

MALAYZIYA TURIZMINING IQTISODIYOTGA TA'SIRI

Adashova Shaxzoda Tursunmurodovna TDSHU,

Tashqi siyosat va xalqaro iqtisodiy munosabatlar instituti,
Xalqaro turizm 2-kurs malay-ingliz guruhi talabasi.

Ilmiy Rahbar: Risqulov Ravshanjon Bekto'raevich

Turizm kafedrası katta o'qituvchisi

Annotatsiya: maqolada turizmning mamlakat iqtisodiyotiga ta'siri va zamonaviy tendensiyalari tahlil qilinadi. Shuningdek, turistik investitsiyalar, daromadlar hamda mahalliy turizm tadbirkorligi rivojlanish jarayonlari o'rganilgan.

Kalit so'zlar: turizm iqtisodiyoti, iqtisodiy barqarorlik, turistik strategiya.

Kirish: Malayziya Janubiy – Sharqiy Osiyo mintaqasining turistik jozibador hamda Markaziy Osiyoda O'zbekistonning boshqa sohalari kabi turizmdagi muhim strategik hamkori sifatida o'zining tabiiy go'zalligi, boy madaniy merosi, rivojlangan infratuzilmasi va qulay sayyohlik siyosati mamlakatni xalqaro miqyosda jozibador turistik markazlardan biriga aylantirdi. Turizm sohasi Malayziya YaIMda muhim ulushga ega bo'lib, ish o'rinlarini yaratish, xizmat ko'rsatish tarmog'ini kengaytirish va xorijiy investitsiyalarni jalb qilish orqali iqtisodiyotga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Qayd etish kerakki, turizm Malayziya iqtisodiyotida muhim o'ringa ega bo'lib, YaIMda 14 foizni, sohada chakana savdo turizmning asosiy ulushiga ega bo'lib, hissasi 54.1 foizga teng⁴⁵. Pandemiya dan keyingi davrda ichki turizm talabi 417 foizga oshib, umumiy turizm daromadlaridagi hissasi 63.9 foiz, tashqi turizm esa, 36.1 foizni tashkil etdi. 2022 yilda bandlikdagi ulushi 23.4 foizdan iborat bo'lib, 3.61 mln.kishini tashkil etadi. Bunday katta salohiyatga erishishga turtki beruvchi turistik islohotlarni tadqiq etish mazkur ishning dolzarbligiga xizmat qiladi.

Asosiy qism: Malayziya 329.758 kvadrat kilometr maydonni egallab, 14 ta shtatni o'z ichiga oladi va ikki mintaqaga bo'lingan: yarim orol Malayziya, 11 shtatdan iborat - Perlis, Kedah, Penang, Perak, Paxan, Selangor, Kelantan, Trengganu, Negeri Sembilan, Malakka, Federal hudud va Johor - va Sharqiy Malayziya, Borneo orolida joylashgan bo'lib, u yana ikkita shtatdan, Sabah va Saravakdan iborat. Tropik mamlakat sifatida Malayziyaning o'rtacha harorati yil davomida 26 darajani tashkil qiladi, ammo mamlakatning ba'zi qismlarida o'rtacha harorat 18 darajadan 27 darajagacha. Hozirgi vaqtda Malayziyada uchta asosiy etnik guruhdan iborat 35 milliondan ortiq aholi istiqomat qiladi; malaylar, xitoylar va hindlar. Shuningdek, u Saboh va Saravakning tub aholisi, yevrosiyoliklar, arablar va yevropaliklarni o'z ichiga oladi. O'zining ko'p irqli jamiyatlari va geografik omillari bilan mamlakatni o'rab turgan uzun qirg'oq hududi bilan Malayziya turistik diqqatga sazovor joylar juda ko'p.

Malayziya turizmni rivojlantirish uzoq strategik yillarga mo'ljallangan besh yilliklardan iborat. Birinchi Malayziya rejasida (1966-1970) turizm sanoatiga nisbatan muhim siyosatni ta'minlamagan bo'lsa-da, turizm sanoatiga katta ta'sir mamlakat ikkinchi rejasida (1971-1974), ayniqsa Tinch okeani Osiyo sayohat uyushmalari (PATA) konferensiyasidan keyin yuzaga keldi. 1972 yilda Malayziya aviakompaniyasi hukumat tomonidan ASEAN mintaqasi va boshqa mamlakatlar ichida xalqaro sayyohlarni jalb qilish uchun to'g'ridan-to'g'ri aloqani ta'minlash uchun tashkil etilgan. Federal hukumat turizmni rivojlantirishni rag'batlantirish uchun quyidagi to'rtta strategiyani taklif qildi. Bular:

- Ko'proq davlatlararo sayyohlarni rag'batlantirish uchun har bir shtatda turistik marshrutlar va turizm infratuzilmalarini barpo etish;
- Mahalliy va xorijiy sayyohlar uchun asosiy yo'l bo'ylab sayyohlik yo'nalishlari va turizm infratuzilmasini rivojlantirish;

⁴⁵ [https://www.dosm.gov.my/portal-main/release-content/4e65dad2-8b83-11ed-96a6-1866daa77ef9#:~:text=Overview&text=The%20Gross%20Value%20Added%20of,share%20of%2054.1%20per%20cent. \(25.03.2025.\)](https://www.dosm.gov.my/portal-main/release-content/4e65dad2-8b83-11ed-96a6-1866daa77ef9#:~:text=Overview&text=The%20Gross%20Value%20Added%20of,share%20of%2054.1%20per%20cent. (25.03.2025.))

- Malayziyaning shimoliy va janubiy yarim orollari turistik infratuzilmalarni taraqqiy ettirish;

- Sabah va Saravak uchun havo transportini rivojlantirish.

Bundan tashqari, turizmni rivojlantirish siyosati 1970 yilgi Yangi Iqtisodiy Siyosatda (NEP) ham belgilangan. NEP Federal hukumat tomonidan iqtisodiy tenglikni ta'minlash va mamlakatdagi barcha millat va elatlar o'rtasida milliy birlikni mustahkamlash uchun ishlab chiqilgan. Shuningdek, u Bumiputera (malay etnik guruhlar) ning iqtisodiy va biznes faoliyati orqali turizm sektoriga jalb qilinishini rag'batlantirishga qaratilgan va Malayziya Turizmni rivojlantirish kengashi (MTPB) tomonidan amalga oshirilgan. Shunisi e'tiborga loyiqlik, Bumiputerasning turizm sektoridagi ishtiroki Uchinchi Malayziya rejasi (1976-1980) davrida 30% ga yetdi va To'rtinchi Malayziya rejasi (1981-1985) davrida mehmonxona sanoatida taxminan 14,800 kishi ish bilan ta'minlandi. Taraqqiyot 1975 yilda Milliy turizm bosh rejasini (NTMP) yakunlash bilan davom ettirildi, asosiy strategiya:

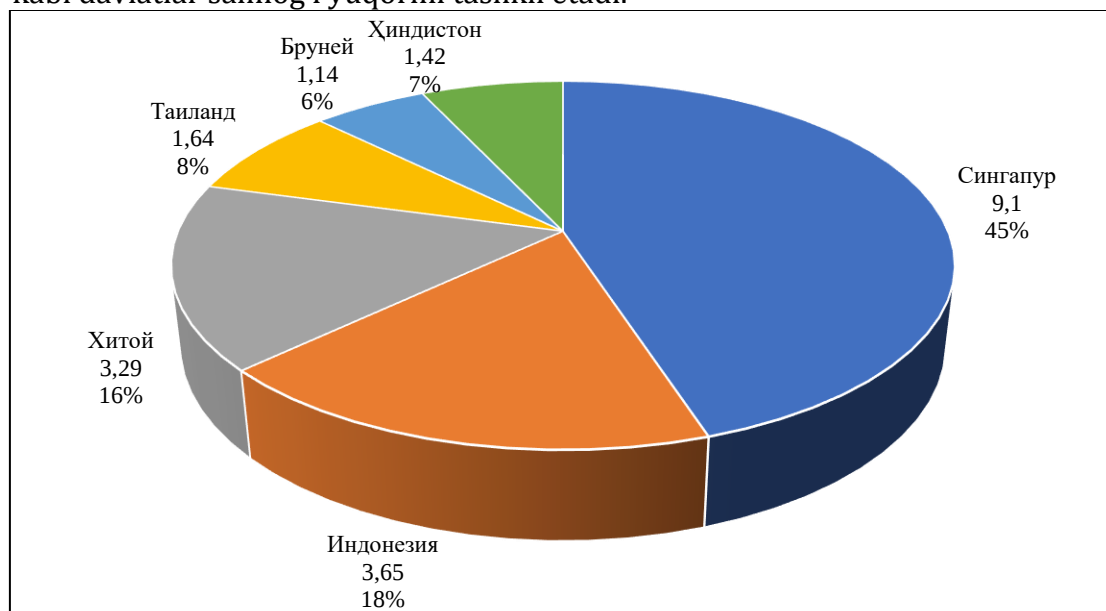
- Birinchidan, Malayziyaning tabiiy jozibadorligi, salohiyati va ijtimoiy atributlaridan to'liq foydalanadigan turizmni rivojlantirish dasturini ishlab chiqish, chunki ular ichki, mintaqaviy va xalqaro turizm talablariga mos keladi.

- Ikkinchidan, milliy rivojlanish rejasi va yangi iqtisodiy siyosat doirasida Malayziya turistik salohiyatini tartibli va muvozanatli rivojlantirish uchun asos yaratish;

Uchinchidan, tanlangan asosiy yo'nalishlar uchun daromad va bandlik salohiyatini ta'minlash, shular jumlasidandir⁴⁶.

Mazkur islohotlar natijasida turizm barqaror va raqobatbardosh soha sifatida tabora jozibadorligi ortib bormoqda.

Xususan, 2024-yilda mamlakatga 25.1 mln. xalqaro turist tashrif buyurdi, bu esa, o'tgan yilga nisbatan 24,2% ga ortiqdir. Turistik daromadlar 20.6 milliard AQSh dollari tashkil qilgan⁴⁷. Mamlakat tashrif buyuruvchi turistlar ulushida qo'shni Singapur 9.1 mln., Indoneziya 3.65 undan so'ng Xitoy kabi davlatlar salmog'i yuqorini tashkil etadi.



1-rasm. Malayziyaga tashrif buyurgan turistlar taqsimoti, mln.nafar⁴⁸.

⁴⁶ Government of Malaysia (GOM) (1971). Second Malaysia Plan 1971-1975. Kuala Lumpur: Percetakan Nasional Malaysia Berhad, Government of Malaysia (GOM) (1991). Sixth Malaysia Plan 1991-1995. Kuala Lumpur: Percetakan Nasional Malaysia Berhad, Government of Malaysia (GOM) (2001). Eight Malaysia Plan 2001-2005. Kuala Lumpur: Percetakan Nasional Malaysia Berhad, Government of Malaysia (GOM) (2006). Ninth Malaysia Plan 2006-2010. Kuala Lumpur: Percetakan Nasional Malaysia Berhad

⁴⁷ <https://www.malaysia.travel>

⁴⁸ <https://www.statista.com/statistics/1004711/tourist-arrivals-malaysia>. asosida tuzildi (25.03.2025).

Yuqoridagi diagrammadan Singapur ulushi 45 foizni tashkil etganligini ko'rishimiz mumkin. Mazkur jarayonlar tashrif buyuruvchilarning geografik qulayligi, masofaning nisbatan yaqinligi, harajatlarning kamligi omillari katta ahamiyat kasb etishini ta'kidlash mumkin.

Bu borada mamlakat qator islohotlarni amalga oshirmoqda. Xususan, 2025-yilda turizmni targ'ib qilish va rivojlantirish uchun qariyb, 2.26 million AQSh dollari mablag'lar ajratildi. Natijada, turizm, iqtisodiyotiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Avvalo, mehmonxonalar, restoranlar, sayyohlik agentliklari va transport sohalarida bandlik ulushi ortganligini kuzatish mumkin. Shuningdek, yirik mehmonxona tarmoqlari va xalqaro turistik loyihalar xorijiy investitsiyalarni jalb etildi. Bundan tashqari, turistlar tomonidan sarflangan mablag'lar xizmat ko'rsatish va chakana savdo tarmoqlarining rivojlanishiga turtki bo'lib, milliy daromadning oshishiga xizmat qiladi. Turizmning yana bir muhim jihati hududiy rivojlanishga qo'shayotgan hissasidir. Sayyohlik infratuzilmasining rivojlanishi natijasida transport tizimi, yo'llar va mehmonxona xizmatlari modernizatsiya qilinib, mamlakatning jozibadorligi yanada oshadi.

Malayziya hukumati turizm sohasini rivojlantirish uchun bir qator strategik chora-tadbirlarni amalga oshirmoqda. Jumladan, "Halol Park" tashabbusi orqali halol mahsulotlar va xizmatlarga yo'naltirilgan maxsus zonalar tashkil etilgan. Bu parklar halol sertifikatiga ega ishlab chiqarish quvvatlari, tadqiqot markazlari va logistikani birlashtiradi. Shuningdek, Malayziya Islom Taraqqiyoti Departamenti (JAKIM) tomonidan halol sertifikatlash jarayoni nazorat qilinadi. Islom Turizm Markazi (ITC) esa musulmon sayyohlar uchun ma'lumot va xizmatlarni rivojlantirish bilan shug'ullanadi. Turizm sohasidagi bu kabi tashabbuslar va investitsiyalar Malayziyaning xalqaro turizm bozoridagi raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

Turizmda Malayziya o'zining xalqaro marketing strategiyasining bir qismi sifatida asosiy shaharlardan kelgan badavlat sayohatchilarni yo'naltiradi. Uning Janubiy Osiyo, G'arbiy Osiyo va Afrika bo'yicha xalqaro marketing bo'limi direktori Zulkifly Md Saidning aytishicha, aholisi ko'p bo'lgan mamlakatlar ko'rib chiqiladi. "Indoneziya, Xitoy va Hindistonda aholi zich joylashgan. Shunday qilib, biz kattaroq bozor bazasini egallashimiz mumkin. Ushbu strategiya orqali biz ko'proq sayyohlar kelishiga umid qilamiz va qolish muddatini va sayyohlik tushumlarini ko'paytiramiz", deb ta'kidladi, bo'lib o'tgan Janubiy va G'arbiy Hindiston sayohat agentliklari uchun Malayziya Magistrnlarni tayyorlash dasturida taqdimoti chog'ida. Zulkifli Hindistonni muhim bozor deb ta'riflagan, chunki u 2009 va 2010 yillarda Malayziyaning eng yaxshi 2011 ta bozorida oltinchi o'rinni egallagan. "Bizga 690,849 yilda Hindistondan 2010 yil 693,056 nafar, 2011 yilda esa 749,315 nafar sayyoh tashrif buyurdi", deb bayonot qildi.

Malayziyaning turizm sohasidagi strategiyasi ancha oqilona va maqsadli, afsuski bu juda eskirgan g'oya bo'lib, hozirgi vaqtda ular aholisi ko'p bo'lgan mamlakatlarga e'tibor qaratish orqali turistlar oqimini oshirishga harakat qilmoqda. Ayniqsa, Hindiston, Xitoy va Indoneziya kabi mamlakatlardan sayyohlarni jalb qilish uzoq muddatda katta daromad keltirishi mumkin. Biroq, faqat ko'proq sayyohlarni jalb qilish yetarli emas. Sayyohlik xizmatlari sifati, turistik infratuzilma va madaniy tadbirlar ham rivojlantirilishi kerak. Aks holda, sayyohlar faqat bir martalik tashrif bilan cheklanib, kelgusida raqobatbardosh mamlakatlarni afzal ko'rishi ehtimoli ortadi. Umuman olganda, ushbu strategiya umumiy rivojlanish tamoyillariga muvofiq keladi. Biroq, barqaror turizmni ta'minlash uchun sayyohlarning qoniqish darajasini oshirish, ularga qulay sharoit yaratish va ularning qayta tashrif buyurish ehtimolini oshirish muhim strategik omil hisoblanadi.

So'nggi yillarda Malayziya turizm sohasida bir qator zamonaviy tendensiyalar kuzatilmoqda. Jumladan:

- Ekoturizm va barqaror rivojlanish;
- Tibbiy Turizm;
- Raqamli Texnologiyalar va Smart Turizm;

Xulosa: Malayziyada turizm iqtisodiyotning muhim sektori bo'lib, mamlakatning yalpi ichki mahsuloti, ish o'rinlari va xorijiy investitsiyalar hajmiga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Zamonaviy tendensiyalar, jumladan ekoturizm, tibbiy turizm va raqamli texnologiyalarning

rivojlanishi turizmning yangi bosqichga chiqishiga imkon yaratmoqda. Kelajakda barqaror rivojlanish tamoyillarini qo'llash va innovatsion yechimlardan foydalanish Malayziyaning global turizm bozorida raqobatbardoshligini yanada mustahkamlashiga yordam beradi. Malayziyaning turizm sohasida qilayotgan islohotlari va yangi yo'nalishlari mamlakatni yanada rivojlantirishga xizmat qilishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Government of Malaysia (GOM) (1971). Second Malaysia Plan 1971-1975. Kuala Lumpur: Percetakan Nasional Malaysia Berhad, Government of Malaysia (GOM) (1991).
2. Sixth Malaysia Plan 1991-1995. Kuala Lumpur: Percetakan Nasional Malaysia Berhad, Government of Malaysia (GOM) (2001).
3. Eight Malaysia Plan 2001-2005. Kuala Lumpur: Percetakan Nasional Malaysia Berhad, Government of Malaysia (GOM) (2006).
4. Ninth Malaysia Plan 2006-2010. Kuala Lumpur: Percetakan Nasional Malaysia Berhad.
5. <https://www.bnm.gov.my>
6. <https://www.malaysia.travel>
7. https://www.researchgate.net/publication/385154853_MALAYZIYaDA_TURIZM_RI_VOJLANISHINING_TENDENSIYaLARI
8. <https://www.statista.com/statistics/1004711/tourist-arrivals-malaysia>.

SHAHARSOZLIK VA TURISTIK INFRATUZILMANI RIVOJLANTIRISHDA MICE TURIZM: BIZNES VA MADANIYAT O'RTASIDAGI KO'PRIK.

Mirboboyeva Parizoda

Qo'qon universiteti Mehmonxona va turizmni boshqarish yo'nalishi talabasi

mirboboyevaparizoda@gmail.com

G'ulomqodirova Ma'muraxon

Qo'qon universiteti Xalqaro turizm va iqtisodiyot kafedrasi o'qituvchisi

mamurakokanduniversity@gmail.com

Annotatsiya: MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) turizmining asosiy tarkibiy qismi bo'lgan rag'batlantiruvchi sayohat biznes aloqalarini rivojlantirish va madaniy almashinuvni rivojlantirishda muhim rol o'ynaydi. Ushbu maqola orqali rag'batlantiruvchi sayohatning ham korporativ dunyoga, ham madaniyat sohalariga ta'siri, biznes maqsadlari va madaniy boylik o'rtasida qanday qilib ko'priklarni bo'lib xizmat qilish mumkinligini qiyosiy tahlillar orqali o'rganib chiqadi. Global tendensiyalarni tahlil qilish orqali tadqiqot MICE sanoatida rag'batlantiruvchi sayohatning iqtisodiy, ijtimoiy va madaniy afzalliklarini ta'kidlab o'tadi.

Kalit so'zlar: rag'batlantiruvchi sayohat, xodimlar boshqaruvi, ijtimoiy tendensiya, mijozlarni mukofotlash

Kirish qismi: Rag'batlantiruvchi sayohat, yig'ilishlar, rag'batlantirishlar, konferensiyalar va ko'rgazmalar (MICE) turizm sanoatining asosi bo'lib, korxonalar xodimlarni rag'batlantirish, mijozlarni mukofotlash va korporativ munosabatlarni mustahkamlash uchun foydalanadigan kuchli vositadir. Dam olish turizmidan farqli o'laroq, rag'batlantiruvchi sayohat korporativ maqsadlarni bajarish, xodimlarning ish faoliyatini yaxshilash va biznes natijalarini yaxshilash uchun strategik tarzda ishlab chiqilgan⁴⁹. Bu sayohatni boyitish uchun ko'pincha madaniy va dam olish tajribalarini o'z ichiga olgan ajoyib ishlash uchun rag'batlantirish sifatida sayohat mukofotlarini taklif qilishni o'z ichiga oladi. Ishbilarmonlik va dam olish tadbirlarining bu kombinatsiyasi MICE turizm sanoatining muhim jihatiga aylandi, bunda bizneslar sayohatdan bir vaqtning o'zida madaniy almashinuv va tushunishni rag'batlantirish uchun motivatsion vosita

⁴⁹Binns, A. (2018). Incentive Travel: The Power of Motivation. Business Travel World.