



AKTUAR MOLIYA VA BUXGALTERIYA HISOBI ILMIY JURNALI

Vol.5 Issue01 | pp.6-13 | ISSN: 2181-1865

Available online <https://finance.tsue.uz/index.php/afa>

TURIZMGA XORIJIY INVESTITSIYA VA TRANSMILLIY KOMPANIYALARNI JALB ETISH IMKONIYATI



Nasretdinova Aziza Adxamjonovna

Qarshi davlat universiteti

Iqtisodiyot fakulteti Turizm yo'nalishi talabasi

Ilmiy rahbar: Bozarov Elyor Boboqulovich

Annotatsiya: Bugungi globalashuv sharoitida turizm sohasi iqtisodiyotning ajralmas qismiga aylanib ulgurgan. Turizm – mamlakatlar o'rtasida hamkorlik aloqalarining mustahkamlanishi, insonlar uchun yangi ish o'rinlarining yaratilishi, madaniy va tarixiy salohiyatning yuksalishi, shuningdek milliy iqtisodiyotning gullab-yashnashi uchun muhim bo'lgan sohalardan biri. Shu sababli ham, xorijiy investitsiyalar va transmilliy kompaniyalarning turizmga jalb etilishi mamlatlarning iqtisodiyoti rivojlanishida muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu maqolada turizm sohasida xorijiy investitsiyalar va transmilliy kompaniyalarning ahamiyati yoritiladi va o'rganiladi.

Kalit so'zlar: xalqaro sarmoya, dotatsiya, transmilliy korporatsiya, Marriott International, Booking.com, Hilton Worldwide, infratuzilma modernizatsiyasi.

Аннотация: В условиях современной глобализации туризм стал неотъемлемой частью экономики. Туризм является важной отраслью, которая способствует укреплению сотрудничества между странами, созданию новых рабочих мест, повышению культурного и исторического потенциала, а также процветанию национальной экономики. Именно поэтому привлечение иностранных инвестиций и транснациональных компаний в туризм играет важную роль в развитии экономики стран. В данной статье рассматривается значение иностранных инвестиций и транснациональных компаний в туристической сфере.

Ключевые слова: международные инвестиции, дотации, транснациональная корпорация, Marriott International, Booking.com, Hilton Worldwide, модернизация инфраструктуры.

Annotation: In the context of today's globalization, the tourism sector has become an integral part of the economy. Tourism is one of the key sectors that contributes to strengthening cooperation between countries, creating new job opportunities for people, enhancing cultural and historical potential, and boosting the national economy. For this reason, attracting foreign investments and transnational companies into the tourism sector plays a crucial role in the economic development of countries. This article highlights and examines the importance of foreign investments and transnational companies in the tourism sector.

Keywords: international investment, subsidy, transnational corporation, Marriott International, Booking.com, Hilton Worldwide, infrastructure modernization.

Kirish

Turizm ham iqtisodiy, ham ijtimoiy-madaniy ahamiyatga ega keng qamrovli soha. U daromadlilik bo'yicha dunyoda uchinchi o'rinda turadi. Yana bir muhim tomoni, kam xarajat bilan ko'p ish o'rinlari yaratish imkonini beradi [4].

Turizm rivojlanishidagi hozirgi zamon tendensiyalari uning ham jahon iqtisodiyotiga ham alohida mamlakatlar va mintaqalar iqtisodiyotiga ta'siri ortib borayotganini ko'rsatmoqda. Turizm aholining o'ziga hos ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan faoliyatni amalga oshirib milliy iqtisodiyotning yirik mustaqil sohasiga aylanib bormoqda. Ushbu ehtiyojlarning xilma-xilligi tufayli nafaqat turizm korxonalari balki boshqa soha korxonalari ham qatnashib xalq xo'jaligi kompleksi rivojiga multiplikativ ta'sir etadigan omillardan biri sifatida turizm namoyon bo'ladi.

O'zbekiston Respublikasining turizm sohasi jahon turistik jarayonining ajralmas tarkibiy qismi bo'lib, ekspertlarning tahlili shuni ko'rsatmoqdaki, keyingi yillarda mamlakat turizm sohasi davlat investitsiyalarisiz va dotatsiyalarisiz mahsulotlar va xizmatlar ishlab chiqarish hajmini oshirib borayotgan iqtisodiy tarmoqlaridan biriga aylanmoqda. Shularni hisobga olib, turizm sohasi mamlakatlar va mintaqalar iqtisodiyotini rivojlantirish uchun muhim ahamiyat kasb etishini va XXI asr jahon xo'jaligining ustuvor tarmoqlaridan biri ekanligini alohida ta'kidlash lozim. O'zbekiston zamonaviy turizm industriyasini rivojlantirish uchun barcha zarur manbalarga ega. Buyuk Ipak yo'li ustida joylashgan Vatanimiz qulay tabiiy iqlim sharoitlariga, boy va tarixiy, madaniy merosga shuningdek, ayni paytda ham ichki, ham xalqaro turizmni rivojlantirish uchun yuqori salohiyatga ega [2]

Tadqiqotlar metodologiyasi

Xorijiy investitsiyalarning turizm sohasida tutgan o'rni bugungi kunda katta ahamiyat kasb etishini yuqoridagi O'zbekiston Respublikasiga turli xorijiy mamlakatlardan tashrif buyurgan chet el fuqarolarining soni asosida yana bir bor ko'rishimiz mumkin. Shuning uchun O'zbekiston Respublikasi sharoitida turizmga yo'naltirilgan investitsiyalarning aksariyat qismi mamlakatda turizm infrastrukturasi yaxshilash, barcha xorijlik mehmonlar uchun mamlakatimizda zarur shart-sharoitlar yaratish va respublikada turizm sohasi bilan o'zaro bog'liq bo'lgan barcha sohalarni jahon standartlariga mos holda rivojlanishini taqozo etadi. Turizm kompaniyaning milliy chegaradan tashqariga chiqishi ko'p jihatdan turistik mahsulotning o'ziga xosligi bilan oldindan belgilanadi. Yuqorida aytib o'tilganidek, bu turist tomonidan sotib olingan xizmatlar va ba'zi tovarlar to'plamidir. Ulardan ba'zilar turistning kelib chiqishi mamlakatiga, ikkinchisi - uning sayohati yo'nalishi bo'yicha yotgan va tranzit orqali o'tgan mamlakatlar va mintaqalarga, uchinchisi - boradigan mamlakatga mos keladi. Turizm kompaniyaning milliy chegaradan tashqariga chiqishi va xalqaro bozorlar bilan aloqalarni rivojlantirishi, shuningdek, turistik mahsulotlar va xizmatlarning innovatsion rivojlanishini ta'minlash orqali yangi imkoniyatlar ochadi. Bu o'z navbatida, turizm sohasidagi investitsiyalarni jalb qilish, infratuzilmani yangilash, xizmat ko'rsatish sifatini oshirish va xalqaro talabga javob beradigan mahsulotlar yaratish zaruriyatini tug'diradi.

Adabiyotlar sharhi

Turizm sohasi buyicha AQShlik tanikli mutaxassis, Yearbiy Nyu-York mexmonxonalar uyushmasi Prezidenti Teodor Xollkvist turistik xizmat ko'rsatishda firma-

larning kelajagi porloq bo'lishini ta'minlashni birlik, professionalizm, halollik, tadbirkorlik, do'stlik va jur'at kabi xislatlar belgilashini aytgan edi. Bularga muxim kushimcha sifatida yana turizm bozorining yangi imkoniyatlaridan o'z vaqtida foydalanishga erishishni ko'rsatish mumkin [1].

O'zbekiston Respublikasida turizm sohasi uchun xorijiy investitsiyalarni jalb qilishda asosiy e'tibor, avvalo, turistik joylarning infratuzilmasini yangilashga qaratilgan. Bu, o'z navbatida, nafaqat milliy iqtisodiyotning o'sishini ta'minlash, balki mamlakatni jahon turizm bozorida raqobatbardosh qilishga ham xizmat qiladi. Bundan tashqari, xalqaro turizmni rivojlantirishda mamlakatdagi mehmonxona, transport, oziq-ovqat va xizmatlar sohasini jahon talablariga moslashtirish muhimdir. Bu borada xorijiy investitsiyalarning o'rni katta bo'lib, ular turizm sohasi uchun yangi texnologiyalar, ilg'or boshqaruv tizimlari va marketing strategiyalarini joriy etishga yordam beradi. Shuningdek, xorijiy investitsiyalar turizm sohasi bilan bog'liq boshqa sohalarda, masalan, qishloq xo'jaligi, san'at, madaniyat, sanoat va qurilish sohalarida ham rivojlanishlarga olib kelishi mumkin. Investitsiyalarning xalqaro miqyosda kengayishi orqali O'zbekistonning turizm infratuzilmasi, xizmatlar darajasi va turistik tajribalari yangilanib, xalqaro darajada tanilishga yordam beradi. Shu bilan birga, xorijiy investorlarning mamlakatga kirib kelishi, milliy iqtisodiyotning diversifikatsiya qilinishini, yangi ish o'rinlarining yaratilishini va iqtisodiy barqarorlikni mustahkamlashni ta'minlaydi. Shu o'rinda, turizm sohasidagi xorijiy investitsiyalarni jalb qilishda davlat tomonidan amalga oshirilayotgan siyosatning ahamiyati ham katta. Hukumat turizmni rivojlantirishga qaratilgan maxsus dasturlarni ishlab chiqish, turistik infratuzilmani qo'llab-quvvatlash va xorijiy investorlar uchun qulay shart-sharoitlar yaratish orqali mamlakatning global turizm bozoridagi o'rnini mustahkamlashni maqsad qilmoqda. Bu esa, o'z navbatida, O'zbekistonni dunyo bo'ylab sayohat qilishni istagan turistlar uchun jozibador va rivojlangan turizm markaziga aylantirishga xizmat qiladi.

Tahlil va natijalar

Transmilliy kompaniyalar (TMK) turizm sohasidagi investitsiyalari orqali mamlakatlarda muhim iqtisodiy o'sishni ta'minlaydi. Quyida TMKlarning turizm sohasiga qo'shgan investitsiyalariga oid aniq misollarni ko'rib chiqsak.

1. TMKlarning investitsiyalari orqali turizm infratuzilmasini rivojlantirish va yangi ish o'rinlarini yaratish mumkin. Bu investitsiyalar nafaqat mehmonxona va transport tizimlarini rivojlantirishga, balki butun turizm sohasining barqaror o'sishiga xizmat qiladi. Misol uchun:

2018 yilda Marriott International, O'zbekistonda o'zining yangi mehmonxonasini ochish uchun 25 million dollardan ortiq investitsiyalar kiritdi. Ushbu mehmonxona Toshkent shahrida joylashgan bo'lib, O'zbekistonning turistik infrastrukturasi rivojlantirishga hissa qo'shmoqda. Bu investitsiya nafaqat mehmonxona sanoatini, balki xizmat ko'rsatish va turizm sektori ish o'rinlarini yaratdi. 2019 yilda esa Hyatt Hotels kompaniyasi O'zbekistonda o'zining birinchi mehmonxonasini ochish uchun 30 million dollarlik investitsiya kiritdi. Ushbu mehmonxona Toshkentda joylashgan bo'lib, O'zbekistonni xalqaro turizm bozorida yanada tanitish maqsadida qurilgan. Hyattning investitsiyalari mamlakatda turizm infratuzilmasining yangilanishiga va yangi ish

o'rinlarini yaratishga imkon yaratdi. Transmilliy kompaniyalar nafaqat O'zbekiston turizmi uchun, balki xalqaro turizm ham katta ahamiyatga ega. Malasalan, 2021 yilda Accor kompaniyasi Marokashda yangi "Rixos" brendi mehmonxonasini ochish uchun 40 million dollar investitsiya kiritdi. Bu investitsiya Marokashning turizm sektoriga nafaqat o'zining yuqori sifatli xizmatlarini olib keldi, balki turizmni rivojlantirish orqali iqtisodiy o'sishni ta'minladi. Ushbu loyiha natijasida, mehmonxona ochilishi bilan 500 ga yaqin yangi ish o'rinlari yaratildi.

2. Transmilliy kompaniyalar global tajribalari va ilg'or texnologiyalarini o'z faoliyatiga tatbiq etish orqali turizm sohasini zamonaviylashtirishga yordam beradi. Bu kompaniyalar yangi texnologiyalarni, masalan, onlayn bronlash tizimlari, raqamli marketing, sun'iy intellekt va boshqa ilg'or vositalarni joriy qiladilar. Texnologik innovatsiyalar turizm jarayonlarini soddalashtiradi, xizmatlarni yanada sifatli va qulay qilishga yordam beradi. Bundan tashqari, raqamli platformalar yordamida xalqaro turistlarni jalb qilish imkoniyatlari kengayadi. Keling bu tarmoq b'ycha ham ma'lum misollarni ko'rib chiqamiz.

Booking.com, butun dunyo bo'ylab turistlar uchun eng katta onlayn bronlash platformalaridan biri hisoblanadi. U turistik joylarga onlayn bronlash imkonini taqdim etadi va foydalanuvchilar uchun samarali interfeys yaratadi. 2023 yilda Booking.com 220 mamlakat va hududda 28 milliondan ortiq turar joyni onlayn bron qilish imkonini berdi. Shuningdek, Booking.com sun'iy intellekt yordamida foydalanuvchilarga o'zlari uchun eng mos variantlarni taqdim etadi. Booking.com ning onlayn bronlash tizimi va sun'iy intellekt yordamida ishlovchi algoritmlari turistlarning ehtiyojlariga aniq javob beradi, ular uchun bronlash jarayonini soddalashtiradi va qo'shimcha ravishda, kompaniyaning global bozorni kengaytirishiga imkon yaratadi. Shuning bilan bir qatorda, 2008 yilda tashkil topgan Airbnb kompaniyasi, turizm va mehmonxona sektorida raqamli marketing va onlayn xizmatlarni joriy qilish orqali inqilobiy o'zgarishlarni amalga oshirdi. Airbnb ning mobil ilovasi va veb-sayti orqali foydalanuvchilar osonlik bilan turar joylarni qidirish, bron qilish va baholash imkoniyatiga ega. 2023 yil oxiriga kelib, Airbnb dunyo bo'ylab 100 milliondan ortiq mehmonni qabul qildi. Airbnb ning raqamli marketing va onlayn xizmatlar yordamida turizmga xususiy sektorni jalb qilishi, xususiy uylarni va kvartiralarini mehmonxona sifatida ijaraga berishni imkonini berdi. Bu esa sayohatchilar uchun oson va arzon variantlarni taqdim etadi.

TUI Group (Smart mehmonxonalar va raqamli xizmatlar) dunyo bo'ylab 1,5 milliondan ortiq mehmonni qabul qiladigan kompaniya, raqamli texnologiyalarni o'z mehmonxona xizmatlariga tatbiq qildi. 2021 yilda TUI, sun'iy intellekt va IoT (Internet of Things) texnologiyalari orqali mehmonxonalarining xizmatlarini optimallashtirishni boshladi. Smart mehmonxonalar orqali mehmonlar o'z xona temperaturasi, yoritilishi va boshqa xizmatlarni mobil ilovalar orqali boshqarish imkoniyatiga ega. TUI Groupning IoT texnologiyalaridan foydalangan holda mehmonxonalarni smartlashtirish, mijozlarga ko'proq shaxsiylashtirilgan va qulay xizmatlarni taqdim etadi, shu bilan birga kompaniya operatsion xarajatlarni kamaytiradi

3. Transmilliy kompaniyalar (TMK) o'zining global miqyosda to'plagan tajribasini va bilimlarini mahalliy bozorlar bilan bo'lishish orqali turizm sohasini rivojlantirishga katta hissa qo'sha oladi. Ular o'zaro tajriba almashish va global

amaliyotlarni mahalliy bozorlarga tatbiq qilish orqali mamlakatlardagi turizmni yaxshilaydi.

Hilton Worldwide va Indoneziya 2018 yilda Hilton Worldwide Indoneziyadagi turizm bozoriga kirib, Jakarta shahrida o'zining yangi mehmonxonasini ochdi. Hilton global tajribalarini Indoneziya bozoriga tatbiq qilish orqali, yuqori sifatli xizmatlar va mehmonxona boshqaruvi amaliyotlarini o'rgatdi. Hilton, o'zining turizm va mehmonxona sektoridagi ilg'or texnologiyalari va xizmat ko'rsatish strategiyalarini mahalliy bozorda muvaffaqiyatli joriy qildi. Natijada, Indoneziya mehmonxona sanoati raqobatbardosh bo'lib, turistlarga sifatli xizmatlar taqdim etishga muvaffaq bo'ldi. Hiltonning global tajribasi, mahalliy ishbilarmonlarga xizmatlar sifatini yaxshilashda yordam berdi, shuningdek, mahalliy bozorning xalqaro talablarga moslashishini ta'minladi. 2018-2022 yillarda, Indoneziya mehmonxona sektori 20% ga o'sdi. Bu kabi hamkorlik aloqalarida O'zbekiston ham alohida tajribaga ega. 2019 yilda Marriott International, O'zbekiston bozoriga kirib, Toshkentda o'zining birinchi mehmonxonasini ochdi. Marriott, global tajribalari va yuqori sifatli xizmat ko'rsatish amaliyotlarini O'zbekistonga olib keldi. Ular, mehmonxona boshqaruvi, mijozlarga xizmat ko'rsatish, va mehmonxona infrastrukturasi standartlarini O'zbekiston bozoriga tatbiq qildi. Shuningdek, Marriott o'zining yuqori malakali menejerlari va turizm bo'yicha mutaxassislarini O'zbekistonga yuborib, mahalliy kadrlarni o'qitish va ularni xalqaro standartlarga moslashtirishni amalga oshirdi. Natijada, O'zbekistonda xizmatlar sifati yaxshilandi va mehmonxona sektori raqobatbardosh bo'ldi. Marriottning O'zbekistonga olib kelgan global tajribasi, mahalliy ishbilarmonlarga xizmatlar sifatini oshirish va turizm sohasidagi raqobatni kuchaytirishga yordam berdi. 2019-2020 yillarda, O'zbekistonda mehmonxona sektori 15% ga o'sdi.

4. Transmilliy kompaniyalar, o'zining global marketing kampaniyalari va brend yaratish strategiyalari orqali turizm sohasida global auditoriyani jalb qilish va yangi turistlar oqimini jalb qilishda muhim rol o'ynaydi. Marriott, Airbnb, TUI, Expedia, Hilton kabi kompaniyalar, turizmni xalqaro miqyosda muvaffaqiyatli targ'ib qilish va global brendlarni yaratishda innovatsion marketing usullarini qo'llagan holda, yangi turistlar oqimini jalb qilishga muvaffaq bo'ldi.

Airbnb o'zining "Belong Anywhere" marketing kampaniyasi orqali global miqyosda tanilishini oshirdi. Ushbu kampaniya 2019 yilda boshlangan bo'lib, Airbnb o'zining mehmonxona bo'lmagan turar joylarni va o'ziga xos sayohat tajribalarini dunyo bo'ylab targ'ib qilishga qaratilgan. Kampaniya natijasida, Airbnb o'zining 6 milliondan ortiq takliflarini 191 mamlakatda reklama qildi. 2020 yilda Airbnb ning global auditoriyasi 100 milliondan ortiq foydalanuvchilarga yetdi. Airbnb ning raqamli marketing va global brend yaratish strategiyalari, turizm sektorida yangi yondashuvlarni keltirib chiqardi. Bu kompaniya, butun dunyo bo'ylab sayohatchilarni jalb qilish orqali o'zining brendini xalqaro miqyosda muvaffaqiyatli tarqatdi. Shuningdek, Expedia Group, 2020 yilda "Travel Your World" marketing kampaniyasini boshladi, bu kampaniya sayohatchilarni yangi sayohat yo'nalishlari va tajribalari bilan tanishtirishga qaratilgan. Expedia, onlayn platformalar orqali global auditoriyani jalb qilish uchun video reklama va ijtimoiy media orqali targ'ibot olib bordi. 2021 yilda Expedianing global sayohat xizmatlari 120 mamlakatda 50 milliondan ortiq yangi foydalanuvchilarni jalb qildi. Expedianing raqamli

marketing strategiyalari va global brend yaratish yondashuvlari, kompaniyaning dunyo bo'ylab turizm bozoridagi o'rnini mustahkamladi va yangi turistlar oqimini jalb qilishga yordam berdi. Yana bir misol tariqasida aytish mumkinki, Hilton Worldwide, "Travel with Purpose" marketing kampaniyasini 2018 yilda boshladi. Ushbu kampaniya, mehmonxonalarining atrof-muhitga ta'sirini kamaytirishga va sayohatchilarni atrof-muhitni asrashga chaqirishga qaratilgan edi. Hilton, global brendini yaratishda raqamli platformalar va ijtimoiy media marketingini keng qo'lladi, 2020 yilda kompaniya 115 mamlakatda o'zining xizmatlarini taqdim etdi va 35 milliondan ortiq yangi mijozlarni jalb qildi.

5. Transmilliy kompaniyalar, barqaror rivojlanishni qo'llab-quvvatlash orqali turizm sohasining ekologik, iqtisodiy va ijtimoiy barqarorligini ta'minlashda muhim rol o'ynaydi. Bu kompaniyalar nafaqat ekologik barqarorlikni oshirish, balki turizm sohasida ijtimoiy mas'uliyatni rivojlantirishga ham katta hissa qo'shadi.

InterContinental Hotels Group (IHG) "IHG Green Engage" dasturini joriy etgan bo'lib, bu dastur kompaniyaning mehmonxonalarida atrof-muhitni muhofaza qilish va energiya samaradorligini oshirishga qaratilgan. Kompaniya ekologik toza materiallar va texnologiyalarni joriy etib, o'z mehmonxonalari va resortlarida CO2 chiqindilarini kamaytirish uchun turli strategiyalarni qo'llaydi. 2021 yilda IHG o'z mehmonxonalari orqali 15% energiya tejashga muvaffaq bo'ldi va plastik chiqindilarini 50% kamaytirdi. IHG shuningdek, barqaror sayohatni rivojlantirish va ekologik toza dasturlarni mehmonlarga taklif etdi. Shuningdek, 2020 yilda Four Seasons, o'zining global mehmonxonalari orqali 12% energiya tejashga muvaffaq bo'ldi va 30% chiqindilarni qayta ishlashni amalga oshirdi. Kompaniya shuningdek, ekologik toza mahsulotlarni o'z mehmonlariga taqdim etdi. Four Seasons, "Lead with Care" dasturini amalga oshirgan bo'lib, bu dastur mehmonxonalarda gigiyena va xavfsizlikni ta'minlash bilan birga, ekologik barqarorlikni oshirishga qaratilgan. Four Seasons, energiya samaradorligi va chiqindilarni kamaytirish bo'yicha zamonaviy texnologiyalarni qo'llaydi. Wyndham Hotels & Resorts o'zining "Wyndham Green" dasturi orqali energiya va suvni tejash, chiqindilarni kamaytirish va ekologik barqaror turizmni rivojlantirishga intiladi. Kompaniya barqaror mehmonxona xizmatlarini joriy etgan va barqaror resurslardan foydalanishni rag'batlantiradi. 2020 yilda Wyndham 8,000 tonna CO2 chiqindilarini kamaytirishga muvaffaq bo'ldi va o'zining barcha mehmonxonalari uchun qayta ishlash tizimlarini joriy qildi. Kompaniya, shuningdek, energiya tejash va ekologik materiallarni sotib olishni davom ettirdi.

Turizmdagi TMKlarning ko'pchiligi "Triada" deb ataladigan mamlakatlarda joylashgan: AQSH – G'arbiy Yevropa (Fransiya, Buyuk Britaniya) – Yaponiya va yaqinda Syangangda (Gonkong). TMK shtab-kvartiralarining geografiyasi shuni ta'kidlaydiki, turizm biznesining xalqarolashuvi turistik oqimlarni yaratuvchi va xorijiy investitsiyalarni amalga oshiruvchi mamlakatlarda vujudga keladi[3].

Transmilliy kompaniyalar turizm sohasida o'zining global tajribasi, ilg'or texnologik yondashuvlari va keng miqyosdagi resurslari orqali iqtisodiy, ekologik va ijtimoiy barqarorlikni ta'minlashda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Ularning turizm sanoatidagi faoliyati, mamlakatlarga katta miqdorda investitsiyalarni jalb qilish bilan birga, zamonaviy infratuzilmani yaratish va rivojlantirish imkoniyatlarini taqdim etadi. Bu

kompaniyalar, ayniqsa, mehmonxona komplekslari, transport tizimlari, turistik xizmatlar va dam olish maskanlarini yaratish orqali turizm infratuzilmasining mustahkamlanishiga katta hissa qo'shadi. Shuningdek, transmilliy kompaniyalar yangi texnologiyalarni, masalan, raqamli bronlash tizimlari, onlayn marketing va sun'iy intellektni joriy qilish orqali turizm jarayonlarini soddalashtirib, xizmatlarni yanada samarali va qulay qilishadi. Ular global tajriba almashish orqali mahalliy bozorlarni rivojlantirishda yordam berib, yuqori sifatli xizmatlarni va eng yaxshi amaliyotlarni mamlakatlarga olib keladi. Bu esa, o'z navbatida, mahalliy turizm kompaniyalarining raqobatbardoshligini oshirishga va global turizm bozorida muvaffaqiyatli o'rin egallashga yordam beradi. Transmilliy kompaniyalar brend yaratish va marketingda ham katta tajribaga ega. Ular butun dunyo bo'ylab turistik xizmatlarni targ'ib qilish uchun keng qamrovli marketing kampaniyalarini olib boradilar, bu esa mamlakatlarning turistik imidjini shakllantirishga, yangi turistlar oqimini jalb qilishga va turizmni iqtisodiy o'sishga yordam berishga xizmat qiladi. Misol uchun, xalqaro brendlari va xizmatlarning mavjudligi, turistlar uchun ishonchli va sifatli sayohat tajribasini taqdim etadi, bu esa mamlakatlarning turistik jozibadorligini oshiradi. Transmilliy kompaniyalar ekologik barqarorlikni ta'minlashga ham katta e'tibor qaratadilar. Ular atrof-muhitni muhofaza qilish, resurslarni tejash va chiqindilarni kamaytirish kabi tashabbuslarni qo'llab-quvvatlab, barqaror turizmni rivojlantirishga yordam beradi. Shuningdek, ular ijtimoiy mas'uliyatni ham o'z faoliyatining ajralmas qismi sifatida qabul qilib, mahalliy jamiyatlar uchun yangi ish o'rinlari yaratadilar va ularning farovonligini oshiradilar. Natijada, transmilliy kompaniyalar turizm sohasining iqtisodiy va ekologik barqarorligini ta'minlashga, yangi ish o'rinlari va yuqori sifatli xizmatlar yaratishga, shuningdek, mamlakatlar va jamoalar uchun kengaygan imkoniyatlarni taqdim etishga yordam beradi. Ularning global miqyosdagi faoliyati turizmni nafaqat iqtisodiy o'sish, balki ekologik va ijtimoiy barqarorlikni ta'minlashga ham xizmat qiladigan kuchli vosita sifatida shakllantiradi. Bu kompaniyalar turizm sanoatini yanada rivojlantirish, global raqobatbardoshlikni oshirish va barqaror rivojlanishga erishish uchun muhim omil hisoblanadi.

Xulosa va takliflar

So'nggi yillarda turizm sohasiga qilinayotgan investitsiyalar hajmi yildan-yilga ortib bormoqda. Jumladan, 2021-yilda O'zbekistonda turizm sektoriga 2,2 mlrd. AQSh dollari miqdorida investitsiyalar yo'naltirilgan bo'lsa, 2022-yilga kelib bu ko'rsatkich 2,4 mlrd. mahalliy dollariga yetdi. Ushbu investitsiyalarning asosiy qismi mehmonxonalar, turistik obyektlar va infratuzilmani rivojlantirishga sarflanmoqda. 2022 yilda turizm sohasida jami qiymati 22,1 trln. so'mlik 735 ta loyihalar ishga tushirilib, tarmoqda qo'shimcha 23 mingga yaqin yangi ish o'ri yaratildi. Tadbirkorlikni rivojlantirish, investitsiya jalb qilish hamda raqobatbardosh xizmatlarni yo'lga qo'yishga bergan e'tibor natijasida turizm bozorimizga Radisson, Wyndham, Hilton, Hyatt Regency, Ramada, Movenpick, Mercure, Courtyard by Marriott, Minyoun, InterContinental Hotels Group va Accor kabi yetakchi mehmonxona brendlari kirib kelmoqda. Ular nafaqat Toshkent, balki, Jizzax, Buxoro, Samarqand va Xiva shaharlarida bozor talabi asosida o'z faoliyatlarini tashkil qilmoqda [5].

2023-yilning 10 oyi davomida O'zbekistonga kelgan xorijlik sayyohlar soni 4,9 millionnafarga yetdi. Shuni ta'kidlash lozimki, oxirgi uch yilda turistlar oqimi qariyb 3 barobar ko'paydi, ya'ni 2021-yilda xorijlik sayyohlar soni 1,8 million nafarni tashkil

qilgandi. 2023-yilning 10 oyi davomida turizm xizmatlari eksporti 1 milliard 830 million dollarni tashkil etgan. Bu ko'rsatkich 2018-yilda 1 milliard 041,1 million dollarni tashkil etgandi. 2023-yilda sayyohlar sonining sezilarli darajada oshishi hisobiga turizm xizmatlari eksporti 2 milliard dollarga etishi kutilmoqda. 2024-yilning yanvar-fevral oylarida jami 974,2 ming nafar chet el fuqarolari turistik maqsadlarda O'zbekistonga tashrif buyurgan. Bu ko'rsatkich o'tgan yilning mos davri bilan solishtirilganda 103,5 ming nafarga yoki 11,9% ga oshgan. Dastlabki ikki oyda kelgan chet ellik fuqarolarning eng ko'pi Tojikistonga to'g'ri keladi. Bu davrda mamlakatdan jami 363,4 mingdan ortiq sayyoh kelgan. Undan keyingi o'rinlarda Qirg'iziston (291,1 ming) va Qozog'iston (155,9 ming) fuqarolari turibdi. Sayyohlar ko'p tashrif buyurgan davlatlar beshligida Rossiya (77,9 ming) va Turkmaniston (20,2 ming) joy oldi. Shuningdek, mazkur davrda Turkiya (14,3 ming), Hindiston (7 ming), Xitoy (5,5 ming), Janubiy Koreya (5,4 ming) hamda Belarusdan (2,2 ming) ham sayyohlar oqimi kuzatilgan [5].

Turizm sektoriga investitsiyalarning asosiy manbasi sifatida xorijiy investorlar va xususiya tadbirkorlar faol ishtirok etmoqda. Jumladan, Rossiya, Turkiya, Qozog'iston, Qirg'iziston, Janubiy Koreya va boshqa davlatlardan kelgan investorlar tomonidan O'zbekistonning turizm infratuzilmasini modernizatsiya qilish, yangi mehmonxonalar va turistik obyektlar qurish shuningdek, turistik xizmatlar ko'rsatish bo'yicha qator loyihalar amalga oshirilmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Turizm iqtisodiyoti va menejmenti M. Amonboyev, D.I. Abidova, N.A. Jurayeva 2019
2. <https://docx.uz/document> – Turizm sohasini rivojlantirishda xorijiy investitsiyalarning o'rni
3. <https://muhaz.org> - Turizm da transmilliy korporatsiyalar
4. <https://isrs.uz/oz/ozbekiston>- Yangiliklari turizmni rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha imkoniyatlar ko'rsatib o'tildi
5. <https://inlibrary.uz/index> - O'zbekistonda turizm investitsiyalarini rivojlantirish istiqbollari
6. <https://uzbektourism.uz/research/statistics>
7. Джумаева Г. Ж., Яхшикулова М. Т. (2023). АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА В АКЦИОНЕРНЫХ КОМПАНИЯХ. Образовательные исследования в области универсальных наук, 2(3), 764-769.

Copyright: © 2024 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution- 4.0 International License (CC - BY 4.0)

