

Гавҳар Хидирова

Бухоро давлат университети

ТУРИЗМ СИЁСАТИНИНГ УСТУВОР МАСАЛАЛАРИ: ЯПОНИЯ ТУРИЗИМИНИНГ ЙЎЛ ХАРИТАСИ

Аннотация. Ушбу мақолада Япония туризм сиёсатининг устувор масалалари ва уларни ечишга қаратилган туризмнинг йўл харитаси йўналишлари таҳлил қилинган. Бундан ташқари Япония туризм соҳасининг мамлакат иқтисодий-ижтимоий кўрсаткичларига таъсири, туризм ривожланиши ҳамда туризм мақсадларига тўсик бўладиган омилларни бартараф этиш чора-тадбирлари жараёнига алоҳида эътибор қаратилган.

Мақоланинг таҳлилий қисмида Япония туризм органларининг ташкилий тузилиши, туризмга йўналтириладиган бюджет харажатлари, ички, қирувчи ва чиқувчи туризм, Япония туризм саноати ва бошқарув органларининг ташкилий тузилиши, туризм истеъмоли, туризм соҳасидаги корхоналар ва иш билан таъминлаш даражаси, туризм йўл харитаси устувор ташаббусларининг ижобий жиҳатлари ёритилган.

Калит сўзлар: туризм, ички, қирувчи ва чиқувчи туризм, туризм харжатлари, давлат-хусусий шериклик

Gavhar Khidirova

Bukhara State University

TOURISM POLICY ISSUES: JAPAN TOURISM ROAD MAP

Abstract. This article examines the priorities of Japan's tourism policy and the state of the roadmap for tourism to address them. In addition, special attention is paid to the impact of the Japanese tourism industry on the country's socio-economic indicators, the development of tourism and the process of measures to eliminate obstacles to tourism goals.

The analytical part of the article describes the organizational structure of Japanese tourism authorities, tourism expenditures, domestic, inbound and outbound tourism, budgeted tourism expenditures, tourism consumption, tourism enterprises and employment, the positive aspects of tourism road map priority initiatives.

Keywords: tourism, economic engine, domestic, inbound and outbound tourism, tourism costs, public-private partnership

Кириш

Япониянинг туризм соҳаси мамлакат учун асосий иқтисодий двигател ва ҳар йили миллионлаб сайёҳлар япон халқининг тарихи, бугуни, маданияти, урф-одатлари, миллий таомларидан баҳраманд бўлиш учун диққатга сазовор жойларига ташриф буюради. Япония туризмга алоҳида эътибор қаратади сабаби мамлакатнинг иқтисодий-ижтимоий тараққий топишида мамлакатдаги ишсизлик, монетар сиёсат, аҳоли турмуш даражаси, камбағалликни қисқартириш бўйича давлат олдида қўйган функционал вазифаларни айнан шу соҳа орқали маълум доирада ечим топишга ҳаракат эришади. McKinsey Глобал Институтининг 2015 йил март ойида "Япониянинг келажаги: ҳосилдорлик ва ўсишнинг ҳукмронлиги" деб номланган ҳисоботида, Япония иқтисодиётида ҳосилдорликни ошириш йўналишлари ва бу орқали ЯИМ ўсишини икки бараварга яъни 3 фоизгача ошириш имконияти қандай эканлиги тасвирланган. Ушбу ҳисобот иқтисодий ўсиш учун туризмни ривожлантириш, туризм олдида

қўйилган мақсадларни амалга оширишда юзага келиши мумкин бўлган тўсиқларни бартараф этишга қаратилган бир нечта ташаббусларнинг муаммолари ва потенциал таъсирини ўрганиб чиқади. McKinsey институти Японияда ўзининг ваколатхонасига эга бўлиб, у глобал саёҳат, транспорт ва логистика буйича Япония билан ўзаро ҳамкорликларни йўлга қўйган ва бу борада ўзининг илмий асосланган тавсияларини бериб боради.

Хусусан, McKinsey институтининг кўрсатмали асосида Японияда туризм 2017 йил якунлари буйича ялпи ички маҳсулотнинг 2,0 фоизини ва туризмда иш билан банд бўлганлар жами ишчиларнинг 9,6 фоизини ёки 6,5 миллион ходимни ташкил этди. Сўнгги йилларда Японияга сайёҳликнинг ўсиши жуда муҳим бўлиб, халқаро ташрифлар 2017 йилда 28,7 миллион бўлса, 2018 йилда 31,2 миллионга кўтарилиб, 8,7 фоизга ўсди ва кетма-кет олтинчи йилда рекорд кўрсаткич бўлди. 2016-2018 йилларда халқаро сайёҳлардан келадиган даромад 18 фоизга ўсиб, 3,8 триллион иенадан 4,5 триллион иенга етди. [1]. Таққослаш учун, мамлакатда 2011 йилда халқаро ташрифлар сони 6,2 миллион кишини ташкил қилган ва бу ташриф буюрувчилар сонининг беш барабар кўпайиши Японияни ОЕСД мамлакатларидаги энг тез ривожланаётган туристик иқтисодиётга эга давлатлардан бирига айлантирди ва ушбу кўрсаткичлар танланган туризм бозорларига ташрифларда энг катта қирувчи 20 та туризм бозорининг 19тасида юқори кўрсаткичлар қайд этилган[2].

АДАБИЁТЛАР ШАРҲИ

Жаҳон тажрибаси ва турли илмий тадқиқотларнинг натижалари шуни кўрсатмоқдаки, минтақаларнинг табиий-иқтисодий салоҳиятидан ҳамда имкониятларидан самарали фойдаланиш мамлакатда иқтисодий ўсишнинг асосий омилларидан бирига айланмоқда. Ушбу масалалар борасида бир қанча маҳаллий олимларимиз томонидан илмий изланишлар олиб борилган, хусусан Япония туризмини режалаштириш жараёнида минтақалар ва аҳоли яшаш жойларида инвестиция лойиҳалари бевосита амалга оширилади. Бунда ҳар бир минтақани мавжуд табиий, минерал-хомашё, саноат, қишлоқ хўжалиги, сайёҳлик, меҳнат салоҳиятидан самарали фойдаланишни таъминлаш орқали комплекс ривожлантиришга алоҳида эътибор қаратилади (И.С.Тўхлиев, 2010)[3].

Мамлакатда туризм тизими тараққиётининг жадал ривожланишига салбий таъсир кўрсатиб турган омиллардан бири туристик хизматлар бозори, яъни миллий туризм бозорининг талаб даражасида эмаслиги бўлиб, бу ўз навбатида туризм индустриясини катта туристик ресурсларга эга бўлган минтақаларда ривожлантириш имкониятини чегаралайди (Ф.К. Камилова, 2007)[4].

Туризм объектларига инвестицияларни жалб қилишнинг ҳақиқий механизми яхши ривожланмаган, ресурслардан, шу жумладан ишчи кучидан фойдаланишнинг эскирган усуллари сақланиб қолмоқда. Туризм бизнесида маркетинг тадқиқотларининг аниқ тизими ҳали шаклланмаган, туризм маркетингининг кўплаб назарий ва амалий масалалари ривожланмаган бўлиб

қолмоқда, реклама фаолиятини ташкил қилишда ҳам камчиликлар мавжуд (О.Х. Хамидов, 2016)[5].

Халқаро туризм бозорида Япониянинг ўрни, Ўзбекистоннинг туризм бозорида корхоналар учун ўзига хос стратегияни танлаш, туристик мамлакатлар иқтисодийётида Япония тажрибаси муҳим саналади. Туристлик инфратузилмада муваффақият қозониш учун давлат-хусусий шериклик энг яхши амалиётга асосланган илғор тажрибалар асосида шакллантирилган бўлиши керак (М.Т. Алиева, 2005)[6].

Туризм соҳасига йўналтириладиган инвестициялар ҳажмини янада кўпайтириш, инвестицион фаолликни таъминлаш учун давлат томонидан "режалаштириш, бажариш, текшириш, созлаш" цикли Япония туризмни бошқариш стратегиясининг асосини ташкил қилади (Ғ.Х. Қудратов, 2004)[7].

Бундан ташқари, пандемиядан кейин Япония минтақаларида туризмни комплекс ривожлантиришда бир қатор тизимли муаммолар таҳлили, туризм хизматларини рақамлаштириш масалалари (Шимизу К, Девоид И. 2020)[8], Япония туризмида баланснинг бузилиши иқтисодийётдаги салбий ўзгаришлар, сиёсий шароитлар ёки мамлакатларнинг ижтимоий ўзгаришидан келиб чиқади, бу эса ўз навбатида кирувчи туризм сонига тўғридан-тўғри салбий таъсир кўрсатиши мумкин (Нелсон Г, Юко Ш. 2020)[9].

Гарчи ташрифларнинг мавсумий тақсимооти ўз ўрнини тўлдирган бўлса-да, туризмни ташкил этиш мақсади билан туристик ресурслар ва инфратузилмани яхшироқ тарғиб қилиш ҳамда бошқариш, туризмнинг асосий бозор манбаларига эътибор қаратиш, туризм тармоқларини диверсификация қилиш, ташқи макроиқтисодий омиллар, масалан, нисбатан заиф иена барқарорлигини ошириш ва шу билан ташқи салбий кучларга нисбатан заифлигини камайтириш мумкин (Дошита М., Грабурн Н. 2019)[10].

Иқтисодий омиллардан ташқари, туризмнинг бош манбаси бўлган мамлакатларда ва халқаро миқёсида сиёсий кўрсатмаларни ўсишини рағбатлантириш жуда муҳимдир. Шу билан бирга, БМТ сайёҳлик органининг умумий йўриқномасига биноан енгиллаштирилган виза қоидалари Осиё жамоатчилигининг Японияга ташриф буюришларига имкон яратди ҳамда тез ва содда тарзда ташриф буюрувчилар сони кескин ошди (Н. Грабурн, Й. Шиожи, 2019)[11] каби бир қатор хорижий олимларнинг фикр мулоҳазалари ўрганилди.

ТАДҚИҚОТ МЕТОДОЛОГИЯСИ

Ушбу тадқиқотда қўлланилган методология Япония туризм сиёсатининг устувор масалалари ва уларни ечишга қаратилган туризмнинг йўл харитаси, Япония туризм соҳасининг мамлакат иқтисодий-ижтимоий кўрсаткичларига таъсири, тўсиқлар ва имкониятлар таҳлили ўрганилиб, таҳлил, синтез, абстракт-мантиқий ва танқидий фикрлаш, умумлаштириш каби усуллардан фойдаланилди.

ТАҲЛИЛ ВА НАТИЖАЛАР

Япония туризм соҳасини ривожлантиришнинг ўзига хос хусусияти шундан иборатки, туристик корхоналарни қўллаб-қувватлаш мақсадида давлат, хусусий фондлар, ҳудудий молия институтлари тенг шерилик асосида амалий ишларни амалга оширади. Кичик ва ўрта туристик корхоналарга ноёб сайёҳлик йўналишларни ишлаб чиқишда ва туристларни жалб қилишга қаратилган тадбиркорлик фаолиятларини молиялаштиришга, инқироз ёқасига келиб қолган корхоналарга бизнесни тиклашга ёки тезлик билан бошқа турдаги бизнесга алмаштиришга молиявий томондан ёрдам беради. Кичик ва ўрта бизнес вакиллари қўллаб-қувватлаш мақсадида Япония туризм агентлиги ер, инфратузилма, транспорт ва туризм вазирлигининг ташқи органи сифатида ташкил этилган бўлиб, Япония туризмнинг тарғиб қилиш билан боғлиқ масалаларда ҳукумат вакили бўлган сайёҳлик сиёсати ва унинг мувофиқлаштирилишида етакчи рол ўйнайди. Агентлик Visit Japan сайёҳлиги ва бошқа маркетинг тадбирларини бажаришга масъул ташкилот саналади.

Онлайн сайёҳлик агентлари ва турар жой платформалари каби рақамли бизнеслар сайёҳлик маҳсулотларини ва хизматларини харидорлар билан реал вақт режимида боғлаб, шунингдек туризмнинг кичик ва ўрта корхоналар учун бозор кўринишини сезиларли даражада ошириб, туризмни қайта оёққа туришига хизмат қилади. Натижада, кўплаб сайёҳлик кичик ва ўрта корхоналар истеъмолчиларнинг сифат ва самарадорликка бўлган талаблари (масалан, иложи борича енг паст нархда имкон қадар енг яхши хизмат) ни қондириб келмоқда. Маҳаллий ҳокимиятнинг роли маҳаллий йўналишларнинг жозибадорлигини яхшилашдан иборат. Миллий ҳукумат статистика маълумотларини тақдим этиш, минтақавий ҳамкорликни бошлаш ва минтақавий ривожланишни қўллаб-қувватлаш орқали минтақавий ташаббусларни кучайтиришга ёрдам беради.



1-расм. Япония туризм саноати ва бошқарув органларининг ташкилий тузилиши¹

¹ Source: OECD, adapted from the Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism, 2020

Япония туризм агентлигининг 2019 йилдаги бюджети 71,1 миллиард иенни ташкил этди. 2019 йил январ ойида 18 ойлик режалаштириш ва маслаҳатлашув давридан сўнг янги халқаро сайёҳлик солиғи натижасида 48,5 миллиард иена ҳиссасини қўшганлиги сабабли, бюджет 2017 йилги бюджетдан 25,6 миллиард иенадан 2,8 баравар кўпдир [12].

Японияда туризмни молиялаштиришда давлат бюджетидан қўйидагича харажатлар тақсимланади: 27,9 миллиард иена - саёҳатчилар учун стресссиз ва қулай муҳитни яратишга, шу жумладан чегара тартибини яхшилаш ва юқори сифатли жамоат транспортига, 14,9 миллиард иена - Японияда саёҳат қилиш ва сайёҳлик ва бошқа тегишли соҳаларни кучайтиришни таъкидлайдиган маълумотларни тарғиб қилиш учун, маҳаллий маданий ва табиий сайёҳлик ресурсларини сақлаб қолиш орқали минтақаларда ташриф буюрувчиларнинг тажрибали қабул қилиш ва кутиб олиш сифатини яхшилаш учун 22,4 млрд иена, Тоҳоку минтақасини тиклашга ёрдам бериш учун 4,5 миллиард иена ажратилади.

1-жадвал

2017 йил Япония туризми истеъмоли кўрсаткичлари, млн. иена²

	Ички туризм харажатлари	Кирувчи туризм харажатлари	Ички туризмни истеъмол қилиш
Истеъмол маҳсулотлари	22 519 868	4 146 454	27 117 447
Туризмга хос маҳсулотлар	13 855 753	2 705 868	17 012 746
Ташриф буюрувчилар учун турар жой хизматлари	3 714 472	1 076 939	5 242 536
Озиқ-овқат ва ичимликлар хизматлари	2 748 162	766 037	3 514 198
Йўловчиларни ташиш бўйича хизматлар	5 677 561	131 293	6 382 513
Ҳаво йўловчилар транспорти хизматлари	2 145 451	34 545	2 490 900
Темир йўл йўловчилар транспорти хизмати	2 829 756	29 195	3 121 706
Автомобил йўловчилар транспорти хизматлари	590 561	60 715	651 276
Сув йўловчилар транспорти хизматлари	111 793	6 838	118 631
Транспорт ускуналарини ижарага бериш бўйича хизматлар	301 844	43 027	344 871
Сайёҳлик агентликлари хизматлари	449 165	22 462	471 627
Маданий хизматлар	327 185	35 371	362 556
Спорт ва дам олиш хизматлари	637 363	57 081	694 444
Бошқа истеъмол маҳсулотлари	8 664 115	1 440 586	10 104 700
Туризмга боғлиқ маҳсулотлар	8 092 770	1 418 344	9 511 114
Туризмга тегишли бўлмаган истеъмол маҳсулотлари	571 345	22 242	593 587

2011 йилдан 2015 йилгача Япониянинг туризми дунёдаги энг тезкор кўрсаткичлар қаторида йилига 33 фоизга ўсди. Ушбу ўсишга асосан ташқи омиллар (япон иенасининг кадри ошиши ва Хитойнинг иқтисодий ўсиши) ҳамда сиёсатнинг бир пайтдаги ўзгаришлари (авиакомпанияларни тартибга солиш ва Хитой, Малайзия ва Таиланддан келган сайёҳлар учун визаларнинг енгиллашиши) таъсир кўрсатди.³

Япониянинг туризм соҳасини ривожлантиришнинг самараси жуда катта: 2015 йилда халқаро сайёҳлар Япония иқтисодиётига 3,5 триллион иена (тахминан 35 миллиард АҚШ доллари) миқдорида маблағ қўшдилар. Япония

² <http://oe.cd/disclaimer>

³ Survey on the behavior of inbound tourists, Japan Tourism Agency, 2015, mlit.go.jp.

⁶[Number of arrivals by nationality], Japan National Tourism Organization Statistics, 2011–2015, jnto.go.jp.

рахбарлари, кирувчи туризмнинг қудратли иқтисодий двигател бўлиши мумкинлигини тушуниб, 2015 йилда ташриф буюрган 19,7 миллион кишидан 2021 йилда 40 миллионгача бўлган йиллик туризмни икки бараварга ошириш стратегиясини ишлаб чиқдилар⁴.

Ҳукумат, шунингдек, сайёҳликни кам аҳоли яшайдиган минтақаларни тиклаш учун катализатор сифатида жалб қилиш учун метрополитен бўлмаган ҳудудларда йиллик ташриф буюрадиган кунларни деярли уч баравар оширишга интилоқда.

2-жадвал

Японияда туризм ва шу соҳа билан бевосита боғлиқ соҳасида фаолият юритаётган корхоналарнинг тармоқлар кесимида иш билан таъминлаш даражаси таҳлили⁵

	Иш билан банд бўлганлар сони				
	2014 йил	2015 йил	2016 йил	2017 йил	2018 йил
Туризм соҳалари	842 359	6 431 130	6 346 990	6 440 900	6 483 850
Меҳмонхоналар ва шунга ўхшаш муассасалар	52 387	623 250	581 020	579 830	610 560
Озиқ-овқат ва ичимликлар хизмат қилувчи саноат	619 711	3 443 750	3 464 980	3 521 170	3 505 440
Йўловчи ташиш	36 811	1 045 760	975 980	966 490	973 690
Ҳаво йўловчилар транспорти	897	46 980	46 910	47 050	46 780
Йўловчилар ташиш темир йўллари	5 054	305 890	260 600	284 250	272 040
Автомобил йўловчи транспорти	25 204	622 430	598 100	564 610	584 710
Сув йўловчилар транспорти	5 656	70 460	70 370	70 580	70 160
Йўловчи транспортини қўллаб-қувватлаш хизматлари	71 424	598 950	633 290	646 940	654 870
Спорт ва дам олиш саноати	62 026	719 420	691 720	726 470	739 290
Бошқа тармоқлар	4 847 007	59 502 870	59 873 010	60 411 100	61 017 150

Ташқи бозорлардан ташриф буюрувчиларни жалб қилиш - бу юзлаб (ҳатто минглаб) манфаатдор томонларни ўз ичига олган мураккаб иш. Ушбу вазифа жуда катта аҳамиятга эга бўлиб, буни битта ташкилот бажариши ва самарали бошқаришни ташкил қилиш қатор қийинчиликларни келтириб чиқаради. Шунинг учун Япониянинг туризм ташаббусини бошқариш учун давлат-хусусий шериклик (public-private partnership) ташкил қилинишни йўлга қўйган. Пандемиядан кейин келадиган туризмни йиллик 40 миллионга етказишда муваффақият қозониш учун давлат-хусусий шериклик энг яхши амалиётга асосланган илғор тажрибалар асосида шакллантирилган бўлиши кераклигини таъкидлайди. Шу жумладан, аниқ етакчилик, мувофиқлаштиришнинг сезиларли даражаси ошириш, "режалаштириш, бажариш, текшириш, сошлаш" циклини тарғиб қилиш, мақсадли тадбирларни амалга ошириш, периферик саноатни жалб қилиш ва илғор технологиялар

⁷Source: OECD Tourism Statistics (Database). StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888934077217>

қўллаш. Юқоридаги шаклланганидан сўнг, давлат-хусусий шериклик бешта асосий восита атрофида қурилган йўл харитасини бажариши керак:



2-расм. Япония туризмнинг йўл харитаси⁶

Япония туризм соҳасида ҳосилдорликни оширувчи технологиялар (масалан, булутли ҳисоблаш, маълумотларни таҳлил қилиш, даромадларни бошқариш бўйича дастурий таъминот) инноватцион технологиялар (масалан, кенгайтирилган ҳақиқат, географик белгилар, мобил иловалар) янги меҳмонлар учун янги маҳсулотларни ишлаб чиқаради, мослаштиради ва етказиб беради. Ушбу рақамли технологиялардан ҳар хил ҳажмдаги туризм бизнесида қўллаш туризм қиймат занжирларининг янада самарадорлигини оширишга қолаверса, Япониянинг туризм сиёсатини халқаро стандартларга олиб чиқиш учун муҳим таъсир кўрсатади. Шунинг учун туризмда рақамлаштиришга кўмаклашиш ва уни таъминлаш туризм йўл харитасининг асосий вазифаси қилиб белгаланadi.

Бундан ташқари қоғозга асосланган маркетинг ва реклама

⁶Tourism vision realization program 2016, Жапан Tourism Agency, May 2016, mlit.go.jp.

материалларини рақамли форматга алмаштириш, ташриф буюрувчиларнинг ташриф буюрган жойидаги фойдаланувчиларга реал вақт режимда мураккаб жамоат транспорти тизимлари бўйича кўрсатма берадиган саёҳат ёрдамчиларини ўз ичига олган тизимни яратиш туризм саноати учун маълумотларни таҳлил қилиш, мижозларнинг хоҳиш-истакларини турли каналлар орқали сотиб олиш хатти-ҳаракатларини катта эҳтимоллик билан аниқ башорат қилиши мумкин. Шунингдек, Big Date дан фойдаланган ҳолда корхоналарнинг имкониятлари янги бизнес моделлари ва самарадорлик кўрсаткичларини таҳлил қилишга, прогноз кўрсаткичларини аниқ бажарилишига, мижозлар тўғрисидаги маълумотлар базасини яратиш ва узок вақт мобайнида сақлашга, маълумотлар махфийлигига, корхона даромадларни бошқариш ва динамик нархларни яратишга эришади.

Хулоса ва таклифлар

Биринчидан. Япониянинг туризм ташаббусини бошқариш учун Япония туризм фаолияти ва келажаги асосан аҳолининг турмуш даражаси ва сифатини доимий ошиб бориши билан белгиланади.

Иккинчидан. Ўрта синфни шаклланиши ва кенгайиши туризм хизматларига бўлган асосий талабни келтириб чиқаради.

Учинчидан. Туристик инфратузилмаси объектларини (транспорт ва меҳмонхона хизматлари, логистика марказлари, замонавий ахборот технологиялари ва бошқалар) барқарор ривожланишини таъминлаш ҳал қилувчи омил саналади.

Тўртинчидан. Туризм соҳасида юқори малакали кадрларни тайёрлаш ва қайта тайёрлаш энг муҳим ва ҳал қилувчи омил бўлиб қолмоқда;

Юқоридаги фикр ва хулосалардан келиб чиқиб қуйидаги таклифларни Ўзбекистон туризм соҳасига қўлласак мақсадга мувофиқ бўлар эди:

- туристик инфратузилмада муваффақият қозониш учун давлат-хусусий шериклик энг яхши амалиётга асосланган илғор тажрибалар аниқ стратегик етакчилик, мувофиқлаштиришнинг сезиларли даражаси ошириш, "режалаштириш, бажариш, текшириш, созлаш" циклини тарғиб қилиш, мақсадли ва манзилли тадбирларни амалга ошириш, ҳарбир жараёни мониторинг қилиш ва илғор рақамли технологиялар қўллаш асосида шакллантирилган бўлиши керак.

- туризм соҳасига йўналтириладиган инвестициялар ҳажмини янада кўпайтириш, инвестицион фаолликни таъминлаш учун давлат томонидан қулай шароит яратиш, туризм бизнесини қўллаб-қувватловчи молия институтлари, фондлар, ҳудудий корпорацияларни ташкил этиш лозим;

- сайёҳларни истаган мамлакатга боришлари учун ўрнатилган тартиб қоидаларни оддий ва қулай бўлишига эътибор қаратмоқ лозим;

- Япония туризмнинг йўл харитасидан Ўзбекистон туризм соҳасида шарт-шароитимизга мослаштирган ҳолда фойдаланиб туризмни халқаро замонавий меъёрлар ва стандартлар даражасига кўтариш мақсадга мувофиқ деб ўйлаймиз.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

1. OECD, adapted from the Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism, 2020
2. Updates on the action program to become tourism-oriented countries], Japan Tourism Agency, September 2015 mlit.go.jp.
3. Тўхлиев И.С. ва бошқалар. Туризмни режалаштириш. Дарслик. – Т.: «Иқтисод-молия» нашриёти, 2010. – 238 б. 9
4. Камилова Ф.К. Халқаро туризм бозори. Ўқув қўлланма. – Т.: ТДИУ, 2007. – 192 б. 8
5. Хамидов О.Х. Выбор конкретной стратегии предприятия на рынке туристических услуг Узбекистана. Диссертация на получение степени кандидата экономических наук. – С.: СамИСИ, 2016. – 155 с.
6. Алиева М.Т., Умаржонов А. Туристлик мамлакатлар иқтисодиёти.-Т.: Молия 2005, -339 бет.
7. Қудратов Ғ.Х., Тухлиев И.С. «Туризм иқтисодиёти». СамИСИ., С.: 2007 й.
8. Shimizu K, Devoid I. The 2020 Olympics and Paralympic Games and COVID-19. BMJ Opinion, 7 May 2020. <https://blogs.bmj.com/bmjgh/2020/05/07/the-2020-olympics-and-paralympic-games-covid-19/>
9. Nelson Graburn, Yuko Sh. Shuzo Ishimori: a pioneer of tourism studies in Japan//An International Journal of Tourism and Hospitality Research//Volume 31, 2020 - Issue 1 p. 12
10. Doshita M., Graburn N. (2019). Shinji Yamashita: A leader of tourism studies in Japan // An International Journal of Tourism and Hospitality Research, Volume 30 (4), p. 1–8.
11. N. Graburn, Y. Shioji Graburn, N., (2019). Contents tourism: Japanese and international fandom. // Journal of Tourism and Cultural Change, Fall, Volume 18(1), p.1–11.
12. Survey on the behavior of inbound tourists], Japan Tourism Agency, 2015, mlit.go.jp.
13. "Non-metropolitan areas" includes all regions of Japan except Tokyo and surrounding prefectures (Chiba, Kanagawa, and Saitama), Aichi (including Nagoya City), and greater Osaka (Hyogo, Kyoto, and Osaka).
14. Japan, World Bank, worldbank.org/country/japan.
15. Source: OECD Tourism Statistics (Database). StatLink <http://dx.doi.org/10.1787/888934077217>