

Yashil IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

1
2024



08.00.01 Iqtisodiyot nazariyasi
08.00.02 Makroiqtisodiyot
08.00.03 Sanoat iqtisodiyoti
08.00.04 Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
08.00.05 Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
08.00.06 Ekonometrika va statistika
08.00.07 Moliya, pul muomalasi va kredit
08.00.08 Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
08.00.09 Jahon iqtisodiyoti

08.00.10 Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
08.00.11 Marketing
08.00.12 Mintaqaviy iqtisodiyot
08.00.13 Menejment
08.00.14 Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
08.00.15 Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
08.00.16 Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
08.00.17 Turizm va mehmonxona faoliyati



74-91 xalqaro daraja
ISSN: 2992-8982



Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Elektron nashr. 788 sahifa.

E'lon qilishga 2024-yil 7-fevralda ruxsat etildi.

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston fanlar akademiyasi akademigi
Rae Kvon Chung, Janubiy Korea, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, t.f.d., prof., O'zR Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vaziri
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, i.f.d., O'zR Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vaziri o'rinbosari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, i.f.d., prof., O'zR Oliy Majlisi qonunchilik palatasi deputati
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, i.f.d., prof., TDIU YoMMIB birinchi prorektori
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, i.f.d., prof., "O'IRIAM" ilmiy tadqiqot markazi direktori – prorektor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, i.f.d., TMI professori
Samadov Asqarjon Nishonovich, i.f.n., TDIU professori
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, t.f.d., Rossiya xalqlar do'stligi universiteti professori
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, i.f.d., prof., Xalqaro "Nordik" universiteti rektori
Aliyev Bekdavat Aliyevich, f.f.d., TDIU professori
Axmedov Ikrom Akramovich, i.f.d. TDIU professori
Po'latov Baxtiyor Alimovich, t.f.d., profesor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, i.f.d., TDIU professori
Isakov Janabay Yakubbayevich, i.f.d., TDIU professori
Musyeva Shoira Azimovna, SamDu IS instituti professori
Axmedov Javohir Jamolovich, i.f.f.d., "El-yurt umidi" jamg'armasi ijrochi direktori o'rinbosari
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, t.f.f.d., TAQU katta o'qituvchisi
Xalikov Suyun Ravshanovich, i. f. n., TDAU dotsenti
Kamilova Iroda Xusniddinovna, i.f.f.d., TDIU dotsenti
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, i.f.f.d., TDIU dotsenti
Rustamov Ilhomiddin, f.f.n., Farg'ona davlat universiteti dotsenti
Fayziyev Oybek Raximovich, i.f.f.d. (PhD), Alfraganus universiteti dotsenti
Sevil Piriyeva Karaman, PhD, Turkiya Anqara universiteti doktoranti
Mirzaliyev Sanjar Maxamatjon o'g'li, TDIU mustaqil tadqiqotchisi
Utayev Uktam Choriyevich, O'zR Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farxod, O'zR Bosh prokuraturasi iqtisodiy jinoyatlarga qarshi kurashish departamenti bo'limi boshlig'i
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, TDIU katta o'qituvchisi

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori, professor
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, i.f.d, TDIU dotsenti
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, i.f.f.d, TDIU dotsenti
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, i.f.d., TMI dotsenti
Babayeva Zuhra Yuldashevna, TDIU mustaqil tadqiqotchisi

Muassis: "Ma'rifat-print-media" MChJ

Hamkorlarimiz: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, O'zR Tabiat resurslari vazirligi, O'zR Bosh prokuraturasi huzuridagi IJQK departamenti.



MUNDARIJA

Milliy iqtisodiyotni rivojlantirishda investitsiyalarning roli va ahamiyati.....	10
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, Zaynutdinova Umida Djalolovna	
Yashil iqtisodiyotga o'tishda konseptual, ilmiy, innovatsion yondashuvning zarurati	16
Gulnora Abdurahmonova	
O'zbekistonda "yashil" iqtisodiyotga o'tish muammolari va uni bartaraf etish yo'llari	22
S. R. Topildiyev	
Milliy strategik maqsadlar: ekologik va bojxona boshqaruvi mexanizmlarining maqbul kombinatsiyasi	28
Muratova Shohista Nimatullayevna	
Green Economy in Tourism in Uzbekistan.....	32
Alieva Makhbuba Toychievna	
Инновационные подходы в сельском туризме: "Зеленые маршруты"	36
Голышева Елена Вячеславовна	
Mamlakatimizda "yashil" iqtisodiyotni rivojlantirish strategiyasining ustuvor yo'nalishlari	42
Vaxabov Abduraxim Vasikovich, Nazarov Nazirjon Narzilloevich	
To'qimachilik sanoati korxonalarini barqaror rivojlantirish omillari.....	47
A.Yu. Mardanov	
Turizmni qayta jonlantirish strategiyasini ishlab chiqishda turizmni rejalashtirishning istiqbollari.....	52
A'zamov Saidakbarxon Avazxon o'g'li	
O'zbekistonda qayta tiklanuvchi energiya manbalaridan foydalanishi asosida barqaror rivojlanishga erishish	57
Abdullayev Elyorbek Odiljon o'g'li	
Barcha tadbirkorlik subyektlariga teng raqobat sharoitini yaratishda soliq imtiyozlarining o'rni	62
Akbarov Akmalxon Akrom o'g'li	
Turistik hududlarning barqaror rivojlanishini baholash metodologiyasida integral baholash ko'rsatkichlarini aniqlashning nazariy jihatlar.....	66
Asraqulov Abduraxmon Sultonovich	
Iqtisodiy rivojlanishni ta'minlashda "yashil" iqtisodiyot va uning ayrim masalalari.....	70
Axunova Shoxistaxon Nomonjanovna, Sultonova Gulbaxor Shoxnazimovna	
Davlatning iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashda qishloq xo'jaligi faoliyatining nazariy tamoyillari va o'ziga xos xususiyatlari.....	74
Bekmirzayev Mirzoxid Adashaliyevich	
Mintaqa iqtisodiyotida agrar soha samaradorligini oshirishning ahamiyati.....	78
Butanova Dilnoza Rustamovna	
Global krizislar va ularning turizm iqtisodiyotiga ta'siri.....	83
Hallakova Barnoxon bahodirjonovna	
Agroturizm faoliyati rivojlanishining xorijiy tajribalari va ularda faoliyatni rivojlantirish modellarining qo'llanilishi.....	95
Husanboyev Sadafbek Yorqinjon o'g'li	
Yashil iqtisodiyotni kreditlashda banklarning o'rni.....	101
Ibragimova Sevara Muxamedjan qizi	
Qurilish materiallari sanoati korxonalari samaradorligini baholash masalalari.....	104
Isayev Jakhongir Muzaffarovich	
Iqtisodiyotni islomiy moliya tamoyillari asosida moliyalashtirish amaliyotini joriy etish istiqbollari	110
Kasimov Baxtiyor Usmanovich	
Oziq-ovqat sanoatida tadbirkorlik faoliyatini tashkil etishning iqtisodiy mexanizmi.....	113
Mahamatova Maftuna	
Turizm xizmatlar bozorida raqobatbardoshlik ko'rsatkichlarini takomillashtirish imkoniyatlari.....	119
Nurfayziyeva Mohinur Zayniddinovna	



Islom moliyalashtirish xizmatlari asosida kichik va o'rta biznesni moliyalashtirish usullari.....	124
Said Po'latov Maxamedovich	
Using Innovative Technologies in Hotels as a Factor of Sustainable Development of Tourism Industry	128
Sayfutdinov Shuxratjon Sultonovich, Egamberdiyev Sirojiddin Sattor o'g'li	
Dorivor o'simliklar yetishtirishning dunyo mamlakatlari iqtisodiyotidagi o'rni va xalqaro bozor savdosida prognozlar.....	135
To'xtabayev Jamshid Sharofiddinovich, Maftuna Ermatova Arslonbek qizi	
O'zbekistonga turistlar tashrifini ko'paytirishda raqamli texnologiyalarning o'rni	142
Toshmurod Kulmanov	
Agrobiznesni moliyaviy quvvatlash va rivojlanish istiqbollari	147
Tursunova Dilnavo Islomovna	
Oziq-ovqat bozorini qandolat mahsulotlari bilan to'ldirishda marketing strategiyalaridan foydalanishni takomillashtirish.....	150
Azlarova Munira Muxammad-Amin qizi	
Yoshlar turizmini rivojlantirish holati va uni takomillashtirish yo'llari.....	159
Allayor Norboyev Ismoilovich	
Biologik aktivlarni baholashning uslubiy jihatlarini takomillashtirish.....	162
Boltayev Abror Sayitmuradovich	
Agrosanoat ishlab chiqarishida innovatsion jarayonlarni tadqiq qilishga uslubiy yondashuvlari.....	168
Dusmatov Begmuhammad Olimjonovich	
Suv resurslaridan samarali foydalanishda suv solig'ining ahamiyatini oshirish	174
Ikramov Nuriddin Kamolitdinovich	
Xizmat ko'rsatish sohasida innovatsiya va innovatsion faoliyat bilan bog'liq tushunchalarining nazariy masalalari	179
Mamayunus Qarshibayevich Pardayev, Temur Olimovich Mamayunusov	
Aglomeratsiya iqtisodiyoti – Agglomeratsiya iqtisodiyoti – hududiy rivojlanishni harakatlantiruvchi omili sifatida	185
Raximbayev Akmal Azatboyevich	
Korxonalarini boshqarish samaradorligini oshirishda innovatsion yondashuvlardan foydalanish mexanizmlari	190
Saipnazarov Sherbek Shaylavbekovich	
Globalashuv sharoitida turizm sohasida innovatsion faoliyatni rivojlantirishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash mexanizmini takomillashtirish	195
Salimov Dilshodbek Davronovich	
To'qimachilik sanoat korxonalarida marketing strategiyasi.....	199
Tillyaxodjayev Azizxon Aloxonovich	
Oziq-ovqat sanoati korxonalari raqobatbardoshligini oshirish yo'llari	203
Nilufar Umarova	
O'zbekistonda transport xizmatlari ko'rsatilishi tahlili	207
Xasanov Sarvar Ulug'bek o'g'li	
Agrar sektorga jalb qilingan investitsiyalarning sohadagi intensiv iqtisodiy o'sishga ta'sirining tahlili	213
Yangiboyev Sirojiddin Jo'ramurodovich	
Mustaqil Davlatlar Hamdo'stligiga a'zo davlatlarda auditning xalqaro standartlarini qo'llash xususiyatlari	220
Meliyev Isroil Ismoilovich	
Raqamli bank xizmatlarini yanada takomillashtirish: muammolar va yechimlar	227
Melikov Otabek Maxmadiminovich	
Innovatsion iqtisodiyotda inson kapitalining tutgan o'rni.....	232
Abdikarimov Islombek Ibragimovich	
Kimyo sanoati korxonalarini boshqarish modellariga oid zamonaviy tajribalar.....	237
Avulchayeva Feruza Djurakuziyevna	
Задачи предмета «русского языка» на современном этапе	243
Адилова Солияхон	



Tijorat tashkilotlarining investitsiya faoliyati	247
Farhod Mahmudovich Tirkashyev, Asomiddinov Husan Asomiddin o'g'li	
Korrelyatsion-regression tahlil orqali turizm xizmatlari samaradorligini oshirish mexanizmlari.....	252
Gapparov Azim Qayumovich	
O'zbekistonda monetizatsiya darajasi va uni makroiqtisodiy ko'rsatkichlarga ta'siri.....	258
Isayev Atabek Djurabayevich	
Prospects for the Development of Bond Circulation in the Capital Market.....	266
Jurabek Sobirov	
Ta'lim xizmatlari bozorida oliy ta'lim muassasalarining rivojlanish holati tahlili.....	270
Kuldashev Sherzod Alimardonovich	
Iqtisodiyotga investitsiyalarni jalb qilish va ularning barqaror iqtisodiy o'sishdagi roli	276
Mamadiyeva Dilrom Ravshon qizi	
Surxondaryo viloyatlarning marketing salohiyatini shakllantirish holati tahlili	280
Mamadjanova Tuyg'unoy Axmadjanovna	
Improving Internal Control System	287
Mexmonaliyev Ulug'bek Erkinjon o'g'li	
Oliy ta'lim xizmatlarini targ'ib qilishda OTMLar veb-saytlari samaradorligini oshirish.....	291
Musayev Bekjon Shukurillayevich	
Korxonaning narx-navo tizimi va narx siyosatini tahlil qilish	298
Musayeva Shoira Azimovna, Usmonova Dilfuza Ilhkomovna	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida tibbiyot sohasini moliyalashtirish istiqbollari.....	302
Muxammadiyev Ramz Zoirjon o'g'li	
Xizmatlar ko'rsatish subyektlarida biznes-modellarining raqamli transformatsiyalashuv konsepsiyalari.....	306
N. B. Yahyoxonov	
Mikromoliyaviy xizmatlar ko'rsatuvchi kredit tashkilotlarining samaradorligiga ta'sir etuvchi omillarning ekonometrik tahlili.....	311
Nazarova Muslima Nazarovna	
Sanoat korxonalarida aylanma mablag'lardan foydalanishning ilmiy-amaliy jihatlarini	317
Nurmatov Mirzaakbar Mirzaaliyevich	
Biznesni yuritishda korxonalararo integratsion jarayonlarni rivojlantirish masalalari.....	322
Olimova Nodira Xamrakovna	
O'zbekistonda turizmni rivojlantirishning moliyaviy mexanizmlari: tahlil va istiqbollar	329
Oppoqxonov Nurmuhammadxon Po'latxon o'g'li	
O'zbekistonda davlat korxonalari transformatsiyasini jadallashtirish yo'nalishlari.....	333
Qahhorov Azizjon Ahror o'g'li	
Aholining turmush darajasini oshirish sharoitida mehnat bozori transformatsiyasining dinamikasi	338
Rahimboyev Muxtorbek Ikrom o'g'li	
Tijorat banklarida iqtisodiy-matematik modellashtirish samaradorligini yanada oshirish usullari.....	341
Raxmanov Mexridin Sindarovich	
Aholi moliyaviy savodxonligiga investitsiya kiritishning ahamiyati.....	345
Ruzibayeva Nargiza Xakimovna	
Makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlashda valyuta siyosatini samarali tashkil etish.....	350
Samandarov Zuxriddin Raup o'g'li	
Sharq va G'arb tamaddunida gender qarashlar	355
Samandarova Gulxayo Abduraim qizi	
Imkoniyati cheklanganlarga to'siqsiz turizm xizmatlarini tashkil etish istiqbollari	359
Tilovmurodov Dostonbek Furqat o'g'li	
To'qimachilik korxonalarining inqirozga qarshi boshqaruvida davlat tomonidan tartibga solishning ahamiyati	363
Todjimamatova Mashxura Erkinovna	
Mintaqalarning ekologik-iqtisodiy xususiyatlari va ularning barqaror rivojlanish bilan bog'liqligi	367
Toshboyev Muzaffar Muxtorovich	



Перспективы развития сферы услуг в Узбекистане.....	373
Tsoy Marina Petrovna, Li Marina Rudolfova, Romashkin Roman Anatolyevich	
Opportunities for Bicycle Tourism in Zomin, Bulungur and Bakhmal Districts.....	379
Urozaliev Elyor Shuxrat ogli, Xujamov Bobur bahodir ogli, Saydullayev Abbosjon Murodovich	
Pul-kredit siyosati va moliyaviy inqiroz: uslubiyot va saboqlar	384
Xakimov Dilshodjon Rahmonaliyevich	
Korxonalarda barqaror rivojlanishni tatbiq etish istiqbollari.....	391
Xidirova Marg'uba Rustamovna, Jumayeva Guzal Sherxon qizi	
Telekommunikatsiya korxonalari faoliyati samaradorligini oshirishda raqamli texnologiyalardan foydalanish.....	396
Xusanov Ulugbek Nishanovich	
Milliy iqtisodiyotning raqamli transformatsiyasini kengaytirish imkoniyatlari.....	402
Xuseynova Feruzabonu Mamadaliyevna	
O'zbekiston iqtisodiyotida raqamli texnologiyalardan foydalanish imkoniyatlari.....	405
Yo'ldosheva Dilnoza G'ayrat qizi	
Необходимость соблюдения этических норм в профессиональной деятельности бухгалтеров	408
Абдуллаханова Гулбахор Саттаровна	
Mintaqalarda kichik innovatsion korxonalarni rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlari.....	412
Abdulkakimov Zuxrali Tursunaliyevich, Axmadjanov Ilyosbek Ilxomjon o'g'li	
Tadbirkorlik faoliyatini rivojlanishini nazariy masalalari.....	416
Abdulkakimov Zuxrali Tursunaliyevich, Abduraxmonov Sherali Sharifjonovich	
Пути повышения прозрачности бюджета Республики Узбекистан.....	420
Адашов Гайрат Рустамович	
Mamlakatning investitsiyaviy jozibadorligi va uning lizing munosabatlari rivojlanishi bilan bog'liqligi	424
Axmediyeva Aliya Toxtarovna	
Тенденции и факторы развития пищевой промышленности в Узбекистане	432
Б. А. Хакимов	
Роль платежных систем в функционировании электронной коммерции.....	438
Бабаева Гузаль Яшиновна	
"Sirdaryo" va "Sirdaryo-Farm" erkin iqtisodiy zonasidagi xorxonalari erishgan yutuqlari, berilgan imtiyozlar va yaratilgan shart-sharoitlar to'g'risida	444
Davlayev G'olib Ashurovich	
Milliy iqtisodiyotga jalb qilingan investitsiyalarning tahlili	447
Djalilov Dostonbek Abduazizovich	
Ishlab chiqarish tafovutining Markaziy Bank monetar siyosati qarorlariga ta'siri.....	452
Duskobilov Umidjon Sharofiddinovich	
O'zbekistonda innovatsion jozibadorlik asosida oliy talim xizmatlarini rivojlantirish.....	457
Jonuzokov M. K.	
Aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ boshqaruvni takomillashtirishda xorij tajribasidan foydalanish.....	461
Ismailov Allayor Rashidovich	
Особенности формирования ценовой стратегии на рынке плодоовощной продукции.....	465
Исроилов Абдурашид Абдурахманович	
Iqtisodiyotni globalashuvi sharoitida xo'jalik yurituvchi subyektlar barqarorligining nazariy metodologiyasini takomillashtirish	471
Kalandarova Nargiza Narimanovna	
Проблемы регулирования и защиты инвесторов в развитии электронной коммерции и пути их решения	475
Кенжебаева Гульфуза Рахматиллаевна	
Сущность, цели и задачи определение уровня финансовой устойчивости предприятия в современных условиях	478
Киличев А. А.	
Sug'urta tashkilotlari tomonidan taqdim etiladigan hisobotlarni xalqaro standartlarga muvofiq takomillashtirish	485
Kodirkulov Oybek Turdiboyevich	



Классификация институциональных факторов, определяющих предпринимательскую активность в Узбекистане.....	490
Курпаяниди Константин Иванович	
Ho'jalik yurituvchi subyektlarning kredit va qarz mablag'laridan foydalanish samaradorligi tahlilini takomillashtirish.....	497
Mahmudova Go'zal Samadjon qizi	
Muqimiy ijodiDA milliy uyg'onish va iqtisodiy, falsafiy qarashlar	502
Muxlisa Muxitdinova	
Совершенствование управления портфелем залогов для обеспечения финансовой устойчивости: инсайты и рекомендации для Узбекистана	505
Наимов Шахрух	
Определение специфических особенностей и факторов влияющие на процесс внедрения международных требований и стандартов в коммерческих банков Республики Узбекистан.....	509
Хайдаров Зохиρ Шаривович , Каражанова Гулноза Толлиевна, Хайдари Фидои Зохиρ Зода	
Inson kapitalida mujassam bo'lgan fazilatlar, ularning jamiyat rivojlanishidagi o'rni va roli	514
Mamayunus Qarshibayevich Pardayev, Sevara Abdinazarovna Babanazarova, Mexrangiz Olimovna Mamayunusova	
Развитие рыночных отношений и усиление их влияния на рост объёмных и качественных показателей культурного туризма.....	521
Пулатова Сурайё Юлдашевна	
Основные направления цифровой трансформации в банковском секторе.....	525
Рахимова Гавхар Ойбековна	
O'zbekistonda ayollarni tadbirkorlik faoliyatini moliyalashtirishda bank kreditlarining roli	530
Saidova Subhinigor Azizovna	
Xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish asosida kambag'allikni qisqartirishning innovatsion yo'llari	535
Sultonov Shodiyor Abduhalilovich, Nazarov Asqar Anvar o'g'li	
Yuridik shaxslar mol-mulkiga soliq solishning o'ziga xos xususiyatlari	541
Umirov Xurshid Islomovich	
Korxonalar va tashkilotlarni modernizatsiya qilish jarayonlari.....	545
Fayziyeva Dilafruz Shuxratovna	
"Авеста" – исторический источник экономической мысли в Древней Средней Азии	549
Хакимов Назар Хакимович, Садиков Анвар Каримович	
Приоритетные направления развития теории формирования финансовой политики предприятия	555
Хамдамов С. Ф.	
Innovatsion rivojlanish sharoitida inson resurslarini strategik boshqarish.....	562
Xasanova Nafisa Shavkatovna	
Mehnat bozorida mehnat resurslaridan samarali foydalanishda yoshlar bandligini takomillashtirish.....	566
Xuvaydullayeva Iroda Xusniddin qizi	
Sanoat korxonalari faoliyati samaradorligi va raqobatbardoshligini baholashga doir uslubiy yondashuvlar.....	572
Yuldasheva Nilufar Abduvaxidovna	
Amir Temur davrida hunarmandchilik siyosatining o'ziga xos iqtisodiy xususiyatlari	578
Zikrillayev Jaxongir Sarvar o'g'li, ilmiy rahbar: Nasimov Baxtiyor Vasiyevich	
Infratuzilma obyektlari rivojlanishining turizm sohasidagi o'rni.....	583
Toyrova Amina Baxtisher qizi	
Korxonalarda moliyaviy investitsion portfelni jalb qilish va rag'batlantirishning zamonaviy shakl va usullari tahlili	588
Haydarov Humoyun Begmurod o'g'li	
Kichik biznes korxonalari raqobatbardoshligini tadqiq etishga konseptual yondashuvlar	592
К. Q. Tajibayev	
Бухгалтерский учет дебиторской и кредиторской задолженности в современной экономике	599
Камолова Феруза Кахрамоновна	



O'zbekistonda mehmonxona sohasidagi mahalliy boshqaruv tizimini takomillashtirish yo'llari.....	603
Mirzayeva Lola Shavkatovna	
Turizmni rivojlantirishda "yashi" marketingni o'rni.....	607
Normurodova Zebo Eshmaxmatovna	
Inson kapitalini boshqarishning xorij tajribasi.....	612
Ruzmetova Gulira'no Atabekovna	
Agrasanoat majmuasida oziq-ovqat mahsulotlarini yetishirish va qayta ishlashda klasterlarini rivojlantirishning xalqaro tajribalari.....	620
Salixov Sherzod Abduxakimovich	
Mamlakatimizda mehnat bozorida ayollarning iqtisodiy faolligini oshirish	625
Xusanova Gulsum Baxtiyorovna	
Budjetdan tashqari mablag'lar hisobi va nazoratini takomillashtirish	628
Ostonokulov Azamat Abduraimovich, Alimardonov Asrorjon Alimardonovich	
Xizmat ko'rsatish sohasida investitsion jarayonlar rivojlanishining xorij tajribasi	635
Miyassarov Davron Abdurashid o'g'li	
Xizmat ko'rsatish va servis sohasida mehnat resurslaridan foydalanish samaradorligini baholash ko'rsatkichlari.....	640
Muhammadamin Erdon o'gli Erdonov	
Инновационные направления развития сферы услуг как фактор экономического роста.....	644
Насиров Дилшод Фархадович	
Влияние прямых иностранных инвестиций (пии) на экономику Узбекистана	654
Юлдашев Нодирбек Сайдибурханович	
Qulay investitsiya muhiti – xorijiy investitsiyalar oqimini oshirishning asosiy omilidir.....	659
Hoshimov Jahongir Ravshanbek o'g'li	
Biznesni loyihaviy moliyalashtirish va uning asosiy yo'nalishlari.....	664
Razzakov Jasur Xamraboyevich	
Inflation and Unemployment: Evidence from Uzbekistan	670
Mahmudov Nosir, Nabiyeva Nargizaxon Nuriddin qizi	
Milliy mahsulotlarni jahon bozoriga olib chiqishda marketing strategiyalaridan foydalanish	677
Meliqulov Abduhalil Norinovich	
O'zbekistonda kichik sanoat zonalarini tashkil etish va rivojlantirishda xorij tajribalaridan foydalanishning ustuvor yo'nalishlari	683
Ortiqov Avazbek Bahrom o'g'li	
Rene Dekart va Blez Paskal ta'limotlarida ratsional g'oyalar komparativistikasi.....	689
Ruzmatova Gulnoz Miraxrarovna	
Sanoat korxonalarining barqaror rivojlanishining nazariy-uslubiy asoslari.....	694
Samijonov Musobek G'ayratjon o'g'li	
The Importance of the World Trade Organisation (WTO) and Uzbekistan's Efforts to Join It.....	699
Urozaliev Elyor, Khoshimova Sevara	
Jismoniy tarbiya va sport muassasalarini moliyalashtirishdagi mavjud muammolar.....	705
Abduqaxorov Ulug'bek Abdug'aniyevich	
Yangi O'zbekistonda turizmning drayver sifatida barqaror rivojlanish yo'nalishlari	709
Tuxliyev Iskandar Suyunovich	
Mahalliy soliqlar va yig'implarning iqtisodiy mohiyati hamda ularni undirishning xususiyatlari	713
Tuychiyev Kamoliddin	
Tijorat banklari raqobatbardoshligini oshirishda xorijiy mamlakatlarning ilg'or tajribalari va ulardan foydalanish yo'llari	717
Yadgarov Nodir Ravshanovich	
Organik qishloq xo'jaligiga o'tish bosqichlarining tashkiliy jihatlar va iqtisodiy asoslari.....	723
Amirqulov Shuxrat Olimovich	
Davlat xaridlari jarayonida e'tiborsiz ijrochilarni imkoniyatini cheklash masalalari	727
G'ofurov Temur Baxrom o'g'li	



O'zbekiston iqtisodiyotida investitsion loyihalarni faol tashkil etish istiqbollari	730
Utkurov Kozimjon Dilmurod o'g'li	
Iqtisodiy o'sishni ta'minlashda transport tadbirkorligi faoliyatini rivojlanish imkoniyatlari	733
M. Masharipova, I. Ruzmetova, D. Kuramboyeva	
Sug'urta faoliyatini takomillashtirishda andarrayting xizmatining o'rni	737
Qarshiyev Daniyar Eshpulatovich	
O'zbekistonda eksportni sug'urtalash mexanizmlarini yanada kengaytirish yo'nalishlari	741
Qarshiyev Keldiyor Eshpulatovich	
Kambag'allikni qisqartirishda aholini tadbirkorlikka yo'naltirish	745
Rajabboyev Muzaffar Erkaboyevich	
Yoqilg'i-energetika korxonalarining moliyaviy barqarorligining ilmiy nazariy asoslari	749
Xusanov Qaxramon Nishonovich	
Оценка результатов реформы бухгалтерского учета в Республике	753
Киличева Фарида Бешимовна, Ирмухамедова Муслима Дилшодовна	
Эффективность программ соответствия в различных компаниях	757
Ахмедов Бехзод Ахмедович	
Элементы системы внутреннего контроля в выбранном финансовом институте	762
Хасанов Кахрамон Ахмаджанович	
Authentic Leadership Unleashed: A Comparative Analysis of Leadership Styles	767
Esanova Shohida Utkirovna	
Investitsion loyihalarni moliyalashtirishdagi moliyaviy risklarni boshqarishning ilg'or xorij tajribalari	774
Madiyarov Sanjar Gulyamovich	
Paxta-to'qimachilik klasterlarida xarajatlar hisobining uslubiy masalalari takomillashtirish	781
Toshpo'latov Azizbek Shermuxamadovich, Umaraliyev Isomidin Ismonjon o'g'li	



GLOBAL KRIZISLAR VA ULARNING TURIZM IQTISODIYOTIGA TA'SIRI

Hallakova Barnoxon bahodirjonovna

O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi huzuridagi
Turizmn rivojlantirish ilmiy-tadqiqot instituti
Kadrlar va devonxona bo'limi boshlig'i



Annotatsiya: Mazkur maqolada inqirozlarning turizm faoliyatiga chuqur ta'siri, inqirozga qarshi kurashish va sohani tiklanishning strategiyalari, asosiy yo'nalishlari va muvaffaqiyat omillari ko'rib chiqiladi. Shuningdek, turli global inqirozlarning jahon turizm bozori va mamlakat turizm sohasiga ta'siriga qarshi kurashish va tahlil qilish, shuningdek, COVID-19 pandemiyasi misolida, turli nazariyalari va usullaridan foydalanish bo'yicha ilmiy asoslangan va amaliyotda samarali qo'llaniladigan tajribaga asoslanib inqirozning boshqaruvi o'rganildi.

Kalit so'zlar: xalqaro turizm, turistik mahsulot, pandemiya, inqiroz, inqirozga qarshi kurash, inqirozni boshqarish.

Abstract: This article examines the profound impact of crises on the functioning of the tourism industry, strategies for combating the crisis and restoring the industry, main directions and success factors. Also, based on scientifically grounded and effectively applied experience in combat and analyzing the impact of various global crises on the global tourism market and the country's tourism sector, as well as using the example of the COVID-19 pandemic, various theories and methods of crisis management were studied.

Key words: international tourism, tourism product, pandemic, crisis, fighting the crisis, crisis management.

Аннотация: В данной статье рассматривается глубокое воздействие кризисов на функционирование туристской индустрии, стратегии борьбы с кризисом и восстановления отрасли, основные направления и факторы успеха. Также, на основе научно обоснованного и эффективно прикладного опыта борьбы и анализа влияния различных глобальных кризисов, на мировой туристский рынок и туристский сектор страны, а также на примере пандемии COVID-19 исследовались различные теории и методы управления кризисом.

Ключевые слова: международный туризм, туристский продукт, пандемия, кризис, борьба с кризисом, управление кризисом.

ВВЕДЕНИЕ

Периоды, когда во всем мире сохраняются либеральные тенденции, промышленное развитие продолжается в обычном режиме и международная торговля не прерывается, являются периодами, когда туризм также силен. Глобальные кризисы, прерывающие эти периоды, в первую очередь и сильнее всего влияют на туристскую отрасль. Поскольку туризм чувствителен ко всем видам кризисов, поиск методов антикризисного управления был сосредоточен на этом направлении. Для такой крупной и влиятельной отрасли также очень важно определить возможные меры и их решения для туризма против различных кризисных явлений, которые вызывают сокращение всей отрасли из-за внезапного и резкого снижения спроса.

Кризис рассматривается как нестандартная ситуация. Вероятность выхода за рамки нормального и обретения нового формата после кризиса (даже на временные периоды) часто высока. В этом отношении увидеть и понять намеки на новые реалии имеет решающее значение как для бизнеса, так и для туристской индустрии в целом. Фактически, в зависимости от характера кризиса, его воздействие, как ожидается, будет ограничено конкретным бизнесом, сектором или географическим регионом. Но кризисы имеют экспансионистский характер, который затрагивает не только регион, где они возникают, но и другие экономические факторы и людей. Однако, явление глобальной интеграции процессов, которое мы называем глобализацией, также увеличивает проблемы и кризисы. Благодаря глобальным сетям и средствам массовой информации, тот факт, что положение тех, кто сталкивается с кризисом, становится более заметным, создает восприятие риска, осведомленность о кризисе, а также страх и беспокойство



у тех, кто не имеет прямого отношения к кризису, и эта ситуация может даже усугубить и уменьшить возможности исправления кризиса Mukherjee and Alpert, (2006). Это приводит к реакции, выходящей за пределы серьезности кризиса в таких сферах потребления, как туризм, где определяющую роль играет характеристика восприятия спроса.

Быстрое и глубокое воздействие кризисов на функционирование туристской индустрии также привлекло внимание ученых. В первоначальных исследованиях, посвященных кризису в туризме, видно, что была принята точка зрения на изучение последствий некоторых кризисов для туризма Solomon and George, (1976); Hope, (1980), что концепции планирования и политики против кризиса были выделены Arbel and Bargur, (1980), и были представлены решения, применяемые в кризисных ситуациях в некоторых конкретных туристических направлениях Scott, (1988).

Хотя Sönmez и др. (1999) определяют антикризисное управление в туризме как самостоятельную практику и перечисляют ее критические шаги, Blake and Sinclair (2003) разъясняют концепцию и политику “управления кризисом в туризме” на примере ситуации после 11 сентября 2001 года. В качестве доказательства этой зрелости проявляется, судя по литературе, в первом десятилетии 2000-х годов, когда были опубликованы международные книжные исследования, в которых анализируется индустрия туризма с точки зрения безопасности и кризисного управления Mansfeld and Pizam, (2006); Henderson, (2007); Laws et al., (2007). В связи с развитием этой темы и ростом числа кризисов, многоаспектно влияющих на эффективность дестинаций и спрос на туризм, начало 2000-х годов были годами, когда вопросу антикризисного управления в туризме уделялось широкое внимание, и были проведены различные исследования. Jiang и др. (2019) также подчеркивают это увеличение. Эта ситуация указывает на то, что с течением времени все больше появлялось литературы и информации о том, что определяет кризис в туризме, условия, которые возникают до и после него, критические этапы процесса управления последствиями, возникающими из-за этих условий, и возможные решения. Текущие исследования сосредоточены на таких важных вопросах, как обнаружение сигналов, организационное обучение в период кризиса, управление дестинациями и решения для социальных сетей Paraskevas and Altinay, (2013); Ghaderi и др., (2014); Çakar, (2018); Park и др., (2019).

ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Существует большое количество литературы, оценивающей влияние различных кризисов на индустрию туризма. Считается, что этимологические корни слова “кризис” восходят к древнегреческому языку. В Древней Греции понятие кризиса (κρίσις) использовалось для обозначения “суждения” или “решения”. Конкретный момент, период или поворотный момент, когда ситуация развивалась в положительный или отрицательный результат, выражался понятием “кризис” Milašinović and Kešetović, (2008). В периоды первого употребления понятие кризиса чаще всего рассматривалось в медицинских случаях и долгое время ассоциировалось со здоровьем. Однако понятно, что в XVII веке понятие кризиса приобрело иные значения. Кризис теперь стал концепцией, которая нашла свое выражение не только в здравоохранении, но и в различных областях, таких как политика, экономика, история и психология. С другой стороны, к концу восемнадцатого века этот термин приобрел религиозное и символическое значение. Связывание событий, произошедших во время Французской и Американской революций, объясняет новые значения, приписываемые термину “кризис” Koselleck and Ritcher, (2006). Следовательно, можно считать, что события и факты, переживаемые обществом в разные периоды, лежат в основе значений понятия кризиса.

Glaesser (2003) ссылается на два подхода, определяющих эту концепцию: в индивидуальном и коллективном масштабе. В индивидуальном плане были даны такие определения, как критическая точка (в области здравоохранения), в которой болезненный процесс проходит между состояниями жизни и смерти; и существование или восприятие трудности, превышающей выносливость человека (в области психологии). В ответ на эти определения внимание обращается на способности людей в кризисных ситуациях решать проблемы. В коллективном плане – социальное явление (социальные науки), при котором национальные интересы оказываются под угрозой, когда начинают возникать условия войны; изменение модели политических отношений (политика); определены внешние экономические шоки и тенденция изнашивания экономического цикла (экономики). В результате преодоления кризиса на коллективном уровне на первый план выходят процессы коллективного принятия решений.

Нелегко дать общее определение понятия кризиса с точки зрения социальных наук. Кроме того, нет единого мнения о значении понятия и пределах его интерпретации. Степень “кризиса” текущей ситуации или происходящих событий может варьироваться в зависимости от точки зрения Aktan and Şen, (2001); Hamidovic, (2012). Это происходит потому, что каждый из людей, работающих в самых разных областях, таких как социология, государственное управление, политология, международные отношения, пси-



хология и информатика, определяет концепцию кризиса. Тем не менее, кризисы рассматриваются на уровне стран и экономик в области социологии, государственного управления и политологии, а также на уровне организаций в области бизнес-наук и принимаются как непредвиденные ситуации, причины и последствия которых неизвестны. Кризис – это явление, которое происходит время от времени, возможно не часто, но представляет серьезную угрозу для стран, организаций и институтов Quarantelli, (1988). В организации это может произойти из-за бесхозяйственности или плохого руководства, финансового мошенничества, потери данных, разрушения рабочего места из-за пожара или наводнения без какой-либо защиты, такой как страховка и так далее. На уровне страны оно может развиваться из-за таких факторов, как война или терроризм, политические потрясения, волна преступности, изменения климата и стихийные бедствия COMCEC, (2017). Кризисы на всех уровнях требуют принятия конкретных решений. Хотя эти решения подразумевают краткосрочные шаги, но они могут иметь долгосрочные последствия. В этом контексте можно сказать, что кризисы имеют жизненно важное значение для каждого элемента окружающей среды с его потенциалом.

Pearson and Clair (1998) называют кризисами следующие периоды: которые угрожают жизнедеятельности организаций, учреждений и стран; которые имеют долгосрочные последствия (хотя и краткосрочны); когда причины, последствия и решения неизвестны и когда необходимо принимать внезапные решения.

В организационном смысле, кризис выражается как состояние стресса, которое заранее неизвестно, на которое организация должна немедленно отреагировать и которое угрожает существующим ценностям, целям и предположениям, делая предупреждение организации невозможным, а механизмы адаптации неадекватны Tekin, (2016). Beirman (2003) рассматривает кризисы как события, которые невозможно контролировать. Эта точка зрения подчеркивает, что ситуации, вызванные такими факторами как плохое управление бизнесом, неадекватные связи с общественностью или ошибки в продуктах и т. д., находятся под контролем со стороны бизнес-властей, но невозможно контролировать такие события, как стихийные бедствия, эпидемии и глобальные финансовые кризисы, которые влияют на направления. В этом смысле кризисы следует рассматривать как ситуации, последствия которых выходят за рамки отдельных лиц и предприятий.

Более полное объяснение можно дать определению кризиса туристских направлений. События, которые угрожают туристской деятельности и смежным сферам бизнеса: причинение ущерба репутации туристским маршрутам, в плане безопасности, привлекательности и комфорта, негативно влияющие на восприятие посетителей; подрыв местной экономики путешествий и туризма; прерывание деятельности Sönmez et al., (1994), цитируется по Glaesser, (2003) из-за ослабления спроса и потока туристов, приводит к кризису туристских маршрутов.

Несмотря на различия в определениях, Milašinović and Kešetović (2008) составили исчерпывающую карту характеристик кризиса, указав на общие моменты определений. По мнению исследователей, в содержание понятия кризиса входят:

- негативность, то есть аварийное происшествие, вызванное неконтролируемыми факторами, создающее угрозу жизни здоровью людей или животных, причиняющее материальный ущерб;
- неожиданное, то есть непредвиденное событие;
- выход за пределы технико-технологического объекта, на котором произошла авария, вызванная человеческим фактором, в том числе технологическим;
- крупное событие, то есть чрезвычайные ситуации, представляющие собой любое событие, деятельность и последствия которого невозможно предотвратить, смягчить или исправить с помощью имеющихся ресурсов, например – смерть, травмы, материальный ущерб, изменения окружающей среды и нарушения нормального функционирования общества.

Критическим моментом в определении понятия кризиса является вопрос о том, какие события будут называться кризисами. Это приводит к дискуссиям о том, какие факторы приводят к кризису и из каких источников возникли события, называемые кризисами. С этой точки зрения видно, что сложность определения этого понятия отчасти обусловлена обилием и разнообразием источников кризиса. Выявление и классификация этих источников и означает классификацию кризисов.

Явление кризиса может возникнуть из-за множества различных факторов. ЮНВТО (2011) классифицировала кризисы в основном на пять типов: экологические явления (геологические явления, такие как землетрясение, извержение вулкана и т. д., и экстремальные погодные явления, такие как наводнение, ураган и т. д.); общественно-политические события (перевороты, терроризм и т.п.); события, связанные со здоровьем (H1N1, SARS, COVID-19 и т. д.); технологические события (транспортные происшествия и т.п.); и экономические события (фискальный кризис, обвал обменного курса и т. д.). Возникающие глобальные кризисы, в зависимости от причины их существования, могут влиять на общество с разных сторон. Например, COVID-19 оказал важное влияние на жизнь людей из-за кризиса в области здраво-



охранения. Однако валютные кризисы, которые могут возникнуть из-за торговых войн между США и Китаем, могут иметь более серьезные экономические последствия. В обоих случаях общество подвергается негативному воздействию.

Следует также обратить внимание на понятие, как отрицающее негативность в определении кризисов. Как в не туристской, так и в туристской литературе подчеркивается, что кризисы также создают возможности изменения ситуаций Schneider et al., (2010); Prideaux and McNamara, (2013). Указывается, что кризис не только представляет опасность или угрозу для отдельных лиц и организаций, но и создает новые возможности. Однако это не тот элемент, который повлияет на определения кризиса, поскольку данная ситуация показывает, что успеха можно достичь, думая иначе в среде экономического, социологического и психологического негатива, вызванного кризисом, анализируя характеристики новой среды, и используя новую ситуацию в интересах организации. Можно сказать, что это пример логики антикризисного управления, которая позволит создавать истории успеха на основе негативных последствий кризиса, а точнее, стратегических идей и решений. Правительства, организации и предприятия, которые принимают стратегии, могут превратить кризисные периоды в возможности, могут быть более прибыльными в долгосрочной перспективе. Аналогичным образом продолжительность воздействия кризисов на организации, которые длительное время зависят от принимаемых мер и решений, способны своевременно противодействовать кризису. Считается, что такая ситуация дает возможность предприятиям, пережившим кризис, стать сильнее (Aktan and Şen, 2001).

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

При осуществлении научного исследования в рамках данной статьи используются теоретические методы исследования, такие как изучение научной литературы, международных и национальных правовых документов, сбор доказательств и постановка проблемы, а также наблюдение за хронологическими и актуальными тенденциями и эмпирические исследования.

В исследовании использовались данные, в частности, для анализа были получены статистические и качественные показатели Всемирной туристской организации ООН, Всемирного совета по путешествиям и туризму, Международного валютного фонда.

АНАЛИЗ И ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Туризм – это динамичная отрасль, которая увеличивает доходы, занятость, инвестиции, экспорт и, таким образом, способствует экономическому росту. Туризм также признан важным сектором экономических и социальных преобразований стран и сообществ с ограниченными ресурсами Visser and Ferreira, (2013). Аналогичным образом, туризм является одним из наиболее важных стратегических секторов многих развивающихся стран. Экономический рост, располагаемый доход, увеличение свободного времени, политическая стабильность и увеличение туристских кампаний ускорили рост международного туризма. После значительного спада в 2009 году туризму удалось снова восстановиться Naque, (2016).

Такие факторы, как сложившиеся международные отношения, межкультурное взаимодействие, формирование глобального общества, взаимопонимание и мир между людьми, развитый уровень жизни, местная торговля и развитие, защита наследия и традиций, возможны при туристской деятельности в регионе Visser and Ferreira, (2013). Однако эти связи, устанавливаемые посредством туризма, могут очень быстро и глубоко пострадать в результате возникающих кризисов. Человеческий фактор в сфере производства и потребления туризма, который представляет собой сферу услуг, можно рассматривать как причину, по которой он испытывает резкие последствия в периоды реагирования на кризисы.

Индустрия путешествий и туризма по своей природе очень чувствительна к кризисам, возникающим под воздействием экономических, политических, социальных, технологических и других факторов на национальном и глобальном уровнях. Таким образом, туризм сильно пострадал от различных кризисов Henderson, (1999). Вполне возможно, что необычное развитие событий в каком-либо регионе мира может немедленно повлиять на решения о поездках, касающихся этого региона. Развитие цифровизации и информационно-коммуникационных технологий делает каждый уголок мира более взаимозависимым между собой. Поэтому, даже региональные риски негативно влияют на продолжающийся динамизм путешествий и туризм на больших территориях. Например, войны в Персидском заливе в 1991 и 2003 годах значительно сократили поездки в туристских целях во многих частях мира (Ritchie, 2004).

В результате глобального экономического кризиса в гостиничной и туристской индустрии произошел серьезный спад продаж и прибыльности, особенно в 2009 году. Во многих частях мира в отелях наблюдалось снижение заполняемости, средней дневной цены и дохода на номер. В то же время снижение спроса привело к тому, что клиенты получили ценовую власть (Tania, 2011). Терроризм также создает



кризисную среду для туризма. Это связано с тем, что туристская деятельность осуществляется в безопасной среде. В этом смысле, поскольку террористические акты разрушают восприятие безопасной окружающей среды, туристская деятельность не может осуществляться в районах, где происходят террористические акты. Возникает кризис, поскольку туристы не могут избежать проблем безопасности. Еще одна ситуация, когда у людей возникают проблемы с безопасностью – это здоровье. После того, как в феврале 2002 года в китайской провинции Гуанжо появился тяжелый острый респираторный синдром (ТОРС), он перерос в очередной кризисный процесс, затронувший туризм. Число посетителей Гонконга упало до самого низкого уровня за 12 лет. Число туристов в Гонконге, которое в 2003 году составило 1,33 миллиона, снизилось до 427 000 (Pine and McKercher, 2004).

Стихийные бедствия также могут нанести серьезный ущерб туризму, вызвав период полного кризиса. Например, цунами 26 декабря 2004 года обрушившееся на прибрежные районы стран Индийского океана, принесли смерть и разрушения глобальных масштабов. Погибло почти 300 000 человек, а экономический ущерб от катастрофы превысил 10 миллиардов долларов. Гибель туристов с Запада нанесла большой ущерб региону с точки зрения туризма (Sharpley, 2005).

Как видно из всех этих примеров, любой кризис, независимо от его причины, оказывает серьезное воздействие на туризм и может нанести ущерб. В таблице 1 перечислены некоторые важные кризисы, которые произошли и нанесли ущерб туризму. Таким образом, изучения ущерба, причиненного обществу различными факторами кризиса, с разных точек зрения будет способствовать лучшему пониманию проблемы кризиса.

Различные кризисы, затрагивающие все аспекты общественной жизни, оказывают влияние на туризм. Однако наиболее важной причиной, по которой пострадал туристский сектор, является давление кризиса на экономику.

Таблица 1: Кризисы, влияющие на туризм

Кризис	Место – Время	Последствия
Теракты в Луксоре	Египет – ноябрь 1997 г.	– Террористы убили 62 туриста в Луксорском храме. – Серьезные потери понес туристский спрос в стране.
Эпидемия Ящура в Великобритании	(Великобритания) – 2001 г.	– В Великобритании было забито 10 миллионов голов скота, чтобы искоренить эпидемию ящура. – Хотя ни одно заражение человека не было подтверждено, страх перед инфекцией нанес большой ущерб Великобритании с точки зрения туризма в 2001 году. – Десятки тысяч человек были уволены
Теракты 11 сентября США	(США) – Сентябрь 2001 г.	– В результате четырех отдельных авиаударов погибло 2973 человека. – Внутренние и международные авиаперевозки в США остановились на несколько дней. – Потери рабочих мест в сфере туризма и рабочих мест, связанных с туризмом, были огромными и продолжались годами. – Международные поездки в США (за исключением Канады и Мексики) по состоянию на 2020 год до сих пор не достигли уровня 2000 года, даже спустя девятнадцать лет.
Атипичная пневмония в Китае	Китай – ноябрь 2002 г.	– Зарегистрировано 8096 случаев атипичной пневмонии и подтверждено 774 случая смерти в 37 странах. – Авиаперевозки и туризм значительно сократились, особенно в Азии. – Восстановление началось в третьем квартале 2003 года.
Цунами в Индийском океане	Индийский океан – Декабрь 2004 г.	– Около 230 000 человек погибли на двух континентах от цунами, вызванного землетрясением магнитудой 9,3 и его афтершоками. – В краткосрочной перспективе туризм понес серьезный спад и финансовые потери, а десятки тысяч людей в этом секторе остались без работы. Однако, в течение года большая часть туристской экономики восстановилась.



Пандемия (H1N1)	Мексика – апрель 2009 г	<ul style="list-style-type: none">– Новый вирус гриппа, легко передающийся от человека к человеку, впервые был обнаружен в Мексике в апреле 2009 года.– За шесть недель вирус распространился на десятки стран и летом был объявлен эпидемией.– Всего от вируса умерло менее 20 000 человек.– Деятельность в сфере путешествий и туризма резко сократилась из-за передачи вируса от человека к человеку и широкого освещения в средствах массовой информации.– Только экономические потери Мексики составили более 3 миллиардов евро, половина из которых пришлось на сектор путешествий и туризма.– Показатели международных путешествий и туризма достигли уровня, наблюдавшегося до пандемии (H1N1) 2009 года, только весной 2010 года.
Землетрясение на Гаити	Гаити – январь 2010 г.	<ul style="list-style-type: none">– Более 200 000 человек погибли, когда землетрясение магнитудой 7,3 произошло в столице Порт-о-Пренсе и ее окрестностях.– Более 100 000 человек получили ранения и более 1 миллиона человек остались без крова.– До землетрясения туризм считался одним из ярких пятен в экономике страны и картине занятости.
COVID-19 (Пандемия)	Китай – декабрь 2019 г.	<ul style="list-style-type: none">– Новый тип коронавируса, возникший в Ухане, передаваясь от человека к человеку, за короткое время распространился по многим странам.– 11 марта 2020 года вспышка была объявлена пандемией COVID-19.– По состоянию на 30 апреля 2020 года число инфицированных COVID-19 в мире составляет 3,2 миллиона человек.– По состоянию на июнь 2020 года было зарегистрировано 362 483 смертей в 216 странах.– Вспышка COVID-19 за первые три месяца 2020 года 90 стран полностью или частично закрыли свои границы, что привело к падению числа международных туристов на 33 процентов.– В 2020 году зафиксировали самое резкое в мире сокращение числа туристов – на 60-80 процентов.– Во всем мире около 100–120 миллионов рабочих мест в сфере туризма и смежных отраслей подверглись угрозе.– Совокупные потери мировой экономики от различных потрясений за период с 2020 по 2023 год составили 3,7 трлн долларов.

Источники: на основе данных ЮНВТО (2012), ВОЗ (2020), МВФ (2023).

По этой причине было бы неправильно сказать, что последствия кризисов для туризма в основном связаны с экономическими факторами и аспектами. Хорошим примером этого является тот факт, что большинство кризисов оказывают негативное влияние на тенденцию расходов потребительского сектора, что приводит к сокращению туристского спроса. В этом отношении полезно рассмотреть эти сферы влияния таким образом, чтобы это могло привести к пониманию механизма, посредством которого кризисы влияют на туризм.

Туристский продукт воспринимается как продукт с широким спектром возможностей замещения. В период кризиса эффект замещения возрастает в геометрической прогрессии. Потенциальные туристы могут, с одной стороны, отказаться от путешествия по индивидуальному решению; с другой стороны, возможность путешествовать может быть потеряна из-за мер, принятых в условиях кризиса, таких как ограничения на международные поездки. В этом отношении, в зависимости от последствий кризисов, многие социальные, психологические, экономические, правовые и политические причины способствуют замещению туристских продуктов. Следовательно, серьезное сокращение спроса происходит в результате: (1) уменьшения располагаемого дохода на рынке и риска будущего снижения располагаемого дохода; (2) увеличение спроса на более жизненно важные продукты и ожидание того, что спрос на такие продукты увеличится; (3) увеличение стоимости туристского продукта; (4) увеличение не денежных издержек участия в туризме; (5) участие в туризме считается рискованным из-за проблем со здоровьем и безопасностью; и (6) юридические ограничения на поездки из-за восприятия риска. Было замечено, что пандемия COVID-19, которая имела серьезные глобальные последствия с 2019 года, спровоцировала почти все эти факторы и в конечном итоге поставила на повестку дня ограничения на международные поездки, что резко снизило спрос на туризм.

Еще одним важным событием, повлиявшим на международный туризм последних лет, считается финансовый кризис 2008–09 годов и последовавший за ним глобальный экономический спад. Это при-



вело к сокращению числа международных туристских прибытий и доходов на 4,6 процентов соответственно в 2009 году по сравнению с 2008 годом COMCEC, (2017).

В период глобального экономического кризиса, который начался в США в 2008 году и распространился по всему миру, Северная и Западная Европа, Северная и Центральная Америка, Южная Азия пострадали от резкого сокращения международных туристских потоков UNWTO and ILO, (2013). Число авиасообщений между Европой и Азией сократилось на 4 процента в 2008 году и примерно на 6 процентов в 2009 году. В начале 2008 года отмечено 20-процентное снижение для туристических агентств IATA, (2010). Среди кризисов, которые снизили спрос на туризм, следует упомянуть войну в Персидском заливе в 1991 году и конфликт в Косово в 1999 году. Кризис, возникший в результате войн, спровоцировал значительное замедление роста нынешнего туризма. Однако после войны в Персидском заливе в 1991 году, хотя международный туризм вырос на 1,2 процента, в 1992 году ему удалось увеличиться на 8,3 процента ЮНВТО, (2001).

Кризис атипичной пневмонии также оказал серьезное влияние на туризм. Только в Австралии в 2003 году число туристов, участвующих в международных поездках, сократилось на 4,2 процента. Чистое снижение реального валового внутреннего продукта (ВВП) в Австралии в 2003 году составило 34 981 миллион долларов. Большую роль в этой ситуации сыграло снижение количества туристов, посещающих страну (снижение реального ВВП на 109 196 млн. долларов). Канада потеряла 1,5 миллиарда долларов ВВП, включая доходы от туризма в размере около 1,1 миллиарда долларов, в 2003 году после кризиса Simpson, (2009).

Ураган “Катрина”, обрушившийся на южное побережье США, считается еще одним кризисом, оказавшим негативное влияние на туризм. Ураган нанес разрушительный ущерб прибрежным районам, и 80 процентов Нового Орлеана было затоплено, что привело к воздействию на туризм в регионе. В результате урагана “Катрина” туристская отрасль только в Новом Орлеане потеряла около 5 миллиардов долларов. До урагана 2004 года Новый Орлеан посетили 10,1 миллиона туристов. После урагана 2006 года число посетителей составило 3,7 миллиона человек Tomić и др., (2013).

В регионах, затронутых кризисом, дестабилизация экономических переменных отражается на производстве и происходят колебания обменного курса. Тесная взаимосвязь между туристским спросом и обменным курсом является известным явлением Crouch, (1993). Обесценивание национальной валюты положительно отражается на туристско-торговом балансе Dogru et al., (2019) и увеличивает спрос на дестинацию. Однако колебания обменного курса часто являются явлением, которое развивается вместе с другими экономическими проблемами, такими как инфляция, и может нарушить функционирование экономики и привести к серьезным негативным последствиям. Это может помешать развитию туризма с точки зрения инфраструктуры и надстройки за счет увеличения инвестиционных затрат в пункте назначения. С другой стороны, это приведет к сокращению внутреннего спроса из-за инфляционных эффектов. Обесценивание валюты стран, отправляющих туристов, отражается на сокращении спроса на туризм. В этом отношении можно сказать, что дестабилизация экономической среды в условиях кризиса отражается на режимах обменного курса в краткосрочной перспективе, и это существенно влияет на участие в туризме. Глобальный кризис 2009 года, возникший в США, вызвал экономическую нестабильность во многих странах мира. Сообщалось, что в период кризиса ВВП Греции упал на 7,3 процента, внешний долг увеличился до 182,2 процента, а безработица – до 16,3 процента, а заработная плата государственных служащих снизилась примерно на 30–40 процентов Tania, (2011).

Убийство террористами в Луксоре 58 иностранных туристов и четырех египтян в ноябре 1997 года создало новый туристский кризис. После этого туристская отрасль, имеющая первостепенное значение для экономики Египта, сильно пострадала. Таким образом, кризис дестабилизировал экономику Египта. До ноябрьской резни египетский туризм достиг примерно 4,2 миллиона посетителей и доходов в 4 миллиарда долларов в 1997 году. Число международных путешественников, приезжающих в Египет после нападения, сократилось на 12,8 процента. Экономическая стабильность в стране сильно пострадала, поскольку атака в Луксоре стоила Египту около 50 процентов его годового дохода Glaesser, (2006).

Поскольку туризм является трудоемким сектором, первые потери в условиях кризиса обычно приходится на занятость. Сокращение рабочей силы становится важным тактическим вариантом для предприятий, которые сосредоточены на сокращении затрат в условиях кризиса. Например, во время экономического кризиса 2008–2009 годов снижение прироста производства в США составило 4,5 процента. Кроме того, 800 000 человек ежемесячно были вынуждены уволиться с работы в пиковый период этого кризиса. За этот период потеря рабочих мест в США составила около 10 процентов. С другой стороны, кризис, вызванный COVID-19, заставил 50 процентов людей беспокоиться о потере работы Baldwin and Mauro, (2020). Влияние экономического кризиса 2008–2009 годов на занятость было катастрофическим. Во время кризиса многие предприятия, включая частные компании, а также государственные учреждения, нашли решение – увольнять работников в условиях снижения спроса. В результате такой ситу-



ации уровень безработицы во всем мире в 2009 году достиг около 205 миллионов человек International Labour Office, (2011).

Другой пример – теракты 11 сентября 2001 года. После нападений в сфере туризма произошли крупные отмены поездок. Авиакомпании, пострадавшие от экономического спада, сократили персонал после терактов 2001 года. Предприятия размещения были закрыты, наблюдалась временная потеря мощностей и рабочей силы. Авиакомпания “Боинг” уволила 30 000 человек, а “Роллс-Ройс” (в производстве авиадвигателей) 5 000 человек. Европейские и азиатские фондовые рынки в первые дни отреагировали снижением. В кризисный период убытки авиакомпаний составили около 10 миллиардов долларов США: 7 миллиардов долларов США на международных маршрутах и 3 миллиарда долларов США на внутренних маршрутах. В период с 11 по 14 сентября резервирование Amadeus уменьшилось на 28 процентов, а резервирование Galileo – на 40 процентов UNWTO, (2001). Воздействие пандемии COVID-19 на индустрию туризма оценивается почти в 1 триллион долларов, и более 100 миллионов сотрудников потеряют работу во всем мире Durkee, (2020).

Связь между прямыми иностранными инвестициями в странах и развитием туризма была определена для разных направлений Habibi, (2015); Satrovic and Muslija, (2019). Однако кризисы создают возможности для иностранного капитала, благодаря чему как иностранному, так и внутреннему капиталу становится выгодно увеличивать свои прибыли, подавлять сектор труда и навязывать свои условия Dufour and Orhangazi, (2009). Другими словами, хотя кризисы создают привлекательные условия для иностранных инвесторов и поощряют иностранные инвестиции, они также создают эффект, который снижает вклад этих инвестиций в пункт назначения. Соответствующим образом можно оценить и неоднозначную связь между иностранными инвестициями и кризисами в сфере туризма Steiner, (2010).

Кризис, разразившийся в странах Восточной и Юго-Восточной Азии во второй половине 1997 года, затронул экономику многих стран. Девальвация валюты и падение цен на недвижимость в странах снизили затраты на приобретение основных средств, таких как земля, здания и произведенные средства производства. Кроме того, снижение стоимости многих азиатских фирм после финансового кризиса облегчило покупку фирм. Например, в Таиланде покупки прямых иностранных инвестиций в первом квартале 1998 года были на 30 процентов выше, чем в предыдущем году UNCTAD, (1998). После открытия американского фондового рынка на Уолл-стрит после терактов 11 сентября страховые компании, авиатранспортные компании и туристские компании зафиксировали серьезный спад UNWTO, (2001). Хотя данная ситуация рассматривается как стимул для иностранных инвестиций, она означает потерю мощности предприятий и промышленности из-за снижения запасов в краткосрочной перспективе.

Опять же, с COVID-19 кризис, произошедший в мировой экономике, существенно повлиял на движение капитала. Ожидается, что поток капитала на мировых рынках сократится в течение 2020 года, а прямые иностранные инвестиции сократятся на 30 процентов по сравнению с предыдущим годом. В этот период, когда потребности стран в капитале возрастают, потоки иностранного и внутреннего капитала связаны с реализуемой политикой в области здравоохранения и экономики OECD, (2020a). В другом отчете прогнозируется, что в 2020 году прямые иностранные инвестиции сократились на 5–15 процентов во всем мире, в зависимости от кризиса, вызванного COVID-19 UNCTAD, (2020).

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Многоплановые последствия кризисов привели к появлению подходов и моделей применения, выбранных в ответ на кризисы в рамках подхода кризисного управления. Эти закономерности иногда представлены в виде рекомендаций по преодолению кризиса, а иногда они иллюстрируются успешной реализацией конкретных направлений.

Самой успешной стратегией туристского направления вовремя или до кризиса можно считать “безопасность”. Это связано с тем, что туризм часто является необязательным занятием, и туристу довольно легко найти альтернативные способы потратить время и деньги. Если посетители осознают риск, они могут отказаться от поездки в пункты назначения или даже от отпуска. Поэтому важнейшим условием участия туриста в поездке является безопасность, поскольку люди не склонны к направлениям, где речь идет о войне, терроризме и т. д. Sönmez et al., (1999).

Кризисы – это периоды, которые неожиданным образом меняют привычную жизнь. В этих чрезвычайных ситуациях индустрия туризма должна эффективно использовать информационно-коммуникационные технологии, чтобы предотвратить атмосферу паники и дезинформации Glaesser, (2006). Например, туристы, которые уже сталкивались с террористическими атаками, ждут подробной и актуальной информации о своей следующей поездке в то же место назначения. На данный момент индустрия туризма должна предоставлять эту информацию эффективно и быстро. Еще одним предложением для туристской индустрии или направлений, столкнувшихся с террористическими актами, являются шаги, предпринятые в период кризиса. Вдали от места нападения можно изменить существующее раз-



мещение туристов, предоставить обновленную информацию нынешним и потенциальным туристам, а также предоставить решения по обеспечению безопасности Hajibaba и др., (2016).

В период кризиса после стихийных бедствий, таких как землетрясения, в туристских районах меры управления можно рассматривать как еще одну важную группу мер предосторожности. В этом контексте после цунами в Индийском океане в 2004 году правительство, государственные и частные организации приняли различные меры. Гибель 227 898 человек в результате цунами заставила принять некоторые меры по определению ответственности людей в другом подобном кризисе. Правительство решило создать систему оповещения, которая предсказывает цунами. Знаки ближайшего пункта эвакуации после цунами были размещены на земле вокруг большинства улиц и берегов. Частные компании и ассоциации инициировали различные программы для удовлетворения потребностей в жилье и продовольствии во время кризиса в этих регионах Bagans and Tapola, (2011). В то же время в условиях стихийных бедствий транспортировка туристов в места проживания вдали от эпицентра стихийного бедствия является одним из наиболее актуальных предложений. Осуществление быстрой и эффективной передачи информационного сигнала может снизить нагрузку на тех, кто отвечает за общественное мнение после периода кризиса Hajibaba и др., (2016).

Предлагаются различные предложения по преодолению кризисов. Факторами успеха в борьбе с кризисом в сфере туризма в COMCEC (2017) являются следующие:

- Туристы, которые чувствуют личную связь со страной, могут пожертвовать деньги соответствующей стране или совершить визит, чтобы поддержать отрасль в кризисных ситуациях, таких как стихийные бедствия и т. д. В этом контексте направления должны повышать лояльность клиентов.
- Одной из наиболее успешных стратегий восстановления является лидерство в понимании политических и рыночных тенденций, а также государственная поддержка отрасли.
- Сотрудничество важно во времена кризиса. В тех случаях, когда государственный и частный секторы работают вместе и пользуются поддержкой широкой общественности, выход из кризиса происходит быстро.
- Либерализация чрезмерных бюрократических процедур и введение стимулов для поощрения иностранных инвестиций станут сильной позицией в борьбе с кризисом.

По данным Akoва и др. (2011), правительства и туристские фирмы должны рассматривать антикризисные стратегии, которые могут повлиять на туризм. Соответственно, стороны с обеих сторон должны принять меры предосторожности и подготовить план действий по преодолению кризиса. Правительства могут ускорить восстановление отрасли, реагируя на потрясения в туристской сфере. В этом контексте государства могут следовать кризисным стратегиям, таким как снижение налогов, компенсации туристским компаниям и смежным отраслям, увеличение страховых взносов, несвоевременная уплата акцизов и компенсации работникам туризма. Правительства могут спасти многие предприятия от банкротства, объявив о пакете помощи, который поможет туристской отрасли восстановиться. С другой стороны, туристские компании могут разработать такие меры, как реорганизация рабочего времени, гибкость в количестве клиентов и сотрудников, гибкость в инвестиционных решениях и лояльность в бизнес-процессах. Туристские компании могут выйти на новые рынки и изменить свои маркетинговые стратегии в соответствии с внутренними и мировыми рынками.

Индонезия

Произошло множество кризисов, затронувших индонезийский туризм. Однако взрывы на Бали в 2002 и 2005 годах считаются кризисами, оказавшими наибольшее воздействие. Прибытие иностранных посетителей снизилось на 11 процентов и 6 процентов соответственно. Вслед за этим правительство Индонезии создало команду по управлению кризисом, чтобы восстановить испорченный имидж туристской индустрии. Правительство сначала приняло меры безопасности. Впоследствии сотрудники полиции, сферы туризма и гостиничного бизнеса, средства массовой информации, специалисты здравоохранения и представители принимающих сообществ собрались вместе, чтобы принять участие в тренингах по безопасности и кризисным ситуациям, ориентированным на терроризм. Кроме того, правительству, которое инициировало кампанию по снятию ограничений на поездки из соседних стран, удалось действовать, руководствуясь логикой кризисного управления. Принятые решения в основном определялись командой антикризисного управления. Индонезийский туризм, который вырос за десять лет в результате кризисного управления и принятой политики, достиг 10 407 миллионов туристских посещений в 2015 году COMCEC, (2017).

Шри-Ланка

После цунами 2004 года правительство Шри-Ланки инициировало различные меры по преодолению кризиса. Соответственно, правительство приняло Закон об управлении стихийными бедствиями, учредило Национальный совет по управлению стихийными бедствиями и Агентство реконструкции и раз-



вития. Правительство также создало три новых министерства: Министерство по переселению, Министерство национального строительства и развития инфраструктуры недвижимости и Министерство по управлению стихийными бедствиями и правам человека. Правительство поощряло диверсификацию туристского продукта, объявляя фестиваль каждый месяц в году. Правительство, которое в 2011 году начало кампанию по связям с общественностью для продвижения внутреннего и внешнего туризма, добилось успеха: туризм сегодня считается самой быстрорастущей отраслью в стране COMCEC, (2017).

Тунис

Двадцать два человека погибли в Тунисе в результате нападения на Национальный музей Бардо в марте 2015 года BBC, (2015). После нападения туризм в Тунисе упал на 25 процентов, а доходы - на 35 процентов. После этого правительство начало протесты и пропаганду против терроризма при поддержке тысяч людей. Нобелевские премии мира, врученные многим тунисским лидерам, и участие многих европейских лидеров в этих демонстрациях принесли значительный успех работе правительства по связям с общественностью. Министерство туризма и ремесел объединило различные региональные заинтересованные стороны, связанные с туризмом, чтобы принять подход к созданию общей стратегии развития. Впоследствии туристы, приезжавшие из соседних стран для поддержки демонстраций, способствовали возрождению туризма. Инвестиции таких компаний, как Marriott, Hilton и Movenpick, способствовали быстрому и эффективному восстановлению туризма. Сегодня власти продолжают комплексную маркетинговую деятельность. Помимо Европы, государство также управляет маркетинговыми кампаниями в России, Восточной Европе, Северной Африке, Китае и на Ближнем Востоке COMCEC, (2017). Тунису удалось преодолеть последствия нападения, приняв в 2017 году 7 миллионов посетителей Reuters, (2018).

Туризм является одним из секторов, на которые кризисы влияют больше всего, в кратчайшие сроки и наиболее глубоко. Несмотря на свою чувствительность к кризису, туризм также создает видимость гибкой и весьма обратимой отрасли, поскольку он также очень умело устраняет последствия кризиса как можно скорее. Эта ситуация связана со структурой туризма и способностью участников туризма (инвесторов, сотрудников, поставщиков и т. д.) формировать гибкий деловой менталитет и оперативно реагировать. В то же время проактивные подходы, разработанные в отношении кризиса, лучшие практики, а также сотрудничество, совместные действия и коммуникационные усилия, знакомые отрасли, играют важную роль в решимости продолжать и развивать торговые отношения.

Можно сказать, что антикризисное управление в туризме основано на хорошем понимании кризисных условий, поддержании контактов со связанными сторонами, особенно с потребительским населением, направлении спроса с помощью правильной информации и действиях в соответствии с принятыми решениями, а не причиняя страдания всем заинтересованным сторонам. Однако, в этом процессе следует подчеркнуть, что помимо неотложного внимания к вопросам, касающимся кризиса, существует также необходимость развития гуманитарной и этической чуткости.

В большинстве исследований, посвященных современной практике, выдвигались различные теории относительно масштабов кризисного управления. Сюда могут входить различные переменные в зависимости от разнообразия кризисов и диверсификации подходов к управлению в кризисные периоды. Существует потребность в исследованиях, которые рассматривают кризисы с разных точек зрения.

Вспышка COVID-19 является хорошим примером исследований, связанных с управлением кризисами. Во время эпидемии, которая затронула туризм во всех аспектах, размер, глубина, зоны влияния и действия субъектов будут неоднократно проверяться. Хотя можно подумать, что кризис, который приведет к таким масштабным последствиям, вряд ли произойдет, и выводы, связанные с этим кризисом, можно рассматривать как исключение, то, что произошло во время эпидемического процесса, практика и предпринятые усилия прольют свет в дальнейших работах по антикризисному управлению.

Использованная литература:

1. Akova, O., Sarıışık, M., & Dönmez, D. (2011). Strategies for tourism industry under the global economic crisis: A SWOT analysis of Turkish tourism. International Conference on Eurasian Economies, ss. 382–389, Kırgızistan.
2. Aktan, C.C., & Şen, H. (2001). Ekonomik kriz: nedenler ve çözüm önerileri. Yeni Türkiye, Ekonomik Kriz Özel Sayısı, 42(2), 1225–1230.
3. Arbel, A., & Bargur, J. (1980). A planning model for crisis management in the tourism sector, European Journal of Operational Research, 5(2), 77–85.
4. Bagans, L., & Tapola, H. (2011). Crises in the tourism industry and their effects on young travellers. Haaga-Helia University of Applied Science, Bachelor's thesis degree programme in tourism.
5. Baldwin, R., & di Mauro, B.W. (2020). Mitigating the COVID economic crisis: act fast and do whatever it takes. CEPR Press.
6. BBC (2015, May 20). Tunisia bardo museum attack: Man arrested in Italy. BBC News. Retrieved from <https://www.bbc.com/news/world-africa-32809851>
7. Beirman, D. (2003). Restoring tourism destinations in crisis: a strategic marketing approach. CABI Publishing.



8. Blake, A., & Sinclair, M.T. (2003). Tourism crisis management: US response to September 11. *Annals of Tourism Research*, 30(4), 813–832.
9. COMCEC (2017). Risk and crisis management in tourism sector: recovery from crisis in the OIC member countries. COMCEC coordination office, August, 1–149.
10. Crouch, G.I. (1993). Currency exchange rates and the demand for international tourism. *Journal of Tourism Studies*, 4(2), 45–53.
11. Çakar, K. (2018). Critical success factors for tourist destination governance in times of crisis: A case study of Antalya, Turkey. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 35(6), 786–802.
12. Dogru, T., Isik, C., & Sirakaya-Turk, E. (2019). The balance of trade and exchange rates: Theory and contemporary evidence from tourism, *Tourism Management*, 74, 12–23.
13. Dufour, M., & Orhangazi, Ö. (2009). The 2000–2001 financial crisis in Turkey: A crisis for whom? *Review of Political Economy*, 21(1), 101–122.
14. Durkee, A. (2020). Tourism industry faces \$1 trillion loss, 100 million jobs at risk from COVID-19, UN Reports. Retrieved from Forbes website: <https://www.forbes.com/sites/alisondurkee/2020/08/25/un-report-tourism-industry-covid-19-faces-1-trillion-loss-100-million-jobs-at-risk/#961fc88cdd32>.
15. Ghaderi, Z., Som, A.P.M., & Wang, J. (2014). Organizational learning in tourism crisis management: an experience from Malaysia. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 31(5), 627–648.
16. Glaesser, D. (2003). *Crisis Management in the Tourism Industry*. Butterworth-Heinemann.
17. Glaesser, D. (2006). *Crisis management in the tourism industry*, 2nd edition. Routledge.
18. Habibi, F. (2015). Foreign direct investment, tourism and economic growth in Malaysia. *European Journal of Social Sciences*, 48(3), 381–390.
19. Hajibaba, H., Boztuğ, Y., & Dolnicar, S. (2016). Preventing tourists from canceling in times of crises. *Annals of Tourism Research*, 60, 48–62. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.06.003>
20. Hamidovic, H. (2012). An introduction to crisis management. *ISACA Journal*, 5, 1–4.
21. Haque, M.Z. (2016). The impact of economic crisis on tourism industry: A Bangladesh perspective.
22. Henderson, J.C. (1999). Managing the Asian financial crisis: Tourist attractions in Singapore. *Journal of Travel Research*, 38(2), 177–181. <https://doi.org/10.1177/004728759903800212>
23. Henderson, J.C. (2007). *Managing tourism crises*. Butterworth-Heinemann.
24. Hope, K.R. (1980). The Caribbean tourism sector: recent performance and trends. *International Journal of Tourism Management*, 1(3), 175–183.
25. IATA (2010). *International Air Transport Association Annual Report 2010*. June, Berlin.
26. International Labour Office. (2011). *Global employment trends 2011: The challenge of a jobs recovery*. Geneva.
27. Jiang, Y., Ritchie B., & Benckendorff, P. (2019). Bibliometric visualisation: An application in tourism crisis and disaster management research, *Current Issues in Tourism*, 22(16), 1925–1957.
28. Koselleck, R., & Ritcher, M.W. (2006). Crisis. *Journal of the History of Ideas*, 48(2), 357–400.
29. Laws, E., Prideaux, B., & Chon, K.S. (eds) (2007). *Crisis management in tourism*. CABI Publishing.
30. Mansfeld, Y., & Pizam, A. (eds) (2006). *Tourism, security and safety from theory to practice*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
31. Milašinović, S., & Kešetović, Ž. (2008). Crisis and crisis management: A contribution to a conceptual and terminological delimitation. *Megatrend Revija*, 5(1), 167–185.
32. Mukherjee, P.P., & Alpert, J.L. (2006). Overview of psychological interventions in the acute aftermath of disaster. In: Barbanel, L. and Sternberg, R.J. (eds), *Psychological interventions in times of crisis*. Springer Publishing Company.
33. Международный валютный фонд (МВФ) годовой отчет 2023 г. <https://www.imf.org/en/News/Articles/2023/10/05/sp100523-imf-managing-director-2023-annual-meetings-curtain-raiser-speech>
34. OECD (2020a). Policy Responses to Coronavirus (COVID-19), Foreign direct investment flows in the time of COVID-19. Retrieved from: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/foreign-direct-investment-flows-in-the-time-of-covid-19-a2fa20c4>
35. Paraskevas, A. & Altinay, L. (2013). Signal detection as the first line of defence in tourism crisis management, *Tourism Management*, 34, 158–171.
36. Park, D., Kim, W.G., & Choi, S. (2019). Application of social media analytics in tourism crisis communication. *Current Issues in Tourism*, 22(15), 1810–1824.
37. Pearson, C.M., & Clair, J.A. (1998). Reframing crisis management. *Academy of Management Review*, 23(1), 59–76.
38. Pine, R., & McKercher, B. (2004). The impact of SARS on Hong Kong's tourism industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(2), 139–143.
39. Prideaux, B., & McNamara, K.E. (2013). Turning a global crisis into a tourism opportunity: The perspective from Tuvalu. *International Journal of Tourism Research*, 15, 583–594.
40. Quarantelli, E.L. (1988). Mine disaster crisis management. *Journal of Management Studies*, July, 586–589.
41. Reuters (2018). Tunisia expect record number of tourists, up to nine million in 2019 – Reuters. November 13. Retrieved from: <https://www.reuters.com/article/tunisia-economy-tourism/tunisia-expect-record-number-of-tourists-up-to-nine-million-in-2019-idUKL8N1XN6XM/>
42. Ritchie, B.W. (2004). Chaos, crises and disasters: A strategic approach to crisis management in the tourism industry. *Tourism Management*, 25(6), 669–683.



43. Satrovic, E., and Muslija, A. (2019). Causality relationship between foreign direct investment and tourism. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 22, 65–76.
44. Schneider, F., Kallis, G., & Martinez-Alier, J. (2010). Crisis or opportunity? Economic degrowth for social equity and ecological sustainability. Introduction to this special issue. *Journal of Cleaner Production*, 18, 511–518.
45. Scott, R. (1988). Managing crisis in tourism: A case study of Fiji. *Travel and Tourism Analyst*, 6, 57–71. Sementelli, A. (2007). Toward a taxonomy of disaster and crisis theories. *Administrative Theory and*
46. Sharpley, R. (2005). The tsunami and tourism: A comment. *Current Issues in Tourism*, 8(4), 344–349.
47. Simpson, D. (2009). How badly will influenza affect tourism economy? Retrieved from: <https://www.cabi.org/leisure-tourism/news/19458>.
48. Solomon, P.J., & George, W.R. (1976). An empirical investigation of the effect of the energy crisis on tourism. *Journal of Travel Research*, 14(3), 9–13.
49. Sönmez, S., Apostolopoulos, Y., & Tarlow, P. (1999). Tourism in crisis: Managing the effects of terrorism. *Journal of Travel Research*, 38(1), 13–18.
50. Steiner, C. (2010). An overestimated relationship? Violent political unrest and tourism foreign direct investment in the Middle East. *International Journal of Tourism Research*, 12(6), 726–738.
51. Tania, S. (2011). The impact of economic crisis on tourism and hospitality: Results from a study in Greece. *Central European Review of Economics and Finance*, 1(1), 1–5. Retrieved from: http://eureka.lib.teithe.gr:8080/bitstream/handle/10184/2887/Financial_crisis_kapiki.pdf?sequence=1.
52. Tekin, Ö. (2016). Kriz Yönetimi ve Kamu Yönetimi İçin Önemi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu Dergisi*, 18(2), 119–135.
53. Tomić, N., Gavrilov, M.B., Božić, S., Stojšavljević, R., & Marković, S.B. (2013). The impact of Hurricane Katrina on the United States Tourism Industry. *European Researcher*, 51(5–4), 1581–1590.
54. UNCTAD (1998). The financial crisis in Asia and foreign direct investment: An assessment. Switzerland.
55. UNCTAD (2020). Coronavirus could shrink global FDI by 5% to 15%. Retrieved from: <https://unctad.org/news/coronavirus-could-shrink-global-fdi-5-15>
56. UNWTO (2001). *Tourism after 11 September 2001: Analysis, remedial actions and prospects*. London.
57. UNWTO (2011). *Toolbox for Crisis Communications in Tourism*. Madrid.
58. UNWTO (2012). *Toolbox for Crisis Communications in Tourism – Checklists and Best Practices (Russian version)*. September 20.
59. UNWTO (2020a). COVID-19 tourism recovery technical assistance package for tourism recovery. May12. Retrieved from: <https://www.unwto.org/news/unwto-releases-a-covid-19-technical-assistance-package-for-tourism-recovery>
60. Visser, G., & Ferreira, S. (2013). Tourism and crisis: a never-ending story? In: Visser, G. and Ferreira, S. (eds), *Tourism and Crisis*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203114049>
61. World Tourism Organization and International Labour Organization (UNWTO and ILO) (2013).

Jurnal sayti: <https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz>

Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Xondamir Ismoilov

Sahifalovchi va dizayner: Iskandar Islomov

2024. № 1

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelamasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga maqola, reklama, hikoya va boshqa ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

El.Pochta: sq143235@gmail.com

Bot: [@iqtisodiyot_77](https://t.me/@iqtisodiyot_77)

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, [@iqtisodiyot_77](https://t.me/@iqtisodiyot_77) telegram sahifamizga to'lov haqidagi ma'lumotni skrinshot yoki foto shaklida jo'natishingizni so'raymiz. Shu asosda har oygi jurnal yangi sonini manzilingizga jo'natamiz.

"Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali 03.11.2022-yildan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan №566955 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №046523. PNFL: 30407832680027

Manzilimiz: Toshkent shahar, Mirzo Ulug'bek tumani
Kumushkon ko'chasi, 26-uy.



Jurnalning ilmiyligi:

"Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali

O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2023-yil 1-apreldagi 336/3-sonli qarori bilan ro'yxatdan o'tkazilgan.