

Doschanova Dinora Daniyar qizi

Urganch Davlat Universiteti

Turizm mutaxassisligi magistranti

Annotatsiya: Ushbu maqolada turizm korxonalarini izchil rivojlantirish istiqbollari, O'zbekistonga tashrif buyuradigan sayyohlar oqimini ko'paytirish bo'yicha olib borilayotgan ishlar, nafaqat ichki, balki tashqi turizmni moliyalashtirishning ahamiyati va ushbu sohadagi pandemiya oqibatlarini yengillashtirish bo'yicha davlat siyosatining asosiy yo'nalishlari bayon etilgan.

Kalit so'zlar: Turizm, hamkorlik, turizmni moliyalashtirish, ichki moliyalashtirish, tashqi moliyalashtirish, kredit, foiz stavkasi, davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash.

Kirish. Turizm global YaIMga 10% dan ortiq hissa qo'shadigan iqtisodiy o'sishning asosiy omili va ikkinchi eng samarali ish yaratuvchisi¹. Bundan tashqari, ushbu sektor rivojlanayotgan mamlakatlarning aksariyati uchun eng yaxshi uchta eksportdan biridir². Turizm bandlikni talab qiladi va iqtisodiyotning boshqa ko'plab qismlari bilan bog'liqdir. Ushbu biznes so'nggi ikki yil davomida global pandemiya tufayli katta muammolarga duch kelgan bo'lsa-da, hukumatlarning aksariyati yuqorida aytib o'tilgan sabablarga ko'ra ushbu sektorni qo'llab-quvvatlash choralarini ko'rmoqda. Darhaqiqat, koronavirus infeksiyasining tarqalishiga qarshi kurashish uchun global miqyosda misli ko'rilmagan choralar ko'rilmoqda, xususan, odamlar harakatiga cheklolvar joriy etish va korxonalarni to'xtatib turish. Bu yirik iqtisodiyotlarda ishlab chiqarish va iste'molning keskin pasayishiga, global ishlab chiqarish zanjirlari va savdo

¹ Jahon sayyohlik va turizm Kengashi (WTTC) (2012) ma'lumotlariga ko'ra, to'g'ridan-to'g'ri, bilvosita va induksiya qilingan ta'sirlar kiritilganda, turizm tushumlarida hosil bo'lgan har million AQSh dollari uchun 50 ish o'rinlari yaratiladi. Sayohat va turizmning qiyosiy iqtisodiy ta'siri;

² Turizmدا savdo va qiymat zanjirlariga yordam, BTT, YUNWTO, OECD, 2013 yil

aloqalarining uzilishiga, tovar narxlarining pasayishiga va global moliyaviy bozorlarning yomonlashishiga olib keldi.

Ushbu omillar O'zbekiston iqtisodiyotiga ham ta'sir ko'rsatmoqda, bu esa ularning salbiy ta'sirini yumshatish bo'yicha samarali proaktiv choralarni ko'rishni talab qiladi. Respublika iqtisodiyotining turizm kabi jadal rivojlanayotgan tarmoqlarini qo'llab-quvvatlash va barqarorligini ta'minlashga alohida e'tibor qaratish lozim.

Adabiyotlar tahlili. Turizm ko'plab xalqlarning asosiy xususiyatlaridan biriga aylandi: ham rivojlangan, ham rivojlanayotgan davlatlar. Ushbu sektor ko'plab mamlakatlarda makroiqtisodiy siyosatning bir qismi bo'lib, hukumatlar uning Davlat iqtisodiyotiga qo'shgan hissasidan foydalanadilar. Jek Soifer tomonidan yaqinda o'tkazilgan tadqiqot [1] shuni ko'rsatadiki, turizm endi manzil yoki tarixiy binolar va g'orlar emas, lekin bu sayyohlar tomonidan yo'nalishlarga tashrifi davomida topgan "hissiyotlar" (Soifer, 2010). Agar ular turli sayyohlik yo'nalishlariga tashrif buyurganlarida, ularning umidlari haqiqatga to'g'ri kelsa, ular, albatta, hayajon va xursand bo'lishadi va keyingi safar o'sha joylarni qayta ko'rib chiqish ehtimoli yoki ijobiy og'zaki so'zlar ortadi. Shunday qilib, rivojlangan mamlakatlarning turizm bo'yicha mutaxassislari yuqorida aytib o'tilganidek, ularning brend xabardorligini va ijobiy og'zaki so'zlarini oshirish uchun ularning hissiy ehtiyojlarini qondirish va psixoanalistlar bilan hamkorlik qilish orqali mijozlar bilan mustahkam munosabatlar o'rnatish ustida ishlamoqda.

Dr. Ian Yeomen, [2] turizm futurolog, turizm ancha rivojlangan va hech qachon oldin sifatida innovatsion bo'ladi, deb ta'kidlaydi (Yeomen, 2013). U aniq aytadiki, turizm endi hozirgidek bo'lmaydi, lekin sayohat madaniyati, sayyohlik odatlari va tushunchalari o'zgaradi. U turizmga qaram bo'lgan nemislarning misolini keltiradi, endi bir xil turistik odatlarni qayta-qayta mashq qilishdan ko'ra, g'ayrioddiy turistik sayohatlarni talab qilmoqda. Ushbu odatlar turli mamlakatlarda mavjud bo'lgan turistik madaniyatlar tomonidan shakllanadi; ammo, ular xizmatlar va texnologiyalar vositasida yangilanishi kerak. Turizm sohasidagi mutaxassislar va olimlar sayyohlarning xulq-atvori va ularning baxt psixologiyasini o'rganish bilan har qachongidan ham ko'proq shug'ullanishadi, bu

ularning umidlarini samarali qondirish va nafaqat ularni qondirish, balki ularni iste'mol qilingan xizmatlardan xursand qilish uchun.

Meodologiya. Metodologiya tizimli, statistik tahlil va grafik usullarni o'z ichiga oladi. Statistika rasmiy saytlar va manbalar yordamida amalga oshirildi.

Natijalar. Klassik iqtisodiyot har qanday biznes turini amalga oshiradigan har qanday kompaniyani moliyalashtirishning ikki turi mavjudligini anglatadi: ichki moliyalashtirish va tashqi moliyalashtirish. Shubhasiz, ko'rinib turibdiki, bu tushuncha turizm sohasi bilan ham bog'liq. Shuni ham ta'kidlash mumkinki, ichki moliyalashtirish moliyalashtirishning eng oson va qulay usuli bo'lsa-da, turizm kabi mavsumiy korxonalar turizm mavsumida katta miqdorda pul sarflashlari kerak, ammo turizm juda keng tarqalgan emas. Ushbu turdagi moliyalashtirish unchalik mos emasligi aniq va har qanday kompaniya turizm mavsumida o'z mablag'larini boshqarish qiyin kechadi. Tashqi moliyalashtirish kompaniyani moliyalashtirishning eng yaxshi usullaridan biri bo'lishi mumkin, agar moliyaviy resurslar qimmat bo'lmasa va ushbu kompaniya o'z kreditini aniq vaqtda to'lashga qodir bo'lsa.

Shuni ta'kidlash kerakki, afsuski, tashqi moliya manbalari — homiyar, donorlar, kreditorlar yoki investorlar ko'pincha shubhali, ayniqsa kichik biznes uchun. Bu kompaniyalarni biznesga sarmoya kiritish uchun ichki moliya manbalariga tayanishga majbur qilishi mumkin. Quyidagi 1-jadvalda ichki moliyalashtirishning asosiy turlari ko'rsatilgan:

Jadval 1. Ichki moliyalashtirish turlari.[3]

	Ichki moliyalashtirish turlari	Asosiy xususiyatlari
.	Taqsimlanmagan daromad	Taqsimlanmagan daromad ichki moliyalashtirishning oson manbai hisoblanadi, chunki ular likvid aktivlardir. Taqsimlanmagan foyda-bu sof daromadning biznes egalari biznesda saqlab qolgan va to'lanmagan qismi. Kichik biznesda taqsimlanmagan daromad odatda

		egalariga to'lanadi, ular ko'pincha byudjet maoshini olmaydilar. Taqsimlanmagan daromadni to'lash o'rniga, ular sizning madaniy turizm loyihangizga qayta investitsiya qilishlari mumkin.
.	Joriy aktivlar	Joriy aktivlar naqd puldan yoki osongina naqd pulga aylantirilishi mumkin bo'lgan narsalardan iborat. Misol uchun, agar sizning biznesingiz boshqa kompaniyalarda aktsiyalarga ega bo'lsa, siz ularni sotishingiz va daromadni moliyalashtirish manbai sifatida ishlatishingiz mumkin. Biroq, joriy aktivlaringizni joriy majburiyatlaringizdan past darajaga tushirmaslik uchun ehtiyot bo'lishingiz kerak, chunki bu sizning qarzlaringizni to'lashingizga to'sqinlik qilishi mumkin.
.	Asosiy vositalar	Asosiy vositalar-bu osonlikcha naqd pulga aylantirilmaydigan vositalar. Odatda, bu aktivlarga uskunalar, mulk va fabrikalar kiradi. Ushbu aktivlar naqd pulga aylanish uchun vaqt talab etganligi sababli, ularga moliya uchun qisqa muddatli kirish uchun ishonib bo'lmaydi. Agar vaqtingiz bo'lsa, masalan, biznesingizga sarmoya kiritish uchun ba'zi jihozlarni yoki hatto mulkni sotishingiz mumkin.
.	Shaxsiy jamg'armalar	Shaxsiy jamg'armalar ko'plab kichik turizm biznesining asosidir. Agar sizning biznesingizda loyihangizni moliyalashtirish uchun aktivlar bo'lmasa, siz hali ham biznesga hissa qo'shishingiz mumkin bo'lgan shaxsiy mablag'larga ega bo'lishingiz mumkin. Bu tashqi xayriya yoki kredit izlashga muqobil beradi va sizning biznesingiz ustidan nazoratni saqlab qolishga imkon beradi.

•	Ba'zi bepul manbalar ³	Qo'llab-quvvatlovchilar, tarmoqlar va har qanday tegishli masala bo'yicha bepul ma'lumotlarning ixtiyoriy badallari bunday manbalar bo'lishi mumkin. Masalan, savdo palatalari sizga bepul kirish huquqiga ega bo'lgan ko'plab bepul qo'llab – quvvatlash choralarini taklif qiladi-shunchaki foydalanib qoling!
---	-----------------------------------	--

Ichki moliyalashtirishning afzalliklari. Ichki moliyalashtirish va bankni moliyalashtirish: kompaniya mablag'laridan foydalanganda siz bankka foiz to'lashingiz shart emas. Shuningdek, siz ariza berish jarayonidan o'tishingiz shart emas, agar siz foyda va zararlar to'g'risidagi hisobotlarni, balanslarni va bank tomonidan talab qilinadigan boshqa hujjatlarni tayyorlash uchun kimgadir pul to'lashingiz kerak bo'lsa, bu qimmatga tushishi mumkin.

Ichki moliyalashtirish va aktsiyalarni sotish: biznes loyihalarangiz uchun pul yig'ishning bir usuli-aktsiyalarni investorlarga sotish. Bu ularga sizning biznesingizning bir qismiga egalik qiladi. Ichki moliyalashtirishdan foydalanish nazoratni kompaniya ta'sischilari qo'lida saqlashning afzalliklarini taklif etadi.

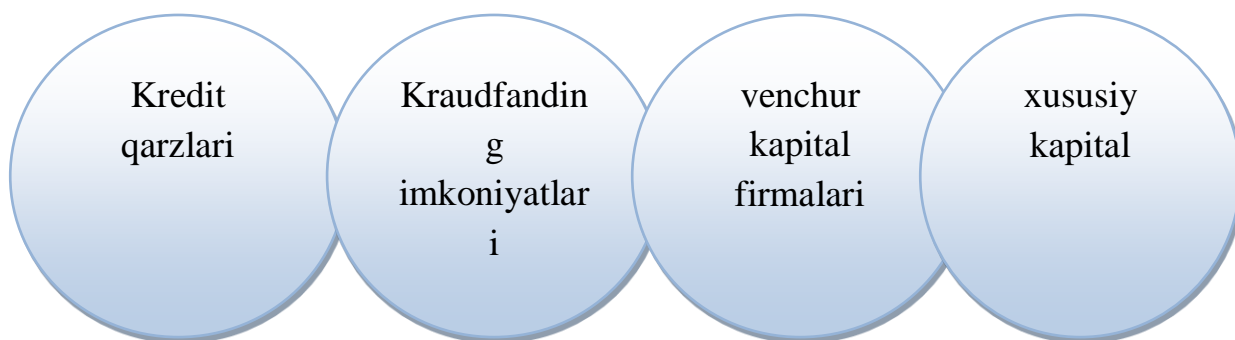
Ichki moliyalashtirish va davlat grantlari: ayniqsa, turizm sohasida sizning biznesingiz muayyan sharoitlarda davlat grantlariga ega bo'lishi mumkin. Biroq, ariza berish jarayoni uzoq va qimmat bo'lishi mumkin. Xarajatlar ushbu grantlar uchun hujjatlarni tayyorlashdan kelib chiqadi. Siz grant beradigan Agentlikning roziligini olishingiz kerak va bu ko'plab shaxslar va qo'mitalarni jalb qilishi mumkin. Ichki moliyalashtirish bilan siz o'zingizning loyihangizni darhol boshlashingiz mumkin, sizning rahbariyatingizdan boshqa hech qanday tasdiq talab qilinmaydi.

Ichki moliyalashtirish va aktivlarni sotish: ba'zi korxonalar aktivlarni sotish orqali yangi xarajatlarni topishga harakat qilishadi. Bu kompaniyaning qiymatini pasaytiradi va tranzaksiyon xarajatlarni, shuningdek soliqlarni keltirib chiqarishi mumkin. Ichki moliyalashtirish kompaniyadagi barcha aktivlarni

³ Ushbu turdagi daromadlar haqida ishonuvchilarning ikki guruhi mavjud. Birinchi turdagilar ushbu turdagi daromad ichki manba, boshqa turdagilar esa bu tashqi moliyalashtirish manbai deb hisoblaydi.

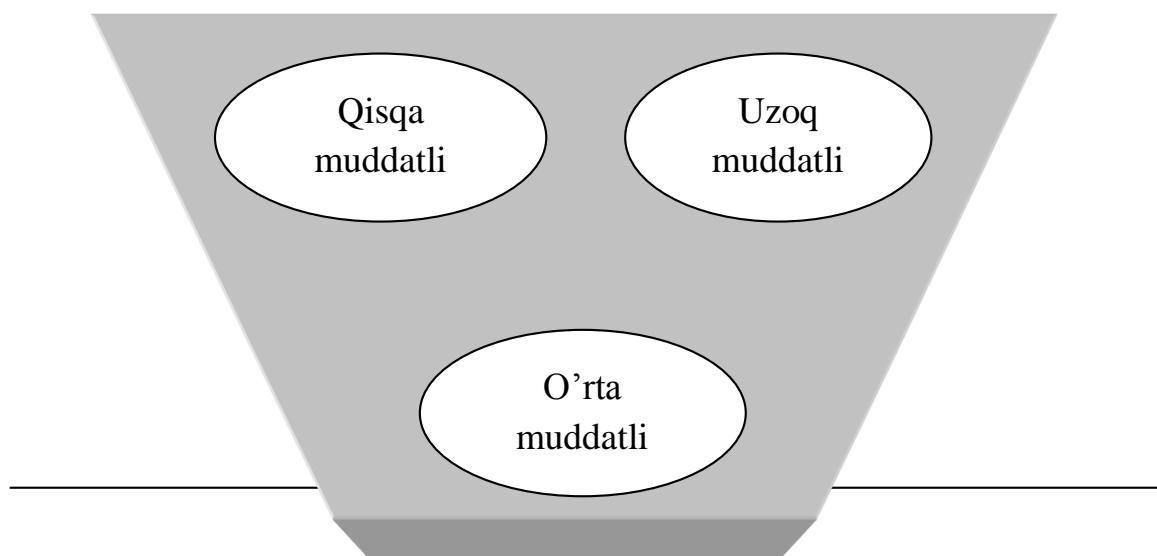
saqlaydi va loyihaning o'zi narxidan tashqari qo'shimcha xarajatlarga olib kelmaydi.

Turizm biznesining rivojlanish bosqichlarida u asta-sekin iqtisodiy jihatdan foydali bo'ladi. Sayyohlik kompaniyalari sizning kundalik ehtiyojlaringizni yoki ta'mirlash va kengaytirish tadbirlarini moliyalashtirishga yordam beradigan turli xil moliyalashtirish manbalaridan foydalanishlari mumkin. Agar siz kichik biznesda bo'lsangiz, ehtimol siz kundalik operatsiyalaringizni moliyalashtirishingiz kerak bo'lganda, shaxsiy kreditlar, overdraft imkoniyatlari, kredit kartalaridan foydalanish, jamg'arma va aylanma mablag'lar kabi ichki va norasmiy moliyalashtirish manbalariga tayanasiz.. Taqsimlanmagan daromadni kichik turizm korxonalarida uchun to'plash qiyin, chunki ko'p daromad darhol qayta investitsiya qilinadi. Quyidagi usullar rivojlangan mamlakatlarda tadbirkorlik sub'ektlarini tashqi moliyalashtirishning eng keng tarqalgan usullari hisoblanadi. Biroq, ular O'zbekistonda keng tarqalgan emas aslida, mamlakatimizda kraudfanding imkoniyatlari mavjud emas.



Shakl 1. Tashqi moliyalashtirish turlari [3]

Aslida, taqdim etilgan kredit muddatiga qarab kredit mablag'larining uch turi mavjud va ular qisqa muddatli, o'rta muddatli va uzoq muddatli kreditlardir.





Shakl 2. Bank kreditlari turlari[4]

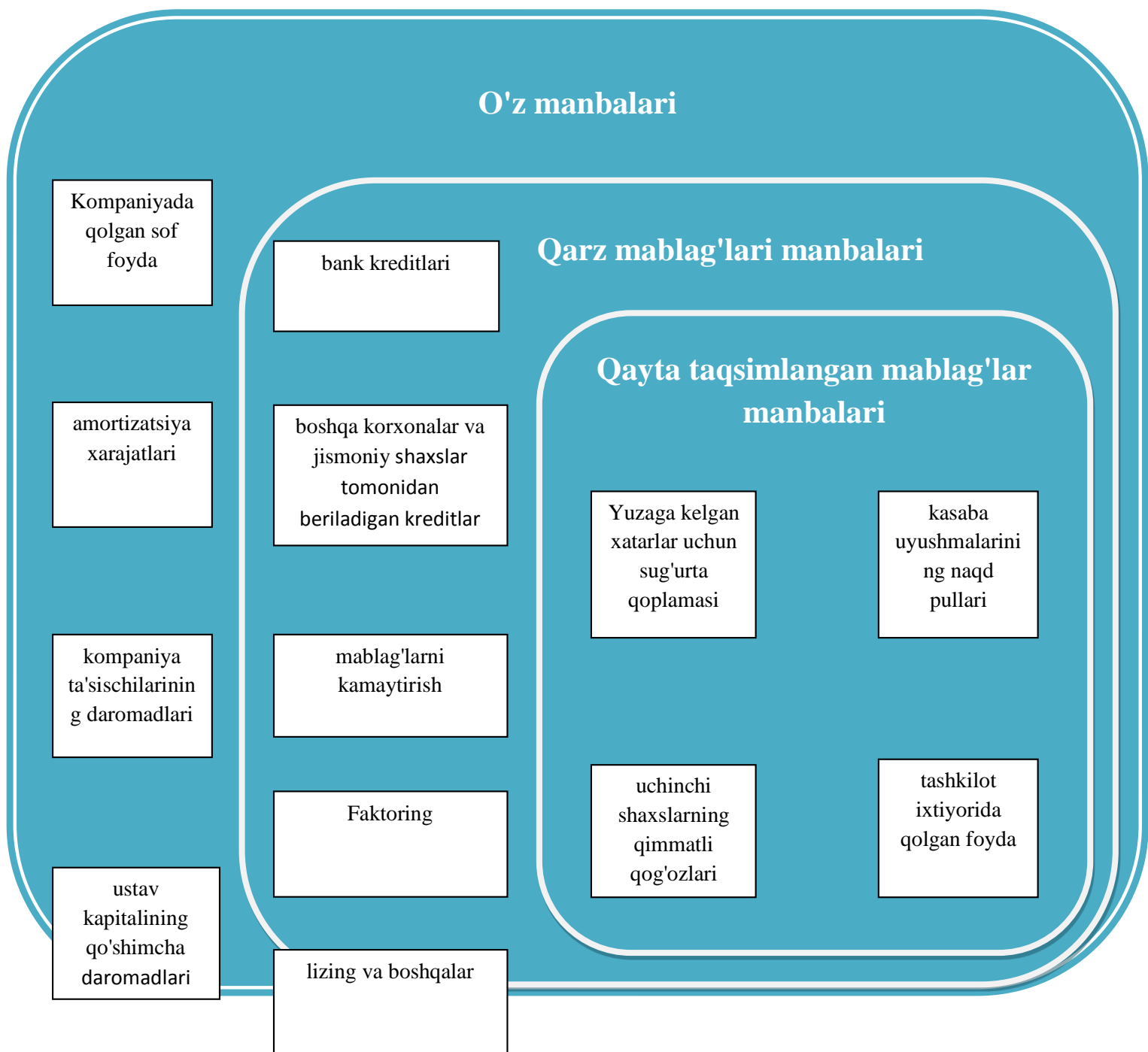
Shuni ta'kidlash kerakki, qisqa muddatli bank kreditlari sizning marketing faoliyatingizni, yangi dasturiy ta'minot va texnologiyalarni moliyalashtirish yoki mahsulotingizni yangilash uchun juda mos keladi. O'rta va uzoq muddatli bank kreditlari yirik investitsiya loyihalari, jumladan, yangi ob'ektlarni ta'mirlash yoki rivojlantirish uchun ko'proq mos keladi. Overdraft imkoniyatlari mavsumiy korxonalar tomonidan pul oqimini boshqarish uchun, ayniqsa mavsum boshida ishlatiladigan muhim, ammo qimmat vositadir. Qanday bo'lmasin, agar siz sayyohlik biznesingizni rejalashtirsangiz va biznes-rejangiz tashqi ko'rib chiqishga tayyor bo'lsa, u holda bank vakillari bilan moliyalashtirish imkoniyatini muhokama qilish tavsiya etiladi. Maqsad, albatta, bank kreditini olish emas; bundan tashqari, banklar boshqaruvni qo'llab-quvvatlash va maslahat berishdan tortib, sizning kontseptsiyangizni to'lovsiz baholash uchun axborot oqimiga, mahalliy, mintaqaviy tarmoqlarga yarmarkalarni tashkil etish va ishtirok etish uchun turli xil boshlang'ich qo'llab-quvvatlashni taklif qiladi. Agar siz o'zingizning biznes operatsiyalaringiz uchun ma'lum aktivlarga ishonishingiz kerak bo'lsa (masalan. ekskursiyalar uchun velosipedlar yoki oshxona mebellari agar siz oziq-ovqat xizmatlarida bo'lsangiz), siz aktivlarga asoslangan moliya modali yordamida qarz olishingiz mumkin. Mantiqiy asos o'xshash: aktiv kredit uchun garov sifatida ishlatiladi. Biroq, aktivlarga asoslangan moliya faqat xizmatga asoslangan nomoddiy mahsulotlarni ishlab chiqaradigan turizm uchun mos emas. Mezzanine moliyalashtirish qarz beruvchi sukut taqdirda sizning biznes mulk yoki xolislik qiziqish aylantirish huquqini beradi qarz va qimmatli qog'ozlar moliyalashtirish gibril hisoblanadi, korxonasi kapital kompaniyalari va boshqa katta kredit to'lanadi keyin. Mezzanine moliyalashtirish odatda qarz beruvchi tomonidan kamroq qat'iy baholash jarayoni bilan yakunlanadi va qarz oluvchi tomonidan garov kam yoki umuman yo'q, kompaniya balansidagi kapital kabi ko'rib chiqiladi.

Xususiy sektorning katta ishtiroki bilan moliyalashtirishning yangi yondashuvlari bank tomonidan moliyalashtirish (madaniy) turizm sohasining aksariyati uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega bo'lib qolsa-da, so'nggi yillarda kapital tuzilmalaringizni mustahkamlashga va qarz olishga qaramligingizni kamaytirishga yordam beradigan yanada xilma-xil moliyalashtirish imkoniyatlari paydo bo'ldi. Ushbu bob sizning e'tiboringizni aktivlarga asoslangan moliya va muqobil qarz tizimlari kabi bankdan tashqari moliyalashtirish vositalarini rivojlantirishga qaratadi. Aktivlarga asoslangan moliya aktivlarga asoslangan moliya lizing, aktivlarga asoslangan kreditlash, faktoring va sotib olish buyurtmalarini moliyalashtirishni o'z ichiga oladi. Aktivlarga asoslangan kreditlash-bu aktiv bilan ta'minlangan har qanday kreditlash turi. Bu shuni anglatadiki, agar kredit qaytarilmasa, aktiv olinadi. Shu ma'noda, ipoteka aktivlarga asoslangan kreditning namunasidir. Ammo, odatda, bu ibora boshqa kreditlarda ishlatilmaydigan aktivlardan foydalangan holda biznes va yirik korporatsiyalarga kredit berishni tavsiflash uchun ishlatiladi. Odatda, ushbu kreditlar inventarizatsiya, debitorlik qarzlari, mashina va uskunalar bilan bog'liq. Faktoring - bu moliyaviy operatsiya bo'lib, unda biznes debitorlik qarzlari (ya'ni hisob-fakturalarni) uchinchi tomonga (omil deb ataladi) chegirma bilan sotadi. Xarid buyurtmasini moliyalashtirish, agar sizning biznesingiz mijozlar buyurtmalarini to'ldirish uchun naqd pulga muhtoj bo'lsa, moliyalashtirish variantidir. Ayniqsa, turizmدا pul oqimining davriy muammolari mavjud. Sizning biznesingizni yuritish xarajatlarini qoplash uchun etarli mablag ' bo'lmagan paytlar bo'ladi. Natijada, mijozdan naqd pul etishmasligi sababli bajara olmaydigan buyurtma bo'lishi mumkin. Buyurtmani pastga tushirish nafaqat daromad yo'qotilishini, balki obro'ingizni yo'qotishni ham anglatadi. Agar siz o'z ishingizni yakunlay olmasligingiz sababli biznesni yuz o'girayotganingiz haqida so'z ketsa, mijozlar ishonchi pasayadi. Muqobil moliyalashtirish muqobil qarz mexanizmlari (masalan, kraudfanding, himoyalangan qarzlari, korporativ yoki qoplangan obligatsiyalar) sizning madaniy turizm biznesingiz uchun potentsialga ega. Biroq, ko'pincha ushbu innovatsion va muqobil moliyalashtirish usullari qisman byurokratik va tartibga soluvchi cheklovlar tufayli, shuningdek, bilim va

tushunchaning etishmasligi tufayli rivojlanmagan bo'lib qolmoqda. Ikkita eng qiziqarli mexanizm-tengdosh kreditlash va kapitalni olomoni moliyalashtirish. Ular sizning biznesingizga davlat investorlaridan kapitalni jalb qilishning oddiy, arzon usulini taqdim etadigan innovatsion moliyalashtirish yondashuvlaridir. Internetga asoslangan ushbu modellar siz uchun muqobil moliyalashtirish manbasini taqdim etadi, ayniqsa siz an'anaviy vositalar orqali moliyalashtirish imkoniyatiga ega bo'lmasangiz.

Peer-to-peer kreditlash (shuningdek, Peer-to-peer (P2P) krediti jismoniy shaxslarga bank yoki boshqa moliya muassasasidan o'tmasdan to'g'ridan-to'g'ri boshqa shaxslardan kredit olish imkonini beradi.) kraudfanding qarzi shaklidir. Bu kreditlarni moliyalashtirishga tayyor bo'lgan odamlar bilan kredit olishni istagan odamlarga mos keladi. Matching vositachi – peer-to-peer kreditlash xizmati orqali yakunlanadi, odatda onlayn tarzda taqdim etiladi. Qarzi oluvchilar ularning so'rov tafsilotlarini ro'yxati (qidirilayotgan miqdor va maqsadli foydalanish) peer-to-peer kreditlash veb-saytida. Kreditorlar qaysi kreditlarga sarmoya kiritishni hal qilish uchun veb-saytni ko'rib chiqadilar. Qimmatli qog'ozlar kraudfandingi "olomon" (yoki jamoatchilikka sarmoya kiritadigan) investorlar uchun aksiyalar evaziga loyiha yoki firmaga sarmoya kiritish uchun vositani taqdim etadi. Siz investitsiya evaziga "imtiyozlar" yoki mukofotlarni (masalan, bepul bayram kechalari yoki chegirmalar) taklif qilishingiz mumkin. Siz investorlardan jalb qilmoqchi bo'lgan miqdorni belgilaysiz. Ushbu mablag' ishlatilgandan so'ng, har qanday ortiqcha (minus to'lovlar) sizning firmangizga foydalanish uchun mavjud bo'ladi. Kraudfanding odatda onlayn kapital kraudfanding vositachisi orqali osonlashtiriladi va ko'pincha yangi firmalar tomonidan rivojlanishning dastlabki bosqichlarida qo'llaniladi. Qonunchilikdagi o'zgarishlar ko'plab investorlardan mablag' yig'ish uchun loyihalar uchun imkoniyatlar ochmoqda, ularning har biri oz miqdordagi moliyalashtirishga hissa qo'shadi, shu bilan birga ushbu investitsiyalar onlayn va bank o'tkazmalari orqali amalga oshirilganligi sababli tranzaksion xarajatlarni kamaytiradi. Bu moliya metodlarni yana bir afzalligi qarzi oluvchi bank kreditlari nisbatan qisqa vaqt ichida mablag' to'plash uchun ular imkon deb. Turizmدا hali ko'p qo'llanilmagan bo'lsa-da, ushbu modellar

sizning madaniy turizm biznesingiz uchun kapital manbai sifatida katta imkoniyatlarga ega. Ushbu innovatsion moliya texnikasi investorlar tarmog'ini yaratadi va moliyaviy xavfni tarqatadi. Shu bilan birga, ushbu yondashuvlar moliya bilan ta'minlash va mahalliy rivojlanishni qo'llab-quvvatlashning ikki tomonlama maqsadiga xizmat qiladi: odamlar o'zlari g'amxo'rlik qilayotgan loyihalarga sarmoya kiritadilar va mahalliy firmalarga ish o'rinlari yaratishda yordam berishadi.



Ta'kidlash joizki, turizm O'zbekistonda muhim biznes sohalaridan biri hisoblanadi, chunki bu mamlakat o'z mintaqalarida boy madaniy merosga ega. Pandemiya ushbu biznesga jiddiy ta'sir ko'rsatgan bo'lsa-da, hukumat pandemiya oqibatlarini yumshatish choralari ko'rmoqda. Makroiqtisodiy barqarorlikni, tarmoqlar va iqtisodiyot tarmoqlarining uzluksiz ishlashini ta'minlash, tashqi iqtisodiy faoliyatni rag'batlantirish, koronavirus infeksiyasi va boshqa global xavflarning tarqalishiga qarshi kurashish davrida aholini samarali ijtimoiy qo'llab-quvvatlash, mamlakat aholisi daromadlarining keskin pasayishini oldini olish maqsadida. O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi huzuridagi Inqirozga qarshi kurash jamg'armasi 10 trillion so'm (~ 988,8 million AQSh dollari) miqdorida tashkil etildi. Uning resurslari koronavirus infeksiyasiga qarshi kurashish, tadbirkorlik va bandlikni, shu jumladan infratuzilma loyihalarini qo'llab-quvvatlash, iqtisodiyot tarmoqlarining barqaror ishlashini ta'minlash va aholini ijtimoiy qo'llab-quvvatlashni kuchaytirish uchun ishlatiladi. Bundan tashqari, Respublika Inqirozga qarshi kurash tashkil etildi va unga bosh vazir rahbarlik qildi. Komissiya zudlik bilan muammolarni hal qiladi va qo'shimcha chora-tadbirlar tayyorlaydi. [5]

"O'zbekiston Respublikasi iqtisodiyotiga salbiy ta'sirni yumshatishning ustuvor chora-tadbirlari to'g'risida" gi 5969-sonli qarori bilan [6]:

2020 yil 1 apreldan 1 oktabrgacha: yakka tartibdagi tadbirkorlar uchun ijtimoiy soliqning minimal miqdori oylik daromad solig'ining 50 foizigacha kamaytirildi. 2020 yil 1 apreldan 1 iyulgacha[5]: turistik (mehmonxona) soliqni hisoblash va to'lash to'xtatildi. 2019 yil uchun jismoniy shaxslarning umumiy yillik daromadi to'g'risidagi deklaratsiyani taqdim etish 2020 yil 1 avgustgacha uzaytirildi. Jismoniy shaxslarning mol-mulk solig'i va er solig'ini to'lash muddati 2020 yil 15 oktabrgacha uzaytirildi. 2020 yil 1 apreldan: jismoniy shaxslarning xayriya tashkilotlaridan moddiy imtiyozlar shaklida olgan daromadlari soliqdan ozod qilinadi. Tadbirkorlik subyektlariga tashqi savdo operatsiyalaridan muddati o'tgan debitorlik qarzlari uchun jarimalar qo'llanilishi to'xtatildi. Soliq organlariga

tashrif buyurmasdan soliq majburiyatlarini bajarish uchun soliq to'lovchilarga masofaviy xizmat ko'rsatishni kengaytirish choralari ko'rilmoqda. 2021 yil 1 yanvargacha: tadbirkorlik sub'ektlari faoliyatining soliq tekshiruvi to'xtatiladi, jinoiy ishlarda va yuridik shaxs tugatilishi munosabati bilan o'tkazilgan soliq tekshiruvi bundan mustasno [7].

Prezidentning 2020 yil 3 apreldagi 5978-sonli 2020 yil 1 apreldan 31 dekabrgacha qabul qilingan qaroriga binoan [6]:

a) mehmonxona xizmatlari (turar joy xizmatlari) ko'rsatuvchi turoperatorlar, turagentlar va turizm sub'ektlari, "O'zbekiston havo yo'llari" AJ va uning tarkibiy bo'linmalari," O'zbekiston aeroportlari "AJ va" O'zairnavigation Center " Davlat unitar korxonasi:

- yuridik shaxslardan er solig'i va yuridik shaxslarning mol-mulk solig'ini to'lashdan ozod qilingan;

- ijtimoiy soliqni 1 foizga kamaytirilgan stavka bo'yicha to'lash;

b) oyiga 1 milliard so'mdan (~98,8 ming AQSh dollari) oshmaydigan va elektron schyot-fakturalardan foydalangan holda qo'shilgan qiymat solig'ini to'lovchilar har chorakda qo'shilgan qiymat solig'ini hisoblash va to'lash huquqiga ega;

c) foydalanilmayotgan ishlab chiqarish maydonlariga, turar-joy bo'lmagan binolarga, shu jumladan 2020 yil 1 aprelgacha aniqlangan binolarga nisbatan oshirilgan mol-mulk solig'i va er solig'i stavkalarini qo'llash tartibi, shuningdek oshirilgan stavkalarni qo'llash natijasida kelib chiqadigan qarzlarni undirish uchun foizlar va jarimalar belgilangan soliqlar bo'yicha to'xtatiladi [7].

Prezident Shavkat Mirziyoyev May oyi oxirida "koronavirus pandemiyasining salbiy ta'sirini kamaytirish uchun turizm sohasini qo'llab-quvvatlash bo'yicha shoshilinch chora-tadbirlar to'g'risida"gi farmonni imzoladi. Farmonga ko'ra, sohada faoliyat yuritayotgan korxonalarga ko'plab imtiyozlar berildi. Daromad solig'ini 50% kamaytirish, yo'qotishlarni kechiktirish huquqi, sayyohlar uchun yig'implarni to'xtatib turish, import qilingan sayyohlar uchun mukofot sifatida subsidiyalar, turoperatorlarning havo va temir yo'l chiptalari, turoperatorlar, sayyohlik agentlari, shuningdek kompaniyalar uchun turar joy

bilan ta'minlash.mehmonlar uchun. Bunga qo'shimcha qo'llab-quvvatlash choralari ham kiradi turizmni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlash fondidan xarajatlarni qoplash va xodimlarga ish haqi to'lash uchun turoperatorlar va mehmonxonalarga foizsiz kreditlar ajratishga qaror qilindi [7].

Iqtisodiyotning boshqa tarmoqlaridan farqli o'laroq, turizmni tiklash va jonlantirish to'g'ridan - to'g'ri sayyohlar oqimiga va ushbu sohadagi xizmatlar eksporti hajmiga-chet eldan tashrif buyuradigan fuqarolar soniga bog'liq. Yuqorida qayd etilgan farmon imzolanganidan ko'p o'tmay, joriy yilning 19 iyun kuni "sanitariya-epidemiologik xavfsizlikning kuchaytirilgan rejimi talablariga qat'iy rioya qilgan holda turizmni rivojlantirish bo'yicha qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida" qaror qabul qilindi."Qarorda sayyohlik sug'urtasi koronavirus infeksiyasida 3000 dollargacha to'lash bo'yicha asosiy tashabbuslardan biri sifatida aniqlandi.

Xulosa. Yuqorida keltirilgan ma'lumotlar va olib borilgan tadqiqotlar asosida aytish mumkinki, turizm O'zbekiston bilan bir qatorda mamlakat taraqqiyoti uchun ham muhim omil bo'ldi. Qisqacha aytganda, so'nggi o'n yil ichida ushbu sektorga katta e'tibor qaratildi va ushbu sektor vakillariga bir nechta imtiyozlar berilmoqda. Bundan tashqari, O'zbekiston turizmini yanada takomillashtirish bo'yicha bir qancha takliflar bildirildi:

- Turizm sohasi sub'ektlariga qo'shimcha moliyaviy imkoniyatlarni taqdim etish uchun yangi huquqiy loyihani yaratish;
- Ushbu sohaga yanada yaxshi xizmat ko'rsatish uchun yangi texnologik va innovatsion loyihalarni joriy etishni qo'llab-quvvatlash;
- O'zbekistonda yangi sayyohlik yo'nalishlarini tashkil etishni moliyaviy qo'llab-quvvatlash.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Soifer, J., 2010. Innovatsiya va barqaror Turizm: Jek Soifer TEDxEdgesda. Mavjud: <https://www.youtube.com/watch?v=Y2GccYdGc-I>
2. Yeomen, D. I., 2013. Turizm kelajagi: Yan Yeoman TEDxGroningenda. Mavjud: <https://www.youtube.com/watch?v=IRv1-6Y9N2A>

3. CULTURAL TOURISM TRAINING COURSE MODULE 7 -
FUNDING OF TOURISM PRODUCTS, SERVICES AND PROJECTS available
at: <http://www.europetour.tips/>
4. Blake, A. and Sinclair, M.T. (2003), “Tourism crisis management US
response to September 11”, Annals of Tourism Research, Vol. 30 No.4, 813-832
b.
5. Statistikasi asosida www.uzbektourism.uz
6. Ma'lumotlari asosida <https://lex.uz/>
7. Statistikasi asosida www.stat.uz