

4-27-2020

## THE ROLE OF MANAGEMENT IN THE DEVELOPMENT OF THE INVESTMENT CLIMATE IN THE TOURISM SYSTEM

Saida Azatovna Sheralieva

*teacher of the department of fundamentals of economics, NavSPI*

Follow this and additional works at: <https://uzjournals.edu.uz/buxdu>



Part of the [Economics Commons](#)

---

### Recommended Citation

Sheralieva, Saida Azatovna (2020) "THE ROLE OF MANAGEMENT IN THE DEVELOPMENT OF THE INVESTMENT CLIMATE IN THE TOURISM SYSTEM," *Scientific reports of Bukhara State University*. Vol. 4 : Iss. 3 , Article 19.

Available at: <https://uzjournals.edu.uz/buxdu/vol4/iss3/19>

This Article is brought to you for free and open access by 2030 Uzbekistan Research Online. It has been accepted for inclusion in Scientific reports of Bukhara State University by an authorized editor of 2030 Uzbekistan Research Online. For more information, please contact [sh.erkinov@edu.uz](mailto:sh.erkinov@edu.uz).

АДАБИЁТЛАР

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти Шавкат Мирзиёевнинг Олий Мажлисга Мурожаатномаси. <http://uza.uz/oz/politics/zbekiston-respublikasi-prezidenti-shavkat-mirziyevning-oliy-majlisga-murojaatnomasi-28-12-2018>
2. Одилов Ш.Ф. Логистик жараёнларда ахбороткоммуникация технологияларини қўллаш моделлари. “Халқаро молия ва ҳисоб” илмий-электрон журнали. 2016 йил № 3-сон.
3. Рўзиева Д.И. Иқтисодиётни ривожлантиришида инновацион ёндашув тамойилларининг аҳамияти. “Инновацион иқтисодиётга ўтиш шароитида миллий иқтисодиётнинг таркибий тузилмасини такомиллаштиришнинг устувор йўналишлари” мавзусидаги илмий-амалий конференция материаллари. – Гулистон: Университет, 2018. 69-б.
4. Ғуломова Г.П. инновацион фаолият инфратузилмасини шакллантириш ишлаб чиқаришни модернизациялаш омили сифатида. “Иқтисод ва молия” журнали. 2016 йил, №7-сон, 72-бет.
5. [www.stat.uz](http://www.stat.uz)- Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси расмий ахборот сайти.

УДК: 338.486

ТУРИЗМ ТИЗИМИДА ИНВЕСТИЦИОН МУҲИТНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА  
БОШҚАРУВ ФАОЛИЯТИНИНГ РОЛИ

РОЛЬ МЕНЕДЖМЕНТА В РАЗВИТИИ ИНВЕСТИЦИОННОГО  
КЛИМАТА В СИСТЕМЕ ТУРИЗМА

THE ROLE OF MANAGEMENT IN THE DEVELOPMENT OF THE  
INVESTMENT CLIMATE IN THE TOURISM SYSTEM

*Шералиева Саида Азатовна*

*НавДПИ иқтисодий билим асослари кафедраси ўқитувчиси*

*Sheraliev Saida Azatovna*

*teacher of the department of fundamentals of economics, NavSPI*

**Аннотация.** Ушбу мақолада туризмни ривожлантиришида бошқарув усуллари ҳамда уларнинг ижтимоий психологик хусусиятлари ҳақида фикр юритилган. Ишлаб чиқариш жараёнида инсонга бўлган муносабатни акс эттирувчи яна бир ёндашув «инсон капитали» назарияси бўлиб, бунга мувофиқ, корхонадаги ишчи кучи капитал сифатида, масалан, пул тарзида идрок этилади. Ушбу назария доирасида персонал бошқарувига оид ҳолатлар ва тасдиқлар бизнесменга тушунарли бўлган иқтисодий атама ва категорияларда баён этилади. Шунингдек, бошқарув стили туризм соҳасини ривожлантиришида муҳим омиллардан бири эканлиги эътироф этилган.

**Таянч сўзлар:** туризм, турист, иқтисод, валюта, инвестиция, саёҳат, Европа, Осиё, бизнес, бизнесмен, маблағ, сармоя, бошқарув, менежмент, авторитар, либерал, авторитар, шенген, иқтисодиёт.

**Аннотация.** В данной статье изложены мнения о методах управления для развития туризма, а также об их социально-психологических свойствах. Один из подходов, отражающий отношение к человеку в процессе производства – это «человеческий капитал», соответственно рабочая сила на предприятии представляется в виде капитала, например, денежного капитала. В рамках этой теории ситуации и подтверждения, связанные с управлением персонала, излагаются бизнесмену в виде понятных ему экономических терминов и категорий. Также данный стиль управления представлен как один из важных факторов развития туристической отрасли.

**Ключевые слова:** туризм, туризм, экономика, валюта, инвестиции, путешествие, Европа, Азия, бизнес, бизнесмен, финансы, капитал, управление, менеджмент, авторитарный, либеральный, авторитарный, шенген, экономика.

**Abstract.** This article provides opinions on management methods for the development of tourism, as well as their socio-psychological properties. One of the approaches reflecting the attitude towards a person in the production process is “human capital”; accordingly, the labor force in an enterprise is represented in the form of capital, for example, money capital. Within the framework of this theory, situations and confirmations related to personnel management are

*presented to a businessman in the form of economic terms and categories that are understandable to him. Also, this management style is presented as one of the important factors in the development of the tourism industry.*

**Key words:** *tourism, tourism, economy, currency, investment, travel, Europe, Asia, business, businessman, finance, capital, management, management, authoritarian, liberal, authoritarian, Schengen, economy.*

Бугунги кунда туризм жаҳон миқёсидаги иқтисодиётнинг жуда кучли тармоғи бўлиб, унинг жаҳон ялпи ички маҳсулотигади улуши анчагина фоизни ташкил этади ҳамда бу соҳага жуда кўп сонли ходимлар, асосий воситалар ва йирик капитал маблағлар жалб қилинган. Бу йирик бизнес, катта пул ва глобал миқёсдаги жиддий сиёсатдир. Туризм саёҳатларнинг бир тури бўлса-да, бироқ ўзига хос жиҳатларига кўра маълум бир тавсифга эга бўлиб, унда иштирок етувчи шахс турист деб номланади. Муҳими, туристни саёҳатчи дейишимиз мумкин, аммо саёҳатчини эса ҳар доим ҳам турист дея олмаймиз.

Саёҳатлардан фарқли равишда туризм иқтисодиёт ва сиёсатнинг кучли таъсирига учрайдиган соҳа ҳисобланади. Туризм бу туристлар томонидан амалга оширилувчи, аниқ белгиланган туризм мақсадларига эга оммавий саёҳатлар тури, яъни сайёҳнинг фаолияти ва бундай саёҳатларни уюштириш ва амалга ошириш бўйича хизмат кўрсатувчи ташкилотлардан иборат. Бундай фаолият турли хил туризм саноати корхоналари ва улар билан боғлиқ тармоқлар томонидан амалга оширилади. Туризм фаолияти, асосан, бўш вақтда амалга оширилади. Бундай ҳол содир бўлиши учун икки шарт бўлиши керак: дам олишга ажратилган бўш вақт ва тегишли маблағ. Узоқ вақт давомида туризм фаолияти билан фақат бадавлат кишиларгина шуғулланишган.

Ҳозирги пайтда аҳолининг турли қатламлари бўш вақтини ва жамғарилган маблағларини турли туризм сафарларига боришга сарфламоқда. Ҳозирги тушунчаларда қабул қилинган туризм XIX асрнинг охирига бориб шакланган бўлса-да, фақат XX асрга келиб, у жадал суръатларда ривожланди ҳамда техника ва технологияларнинг ривожланиши, жамият муносабатларининг юксалиши натижасида у «XX аср феномени» номини олди. Ҳозирги замонавий туризмнинг ўзига хос хусусиятларини белгилаш мақсадида унинг муҳим таснифий белгиларини аниқлаб олиш зарур бўлади. Жумладан, географик белгилари, туризм оқим йўналиши, сафар мақсади, ҳаракатланиш усули, туристларни жойлаштириш воситалари ва иштирокчилар сони бўйича ташкилий-ҳуқуқий шакллари таснифлаш мақсадга мувофиқдир.

1. Ички туризм – ўз давлати чегараси доирасида доимий яшовчи фуқароларнинг вақтинчалик ташриф буюрувчи жойига (тўланмайдиган фаолиятсиз) туризм мақсадларида саёҳат қилиши. Ички туризм давлат чегараларини кесиб ўтиш билан ва туризм расмийчилиги билан боғлиқ эмас. Миллий валюта, тил, ҳужжатлар олдингидек ўзгармасдан қолади. Дунёдаги сафарларнинг 80-90 фоизи ички туризм улушига тўғри келади. Айниқса, у АҚШда оммабоп ҳисобланади.

2. Халқаро туризм – вақтинчалик келган жойига фаолияти тўланмайдиган, доимий яшайдиган мамлакат чегарасидан ташқарига туризм мақсадларида сафар қилиши. Чет эл туристларига бирор давлатга 24 соатдан кам бўлмаган муддатга вақтинчалик ташриф буюрган шахсларнинг барчаси қиради. Сўнгги йилларда ички ва халқаро туризмнинг бир-бирига яқинлашиш тенденцияси кузатилди, бу эса туризм расмийчиликларини соддалаштириш билан изоҳланади (масалан, бирлашган Европадаги шенген битими).

3. Кирувчи туризм – фаолияти тўланмайдиган туризм мақсадларида доимий яшамайдиган шахсларнинг ўзга мамлакат ҳудудига ташрифи, саёҳати.

4. Чиқувчи туризм – бир мамлакат ҳудудида доимий яшовчи шахснинг бошқа мамлакатга фаолияти тўланмайдиган саёҳати, ташрифи.

5. Рекреацион туризм дам олиш мақсадидаги турист бўлиб, қатор давлатлар учун туризмнинг оммавий шакли ҳисобланади. Испания, Италия, Франция, Австрияга чет эл туристларининг ташрифи, аввало, мана шу мақсадни кўзда тутди. Дам олиш мақсадидаги сафарлар хилма-хиллиги билан фарқланади ва қизиқарли томоша дастурларини (театр, кино,

фестивал ва ҳоказо), қизиқишлар бўйича машғулотлар (ов, балиқ овлаш, мусиқали, бадий ижодиёт ва ҳоказолар билан шуғулланишни) ўзга мамлакатнинг миллий маданиятини ўрганиш билан боғлиқ бўлган этник саёҳатларни ўз ичига олиши мумкин.

6. Соғломлаштирувчи дам олиш туризми ўта шахсий индивидуал характер касб этади. Инсон организмига таъсир этиш воситасига қараб даволаниш учун дам олиш иқлимли, денгиз, балчиқ билан даволаниш ва ҳоказоларга бўлинади.

7. Танишув (экскурсион) туризми ўз ичига танишув (билиш, кўриш ва эшитиш) мақсадлари билан боғлиқ ташриф ва саёҳатларни ўз ичига олади. Экскурсия билишнинг бир шакли бўлиб, шахс интеллекти ва дунёқарашини кенгайтириш вазифасини бажаради.

8. Малакавий иш туризмига иш мақсадлари билан боғлиқ сафарлар киради. Ҳозирги тараққий этган замонавий жамиятда ҳаёт халқаро алоқаларни боғлаш заруратини туғдирмоқда. Сўнгги йилларда ишчан соҳа вакилларининг, тадбиркорларнинг ташрифлари оммавий тус олмақда. Қатор туризм фирмалари гуруҳларга жамланган бизнесменларнинг турли мақсадлардаги ташрифларини ташкил этишга ихтисослаштирилмоқда. Ушбу турдаги туризмнинг ўзига хос хусусиятлари шундан иборатки, ишчанлик вазиятида ўтадиган учрашув иштирокчилари оддий сайёҳга қараганда мамлакат бўйлаб саёҳат пайтида кўпроқ маблағ сарфлайди. Шунинг учун кўпгина давлатлар халқаро форумлар ва шунга ўхшаш тадбирларни ўзларида ўтказишга ҳаракат қилади.

9. Илмий туризм халқаро туризмнинг ўқиш, таълим олиш, малака ошириш мақсадида амалга ошириладиган нисбатан янги тури ҳисобланади. Хорижда таълим олиш учун сафар қилиш Ўзбекистонда ҳам турбизнесининг ўрнатилган сегментларидан бири ҳисобланади. Сафарларнинг оммабоп бўлиб бораётган бу турида тил ўрганиш мақсадида, айниқса, Буюк Британияга ва бошқа инглиз тилида сўзлашадиган давлатларга сафарлар кенгайиб бормоқда.

10. Спорт туризмнинг асосий мақсади туристларга ўзлари танлаган спорт тури билан шуғулланишига имконият яратиб беришдан иборат. Спорт туризми зарур база мавжудлигини талаб этади: турли инвентарлар, махсус трассалар, йўллар, спорт майдончалари, асбоб-ускуналар. Спорт саёҳатларига қўйиладиган асосий талаблардан бири дам олувчиларнинг хавфсизлигини таъминлаш ҳисобланади.

Шоп-турлар Россия ва МДҲ давлатлари учун хосдир. Хорижий мамлакатларга ташрифнинг асосий мақсади хориждан халқ истеъмоли товарларини харид қилиб, уни ўзининг мамлакатада яна қайта сотишдан иборат (пойабзал, трикотаж ва бошқа товарларни Туркия, Италия, Португалия, Суриядан; ёзги тўқилган кийимларни Индонезиядан; пўстинлар Греция ва Аргентинадан; мебелларни Польша ва Италиядан; электроника маҳсулотларини БААдан; автомашиналарни Германия, Швеция, Финляндия, Голландиядан сотиб олишди).

11. Диний туризм – ҳаж сафари, зиёрати ҳозирги вақтда жуда юқори талабга эга бўлиб, оммавий тус олмақда. Ҳар йили юзлаб ватандошларимиз Маккаю Мадинага ҳаж ва умра сафарларини амалга оширмоқдалар.

12. Соғиниш, қўмсаш туризми қариндошлари, туғилган жойлари ва яқинлариникига ташриф буюриш эҳтиёжига асосланган ва халқаро туризм алмашувида муҳим ўринни эгаллайди. Қўмсаш туризмига яққол мисол қилиб, собиқ Иттифоқ даврида Ўзбекистонда яшаган ва ҳозирги пайтда ҳам уларнинг қариндош-уруғлари республикамизнинг турли шаҳарларида фаолият кўрсатиб келаётган қрим-татар, закавказ халқлари, яҳудийлар, немислар ва бошқа миллатга мансуб бўлган аҳолини кўрсатишимиз мумкин.

13. Экотуризм. Ҳозирги кунда экологик туризмга ҳар қачонгидан ҳам талаб катта. Бу дунёнинг барча давлатларига тегишли бўлиб, фаол дам олишнинг бир тури ҳисобланади. Унга кўра инсон ўз соғлигини тиклабгина қолмай, балки бир қанча эстетик ҳиссиётлар олади. Ҳозирги кунда экологик туризм энг ривожланган дам олиш тури бўлиб, спорт тури ҳам ҳисобланади ва у туризмнинг энг ривожланган соҳасига айланмоқда. Экотуризмнинг мақсади ҳозирги ва келажак авлодларнинг экологик хавфсизлиги ва барқарор ривожланишини таъминлаш учун табиатдан туризм мақсадларида оқилона фойдаланишдан иборат.

Юқоридаги кенг таракқий қилиб бораётган туризм соҳаси ривожланишининг асосий омилларидан бири замонавий менежмент тизимини жорий қилишдан иборатдир. Ишлаб чиқариш жараёнида инсонга бўлган муносабатни акс эттирувчи яна бир ёндашув «инсон капитали» назарияси бўлиб, бунга мувофиқ корхонадаги ишчи кучи капитал сифатида, масалан, пул тарзида идрок этилади. Ушбу назария доирасида персонал бошқарувига оид ҳолатлар ва тасдиқлар бизнесменга тушунарли бўлган иқтисодий атама ва категорияларда баён этилади. Бу таълимотга биноан инсон капитали, одатда, пул бирлигида ўлчанади.

Ҳозирги пайтда глобаллашув жараёни, мамлакатларнинг бир-бири билан интеграциялашуви, ҳаракатлантирувчи транспорт воситаларининг такомиллашуви, улар тезкорлигининг ошиши давлатлар ўртасида турли иқтисодий, маданий, маърифий алоқаларни ўрнатиш имконини бермоқда. Бу алоқалар ичида туризм ҳам салмоқли ўринга эга. Унинг дунё миллий маҳсулотига ҳиссаси 11 %га яқин миқдорга эга.

Бундай имконият Ўзбекистонда ҳам мавжуд, чунки ундаги туризм салоҳияти барча мамлакатлар сайёҳларини қизиқтириб келган. Бу соҳа иқтисодиётнинг ажралмас қисми бўлиб, хизмат кўрсатиш соҳасига киради ва мамлакатнинг ялпи ички маҳсулотини кўпайтиришга ўзининг маълум даражада ҳиссасини қўшади. Аммо бу соҳа мамлакатимизда йирик саноатлашган соҳага айланиб улгурган эмас. Бунинг устига туризм бўйича кадрлар тайёрлаш масаласи аста-секин ҳал қилинмоқда. Туризм ижтимоий-иқтисодий ҳодиса, жараёнлар бўлиб, бу соҳадаги ишлаётган раҳбарлар иқтисодиётнинг бошқа соҳаларидагига қараганда анча фарқ қилади. Чунки туризм бошқарувидаги раҳбарлар анча вақт олдинги усулига мослашганидан янги «стиль»га мослашиши қийин бўлади.

«Стил» сўзи грекча сўздан олинган бўлиб, аввалига доскага ёзувда ишлатиладиган ёзув таёқчаси дейилган, кейинчалик «ёзув» маъносида таржима қилинган. Шундан келиб чиқиб, раҳбарлик стили – менежернинг ҳаракати деб тушуниш мумкин. «Раҳбарлик стили» менежернинг амалий фаолиятида усуллар, услублар, шакллар ва омилларнинг турғун – бири-бири билан ўзаро алоқада, ўзаро ҳамкорликда бутун ва ягона тизимни ҳосил қилиш ҳаракатидир. Стил раҳбарликнинг доимий равишда ўзгариб турадиган методлари системасидир. Туризмда раҳбарлик стили доимий равишда ўзгариб туришга мажбурдир. Чунки туризм фирмасининг бутун фаолияти туризм оқими миқдорига қатъий равишда боғлиқ бўлади. Туризм оқимининг кўпайиши туризм фирмасининг захирадаги имкониятларини ҳам ишга туширади ва ўзига хос «босим» ҳосил бўлганлигидан раҳбарлик стили ҳам вақтинча ўзгаради.

Раҳбарлик методи анча турғун ҳолатдаги деярли бир усулдаги бошқаришдир. Бу усулда раҳбарлик, асосан, марказлашган раҳбариятнинг кўрсатмаларига сўзсиз итоат қилиш ва сўзсиз ижро қилишга асосланади. Раҳбарлик стили ишлаб чиқариш билан боғлиқ ҳолларда кўп ишлатилиб келинаётган анаъанавий методларга бўйсунмайди. Бу вазиятда раҳбарлик стили билан раҳбарлик методлари ўртасида қарама-қаршиликлар келиб чиқади. Лекин бу вақтинчалик жараён ҳисобланади. Фирма менежери раҳбарлик стилини қўллаб фирманинг топшириқларини бажарганида маълум бўлган раҳбарлик методларини қўллайди. Бу ҳолатда раҳбарнинг интеллектуал қобилияти, ақли ва тажрибаси қўл келади. Шу ўринда таъкидлаш лозимки, раҳбарлик стилида ҳам, раҳбарлик методида ҳам ҳозиргача ишлаб чиқилган ёки тан олинган «Идеал» усулнинг ўзи ҳам йўқ, бўлиши ҳам мумкин эмас.

Туризм фирмасидаги раҳбарлик стили менежернинг ўз олдига қўйган вазифасига қараб қуйидаги стил ёки методни ёхуд бошқарувни қўллаши мумкин:

❖ бошқармоқ – раҳбар ўз бўйсунувчиларига аниқ кўрсатмалар беради ва топшириқнинг бажарилишини сидқидилдан кузатади;

❖ йўналтирмақ – менежер топшириқнинг бажарилишини кузатади ва бошқаради, бошқарувдаги ечимни ходимлар билан муҳокама қилади, улардан таклифлар кутади, ўз ташаббусини қувватлашни хоҳлайди;

❖ қувватлаш – менежер ходимларга вазифаларни бажаришда ёрдам кўрсатади, улар билан масъулиятни бўлишади, вазифасини тўғри бажаришда ҳамкорлик қилади;

❖ ваколатга ишониш – менежер ўз ваколатларида масалаларни ҳал қилишда уларга масъулиятни ҳам беради. Бундай ҳаракатлар туризм фирмасининг мақсади ва вазифалари фойдаси учун қилинади.

Бошқарув услуги бошқарув фаолияти усулларининг тўпламидир. Услуг ўзига хос объектив категория, яъни фаолиятни ташкил қилиш учун танлаб олинган усул ёки бир неча усуллардир. Энди эса бошқарув услуги ва усули қандай бўлишини кўриб чиқамиз. Бу нисбатни аниқлаш мумкин, бунинг учун аввал ўхшаш вазиятни маданият соҳасида ҳал қилиш керак. Муסיқачи «мусиқа» асарини фортепьянода ижро этади. Унинг кўлида бу асарнинг нотаси бор. «Асар нотасини» нима деб атаймиз-у, унинг «ижросини» нима деб атаймиз? Ҳар бир ижрочи асарни ўзи билганича ижро этади, нотаси тенг битта, ижроси эса ҳар хил. Шундай қилиб, асарнинг ижросини усул билан тенглаштиримиз, улар субъектив (усул) ва объектив (услуг) категория сифатида намаён бўлади.

Келтирилган мисол асосида биз юқорида қўйилган бошқарув услуги ва усули нисбати ҳақидаги саволга жавоб беришимиз мумкин. Улар субъектив ва объектив категориялардир.

Бошқарув услуги куйидаги сифатларга эга бўлиши керак: жамоадаги ўзаро муносабатлар, раҳбарнинг ижтимоий фаоллиги, уддабуронлиги, тартиблиги ва ҳоказолар. Биз бошқарув тузилмасидаги раҳбарлик услуги ҳақида гапирамиз. Тадбиркорлик ва бошқарув ходимлари шахсий услубга эга бўлишлари мумкин. Масалан, менежер-молиячи у маҳсус тавсияномага эга, яъни фойдадан солиқ ажратмасини ҳисоблаш унинг касб фаолиятининг вазифа услубига боғлиқ. Ўз вазифасини бажариш усули унинг шахсий иқтидори, қобилияти, касбни қанчалик эгаллаганлиги, ишбилармонлигига боғлиқ. Буларнинг ҳаммасига иш услуги деб қараш зарур. Хизматчи иқтидорли бўлса, бу касб услублари шунчалик ёрқин намоён бўлади. Амалиётда ишлаб чиқариш раҳбарларининг ишчанлик, ташкилотчилик хусусиятларига ташкилот, фирмаларнинг фаолияти боғлиқдир.

Жамоанинг ишлаб чиқариш фаолиятининг муваффақиятлари кўп ҳолларда раҳбарнинг шахсий сифатига боғлиқ. Ушбу муносабатлар куйидагича бўлмоғи керак:

Биринчидан, ўзаро дўстлик муносабатлари зарур бўлганда бир-бирига ёрдамга келиш.

Иккинчидан, агар раҳбарнинг малакаси ҳақида гапирадиган бўлсак, унда у юқори малакали мутахассис бўлиши ва ўз касбини яхши билиши зарур.

Учинчидан, у ташкилотчилик қобилиятига эга бўлмоғи, ишда жамоани бирлаштира олиши лозим. Агар раҳбар бир вақтда бир неча масала ечадиган бўлса, унда улар ичида энг асосийсини ажратиши, ўз иш вақтини тўғри тақсимлаши, агар зарур бўлса, ўз хизматчиларининг иш вақтини ҳам тўғри тақсимлай олиши лозим.

Менежмент услуги бўлинманинг ва унга бўйсунувчиларнинг ўзаро муҳокама жараёнида намоён бўлади. Бунда раҳбарнинг иши битта муҳим хусусиятга эга бўлади. Бир томондан юқори идора раҳбарлари таъсири остида, иккинчиси унинг қўл остидагиларга бўлган таъсири, учинчиси ўзига тенг бўлганлар билан муносабати. Ушбу учта ўзаро таъсир бошқарув услубини белгилайди, у самарали ёки унчалик самарали бўлмаслиги мумкин. Шунинг учун бизда тез-тез: «Менежмент услубини такомиллаштириш керак», деган гап ишлатилади. Бу раҳбарнинг уч хил ўзаро муносабатини жамоада яхшилаш зарур деганидир.

Ушбу масала ниҳоясида раҳбар меҳнатининг самарадорлигини қандай ўлчаш ҳақида бир неча фикр билдирамиз. Гап шундаки, раҳбарнинг фаолияти ақлий, баъзида эса ижодий меҳнатдан иборат. Бу каби меҳнат маҳсули мазкур бошқарув масалаларини ечишга қаратилгандир. Иш бошқарув ечимига кетган вақтни акс эттирмайди, шунинг учун раҳбар меҳнати икки хил натижага эга: жорий натижалар ва унинг фаолият охирининг натижалари.

Бошқарув амалиётида турли раҳбарлар билан учрашиш мумкин, уларга бошқарувнинг турли усул ва услублари хосдир. Шунга биноан, туризм фирмаларида раҳбарлар услублари куйидагича бўлади: автократик, демократик ва либерал.

Автократик усулбук яққа ҳокимлик тушунчасини билдиради, яъни ҳукмронликни ушлаб турувчи ва амалга оширувчи бир киши. Унга куйидаги услуб хосдир: яққа ҳокимлик, бир ўзи қарор қабул қилиш, маъмуриятчилик, қўл остидаги ходимлар ишига доим аралашиб туриш. Автократ раҳбар бошқарув гуруҳининг диққат марказида туради. Барча ҳукмронлик унинг

қўлида бўлади ва барча катта-кичик муаммоларни якка ўзи ҳал қилади, қўл остидагилар билан камгап, талабчан, гоҳида кўрқитиш усулини қўллайди. Агар қўл остидагиларнинг фикрини эшитишга тўғри келса, у буни ўз обрўйига путур етказаяпти деб тушунади. Автократ раҳбар қўл остидагилар билан совуқ муомалада бўлади, ўзининг хонасини безатишни яхши кўради, қабулига кирувчиларга қўшимча расмийчиликлар кўрсатади. Автократ раҳбар камда-кам кулади, унинг кўриниши доим иш билан банд бўлганини акс эттиради. Унинг асосий белгиси шундаки, кам билимли бўлса ҳам, итоаткор ишчи унга ёқади. Унда ташкилотчилик қобиляти, бошқарувнинг умумий маданияти – касб тайёргарлиги етишмаганда, салбий томонлари тез билиниб қолади. Ўз устидан зарур назоратни йўқотган, бу каби раҳбар ўзини-ўзи идора қилолмаслиги, золимга айланиши, ишчиларни, инсон кадрини пастга урувчи бўлиши мумкин.

Демократик услуб. Демократик сўзи юнонча «демос» сўзидан келиб чиққан бўлиб, «халқ» маъносини билдиради. Демак, демократия халқ ҳокимлиги, демократик тушунча эса одамлар манфаатини акс эттиради. Агар демократик услуб ҳақида гап кетса, унда «раҳбар-бўйсунувчи»нинг ўзаро муносабати ўзаро ҳурмат, ишониш асосида курилади, бу эса халқ фикри билан ҳисоблашиш демакдир.

**АДАБИЁТЛАР**

1. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмнинг замонавий инфраструктурасини барпо этиш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарори. // «Халқ сўзи» газетаси. 1995йил 4 июнь.
2. Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида»ги қонуни. // Халқ сўзи. 1999 йил 14 сентябрь.
3. Батаршев А.В. Психодиагностика в управлении. Практическое руководство. Учебно-практич. пособие. – М.: Дело, 2005.
4. Титоренко Г.А. Информационные технологии управления. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.
5. Каримова В.М., Ҳайитов О.Э., Умарова Н.Ш. Бошқарув соҳасидаги профессионал компетенция асослари. Монография. – Т.: ТДИУ, Талаба, 2007.
6. Кочеткова А.И. Основы управления персоналом. – М.: ТЕИС, 2000.
7. Логвинов С.А. и др. Современные технологии управления персоналом. – М.: “ГМ и КУ”, 2004.
8. Ғозиев Э., Тошимов Р. Менежмент психологияси. – Т., 2001.
9. Қудратов Ғ.Х., Тўхлиев И.С. Туризм иқтисодиёти. Қўлланма. Сам ИСИ. 2007.
10. Тўхлиев И.С. Туризм асослари. Ўқув қўлланма. Сам ИСИ. 2010.

**УДК:338.481**

**ТУРИЗМ СЎЗИНИНГ ТУШУНЧАСИ ВА ТУРИЗМ ТЕРМИНЛАРИНИНГ  
КЕЛИБ ЧИҚИШ ТАРИХИ**

**ПОНЯТИЕ СЛОВА ТУРИЗМ И ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ  
ТУРИСТСКИХ ТЕРМИНОВ**

**THE CONCEPT OF THE WORD TOURISM AND THE HISTORY OF  
THE ORIGIN OF TOURISM TERMS**

*Собирова Зарнигор Рахимовна  
БухДУ стажёр-тадқиқотчиси*

*Sobirova Zarnigor Raximovna  
researcher BSU*

**Аннотация.** Мақолада туризм сўзининг умумий маъноси бир неча манбаларда айтиб ўтилганлиги ва гуруҳларга ажратилиб, ҳар томонлама ўрганилганлиги кўриб чиқилади. Шунингдек, сафар мақсади, саёҳат хусусиятига кўра ҳам туризмнинг бир неча кўринишлари мавжудлиги бирма-бир санаб ўтилади. Шу билан биргаликда, туризм сўзининг аслида қаердан келиб чиққанлиги ва ривожланиш босқичлари ҳақида сўз боради.

**Таянч сўзлар:** ички туризм, кириб келиш туризми, чиқиб кетиш туризми, маҳаллий туризм, миллий туризм, халқаро туризм.