

XALQARO NORDIK UNIVERSITETI

**«O‘ZBEKISTON — 2030” STRATEGIYASINI
AMALGA OSHIRISH YO‘NALISHLARI VA
ISTIQBOLLARI YOSHLAR NIGOHIDA»
MAVZUSIDAGI RESPUBLIKA ILMIY-
AMALIY KONFERENSIYA**

Toshkent – 2024

IV SHUBA

- Turdimurodov Ш.Н.** Предпосылки и этапы развития современных финансовых технологий 322
- Khamidova A.Kh.** Xalqaro standartlarga muvofiq pul oqimlari to'g'risida hisobot tuzish..... 329
- Turdiyeva G.S., G'aybullayeva K.E.** Yashil iqtisodiyotning mamlakatimizda iqtisodiy rivojlanishidagi tutgan o'rni 332
- Ergasheva R.B.** Yashil iqtisodiyot haqida tushuncha, uning jamiyat hayotidagi o'rni va ahamiyati 334
- Berdimo'minova Z.Z.** O'zbekiston va qozog'iston mamlakatlarida iqlim o'zgarishing aholi turmush darajasiga ta'siri 336
- Abdulhamidov S.A.** Globallashuv jarayoni va uning O'zbekiston iqtisodiyotiga ta'siri 340
- Джавадова Т.И.** Успешные примеры международного экономического сотрудничества нового Узбекистана: опыт и перспективы..... 344
- Zarekeyev A.A.** O'zbekistonning yashil iqtisodiyotga o'tishi: muammolar va imkoniyatlar..... 348
- Mirzayev U.N.** Turistik xizmatlar xususiyatining «4 ta S» bilan ifodalanishi hamda xizmat ko'rsatish paketi..... 351
- Турумов Б., Камилова Н.А.** Современный механизм обеспечения международной экономической безопасности 355
- Рахимов Б., Камилова Н.А.** Кадровая политика предприятия в вопросе повышения эффективности производства..... 361
- Sadriddinova S.S.** O'zbekistonda makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlashda jahon mamlakatlari bilan hamkorlik munosabatlarini o'rnatishdagi o'rni 364
- Sultonov D.** O'zbekiston iqtisodiyoti modernizatsiyasi, barqaror iqtisodiyot va jahon mamlakatlari bilan xalqaro hamkorlik masalalari..... 369
- Normamatov O.N.** Turizm sohasida interaktiv xizmatlarni veb-sayt, mobil ilova va chatbotlar shaklida mijozlarga xizmat ko'rsatishni shakllantirish 372
- Nabiyev R.A.** Talabalarda ichki turizmدا onlayn gid xizmatlarini rivojlantirish bo'yicha malakalarini shakllantirish 377
- Xalilova M., Muxtorova U.K.** Aholi turmush darajasi va uning sifatini belgilovchi miqdorlar..... 382
- Raxmonova Z.R.** Umumiy o'rta ta'lim maktablarida musiqa darslarini o'tkazishda o'zbek xalq cholg'ularini o'rgatish uslubiyoti (boshlang'ich sinflar misolida) ...386

Ekologik siyosat va islohotlarning to'g'ri uyg'unligini qabul qilish orqali O'zbekiston Respublikasi yashil, barqaror va inklyuziv kelajakning afzalliklaridan foydalanishi mumkin. Yashil iqtisodiyotga global o'tish iqtisodiy o'sish va rivojlanish uchun ko'plab imkoniyatlar ochar ekan, O'zbekiston Respublikasi o'z kelajagini ta'minlash uchun barqaror siyosat olib borishi kerak.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. www.journal.tsue.uz – Raqamli iqtisodiyot: Yangi O'zbekistonni yangi texnologiyalar, platformalar va biznes modellari orqali rivojlantirishning yangi bosqichi mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy konferentsiyaning materiallar to'plami, 26 fevral 2020 yil. – Toshkent: Tadqiqot. 2020. – 141b.

2. www.lex.uz – “2030-yilgacha O'zbekiston Respublikasining “yashil” iqtisodiyotga o'tishiga qaratilgan islohotlar samaradorligini oshirish bo'yicha chora-tadbirlar” to'g'risida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-436-sonli qarori. 02.12.2022.

TURISTIK XIZMATLAR XUSUSIYATINING «4 TA S» BILAN IFODALANISHI HAMDA XIZMAT KO'RSATISH PAKETI

Mirzayev Ural Namozovich¹

¹*TerDU, Kompyuter tizimlari va ularning dasturiy ta'minoti (tarmoqlar va sohalar bo'yicha) yo'nalishi magistranti
Elektron pochta: uralmirzayev763@gmail.com*

Annotatsiya: Ushbu maqolada Turizm xizmat ko'rsatish sohasidagi turistik xizmatlar xususiyatlari, ularning «4 ta S» bilan ifodalanishi hamda turizm sohasidagi xizmat ko'rsatish paketi va turlari haqida ma'lumot keltirilgan

Kalit so'zlar: turistik mahsulot, tur, individual turlar, guruhli turizm, xizmat ko'rsatish klasslari, «Lyuks klass», «Iqtisod klass», xizmatlar paketi (to'plami), majmual xizmat ko'rsatish, buyurtmali tur, inklyuziv tur, turpaket, turistik xizmatlarning xususiyatlari, «4 ta S», sezilmaslik, servisni va iste'molchini o'zaro bog'liqligi, saqlanmaslik, sifatning o'zgaruvchanligi.

O'zbekiston Prezidenti tomonidan turizm sohasini rivojlantirishga katta e'tibor qaratilmoqda va bu jahon hamjamiyati tomonidan yuksak e'tirof etilmoqda. Sohani qo'llab-quvvatlashga doir 90 dan ortiq normativ-huquqiy hujjatlarning qabul qilinishi mamlakatimizda turizm turlarini diversifikatsiya qilish, O'zbekistonning xalqaro maydondagi jozibadorligini oshirish yo'lida xizmat qiladi. Ma'lumotlarga ko'ra, pandemiya davrida 300 dan ortiq yangi sayyohlik marshrutlari ishlab chiqildi. Shu o'rinda O'zbekistonning turistik marshrutlarini o'z ichiga olgan umumiy katalog ishlab chiqilishini maqsadga muvofiq. Zero bu barcha sayyohlar uchun foyda bo'ladi. Turizm va madaniy meros vazirligi tomonidan sohadagi global inqiroz va yangicha raqobat sharoitlarini inobatga olgan holda O'zbekistonning

2030-yilgacha bo'lgan davrda turizmni rivojlantirish strategiyasi" ishlab chiqilmoqda. Bu esa sayyohlarni jalb qilishda noan'anaviy yondashuvlarni talab qiladi. Ayni shu nuqtayi nazardan, turistik biznes vakillari, gid va ekskursiyachilarni ushbu hujjatni ishlab chiqishda faol ishtirok etishda namuna bo'lishlari lozim.

Turizm xizmat ko'rsatish sohasining tashkil etuvchisi sifatida o'z xususiyatlariga va funksiyasiga ega bo'lib, bu uni xo'jalik yuritishning avtonom sohasi ekanligini belgilaydi. Boshqa xizmat turlari kabi turistik xizmatlar o'ziga xos xususiyatlarini shartli ravishda «4 ta S» bilan belgilasak, quyidagi holatda bo'ladi:

Turistik xizmatlar nomoddiy mahsulot bo'lib hisoblanadi. Ular ijtimoiy - madaniy (nomoddiy) sohalarga tegishli bo'ladi, chunki iste'molchining ijtimoiy-madaniy xizmatlarga bo'lgan ehtiyojini jismoniy, etnik-intellektual, ma'naviy va hakazo ehtiyojini qondirish bo'yicha xizmatlarni ijro etuvchilar faoliyati aniqlaydi. Ularni xarid qilish vaqtida ko'rish yoki baholash mumkin emas. Bunday xizmatlar obyekti bo'lib shaxsan iste'molchi (turist) hisoblanadi;

Xizmatlar iste'molchi va ijro etuvchilarning o'zaro ta'siri natijasida tashkil topganligi sababli, turistik xizmatlarni ko'rsatish jarayoni (ishlab chiqarish) iste'mol bilan birga parallel ravishda yuz beradi. Ma'lumki, moddiy shaklda tovarlarni ishlab chiqarish, uni sotuvidan oldin bo'ladi, faqat undan keyingina iste'mol jarayoni boshlanadi. Yana bir muhim xususiyatlaridan biri - bu turistik tovarlar va xizmatlar iste'moli faqatgina iste'molchini, ya'ni turistni uning ishlab chiqilgan joyiga olib borilgan holdagina amalga oshiriladi. Oddiy tovarlar va xizmatlar iste'moli esa teskarisi, ya'ni ishlab chiqilgan mahsulot, joyidan qat'i nazar, tayyor bo'lgach, iste'molchi uni shu yerning o'zida iste'mol qiladi.

Turistik xizmatlarning saqlanmasligi (saqlash mumkin emasligi). Turistik xizmatlarning hayotiy davri moddiy tovardan tubdan farq qiladi, xususan, saqlash bosqichining mavjud bo'lmaganligi bilan turistik xizmatlarni saqlanmasligi bozor kon'yunkturasini yaxshilab o'rganishni, talab va taklifning mutanosibligini talab etadi, chunki xizmatlar talab bo'lmagunga qadar «omborlarda» turib qoladigan mahsufot emas.

Mehmondo'stlik sohasidagi xizmatlar o'zining o'zgaravchanligi bilan ajralib turadi. Bunday o'zgaruvchanlikning bir necha sabablari mavjud. Birinchidan, bunday turdagi xizmatlar bir vaqtning o'zida ko'rsatiladi va qabul qilinadi, bu esa ularning sifatini nazorat qilish imkoniyatini cheklaydi. Ehtiyojning vaqtinchalik nobarqarorligi, ehtiyoj yuqori bo'lgan davrda xizmat sifatining saqlanishini muammoli qilib qo'yadi.

Xizmat ko'rsatish klasslari taqdim etilayotgan xizmatlar sifatini belgilash uchun ishlatiladi. Turistik mahsulot turli-tuman xizmatlar yig'indisidan iborat bo'lganligi uchun, ularni turistga sotishda darajasini belgilash bilan bog'liq muammolar kelib chiqadi. Turlar va xizmatlarning darajasini belgilash bo'yicha bizning mamlakatimiz bozorlarida ham, xalqaro bozorda ham me'yoriy standartlar mavjud emas. Shuning uchun turoperator va turagentlar turni sotishda shartli ravishda tur bo'yicha xizmatlarni lyuks, birinchi klass, turistik klass, ekonom (iqtisod) klass qilib belgilaydi. Lyuks klass. Ushbu klass bo'yicha turlarni tashkil qilishda odatda eng yuqori darajali xizmatlar jalb qilinadi: 5 yulduzli hashamatli mehmonxonalar, birinchi klass va biznes aviatsiya samaliyotlarida uchish,

hashamatli restoranlarda ovqatlanish, alohida transport, lyuks klass mashinalarida, alohida gid xizmatlari va h.k. Bunday turlar VIP-xizmat ko'rsatish turkumi (raziyadi) bo'yicha taqdim etiladi. Birinchi klass — bu ham nisbatan yuqori darajali xizmat ko'rsatish bo'lib, 4-5 yulduzli mehmonxonalarga joylashtirish, biznes klass darajadagi samaliyotlarda uchishni, qimmatbaho restoranlarda ovqatlanishni, individual transfertni, gid xizmatlarini nazarda tutadi. Turistik klass - 2-3 yulduzli mehmonxonalarda joylashtirishni, doimo aviareyslarning iqtisod klasslarida uchishni, shved stoli bo'yicha ovqatlanishni, guruhli transfertni nazarda tutuvchi eng ommalashgan xizmat ko'rsatish turi hisoblanadi.

Iqtisod klass - eng arzon xizmat ko'rsatish turidir. Odatda, iqtisod klassdan talabalar va kam ta'minlanganlar foydalanadi. Ushbu klass dasturlari yuqori darajada bo'lmagan xizmatlarni kam miqdorda taqdim etishni ko'zda tutadi: 1-2 yulduzli mehmonxonada joylashtirish, yotoqxona va xostellarda joylashtirish, o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish tamoyili bo'yicha faoliyat yurituvchi kichik va kooperativ mehmonxonalarda joylashtirish, charter aviareyslarida uchish, kutib olish va kuzatish jamoat transportida amalga oshirilishi mumkin. Xizmatlar paketi (to'plami). Amaliyotda asosiy turistik mahsulot bu xizmat ko'rsatish majmuasidir, ya'ni turistlarga yagona paketda sotiluvchi xizmatlarning standart to'plami. Xizmatlar paketi (to'plami) turoperator tomonidan yaratilgan bo'lib, ma'lum xizmatlar to'plamidan: tashish, joylashtirish, ovqatlanish, ekskursiyalar va h.k. iborat turistik mahsulotdir. Turdagi xizmatlar paketi turist tomonidan tanlangan turistik dam olish turi bo'yicha ularning ehtiyojlari va sayohat maqsadidan kelib chiqqan holda shakllantiriladi.

Tur va uning paketini shakllantirishda turistlar bilan ishlashning ikki variant mavjud: a) buyurtmali turlar sotilishi; b) inklyuziv turlar sotilishi. Buyurtmali turlarni sotishda dasturni shakllantirish va xizmatlar tarkibini yaxlitlash turist xohishiga binoan, uning bevosita ishtirokida amalga oshiriladi.

Turistga taklif etilayotgan dam olish maskanida turli xil tur xizmatlaning har biri bo'yicha har xil xizmat ko'rsatish variantlari taklif etiladi:

1. joylashtirish - joylashgan joyi va turi, darajasi bo'yicha turli xil mehmonxonalar.
2. ovqatlanish - turli variantlar (to'liq yoki yarim pansion yoki umuman ovqatlanishsiz) shved stoli yoki «alya kard» va h.k;
3. ekskursiyalar va ko'ngilochar xizmatlar;
4. transport xizmatlari - aviauchish variantlari, temiryo'l tashuvlar, avtomobil ijarasi va h.k.
5. sport va davoiyanish kurort xizmatlari;
6. viza xizmatlari, shuningdek, sug'urta xizmatlari.

Yuqorida aytilganidek, bunday turlarni tuzishda turistning o'zi bevosita ishtirok etishi ham mumkin. Turist tomonidan tanlangan xizmatlar tur dasturida shakllantiriladi, narxi hisoblanadi, uni turist turpaketga ega bo'lgach to'laydi. Odatda bunday buyurtmalar agentliklarda shakllantiriladi, so'ng joriy qilish uchun turoperatorga yo'naltiriladi. Buyurtmalarni tez va sifatli ta'minlash uchun bugungi kunda xalqaro turizmga turagentliklar va operatorlik kompaniyalari **zamonaviy**

kompyuter texnologiyalaridan foydalanmoqda. Xalqaro turizmدا paketni yaxlitlash muammolari, narxni hisoblash va turni sotishni operativ hal qilish uchun kompyuter va telefaks aloqasidan keng foydalaniladi., **Inklyuziv tur (IT)**. Bu oldindan rejalashtirilgan va dam olishning yoki turizmning ma'lum turi hamda turistlarning ma'lum ijtimoiy guruhiga va uning yoniga yo'naltirilgan qat'iy xizmatlar to'plamidir. Eng ko'p tarqalgan inklyuziv turlar, deb marshrutli turlarni aytish mumkin. Ya'ni bunda turistlar guruhi avtobusda bir nechta shaharlar va mamlakatlar bo'ylab sayohat qiladi. Ushbu turning o'ziga xos xususiyatlari (sayohat grafigi va muddatlari bilan qat'iy bog'langan, barcha uchun yagona dastur) uning buyurtmali bo'lishiga yo'l qo'ymaydi.

Kruiz turlar, hobbi turlar ham inklyuziv turlardir. Inklyuziv turlami sotishda xizmatlar tarkibi o'zgarmaydi. Turist bunday turni to'liqligicha sotib olishi yoki undan butunlay voz kechishi mumkin. Inklyuziv turlar barqaror talabga ega taniqli turizm va dam olish maskanlaridagi marshrutlarda tashkillashtiriladi va taklif etiladi. Inklyuziv turlar narxining katta qismini joylashtirish va ovqatlanish to'lovlari tashkil etadi. Xalqaro (avia) havo transportlari assotsiatsiyasi talabiga binoan, inklyuziv turlar o'z ichiga 3 tadan kam bo'lmagan xizmatlar: aviauchish, joylashtirish, butun marshrut bo'ylab sayohat va yuqoridagi 2 tasi bilan bog'liq bo'lmagan biror xizmat (ekskursiya, avtomobil ijarasi va h.k.). Bunday turlarga bo'lgan talabning tebranishiga qaramasdan, ularni rivojlantirishning ma'lum afzalliklari mavjud:

- a. umuman olganda, majmualiy sayohat alohida sotib olinadigan xizmatlar to'plamidan arzonidir;
- b. narxlari oldindan ma'lum bo'lganligi uchun turagentlarning turistlarga qanday marshrutni tanlash borasida maslahat berishlari oson kechadi. Bunda dasturlar ham oldindan belgilangan bo'ladi;
- c. o'z mahsulotining jozibadorligini ko'rsatish uchun ko'proq imkoniyat bo'ladi. Inklyuziv turlarning kamchiliklari:
- d. bunday turda mijozni qiziqirmagan xizmatlarning mavjud bo'lish ehtimoli bor;
- e. dasturning haddan tashqari to'yinganligi;
- f. bunday tur reklamasi iste'molchilarning faqatgina bir qisminigina jalb qilishi mumkin.

Buyurtmali turlarda turoperator doimiy ravishda mehmonxonalaridagi tasdiqlanmagan o'rinlarga kvotalarni ushlab turishi lozim. Sotishda turli talabnomalar bo'lishi mumkin. Turoperator turli mehmonxonalarda joylashtirilgan turistlar bilan ishlashiga to'g'ri keladi. Turistlarni bir mehmonxonada joylashtirib xizmat ko'rsatish ancha oson kechadi. Yuqorida aytib o'tilganidek, turistning shaxsiy xususiyatlaridan kelib chiqqan holda, barcha turistik sayohatlar individual yoki guruhli tarzda amalga oshiriladi. Turto'plam (turpaket) - iste'molchilarga guruhli yoki individual variantlar bo'yicha taqdim etiladigan xizmatlar to'plamiga kiradi. Turpaketni tashkil lashtirishga ta'sir etuvchi omillar:

- ✓ berilgan sayohatga talabning mavjudligi;
- ✓ xizmatlar, infratuzilma, moddiy bazariing mavjudligi;

- ✓ aviakompaniyalar va boshqa transport kompaniyalari bilan munosabati;
- ✓ jo'natuvchi va qabul qiluvchi mamlakatlar o'rtasidagi munosabatlar;
- ✓ hamkor turistik tashkilotlar bilan munosabat;
- ✓ belgilangan mamlakatda turizmning rivojlanish darajasi;
- ✓ belgilangan mamlakatning siyosiy barqarorligi.

Shuni ta'kidlash lozimki, siyosiy barqarorlik omili turoperator tomonidan o'zining strategiyasini ishlab chiqishda muhim hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Adilova Z.D, Sodiqov T. Xalqaro turizm biznesi. o'quv qo'llanma. -T.: TDIU, 2010. 4.1.4.

2. Adilova Z.D, Aliyeva M.T., Norchayev A. Turizm menejmenti. o'quv qo'llanma. -T.: TDIU, 2011. 4.1.5

3. Aliyeva M.T., Umarjonov A. Turistik mamlakatlar iqtisodiyoti. -T.: Moliya, 2005. 4.1.6.

4. Asror Mo'minov. Dunyo mo'jizalari. Yangi nashr. -T.: 2012, 8b. 4.1.7. Ahmadxo'jayev H. va boshqalar. Marketing tadqiqotlari. —T., 2002.

5. Safarov B.Sh. Innovative forecasting of national tourism service market in the Republic of Uzbekistan // Journal of Management Value and Ethics. - Gwalior, 2016. - Vol. VI (2).-P.57- 72. (08.00.00; №6.)

6. Zaripova M.D. Scientific and theoretical bases for assessing the quality of staff training in the system of higher education //European International Journal of Multidisciplinary Research and Management Studies. – 2022. – T. 2. – №. 10. – S. 48-59.

СОВРЕМЕННЫЙ МЕХАНИЗМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

Турумов Бобур¹

¹студент 2 курса

Камилова Наргиза Абдукахоровна²

²к.э.н., доцент, Самаркандский институт экономики и сервиса

Республика Узбекистан

nargizaabdukahorovna@gmail.com

Аннотация. В статье анализируются направления экономической безопасности на основе международного опыта: двух крупнейших экономик мира - США и Российской Федерации, которые рассматриваются как модели экономической безопасности. На основе проведенного анализа был предложен современный подход к обеспечению внешней экономической безопасности.

Ключевые слова: внешняя экономическая безопасность, инвестиционные проекты, продовольственная безопасность, демографическая