



## STRATEGIK MENEJMENT USULLARI ASOSIDA DAVLAT BOSHQARUVI SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA TASHQI TURIZMNING O`RNI

O'zbekiston Respublikasi Tashqi ishlar vazirligi

“Dunyo” AA bosh mutaxassisi

Farida islomova

**Annotatsiya:** Maqolada turistik biznesni tartibga solish jarayonlariga odatda chet eldagi vakolatxonalarni o'z ichiga olgan turizm ma'muriyatlari va milliy turizm tashkilotlaridan tashqari ko'plab tarmoq birlashmalari ham muhim ta'sir ko'rsatishi, xususida so`z yuritilib, qimmatbaho, ammo ayni paytda samarali hamkorlik modeli Ispaniya, Italiya va Fransiya kabi mamlakatlarda o`nlab yillar davomida joriy qilingani tahlil qilinadi.

Kalit so`zlar: turizm, strategik menejment usullari, turizm, davlat, jamiyat, fuqaro, iqtisod, daromad.

Ma'lumki, Davlat turizm boshqaruvi organlari ikki komponentdan iborat ekanligi, ulardan biri davlat boshqaruvining global muammolari: soha uchun me'yoriy-huquqiy bazani yaratish, statistik ma'lumotlarni qayta ishlash, hududlardagi subyektlar faoliyatini muvofiqlashtirish, davlatlararo darajada hamkorlik qilish bilan bog'liqligi xususida tadqiq qilinadi. Ikkinchi komponent - bu marketing, bu holda xorijda mamlakat imidjini yaratish uchun zarur bo'lgan ko'rgazmalarda ishtirok etish, chet eldagi sayyohlik ofislarini boshqarish hokimiyatning vakolatidir. Bundan tashqari, moliyalashtirishning asosiy ulushini aynan shu tuzilmalar oladi. Hamkorlik modelini amalga oshirish uchun ma'lum shartlar turizm sanoatiga yirik moliyaviy investitsiyalar, turizm infratuzilmasiga investitsiyalar talab qilinadi. Bunday o'zaro hamkorlikning asosiy maqsadi xususiy biznesdan moliyaviy resurslarni (investitsiyalarni) jalb qilish orqali iqtisodiy jarayonlar va davlat xarajatlarida markaziy ijroiya hokimiyatining rolini kamaytirishdir. Markazlashtirilmagan boshqaruv tizimi turistik tashkilotlarni boshqarishni va davlat faoliyatini tartibga solishni o'z ichiga oladi. Barcha masalalar bozorning "o'zini o'zi tashkil etish" tamoyillari asosida mahalliy darajada hal qilinadi, markaziy davlat boshqaruvi mavjud emas. Bunday o'z-o'zini tartibga solish tizimi AQSHda 1997 yildan beri joriy



qilingan, ammo keyinchalik turizm sohasini davlat tomonidan tartibga solish tamoyillari qayta ko'rib chiqilgan. Bu turizm milliy iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismi ekanligi va u faqat davlat tomonidan katta qo'llab-quvvatlangan taqdirdagina muvaffaqiyatli rivojlanishi mumkinligi e'tirofida namoyon bo'ladi.

Turistik xizmatlar bozorining rivojlanishi iqtisodiy munosabatlar tizimida ro'y beradi, bu erda bozorning o'zini o'zi tartibga solish va muvofiqlashtirish mexanizmi davlat tomonidan tartibga solish bilan birlashtiriladi. Bu shuni anglatadiki, turizm nafaqat ekzogen, ham endogen xarakterdagi ko'plab omillarga, iste'molchilarning motivatsiyasiga, taklif etilayotgan turistik mahsulot sifatiga, balki ushbu sohani milliy nazorat qilish usullariga va davlatning uning barqaror rivojlanishidan manfaatdorligiga ham bog'liq. Turizm sohasida faqat bozor omillariga e'tibor qaratilayotganda tabiiy va madaniy qadriyatlarga zarar yetkazmasdan uning barqaror rivojlanishini ta'minlash mumkin emas. Aynan davlat sanoatning o'z-o'zidan rivojlanishini to'xtatib, uni sivilizatsiyaga yo'naltiruvchi mexanizmlarni ta'minlashi kerak. Jahon amaliyoti shuni ko'rsatadiki, turizm faoliyatini rag'batlantirishda davlatning tartibga soluvchi roli hal qiluvchi rol o'ynaydi. Jahon turizmida menejment amaliyotining tahlili qonun hujjatlarini ishlab chiquvchilar va turizm biznesi amaliyotchilarining faol va doimiy hamkorligisiz hech bir davlat turizmning muvaffaqiyatli rivojlanishini ta'minlay olmaydi, degan tezisni tasdiqlaydi. Dastlabki ilmiy va amaliy boshqaruv tahlilisiz amalga oshiriladigan turizm faoliyatini rivojlantirish va tartibga solish uchun normativ hujjatlarni tayyorlash optimal bo'lishi mumkin emas. Zamonaviy sharoitda, so'nggi yillarda yurtimizga sayyohlar kelishining qisqarishi va milliy turizm bozorining yetarli darajada rivojlanmaganligi fonida, davlat va turizm biznesining o'zaro ta'sirisustligini ko'rsatmoqda. Bu nafaqat barqaror faoliyat yuritish, balki sanoatni rivojlantirish, chet eldan kelgan iste'molchilarning talablari va ehtiyojlarini qondirish uchun zarur shartdir. Mavjud vaziyat bilan bog'liq holda ham, turizm sohasida menejmentni tashkil etishning tarixan shakllangan usuli kontekstida ham yurtimiz uchun ma'muriy boshqaruv modeli eng maqbuldir. Shu bilan birga, davlat boshqaruvi masalalarida ham, marketing sohasida ham davlat organlari va turizm biznesi vakillari (turistik tashkilotlar, ularning birlashmalari va assotsiatsiyalari) o'rtasidagi o'zaro munosabatlar Yevropa standartlariga yetib bormaganligini hisobga olish kerak. Ularning



faoliyatini normativ-huquqiy hujjatlar orqali tartibga soluvchi davlat hokimiyati va mahalliy o'zini o'zi boshqarish organlari asosiy hisoblanadi.

Ularning vazifalari xizmatlar iste'molchilarining manfaatlarini (sifat, xavfsizlik masalalari bo'yicha) ifodalash, aniq loyihalarni (masalan, ko'rgazmalarni) amalga oshirish uchun byudjetdan tashqari moliyalashtirish manbalarini olish, turizmning ustuvor turlarini (shu jumladan, turizmni rivojlantirish) rag'batlantirishdan iborat. Davlat va mahalliy davlat hokimiyati organlariga turizm sohasini huquqiy tartibga solish va tartibga solish, turizmning ustuvor turlarini qo'llab-quvvatlash bo'yicha maqsadli dasturlarni ishlab chiqish va amalga oshirish, sanoatni rivojlantirish bo'yicha ko'rgazmalar, konferensiyalar, kongresslar o'tkazish, turistlarni jalb etish bo'yicha reklama kampaniyalarini amalga oshirish vakolatlari berilgan.

Turist o'z tabiatiga ko'ra o'zi tashrif buyurgan turistik markazda pul sarflashga chaqiriladi, bu jarayon mahalliy turizm sanoatining rentabelligini ta'minlashning eng muhim tarkibiy qismidir.

Turizmni tashkil etish jarayonlari kengayib, murakkablashib borar ekan, turizm ishlab chiqarishiga xalq xo'jaligining yangi tarmoqlari va korxonalari tobora ko'proq jalb etilmoqda. Savdo korxonalari, banklar, sug'urta kompaniyalari turistlarga xizmat ko'rsatadi. Turizm industriyasi bilvosita nafaqat sayyohlarga, balki aholining boshqa guruhlariga ham xizmat ko'rsatadigan korxonalar tizimi madaniyat muassasalari, tibbiyot va tibbiyot muassasalari, aloqa tashkilotlari, xalq iste'mol tovarlari ishlab chiqaruvchi korxonalar, umumiy foydalanishdagi yo'lovchi transporti sifatida shakllandi.

Xulosa qilib, turizm sohasida ham boshqa sohalar kabi markazlashgan boshqaruv tizimining yo'lga qo'yilishi nafaqat davlatning tartibga soluvchi roli, balki soha faoliyatini davlat va turizm bozori hamkorligi tamoyillari asosida nazorat qiluvchi kuchli vazirlikning mavjudligini ham nazarda tutadi. Ushbu turdagi tizimni "shiriklik" deb atab, turizm sektorini milliy iqtisodiyotning muhim tarmog'i sifatida tan olishni nazarda tutadi va milliy turizm ishlab chiqarishining yuqori o'sish sur'atlarini davlat tomonidan sezilarli darajada qo'llab-quvvatlaydi.

Adabiyotlar ro'hati:



Google  
Scholar



doi



CYBERLENINKA



1. Акмаева Р.И. Стратегическое планирование и стратегический менеджмент - М: Финансы и статистика, 2013 – С. 67.
2. Баринов В.А. Стратегический менеджмент: Учебное пособие / В.А. Баринов, В.Л. Харченко. - М.: ИНФРА-М, 2013. – С. 56
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 13 avgust PF-5781-sonli “O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” farmoni, <https://lex.uz/docs/-4474527>
4. Tuxliyev I.S., Xayitboyev R., Tursunova G.R. Turizm asoslari. O‘quv-uslubiy majmua. - Samarqand, SamISI, 2013 yil. - 372 b.
5. Qudratov G.H., Pardayev M.Q., Ataboyev R. O‘zbekistonda turizm salohiyati va uni rivojlantirishda davlat siyosatining asosiy yo‘nalishlari. // Xizmat ko‘rsatish, servis va turizm sohalarini rivojlantirish: muammolar va ularning yechimlari. -T.: Iqtisod-moliya, 2008. - 61-70 b.

#### Internet manbalari:

1. <https://cyberleninka.ru/article/n/sovershenstvovanie-sistemy-upravleniya-razvitiem-turistskogo-potentsiala/viewer>
2. <https://lex.uz/docs/-4474527>