалари (меҳмонхоналар, мотеллар, хусусий уйлар ва бошқалар) ва овқатланиш корхоналари (ресторан, кафе, барлар) туристларнинг нормал ҳаёт кечиришлари учун шароит яратади. Транспорт воситалари уларни дам олиш жойига етказилишини ва маршрут ичидаги ҳаракатланишларини таъминлайди.

Асосий хизматларни истеъмоли қилиш туристларнинг саёҳатга чиқишидан асосий мақсади бўлган таасуротлар, кўнгил очишлар, ишбилармонлик учрашувлари, санатория-курорт хизматлари каби **ўзига хос эҳтиёжларини** қондириш учун имконият яратиб беради.

Саёҳат давомида вужудга келадиган **қўшимча эҳтиёжлар** сервис, савдо, маданий кўнгилочар корхоналар хизматлари

билан қондирилади. Туристик истеъмолнинг ўзига хослиги шундаки, товар истеъмолчига эмас истеъмолчи товарга истеъмолини амалга ошириш учун келади. Айнан истеъмол орқали туризм мамлакат ёки унинг бирор минтақаси хўжалик фаолиятини рағбатлантиради. Меҳмонхоналар, мотеллар, овқатланиш корхоналари, транспорт корхоналари, спорт иншоотлари, маданият муассасалари даромадларини оширади, маиший хизмат кўрсатиш, алоқа, автохизматлар ва бошқаларнинг ривожланишини рағбатлантиради. Ушбу минтақани реклама қиладиган маҳаллий ҳунармандларнинг буюмлари, сувенирларга талаб ошиб боради.

Ихтисослашган ва умумий савдо корхоналарининг товар айланмаси ўсади. Шундай қилиб, туризм маҳаллий инфратузилмани ривожлантиради, янги иш ўринлари яратади, мамлакатга валюта тушумини фаоллаштиради, давлат ва маҳаллий бюджетга тушумларни таъминлайди, хизмат кўрсатувчи соҳаларга, туристик фаолиятга кўмаклашувчи ва ҳамроҳлик қилувчи фаолият турларига рағбатлантирувчи таъсир кўрсатади.

Шундай қилиб, мамлакат ёки минтақа иқтисодиётига туризмнинг бевосита ва билвосита таъсири ҳақида гапириш мумкин.

Бевосита таъсир туристик мақсаддаги товар ва хизматларни сотиб олиш учун туристларнинг харажатлари натижасидир. Бунда туристик харажатлар ташриф буюрувчи ёки унинг номидан саёҳатга тайёргарлик кўриш, саёҳат ва ташриф жойига келиш жараёнидаги истеъмол харажатларининг умумий суммасидир.

Сўнгги вақтларда “туристик харажатлар” атамаси ўрнига “туристик истеъмол” атамаси тез тез ишлатилмоқда. Бу БТТ атамаларининг миллий ҳисоблар тизими атамаларига мос келиши нуқтаи назаридан ишлатилмоқда. Туризмнинг бевосита таъсири туристлардан олинган пулни туристик корхона, туризм соҳаси ходимларини моддий таъминоти, янги иш ўринлари яратишга сарфлаш натижаси сифатида тушунилади. Туристлар амалга оширган харажатлар мамлакат ёки минтақа даромадини оширади, солиқлар, йиғимлар ва ту-

ристтик корхоналарнинг бошқа тўловлари бюджет тўлдирилишини таъминлайди.

Туризмнинг билвосита таъсири “мультипликация эффекти” (лотинча multiplier – кўпаювчи) орқали таъсир этиб мамлакатда ёки минтақада туристик харажатларни айланишини таъминлайди. Туристлар харажатлари мамлакат даромадини кўпайтириб ўз навбатида харажат – даромад – харажат ва бошқа кўринишда занжирли реакция кўринишида таъсир кўрсатади. Туристлар харажати бевосита келиб тушадиган корхоналар маҳаллий иқтисодиётнинг бошқа хизматларига муҳтож. Масалан, меҳмонхоналар қурилиш, коммунал, алоқа, банк, суғурта компаниялари, озиқ-овқат маҳсулотлар ишлаб чиқарувчилар ва бошқаларнинг хизматларидан фойдаланишади. Туристларга кўрсатилган хизматлардан тушган даромадлар қанчалик кўп мамлакат ёки минтақада сарфланса шунчалик мультипликация эффекти юқори бўлади¹.

Туристларнинг бевосита ва билвосита харажатлари туризмнинг мамлакат ёки минтақа иқтисодиётига ялпи таъсирини белгилаб беради. У туризмнинг мамлакт тўлов балансига, аҳоли бандлиги ва минақавий ривожланишига таъсири орқали намоён бўлади.

Тўлов баланси одатда ушбу мамлакатдан хориждан келиб тушган тўловлар ва муайян муддатда (йил, чорак, ойда) мамлакатда амалга оширилган тўловларнинг нисбатини ифодалайди. Ташқаридан амалга оширилган тўловларнинг ортиб бориши мамлакат тўлов балансини актив ва аксинча мамлакатда амалга оширилган тўловларнинг ортиб бориши пассив тўлов баланси вужудга келишига олиб келади.

Тўлов балансига туризмнинг таъсири хорижий туристларнинг мамлакатда бўлиб турган вақтидаги харажатлари ва мамлакат туристларининг хорижда амалга оширган харажатлари ўртасидаги фарқ орқали акс этади.

Тўлов балансининг ижобий баланси мамлакатнинг туризмдан олинadиган даромадининг ўсишини таъминлай-

1 Папираян Г.А. Международные экономические отношения: Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 2000, стр. 72

1-жадвал**Турли мамлакатлар туризмдан олинадиган даромадлари ва харажатлари¹ (тўлов баланси)**

№	Мамлакатлар	Туризмдан тушум, миллиард АҚШ доллари			Сайёҳлар харажати, миллиард АҚШ доллари			Баланслар, миллиард АҚШ доллари		
		2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
1	Германия	40	34,6	34,7	91	81,2	77,7	-51	-46,5	-43
2	АҚШ	110	93,9	103,5	79,7	73,2	75,5	30,3	20,7	28
3	Буюк Брит	36	30	30,4	68,5	50,3	48,6	-32,5	-20,3	-18,2
4	Хитой	40,8	39,7	45,8	36,2	43,7	54,9	4,6	-4	-9,1
5	Франция	56,6	49,4	46,3	41,4	38,5	39,4	15,2	10,9	6,9
6	Италия	45,7	40,2	38,8	30,8	27,9	27,1	14,9	12,3	11,7
7	Япония	10,82	10,3	13,2	27,9	25,1	27,9	-17,08	-14,8	-14,7
8	Канада	15,66	13,7	15,8	27,2	24,2	29,5	-11,54	-10,5	-13,7
9	Россия	11,8	9,29	8,9	23,8	20,8	26,5	-12	-11,51	-17,6
10	Нидерланд	13,3	12,36	13,1	21,7	20,7		-8,4	-8,34	

ди ва туристик индустрия ривожланишига инвестициялар киритиш масалаларида катта имкониятлар очиб беради. Тақчиллик юзага келиши - мамлакатдан пул маблағлари чиқиб кетиши натижасида рўй беради.

Тўлов баланснинг ижобий сальдоси даромадларнинг харажатлардан ортиши асосан табиий имкониятлар, ривожланган инфратузилма, сиёсий барқарорлик таъсирида юзага келади. "Туризм" моддаси бўйича салбий сальдо аҳоли турмуш даражаси юқори бўлган Германия, Буюк Британия, Япония, Канада каби мамлакатларга хос. 2009 ва 2010 йилларда АҚШ, Франция, Италия каби мамлакатлар ижобий тўлов балансига эришишган (1-жадвал).

Туризм аҳоли бандлигига сезиларли даражада таъсир кўрсатади. Экспертлар баҳолашича туризм индустриясида иш ўринлар сони 200 миллион кишидан ортиқни ташкил этиб, жаҳонда бандлик кўрсаткичининг 8 фоизини ташкил этади. Ҳар йили туризм соҳасида 1-1,5 фоиз янги иш ўринлари яратилмоқда².

Туризмда меҳнат ресурсларининг катта қисмини меҳмонхона ва ресторан хўжаликлари, транспорт корхоналари, туроператорлар ва турагентликлар қамраб олади. Ташриф буюрувчиларга хизмат кўрсатувчи туристик фаолият билан бирга савдо, қурилиш, алоқа ва

бошқа соҳаларда ҳам катта ҳажмдаги ишларни бажаришга тўғри келади. Шу сабабли туризмда уларнинг турли хил ўзаро ва бошқа соҳалар билан алоқалари туфайли ҳамда туризмда меҳнатнинг ўзига хос хусусиятлари (бандлик ҳажмининг мавсумийлиги, хорижий ишчи кучини кенг қўлланилиши ва бошқалар) бандликни баҳолаш қийинлашмоқда.

Туризм минтақавий ривожланишга сезиларли таъсир кўрсатади. Туристтик корхоналарни аҳоли сони кам бўлган ва индивидуал кам ривожланган алоҳида минтақаларнинг мамлакат минтақалари иқтисодий ривожланишини тенглаштиришда, маҳаллий аҳоли оқимининг катта шаҳарларга кетиши, янги иш ўринларни яратиш, маҳаллий маданий меъросни қайтатиқлаш, меъморий ва маданий ёдгорликларни қўриқлаш ва тиклаш, маҳаллий маҳсулотларга талабни кўпайтиришда сезиларли таъсир кўрсатади.

Иқтисодий маънода кам ривожланган ва ажралиб қолган минтақаларнинг мавжуд бўлишлигини рағбатлантирувчи туризм ривожланиши зарурати ва "Туризм монокультураси"ни ўрнатиш ҳавфи ўртасидаги низоларни ечиш муаммоси туризмни минтақавий ривожлантиришни комплекс режалаштириш ва бу жараёни (ҳудуд ва ресурслардан фойдаланиш устидан назоратни кучайтириш, маҳаллий аҳолини саводини ошириш сиёсатини юритиш) бошқаришнинг мос келадиган усуллари жорий этиш орқали ечиш мумкин.

¹ www.unwto.org сайти маълумотлари асосида муаллиф томонидан тузилган.

² Дурович А.П. Организация туризма. - СПб.: Питер, 2009, стр. 46

Туризм ўзига чуқур ижтимоий функцияни ҳам олади. Гап шундаки илмий-техник тараққиёт замонавий жамият ҳаётини туб манода ўзгартириб юборди. Унинг ўзига ҳос хусусияти меҳнатни интенсивлашувининг ошиши, ишлаб чиқаришнинг автоматлашуви ва компьютерлашуви, ишда ва ҳаётда стресс ҳолатларининг кўпайиши, шаҳар ҳаётининг анонимлиги, табиатдан ажралиб қолишлар ҳисобланади. Буларнинг барчаси инсонда жисмоний ва психологик чарчашнинг йиғилишига олиб келади бу эса ҳаётини ва меҳнат фаоллигининг пасайишига олиб келади.

Жаҳон туризми бўйича Манила декларациясида “Туризмни ижтимоий аҳамияти жисмоний маънавий хиссий кучларини тиклаш ва тўлдириш каби инсоннинг энг муҳим эҳтиёжларини қондириш имконияти билан белгиланади” - деб таъкидланади¹.

Туризм кўп режали ва фаол дам олиш шакли сифатида ҳаётда ва ишда сарфланган инсонларнинг ички ресурслари ва кучини максимал тўлиқ ва ҳар томонлама янгилашга кўмаклашади. У одатдаги ҳаёт тарзини, фаолият турини ўзгартириш, вақтинчалик доимий яшаш жойини тарк этиш имкониятини беради. Туризмнинг аҳамияти инсонларнинг меҳнат қобилияти, кучини тиклаш, бутун жамиятнинг психофизиологик ресурсларини тиклашда туристик фаолиятнинг турли турман ва фаоллигида акс этади.

Инсоннинг ҳаёти маълумки, уч фазага - иш, уй ва бўш вақтга бўлинади. Сўнггисининг қиммати доимо ортиб боради. Туризм бўйича 1989 йилда қабул қилинган Гаага декларациясида инсоннинг “дам олиш, бўш вақт ва даврий тўлови амалга ошириладиган таътил олиш ҳамда кўнгил очиш ва билимини ошириш мақсадларида ушбу вақтда таътилни ўтказиш ва ҳам ички ҳам халқаро туризмдан олинadиган фойдага сарфлаш ҳуқуқи борлиги” бежизга муҳим жиҳат сифатида таъкидланмаган². Туризм потенциал истеъмолчиларга турли хил ва жозиба-

дор туристик саёҳатларни таклиф қилиш орқали бўш вақтдан рационал фойдаланишга кўмаклашади.

Туризмнинг гуманитар функцияси инсонларнинг ҳар томонлама ривожланиши, камол топишида фойдаланиш имкониятини беради. Туризм инсонларнинг дунёқарабини кенгайтиради, унинг интеллектини оширади ва дам олишни атрофдаги олам билан танишув шаклида амалга ошириш имконини беради. Саёҳат инсонга руҳий ва ахлоқий қадриятларига бўлган эҳтиёжларини қондириш, билимларини жумладан касбий билимларини чуқурлаштириш имконини беради. Туризм инсоннинг мулоқот қилиш ва ахборот алмашишда коммуникатив эҳтиёжларини қондиришга кўмаклашади. Дўстлари ва қариндошлариникига ташриф буюриш, гуманитар ва ишбилармонлик алоқаларини ўрнатиш мақсадларида амалга ошириладиган саёҳатлар ортиб бормоқда. Туризм халқлар ўртасида тинчлик ва дўстлик муносабатларини ўрнатишда, халқлар ўртасида алоқаларнинг кенгайишида муҳим рол ўйнайди. Канадалик олимлар туризмнинг ҳозирги ҳолатини таҳлил қилиш асосида “Туризмни аввало минтақалар ва мамлакатлар иқтисодий муносабатлари сифатида қараш лозим. Халқаро туристик алоқалар қанчалик мунтазам кўринишга эга бўлса жаҳон иқтисодиёти ҳам жаҳон конъюнктураси барқарор бўлиб бораверади уни тахмин қилиш имконияти шунчалик ортиб бораверади” дея хулосага келишган³.

Ўсиб келаётган ёш авлодни тарбиялашда, унинг дунёқарабини кенгайтиришда, ахлоқий хусусиятлари шаклланишида, жамият ва атроф муҳига муносабати шаклланишида алоҳида аҳамият касб этади.

Туризмнинг ижтимоий-гуманитар хусусияти 1999 йил Сантьяго шаҳрида БТТ 13-сессиясида туризмнинг этикаси глобал кодексида алоҳида таъкидланган⁴. Утавсия характерида бўлиб нафақат туризм соҳаси мутахассисларига балки оммавий ахборот

1 Организация туризма / под общ.ред. А.П.Дуровича.-М.: Новое знание, 2006, стр. 51

2 Организация туризма / под общ.ред. А.П.Дуровича.-М.: Новое знание, 2006, стр. 492

3 Организация туризма / под общ.ред. А.П.Дуровича.-М.: Новое знание, 2006, стр. 52

4 Организация туризма / под общ.ред. А.П.Дуровича.-М.: Новое знание, 2006, стр. 495-500

2-жадвал**Дунёдаги муҳим сайёҳлик оқими йўналишлари**

№	Мамлакат	Халқаро сайёҳлар келиши миллион киши					2009 йил жаҳон бозорида улуши %	2008 йилга нисбатан ўзгариши %
		2005	2006	2007	2008	2009		
1	Франция	75.9	79.1	81.9	79.2	74.2	8,43	-6,3
2	АҚШ	49.2	51.1	56.0	57.9	54.9	6,24	-5,2
3	Испания	55.9	58.5	59.2	57.2	52.2	5,93	-8,7
4	Хитой	46.8	49.6	54.7	53.0	50.9	5,78	-4,0
5	Италия	36.5	41.1	43.7	42.7	43.2	4,91	1,2
6	Буюк Британия	28.0	30.7	30.7	30.1	28.0	3,18	-7,0
7	Туркия	20.3	18.9	22.2	25.0	25.5	2,90	2,0
8	Германия	21.5	23.6	24.4	24.9	24.2	2,75	-2,8
9	Малайзия	16.4	17.5	20.9	22.1	23.6	2,68	6,8
10	Мексика	21.9	21.4	21.4	22.6	21.5	2,44	-4,9
Жами		372,4	391,5	415,1	414,7	398,2	45,24	-4,0
Дунёда жами		803,4	847,3	903,2	922,3	880,1	100,00	-4,6

воситалари, давлат органлари ҳамда бевосита туристларга мўлжалланган.

Кўпгина мамлакатларнинг туризмни ривожлантиришга қизиқиш сабаби унинг қуйидаги ўзига хос хусусиятлари ҳисобланади:

- замонавий саноат тармоқларига нисбатан кам капитал талаб қилиши;
- юқори малакага эга бўлмаган шахслар учун иш ўринларини яратиш орқали бандликни таъминлашда кўмаклашиши;
- мултипликатив самара бериши; талабни вужудга келтириш бу эса иқтисодиётнинг аралаш соҳаларида бандлик ва даромадни оширади; иқтисодий ўсишни рағбатлантиради;
- минтақалар жумладан ажралиб қолган, ривожланган саноатга эга бўлмаган минтақалар иқтисодиётига ижобий таъсири; маҳаллий жамоаларни хўжалик фаолиятига жалб қилиш орқали уларнинг яшаш даражасини ошириш;
- халқаро туризм ривожлантирилиши орқали хорижий валюта кириб келиши ва шу аснода тўлов баланси сальдосига ижобий таъсир кўрсатиши.

Туризм бу иқтисодий комплекс бўлиб, унинг ривожланишини жаҳон хўжалик жараёнлари ва муносабатларини англонатади. Бошқа тарафдан туризм иқтисодий ўсишнинг муҳим катализатори бўлиб, мамлакатлар ўртасида ялпи миллий маҳсулотни тақсимлаш канали сифатида қатнашади ва товар, хизматлар олиб чиқиши кузатилмайди.

Туристлик ҳаракат ташқи савдо алоқаларининг бир тури сифатида намоён бўлади. У турли мамлакатлар экспорт ва импортига сезиларли таъсир кўрсатади. Халқаро туризм жаҳон экспорти соҳалари орасида етакчилик қилиб автомобилсозлик, кимё ва ёқилғи саноатини орқада қолдирмоқда. Дунёнинг 83 фоиз мамлакатларида хорижий валютанинг асосий манбаи сифатида хизмат қилади. 2009 йилда дунёнинг 80 тадан ортиқ мамлакатда халқаро туризмдан тушумлар 1 миллиард доллардан ошиб кетди¹.

2009 йилга келиб сайёҳлик оқимлар бўйича етакчи 10 мамлакат йилига 20 миллион кишидан ортиқ туристларни қабул қилишган. 2-жадвалда сайёҳлар ташриф буюриши бўйича дунё мамлакатлари биринчи ўнталиги рўйхати келтирилган.

2-жадвалга эътибор берадиган бўлсак, Франция ҳамон етакчиликни бермай келмоқда. Бироқ 2007 йилда Францияга ташриф буюрган туристлар 81,9 миллион кишини ташкил этганлиги ва кейинги икки йилда мунтазам ташрифлар сони камайиб бораётганлигини кўришимиз мумкин. АҚШ га 2005 йилда 49,2 миллион киши ташриф буюрган бўлса, кейинги йилларда ташрифлар сони ортиб у 2008 йилга келиб 2-ўринга кўтарилиб олди. Ушбу ўнталикда Малайзиянинг пайдо бўлганлиги бежиз эмас Осиё ва Тинч океани минтақасида

1 www.unwto.org/highlights 2010 йил маълумотлари

3-жадвал**Халқаро туризмдан келадиган даромаднинг экспортдаги улуши ва ЯИМ (2009 й)**

Мамлакат	Туризмдан даромад миллион АҚШ доллари	Экспорт миллион АҚШ доллари	Экспортда туризм улуши %	ЯИМ миллион АҚШ доллари	ЯИМ да туризмдан даромад улуши %
АҚШ	93 900	1 377 000	6,82	14 270 000	0,66
Испания	53 200	292 800	18,17	1 438 000	3,70
Франция	49 400	761 000	6,49	2 635 000	1,87
Италия	40 200	566 100	7,10	2 090 000	1,92
Хитой	39 675	1 465 000	2,71	4 758 000	0,83
Германия	34 700	1 530 000	2,27	3 235 000	1,07
Буюк Британия	30 000	468 700	6,40	2 198 000	1,36
Канада	13 707	461 800	2,97	1 319 000	1,04

барқарор ўсиш суръатларини таъминлаётган мамлакатлардан бири сифатида эндиликда жаҳоннинг етакчи ўнталигидан ўрин олаётанлигини таъкидлаш лозим. 2009 йилда ушбу ўнталикнинг еттитасида ўтган йилга нисбатан ташрифлар камайганлигини ва Италия, Малайзия ва Туркия ўсиш суръатларини сақлаб қолганлигини кўришимиз мумкин.

Миллий иқтисодиётда туризм индустрияси ўрнини ўлчаётганда асосан иқтисодий (қиймат) кўрсаткичи орқали миллий ишлаб чиқариш ҳажмини ўлчайдиган кўрсаткичлар билан таққослаш қабул қилинган.

Туризмда икки усулда олинган ЯИМ кўрсаткичлари ишлатилади:

- ишлаб чиқарувчилар даромоди суммаси, иш ҳақи, фоизлар, ренталар, календар йили мобайнида фойда кўринишида;

- ишлаб чиқариш харажатлари таркибига кирадиган қўшимча қиймат гавдаланишида иштирок этувчи қиймат суммасида иштирок этувчи истеъмолчилар харажатлари суммаси кўринишида.

Бу икки усулдан фойдаланиш туризм истеъмолчиси хусусиятлари билан боғлиқ. Истеъмол сайёҳлик маҳсулоти ишлаб чиқариладиган жойнинг ўзида амалга оширилади. Иккиёқлама ҳисобга олиш бўлмаслиги учун миллий ҳисоблар тизимида ЯИМ ни ҳисоблаш усулларида фақат биттасидан фойдаланилади. Сўнгги истеъмол барча харажатлари туризмда сайёҳларни жўнатувчи мамлакатлар ЯИМга импорт сифатида қаралади. Бу мамла-

кат ЯИМга таъсир кўрсатишига олиб келади, бироқ сайёҳлар келиши (даромад) - экспортда, саёҳатга чиқиш (харажат) - импортда улуши аниқ белгиланиши имконини беради. (3-жадвал)

Буюк Британия каби рақобатбардош бўлган мамлакатда ҳам экспортда туризм сезиларли ўрин эгаллайди ва у 6,4 фоизни ташкил этади. Испанияда у экспортнинг 18,2 фоизини ташкил этади. Туризм ривожланган Италияда 7,1 фоиз, Францияда 6,5 фоиз ва АҚШда 6,8 фоизни ташкил этиб жаъми экспортга сезиларли даражада ҳисса қўшади.

Жаҳон экспортида туризм нефт маҳсулотлари экспортидан сўнг иккинчи ўринда туради. Бутунжаҳон сайёҳлик ташкилоти томонидан XXI аср бошида тузилган башоратлар бўйича 2020 йилда халқаро сайёҳлик ташрифлари 1,5 миллиард кишига етиши тахмин қилинмоқда. Халқаро туризмнинг йиллик ўсиш суратлари 1990-2000 йилларда 3,8 фоизни ташкил этди, 2020 йилда 4,1 фоиз бўлиши кутилмоқда. (4-жадвал)

1990-2000 йилларда йиллик ўсиш Европада 2,7 фоиз, Америкада 4,6 фоиз ва Шарқий Осиё-Тинч океанида 6,8 фоизни ташкил этди. Дунёнинг бошқа минтақаларида бу даврда ўсиш даражаси Жанубий Осиёда 6,1 фоиз, Африкада 5 фоиз, Яқин Шарқда 4 фоизни ташкил этди.

2000-2020 йилларда Европа минтақасида ўсиш суръати 3 фоизни ташкил этиб жаҳон туризмида Европа мамлакатлари улуши пасайиб бориши башорат қилинмоқда. Ушбу башорат бўйича

4-жадвал**Дунёда сайёҳлар ташрифи сони ва ўртача ўсиш суръатлари¹**

Давр	Ташриф-лар сони, миллион киши	Ўртача ўсиш суръати %			
		Дунёда	Европа	Америка	ШОТО
1950-1970	156	9,9	10,9	9,9	18,1
1970-1980	285	5,7	5,3	3,8	14,7
1980-1990	456	4,7	4,1	4,3	9,6
1990-2000	661	3,8	2,7	4,6	6,8
2000-2020	1561	4,1	3,0	3,9	6,5

Европага келувчи сайёҳлар сони 2020 йилда 717 миллион кишига кўпайиши кутилмоқда.

Америка минтақаси учун 2000-2020 йилларда ўртача ўсиш суръати 3,9 фоизни ташкил этиши кутилмоқда. 2020 йилда 282 миллион кишигача етиши кутилмоқда.

Шарқий Осиё ва Тинч океани мамлакатларида 2020 йилда 397 миллион кишигача ўсиши кутилмоқда.

Бу эса ўз навбатида туризм соҳасининг мамлакатлар иқтисодиётида аҳамиятининг ортиб боравериши ва етакчи тармоқларидан бирига айланишини таъкидлашга асос бўлади.

Дунёнинг кўплаб мамлакатлари иқтисодиётида туризм соҳаси фойдали эканлигини жаҳон иқтисодиётида туризм индустриясининг ўрни таҳлил қилиш орқали билиб олиш мумкин.

Туризм секторида халқаро нотенглик ҳолати сезиларли эканлиги сабабли туризмни ривожлантириш учун халқаро кооперацияга асосланиш лозим. Туризмнинг ҳал қилувчи қисмлари (меҳмонхона, транспорт, сайёҳлик фирмалари) ўртасидаги халқаро кооперация ва битимлар индустрия ривожланишининг келажагини белгилаб бериши ва уни ҳаракатга келтириши шарт.

Сайёҳларни қабул қилувчи мамлакатда хизмат кўрсатувчи инфратузилма тармоқларини ривожлантириш ушбу саяйи ҳаракатларнинг самара беришида муҳим аҳамият касб этади. Бу борада мамлакатимизда туризм соҳасини ривожлантириш 2011-2012 йилларда туристик хизматлар экспортини ошириш бўйича кенг қамровли ишлар амалга оширилаётганлиги миллий туризмнинг ривожланишида муҳим қадам ҳисобланади.

Адабиётлар рўйхати:

1. Каримов И.А. Барча режа ва дастурларимиз ватанимиз тараққиётини юксалтириш, халқимиз фаровонлигини оширишга хизмат қилади. – Т.: Ўзбекистон, 2011. 46 б.
2. Каримов И.А. 2012 йил ватанимиз тараққиётини янги босқичга кўтарадиган йил бўлади. 2011 йилнинг асосий якунлари ва 2012 йилда Ўзбекистон ижтимоий – иқтисодий ривожлантиришнинг устувор йўналишларига бағишланган Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. // Халқ сўзи, 2012 йил 20 январь.
3. Папираян Г.А. Международные экономические отношения: Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 2000, стр. 72
4. Дурович А.П. Организация туризма. - СПб.: Питер, 2009, стр. 46
5. Организация туризма / под общ.ред. А.П.Дуровича.-М.: Новое знание, 2006, стр. 51
6. www.unwto.org/highlights

¹ www.unwto.org сайти маълумотлари асосида муаллиф томонидан тузилган.