

НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА ТУРИСТИЧЕСКИХ
УСЛУГ*Азизтоева Феруза Алломишевна**Старший преподаватель Джизакского политехнического института*

Рынок как экономическая категория – это экономические отношения продавцов и покупателей, возникающие при обмене товарами в денежном выражении, их взаимоотношения. Сам рынок товаров и услуг складывается из структуры рынка товаров и услуг, причем для этих двух рынков также характерны продавцы, поставщики услуг и покупатели. Торговые отношения на рынке состоят из совокупности товаров, продуктов и услуг, и реализация таких отношений между субъектами рынка необходима для свободного функционирования и эффективного развития рынка.

Как известно, в области экономики и коммерческой науки¹ рынок – это отношения людей по покупке и продаже. Соответственно, рынок товаров и услуг может функционировать только тогда, когда сформированы торговые отношения.

Повышение эффективности отношений между товарами и услугами на рынке: размер рынка является важным показателем на рынке товаров и услуг и широко используется при расчете, активном социальном партнерстве между продавцами и покупателями, являющимися субъектами рынка, экономической - свободное осуществление торговых отношений и удовлетворение потребительского спроса; прямая рыночная связь, косвенная, т.е. деятельность посредников по установлению отношений с покупателем, устранение монополии в любой форме, здоровая конкуренция, пополнение качественными товарами и услугами.

Количество субъектов хозяйствования, обслуживающих туристический сектор, резко изменилось с 2020 года по всей стране (таблица 1).

Таблица 1**Распределение туристических компаний Узбекистана по регионам**

Т/р	Области	Число	Процент
1.	город Ташкент	634	66,2
2.	Ташкентская область	19	2,0
3.	Республика Каракалпакстан	15	1,6
4.	Хорезмская область	29	3,0
5.	Сурхандарьинская область	14	1,5
6.	Кашкадарьинская область	12	1,3
7.	Навоийская область	4	0,4
8.	Бухарская область	59	6,2
9.	Самаркандская область	119	12,4
10.	Сырдарьинская область	4	0,4
11.	Джизакская область	5	0,5
12.	Андижанская область	19	2,0
13.	Ферганская область	17	1,8
14.	Наманганская область	7	0,7
	Всего:	957	

Как видно из данных данной таблицы, увеличение количества субъектов хозяйствования, обслуживающих туризм, создает условия для формирования новых субъектов туристского бизнеса в нашей стране. На примере регионов видно, что основная часть от общего

¹Гуломов С., Абдуллаев А., Сотволдиев А. Основы экономики. - Т.: Маля, 2002. - 29 с.

количества туристических компаний приходится на город Ташкент. Следующее место заняла Самаркандская область 12,4 процента, наименьшие места заняли Бухарская область 6,2 процента, Навоийская и Джизакская области. Наряду с этими регионами дополнительные организационно-экономические мероприятия необходимо определить в Джизакской области.

В этом контексте выдвигаются соответствующие рекомендации на основе анализа рынка и инфраструктуры туристических услуг. Известно, что инфраструктура туризма должна нормально функционировать для туристов с точки зрения ее экономического характера, должна быть легкодоступна к ресурсам, рассматриваемым как размещение туристов, ко всем зданиям, сооружениям, инженерным средствам и коммуникациям, которые их обслуживают.

отрасли, включает обрабатывающую, бытовую энергетику и другие объекты туристической отрасли, в том числе размещение туристов, общественное питание, транспортное обслуживание, продажу бытовых товаров, производство, качественную рекламу, научно-проектную и др.) Рисунок 1)

Рисунок 1. Структура туристической инфраструктуры²

Обычно субъекты рынка туристических услуг делятся на две группы:

-поставщики туристических услуг – туроператоры и турагенты, потребители физических и юридических лиц – сами туристы. За последние годы в нашей стране развита туристическая инфраструктура, обеспечен удобный и качественный сервис туристических



объектов, безопасность жизни и имущества туристов, внедрение современных информационных технологий.

В последние годы меры, установленные для развития туристической сферы, создания достаточных условий для туристов, формирования туристической инфраструктуры, обеспечения безопасности туристов, были подкреплены нормативно-правовыми документами.

В Послании Президента Республики Узбекистан Олий Мажлису: «Туризм зачастую ограничивается нашими древними городами, памятниками истории и культуры. Однако уникальная природа нашей страны, национальные заповедники и горные регионы имеют большой потенциал для развития туризма. В частности, развитие медицинского туризма,

²Создано автором

паломнического туризма и экотуризма дает большой импульс развитию не только экономики, но и социальной сферы. Кабинету Министров необходимо в течение одного месяца разработать и реализовать национальную концепцию развития туризма на 2019-2025 годы. На этой основе необходимо увеличить количество иностранных туристов, посещающих нашу страну, до 7 миллионов в 2025 году, а годовой доход от туристического экспорта - до 2 миллиардов долларов³.

Формы и виды туристической инфраструктуры группируются следующим образом⁴- комплексы размещения (гостиница, мотель, кемпинг), водоснабжения и питания, канализации, телекоммуникаций, здравоохранения, туристической безопасности, всех видов транспорта, охраны окружающей среды, исторических памятников от различных пожаров, организаций по ликвидации последствий стихийных бедствий, учреждений культурного отдыха (парки, зеленые сады, леса, ботанические сады, зоопарки, библиотеки, музеи, театры, частные и государственные культурные центры), дороги для пешеходов и велосипедистов, места для отдыха, свалки и свалки мусора, туристические школы и колледжи, университеты или факультеты.

Как и в других регионах нашей страны, в Джизакской области проводится ряд работ по дальнейшему развитию туристической инфраструктуры. История Джизака⁵ восходит к глубокой древности. Сегодня в регионе еще не до конца раскрыта его секретная промышленность, здесь есть исторические наскальные надписи, наскальные рисунки и древние месторождения, требующие научных исследований.

Джизак является одним из регионов, играющих важную роль в нашей экономике, а ее рельеф состоит из низменностей, пустынь и степей, холмов и гор, естественных озер. Развитие богарного земледелия, садоводства, виноградарства и животноводства на холмах, на склонах гор, красочный природный ландшафт, уникальный и экзотический рельеф, умеренный климат привлекают туристов.

В городе и районах Джизака создана современная зона отдыха, включающая в себя строительные работы, объекты бытового обслуживания, объекты соцкультбыта, декоративные фонтаны, современные супермаркеты, торговые объекты, 10,5 тыс. мест. Планируется игровой комплекс «Согдиена», детские и сдан в эксплуатацию подростковый спортивный комплекс. Также планируется отремонтировать и ввести в эксплуатацию парк культурного отдыха «Орда», различные святыни.

Список использованной литературы:

1. Указ Президента Республики Узбекистан от 28 января 2022 года № ПФ-60 «О стратегии развития Нового Узбекистана на 2022-2026 годы». Национальная база законодательной информации, 29.01.2022, №22/06/60/0082).
2. Узбекистан Президента Республики Узбекистан от 3.01.2019 г. ПФ-5609- Нет. "Дж.Указ о разработке эффективной модели государственного регулирования и управления комплексным развитием Иззахского района. Национальная база правовых документов, 01.04.2019, №19/06/5609/2453.
3. Программа Кабинета Министров Республики Узбекистан от 17 мая 2017 года «Меры по опережающему развитию туристического потенциала Джизакской области в 2017-2019 годах».

³ Мирзиёев Ш.М. Послание Президента Республики Узбекистан Олий Мажлису. «Народное слово». 29 декабря 2018 г., № 271-272 (7229-7230)

⁴ Алимов А.О., Ф.С.Кутлимуротов, Э.Т.Раббимов. Туристическая инфраструктура. Ташкент, 2011. 6-7 р.

⁵ Салиев Э.А. Оазис творчества. Экономический вестник Узбекистана. 2018. № 1-2, 6-7 с.

4. Послание Президента Республики Узбекистан Олий Мажлису. 25.01.2020.<https://uza.uz/uz/politics/zbekiston-respublikasi-prezidenti-shavkat-mirziyeevning-oliy-25-01-2020>.
5. Алиева М.Т. Гостиничный менеджмент. Учебник.-Т.:ТДИУ.2007.-275 с.
6. Амонбоев М., Абидова Д.И., Джураева Н.А. Экономика и менеджмент туризма. Методическое пособие. – Т.: Экономика, 2019. – 226 с.