

YAPONIYADA TURIZMNING RIVOJLANISHI

“Alfraganus university”

nodavlat oliy ta’limtashkiloti, Xalqaro

turizm menejmenti kafedrası

katta o‘qituvchisi:

Qutlimurotov Fayzullo Sadulayevich

E-mail: fayzula2023@mail.ru

XXI asr sayohatlar va ochiq chegaralar asri bo‘lib tarixda qoladi. Ko‘plab sayyohlik kompaniyalari mijozlarga har qanday lazzat va daromad uchun turlarni taklif qilishadi va agar xohlasa, sayyoh sayyoramizning istalgan nuqtasiga borishi mumkin. Faqat kimning yordami bilan ezgu orzuvingizni ro‘yobga chiqarishni tanlash qoladi va tanlash uchun ko‘p narsa bor: ko‘chalar potensial sayyohlarni ajoyib xorijiy mamlakatlarda dam olishga taklif qiluvchi sayyohlik agentliklari nomlari bilan yorqin belgilarga to‘la. Yuqori raqobat sharoitida har qanday sayyohlik agentligining asosiy vazifasi, albatta, turizm bozorida yetakchi mavqega ega bo‘lish, daromad olish va oshirishdir. Iste’molchilar e’tiborini o‘z mahsulotingizga jalb qilish usullaridan biri bu bozorga raqobatchilarning mahsulotlaridan farq qiladigan yangi mahsulotni taklif qilishdir. Bu bozorga yangi mahsulotni o‘z vaqtida joriy etish, yangi mijozlarni jalb qilish va korxonada daromadini oshirishdir.

Kalit so‘zlar: innovatsiya, animatsiya, turistik tashkilot, marshrut, turistik resurslar, mehmonxona obyektlari, motivatsiya.

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА В ЯПОНИИ

XXI век – век путешествий и открытых границ. Многочисленные туристские фирмы предлагают клиентам туры на любой вкус и доход, и при желании турист может попасть в любую точку планеты. Остается только выбрать, с помощью кого осуществить заветную мечту, а выбирать есть из чего: улицы пестрят от ярких вывесок с названиями турфирм, приглашающих потенциальных туристов провести отпуск в сказочных заморских странах. В

условиях жесткой конкуренции первостепенной задачей любой турфирмы является, безусловно, завоевание лидирующего места на туристском рынке, получение и увеличение прибыли. Одним из способов привлечь внимание потребителей на свой товар является предложение рынку нового товара, отличного от товара конкурентов. Именно своевременный вывод нового товара на рынок способен привлечь новых покупателей, увеличить доход предприятия.

Ключевые слова: инновации, анимация, туристская организация, маршрут, туристские ресурсы, гостиничные услуги, мотивация.

DEVELOPMENT OF TOURISM IN JAPAN

The 21st century will go down in history as the century of travel and open borders. Many travel companies offer tours to customers for any taste and income, and if desired, the tourist can go to any part of the planet. It remains only to choose with whom to make your dream come true, and there is a lot to choose from: the streets are full of bright signs with the names of travel agencies inviting potential tourists to vacation in wonderful foreign countries. In conditions of high competition, any travel agency's main task is to gain a leading position in the tourism market, earn, and increase. One way to attract consumers' attention to your product is to offer a new product to the market that is different from the products of competitors. This is the timely introduction of a new product to the market, attracting new customers and increasing the company's income.

Keywords: innovation, animation, tourist organization, route, tourist resources, hotel facilities, motivation.

Kirish. 21-asrda xalqaro turizm jahon iqtisodiyotining eng jadal rivojlanayotgan tarmoqlaridan biriga aylandi, unda juda ko'p ishchilar va yirik kapital jalb qilinadi. Yaponiya turizm sanoati dunyodagi eng rivojlanganlaridan biridir. Yaponiya boshqa vakolatlar bilan birgalikda asosan turizm xizmatlari bozorini rivojlantirishning yangi tendentsiyalarini belgilaydi va turizm sanoatining turli sohalarida global alyanslar va strategik alyanslarni yaratishda ishtirok etadi. Iqlim va madaniy omillarning kombinatsiyasi Yaponiyaga tashrif buyurish uchun qulay hisoblanadi. Shunga

qaramay, 90-yillarning oxiri - 2000-yillarning boshlarida mamlakat turizm inqirozini boshidan kechirgan. Ko'pgina ekspertlar hali ham Yaponiyani turizmدا "qoloq" deb hisoblashadi.

2003 yildan boshlab Yaponiya hukumati turizmni rivojlantirish bo'yicha bir qator chora-tadbirlarni ishlab chiqib kelmoqda. Bu, birinchi navbatda, xalqaro reyslar sonining ko'payishi, xorijlik sayyohlarga ham havo, ham quruqlik transportida sayohat haqini to'lashda chegirmalar taqdim etish, shuningdek, Yaponiyada ekskursiya yo'nalishlari bilan tanishtiruvchi videomateriallarni ishlab chiqarish va xorijga tarqatishni maqad qiladi.

Yaponiyada mehmonxona sektorini rivojlantirishga jiddiy e'tibor qaratildi. Yaponiya yuqori texnologiyali mamlakat va uning turizm infratuzilmasi yuqori darajada. Bu yerda siz barcha toifadagi mehmonxonalarning katta tanlovini topishingiz mumkin. Evropa uslubidagi mehmonxonalar deyarli har doim eng yuqori standartlarga javob beradi. Barlar, restoranlar va transport ham yuqori talablarga javob beradi.

Adabiyotlar tahlili. Xizmat ko'rsatish sohasida iqtisodiyotni shakllantirish va joriy etish murakkab jarayon bo'lib, ko'plab omillarga bog'liq bo'ladi. Bu jarayonlarning nazariy jihatlarini ishlab chiqib, amaliyotga tadbiiq qilish borasida yetakchi xorijlik olimlar Don Topskot, Aleks Topskot, Paul Vigna, Maykl Keyseylarning iqtisodiyotda raqamli innovatsion texnologiyalarni qo'llash borasida turlicha qarashlari mavjud. Shu jumladan, Rus olimlaridan A.Minatullaev va D.K.Ismayevlar, Yapon olimi Ruyitora Masubara xalqaro turizm infratuzilmasini rivojlantirishda zamonaviy texnologiyalar yetakchi rol o'ynashi borasida mulohaza yuritadi. Turizmدا zamonaviy metodlarning qo'llanilishi rahbariyatning ish faoliyatiga bog'liq bo'ladi. Bunda rahbariyat oldida muhim masalalar turadi. Avvalo, rahbariyat oldida kapital qo'yilmalar va texnologiyalardan maksimal samara olish masalasi turibdi, deb ta'kidlash mumkin. Buning uchun mahalliy olimlarimizdan A.Abduvohidov, A.Norchaev, Sh.Sayfutdinov hamda S.Xalilovlar tomonidan ham xalqaro turizm va xizmat ko'rsatish sohalarida zamonaviy boshqaruvni joriy etish bo'yicha bir qancha ilmiy taklif va mulohazalar ilgari surilgan.

Методологиya. Maqolada Yaponiya turizmining rivojlanish bosqichlari, u erda amalga oshirilayotgan va qo'llanilayotgan innovatsion jarayonlarning mavjud va potensial imkoniyatlari tahlil qilindi. Mavjud adabiyotlarni o'rganib, muvaffaqiyatli o'zgarishlar va turizmga amalga oshirilayotgan misollari keltirildi. Maqolada Yaponiya turizmini rivojlantirishda yaqin yillarda kutilayotgan go'yalar, taklif-mulohazalar hamda ilmiy-taxnik jarayonlar aniqlanib kerakli takliflar berildi. Insonlarning xohish-istaklarining o'zgarishi, texnologik taraqqiyot, siyosiy va iqtisodiy muhitdagi o'zgarishlar kabi omillar turizmga ta'sir qilishi mumkinligini aniqladi. Bu borada mutaxassislar fikrini o'rgangan holda, kuzatish, qiyoslash, empirik tadqiqot, tizimli va qiyosiy tahlil hamda ekspert baholash kabi usullari orqali turizm sohasining tarkibiy qismlarining rivojlanishi yo'nalishlarini belgilab berish usuli taklif etilgan.

Natijalar. Yaponiyada turistlarning turli sinflari va toifalari uchun har xil turdagi mehmonxonalar mavjud rivojlangan mehmonxona sektori mavjud, bu turistik infratuzilmaning shubhasiz afzalligi hisoblanadi. Yaponiyadagi mehmonxona sektori turli turdagi mehmonxonalar bilan ifodalanadi: hoteru, ryokan, an'anaviy yapon mehmonxonasi, minshuku, onsen mehmonxonalari, biznes mehmonxonalar, kapsulali mehmonxonalar, sevgi mehmonxonalari, hashamatli mehmonxonalar, yoshlar pansionatlari. Yapon mehmonxonalari kamchiligi yuqori narx, afzalligi esa milliy o'ziga xoslik va yapon mehmondo'stligi muhiti hisoblanadi.

Hozirgi vaqtda Yaponiya, turizm sohasini rivojlantirishga e'tibor qaratgan ko'plab mamlakatlar singari, turizm industriyasini qayta tiklashni tezlashtirishga va turizmni tashkil etishga yondashuvlarni o'zgartirishga e'tibor qaratmoqda. Yaponiyada turizmni rivojlantirishning asosiy zamonaviy tendentsiyalari orasida quyidagilar ko'rib chiqildi:

1. Ichki bozorga o'tish va mintaqaviy turizmni rivojlantirish;
2. Ijtimoiy-iqtisodiy oqibatlarini yumshatish;
3. Raqamlashtirish (raqamlashtirish);
4. Ko'kalamzorlashtirish;

5. Raqobatbardoshlik va barqarorlikni oshirish.

Yaponiyadagi chang'i kurortlari va plyajlari ham mashhur, xususan xorijiy sayyohlar orasida. Mehmonxonalar, issiq buloqlar va plyajlarning milliy o'ziga xosligidan tashqari, Yaponiya yana bir qator qiziqarli xususiyatlarga ega. Ko'ngilochar industriya rivojlangan: turli sport tadbirlarini o'tkazish, Disney Land, turli texnik ixtirolar (masalan, robot mushuk, robot-porter), xarid qilish va milliy taomlar.

Yaponiya madaniy jihatdan noyob maskan hisoblanadi. Ko'p miqdordagi madaniy yodgorliklarga (Xramlarga) ega shaharlar sayyohlarga kata qiziqish uyg'otadi: Nikko, Nara, Osaka. Qadimgi asrlardagi tarixiy yodgorliklardan tashqari, Yaponiyada yaqinda bo'lmagan o'tmish voqealari - Xirosima xotirasini saqlaydigan joylar mavjud.

Yaponiya yuqori darajada rivojlangan milliy an'analariga ega va o'zining bayramlari bilan mashhur. Sakura festivali, guruch ekish festivali, Buddaning tug'ilgan kuni festivali, Sapporo qor festivali va boshqalar sayyohlarni mamlakatning milliy rang-barang atmosferasiga cho'mdirish. Yaponiyaning o'ziga xos an'alariga choy marosimlari, Kabuki teatriga tashrif buyurish va sumo kurashi kiradi.

Jahon sayyohlik bozorida Yaponiya birinchi navbatda chiqish turizmi kirish turizmidan sezilarli ustunlikka ega bo'lgan mamlakat sifatida tanilgan va yapon turisti eng "isrofgar"lardan biri hisoblanadi. 1987-1991 yillarda Quyosh chiqayotgan mamlakatda chiqish turizmini rivojlantirishga qaratilgan "O'n million" deb nomlangan dastur faol amalga oshirildi. Natijada turistlar jo'nab ketishining misli ko'rilmagan o'sish sur'atlariga erishildi.

Turist sifatida yaponlarning o'ziga xos xususiyatlari turar joy, transport va axborot xizmatlaridan qulaylik darajasiga talabning ortishi hisoblanadi. Shu bilan birga, ular oladigan zavq to'lovga mos kelishini xohlashadi va "qanchalik arzonroq bo'lsa, shuncha yaxshi" tamoyiliga amal qilmaydi. Bundan tashqari, yapon sayyohlari ovqatlanish odatlari, urf-odatlari nuqtai nazaridan juda o'ziga xos sayyohlar hisoblanadilar va xavfsizlik va sanitariya masalalariga juda sezgir, shuning uchun ularni qabul qilish oldindan tayyorlanishi kerak.

Yaponiyalik sayyohning sayyohlik yoʻnalishini tanlashini belgilovchi omillar qatoriga quyidagilar kiradi: sayohat xavfsizligi, manzilning mashhurligi, sayohat maqsadi nuqtai nazaridan jozibadorligi, maqbul narx, sayohatning qulayligi va qulayligi, qulaylik. harakatning. Sayohat vositasini tanlashda yaponlar birinchi navbatda parvozlar xavfsizligiga va FFP (Tez-tez uchish dasturi) deb ataladigan imtiyozli tariflardan foydalanish imkoniyatiga eʼtibor berishadi. Oxirgi, lekin eng muhimi, havo kemasi kabinasida xizmat koʻrsatish boʻlib, u xizmatning logistik (qattiq) va tashkiliy jihatlarini (yumshoq) oʻz ichiga oladi. Qoʻshimcha xizmatlarga turistik tovarlarni taqdim etish kiradi

21-asrning boshi Yaponiyadan chiquvchi oqimning sezilarli darajada qisqarishi bilan tavsiflanadi. Turistik oqimlarning yoʻnalishlari ham sezilarli darajada oʻzgardi. Yaponlar AQSh va arab mamlakatlariga, keyinchalik esa Gonkong va Janubi-Sharqiy Osiyo mamlakatlariga sezilarli darajada kamroq sayohat qila boshladilar.

21-asrning boshlarida Yaponiyada turizm muvaffaqiyatli rivojlanishiga qaramay, bir qator muammolarni aniqlash mumkin:

1. Yashshning yuqori narxi.
2. Til toʻsigʻi va madaniy toʻsiqlar.
3. Mehmonxona xizmati tizimi.
4. Qattiq viza rejimi.
5. Boshqa mamlakatlarda Yaponiya haqida maʼlumot kamligi.

Yaponiyada turizm industriyasini rivojlantirish ikki yoʻnalishda amalga oshiriladi:

1. Ichki: Yaponiya infratuzilmasini rivojlantirish va chet eldan sayyohlar kelishi uchun qulaylik yaratish.

2. Tashqi: yapon brendini chet elda targʻib qilish. Ragʻbatlantirish sohasida Yaponiya hukumati mamlakatning xorijiy koʻrgazmalar va madaniy tadbirlardagi ishtirokini kengaytirish, shuningdek, yangi, oʻsib borayotgan bozorlarni rivojlantirish niyatida.

Yaponiya ichki tomondan quyidagi choralarni koʻrmoqda:

1. Mehmonxona sektorini rivojlantirish;
2. Turistlar uchun qulayliklar yaratish nuqtai nazaridan turizm infratuzilmasini yaxshilash, masalan, yapon tilini bilmaydigan sayyohlar uchun Tokio metrosining kod tizimini takomillashtirish;
3. Yangi ekskursiyalar va turistik marshrutlarni ishlab chiqish;
4. Yaponiyaning madaniy salohiyati haqidagi ma'lumotlarni o'z mamlakati orasida tarqatish.

Turizm siyosatining tashqi yo'nalishida Yaponiya o'z brendini yangi bozorlarga faol ravishda targ'ib qilmoqda. Eng dolzarb masala viza tartibini soddalashtirish masalasi bo'lib qolmoqda. Yaponiya ham ko'rgazmalar orqali o'z mamlakati haqida ma'lumot tarqatadi.

Xulosa. Hozirgi kunda Yaponiya xalqaro turizm jadal sur'atlarda rivojlanayotgan mamlakatlardan biri hisoblanadi. Mamlakat o'zining noyob tabiiy va madaniy salohiyati bilan yaqin va uzoq xorijlik sayyohlar qiziqishi uchun yangi va foydalanilmagan yo'nalishga ega bo'lganligi tufayli ushbu sohani rivojlantirish uchun barcha imkoniyatlarga ega. Sayyohlik sohasida mahalliy hokimiyat organlari, mamlakat rahbariyati, sayyohlik kompaniyalari va mehmonxona egalari, operatorlar kabi turli tuzilmalar boshqa hech joyda bo'lmaganidek o'zaro hamkorlik qilib kelishmoqda. Bundan ko'zlangan maqsad esa Yaponida xalqaro turizmni eng daromad keltiradigan sohalardan biriga aylantirish hamda aholi daromadini oshirish va iste'molchilarni jalb qilishning asosiy usuli bo'lgan yangi mahsulotlarni taklif qilishdan iborat.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Norchayev A.N., Raximova D.M. Mintaqaviy turizm resurslari. O'quv qo'llanma. – T.: “Yangi nashr”. 2022. – 245 bet.
2. Don Tapscott, Alex Tapscott. Blockchain Revolution: How the Technology Behind Bitcoin is Changing Money, Business, and the World, 2016, 324 p.
3. WILLIAMS S. & LEW A.A. (2015). Tourism Geography: Critical Understandings of Place, Space and Experience. London & New York: Routledge (Subjects 1, 2 & 3).

4. <http://unwto.org/es> (World Tourism Organisation. Various studies and statistics on international tourism) (Subjects 1, 2 & 3). Michael McCall and Clay Voorhees "The Drivers of Loyalty Program Success: An Organizing Framework and Research Agenda" 2010; 51; 35 originally published online Dec 7, 2009
5. www.uzbektourism.uz - O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi sayti.