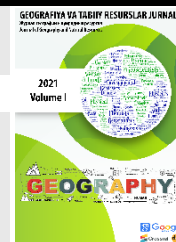




JOURNAL OF GEOGRAPHY AND NATURAL RESOURCES

journal homepage:
<https://topjournals.uz/index.php/jgnr>



FACTORS FORMING TOURISM

Mehriniso I. Narzikulova

student

Jizzakh State Pedagogical University

Jizzakh, Uzbekistan

ABOUT ARTICLE

Key words: Tourism, geographical component, tourists, tourist industry, transit region, region of tourist destinations, tourism phenomenon, tourist business.

Received: 19.02.23**Accepted:** 21.02.23**Published:** 23.02.23

Abstract: To develop international tourism today, focus on the smallest concepts of tourism, to have brief information about the geographical component, tourists, tourism industry. To have information about internal and external types of tourism.

TURIZMNI TASHKIL ETUVCHI OMILLAR

Mehriniso I. Narziqulova

talaba

Jizzax davlat pedagogika universiteti

Jizzax, O'zbekiston

MAQOLA HAQIDA

Kalit so'zlar: Turizm, geografik komponent, turistlar, turistik industriya, tranzit mintaq, turistik destinatsiyalar mintaqasi, turizm fenomeni, turistik biznes.

Annotatsiya: Xalqaro turizmning bugungi kunda rivojlantirish uchun turizmning eng kichik tushunchalariga e'tibor qaratish, geografik komponent, turistlar, turistik industriya haqida qisqacha ma'lumotlarga ega bo'lish. Turizmning ichki va tashqi turlari haqida ma'lumotlarga ega bo'lish.

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИЗМА

Мехринисо И. Нарзикулова

студент

Джизакский государственный педагогический университет

Джизак, Узбекистан

О СТАТЬЕ

Ключевые слова: Туризм, географическая составляющая, туристы, туриндустрия, транзитный регион, регион

Аннотация: Для развития туризма сегодня необходимо ориентироваться на

туристских дестинаций, феномен туризма, туристский бизнес.

мельчайшие понятия туризма, иметь краткие сведения о географической составляющей, туристах, туристической индустрии. Иметь информацию о внутренних и внешних видах туризма.

KIRISH

Hozirgi zamon turizmi ilmiy adabiyotlarda turlicha talqin etilgan. Bunday talqinlarni bir necha belgilariga qarab birlashtirish mumkin. Biz avval turizmga berilgan ta'riflarga qarab o'tamiz.

Turizm – jismoniy shaxsning doimiy istiqomat joyidan sog'lomlashtirish, ma'rifiy, kasbiy, amaliy yoki boshqa maqsadlarda borilgan joyda (mamlakatda) haq to'lanadigan faoliyat bilan shug'ullanmagan holda uzog'i bilan bir yil muddatga jo'nab ketishi, sayohat qilishidir.

Turizm odamlarning yo'nalishi bo'yicha aniq obyektga tashrif buyurishi yoki maxsus qiziqishni qondirish va doimiy yashash joyiga qaytib kelishi harakatlarining bir shakli.

Turizm odamlarlar harakatlanish joyining o'zgartirishi, doimiy yashash joyida bo'lmasdan boshqa hududda harakatlanishi va qiziqqan joyida safarda vaqtincha bo'lishi.

Turizm dam olishning, bo'sh vaqtni o'tkazishning bir shaklidir.

ASOSIY QISM

Turizm insonlarning tarbiyaviy va ta'limiy, sog'lomlashtirish va sport sohasida sayohat qilish uchun rivojlanishning alohida shakli. Bu shakllarning barchasini jamlagan holda 1991-yil Ottavada bo'lib o'tgan butunjahon turistik tashkiloti –BTT sayohat va turizm to'g'risidagi konsepsiyada olimlar shunday ta'kidlaydi: "Turizm – odatdagi muhitdan tashqarida dam olish, ishga aloqador va boshqa maqsadlarda bir yildan ko'p bo'lmagan davrda bo'lgan sayohat va joylarda bo'lishni amalga oshirgan shaxs faoliyati." deb bir qarorga kelishdi. Bu ta'rif aynan turizmga xos bo'lgan ta'rif hisoblanadi. Amerikalik Meynsen universiteti professori Leyber turizmni 3 ta asosiy elementdan iborat tizim deb tariflaydi, ular:

1. Geografik komponent
2. Turistlar
3. Turistik industriya

Bu tizim turizmning asosiy elementidir. O'z navbatida biz geografik komponentlarga to'xtaladigan bo'lsak, geografik komponentlarning o'zi ham uch turga bo'linadi. Ularni sanab o'tamiz:

- 1 Turistlarni vujudga keltiruvchi mintaq
- 2 Tranzit mintaq
- 3 Turistik destinatsiyalar mintaqasi

Geografik komponentlarning birinchi turi bu turistlarni vujudga keltiruvchi mintaqa, doimiy ravishda iste'molchilarni sayohatga chorlovchi, rag'batlantiruvchi jarayonlar hisoblanadi. Odamlar turli mamlakatlar haqida kitoblar o'qiydi, televizor ko'radi, tanish bilishlari, qarindoshlari bilan muloqotda bo'ladi va ma'lum qarorga kelib sayohatga o'tlanadilar. Bu harakatga keltiruvchi omillar yigilib turistlarni vujudga keltiruvchi mintaqani yaratadi. Geografik komponentlarning ikkinchi turi bo'lgan tranzit mintaq haqida aytadigan bo'lsak avvalo, tranzit so'zining ma'nosiga e'tibor qaratamiz. Tranzit so'zining ma'nosi – bir mamlakatdan ikkinchi mamlakatga, uchinchi mamlakat tuprog'i orqal yo'lovchi va yuklarni olib o'tishdir. Tranzit mintaq turistlarni vujudga keltiruvchi va turistik destinatsiya o'rtasida bog'lovchi ko'priklar vazifasini bajaradi. Bu tushuncha uchlik tizimining eng muhim elementi sanaladi. Chunki tranzit mintaq orqali turli turistik oqimlar o'tishi mumkin. Ammo sayohatning asosiy maqsadi turistik destinatsiyadir. Destinatsiya lotincha so'zdan olingan bo'lib turar joy, makon, manzil ma'nolarini anglatadi. Bu atama XX asrning 90-yillarida turizm sohasida keng qo'llanila boshlandi. Xorijiy adabiyotlarda "destinatsiya" tushunchasini aniqlashtirish uchun ikki xil yondashuvdan foydalanishadi. Birinchi yondashuvda Leyber destinatsiya ma'lum geografik chegaraga ega hudud sifatida talqin etadi. Boshqa olimlarning fikriga kora "destinatsiya" – bu turistlar uchun jalb etuvchi geografik hudud bo'lib xizmat qiladi. Ya'ni jalb etuvchi kategoriya birinchi o'ringa chiqadi. Destinatsiya sayyohlarni vaqtincha bo'lishga jalb qiladi. Bundan kelib chiqadiki sayohat uchun boriladigan joy destinatsiya deb ataladi. Bu joylarda turizm indisturyasi turistlarni joylashtirish, ovqatlanishni tashlik etish, sayr -tomosha va dam olish, sayyohlik iste'mol tovarlari va sovg'alar (suvenir)ning umumiy savdosini tashkil etish sayohatchilarni yanada qiziqishiga sabab bo'ladi. Biz har qanday joyni destinatsiya deb ayta olmaymiz. Joy destinatsiya deb atalishi uchun uning alohida belgilari mavjud. Jumladan, birinchi navbatda turistlarni qabul qiladigan zarur ma'lum xizmatlar to'plami mavjudligi bu shunday xizmatlar to'plami bo'lishi kerakki, turistga mahsulot taklif qilganda aytilganidan ziyoda bo'lishi, Ikkinchidan turistlarni tashishda qulay va sifatli transport xizmatiga ega bo'lishi kerakligi. Uchinchidan yetarli darajada dam olish uchun (otellar, kempinglar) dala hovlilari va ovqatlanish uchun restoranlar, kafe, barlarning mavjudligi, turistlarning qiziqishini orttiradigan diqqatga sazovor joylarning mavjudligi to'rtinchidan turistlar qancha ko'p yangi narsalarni tomosha qilish, miriqib sayr qilish, hordiq chiqarish imkoniyati bo'lsa shunchalik turistlarning kelishi ortadi. Yana shuni aytib o'tish kerakki destinatsiya uchun aloqa tizimining mavjudligi va axborot tizimiga kirishning yaxshilanishi turizmni rivojlantirishning asosiy belgilari sanaladi. Shunday qilib destinatsiya bu ma'lum xizmatlar taklif qiladigan, turistning ehtiyojini qondiradigan, maqsadlari talabiga javob beradigan hudud yoki manzildir. Turizm ta'rifini yanada to'laroq anglash uchun Bern universiteti professorlari Gunziker va Krapf tomonidan amalga oshirilgan ishlarda namoyon bo'ladi va keyinroq turizm ilmiy ekspertlari Xalqaro assotsiatsiyasi

tomonidan qabul qilindi. Olimlar turizmni hodisa sifatida va sayohat chog'ida vujudga keladigan o'zaro munosabatlar deb qarash kerak deb hisoblaydilar. U hali doimiy bo'lishga olib kelgani yo'q va biror –bir foyda olish bilan bog'liq emas. Vaqt o'tishi bilan turizmning rivojlanishi uning turlarini yanada bo'linishiga sabab bo'ldi. Xususan ularning ichki, kirish va chiqish kabi turlari paydo bo'ldi.

Ichki turizm – fuqorolarning aniq bir mamlakatda doimo yashagan holda o'sha mamlakat miliy chegarasi doirasida dam olish, mamlakatni bilishga bo'lgan qiziqishni qondirish, sport mashg'ulotlari bilan shug'ullanish va boshqa turistik maqsadlarni amalga oshirish uchun vaqtinchalik chiqishdir. Bu turizm turi mamlakatga valyutani olib kelmaydi. Shunday bo'lsada, mamlakat mintaqalari o'rtasida daromadlarning taqsimlanishiga ta'sir etib, iqtisodiyotning rivojlanishiga turtki beradi.

Tashqi turizmi – biror-bir mamlakat fuqorosining o'zga mamlakatga sayohat qilish uchun kelishi. Chiqish turizmi esa passiv hisoblanadi va valyuta mamlakatdan olib chiqib ketiladi. Ko'pchilik mamlakatlarda kirish turizmi milliy iqtisodiyotning istiqbolli rivojlanishi yo'nalishlaridan sanaladi. Aniq mamlakatlar turizmi iqtisodiyotini o'rganish chog'ida uning rivojlanish yo'nalishi va ishlash samaradorligini oshirishga "milliy turizm", "xalqaro turizm", "Mazkur mamlakat doirasida turizm". Keltirilgan tasniflar nuqtayi nazaridan ichki va chiqish turizmi milliy turizmga kiritiladi. Turizmning rivojlanishi bilan iqtisodiyotning ham rivojlanishi turistik biznesda namoyon bo'ladi .

Turistik biznes – bu turistlar ehtiyojini qondirish, faoliyatidan mahsulotlar va xizmatlar ishlab chiqarish bo'yicha daromad olishdan ko'zlangan biznesdir. Mehmondo'stlik sohasi uchun turizm asosan ijobiy omil sifatida chiqadi. Shuningdek, u yangi ishchi o'rinlari ochish va mintaqalar daromadlarini ko'paytirish omili hamdir. Turizm atrof muhitga salbiy ta'sir etishi ham mumkin. Turizm milliy ma'muriyatlar tomonidan iqtisodiyotni rivojlantirish omili sifatida qaraladi. Yuqorida aytilgan fikrlarga muvofiq turistik faoliyat – turistlar, turistik korxonalar, mehmonnavozlik sohasi, tashrif buyuruvchilarni joylashtirish va xizmat ko'rsatishga ma'muriyatni jalb qilish jarayonlari natijasida qator hodisalar va o'zaro munosabatlarni namoyon etish bilan belgilanadi.

Xulosa:Tarkibi turli o'xshashliklardan iborat bo'lgan mahsulot, servis, xizmat ko'rsatuv obyektlari, ishlab chiqarish birligiga ega bo'lgan barchasi individual iste'molchiga yoki guruh iste'molchilariga vaqtinchalik, doimiy yashash joyini tark etgan va ma'lum turistik manzilda sayohat qiluvchilar tushiniladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Aleksandrova Y.A «Международный туризм» Учебник 2004
2. Балабанов.И.Т."Экономика туризма"М "Финанси и статистика" 2000

3. Дурович.А.П. "Маркетинг в туризме". Минск "Новое знание" 2001
4. Жукова М.А Индустрия туризма: менеджмент организации 2006
5. Komilova F.K. Xalqaro turizm bozori. Òquv qòllanma. T. TDIU, 2001