



TURIZMNING IQTISODIY MOHIYATI: NAZARIY YONDASHUVLAR TAHLILI

Taniyev Ahmadjon Bahromovich

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti "Soliqlar va soliqqa tortish" kafedrasini professori, iqtisodiyot fanlari doktori

e-mail: ahmadjontaniyev777@gmail.com

Annotatsiya: Maqolada turizmni iqtisodiy kategoriya sifatida konseptualashtirish bilan bog'liq nazariy va metodologik muammolar tadqiq etilgan. Turizmni an'anaviy tarmoq (sanoat), tizim hamda bozorlar majmuasi sifatida talqin qiluvchi yondashuvlar qiyosiy tahlil qilinib, ularning afzalliklari va cheklavlari aniqlangan. Turistik mahsulot turli iqtisodiy faoliyat turlari ishtirokida shakllanishi sababli turizmning chegarasini faqat ishlab chiqaruvchilarning tarmoq mansubligi asosida belgilash mumkin emasligi asoslangan. Shu asosda turizmni turistlar talabi orqali turli iqtisodiy faoliyat turlarini yagona iste'mol jarayoniga birlashtiruvchi tarmoqlararo iqtisodiy tizim sifatida talqin qilish taklif etilgan. Mazkur yondashuv turizmning iqtisodiy chegaralarini aniqlash, uning iqtisodiyotga qo'shgan hissasini baholash va statistik hisobini yuritishda talabga asoslangan metodologiyalardan, jumladan, turizm yo'ldosh hisoblaridan foydalanish zarurligini asoslaydi.

Kalit so'zlar: turizm, turizm iqtisodiyoti, konseptualashtirish, tarmoqlararo iqtisodiy tizim, turistik talab, turistik mahsulot, bozorlar majmuasi, turizm yo'ldosh hisoblari, fanlararo yondashuv.

Abstract: The article examines theoretical and methodological problems related to the conceptualization of tourism as an economic category. Approaches that interpret tourism as a traditional industry, as a system and as a set of markets are compared, and their advantages and limitations are identified. It is argued that, since the tourism product is formed with the participation of different types of economic activity, the boundaries of tourism cannot be defined solely on the basis of the industry affiliation of producers. On this basis, tourism is proposed to be interpreted as an inter-sectoral economic system that unites various types of economic activity into a single consumption process through tourist demand. This approach substantiates the need to use demand-based methodologies, including the Tourism Satellite Account, to determine the economic boundaries of tourism, assess its contribution to the economy and compile its statistics.

Keywords: tourism, tourism economics, conceptualization, inter-sectoral economic system, tourist demand, tourism product, set of markets, Tourism Satellite Account, interdisciplinary approach.

Абстрактный: В статье исследованы теоретические и методологические проблемы, связанные с концептуализацией туризма как экономической категории. Проведён сравнительный анализ подходов, трактующих туризм как традиционную отрасль (индустрию), систему и совокупность рынков, выявлены их преимущества и ограничения. Обосновано, что поскольку туристский продукт формируется при участии различных видов экономической деятельности, границы туризма невозможно определить только на основе отраслевой принадлежности производителей. На этой основе предложено трактовать туризм как межотраслевую экономическую систему, объединяющую различные виды экономической деятельности через спрос туристов в единый процесс потребления. Данный подход обосновывает необходимость использования методологий, основанных на спросе, в том числе вспомогательных счетов туризма, для определения экономических границ туризма, оценки его вклада в экономику и ведения его статистического учёта.

Ключевые слова: туризм, экономика туризма, концептуализация, межотраслевая экономическая система, туристский спрос, туристский продукт, совокупность рынков, вспомогательный счёт туризма, междисциплинарный подход.

Kirish (Введение/Introduction).

Turizm insonlarning doimiy yashash joyidan tashqariga vaqtinchalik safar qilishi bilan bog'liq ijtimoiy-iqtisodiy hodisa bo'lib, uning shakllanishi uzoq tarixiy davrni qamrab oladi. Biroq turizmning qadimiy faoliyat shakli ekanligi uning zamonaviy iqtisodiy mazmuni to'liq aniqlanganini anglatmaydi. Aksincha, turizm ko'lamining kengayishi, turistik xizmatlarning diversifikatsiyalashuvi va boshqa iqtisodiy faoliyat turlari bilan aloqalarining kuchayishi uning iqtisodiy chegaralarini belgilash masalasini yanada dolzarb qilmoqda.

O'zbekiston Respublikasining 2019-yil 18-iyulda yangi tahrirda qabul qilingan «Turizm to'g'risida»gi Qonunida [1] turizm jismoniy shaxsning vaqtinchalik bo'lish joyidagi manbalardan daromad olish bilan bog'liq faoliyat bilan shug'ullanmagan holda doimiy yashash joyidan jo'nab ketishi (sayohat qilishi) sifatida belgilangan. Turist esa vaqtinchalik bo'lish joyiga yigirma to'rt soatdan ketma-ket o'n ikki oygacha bo'lgan davrga boruvchi yoki kamida bir kecha tunab qoluvchi jismoniy shaxs sifatida ta'riflanadi.

Mazkur ta'rif turizmning huquqiy chegaralarini belgilash uchun muhim. Biroq iqtisodiy tadqiqot nuqtai nazaridan masala murakkabroq: turistning safar davomidagi ehtiyojlari transport, joylashtirish, ovqatlanish, savdo, madaniyat, ko'ngilochar va moliyaviy xizmatlar hamda boshqa ko'plab iqtisodiy faoliyat turlari orqali qondiriladi. Bu

faoliyatlarning aksariyati bir vaqtning o'zida turist bo'lmagan iste'molchilarga ham xizmat ko'rsatadi.

Shu sababli iqtisodiy tahlilda fundamental savol yuzaga keladi: turizmning iqtisodiy chegarasi qayerdan boshlanadi va qayerda tugaydi?

Bu savolga beriladigan javob nafaqat nazariy ahamiyatga ega. Turizmning qanday konseptualashtirilishi uning iqtisodiyotga qo'shgan hisssasi, yaratgan qo'shilgan qiymati, bandlikka ta'siri, investitsiyalar hajmi va boshqa ko'rsatkichlarni statistik baholash natijalariga ham bevosita ta'sir qiladi.

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi (Literature review, Анализ литературы).

XX asrning ikkinchi yarmidan boshlab turizm bo'yicha ilmiy tadqiqotlar sezilarli darajada rivojlandi. Turizm iqtisodiyot, geografiya, antropologiya, ekologiya, sotsiologiya, siyosatshunoslik, ijtimoiy psixologiya va boshqa fanlarning tadqiqot obyektiga aylandi.

Bu fanlar doirasida turizmning iqtisodiy, ijtimoiy, ekologik va madaniy ta'sirlari, turistlarning motivatsiyasi va xatti-harakatlari, sayohat modellari, turizmning hududiy rivojlanishiga ta'siri, shuningdek prognozlash, rejalashtirish, boshqaruv va marketing masalalari o'rganilmoqda.

Fanlararo xususiyat turizmni har tomonlama o'rganish imkoniyatini kengaytirgan bo'lsa-da, uning yagona nazariy chegarasini aniqlashni

qiyinlashtirdi. Turli fanlar turizmning o'z predmetiga mos jihatlarini markazga qo'ygani sababli, turizm faoliyat sohasi, tizim, sektor, sanoat yoki bozorlar majmuasi sifatida turlicha talqin qilina boshladi.

Turizmni tizimli va geografik nuqtai nazardan o'rganishga A. Lew, C.M. Hall va A.M. Williams [2], C.M. Hall va S.J. Page [3] ishlari bag'ishlangan. Turizm tadqiqotlarining rivojlanish muammolari D.G. Pearce [4], turizm sanoatida inqirozli vaziyatlarni strategik boshqarish masalalari B.W. Ritchie [5] tomonidan, turistik xizmatlar ko'rsatishning fuqarolik-huquqiy tartibga solinishi A.S. Kuskov va N.V. Sirik [6] tomonidan tadqiq etilgan. Mahalliy tadqiqotlarda milliy turizm xizmatlari bozorida iqtisodiy resurslardan samarali foydalanish [7], turizm iqtisodiyoti va menejmenti asoslari [8] hamda milliy turizm xizmatlari bozorini innovatsion rivojlantirishning metodologik asoslari [9] yoritilgan. Turizmning iqtisodiyotga qo'shgan hissasini statistik baholashning xalqaro metodologik asosi sifatida turizm yo'ldosh hisoblari tavsiyalari [10] qabul qilingan.

Iqtisodiyot fanida esa asosiy metodologik masala turizmni qaysi iqtisodiy birlik orqali aniqlash lozimligi bilan bog'liq. Aynan shu nuqtada turizmni tarmoq, tizim va bozorlar majmuasi sifatida talqin qiluvchi yondashuvlar o'rtasidagi farq muhim ahamiyat kasb etadi.

Tadqiqot maqsadi va usullari (Research objective and methods, Цель и методы исследования).

Shundan kelib chiqib, tadqiqotning maqsadi turizmni iqtisodiy kategoriya sifatida konseptualashtirishga oid tarmoq, tizim va bozor yondashuvlarini qiyosiy tahlil qilish, ularning metodologik imkoniyatlari va cheklovlarini aniqlash hamda turizmning iqtisodiy tabiatini ifodalovchi mualliflik yondashuvini shakllantirishdan iborat.

Tadqiqot obyekti sifatida turizmning iqtisodiy tabiati va uning iqtisodiy tizimdagi chegaralarini aniqlashga doir nazariy yondashuvlar olingan. Tadqiqot predmetini turizmni tarmoq, tizim va bozorlar majmuasi sifatida talqin qilish o'rtasidagi nazariy hamda metodologik farqlar tashkil etadi.

Tadqiqotda xorijiy va mahalliy olimlarning turizmga oid ilmiy ishlari qiyosiy o'rganilib, adabiyotlarni tizimlashtirish, mantiqiy umumlashtirish, qiyosiy va nazariy-konseptual tahlil usullaridan foydalanildi.

Mavjud yondashuvlar quyidagi to'rt mezon bo'yicha qiyoslandi: (1) turizmning iqtisodiy chegaralarini belgilash imkoniyati va tahlil birligi; (2) talab va taklifning o'rni; (3) tarmoqlararo aloqalarni aks ettirish darajasi; (4) statistik o'lchash imkoniyatlari. Tanlangan mezonlar turizmning qaysi konsepsiyasi uning real iqtisodiy tabiatini nisbatan to'liq aks ettirishini aniqlash imkonini beradi. Qiyosiy tahlil natijalari 1-jadvalda umumlashtirilgan.

Tahlil va natijalar (Analysis and results, Анализ и результаты).

Turizm iqtisodiy faoliyatning o'ziga xos shakli bo'lib, turist iste'mol qiladigan mahsulot odatda bitta korxona yoki bitta iqtisodiy faoliyat turi doirasida yaratilmaydi. Turistik safar bronlash xizmatlari, transport, joylashtirish, ovqatlanish, moliyaviy xizmatlar, savdo, maxsus kiyim va uskunalar, madaniy va ko'ngilochar xizmatlar hamda tabiiy va inson tomonidan yaratilgan turistik resurslardan foydalanishni talab qilishi mumkin.

Turistik mahsulotning bunday kompleks xususiyati ishlab chiqarish va iste'mol o'rtasidagi iqtisodiy munosabatlarni murakkablashtiradi. Turist transport, mehmonxona yoki ovqatlanish xizmatini alohida sotib olishi mumkin, biroq uning nuqtai nazaridan bu xizmatlar yagona safarning tarkibiy qismlaridir.

Bundan tashqari, turistik mahsulot tarkibidagi ayrim resurslar, xususan tabiiy va inson tomonidan yaratilgan jozibadorlik obyektlari an'anaviy bozor narxiga ega bo'lmasligi mumkin. Ularning mavjudligi turistik talabni shakllantiradi, biroq iqtisodiy qiymatini bevosita aniqlash har doim ham oson emas.

Shunday qilib, turistik mahsulotni yaratishda iqtisodiy faoliyatning bir nechta mustaqil turlari ishtirok etadi. Shu sababli turizmning iqtisodiy chegaralarini faqat turistik mahsulot ishlab chiqaruvchi korxonalarning tarmoq mansubligi orqali aniqlash yetarli emas.

Turizmning geografik makon, vaqt, harakatchanlik va iste'mol xususiyatlari bilan uzviy bog'liqligi ham uning iqtisodiy tahlilini murakkablashtiradi. Shu jihatdan turizmni konseptualashtirish nafaqat

terminologik, balki iqtisodiy tahlil metodologiyasiga bevosita ta'sir qiluvchi masaladir.

Iqtisodiy adabiyot va amaliyotda «turizm sanoati» yoki «turizm industriyasi» tushunchalari keng qo'llaniladi. Bu yondashuv turizm bilan bog'liq korxonalarini muayyan iqtisodiy faoliyat sohasi sifatida guruhlash va ularning faoliyatini sanoat iqtisodiyoti usullari orqali o'rganish imkonini beradi.

Tarmoq yondashuvining afzalligi uning nisbatan soddaligi va mavjud iqtisodiy statistika bilan ishlash uchun qulayligidadir. Mehmonxonalar, yo'lovchi tashish, umumiy ovqatlanish, turistik agentliklar va boshqa faoliyatlarni turizm bilan bog'liq tarmoqlar sifatida tahlil qilish mumkin.

Biroq turizmni an'anaviy tarmoq sifatida talqin qilish muayyan metodologik cheklovlarga ega. Birinchidan, turistik mahsulot bitta tarmoq doirasida ishlab chiqarilmaydi. Ikkinchidan, turizm bilan bog'liq korxonalar mahsulotlarini faqat turistlar iste'mol qilmaydi: masalan, transport, restoran yoki savdo xizmatlaridan mahalliy aholi ham foydalanadi.

Shu sababli turizmni «sanoat emas» deb mutlaq rad etishdan ko'ra, u an'anaviy tarmoq tasnifiga to'liq mos kelmaydi, deb baholash metodologik jihatdan asosliroqdir. Tarmoq yondashuvi turizmning ayrim iqtisodiy elementlarini o'rganishda samarali bo'lsa-da, uning iqtisodiyotdagi umumiy chegarasi va tarmoqlararo aloqalarini to'liq ifodalay olmaydi.

A. Lew, C.M. Hall va A.M. Williams [2] turizmni geografik va tizimli nuqtai nazardan o'rganib, turistik talab va taklifning o'zaro aloqasiga alohida e'tibor qaratadilar. Bu yondashuvda turizm turistlar, tovar va xizmatlarni yetkazib beruvchilar, hududlar, institutlar hamda iqtisodiy, ekologik va ijtimoiy-madaniy munosabatlarning o'zaro bog'langan tizimi sifatida qaraladi.

Tizimli yondashuvning muhim afzalligi shundaki, u turizmni alohida korxonalar yoki tarmoqlar yig'indisi sifatida emas, balki o'zaro ta'sir qiluvchi elementlar majmuasi sifatida tushuntiradi. Bu turizmning iqtisodiy oqibatlarini bilan birga uning ekologik, ijtimoiy va hududiy ta'sirlarini ham hisobga olish imkonini beradi.

Biroq tizimli yondashuvning keng qamrovligi uning asosiy metodologik cheklovini ham yuzaga keltiradi: tizim tarkibiga juda ko'p iqtisodiy va noiqtisodiy elementlarning kiritilishi turizmning aynan iqtisodiy chegarasini aniqlashni qiyinlashtiradi.

Turizmni bozor yoki bozorlar majmuasi sifatida ko'rish yondashuvi turistik talabni tahlil markaziga qo'yadi. Turist safar davomida transport, joylashtirish, ovqatlanish, savdo, madaniyat, ko'ngilochar va boshqa xizmatlar bozorlarida iste'molchi sifatida ishtirok etadi.

Shu ma'noda turizm alohida bitta bozor emas, balki turist ehtiyojlarini qondirish jarayonida o'zaro bog'lanadigan bir qator bozorlarning majmuasidir. Bunday yondashuv turizmning iqtisodiy tabiatini tarmoq yondashuviga qaraganda to'liqroq aks ettirishi mumkin, chunki u mahsulotni kim ishlab chiqarganidan ko'ra uni kim va qanday maqsadda iste'mol qilganiga ko'proq e'tibor qaratadi.

Biroq bozorlar majmuasi yondashuvi statistik va empirik tahlilni murakkablashtiradi. Turistlarning turli bozorlardagi xarajatlarini boshqa iste'molchilarning xarajatlaridan ajratish maxsus ma'lumotlarni talab qiladi, ikkilamchi statistik ma'lumotlar esa ko'pincha ishlab chiqaruvchi tarmoqlar kesimida shakllantiriladi.

Shu sababli bozor yondashuvi turizmning talab tomonini nisbatan to'g'ri ifodalasa-da, uning iqtisodiy ko'lamini amaliy jihatdan o'lchash uchun maxsus statistik metodologiya talab etiladi.

Yuqoridagi yondashuvlarning qiyosiy tahlili ularning har biri turizmning muayyan jihatini ochib berishini, biroq birortasi alohida holda uning iqtisodiy tabiatini to'liq ifodalamasligini ko'rsatadi.

Tarmoq yondashuvi turizm taklifining institutsional va ishlab chiqarish tomonini tushuntirishga yordam beradi, ammo turistlar iste'moli bilan bog'liq tarmoqlararo munosabatlarni to'liq qamrab olmaydi. Bozor yondashuvi turist talabini markazga qo'yadi, biroq ko'plab bozorlardagi operatsiyalarni yagona tahlil obyekti birlashtirishni qiyinlashtiradi. Tizimli yondashuv turizmning o'zaro bog'langan elementlarini keng qamrab oladi, ammo uning iqtisodiy chegaralarini aniq belgilash masalasini to'liq hal etmaydi.

Shu asosda ushbu tadqiqotda turizmni turistik talab asosida turli iqtisodiy faoliyat turlarida yaratilgan tovar va xizmatlarni yagona iste'mol jarayoniga birlashtiruvchi tarmoqlararo iqtisodiy tizim sifatida talqin qilish taklif etiladi.

Bu ta'rifda turistik talab tizimni shakllantiruvchi asosiy omil hisoblanadi. Turli tarmoqlarda faoliyat yurituvchi korxonalar taklifni shakllantiradi, turistning safar bilan bog'liq iste'moli esa ushbu iqtisodiy faoliyatlarini funksional jihatdan birlashtiradi.

Bu mantiqiy bog'liqlikni quyidagicha ifodalash mumkin:

Turistik ehtiyoj → turistik talab → turli tarmoqlardagi tovar va xizmatlar taklifi → turistik iste'mol → tarmoqlararo iqtisodiy aloqalar → iqtisodiy natijalar.

Iqtisodiy natijalar daromad, qo'shilgan qiymat, bandlik, investitsiyalar va boshqa ko'rsatkichlarda namoyon bo'ladi.

Bu yondashuvda turizmning iqtisodiy chegarasi korxonaning qaysi tarmoqqa mansubligi bilan emas, balki ishlab chiqarilgan tovar yoki xizmatning turistik iste'mol bilan qay darajada bog'liqligi orqali aniqlanadi.

Shu jihatdan taklif etilayotgan yondashuv tarmoq, tizim va bozor konsepsiyalarini bir-biriga qarama-qarshi qo'ymaydi. Aksincha, ularning iqtisodiy tahlil uchun muhim elementlarini yagona konseptual doirada birlashtiradi.

Turizmni konseptualashtirishga oid yondashuvlarning qiyosiy tavsifi 1-jadvalda keltirilgan.

1-jadval

Turizmni konseptualashtirishga oid nazariy yondashuvlarning qiyosiy tavsifi*

Yondashuv	Turizmni ng talqini	Asosiy afzalligi	Asosiy cheklovi	Iqtisodiy tahlil uchun oqibati
Tarmoq yondashuvi	Muayyan tarmoqlar va korxonalar majmui	Mavjud statistika bilan ishlash qulay	Turistik va noturistik iste'molni ajratish qiyin	Turizm hissasi qisman baholanishi mumkin
Tizimli yondashuv	O'zaro bog'liq iqtisodiy, hududiy va ijtimoiy elementlar tizimi	Turizmning kompleks tabiatini aks ettiradi	Iqtisodiy chegarasi keng va noaniq bo'lishi mumkin	Kompleks tahlil imkonini beradi
Bozor yondashuvi	Turist ishtirok etadigan bozorlar majmuasi	Talab va iste'molni markazga qo'yadi	Maxsus ma'lumotlar talab qiladi	Turistik talabni aniqroq ifodalaydi
Tarmoqlararo iqtisodiy tizim yondashuvi	Turistik talab orqali birlashadigan turli iqtisodiy faoliyatlar tizimi	Talab va taklifni tarmoqlararo bog'laydi	Batafsil statistik axborot talab etadi	Turizmning iqtisodiy hissasi kompleks baholash imkonini kengaytiradi

*Manba: muallif ishlanmasi.

Bu qiyoslash turizmni o'rganishda bitta universal yondashuvni boshqalari o'rniga qo'yish emas, balki tadqiqot maqsadiga muvofiq konseptual chegarani aniq belgilash zarurligini ko'rsatadi.

Turizmni qanday konseptualashtirish masalasi statistik hisob va iqtisodiy tahlil natijalariga bevosita ta'sir qiladi. An'anaviy iqtisodiy statistika, odatda, ishlab chiqaruvchi birliklarning iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha shakllantiriladi. Turizm esa turist iste'mol qiladigan mahsulotlarning turli tarmoqlarda yaratilishi bilan tavsiflanadi.

Agar turizm faqat ayrim «turistik tarmoqlar» ko'rsatkichlari orqali baholansa, turistlarning boshqa iqtisodiy faoliyat turlaridagi xarajatlari qisman hisobga olinmay qolishi mumkin. Aksincha, turizm bilan bog'liq tarmoqning barcha faoliyatini turistik faoliyat sifatida qabul qilish noturistik iste'molning ham turizm ko'rsatkichlariga kiritilishiga olib keladi.

Natijada quyidagi metodologik bog'liqlik yuzaga keladi:

Turizmni konseptualashtirish → iqtisodiy chegarani belgilash → statistik ma'lumotlarni tanlash → turizmning iqtisodiy hissasi baholash → boshqaruv qarorlari.

Demak, turizmning konseptual chegarasidagi noaniqlik statistik o'lchashdagi noaniqlikka, bu esa turizmning iqtisodiy ahamiyati to'g'risidagi xulosalarning ishonchligiga ta'sir qiladi.

Turizmning an'anaviy iqtisodiy faoliyat turlari tasnifiga to'liq mos kelmasligi uning iqtisodiy hissasi baholashda maxsus statistik yondashuvlardan foydalanishni talab qiladi. Shu nuqtai nazardan UN Tourism tashabbusi bilan rivojlantirilgan turizm yo'ldosh hisoblari (Tourism Satellite Account - TSA) muhim metodologik vosita hisoblanadi [10].

Turizm yo'ldosh hisoblari turistik iste'mol, ishlab chiqarish, talab va taklif, bandlik, kapital investitsiyalar hamda boshqa iqtisodiy ko'rsatkichlarni o'zaro bog'liq holda tahlil qilish imkonini beradi.

TSAning metodologik ahamiyati shundaki, u turizmni alohida an'anaviy tarmoq sifatida sun'iy ravishda ajratmaydi, balki turistik talab bilan bog'liq iqtisodiy faoliyatlarini mavjud milliy hisoblar tizimi doirasida identifikatsiya qilishga imkon beradi.

Shu ma'noda turizm yo'ldosh hisoblarining qo'llanilishi turizmning tarmoqlararo iqtisodiy tabiatini statistik jihatdan ifodalashga xizmat qiladi. Bu turizmni tarmoqlararo iqtisodiy tizim sifatida talqin qilish bilan statistik hisob metodologiyasi o'rtasida mantiqiy bog'liqlik mavjudligini ko'rsatadi.

Turizm faqat iqtisodiy munosabatlardan iborat emas. Turistik oqimlarning shakllanishi geografik makon, tabiiy resurslar, madaniy meros, aholining ijtimoiy munosabatlari, turistlarning motivatsiyasi, davlat siyosati va ekologik omillar bilan chambarchas bog'liq.

Shu sababli turizmning iqtisodiy tahlilini boshqa fanlarning nazariy va metodologik imkoniyatlaridan butunlay ajratib bo'lmaydi. Iqtisodiyot turizmning qiymat yaratish, daromad, bandlik, investitsiya va iste'mol jihatlari o'rgansa, geografiya uning makon xususiyatlarini, sotsiologiya va psixologiya turistlarning xatti-harakatlarini, ekologiya esa turistik faoliyatning tabiiy muhitga ta'sirini tushuntirishga yordam beradi.

Fanlararo yondashuv turizmning iqtisodiy chegaralarini kengaytirish uchun emas, balki bu chegaralarni shakllantiruvchi omillarni chuqurroq tushunish uchun zarur. Bunda iqtisodiy tahlilning o'z predmeti va metodologik chegaralari saqlanishi lozim.

Xulosa (Conclusion, Заключение).

O'tkazilgan nazariy-konseptual tahlil turizmni iqtisodiy kategoriya sifatida talqin qilishda yagona yondashuv shakllanmaganini ko'rsatadi. Ilmiy adabiyotlarda turizm tarmoq yoki sanoat, tizim, sektor hamda bozorlar majmuasi sifatida qoraladi. Bu yondashuvlarning har biri turizmning muayyan jihatini yoritadi, biroq ularning metodologik imkoniyatlari va cheklovlari turlicha.

Birinchidan, turizmni an'anaviy tarmoq sifatida talqin qilish mavjud iqtisodiy statistika bilan ishlashni yengillashtiradi. Biroq turistik mahsulot turli iqtisodiy faoliyat turlari ishtirokida yaratilishi va bu tarmoqlar mahsulotini turistlar bilan birga boshqa iste'molchilar ham xarid qilishi sababli, turizmning iqtisodiy chegaralarini tarmoq mansubligi asosida to'liq belgilab bo'lmaydi.

Ikkinchidan, tizimli yondashuv turizmning murakkab va o'zaro bog'langan tabiatini kengroq ifodalaydi, bozor yondashuvi esa turist talabi va iste'molini tahlil markaziga olib chiqadi. Biroq tizimli yondashuvda iqtisodiy chegaralarni belgilash, bozor yondashuvda esa statistik o'lchash bilan bog'liq murakkabliklar saqlanib qoladi.

Uchinchidan, tadqiqot natijasida turizmni turistik talab asosida turli iqtisodiy faoliyat turlarida yaratilgan tovar va xizmatlarni yagona iste'mol jarayoniga birlashtiruvchi tarmoqlararo iqtisodiy tizim sifatida talqin qilish taklif etildi. Bu yondashuv turizmning iqtisodiy chegaralarini korxonalarning tarmoq mansubligi emas, balki tovar va xizmatlarning turistik iste'mol bilan bog'liqligi asosida belgilash imkonini beradi.

To'rtinchidan, bunday konseptual yondashuv turizmning iqtisodiy hissasi baholashda an'anaviy tarmoq statistikasi bilan cheklanib qolmaslik zarurligini ko'rsatadi. Turizm yo'ldosh hisoblari turistik talab va turli tarmoqlardagi ishlab chiqarish o'rtasidagi bog'liqlikni aniqlash

imkonini berganligi sababli, turizmning tarmoqlararo iqtisodiy tabiatini statistik jihatdan ifodalashga xizmat qiladi.

Shunday qilib, turizmni to'g'ri konseptualashtirish nazariy masala bo'lish bilan birga, uning iqtisodiyotdagi o'rmini statistik baholash va

asoslangan boshqaruv qarorlarini ishlab chiqishning metodologik sharti hamdir.

Foydalanilgan adabiyotlar (Литературы/ References):

1. O'zbekiston Respublikasining «Turizm to'g'risida»gi Qonuni. 2019-yil 18-iyul, O'RQ-549-son. — www.lex.uz.
2. Lew, A.A., Hall, C.M., Williams, A.M. (eds.) A Companion to Tourism. — Oxford: Blackwell Publishing, 2004.
3. Hall, C.M., Page, S.J. The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space. — 3rd ed. — London: Routledge, 2006.
4. Pearce, D.G. Advancing tourism research: issues and responses // Alejziak, W., Winiarski, R. (eds.) Tourism in Scientific Research. — Krakow–Rzeszow: Academy of Physical Education; University of Information Technology and Management in Rzeszow, 2005. — P. 7–20.
5. Ritchie, B.W. Chaos, crisis and disasters: a strategic approach to crisis management in the tourism industry // Tourism Management. — 2004. — Vol. 25, No. 6. — P. 669–683.
6. Кусков А.С., Сирик Н.В. Оказание туристских услуг: гражданско-правовое регулирование. — М.: Юстицинформ, 2013.
7. Taniyev A. Milliy turizm xizmatlari bozorida iqtisodiy resurslardan samarali foydalanish: nazariya va amaliyot: monografiya. — T.: «Innovatsion ziyo nashriyoti», 2025. — 192 b.
8. Amonboyev M., Abidova D.I., Jurayeva N.A. Turizm iqtisodiyoti va menejmenti: o'quv qo'llanma. — T.: Iqtisodiyot, 2019. — 226 b.
9. Сафаров Б.Ш. Миллий туризм хизматлар бозорини инновацион ривожлантиришнинг методологик асослари: монография. — Т.: Фан ва технология, 2016. — 148 б.
10. United Nations, Eurostat, OECD, UNWTO. Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008. — Studies in Methods, Series F, No. 80/Rev.1. — Luxembourg, Madrid, New York, Paris, 2010.