



ISSN 2181-9130

Doi Journal 10.26739/2181-9130

ҲУҚУҚИЙ ТАДҚИҚОТЛАР ЖУРНАЛИ

11 ЖИЛД, 2/2 СОН

ЖУРНАЛ ПРАВОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ТОМ 11, НОМЕР 2/2

JOURNAL OF LAW RESEARCH

VOLUME 11, ISSUE 2/2



ТОШКЕНТ-2026

ҲУҚУҚИЙ ТАДҚИҚОТЛАР ЖУРНАЛИ

ЖУРНАЛ ПРАВОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ | JOURNAL OF LAW RESEARCH

№2/2 (2026) DOI <http://dx.doi.org/10.26739/2181-9130-2026-2/2>

Бош муҳаррир:
Главный редактор:
Chief Editor:

Abdurasulova Qumriniso Raimqulovna
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)

Бош муҳаррир ўринбосари:
Заместитель главного редактора:
Deputy Chief Editor:

Fayziev Shoxrud Farmonovich
yuridik fanlar doktori, dotsent (O'zbekiston)

ТАҲРИРИЙ МАСЛАҲАТ КЕНГАШИ | РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ | EDITORIAL BOARD

12.00.01 - ДАВЛАТ ВА ҲУҚУҚ НАЗАРИЯСИ ВА ТАРИХИ. ҲУҚУҚИЙ ТАЪЛИМОТЛАР ТАРИХИ / ТЕОРИЯ ПРАВА И ГОСУДАРСТВА, ИСТОРИЯ ПРАВОВЫХ УЧЕНИЙ / THEORY OF LAW AND STATE, HISTORY OF LEGAL DOCTRINES

Boboyev Halimboy Boboyevich
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)

Ahmedshaeva Mavlyuda Axatovna
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)

Muxitdinova Firyuza Abdurashidovna
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)

Adilxodjayeva Surayyo Maxkamovna
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)

Sattorov Abdug'affor
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)

Yosuke Shamoto
yuridik fanlar doktori, professor (Yaponiya)

Umarxonova Dildora Sharipxanovna
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)

Nematov Jo'rabek Nematilloevich
yuridik fanlar doktori, dotsent (O'zbekiston)

12.00.02 - КОНСТИТУЦИОННИЙ ҲУҚУҚ, МАЪМУРИЙ ҲУҚУҚ, МОЛИЯ ВА БОЖХОНА ҲУҚУҚИ / КОНСТИТУЦИОННОЕ ПРАВО; АДМИНИСТРАТИВНОЕ ПРАВО; ФИНАНСОВОЕ ПРАВО / CONSTITUTIONAL LAW; ADMINISTRATIVE LAW; FINANCIAL RIGHT

Malikova Gulchexra
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)

Xusanov Ozod Tillabayevich
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)

Selimanova Svetlana Mixaylovna
yuridik fanlar doktori (O'zbekiston)

Xvan Leonid Borisovich
yuridik fanlar doktori, dotsent (O'zbekiston)

Peshkova Xristina Vyacheslavovna
yuridik fanlar doktori, dotsent (Rossiya)

Sung Un Lee
yuridik fanlar doktori, professor (Janubiy Koreya)

12.00.03 - ФУҚАРОЛИК ҲУҚУҚИ. ТАДБИРКОРЛИК ҲУҚУҚИ. ОИЛА ҲУҚУҚИ. ХАЛҚАРО ХУСУСИЙ ҲУҚУҚ / ГРАЖДАНСКОЕ ПРАВО; ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ ПРАВО; СЕМЕЙНОЕ ПРАВО; МЕЖДУНАРОДНОЕ ЧАСТНОЕ ПРАВО / CIVIL LAW; BUSINESS LAW; FAMILY LAW; PRIVATE INTERNATIONAL LAW

Oqyulov Omonboy
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)

Ro'zinazarov Shuhrat Nuraliyevich
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)

Ruziyev Rustam Jabborovich
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)

Borotov Mirodiljon Xomudjonovich
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)

Toshev Boboqul Norqobilovich
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)

Shomuxamedova Zamira Shoislamovna
yuridik fanlar doktori, (O'zbekiston)

Ahmad Issa Altweissi
yuridik fanlar doktori, professor (Iordaniya)

Mexmonov Kambariddin Miradxamovich
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)

12.00.04 - ФУҚАРОЛИК ПРОЦЕССУАЛ ҲУҚУҚИ. ХЎЖАЛИК ПРОЦЕССУАЛ ҲУҚУҚИ. ҲАҚАМЛИК ЖАРАЁНИ ВА МЕДИАЦИЯ / ГРАЖДАНСКОЕ ПРОЦЕССУАЛЬНОЕ ПРАВО; ХОЗЯЙСТВЕННОЕ ПРОЦЕССУАЛЬНОЕ ПРАВО; АРБИТРАЖНЫЙ ПРОЦЕСС И МЕДИАЦИЯ / CIVIL PROCEDURE LAW; ECONOMIC PROCEDURAL LAW; ARBITRATION PROCESS AND MEDIATION

Esanova Zamira Normurodovna
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)

Mamasidiqov Muzaffar Musajonovich
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)

Jason A.
Kanton Federal sud markazi (AQSH)

Borut Strazisar
Yuridik bo'lim boshlig'i (Sloveniya)

12.00.05 - МЕХНАТ ҲУҚУҚИ. ИЖТИМОИЙ ТАЪМИНОТ ҲУҚУҚИ / ТРУДОВОЕ ПРАВО; ПРАВО СОЦИАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ / THE LABOR LAW; SOCIAL SECURITY LAW

Usmanova Muborak Akmalxanovna
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)

Gasanov Mixail Yuriyevich
yuridik fanlar doktori, dotsent (O'zbekiston)

Sattorova Gulnoza Djurakulovna
yuridik fanlar doktori, dotsent (O'zbekiston)

Murodova Gulnora
yuridik fanlar doktori, dotsent (O'zbekiston)

Denisov Gleb
yuridik fanlar doktori, professor (Rossiya)

Fayziyev Shuxrat Xasanovich
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)
Usmonov Muhammadi Bahridinovich
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)
Xolmuminov Juma
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)

Jo'rayev Yuldash Achilovich
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)
Nurmatov Mirg'olib Mirzayevich
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)

Po'latov Baxtiyor Xalilovich
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)
Salomov Baxrom Salomovich
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)
Osmonaliyev Qayrat
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)
Mirzayev Aziz
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)

Aleksey Kibalnik
yuridik fanlar doktori, professor (Rossiya)
Kudryavtsev Vladislav Leonidovich
yuridik fanlar doktori, professor (Rossiya)
Sergey Shoshin
yuridik fanlar doktori, dotsent (Rossiya)
James B.
Eaglin Federal sud markazi (AQSH)

Rustambayev Mirzayusup Hakimovich
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)
Zufarov Rustam Axmedovich
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)
Kabulov Rustam
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)
Rajabova Mavjuda Abdullayevna
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)
Ismailov Isomiddin
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)

Hamidov Nurmuhammad Orif o'g'li
yuridik fanlar bo'yicha falsafa doktori (O'zbekiston)
Yuldoshev Rifat Raxmadjonovich
yuridik fanlar doktori, professor (Tojikiston)
Djansarayeva Rima Ernatovna
yuridik fanlar doktori, professor (Qozog'iston)
Yelena Antonyan Aleksandrovna
yuridik fanlar doktori, professor (Rossiya)
Matthew Light
yuridik fanlar doktori, professor (Kanada)
Qo'shayev Nurali Mahmudovich
yuridik fanlar nomzodi, dotsent (O'zbekiston)

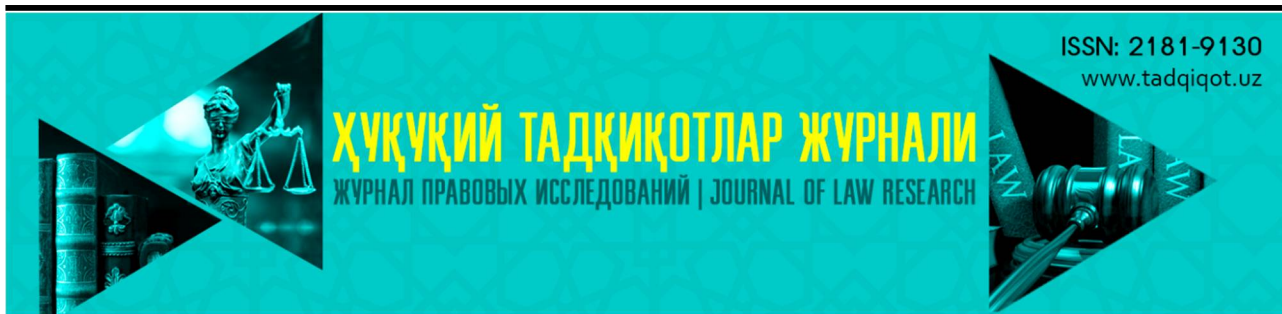
Inog'omjonova Zumratxon Fatxullayevna
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)
Pulatov Yuriy Safiyevich
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)
To'laganova Gulchehra Zaxitovna
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)
Muxiddinov Faxriddin Muxiddinovich
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)
Mirzov Davron Miragzamovich
yuridik fanlar doktori (O'zbekiston)
Rijakov Aleksandr Petrovich
yuridik fanlar doktori, professor (Rossiya)

Stoyko Nikolay Genadyevich
yuridik fanlar doktori, professor (Rossiya)
Iskandarov Zayniddin
yuridik fanlar doktori, professor (Tojikiston)
Sergey Pen
yuridik fanlar doktori, professor (Qozog'iston)
Aleksey Purs
yuridik fanlar doktori, dotsent (Belarus)
Jurgen Maurer
yuridik fanlar doktori, professor (Germaniya)
Kevin Curtin
yuridik fanlar doktori, professor (AQSH)

Ismoilov Bahodir Islamovich
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)
Matkarimova Gulchehra Abdusamatovna
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)

Yuldasheva Govxerjan
yuridik fanlar doktori, professor (O'zbekiston)
Alexander Trunk
yuridik fanlar doktori, professor (Germaniya)


1. Мухамедов Хайдарали Мелиевич ЎРТА АСРЛАР ҲУҚУҚИЙ ҚАДРИЯТЛАРИНИНГ ЗАМОНАВИЙ ҲУҚУҚҚА ТАЪСИРИ: ТАРИХИЙ-ҲУҚУҚИЙ ТАҲЛИЛ.....	5
2. Мирзаев Файзулла Ибодуллаевич ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ИНСТИТУЦИОНАЛ ИСЛОҲОТЛАР ШАРОИТИДА ЖИНОИЙ ДАРОМАДЛАРНИ ЛЕГАЛЛАШТИРИШГА ҚАРШИ КУРАШИШНИ ҲУҚУҚИЙ ЖИҲАТДАН ТАЪМИНЛАШ МАСАЛАЛАРИ.....	14
3. Авлиякулова Матлуба Авазовна КОРПОРАТИВ ҲУҚУҚИЙ МУНОСАБАТЛАРНИ ҲУҚУҚИЙ ТАРТИБГА СОЛИШ БИЛАН БОҒЛИҚ МИЛЛИЙ ҚОНУНЧИЛИКНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ.....	22
4. Baratov Mirodiljon Xomudjonovich, Akramxodjaye Bori Toxtaxodjaye Bori TURISTIK MAHSULOTNING XUSUSIYATLARI VA BU SOHADAGI RAQOBATBARDOSHLIK.....	29
5. Ergasheva Shohista O'ktam qizi KRIPTOVALYUTALARNING TRANSFER JARARAYONIDA QO'LLANILADIGAN HUQUQ MASALASI.....	39
6. Абжалов Абдижаббор Махаммадиевич ПРОФИЛАКТИКА ИНСПЕКТОРИНИНГ ЖАМОАТ ИНСТИТУТЛАРИ БИЛАН ҲАМКОРЛИГИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШНИНГ ҲУҚУҚИЙ ВА ТАШКИЛИЙ МЕХАНИЗМЛАРИ.....	46
7. Ғайбуллаев Фаррух Юлдашевич ПРОКУРАТУРА ОРГАНЛАРИ ФАОЛИЯТИДА ЖАМОАТЧИЛИК НАЗОРАТИ ВА УНИНГ ҲУҚУҚИЙ ЧЕГАРАЛАРИ.....	54
8. Matkarimov Qudrat Qalandarovich ISHKI ISHLAR ORGANLARIDA QONUNLAR IJROSI USTIDAN PROKUROR NAZORATINING O'ZIGA HOS HUSUSIYATLARI.....	62
9. A'zamov Akbarxon Izzatbek o'g'li QASDDAN TO'LOVGA QOBILYATSIZLIKKA OLIV KELISHNING JINOIY-HUQUQIY JINATLARI, O'XSHASH JINOYATLARDAN FARQLI TOMONLARI HAMDA XORIJIY TAJRIBA.....	70
10. Хамидов Нурмухаммад Ориф угли ТОРГОВЛЯ ЛЮДЬМИ КАК ФОРМА ТРАНСНАЦИОНАЛЬНОЙ ОРГАНИЗОВАННОЙ ПРЕСТУПНОСТИ: ПОНЯТИЕ, СОЦИАЛЬНАЯ ОПАСНОСТЬ И УГОЛОВНО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ.....	77
11. Kurbanov Ma'rufjon Mamadaminovich SUN'IY INTELLEKTDAN JINOIY MAQSADDA FOYDALANISHNING JINOYAT-HUQUQIY TAVSIFI, IJTIMOY-HUQUQIY MONIYATI.....	85
12. Насруллаев Фирдавс Сухробович ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИДА ЭКСТРАДИЦИЯ ЖАРАЁНИДА ИЧКИ ИШЛАР ВАЗИРЛИГИНИНГ ИНСТИТУЦИОНАЛ ЎРНИ ВА ИДОРАЛАРАРО ҲАМКОРЛИК МАСАЛАЛАРИ.....	92



Baratov Mirodiljon Xomudjonovich,
 O‘zbekiston Respublikasi Fanlar akademiyasi
 Davlat va huquq instituti bo‘lim boshlig‘i,
 yuridik fanlar doktori, professor,
 E-mail: mirodiljonborotov@gmail.com
Akramxodjayev Bori Toxtaxodjayevich,
 O‘zbekiston Respublikasi Fanlar akademiyasi
 Davlat va huquq instituti katta ilmiy xodimi,
 yuridik fanlar nomzodi, dotsent
 E-mail: 1370017a@gmail.com

TURISTIK MAHSULOTNING XUSUSIYATLARI VA BU SOHADAGI RAQOBATBARDOSHLIK

For citation: Baratov Mirodiljon Khomudjonovich, Akramkhodjaev Bori Tokhtakhodjaevich.
 FEATURES OF THE TOURISM PRODUCT AND COMPETITIVENESS IN THIS SPHERE.
 Journal of Law Research. 2026, 11 vol., issue 2/2.

 <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.18839278>

ANNOTATSIYA

Jahon turizm xizmatlari bozori jahon iqtisodiyotining yuqori daromadli va dinamik rivojlanayotgan tarmoqlaridan biri sanaladi. Uning o‘ziga xos xususiyatlari ko‘p qirrali ijtimoiy-iqtisodiy hodisa – xalqaro turizm bilan belgilanadi. Bu ko‘plab ta’riflar bilan tavsiflanadi. Ushbu ta’riflar turizm iqtisodiyotning mustaqil, o‘ziga xos sektori sifatida tavsiflaydi, ammo turli pozitsiyalardan kelib chiqadi, bu bizga u haqida yaxlit tasavvur hosil qilish, turizm subyektlari va obyektlarini aniqlash imkonini beradi. Shunday qilib, asosiy ta’rif turizmning sayohatchilarga xizmat ko‘rsatishga qaratilgan maxsus soha sifatidagi xususiyatlarini o‘z ichiga oladi. Mazkur ta’riflar mualliflar tomonidan tahlil qilinib, xorijiy mutaxassislar qarashlari asosida o‘z xulosalarini keltiradilar.

Kalit so‘zlar: turistik mahsulot, tariflar, mahsulotning xususiyatlari, turizm xizmatlari bozori, GOST, turizm sohasidagi raqobatdoshlik.

Баратов Миродилжон Хомуджонович,
 Заведующий отделом Института государства и
 права Академии наук Республики Узбекистан,
 доктор юридических наук, профессор
 E-mail: mirodiljonborotov@gmail.com
Акрамходжаев Бори Тохтаходжаевич,
 Старший научный сотрудник Института государства
 и права Академии наук Республики Узбекистан,
 кандидат юридических наук, доцент
 E-mail: 1370017a@gmail.com

ОСОБЕННОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ В ЭТОЙ СФЕРЕ

АННОТАЦИЯ

Мировой рынок туристических услуг считается одним из наиболее прибыльных и динамично развивающихся секторов мировой экономики. Его специфику определяет многогранное социально-экономическое явление – международный туризм. Он характеризуется множеством определений. Эти определения характеризуют туризм как самостоятельный, специфический сектор экономики, но исходят из разных позиций, что позволяет сформировать целостную картину, определить субъектов и объекты туризма. Так, основное определение включает в себя особенности туризма как особой сферы, направленной на предоставление услуг путешественникам. Эти определения анализируются авторами, и их выводы сделаны на основе мнений зарубежных экспертов.

Ключевые слова: туристический продукт, тарифы, характеристики продукта, рынок туристических услуг, ГОСТ, конкурентоспособность в туристическом секторе.

Baratov Mirodiljon Khomudjonovich,

Head of Department, Institute of State and Law,
Academy of Sciences of the Republic of Uzbekistan,
Doctor of Law, Professor

E-mail: mirodiljonborotov@gmail.com

Akramkhodjaev Bori Tokhtakhodjaevich,

Senior Researcher, Institute of State and Law,
Academy of Sciences of the Republic of Uzbekistan,
Candidate of Law, Associate Professor

E-mail: 1370017a@gmail.com

FEATURES OF THE TOURISM PRODUCT AND COMPETITIVENESS IN THIS SPHERE

ANNOTATION

The global tourism market is considered one of the most profitable and dynamically developing sectors of the global economy. Its specificity is determined by a multifaceted socioeconomic phenomenon—international tourism. It is characterized by a multitude of definitions. These definitions characterize tourism as an independent, specific economic sector, but they draw on different perspectives, allowing for a comprehensive picture and the identification of tourism actors and objects. Thus, the primary definition encompasses the characteristics of tourism as a specific sphere focused on providing services to travelers. These definitions are analyzed by the authors, and their conclusions are based on the opinions of international experts.

Keywords: tourism product, tariffs, product characteristics, tourism market, GOST, competitiveness in the tourism sector.

Xalqaro turizm sohasidagi ilmiy mutaxassislar Assotsiatsiyasi turizmning “odamlarning doimiy yashash va ish joylaridan tashqari boshqa joylarda harakatlanishi va qolish jarayonida yuzaga keladigan munosabatlar va hodisalar to‘plami”, degan ta’rifini taklif qildi [1].

Jahon turizm tashkiloti Birlashgan Millatlar Tashkilotining Statistika komissiyasi tomonidan ishlab chiqilgan statistik ta’rifdan foydalanadi: “Turizm – bu dam olish, biznes yoki boshqa maqsadlar uchun ketma-ket bir yildan oshmaydigan muddat davomida odatiy muhitidan tashqari joylarga sayohat qiluvchi va u yerda qoladigan shaxslarning faoliyati” [2].

Ushbu ta’riflar turizm iqtisodiyotning mustaqil, o’ziga xos sektori sifatida tavsiflaydi, ammo turli pozitsiyalardan kelib chiqadi, bu bizga u haqida yaxlit tasavvur hosil qilish, turizm subyektlari va obyektlarini aniqlash imkonini beradi. Shunday qilib, asosiy ta’rif turizmning sayohatchilarga xizmat ko’rsatishga qaratilgan maxsus soha sifatidagi xususiyatlarini o’z ichiga oladi. Statistik ta’rif bizga turistik sayohatlarni amalga oshiradigan odamlar doirasini aniqlash mezonlarini belgilash

imkonini yaratadi (odatiy muhitdan tashqarida sayohat qilish, cheklangan muddatga qolish, aniq sayohat maqsadlari).

Xalqaro turizm rivojlanishining tarixidan oldingi davri chuqur ildizlarga ega: aksariyat xorijiy tadqiqotchilar (masalan, M.B.Birjakov [3], E.V.Vavilova [2, 15], V.Yu.Voskresenskiy [4], N.I.Kabushkin [5], V.A.Kvartalnov [6], M.V.Sokolova [7], T.Lindsay [8], J.Towner va J.Wall [9], J.R.Walker [10] va boshqalar) sayohatlarning asosiy motivlarining paydo bo'lishini qadimgi davrlarga bog'laydilar. Turizmning jahon iqtisodiyotining tarmoqlaridan biri sifatida shakllanishining evolyutsiyasini turistik talabni qondirish uchun mo'ljallangan o'zaro bog'liq obyektlarning maxsus tizimi (transport, turar joy, oziq-ovqat sanoati, savdo, iste'molchilarga xizmat ko'rsatish, sayyohlar uchun qiziqarli obyektlar va boshqalar) sifatida turizm infratuzilmasining shakllanishi va rivojlanishi bilan o'zaro bog'liqlikda kuzatish mumkin. Turizmning faoliyat sohasi sifatida evolyutsion rivojlanishining boshlanishi 1840-yillar deb hisoblanishi mumkin, bu davrda sayohat birinchi marta tashkiliy asosga ega bo'lgan.

Ko'plab xorijiy tadqiqotchilar (masalan, E.ToFFler [11], D.MacLeod [12], R.Sharpley va D.Telfer [13] va boshqalar) jahon iqtisodiyoti va alohida mamlakatlar iqtisodiyotini rivojlantirishda boshqa savdo xizmatlari turlari qatorida xalqaro turizmning ortib borayotgan rolga e'tibor qaratib, unga globallashuv jarayonlarini rag'batlantirishda muhim rol o'ynaganliklarini ta'kidladilar. Darhaqiqat, jahon iqtisodiyotidagi tendentsiyalar turizm va transport birgalikda so'nggi 30 yil ichida xizmatlarning jahon savdosida eng katta ulushni egallaganligini tasdiqlaydi.

Transport va turizm xizmatlarining jahon eksporti hajmining nisbati taxminan bir xil, ammo so'nggi yillarda uchinchi darajali sektorda ikkinchisining ulushining o'sishi aniq tendentsiyasi kuzatilmoqda, garchi turizm nisbatan yosh iqtisodiy faoliyat turi bo'lib, 19-asrning o'rtalarida tashkiliy asosga ega bo'lgan va Ikkinchi Jahon urushidan keyin keng tarqalgan.

D.Makleodning fikriga ko'ra, turizm globallashuv jarayonining bir qismidir, chunki mamlakatlarda sayyohlar oqimi bir mamlakatdan boshqasiga kapital, tovarlar va axborot oqimini va savdo, transport va aloqa tizimlarini rivojlantirishni osonlashtiradi. Sayyohlar turli mamlakatlardan eksport qilinadigan tovarlar iste'molchilari sifatida harakat qilib qolmay, balki globallashuv jarayonlarining o'tkazuvchilari sifatida ham harakat qilishi e'tirof etilgan [12].

E.ToFFler mamlakatlar o'rtasida inson harakatining keng ko'lamda kengayishini jamiyatning rivojlanishining yangi bosqichiga, superindustrial bosqichga o'tishi bilan bog'ladi, bu bosqichda "harakat o'z-o'zidan ijobiy qiymatga, erkinlikning tasdiqlanishiga aylandi, shunchaki atrof-muhitga munosabat yoki undan qochish emas" [11]. Muallif shuningdek, sayohatni osonlashtirish va tezlashtirish uchun tegishli infratuzilmaning, birinchi navbatda transportning ahamiyatiga e'tibor qaratdi va "kosmos orqali harakatlanishning ko'payishi barcha texnik jihatdan rivojlangan mamlakatlarda bir vaqtning o'zida sodir bo'lganini" ta'kidladi.

Zamonaviy turizm industriyasi global iqtisodiyotning uchinchi darajali sektorining bir qismidir, chunki xizmatlar turizm bozorlarida ishlab chiqariladigan va almashinadigan asosiy mahsulotni (taxminan 80 %) tashkil etadi. "Turizm xizmati" tushunchasi hozirda na ichki, na xalqaro amaliyotda aniq ta'riflanmagan; u aniqlashtirishni talab qiladi va maqsadga qarab turlicha talqin qilinishi mumkin.

Jahon savdo tashkiloti tomonidan taqdim etilgan ta'rif bizga turizm sohasi bilan bevosita bog'liq bo'lgan korxonalar doirasini belgilash imkonini beradi: "Turizm va sayohat bilan bog'liq xizmatlar mehmonxonalar va restoranlar (shu jumladan ovqatlanish), sayyohlik agentliklari va turoperatorlari, sayyohlik va ekskursiya tashkilotlari tomonidan ko'rsatiladigan xizmatlarni, shuningdek, boshqa tegishli xizmatlarni o'z ichiga oladi" (Tourism and travel-related services. URL.: http://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/tourism_e/tourism_e.htm) [14]. Ushbu ta'rifda ushbu xizmatlar yo'naltirilgan obyekt ko'rsatilmagan, ya'ni turizm sohasiga tegishli bo'lishning yagona ko'rsatkichi bu xizmatlar turizm sohasidagi korxonalar tomonidan taqdim etilishidir.

Masalan, agarda biz MDH mamlakatlari ichida Rossiyaga e'tibor bersak, uning sanoat qonunchiligida turistik xizmat ta'rifi vaqti-vaqti bilan o'zgartirilib turilgan, aniqlashtirildi va to'ldirildi. Shunday qilib, GOST R 50690-94 [15] ga muvofiq, turistik xizmat turistik korxonaning turistlarning tegishli ehtiyojlarini qondirish faoliyati natijasi sifatida talqin qilindi. Ushbu ta'rif qaysi

korxonalarni turizm sektorining bir qismi sifatida tasniflash kerakligini to'g'ridan-to'g'ri ko'rsatmadi, shuningdek turistlarning qaysi aniq ehtiyojlarini turistik xizmatlarga kiritish mumkinligini ham aniqlamadi.

Zamonaviy standart [16] turizmning muhim va mazmunli asosini ta'kidlab, aniqroq ta'rifni o'z ichiga oladi: "Turizm xizmati – bu sayyohlik tashkiloti yoki yakka tartibdagi tadbirkorning sayyohning turni yoki uning alohida komponentlarini tashkil etish va amalga oshirishdagi ehtiyojlarini qondirish faoliyati natijasidir".

V.S.Senin ushbu konsepsiyani aniqlab, turistik xizmatni korxonalar, tashkilotlar, muassasalar yoki fuqaro tadbirkorlarning tashrif buyuruvchilarning sayohat, dam olish yoki ekskursiyalarga bo'lgan ehtiyojlarini qondirish faoliyati sifatida ko'rib chiqadi, bu esa turning mumkin bo'lgan tarkibiy qismlarini bevosita belgilaydi [17].

M.B.Birjakov batafsil ta'rif beradi: "Turistik xizmat – bu xizmat ko'rsatish sohasidagi turist yoki ekskursionistning ehtiyojlarini ta'minlash va qondirishga, turizm maqsadlariga, turistik xizmat, tur yoki turistik mahsulotning mohiyati va yo'nalishiga javob beradigan va axloq va tartibning umumbashariy tamoyillariga zid bo'lmagan maqsadli harakatlar majmui" [3]. Biroq bu talqin turistik xizmatni ancha keng tushunishga imkon beradi, turizm maqsadlari, turning mohiyati va boshqalar bo'yicha qo'shimcha aniqlik kiritishni talab qiladi.

Ko'rib chiqilgan ta'riflarni umumlashtirib, biz turizm bilan bog'liq maqsadlarda sayohat qilayotgan odamlarga xizmat ko'rsatish jarayonining tavsifi asosida turistik xizmat tushunchasini aniqlaymiz (ya'ni, sayohat davomida daromad olishni o'z ichiga olmaydi). Turistik xizmat tushunchasi uning xususiyatlarini moddiy tovarlarga qarama-qarshi qo'yish asosida yoki uni ma'lum xususiyatlarga ega tovarlar turi sifatida ko'rib chiqish orqali shakllanadi: tovar sifatida harakat qilib, turistik xizmat moddiy shaklga ega emas, uni to'g'ridan-to'g'ri to'plash mumkin emas, uni iste'mol qilish mumkin faqat ishlab chiqarish vaqtida. Nomoddiy aktivlar turistik xizmatning sotib olish va sotish obyekti sifatidagi bir qator o'ziga xos xususiyatlarini belgilaydi [18]:

aniq iste'molchiga qaratilgan;

ko'p hollarda iste'molchi xizmat ko'rsatish obyekti hisoblanadi va/yoki uni ko'rsatish jarayonida bevosita ishtirok etadi (masalan, ekskursiya xizmatlari);

iste'molchilar foydali samara olishlarini ta'minlashda xodimlarning muhim roli;

turizm xizmatlariga talabning mavsumiy tabiati;

- obyekt va natijaga qarab, xizmatlar moddiy (masalan, transport) va nomoddiy (masalan, tur tanlash) ga bo'linadi;

turistik xizmatlar ko'rsatuvchi ko'plab korxonalar va turistik xizmatlar bo'yicha vositachilik korxonalari;

- turistik xizmat o'zining hayot aylanishining barcha bosqichlarida ishlab chiqaruvchining mulki emas;

- turistik xizmatning hayot aylanishining moddiy tovarlar bilan taqqoslaganda o'ziga xos mazmuni;

turistik xizmatlarning oldindan belgilangan qulaylik darajasi;

o'xshash turdagi turistik xizmatlar uchun tariflardagi farqlar.

Turistik xizmatlar hozirda savdoga qodir deb hisoblanadi: ular global iqtisodiy faoliyatda ishtirok etadi va mamlakatning to'lov balansida aks etadi. Turizmning mohiyatini va uning global iqtisodiy munosabatlarni rivojlantirish uchun ahamiyatini tushunish turistik xizmatlarni nomoddiy ishlab chiqarish sohasining alohida mahsuloti sifatida ta'riflashni murakkablashtiradi. Turistik xizmatlarning o'ziga xosligi ularning ko'p qirrali tabiatida va ularni boshqa xizmatlardan alohida yoki ma'lum moddiy aktivlardan foydalanmasdan taqdim etishning iloji yo'qligidadir.

Turizm sektorining global xizmatlar savdosidagi o'rnini aniqroq aniqlash uchun xalqaro tasniflash tizimlarida turizm xizmatlari toifasini ko'rib chiqaylik.

Zamonaviy uchinchi darajali sektorning tuzilishi xalqaro tashkilotlar tomonidan tuzilgan iqtisodiy faoliyatning ko'plab tasniflarida aks etgan (BMTning barcha turdagi iqtisodiy faoliyatning xalqaro standart sanoat tasnifi [19], JSTning xizmatlar sanoat tasnifi [20], Nitsa tovarlari va xizmatlarining xalqaro tasnifi [21] va boshqalar), shuningdek dunyo mamlakatlarining milliy

statistika organlari (masalan, OK 029-20073-sonli Iqtisodiy faoliyat turlarining Butunrossiya klassifikatori [22]).

Turli tasniflarda turizm xizmatlarining tasnifi turlicha va vaqti-vaqti bilan o'zgarib turdi, bu esa jahon bozorida sotiladigan xizmatlarning umumiy hajmida turizmning ulushining ortib borishi bilan bog'liq bo'lishi mumkin. Shunday qilib, 1980-yillarda transport xizmatlarining global eksporti turizm xizmatlari eksportidan sezilarli darajada oshgan bo'lsa, 1990-yillarning oxiriga kelib ikkala guruhning eksport hajmi tenglashdi va 2000-yillardan boshlab turizm tezroq rivojlanib bormoqda. Shunga ko'ra, bir qator tasniflash tizimlarida turizm xizmatlarining mavqei o'zgardi: transport xizmatlari bilan bog'liq faoliyatdan mustaqil xizmatlar guruhiga o'tdi. Boshqa tasniflarda turizm xizmatlari transport xizmatining bir turi hisoblanadi, bu ularning mavjud o'zaro bog'liqligini ta'kidlaydi.

Barcha iqtisodiy faoliyatning xalqaro standart sanoat tasnifi (ISIC) [19] ishlab chiqarish, qo'shilgan qiymat, bandlik va boshqa iqtisodiy statistika kabi keng ko'lamli iqtisodiy va ijtimoiy statistika bo'yicha ma'lumotlarni xalqaro miqyosda taqqoslashni rag'batlantirishning asosiy vositasidir. Klassifikatorning asosiy qo'llanilish sohasi iqtisodiy statistika bilan cheklangan; bundan tashqari, ISIC ma'muriy maqsadlarda ham qo'llaniladi. 1948-yilda ISICning asl versiyasi tasdiqlanganidan beri ko'pgina mamlakatlar klassifikatordan o'zgarishsiz yoki milliy tasniflash tizimlarini ishlab chiqish uchun asos sifatida foydalanganlar. ISIC xalqaro miqyosda iqtisodiy faoliyat bo'yicha statistik ma'lumotlarni taqqoslash uchun muhim vositaga aylandi.

Turistik xizmatlar "Ma'muriy va tegishli xizmatlar" bo'limida alohida blokni tashkil qiladi va boshqa narsalar qatori, turistik sayohatlar uchun transport yordamini ham o'z ichiga oladi. Shunday qilib, ushbu tasnifda turistik xizmatlar asosan vositachilar (sayyohlik agentlari va turoperatorlar) xizmatlari sifatida taqdim etiladi, ular xizmat ko'rsatuvchi provayderlar va turistlar o'rtasida xizmatning oxirgi iste'molchilari sifatida bog'lovchi vazifasini bajaradi.

1957-yilda Belgilarni ro'yxatdan o'tkazish maqsadlari uchun tovarlar va xizmatlarning xalqaro tasnifi to'g'risidagi Nitsa kelishuvi bilan tasdiqlangan Tovarlar va xizmatlarning xalqaro tasnifi (ICGS) 1 savdo belgisini ro'yxatdan o'tkazish maqsadida savdo qilinadigan tovarlarni tizimlashtirishga mo'ljallangan. Turistik xizmatlar bir nechta toifalarda taqdim etiladi: sayohatni tashkil etish va vaqtinchalik turar joy. Tasnifdagi sayohatni tashkil etish asosan sayyohlik agentliklari tomonidan sayyohlar uchun taqdim etiladigan axborot xizmatlarini, shuningdek, transport, qadoqlash va omborxonani anglatadi. Turar joy bilan ta'minlash mehmonxonalarini bron qilish va boshqa sayyohlik turar joy xizmatlarini ko'rsatuvchi sayyohlik agentliklarining vositachilik xizmatlari hisoblanadi.

BMT sayohatlarning o'zi emas, balki vaqtinchalik yashash mamlakatida tashrif buyuruvchilar tomonidan iste'mol qilinadigan tovarlar va xizmatlar to'plamini turistlar tomonidan iste'mol qilinadigan mahsulotning o'ziga xos turi sifatida ko'rib chiqishni tavsiya qiladi. Biroq, bu guruhga tashrif buyuruvchilarni xalqaro tashish kirmaydi, bu "Transport operatsiyalarining bir qismi sifatida yo'lovchi tashish xizmatlari" moddasi bo'yicha hisobga olinadi.

BMT statistik maqsadlari uchun tashrif buyuruvchi mamlakatda bo'lish muddati bir yildan oshmaydigan va qolish maqsadi quyidagilardan boshqa bo'lgan norezident shaxs sifatida belgilanadi:

- harbiy bazada xizmat qilayotgan yoki o'z mamlakatining davlat muassasalarida xizmat qilayotgan (shu jumladan, diplomatik xodimlar va elchixonalar va konsulliklarning boshqa xodimlari), shuningdek, ro'yxatdagi shaxslarga hamrohlik qiluvchi qaramog'ida bo'lgan shaxslar;
- ma'lum bir mamlakat rezidenti bo'lgan xo'jalik yurituvchi subyektning ishlab chiqarish faoliyatida bevosita ishtirok etish.

Shunday qilib, "Sayohat" bandiga tashrif buyuruvchilar tashrif buyuradigan mamlakatlarda shaxsiy foydalanish uchun sotib olingan barcha tovarlar va xizmatlar (xalqaro yo'lovchi tashish to'lovlaridan tashqari) kiradi. BMT "Sayohat" bandiga kiritilgan eng keng tarqalgan tovarlar va xizmatlar turlari sifatida quyidagilarni tasniflaydi (iste'moli kelib chiqish mamlakati ichida amalga oshiriladi):

- turar joy;
- oziq-ovqat va ichimliklar;

- ko'ngilochar tadbirlar;

tashrif buyirilgan hududdagi mamlakatlar, transport xizmatlari

mehmonlar tomonidan shaxsiy foydalanish uchun sotib olingan va tashrif buyirilgan mamlakatdan olib chiqilgan sovg'alar, esdalik sovg'alari va boshqa har qanday buyumlar.

Nihoyat, Xalqaro Valyuta Jamg'armasi turizm xizmatlarini savdo buyumlari sifatida ularning to'lov balansida aks etishi nuqtai nazaridan taqdim etadi. XVJning To'lov balansi va xalqaro investitsiya pozitsiyasi qo'llanmasida [23] turizm faoliyati natijalarini "Sayohat" moddasi bo'yicha tasniflaydi, shaxsiy va ish safarlarini ajratib turadi. XVJ "Sayohat" moddasi bo'yicha nafaqat xizmatlarni, balki turizm iste'moli bilan bog'liq tovarlarni ham tasniflaydi. Shunday qilib, hisobning krediti norezidentlar tomonidan mamlakatga tashrif buyurish paytida sotib olingan tovarlar va xizmatlarni, debet esa rezidentlar tomonidan boshqa mamlakatlarda sotib olingan tovarlar va xizmatlarni aks ettiradi.

XVJ tasnifiga kiritilgan boshqa toifalardan farqli o'laroq, sayohat o'ziga xos xizmat turi emas, balki nafaqat to'g'ridan-to'g'ri, balki turli xil xizmatlarni ham qamrab oluvchi ishtirokchilarga asoslangan komponentdir nafaqat xizmatlar, balki tovarlar ham. Sayohat paytida iste'molchi boshqa mamlakat hududiga ko'chib o'tadi va u yerda sotib olgan xizmatlar va tovarlarini iste'mol qiladi. Shunday qilib, "Sayohat" toifasining o'ziga xos xususiyati shundaki, u tashrif buyuruvchilarga ko'rsatiladigan, aks holda boshqa toifaga kiritilishi mumkin bo'lgan tovarlar va xizmatlarni (masalan, mahalliy transport xizmatlari yoki uskunalarini ijaraga berish) o'z ichiga oladi. Bu toifaga xalqaro transport xizmatlari, shuningdek, qayta sotish uchun tovarlar, iste'mol tovarlari va bojxona chegaralari oshib ketganda bojxona ma'lumotlarida aks ettirilgan qimmatbaho buyumlar kirmaydi. XVJ va JST tasniflariga ko'ra, moddiy ishlab chiqarish turizm sanoatining faoliyatida bilvosita ishtirok etadi va turistlarning (tashrif buyuruvchilarning) ma'lum ishlab chiqarilgan tovarlarga bo'lgan talabini qondiradi.

Turizm bozorining institutsional infratuzilmasini rivojlantirish jarayonida turizm raqobatni davlat tomonidan tartibga solishdan biznes uyushmalari va uyushmalar orqali o'zini o'zi boshqarishga bosqichma-bosqich o'tish amalga oshirilishi kerak. Bugungi sharoitda o'zini o'zi boshqarish turizm raqobat muhitini yaratishning eng muhim elementlaridan biriga aylanib bormoqda. O'zini o'zi boshqarishning joriy etilishi raqobatbardosh turizm bozorini shakllantirish va rivojlantirishga yordam beradi.

Xalqaro savdoda "turizm xizmati" toifasining xususiyatlaridan biri turli mamlakatlar va xalqaro tashkilotlarning statistik ma'lumotlar bazalaridagi ma'lumotlar va buxgalteriya hisobining heterojenligi degan xulosaga kelish mumkin. Masalan, JST tasniflash sxemasida turizm xizmatlari eng tor ma'noda tushuniladi: ushbu xizmatni sotishdan daromad keltiradigan subyektlar va obyektlarni ko'rsatmasdan, dam olish faoliyatini tashkil etish sifatida. Nitsa tasnifi va Tovarlar va xizmatlarning xalqaro standartlarida (ICGS) turizm xizmatlari faqat vositachilar sifatida ko'rib chiqiladi, bu esa o'z navbatida turizm bo'yicha hisobga olinmaydigan boshqa xizmatlarni sotib olishga yordam beradi. Mualliflarning fikriga ko'ra, xalqaro savdo nuqtai nazaridan eng keng qamrovli variant – bu XVJ tasnifi bo'lib, u sayohatning turistik maqsadlarini (biznes va xususiy) aniq belgilaydi va ularning savdosi xalqaro turizmdan daromad keltiradigan tovarlar va xizmatlar turlarini belgilaydi.

Yuqorida keltirilgan tasniflarni ko'rib chiqib, biz turistik xizmatlar turistik, transport, ekskursiya, mehmonxona va boshqa korxonalarining ayrim yetkazib beruvchilari tomonidan taqdim etilishini ta'kidlaymiz, ularning birgalikdagi faoliyati turizm industriyasini turizm mahsulotlarini yaratish, targ'ib qilish va sotishga ixtisoslashgan iqtisodiy birliklar to'plami sifatida shakllantiradi.

Mualliflar shuningdek, nomuvofiqligi sababli qiyosiy sxemaga kiritilmagan Iqtisodiy faoliyat turlarining Butunrossiya klassifikatorini (OKVED) ko'rib chiqdilar xalqaro qamrov mezoni asosida. Biroq ushbu klassifikator bizga Rossiya iqtisodiyoti uchun turizm xizmatlari savdosining ahamiyati haqida xulosa chiqarish imkonini beradi. OKVED korxonalarini ularning iqtisodiy faoliyat turlari va faoliyatining yakuniy natijalari – ishlab chiqarilgan mahsulotlar va ko'rsatilgan xizmatlar bo'yicha tavsiflash uchun yagona tasniflash sxemasi sifatida tuzilgan. OKVED turizm xizmatlarini alohida toifa sifatida ajratmaydi. Bir tomondan, ular tasniflash sxemasida mehmondo'stlik sanoatining

elementlari sifatida tarqalgan, ikkinchi tomondan, ular transport xizmatlariga kiritilgan. Ushbu klassifikator turizm xizmatlarini hisobga olishda yagona yondashuvning yo'qligini ko'rsatadi.

Bundan tashqari, Rossiyada turizm xizmatlari eksporti va importini hisobga olish to'lov balansida amalga oshiriladi, unda turizm xizmatlari quyidagilar sifatida belgilanadi: mamlakatlar bo'yicha turistik paketlarning o'rtacha qiymatiga asoslangan sayohat uchun birlik xarajatlari; Rossiya Moliya vazirligi tomonidan belgilangan chet elga qisqa muddatli ish safarlaridagi xodimlarning xarajatlarini qoplash standartlari; Rossiyada va chet elda jamoaviy turar joy binolarida turar joy narxi; va sayohat paytida shaxsiy xarajatlarning taxminiy bahosi. Biroq, ushbu tasniflagich turizm xizmatlarini shakllantiruvchi turizm sanoatining elementlarini tushunishni ta'minlamaydi.

UNWTO tomonidan ishlab chiqilgan va 1993-yilda BMT Statistika Komissiyasi tomonidan vaqtinchalik tasnif sifatida qabul qilingan Turizm Faoliyatining Standart Xalqaro Tasnifi (SICTA) turizm sanoati elementlarini va ularning iqtisodiyotning boshqa tarmoqlari bilan o'zaro bog'liqligini eng keng qamrovli darajada qamrab oladi. Ushbu tasnifni tuzish prinsipi sayyohlarning xarajatlari va tashrif buyuruvchilar tomonidan tovarlar va xizmatlarni iste'mol qilish mezoniga asoslangan. Ushbu yondashuv bilan turizm turli sohalar faoliyatini qamrab oladi, chunki tashrif buyuruvchilar iqtisodiyotning deyarli barcha tarmoqlarida xarajatlarni amalga oshiradilar, ammo turistlarga sotishdan olingan daromadlarning ulushiga, shuningdek, iqtisodiyotning ma'lum bir sektoridagi sayyohlar iste'molining umumiy qiymatiga qarab turli darajadagi ishtiroki bilan bog'lik raqamlar ham inobatga olinadi. Ushbu ko'rsatkichlarga muvofiq, barcha iqtisodiy faoliyat turlari "to'g'ridan-to'g'ri" deb tasniflanadi turizm sanoatiga munosabat" va "sayyohlarga bilvosita xizmat ko'rsatish" bilan belgilanadi.

Xorijiy tadqiqotchilar H.S.Mironenko va I.T.Tverdoxlebov turizm sanoatining dam olish sohasi sifatidagi tuzilishi haqidagi o'z qarashlarini taqdim etadilar, turli korxonalarni sayyohlarga (dam olish bilan shug'ullanuvchilarga) xizmat ko'rsatish jarayonida ishtirok etish darajasiga qarab birlamchi, ikkilamchi va uchlamchi korxonalariga ajratadilar [24].

Birlamchi korxonalar dam oluvchilarga xizmat ko'rsatadi, ularning doimiy yashash joylarida faoliyat yuritadi, ularga dam olish maskanlari, transport va ular foydalanishi mumkin bo'lgan xizmatlar haqida aniq ma'lumot beradi, dam olish maskanlarining sayyohlik agentliklari bilan sayyohlarni joylashtirish uchun shartnomalar tuzadi, ekskursiyalar tashkil qiladi va hokazo. Dam olish maskanlaridagi birlamchi korxonalarining funktsiyalari quyidagilarni o'z ichiga oladi: sayyohlarni mehmonxonalariga joylashtirish, ekskursiyalarni tashkil qilish, dam oluvchilarga xizmat ko'rsatish shartnomasi shartlarining bajarilishini nazorat qilish va boshqalar. Jahon amaliyotida bunday korxonalarining asosiy shakli sayyohlik kompaniyalari (turoperatorlar va sayyohlik agentliklari), turar joy korxonalari (turistik bazalar, mehmonxonalar va boshqalar), ovqatlanish korxonalari va boshqalardir. Bundan tashqari, birlamchi korxonalar dam oluvchilarni doimiy yashash joylaridan dam olish maskaniga va orqaga tashishni, shuningdek dam olish maskani ichida harakatlanishni ta'minlaydigan transport korxonalarini o'z ichiga oladi.

Ikkilamchi korxonalariga ovqatlanish tarmog'i, chakana savdo, kommunal xizmatlar va maishiy xizmat ko'rsatish, ichki transport, qurilish sanoati va sayyohlik transportiga ixtisoslashmagan tashqi transport kiradi. Mualliflar ikkilamchi korxonalarining turizm sanoatidagi ishtirok darajasini ularning dam olish uchun ixtisoslashuv darajasiga asoslanib, dam olishdan foydalanishning mahalliy aholiga nisbati bilan belgilanadigan masalalarga qaratadilar.

Nihoyat, uchinchi darajali korxonalar iqtisodiyotning boshqa sohalariga tegishli, ammo dam olish xizmatlari bilan shug'ullanadi, turizm sanoatining iqtisodiyotning boshqa sohalariga ta'sirini vositachilik qiladi. Bular, qoida tariqasida, butun aholiga xizmat ko'rsatadigan, ammo dam oluvchilarning ehtiyojlarini qondiradigan sanoat va qishloq xo'jaligi korxonalaridir. Ular turistik jihozlar: jihozlar, maxsus transport vositalari va boshqalarni ishlab chiqarish bilan shug'ullanadi.

Turizm ko'p bosqichli sanoat sifatida ishlaydi, – degan qarashni qabul qilib, keling, turizmdagi ishlab chiqarish faoliyati natijasiga, tashqi bozorlarda sotiladigan yakuniy mahsulotga e'tibor qarataylik. Turizm xizmati global turizm bozorida mustaqil savdo obyekti sifatida harakat qila oladigan yoki turizm mahsulotini shakllantirishda asosiy element sifatida ishlatiladigan asosiy toifani ifodalaydi, bu umumiy narxda sotiladigan bir nechta (kamida ikkita) turizm xizmatlari majmuasidir.

Turizm bozori tadqiqotchilari turizm mahsuloti tushunchasiga turlicha qarashadi.

S.Medlik va V.Middleton [25] barcha sayyohlar turistik mahsulotning turli tarkibiy qismlarini alohida (turistik xizmatlar) yoki birgalikda (inklyuziv tur) sotib olishlarini ta'kidlaydilar, ammo sotib olish usulidan qat'i nazar, xaridor oxir-oqibat "qadoqlangan" to'plamni oladi. Yetkazib beruvchi kompaniyalar nuqtai nazaridan, ular sotadigan har bir xizmat (aviachiptalar yoki mehmonxonada joylashish) o'z-o'zidan individual mahsulotdir. Biroq iste'molchi nuqtai nazaridan, har bir alohida xizmat boshqa xizmatlar bilan birga paketda sotib olinadi. Bu nuqtai nazar, turistik sayohat turidan qat'i nazar, barcha turdagi turistik mahsulotlarga tegishli.

A.Jefferson va L.Licorish [26] turizm mahsuloti modeliga nisbatan turlicha qarashlarga ega bo'lib, uni ta'riflashda ikkita yondashuvni taklif qilishadi. Bir tomondan, turizm mahsuloti – bu xaridor aslida nimani olishni kutayotgani bilan ramziy bog'liqliklar asosida birlashtirilgan jismoniy va xizmat ko'rsatish imkoniyatlari to'plami. Boshqa tomondan, turizm mahsuloti – bu kerakli manzilda ehtiyojlarni qondiradigan faoliyat. Afsuski, mualliflar turizm mahsulotining tarkibiy qismlarini aniqlamaydilar, uning faqat funksional va muhim asoslariga e'tibor qaratadilar.

H.Paul [27] turistik mahsulotning asosiy maqsadi turistning ham asosiy, ham ikkinchi darajali ehtiyojlarini qondirish ekanligini ta'kidlab, funksional tomonga e'tibor qaratadi. Birlamchi turistik ehtiyojlar quyidagilarni o'z ichiga oladi:

bu shaxsni ularni qondirish uchun turistik sayohatga chiqishga undaydi. Ikkilamchi (hosil) turistik ehtiyojlar turistik sayohatni amalga oshirish to'g'risidagi qarordan kelib chiqadi. Shuning uchun turistik mahsulotning tuzilishi bir necha darajadan iborat nisbatan murakkab kompleks xarakterlari sifatida namoyon bo'ladi.

Bir qator xorijiy mutaxassislarning fikriga ko'ra, turizm mahsuloti faqat ma'lum bir yo'nalish bilan qat'iy bog'liqlikda ko'rib chiqilishi mumkin, unga tegishli bo'lish har bir turizm mahsulotini jahon bozorida noyob sifatiga ega qiladi [28, 6-bet]. Shunga ko'ra, turizm yo'nalishi xorijiy iste'molchilarga sotiladigan turizm mahsulotining ajralmas qismi bo'lib xizmat qiladi. Ideal holda, turizm mahsulotini ishlab chiqarish jarayoni bozor tomonidan shakllantirilgan turizm ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan, iqtisodiy jihatdan samarali va turistik yo'nalishning tabiiy va madaniy resurslaridan oqilona foydalanishga asoslangan [29].

Bizning talqinimizda, turizm mahsulotlarini ishlab chiqarish tuzilmasi ikki pog'onali tizimni ifodalaydi, bunda asosiy segment turistlarga bevosita xizmat ko'rsatuvchi korxonalar yig'indisidir. Turizm industriyasi turizm bilan bevosita bog'liq bo'lmagan boshqa sohalaridagi korxonalar tomonidan turizmga bo'lgan talabni rag'batlantirish va ularga xizmat ko'rsatish uchun zarur shart-sharoitlarni yaratadi, bu esa milliy iqtisodiyotning rivojlanishiga multiplikativ ta'sir ko'rsatadi [30].

Turizm faoliyati turistlar iste'moliga xizmat ko'rsatish uchun moddiy tovarlar ishlab chiqaradigan tegishli va qo'llab-quvvatlovchi sanoat tarmoqlarini rivojlantirish uchun muhim rag'batlantiruvchi omil bo'lib xizmat qiladi. Daromad eksport qiluvchi va import qiluvchi mamlakatlar tomonidan ham olinishi mumkin [31].

Bozor tendentsiyalarini aniqlash va yo'nalishlar o'rtasidagi raqobat mexanizmlarini va xalqaro raqobatbardoshlik omillarini shakllantirish jarayonlarini tushunishga yordam beradigan maxsus sxema bo'yicha global turizm xizmatlari bozorini o'rganish maqsadga muvofiqdir.

Shunday qilib, turizm o'z rivojlanishida ibtidoiy infratuzilma yordamida ma'lum bir maqsadga erishish uchun zarur vosita va shartdan global iqtisodiyotning to'laqonli, yuqori daromadli tarmog'iga aylanish yo'lini bosib o'tdi.

Demak, mega, makro, mezo va mikro darajalardagi turizm raqobati o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikning kontseptual modeli turli darajalardagi raqobatning xususiyatlari va o'zaro bog'liqligini tavsiflaydi. Turizm tizimi raqobatbardoshligining sinergetik ta'siri barcha darajalarda raqobatbardoshlik ta'minlanganda paydo bo'la boshlaydi. Turizmning istalgan darajasida raqobatbardoshlikni oshirish kontseptsiyasini ishlab chiqishda tizimli yondashuvdan foydalanish va barcha darajalarda turizm bozori ishtirokchilarining raqobatbardoshligini muvofiqlashtirish zarur. Hozirgi vaqtda manzil darajasidagi raqobat kuchaymoqda. Turizm raqobat va turizm bozori ishtirokchilarining iqtisodiy muvofiqlashtirilishi o'rtasidagi bog'liqlik alohida ahamiyatga ega.

Turizm bozori ishtirokchilari o'rtasidagi faoliyatni to'g'ri tashkil etish bilan bu butun turizm tizimining raqobatbardoshligini sezilarli darajada oshirishi mumkin.

Iqtiboslar/Сноски/References:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. – М., Аспект-Пресс, 2004. –С.67. (Aleksandrova A.Yu. International tourism. – М., Aspect-Press, 2004. –P.67.).
2. Вавилова Е.В. Основы международного туризма. – М., Гардарики, 2005. –С.23 (Vavilova E.V. Fundamentals of international tourism. – М., Gardariki, 2005. –P.23.).
3. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб., Герда, 2006. –С.12. (Birzhakov M.B. Introduction to tourism. – St. Petersburg, Gerda, 2006. –P.12.).
4. Воскресенский В.Ю. Международный туризм. – М., Юнити-Дана, 2006. –С.14 (Voskresensky V.Yu. International tourism. – М., Unity-Dana, 2006.–P.14.).
5. Кабушкин Н.И. Организация туризма. – Минск: Новое знание, 2003. –С.21 (Kabushkin N.I. Tourism organization. – Minsk: New knowledge, 2003. –P.21.).
6. Квартальнов В.А. Туризм. – М., Финансы и статистика, 2002. –С.42 (Kvartalnov V.A. Tourism. – М., Finance and Statistics, 2002. – P.42.).
7. Соколова М.В. История туризма: учеб. пособие. – М., Мастерство, 2002. –С.123. (Sokolova M.V. History of tourism: textbook. – М., Masterstvo, 2002. –P.123.).
8. Lindsay T. Cross-cultural behaviour in tourism: Concepts and analysis. Elsevier, 2003.
9. Towner J., Wall G. History and tourism // Annals of Tourism Research. 1991. Vol. 18.
10. Walker J.R. Tourism: Concept and Practice. Prentice Hall, 2010.
11. Тоффлер Э. Шок будущего. – М., АСТ, 2002. –С.67 (Toffler E. Future shock. – М., AST, 2002. – P.67.).
12. Macleod D. Tourism, globalisation, and cultural change: An island community perspective. Channel View Publication, 2004.
13. Sharpley R., Telfer D. Tourism and development: concepts and issues. Multilingual Matters, 2002. –С.220.
14. Tourism and travel-related services. URL: http://www.wto.org/english/tratop_e/serv_e/tourism_e/tourism_e.htm.
15. ГОСТ Р 50690-94. Туристско-экскурсионное обслуживание. Туристские услуги. Общие требования. –М., Стандартинформ, 1994 (GOST R 50690-94. Tourist and excursion services. Tourist services. General requirements. – М., Standartinform, 1994).
16. ГОСТ Р 50690-2000. Туристские услуги. Общие требования. –М., Стандартинформ, 2000 (GOST R 50690-2000. Tourist services. General requirements. – М., Standartinform, 2000).
17. Сенин В.С. Организация международного туризма. –М., Финансы и статистика, 2003. – С.167 (Senin V.S. Organization of international tourism. – М., Finance and Statistics, 2003. – P.167).
18. Стандартизация и сертификация в сфере услуг / Под ред. А.Ракова. –М., 2002 (Standardization and certification in the service sector / Ed. A. Rakov. –М., 2002).
19. Feketekuty G. International trade in services: an overview and blueprint for negotiation. – Cambridge, 1988.
20. Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности (МСОК). Четвертый пересмотренный вариант. – Нью-Йорк: ООН, 2009 (International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC). Revision 4. New York: United Nations, 2009).
21. Sectoral Classification List (W/120). URL: http://tsdb.wto.org/Includes/docs/W120_E.doc.
22. Classification de Nice. URL: <http://www.wipo.int/classifications/nivilo/nice/index.htm?lang=FR#>.
23. Платежный баланс Российской Федерации. URL: http://cbr.ru/statistics/?Prtid=svs&ch=Par_1597#CheckedItem (Balance of payments of the Russian Federation).

24. Международная стандартная отраслевая классификация всех видов экономической деятельности (МСОК). Четвертый пересмотренный вариант. – Нью-Йорк: ООН, 2009 (International Standard Industrial Classification of All Economic Activities (ISIC). Revision 4. New York: United Nations, 2009).
25. Balance of Payments and International Investment Position Manual. 6 th edition (BPM6). Washington, D.C.: IMF, 2009.
26. Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т. Рекреационная география. –М., Изд-во Моск. ун-та, 1981 (Mironenko N.S., Tverdokhlebov I.T. Recreational Geography. –M., Publishing House of Moscow University, 1981).
27. Medlik S., Middleton V.T.C. Product formulation in tourism // Tourism and Marketing. 1973. Vol. 13.
28. Jefferson A., Lickorish L. Marketing tourism. – Harlow: Longman, 1988.
29. Paul H. Marketing of tourism. Frankfurt, 1977.
30. Koutoulas D. Understanding the tourist product. – Thessaloniki: University of Macedonia, 2004. –P.6.
31. Smith S. The tourism product // Annals of Tourism Research. 1994. Vol. 21, no. 3.

ҲУҚУҚИЙ ТАДҚИҚОТЛАР ЖУРНАЛИ

ЖУРНАЛ ПРАВОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

JOURNAL OF LAW RESEARCH

Taqdim etilayotgan maqolalarga qo'yilgan talablar:

1. Maqola o'zbek, ingliz va rus tillarida qabul qilinadi va Microsoft Word dasturida Times New Roman shriftida 12 kegl, 1 satr oralig'ida, sahifalar barcha tomondan 2 sm qoldirilgan bo'lishi shart. Satr boshi - 1,25 sm bo'lib, satrlarni eniga to'g'irlash, so'zlarni boshqa qatorga ko'chirish avtomatik tarzda bo'lishi lozim.
2. Birinchi qator o'ng tomondan muallifning familiyasi, ismi va otasining ismi, ikkinchi qatorda muallifning ish joyi, lavozimi, ilmiy darajasi va unvoni va e-mail, uchinchi qatorda sahafaning o'rtasida bosh va qalin harflar bilan maqolaning nomi yoziladi. Ushbu ma'lumotlar o'zbek, ingliz va rus tillarda berilishi lozim.
3. Keyingi qatordan o'zbek, ingliz va rus tillarida kamida 60 ta o'zbek, ingliz va rus tillarida so'zdan iborat annotatsiya beriladi.
4. Keyingi qatordan 6-10 ta o'zbek, ingliz va rus tillarida kalit so'zlar beriladi.
5. Keyingi qatordan asosiy matn umimiy so'zi minimal 2000 ta bo'ladi.
6. Adabiyotlarning to'liq ro'yxati asosiy matndan so'ng alifbo tartibida ko'rsatilishi lozim va havolalar asosiy matnda bo'lishi kerak [1, B.25].
7. Maqolada keltirilgan dalillarning to'g'riligi uchun muallif mas'ul, plagiat holati taqiqlanadi.
8. Web of science, Scopus tizimidagi jurnallardan iqtiboslar olish maqsadga muvofiqdir.

Требования к оформлению научной статьи:

1. Статья принимается на узбекском, английском и русском языках и должна быть оформлена в Microsoft Word шрифтом Times New Roman, размер 12, межстрочный интервал — 1, поля со всех сторон — 2 см. Абзацный отступ — 1,25 см; выравнивание по ширине и переносы слов должны быть включены автоматически.
2. В первой строке справа указываются фамилия, имя и отчество автора; во второй строке — место работы автора, должность, ученая степень и звание, а также e-mail; в третьей строке по центру страницы крупным и жирным шрифтом — название статьи. Эти сведения должны быть приведены на узбекском, английском и русском языках.
3. Ниже дается аннотация на узбекском, английском и русском языках, содержащая не менее 60 слов на каждом языке.
4. Далее приводятся 6–10 ключевых слов на узбекском, английском и русском языках.
5. Далее основной текст: общий объем текста должен быть не менее 2000 слов.
6. Полный список литературы должен быть приведен после основного текста в алфавитном порядке; ссылки должны присутствовать в основном тексте в формате [1, C.25].
7. Автор несет ответственность за достоверность приведенных в статье доказательств; плагиат запрещен.
8. Рекомендуется цитирование журналов из база данных Web of Science и Scopus.

Requirements of the articles submitted:

1. Articles are accepted in Uzbek, English and Russian and must be prepared in Microsoft Word using Times New Roman font, size 12, single line spacing, with 2 cm margins on all sides. First-line indent is 1.25 cm; text should be justified and word hyphenation/line breaks set to automatic.
2. In the first line on the right: the author's surname, given name and patronymic; in the second line: the author's affiliation, position, academic degree and title, and e-mail; in the third line centered on the page: the article title in bold and uppercase (or bold). These details must be provided in Uzbek, English and Russian.
3. Next, provide an abstract in Uzbek, English and Russian of at least 60 words in each language.
4. Next, provide 6–10 keywords in Uzbek, English and Russian.
5. Next, the main text: total word count must be at least 2000 words.
6. The full list of references must appear after the main text in alphabetical order, and citations should appear in the main text in the format [1, P.25].
7. The author is responsible for the accuracy of the evidence presented in the article; plagiarism is prohibited.
8. It is advisable to include citations from journals indexed in Web of Science and Scopus.