



TURIZM SOHASINING MAZMUNI, TARKIBI VA TARAQQIYOT BOSQICHLARI

Djumayeva Muhlisaxon

Toshkent Kimyo xalqaro universiteti

ORCID: 0009-0001-0417-7802

ib_muxlisa@mail.ru

Annotatsiya. Mazkur ilmiy maqolada turizm industriyasining mazmuni, tarkibi va rivojlanish bosqichlari olimlar fikrlari asosida yoritilib, sanoatning shakllanishida iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy omillarning o'рни ko'rsatib beriladi. Turizm industriyasining zamonaviy tarkibi, shuningdek, global tendensiyalar, kelajakdagi rivojlanish istiqbollari tahlil etilgan hamda sohani yanada takomillashtirish bo'yicha takliflar berilgan.

Kalit so'zlar: turizm industriyasi, turist, sayohat xizmatlari, ehtiyoj, turizmning rivojlanish bosqichlari, barqaror turizm, UNWTO, global turizm tendensiyalari.

СОДЕРЖАНИЕ, СТРУКТУРА И ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Джумаева Мухлисахон

Ташкентский международный университет Кимё

Аннотация. В данной научной статье освещаются содержание, структура и этапы развития туристической индустрии на основе мнений учёных, а также раскрывается роль экономических, социальных и культурных факторов в формировании данной отрасли. Проанализированы современная структура туристической индустрии, глобальные тенденции и перспективы её дальнейшего развития. Кроме того, представлены предложения по совершенствованию данной сферы.

Ключевые слова: туристическая индустрия, турист, туристические услуги, потребности, этапы развития туризма, устойчивый туризм, UNWTO, глобальные тенденции туризма.

CONTENTS, MAIN STRUCTURE AND STAGES OF DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY

Djumayeva Mukhlisakhon

Kimyo International University in Tashkent

Abstract. This scientific article covers the content, structure and stages of development of the tourism industry based on the opinions of scientists, and also reveals the role of economic, social and cultural factors in the formation of this industry. The modern structure of the tourism industry, global trends and prospects for its further development are analyzed. In addition, proposals for improving this area are presented.

Keywords: tourism industry, tourist, tourism services, needs, stages of tourism development, sustainable tourism, UNWTO, global tourism trends.

Kirish.

Globallashuv sharoitida turizm industriyasi jahon iqtisodiyotining muhim tarmoqlaridan biriga aylanib bormoqda. Turizm xizmatlari nafaqat davlatlarning iqtisodiy o'sishini ta'minlashda, balki madaniy va ijtimoiy aloqalarni rivojlantirishda ham muhim rol o'ynaydi. Bundan tashqari, mahalliy aholining ish bilan ta'minlanishi va shu orqali turmush darajasini yaxshilanishi, xorijiy turistlarni jalb qilish, tarixiy yodgorliklarni asrab avaylash kabi ishlarga ahamiyatli hissa qo'shish imkoniyatini kengaytirib bermoqda. "Xalqaro turistlar oqimi yildan-yilga o'sib borib, o'sish sur'ati o'rta hisobda yiliga 3,3 foizni tashkil qilmoqda. Oqibatda xalqaro turistlar soni 2030 yilgacha 1,8 mlrd. kishiga yetishi bashorat qilinmoqda" (UNWTO, 2017).

Hozirgi kunda jahonda turizm aksariyat mamlakatlarda milliy iqtisodiyotga muhim daromad keltiruvchi sohalardan biri hisoblanadi. BMT Jahon sayyohlik tashkiloti ma'lumotlariga ko'ra (2023), mazkur soha xizmatlarini ko'rsatishdan tushadigan daromad 1,5 trillion AQSH dollarini tashkil etmoqda. Dunyo yalpi ichki mahsulotining 10 foizidan ko'prog'i, jahon eksportining 7 foizdan ziyodi, umumiy bandlik ko'rsatkichining esa 8 foizga yaqini aynan shu soha hissasiga to'g'ri keladi.

Yangi O'zbekistonda turizm xizmatlari jadal sur'atlarda rivojlanib bormoqda. Sayyohlar uchun mo'ljallangan obyektlarning har tomonlama qulayligi, transport va mehmondo'stlik infratuzilmasi, shuningdek, sayyohlik logistikasiga oid barcha xizmatlarning ishonchliligi va qulayligi ta'minlanmoqda. Shu bilan birga, zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini joriy etish borasida ham tizimli chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Mamlakatimizning geografik joylashuvi nihoyatda maqbul bo'lib, betakror tabiiy va iqlimiy sharoitlari, insoniyat madaniy merosida tutgan muhim o'rni bilan O'zbekiston xalqaro turizm sohasida ulkan salohiyatga ega va bu jihatlari uni qo'shni davlatlardan sezilarli darajada ajratib turadi.

Adabiyotlar sharhi.

So'nggi yillarda turizm industriyasiga oid ilmiy adabiyotlarda uning mazmuni, tarkibiy qismlari va tarixiy rivojlanish jarayonlari keng yoritib kelinmoqda. Jumladan, Kotler va Bowen (2021) tomonidan ta'kidlanishicha, turizm sohasi – bu oddiygina sayohat yoki dam olishdan iborat emas, balki o'z ichiga turli tarmoqlarni qamrab olgan kompleks xizmatlar tizimidir. Ularning fikriga ko'ra, turizm industriyasi – bu ko'plab xizmat ko'rsatish tarmoqlari o'zaro uzviy bog'liq holda faoliyat yuritadigan murakkab tizim bo'lib, bu tarmoqlarning har biri turistning ehtiyojini to'liq qondirishga xizmat qiladi. Shu asosda, mualliflar turizmni kompleks xizmatlar integratsiyasi sifatida talqin qiladi. Bu esa, nafaqat sayohatchining qulayligi, balki mamlakatning xalqaro imiji, iqtisodiy daromadi va turistik raqobatbardoshligiga ham ta'sir ko'rsatadi.

Tribening (2015) ta'kidlashicha "turizm – bu murakkab va ko'p qatlamli hodisa bo'lib, u iqtisodiy, ijtimoiy, ekologik va madaniy o'lchovlarni o'z ichiga oladi. U fanlararo yondashuvni talab qiladi, chunki turizm global jarayonlarni shakllantiradi va ularni aks ettiradi". Tribe tomonidan bildirilgan ushbu fikr turizmning zamonaviy mazmunini chuqur aks ettiradi. U turizmni nafaqat xizmat ko'rsatish sohasi, balki zamonaviy jamiyatning muhim ijtimoiy-iqtisodiy va madaniy ko'zgusi sifatida talqin qiladi. Bu yondashuv hozirgi turizm sohasining strategik o'rni va global ahamiyatini ilmiy asosda izohlashga xizmat qiladi.

Gladkiy va Preobrajenskiyning (2003) fikricha "turizm industriyasi – bu murakkab ko'p tarmoqli tuzilma bo'lib, u turli-tuman turistik xizmatlarni ishlab chiqish va ularni amalga oshirishni o'z ichiga oladi. Bu xizmatlar infratuzilma, transport, jamoat ovqatlanishi va ko'ngilochar sohalar bilan chambarchas bog'liqdir". Olimlar turizm industriyasini yakkamayakka soha emas, balki o'zaro bog'langan tarmoqlar majmuasi sifatida talqin qiladilar. Ular turizmni faqat xizmat emas, balki ishlab chiqarish va logistika bilan integratsiyalashgan tizim deb hisoblaydi. Bu yondashuv turizmning milliy iqtisodiyotdagi kompleks rolini ko'rsatadi.

Otaxonova (2019) turizm industriyasiga oddiy dam olish sohasi sifatida emas, balki milliy iqtisodiyotning muhim va strategik tarkibiy qismi sifatida yondashadi. U turizmning eksport imkoniyatlarini kengaytirish, bandlikni oshirish va hududlar o'rtasida iqtisodiy tafovutlarni kamaytirishdagi rolini ta'kidlaydi. Bu yondashuv turizmga faqat xizmat ko'rsatish sohasi emas, balki iqtisodiy o'sish, ijtimoiy barqarorlik va hududiy rivojlanishning lokomotivi sifatida qarash zarurligini anglatadi. Ayniqsa, rivojlanayotgan davlatlar, jumladan O'zbekiston sharoitida bu pozitsiya ayni dolzarbdir. Turizm orqali yaratiladigan ko'p sonli xizmatlar zanjiri mamlakat ichki mahsulotini ko'paytiradi va iqtisodiy diversifikatsiyani ta'minlaydi.

Yusupova (2020) o'zining "Turizm iqtisodiyoti asoslari" nomli monografiyasida O'zbekistonda turizm sohasi rivojlanishining iqtisodiy jihatlarini chuqur tahlil qiladi. Asarda turizm industriyasi milliy iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismi sifatida baholanadi, ayniqsa uning bandlik, valyuta tushumlari va hududiy infratuzilma rivojiga qo'shgan hissasi tahlil etiladi. Muallif sayyohlik xizmatlari klasteri, regional turizm markazlari, davlat siyosati va xususiy sektor o'rtasidagi hamkorlik masalalariga alohida e'tibor qaratadi. Yusupovanning yondashuvi nazariy-empirik asosga ega bo'lib, amaliy tavsiyalar bilan boyitilgan.

Rasulov (2019) turizm industriyasini hududiy rivojlantirishga ixtisoslashgan ilmiy tadqiqotida, ayniqsa, Samarqand, Buxoro va Xorazm viloyatlarida turizm infratuzilmasining shakllanishi, xizmatlar tarmog'i va kadrlar ta'minoti muammolariga urg'u beradi. Asarda muallif turizm resurslaridan samarali foydalanish, turizm tarmoqlari o'rtasida kooperatsiyani rivojlantirish, mahalliy aholining ishtirokini oshirish va ekoturizm imkoniyatlarini ilmiy asosda tahlil qiladi. Rasulovning tadqiqoti ko'proq hududiy iqtisodiy rivojlanish va turizm strategiyasining o'zaro bog'liqligiga qaratilgan bo'lib, rejalashtirish va boshqaruv modellariga asoslangan.

Yuqoridagi tahlildan kelib chiqadigan bo'lsak, turizm industriyasi zamonaviy sharoitda ko'p tarmoqli, integratsiyalashgan va strategik ahamiyatga ega soha sifatida qaralmoqda. Uning mazmuni va mohiyati shunchaki sayohat xizmatlari bilan cheklanib qolmay, balki turli tarmoqlar – transport, ovqatlanish, joylashtirish, madaniy xizmatlar, sog'liqni saqlash, ko'ngilochar faoliyat va boshqa xizmatlar bilan uzviy bog'langan murakkab tizimni tashkil etadi. Bu tizim samarali ishlashi uchun har bir bo'g'inning uzviy hamkorligi va samaradorligi muhim ahamiyatga ega.

Shu bilan birga, ilmiy adabiyotlarda turizm industriyasiga oid ko'plab tadqiqotlar mavjud bo'lishiga qaramay, ushbu sohada hali ham izlanishga muhtoj bo'lgan bir qator masalalar saqlanib qolmoqda. Shuningdek, O'zbekiston misolida olib qaralganda, mavjud turistik salohiyatni to'liq ishga solish, ichki va xalqaro bozorlar uchun samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqish, kadrlar salohiyatini oshirish va innovatsion xizmatlar spektrini kengaytirish kabi yo'nalishlar bo'yicha tizimli ilmiy-amaliy tadqiqotlar o'tkazish zarurati mavjud. Demak, turizm sohasining nazariy asoslarini mustahkamlash, zamonaviy muammolarini aniqlash va ular bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqish — hozirgi bosqichda nafaqat ilmiy, balki iqtisodiy va ijtimoiy jihatdan ham dolzarb hisoblanadi.

Tadqiqot metodologiyasi.

Ushbu maqola turizm sohasining mazmuni, tarkibi va rivojlanish bosqaichlari haqidagi nazariy bilimlarga asoslangan. Tadqiqot jarayonida qiyosiy tahlil, tizimlashtirish, induksiya, deduksiyadan foydalangan holda ilmiy natijalar ishlab chiqildi.

Tahlil va natijalar muhokamasi.

So'nggi yillarda jahon iqtisodiyotida xizmatlar sektorining roli sezilarli darajada oshib bormoqda. Ayniqsa, turizm sohasi bugungi globallashuv, xalqaro integratsiya, infratuzilmaning rivojlanishi va aholi turmush darajasining o'sishi sharoitida strategik ahamiyatga ega bo'lgan tarmoqqa aylandi. Turizm nafaqat insonlarning madaniy va ruhiy ehtiyojlarini qondiradi, balki u zamonaviy iqtisodiy taraqqiyotning muhim harakatlantiruvchi kuchlaridan biri hisoblanadi.

Jahon tajribasi ko'rsatadiki, turizm industriyasi iqtisodiy barqarorlik, milliy daromadning o'sishi, ish o'rinlari yaratish, hududiy rivojlanishni jadallashtirish, eksport hajmini ko'paytirish kabi bir qator muhim funksiyalarni bajaradi.

Mazkur mavzuning dolzarbligi, bir tomondan, turizmning iqtisodiy salohiyati va bandlikka qo'shgan hissasi bilan, ikkinchi tomondan esa, mamlakatlararo madaniy aloqalarni rivojlantirishdagi o'zni bilan belgilanadi. Ayniqsa, rivojlanayotgan mamlakatlar uchun turizm iqtisodiyotning diversifikatsiyasi, eksportga yo'naltirilgan xizmatlar hajmini oshirish va ijtimoiy infratuzilmani kengaytirish uchun samarali vosita bo'lib xizmat qilmoqda.

Shu nuqtai nazardan, turizm, turist va turizm industriyasi kabi asosiy tushunchalarning ilmiy tahlili orqali bu sohaga chuqur nazariy yondashuv shakllantiriladi.

Turizm – murakkab ijtimoiy-iqtisodiy hodisa sifatida zamonaviy ilmiy adabiyotlarda ko'p qirrali yondashuvlarda o'rganilmoqda. Bu tushuncha geografiya, iqtisodiyot, sotsiologiya, psixologiya, menejment, madaniyatshunoslik kabi fanlar kesishmasida shakllangan bo'lib, uning mazmunini aniqlashtirishda turli yo'nalishdagi olimlar o'z qarashlarini bildirganlar.

Eng ko'p murojaat qilinadigan ta'riflardan biri – Butunjahon Turizm Tashkiloti (UNWTO) tomonidan taklif etilgan quyidagi yondashuvdir: “Turizm – bu shaxsning doimiy yashash joyidan tashqariga, dam olish, ishbilarmonlik yoki boshqa maqsadlarda 24 soatdan ortiq, biroq 1 yildan kam muddatga amalga oshiriladigan sayohatidir. Bu faoliyatdan asosiy maqsad daromad olish emas” (2008). Mazkur ta'rifda turizm shaxsiy va tijorat bo'lmagan xarakterga ega, vaqtinchalik va harakatchan faoliyat sifatida talqin qilinadi. Bu yondashuv ko'pgina milliy qonunchiliklar va strategik hujjatlarda asos sifatida qabul qilingan.

Ilmiy adabiyotlarda turizmning mohiyati haqida bir qancha muhim ilmiy fikrlar mavjud. Masalan, taniqli nemis olimi Krippendorf (1987) turizmni jamiyatdagi dam olish madaniyatining ifodasi deb baholab, uni insonning ish va kundalik hayot bosimidan vaqtincha qochish ehtiyojiga javob beruvchi ijtimoiy hodisa sifatida ta'riflaydi. Unga ko'ra, “turizm – bu shaxsiy erkinlik, madaniy almashinuv va o'zini namoyon qilish imkoniyatlarini ifodalovchi faoliyatdir”.

Shuningdek, amerikalik sotsiolog Boorstin (1961) zamonaviy turizmni tanqidiy tahlil qilib, uni “pseudo-event”, ya'ni sun'iy yaratilgan tajriba industriyasi deb ataydi. Uning fikricha, “sayohat – bu real hayotdan vaqtincha chiqib ketish vositasi bo'lib, zamonaviy turizm orzular ishlab chiqarish fabrikasiga aylangan”.

Iqtisodiy yondashuv nuqtai nazaridan, britaniyalik olim Tribe (1997) turizmni xizmatlar tarmoqlari integratsiyasiga asoslangan iqtisodiy tizim sifatida izohlaydi. U “turizm – bu mehmonxona, transport, ovqatlanish va madaniy xizmatlar kabi sohalarining uzviy aloqasi orqali bandlik, valyuta tushumi va iqtisodiy o'sishga hissa qo'shuvchi tizimdir” deb ta'kidlaydi.

Mahalliy tadqiqotchilardan Xaydarova (2020) o'z izlanishlarida turizmni O'zbekistonda iqtisodiy barqarorlikka xizmat qiluvchi strategik tarmoq sifatida ko'rib, uni “valyuta tushumlari, ish o'rinlari yaratish va xizmatlar eksportini oshirishga qaratilgan, dinamik rivojlanayotgan soha” deb ataydi.

Shuningdek, turizmga psixologik va madaniy aspektlardan yondashgan mualliflar ham mavjud. Masalan, Cohen (1979) turizmni “ijtimoiy konstruktsiya” sifatida ko'rib, u orqali odamlar notanish madaniyatlar bilan tanishadi, yangi tajriba orttiradi va shaxsiy identifikatsiyasini mustahkamlashiga ishonadi.

Yuqoridagi tahlillardan ko'rinib turibdiki, turizm ko'p qatlamli va murakkab hodisa bo'lib, iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy va ekologik jihatlarni o'z ichiga oladi. Uning asosiy mohiyati shaxsiy o'sishni, madaniyatlararo munosabatlarni rivojlantirishni va ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishni rag'batlantiradigan maxsus tajriba va sayohatlarni yaratish va ta'minlashdan iborat.

Quyidagi jadvalda zamonaviy ilmiy adabiyotlar asosida turizmning asosiy xarakteristikalarini yoritilgan (1-jadval). Turizm sohasi ko'p qirrali bo'lib, u iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy, ekologik va tashkiliy jihatlarni o'z ichiga oladi. Turli mualliflar bu sohaga turlicha

yondashib, uning har bir komponentini alohida tahlil qilganlar. Jadvalda ularning asosiy fikrlari umumlashtirilib, har bir yondashuvning mohiyati ko'rsatilgan.

1-jadval

Turizmning asosiy xarakteristikasi

Muallif	Asosiy jihat	Ta'rif
Adamovskiy, Kulayets (2025)	Iqtisodiy rol	Turizm iqtisodiyotning muhim tarmog'i bo'lib, hududlarni rivojlantirish, yangi ish o'rinlari yaratish va aholi daromadlarini oshirishni rag'batlantiradi
Zhu va boshqalar (2024)	Ijtimoiy-madaniy funktsiya	Madaniy qadriyatlar almashinuvi, merosni asrab-avaylash va ijtimoiy hamjihatlikni rivojlantirishga yordam beradi
Seyfi va boshqalar (2020)	Turistik tajriba	Turizmning markazida oddiy va g'ayrioddiy esda qolarli tajribalarni yaratish va ulardan zavqlanish yotadi.
Pankiv va boshqalar (2024)	Ekologik komponent	Barqarorlik muhim: tabiatni asrash, ekoturizm va resurslarni tejash amaliyotini joriy etish nazarda tutiladi
Muzychenko-Kozlovska va boshqalar (2024)	Klaster yondashuvi	Turizm turistlarning ehtiyojlarini qondirish uchun birlashtirilgan korxona va tashkilotlarning o'zaro ta'siri tizimi sifatida qaraladi.

Manba: muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Yuqoridagi jadval tahlilidan kelib chiqib, turizm zamonaviy jamiyatda nafaqat iqtisodiy foyda keltiruvchi tarmoq, balki ijtimoiy uyg'unlikni shakllantiruvchi, ekologik ongni oshiruvchi va madaniyatlararo muloqotni kuchaytiruvchi muhim hodisadir deb aytyshimiz mumkin. Turli olimlar tomonidan ilgari surilgan yondashuvlar bu sohaga tizimli, fanlararo va strategik qarash zarurligini ko'rsatadi. Shu bois, turizmni chuqur o'rganish va samarali boshqarish uchun uning har bir tarkibiy jihatini alohida e'tiborga olish zarur.

Turizm faoliyatining markazida har doim inson – ya'ni turist turadi. Turizmning mazmunini to'liq anglash uchun, avvalo, bu faoliyatning asosiy subyekti bo'lgan turist tushunchasini chuqur o'rganish zarur. Chunki turizmning barcha infratuzilmasi, xizmat turlari va strategik yo'nalishlari aynan turistlarning ehtiyojlari, qiziqishlari va xatti-harakatlariga mos ravishda shakllanadi.

Turist – bu o'zining doimiy yashash joyidan tashqariga vaqtincha, odatda 24 soatdan ortiq, biroq bir yildan ko'p bo'lmagan muddatga safar qiluvchi, sayohat davomida yashash, ovqatlanish, ko'ngilochar va boshqa xizmatlardan foydalanuvchi shaxsdir. Eng muhim jihati shundaki, bu faoliyatdan asosiy maqsad daromad olish emas, balki shaxsiy ehtiyojlarni qondirishdir.

Butunjahon Turizm Tashkiloti ta'rifiga ko'ra: "Turist – bu o'z yashash joyidan tashqariga dam olish, ishbilarmonlik yoki boshqa maqsadlarda, kamida bir kecha-kunduz qolib, tijorat maqsadisiz sayohat qiluvchi shaxsdir" (UNWTO, 2008). Ushbu ta'rif xalqaro miqyosda turizm siyosatini shakllantirishda asosiy mezon bo'lib xizmat qiladi.

Ilmiy adabiyotlarda turist tushunchasiga olimlarning turlicha qarashlarini kuzatish mumkin. Masalan, Cohen (1972) turistlarni ularning motivlari va madaniy orientatsiyasiga qarab tasniflagan va "tashqi izlovchilar", "tajriba izlovchilar", "ommaviy turistlar" kabi toifalarni ajratgan. Olimning fikricha "turistlarning xatti-harakati ularning madaniy identiteti va yangi tajriba izlash darajasiga bog'liq. Kimdir yangilik istaydi, boshqasi esa tanish va xavfsiz muhitda qolishni xohlaydi".

Urry (1990) esa "turist ko'z qarashi" (the tourist gaze) kontseptsiyasini ilgari surgan bo'lib, bu orqali turistlar dunyoni maxsus, "shou sifatida" ko'rishini ta'kidlagan. Urry ta'kidlashicha "Turizm – bu tasvirlar va orzularga asoslangan iste'mol; turist ko'z bilan iste'mol qiladi, haqiqatdan ko'ra kutilgan manzarani qidiradi". Bu yondashuv turistik tajribaning subyektiv va sotsiologik jihatlarini ochib beradi.

Turistlar bir xil ehtiyoj, maqsad yoki xatti-harakatlarga ega emaslar. Ular turli yosh, kasb, madaniy muhit, moliyaviy imkoniyat va motivlarga ega bo'lgan shaxslar sifatida turizm sohasida rang-barang talab va kutishlarni shakllantiradilar. Shu sababli, turistlarni turli mezonlar asosida guruhlash turizm xizmatlarini samarali rejalashtirish, marketing strategiyalarini ishlab chiqish va individual ehtiyojlarga moslashgan takliflarni yaratishda muhim ahamiyatga ega. Bizning fikrimizcha turistlarni quyidagi mezonlar asosida guruhlash mumkin (2-jadval).

2-jadval

Turistlarning tasnifi	
Mezon	Tasnif
Sayohat manzili	Ichki turist, kiruvchi (incoming), chiquvchi (outgoing)
Maqsadiga ko'ra	Dam olish, biznes, davolanish, sport, ziyorat, ekologik
Harakat shakli	Yakka tartibda, guruh bo'lib, oilaviy
Moliyaviy imkoniyatiga ko'ra	Byudjet, o'rtacha, lyuks sinf turistlari

Manba: muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Turistlarning har bir toifasiga xos ehtiyojlar, xizmat turlari va marketing strategiyalari mavjud bo'lib, turizm industriyasi aynan shu ehtiyojlarga mos xizmat ko'rsatish orqali rivojlanadi.

So'nggi yillarda raqamli transformatsiya, global ekologik muammolar va COVID-19 pandemiyasi turizm sohasida jiddiy o'zgarishlarga sabab bo'ldi. Ayniqsa, bu jarayonlar zamonaviy turist obrazining yangilanishiga olib keldi. Endilikda sayohatchilar ilgari ustun bo'lgan ommaviylik va qulaylikdan ko'ra, mustaqillik, barqarorlik va chuqur shaxsiy tajribaga asoslangan turizmni afzal ko'rmoqdalar. Quyida ana shunday zamonaviy turistga xos asosiy xususiyatlar keltirilgan (1-rasm).

Zamonaviy turizmدا turistlar obrazining o'zgarishi raqamli texnologiyalar, ekologik ongning kuchayishi va pandemiyadan keyingi hayot tarzi bilan chambarchas bog'liq. Bu omillar sayohatchilarni yanada ongli, mustaqil va tajribaga yo'naltirilgan bo'lishga undamoqda.



1-rasm. Zamonaviy turist obrazi

Manba: muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Birinchidan, turistlar tobora avtonom va axborotli bo'lib bormoqda. Ular sayohatni o'zlari rejalashtiradi, onlayn xizmatlardan foydalanadi va tanlovda mobil ilova, sharh va reytinglarga tayanadi. Poon (1993) bu borada shunday deydi: "Yangi avlod turisti – bu o'z safarini o'zi tashkil qiladigan, axborotga boy va texnologik jihatdan qurollangan shaxsdir". Bu esa turizm sohasida raqamli transformatsiyani strategik zaruratga aylantiradi.

Ikkinchidan, zamonaviy sayohatchilar ekologik sezgir bo'lib, atrof-muhitga nisbatan mas'uliyatli yondashuvni talab qilmoqdalar. Weaver (2006)ning fikriga ko'ra "Yangi turistik ong barqarorlikni markazga qo'yadi: ekoturizm, chiqindisiz xizmatlar va mahalliy jamiyat manfaatini birinchi o'ringa chiqaradi". Bu esa o'z navbatida xizmat ko'rsatuvchilardan ekologik mezonlarga mos infratuzilma va xizmatlar taklif etishni talab etadi.

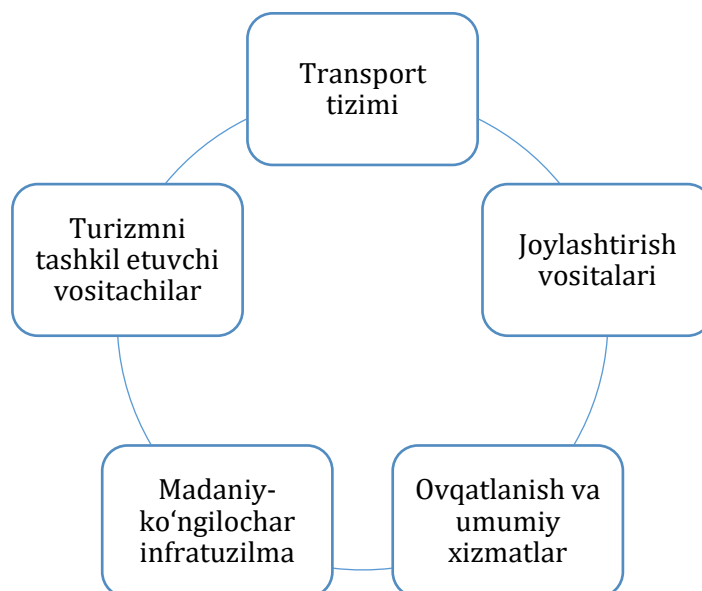
Uchinchidan, turistlar tobora tajriba izlovchi xarakter kasb etmoqda. Ular faqatgina manzara tomosha qilishni emas, balki unda faol ishtirok etishni, madaniyatni his qilishni istaydilar. Bu holatni Pine va Gilmore (1999) quyidagicha izohlaydilar "Zamonaviy iqtisodiyotda qadriyat tajribaga aylangan: mijozlar mahsulot emas, his-tuyg'ular va unutilmas tajribani sotib oladilar".

Zamonaviy turistlar ilgari mavjud bo'lgan ommaviy va standart xizmatlardan ko'ra moslashuvchan, barqaror va emotsional qiymatga ega bo'lgan tajribalarni izlamogda. Bu esa turizm industriyasini nafaqat texnologik, balki falsafiy va etik jihatdan ham yangilanishga undaydi. Xizmat ko'rsatuvchi subyektlar, davlat siyosat yurituvchilari va mahalliy hamjamiyatlilar bu yangi talablarni chuqur tahlil qilib, individuallashtirilgan, ekologik javobgar va madaniy boy turizm tajribasini taklif eta olishlari lozim deb xisoblaymiz.

Turizmning samarali faoliyat yuritishi bevosita uni ta'minlovchi iqtisodiy va tashkiliy tizimga, ya'ni turizm industriyasiga bog'liq. Turistlarning ehtiyojlarini qondirish, ularning harakati davomida zarur bo'lgan xizmatlarni taqdim etish va mazmunli tajriba yaratish aynan shu industriyaning asosiy funksiyasidir. Turizm industriyasi ko'p tarmoqli va integratsiyalashgan tizim bo'lib, unda transport, joylashtirish, ovqatlanish, madaniy-ko'ngilochar va boshqa xizmatlar o'zaro uyg'unlikda ishlaydi.

Butunjahon Turizm Tashkilotining ta'rifiga ko'ra, turizm industriyasi – bu turistlarga xizmat ko'rsatish bilan bog'liq mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqaruvchi, yetkazib beruvchi hamda realizatsiya qiluvchi korxonalar tizimi bo'lib, turizmning iqtisodiy bazasini tashkil etadi (UNWTO, 2008).

Olimlar turizm industriyasini ko'p tarmoqli tizim sifatida tahlil qiladilar. Jumladan, Cooper va boshqalar (2008) quyidagi asosiy komponentlarni ajratib ko'rsatadi (2-rasm):



2-rasm. Turizm industriyasining asosiy komponentlari

Manba: muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

- Transport tizimi: turistlarning harakatlanishini ta'minlovchi asosiy vosita bo'lib, havo, temiryo'l, avtomobil va suv transportlarini qamrab oladi. Transport xizmatlari turistlar uchun qulaylik, xavfsizlik va vaqt tejamkorligini ta'minlaydi;

- Joylashtirish vositalari: mehmonxonalar, hostellar, kurortlar, dam olish uylari va boshqa turar joy turlari turistlarning vaqtinchalik yashash ehtiyojlarini qondiradi. Ular xizmat sifati va qulaylik darajasi bo'yicha segmentlarga ajratiladi. Medlik (2003) ta'kidlaganidek, joylashtirish inshootlari "turistik mahsulotning yadro qismini tashkil qiladi, chunki ular bevosita turistlar tajribasining markazida turadi";

- Ovqatlanish va umumiy xizmatlar: restoranlar, kafe va milliy oshxonalar turistlar uchun nafaqat zarur ehtiyoj, balki madaniy tajriba manbaidir. Bu soha madaniyatlararo almashinuvda muhim rol o'ynaydi;

- Madaniy-ko'ngilochar infratuzilma: muzeylar, teatrlar, festivallar, sayyohlik maskanlari va tarixiy obidalar orqali turistlar madaniy boyliklar bilan tanishadilar. Richards (2001) bu jihatni "madaniyatning tijoratlashuvi emas, balki turistlar bilan mahalliy madaniyat o'rtasida mazmunli aloqa shakli" deb baholaydi;

- Turizmni tashkil etuvchi vositachilar: turagentliklar, tur-operatorlar, gidlik xizmatlari sayohatni tashkil etadi va turistik xizmatlar paketini shakllantiradi. Raqamli transformatsiya davrida ushbu xizmatlar onlayn platformalar orqali kengaymoqda.

Turizm industriyasi nafaqat xizmatlar sektori doirasida, balki umumiy iqtisodiy tizimda ham strategik ahamiyatga ega. U milliy daromadni oshiradi, yangi ish o'rinlarini yaratadi va eksportga yo'naltirilgan xizmatlar ulushini kengaytiradi. Goeldner va Ritchie (2006)ga ko'ra, turizm "multiplikator effekti" orqali boshqa tarmoqlarga (qurilish, qishloq xo'jaligi, transport va kommunikatsiyalar) ham ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Turizm industriyasi, shuningdek, hududiy rivojlanish va infratuzilma takomillashuvining katalizatoriga aylanadi. Ayniqsa, chekka va kam rivojlangan hududlarda turizm ko'p hollarda iqtisodiy faollikning asosiy manbai bo'lib xizmat qiladi (Sharpley, 2002).

Ta'kidlash joizki, turizm industriyasi zamonaviy iqtisodiyotda kompleks va dinamik tizimga aylangan bo'lib, u nafaqat iqtisodiy foyda, balki madaniy almashinuv, hududiy rivojlanish va barqarorlikni ta'minlashda ham muhim vosita sanaladi. Shu bois, uning har bir tarkibiy qismini chuqur tahlil qilish va zamon talablari asosida modernizatsiya qilish strategik ahamiyat kasb etadi.

Shu tariqa, turizm industriyasining shakllanishi va tarkibiy tuzilmasi uni mustaqil iqtisodiy tizim sifatida qarash imkonini beradi. Turizmning tarixiy taraqqiyot bosqichlarini ko'rib chiqish orqali bu sohaning evolyutsiyasi va bugungi holatiga olib kelgan omillarni tahlil qilishimiz mumkin.

Turizm insoniyat tarixida qadimdan mavjud bo'lgan ijtimoiy-iqtisodiy hodisa bo'lib, uning shakllanishi jamiyatning umumiy taraqqiyot darajasi, transport infratuzilmasi, siyosiy barqarorlik va madaniy qadriyatlar bilan bevosita bog'liqdir. Turizm rivojlanishining tarixiy bosqichlari uning kontseptsiyasini chuqurroq anglashda muhim nazariy asos bo'lib xizmat qiladi (3-jadval).

Turizmning ilk ko'rinishlari qadimiy sivilizatsiyalar – Misr, Bobil, Hindiston, Yunoniston va Rimda paydo bo'lgan. Bu davrda sayohatlar asosan savdo, urush, diplomatik topshiriqlar yoki diniy marosimlar shaklida bo'lgan. Faqat yuqori tabaqaga mansub shaxslar – hukmdorlar, ruhoniylar va boy savdogarlarga sayohat qilish imkoniga ega bo'lganlar (Jansen-Verbeke, 1991).

Gretsiyada diniy ziyoratlar va Olimpiya o'yinlari atrofida shakllangan ommaviy harakatlar sayohatga bo'lgan dastlabki jamoaviy talabni bildirgan (Casson, 1974). Shu davrda turizm xizmati emas, balki ehtiyojlar asosida shakllangan harakatlar ustuvor bo'lgan.

O'rta asrlarda turizm diniy ziyoratlar shaklida saqlanib qoldi. Bu bosqichda sayohatlar xavfli va qiyin bo'lib, asosan piyoda yoki karvonlar yordamida amalga oshirilgan. Masalan, musulmonlar orasida Haj ziyorati, xristianlar orasida esa Quddusga bo'lgan yurishlar keng tarqalgan edi (Turner & Ash, 1975). Bu davrda shuningdek, savdo yo'llari (Masalan, Buyuk Ipak Yo'li) orqali ham sayohatlar amalga oshirilgan bo'lib, ular iqtisodiy va madaniy almashinuvga xizmat qilgan.

Turizm sohasining rivojlanish bosqichlari

Bosqich	Davr	Asosiy xususiyatlar	Turtki omillar
Qadimgi davrlar	m.a. V asrgacha	Sayohatlar-savdo, urush, diniy ziyoratlar. Faqat elita qatlamlariga xos	Qadimiy sivilizatsiyalar (Misr, Yunoniston, Rim); ziyorat va marosimlar
O'rta asrlar	V–XV asrlar	Diniy ziyoratlar asosiy turizm shakli; xavfli, noqulay safarlar	Piyoda, karvonlar orqali ziyoratlar Savdo yo'llari rivoj topishi
Uyg'onish va buyuk kashfiyotlar davri	XVI–XVIII asrlar	"Grand Tour" madaniy sayohatlari. Ilmiy va estetik qiziqish ortishi	Yevropada aristokratlar o'rtasida madaniy safarlar va kashfiyotlar
Sanoat inqilobi	XIX asr	Ommaviylik sari ilk qadam. Temiryo'l va paroxodlar, turagentliklar.	Transport inqilobi, o'rta sinf shakllanishi, dam olish huquqi
XX asr Ommaviy turizm	asosan 1950-yildan keyin	Paketli turlar, charter reyslar, xalqaro tashkilotlar, "all inclusive"	Aviatsiya, urbanizatsiya, mehnat ta'tili, iqtisodiy barqarorlik
XXI asr Raqamli va barqaror turizm	XXI asr	Raqamlashtirish, AR/VR, ekologik mas'uliyat,	Internet, mobil texnologiyalar, iqlim o'zgarishi, pandemiya

Manba: muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

Uyg'onish va buyuk kashfiyotlar davrida Yevropada "Grand Tour" madaniy safarlari aristokrat yoshlar uchun keng tarqaldi. Bu safarlar orqali ular antik madaniyat va san'at bilan tanishar, ilmiy va estetik dunyoqarashlarini kengaytirar edi. Uyg'onish davrida individualizm, bilishga qiziqish va sayohat madaniyatining shakllanishi turizmning yangi bosqichiga asos soldi (Towner, 1985). Geografik kashfiyotlar natijasida yangi hududlarga bo'lgan qiziqish ham turizmga rag'bat berdi.

XIX asrda sanoat inqilobi natijasida transport infratuzilmasi jadal rivojlandi: temiryo'llar qurildi, paroxodlar ishga tushirildi. Bu esa sayohatni arzon, xavfsiz va ommaviy tusga kiritdi. Shu davrda ingliz tadbirkori Tomas Kuk tomonidan ilk turistik agentlik tashkil etildi (Black, 2003). Sanoatlashtirish natijasida o'rta sinf shakllandi, ishchi sinf esa birinchi marta maoshli ta'til olish huquqiga ega bo'ldi. Turizm endi nafaqat elitaga, balki keng jamoatchilikka ham taalluqli bo'la boshladi.

Ikkinchi jahon urushidan keyingi davrda iqtisodiy barqarorlik, urbanizatsiya va transport texnologiyalarining rivoji tufayli turizm butunlay ommaviy xususiyat kasb etdi. Charter reyslar, turpaketlar, "all inclusive" tizimi va turizmga oid xalqaro tashkilotlarning paydo bo'lishi (masalan, UNWTO) bu jarayonni tezlashtirdi. Burns va Holden (1995) fikricha, aynan shu davrda turizm ilk bor ijtimoiy institutga aylana boshladi.

Zamonaviy davrda turizm raqamli texnologiyalar bilan chambarchas bog'liq. Mobil ilovalar, AR/VR (kengaytirilgan va virtual reallik), onlayn bron tizimlari, smart-turizm kabi yechimlar turistik tajribani sezilarli darajada o'zgartirmoqda (Buhalis va Amaranggana, 2015). Shu bilan birga, ekologik barqarorlik, mahalliylik va pandemiyadan keyingi xavfsizlik omillari turizm sohasining strategik ustuvor yo'nalishiga aylangan (Gössling & Hall, 2021). Sayohatchilar ekologik javobgarlik, sog'liqni saqlash choralari rioya qilish va madaniy xoslikni hurmat qilishni tobora ko'proq qadrlamoqda.

Turizmning rivojlanishi uzoq tarixiy jarayon bo'lib, u insoniyat sivilizatsiyasi bilan birga shakllanib, har bir davrda o'ziga xos iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy jihatlarni aks ettirib kelgan. Bosqichlar orqali yaqqol ko'rinib turib tiki, turizm insoniyat ehtiyojlari, tafakkuri va texnologik taraqqiyot bilan bevosita bog'liq holda shakllanadi. Har bir tarixiy bosqich o'zining yangi

imkoniyatlari va chaqiriqlari bilan ajralib turadi. Bugungi kunda esa turizm faqatgina iqtisodiy foyda emas, balki madaniyatlararo muloqot, tinchlik, barqaror taraqqiyot va inson shaxsiy o'sishining kuchli vositasi sifatida e'tirof etib kelmoqda.

Xulosa va takliflar

Xulosa sifatida shuni aytishimiz mumkinki, turizm industriyasi zamonaviy global iqtisodiyotning eng tez rivojlanayotgan va ko'p tarmoqli tizimlaridan biri hisoblanadi. U nafaqat dam olish hamda ko'ngilochar faoliyat bilan bog'liq, balki transport, mehmonxona xo'jaligi, ovqatlanish, xizmat ko'rsatish, madaniyat va axborot texnologiyalari kabi tarmoqlarni o'z ichiga olgan murakkab iqtisodiy-ekologik kompleksdir. Turizmning mazmuni nafaqat harakat va joy almashtirish, balki ijtimoiy-madaniy almashinuv, mintaqaviy rivojlanish, milliy brend yaratish va iqtisodiy barqarorlikni ta'minlash vositasi sifatida ham namoyon bo'ladi. O'rganilgan ilmiy manbalar va olimlar fikrlariga asoslanib aytish mumkinki, bugungi kunda turizm industriyasining samarali ishlashi nafaqat iqtisodiy infratuzilma, balki axborot texnologiyalari, inson resurslari, ekologik barqarorlik va davlat siyosati bilan bevosita bog'liqdir. Turizm industriyasining rivojlanishi doimiy moslashuvchanlik, innovatsiya va xalqaro tajribalarni o'zlashtirish orqali ta'minlanadi.

Adabiyotlar /Jumepamypa/Reference:

- Adamovsky A., Kulayets Y. (2025) *The essence of tourist destination and methods of its development research. Economic scope.* 262-269.
- Black J. (2003) *The British and the Grand Tour.* Croom Helm.
- Boorstin D.J. (1961) *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America.* 336 p.
- Buhalis D., Amaranggana A. (2015) *Smart tourism destinations. Information and Communication Technologies in Tourism 2015,* 553–564.
- Buhalis, D. (2019) *Technology in Tourism – From Information to Intelligence. Journal of Tourism Futures,* 5(2), 95-103.
- Burns P., Holden A. (1995). *Tourism: A new perspective.* Prentice Hall.
- Casson L. (1974). *Travel in the Ancient World.* Allen & Unwin.
- Cohen E. (1972) *Towards a Sociology of International Tourism: Social and Cultural Aspects. Social Research,* 39(1), 164-182.
- Cohen E. (1979) *Phenomenology of Tourist Experiences, Sociology,* Vol. 13. 179-201.
- Cooper C., Fletcher J., Fyall, A., Gilbert D., Wanhill S. (2008). *Tourism: Principles and Practice (4th ed.).* Pearson Education.
- Goeldner C.R., Ritchie J.R.B. (2006). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies (11th ed.).* Wiley.
- Gossling S., Hall C.M. (2021) *Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. Journal of Sustainable Tourism,* 29(1), 1–20.
- Jansen-Verbeke, M. (1991). *Leisure, culture and tourism in Europe. Built Environment,* 17(1), 24–32.
- Kotler P., Bowen J.T., Baloglu S. (2021) *Marketing for hospitality and tourism (8th ed.).* Pearson.
- Krippendorff J. (1987) *The Holiday Makers.* 160 p.
- Medlik S. (2003) *Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality (3rd ed.).* Butterworth-Heinemann.
- Muzychenko-Kozlovska O., Yavorsky R. (2024) *The essence of the concepts of tourism, tourist and tourist cluster. Management and Entrepreneurship in Ukraine: the stages of formation and problems of development.* pp. 28-37.
- Pankiv Y., Muzychenko-Kozlovska O. (2024) *The essence of resource-saving activities in tourism. Journal of Lviv Polytechnic National University. Series of Economics and Management Issues.* pp. 136-148.

- Pine B.J., Gilmore J.H. (1999) *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business Review Press.
- Poon A. (1993) *Tourism, Technology and Competitive Strategies*. CABI Publishing.
- Richards G. (2001) *Cultural Attractions and European Tourism*. CABI Publishing.
- Seyfi S., Hall C., Rasoolimanesh S. (2020) Exploring memorable cultural tourism experiences. *Journal of Heritage Tourism*, 15, 341 - 357.
- Sharpley R. (2002) *Tourism and Development: Concepts and Issues*. Channel View Publications.
- Towner J. (1985) The Grand Tour: A key phase in the history of tourism. *Annals of Tourism Research*, 12(3), 297–333.
- Towner J. (1996). *A Historical Geography of Recreation and Tourism in the Western World 1540–1940*. Chichester: Wiley.
- Tribe J. (1997) *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism*, Routledge. 496 p.
- Tribe, J. (2015). *The Economics of Recreation, Leisure and Tourism*. Routledge. P.403
- Turner L., & Ash J. (1975). *The Golden Hordes: International tourism and the pleasure periphery*. Constable.
- UNWTO. (2008). *International Recommendations for Tourism Statistics*. United Nations Publications.
- UNWTO. (2017). *Tourism highlights: 2017 edition*. World Tourism Organization.
- Urry J. (1990). *The tourist gaze: Leisure and travel in contemporary societies*. London: Sage Publications.
- Weaver D. (2006). *Sustainable Tourism: Theory and Practice*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Xaydarova S.A. (2020) O'zbekiston iqtisodiyotida turizm sohasining rivojlanish omillari, *Iqtisodiyot va ta'lim*, №4.
- Yusupova M. (2020) *Turizm iqtisodiyoti asoslari*. Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti.
- Zhu J., Yu S., Airey D., Zhang H. (2024) Reflexivity in current themes in sociology of tourism. *Current Issues in Tourism*, 28, 359 - 375.
- Гладкий Ю.Н., Преображенский В.С. (2003). *География туризма*. Москва: Гардарики.