

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА
МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ

А.Н.НОРЧАЕВ

Р.Т. АХМЕДХОДЖАЕВ

**ТУРИЗМДА
КОММУНИКАЦИЯ**

Ўқув қўлланма

Тошкент-2007

Масъул муҳаррир: и.ф.н., доц. А.Эштаев

Тақризчилар: и.ф.н., доц. А.С.Юсупов

т.ф.н, доц. Д.М. Ли

А.Н.Норчаев, Р.Т. Ахмедходжаев. Туризмда коммуникация. -Ўқув қўлланма.

– Т.: ТДИУ, 2006 й -230 б.

Ўқув қўлланма туризмда коммуникацияни ривожланишини ўрганиш, таҳлил қилиш ва уни ташкилаштириш жараёнларини ҳамда ривожланиш босқичларини аниқлашга бағишланган.

Ўқув қўлланма Олий ўқув юртларининг иқтисодий мутахассисликлари бўйича билим олаётган талабалар, тадқиқотчилар, профессор - ўқитувчилар, туризм касб-хунар коллежлари ўқувчилари ҳамда туризм соҳаси билан шуғулланаётган барча ходимларга мўлжалланган. Ўқув қўлланма айрим камчиликлардан ҳоли бўлмаслиги мумкин.

Китобхонларнинг бу борадаги барча фикр-мулоҳазалари ва таклифлари муаллиф томонидан миннатдорчилик билан қабул қилинади.

© Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti , 2006

© Ташкентский государственный экономический университет, 2006

© Tashkent state university of economic, 2006

Ответственный редактор: к.э.н., доц. А.Эштаев.

Рецензисты: к.э.н., доц. А.С.Юсупов.

к.и.н., доц. Д.М.Ли.

А.Н.Норчаев. Международный туризм. Учебное пособие. -Т.: ТГЭУ, 2006. -230 стр.

Учебное пособие посвящает изучению международного туризма, организации и формированию его основных процессов, также уточнению этапов развития. Учебное пособие предназначено для всех студентов высших учебных, которые учатся по экономическому направлению, соискателям, учителям, профессорам, ученикам средних специальных колледжей туризма, а также всем работникам, занимающиеся в туристской отрасли. В учебном пособии может быть допущено несколько ошибок.

По этому поводу со стороны авторов с благодарностью принимаются рассуждения и предложения читателей.

©-Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, 2006.

©-Ташкентский государственный экономический университет, 2006.

©-Tashkent state university of economics, 2006.

Responsible editor: dos. A.Eshtayev.

Reviewers: dos. A.S.Ysupov.

dos. D.M.Li.

A.N.Norchayev. International tourism. –T.: TSEU, 2006. -230 p.

The manual is devoted to studying of international tourism, the organization and formation of its basic processes, also specification of stages of development. The manual is intended for all students higher educational which study in an economic direction, to competitors, teachers, professors, pupils of average special colleges of tourism, and also all workers, engaged in tourist branch. In educational the grant can be admitted some mistakes.

In this occasion from authors with gratitude reasoning and offers of readers are accepted.

©-Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, 2006.

©-Ташкентский государственный экономический университет, 2006.

©-Tashkent state university of economics, 2006.

КИРИШ

Бугунги кунда хал=аро туризм динамик равишида ривожланаётган хизматлар хал=аро савдоси тури былиб келмоқда. Охирги 10 йил давомида дунё бййича хорижий туристлар сонинг ўртача йиллик ўсиши суръати 4,1%, валюта тушумларининг ўртача йиллик ўсиш суръати 5,3 % ни ташкил этди. Умумжашон туристик ташкилоти маълумотларига кўра 2002 йил дунёда 703 млн. турист қайд этилган, хал=аро туризмдан тушган даромадлар 474 млрд. А+Ш долларини ташкил этди (хал=аро транспорт хизматларини ҳисобга олмаган ҳолда). Умуман 1950 йилдан 2002 йилга қадар хал=аро туризмдан тушган йиллик валюта ҳажми 140 марта ўсгани қайд этилди.

Мутахассислар хулосасига кўра, хал=аро туризмнинг ривожланиши бундан кейин ҳам давом этади. Ҳар хил ҳисобларга таянган ҳолда 2010 йилда туризм соҳаси йирик экспорт соҳасига айланиши кутилмо=да. Агар хал=аро туризм ҳозирги ўсиш суръатида давом этса, 2007 йилда хал=аро туристлар сони 900 млн, 2010 йилда 937 млн. кишини ташкил =илиши башорат =илмо=да.

Олимларнинг ҳисоб китобларига кўра хал=аро туризм индустриясининг ривожланиши асосида =уйидаги омиллар ётади:

- и=тисодий ўсиш ва ижтимоий прогресс;
- транспорт воситаларининг ривожланиши;
- ривожланган давлатларда ишчи ва хизматчилар сонининг купайиши ва улар моддий ва маданий савиясининг ошиши;
- мешнат интенсификацияси ва мешнаткашлар таътилининг узайиши;
- давлатлараро муносабатлар ва маданий алоқалар ривожланиши шахслараро алоқаларнинг минтақа ва минтақалараро миқёсида кенгайиши;
- хизматлар соҳасининг ривожланиши;
- технология ривожланиши (алоқа ва ...)
- чегара тўсиқлари, валюта алмашуви ва четга чиқариш тўсиқларининг камайиши,

қоғозбозликнинг =ис=ариши.

Дунё бййича туризмнинг ашамияти доимий равишда ўсиб келмоқда. Бу туризмнинг и=тисодиётга былган бевосита таъсири натижасидир.

Туризм айрим давлатлар и=тисодиётида мушм вазифаларни бажариб келмоқда:

1. Валюта манбаи, бандликни таъминлаш воситаси ва тўлов баланси муаммосини ечишда хизмат қилмоқда;
2. Ялпи ички маҳсулот (ЯИМ) қырсаткичи кўтарилмоқда;
3. Иқтисодиёт диверсификацияси шамда, туризмга хизмат қырсатувчи янги сощалар пайдо былишига таъсир қырсатмоқда.
4. Туризм сощасида бандлик ўсиши билан, ахоли даромадлари ва миллатнинг бойлиги ортмоқда.

Бугунги кунга келиб туризм МДХ давлатларида ривожланаётган сощага айланди. Туристик фаолиятнинг шамма сощалар, давлат тармо=лари савияси, шам турбизнес пайдо былиши, янгича ишлаш таклифининг кенгайиши ва махсуслашувни чуқурлаштириш бййича изланишлар давом этмоқда.

Ўзбекистонда туристик о=имлар турли вилоятларда турлича шаклланмоқда. Асосан хорижий ва маҳаллий туристлар Самарқанд, Бухоро, Хива ва Шахрисабз каби тарихий шащарларга йўналмоқда. Келаётган туристлар ичида А+Шнинг ырни ортиб бормо=да. Дунёдаги умумий туристик саёҳатлар ҳажмида А+Шнинг улуши 25,9 % ташкил этди. А+Ш туристик хизматлар экспорти, яъни хорижий туристларни қабул =илиш бййича дунёда олдинги ўринни эгалламоқда.

Европа давлатлари шам хорижий туристлар дам олиши ва хизмат қырсатиши учун жуда =улай былиб, ызига миллионлаб туристларни жалб қилмоқда. Шу билан бирга Африка, Австралия. Жанубий Америка, Антарктида, Мексика каби минтақаларнинг хорижий туристларга хизмат қырсатишдаги улуши йилдан-йилга ортиб бораётганлигини таъкидлаб ытиш зарур.

Бугунги кунда миллий итисодиётнинг ўсиши дунё бозирга боли= былмо=да. Туризм, давлатларни ўзаро яқинлаштирибгина қолмай, балки хал=аро муносабатларни ривожлантиришда муҳим омил былмо=да. Шунинг учун, хал=аро туризмни тўри ташкил этиш ва бош=ариш зарурати сезилмоқда.

I- бoб. ХАЛҚАРО ТУРИЗМНИНГ РИВОЖЛАНИШ ДИНАМИКАСИ

- 1.1.Хал=арo туризмнинг ривожланиш бoс=ичлари
- 1.2.Хал=арo туризмнинг макрои=тисодий кырcаткичлари
- 1.3.Хал=арo туризм бoзoри cигменти
- 1.4. Хал=арo туризмнинг ривожланиши йыналишлари

1.1. Хал=арo туризмнинг ривожланиш бoс=ичлари

Хал=арo туризмни замонавий, илмий асосланган шoлда амалга ошириш \oясини руёбга чиқариш XIX асрнинг 40-йилларига ты\ри келган былиб, бу жараён саноатнинг ривожланиши ва ишлаб чиқаришнинг такомиллашуви билан бо\ли=дир. Бу ва=тга келиб, туристик саёхатлар поездлар, автомобиллар ва пароходларда амалга оширила бошланди, улар аввалги транспорт воситалаларидан тубдан фар= =илиши билан ҳарактерлидир. Инсонларнинг мецнат =обилиятини са=лаш ва ривожлантиришга =аратилган ижтимоий стратегиянинг муцим соцаларидан бири былган туризмнинг сезиларли даражада фаолият кырcатиши учун етарли шарт-шарoитлар айнан шу даврда пайдо бўла бошлади. Бу даврда и=тисодий томондан ызини ынглаб олган мамлакатларда кишилар оламни кенгро= билиш ма=садида дунёнинг турли хил бурчакларига саёхат =ила бошладилар. Замонавий, ҳар томонлама пухта ишланган режа асосида туризмнинг янги бoс=ичини дунёда биринчи былиб асли дурадгор былиб ишлаган Буюк Британиялик Томас Кук 1841 йилда бошлаб берди. Томас Кук олдинги касбини ташлаб, бор имконияти билан хал=арo саёхатларни ташкил этиш учун янги касбни ижод эта бошлади.

Томас Кук замонавий туризмни Англиянинг икки шaцри орасида амалга оширди. У “Temperake” (Яшил ой) жамияти аъзоларининг Долнгборг шaцрида

ичкиликка қарши кўраш масаласига бағишланган анжуманга олиб бориш учун поездни ижарага олди. “Midland Railways” ширкати билан шартнома тузган Кук биринчи марта махсус бориш- қайтиш чипталарини бостиради ва Ланкастр-Долнборг орасидаги йил саёҳатини энг такомиллаштирилган шолда амалга оширишга эришди. Бу саёҳатнинг нархи киши бошига бир шиллингдан тўри келди. Бу нарх уша пайтда энг арзон ҳисобланар эди. Унинг ўзи шам бу жамиятга аъзо бўлгани учун саёҳатдан фойда олмади, лекин қилган ҳайрли ишдан нафақат жамият аъзолари, балки бошқа кишилар шам манфаатдор бўлгани учун Кук бу ишни катта бизнесга айлантиришга қарор қилди.

Томас Кук 1846 йили фаолиятини ривожлантириш мақсадида кўшни давлат бўлган Шотландияга поезд ва пароходда саёҳатлар уюштирди. Бу саёҳатлар муваффақиятли чиқди. Энди бундай саёҳатлар дастурларини ишлаб чиқиб пул топиш Кук ва унинг ўғли учун бизнес фаолиятига айланиб улгурган эди. Кук 1860 йилда Лондон шаҳрида дунёда биринчи бўлиб Ўзининг хусусий туристик корхонасини очди ва бу корхона “Thomas Cook Travel” номини олди. Бу туристик корхона ҳозирги кунда шам ўз фаолиятини давом эттириб келмоқда. Кук ва унинг ўғли фирмаси 20 йил ичида фаолиятини кенгайтириб Шимолий Америкага шам саёҳат уюштиришни бошлаб, тажрибалар орттирди ва маълум ижобий натижаларни қўлга киритди. Кук Шимолий Америкага олиб борган туристлар гуруҳини Нью-Йорк, Вашингтон, Ричмонд, Буюк қўллар соҳиллари, Ички Уруш шудудлари, Кентукки, Ниагара шаршараси ва Монтериал бийлаб саёҳат қилдирди. Кук томонидан дунёнинг барча шудудларига саёҳатлар уюштирилиши натижасида “Саёҳат қилмоқчи бўлсангиз Томас Кукка мурожаат қилинг” деган шиор пайдо бўлди ва бу шиор бутун дунёга тарқала бошлади.

Халқаро туризмнинг ривожланиши, шу билан биргаликда турфирма ва турагентликларнинг фаолияти Биринчи Жаҳон уруши бошланиши билан тухтаб қолди. Тўрт йиллик уруш тугаши билан, 1919 йилдан бошлаб ҳарбий

самолётларнинг фуқароларни ташишга мослаштирилиши натижасида туристик фирма ва турагентликларнинг фаолияти яна жонлана бошлади. Халқаро туризмнинг исламотида ызини тиклаб олиши ва ривожланишига бир атор етарли асослар бор эди.

Аввало, туризм ранг-баранг таассуротлардан ҳосил былган фикр ва тасаввурларни янада бойитади, инсонларнинг рухий ҳолатига таъсир этади ва уларнинг фаол меънат фаолиятини давом эттиришига замин яратади. Инсоннинг шахс сифатида камол топишида ҳам туризмнинг аҳамияти катта. Туризм кишиларнинг атроф-муҳит, сафардан олган таассуротлари асосида уларнинг интеллектуал маданиятини ошириб, шу орқали кишиларнинг ижтимоий маданияти андай даражада эканлигини кўрсатиб бермоқда. Ривожланган мамлакатларда оила бюджетининг салмоқли ҳиссаси халқаро саёҳатлар ва дунё халқлари урф-одатларини ырганиш ва туристик хизматларни сотиб олиш учун сарфланаётгани соҳанинг келажagini белгилайди.

Туризмнинг тез ривожланиши туризм инфраструктурасининг жадал суратлар билан ривожланиб кетишига сабаб бўлди. Инфраструктурага боғлиқ ҳолда корхоналар, туристларга асосий хизмат турларини кўрсатадиган соҳалар (меҳмонхоналар, мотеллар, кемпинг ва пансионатлар, умумий овқатланиш муассасаларининг кўпайиши), туристик фирмалар, транспорт ташкилотлари, туризм соҳаси бўйича кадрлар малакасини ошириш ва қайта тайёрлаш билан шуғулланувчилар, ахборот ва реклама хизмати, туризмни бошқариш органларнинг вужудга келиши туристлар учун товарлар ишлаб чиқарувчи корхоналар чакана савдо корхоналари анча ривожланди. Ҳозирги кунда жаҳонда туристик наشريётларни янада ривожлантириш учун махсус полиграфик базаларни ташкил этиш раёбатлантирилиб келинмоқда.

Туризм бўйича шуғулланаётган етакчи мутахассислар уни тўртта асосий гуруҳга бўладилар:

- рекреацион ёки со\ломлаштирувчи туризм. Бунга асосан дам олиш ва даволаш муассасаларининг фаолияти киради;
- экскурсион туризм, яъни дунёни билишга қизиқувчилар учун табиий, маданий ва тарихий жиҳатдан диққатга сазовор жойлар билан танишиб, шу орқали таассурот олишга ёрдам бериш. Экскурсион туризм ҳам рекреацион туризм каби уз ырнига эгадир;
- илмий туризм - бу илм ырганиш ва малакани ошириш ма=садида =илинган саёҳат, илмий анжуманлар уюштириш тушунилади;
- ишчи кучи туризми ёки иш туризми. Бунда ишчи кучи орти=ча бўлган жойлардан ишчи кучига талаб катта бўлган мамлакатларга ва=тинча бориб ишлаш ва бош=алар тушунилади.

Туризмнинг турли хилларини кыриб чиққанымизда уларнинг ичида диннинг ҳам алоҳида ўрин тутишини кўрамиз. Диний туризмнинг ҳозирги кунда дунё миқёсида энг тез ривожланаётгани буни асосий далилидир.

Хал=аро туризмни транспорт воситалари бййича авиация, автомобиль, темир йыл, денгиз ва дарё транспортларига ажратиш мумкин. Ҳозирги замон туризмида деярли барча туристлар автомобиль ва самолётлардан кенг фойдаланиб келмоқда. Денгиз ва дарё транспорти асосан круизга (дунё бййлаб саёҳат) чиқувчилар ҳисобига ривожланмоқда. Шунинг учун ҳам Европа, Кариб денгизи, Жануби-Шар=ий Осиё, Африка давлатлари қиргоқлари бййлаб =илинаётган саёҳатлар анча =изи=арли былиб бормо=да. Кейинги йилларда Аляска, Ирландия, Шпицберген ва Антарктида бййлаб =илинаётган саёҳатлар ҳам асосий йыналишлар таркибига кириб бормо=да. Янги асрда А+Ш, Япония, Россия ва Германияда космик туризмни ривожлантириш режалари ишлаб чиқилмоқда ва турагентликлар томонидан олдиндан хизмат турлари таклиф =илмо=да. Бу каби янги йыналишлар кенг оммада катта қизиқиш уйғотмоқда.

XXI асрда космик туризмни ривожлантириш, сайёҳларни космосда сайр қилдириш ва шу билан бир =аторда янги туристик йыналишлар ишлаб чи=иш асосий йыналишлардан бирига айланмоқда. Дунёда биринчи былиб Россиялик туроператорлар томонидан космик туризмнинг йыналиши ишлаб чиқилди ва муваффақиятли амалга оширилди.

Ҳатто кейинги ўн йилликда шу нарса намоён былаяптики, баъзи мамлакатларда туризмга мослаштирилган махсус шудудлар (регионлар) ташкил =илмо=да. Буларнинг асосийлари тоғли шудудларда, денгиз киргоқларида, табиати гўзал жойларда ташкил этилмоқда.

1.2. Хал=аро туризмнинг макрои=тисодий кырсаткичлари

Хал=аро туризм жашон и=тисодиётининг етакчи тармо=ларидан былиб, валюта тушумларини тўлдириб боришнинг мушм манбаига айланиб бормо=да. У ҳозирги ва=тда хизматлар кўрсатиш борасидаги жашон экспорти йыналишларини белгиловчи омил былмо=да. Жаҳон савдо тизимида туризм нефт ва автомобил савдосидан кейинги учинчи ўринни мустаҳкам эгаллаб, экспертлар тахминига қараганда келажакда етакчилик =илиши кутилмо=да. Хал=аро туризм улушига жашон экспорти умумий ҳажмининг 7-9%и ва хизматларнинг 30%и ты\ри келади. Бутунжашон Туризм Ташкилоти маълумотига кўра Европа туризми ызига хос былиб минтақалараро таққослаганда олдинги ыринда былиб, жашон туризмнинг 60-65%ни ташкил қилмоқда.

1.2.1-жадвал

Хал=аро туристик о=им быййча жашоннинг етакчи мамлакатлари

№	Мамлакатлар	Туристлар сони (млн. киши ҳисобида)	2002 йилдаги умумий улуш,%
---	-------------	-------------------------------------	----------------------------

1	Франция	77.0	11,1
2	Испания	54.0	7,4
3	А+Ш	41.1	6,0
4	Италия	39.0	5.8
5	Буюк Британия	24.4	3,2
6	Хитой	36.0	5,2
7	Мексика	19.0	3,0
8	Польша	18.8	2,7
9	Канада	20.1	2,9
10	Австрия	18.6	2,5
11	Германия	18.0	2,6
12	Чехия	16.3	2,3
13	Россия	15.8	2,2
14	Венгрия	14.6	2,1
15	Португалия	11.8	1,7

Манба: Основные показатели развития туризма в 2003 году. ВТО.

Дунё туризм индустрияси кейинги ўн йилликда мисли кырилмаган молиявий натижаларга эришди.

1.2.2-жадвал

**Хал=аро туризмдан олаётган даромадлари быйича
етакчи былган мамлакатлар (*транспортдан ташқари*).**

№	Мамлакатлар	Даромад млн доллар	2002 йилда умумий ҳажмдаги улуши%
1	А+Ш	66,540	14,0
2	Италия	26,927	5,8
3	Франция	32,300	6,8
4	Испания	33,685	7,1
5	Б. Британия	17,895	3,8
6	Германия	19,240	4,0
7	Хитой	20,500	4,3
8	Австрия	11,264	2,4
9	Канада	9,133	2,1
10	Австралия	8,575	1,9
Жами дунё мамлакатлари		474,741	100

Манба: Основные показатели развития туризма в 2003 году. ВТО.

Кейинги ун йилликда валюта тушумларини бир оз ынглаб олаётган давлатлар =аторига тезлик билан Жануби-Шар=ий Осиё мамлакатлари кириб келмоқда. Бу давлатлардаги 1998-99 йиллардаги и=тисодий инқироз туризмга шам таъсир қилмасдан қолмади, лекин ўз ва=тида кўрилган чоралар тезда натижасини бериб туризм бир маромда ривожланишга тушди ва жашондаги ўртача кырсаткичлардан анча олдинга ўтиб кетди. Индонезия давлатида туризм кўшни мамлакатлардагидан анча тез ривожланаётгани билан алоҳида ащамият касб этмоқда. Бу давлатда хал=аро туризм давлат сиёсатига кўтарилган былиб мунтазам равишда назорат қилиб борилади. Ҳозирда Индонезияга кўшни давлатлар Сингапур, Малазия, Таиланд каби туризми ривожланган мамлакатлар рақобатчисига айланиб улгуришди.

1.2.3-жадвал

Давлатларнинг туризмга харажатлари (транспортдан ташқари)

№	Мамлакат	Харажат (минг А+Ш доллари)	2001-2002 йиллардаги ўзгаришлар, %
1	А+Ш	51,220	6,6
2	Германия	46,200	-9,4
3	Япония	33,041	-10,8
4	Б.Британия	27,710	9,5
5	Италия	16.631	5,2
6	Франция	16.576	-6,6
7	Канада	11.304	1,9
8	Австрия	10,992	-6,9
9	Голландия	10,232	-11,5
10	Хитой	10,166	127,2

Манба: Основные показатели развития туризма в 2003 году. ВТО.

Дунё быйича бир туристдан олинадиган фойдани ташқил =иладиган бўлсак, тебраниш 350-1035 долларни ташкил этишини кўрамиз. Бу шундан далолат берадики транспорт воситаларининг замонавий турларини кенг эксплуатация =илиш, айниқса сув, ҳаво транспортидан самарали фойдаланиш ҳисобига бир

қанча ривожланган давлатларда хал=аро туризм ривожланиши учун етарли шарт-шароит туғилмокда. А+Шда битта туристдан келадиган фойда 1035 долларга тўри келса, Европада бу кырсаткич анча паст былиб, 490 долларни ташкил еилади. Бу Европада сервис хизмат кырсатиш анча арзон ва сифатли былгани учун туристик о=имни ортишини таъминламокда. Туризм сощаси айникса тўлов балансини қоплашда ҳал қилувчи ащамиятга эга. Хал=аро туризмни кенг йылга қўйган Австрияда ташқаридан олган товарлари ва хизматлари учун тўланадиган микдорнинг 80%ини туризмдан оладиган даромад ҳисобига қоплайди.

Хал=аро туризм ривожланишида кыриб ытилган омилларнинг ҳар бири ҳал қилувчи ащамиятга эга былиб, ҳар бир давлат ызининг имконияти даражасида бу сощани ривожлантириш ва и=тисодиётини юксалтиришда фойдаланади. Шу билан бирга туризм умумдавлат пул муомаласи субъекти сифатида юзага чи=ади, шунингдек бош=а хизматлар щам кырсатади ва бевосита пул муомаласига бо\ли=былади. Сабаби, у аҳолининг тылов-эҳтиёжларини амалга ошириш билан бо\ли=дир.

1.2.4-жадвал

**1997-2000 йилларда турмахсулот учун туристик
маъмурият бюджетидан кетган харажатлар (минг доллар)**

Мамлакатлар	2000 й.	2001 й.	2002 й.
Испания	78,905	85,105	77,692
Франция	63,098	71,698	69,248
Буюк Британия	55,271	60,242	-
Австралия	48,805	51,106	77,49
Мексика	20,543	33,475	36,17
Голландия	26,15	30,984	29,967
Португалия	25,698	30,484	36283
Ирландия	27,121	28,028	25,038
Швейцария	29,149	28,023	29,637
Туркия	14,537	27,6	31,581
Малайзия	22,21	25,52	-

Манба: Основные показатели развития туризма в 2003 году. ВТО.

Хал=аро туризмнинг жашон и=тисодиётида тутган ырни ва ашамиятидан ташқари, энг мушм жишати, бу ер юзида тинчлик, осойишталик, барқарорлик, миллатлар ўртасидаги самимият, борди-келдини йылга қўйилиши, миллат ва элатларнинг бир бирларининг турмуш-тарзи ва яна бош=а кыплаб щолатларни намоён былиши учун имконият туғдиришидан иборатдир.

Жадвалдан кыриниб турибдики, Испания ва бош=а бозор и=тисодиёти тизими асосида хыжалик юритаётган мамлакатлар ижтимоий-и=тисодий ҳаётида туризм жуда ашамиятли тармо= эканидан, уни ривожлантириш учун катта микдорда мабла\лар сарфлашмоқда. Бу жараён келажакда узлуксиз давом этилишини таъминлаш мамлакатнинг и=тисодий қудратини янада яхшилаиди.

1.3. Хал=аро туризм бозори сигменти

Хал=аро туризм бозори сигментини тыларо= тассавур =илиш учун жашон быйича кыриб чи=ишимиз лозимдир.

Шар=ий Осиё ва Тинч океани минтақасига и=тисодий инқироз ызининг катта таъсирини ўтказди. Ушбу минтақада ички минта=авий туризмда шу билан бирга осиелик туристлар о=имига бо\ли=лиги юқори даражада былгани сабабли туристик йыналишлар быйича кырсааткичлар щам тушиб кетди. Японияга туристлар о=ими -2,8% га камаиди, ушбу кырсааткич тегишли тарзда Янги Зеландияда -3,1%, Индонезияда -3,1%, Филлипинда -2,5%, Гонгконгда -7,1%, Сингапурда эса -14%га камаиди. Аммо туристларнинг узоқ масофадаги давлатларга =илинадиган сафарлар нархи юқорилиги ва унинг ырнига яқин щудудларга саёхат =илишни афзал кўрганлигидан ушбу минтақанинг айрим мамлакатлари усталик билан фойдаландилар. Хусусан, Таиландга туристлар о=ими 6,9%га ошди, лекин айна пайтда ушбу сощадан келадиган тушумлар - 9,3%га камаиди. “Савдо жаннати” га айланган Жанубий Корея Республикасига о=ими 8,7%га ошди, даромад 11%га кўпайди. Минтақадаги туризм ҳажмининг 1/3

кисми тығры келадиган, ички минтағавий туризмга боғланиб қолган ХХР эса А+Ш ва Европанинг бошға мамлакатларидан келадиган туристлар сони 10%га ошиши эвазига жами туристлар оғимини 1% оширишга мувоффақ былди. ХХР шукумати кейинги ўн йил мобайнида халғаро туризмни ривожлантиришга катта эътибор берган шолда 1990 йилда жашон туризмида тушум быйича 25-ўринни банд қилиб турган былса, 1998 йилга келиб Осиёдаги барча давлатларни ортда қолдириб жашонда еттинчи ыринга чиқиб олишга эришди.

Шимолий ва Жанубий Америка. Ушбу минтақада туризм кырсаткичлари А+Шга туристлар оғими камайганлиги туфайли бор-йўғи 1,4%га ўсган. Чунки унинг улушига ушбу минтақадаги туризм ҳажмининг 3/4 кисми тығры келади. Америка Қўшма Штатларига туристлар оғими Осиё қитғаси ва қўшни Мексика, Канададан келаётган туристлар сони өсөрганлиги ҳисобига -1,3% камайди. “Кучсиз” Канада доллари давлатдан чиқиб кетишни тўхтатиб турган бир вақтда, А+Шлик туристлар ҳисобига Канадага туристлар оғими 8%, тушум 4% миқдорга ошди. Туристларнинг Мексикага ташрифи 1999 йилда шам 1997 йил даражасида сақланиб қолган бир пайтда тушум 3,4%га ўсди.

Жанубий Америка минтақаси туризми Кариб ҳавзаси кырсаткичларидан биринчи маротаба ошиб кетди. 2002 йилда туристлар оғими быйича Бразилия (10%), Боливия (9%), Перу (9%) ва Аргентина (7%)ўсишга эришган.

Африка. Ушбу минтақа туризми ривожланишига аксарият шолда Жанубий Африкага табиат шинавандалари былган сайёҳларнинг ва Шимолий Африкага Европалик туристлар оғимининг ўсиши билан изоҳланади. Умуман, Жанубий Африка минтақаси мамлакатларидан Зимбабве (7,8%), Замбия (12%) ва Мадагаскар (32%)да ўсиш кузатилди. Шимолий Африкадаги мамлакатлар орасида Тунис етакчилик қилмоқда. Тунисдага туристлар оғими 10%га, тушум 9%га кыпайган.

Яқин Шарқ. Ушбу минтақанинг кырсаткичлари жащондаги ўртача ўсишга нисбатан анча тезкорлик билан ривожланмокда. Жумладан, туристлар оими 5,3% га, тушум 6,4%га ўсган. Худуддаги мамлакатлардан Ливан (18%), Иордания (12%), Бахрейн (4%) оимнинг кўпайишига эришди. Бошқа мамлакатларга нисбатан ривожланган Миср туристларга сервис хизмати кырсатишни яхшилаш натижасида сайёхлар оими 3%га ўсишига эришди. Ҳозир бутун дунёдан туристлар Мисрнинг қадимий эҳромларини кўриш учун ва афсонавий Нил дарёси қирғокларида ташкил этилган қадимги ёдгорликларни зиёрат этилишга ошиқмокдалар.

Бутунжащон Туризм Ташкилоти маълумотларига кўра, жащон быйича кейинги ўн йилликда туристик оимнинг ўртача йиллик ўсиши Европа минтақасида 3,1%, Яқин Шарқда 6,9%, Жанубий Осиёда 6,4%, Осиё-Тинч океани минтақасида 7,7%ни ташкил этди. Бизнинг республикамизда ушбу кырсаткич йилига 15% даражасида белгиланган, бу эса БТТнинг Осиё минтақасига оид тахминларидан икки маротаба юқоридир. Лекин, республикамиз турмахсулотини жащон талаби даражасига келтириш ва маркетинг сощасидаги баъзи бир камчиликларни бартараф этиш учун кўпроқ мабла ажратиш тақазо этилинади. Жащон мамлакатларида туризмга сарфланаётган ҳаражатларни кыриб ўтганимизда, бу ҳаражатлар тез орада ызини қоплашининг гувоҳи бўламиз.

Шуни алоҳида таъкидлаш жоизки, у ёки бу мамлакат итисодиётига қатъий валюта тушуми, улар учун катта итисодий самара келтиради. Айниқса итисодиёти энди оёққа тураётган мамлакатлар учун бу жараён жуда катта ащамият касб этади. Туризмдан олинadиган даромаднинг самарадорлиги мамлакат итисодиётига кўшган щиссаси билан белгиланади, аммо масаланинг иккинчи томони щам борки, туризмни ривожлантириш учун давлат олдин ҳаражат этилиши керак былади. Туризмга давлат томонидан сарфланган ҳаражат ваэти келиб бир

қанча муваффақиятларни олиб келади. Бунинг мисолида Австрия, Германия ва Францияларни кўришимиз мумкин.

1.4. Хал=аро туризмнинг ривожланиши йыналишлари

Туристтик сафарлар сонининг ортиши, улар жўғрофиясининг кенгайиши, транспорт воситаларининг ривожланиши муносабати билан хал=аро ташкилотлар давлатлар ва шукуматларнинг диққат-эътиборини туризмни ривожлантириш муаммолари шамда миллий туризм ташкилотларининг янги мавқеига қаратмоқдалар.

1921 бошлаб Миллатлар лигаси, БМТнинг, 1975 йилдан бошлаб эса Жаҳон туризм ташкилотининг раҳбарлиги остида туризм муаммоларига бағишланган 20 дан орти= хал=аро анжуманлар, конгресслар ва тадбирлар ўтказилди.

1995 йил март ойида Кадис шаҳрида (Испания) ЖТТ раҳбарлиги остида туризм бййича хал=аро форум ўтказилди ва унда жаҳоннинг 52 мамлакатидан келган парламентчилар иштирок этдилар.

Ушбу форум шундай хулосага келдики, давлатлар туризм ривожи учун катта ашамиятга молик =уйидаги муаммоларни ечишда ёрдам беришлари зарур:

- туристик расмиятчиликни тартибга солиш ва туристлар хавфсизлигини ошириш;
- туризм инфратузилмаси, шу жумладан транспорт ва коммуникацияларни ривожлантириш;
- туристик ташкилотлар раҳбарлари ва хизматчиларини ўқитиш учун шароитлар яратиш;
- туристик объектлар ва сафар манзилларида экологик нормаларга риоя =илишни таъминлаш;
- туристлар шу=у=ларини ҳимоя =илиш;
- туристик фирмалар учун имтиёзли солиқ тизимини таъминлаш;
- туризмда қабул =илинган хал=аро мезонлар ва нормалар асосида объектив

статистика ҳисоботи ва назоратини амалга ошириш имкониятини берадиган итисодий ва статистик механизмлардан фойдаланиш;

- туризм учун фойдали бўлган мамлакат тимсолини шакллантириш йили билан миллий турмахсулотларни чет-эл бозорларига олиб кириш.

Қуйидагилар бир атор хорижий мамлакатларда туризм ривожини ыллаб-увватлашнинг итисодий ва маъмурий механизмлари бўлиб хизмат илади:

- солиқ имтиёзлари, субсидия ва дотациялар;
- туризм ривожини ва туристик хизматлар истеъмолчиларининг шуларини ҳимоя иилишни ыллаб -увватловчи миллий қонунчилик ва норматив ҳужжатлари;
- мамлакатга кириш ва ундан чииш пайтида паспорт ва виза чеклашларини камайтириш;
- нархларни исартириш ва бош а турли хил имтиёзлар бериш йили билан номавсумий туризмни рабатлантириш;
- ижтимоий туризмни ривожлантириш ва ыллаб -увватлаш;
- туристлар хавфсизлигига қўйиладиган талабларни кучайтириш;
- давлат томонидан атроф-муҳитни муҳофаза иилиш, маданий ва тарихий меросни асраб-авайлаш бййича ва бош а чора-тадбирларни кучайтириш.

Бир атор мамлакатлар, шу жумладан Испания ва Греция солиқлар амортизация ажратмалари ва оборот учун солиқлар тўлаш бййича сармоядорларга имтиёзлар берадилар. Баъзи мамлакатларда корхоналар фаолиятининг дастлабки йилларида уларни даромад солиғидан озод этиш, шунингдек, қўшимча қиймат солиғини тўлашда имтиёзлар бериш амалиёти қўлланилади. Бундан ташқари меҳмонхоналар учун асбоб-ускуналар ва саёҳат учун транспорт воситаларини импорт иилиш пайтида божхона тўловлари бййича имтиёзлар (умуман озод иилишгача) берилади.

Европа Иттифоқи мамлакатлари туризм ва меҳмонхона фаолияти учун 6-

25% атрофида бўлган қўшимча қиймат солиғини (ҚҚС) тенглаштиришга йўналтирилган сиёсатни олиб боришади. Мисол учун, Германия ва Люксембургда ўртача ҚҚС миқдори 15% қилиб белгиланган. Дания ва Швецияда максимал ҚҚС миқдори 25%га тенг.

Испанияда жойлаштириш учун ҚҚС ўртача 7%ни ташкил этади ва меҳмонхона даражасига қараб ўзгариши мумкин, овқатланиш (ресторан хизматлари), автомобилларни ижарага олиш учун ҚҚС эса 16%гача етади.

Грецияда жойлаштириш ва овқатланиш учун ҚҚС 8%ни ташкил этади ва шукумат номавсумий пайтларда туристик хизматлар кырсатувчи фирмаларга имтиёзлар тизимини ишлаб чиққан.

Францияда туризм фаолияти учун ҚҚС ўртача 10%ни, шу жумладан жойлаштириш учун 6%ни, овқатланиш хизматлари учун 19%ни ташкил этади.

Австрияда жойлаштириш ва овқатланиш учун ҚҚС 10% миқдорида белгиланган. Лекин туристик солиқлар тўғрисидаги федерал қонунга асосан барча туристик ташкилотлари ҳар бир туристнинг яшаши учун маҳаллий тўлов тўлайдилар (жамоа шудудида-жамоага, курортларда-курорт жамғармасига). Тўлов миқдори мавсумга қараб ўзгариши мумкин, бунда шифохона беморлари (6 ёшгача бўлган болалар, мактаб ёшувчилари ва талабалар) бу тўловлардан озод этилган.

Европанинг баъзи мамлакатларида туристик ташкилотлар коммунал хизматлар учун имтиёзли тарифлардан фойдаланадилар. Кўпчилик ҳолларда туристик фирмалар валюта даромадининг 20%гача бўлган қисми даромад солиғидан озод этилган.

Давлат томонидан шунингдек, янги туристик объектларнинг қурилиши учун ерларни паст нархларда сотиш ва маълум муддатга ижарага бериш (Кипрда 99 йилга, Исроил ва Туркияда 49 йилгача) йили билан рабатлантирилади, бунда ижара муддати тугагач яна шунча йилга чўзилиши мумкин.

Атроф-муҳитнинг тез суръатлар билан ифлосланиб кетаётганлиги

муносабати билан туризм соҳасидаги давлат сиёсати кўпроқ атроф-муҳит муҳофаза =илишга йўналтирилмоқда. Бир =атор мамлакатларда туризмда атроф-муҳитни ҳимоя =илишни ҳам режалаштиришни назорат қилувчи махсус ҳайъатлар фаолият юритадилар (Буюк Британия, Франция, Скандинавия давлатлари).

1992 йилда Рио-де-Жанейро шаҳрида Жаҳон туризм ташкилоти **XXI аср учун иш дастури**ни қабул қилган бўлиб, унга 182 давлат бириккан. Ушбу дастурнинг амалга оширишда асосий вазифа туризм бўйича давлат муассасаларига берилган. Режа узоқ муддатли дастурларни яратиш учун ишлатилиши мумкин бўлган уч асосий қуролга урғу беради:

-одамлар ва атроф-муҳитни ҳимоя =илишни назарда тутувчи янги таварлар ишлаб чи=иш ёки амалдаги чораларни кучайтириш;

-нардан, тайзиқ ўтказиш механизми сифатида фойдаланиш;

-туризм индустриясида ишлаб чиқариш жараёнлари ва маҳсулот тозалигини қафолатлаш учун мўлжалланган дастурларни яратиш.

Давлат идоралари туризмда узоқ муддатли дастурларни яратишда етакчи ўринга эга. Бир =атор мамлакатлар бундай дастурларга эга (Россия, Финляндия, Австрия, Филиппин ва бош=алар).

XXI аср учун иш дастури туризм бўйича давлат идоралари олдида =уйидаги асосий масалаларни =ияди:

-назорат қилувчи и=тисодий ва бош=а тизимларни камайитириш;

-туризмнинг и=тисодиётга, жамиятнинг ижтимоий ва маданий ҳаётига ва атроф-муҳитга таъсирини баҳолаш;

-туризм соҳасида хизматчи кадрлар тайёрлаш;

-туризмнинг узоқ муддатли барқарор тараққиётини режалаштириш,

-ривожланган ва ривожланаётган мамлакатлар ўртасида маълумот алмашиш;

-жамият барча қисмларининг туризмни ривожлантиришда қатнашуви;

-янги турмахсулот тушунчаси;

-амалга оширилган чора-тадбирлар натижаларини баҳолаш;

-хал=аро фаолиятда щамкорлик ўрнатиш.

Дастурнинг биринчи вазифаси =уйидагиларни ўз ичига олади:

-дастур ма=садларини амалга ошириш билан шу\улланувчи, туризмнинг ривожига йўналтирилган мавжуд миллий, хал=аро ва бош=а тизимларнинг фаолиятини баҳолаш;

-туризмнинг хусусий ва давлат тармо=лари ўртасида щамкорлик;

-туризм тармоғига солиқ ва тўловлар солиш шу тариқа белгиланиши керакки, туризм инфратузилмасини кенгайштириш, атроф-муҳитни яхшилаш ва бош=а ма=садлар учун етарли мабла\лар бўлсин;

-товар ва хизматлар учун туризм билан бо\ли= экологик харажатларни ҳисобга олувчи нархларни кафолатловчи и=тисодий чора-тадбирлар қабул =илиш. Иқтисодий ра\батлантирувчи чоралар шунингдек туристик фирмаларнинг атроф-муҳитни муҳофаза =илиш борасидаги ютуқларини ра\батлантириш учун щам ишлатилиши керак.

Иккинчи вазифа ўз ичига туризм тараққиёти жамиятнинг ижтимоий-и=тисодий ва маданий ҳаёти учун оқибатларини баҳолашни олади. Бу эса ўз навбатида сув ресурслари, электр =уввати, транспорт воситаларидан самарали фойдаланиш, туризм соҳасида иш билан таъминлаш, маҳаллий аҳоли қатнашуви сиёсатининг мавжудлиги, атроф-муҳит, маданий, табиий ва тарихий қадриятларни муҳофаза =илиш каби масаларни кыриб чи=иш заруратини туғдиради.

Туризмда кадрлар тайёрлаш ва режалаштириш дастури мушм ҳисобланади. Мактабларнинг ы=ув режаларига туризм экологияси быйича ы=ув курсини киритиш тавсия =илмо=да. Кадрларни назарий ва амалий жищатдан тайёрлаш ма=садида давлат туристик ташкилотлар ва профессионал туристик бирлашмалар хусусий сектор билан щамкорлик =илишлари ма=садга мувофикдир.

Туризмни ривожлантиришни режалаштириш соҳасида етакчи масъулият давлатга юкланади. Давлат идоралари туризмнинг тартибсиз ривожланишини олдини олиш маъсадида бу жараёни назорат қилади. Суст режалаштирилган ва бошқариб булмайдиган туризм тузатиб бўлмас зарар етказиши мумкин. Масалан, Бермуда оролларида туризм индустриясини ҳимоя қилишга йўналтирилган бир қатор қонуний ҳужжатлар қабул қилинган. Айниқса, портларга кирувчи кемалар сони чекланган, неон безаклар ман этилган, денгиз ўсимлик ва ҳайвонот дунёсини ҳимоя қилиш назарда тутилган, бинолар баландлиги чегараланган, табиий қўриқхоналар учун ер ажратиш кўзда тутилган.

Давлат идоралари вазифаларига янги қурилишларни назорат қилиш ҳам қиради, чунки туристик объектларни сув билан таъминлаш, оқова сувларни, ахлат ва қолдиқларни чиқариш, зарур жойларда сувнинг қўшимча захираларини яратиш учун замонавий асбоб-ускуналарга эга бўлиши керак. Қурилишда янги иш жойларини ташкил қилиш маъсадида кўп сонли маҳаллий ишчи кучини талаб қилувчи технологиялардан фойдаланиш, шунингдек қурилаётган туристик объектлар бўронлар, сув тошқини, зилзилалар каби эҳтимолли табиий офатларни ҳисобга олган ҳолда лойиҳалаштирилганлиги давлат томонидан назорат қилиниши лозим. Давлат томонидан назорат қилинувчи чора-тадбирлар тизимигина туризмнинг узоқ муддатли тўғри ва самарали ривожланишини таъминлаши мумкин.

«Ўзбектуризм» миллий компанияси Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасида давлат назоратини амалга оширувчи, ижро этувчи ҳокимият органи бўлиб хизмат қилади. Туристлик фаолиятининг давлат назорати шундан иборатки, Ўзбекистон Республикасида туризм итисодиётнинг устивор тармоқларидан бири деб тан олинган. Маҳаллий ва ташқи туризм, шунингдек, ижтимоий ва маданий туризмни қўллаб-қувватлаш ва ривожлантириш давлат назоратининг устивор йўналишлари сифатида эълон қилинган.

Туристтик фаолиятнинг давлат томонидан назорати =уйидагича амалга оширилади:

- туризм соҳасидаги муносабатларни тартибга солиш ва такомиллаштиришга =аратилган меъёрий ва шу=у=ий ҳужжатларни яратиш;
- туристик маҳсулотни ички ва жашон туризм бозорларига олиб чи=ишда ёрдам бериш;
- туристик фаолиятни стандартлаштириш ва лицензиялаштиришни амалга ошириш, туристик маҳсулотини сертификациядан ўтказиш;
- Ўзбекистон шудудида мамлакатга кириш, чи=иш ва исти=омат =илиш қоидаларини ўрнатиш;
- туризмни ривожлантириш бўйича давлат дастурларини яратиш ва амалга ошириш учун ты\ри бюджет мабла\ларини ажратиш;
- туристларнинг шу=у= ва манфаатларини ҳимоя =илиш, уларнинг хавфсизлигини таъминлаш;
- сармоялар, солиқ ва божхона назоратини ўрнатиш;
- туризм фаолиятини кадрлар билан таъминлашни =ыллаб -=увватлаш ва туризм соҳасида илмий тадқиқотларни ривожлантириш.

Хулоса

Халқаро туризмга илмий томондан асос солиниши айнан XIX асрнинг 40-йилларига ты\ри келган бўлиб, бу жараён саноатнинг ривожланиши ва ишлаб чиқаришнинг такомиллашуви билан бо\ли=дир.

Аввало, туризм ранг-баранг таассуротлардан ҳосил бўлган фикр ва тасаввурларни янада бойитади, инсонларнинг руҳий шолатига таъсир этади ва уларнинг фаол меънат фаолиятини давом эттиришига замин яратади. Инсоннинг шахс сифатида камол топишида ҳам туризмнинг аҳамияти катта. Туризм кишиларнинг атроф-муҳит, сафардан олган таассуротлари асосида уларнинг интеллектуал маданиятини ошириб, шу орқали кишиларнинг ижтимоий

маданияти =андай даражада эканлигини кырсатиб бермо=да. Ривожланган мамлакатларда оила бюджетининг салмоқли щиссаси хал=аро саёхатлар ва дунё хал=лари урф-одатларини ырганиш ва туристик хизматларни сотиб олиш учун сарфланаётгани сощанинг келажагини белгилайди.

Ривожланган давлатлар туризм орқали ялпи ички махсулотининг бир маромда ўсиб боришини таъминламоқдалар. Халқаро туризм бугунги кунда Европада юксак даражада ривожланган. Бунини биз юқорида Франция, Испания, Италия мисолида кўриб ўтдик. Лекин туризм бугунги кунда Осиё мамлакатларида ҳам тез ривожланиш босқичига ўтиб бормоқда. Янги асрда туризм ривожланиши Осиё минтақасига кўчиши башорат қилинмоқда.

Назорат учун саволлар.

1. Хал=аро туризм қачон замонавий илмий асосланган шолда амалга оширилган?
2. Томас Кук хал=аро туризмга =андай янгиликларни олиб кирди?
3. Туризм асосан неча гуруҳга бўлиб ўрганилади?
4. Хал=аро туристик о=им бўйича жашоннинг етакчи мамлакатларини санаб беринг?
5. Хал=аро туристик хизматлар бўйича даромадлари юқори бўлган мамлакатларни айтинг?
6. Китъалараро туристик ҳаракатлар динамикасини тушунтириб беринг?
7. Я=ин Шар= мамлакатлари туризми и=тисодий районига =айси давлатлар киради?
8. Африка минта=аси туризмида =айси давлат етакчи ҳисобланмо=да?
9. Марказий Америкага қайси давлатлар туризми киради?
10. Европа туризми нима учун тезликда ривожланмо=да?

Адабиётлар

1. Александров А.Ю. Международный туризм. Учебное пособие для ВУЗов. - М.: Аспект Пресс. 2004. -470 с.
2. Сенин В.С. Организация международного туризма. -М.: Финансы и статистика, 2004. -400 с.
3. Жукова. М.Ж. Менеджемент в туристском бизнесе. Учебное пособие. –М.: Финансы и статистика, 2005. -288 с
4. Сапожникова. Е.Н. Страноведение: Теория и методика туристского изучения стран. –М.: 2005. -240 с.
5. Норчаев.А.Н. Халқаро туризм ривожланишининг иқтисодий ўсишга таъсири. и.ф.н. дисс. –ТДИУ, 2004. -130 б.
6. www.interunion.ru – туристские ассоциации
7. www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация

II-бoб. ЖАҲОН ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСИ

- 2.1. Туризм индустрияси шa=ида тушунча
- 2.2. Хaл=арo меҳмонхоналар менежменти
- 2.3. Жаҳон туризм индустриясида маркетинг масалалари
- 2.4. Хaл=арo меҳмонхоналар концепсиясининг ишлаб чи=илиши
- 2.5. Жаҳон туризм саноати ривожланишини бош=ариш ва йўналтириш

2.1. Туризм индустрияси шa=ида тушунча

Бугунги кунда туризм индустрияси динамик равишида ривожланаётган хизматлар хaл=арo савдоси тури былиб келмоқда. Охирги 10 йил давомида дунё бййича хорижий туристлар сонининг ўртача йиллик ўсиш суръати 4,1%, валюта тушумларининг ўртача йиллик ўсиш суръати 5,3 % ни ташкил этди. Умумжаҳон туристик ташкилоти маълумотларига кўра 2002 йил дунёда 703 млн. турист қайд этилган, хaл=арo туризмдан тушган даромадлар 474 млрд. А+Ш долларини ташкил этди (хaл=арo транспорт хизматларини ҳисобга олмаган ҳолда). Умуман 1950 йилдан 2002 йилга қадар хaл=арo туризмдан тушган йиллик валюта ҳажми 140 марта ўсгани қайд этилди.

Мутахассислар хулосасига кўра, хaл=арo туризмнинг ривожланиши бундан кейин шaм давом этади. Ҳар хил ҳисобларга таянган ҳолда 2010 йилда туризм соҳаси йирик экспорт соҳасига айланиши кутилмо=да. Агар хaл=арo туризм ҳозирги ўсиш суръатида давом этса, 2005 йилда хaл=арo туристлар сони 900 млн., 2010 йилда 937 млн. кишини ташкил =илиши башорат =илмо=да.

Олимларнинг ҳисоб китобларига кўра хaл=арo туризм индустриясининг ривожланиши асосида =уйидаги омиллар ётади:

- и=тисодий ўсиш ва ижтимоий прогресс;
- транспорт воситаларининг ривожланиши;

- ривожланган давлатларда ишчи ва хизматчилар сонининг купайиши ва улар моддий ва маданий савиясининг ошиши;
- мешнат интенсификацияси ва мешнаткашлар таътилининг узайиши;
- давлатлараро муносабатлар ва маданий алоқалар ривожланиши шахслараро алоқаларнинг минтақа ва минтақалараро миқёсида кенгайиши;
- хизматлар соҳасининг ривожланиши;
- технология ривожланиши (алоқа ва ...)
- чегара тўсиқлари, валюта алмашуви ва четга чиқариш тўсиқларининг камайиши, коғозбозликнинг исҳориши.

Дунё бййича туризмнинг ашамияти доимий равишда ўсиб келмоқда. Бу туризмнинг итисодиётга былган бевосита таъсири натижасидир.

Туризм айрим давлатлар итисодиётида мушм вазифаларни бажариб келмоқда:

1. Валюта манбаи, бандликни таъминлаш воситаси ва тўлов баланси муаммосини ечишда хизмат қилмоқда;
2. Ялпи ички маҳсулот (ЯИМ) кырсаткичи кўтарилмоқда;
3. Иқтисодиёт диверсификацияси шамда, туризмга хизмат кырсатувчи янги соҳалар пайдо былишига таъсир кырсатмоқда.
4. Туризм соҳасида бандлик ўсиши билан, аҳоли даромадлари ва миллатнинг бойлиги ортмоқда.

Бугунги кунга келиб туризм МДХ давлатларида ривожланаётган соҳага айланди. Туристик фаолиятнинг шамма соҳалар, давлат тармоқлари савияси, шам турбизнес пайдо былиши, янгича ишлаш таклифининг кенгайиши ва махсулашувни чуқурлаштириш бййича изланишлар давом этмоқда.

Ўзбекистонда туристик оимлар турли вилоятларда турлича шаклланмоқда. Асосан хорижий ва маҳаллий туристлар Самарқанд, Бухоро, Хива ва Шаҳрисабз каби тарихий шашарларга йўналмоқда. Келаётган туристлар ичида А+Шнинг

ырни ортиб бормо=да. Дунёдаги умумий туристик саёҳатлар ҳажмида А+Шнинг улуши 25,9 % ташкил этди. А+Ш туристик хизматлар экспорти, яъни хорижий туристларни қабул =илиш бййича дунёда олдинги ўринни эгалламоқда.

Европа давлатлари ҳам хорижий туристлар ҳам олиши ва хизмат кырсатиши учун жуда =улай былиб, ызига миллионлаб туристларни жалб қилмоқда. Шу билан бирга Африка, Австралия. Жанубий Америка, Антарктида, Мексика каби минтақаларнинг хорижий туристларга хизмат кырсатишдаги улуши йилдан-йилга ортиб бораётганлигини таъкидлаб ытиш зарур.

Бугунги кунда миллий и=тисодиётнинг ўсиши дунё бозирга бо\ли= былмо=да. Туризм, давлатларни ўзаро яқинлаштирибгина қолмай, балки хал=аро муносабатларни ривожлантиришда мушмим омил былмо=да. Шунинг учун, хал=аро туризм индустриясини ты\ри ташкил этиш ва бош=ариш зарурати сезилмоқда.

2.2. Хал=аро меҳмонхоналар менежменти

Ёоíááí ёóíáá ðàëқадí áà íèèèèè ðàқíáàòíèíã ёу÷áèèèè, ðáí áà ðãðíèèáíèíã ðàðàққè,òè ðóðáèèè ðãðííèíãèуèàðíè áíøқадèø íàñàèèàðèèííã áíèçàðáèèèè íðòèá áíðííқáà. Øó ñàáááèè ðóðèñòèè áèçíáñ ðãðííèíãèуèàðè áúèè÷à íóðàðãññèñèàðíè ðáè,ðèàø ùàæíè íðòííқáà. Ûçááèèñòíí ðóðèçíèáá ùàí ðãðííèíãèè èíèíèуòèàðááí èáíã èúèáíáá ðíèááèáíèø íàқñáááá íóvíðèқ ááá úèèàèèèç. Ñúíгàè èèèèàðáá àíàèáá íøèðèèà,ðááí èқòèñíáèè èñèíùòèèàð íàðèæáñèáá ðãñíóáèèèà ðóðèçíè ùàí ðèáíæèáíèèèííã ýíãè áíñкè÷èáá èèðèá áíðííқáà. Òíøèáíòáá кўðèá ðíèááèáíèèøáá ðííøèðèèááí “Ёíðãðèííòáíáòàè”, “Øãðàòíí”, “Øíãèèè-Ìàèèáñ”, “Грант-Мир”, “Буми-Интернешнл”, “Тошкент-Паллас” íàхííùíáèàðè ðàëқадí íàùííðííáèàð çáíæèðèèà òèáíááí áúèèá, áóí,íèíã хíùèáááí áááèàðèèáí ðóðèá, ðèçíàò ðóðèàðèèáá áóñðòíà ááðèø áà қááóè кèèèø èíèíèуòè áíð.

Бундан ташқари, ўзбек туризми янада кўпроқ Европа андозалари ва тенденцияларини ола бошлайди. Бунда у хорижликларни жалб қилувчи шарқона

латофатни шам сақлаб қолади. Албатта туризм итисодиётининг муаммолари жашонникига ўхшаш бўлади. Масалан, MILLER FRIMAN TRAVEL GROUP томонидан TTG WORLD HOTEL REPORT меҳмонхона саноати тадқиқи иилинди ва уйидагилар аниқланди:

- меҳмонхоналарга тушаётган солиқнинг оғирлиги ошиб боради ва умумий солиқлардаги туризмнинг улуши 1996 йилдаги 10,4%дан 2006 йилда 11%га етади;

- меҳмонхона саноати даромадни ҳисобга олиш усулини ўзгартиради: битта номердан олинадиган даромад эмас, битта меҳмондан олинадиган даромад ҳисобланади;

- Европа отелларидан фақат 30%и меҳмонхона тизимларига тегишли холос.

2.3. Жашон туризм индустриясида маркетинг масалалари

Яқин ўн йил ичида Ўзбекистондаги кўпгина меҳмонхоналар минтаавий тизимларга бирлаштирилиб трансмилий корпорацияларга айланиши мумкин. Бу шубҳасиз давлатнинг ўзбек туризмини ташвиқот иилишдаги ашамияти шам каттадир. 2002 йилда туризмга ёрдам бериш учун бюджетдан 572 млн. доллар ажратган Франция, 78 млн. ажратган Испания, 15 млн. ажратган А+Ш, 27 млн. ажратган Ирландия, 5 млн. ажратган Хитой, 7 млн. ажратган Польша, 520 млн. ажратган Туркия, 518 млн. ажратган Хиндистон бунга мисол бўлади.

Мак Налти экспертлар гуручи томонидан Ўзбекистон шукуматига 2002 йилгача маркетинг тадқиқотлари учун 1,35-1,65 млн. долл. миллий инфраструктурани ривожлантиришга 55 млн. долл. капитал қўйилмалар йўналтириш маслаҳат берилган эди. Бу 2002 йилга келиб қўшимча 200 млн. доллар даромад бериши керак эди.

Ўзбекистон ҳозирда жашон туризмида мавжуд бўлган 15 кыринишдаги туризмни тақдим иилиши мумкин. Бундан ташқари туристлар томонидан буюртма

ёилинган хар ёандай хизматларни бажариш имкониятларига эга Хар бир туристдан ўрта ҳисобда 1200 доллар тушади.

Ўзбекистонда ўттиздан ортиё меҳмонхона ва меҳмонхона мажмуалари, турбаза ва кемпинглар, 10 автотранспорт хыжаликлари туристлар хизматига тайер. Туристлар қабул ёилиш ва жўнатишга келганда улар аввало миллий транспорт компанияларимиз ты\ридан-ты\ри алоқа ўрнатган давлатлар билан олиб борилмокда. Булар Ўзбекистоннинг ўзидан 22 давлат ва МДХ давлатларидан 10-12 давлат.

2.4. Халёаро меҳмонхоналар концепсиясининг ишлаб чиёилиши

Ўзбекистондаги меҳмонхона сервиси шам халёаро андозалар даражасига чиқмокда. Бу ҳакда республика шукумати ва «Ўзбектуризм» Миллий Компаниясининг эски меҳмонхоналарни реконструкция ёилиш ва янгиларини кўриш учун хорижий инвестицияларни жалб ёилиш быйича ишлари гувоҳлик беради. Муваффақиятли амалга оширилган шамкорликдаги лойиҳалар ёаторида Ўзбек-Малайзия “Отель Ўзбекистон” КК, хитойлик шамкорлар билан реконструкция ёилинган Фарғонадаги “Зиёрат” меҳмонхонаси.

Булар ёаторида Германиялик мутахассислар томонидан амалга оширилган “Шодлик” отелининг реконструкцияси шам туради. У кыринишини шам, статусини шам, номини шам ўзгартирди. Эндиликда “Шодлик Палас” оддий мижозларнинг шам, жуда бой мижозларнинг шам талабларига тулик жавоб беради. Отелнинг Бош менежери жаноб Рейнер Фон Кюртен энг яхши немис анъаналарига мос юқори сервис даражаси былишини ваъда қилган. Бу юздан ортиё хоналар бизнесмен ёки турист ғарбда ўрганиб қолган барча маиший ёулайликларга эгалигини англатади.

Малайзиялик шамкорлар Ўзбекистонлик курувчилар билан биргаликда “Ўзбекистон” меҳмонасини тулик ўзгантиришга ҳаракат қилмокдалар. Олдинги

мақомини сақлаб қолиш учун «Ўзбектуризм» миллий компаниси ёрдамида отелни реконструкция қилиш дастури ишлаб чиқилган. 350 хонадан иборат фонд янгиланмоқда. Улардан 60%и «люкс» категориясига айланади. 17- қаватда учта президент хоналари қурилади. Охириги йил мобайнида бу ерда дунёнинг 70 мамлакатидан келган меҳмонлар қабул қилинди.

Тошкентда яна бир тўрт юлдузли отел қурилиши якунланди. Амир Темур ва Навоий кўчалари бурчагидага 16 қаватли бинода 250 хона жойлашган. Ташқи томондан бино Европа архитектурасини эслатса, ички хоналар шарқ латофати элементлари билан бойитилган. Бу янги отел ўзбек-француз лойиҳаси эканлиги билан тушунтирилади. Айни пайтда ўртача даромадли кишилар учун 2-3 юлдузли меҳмонхоналар қуриш бййича ишлар олиб борилмоқда. Шундай қилиб гигант меҳмонхоналарга муносиб рақобатчилар яратилмоқда.

2.5. Жаҳон туризм саноати ривожланишини бошқариш ва йўналтириш

Ўзбекистонда бозор иқтисодиётининг шаклланиши жаҳон бозорларида туризм соҳасидаги кескин ўзгаришлар даврига таъри келди. Жаҳонда туризм иқтисодиётнинг ашамиятли тармоқларидан бирига айланди.

Туризм индустрияси миллионга яқин ишчи ва хизматчиларни иш жойлари билан таъминлаб, улар касб маҳоратининг ўсишига имкониятлар яратиб бермоқда. Шунини айтиб ўтиш керак-ки, бу соҳада иш билан таъминланиш бошқара соҳаларга қараганда икки баробар тез ўсмоқда.

Ички ва халқаро туризм ривожланиши тартибсиз равишда содир бўлмайди. Бу бошқарилиши керак бўлган инсон фаолиятининг махсус шаклидир.

Туризм индустриясида бошқарувнинг ривожланишига ижтимоий-иқтисодий, техник ва технологик омиллар таъсир қилади. Масалан, иқтисодиёт берадиган даромадларсиз туризмнинг оммавийлигига эришиб бўлмайди, демак

бош=арилиш воситаси ҳам мавжуд бўлмайди.

Ўзбекистон Республикаси Конституциясида фуқароларнинг ҳам олиш шу=у=лари белгилаб қўйилган, лекин бу шу=у=дан фойдаланиш учун =атор ижтимоий йыналишдаги муаммоларни ҳал =илиш керак: транспорт, йыл, овқатланиш ва бош=алар шулар жумласидандир. Бу ерда гап бош=арилиши керак бўлган туризм инфратузулмаси назарда тутилмоқда.

Жаҳон туризмини бош=ариш соҳаси бўйича туризм ташкилотлари олдига иккита ўзаро бўли= вазифа қўйилади:

- бозор муносабатларини бутунлай амалиёга киритиш яъни туризм менежментига бозор и=тисодиёти мазмунини сингдириш;

- туризм соҳасидаги “ноу-хау” янгиликларини янги аср шароитига мослаштириш, яъни дунёдаги шу йыналишда бўлган ўзгаришларни максимал равишда ҳисобга олиш.

Туризм индустрияси менежменти вазифаси туризм индустриясини бош=ариш модели ҳамда ривожланган давлатлар тажрибасини ҳисобга олган ҳолда туризм соҳасидаги муваффақиятларни таъқилий равишда талабаларга тушунтиришдан иборат.

Туризм ривожланиши жараёнида, бу тушунчанинг турли талқинлари пайдо бўлди. Туризм тушунчасига таъриф бериш учун аввал унинг жараён сифатида белгиларини ажратиб олиш керак.

1. Жой ўзгартирилиши. Бу ерда мулоҳаза оддий муҳитдан ташқарида бўлган жойга йыл сафари ҳа=ида бормо=да (уйдан иш жойигача бўлган йыл сафари бундан истисно).

2. Бошқа бир жойга келиб жойлашиш. Бу ерда асосий шарт жойлашиш жойи доимий ёки узок муддатга мужалланмаслигидан иборат (жойлашиш 12 ойдан ошмаслиги керак).

3. Зиёрат манзилгоҳидаги манбадан меҳнат тулови. Сафарнинг асосий ма=сади,

зиёрат манзилгоҳидаги манбадан туланадиган меънат фаолиятини амалга оширишдан иборат эмас (бундай шахслар сайёҳлар эмас балки мигрантлар ҳисобланади).

Демак, туризм бу муносабатлар, алоқалар ва воқеа -ҳодисалар билан биргаликда одамларнинг йил сафари ва уларнинг доимий ёки узоқ муддатга мулжалланмаган жойлашуви ва уларнинг меънат фаолиятига боғлиқ бўлмаган мажмуадан иборат. “Туризм” сўзи “Grand Tour” (Катта саёҳат) иборасидан келиб чиққан бўлиб, бошқа маданиятлар билан танишувга мулжалланган сафар тушинилади.

Туризм шу жумладан туркорхоналар ва биринчи навбатда туризм ташкилотчилари ва воситачилари фаолиятидан иборат.

Шундай қилиб, туризм бу итисоднинг бошқарилиши керак бўлган ва ўз ичига туризм ташкилотчилари ва воситачиларининг фаолиятини қамраб олувчи тармоқдир.

Хулоса

Охириги 10 йил давомида дунё бййича хорижий туристлар сонининг ўртача йиллик ўсиш суръати 4,1%, валюта тушумларининг ўртача йиллик ўсиш суръати 5,3 % ни ташкил этди. Умумжаъдон туристик ташкилоти маълумотларига кўра 2002 йил дунёда 703 млн. турист қайд этилган, халқаро туризмдан тушган даромадлар 474 млрд. А+Ш долларини ташкил этди (халқаро транспорт хизматларини ҳисобга олмаган ҳолда). Умуман 1950 йилдан 2002 йилга қадар халқаро туризмдан тушган йиллик валюта ҳажми 140 марта ўсгани қайд этилди.

Бугунги кунда миллий итисодиётнинг ўсиши дунё бозирга боғлиқ бўлмоқда. Туризм, давлатларни ўзаро яқинлаштирибгина қолмай, балки халқаро муносабатларни ривожлантиришда муҳим омил бўлмоқда. Шунинг учун, халқаро туризм индустриясини тўғри ташкил этиш ва бошқариш зарурати сезилмоқда.

Туризм индустриясида меҳмонхона асосий ўрин тутиб валюта оқимини тامينлаб келаётган тармоқ бўлиб қолмоқда. Ҳар бир турист сафар давомида меҳмонхона хизматидан фойдаланмасдан иложи йўқ. Шунинг учун меҳмонхона индустриясини ривожлантириш замон талабидир.

Назорат учун саволлар

1. Туризм индустрияси ривожланишида =андай омиллар етакчилик =илади.
2. Туризм мамлакат и=тисодиётида =андай ашамият касб этади.
3. Ўзбекистон туризми индустриясида етакчи омилларни санаб беринг.
4. Хал=аро меҳмонхоналар менежменти деганда нимани тушунаси.
5. Туризм индустриясини бош=аришда етакчи омиллар нималардан иборат бўлиши керак.
6. Туризм индустриясида менежмент тушунчасини =андай тушунаси.
7. Туризм индустрияси ривожланишида қандай омиллар етакчи ҳисобланади.
8. Қайси давлатлар маркетинг харажатларининг асосий =исмини рекламага ажратади.

Адабиётлар

1. Александров А.Ю. Международный туризм. Учебное пособие для ВУЗов. - М.: Аспект Пресс. 2004. -470 с.
- 2.Алиева М.Т., Салимова Б.Х. Меҳмонхона менежменти. Дарслик. –Т.: «Молия» 2005. -275 б.
- 3.Алиева М.Т., Салимова Б.Х. Меҳмонхона менежменти. Дарслик. –Т.: «Молия» 2005. -275 б.
4. Бутуров И.Н. Маркетинг и менеджмент иностранного туризма. -М.: Финансы и статистика, 2003. -107 с.

III-боб. ЕВРОПА МИНТАҚАСИ ТУРИЗМИ

- 3.1. Европа туризми ривожланиш динамикаси ва шолати
- 3.2. Европа туризми макрои=тисодий кырсаткичлари ташлили
- 3.3. Европанинг ривожланган мамлакатлари туризми
- 3.4. Жаҳон туризмида Европанинг ырни
- 3.5. Европада хал=аро туризм ривожланиш йыналишлари

3.1. Европа туризми ривожланиш динамикаси ва шолати

Ер юзи быйича хал=аро туризм йыналишларидаги саёхатларнинг 78 фоизини завқ - шавқ учун =илинган саёхатлар ташкил қилган бўлса, Европада бу каби саёхатларнинг улуши 82 фоиз былган. Фуқароларнинг кўпчилик қисмида завқ - шавқ учун =илинган саёхатлар йилдан-йилга ортиб бориши кузатилмоқда. Бугунги кунда дунёда 700 миллионга яқин сайёх турли ҳилдаги саёхатларга қатнашиб турхизматлардан фойдаланиб туризм и=тисодиётига ўз щиссаларини қўшмоқдалар. Бу сайёхларнинг 65 фоизини Европа мамлакатлари ызига жалб этиб келмоқда.

Хал=аро туризм ҳозирги кунда Европа мамлакатларининг асосий даромад манбаларидан бирига айланиб улгурди. Туризм Европа аҳолисининг турмуш тарзини яхшилашга катта таъсир кырсатмоқда.

Европа мамлакатлари дунёнинг сиёсий-и=тисодий марказларидан бири былиб, хал=аро ташкилотларнинг кўпгина семинар, симпозиум, конференцияларни ҳар йили мунтазам равишда ўтказиб келмоқда. Бу каби тадбирлар уларнинг шашарларини дунё миқёсида танилиши учун шароит яратиб, бу туризмнинг ҳозирги даврдаги ривожланишига хос былган хусусиятларидан бири ҳисобланмоқда. Бундан ташқари ҳозирда энг оммавийлашган футбол, хоккей, теннис, баскетбол ва спортнинг бош=а турлари быйича мусобақалар,

жашон чемпионатлари инсонларни якка ва жамоа шолда хал=аро саёхатларга чи=ишларига сабаб былмо=да. Айниқса, кейинги 20-25 йил ичида турли сайёхлик фирмалари, агентликлари, отель бош=армалари ва туризм уюшмалари томонидан спорт мусобақалари, саёхат турлари ташкил =илмо=да.

Туризм ривожланиши учун асосий турткилардан бири бизнес ҳисобланади. Европанинг баъзи мамлакатлари Германия, Англия, Италия, Франция арзон нархдаги сифатли кийим-кечак моллари маркази қилиб ўзларини дунёга таништирамоқдалар ва “багаж” деб номланган туризм ривожланишига катта ҳисса қўшиб келмоқдалар. Йўл ҳаражатларининг баҳоси жуда қиммат бўлишига қарамасдан инсонлар ўта чидамли ва сифатли молларга маҳлиё бўлиб, бу каби саёхатларга қатнашиб келмоқдалар. Арзон ва сифатли товарларга бўлган талабларни ўрганган туроператорлар “ўз нархида сотиладиган фабрика жойларига” ёки “чегирмали” сотиш жойларига жуда кўп саёхатлар уюштирамоқда.

3.2. Европа туризми макрои=тисодий кырсаткичлари тащили

Туризм Европа давлатлари и=тисодиётида энг асосий тармо=лардан бири ҳисобланиб, айрим давлатларда миллий даромаднинг 60-70 фоизини беради. Туризм рентабеллиги жищатидан дунёда иккинчи ыринда туради, унинг рентабеллик даражаси 500 дан 1000 фоизгача етиши и=тисодчилар томонидан асослаб берилган. Жаҳон тажрибаси шуни кырсатадики, туризмни ривожлантириш и=тисодий шарт-шароитни яхшилаш учун керакли имкониятни туғдириб беради. Иккинчи жашон урушидан кейинги йилларда Ғарбий Европа мамлакатларида хал=аро туризмни ривожлантириш ма=садида, унга алоҳида эътибор бериб, туристик ресурслардан ма=садли фойдаланиш асосий йыналиш ҳисобланган. Буни ўз ва=тида тушунган бизнесменлар, тадбиркорлар оз пул ишлатиб кўпроқ фойда олишни айнан шу хал=аро туризм сощасида кўрганлар.

Шунинг учун ҳозирги кунда Европа мамлакатлари даромадларида халқаро туризм салмоқли шиссани ташкил қилади.

Дунёнинг турли ылкаларидан ташриф буюраётган сайёҳларни савдо орқали Европа давлатлари валюта тушумига қўшган шиссаси салмоқли бўлиб йилдан-йилга ортиб бормоқда. Масалан, Испанияда бир йиллик валюта тушумининг 45 фоизи сайёҳлик савдоси хизматидан келиб тушса, бу рақам Францияда 48%ни ташкил этади. Шунини алоҳида қайд қилиш керакки, чет эл туристларининг яшаш, айланиш ва саёҳатга кетган харажатларини 100% деб олсак, унинг 30%и яшашга, 40%и овқатланишга, 8-10%и транспортга, 10-12% бошқа қўшимча хизматларга сарф қилиниши аниқланган.

2002 йилда Испанияга 54 млн. дан ортиқ, Францияга 77 млн. дан ортиқ туристлар келган. Улар яшаш учун киши бошига ўртача бир кунга 185 доллар сарфлашган. Шу йилдаги тадқиқотлар натижаси кырсатишича, туризмдан келган валюта даромадларининг ўсиши юқори бўлиб, Швейцарияда 6,2%, Италияда 5,6%, Францияда 5,9%га етган. Туризмнинг мамлакат ёки шаҳар ижтимоий-иқтисодий ҳаётидаги роли ва аҳамиятини кичик шаҳарлар мисолида кўрса шам бўлади. Франциянинг Лур деган кичкина шаҳарчасида 20 мингдан ортиқ аҳоли бўлиб, кейинги 20 йил ичида бу шаҳарча иқтисодий ривожланган шудудга айланди. Лурга йилига 3,5 млн. сайёҳлар ташриф буюради ва ҳар қил хизмат турларидан фойдаланади. Бу шаҳарчада фақат 2 та меҳмонхона бўлиб уларда ва бошқа сервис хизматларида 3 мингга яқин аҳоли банд ёки жами аҳолининг 15%га яқини туризм соҳаси билан боғлиқ. Бундан шундай хулоса қилиш мумкинки, айнан шу соҳа орқали долзарб муаммолардан бири - ишсизлик муаммосини ҳал қилиш мумкин бўлади.

3.2.1-жадвал

Европанинг етакчи давлатларининг туризмдан олаётган даромадлари (транспортдан ташқари млрд. доллар ҳисобида)

Йиллар			Давлатлар ырни	2002 йилги тушум	2001-2002 й. Ўсиш %да.	2002 й. умумий улушдан%
1990	1995	2002	1	2	3	4
2	1	3	Италия	26,9	4.3	11,2
1	2	2	Франция	32,3	7.8	13,4
3	3	1	Испания	33.6	2.2	14,0
4	4	5	Б.Британия	17.5	8.0	7.3
5	5	4	Германия	16,840	2,0	7,4
6	6	6	Австрия	11.2	11.2	4.7
27	8	9	Польша	4.5	-6.5	1.9
12	11	7	Туркия	9,0	22,0	3.7
7	7	8	Швейцария	7,6	4.4	3,2
14	13	10	Россия	4.1	17.6	1.7
Жами Европада				240.5	6.5	100,0

Манба: Основные показатели развития туризма в 2003 году. ВТО

Мамлакатдаги мавжуд ресурсларнинг туризм ривожланишига таъсирини Австрия мисолида яққол кўришимиз мумкин. Бу мамлакат туризм соҳаси энг ривожланган мамлакатлардан бири ҳисобланади. Унинг ялпи ички маҳсулотини яратишда туризмнинг салмоғи 70%ни ташкил этади. Бу қырсаткич быйича Австрия нафақат Европа мамлакатларини балки, ер юзидаги бош=а мамлакатларни щам анча орқада қолдириб кетди. Францияда бу соҳанинг щиссаси 2,2%ни, Италияда 5,6%ни, Грецияда 4,9%ни, Швейцарияда 4,4%ни, Испанияда 7,5%ни ташкил этади.

Европанинг ривожланган давлатларида туризмдан олинаётган даромадларини қыриб чиққанымизда =уйидаги натижага келамиз. Ривожланган давлатларнинг туризм соҳасидан оладиган даромадларини (3-жадвал) ташлил қилганимизда, шу нарса намоён быладики, бу давлатлар орасида хал=аро туризм бозорида етакчи деб Италия, Франция, Испания, Буюк Британия, Германияни олишимиз мумкин.

Италия 1990 йилда туризмдан оладиган даромади бййича Европада иккинчи ыринда былган бўлса, 5 йилдан сўнг, яъни 1995 йилга келиб эришилган натижалар бййича биринчи ўринни банд эта олди. Бундай юқори натижанинг асосий сабаби сервис хизматини юқори даражада ташкил эта олгани былиб, ҳозирги кунда сервис хизматининг дунё бййича рўйхатга олинган 1200 хил турининг 400 дан ортиғи ызлаштирилганлигини мисол қилиб олишимиз мумкин. Италия туризмдан 1998 йил 30,427 млн. доллар даромад олишга эришган былиб, йиллик ўсиш 1997 йилга нисбатан 2,4%ни ташкил этган. Европада етакчилардан бири ҳисобланган Испания туризмни кўрадиган бўлсак, йиллик даромад 1998 йилда 29,585 млн доллар ташкил этган былиб, 1997 йилга нисбатан 11,0%га ўсганлиги, бу давлатнинг кейинги беш йиллик имкониятларини ташкил қилганимизда, ўсиш шу даражада давом этса, Испания нафақат Европада, балки дунёда етакчи былиб, фақатгина Америка Қўшма Штатларидан кейинги ўринни банд этиши мумкин. Испаниянинг бундай кырсаткичга эришишнинг асосий сабаби ички имкониятлардан самарали фойдаланаётганлигидир.

Майдони ва аҳолиси нисбатан кам былган давлатлар ичида Австрияни имкониятларини кыриб чиққанимизда, туризм соҳасининг ривожланиши энг юқори даражасига эришилганлини ва бу ютуқларнинг асосини бош=арув механизмнинг яхши йылга қўйилганлиги билан бош=а Европа давлатларидан фар= илади. Австрия ялпи миллий даромадининг 40%ини туризмдан олади. Лекин кейинги йилларда ривожланаётган давлатлар рақобати туфайли Австрия туризмида 1997 йилга нисбатан 1998 йилда 1,8%га даромад камайиши кузатилди.

Собиқ Совет Иттифоқи парчаланиб кетгандан кейин Россияда вужудга келган бир қанча сиёсий ва и=тисодий муаммолар юзага келишига қарамасдан, давлат томонидан туризмни ривожлантириш учун кўрилган чоралар ўз самарасини бериб, ҳозирги кунда Европа давлатлари ичида даромади бййича олдинги ўнликка чиқиб олди. Ўртача йиллик ўсиш 3,0%ни, даромад 7,107 млн.

долларни ташкил қилгани Россияда бу сощанинг келажаги порлоқлигидан далолат беради.

Юқоридаги кыриб ытилган омиллардан хулоса қилиб олганда Европанинг етакчи давлатларида туризмдан олинаётган даромадларнинг йиллик ўсиши 4,0%ни ташкил этади.

3.3. Европанинг ривожланган мамлакатлари туризми

1998 йилда Европадаги ривожланган мамлакатларда хал=аро туризмда иштирок этганлар сони 372,5 млн. кишидан орти=ни ташкил этди. Бу ер юзидаги туристларнинг 60%идан кўпроғига хизмат кырсатилди деганидир. Бу шундан далолат берадики, тараққий топган мамлакатлар и=тисодиёти туризмдан хал=аро миқёсида кенг фойдаланишдан катта манфаат кўрмоқда. Албатта бу тармо=ни ривожлантириш Европада хал=аро муносабатлар, эркин бозор тамойилларидан кенг қўламда фойдаланиш ҳисобига щам содир былмо=да.

3.3.1-жадвал

Европа етакчи давлатларининг туристларни қабул =илиши ва хизмат кырсатиш (млн. киши)

Йиллар			Давлатлар ырни	2002 йилда қабул =илинган туристлар	2002-2001 йилларда ўсиш,%
1990	1995	2002	1	2	3
1	1	1	Франция	77,0	2.4
2	2	2	Испания	52.7	3.3
3	3	3	Италия	39,8	0,6
6	4	4	Буюк Британия	24,2	5.9
18	6	8	Польша	14,0	-6.8

5	7	5	Австрия	18,6	2.4
7	9	6	Германия	17,9	0.6
11	8	7	Чехия	16,3	3,0
12	13	9	Россия	7,8	7.3
Жами: Европада				400,0	3,0

Манба: Основные показатели развития туризма в 2003 году. ВТО

Туристларни хал=аро йыналишлар быйлаб саёхатга кўплаб жалб =илиш ма=садида Европанинг ривожланган мамлакатларида кейинги 50 йил давомида мисли кырилмаган ишлар амалга оширилди. Бу тадбирларни амалга оширишда =улай шароитнинг пайдо былиши асосий ўрин тутди. Ривожланган мамлакатларда туризм маркетинги юқори даражада ташкил этилиши, унинг кўлами, тащилий ва қайта ишлаш жараёнларида фойдаланадиган услублар йиғиндиси, бевосита туристлар сонининг ортишига олиб келмоқда. Шу сабабли туризми ривожланган мамлакатлар маркетинг тадбирларига йилига катта миқдорда мабла\ сарфлашади. Мисол учун, Испанияда 78 млн., Италияда 68 млн., Францияда 72 млн. доллар миқдоридаги мабла\ хал=аро бозорни ырганишга ва рақобатда ўз махсулотларини ҳимоялашга ишлатилади.

Европада туризм ызининг ривожланиши давомида туристларнинг талабини қондириш учун амалга оширган ишларидан энг эътиборга молик томони меҳмонхона, отеллар ва мотелларнинг қайта қурилиши ва ҳар =андай туристларни қабул =илишга мослаштирилганлиги ҳа=ида тўхталиб ўтилмаса бўлмайди. Ҳозир жойлар сони быйича Европа мамлакатлари бош=а минтақалардан устунлик қилмоқда. Мавжуд меҳмонхоналарнинг деярли 80%и 3*-5* юлдузли ҳисобланиб, хизмат кырсатиши жищатидан хал=аро талабларга жавоб беради.

Бизга маълумки, давлат хазинасига чет эл валютаси тушумини таъминловчи энг =улай тармо= шам меҳмонхона ва отеллар ҳисобланади. Мамлакатга ташриф буюрган турист биринчи навбатда ундаги хизматларни сотиб олади. Ҳозирги кунда сайёҳлар меҳмонхоналардаги бир кунлик хизмат ҳақи 50 дан 200 долларгача

былишини талаб =илишмоқдаки, айнан шу нархдаги сифатли хизматни Европа туроператорлари таклиф =илиш имкониятига эгадирлар.

Европанинг ривожланган мамлакатлари туризми ривожланишида асосий ашамият касб этадиган нарсалар шам борки, буларни хал=аро ташкилотлар мисолида кўриш ма=садга мувофикдир. Европа Иттифоқининг ташкил былиши билан бирга бир =атор муаммолар, шу жумладан туризм соҳасидаги баъзи бир тусиқлар ўз ечимини топди. Булардан ҳозир бош=а регионларда туризм ривожланишига катта тўсқинлик =илаётган виза ва божхона системаси Европада бартараф этилди. Туристлар Иттифоққа аъзо мамлакатларда визасиз бемалол ҳаракатланиш имкониятига эга былдилар. “Европа Тараққиёт ва Тикланиш Банки” ташкил =илиниши билан и=тисодий ночор былиб қолган корхоналарга катта миқдорда кредитлар ажратиши ва уларнинг оёққа туриб олгандан кейин бемалол улар билан и=тисодий шамкорликда иш олиб бориши имкониятлари туғилди. Бутун жаҳон тарихида катта бурилиш айнан Европанинг ривожланган мамлакатлари иштирокида амалга оширилиши кўзда тутилмоқда. Бунда Европа Иттифоқига аъзо давлатларнинг ўн иккитаси 1999 йил 1 январдан бошлаб ягона былган “евровалюта” зонасига бирлашдилар. Шу пайтдан бошлаб Европадаги ўн иккита давлатда ҳисоб китоблар “евро” орқали амалга оширилиб келинмоқда. Бу валюта бирлиги икки йил давомида ҳисоб китобларда ишлатилиб 2002 йил 1 январ куни кенг кўламда муомлага чиқарилди ва олти ой мобайнида, яъни 1 июлга қадар олдинги эски валютага тўлиқ алмаштирилиб бўлинади. Бундан кўзланган ма=сад А+Ш доллари зонасидан чиқиб кетиш ва доллар билан муносиб рақобатлаша оладиган валютани юзага келтиришдир. Бу тадбирлар амалга оширилиши ўз навбатида туризм соҳасига таъсирини ўтказди. Хал=аро йыналишлар билан ташриф буюрган туристлар бемалол ўн иккита давлатда тусиқларсиз хизматларни сотиб олиш имкониятига эга былади. Ягона валюта зонасида былган давлатлар

туристлар алмашинувида ҳеч қандай муаммо бўлмайди. Бу билан туризм соҳасида ривожланишнинг янги имкониятлари юзага келади.

3.4. Жаҳон туризмида Европанинг ўрни

Ҳозирги вақтда Оврўпа ҳудудига монархия, республика унитар ва федератив шаклдаги иқтисодий ривожланган 40та суверен давлатлар жойлашган. Гибралтар номли битта колониал ҳудуд ҳам бор. 90-йилларнинг бошида Оврўпада ягона Оврўпа иқтисодий макони бўлиб, социалистик лагер инқирозга учраб, олмония бирлашди.

Оврўпа транспорт системаси Ғарбий оврўпа системасига ыхшашдир, бу ерда ташқи йўли узоқлиги А+Ш ва Россияга нисбатан бир мунча камроқ, аммо транспорт тармоғи таъминоти анчагина яхши йўлга қўйилган. Юк ва йўловчиларни ташишда автомобил транспортлари асосий ролни ўйнайди. Темир йўл тармоғи умуман қисқаряпти. Дарё транспорти йўллари, айниқса Рейн ва Дунай йўлларининг роли каттадир. Қуруқликдаги ва сувдаги транспортларнинг йўллари туташган жойларда чет элдан келтирилган хом ашё билан ишловчи денгиз хўжалиги ва порт саноати комплекслари - йирик транспорт узеллари барпо этилди. Буларга қўйидагилар киради. Роттердам, Лондон, Гамбург, Антверпен ва бошқалар.

Оврўпада кўп километрли темир йўллар ва Алп тоғларида автомобиль тоннеллари қазилган, Англия ва Фарангистон ўртасидаги Ла-Манш бўғозидаги ўтган 50 километрли йирик сув ости тоннели ишламоқда.

Кембридж, Мюнхен, Ницца, Лион атрофларида АҚШ мисолидаги илмий текшириш парки ва технополислар вужудга келди. Ваҳоланки, аввалгидек Оврўпа мамлакатининг юқори технологияси соҳасида АҚШ ва Япониядан орқада қолмоқда.

Фан йылида кетаётган харажатлар Оврўпа мамлакатларида киши бошига 200 доллар бўлса, Японияда 470, АҚШда эса 600 доллар Оврўпада Цюрих, Лондон, Люксембург каби жаҳондаги йирик банк марказлари жойлашган.

Оврўпа мамлакатлари (ОМ) хал=аро туризмнинг асосий регионидир. Биринчи ыринда ҳар йили 50 миллиондан орти= киши ташриф буюрувчи Испания туради. Дам олувчилар учун энг ёқимлиси Ўрта ер денгизи чеккасидаги районлар, Альп тоғлари курортлари, шамда маданий-тарихий ҳайкаллардир.

Оврўпа хўжалиги ҳудудий структураси манба омиллари таъсирида XIX асрдаёқ бунёдга келган. Ҳозирда меҳнат манбалари, ишлаб чиқариш илм даражаси ва экологик омиллар катта роль ўйнади. Шаҳар агломерацияси ва асосий саноат районлари Буюк Британиянинг жануби-шарқий қисмидан Бенилюкс мамлакати орқали чўзилган кўндаланг ўқда, Фарангистон шимолида, Олмонияда Рур районида Италия шимолигача (“иссиқ банан”) жойлашган. Европа майдонини 10%ини эгалловчи бу зона унинг ялпи маҳсулотининг 40% ини беради. Бундан ташқари кейинги йилларда Ўрта ер денгизи қирғоқлардаги Барселонадан Турин ва Грециягача (жанубий йылакча) яна бир қудратли зона вужудга келмоқда.

Шу билан барча жаҳоннинг ҳеч бир жойида Рура ва Саара районлари Олмонияда, Буюк Британияда, Ланкшир, Йоркшир, Жанубий Уэльс; Фарангистонда Эльзас ва Лотарингия; Польшада Верхнесилез; Чехияда Остра ва Карвин каби анъанавий тармо=ларга эга былган шунча сонли эски саноат районлари йы=дир.

Оврўпада асосан аграр қолоқ районлар шам бор. Уларга Италия жануби, Фарангистон Ёрби, Мадриддан Испания Ёрбигача, Португалия, Греция, Ирландия ва Буюк Британия шимоли, Руминия, Болкон мамлакатлари, Польша шимолий шарқ қисми тегишлидир.

Янги очилган ерларга тубида катта нефть ва газ бойлиги былган Шимолий денгиз экваторияси улкан табиий газ бойлиги былган Нидерландия қирғоқлари киради.

Хорижий Оврўпа майдони бййича дунё миқёсидаги энг катта ҳисобланиб, дунё хўжалигидаги роли жуда улкандир.

3.5. Европада хал=аро туризм ривожланиш йыналишлари

Европа мамлакатлар туризм бозори тобора янги турмахсулотлар ва хизматлар билан бойиб бораётган ҳозирги шароитда, янги имкониятларни ани=лаш, улардан оқилона фойдаланишда талаб-таклиф ва уни ырганиш натижаларидан фойдаланиш туризм ривожланишининг асоси былиб қолмоқда. Баъзи мамлакатлар туризм истеъмол бозорида устиворликка эга былиш ма=садида турфирмалар, компаниялар изланишларни яхлит тизим сифатида шакллантириб, жащон бозорида ызининг муносиб ырнига эга былиш, экспорт салоҳиятини оширишга интилмоқда.

Европанинг ривожланган мамлакатлари ички бозори ҳаддан ташқари тўйинганлиги, саноат махсулотларининг тез янгиланиши ва тури (хили) ўзгариб туриши билан кўпгина давлатлардан яққол ажралиб туради. Масалан, мавжуд маълумотларга кўра Германия, Франция ва Италия бозорларига ҳар йили маданий-маиший ва хыжалик махсулотларининг 700 хил янги тури, бош=ача қилиб айтганда ҳар куни тахминан иккитадан янги махсулот келиб тушади. Шу жумладан туризм сощасида янгидан-янги хизмат усулларининг кенгайиши натижасида, инсонларнинг маънавий камолотини янада ривожлантириш учун имконият туғдиради. Туризмдаги хизматлар сони харидорларнинг харид қурбидан анча олдинга ўтиб кетди. Бундай шароитда туризмда хизмат қилувчилар ўз - ўзидан рақобатчилар орасидан ўз махсулотларига бўш жой қидириш, бир иложини қилиб орага суқилиб кириб олиш, “хизмат кырсатиш бўшлигини” топиш ва

рақиблар билан кескин кураш билан жиддий тарзда шу\улланишга мажбур этади. Бундай вазиятда компания, фирмани бош=ариш тузилмалари фаолият кырсатишининг етакчи масаласи былиб, корхонанинг бутун фаолиятини бозорда ва истемол сощасида тинимсиз ўзгариб турган шолатларга энг юкори даражада мослаштириш масаласи ўртага чи=ади. Шунинг учун шам ривожланган мамлакатларнинг туризм бозоридаги энг асосий \ояси ма=садни аниқ белгилаб олишдан иборатдир.

Европадаги ривожланган давлатлар ривожланишнинг янги бос=ичга чи=иш учун шамма тармо=ларда и=тисодий ислохотларни бир маромда амалга оширишга эришди. Шу жумладан, туризм сощасини ислох =илишда давлат томонидан кенг кўламда кичик ва ўрта корхоналарнинг иш фаолиятини яхшилашга катта микдорда кредитларнинг берилиши тезда ўз самарасини кырсатди. Бундай натижаларга эришишда Италия, Испания, Франция ва Германия бош=а давлатларга ўртак қилиб олса быладиган натижаларни қўлга киритди. Кичик ва ўрта корхоналарга бундай имкониятларнинг яратилиши уларнинг иш фаолиятини кескин тарзда ўзгартириб юбориши билан бирга ишсизлик муаммосига бир оз баршам берилишига олиб келди. Аҳолини ижтимоий ҳимоялаш яхшиланди, миллий даромаднинг сезиларли даражада ўсишига сабаб былди.

Хулоса

Европа минтақаси туризмини ўрганиб чиққанимизда мамлакатдаги мавжуд ресурсларнинг туризм ривожланишига таъсирини Австрия мисолида яққол кўришимиз мумкин. Бу мамлакат туризм сощаси энг ривожланган мамлакатлардан бири ҳисобланади. Унинг ялпи ички маҳсулотини яратишда туризмнинг салмоғи 70%ни ташкил этади. Бу кырсаткич быйича Австрия нафақат Европа мамлакатларини балки, ер юзидаги бош=а мамлакатларни шам анча орқада қолдириб кетди. Францияда бу сощанинг щиссаси 2,2%ни, Италияда 5,6%ни, Грецияда 4,9%ни, Швейцарияда 4,4%ни, Испанияда 7,5%ни ташкил этади.

Европанинг ривожланган давлатларида туризмдан олинаётган даромадларини кыриб чиққанимизда =уйидаги натижага келамиз. Ривожланган давлатларнинг туризм соҳасидан оладиган даромадларини юқорида берилган 3-жадвал орқали тащил қилганимизда, шу нарса намоён бўладики, бу давлатлар орасида хал=аро туризм бозорида етакчи деб Италия, Франция, Испания, Буюк Британия, Германияни олишимиз мумкин. Европа мамлакатларида рақобат жуда кучайган бўлиб, келажакда асосан Испания етакчилик қилиши олимлар томонидан башорат қилинмоқда.

Назорат учун саволлар.

- 1.Европанинг ривожланган давлатларининг и=тисодий ривожланишида туризмнинг ырни =андай?
- 2.Европа давлатларида виза системаси =андай жорий =илинган?
- 3.Европа Иттифоқининг тузилишидан =андай манфаат кўзда тутилган?
- 4.Европа давлатлари валюта бирлиги «Евро»нинг и=тисодий ривожланишдаги аҳамиятини тушунтиринг?
- 5.Европа мамлакатлари туризмнинг келажакдаги йыналишларида устивор қилиб қайси фактор олинади?
- 6.Испания =андай сабабларга кыра Европада валюта тушуми быйича биринчи ыринга чи=иб олди?
- 7.Польша туризми нима учун ривожланиши ор=ага кетмо=да?
- 8.Россия туризми ривожланишида етакчи омил нима?
- 9.Европа туризми ривожланишининг асосий йыналишлари нималарда кырилади?
10. Европадаги =айси давлат сифат-бащо тамойилига амал =илади?

Адабиётлар

1. Чудновсий А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрий туризма. -М: Финансы и статистика. 2004. -437 с.
2. Чудновсий А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрий туризма. -М:

Финансы и статистика. 2004. -437 с.

3. Lundberg D., Krishnamurthy M. – Tourism Economics. New York: John Wiley Sons Inc. 2003. -210 p

4. Норчаев.А.Н. Халқаро туризм ривожланишининг иқтисодий ўсишга таъсири. и.ф.н. дисс. –ТДИУ, 2004. -130 б.

5. Основные показатели развития туризма в 2003 г. ВТО. –Мадрид, 2004. 30 стр.

6. www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация

7. www.tag-group.com – Консультативная группа по вопросам туризма (TAG)

IV-бoб. ОСИЁ МИНТАҚАСИ ТУРИЗМИ

4.1. Осиё туризми ривожланиш динамикаси ва ҳолати

4.2. Жанубий-Шарқий Осиё мамлакатлари туризми

4.3. Марказий Осиё туризми

4.4. Яқин Шарқ мамлакатлари туризми

4.1. Осиё туризми ривожланиш динамикаси ва ҳолати

Осиё шудудида 42 та давлат жойлашган. Иккинчи жаҳон урушига уларнинг кўп қисми мустақил давлат бўлган бўлса, ҳозирда деярли шаммаси суверен давлатдир.

Осиёда 3,4 млрд. киши истиомат этилади. Аҳолининг қайта тикланиши эпицентрининг чўққиси бошқа мамлакатларда шам ўтган бўлиб, табиий ўтишнинг пасайтиришга интилган.

Кўпчилик мамлакатларда у 1000 та яшовчига 20 тадан 30 та кишигача боради. Аҳолининг этник таркиби жуда мураккаб бўлиб, бу ерда 9 та тил гуруҳига мансуб халқлар яшайди. Улар орасида жаҳондаги йирик (хитойликлар, ҳиндистонликлар ва бошқа) камсонлик халқлар бор. Кўп мамлакатлар турли миллатли бўлиб улар аторида турли миллатли бўлиб улар аторида халқаро низо сунмаётган: Афғонистон, Ҳиндистон, Шри-Ланка давлатлари мавжуд. Осиё барча жаҳон динлари ватанидир. Аҳолининг жойлашуви жуда бетартибдир.

Шунинг учун Осиё туризми ривожланиши ҳам бирдек эмас. Территориянинг катта бўлиши туристлар ҳаракатининг чекланмаганлиги туризм учун қулайликлар яратади.

Осиё =итъасига туристлар ташрифи ва келажакдаги исти=боллари

Йиллар	Туристлар сони (млн. киши. ҳис)	Туристлар сонининг ўртача йиллик ысиши (%да)	Даромад (млрд. дол. ҳис)	Даромаднинг ыртача йиллик ысиши (%да)
2002	131.2	5.1	94.6	7.7
2010	187.9	8.4	143.2	6.4

Манба: Основные показатели развития туризма в 2003 году. ВТО.

Жадвалдан кыриниб турибдики, Осиё =итъаси туризми я=ин келажакда дунёда етакчи регионга айланади. Бунинг асосий сабаби Осиё мамлакатлари и=тисодиёти тезликда ривожланаётган ҳудуд ҳисобланади.

Айрим мамлакатларнинг ривожланиши ва ихтисослантирилиш даражасидаги фар=и хорижий Оврўпадагига нисбатан Осиёда яққолроқ акс этган. Кўп мамлакатлар феодализмдан муносабатлардан капитализмга ытиш бос=ичини бошдан кечирмоқда. Айниқса =уйидаги янги мамлакатларнинг саноат и=тисодиёти жуда тез ривожланмоқда: Корея Республикаси, Тайван, Сингапур, Малайзия, Тайланд шамда Хитой ва Ҳиндистон. Форс кўрфази нефт чиқарувчи мамлакатларида и=тисод жуда юқори суръатда ривожланмоқда. Уларнинг кўпида ривожланган мамлакатлар транснационал корпорациялари билан узвий бо\ли= былган йирик миллий буржуазия тузилган.

Бирма, Непал, Малдив Республикаси, Лаос, Бутан, Йемен, Комбоджа каби Осиёнинг мамлакатларида ҳозирги замон бозор муносабатларига ытиш ҳаддан ташқари секин бормо=да, замонавий саноат эса деярли йы=дир.

Кўпгина давлатлар хўжалиги қишлоқ хўжалик ва қон ишлаб чиқариш саноатидан иборатдир. Уларнинг кўпида ҳозиргача озиқ-овқат муаммоси ҳал этилмаган. қишлоқ хўжалигини мутахассислаштириш, янги шаклга тушмоқда. Жанубий, Шар=ий ва Жануби Шар=ий Осиёда муссон иқлимли районларда меънат ресурслари орти=чадир ва қишлоқ хўжаликка ер етмаслиги туфайли шоли

экуви ривожланган. Бир йилда шолідан уч марта ҳосил олинади. Бу районда яшовчилар йилига Оврўпаликдан 50-100 марта кўп гуруч истеъмол =илади. ХХР, Япония, Ҳиндистон, Шри-Ланка чой етиштиришга мутахассисланган. Бирма, Лаос ва Тайланд чегарасида “олтин учбурчак” кўкнор экиш майдони жойлашган. Жануби -Ғарбий Осиёда илғор маданияти бўлиб суғориладиган ерларда буғдой етиштириш ҳисобланади, бу ерда чорвадорчилик ҳам яхши йилга қўйилган.

Тоғда кон ишлаб чиқариш саноати минерал ресурсларга бой мамлакатларда ривожланган бўлиб, йирик компаниялари томонидан етарлича даражада назорат =илинади.

Жаҳон ишлама саноатидаги Осиё ривожланаётган мамлакатларнинг улуши паст - жамми 3%. Бош рол ЯИМ га тегишлидир, Ҳиндистон ва Форс кўрфаси мамлакатларига ҳам, кейинги 15-20 йил ичида ЯИМ и=тисодий бухронни бошдан кечирмоқда, бу ерда и=тисод Япон модели бўйича қайта қурилмоқда. Автомобиль, нефт-кимёси, кемалар қуриш ва электрон саноати вужудга келди, енгил саноат тез ривожланмоқда. Кейинги йилларда бу мамлакатларда ЯИМ нинг ҳар йилги ўсиши 5-8% ни ташкил этади.

Форс кўрфаси нефт ишлаб чиқариш мамлакатлари фақатгина и=тисодий эмас, балки Суэц канали, Берлин - Боғдод автомобил йўли нефт гигант бўйлиги, тайёр маҳсулот катта ҳажми бозори борлиги туфайли гомеопатик ва ҳарбий стратегик аҳамиятга эга. Саудия Арабистони, Эрон, Ироқ, Қувайт, БАА да олинаётган нефт туфайли, жуда катта фойда олмоқдалар. Булар етарли даражада ривожланган нефт кимёси ва металлургия саноатини қудратли саноат райони мукамал замонавий шашарга айланади, Саудия Арабистонни шу шудудда дон хўжалиги ривожланишида йўлбошчи бўлди.

Давлатлараро чакана савдо (ДҲС) ривожланган Осиё мамлакатлари қишлоқ хўжалик маҳсулотлар (чой, табиий каучук, жут, зираворлар, субтропик хўл мевалар) ва кон ишлаб чиқариш саноати (нефт, газ, марганец, кўрғошин,

вольфрам, хромит, темир рудаси) билан таъминловчи сифатида жашон бозорига чиқмоқда.

1. БМТ га биноан давлатларни ривожланган ва ривожланмаган давлатга ажратишида аҳоли киши бошига тўғри келадиган ялпи миллий маҳсулот миқдори кўрсаткичи хизмат қилади.

2. Аҳоли зичлигининг кескин ортиши ва табиатга сиқув бўлган шароитда хыжалик нагрукалари табиий системаларни ўз-ўзини тозалаш қобилиятини ошириб юборди.

3. Ривожланган мамлакатларда хизмат соҳасидаги аҳоли улуши биринчи ўринда туради, мисол учун А+Шда 50% дан ортиқдир.

4. Қўшма Штатларда шашарларга ўтиб жойланиш натижасида ақлий меҳнат кенг тарқалди. Ўйрик шашарлар учун янги шудудларни очиш билан бўлиб қолган миграция ҳосдир. Яна бир миграция омили - қочоқлар миграцион омилидир.

4.2. Жанубий-Шарқий Осиё мамлакатлари туризми

Жанубий-Шарқий Осиё минтақасига иқтисодий инқироз ўзининг катта таъсирини ўтказди. Ушбу минтақада ички минтақавий туризмда шу билан бирга осиелик туристлар омилига бўлиқлиги юқори даражада бўлгани сабабли туристик йыналишлар бўйича кўрсаткичлар шам тушиб кетди. Японияга туристлар омили -2,8% га камайди, ушбу кўрсаткич тегишли тарзда Янги Зеландияда -3,1%, Индонезияда -3,1%, Филиппинда -2,5%, Гонгконгда -7,1%, Сингапурда эса -14%га камайди. Аммо туристларнинг узок масофадаги давлатларга қилинадиган сафарлар нархи юқорилиги ва унинг ўрнига яқин шудудларга саёхат қилишни афзал кўрганлигидан ушбу минтақанинг айрим мамлакатлари усталик билан фойдаландилар. Хусусан, Таиландга туристлар омили 6,9%га ошди, лекин айна пайтда ушбу сошадан келадиган тушумлар -

9,3%га камайди. “Савдо жаннати”га айланган Жанубий Корея Республикасига оими 8,7%га ошди, даромад 11%га кўпайди. Минтақадаги туризм ҳажмининг 1-3 қисми тўғриси келадиган, ички минтақавий туризмга боғланиб қолган ХХР эса А+Ш ва Европанинг бошқа мамлакатларидан келадиган туристлар сони 10%га ошиши эъвазига жами туристлар оимини 1% оширишга муваффақ бўлди.

4.2.1-жадвал

Жанубий-Шарқий Осиёга туристлар ташрифи ва келажакдаги истиқболлари

Йиллар	Туристлар сони (млн. киши. ҳис)	Туристлар сонининг ўртача йиллик ўсиши (%да)	Даромад (млрд. дол.ҳис)	Даромаднинг ўртача йиллик ўсиши (%да)
2002	95.2	4.1	82.6	5.7
2010	156.9	6.4	130.2	4.4

Манба: Основные показатели развития туризма в 2003 году. ВТО.

ХХР шукумати кейинги ўн йил мобайнида халқаро туризмни ривожлантиришга катта эътибор берган шолда 1990 йилда жаҳон туризмида тушум бййича 25-ўринни банд қилиб турган бўлса, 2002 йилга келиб Осиёдаги барча давлатларни ортида қолдириб жаҳонда еттинчи ўринга чиқиб олишга эришди.

4.3. Марказий Осиё туризми

Марказий Осиё туризми ривожланиши ва унинг истиқболлари ҳақида тўхталадиган бўлсак, асосан бу минтақада тўртта мустақил ёш суверинтет республикалар туризми тушинилади. Минтақада туризми ривожланган давлат Ўзбекистон ҳисобланади. Собиқ СССР даврида ҳам Ўзбекистон минтақада туризми ривожланган етакчи республика ҳисобланган. Туркменистон, Тожикистон ва Қирғизистон мамлакатлари иқтисодий инқироз туфайли халқаро ва ички туризмда деярли ривожланиш кузатилгани йўқ. Ўзбекистон туризми

ҳақида тўхталадиган бўлсак, Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда ички имкониятларнинг роли бекиёс даражада катта. Бу имкониятларни тўғри йўналтирган шолдагина маъсадга эришиш мумкин бўлади. Халқаро туризмни ривожлантиришда муҳим аҳамият касб этадиган ҳувидаги омилларнинг Марказий Осиёда яхши ривожланганлигини кўрсатиш мумкин:

- миллий, тарихий ва қадимий қадамжоларнинг кўплиги;
- халқларимизнинг меҳмондўстлиги ва миллий анъаналаримизга бойлиги;
- ҳудуднинг ранг-баранг табиати, ўсимлик ва ҳайвонот дунёсининг хилма-хиллиги;
- автомагистраллар ва темир йўлларнинг равонлиги, етарли даражадаги ривожланган инфратузилмаси;
- ҳудуднинг Европа ва Осиё қитъалари чораҳасидаги стратегик йўлда (ўтмишда эса Буюк Ипак Йўли марказида) жойлашганлиги;
- халқаро ҳаво йўлларининг етарли даражада ривожланган тармоғи мавжудлиги;
- мусулмонлар ва бошқа динга сиғинувчилар учун муҳим аҳамият касб этувчи муқаддас қадамжоларнинг кўплиги.

Халқаро туризмни ривожлантиришда давлат ёндашувини талаб қиладиган бир ҳаёт омиллар шам мавжуд бўлиб, бу омилларнинг ечимини топмасдан туризмни ривожлантириб бўлмайди. Бу омиллар ҳувидагилардан иборатдир:

- ҳудуддаги мамлакатларда виза ва божхона масалаларининг мураккаблиги;
- туризм инфратузилмасини ташкил этувчи ташкилотларнинг биргаликда фаолият олиб бормаслиги;
- яқка тартибда саёҳатга чиққан туристлар учун авиачипталар нархининг юқорилиги;
- меҳмонхоналардаги хизмат нархларининг халқаро меъёрлардан нисбатан қиммат бўлишидир.

Кўриб ытилган омилларнинг ҳар бири туризмни ривожлантиришнинг имконият даражасини белгилаш билан бир =аторда хал=аро миқёсда танилишида асосий йыналишларидан бири былиб қолади.

4.4. Яқин Шарқ мамлакатлари туризми

Ушбу минтақанинг кырсаткичлари жащондаги ўртача ўсишга нисбатан анча тезкорлик билан ривожланмокда. Жумладан, туристлар о=ими 5,3% га, тушум 6,4%га ўсган. Худуддаги мамлакатлардан Ливан (18%), Иордания (12%), Бахрейн (4%) о=имнинг кўпайишига эришди. Бошқа мамлакатларга нисбатан ривожланган Миср туристларга сервис хизмати кырсатишни яхшилаш натижасида сайёхлар о=ими 3%га ўсишига эришди. Ҳозир бутун дунёдан туристлар Мисрнинг қадимий эҳромларини кўриш учун ва афсонавий Нил дарёси қирғоқларида ташкил этилган қадимги ёдгорликларни зиёрат =илишга ошиқмокдалар.

4.4.1-жадвал

Я=ин Шар= мамлакатларига туристлар ташрифи ва келажакдаги исти=боллари

Йиллар	Туристлар сони (млн. киши. ҳис)	Туристлар сонининг ўртача йиллик ысиши (%да)	Даромад (млрд. дол.ҳис)	Даромаднинг ыртача йиллик ысиши (%да)
2002	27.5	4.1	12.9	10.7
2010	52.9	8.4	33.2	6.4

Манба: Основные показатели развития туризма в 2003 году. ВТО.

Бутунжащон Туризм Ташкилоти маълумотларига кўра, жащон быйича кейинги ўн йилликда туристик о=имнинг ўртача йиллик ўсиши Европа минтақасида 3,1%, Яқин Шарқда 6,9%, Жанубий Осиёда 6,4%, Осиё-Тинч океани минтақасида 7,7%ни ташкил этди. Бизнинг республикамизда ушбу кырсаткич йилига 15% даражасида белгиланган, бу эса БТТнинг Осиё минтақасига оид тахминларидан икки маротаба юқоридир. Лекин, республикамиз турмахсулотини

жашон талаби даражасига келтириш ва маркетинг соҳасидаги баъзи бир камчиликларни бартараф этиш учун кўпроқ мабла\ ажратиш тақозо =илинади. Жаҳон мамлакатларида туризмга сарфланаётган харажатларни кыриб ўтганимизда, бу харажатлар тез орада ызини қоплашининг гувоҳи бўламиз.

Хулоса

Осиёнинг кўпгина мамлакатлари турли миллатли бўлиб уларда хал=аро низо сунмаётган: Афғонистон, Ҳиндистон, Шри-Ланка давлатлари мавжуд. Осиё барча жашон динлари ватанидир. Аҳолининг жойлашуви жуда бетартибдир.

Шунинг учун Осиё туризми ривожланиши ҳам бирдек эмас. Территориянинг катта бўлиши туристлар ҳаракатининг чекланмаганлиги туризм учун =улайликлар яратади.

Айрим мамлакатларнинг ривожланиши ва ихтисослантирилиш даражасидаги фар=и хорижий Оврўпадагига нисбатан Осиёда яққолроқ акс этган. Кўп мамлакатлар феодализмдан капитализмга ўтиш бос=ичини бошдан кечирмоқда. Айниқса =уйидаги янги мамлакатларнинг саноат и=тисодиёти жуда тез ривожланмоқда: Корея Республикаси, Тайван, Сингапур, Малайзия, Тайланд ҳамда Ҳитой ва Ҳиндистон. Форс кўрфази нефт чиқарувчи мамлакатларида и=тисод жуда юқори суръатда ривожланмоқда. Уларнинг кўпида ривожланган мамлакатлар транснационал корпорациялари билан узвий бо\ли= бўлган йирик миллий буржуазия тузилган.

Осиё туризмида сўнги йилларда ХХРнинг ўрни ортиб бормоқда. Бунинг асосий сабаби мамлакат иқтисодиётининг бир маромда ривожланиб бориши бўлмоқда. Лекин, Марказий Осиё туризми ҳам тезликда ривожланиб бормоқда.

Умуман олганда яқин келажакда Осиё туризми келажаги парлоқлиги башорат қилинмоқда.

Назорат учун саволлар

1. ХХР нинг туризми нимага асосланган?

2. Яқин Шарқ мамлакатлари туризми ривожланиши шолатини тушунтиринг?
3. Яқин Шарқ мамлакатлари туризми нима учун асосан мавсумий ҳисобланади?
4. Диний туризмнинг нима сабабдан айнан Яқин Шарқ мамлакатларида ривожланиши тезлашиб бормоқда?
5. Хитойда туризмнинг қайси тури ривожланган?
6. Нима учун Марказий Осиёда туризм бирдек ривожланишга эга эмас?
7. Марказий Осиё республикалари туризми ривожланишида етакчи омиллар?
8. Жанубий Корея туризми нима сабабдан тезликда ривожлана олди?
9. Нефт экспорт қилувчи давлатлар туризмида асосий йўналишларни белгиланг?
10. Нима сабабдан Осиё туризми барқарор ривожланишга эга эмас?

Адабиётлар

1. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрий туризма. -М: Финансы и статистика. 2004. -437 с.
2. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрий туризма. -М: Финансы и статистика. 2004. -437 с.
3. Lundberg D., Krishnamurthy M. – Tourism Economics. New York: John Wiley Sons Inc. 2003. -210 p
4. Норчаев.А.Н. Халқаро туризм ривожланишининг иқтисодий ўсишга таъсири. и.ф.н. дисс. –ТДИУ, 2004. -130 б.
5. Основные показатели развития туризма в 2003 г. ВТО. –Мадрид, 2004. 30 стр.
6. www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация
7. www.tag-group.com – Консультативная группа по вопросам туризма (TAG)

V-бoб. АМЕРИКА МИНТАҚАСИДА ХАЛҚАРО ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИШИ

5.1. Америка минтақаси туризми ривожланиши динамикаси

5.2.Шимолий Америка мамлакатларида халқаро туризм ривожланиши

5.3.Лотин Америкаси мамлакатларида халқаро туризм ривожланиши

5.1. Америка минтақаси туризми ривожланиши динамикаси

Америка минтақаси хорижий туристик ташрифлар бўйича Европа минтақасидан кейинги иккинчи ўринда туради. Бутунжаҳон туризм ташкилоти таркибига кирувчи туризм ҳудудлари Шимолий Америка, марказий Америка, Жанубий Америка ва Кариб ороллари ҳисобланади. Минтақа бўйича хорижий ташрифларнинг ярими Америка Қўшма штатлари ва Канада мамлакатларига тўғри келади. Америка Қўшма штатлари, Канада ва Мексика мамлакатлари Америка минтақасининг асосий туризм марказлари ҳисобланиб, уларнинг туризм бозорини асосий қисмини Шимолий Америка мамлакатлари таъминлайди. Минтақада халқаро туристик ташрифлар ва халқаро туризм тушумлари бўйича биринчи ўринда Америка Қўшма штатлари туради. Минтақага қилинган хорижий ташрифларнинг 35-50%и, халқаро туризм тушумларининг 50-60%и Америка Қўшма штатлари мамлакатига тўғри келади. Минтақа бўйича иккинчи ўринда Кариб ороллари туради, бу ҳудудга йилига 12-15 миллион туристлар ташриф буюради. Жанубий Америка мамлакатларида нисбатан туризм кам ривожланган умумий туристик ташрифларнинг 9-10%и тўғри келади. Бунга асосий сабаб сиёсатнинг беқарорлиги, ва иқтисодий ривожланишнинг нотекислиги бўлиши мумкин.

Америка минтақасига қилинган хорижий ташрифларнинг 0,9%и Африка, Жанубий Осиё ва Яқин Шарқ мамлакатларига тўғри келади. 5,5%и Шарқий Осиё

ва Тинч Океани минтақаси мамлакатларига, 9,0% эса Европа минтақаси мамлакатларига, 85,0%и Америка минтақаси мамлакатларига тўғри келади.

5.1.1-жадвал

Америка минтақаси туризми динамикаси 1992-2002 йиллар

Йил лар	Хизмат кўрсатилг ан туристлар млн. киши	Ўртача йиллик ўзга- риши%	Жаҳондаги умумийдан улиши%	Даромад млрд. АҚШ долл.	Ўртача йиллик ўзгариш %	Жаҳондаги умумийда улиши%
1992	101,08	4,26	20,99	83,595	12,88	28,21
1993	106,525	5,39	21,30	95,545	14,30	29,48
1994	107,760	1,16	19,62	95,084	-0,48	27,43
1995	108,748	2,77	19,56	100,262	5,44	25,50
1996	115,511	4,30	19,51	106,378	6,1	25,15
2000	128,000	10,8	18,62	121,800	14,4	27,03
2001	120,200	-6,1	17,57	119,907	-1,6	26,15
2002	114,854	-4,4	16,35	114,255	-4,8	24,1

Манба: Основные показатели развития туризма в 2003 году. ВТО

Америка минтақаси 1970 йилда жаҳон туризм ташрифларининг 25,5% ни ташкил қилган бўлса, кейинги йилларда туризм ҳаражатларининг ўсиши сабабли мунтазам равишда пасайиш кузатилган, 1985 йилга келиб бу кўрсаткич жаҳон туристик ташрифларининг 20,17% ни ташкил этган. 1985-1995 йилларда, туристик ташрифлар бўйича ўсиш кузатилмаган, 1996 йилга келиб 19,5% га тушиб кетган. 2000 йилга келиб халқаро туристик ташрифлар 10,8% га ўсган, лекин жаҳон бўйича, 18,62% ни ташкил этган. 2001 йилда 6,1% га 2002 йилда эса 4,4% га пасайиш кузатилган.

Америка минтақасида халқаро туристик ташрифлардан тушган тушум 2000 йилда. 121 млрд. 800 миллион АҚШ долларини ташкил этган. Олдинги йилларга нисбатан 14,4% га ўсиш кузатилган. 2001 йилда бу кўрсаткич 1,6% га 2002 йилда эса 4,8% га пасайиш кузатилган.

**Америка минтақаси ҳудудлари бўйича 1995-2002 йилларда
халқаро туристик ташрифлар**

Ҳудудлар	Йиллик ўзгаришлар %да				Минтақалар улиши %да		
	1995	2000	2001	2002	2001/2002	2002/2001	2002
Шимолий Америка	80,5	91,2	84,4	81,6	-7,5	-3,3	71,0
Кариб Ороллари	14,0	17,2	16,9	16,1	-1,6	-5,1	14,0
Марказ. Америка	2,6	4,3	4,4	4,7	1,7	6,4	4,1
Жанубий Америка	11,7	15,2	14,4	12,5	-5,0	-13,6	10,9
Америка минтақаси бўйича жами	108,8	128,0	120,2	114,9	-6,1	-4,4	10,0

Манба: Основные показатели развития туризма в 2003 году. ВТО

Америка минтақаси 2002 йилда халқаро туристик ташрифларни 16,3%ни ташкил этган. 2002 йилда бу минтақага 114,9 млн. туристлар ташриф буюрган: Шимолий Америка ҳудудига 81,6 млн. Кариб оролларига 16,1 млн. Марказий Америкага 4,7 млн. Жанубий Америка ҳудудларига 12,5 млн. 2001 йил 11 сентябр Америка Қўшма Штатларида содир бўлган воқеалар таъсирида 2001 йил 2000 йилга нисбатан хорижий туристлар ташрифи 6,1%га 2002 йилда 2001 йилга нисбатан 4,4%га камайган. Америка минтақасининг ҳамма ҳудудларида 2002 йилда хорижий ташрифларнинг камайиши кузатилган. Фақатгина Марказий Америка ҳудудида 2001 йил 1,7% га 2002 йил 6,4% га хорижий туристлар ташрифи ўсган ва Америка минтақасининг 1999 йилга нисбатан 2000 йилда 5,0% ўсишига ижобий таъсир кўрсатган.

5.2. Шимолий Америка мамлакатларида халқаро туризм ривожланиши

Америка Қўшма Штатлари туризми

Америка Қўшма Штатлари Шимолий Америка Қитъасида жойлашган бўлиб, майдонининг катталиги бўйича дунёда Россия, Канада ва Хитойдан кейинги тўртинчи ўринда туради. Унинг майдони 9,4 млн. кв.км.га яқин бўлиб, ҳудудий жиҳатдан уч қисмдан иборат.

1. Асосий қисм Бутун ҳудуднинг 84% ни эгаллайди. Шарқдан Фарбга 4,5 минг, Шимолдан Жанубга сал кам уч минг км. га чўзилган. Шимолдан Канада, Жанубдан Мексика, Шарқдан Атлантика ва Фарбдан Тинч океани билан ўралган.

2. Аляска ҳамда Алеут ороллари. Мамлакат ҳудудининг 16,0% ни ташкил этади. Аляска Канаданинг Шимолий - Фарбий қисми билан чегарадош.

3. Гавайи ороллари, 24 оролдан иборат архепелаг бўлиб, мамлакат ҳудудининг 0,2% ни ташкил этади.

АҚШ нинг географик ўрни тарихнинг барча босқичларида мамлакат туризм индустриясини ривожланишига қулайлик яратган.

Бу, аввало денгиз чегараларида ажойиб табиий бандаргоҳларнинг мавжудлиги, айниқса мамлакат ҳудудининг Атлантика ва Тинч океанлари орасида жойлашганлиги билан боғлиқ. Канада билан қуруқлик чегаралари ҳам табиий чегаралар, яъни дарё ва кўллар орқали ўтилади савдо ва туризм алоқаларининг ривожланишига қулайликлар туғдиради.

Минтақага келган туристлар сони ва пул тушумлари мос равишда 44% ва 64% бўйича А+Ш биринчи ўринда туради. Бу ички бозорнинг ылканлиги ва мамлакат инфраструктурасини кучли ривожланиши билан белгиланади. А+Ш дунёдаги катта меҳмонхона тушуми ва транспорт саноатга эгадир. Минтақа туризм тараққиёти бўйича иккинчи ўринда, йилига 12 миллион турист қабул

қилувчи Кариб ороллари туради. Жанубий Амеркага былган турист оими нисбатан кучсиз. Масалан, келганлар улуши 10% ни, пул тушумлари эса 9% ни ташкил этади. Бу минтақадаги сиёсий вазиятларнинг бекарорлигига итисодиётнинг яхши ривожланганлиги билан изоҳланади.

АҚШ да туризм асосан Флорида, Калифорния ва Невада штатларининг Шимолий Шарқий қисмида ривожланган. Уларнинг иқлими ёзда денгиз бўйида дам олиш ҳамда спортнинг қишки турлари билан шуғулланиш учун қулай.

Шимолий Америка худуди тарихий ёдгорликларга бой бўлмаса ҳам, уларнинг аксарият қисми айнан шу худудда жойлашган. Айрим эски шаҳарларда кўчалар XVIII – асрда қандай бўлган бўлса, ўша ҳолатда сақланиб қолган бу албатта хорижий туристларни қизиқишларини орттиради. Аммо бу худуд биринчи навбатда, Нью-Йорк шаҳри бошчилигида замонавий маданият ва бизнес маркази сифатида дунёга машхур. Пляжлар тизими шимолий худуд Кейп – Кодедан бошланиб, Жанубий худуд Кейп – Хаттерасгача давом этади, қирғоқлар эса қум тепаликлардан иборат. Лонг–Айленд шимолий қирғоқлари парус спорти билан шуғулланиш учун қулай. Масалан: Ньюпорт районида Нью-Йорк бадавлат аҳолисининг шахсий пляжлари мавжуд бўлган иккинчи ўйлари жойлашган. МЭН лар штати қирғоқлари тошлардан иборат бўлганлиги сабабли, у ерларда туризм кам ривожланган. Бу ерда жойлашган Аркадия миллий боғи ўз мавқеига биноан мамлакатнинг иккинчи боғи ҳисобланади ва бир йилда тўрт миллион туристларни қабул қила олади. Флорида штатида туризм аввалги асрнинг 70-йилларида қишки дам олиш зонаси сифатида ривожлана бошлаган. Бой америкаликларнинг аксарият қисми бу ерга қишда келиб дам олиш учун уйлар қурганлар, аммо XX–асрнинг 20 – йилларида штатда катта ўзгаришлар бўлди ва бу худуд улкан туристик марказга айланди. 1987 йилга келиб йилига 34 млн. туристларни қабул қилиш имкониятига эга бўлди. Штатда туризмдан келадиган даромад миқдори 40 млрд. доллардан ошиб кетди. Шу билан бирга 1,28 млн. аҳоли иш билан таъминланди.

Маями - Бич улкан кўнгил очар тадбирлари билан дунёда ном қозонган. Шимолда элита виллаларига бой Палм – Бич жойлашган, ғарбий қирғоқда эса форт Майерс ва Санкт–Петесбург оралиғида юқори сифатли пляжлар мавжуд: Штатнинг кўзга ташланадиган жойлари – бу, Диснейленд ва Космик тадқиқотлар маркази ҳисобланади. Флорида штатида катта автомобил йўл тизими мавжуд. Шу сабабли ҳам бу ерга автотуристларнинг катта қисми ташриф буюради.

Флориданинг транзит туризми унча катта эмас. Майами порти Америка круиз йўловчилари учун дарвоза ҳисобланади ва бир йилда бир миллионга яқин туристларни ўтказди. АҚШ штатлари орасида Калифорния штати хорижий туристик ташрифлар бўйича етакчилик қилади. Аҳолининг 90%и дан ошиғи Тинч океани қирғоқларида жойлашган шаҳарларида яшагани учун, бу ерда бир кунлик ички туризм яхши ривожланган ва шунга қарамасдан Калифорния, АҚШ халқаро туризмнинг асосий марказларидан бири бўлиб ҳисобланади.

Калифорния, қирғоқлари турли – туман табиат манзараларига бой. Бу ерда кумлик пляжлар ва қоялар мавжуд. Штатнинг ички қисмида эса дам олиш ва саёҳат қилиш учун кўплаб гўзал жойлар бунёд қилинган. Бу ерда йилига уч миллионга яқин меҳмонларни қабул қила оладиган мамлакат миллий парки – Йосемит парки бунёд этилган.

Лос – Анжелес штатнинг асосий туристик маркази ҳисобланади. Бу ерда дунёга машҳур Голливуд киностудияси ва болалар оромгоҳи Диснейленд мавжуд.

Калифорниянинг бошқа йирик туристик шаҳарларига Сан-Диего ва Сан – Францесколар ҳам киради.

Калифорния яқинида АҚШнинг бошқа муҳим туристик марказлари Невада штатининг Лас – Вегас шаҳри ва Аризона штатининг Гранд – Каньон шаҳри жойлашган, йилига 16,2 миллион сайёҳлар уни зиёрат қилишга ташриф буюрадилар. Улар йилига 8,6 млрд. доллар фойда келтирадилар. Ҳар йили АҚШ мамлакати бу шаҳарларда меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришга катта

маблағ сарфлайди. Бу ерда дунёнинг улкан отеллари, «Нью-Йорк» ва «MGM» отеллари жойлашган. Гранд – Каньон Колорадо дарёси бўйидаги водийда жойлашган. У машҳур миллий парк сифатида йилига 3,5 миллион меҳмонларни қабул қилиш имкониятига эга. АҚШ нинг бошқа штатлари ҳам кўзга ташланадиган туристик масканларга бой. Масалан: Техасда ҳар томонлама қулай гўзал пляжлар мавжуд бўлса, Хюстонда космик тадқиқотлар маркази мавжуд. Вайоминг, Колорадо, Монтана, Юта Штатлари жуда бой туристик ресурсларга эга.

Чет эл меҳмонлари иккита асосий гуруҳга бўлинади: кўшни мамлакатлар Мексика ва Канададан келадиган меҳмонлар, ҳамда океан ортидаги мамлакатлардан келадиган меҳмонлар. Биринчи гуруҳ умумий ташриф буюрувчиларнинг 60-62% ни ташкил қилади. Бироқ Нью-Йорк Гавая ороллари ва Калифорния ҳам улар учун муҳим туристик марказ бўлиб ҳисобланади. Қитъалараро меҳмонларнинг асосий қисми АҚШга Европа ва Осиё мамлакатларидан ташриф буюрадилар. Европа қитъасидан ташриф буюрувчи саёҳатчиларнинг 2,5 млн. га яқинини Буюк Британияликлар, Осиё Қитъасидан келадиган меҳмонларни 3,0-3,5 млн.га яқинини Япониялик меҳмонлар ташкил қилади.

Япониялик меҳмонларнинг 2/3 қисми кўпроқ Тинч океани ороллари – Гавая ва Гуамга ташриф буюрадилар.

Қитъалараро меҳмонлар мамлакат бўйлаб саёҳати вақтида Сан – Францескога яқин жойлашган район – Силикон водийсига кўпроқ ташриф буюрадилар, чунки Силикон водийси юқори технологияларни ривожлантиришнинг асосий маркази ҳисобланади. Шу сабабли у кўпроқ Япониялик туристларни жалб қилади. Чет эл меҳмонларининг ташрифи қуйидагича: уларнинг кўпчилиқ қисми Нью-Йоркка тўғри келади ва 17,9% ни ташкил қилади, ундан кейин Тинч океани қирғоқлари 19,5%, Флорида ўзининг қирғоқ бўйи масканлари билан биргаликда 18,5% ни ташкил қилади. АҚШ аҳолиси сонининг кўплигига қарамасдан мамлакатдан четга

аҳолининг жуда кам қисми саёҳатга чиқади. Масалан, ҳар йили чет давлатларга 50-70 миллион киши саёҳатга чиқади, уларнинг асосий қисми қўшни мамлакатлар Мексика ва Канадага ташриф буюрадилар. Четга чиқиш туризмининг 25%и Европа мамлакатларига, 17%и Узоқ- Шарққа ва 10%и Кариб оролларига тўғри келади.

Америкаликларнинг қисқа дам олиш таътилларининг 51%и икки ёки ундан камроқ кунни ташкил қилади. Америка аҳолиси орасида кўллар ва қирғоқ бўйида жойлашган курорт ҳамда дам олиш зоналарига қилинадиган ташрифлар сони ортиб бормоқда.

Америка Қўшма Штатлари мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаларини кўрсатишича, жаҳон бўйича туристик ташрифларнинг 6,0% Америка Қўшма Штатлари мамлакатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 6,7%га камайган. Америка минтақаси бўйича ташрифларнинг 36,5%и бу мамлакатга тўғри келган.

Халқаро туризм тушумлари бўйича, жаҳон туризм даромадларининг 14,0%и, Америка минтақаси тушумлари бўйича 58,2% ни ташкил қилган. Халқаро туризм даромадлари бўйича жаҳонда биринчи ўринни эгаллаган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 7,4%га камайган.

2001 йил 11-сентябрда АҚШда содир этилган террористик ҳуриж туризм ва транспорт соҳасида янги таркибий ўзгаришларни келтириб чиқарди. Шунинг учун ҳам АҚШ туризм индустриясининг ўсиш даражасининг пасайиши кузатилган. Бу эса, америкалик туристларни худди Европадаги сингари ички туризм имкониятларидан фойдаланишга ундайди ва хавфсизлик масалаларига алоҳида эътибор берилиб янги институционал ўзгаришларни юзага келтиради. АҚШда ЯММ миқдори 67,4 млрд. доллар, жон бошига 25850 долларга тўғри келади.

АҚШ да Ўзбекистон Республикаси билан 1992 йил 19 февралдан дипломатик муносабатлар ўрнатган ва иккала давлатда ҳам элчихоналар очилган.

АҚШ Ўзбекистоннинг энг муҳим иқтисодий ҳамкори ҳисоб-ланади. Ўзбекистоннинг сиёсий, иқтисодий ва гуманитар ислохотлар йўлида дадил боришидаги ҳозирги давр изчил босқич сифатида қаралар экан, Америкалик ҳамкорлар тажрибаси бизга қўл келади. Америкадан ўрганишимиз мумкин бўлган соҳалар бир талай, чунки бу давлат узоқ тарихий давр мобайнида бозор иқтисодиётини ривожлантириш борасида катта ва бой тажрибага эга, биз эса «Американи янгидан кашф этиб ўтирмасдан», унинг ижобий сабоқларини ҳар томонлама қунт билан ўрганишимиз ва энг муҳими ҳаётга тадбиқ этишимиз зарур. Ана шунда бошланган сиёсий ва иқтисодий ислохотларимиз самараси янада юқори бўлади.

Канада туризми

Канада шимолий Америкада жойлашган давлат бўлиб, ҳудудининг катталиги жиҳатдан Россиядан кейинги дунё бўйича иккинчи ўринда туради. Аҳолиси 29,0 миллион киши, энг йирик шаҳарлари, Оттава, Монреал, Ванкувер, Торонто. Аҳолисининг асосий қисми Европадан кўчиб келганларнинг аждоди бўлиб, англо – канадаликлар умумий аҳолининг 40% ни ташкил этади. Франко – Канадаликлар аҳолининг 27%ни, этник гуруҳлар 33% ни, туб халқ ҳиндулар 390 минг кишини, эскимослар эса 28 минг кишини ташкил қилади. Расмий тили инглиз ва француз тиллари. Канада иқтисодий жиҳатдан жаҳоннинг энг юксак ривожланган мамлакатлари қаторига киради. Ялпи миллий маҳсулотнинг ҳажми бўйича саноати ривожланган давлатлар ичида мустаҳкам еттинчи ўринни эгаллайди. «Катта еттилик»лар гуруҳига киради. Канадада Темир йўллар, Автомобил йўллар ниҳоятда ривожланган. Асосий портлари: Галифакс, Квебек, Сент–Джонс, Ванкувер, Тандер–Бей, Торонто.

Канада давлати иккинчи жаҳон уришидан кейин туризм индустрияси билан жиддий шуғуллана бошлади. Булар саёҳат, туризм, спорт ва фаол дам олиш санъат ва маданият ушбу йўналишларнинг ҳар бирида давлат томонидан таъсис этилган

агентликлар у ёки бу маъсулиятни зиммасига олган ҳолда фаолият олиб борадилар. Улар бир – бирларига ёрдам берадилар ва бир – бирлари билан маълум бир мажбуриятлар асосида иш олиб борадилар.

Урушдан кейинги ўн йилликларда Канада ҳукумати мамлакат ички заҳираларини биринчи навбатдаги вазифаларини бажариш учун ўз имкониятларини ишга солиб, бир қатор умум халқ маданий тадбирларини таъсис қилдилар. 1950 йиллар жисмоний тарбияга, 60 йилларда ёшлар билан ишлаш ва уларни муҳофазаси, 70–йилларда маданият ва маданиятлараро мулоқотлар 1980–1990–йилларда юқоридаги мавзуларни бирлаштирувчи оила ва никоҳ мавзуларига эътибор қаратилиб бир қанча дастурлар ҳаётга тадбиқ этилди.

Канадада бир қанча катта кўнгил очар миллий парклар ва 20 дан ортиқ миллий – тарихий парклар ва манзиллар бунёд этилган. Канаданинг туризм индустрияси АҚШ туризмини эслатади. Туристлар учун Онтарио ва Квебек, Алберто ва Британия Колумбияси юқори мавқега эга. АҚШ туризм бозорининг 18,9 миллионини Канадаликлар ташкил қилади. Канадалик туристлар АҚШ нинг жанубий ҳудудида жойлашган ёзги ва қишки курортларига, Мексика ва Кариб оролларига кўпроқ қизиқишади. Европа ва Буюк Британияга Канадаликлар асосан қариндош ва дўстларини кўриш учун борадилар, бу канадаликларнинг 38%и дан кўпроғини ташкил қилади. Канада халқаро туризмида чет эл туристларининг келиши 1990 йилларгача турғун ҳолатда бўлган. 1990–2000 йиларда чет эллик туристлар ташрифида бир мунча ўсиш кузатилган.

2001–2002 йилларда эса сезиларли даражада камайиш кузатилган. Масалан, 2001 йилда 2000 йилга нисбатан 7,5%га, 2002 йилда 2001 йилга нисбатан 3,3%га камайиш кузатилган. Халқаро туризмдан келиб тушадиган тушимлар миқдори ҳам 2001 йилда 12,0%га 2002 йилда эса 10%га пасайганлиги кузатилган. АҚШдан келадиган туристлар сони ҳам йилига 12,7 миллиондан 11,8 миллионга тушган. Осиё ва бошқа минтақалардан ташриф буюрувчи хорижий туристлар сони

сезиларли даражада камайган. Канада туризм бозорини асосан Буюк Британия, Франция ва АҚШ мамлакатлари таъминлайди.

Канада мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлили натижаларини кўрсатишича, жаҳон бўйича туристик ташрифларнинг 2,8%и, Америка минтақаси бўйича 17,4% Канада мамлакатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 1,9% га кўпайган.

Халқаро туризм тушимлари бўйича, жаҳон туризм даромадларининг 2,0%и, Америка минтақаси тушумлари бўйича 8,4% ни ташкил қилган.

2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 10,0% га пасайганлиги кузатилган.

Канада мамлакатада ҳар бир хорижий ташриф 557 АҚШ долларини ташкил қилган; бу кўрсаткич Америка минтақаси бўйича 995 АҚШ долларини, Америка Қўшма Штатларида эса 1588 долларни ташкил этган. Канада ЯММнинг ҳажми 646 млрд. АҚШ доллар, жон бошига ҳисоблаганда 23870 АҚШ долларни ташкил этади. ЯММнинг 6,4%ни халқаро туризм тушимлари ташкил қилади.

Канада мустақил Ўзбекистон республикасини биринчилар қаторида 1991 йил 1–декабрда тан олди ва 1992 йил 7–апрелдан дипломатик муносабатлар ўрнатилди. Ўзбекистон ва Канада ўртасида сиёсий, иқтисодий ва маданий соҳаларда ҳамкорлик шартномалари мавжуд.

АҚШ ва Канада миллий парклари

Америка Қўшма Штатларида 367 та миллий парклар бўлиб, улар мамлакатнинг барча бурчакларида барпо этилган, булар жой ва ландшафтнинг бутун мўжизаларини ўзида акс эттирган.

1916 йил АҚШ Конгреси томонидан, табиатни муҳофазалаш, табиатнинг бундай мўжизаларини келажак авлодга қандай бўлса шундайлигича асраш, бу гўзалликлардан келажак авлодни баҳраманд қилиш мақсадида миллий парклар хизмати ташкил этилган.

Миллий парклар хизмати дунёга машхур Йеллоустон ва Йосемит паркларидан ташқари бошқа миллий паркларни ҳамда кўплаб тарихий аҳамиятга эга бўлган иншоотларни ҳам назорат қилади;

Бостондаги Озодлик сўқмоғи, Филадельфиядаги Мустақиллик Зали, Гавайидаги Аризона кемасига бағишланган мемориал, кўплаб маданият ёдгорликлари, археологик қазилмалар, елканли кемалар, Колониал даври кийимлари, фуқаролар уруши даври ҳужжатлари ва шунга ўхшаш кўплаб тарихий ёдгорликларни парк хизмати ўз ҳимоясига олган.

Парк хизмати Арктика тундраларидан тортиб Маржон қояларигача бўлган экотизимларни, ҳавони ва истеъмол қилинадиган сув ресурсларини ҳам ўз назоратига олган. У иқлим ўзгаришлари ва биологик ўзгаришлар бўйича ҳам халқаро лойиҳаларда иштирок этади.

Америкаликлар, «Бизнинг миллий паркларимиз каби табиий мўжизалар, мутлақо демократик америкача ҳаёт» дунёнинг ҳеч бир бурчагида йўқ, мамлакат бутун бойликлари билан халқникидир, деган асосий шиорга таянадилар. Ўта гўзал табиат мўжизалари, табиий ландшафтларни сақлаш ва асраш, уларнинг асосий мақсади, буларни кўриб инсонлар завқлансин ва лаззатлансин, лекин Американинг бундай ноёб табиий бойликлари инсон шафқатсизлиги билан топталмасин деган ғояга амал қиладилар.

Кейинги йигирма йил мобайнида тизимга яна учта кўриқхоналар қўшилди. Миллий паркларнинг янги турлари – шаҳар дам олиш ҳудудлари, дарё бўйи кўриқхоналари, сайёҳлик кўриқхоналари, тарихий жойлар парк хизмати ҳимоясига олинди.

Тарихий жойлар ва кўриқхоналар тизимларига кирувчи 367 та ҳудуд 80 миллион акр ерни эгаллайди. Турли миллий паркларнинг ўлчамлари ҳам турлича. Масалан: Врангелдаги миллий парк ва Аляскадаги Муқаддас Эляс парклари 13

миллион акр ерни эгаллаган бўлса, Тадеуш Костюшко миллий меъмориали атиги 0,2 акр ерни эгаллаган.

Америка миллий паркларига ҳар йили 273 миллион саёҳатчилар ташриф буюриб, ундаги бутун гўзалликлар, табиат мўжизаларини кўриб завқланадилар ва у ердаги хизматлар ва дастурлардан тўла – тўкис фойдаланадилар. Ҳозирги кунда кўп йиллар муқаддам парк хизмати ўз олдида қўйган вазифалари ўзгариб бормоқда, чунки ҳозирги кунга келиб ҳар бир паркнинг ўзига хос бўлган экотизимини сақлаб қолиш, ноёб йўқолиб бораётган ўсимлик ва ҳайвонот дунёсини асраб қолиш ва ҳимояга олиш вазифалари ўта муҳим вазифалардан бири бўлиб ҳисобланади.

Америка қитъасидаги иккинчи мамлакат Канадада 29 та миллий парklar ва 20 дан зиёд миллий тарихий парklar ҳамда табиий мўжизаларга бой бўлган манзиллар мавжуд. Энг гўзал тоғ юксакликлари худудида жойлашган Банф миллий паркига 1885 йилда асос солинган ва бу Канадада биринчи миллий парк тизими бўлиб ҳисобланар эди.

Ҳозирги кунга келиб эса унинг таркибига Жаспер, Ку – тене, Йохова Ревелсток миллий парклари бир неча маҳаллий парklar ва қўриқхоналар манзарали тоғ чўққиларига (Британия Колумбияси ва Алберта провинциялари) тутшиб кетган. Бу миллий парklarга поездларда (Канада Тинч Океан темир йўли), Автомашиналарда (Тронсканада шоссеси), шунингдек, маҳаллий авиакомпанияси хизматларидан фойдаланиб саёҳатчилар ташриф буюрадилар.

Канада давлати миллий парklar тўғрисидаги қонунда «Миллий парklar Канада халқи учун – Канада халқининг дам олиши ва кўнгил очиши ҳамда табиат мўжизаларидан завқ олиши учун бунёд этилган ва улар келгуси авлодларга илк гўзаллигини сақлаган ҳолда етказиб берилиши шарт», деб ёзилган, бу қонунга ҳозирги кунга қадар Канада халқи амал қилиб келади.

Канада миллий паркларида сайёҳлик хизматлари бугунги кун талаби даражасида ривожланган, кўплаб Швейцария услубидаги шалелар, чанги клублари, курортлар, спорт марказлари, хушманзара жойларда алоҳида дам олиш уйлари мавжуд. Канадада ва эҳтимол бутун дунёдаги энг катта парк Канаданинг Шимолий Ғарбий ҳудуди Алберта провинциясида жойлашган Вуд баффало миллий парки ҳисобланади. Бу миллий парк 4 миллион 480 минг гектар ерни ташкил этади ва унда дунёдаги энг йирик ёввойи бизон подалари яшайди. Бу парк табиат қўриқхонаси сифатида муҳофаза қилинади, туристларнинг оммавий равишда саёҳатларга боришлари тақиқланади.

Канада ҳукумати иккинчи жаҳон урушидан кейин дам олиш ва кўнгил очиш ишлари билан жиддий равишда шуғуллана бошлади. Булар, саёҳат, туризм, спорт ва фаол дам олиш, санъат ва маданият соҳалари бўйича, ушбу йўналишларнинг ҳар бирида давлат томонидан таъсис этилган агентликлар бутун масъулиятни зиммаларига олган ҳолда фаолият олиб борадилар. Улар бир – бирларига ёрдам кўрсатадилар ва бир – бирлари билан маълум бир мажбуриятлар асосида иш олиб борадилар.

5.3. Лотин Америкаси мамлакатларида халқаро туризм

ривожланиши

Мексика туризми. Мексика давлати шимолий Американинг Жанубий-Ғарбий қисмида жойлашган. Ҳудуди 1958,2 минг кв. км. га тенг Тинч океани ва Калифорния қўлтиғидаги қатор ороллар ҳам унинг ҳудудига киради. Аҳолиси 94,0 млн. кишидан иборат. Пойтахти Мехико. Мехикода 20 млн. дан ортиқ аҳоли истиқомат қилади. Йирик шаҳарлари Гвадалахара, Монтеррей, Пуэбла, Леон, Сьюдад–Хуарес. Аҳолисининг 55% испан -ҳинд метислари, (1910-йилнинг 16

сентябрига Испания мустамлакаси бўлган, 16 сентябр Мексиканинг «миллий байрами» ҳисобланади чунки шу йили Испания асоратидан ҳоли бўлиб мустақил ривожланиш йўлига ўтди). 29% маҳаллий хиндулар ва европаликларнинг аجدодларидан иборат. Расмий тили-испан тилидир.

Мексикани тоғлар мамлакати, деб аташ мумкин, чунки Мексика ҳудудининг ярми денгиз сатҳидан 1000 м баландликда жойлашган. Унинг табиий бойлик заҳиралари жуда катта бўлиб, бу соҳада Лотин Америкасида биринчи ўринда туради. Шунинг учун ҳам туризм соҳасини ривожлантириш бўйича катта имкониятларга эга мамлакат.

Мексика қадимий ва бой маданиятга эга бўлган мамлакатлардан бири бўлиб ҳисобланади. У ерда дунёга машҳур ассори – антиқалар ниҳоятда кўп, музей ва кутубхоналарда қадимий кўргазма ва кўлёмалар сақланиб қолган.

Мексикада автомобилсозлик, электроника ва электротехника етакчи соҳалардан ҳисобланади. Мамлакатда йилига 390-400 минг автомобиль ишлаб чиқарилади. Мамлакатда транспорт воситалари яхши ривожланган, 26,5 минг км. темир йўл, 237 минг км. автомобил йўллари мавжуд.

Денгиз флотлари Тинч ва Атлантика океан қирғоқларида жойлашган. Мамлакатда 53 та аэропорт бўлиб, Мексика шаҳарлари ва етакчи давлатлар билан ҳаво алоқалари ўрнатилган. Ялпи миллий маҳсулот 728,2 млрд АҚШ долларни ташкил этади. Мексикада туризм соҳаси фаолияти ҳам анча яхши йўлга қўйилган чет эл валюта тушумларининг 10%и туризм соҳасига тўғри келади.

Хорижий туристик ташрифлар бўйича Мексика давлати Америка қитъасида АҚШ ва Канададан кейинги учинчи ўринда туради. 2000 йилда Мексикага 20 миллион 641 минг хорижий туристлар ташриф буюрган, бу кўрсаткич 1999 йилга нисбатан 5,0% ўсишни ташкил этган. 2001 йилда 2000 йилга нисбатан хорижий туристлар ташрифи 4,0%га камайган.

2002 йилда 19,7 млн. чет эл туристлари ташриф буюрган 2001 йилга нисбатан 0,7% га ташрифлар сонини камайиши кузатилган.

Мексика туризм бозорини асосан АҚШ, Канада Европа Иттифоқи давлатлари, Марказий Америка, Осиё ва Тинч Океани ҳудудидаги мамлакатлар таъминлайди.

Мексика аҳолисининг турмуш тарзи ниҳоятда нотекис. Барча даромадларнинг 45%и 10% аҳоли қўлида тўпланган, 69% аҳоли ночор аҳволда яшайди. Мексика мамлакатада умуман, кўпгина ижтимоий масалалар ўз ечимини кутмоқда. Шунинг учун ҳам мамлакатда четга чиқиш ва ички туризм кам ривожланган. Бироқ мамлакатда туризм соҳасини ривожлантириш учун катта имкониятлар ва туристик ресурслар мавжуд.

Мексика мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаларини кўрсатишича, жаҳон туристик ташрифларнинг 2,7%и, Америка минтақасига қилинган ташрифларнинг 17,1%и Мексика мамлакатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 0,7% га камайган.

Халқаро туризм тушумлари бўйича, жаҳон туризм даромадларининг 1,9%и, Америка минтақаси тушумлари бўйича 7,8% ни ташкил қилган.

2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 5,4% га ўсганлиги кузатилган.

Ҳар бир хорижий ташриф Америка минтақасида ўртача 995 АҚШ долларини ташкил қилади. Мексика давлатида эса 2002 йилда ҳар бир хорижий ташриф 452 АҚШ долларини ташкил этган. Бу Мексикада туризм индустриясини, сервис хизматларини яхши ривожланмаганлигидан далолат беради.

Мексика Ўзбекистон республикасини 1991 йил 26- декабрда тан олади ва 1992 йил 16 мартдан дипломатик муносабатлар ўрнатилган. Иккала мамлакат ўртасидаги сиёсий, иқтисодий ва маданий алоқалар йўлга қўйилмоқда.

Бразилия туризми. Бразилия Жанубий Америкада жойлашган давлат.

Бразилия худудининг катталиги 8,5 млн. кв. км, аҳолисининг сони 162,6 млн киши. лотин Америкасидаги энг йирик ва иқтисодий жиҳатдан қудратли давлат ҳисобланади. Америка қитъасидаги АҚШ ва Канададан бошқа давлатлар Лотин Америкаси деб юритилади. Бу мамлакатга хос муҳим хусусият шундан иборатки, бу мамлакатда португал тили давлат тили ҳисобланади, ваҳоланки, Лотин Америкасидаги бошқа давлатларда асосан испан тили давлат тили ҳисобланади. Бразилия 1500 йили португалияликлар томонидан кашф этилган, XIX – асрга қадар Португалия мустамлакаси бўлган.

Бразилия «Қизил дарахт» дегани, 1822 йилда мустақил империяга айланди. 1889 йили республика деб эълон қилинади. Бозор муносабатлари асосида ривожланиш йўлини танлаб олиб, муҳим ислохотлар ўтказилди. Йирик шаҳарлари Бразилия 1,6 млн., Сан-Паулу 15,4 млн., Рио – де Жанейро 9,8 млн. Белу-Оризонти 2,1 млн Сальвадор 2,1 млн, Форталеза 1,5 млн. киши истиқомат қилади.

Бразилия ва минтақадаги бошқа давлатларнинг яна бир муҳим хусусияти шуки, уларнинг иқтисодиёти хориж сармоясига, биринчи навбатда АҚШ га боғлиқ. Шу сабабли бразилиянинг ташқи қарзи 125 млрд. АҚШ долларни ташкил этади. Бразилия бу қарзни тўлаш у ёқда турсин, ҳатто унинг фоизини тўлашга ҳам қодир эмас.

Мамлакатда 1980 йиллардагина бир қанча ижобий ўзгаришлар рўй берди, хориж сармоясига қарамликдан чиқиш чора–тадбирлари кўрилди ва аста – секинлик билан индустриализация сари йўл тутилди, чунки мамлакат иқтисоди асосан аграр соҳага асосланган эди.

Ҳозирги кунда Бразилия минтақада иқтисодий жиҳатдан анча ривожланган давлатга айланди. Ялпи ички маҳсулот миқдори 375 млрд. АҚШ долларни ташкил этиб ўнинчи ўринни эгаллайди. ЯММ миқдори 886,3 млрд. АҚШ доллар, жон бошига эса 5580 долларни ташкил этади.

Бразилия кофе етиштириш бўйича жаҳонда биринчи ўринда туради.

Мамлакатнинг асосий савдо шериклари: АҚШ, Ғарбий Европа мамлакатлари, ОПЕК яъни нефть казиб олувчи 11-давлат, Япония, Канада ва Лотин Америкасидаги давлатлардир.

Транспорт воситалари ичида автомобиль асосий бўлиб 1,7 млн. км. автомобиль йўли мавжуд. Темир йўлларнинг узунлиги 30,6 минг км. Асосий денгиз портлари – Парамарибо, Кайенна, Форталеза, Натал, Рио-де-Жанейро, Салвадор, Витория ва бошқалар.

Мамлакат ҳудудининг 60%ни ўрмонлар ташкил этади. Қимматбаҳо турдаги дарахтлар захираси бўйича Бразилия жаҳонда биринчи ўринда туради, аммо улардан унумли фойдаланилмайди. Аҳолининг 42%и хизмат соҳаларида фаолият кўрсатади.

Бразилия туризм соҳаси бўйича жуда катта имкониятларга эга, лекин мамлакатда туризм жуда секинлик билан ривожланмоқда. Бразилия иқтисодиётида хизмат соҳалари нуфузи ортиб бораётган бўлса ҳам, туризм ва у билан боғлиқ тармоқлар суст ривожланмоқда. 2002 йилда мамлакатга 3,8 млн. га яқин хорижий туристлар ташриф буюрган. Лекин 2001 йилга нисбатан 20,7% га ташрифлар сони камайган.

Ўрта даражада ривожланган Бразилия иқтисодиётида бир қанча муаммолар мавжуд. Юқорида таъкидланганидек, бу асосан ташқи қарзлар бўлиб, улар йилдан йилга ошиб бормоқда. Мамлакатдаги бойлик ниҳоятда нотекис тақсимланган. 10% аҳоли қўлида 90% бойлик тўпланган, 40 млн. аҳоли эса қашшоқликка маҳкум

этилган, ишсизлар сони 10 млн. дан ортиқ кишини ташкил этади, 23 млн. аҳоли саводсиздир.

Шунинг учун ҳам мамлакатда туризм индустрияси суст ривожланмоқда.

Бразилия мамлакати халқаро туризм ҳаракатларини иқтисодий таҳлил натижаларини кўрсатишича, жаҳон туристик ташрифларнинг 0,54% ни, Америка минтақасига қилинган ташрифларнинг 3,3%и Бразилия мамлакатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи – 20,7% га камайган.

Халқаро туризм тушумлари бўйича, жаҳон туризм даромадларининг 0,65%и, Америка минтақаси тушумлари бўйича 2,7% ни ташкил қилган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори – 16,0% га камайганлиги кузатилган. Ҳар бир хорижий ташриф Бразилия мамлакатига 825 АҚШ долларни ташкил қилган. Жаҳон бўйича бу кўрсаткич 18,2% га юқори бўлган, Америка минтақаси бўйича 20,6%га паст бўлган.

Бразилия туризм бозорини асосан АҚШ, Буюк-Британия, Канада, Германия, Мексика, Франция, Япония, Скандинавия мамлакатлари таъминлайди.

Ўзбекистон Республикаси билан Бразилия федератив Республикаси ўртасидаги муносабатлар эндигина шаклланмоқда. Бу мамлакат бизнинг республикаимизни 1992 йилнинг 26 январ куни тан олган бўлса, 1993 йилнинг апрелидан дипломатик муносабатлар ўрнатилган. Дастлабки Бразилия сайёҳлари Ўзбекистонга ташриф буюрганлар.

Бразилиянинг футбол терма жамоаси беш марта жаҳон чемпиони бўлган (1958: 1962: 1970: 1994: 2002). Бундай юксак натижага дунёнинг ҳеч қайси мамлакат терма жамоаси эришган эмас. Бразилия фуқароси, футбол қироли Пелени ким билмайди дейсиз, кўп футболчиларимиз Пеледай футболчи бўлишни орзу қилишади.

Ўз даврида бозорнинг серқирра йўлини босиб ўтган ва ўтаётган бу мамлакат тажрибасини ўрганиш фойдадан ҳоли бўлмайди. Бразилия тажрибасидан шундай хулоса чиқариш мумкинки, бозор муносабатларига ўтишнинг ўзи барча муаммоларни ҳал этмас экан, узоқ йиллар бозор йўлидан боришига қарамасдан бу давлатда юзага келган айрим муаммолар ҳали тугатилмаган.

Ўзбекистон Республикаси Бразилия билан икки томонлама иқтисодий ҳамкорликни янада кучайтиришдан манфаатдор.

Чили туризми. Чили Жанубий-Ғарбий Америкада жойлашган давлат. Худуди 756,626 кв.км. Йирик шаҳарлари: Сантьяго (4,3 млн.), Винья - дель-Мар (302 минг), Вальпараисо (276 минг), Талькауано (221 минг), Консепсьон (330 минг). Аҳолиси 14,2 млн. кишига яқин, шундан Креоллар 68%, европаликлар 30%ни, 2,0%ни, ҳиндулар ташкил этади.

Чили худуди Ф.Магелланнинг экспедицияси томонидан 1520 йилда очилган ва Испания мустамлакасига айлантирилган XIX асрнинг бошларида мустақиллик учун кураш кучайди ва 1810 йилнинг 18 сентябрида мустақил Чили давлати юзага келди. Бошқа Лотин Америкаси давлатларидан фарқли равишда бу ерда нисбатан сиёсий мўътадиллик ҳукмрон бўлди. 1973 йил 11 сентябрда Сальвадор Альенде бошлиқ ҳокимият ҳарбий йўл билан афдарилди, ҳокимият тепасига А.Пиночет (1973-1989 йй.) бошчилигидаги ҳарбий хунта келади.

Сиёсий партиялар фаолияти таъқиқланади. Иқтисодий соҳада неолиберал тамойилларга амал қилинади. «Очиқ» иқтисодий сиёсат оқибатда яхши натижалар берди. 1980-йилларнинг бошида «Чили мўъжизаси» тўғрисида гапира бошладилар, чунки, аҳолининг истеъмол даражаси ўрта миқёсда ривожланган мамлакатлар қаторига етиб олганди.

Олиб борилган сиёсат туфайли Чили Лотин Америкасидаги энг ривожланган давлатлардан бирига айланди. Мамлакат эришган ютуқларда либерал сиёсат билан бирга хориж инвестициялари ҳам катта аҳамият касб этди. Хорижий сармояларнинг 34% хизмат кўрсатиш соҳаларига йўналтирилди. Иқтисодий фаол аҳолининг 60,5% савдо ва хизмат кўрсатиш соҳаларида фаолият кўрсатмоқда.

ЯММ 97,7 млрд. АҚШ доллар, жон бошига 7,010 АҚШ долларини ташкил этади. Темир йўллар узунлиги 7,766 км, автомобиль йўллар узунлиги 79025 км, ички дарё йўлларининг узунлиги эса 725 км. асосий денгиз портлари: Икике, Вальпарансо. Асосий савдо шериклари АҚШ, Япония, Буюк-Британия, Германия, Бразилия, сўнгги йилларда Янги индустриал мамлакатлар ва асосан ХХР билан савдо – сотиқ тобора авж олмоқда. Мамлакатда ижобий ўзгаришларга қарамасдан, қашшоқлик масаласи кескин муаммо бўлиб турибди, 44% аҳоли камбағаллик даражасида яшайди.

Халқаро ва ички туризм сустр даражада ривожланмоқда. 2000 йилда бу мамлакатга 1,7 млн. хорижий туристлар ташриф буюргани кузатилган, 1999 йилга нисбатан 6,0% га ўсиш кузатилади. Лекин 2002 йилда 1,4 млн. хорижий туристлар ташриф буюрган. 2000 йилга нисбатан 2001 йилда, 1,1% га, 2001 йилга нисбатан 2002 йилда 18,0% га хорижий туристлар ташрифи камайган.

Бу келтирилган мисоллар мамлакатда туризм соҳасига яхши эътибор қаратилмаганлиги натижаси бўлса керак.

Чили мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаларини кўрсатишича, жаҳон туристик ташрифларнинг 0,20%и Америка минтақасига қилинган ташрифларнинг 1,2%и Чили мамлакатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи – 18,0% га камайди.

Халқаро туризм тушумлари бўйича, жаҳон туризм даромадларининг 0,15%и, Америка минтақаси тушумлари бўйича 0,6% ни ташкил қилган. 2001 йилга нисбатан 2002 йил даромадлар миқдори 8,2% га камайганлиги кузатилган.

Ҳар бир хорижий ташриф Чили мамлакатада 519 АҚШ долларини ташкил қилган, жаҳон бўйича бу кўрсаткич 23,2% га, Америка минтақаси бўйича 48,0% га паст бўлган. Таҳлил натижалари ҳам Чили мамлакатада туризм индустриясини суст ривожланаётганидан далолат беради.

Чили ва Ўзбекистон ўртасида дипломатик муносабатлар 1994 йил 15 сентябрда ўрнатилган.

Мамлакат ялпи ички маҳсулотининг 26% турли солиқлар ҳисобига тўлдирилади ва Лотин Америкасида энг юқори ҳисобланади. Ҳукумат кадамма-кадам минимал иш ҳақини ошириб борапти. Инфляция даражаси ҳам анча паст, бу мамлакатда саводхонлик даражаси анча юқори - 89%. Таълим тизими ҳам яхши ривожланган. Етакчи университетлари: Чили, Вальпарасио, Католик.

Чили давлатининг оғир иқтисодий аҳволдан чиқиш ўрнатилган бўлиши мумкин. Уни ўрганиш ва амалда қўллаш катта аҳамият касб этади.

Аргентина туризми. Аргентина Жанубий Американинг жануби-шарқида жойлашган давлат. Ҳудуди 2.778,5 кв. км, аҳолиси 34,3 млн. кишини ташкил этади. Пойтахти Буэнос–Айрес, йирик шаҳарлари: Росарио, Кордова, Мендоса, Ла-Плата. Аҳолининг асосий қисми Испания, Италия, Марказий Европа мамлакатларидан кўчиб келганларнинг авлод-аждоди. Расмий тили – испан тили ҳисобланади.

Бу мамлакат 1816 йилнинг 9 июлида мустақиллигини эълон қилган. Аргентинанинг сиёсий ва иқтисодий тараққиёти ниҳоятда нотекис, айрим силжишлар чуқур инқирозлар билан алмашиб туради. Инқироздан чиқиш учун ҳозирги замон технологияларига асосланган саноат корхоналарини яратиш, хориж сармоясини кўпроқ жалб этиш, ишбилармонликни фаоллаштириш ва бошқа

йўллардан фойдаланилади. Бразилия ва минтақадаги бошқа давлатлар билан иқтисодий ҳамкорликка катта аҳамият берилди. 1991 йилнинг мартида Аргентина, Бразилия, Парагвай ва Уругвай давлатлари ўртасида жанубий Америка умумий бозори «Меркосур» ташкил этилди. Айни вақтда бу давлат минтақадаги мамлакатлар ичида энг ривожланганидир. ЯММ 207,8 млрд. АҚШ долларни, жон бошига эса 7900 АҚШ долларни ташкил этади, бу кўрсаткич қўшни давлатларникидан деярли икки марта юқоридир. Мамлакат турли – туман табиий – иқтисодий ресурсларга бой. Ўрмон бойликлари жиҳатдан Аргентина Бразилия ва Чилидан кейин минтақада учинчи ўринни эгаллайди. Бу табиий ресурслар туризм соҳасини ривожланиши учун катта имкониятлар яратади. Ички бозорда чет эл компаниялари билан эркин рақобат қилиш имкони яратилган. Натижада 1991 йилда ўсиш суръатлари 6,5% га етди. Шунга қарамасдан мамлакатнинг ташқи қарзлари 62 млрд. АҚШ долларни ташкил қилади.

Мамлакат тараққиётида транспорт воситалари ҳал қилувчи ўринни эгаллайди. Темир йўллар узунлиги 34,1 минг км, автомобиль йўллари узунлиги 54,6 милн. км. ни ташкил этади. Йирик денгиз бандаргоҳи Буэнос-Айрес бўлиб, кемаларда дунёнинг исталган жойига бориш имкони бор, 4 та халқаро авиалиния мунтазам ишлаб туради, 10 та халқаро аэропорт мавжуд.

Бу давлатда савдо, айниқса хориж мамлакатлари билан кенг йўлга қўйилган. Савдодаги асосий шериклари Фарбий Европа мамлакатлари, АҚШ, Япония ва Бразилия.

Мамлакатда 200 та радиостанция, 60 дан ортиқ телемарказлар фаолият кўрсатади. Давлат ахборот агентлиги ва иккита хусусий агентлик иш юритади.

Мамлакатда туризмни ривожлантириш имкониятлари катта бўлишига қарамасдан, туризмни ривожлантириш учун барча имкониятлар ишга солинмаган. Ялпи миллий маҳсулотнинг 1,0%га яқини туризм соҳасига тўғри келади. Мамлакатда туризм индустриясини ривожланиши суст даражада амалга

оширилмоқда. Мамлакатда 2000 йилда энг юқори кўрсаткичга эришилган, яъни 2,9 млн. хорижий туристлар ташриф буюрган, 1999 йилга нисбатан 0,4% га ўсиш кузатилган. 2001 йилда 2000 йилга нисбатан 9,9% га, пасайиш кузатилган.

Аргентина туризм бозорини асосан Фарбий Европа мамлакатлари, Буюк – Британия, Германия, Австралия, Янги Зеландия, АҚШ, Япония, Канада, Мексика, Франция, Скандинавия мамлакатлари таъминлайди.

Аргентина мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаларини кўрсатишича, жаҳон туристик ташрифларнинг 0,4%и, Америка минтақасига қилинган ташрифларнинг 2,4%и, Аргентина мамлакатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 7,6% га кўпайган.

Халқаро туризм тушумлари бўйича, жаҳон туризм даромадларининг 0,46%и, Америка минтақаси тушумлари бўйича 1,9%ни ташкил қилган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 2,0% га ўсганлиги кузатилган.

Ҳар бир хорижий ташриф Аргентина мамлакатада 800 АҚШ долларни ташкил қилган, жаҳон бўйича бу кўрсаткич, 18,5%га юқори бўлган, Америка минтақаси бўйича 24,4% га паст бўлган.

Аргентина Ўзбекистон Республикасини 1991 йилнинг 24 декабрида тан олади ва 1993 йилнинг 9 сентябридан бошлаб дипломатик муносабатлар ўрнатилди.

Хулоса

Халқаро туризм ривожланишини таҳлил қиладиган бўлсак Америка минтақаси хорижий туристик ташрифлар бўйича Европа минтақасидан кейинги иккинчи ўринда туради. Асосий туризм ҳудудлари Шимолий Америка, Марказий Америка, Жанубий Америка ва Кариб ороллари ҳисобланади. Минтақа бўйича хорижий ташрифларнинг яrimi Америка Қўшма Штатлари ва Канада мамлакатларига тўғри келади. Америка Қўшма Штатлари, Канада ва Мексика мамлакатлари Америка минтақасининг асосий туризм марказлари ҳисобланиб,

уларнинг туризм бозорини асосий қисмини Шимолий Америка мамлакатлари таъминлайди. Минтақада халқаро туристик ташрифлар ва халқаро туризм тушумлари бўйича биринчи ўринда Америка Қўшма Штатлари туради. Минтақага қилинган хорижий ташрифларнинг 35-50%и, халқаро туризм тушумларининг 50-60%и Америка Қўшма Штатлари мамлакатига тўғри келади. Минтақа бўйича иккинчи ўринда Кариб ороллари туради, бу ҳудудга йилига 12-15 миллион туристлар ташриф буюради. Жанубий Америка мамлакатларида нисбатан туризм кам ривожланган умумий туристик ташрифларнинг 9-10%и тўғри келади. Бунга асосий сабаб сиёсатнинг бекарорлиги, ва иқтисодий ривожланишнинг нотекислиги бўлиши мумкин.

Умуман олганда Америка туризми Европадан кейинги асосий туристик марказлигини кўриб ўтдик. Бунинг асосий сабаби минтақа иқтисодининг юксак даражада ривожланганлигидир.

Назорат учун саволлар

1. Америка минтақасини асосий туризм марказларини ўзига хос хусусиятларини тушинтириб беринг?
2. Жанубий Америка мамлакатларида нима учун халқаро туризм кам ривожланган?
3. Америка минтақаси туризм бозорини таъминловчи асосий мамлакатлар?
4. Америка минтақасида 2001-2002 йилларда хорижий ташрифларнинг пасайганлиги кузатилган сабабларини тушинтиринг?
5. АҚШ мамлакати ҳудудий жиҳатдан уч қисмга бўлинади, қайси қисмларга бўлинади?
6. АҚШда халқаро туризм асосан қайси штатларда ривожланган?
7. АҚШдаги қайси шаҳар замонавий маданият ва бизнес маркази сифатида дунёга машхур?

8. Флорида штати нечанчи йилдан бошлаб улкан туристик марказга айланди?
9. АҚШда қайси порт Америка Круиз йўловчилари учун дарбоза ҳисобланади?
10. АҚШда қайси штат халқаро туризмнинг асосий марказларидан бири бўлиб ҳисобланади?
11. Европа минтақасидаги қайси мамлакат фуқаролари АҚШга кўпроқ саёҳатлар уюштирадilar?
12. Япониялик сайёҳлар АҚШнинг қайси оролларига кўпроқ ташриф буюрадilar ва нима учун?
13. Жаҳон туризм ташрифларининг неча фоизи АҚШга тўғри келади?
14. Америка минтақасига қилинган ташрифларнинг неча фоизи АҚШга тўғри келади?
15. Жаҳон халқаро туризм тушумларининг неча фоизи АҚШга тўғри келади?
16. Канада мамлакати туризм бозорини таъминловчи асосий мамлакатлар?
17. Америка минтақасига қилинган хорижий ташрифларнинг неча фоизи Канада мамлакатига тўғри келади?
18. АҚШ конгресси томонидан нечанчи йилда миллий парклар хизмати ташкил этилган, уларни вазифалари нималардан иборат?
19. «Банф» миллий паркига қачон асос солинган ва у қаерда бунёд этилган?
20. Канада мамлакати «Миллий парк» лари тўғрисидаги қонуни ва унинг мазмуни нималардан иборат?

Адабиётлар

1. Чудновсий А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрий туризма. -М: Финансы и статистика. 2004. -437 с.
2. Чудновсий А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрий туризма. -М: Финансы и статистика. 2004. -437 с.
3. Lundberg D., Krishnamurthy M. – Tourism Economics. New York: John Wiley Sons Inc. 2003. -210 p

4. Норчаев.А.Н. Халқаро туризм ривожланишининг иқтисодий ўсишга таъсири. и.ф.н. дисс. –ТДИУ, 2004. -130 б.
5. Основные показатели развития туризма в 2003 г. ВТО. –Мадрид, 2004. 30 стр.
6. www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация
7. www.tag-group.com – Консультативная группа по вопросам туризма (TAG)

VI-боб. АФРИКАДА ХАЛҚАРО ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИШИ

6.1. Африка минтақаси туризмнинг ривожланиш ҳолати

6.2. Африка минтақаси туризми ривожланиши динамикаси

6.3. Африканинг етакчи мамлакатларида халқаро туризмнинг ривожланиши

6.1. Африка минтақаси туризмнинг ривожланиш ҳолати

XX-аср бошига келиб бутун Африка мустамлака материгига айланди ва бу ҳол кўп жиҳатдан ҳамма соҳаларда қолоқ бўлиб қолишини белгилади. Иккинчи жаҳон урушидан сўнг мустамлакачилик тизими қадамма-қадам тугатила борди ва ҳозирги кунда минтақада 55 мустақил мамлакатлар мавжуд. Буларнинг деярли барчаси озодликка эришган мамлакатлар қаторига киради. Жанубий Африка республикаси иқтисодий ривожланган мамлакатлар тоифасига киради. Африка ижтимоий ва иқтисодий ривожланиш кўрсаткичлари бўйича бошқа минтақалардан анча орқада. Бунинг устига бу қолоқлик ҳатто ҳозирги кунда ортиб бормоқда.

Африка мамлакатларининг кўпчилиги ҳудудига кўра Европа мамлакатларидан йирикдир. Африка минтақасида ҳудудига кўра энг катта мамлакат Судан (2,5 млн кв. км.) ҳисобланади. У Европа мамлакатларининг энг каттаси бўлган Франциядан 4-5 баравар катта. Жазоир, Зоир, Ливия, Ангола, Эфиопия, Жар ҳам майдонига кўра Франциядан 2-3 баравар катта. Африка минтақасида ер ресурслари анча катта бўлишига қарамасдан ер ости бойликлари, фойдали қазилмалари, сув ресурслари ниҳоятда нотекис тақсимланган, бундай ҳолат Африка минтақаси мамлакатларини ривожланишига катта тўсқинлик қилади.

Африка ер юзидаги «энг иссиқ материк», бинобарин у иссиқлик ресурслари билан жуда яхши таъминланган. Бироқ материк ҳудуди бўйлаб сув ресурслари ниҳоятда нотекис тақсимланган. Бундай ҳолат қишлоқ хўжалиги ва бошқа

соҳаларининг ривожланишига ва умуман аҳолисининг ҳаётига жуда катта салбий таъсир кўрсатади.

Африка минтақаси аҳолисининг этник таркиби билан боғлиқ муаммолар ҳам талайгина ва жуда хилма-хилдир. Этнограф олимлар материкда 300 дан 500 тагача этносни, яъни халқ, қабила, қавм, уруғ элат ва ҳаказоларни ажратадилар. Уларнинг айримлари айниқса Шимолий Африкада, йирик миллатга айланиб бўлдилар, бироқ кўпчилиги ҳамон элат ва қабила даражасида қолиб келмоқдалар; бунинг устига кўп жойларда уруғ-қабилачилик тизимини қолдиқлари сақланиб келмоқда.

Африканинг озодликка эришган мамлакатларида илгари, яъни мустамлакачилик давридаги чегаралар ҳамон сақланиб келмоқда: ваҳоланки, улар бир вақтлар аҳолининг этник хусусиятларини ҳисобга олмай ўтказилган эди. Бунинг натижасида кўплаб яхлит халқлар давлат чегарасининг икки томонида қолиб келмоқда. Бу ҳол ҳануз этнослараро зиддиятлар ва ҳудудий ихтилофларга сабаб бўлмоқда, улар кўпинча ҳарбий тўқнашувларга, «этник қочоқлар» сонинг кўпайиб кетишига олиб келмоқда. Ўтмиш сарқитларидан яна бири шуки, ҳануз кўпчилик Африка мамлакатларида давлат тили собиқ метрополииялар тили, яъни инглиз, Француз, Португал тиллари бўлиб қолмоқда.

Юқорида кўриб ўтилган жиддий муаммолар минтақада нафақат халқаро туризмни бошқа соҳаларни ҳам ривожланишига салбий таъсир кўрсатиб келмоқда.

Африка жуда катта табиий ва аҳоли салоҳиятига қарамай, ҳамон дунё хўжалигининг ҳамма соҳалари бўйича энг қолоқ қисми бўлиб келмоқда. Бинобарин, минтақа ҳозирги ривожланиш босқичининг бош вазифаси ижтимоий-иқтисодий туб ўзгаришларни жадаллаштириш орқали, мураккаб муаммоларни ўз вақтида ҳал этишдан иборатдир.

Àôðëèà îèîàkàñèäà áíøkà ñíxàëàð èäàè ðàëkàðî îóðëè çàì îèxíàòäà ñóñò äàðäæääà ðèâèæèáíîkää ñè,ñèé áåqàðððëík, îèèèàðèäàðî äà æèèé çèääèüðèä ðîðèæèé ñàé,xèäðîèâ îèîàkàäà áýèäàí kèçèkèèèäèèè îàüèóí äàðäæääà îàñàèèèðîkää.

Африкага ташриф буюрган туристлар сони ва пул тушумлари дунё миқёсида жуда паст кўрсаткичда ривожланмоқда. 1970 йилдаги жуда паст кўрсаткич 2.4 млн. киши. 2000 йилга келиб туристлар сони 27,3 млн. 11 баробар, пул тушумлари эса 1998 йилда 10 млрд. долларга деярли 25 баробар ўсди. 80-йилларнинг иккинчи ярмидан бошлаб ташрифлар сони ва пул тушумлари ўртасида фарқлар сезилмоқда. Ташрифлар фарқли равишда, пул тушумлари ўзгарувчан ва у 90-йиллар бошида кескин тушиб кетган. Африка ҳалқаро туризмнинг ривожланишига турмаҳсулот нарҳини қимматлиги тўсқинлик қилаётганди. Қитъа шимолида Ўрта ер денгизи бўйида жойлашган давлатларнинг унча қиммат бўлмаган оммавий туризмга мослаши бу муаммони ҳал этишга хизмат қилмоқда. Минтақага келган туристларни ярмидан оритиғини Марокаш ва Тунис каби Шимолий Африка миқёсида ташрифлар сони 45% ни, битта туристдан тушган пул тушуми эса 300 доллардан ортиқдир.

Ҳозирги шароитда пляж туризми Ғарбий Африкада тезликда ривожланиши натижасида молиявий тушумлар кескин ошиб ҳар бир туристдан 900 долларгача олинмоқда.

Охирги ўн йилликда Африка экспортида туризм 80-йилларда 5% ни ташкил этган бўлса, 90-йиллар ўртасида 10,5% га етди. Лекин умуман олганда Африкада ҳалқаро туризм ортда қолмоқда, чунки минтақа давлатларнинг иқтисодиётини яхши ривожланмаган. Улар самарали инфраструктурага эҳтиёж сезилмоқда. Бунинг учун эса зарур молиявий воситалар етмаяпти.

Африка минтақаси туризм бозорини генератори бўлиб Африка минтақаси мамлакатлари ҳисобланади. Умумий хорижий ташрифларнинг 56,0%и Африка минтақаси мамлакатларига туғри келади. Африка минтақаси туризм бозорини

асосан Европа мамлакатлари таъминлар эди. «Чўлдаги бўрон» уруши таъсирида Европа мамлакатларидан ташриф буюрувчи хорижий туристлар 51% дан 34,1% га камайганлиги кузатилади. Америка минтақаси мамлакатларининг ташрифлари 5,3% дан 2,9% гача камайганлиги кузатилади. Осиё ва Тинч Океани минтақаси мамлакатларининг ташрифлари аксинча 1,4% дан 1,5% гача, Яқин-Шарқ минтақаси мамлакатлари ташрифлари 2,4% дан 5,1% гача кўпайганлиги, жанубий Осиё мамлакатларининг ташрифлари 0,6% дан 0,3% гача камайганлиги кузатилади.

Африка минтақасининг 2000 йилдаги кўрсаткичлари ҳам халқаро туризмни сезиларли даражада ривожланмаганлигидан далолат беради. Халқаро туризм ҳаракатлари минтақада атиги 3,7% га ўсганлиги кузатилган.

Шундай бўлсада, Кения, Замбия, Маврикия, Морокко, Тунис ва Жазоир давлатларида ўсиш кузатилади.

6.2. Африка минтақаси туризми ривожланиши динамикаси

Африка минтақаси туризми ривожланиши динамикаси барқарор эмас, бунинг асосий сабаблари юқорида таъкидлаб ўтилганидек, баъзи бир ҳудудлардаги пасайиш минтақа умумий туризм кўрсаткичларига салбий таъсир кўрсатади, яъни Марказий ҳамда Жанубий Африка ҳудудларида хорижий ташрифлар камайганлиги кузатилган. Хусусан, Зимбабведа хорижий туристлар ташрифи. 11,1% га камайиб кетганлиги кузатилган.

6.2.1-жадвал

Африка минтақасида халқаро туризмнинг ривожланиш динамикаси

Йиллар	Хизмат курсатилган туристлар. млн киши.	Йиллик ўзгариш % да	Даромад. млрд. АҚШ доллари	Йиллик ўзгариш % да
1990	14.993	8,88	5.238	17,6

1991	15.842	5,66	4.830	-7,79
1992	17.552	10,79	5.855	21,22
1993	17.875	1,84	6.364	8.69
1994	18.477	3,37	6.564	3,14
1995	19.017	2,92	6.980	6,34
1996	19.454	2,2	7.622	9,2
2000	27.400	3,3	10.820	8,7
2001	28.300	3,2	11.666	7,8
2002	29.100	2,8	11.785	1,0

Манба: Основные показатели развития туризма в 2003 году. ВТО

Жадвал маълумотлари ҳам Африка минтақасида хорижий сайёҳлар ташрифини камлигини, Халқаро туризми тушумлари миқдорини пастлигидан далолат беради (5.2.1-жадвал).

2002 йилда жаҳон халқаро туризм ташрифларининг 4,1%и жаҳон туризм тушумларининг 2,4%ини ташкил қилган.

1970 йилдан 1980 йилларгача хорижий ташрифлар ва тушумлар миқдори бўйича сезиларли даражада ўсиш кузатилган. 1985-90 йилларда ривожланиш суръатлари пасайган, 1991-96 йилларда эса ташрифлар сони ўсганлиги билан, тушумлар миқдори пасайиб кетган. Хорижий ташрифлар жаҳон халқаро туризм ҳаракатларининг 3,3%ини, тушумлар миқдори бўйича эса 1,8% ни ташкил қилган. Охирги йилларда Африка минтақасининг шимолий ҳудудларида, Ўрта ер денгизи жанубий қирғоқларида оммавий туризмга эътибор қаратилганлиги муносабати билан 2000 йилларга келиб бир мунча ижобий силжишлар кузатилади. 1996 йилда минтақага 19,4 млн хорижий туристлар ташриф буюрган бўлса, 2000 йилга келиб уларнинг сони 27,4 млн кишига етади. Яъни ташрифлар 1,4 мартага ошади. Туризм тушумлари минтақада 8,7% га кўпайиб, жаҳон туризм тушумларининг 2,28% ни ташкил этади. Африка минтақасига ташриф буюрган хорижий туристларнинг асосий қисми Франция, Германия. Буюк-Британия

мамлакатлари аҳолисига тўғри келади ва умумий хорижий ташрифларнинг 20% ни ташкил қилади.

6.2.2-жадвал

**Африка минтақалари бўйича 1990-2002 йилларда
халқаро туристик ташрифлар**

Худудлар	Туристик ташрифлар млн. киши					Йиллик ўзгариш % да	
	1990	1995	2000	2001	2002	2001/2000	2002/2001
Шимолий Африка	8,4	7,3	10,1	10,6	10,3	4,8	-2,4
Ғарбий Африка	1,4	1,9	2,6	2,7	2,9	4,9	7,4
Марказий Африка	0,4	0,4	0,7	0,7	0,7	0,0	0,0
Шарқий Африка	2,8	4,5	5,9	6,2	6,3	6,0	1,6
Жанубий Африка	2,0	6,0	8,1	8,1	8,9	0,0	9,8
Африка минтақаси бўйича	15,0	20,1	27,4	28,3	29,1	3,2	2,8

Манба: Основные показатели развития туризма в 2003 году. ВТО

Африка минтақаси бўйича энг кўп хорижий меҳмонлар шимолий Африка худудига ташриф буюрадилар. Асосий ташрифлар Марокаш ва Тунис мамлакатларига тўғри келади. Африка минтақасига қилинган ташрифларнинг 45%га яқини ушбу мамлакатларга тўғри келади, бу мамлакатларга қилинган ҳар бир хорижий ташриф 300 АҚШ долларни ташкил қилади.

Ғарбий Африка худудига Кения, Мавритания, Танзания, Сейшель ороли ва Зимбабве мамлакатлари туризм соҳасида ўзларининг табиий ресурсларидан унумли фойдаланиб келмоқда.

Африка минтақасининг жанубий худудига энг яхши туристик марказ бўлиб, Жанубий Африка мамлакати ҳисобланади. Марокаш ва Тунис мамлакатлари каби Жанубий Африка мамлакати хорижий ташрифлар ва тушумлар миқдори бўйича минтақанинг жанубий худудига биринчи ўринда туради.

Африка минтақасида, Жанубий Африка мамлакати юқори даражада ривожланган меҳмонхона хўжалигига ва транспорт тизимига, ҳамда замонавий халқаро туризм индустриясига эга бўлганлиги сабабли, минтақада энг юқори кўрсаткичга эришган. Минтақага қилинган хорижий ташрифларнинг 22,5%и, халқаро туризм тушумларининг 23,1% Жанубий Африка мамлакатига тўғри келган. Ҳар бир туристик ташриф 415 АҚШ долларни ташкил қилган. Минтақа бўйича ҳар бир туристик ташриф ўртача 405 АҚШ долларни ташкил қилган. Минтақага нисбатан Жанубий Африка мамлакатидан +2,5% га ижобий ўзгариш кузатишган.

Шимоли Африка ҳудудида жойлашган Марокаш ва Тунис мамлакатларига минтақа бўйича умумий ташрифларнинг 40,0%и тўғри келган, 2000 йилга нисбатан 2001 йилда бу мамлакатларда хорижий ташрифлар бўйича ўсиш кузатишган, 2002 йилда 2001 йилга нисбатан эса 6,0% га пасайиш кузатишган.

Халқаро туризм тушумларининг 30,3% бу мамлакатларга тўғри келган, лекин 2001 йилга нисбатан 2002 йилда тушумлар миқдори 11,4% дан 14,8% га пасайганлиги кузатишган. Ҳар бир туристик ташриф ўртача 386 АҚШ долларни ташкил қилган. Минтақага нисбатан бу мамлакатларда - 4,9% га салбий ўзгариш кузатишган яъни минтақа кўрсаткичларидан паст бўлган.

Умуман Африка минтақаси жаҳон туризм ҳаракатларининг ривожланиш даражасидан анчагина орқада қолмоқда, чунки минтақадаги кўпгина мамлакатлар иқтисодий ривожланмаган. Молиявий маблағларнинг етишмаслиги натижасида таъсирчан инфратузилмага эга эмаслиги сабабли, халқаро туризм ҳаракатларининг ривожланиши суст даражада.

Африка минтақасига 2002 йилда 29,1 млн. туристлар ташриф буюрган, жаҳон туризм ҳаракатларининг 4,1% ни ташкил қилган. 2000 йилга нисбатан 2001 йилда 3,2% га, 2001 йилга нисбатан 2002 йилда эса 2,8% га ўсиш кузатишган. Халқаро туризм тушумлари 11,8 млрд АҚШ долларни ташкил қилган, жаҳон туризм

тушумларининг 2,48%и Африка минтақасига тўғри келган. Туризм тушумлари 2000 йилга нисбатан 2001 йилда 7,8% га 2002 йилда 2001 йилга нисбатан 1,0% га ўсганлиги кузатилган. Африка минтақасига қилинган ҳар бир ташриф ўртача 405 АҚШ долларни ташкил қилган.

6.3. Африканинг етакчи мамлакатларида халқаро туризмнинг ривожланиши

Жанубий Африка Республикаси (ЖАР). Жанубий Африка республикаси (ЖАР) Африка қитъасининг жанубида жойлашган давлат. Худуди - 1 млн. 225 минг 315 кв.км. Аҳолиси 43,5 млн. киши, 75%и қора танлилар, 14%и оқ танлилар, қолганларини Осиё қитъасидан чиққан аҳоли ташкил этади. Йирик шаҳарлари Претория, Кейптаун, Дурбан, Йоханнесбург, Порт-Элизабет. Маъмурий-худудий жиҳатдан мамлакатда кейинги даврда анча ўзгаришлар рўй берган ва 9-провинцияга бўлинган: Оттент, Шимолий Трансвааль, Шарқий Трансвааль, Шимолий Фарб, Квазула (Натал), Фарбий Бурун, Шимолий Бурун, Эркин худуд. Айрим провинциялар ҳатто ўз пойтахтларига ҳам эга. Жанубий Африка республикаси 1910 йил 31 майда мустақилликка эришган, унгача Буюк-Британия мустамлакаси бўлган. Расмий тили инглиз ва африка тили. Миллий байрами 31 май республика эълон қилинган кун. Республика 1961 йили эълон қилинган, 1984 йили кучга кирган. Бу мамлакат кўп йиллар давомида мустамлака асоратида бўлган. 1652 йили Голландия бу ўлкани эгаллаб олиб Кан мустамлакасини барпо қилган эди. 1806 йилга келиб бу ўлка Буюк - Британия томонидан забт этилади. Мустамлакага айланган бу юртнинг маҳаллий аҳолиси ва бурлар 1820 йилга келиб қитъанинг ички худудларига кўчирила бошланади, ҳамда бир қанча мустақил давлатлар барпо этилади. Буюк - Британия 1843 йилда Наталь худудини аннексия қилади.

Кейинчалик янги ташкил бўлган мустақил давлатлар билан мустамлакачилар ўртасида бир неча бор урушлар бўлиб ўтади.

1899-1902 йиллари тарихда Англия - Бурлар уриши, деб ном олган кураш натижасида Трансвааль, Оранж эркин давлатлари ҳам мустамлакага айлантирилади. Янги эгалланган ҳудудлар 1910 йили Кан мустамлакаси билан бирга Жанубий Африка Иттифоқига бирлаштирилди ва Британия ярим мустамлакаси вужудга келди. Мустамлака йиллари маҳаллий аҳолини ҳар томонлама камситиш сиёсати амалда қўлланилиб, қора танли аҳолини сиқиб чиқариш ва алоҳида махсус бантустанларда жойлаштириш сиёсати амалга оширилди. 1961 йили Жанубий Африка республикаси ташкил бўлиб, Буюк - Британия бошчилигидаги ҳамдўстликдан чиқади. Аммо ҳокимият фақат «оқ танлилар» қўлига берилади. Оқибатда узлуксиз курашлар давом этиб, 1992 йили барча ирқчилик қонунлари бекор қилинди. 1994 йили эркин умумий сайловлар бўлиб, ҳокимият тепасига маҳаллий аҳоли вакили келади.

Жанубий Африка республикаси қитъадаги энг ривожланган мамлакат бўлиб, индустриал аграр давлатлар гуруҳига киради. Лекин бу давлатда юксак ривожланган саноат юқори технология ва инфратузилма билан бирга қолок, хом ашё экспортига мос ишлаб чиқариш шакллари ҳам сақланган.

Жанубий Африка республикасини иккиёқлама иқтисодли мамлакат деб аташ мумкин, чунки унда иқтисодий ривожланган мамлакатларининг ҳам, ривожланаётган мамлакатларнинг ҳам хусусияти бирдай уйғунлашган. Африканинг Сахрои Кабирдан Жанубда жойлашган мамлакатлари орасида Жанубий Африка республикаси алоҳида ўрин тутди. Биринчидан, у географик ўрнига кўра Тропик Африкага крмайди. Иккинчидан, у ривожланаётган мамлакатлар қаторига ҳам крмайди.

Юқорида таъкидлаб ўтганимиздек, у Африка материгидаги иқтисодий жиҳатдан ривожланган бирдан - бир мамлакатдир. У иқтисодий ривожланишнинг барча кўрсаткичлари бўйича Африка минтақасида биринчи ўринда туради.

ЖАР да Африканинг энг йирик саноат райони - Витватерсранд шаклланиб, уни кўпинча, «Африка рури» деб атайдилар. Унинг пойтахти - Йоханнесбург, катта замонавий шаҳар мамлакатнинг иқтисодий пойтахти ҳисобланади.

Мамлакатнинг асосий бойлиги тоғ - кон саноатида яратилади: олтин, платина, олмос, хром, ванадий захиралари ва уларни казиб олиш бўйича жаҳонда етакчи ўринларни эгаллаган, олтин казиб олиш бўйича жаҳонда биринчи ўринда туради. Аҳолининг 35% саноатда, 32% хизмат кўрсатиш соҳаларида, қолганлари эса қишлоқ хўжалигида фаолият кўрсатади.

Ялпи ички маҳсулот миқдори йилига 171 млрд. АҚШ долларга тенг бўлиб, 40%и индустрия соҳасига, 8,2%и транспорт ва алоқа соҳасига, қолган қисми хизмат кўрсатиш, қишлоқ хўжалиги ва бошқа соҳаларга тўғри келади. Мамлакат ривожига хос муҳим хусусият, бу хориж сармояларининг иқтисодиётда етакчи ўринда эканлигидир. Энг йирик сармояларни Буюк Британия, Германия, Франция компаниялари жойлаштирган.

ЯММ - 194 млрд АҚШ доллари, жон бошига 4420 АҚШ долларни ташкил этади. Темир йўллар узунлиги 20,6 минг км, автомобил йўллар узунлиги 188,4 минг км. ни ташкил этади. Асосий портлар Дурбан, Кейптаун, Порт - Элизабет. Ташқи савдо айланмаси ижобий сальдога эга. Асосий савдо шериклари Буюк-Британия, Германия, Италия, АҚШ, Япония яъни индустриал ривожланган мамлакатлар.

Мамлакат даромадида халқаро туризм катта ўринни эгаллайди, туризм соҳасида йилга 2,7 млрд АҚШ доллар бойлик бюджетга тушади.

Ялпи ички маҳсулотнинг 1,6%и туризм соҳасида яратилади. Ялпи миллий маҳсулотнинг 1,39% ни халқаро туризм тушумлари ташкил этади.

Жанубий Африка республикасининг маданий мероси жуда катта. Бу мерос халқ ижоди, яъни фальклорни, жуда қадимги девор ёзувларини ёзиш анъаналарини сақлаб қолган амалий декоратив санъатни ўз ичига олади, ўзининг мусиқа маданиятига, ашула ва ракс услубларига, мусиқа асбобларига эга ва уларни сақлаб келмоқда. Қадим замонлардан бери турли хил театрлаштирилган томошалар ва турли хил сайиллар ўтказилиб келинади.

Жанубий Африка республикаси Африка минтақасининг энг яхши туризм марказларидан бири бўлиб ҳисобланади. Мамлакат юқори сифатли яхши жиҳозланган меҳмонхона индустриясига ҳамда транспорт воситаларига эга. Африка минтақасида охириги йилларда Жанубий Африка республикаси энг замонавий халқаро туризм индустриясига эга бўлган ягона мамлакат сифатида танилган.

Хорижий ташрифлар сони ва халқаро туризм тушумлари миқдори бўйича Африка минтақасида биринчи ўринда туради. 2002 йилги жаҳон туризм ташкилотининг статистик маълумотлари бўйича Африка минтақасига қилинган ташрифларнинг 22,5%и, Африка минтақаси бўйича халқаро туризм тушумларининг 23,1%и Жанубий Африка республикасига тўғри келади. Статистик маълумотларнинг кўрсатишича, Африка минтақаси мамлакатлари ичида Жанубий Африка республикаси туризм соҳасида ривожланиш даражаси юқори эканлигидан далолат беради (5.3.1-жадвал).

Жанубий Африка республикаси халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаларини кўрсатишича, жаҳон туристик ташрифларнинг 0,9%и, Африка минтақаси мамлакатларига қилинган ташрифларнинг 22,5% Жанубий Африка республикасига тўғри келган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 10,9%га кўпайган.

Халқаро туризм тушумлари бўйича жаҳон туризм даромадларининг 0,6% и, Африка минтақаси тушумлари бўйича 23,1% ни ташкил қилган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 8,7% га ўсганлиги кузатилган.

Ҳар бир хорижий ташриф Жанубий Африка республикасида 415 АҚШ долларни ташкил этган. Бу кўрсаткич жаҳон бўйича 62,6% га паст бўлган, Африка минтақаси бўйича 2,5% га юқори бўлган.

Тунис. Тунис Шимолий Африка ҳудудида жойлашган мамлакат. Африка минтақасига қилинган хорижий ташрифларнинг ярмидан кўпроғи Шимолий Африка ҳудудига тўғри келади. Бу ҳудудида жойлашган Тунис ва Марокаш мамлакатлари Африка минтақасига қилинган умумий хорижий ташрифларининг 45% га яқинини ташкил этади.

Шимолий Африканинг умумий майдони 10 млн. кв.км.ни ташкил қилади ва аҳолиси 150 млн. кишидан иборат. Бу ҳудуднинг географик ўрни, аввало Ўрта ер денгизига рўпара эканлиги билан боғлиқ. Шу туфайли, Шимолий Африка амалда Жанубий Европа ва Жанубий-Ғарбий Осиё билан қўшни Европадан Осиёга борадиган асосий денгиз йўлларига тўғридан тўғри чиқа олади. Сахрои Кабирнинг аҳоли ниҳоятда сийрак яшайдиган ҳудудлари минтақанинг ички қисми ҳисобланади.

Шимолий Африка - қадимги Миср маданиятининг бешиги бўлиб, унинг дунё маданиятига қўшган ҳиссаси бекиёсдир. Антик даврда Африканинг Ўрта ер денгиз бўйи қисми қадимги Юнонистон ва Римнинг асосий экинзор ерлари бўлган эди: ер ости сувлари тўпланадиган галереялар ва бошқа хил иншоотлар изларини ҳаётсиз хувуллаб қум ва тошлар «денгизи» орасида ҳамон учратиш мумкин. Қирғоқ бўйидаги кўп шаҳарлар ҳаёти тарихи қадимги юнон, рим ва Карфгенликлар бунёд

этган шаҳар ҳамда қишлоқлардан бошланади. VII-XII асрлардаги араб цивилизацияси, яъни юксак ижтимоий-иқтисодий ҳаёти ва маданияти Шимолий Африка аҳолисининг этник таркиби, маданияти, дини ва турмуш тарзига ниҳоятда катта таъсир кўрсатган. Бу ҳудудини ҳозирда ҳам «араблар африкаси» деб атайдилар. Унинг деярли барча аҳолиси араб тилида сўзлашади ва ислом динига эътиқод қилади. Кўп замонавий шаҳарларига ҳам араблар асос солганлар.

Шимолий Африканинг хўжалик ҳаёти Кашбар денгиз бўйи ҳудудларида тўпланган. Бу ерларда саноатнинг асосий ишлаб чиқарувчи марказлари, субтропик деҳқончиликнинг етакчи районлари жойлашган. Табиийки, регион аҳолисининг деярли барчаси шу полосада тўпланган. Қишлоқ жойларда ясси ҳамда лой томли пахса ва хом ғиштли уйлар энг кўп тарқалган. Шаҳарлар қиёфаси ҳам ниҳоятда ўзига хос. Мана шуни ҳисобга олиб этнограф, яъни элшунослар алоҳида араб шаҳри типини ажратадилар. Бу шаҳарлар ҳам одатда бошқа шарқ шаҳарлари каби икки қисмга - эски шаҳар ва янги шаҳарга бўлинган бўлади.

Эски шаҳарларнинг асосини, одатда касба, яъни баланд жойда, тепаликда жойлашган истеҳком ташкил этади. Касбани эски шаҳарнинг бошқа даҳалари зич халқа тарзида ўралиб туради: бу даҳалар томи ясси, ҳовлиси гир айлантириб девор билан ўраб олинган пастак уйлардан ташкил топган бўлади. Бу - даҳаларнинг энг ажойиб, эътиборга лойиқ қисми - ранг-баранг шарқ бозорларидир. Кўпинча ҳимоя деворлари билан ўраб олинган бу эски шаҳар Мадина дейилади.

Мадинадан ташқарида шаҳарнинг янги, замонавий қисми жойлашади. Шаҳарнинг бу янги қисми ҳам кўпинча шаҳар камбағалларининг хароба кулбалари халқаси билан ўралган бўлади. Бундай кескин тафовутлар энг катта шаҳарлар қиёфасида айниқса яққол намоён бўлади: бу шаҳарларнинг қиёфаси фақат миллий руҳда бўлмай, космополитик белгиларга ҳам эгадир.

Шимолий Африка ҳудудининг жанубий қисми аҳолиси жуда сийрак тарқалган, асосан деҳқончилик билан шуғулланади. Бошқа ҳудудларда фақат туя

боқувчи кўчманчилар яшайди. Сахрои Кабирнинг Жазоир ва Ливия қисмларида эса нефть конлари мавжуд.

Шимолий Африканинг жанубий қисмида нафақат туризм, балки бошқа соҳалар ҳам кам ривожланган мамлакатлар жойлашган.

Шимолий Африкада асосан Тунис ва Марокаш мамлакатлари халқаро туризм ривожланган ҳудудлар ҳисобланади.

Тунисда асосан пляж туризми яхши ривожланган. Тунисда халқаро туризм «Чўлдаги бўрон» уришидан кейингина ривожлана бошланди, уришгача бўлган даврда 1,5-1,7 млн. хорижий туристлар ташриф буюрар эди. Уриш йиллари даврида уларнинг сони уч маротабага қисқарганлиги кузатилган.

1990 йилгача бу мамлакат туризм бозорига асосан Франциялик меҳмонлар ташриф буюрар эдилар, чунки 1965 йилгача Тунис Франциянинг мустамлакаси бўлиб келган. 1991 йилдан бошлаб Европанинг бир қатор мамлакатлари Германия, Буюк Британия, Араб мамлакатларидан ҳам меҳмонлар ташриф буюра бошлади.

1990 йилда шимолий Африка мамлакатларига 8,4 млн. хорижий туристлар ташриф буюрган бўлса, 2000 йилда 10,1 млн. хорижий туристлар ташриф буюрган. 2000 йил ташриф буюрган хорижий туристларнинг 90,8%и ёки 9170,0 млн. хорижий туристлар Тунис ва Марокаш мамлакатларига тўғри келганлиги кузатилган.

Тунис мамлакати халқаро туризм =аракатларининг иқтисодий таҳлил натижаларини кўрсатишича, жаҳон туристик ташрифларнинг 0,72%и, Африка минтақаси мамлакатларига қилинган ташрифларнинг 17,4% Тунис мамлакатига тўғри келган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 6,0%га камайган.

Халқаро туризм тушумлари бўйича жаҳон туризм даромадларининг 0,30%и Африка минтақаси тушумлари бўйича 12,1%ни ташкил қилган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 11,4%га пасайганлиги кузатилган.

Ҳар бир хорижий ташриф Тунис мамлакатада 280 АҚШ долларни ташкил этган. Бу кўрсаткич жаҳон бўйича 141,1%га, Африка минтақаси бўйича 44,6%га паст бўлган.

Марокаш республикаси. Шимолий Африка худудида жойлашган яна бир мамлакат Марокаш, Ўрта денгиз қирғоқларида ҳамда Атлантика океани қирғоқларида пляж туризми ривожланган мамлакатлардан бири бўлиб ҳисобланади. 1970-1980 йилларда мамлакатда давлат томонидан бадавлат миқозлар учун элита туризмини ривожлантириш бўйича катта эътибор қаратилган эди. Аммо 1990 йилга келиб, оммавий туризмга эътибор қаратилади. Марокаш ҳам Тунис каби 1965 йилгача Франция мамлакатининг мустанлақаси бўлган, шунинг учун ҳам хорижий ташрифларнинг 28-30%и Франция мамлакатига тўғри келади. Марокаш республикаси туризм бозорини асосан Франция, Германия, Буюк Британия, Италия, АҚШ, Испания, Швейцария, Нидерландия ҳамда Араб мамлакатлари таъминлайди. Бу мамлакатга 1988 йилда 375-400 минг хорижий ташрифлар кузатилган бўлса, 1991 йилда уларнинг сони 1,5 млн. кишига етади ва 1992 йилда 2,0 млн кишини ташкил қилади. 2000 йилда 4,1 млн. 2002 йилда эса 4,2 млн. хорижий туристларга хизмат кўрсатилган.

Африка минтақасига ташриф буюрган туристларнинг 14,5%га яқини, Шимолий Африка худудига қилинган ташрифларнинг 40,1%и Марокаш республикасига тўғри келади.

Марокаш республикаси халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаларини кўрсатишича, жаҳон туристик ташрифларнинг 0,60%и, Африка минтақаси мамлакатларига қилинган ташрифларнинг 14,4% Марокаш республикасига тўғри келган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар тушумлари бўйича жаҳон туризм даромадларининг 0,45%, Африка минтақаси тушумлари бўйича 18,3%ни ташкил қилган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 14,8%га камайганлиги кузатилган (5.4.2-жадвал).

Ҳар бир хорижий ташриф Марокаш республикасида 513 АҚШ долларини ташкил этган. Бу кўрсаткич жаҳон бўйича 31,6%га паст бўлган, Африка минтақаси бўйича 26,6%га юқори бўлган.

Миср туризми. Якин Шарқ минтақасига кўшни бўлган ҳудуд Мисрдир. 70-йилларда Ливандаги зиддиятларга қарамасдан минтақа туризми сезиларли ривожланиб боради. 1970-1980 йилларда туристлар сони 1,8 мил. кишидан 6 млн кишига етади. Пул тушумлари эса 0,4 млрддан 3,5 млрд, долларга етади.

1986 йилда мамлакат туризми кескин пасаяди- ташриф буюрган туристлар - 17,7% га, пул тушумлари эса -16% га камаяди. Шундан сўнг жонланиш бўлсада, 1991 йилда яна туристлар ташрифи -10,3% га, пул тушумлари эса -16,5% га камайиб кетади. 1993 йилдаги камайишдан сўнг, 1994 йилда туристлар оими 37% га, 2000 йилда эса 17,5% га ошади. Дунё бўйича шарқий Африкага келган туристларнинг сон 1980 йилда 2% га етиб, 1994 йилда 1,8% га тушди ва 2000 йилда 2,7% га етади. Юқоридаги давр минтақага туристларнинг ташрифи айниқса пул тушумлари ташрифи ўзгариб туради. Бундай тебранишлар минтақа туризм тармоғига бўлган инвестицияларни чеклаб туради. Доимий ўзгаришларга ҳудуддаги сиёсий барқарорлик, айниқса Форз кўрфазидаги уруш салбий таъсир қилди. Урушдан сўнг туристлар ташрифи 40% га камайди. Шунингдек, 1992 йилда Мисрдаги хорижий туристларга бўлган ҳужум натижасида ташрифлар сони 33% га пасайди. Бу ҳол Миср итисодиёти учун таҳликалидир, зеро туризм тушумлари валюта захираларни тўлдириб туриш ва ташқи қарзни қоплаш учун жуда муҳимдир. Бу минтақа туризмга қизиқишнинг нисбатан пасайиши Миср ва Иорданияни энг кўп хавотирга солмоқда. Минтақанинг асосий туризм марказларга Миср, Саудия Арабистони туризми диний характерга эга. Чунки бу ерда мусулмонлар зиёратлари жойлашган, бу икки мамлакатлар жойлашган. Бу икки мамлакат минтақа туризми пул тушумларининг 70% ни ташкил этади. Минтақа бўйича битта туристдан тушган пул тушуми энг баланд 4200 доллардан мос

равишда 1330 ва 930 доллар тушум билан Саудия Арабистони ва Миср бормо=да. Пул тушумларининг ўртача даражаси Африка материги бўйича кўрсаткичига нисбатан баланд. Бу ҳақиқат минтақа экспортида туризм тармоғи катта ўрин тутишини кўрсатиб туради.

Хулоса

Африка ер юзидаги «энг иссиқ материк», бинобарин у иссиқлик ресурслари билан жуда яхши таъминланган. Бироқ материк ҳудуди бўйлаб сув ресурслари ниҳоятда нотекис тақсимланган. Бундай ҳолат қишлоқ хўжалиги ва бошқа соҳаларининг ривожланишига ва умуман аҳолисининг ҳаётига жуда катта салбий таъсир кўрсатади.

Африка минтақаси аҳолисининг этник таркиби билан боғлиқ муаммолар ҳам талайгина ва жуда хилма-хилдир. Этнограф олимлар материкда 300 дан 500 тагача этносни, яъни халқ, қабила, қавм, уруғ элат ва ҳаказоларни ажратадилар. Уларнинг айримлари айниқса Шимолий Африкада, йирик миллатга айланиб бўлдилар, бироқ кўпчилиги ҳамон элат ва қабила даражасида қолиб келмоқдалар. Бунинг устига кўп жойларда уруғ-қабилачилик тизимини қолдиқлари сақланиб келмоқда.

Африка жуда катта табиий ва аҳоли салоҳиятига қарамай, ҳамон дунё хўжалигининг ҳамма соҳалари бўйича энг қолоқ қисми бўлиб келмоқда. Бинобарин, минтақа ҳозирги ривожланиш босқичининг бош вазифаси ижтимоий-иқтисодий туб ўзгаришларни жадаллаштириш орқали, мураккаб муаммоларни ўз вақтида ҳал этишдан иборатдир.

Àôðëèà ìèìòàkàñèàà áíøkà ñîxàèàð êààè òàèkàðî òóðèèì xài íèxíyòàà ñóñò ààðàæààà ðèâíæèáíîîkàà ñè,ñèé беқарорлик, ìèèèàòèàðàðî àà æèèèé çèääèyòèàð ôîðèæèé ñàé,xèàðíèíà ìèìòàkààà áyèàáí kèçèkèèèàðèèè ìàúèóì ààðàæààà ìàñàèèèèðîîkàà. Лекин сўнги йилларда бу минтақага туристлар қизиқиши ортиб бормоқда. Халқаро

экспертларнинг хулосасига кўра яқин келажакда Африка минтақаси асосий туристик марказлардан бирига айланиши башорат қилинмоқда.

Назорат учун саволлар

1. Африка минтақаси аҳолисининг этник таркиби билан боғлиқ муаммолар нимада?
2. Африкада халқаро туризмни ривожланиш асосларини қандай ифодалаш мумкин?
3. Африка минтақасида халқаро туризм ҳаракатларининг ривожланиш ҳолати қандай?
4. Африка минтақасига хорижий сайёҳлар ташрифини камайиш сабаблари нимада?
5. Африка минтақаси туризм бозорини қайси мамлакатлар аҳолиси таъминлайди?
6. Африка минтақаси бўйича энг кўп хорижий меҳмонлар қайси ҳудудга ташриф буюрадилар?
7. Ғарбий Африка ҳудудида қайси мамлакатлар туризм соҳасида табиий ресурслардан унумли фойдаланмоқда?
8. Африка минтақасининг жанубий ҳудудида энг яхши туристик марказ бўлиб қайси мамлакат ҳисобланади?
9. Африка минтақасида қайси мамлакат замонавий халқаро туризм индустриясига эга?
10. Жанубий Африка республикасини нима сабабдан икки ёқлама иқтисодий мамлакат деб аташади?
11. Жанубий Африка республикасининг ривожланишида ўзига хос хусусияти нимада?
12. ЖАРнинг ялпи ички маҳсулотининг неча фоизи туризм соҳасида яратилади?

13. ЖАРда ялпи ички маҳсулотнинг неча фоизини халқаро туризм тушумлари ташкил этади?
14. Африка минтақасининг шимолий ҳудудини нима учун «араблар африкаси» деб атайдилар?

Адабиётлар

1. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрий туризма. -М: Финансы и статистика. 2004. -437 с.
2. Норчаев.А.Н. Халқаро туризм ривожланишининг иқтисодий ўсишга таъсири. и.ф.н. дисс. –ТДИУ, 2004. -130 б.
3. Основные показатели развития туризма в 2003 г. ВТО. –Мадрид, 2004. 30 стр.
4. www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация
5. www.tag-group.com – Консультативная группа по вопросам туризма (TAG)

ҮП-606. ЎЗБЕКИСТОНДА ХАЛ+АРО ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИШИ

7.1. Ўзбекистонда туризм ривожланиш шолати

7.2. Ўзбекистон туризмнинг молиявий кырсаткичлари

7.3. Ўзбекистоннинг тарихий шаҳарларида эркин туристик шудудни ташкил этиш

7.4. Ўзбекистон туризмида илгор тажрибаларни қўллаш

7.5. Ўзбекистонда хал+аро туризм ривожланиши йыналишлари

7.1. Ўзбекистонда туризм ривожланиш шолати

«Ўзбектуризм» Миллий Компаниясининг вужудга келиши ва бу ташкилотнинг 1993 йили Бутунжашон туризм ташкилотига аъзо былиб кириши Ўзбекистон туризми тараққиётида қўйилган улкан қадам былди. Республикада хал+аро туризмни янги бос=ичга кўтариш ва самара билан фаолият кырсатишга мос келадиган янги шароит ва механизм вужудга келди.

Ўзбекистон тарихида ва айниқса бу ылкада туризм ривожланиши тарихида “Буюк Ипак Йули”нинг тутган ырни ва мощияти ниҳоятда чексиз.

Бир неча асрлар давомида заминнинг Ғарб ва Шарқида исти=омат қилган хал=ларни Жанубий-Шар=ий Осиёдан Ўрта-ер денгизи мамлакатларигача чўзилган ва “Буюк Ипак Йули” деб ном олган савдо-сотик йыли бир-бири билан боғлаб турар эди. Бу йылга “Ипак Йули” деб ном берилишининг асосий сабаби бу ердан ташиладиган маҳсулотлар ипак былганлигидандир. Ипак тайёрлаш билан боғли= былган сирни Хитой усталари минг йиллар давомида одамлардан яшириб келган эдилар. Аммо “Буюк Ипак Йули” орқали ташилган маҳсулотлар фақат ипакдангина иборат бўлмай, балки бу йыл орқали бронза, чинни, жун, хом ашёлари ва улардан тайёрланган буюмлар шам ташилар эди. “Буюк Ипак Йули” қарийб икки минг йиллик тарихга эга. Бу йыл асосан Италиядан Туркия орқали Ироқ ва Эронга борган. У ердан эса Марказий Осиё шамда Шимолий Помир орқали Қашқар ва Ёркентгача бориб, бу ерда йыл иккига ажралган шамда шимол

томондан Такла-Макон саҳросини айланиб ўтиб, Лобнор кўли яқинида яна қўшилган ва Хитойга кетган.

Буюк ипак йўлида Туркистон шудуди етакчи ролни бажариб келган, у шудуддаги Самарканд, Бухоро, Хива, Термиз, Хўжанд, Чоржўй каби атор шаҳарлар ипак йўлидаги асосий манзиллар бўлган. Ўзбекистон ызининг улай географик ырни туфайли бу тарихий йўлда марказий ўринни эгаллаган. “Буюк Ипак Йўли” кўп асрлар давомида кишилиқ маданиятининг вужудга келишида катта ўрин тутган.

Немис олими Рихтгофен XX асрга келиб Ипак Йўлининг шон-шуҳрати маълум даражада ўз моштиятини йы=ота бошлади деган эди. Эндиликда унинг номи яна тез-тез тилга олинадиган бўлди ва унинг тарихда тутган ырни шамда ашамиятини тиклаш, бу йўлда туризмни ривожлантириш каби ма=садларни мўлжаллаб, 1994 йилнинг октябрь ойида Бирлашган Миллатлар Ташкилоти ва нуфузли ташкилот Юнеско иштирокида Ўзбекистонда Жаҳон туристик ташкилотининг кенгаши бўлиб ўтди ва кенгаш аъзолари Ипак йўли бўйлаб туризм фаолиятини тиклаш ва ривожлантишга аратилган Самарканд Декларацияси қабул =илинди.

1995 йил июнь ойида Республикамиз Президенти И.Каримов “Буюк Ипак Йўлининг тикланишида Ўзбекистон Республикасининг иштирокини фаоллаштириш ва Республикада хал=аро туризмни ривожлантириш бўйича чора-тадбирлар тўғрисида”ги фармонга имзо чекди.

1995 йил октябрида Тошкент шаҳрида “Ипак Йўлида туризм” номи билан биринчи туристик ярмарка ўтказилди. Шундан бери бундай ярмарка ҳар йили ўтказилиб келинмоқда. Бу ярмаркаларда тузилган шартнома ва контрактлар туризмни янада ривожлантириш, Республиканинг туризмга оид имкониятларини самара билан ишга солиш шамда “Буюк Ипак Йўли”га хос бўлган қадимги анъаналарни тиклаш бобида кенг йўл очиб берди.

Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришга асосатилган асосат фармон, қарорлар орасида Президентимиз И.А. Каримов томонидан имзоланган “Ўзбекистонда 2005 йилгача туризмни ривожлантириш давлат дастури” тасвирисидаги, Вазирлар Маҳкамасининг “Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмнинг замонавий инфраструктурасини яратиш бййича чора-тадбирлари” тасвирисидаги қарори муштим ашчамият касб этади.

Ўзбекистонда халқаро туризмни янада юқори босқичга қўтаришда 1999 йил 20 августда қабул қилинган “Туризм тасвирисида қонун” алоҳида ўрин тутати. Бу қонун мамлакатимизда туризмни кучайтириш ва туризмга хизмат қилиши лозим бўлган инфраструктурани вужудга келтириш имконини беради.

Туризмни ривожлантиришга оид фармон ва қарорларни бажариш ва Республикада туризм тараққиёти учун зарур бўладиган улкан имкониятлар мавжудлигидан оқилона фойдалана билиш лозим.

7.2. Ўзбекистон туризмнинг молиявий кырсаткичлари

Бозор иқтисодиёти шароитида ва бозор муносабатлари ривожланиши натижасида Ўзбекистонда туризм соҳасини ривожлантириш учун асволай шарт-шароитлар юзага келаётганлиги, туризмнинг республика иқтисодиётига янада интеграцияланиши мамлакат иқтисодиётида муштим ашчамият касб этмоқда. Жаҳон иқтисодиёти тажрибасидан маълумки, туризм соҳаси мамлакат хазинаси учун зарур бўлган валюта тушумини таъминлаш, янги иш жойларини вужудга келтириш ва шу билан биргаликда аҳолининг турмуш даражасини қўтариш учун хизмат қилади. Республикамиз халқаро туризм соҳасидаги имкониятларининг катталиги билан қўшни мамлакатлардан тубдан фарқ қилади. Ўзбекистоннинг географик ырни ниҳоятда асволай, ажойиб табиий иқлим шароитига эгалиги инсоният маданий тараққиётида шам катта ўрин тутати. Ўзбекистон нодир

тарихий архитектура ёдгорликларига, ширин-шакар мевалар, хилма-хил таомлар, ажойиб миллий анъана, урф-одатга эга бўлган меҳмондўст халқа эга. Буларнинг барчаси чет эллик туристлар эътиборини ызига тортади ва кишиларни лол қолдиради. Халқаро туризмни ривожлантиришда Ўзбекистонда мавжуд бўлган сиёсий барқарорлик ҳам муҳим ўрин тутди.

7.2.1-жадвал

Ўзбекистонга ташриф буюрган хорижлик туристлар

Йиллар	Туристлар минг киши	Ўтган йилга нисбатан ўсиш, %
1998	272.0	7.6
1999	274.0	0.7
2000	306.0	11.9

Манба: «Ўзбектуризм» МК. 2001 й.

Ўзбекистонда халқаро туризмни янада жонлантириш мақсадида 1995 йилнинг октябрь ойида Тошкент шаҳрида “Буюк Ипак Йўли бўйлаб туризм” деб номланган биринчи халқаро туристик ярмарка ўтказилди. Ярмарка шундан буён ҳар йили ўтказиб келинмоқда. Бу ярмаркаларда тузилган шартнома ва контрактлар халқаро туризмни янада ривожлантириш республиканинг туризмга оид имкониятларини самара билан ишга солиш ва Буюк Ипак Йўлига хос бўлган қадимги анъаналарини тиклаш бобида кенг йил очиб беради.

Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримов томонидан қабул қилинган “Ўзбекистонда 2005 йилгача туризмни ривожлантириш Давлат дастури тўғрисида”ги ва Вазирлар Маҳкамасининг “Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмни ривожлантиришнинг замонавий инфраструктурасини яратиш бўйича чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришга қаратилган асосий фармон, қарорлар орасида алоҳида аҳамият касб этади.

Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда “Буюк Ипак Йўли”нинг аҳамияти чексизлигини ҳисобга олган ҳолда шукумат томонидан қабул қилинган “Буюк Ипак Йўлининг тикланишида Ўзбекистон Республикасининг иштирокини

фаоллаштириш ва республикада хал=аро туризмни ривожлантириш ты\рисида”ги фармони кутилган натижаларни бермо=да. Жанубий Шар=ий Осиёдан Ўрта ер денгизи мамлакатларигача чўзилган “Буюк Ипак Йўли” деб ном олган савдо-сотик йили бир неча асрлар давомида заминнинг Ғарб ва Шарқда исти=омат қилган хал=ларни боғлаб турар эди. Бу йилга “Ипак Йўли” деб ном берилишининг асосий сабаби шуки, бу ердан ташиладиган маҳсулотларнинг асосий қисми ипакдан иборат бўлган. Ипак тайёрлаш билан бо\ли= бўлган сирни Хитой усталари минг йиллар давомида одамлардан яширинча сир тутиб келган эдилар. Аммо Буюк Ипак Йўли орқали ташилган маҳсулотлар ипакдангина иборат бўлмай, балки бу йил орқали бронза, чинни, жун хом-ашёлари ва улардан тайёрланган буюмлар ҳам ташилар эди. Буюк Ипак Йўли икки минг йиллик тарихга эга. Бу йил асосан Италиядан Туркия орқали Ироқ ва Эронга борган, у ердан эса Марказий Осиёга ҳамда Шимолий Помир орқали Қашқар ва Ёркентгача борган. Бу ердан йил иккига ажраган ҳамда шимол томондан Такла-Макон саҳросини айланиб утиб Лобнор кўли яқинида яна қўшилган ва Шанхайгача борган.

Ўзбекистонда кейинги йилларда ажойиб иншоотлар, маданий дам олиш масканлари, зиёратгоҳлар вужудга келди. Сўнгги йилларда республикада бокс, ўзбек миллий кураши, теннис бййича жашон миқёсида улкан чемпионатлар ўтказилмоқда, бу тадбирлар эса кўпгина хорижий мамлакатлардан туристлар келишига олиб келмоқда. Хал=аро туризмни ривожлантиришда бу омилларни ҳам назардан четда қолдирмаслик лозим.

7.2.2-жадвал

Ўзбекистон туризмнинг и=тисодий кырсаткичлари

Йиллар	Жами хизмат, млн сум	Фойда, млн сум.	Туристлар, минг киши		Турхизматлар Экспорти, Млн. доллар
			Жами	Шундан хорижий туристлар	
1999	4814	622	752	274	25.5
2000	4990	661	864	306	25.8

2001	5343	703	916	329	27.5
------	------	-----	-----	-----	------

Манба: «Ўзбектуризм» МК.

Республикадаги мавжуд меҳмонхоналардаги нархлар баъзи бир сабабларга кўра жаҳондаги ўртача нархлардан юқори былиб, туристларнинг меҳмонхоналарга былган талабидан юқоридир. Ҳар бир турист шинам, ҳар томонлама яхши жиҳозланган жойни бир кечага 50-60 долларга сотиб олишни хоҳлайди. Биздаги меҳмонхоналарда эса, бир кеча тунаш 200-350 долларга тўри келмоқда. Бу каби муаммоларни бартараф этиш учун республикамизда сўнгги беш йил ичида меҳмонхоналарнинг замонавий типлари кенг кўламда кўрила бошланди. Булар ичида “Интерконтинентал”, “Шератон”, “Ле-Меридиан”, “Отель Ўзбекистон”, “Афросиёб”, “Бухоро” меҳмонхоналарини мисол =илишимиз мумкин. Бу меҳмонхоналар 4 ва 5 юлдузли былиб, хал=аро даражага тўлиқ жавоб беради. Эндиги вазифа эса улардаги нархларни қайта кыриб чи=ишдир.

Ўзбекистонда бозор муносабатлари шароитида хал=аро туризмни ривожлантириш чора-тадбирлари давлат томонидан белгиланган былиб, и=тисодий алоқаларни янада ривожлантириш учун турли битимлар, келишувлар амалга оширилган ва оширилмоқда. Шу билан бир ва=тда хал=аро туризмни ривожлантиришда амалга оширилиши мушм былган ишлар =уйидагилардан иборат деб биламиз:

- хал=аро туризмда кичик ва ўрта тадбиркорлик фаолиятидан кенг фойдаланиш ва хал=аро бозорларга чи=ишга интилиш;
- маҳаллий ахборот агентликлари орқали ривожланган мамлакатларни Ўзбекистоннинг туристик имкониятлари билан таништиришга ҳаракат =илиш;
- туризм соҳасида ишлайдиган мутахассисларни чет элларда бир йилда камида бир марта малака оширишга юбориш, ўқитиш, улар учун барча имкониятларни яратиб, туристларга сифатли хизмат кырсатишни йылга кўйиш;

- республикамиз вакилларининг Европа мамлакатларида ўтказиладиган туристик ярмаркаларда доимий равишда иштирок этишини таъминлаш;
- халқаро туристик ташкилотлар билан ахборот алмашишни яхшилаш, биргаликда фаолият юрита оладиган давлатлар билан қўшма корхоналар, компаниялар тузиш ва улар фаолиятини кенг йўлга қўйиш;
- ички туристик бозорда ўзаро рақобатни янада кучайтириш ва бошқарув тадбирларни амалга ошириш муҳим аҳамиятга эгадир.

Демак, халқаро туризмни ривожлантириш Ўзбекистон иқтисодиёти учун ҳаётда зарур бўлиб, унинг имкониятларидан келиб чиқиб, туризм соҳаси орқали аҳолининг моддий фаровонлигини яхшилаш, уларни иш билан таъминлаш учун янги иш ўринларини ташкил қилиш мумкин бўлади. Бу мақсадга эришиш учун ҳали амалга ошириладиган ишлар қўлами жуда кенг.

Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмнинг ривожланиши унга бўлган муносабатнинг ижобий томонга силжиши билан белгиланади. Республикамиз шароитида, айниқса ўрта ва кичик тадбиркорликни ривожлантиришда туризмнинг имкониятлари бошқарув соҳаларга қараганда жуда каттадир, чунки республикадаги иқтисодий барқарорлик ва бозор иқтисодиётига босқичма-босқич ўтилиши тадбиркорларга кенг йўл очиши билан бирга уни жадал ривожлантириш имкониятларини туғдирмоқда. Жаҳондаги ҳар бир давлатнинг иқтисодий юксалишида энг асосий омил - тинчлик ва ижтимоий адолатдир. Ўзбекистон ҳозир Ўрта Осиё минтақасидаги иқтисоди тез ривожланиб бораётган ва энг тинч, осойишта республика бўлиб, ызига тадбиркорлар ва ишбилармонларни, туристларни жалб қилувчи маконлардан бири ҳисобланади.

Республикамиз Президенти И.А.Каримов томонидан 1999 йил 15 апрелда “2005 йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш давлат дастури” қабул қилинди. Бу дастур мамлакатимизнинг ички имкониятларини ҳисобга олган ҳолда, туристларга хизмат кўрсатишнинг ғарбдаги замонавий

андозаларини шам, шарқдаги меҳмондўстлик андозаларини шам ўзида мужассам қилган миллий туризм моделини шакллантириш учун янада кенг имкониятларни очади.

Ўзбекистон Республикасида шам жаҳондаги етакчи мамлакатларининг ривожланиш даражасига эришиш мақсадида итисодиётнинг барча тармоқларини, шу жумладан хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш чоратадбирларини қириб, ўз миллий моделига асосланган туризм соҳасини шакллантириш учун барча керакли ишлар қилмоқда. Ушбу миллий модел биринчи навбатда ички имкониятларни, ўзбек халқининг менталитетини ва жаҳон андозаларига мос келадиган омилларни ҳисобга олган шолда амалга оширилиши лозимлигини ёддан чиқармаслигимиз керак. Ўзбекистоннинг жаҳон туризм бозоридаги салоҳиятига баҳо берадиган бўлсак, унинг Марказий Осиё давлатлари ичида энг юқори имкониятларга эга эканлигини кўрамиз. Бу ҳақда, масалан, республика шудудида мавжуд бўлган тўрт мингдан ортиқ қадимий меъморилик, монументал санъат ёдгорликлари далолат бериб турибди. Ўзбекистон тарихий меъморий ёдгорликларнинг сони бййича жаҳондаги етакчи унта мамлакатга қаторига киритилиб, тўртта йирик шашри ЮНЕСКО томонидан жаҳон маданияти ёдгорликлари сифатида халқаро ташкилот томонидан муҳофазага олинган.

7.2.3-жадвал

Ўзбекистоннинг халқаро туризмдан олаётган валюта тушуми

Йиллар	Валюта тушуми (минг \$ ҳис)	Ўртача 1 туристга тўғри келадиган валюта, долл
1997	18.835	74.5
1998	20.980	77.1
1999	25.255	93.2
2000	26.370	102.3
2001	28.485	132.9
2002	32.390	145.2

Манба: «Ўзбектуризм» МК. 2003 й.

Хал=аро туризм республикамиз и=тисодиёти учун \оятда зарур былган валюта тушумини таъминлайди. Туризмнинг республика и=тисодиёти учун қанчалик зарур тармо= эканлигини келтирилган жадвал маълумотларидан кўришимиз мумкин.

Республикада хал=аро туризмни ривожлантиришда тарихий-маданий обидалар билан бир =аторда дам олиш, хордиқ чиқариш учун хизмат =иладиган туристик объектларнинг шам мавжудлиги мушм ашамиятга эгадир. Бунга мисол қилиб ҳар йили ўн миллионлаб туристларни ызига жалб қилиб, муваффақият билан ишлётган Европадаги паркларини олишимиз мумкин. Булар ичида Париж “Диснейленд”ининг фаолиятини ташдил қилганимизда ҳар йили бу ерга ўртача 15 млн га яқин туристлар ташриф буюришини гувоҳи бўламиз. Ўзбекистонда шам шу каби парklar сонини кўпайтириш имконияти етарли ҳисобланади. Тошкентда 1997 йилдан бошлаб Диснейленд ва Аквапарк фаолият кырсатиб келмоқда, лекин бундай парklar сонини кўпайтириш, хизмат сифатини яхшилаш ва фаолиятини янада кенгайтириш учун чет эл инвестицияларини жалб =илиш, техник имкониятларини кенгайтиришни талаб =илинади. Ривожланган мамлакатлар тажрибаси бу йылнинг энг самарали ва келажаги порлоқ эканлигидан далолат бериб турибди.

Ўзбекистон Республикасида туризмнинг ривожланишида туристик ташкилотларнинг ва тадбиркорларнинг ырни келажақда янада ортиб бориши кутилмоқда. Буни «Ўзбектуризм” МК фаолияти мисолида кўриш мумкин. Ҳозирда республикада 450 дан орти= туристик фирмалар мавжуд былиб, уларнинг иш жараёни Миллий Компания томонидан назорат қилиб борилмоқда. Бизга маълумки, жащон тажрибасида туризмни ривожлантириш учун =уйидаги и=тисодий моделлар қўлланилади: марказдан бош=ариш, бозор ва монетар ривожланиш йыллари. Республикамизда туризм асосан марказлашган бош=арув усулида ривожлантирилмоқда. Ривожланаётган мамлакатларда туризм

и=тисодиётининг бозор модели қўлланилади ва бунда кўпгина кырсаткичлар давлат томонидан (солиқлар, меъёр ва нормативлар) бош=арилиб турилади. Бозор и=тисодиёти шароитида туризм соҳасининг монетар бош=арув модели молиявий бош=аришга асосланади. Бундай бош=арув туристик маҳсулотнинг ўсишига олиб келади. Хал=аро туризмнинг бундай тартибга солиниши ҳозирда Япония, Франция, Италия каби туризм ривожланган мамлакатларда йилга қўйилган.

7.3. Ўзбекистоннинг тарихий шаҳарларида эркин туристик шудудни ташкил этиш

Мамлакатимизда хал=аро туризмни ривожлатириш ва уни янги бос=ичларга кўтариш борасида, энг аввало кўхна маданий ва архитектура ёдгорликларига бой былган Самарқанд, Бухоро, Хива, Шаҳрисабз каби марказлар устида тыхтаб ётиш зарур. Бу шаҳарларда жашон аҳлини ҳайратга солувчи ва лол қолдирувчи тарих ёдгорликлари мавжуд. Ер юзининг турли мамлакатларида исти=омат қилувчилар бу шаҳарларни ўз кўзлари билан кўриш орзусида яшайдилар. Кўп мамлакатларда Ўзбекистон ана шу шаҳарлари ила машҳурдир. У шаҳарларда қад кўтарган қурилиш санъати хориждан келган туристларни ҳайратга солади. Ўзбекистоннинг ана шундай тарихий шаҳарларини бемалол Шарқнинг жавоҳирлари деб аташ мумкин. Шоирлар, ёзувчилар, тарихчилар бу шаҳарларнинг ажойиб чиройи, уларда яшаган ҳунармандлар, архитекторларнинг ишларига қойил қолганлар.

Самарқанд жашоннинг энг кўхна шаҳарларидан бири. У Бобил, Рим, Афина шаҳарларига тенгдош. Самарқанд ҳа=идаги энг дастлабки ахборотлар эрамиздан олдинги IV асрга таалуқлидир. Уша пайтларда Мароканд номи билан машҳур былган бу шаҳар узунлиги 10 километрдан орти=роқ былган қудратли муҳофаа деворларига эга эди.

Мураккаб тарихий йилни босиб ўтган Самарқанд ўз тарихида бир неча марта гуллаб яшнади ва ҳаробаликка щам учради. У жашоннинг ҳар бир шаҳри каби

жамият тарихий тараққиётининг объектив қонунлари асосида шашар сифатида қад кўтарди ва ривожланди.

Самарқанд халқ маданиятининг бебаҳо хазинаси ҳисобланади. Кўп шоирлар, ёзувчилар, тарихчилар, сайёҳлар уни ҳақли равишда “Жаҳоннинг қимматбаҳо гавҳари”, “Шарқ Рими”, “Қадимги Шарқ Жаннати” каби сўзлар билан аташган.

Гўзаллиги билан машҳур бўлган Самарқанд ҳақида қадимги Греция тарихчилари, шарқшунослари, солномачилари ажойиб фикрларни билдиришган, шоир, ёзувчилар у ҳақда ғазаллар, қўшиқлар айтишган, жаҳон мамлакатларида сайёҳлар ва олимлар уни халқ даҳосини асрлар саҳифасига муҳрланган ажойиб халқ усталарининг, зукко меъморларнинг, бетимсол қурувчиларнинг бадиий ва илмий тафаккур мужассами сифатида тилга олганлар.

Самарқанднинг тошдан, ёғочдан бунёд этилган монументал иншоотлари кишиларнинг кўз ўнгида миллий маданиятларнинг ызига хос томонларини ёрқин, чуқур очган шолда бутун гўзаллиги ва назокати билан намоён бўлади. Улуғвор, бетакрор, нодир архитектура иншоотлари бугунги кунгача сақланиб қолган бўлиб, улар оддий кишилар тарихининг ажойиб ижодкорлари кўллари билан бунёд этилгандир. Бу қўли гул усталар асрлар мобайнида ўлмас асарлар яратганларки, улар ҳозир ҳам барчани ҳайратга солиб фахрланмоқда. Зарбқилиш, заргарлик, шойи тўқиш ва бошқалар турли буюмларнинг ажойиб усталари ўчмас из қолдирганлар. Шаҳарда Шарқнинг таниқли олимлари, ёзувчилари рассомлари яшаганлар ва ижод қилганлар. Самарқанд 1970 йили ызининг 2500 йиллигини тантанали равишда байрам қилди.

Самарқанд қадимий тарихий ёдгорликлари туфайли жаҳон тан олган музей шашарга айланди. Шаҳардаги тарихий обидалар Хитой, Ҳиндистон, Греция, Рим, Миср ёдгорликлари каби ызининг гўзаллиги, назокати билан ҳаммани ҳайратга солади. Ҳар йили дунёнинг турли бурчакларидан келган юз минглаб сайёҳлар улардан завқ олади.

Қадимги меъморлар санъатининг ажойиб намуналари =аторига Шоҳи-Зинда, Гури-Амир мақбараси, Бибихоним масжиди, Регистон майдони архитектура ёдгорликларини, Улуғбек расадхонасини ва бош=аларни киритиш мумкин. Энг мафтункор ва нисбатан яхши сақланган Шоҳи-Зинда, яъни “тирик шох” маъносини билдирган тарихий ансамблнинг нозик ва нафис чизмалари ҳар =андай кишини ром этадиган мақбаралар ва масжидлардан иборатдир. Бир сўз билан айтганда Шоҳи-Зинда ўз замонасини безаб турган санъат асарининг бебаҳо дурдонасидир. Ҳатто Бибихоним масжиди харобалари ҳам улуғворлиги билан ажралиб туради. Бу ёдгорликлар кишиларда ўчмас таасурот қолдиради ва ўша давр қурилиш техникаси ва архитектураси тўлиқ тасаввур беради. Гури-Амир мақбарасининг улуғвор гумбази ўтмиш меъморчилик санъатининг намуналаридан биридир. Шаҳарнинг шимолий шарқий қисмида бутун дунёга машҳур Улуғбек расадхонаси харобалари бор. Расадхона ўша давр учун мукаммал бўлган ускуналар билан жиҳозланган эди. Улардан фақатгина улкан сикстантнинг бир қисми сақланиб қолган холос. Ҳозирда расадхона қайта таъмирланган ва давлат томонидан муҳофаза =илинади. Самарқанд марказида яна бир машҳур меъморий ансамбл Регистон бор. У Улуғбек, Шердор ва Тиллақори мадрасаларининг бирлаштиради. Улар орасида ы=ув юрти сифатида бунёд этилган Улуғбек мадрасаси алоҳида ўрин тутди. Ҳар томонлама мощияти катта бўлган бу мадрасада маълумотларга кўра улуғ мутафаккир олим, таниқли мунажжим, математик, ўз даврининг кўзга кўринган давлат арбоби Мирзо Улуғбекнинг ўзи дарс берган. Улуғбек ҳукмронлиги даврда Самарқанд ўрта асрнинг жаҳоншумил марказларидан бирига айланган. Улуғбек атрофида Козизода Румий, Али Қушчи ва шу сингари бош=а йирик олим-астрономларни, математикларни бирлаштирган илмий мактаб яратди. Улуғбек томонидан асос солинган мактабларда диний илмлардан ташқари география, тарих, фалакиёт каби фанлар ҳам ўқитилган. Қомусий олим Улуғбекнинг жаҳон фани ва тараққиётига қўшган ҳиссасини

ҳисобга олган ЮНЕСКО бош конференциясининг 27 сессияси унинг юбилейтаваллуд топган кунининг 600 йиллигини дунёвий қадриятлар рўйхатига киритиш ва бу санани 1994 йилда бутун дунёда байрам =илиш ҳа=ида қарор қабул =илинди. Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармонида асосан 1994 йилни Мирзо Улуғбек йили деб эълон =илинди. Шундай қилиб, 1994 йил октябр ойида Ўзбекистон Республикасида ЮНЕСКО билан биргаликда буюк ватандошимиз таваллудининг 600 йиллигига бағишланган юбилей тантаналари бўлиб ўтди. Бу сана сайёрамизнинг бош=а шудудларида шам муносиб тарзда нишонланди. Жумладан, Улуғбек шарафига бағишланган тантаналар Парижда шам бўлиб ўтди. Бу ерда “Улуғбек ва Буюк Темурийлар даври” мавзусида хал=аро конференция ўтказилди. Бу анжуман иштирокчилари Улуғбек йирик олим ва мутафаккир сифатида тарихдан жой олгани, дунё фани ва маданияти тараққиётига қўшган ҳиссасини алоҳида таъкидладилар. Ушбу тарихий обидаларимиз ҳозирги кунда шам ызининг бетакрор санъати билан бутун дунё туристларини ызига ром этиб келмоқда. Бу ерга ҳар йили ташриф буюраётган туристлар сони йилдан йилга кўпаймоқда. Агар ўтган йилларда Самарқандга ташриф буюрган туристлар сонини анализ қилсак жуда юқори натижаларга эришилаётганлигининг гувоҳи бўламиз.

“Буюк Ипак Йўли”да жойлашган тарихий ва маданий марказлар орасида Бухоро алоҳида аҳамиятга эга. Бухоро шам Самарқанд каби кўплаб сайёҳлар эътиборини тортган қадимий архитектура ёдгорликларига бой, тарихий жиҳатдан улкан аҳамиятга эга бўлган шаҳардир. Ўзининг 140дан орти= архитектура ёдгорликлари билан маълум ва машҳур бўлган Бухоро Ўрта Осиёнинг бош=а ҳар=андай шаҳридан кўра кўпроқ қадимий шарқ шаҳри қиёфасини сақлаб қолган. Бухоро шаҳри Ўрта Осиё меъморчилигининг минг йиллик тарихи ва асосий ривожланиш бос=ичларини ўзида акс эттирган чинакам йилномадир. Шаҳардаги ҳар бир ёдгорлик ўз сукунатида олис ўтмиш сирларини сақлаб қолган. Бу ажойиб шаҳарнинг ёши ўнлаб асрлар билан ўлчанади. Маълумки, 1995 йил кузида

Парижда ЮНЕСКО конференциясининг 28-сессиясида Бухоро шаҳрининг 2500 йиллигини дунё кўламида нишонлаш ҳақида қарор қабул қилинди. Шундай қарор Ўзбекистоннинг ажойиб тарихга эга бўлган яна бир кўҳна шаҳри Хива шаҳри тарихида ҳам қабул қилинди. Хуллас, 1997 йили Хива шаҳри ҳам ўзининг 2500 йиллик тўйини ўтказди.

Олис ўтмишда Бухоро шудудидан ўша давр учун мушаммал бўлган халқаро йиллар, энг аввало “Буюк Ипак Йўли” ўтган кенг ривожланган савдо алмашуви Бухоро шаҳри шудудларининг ривожланишига имконият яратган. Бухорони ҳақли равишда шараф манзили, самимият қаъбаси ва машҳур кишилар тўпланадиган жой деб аташган. Қадимий Бухоронинг зийнати ва нодирлиги унинг бетакрор архитектура ёдгорликларидадир.

Қатор асрлар давомида Бухоро, Туркистон шаҳарлари орасида етакчи мавқеини эгаллаб келди. Шаҳар ривожланишининг бу даври хунармандчилик, савдо-сотик, қурилиш техникаси, фан, адабиёт, санъат тараққиёти билан характерланади. Бу ерда Ўрта Осиёнинг таниқли шоирлари Фирдавсий, Рудакий, бутун жаҳонга машҳур энциклопедист Абу Али Ибн Сино ва бошқалар яшаган ва ижод қилган. Бухоро мусулмон дунёсида алоҳида ўрин эгаллайди. Бухорода маданий ёдгорликлар кўп бўлиб, улар Бухорони музей шаҳар деб аташга шунчаки беради.

Мусулмон тарихининг ажойиб ёдгорлиги Исмоил Сомоний мақбараси узок йиллар давомида сақланиб, бизнинг кунларгача яхши шолда етиб келди. Унда ўрта аср илк даври меъморчилигининг энг яхши ютуқлари ўз аксини топган. Бу мақбара композициясининг оддийлигига қарамай, архитектура усуллариининг ранг-баранглиги билан кишини ҳайратга солади ва ҳақли равишда Шарқ дурдонаси ҳисобланади.

Бухоро шаҳрини Минораи Калонсиз тасаввур этиш мумкин эмас. Ўрта Осиёдаги машҳур архитектура ёдгорликлари орасида энг баланди ҳисобланган ва

900 йилдан зиёдроқ илгари =илинган бу минора Бухоро қиёфасида алоҳида мавқега эга. Уни баъзида ўлим минораси ёки “Ажал минораси” деб аташган ва афсоналарга қараганда улим ҳукм этилган жинойтчилар ва бевафо хотинларни унда ташлашган.

Бухоро шашрининг марказий қисмида қадимий қалъа-арк қад кўтарган. У музей шашарнинг энг кўхна архитектура ёдгорлигидир.

Шаҳардаги бош=а ёдгорликлар шам катта қизиқиш уйғотади. Тўртта баланд миноралари былган Чорминор мадрасаси, йигирмата ёғоч устунли айвони былган Балоховуз масжиди, Абдулазизхон, мир-Араб мадрасалари ва бош=а туристлар диққат эътиборини ызига жалб =илади. Ёзги сарой Ситораи Моҳи-Хоса каби мухташам бинони гапириб ўтмаслик мумкин эмас. Тарихий ёдгорликларнинг шохидлик =илишича, бу сарой қурилишида ажойиб маҳаллий ва бош=а жойлардан таклиф этилган Европалик усталарнинг ижодий салоҳиятга муштараклашиб кетган. Ушбу ёдгорлик жуда мухташам кўкаламзорлаштирилган майдонни эгаллайди. Ситораи Моҳи-Хоса саройидаги кўп иморатлар ичида тантанали қабуллар учун мўлжалланган “Оқ зал” айниқса ажралиб туради.

Асрлар ытиши билан шашарнинг айрим ёдгорликлари вайрона ҳолига келди. Аммо ёдгорликларни яратган қадимги меъморларнинг ҳунармандчилик санъати яшаб келаверади. Бухоро вилоятининг маъмурий, и=тисодий маркази Бухорода 240 минг аҳоли яшайди.

Бухорода =атор саноат корхоналари мавжуд. Зардўзлик ва шойи тўқиш ҳунарлари Бухорони жаҳонга танитган. Моҳир маҳаллий усталар яратган буюмлар-бадий сузаналар, аёллар кийимлари, турли шойи белбоғлар, зар дўппилар, Республикадан узоқ-узоқларга шам машҳурдир. Бухоро жаҳоннинг =атор мамлакатларидан Ўзбекистонга келадиган туристларнинг кўпини ызига жалб =илади. Бу ерга келаётган туристларнинг ўтган йиллардаги анализини

ҳисоблаб кўрсак жуда кўп туристлар, айниқса мусулмон давлатларидан келаётган туристлар кўпчиликини эгаллайди.

Замин туристлари диққат-эътиборини ызига қаратган, ажойиб тарихий обидалар маркази бўлган яна бир шаҳар Хивадир. Шаҳар тўғрисидаги ёзма маълумотларнинг кўпчилиги бизга тўлиқ етиб келмаган.

XVII аср бошида Хива Хоразм давлатининг пойтахти эди. Кейинчалик бу давлат Хива хонлиги деган номни олди. Хива узоқ йиллар давомида мусулмон маданиятининг муҳим марказларидан бири бўлиб келди. Ўша даврларда бу ерда турли хил халқ ҳунармандчилиги кенг ривожланди.

Шаҳарнинг ички қисмини ташкил этадиган Ичан қалъа ва Дишон қалъа шаҳарнинг ажойиб ёдгорликларидан ҳисобланади.

Ичан қалъа шаҳарнинг энг эски қисми бўлиб, тўрт тарафдан қалъа деворлари билан ўралган. Ичан қалъада қадимги меъморчилик учун мос бўлган атор архитектура ёдгорликлари жойлашган. Бу ёдгорликлар орасида мадрасалар, масжидлар, мақбаралар ва ёпиқ бозорлар ўрин тутган.

Дишон қалъада савдогарлар, ҳунармандлар уйлари, шунингдек атор масжид ва мадрасалар қад кўтарган эди.

Хива шаҳри ўртасида кўп устунли Жума масжиди Ўрта Осиёнинг энг қадимий иншоотларидан бири ҳисобланади. Хива архитектураси ўз шаклининг салобатлиги ва безакларининг нафислиги билан кишини лол қолдиради. Шаҳардаги ёдгорликлар маҳаллий усталар ва умуман Хоразм меъморларининг юксак маҳорати ва муҳандислик ишлари кишини ҳайратга солади.

Хивада 48 минг аҳоли яшайди. Шунга қарамай у ызининг тарихий обидалари билан жаҳонга танилган ва туристлар диққатини ызига тортган шаҳарлар аторидан жой олгандир.

Тошкент, Андижон, Қўқон, Шаҳрисабз, Термиз каби шаҳарларда ҳам ызига хос бўлган тарихий ёдгорликлар мавжуд.

Жаҳоннинг турли мамлакатларидан келадиган минг-минглаб туристлар учун маршрутлар (йыналишлар) белгиланди. Энг аввало юқорида айтиб ётилган шашарлар эътиборга олиниши лозим.

Ҳозир «Ўзбектуризм» миллий компанияси ихтиёрида туристларга хизмат кырсатадиган атор ташкилотлар мавжуд.

Бундай ташкилотлар барча вилоятларда туризм билан боғлиқ былган фаолият устида иш олиб боради. Бу бўлимларнинг ҳар бири мамлакатимизнинг ажойиб тарихий обидаларга эга былган шашарлар, вилоятлар бўйича турли хил маршрутларни белгилаган.

Ўзбекистон мустақилликка эришиши туфайли Республика доирасида ажойиб иншоотлар, маданий дам олиш масканлари, зиёратгоҳлар вужудга келди.

Шуни айтиб ётиш лозимки, «Ўзбектуризм» миллий компанияси томонидан бундан 3-4 йил илгари тайёрланган туристик йыналишлар айтиб ётилган янгиликларни қамраб ола олмаган. Шунга қўра уни қайта кыриб чиқиб, чет эл туристлари диққат-эътиборини ызига тортадиган янгиликларни маршрутлар рўйхатига киритиш лозим.

Маълумки, туризм йыналишлари турли-туман дам олиш кунли туризми, ёшлар туризми, мактаб ва болалар туризми, спорт туризми, автотуризм ва бошқа атор туризм хиллари бўйича маълум ишлар олиниши лозим.

Сўнгги йилларда Ўзбекистонда бокс, ўзбек миллий кураши, теннис бўйича жаҳон миқёсида улкан чемпионатлар ўтказилмоқда, улар атор хорижий мамлакатлардан кўп туристлар келишига олиб келмоқда. Янги маршрутларни белгилашда булар ҳам эътиборга лозим.

«Ўзбектуризм» миллий компанияси барча бўлимларда ҳам туристларга хизмат кырсатадиган сервис даражаси жаҳон андозаларига мос деб бўлмайди.

Туризм бўйича адабиётларнинг, айниқса, ўзбек тилидаги адабиётларнинг ниҳоятда қамлиги талабаларга туризм бўйича аизи-арли ва етарли ахборотлар

Хал=аро туризм сощасини келажакдаги йыналишларини ани=лашда юқорида айтилганлар эътибордан четда қолмаслиги керак

ýíā īðēðāē īāūēōīīðēāðāāī ðīēāāēāīēøāāē. “Alean” ðēçēīēīēīā kàðīāø÷ēēāðē kēīīāōāūī āāñōóðēē òāūīēīīðīē ñīðēā īēēøēāðēāā xīæāð éúκ, ÷óīēē áó ðēçēī Internet òāðīīēēīēīā ñōāīāāðð òāðīīēīāēyēāðēāā āñīñēāīāāī.

Βίāē òāðīīēīāēē ðāāāēþōēy òóðāēēē òóðēñòēē ðēçīāðēāð áíçīðēīē ðēçēīēāðēðēø æāðā,īē æāāāē ðāāēøāā ēā÷īīkāā. Àðāíðīò ðēçēīēāðēāā īóðīæāāð kēēēø kēēīāðē īāñāēāē. Áó ūīāēñā 2-3 ēēøēāāī ēāīðāð òóðēñòēē āāāīòēēāēāā āāāāēēāðē ðīēāāēāīēø kēīīāðāā òóøāāī ðēçīāðēāðāāī ðīēāāēāīēø ēīēīēyðēīē āāðāāē. Áó øóīē āīāēāðāāēēē, óí÷āēēē ēāðòā āūēīāāāī òóðāāāīðēēēēāð ēāðòā òāøēēēīðēāðāā æēāāēē ðākīāāðīē þçāāā ēāēðēðēøē īóīēēī. Īēñīē òāðēkāñēāā īāīēñ ðēðīāñē “**TISS**” īē ēūðñāðēø īóīēēī, 1997 ēēēāā ēēēē īāðāð ðīāēīēīēā ūçē āāēā÷ēīðāēāð ñāāāīñē āēēāī øóçóēēāīāāī ūīēāā 140 īēēēēī īāīēñ īāðēāñēāā òāīā āēēāīīāīē òāūīēīēāāēēāð.

Êóīāāī êóīāā ðāēkāðī āā īēēēēē ðākīāāðīēīā êó÷āēēøē, ôāī āā òāðīēēāīēīā òāðākκē, òē òóðāēēē òāðīīēīāēyēāðīē áīøkāðēø īāñāēāēāðēīēīā āīēçāðāēēēē īððēā áīðīīkāā. Øó ñāāāāēē òóðēñòēē āēçīāñ òāðīīēīāēyēāðē āūēē÷ā īóðāðāññēñēāðīē òāē,ðēāø ūāæīē īððīīkāā. Ūçāāēēñòīī òóðēçīēāā ūāī òāðīīēīāēē ēīēīēyðēāðāāī ēāīā ēūēāīāā ðīēāāēāīēø īākñāāāā īóīðēκ āāā ūēēāēīēç. Ñūīīāē ēēēēāðāā àīāēāā īøēðēēā, òāāī ēκðēñīāēē ēñēīūòēāð īāðēæāñēāā ðāñīóāēēēā òóðēçīē ūāī ðēāīæēāīēøīēīā yīāē áīñkē÷ēāā ēēðēā áīðīīkāā. Õīøēāīðāā kóðēā ðīēāāēāīēøāā òīīøēðēēāāī “Êīðāðēīīðāīāðāē”, “Øāðāòīī”, “Õīāēēē-Īāēēāñ”, “Грант-Мир”, “Буми Интернешнл”, “Тошкент-Паллас” īāxīīxīīāēāðē ðāēkāðī īāūīīīðīīāēāð çāīæēðēāā óēāīāāī āūēēā, āóī,īēīā xīūēāāāī āāāēāðēāāī òóðēā, ðēçīāð òóðēāðēāā áóððòīā āāðēø āā kāáóē kēēēø ēīēīēyðēē áīð.

7.5. Ўзбекистонда хал=аро туризм ривожланиши

йыналишлари

Бозор и=тисодиётида мамлакатнинг и=тисодий ривожланишини юқори бос=ичга олиб чи=иш учун и=тисодий ислохотлар ўтказилиши зарурдир. Ўзбекистон Республикасида и=тисодий ислохотлар барча тармо=ларда,

жумладан, туризм соҳасида ҳам бос=ичма-бос=ич амалга оширилмоқда. Ўзбекистон ривожланишнинг миллий моделини яратмоқда, туризм бу моделнинг яратилишида иқтисодийнинг ажралмас бўлаги сифатида ўрин олиши зарурдир. Иқтисодий ислохотларнинг натижаси тармоқнинг ривожланиши билан белгиланади.

Республикамиз туризм потенциали буйича Марказий Осиёда энг илғор ҳисобланиб, дунёдаги етакчи унта давлат қаторига киритилган. Турмаҳсулотларнинг умумий сони ўн мингтадан ортиб билиб, жуда кўп сон ва сифат кўрсаткичларига эга. Аммо айрим миллий туристик маҳсулотлар ҳалигача шаклланимаган ёки ҳалқаро бозорда сотишга мўлжалланимаган. Кўпчилик турмаҳсулотлар маълумот берувчи сифатида ифодаланиб, унда маҳсулот буйича барча кўрсаткичлар тўлиқ ёритиб берилмаган.

Турмаҳсулотнинг бозордаги рақобатбардошлиги стратегик аҳамиятга эга бўлган асосий омиллардан бири ҳисобланиб, унга аниқ баҳо катта таъсир кўрсатади. Турмаҳсулотни баҳолашда унинг сифатига алоҳида эътибор қаратиш керак. Турмаҳсулотга ҳалқаро бозорда бўлган эҳтиёжнинг кўплиги, маҳсулотнинг турли хиллиги ва рақобатчи товарларнинг баҳоси катта таъсир кўрсатади.

Ҳалқаро туристик бозорни ырганиш натижасида миллий турмаҳсулотнинг рақобатбардошлигини таъминлашда қўйидаги учта тамойил асосий рол ўйнайди: ишни аниқ мақсадга йўналган шолда давом эттириш, янги режаларни мўлжаллаш ва иш фаолиятини мувофиқлаштириб бориш. Ҳақиқатдан ҳам, турмаҳсулотнинг бозорда ўз мавқеини ушлаб туришига доир тадбирлар ушбу йўналишдаги кенг қамровли ишларни узлуксиз равишда олиб боргандагина ижобий натижа бера бошлашини илғор давлатлар тажрибасидан ҳам билса бўлади. Турмаҳсулотни ўтказиш воситаларининг яқка тартибда, бошқа чора-тадбирлардан ажралган шолда қўлланиши ёки уларнинг гоҳи-гоҳида қўлланиб турилиши ушбу воситалар таъсирчанлигини анча камайтириши маълум. Олиб борилган тадқиқотлар

натижасига кўра, турмахсулотни хал=аро бозордаги рақобатбардошлигини оширишда ва унинг сотувини таъминлашда =уйидаги асосий йыналишларни таъкидлаш мумкин:

- махсулот сотувини ҳар томонлама =ыллаб-қувватлашга =аратилган давлат томонидан керакли чора-тадбирлар ишлаб чи=иш;
- жамоатчилик билан алоқани кучайтириш ва ты\ридан-ты\ри ахборотлар беришни таъминлаш;
- реклама-ташвиқот ишларини кучайтириш.

Реклама миллий турмахсулотни кенг оммага танитишда стратегик йыналишнинг асосини ташкил =илади. Дунёнинг туризм ривожланган давлатларида (Франция, Италия, Испания) маркетинг тадбирларига ажратилган мабла\нинг асосий қисми рекламага сарф =илинади. Рекламани ты\ри ташкил =илиш туризмда асосий ашамиятга эгадир. Реклама ҳа=идаги бир қанча тушунчалар устида бироз тўхталиб ўтамиз.

Реклама - бу аниқ бир ма=садга йўналтирилган тадбирлар шакли былиб, у муайян манба (реклама берувчи) томонидан тўланган ва=тда ёки тўлов амалга оширилган жойда эълон =илинади;

Реклама - бу бевосита ёки билвосита (даромад) олиш ма=садида юридик ва жисмоний шахслар ты\рисиди тарқатилаётган ахборотдир.

Айни пайтда реклама турмахсулот ва хизматларни дистрибуция =илиш ва бозорда ўтказишнинг мушм бугинидир. Аксарият туристик ташкилотлар ундан сотув ҳажмини ошириш ма=садида фойдаланишади. Ушбу ма=садлар учун сотувдан келиб тушган фойданинг ўртача 5-15% сарфланади.

Хал=аро туризм сошасида махсулотни реклама =илишда, рекламанинг =уйидаги асосий турларини ажратиб кырсатишади: жумладан, ахборот тарзидаги, чорловчи (қийсий) ва эслатма реклама.

Туризмда янги бозорни ызлаштиришда реклама кутилмаган ва кенг оммани ызига жалб =илиши лозим. Албатта, бу туристик рекламани амалдаги фактларини ошириб ёки бузиб кырсатиш лозимлигини англамайди. Европанинг туризм ривожланган мамлакатлари - Буюк Британия, Испания, Францияда турли меъёрий ҳужжатлар воситасида рекламага тегишли ташкилотлар томонидан жуда қатъий назорат =илиниб борилади. Масалан, Ўзбекистонга хорижий туристларни жалб =илиш учун ҳунармандчилик соҳасига доир омиллар анча салмоқли бўлиши мумкин. Ҳунармандлар яратган бетакрор санъат асарлари инсонларни ҳар доим ызига жалб қилиб келган, шуни ҳисобга олган шолда Ўзбекистоннинг туристик фирмалари ўз рекламаларида ушбу омилга катта эътибор беришлари керак. Қилинаётган ҳар бир реклама бевосита давлат назорати остига олиниши лозим, шунда реклама жонли ва ишончли бўлиб чи=ади.

Бундан кўриниб турибдики, рекламани тўри ташкил қилган ҳар бир компания катта миқдорда фойда олиши аниқ. Мисрда ўтказилган хал=аро семинарда туризмда тўри ташкил =илинган ҳар =андай реклама учун сарфланадиган 1 А+Ш доллари 4 А+Ш доллари миқдорида фойда билан қайтиши таъкидлаб ўтилган. Реклама компаниясининг самарадорлигини омманинг ишончи ортиши нуқтаи назаридан ёки маҳсулот сотуви ошиши жиҳатидан баҳолаш мумкин (ташриф буюрувчилар сони ва келаётган тушум бўйича). Омманинг ишончини қозониш даражасини назорат =илишнинг энг оддий усули реклама эълонида жойлаштирилган жавоб хати купонлар сонини ҳисобга олишдир. Ўзбекистон учун туристик маҳсулотларни реклама =илиш билан бир =аторда сотувни =ыллаб-қувватлаш ҳам катта аҳамиятга эга. Сотувни =ыллаб-қувватлаш - маҳсулотни ёки хизматни ҳарид =илишни ра\батлантирувчи =ис=а муддатли чора-тадбирларнинг амалга оширилишидир. Рағбатлантирувчи чора-тадбирлар туристик хизматлар сотувини енгиллаштириш ва тезлаштириш ма=садида ҳам

коммуникациянинг бош=а воситаларини =ыллаб-қувватлашга йўналтирилганда ма=садга мувофиқ бўлади.

Туристик маҳсулотни ўтказишга доир ра\батлантирувчи чора-тадбирларни икки гурушга ажратишимиз мумкин. Биринчи гурушга Ўзбекистоннинг туристик хизматлари ёки турларини сотувчи ходимларни, иккинчисига эса мижозларга хизмат кўрсатишга йўналтирилган тадбирларни киритамиз. Биринчи гурушга туроператорлар, турагентлар туристик маҳсулотлар ты\рисидаги билимларни оширишга йўналтирилган барча чора-тадбирлар (танишув турлари, ташрифномалар, кўргазма материаллари) киради.

Туроператорлар ишини муваффақиятли амалга оширишда брошюра ва ташрифномалардан қўшимча ёрдамчи материал сифатида фойдаланиш ма=садга мувофиқдир. Ўзбекистон турмаҳсулотини сотаётган турагентлик ваколатхонасида кўргазмали матнлар, афишалар, кичик деворий газеталар, хал= ҳунармандчилиги предметлари ва рангли расмлар кўргазмасини ўтказиш лозим.

Иккинчи гурушга, мижозларга йўналтирилган барча чора-тадбирларни киритган эдик. Бу гурушдаги масалаларга доир =уйидагиларини кыриб чи=ишимиз мумкин:

- ты\ридан-ты\ри почта алоқаси (маҳсулотни сотиш, хатлар ёзиш, потенциал мижозлар номига жунатилган брошюра ва танишув ташрифномалари илова =илинади);
- сотувни =ыллаб-қувватлашга доир рағбарлантирувчи тадбирлар. Бу тадбир рекламани тўлдиради ва турмаҳсулотлар савдоси ҳажмининг =ис=а муддатда ошишига олиб келади. Шунинг учун Ўзбекистонда хал=аро туризмни ривожлантиришнинг стратегик режаларини амалга ошириш усулларини ишлиб чи=ишда юқорида қайд этилган шолатларни ёдда тутиш керак.

Public relations (жамоатчилик билан ишлаш ёки алоқалар) туристик корхона коммуникация фаолиятининг ажралмас қисмидир. Жамоатчилик билан

муносабатлар турташкilot ва жамоатчилик ўртасида ўзарo шамкорлик алоқаларини шаклантириш, уни сақлаб қолишга йўналтирилган махсус режалаштирилган доимий ҳатти-ҳаракатлардан иборат бўлиши керак.

Бу омилларни назардан четда қолдирмаган ҳолда, жамоатчилик билан муносабатларни =уйидагича ифодалаш мумкин:

- пabлик рилейшнз шам реклама ва сотувни =ыллаб-қувватлаш каби коммуникацияга =аратилгандир;
- реклама ва сотувни =ыллаб-қувватлаш учун =улай муҳит яратиш ва уни сақлаб туришда хизмат =илиш лозим.

Жамоатчилик билан муносабатлар ёрдамида Ўзбекистон миллий турмаҳсулотини хал=арo бозорда ўтказиш воситаларини =уйидагича ташқил =илиш мумкин:

- туристик газета, журналлар учун бериладиган ахборотларнинг аниқлигини ошириш. Мисол учун, TTG (Россия), Golden Apple (Франция) каби газета ва журналлар дунёнинг 50 дан орти= мамлакатига тарқатилади. Туристтик маълумотлар чоп этиладиган газета бизда шам мавжуд бўлиб, “Буюк ипак йили” деб номланади. Бу газетанинг сифатини ошириш ва унинг кўплаб эътиборли нашриётлар билан алоқасини бундан шам кучайтириш чораларини кўриш лозим;
- ўзбек ҳунармандлари, рассомларининг энг яхши асарларини, хал=имизнинг маънавий бойлиги, бетакрор маданияти акс эттирилган асарларнинг кўргазмаларини ташқил этиш ва ҳоказо.

Хал=арo туристларни мамлакатимизга ташрифини оширишда туристик гуруҳлар учун махсус чегирмаларни киритишнинг ашамияти жуда катта. Бунга шунингдек, туристларни ташишида ички ва хал=арo рейслар учун авиачипталарнинг нархини камайитириш ты\рисидаги махсус таклифларни шам мисол килиб келтириш мумкин. Ўзбекистонга келаётган туристларни ташишда

“Ўзбекистон ҳаво йўллари” МАК устиворликка эга эканлигини ҳисобга олиб, ушбу миллий авиакомпания билан шамкорликда нархларни табақалаштириш масаласига алоҳида эътибор бериш лозимлигини таъкидлаб ўтиш керак. “Ўзбекистон ҳаво йўллари” МАК =ис=а ва=т ичида ўзининг юқори сифатли хизматлари ва йўловчилар хавфсизлигини таъминлаши билан жаҳондаги етакчи давлатларнинг авиакомпаниялари билан бемалол рақобатлашиш даражасига етди. Миллий авиакомпания ҳозирда 80 дан ортиқ давлатлар билан шамкорлик алоқаларини ўрнатган бўлиб, аҳолига ва туристларга юксак даражада хизмат кўрсатмоқда, туристларни ташиш билан боғлиқ муаммоларни ечишга ёрдам бермоқда. Ташриф буюраётган туристларни темир йўл ва автобусларда кўрсатилаётган хизматлар қониқтирмаётгани аниқланган бўлиб, бу ҳол бир қанча муаммоларни келтириб чиқармоқда. Бу муаммоларни ҳал қилиш учун туристларга енгил автомашиналарни ижарага беришни йўлга қўйиш ҳақида таклифлар киритилган. Автомобиллар ижарасини ташкил этиш эса асосан чет эл инвестициясига таянган шолда иш кўришни тақозо этади. Автомобил ижараси деярли барча ривожланган мамлакатларда кенг тарқалган бўлиб, уларда автомобиллар фақат туристлар ёки меҳмонларга эмас, балки тўловга лаёқатли ҳар қандай кишига ижарага берилиши оддий ҳолга айланган. Бу соҳани мамлакатимизда аввал туристлар ва меҳмонларга нисбатан тадбиқ қилишдан бошлаш ижобий натижаларга олиб келиши мумкин.

7.5.1-жадвал

Хорижлик туристларнинг сегментлар бўйича кўрсаткичлари (минг.киши)

№	Кўрсаткичлар	1996 й	2002 й	2005 й. башорат
1	Дипломатлар	31.1	60.3	80.0
2	Бизнесменлар	41.4	90.2	150.0
3	Вакиллар	7.1	20.7	30.0
4	Қариндош-уруғлар	6.3	10.9	20.0
5	Илмий ишлар билан	15.3	20.4	30.0
6	Уқишга	14.3	30.5	60.0
7	Бошқалар	17.2	60.3	90.0
8	Жами хорижлик	150.4	306.0	1000.0

	туристлар.			
--	------------	--	--	--

Манба: «Ўзбектуризм» МК.

Маҳсулотларни ўтказиш каналининг чекланганлиги туризмнинг тижорат соҳасидаги бир қанча йиғилишларни келтириб чиқарувчи асосий омиллардан бири ҳисобланади. Авваламбор, шуни ҳисобга олган ҳолда, Ўзбекистонда туризм соҳасида қуйидаги тадбирларни амалга оширишга катта эътибор қаратиш лозим:

- Маҳсулотни ўтказишнинг турли хил каналлари ва воситачилик шакллари аниқлаш мумкинлигини инобатга олган ҳолда, ушбу сотув тизимини тўлиқ таснифлаб чиқиш, янги каналларни зудлик билан ўзгартириш ва керакли маблаҳ билан кечиктирмасдан таъминлаш.
- Воситачиларнинг шаклларига кўра қилинадиган харажатларни тақдир қилиш ва икки томонлама манфаатларидан келиб чиққан ҳолда шамкорликни янада ривожлантириш.
- Воситачиларни таклиф қилинаётган хизматларга нисбатан аниқ ахборотга эга бўлишини ўз вақтида таъминлаб туриш.
- Ташриф буюраётган туристлар орқали воситачиларнинг мавқеи ва аҳамияти таърифидаги фикрларни ырганиш, турли анкета саволларини тузиш.

Миллий турмаҳсулотни бозорда муваффақиятли ўтказиш учун бир томонлама сотув тармоғининг ўзи камлик қилишини юқорида таъкидлаб ўтган эдик. Маҳсулотни сотишга доир ишлар, агарда улар маҳсулотни ўтказишга доир бошқа ҳатти-ҳаракатлар билан қўшиб олиб борилмаса қўйилган натижага олиб келмаслиги аниқ.

Миллий турмаҳсулотларга халқаро бозорда талаб ортиб бориши республиканинг халқаро майдондаги мавқеи ортиши билан бир вақтда аҳоли учун янги иш ўринларини ташкил қилиш, бозор иқтисодиёти шароитида аҳолини ижтимоий ҳимоялашда ва мамлакат ривожига шиссаси билан алоҳида аҳамият касб этиши билан ажралиб туради.

Ўтган асрнинг 90-йилларида мустақилликни қўлга киритган Ўзбекистонга жаҳонда қизиқиш янги асрда кучаймоқда, бу қизиқишлар айниқса халқимизнинг бой мероси бўлган тарихий обидаларга, халқ ҳунармандчилигига ва миллий анъаналарга қаратилаган. Бундан келиб чиққан шолда миллий турмаҳсулотни халқ аро бозорда сотувини таъминлашни тақазо этади.

Хулоса

Ўзбекистонда халқаро туризм ривожланиши мамлакатимиз томонидан олиб борилаётган иқтисодий ислохотларга боғлиқ бўлиб, кейинги йилларда бу соҳага эътибор айниқса кучайиб бормоқда. Мамлакатимиз асосан четдан туристларни қабул қилишга ихтисослашган бўлиб, бу иқтисодиёт учун ижобий ўзгаришни олиб келади. Мамлакатга қанча кўп туристлар жалб қилинса миллий иқтисодиётга керакли бўлган хорижий валюта тушуми ҳам шунча кўп бўлади. Ўзбекистон Марказий Осиё минтақасида туризми энг барқарор ривожланаётган республика бўлиб, келажакда имкониятлари бундан катта бўлиши башорат қилинмоқда.

Назорат учун саволлар.

1. “Буюк Ипак Йўли”нинг Ўзбекистон туризмидаги аҳамияти?
2. Ўзбекистонда халқ аро туризмни ривожлантириш учун ҳукумат томонидан қандай қарорлар қабул қилинган?
3. Тарихий ёдгорликларнинг туризм ривожигаги ёрни аниқланг?
4. Ўзбекистонга ташриф буюраётган туристлар сонининг ортиб боришда асосан қандай омиллар етакчилик қилмоқда?
5. Ўзбекистон туризмнинг асосий йўналишлари нималардан иборат?
6. Маркетинг ва рекламанинг турмаҳсулотни сотишдаги аҳамияти?
7. Туризмда иқтисодий кырсаткичлар деганда нималар назарда тутилади?
8. Нима учун биздаги меҳмонхоналардаги нарх халқ аро стандартлардан юқори?
9. Тошкентда нечанчи йилдан бошлаб Дисней-Ленд фаолият олиб бормоқда?

10. Нима сабабдан айнан тарихий шаҳарларда эркин туристик ҳудудлар ташкил
=илинади?

Адабиётлар

1. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрий туризма. -М: Финансы и статистика. 2004. -437 с.
2. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрий туризма. -М: Финансы и статистика. 2004. -437 с.
3. Lundberg D., Krishnamurthy M. – Tourism Economics. New York: John Wiley Sons Inc. 2003. -210 p
4. Норчаев.А.Н. Халқаро туризм ривожланишининг иқтисодий ўсишга таъсири. и.ф.н. дисс. –ТДИУ, 2004. -130 б.
5. Основные показатели развития туризма в 2003 г. ВТО. –Мадрид, 2004. 30 стр.
6. www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация
7. www.tag-group.com – Консультативная группа по вопросам туризма (TAG)

VIII-боб. ХАЛ+АРО ТУРИСТЛАРГА ЭКСКУРСИЯ ХИЗМАТИ КЎРСАТИШ

8.1. Экскурсияни ташкил этиш тартиби

8.2. Хал=аро туристларга Ўзбекистоннинг тарихий шаҳарари бййлаб экскурсияни ташкил этиш

8.3. Ўзбекистонда хал=аро туристларга экскурсиялар уюштиришда миллий меросларнинг аҳамияти

8.4. ГИД - таржимон: унинг туристик-экскурсион фирмалар тизимида ўрни ва роли

8.1. Экскурсияни ташкил этиш тартиби.

Туризм экскурсия билан ҳамбарчас бўли=дир. Чунки экскурсия ҳар бир туристик саёҳатнинг фикрий ифодасидир. Одатда экискурсия деганимизда диққатга сазовар жойларни зиёрат =илиш тушинилади, буларга эса, ёдгорликлар, музейлар, муассасалар ва бош=аларни ырганиш форма ва методлари деб биламиз. Экскурсия турли хил былиб =уйидагиларга бўлинади:

1.Экскурсияларни мазмунан =уйидаги синфларга ажратиш мумкун - кўздан кечириш, умумий-обзорли, кўпрежали, мавзумли тематик, тарихий, маданиятшунослик ва бош=а.

2.Қатнашувчилар саставига кўра.

3.Ўтказиш жойлари.

4.Ҳаракатланиш услуби.

5.Ўтказиш формасига кўра бўлинади.

Экскурсиянинг келиб чи=ишининг асосий сабабларидан бири - туризмнинг ривожланиши ва жамият ҳаётида диний зиёратгоҳлар, ҳаж маросимлари билан бўли= тарихнинг оммалашганлигидадир, кейинчалик мураккаб ва кўп хил

хал=нинг эҳтиёжлари (турли хил маданий манбаларга ,тарихий меросларга ва ҳоказо) шаклларга ўзгарди (маънавий қизиқишлар). Шундай қилиб, қизиқиш эҳтиёжнинг аниқловчи омили бўлиб хизмат қилган. Шу маънода экскурсия, жамиятнинг рекреацион-танишиш эҳтиёжларидан келиб чи=иш формаси ва қондириш усули бўлади. Экскурсияларни ривожлантиришнинг асосий сабаблари бўлиб ҳисобланади. Жамият умум таълим савиясини ошганлиги, бўш ва=тни кўпайтириш, индивидуал режа бўйича дам олишни ташкил =илишнинг янги имкониятларнинг пайдо бўлиши аҳамиятга эга. Ҳозирги пайтда туризм экскурсияни тадқиқ =илишнинг =уйидаги турлари ажратилмоқда:

- Сиёсий-(жамиятнинг қайси табақалари, туризм экскурсиясига қатнашмоқда);
- Иқтисодий (туризм ва экскурсиялар и=тисодиёт сифатида «туризм индустрияси»);
- географик (туризм ва экскурсиялар учун территорияларини турга ажратиш ва фойдаланиш);
- ташкилий (туризмни ким бош=араяпти);
- хал=аро-сиёсий;
- тиббий;
- гуманитар.

Агар туризм бўш шароитлардаги (фаолият) ҳаракат тури сифатида юзага чиқса, экскурсия эса ана шу мажхуллик ҳаракатининг ташкил =илиш формасида намоён бўлади. Шундай қилиб, экскурсия туристик саёҳатни асосий тури ҳисобланади.

Экскурсия ҳар-хил мавзулар бўйича синфлантирилади. Экскурсияларнинг асоси бўлиб - ахборот ҳисобланади. Ахборот манбаларини бир неча гуруҳга ажратиш мумкин:

- табиат жисмлари, ландшафтлар, табиатнинг антика хусусиятлари;

- объектлар, диққатга сазовор жойлар ва территориялар;
- миллий-этнографик бойликлар;
- тарихий ашамиятга эга жойлар.

Экскурсия - ҳозирлик экскурсиянинг асосий мазмунини очиб бериш билан боʻли= былган маълумот. Буларга: бевосита (экскурсия, кўргазма объектлари) ва воситали (экскурсовод тексти) маълумотлар киради. Экскурсия учун объектлар танлаш, уларнинг тарихий моцияти ва маданий тарихий қийматига боʻли=. Объектларни ызлаштиришда турли хил тушунчалар пайдо былиши мумкун. Экскурсовод нафақат объектларни кырсатиш, балки уларнинг мазмунини ўз сўзларида очиб бериш керак. Объектни кырсатиш экскурсантларни диққатини жалб =илиш сифатида намоён бўлса, унинг тащилини сўзларида очиб бериши ва яна кўп бош=а ашамиятга жалб этади. Объектнинг кырсатилиши ва унинг бош=алардан хусусиятларига кўра ажратилиши тащил дейилади. Тахлил давомида экскурсантлар объектнинг танилишдан унинг хусусиятларини билиш, сифати, муносабатлари ва кейинчалик чуқурроқ танишиши билан тугайди. Объект тащили уни қисимларга ажратиш тушуниладики, у давомида объект экскурсантлар тарафидан батафсилроқ тасаввур =илинади. Кўрсатиш, тащили ва кузатиш бир йыналишда олиб борилади. Объектни тащил методлари ва кузатиш экскурсия мавзусига боʻли=: объект характери, экскурсияда тутган ырни ва ашамияти, билим даражаси, ишлаш тажрибаси, экскурсантлар қизиқишларига боʻли=, экскурсия билимнинг асосий манбаи былиб сўз хизмат =илади. Экскурсияда асосий ҳикоя формалари былиб: тасвир, кетма-кет санаш ва объектлар ҳа=идаги маълумотларни тушинтириш; характеристика- мазмунли томонларини тушинтириб бериш; тушинтириш-ички боʻли=лик ва богланишлар мазмунини очиб бериш; изоҳлаш =андайдир жараён мобайнида диққатни объект хусусиятларида тўплаш; кырсатма бериш-экскурсовод кўрсатмалари (объект

кузатишни тўри борилиши) билан боли=.

Экскурсия шашарлар-аро, норасмий муносабатлар формаси ҳисобланади. Муносабатлар экскурсия жараёнида юзага келади ва унинг этаплари билан бирга ривожланиб боради: гурушни таништириш, ҳаракат, ҳикоя савол жавоблар бир объектдан иккинчисига ўтиш мустақил кўрсатиш, паузалар. Экскурсия жараёнида муносабатларнинг «Очиқ» характердалиги, социал синфларнинг йи=лиги, ҳар бир киши муносабатининг қамровини кенгайтириш ва х.к. бўлиши мушмидир, экскурсия бу хусусиятларни специфик воситалар ёрдамида етказишни таъминлайди, шундай қилиб аудитория доимий равишда экскурсовод ва объектлар билан ўзаро муносабатда бўлади. Экскурсия эса, ўз ўрнида экскурсовод, объектлар ва экскурсантлар муносабатларининг натижасидир.

Экскурсия давомида аудиторияни ажратувчи ва бирлаштирувчи белгилар пайдо бўлади. Бирлашувчи белгиларга экскурсант ва экскурсовод орасидаги контактнинг мавжудлигини кўриш, эшитиш, умумийлик ҳисси бир бирига таъсир этиш (эмпатия), умумий диққатнинг жалб =илиниши экскурсияга қадар тўпланган одамлар аудиторияни ташкил қилмайди у фақат диққатнинг бир жойга жалб =илинишидан кейингина экскурсовод, аудитория шомоҳанглиги, уларнинг психофизиологик ва ижтимоий шомоҳанглиги шароитида кайфиятнинг яхши бўлиши, уларнинг барчаси экскурсиянинг яхши кечиши учун замин яратади. Маълумки, экскурсантлар тушунчаси турличадир.

Хал=аро туристларга экскурсия хизматини такомиллаширишда тарихий жойларнинг ва давлатнинг ўрни ызига хос роль ўйнайди. «Ўзбектуризм» Миллий Компаниясининг вужудга келиши ва бу ташкилотнинг 1993 йили Бутунжазон туризм ташкилотига аъзо бўлиб кириши Ўзбекистон туризми тараққиётида қўйилган улкан қадам бўлди. Республикада хал=аро туризмни янги бос=ичга кўтариш ва самара билан фаолият кўрсатишга мос келадиган янги шароит ва механизм вужудга келди.

Ўзбекистон тарихида ва айниқса бу йлкада туризм ривожланиши тарихида “Буюк Ипак Йўли”нинг тутган ырни ва мощияти ниҳоятда чексиз.

Бир неча асрлар давомида заминнинг Ғарб ва Шарқида истиомат қилган халқларни Жанубий-Шарқий Осиёдан Ўрта-ер денгизи мамлакатларигача чўзилган ва “Буюк Ипак Йўли” деб ном олган савдо-сотик йили бир-бири билан боғлаб турар эди. Бу йилга “Ипак Йўли” деб ном берилишининг асосий сабаби, бу ердан ташиладиган маҳсулотлар ипак былганлигидандир. Ипак тайёрлаш билан боғлиқ былган сирни Хитой усталари минг йиллар давомида одамлардан яшириб келган эдилар. Аммо “Буюк Ипак Йўли” орқали ташилган маҳсулотлар фақат ипакдангина иборат бўлмай, балки бу йил орқали бронза, чинни, жун, хом ашёлари ва улардан тайёрланган буюмлар ҳам ташилар эди. “Буюк Ипак Йўли” қарийб икки минг йиллик тарихга эга. Бу йил асосан Италиядан Туркия орқали Ироқ ва Эронга борган. У ердан эса Марказий Осиё ҳамда Шимолий Помир орқали Қашқар ва Ёркендгача бориб, бу ерда йил иккига ажралган ҳамда шимол томондан Такла-Макон саҳросини айланиб ўтиб, Лобнор кўли яқинида яна қўшилган ва Хитойга кетган.

Буюк ипак йилида Туркистон шудуди етакчи ролни бажариб келган, у шудуддаги Самарқанд, Бухоро, Хива, Термиз, Хўжанд, Чоржуй каби атор шаҳарлар ипак йилидаги асосий манзиллар былган. Ўзбекистон ызининг улай географик ырни туфайли бу тарихий йилда марказий ўринни эгаллаган. “Буюк Ипак Йўли” кўп асрлар давомида кишилиқ маданиятининг вужудга келишида катта ўрин тутган.

Немис олими Рихтгофен XX асрга келиб Ипак Йўлининг шон-шухрати маълум даражада ўз мощиятини йиота бошлади деган эди. Эндиликда унинг номи яна тез-тез тилга олинадиган бўлди ва унинг тарихда тутган ырни ҳамда аҳамиятини тиклаш, бу йилда туризмни ривожлантириш каби масадларни мўлжаллаб, 1994 йилнинг октябрь ойида Бирлашган Миллатлар Ташкилоти ва

нуфузли ташкилот Юнеско иштирокида Ўзбекистонда Жаҳон туристик ташкилотининг кенгаши бўлиб ўтди ва кенгаш аъзолари Ипак йўли бўйлаб туризм фаолиятини тиклаш ва ривожлантишга аратилган Самарканд Декларацияси қабул қилинди.

1995 йил июнь ойида Республикамиз Президенти И.Каримов “Буюк Ипак Йўлининг тикланишида Ўзбекистон Республикасининг иштирокини фаоллаштириш ва Республикада халқаро туризмни ривожлантириш бўйича чора-тадбирлар тўғрисида” қарор фармонга имзо қилди.

1995 йил октябрида Тошкент шаҳрида “Ипак Йўлида туризм” номи билан биринчи туристик ярмарка ўтказилди. Шундан бери бундай ярмарка ҳар йили ўтказилиб келинмоқда. Бу ярмаркаларда тузилган шартнома ва контрактлар туризмни янада ривожлантириш, Республиканинг туризмга оид имкониятларини самара билан ишга солиш ҳамда “Буюк Ипак Йўли”га хос бўлган қадимги анъаналарни тиклаш бўлида кенг йўл очиб берди.

Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришга аратилган асосий фармон, қарорлар орасида Президентимиз И.А. Каримов томонидан имзоланган “Ўзбекистонда 2005 йилгача туризмни ривожлантириш давлат дастури” тўғрисидаги, Вазирлар Маҳкамасининг “Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмнинг замонавий инфраструктурасини яратиш бўйича чора-тадбирлари” тўғрисидаги қарори муҳим аҳамият касб этади.

Ўзбекистонда халқаро туризмни янада юқори босқичга кўтаришда 1999 йил 20 августда қабул қилинган “Туризм тўғрисида қонун” алоҳида ўрин тутади. Бу қонун мамлакатимизда туризмни кучайтириш ва туризмга хизмат қилиши лозим бўлган инфраструктурани вужудга келтириш имконини беради.

Туризмни ривожлантиришга оид фармон ва қарорларни бажариш ва Республикада туризм тараққиёти учун зарур бўладиган улкан имкониятлар мавжудлигидан оқилона фойдалана билиш лозим.

8.2. Хал=аро туристларга Ўзбекистоннинг тарихий шашарлари быйлаб экскурсияни ташкил этиш.

«Олтин Фаргона хал=аси» ёки «Олтин водий» - бу деярли ҳар томондан тоғлар (шимолда - Чотқол, шарқда - Фарғона, жанубда - Олой ва Туркистон) билан ўралган жуда катта пастликдир. Фарғона водийсига (300x150км) бундай ном қадимдан унинг ўзгача флораси туфайли берилган. Водийнинг тоғларидан тушувчи шаршарачалари, ирмоқлари, кичик кўллари, кўп сонли тоғ о=имларига эга былган Сирдарё оқади.

Водий айниқса кўз фаслида чиройлидир, агар унга бирор тепаликнинг чўққисидан назар ташланса, тиллага кўмилган водий дарахтлари баргларининг турли тусларини кўриш мумкин.

Маълумки, Фарғона водийсида қадимги турар жойлар 5-6 минг йил аввал пайдо былган. Хитойликлар фақат милоддан аввалги II асрда давонликлар (фарғоналиклар) га ипак билан савдо =илишга, кейинчалик эса уни Фарғона водийсида етиштиришга имконият беришлари эвазига топган, афсоналарда айтилган анор дарахтлари, анжир, узум, ёнғок, пахта ва бош=а маданий ўсимликларни одамлар бу ерда етиштирганлар. «Фарғона милоддан аввалги VI-IV асрлардан бошлаб жанубий ва жануби-ғарбий цивилизациялар билан маданий алоқада былган ва интеграцион савдо тузумига кирган» деган А. Анарбаевнинг таҳмини бор. Аммо у на форс, на юнон манбаларда берилмаган. У мустақил давлат былган деб таҳмин =илиш мумкин.

Хитойни Ўрта ер денгизи билан бирлаштирган, кейинчалик эса тармо=лари бутун Марказий Осиё быйлаб тарқалган Оврўпани шимолий, жанубий, шарқий ва жануби-шарқий мамлакатлари билан илк ўрта асрларда боғлаган Буюк Ипак йили милоддан аввалги II асрда Фарғона водийсидан ўта бошлаган.

Довон ўз чиройи ва бойликлари билан қадимги ва илк ўрта асрнинг кўпчилики

босқинчиларини ызига тортар эди. Аммо мағрур ва эркесвар довонликлар ҳар доим мустақил яшаб келганлар.

Милоддан аввалги II асрнинг охирида Фарғона асосий транзит йил эди. Мунчоқ тепа қабридан олинган археологик топилмалар бунга далил бўла олади.

Араб босқинидан сўнг савдо-сотик =илиш ва=тинчалик қийин бўлиб қолади. Аммо сиёсий барқарорлик ва Самарқанд давлати ташкил топганидан сўнг қадимий трасса қайта жонланади. Ибн-Хордадбех Самарқанддан Хўжанд орқали Баб (Поп) шашрига Ахсикентга, ундан Қува, Ош, Ўзганд (Ўзган), Атбош орқали ат-Туббатга ва Юқори Нушаджон (Шар=ий Туркистон)га бўлган йилни тасвирлайди.

Савдо-хунармандлик алоқаларининг ривожланиши натижасида Шарқ, Ғарб ва Жанубнинг кўпгина мамлакатларидан Фарғонага турли маҳсулотлар келар эди. Аммо кенг алоқалари бўлишига қарамай, Фарғонада жуда кўп ва=т пул муносабати бўлмаган, у ерда ҳайкалтарошлик ва сурат солиш санъати ривожланмаган эди, яъни у минг йиллар давомида деҳқон ва қорамолчилик маданиятини бирлаштирган ызининг қадимий маданиятини сақлаган.

Қўқон хонлигининг энг охириги маскани бўлган Фарғона водийси 1875 йили Фарғона вилояти сифатида чор Россиясига зўрлик билан бириктирилган эди.

Мустамлака даврида Фарғона Водийси пахтачилик, боғдорчилик, узумчилик ва ипакчилик ривожлантириладиган асосий марказга айланиб қолганди.

1924 йили Фарғона водийсининг шудуди миллатига қараб Ўзбек, Тожик ва Қирғиз республикаларига бўлинган эди. Фарғона водийсининг кўп қисми Ўзбекистон ССРга кирганди. Фарғона водийсида Ўзбекистоннинг уч вилояти бор - Фарғона, Андижон, Наманган.

Иттифоқ ҳукмронлиги йиллари Фарғона водийси бутун ССР Иттифоқи учун “оқ олтин” деб аталган пахта етиштирувчи асосий манбага айланди. Шундай қилиб Фарғона водийсининг “Олтин манба” деган номи тасдиқланди.

“Олтин водий” бйлаб ихтиёрий транспортда: автомобил, темир йил, велосипед, пйёда ва х. к. саёхат =илиш =улайдир. Ўзбекистон Республикасининг пойтахти Тошкентдан боровчи магистраллар “Олтин Фарғона хал=а”си деб юритилувчи Фарғона хал=асини ташкил =илади.

Водийнинг туристларни ызига тортадиган шашарлари ҳа=ида тўхталадиган бўлсак, Косонсой шашри ва унинг атрофи дарё чегараси ва Фарғона водийсининг тоғ олдиларида жойлашган. Ўзи туғилган жойларни яхши билган Заҳириддин Бобур Косонсой ты\рисида =уйидагиларни ёзган: “Бу ер ажойиб ҳаво ва чиройли боғлари былган жойдир”. ХҲ асрнинг муаллифларидан бири: “Косоннинг боғлари ва мевалари олий жаннат ва парилар боғларини эслатади, унинг ҳосиллари мғл ва чексиздир”- деган эди.

Наманган шашрининг диққатга сазовор жойлари 25 кмдан кейин -унча катта бўлмаган шўр кўл олдидаги Наманганкон қишлоғи ырнида 1610 йили шашар сифатида пайдо былган Наманган шашри (ХҲ асрдан) шашарча сифатида маълум былган. Наманган маъмурий вилоят маркази былиб қолди. Шаҳар бозори ёнида жойлашган Хожамна-Қабр мақбараси ўша ва=т гувоҳи былиши архитектура ёдгорлигидир.

Наманганнинг кўримсиз Оврўпа архитектураси фонида эски шашарни ХХ аср бошларида қурилган Раджаббой масжиди, Мулла-Қирғиз мадрасаси ва б. яхши таассурот қолдиради. Уларнинг шаммаси бир-бирига яқин шаклда Оврўпа форматидаги пишиқ ғиштдан жуда саранжом қилиб пишиқ қурилган. Гумбазларининг кенглиги, бино ва унинг қисмларини пропорциялари ва б. буларни қурган усталарнинг маҳоратидан дарак беради.

Фарғона водийси туризми республикамиз туризми индустриясининг 40%ни ташкил қилган шолда тезликда ривожланаётган регион ҳисобланади. Водий туризмида асосан учта вилоят туристик фирмалари фаолият олиб боради. Бу вилоятларнинг туристларга кырсатган хизмат ҳажмини =уйидаги жадвалдан

кыриб ташдил =иламиз.

8.2.1-жадвал

2003 йилда Фарғона водийсига ташриф буюрган туристлар ва хорижга чи=иш (киши ҳисобида)

Вилоятлар	Хорижлик туристлар	Хорижга чи=иш	Жами
Фарғона	10254	200	10454
Наманган	8911	10141	19052
Андижон	7223	4908	12131

Манба: «Ўзбектуризм» МК

Қадимги Андижон Х асрда савдо-хунармандлик маркази сифатида танилган эди. У милoddан аввалги 1 асрда шам “Буюк Ипак йили”да былганлиги ҳа=ида маълумотлар бор. ХҮІ асрда Бобур аждодларининг даврида Андижон Фарғона шарқий қисмининг пойтахти былган, Бобур пайтида эса бутун Фарғона водийсининг пойтахти эди.

Замонавий Андижон - йирик машиносозлик маркази, хорижий фирмалар билан алоқа =илади. Шаҳарда ы=ув юртлири кўп; Тиллар институти, Педагогика институти, Табобат институти, бир неча техникумлар, Ю. Ахунбобаев номидаги мусиқий драма театри бор.

1877 йили Қўқон хонлиги шудудида ташкил =илинган генерал-губернаторлик маъмурий маркази сифатида Янги Марғилон номли Фарғона шашри пайдо былди. 1907 йили Скобелев, 1919 йилидан бошлаб Фарғона деб атала бошлади.

Қўқон-“Олтин Фарғона хал=аси”нинг асосий туристик шашридир.

Қўқон шашри-“Олтин Фарғона хал=аси” йылидаги Фарғона вилоятининг охирги йирик шашри. У Фарғона водийсининг ғарбий қисмида Сох дарёсини пастки о=имида, денгиз сатҳидан 450 м баландликда жойлашган. Унинг аҳолиси 180 минг кишини ташкил =илади.

Милoddан аввалги II-I асрлар билан белгиланган қадимий Хитой ёзувларида

Фарғона водийсида жойлашган Даван мамлакати кўп маротаба эсга олинган. Ўша пайтда Даваннинг пойтахти Эрши шаҳари бўлган ва баъзи қадимий дунёни текширувчилари уни ҳозирги Қўқон шудудида жойлашган деб фараз қилганлар. Аммо бу фаразни археологик маълумотлар тасдиқламади. Балки, бу ерда қадимда яшаш жойи бўлгандир, лекин Қўқон шаҳар сифатида Х аср араб географларининг ёзма манбаларида эсга олинган. Араб саёҳатчи-географи Истахри Ходжентдан Ошга олиб боровчи асосий савдо магистралини тасвирлаганда, бу йилдаги “Сохдан битта катта юриш ва Сирдарёдан 5 фарсахда жойлашган” Қўқон шаҳрини эслайди. Бошқа араб саёҳатчи-географи ибн-Хаукаль уни тасвирлаб, чиройли шаҳар “Хоканд” ёки “Ховоканд” (яъни ёқимли) деб атайди. Якут Хамави ва Мушаммад Таъилар ҳам ўз географик маълумотларида (ХIIаср) “Ховоканд”ни эслашган. Бу кыриб ытилган тарихий шаҳарларнинг ҳар бири туристик марказлар бўлиб Фарғона водийсига ташриф буюрган туристларнинг диққатини ызига тортади ва водий туризмида ўзгача ашамият касб этади.

18 август 1996 йили Ўзбекистон Президенти Ислам Каримов шаҳар байроғига биринчи номерли Амир Темури орденини тақиб қўйишдан олдин ажойиб сўзларни айтди: “Самарқанд-бу шавкатли ўтмиши, бахтли бугуни ва мангу келажаги бўлган шаҳар”.

Самарқанд шаҳри Зарафшон водийсининг аҳолиси кўп қисмида жойлашган. Шимол, шарқ ва жанубдан яшил оазисни совуқ шамол ва Қизилқум иссиғидан ҳимояловчи Памир-Олой тоғлари билан ўралган.

Қадимий Самарқанд тўғрисида Ғарб ва Шарқда билишган. Милоддан аввалги IV асрда у Мараканда номи билан Шарқдаги маданий ва савдо марказларидан бири сифатида маълум эди. Мараканда орқали савдо қарвонлари Суриядан Ҳиндистон ва Сибирга ўтарди. Бехисоб бойликлари нафақат савдогарларни, балки жангчиларни ҳам ызига тортарди. Маълум бўлган ҳамма инсоният

цивилизациясининг негизлари-Вавилон, Мемфис, Афинлар, Рум, Александрия-га ыхшаш Маракандга шам ўз бошидан жўшқин ҳодисаларни ўтказиши керак эди. Милоддан аввалги 328 йили шаҳар аҳолисини Александр Македонский қўшинларига қарши қўзғолонидан сўнг-шаҳар бутунлай вайрон =илиниб, Афросиоб шаҳарчасининг жануби-ғарб томонида қайта қурилган эди.

Қайта қурилган Самарқанд шаҳри милоддан аввалги IV аср охири-III аср бошларида Селевкидлар давлати ва парфянлар орасидаги, кейинчалик милоддан аввалги III-II асрларда-Селевкидлар давлатининг қолдиқларидан пайдо бўлган Парфия ва Юнон-Бактрия шохлиги ўртасидаги жанг майдонига айланади. Карвон йўлларига эгалик =илиш учун кураш Буюк ипак йўлидаги шаҳар-давлатлар савдоси ва и=тисодиётига- гина зарар етказиб қолмай, маданий марказларини ер юзидан йы=отиб юборар эди.

Савдо ва маданият равнақи милоддан аввалги I минг йилликнинг охирида ва милодий I минг йиллик бошида, қадимий савдо йўл устидаги назорат кушан шохлари қўлига ўтганидан кейин бошланди.

Б.И.Маршак ёзишича, қадимий Афросиобнинг археологик қазилмалари “Буюк ипак йўлидаги” катта шаҳар тўғрисидаги маълумотларни тасдиқлади. Олимлар сюжети бййича бир хил тушинтира олишмаган, аммо милоддан аввалги VI-VIII аср бошларидан кеч бўлмаган ва=тга тегишли деб ҳисоблашган шох саройидаги “элчилар золи”нинг уникал нақшларини қолдиқлари сақланган.

Шарқ мамлакатларининг и=тисодий алоқаларида катта аҳамиятга эга бўлган савдо карвон йўлларида жойлашиб, у юз йиллар олдин қадимий цивилизациясининг маркази ва Ўрта Осиё хал=ларининг тарихи-маданий анъаналарини ташувчиси бўлиб қолди.

Ўтган замон шоир ва тарихчилари уни “Қадимий Шарқ Эдеми”, “Шар=ий мусулмон жаҳонининг қиммат баҳо марвариди”, “Ой ости мамлакатларининг чиройи”, “Шарқ Руми” деб бежиз айтишмаган.

Самарқанд-“Жаҳоннинг саккизинчи мўъжизаси”, Рассомлар ва шоирлар шаъри”, “Шарқ Руми”. Самарқанд-Ўзбекистон ҳалқининг буюк тарихи- маданий анъаналарини ташувчиси. Шаҳар тарихи мураккаб ва қарама-қарши. Самарқанд билан Александр Македонский, араб лашкарбошиси Қутайба ибн Муслим, Чингизхон ва Тимур, астроном олим Улуғбек номлари боғлиқ. Олти аср аввал Амир Темур Самарқандни жаҳоннинг энг гўзал шаъри, унинг пойтахти қилишни орзу қилганди. Ҳар қайси узоқ юришлардан у бу ерга фақат моддий бойлигига эмас, балки янада қимматли-интеллектуал: энг яхши меъморлар, муҳандислар, сопол усталарини олиб келган. Маҳаллий усталар билан синтезланиб, улар ажойиб архитектура мактабини яратишди: қувватли, аввалгиларини қайтармайдиган.

Ўз давлатида Темур яратувчи эди. У рассом, шоир, олим ва мутафаккирларни раҳбатлантирарди. Бу генлар кейин унинг набираси- беш аср аввал яратган юлдузлар харитаси билан бутун дунёни ҳозиргача ҳайрон қолдирган, Мирзо Улуғбекка ўтади.

Улуғ аجدодимизнинг яратувчилик руҳи бизнинг вақтимизда қайта тикланаяпти. Самарқанд тарихининг қадимий варақлари ер остида, ажойиб археологик ва архитектура иншоотлар вайроналарида кўмилган. Археологик қазилишлар натижасида ҳозирги пайтда ташландиқ турар жойлар ва шаҳарчаларнинг вайроналари тилга кирди, қадимги Сўғдий тили янгради, турли ранг манзаралари ва ўтган авлодлар усталарининг шуҳрати тикланди.

Самарқанднинг ажойиб архитектура ёдгорликлари фақат меъморларни шаҳар қуриши, архитектура-манзара санъати, сопол-усталарининг юқори сифатли ишларигина билан эмас, балки архитектура шакллари ва пропорцияларининг гармонияси, ўқсимон арк ва сферик куббаларнинг чиройи билан ҳам ҳайратга солади. Жаҳон архитектурасида пордозида папье-машедан қилинган рельеф безаклар ишлатилган фақат иккита ёдгорлик маълум, уларнинг иккови ҳам Самарқандда. Булар Бибихоним масжиди ва Темурийларнинг қилхонаси-Гўри-

Амир.

Шаҳарда былганларнинг шаммасини ажойиб архитектура ижоди былган Шоҳи-Зинда ансамбли, Бибихоним масжиди, Гўри-Амир мақбараси ва Ишратхона, Улуғбек мадрасаси, Регистон майдонидаги Шердор ва Тилла-Қорини яратган қадимий меъморларнинг юқори маҳорати ва рассомлик истеъдоди ҳайратга солади.

Бу ёдгорликларнинг ягона бадиий қиёфасини асосий компоненталаридан бири нақшдир. Қуёшда турли рангдаги глазури билан товланаётган мозаика текисланган пишиқ ғиштнинг тинч ранги билан биргаликда ёдгорликларга яна кўпроқ чирой беради.

Халқнинг маданий мероси-унинг тарихий ёдгорликлари. Улар фақат ўтмишгагина тегишли бўлмасдан, ҳозир ҳам яшайди.

Самарқанднинг қадимий ери турли вақтларнинг уникал ёдгорликлари билан бой. Ҳозирги пайтда уларнинг сони 3 мингга яқин. Улардан 293 таси архитектура ёдгорликлари, 61 таси Республика ашамиятига эга, 2 мингдан ортиқ археология ёдгорликлари. Уларнинг шаммаси ўтган авлодларнинг моддий ва руҳий ҳаёти, бизнинг ылкамизни кўп асрли тарихи, халқ оммасининг эркинлик ва мустақиллик учун кураши, инқилобий ҳаракат, Самарқандни пайдо бўлиши ва ривожланишини акс эттиради.

Замонавий Самарқанд - Ўзбекистоннинг вилоят маркази, йирик темир йўл станцияси. Самарқанд орқали катта Тошкент-Термез автомобиль трaкти ўтади. 1980 йилда шаҳар аҳолиси 523 мингга тaшкил тоиларди. Шаҳар майдони 15 минг га. У Зарафшон дарёсининг водийсида, унинг ўрта оёғида, шимоли-ғарбда 660 м дан жануби-шарқда 750 м гача мутлоқ баландликларда жойлашган. Шаҳар чегараси шарқда Тайлак турар жойи, шимолда-Дағбит, ғарбда-Чархин ва жанубда-Улуғбек туманидан ўтади.

8.2.2-жадвал

Самарқандга ташриф буюрган туристлар ва хорижга чи=иш (киши хисобида)

Йиллар	Хорижлик туристлар	Хорижга чи=иш	Жами
2002	70691	44409	115100
2003	71450	21180	92630

Манба: «Ўзбектуризм» МК

Самарқанддаги Улуғбек мадрасаси ХҲ асрнинг биринчи ярмини ҳайкалтарошлик меъморчилигининг мумтоз намунаси сифатида миллий архитектура меросининг хазинасига киради. Шаклларининг тугатилганлиги ва монументаллиги, бадий пардози бййича у ХҲ аср қурилмаларидан кам эмас, мустаҳкамлиги бййича эса улардан устун туради.

Манбаларнинг хабар беришича, Мирзо Улуғбек ўзи бу мадрасада астрономиядан маъруза қилган. Бу ерда шунингдек, Қозизода Руми-“Ўз даврининг Платони”, Мавлоно Ғиёсиддин Жамшид ибн-Масуд бин Маҳмуд Кашани (Кашани), Мавлоно Алаудин Али бен Мушаммед Қушчи ва б. маъруза =илишган. Мударрис (ректор) қилиб Мавлоно Мушаммед Хав-фи тайинланган эди. Васафи ёзган ва бизга В.В. Бартольд етказган афсона бор: “Мадрасанинг қурилиши ниҳоясига етаётганда, бинонинг қурилишида бўлганлар Улуғбекдан мударрис қилиб ким тайинланади деб сўрашибди. Улуғбек уларга шамма илмларни биладиган одам келади деб жавоб берибди. Улуғбекнинг сўзларини шу ерда “ғиштар ичида” ифлос кийимда ўтирган Мавлоно Мушаммад Хавфи эшитибди ва ўша заҳотиёқ бу лавозимга ызини шу=у=и ты\рисида эълон қилибди. Улуғбек уни сўроққа тутибди, унинг билимдорлигини билиб, шаммомга оборишни ва янги кийимлар кийгизишни буюрибди. Мадрасанинг очилиш кунда Хав-фи мударрис сифатида 90 олимларнинг олдида маъруза қилибди, аммо Улуғбек ва Қозизода Румидан ташқари ҳеч ким маърузани тушунмайди, у илмий планда шунчалик мураккаб эди”

Улуғбек даврида Регистонда қурилиши қари амалдор Алика Кукалдош номи

билан боʻли= былган масжид бор эди. Эски масжид мўғуллар босқинида ташландиқ былиб қолган. Унинг деворларида, манбаларнинг ёзишларича, 1361 йили мўғулларга қарши кўзғолоннинг иштирокчилари бекинганлар. Улуғбек даврида у қайта қурилган, катта ҳовли, қуббали бино, 280гача устунлари былган. Кейинчалик зилзила ва ҳарбий ҳодисалардан қаттиқ шикастланган (XX асрнинг 60-чи йилларигача унинг баланд чахланган мармар асослари ҳали майдонда ётар эди).

Мадраса билан деярли бир ва=тда Улуғбекнинг буйруғи бўйича Кўҳак теппалигининг тагида, Оби-Рахмат ариғининг қирғоғида, Нақши-Жашон жойида, Афросиоб шаҳарчасининг шимолида расадхона қурилди. Бобурнинг сўзлари бўйича, расадхона уч қаватли бино былган. У ерда Улуғбек билан бирга ишлаган ва кейин Станбулга кучиб ўтган Али Қушчи расадхонанинг асосий қисмини, сектант фаҳрини баландлигини авлиё София ибодатхонанинг баландлиги билан таққослаганди. Сектантнинг юқори қисми ер остида жойлашган ва асбобини ярми эди. Али Қушчининг фикрича, бу Шарқда маълум былган сектантлардан энг йириги эди.

1918 йили самарқандлик олим-археолог В.Л.Вяткин расадхонанинг қазилмасини ўтказганди. У расадхонанинг асосий асбобини-Фаҳри сектантини ер ости қисмини очди, унинг юқори қисми сақланиб қолмаган. Қазилмалар фақат 1948 йили тамомланганидан кейин, бу жуда мустаҳкам қурилган, баланд, планда айлана шаклдаги радиуси 40 метрдан ошиқ бино. Бинонинг архитектура композициясига киритилган Фаҳри сектантидан ташқари унда бир неча катта заллар, йылақлар, ётиш жойлари ва хизматчилар учун қурилган кичик хоналар бор.

Шаҳарда туристларга ҳам=улай шароитлар яратилган. Жуда яхши аэропорт, вокзал, автостанциялар, бир неча меҳмонхона, шу жумладан 4-юлдузли-“Афросиоб”, музей ва театрлар, ресторан ва бадий салонлар мавжуд.

Шаҳарда фуқароларнинг соғлиғи, жисмоний тарбия ва спортнинг ривожланиши ва б. алоҳида ашамият берилади. Самарқандда стадионлар сони ортди, жуда кўп арзон кафелар пайдо бўлди.

Яқинда очилган “Боли Эрам” мажмуаси самарқандликлар ва шашар меҳмонларига жуда ёқиб қолди. Қачонлардир ташландиқ бўлган шашар паркиннинг бурчагида 3,5 минг ўринли катта амфитеатр атрофида сунъий кўл ҳосил бўлинди. Мажмуа шашарликларни ҳақиқий дам олиш жойига айланди. Иссиқ ёз кечалари фонтанларнинг суви бу ерда алоҳида микро иқлим ҳосил бўилади. Сув ўртасидаги саҳнада ёш ижрочиларнинг чиқишлари туристларнинг дам олишини безайди.

Амфитеатрнинг ёнидаги манзарага “Оазис” пиво-бар-рестораннинг силуэти, шунингдек муз қаймоқнинг ҳар хил турлари сотиладиган “Парвина” кафеси органик кирилган. Ҳар йили кузда бу амфитеатр навбатдаги “Шарқ тароналари” Халро мусиқа фестивалининг саҳна майдонларидан бирига айланади.

Хоразм ерлари қадимий афсоналар ва ёдгорликларга бой. Унинг тарихини қадимлиги билан камдан-кам жаҳон цивилизацияси тенглаша олади. 1938 йилдан бошлаб, кўп йиллар давомида Қорақалпоғистоннинг қадимги шашарчаларида археолог академик С.П.Толстов иш олиб борган. У бизларга кўпгина археологик ёдгорликлар ва улар тўғрисидаги афсоналарни етказган.

Қадимий Хоразм Буюк ипак йўли очилишидан анча аввал сув ва ердаги трассалар орқали Оврўпа ва Шарқ, Шимол ва жанубий цивилизациялар билан боғланган эди. Хоразм Ўзбекистон шудудидаги уч цивилизациядан бирини бешиги. Бу ерда жаҳон цивилизацияси бирлашган жойи: Қора денгиз атрофи, Крито-микент (эллинлар), Мохенджорадо (Шимолий Ҳиндистон, Шимолий Афғонистон ва жануби-шарқий Эрон) ва Хитой. Буюк ипак йўли очилиши билан маданиятларнинг бир бирига кириши жадаллашди. Буни археологик топилмалар тасдиқлайди.

Ўзбекистон археологлари бу ерда милoddан аввалги VI асргача бир бирини алмаштирган ёки параллел мавжуд бўлган қадимий кельтеминар, тазабагъаб, суюрган ва амиробод маданиятларини аниqlашган.

Маданий алоқалар ва этник келиб чиқиши қадимий Хоразмни шимолда Сибир билан, шимоли- ғарбда Орол бўйлари ва Шарқий Оврўпа билан, шарқда Шарқий Туркистон билан, жануби- шарқда Ҳинд океани билан, жанубда Форс Кўрфази билан, жануби-ғарбда Қизил денгиз ва Арабистон ярим ороли билан бирлаштирар эди. Ҳуррит ва Турк этник элементлари қадимда Ўрта Осиё, Хетт подшолиги, Месопотамия, Элам, Ҳиндистон ва Азов олди халқларини ташкил қилади.

Милoddан аввалги IV- I асрлар қадимий Хоразм цивилизациясини раvнақ топиш даври. Бу пайтдаги ёдгорликлар бой ва кўп. Бу даврга Бозорқалъа (милoddан аввалги IV-III асрлар), Чермен-ябдаги Қый-ирилган-алъа ва б. каби ёдгорликлар тегишли.

Тузилиши бййича Жанбас-қалъа шашри қизиқарлидир. Иккита катта бинодан ҳар бирига ёпишган Жанбас қалъа шаштрининг деворларида-ғиштларида турли қариндошлик боғланишни белгиловчи турлича белгилари бор. Шаҳарда щаммаси бўлиб иккита катта уй бўлиб, ҳар бирида 200 тадан хона бор бўлган, яъни уй 500-700 кишига мўлжалланган. Жанбас-қалъада иккита уй ўртасидан биттагина кенг кўча ўтган. Тупроқ-алъада щам худди шундоқ бўлган. Шашар дарвозасидан ўрта чизик бўйлаб битта кўча ўтган, унинг икки тарафида тыртта ўзаро тор кўчалар билан ажратилган уй-массивлар симметрик жойлашган.

Шаҳарнинг икки қисмга бўлиниши, (қабиланинг икки фратрийларга бўлиниши каби) зодлар гуруҳларини кырсатса керак.

Хоразмнинг қадим антик шашарларини муқим элементи “олов-уйини” мавжудлигидир. Жанбас-қалъа ва Тупроқ-қалъада “олов-уйи” кўчанинг дарвозага қарама-қарши томонида жойлашган. Беруний ва бошқа ўрта аср муаллифлари

ўчмас илоҳий олов (атеш-кеде, буют-ниран) ва жамоа йиғилишлар жойи ты\рисида хабар беришган. Бу “олов-хона” ларнинг қолдиқлари ҳозир щам тоғлик тожикларда сақланиб қолган, улар масжидларда жойлашади.

Тупроқ-қалъа планда (500x350 м) кўп квадрат минорали антик ғиштлардан қурилган ба=увват деворлари бўлган ты\ри тўртбурчакдир. Шимоли-ғарбий бурчагида-ҳокимнинг уч минорали 25 метрли қасри, ундан кейин (180x180м) ҳовли, ундан тепаси беркитилган йылаклар дарвоза ва шаҳар кўчасининг марказига олиб боради. Жануби-шарқда - олов уйи. Ҳовлини ҳисобга олмаганда, қасрнинг умумий майдони 200x200 м. Қасрдан шарқ томонда 200x130 м ли майдон- балки бозор- бор. Қасрнинг жанубида яшаш учун уйлар қурилган (310x280м).

Амударёнинг ўрта о=имини ўнг қирғоғида Хоразм шоҳининг қизи ва уни севган йигит ты\рисидаги афсона билан бо\ли= бўлган иккита тош қалъа-Қиз-қалъа ва Йигит-қалъа жойлашган.

Халқда Қирқ-қиз номи билан маълум бўлган I-Ҳ асрлар вайроналари билан бо\ли= бўлган жуда кўп афсоналар мавжуд.

Дишан-қалъа ўртасида жойлашган Ичан-қалъа ноты\ри ты\ри бурчак шаклида бўлиб шимолдан жанубга чўзилган. У тўртта дарвозали ба=увват деворлар билан ўралган. Дарвозалардан марказга ингичка кўчалар олиб боради. Асосий дарвозалар қурилишлар зич жойлашган ғарбий-Ота-дарвоза ва шарқий-Полвон-дарвозалардир (XIX аср). Қурилмаларнинг ба=увват, теппалари учли берк деворлари, қалъа миноралари, гумбазлари ва х.к. лари бор. Булар фақат Марказий Осиё шаҳарларининг архитектурасида XIX асрлардаги услубни намоёниш =илади.

Шернази-хон мадрасасининг ызига хос нақши бор (1718-1720 й.). Қутлуғ-Мурад-инаки мадрасаси, Паҳлавон-Маҳмуд мақбаралари мажмуаси, Алла-Қули-хон тими (XIX аср), Таш-ҳовли саройи (1830-1838 й.) ажойиб шакли ва бетакрор нақшлари билан ром =илади.

Ичан-қалъа марказида Пахлавон-Маҳмуд мақбараси ва Жума-масжид атрофида тузилган архитектура мажмуаси жойлашган. Мажмуага яна мадраса (1908й), минора (1910й) ва Ислон-Хўжа номи янги услубли мактаб (1912й) киради. Ислон-Хўжа - номи билан ички сиёсий ислохотларни ўтказиш, янги услубли мактаблар, касалхоналар, почта, дорихоналарни қурилиши бошланган хон қариндоши. Қурилишга катта ашамият бериб, Ислон-Хўжа маҳаллий аъёнларни қадирларди. Аммо ишга овруппали архитектор ва усталарни таклиф этарди. Улар маҳаллий усталар билан бирга ишлардилар.

Пахлавон-Маҳмуд мажмуасига кирган минора Марказий Осиёдаги энг йирикларидан биридир. Унинг баландлиги 44,6м, асосининг диаметри 9,5 м. У Хиванинг барча биноларидан юқори бўлиб шамма томондан кўринади. Лекин у айниқса яқиндан кўримлидир; атрофидаги бинолар унинг улуғворлигини кўрсатиб туради. Шакли бўйича у Хиванинг бошқа минораларидан фарқланмайди. Кўк горизонтал белбоғларининг қайтарилмайдиган нақшлари ажралиб туради. Улар орасидаги масафанинг режали исариши баландлик перспективасини кучайтиради; минора учидан фонар, ундан кейин уч зинали карниз ва кўк рангли тепасида қуббали гумбаз жойлашган.

Хиванинг бой фуқароларини маблағларига XIX аср охири-XX аср бошларида кўп монументал бинолар қурилган. Дишан-қалъа шудудида қурилган Полвон-пир (1905 й.) мадрасасидан ташқари Якуб-бой-Хўжа, Дўст-Алам (1882 й.), Мозори-Шариф (1882й.), Отажон-Тўра (1884й), Қози-Калон Салим-Охун (1905й), Матпанабой (1905й.), Абдурасул-бой (1906й.), Юсуп Ясаул-боши (1906й.) мадрасалари қурилган эди. Улар ХУШ асрнинг охиридаги қирилмалардан кичикроқлиги билан фарқланади.

Ҳозирги кунда Ўзбекистон туризмида Хоразм регионнинг ызига хос ырни бўлиб туристларга хизмат кўрсатишда салмоқли натижаларга эришаётганини ўйидаги жадвалдан кўришимиз мумкин.

**Хоразм воҳасига ташриф буюрган туристлар ва хорижга чи=иш
(киши ҳисобида)**

Йиллар	Хорижлик туристлар	Хорижга чи=иш	Жами
2002	36460	21040	57500
2003	36559	23641	60200

Манба: «Ўзбектуризм» МК

Бизгача сақланган ёдгорликлар ичида кўзга кўринадигани Хазараспдаги Рахмонқул-Инака саройи, Ильтузар-хоннинг кыриниш-хонаси (XIX аср боши) ва 1832 йили Аллақулихон қурган Тош-ҳовлидир.

Хива саройлари Марказий Осиё архитектураси тарихида янги саҳифа очади. Бу саройларда, айниқса Тош-ҳовлида, ҳайкалтарош меъморчилик усуллари каркасли уйлар меъморчилик билан бирлашиб кетади.

Тош-ҳовли деворларининг бўёқлари худди гилам осилганидек =илинган. Хивага хос былган бўёқ ва нақшларни Ўзбекистон шудудида ХУШ-XIX асрга тегишли ҳайкалтарошлик қурилишларнинг архитектура беагида учратиб бўлмайди. Катта Аллақулихон мадрасалари шам Хивага хос усулда безалган. Унинг ёнида тамомланмай қолган Калта-минорнинг қурилиши бошланган. Марказий Осиёдаги энг баланд минора былиши керак былган бу минорани қурилишини бошлаш, ўша пайтдаги улкан қурилишларга мисол бўла олади.

XX аср бошидан Хива хонлари архитектурасига янги йыналишлар таъсир кырсатган ёзги тураргоҳлар қуришни бошладилар. 1906 йилдан Дишан-қалъада ворис Мушаммад-Раҳим-хон учун Нурилла-бой саройини қурилиши бошланди. Унинг қурилишини 1912 йили янги хон Асфендиёр қайта бошлади. Шарқ ҳокимларининг саройлари каби, бу сарой шам девор билан ўралган ва четларига уйлар қурилган бир неча ҳовлидан ташкил топган, у ерда ёрдамчи хоналар жойлашган. Маъмурий бинолар ва баланд устунли айвон-арзхона билан судлов

хонаси алоҳида жойлашган. Яшаш хоналари ва харам учта ҳовли ва унга шимол тарафдан ёндошган боғни эгаллашарди. Бу хоналар гуруҳи яна бир ўз дарвозасига эга девор билан ўралган. Қабуллар учун мўлжалланган зал-қыринишхона алоҳида турарди.

Хоразм воҳасининг тарихий ёдгорликлари нафақат Ўзбекистонда балки бутун дунёда машҳур бўлганлиги учун, дунёнинг турли бурчакларидан ҳар йили минглаб туристлар ташриф буюришади. Бу обидалар итуристлардани шу кунгача хайратга солиб келмоқдадир.

8.3. Ўзбекистонда халқаро туристларга экскурсиялар уюштиришда миллий меросларнинг аҳамияти.

Ўзбек халқи бой тарихий ўтмишга эга. Узоқ ривожланиш даврида у, Ўрта Осиёнинг бошқа халқларига ыхшаш, инсониятга илм ва санъатнинг буюк намоёндаларини берди. Асрлар давомида бой ызига хос маданият яратилди. Ўрта Осиёнинг кўпгина босқинчилиги натижасида ўтмиш ёдгорликларида турли қадимий маданиятлар-юнон, ҳинд, эрон, араб-таъсири кўринади. Аммо бу таъсирлар ўзбек маданиятини бойитиб, унинг ызига хослигини йиғиштирмади. Ўзбек халқининг санъати ызининг бадиий анъаналарини, усталик қонунларини, ифодалаш воситаларини ишлаб чиқди. Халқ ижодининг турли жанрлари яратилди.

Бу бир-бирига таъсир қилиш ва бир бирини бойитиш жараёни асрлар давомида Ўзбекистонга ызининг бадиий маданиятини кейинги ривожланишига имконият яратади.

Моддий маданият ёдгорликлари (қоядаги нақшлар, монументал ҳайкаллар, барельефлар, ҳайкалчалар ва б.), шунингдек бизгача етиб келган ёзма манбалар (м.а. 2 аср), ўзбек халқининг мусиқа меросининг ашула, рақс ва кийимлар қадимий манбаларига гувоҳлик беради. Уларнинг Ўрта Осиё халқлари ҳаётидаги муҳим роли ҳақида м.а. 5 асрда Геродот ёзган.

Муסיқий санъатнинг юқори намуналари оғзаки хал= шерий ижодидир-ўзбек хал=и маданиятининг бўлинмас қисми. Фольклорнинг \оявий бойлиги ва жанрининг турли туманлиги рухий ва бадий қимматидир. Унда хал= тарихи, ҳаёти акс эттирилиб, энг яхши инсоний сифатлар, дўстликка, севгига содиқлик тасдиқланади; ишёқмаслик кўрқоқлик, сотқинлик танқид =илинади. Фольклор асарлар катта кучга эга ва адабиёт ва муסיқа ривожланишининг тугалланмас манбаидир; оғиздан оғизга, авлоддан авлодга ўтиб фольклор яна ишланган ва қайтадан ишланган. Ўзбек фольклори мавзу ва жанрларининг кўп қаватлиги ва турли туманлиги билан ажралиб туради. У удумли ва удумли бўлмаган шериятга бўлинади.

Удумли шерият ва муסיқа-ўзбек фольклорининг хал= мешнати, турли удумлари ва дини билан тор боғланган энг қадимий тури. Бунга календар-удумли, мешнат, оила-удум ашулалари ва шерий ва муסיқий жанрлар киради.

Календар-удум шерияти ва муסיқаси инсонларнинг қадимий илоҳий кучлар ты\рисадаги тасаввури, йил фаслларига мос маълум удумларни бажариш билан бо\ли=. Қурғоқчиликда деҳқонлар «Сус хотин» (ёмғир ёғишини сўраш) ашуласини, кучли шамол былганида «Мой-мома» (шомолга мурожаат) ашуласини айтиш билан борадиган удумни бажаришади. Бу циклнинг ашулаларини жодули вазифаси-ҳосилга, хыжаликка ёрдам бериш былган. Йил фасллари алмашиш байрамида «Бойчечак», «наврўз», «рамазон» ашулалари айтиларди. Диний оҳангдан ташқари, бу ашулаларда бахт, янги йилда омад, яхши туш ва х.к. тилайдилар.

Календар-удум шеъриятида мешнатга бағишланган ашулалар энг кўп жой эгаллайди. Улар маълум йил фаслига бо\ли= циклларга бўлинади. Деҳқонлар экиш, ўрим, янчишни махсус удумлар билан ўтказардилар. Янчиш пайтида айтиладиган ашуланинг ҳар =атори «хўпмайда, майда-гул» рефрен билан тугарди. Бу ашулаларнинг оҳанги мешнат жараёнини ритмини акс эттиради. Чорвадорлар

ашуласида-хуш, хуш; турей, турей сўзлари кўп учрайди. Тўқиш станогини, қўл тегирмонида ишлаганда монотон ашулалар ижро этиларди.

Оила-удум шеърини ва мусикасида инсон туғилиши, ўлими ва х.к. акс эттирилади. Тўй ашулаларини келинни кийинтириш маросими, куёв келиши ва х.к. айтилади. Йиғлаш, айтиб йиғлаш-яқин одамнинг ўлими туфайли қайғу, мусибатни акс эттириш учун қўлланадиган фольклор усуллари. Уларда марҳумнинг энг яхши фазилатлари, айрилиқ азоби ва алами куйланади.

Заговор-фолклорнинг энг қадимий намуналари. Заговорлар-«бадик»нинг сони кўп эди. Инсонлар сўзнинг жодусига ишонардилар, унинг ёрдамида касални даволаш, кулфатдан қутилишга ишонардилар. Ҳозирги пайтда оғзаки шеърят ижодининг бу жанри деярли йиғилиб кетган.

Оғзаки халқ ижоди доим ривожланади, унинг кўп асарлари аجدодларнинг дунё қараши, ижтимоий, хыжалик ва оилавий турмушини акс эттиради. Халқ шеърят ижодининг асосий хусусияти асар яратиш ва ижро этишнинг оммавий характери. Фольклорнинг вариантлиги, оммавийлиги, анонимлиги шундандир. Халқ шеърят ижодининг оммавий характери хусусий ижодий фаолиятни рад этмайди. Қобилиятли ижодкорлар фольклор намуналарини сақлаб ва кенг тарқатиб қолмай, балки оғзаки аъёнлар чегарасида уларни янада камолатга етказиб, янги асарлар яратишади.

Ўзбек бахшиси ўз достонининг мавзусини аудитория талаби ва дидига мос қилиб айтарди. У баённи =ис=артирар ёки чўзар, алоҳида лавҳаларни кўшар ёки ривожлантирар, шу достоннинг ызини ёш ва қарилар, Эмир ва содда деҳқонлар олдида турлича ижро этарди. Бундай ўзгартириш шеърят тилининг маҳкам тузилган аъёнлари рамакисида мумкиндир. Бундай бахши «шоир» деган фахрли номга эга.

Фольклор жанрлари бир-биридан ижро этиш усули билан фарқланади, мусикали ёки мусикасизлиги ва х.к. билан ажралади. Фольклорнинг турли

жанрлари турли усталарнинг турли ижоди билан боғлиқ. Достон, оғзаки драманинг ижроси махсус тайёргарликни талаб қилади. Кўп ўзбек бахшилари фақат кўшиқчи бўлмай, балки қишлоқларда юришида 2-3 йил давомида уларга шамроҳ бўлган кўшиқчиларнинг ўқитувчиси бўлган. Кейин ыувчига халқ олдида синов ўтказиларди, шундан кейин у бахши унвонини оларди ва мустақил ижро эта оларди.

Ўзбекистоннинг маънавий ва маданий ҳаёти Ўрта Осиё халқларининг ҳаёти билан органик бирликда шаклланди. Қадимда кўп халқларда мифлар, қабила тарихидаги преданиялар, притчалар, календар-удум ва турмуш ашулалари кенг тарқалганди. Ипtidoий жамиятдан синфий жамиятга ўтишда турли эртак, эпос пайдо бўлди. Феодал муносабатларининг ривожланиши билан қаҳрамон эпос асарлари, кейинчалик эпик, тарихий ва лирик ашулалар, оғзаки драма пайдо бўлди.

Ўзбек фольклорининг энг қадимий намуналари-афсона ва преданиялар, мақоллар, топишмоқлар ва ашулалар-турли ёзма манбалардаги ҳикоялар, археологик материаллар, охириги йилларда ёзиб олинган фольклор асарларидан маълум. Ўзбек халқи Ўрта Осиёнинг бошқа халқлари билан биргаликда эпос қаҳрамонлари Қайормас, Дамшид, Гершасп, Сиёвуш, Афрасиёб, Рустам, Искандар (А.Македонский), Эликбек, Тумарис, Широқ, Зариадрава Одатида, Ойсулув, Гульдурсун ҳақида афсоналар яратишган. Қадимий асарларнинг парчалари қадим юнон тарихчиларининг ишларида, Маҳмуд Қошғарийнинг «Турк иборалар» (равиш) луғатида ва х.к. Қаҳрамонларнинг асосий ҳислатлари мардлик ва садоқатлик, исталган синовга тайёр қилдиган, ўз бахтидан воз кечирадиган, қабиладошларининг мустақиллиги учун ўз ҳаётини беришга тайёр қилдиган бурчдир. Ўрта Осиёнинг қадимий эпосида аёллар эркаклар билан куч ва мардликда тенг. 19-20 асрларда ёзилган ўтмишдаги ўзбек фольклорининг асарлари асосан феодализм даврида тузилган, баъзи, энг қадимий вақтларда яратилганлари

кейинчалик феодал давр вакиллариининг дунё қарашига мос равишда қайта ишланган.

Хунармандчилик санъатида қадимий бадий матолар, нақшлар. Ўзбек фольклорининг ривожланиши билан, у билан бирга тор ривожланаётган рақс санъатига сезиларли таъсир кырсатган, мато ишлаб чиқариш ҳам кенг ривожланди.

Қадимий бадий матолар-бу техникаси ва декори бййича такомил былган уй ва хунармандлик ишлаб чиқаришининг буюмлари. Тўқимачилик нақшга асос ва бош беради; кейин бош=а амалий санъатларга ҳам хос былган мотивларни ызлаштириш, уларни қайта ишлаш, тушуниб етиш, техника ва материалга мослашиш бошланади.

Бадий матолар ызининг ва бегоналарнинг тасвирий ва орнаментал мотивларини осон ызлаштиради.

Матолар доим алмашув, савдо-сотик, олиб кириш ва олиб чи=ишнинг энг юритилувчи товари былган.

Ўрта Осиёда бадий матоларнинг пайдо былиши уларни жун ва пахтадан оммавий ишлаб чиқарилиши билан аниқланади.

Жун ишлаб чи=ишнинг ривожланиши кигиз, палас, жундан =илинган гиламлар ва юпқароқ жун матоларининг-сидирға, нақшли, суратли-чиқаришни ошишига олиб келди. Улар ты\рисида дунёдаги энг қадимий м.а. 5-4 асрларга тегишли Ўрта Осиё ва Олди Шарқдан былган буюмлар топилган Пазарикнинг (тоғлик Олтой) сако-скиф кўрғонларидан олинган жун мато ва гиламлардан тасаввур =илиш мумкин. Улар ичида одам чудовишенинг феникс-қуш билан кураши тасвирланган наMAT, шерларнинг юриши былган гилам мато, кийиклар, отликлар ва грифонлар тасвирланган гилам.

Ипак-сирец Ўрта Осиёга Хитойдан келарди ва Парфия орқали юқори баҳоланадиган Византияга юбориларди. Ўрта Осиёда ундан бадий буюмлар

тўзиларди. Ташқаридан келтирилган хом ашёдан Ўрта Осиёда яратиладиган, қачонлардир тилла иплар билан қопланган, бронза тақинчоқлари билан безатилган ипак матолар намуналари Эски Ницадаги қазилмалар пайтида топилган.

М.а. 2-3 асрларнинг ипакларини озгина қолдиқлари Меврда ҳам топилган. У ерда шаровар, юмшоқ оёқ кийими, кичик плашлар ва бош кийимлари учун қўлланадиган бўялган жун матолар билан бир ваторда нақшли матолар Эрон экспортининг мушмил статьяси бўлган Антик ва Сосоний Шопирий 2 вақтларидагиларга ыхшаш (309-379 й.й.) ипак матолар қолдиғи ҳам топилган.

5-6 асрларда бу ҳол ўзгарди. Пахта чилик азалдан Ўрта Осиёнинг имтиёзи эди. Антик Парфия ва Сўғддан пахтадан вилинган буюмлар Хитойга юбориларди. 5-6 асрларда пахта ишлаб чиқиши Узок Шарққа кўчди. Ипак курти пайдо бўлган жойда бадий ипак ишлаб чиқиш авж оларди. Улардан кийим, парда ва кенг текис деворларни безатида қўлланадиган декоратив мато вилинарди.

Ишлаб чиқариш кучларининг кўтарилиши ва Ўрта Осиё халқларининг маданий имтиёзларини ўсиши натижасида бошва халқларнинг маданиятини ызлаштириш йилидаги тўсиқлар йиғилди.

Тўқима нақш гул тикишни сиқиб чиқарди, ызини услубини яратди.

Илк ўрта аср даврида сасанид услуби устиворлик қилган. У ҳайвонлар тасвири, реал ва фантастик қаҳрамонлар, баъзан ўсимлик ва геометрик шакллари билан ажралиб турган.

Илк ўрта аср қадимдан матони вуйидаги безакларини қабул қилган: аппликация, вишивка, мунчоқ билан безаш, аммо уларнинг асосида ўз нақшини ишлаб чиқди. Эскиларини ырнига янги сюжетлар келди. Ўз навбатида торевтика ҳам нақшли парча, лаган, коса, хум безакларидан кўп нарсани ызига олган.

Матолар архитектура декори ва амалий санъатнинг бошва турларига ҳам таъсир кырсатди.

Бадий матолар инсоннинг бойлиғи ҳақида гувоҳлик берарди. Ипак мато

хал=аро валюта былиб щам хизмат =иларди.

Сўғд матолари кенг тарқалган эди, улар Олди Осиё ва Византияга фақат Эрон орқали эмас, балки шимолий йил билан Хоразм ва Шимолий Кавказ орқали щам олиб бориладди.

Сўғд матоларини ырганишда Белгияда Юи шащарининг соборидаги матонинг тескари томонида Зандана қишлоғини кырсатувчи сўғд ёзувини топилиши муштим воқеа былди. Бу гобелен туридаги нақшли ипак мато. Унда Сўғдга хос былган шъер ва куйларнинг дарахт тарафларида перллардан =илинган катта доиралардаги геральдик композициялари тасвирланган.

Сўғд матоларига композиция усуллари ва расм услублари хосдир.

Ўрта Осиёнинг 6-8 асрлар бадий матоларидаги тасвирлар охирги йилларда топилган ўша даврнинг деворий рассомлик ва амалий санъат асарлари туфайли аниқланди.

Болалик-тепадаги нақшларда қимматбаҳо кийимлардаги аслзодалар тасвирланган. Шулардан илк ўрта асрларда Ўрта Осиёда тарқалган бадий матолар ты\рисиди билиш мумкин.

Варахша, Афрасиёб ва Панджикент нақшлари ҳеч нима билан солиштириб бўлмайдиган матолардаги расмлар, тасвирлар йиғиндисини беради. Бу ерда реал ва фантастик қушлар, ҳайвонлар, табиат стихияларининг аллегорик тасвирлари бор. Айниқса қанотли махлуқлар ажойиб: грифонлар, қанотли шер ва отлар, эчкилар, ўрдак, тус товуқлар.

Ўрта Осиё хал=лари кийимларининг ызига хослиги. Маҳаллий хал=лар кийимининг ызига хослиги аввалдан иқлим, турмуш шароити ва қабила анъаналари билан белгиланарди. XVIII-XIX асрларда кийим (чопон, кўйлак, яхтак) антик тузулишини сақларди: кенг, узун, яхлит, у одам танасининг тузилишини беркитарди.

Қишги ва ёзги, эркак, аёл ва болалар кийимларининг шакли ва бичилиши бир

хил эди. Эркаклар ты\ри бичилган кўйлак, яхтак ва тун, чакмон кийишарди. Тунлар енгил-астарли тун ва пахтали тун, юриш, отга миниш ва ўтириш =улай былиши учун ёнида йиртмочи былган. Белбоғлари бахмал ёки гул тикилган, кумуш нақшли кўп сонли тақинчоқлар, тароқ, устара, тамаки учун ғилофлари былган. Кундалик кийимларни рўмол белбоғ билан боғлашарди. Иштон кенг ты\ри бичилган, пастга торайган. Бош кийим-кулохи ва дўппи устига оқ, қизил, кўк, яшил, бойларда тилла ва кумуш тикилган салла ураларди.

Аёл кийими (тўн, кўйлак, паранжи)-кенг ты\ри бичилган, пастга кенгайган. Аёллар бош кийими: телпак, рўмол, турба. Аёллар узун пастга торайган шарвор кийишган. Болалар кийими катталарникини такрорларди.

XIX аср ўрталаригача кийим туника симонлигини сақларди. Унинг шакли йыл-йыл, текис, гулли матоларга мос эди. Кийимнинг этаги, енгини учи, ёқасига жияк ти=иларди. Қадимда жияк нақши-оберег-кийим чеккасида былиб уни асрайди дейишарди. Аммо XIX асрда жияк фақат безак вазифасини бажарарди.

Бу кыриб ытилган ҳар бир омиллар туристларда ўзбек хал=ининг бой маънавий мероси ҳа=ида жуда ката таассуротлар қолдиради ва уларнинг Ўзбекистонга экскурсия саёҳатларини келгусида яна уюштириш учун замин яратади.

Бир неча ўн йилликлар аввал-Ўрта Осиё ҳайкалтарошлиги деган сўз бирикмасининг ўзи йы= эди. Музей коллекцияларида ўша пайтда Самарқанддан олинган кўп майда терракот ҳайкалчалар ва рельефлар былган. Катта шаклдаги ҳайкалтарошлик Ўрта Осиё шаҳарчаларида учрамаганди, шунинг учун у мавжуд эмас деган хулосага келинганди.

Ўрта Осиё республикаларида урушдан кейин кенг масштабларда олиб борилган археологик текширишлар тусга кирган тушунчаларни тубдан ўзгартирди. Баъзи сарой ва зиёратгоҳларни пардозлаган монументал ҳайкалтарошлик асарлари бирин-кетин пайдо бўла бошлади(щаммаси

фрагментларда). Қадимий ҳайкал ва горельефларнинг яратишдаги асосий материаллар оддий лой, баъзан эса гипс қўлланилган.

Бу ҳайкаллар ызининг турли-туманлиги билан ҳайрон қолдиради. Ўша йилларда фақат Самарқандда эмас, балки Сўғд ва Хоразм, Бактрия ва Маргиананинг бош=а қадимий пунктларида топилган Ўрта Осиё коропластика буюмларининг таркиби анча кенгайди.

Яқинда Миршадеда топилган (Жанубий Ўзбекистон) милоддан авалги. II минг йиллик бронза даврининг тош ҳайкал калласи у ерда ыхшашлари топилмаган бўлса ҳам Месопотамия ва Мохенджо-Даро сиймоларини ёдга келтиради. Бу энг қадимий шарқ ҳайкалтарошлик усулининг умумийлиги. Милоддан аввалги. I минг йилликнинг ўрта учдан биридаги Скиф “ҳайвон усули” анъаналари билан унча катта бўлмаган тош предмет бо\ли= (қўлланиши номаълум). Уни думалоқ былиб ўралган эчки қучоқлаган-бу ҳайвоннинг сиймоси скиф-сармат дунёсининг умумий ареалида кенг тарқалган.

Ҳозирча ашамон, македон ва салавкий ҳукумронлиги даврининг (м.а. VI-III асрлар) ҳайкаллари учрамайди. Султон-Уиздага (Хоразм) тоғларидаги яқинда топилган оқтош капитель ва устун бўлаклари текширувчиларга 1-чи сигнал бўлди. Капителнинг пардози монументал ҳайкалтарошлик шакллари ривожланиши ҳам=ида гувоҳлик беради. Унинг улкан ты\рибурчак абакаси иккита қўшилган, турли томонга қараган полиморф шаклларда жойлашган. Бу-букланган оёқларида ётган, соқолли эркаклар калласи бўлган ҳайвонлар.

Капитель ҳаёлимизда қадимий шарқ санъатининг сиймоларини тиклайди-Қадимий Миср сфинксларидан оссуру-вавилон мифология дунёсидан олган ашамоний Эронининг одамбукчаларигача.

Коропластларга модель былиб монументал асл намуналар хизмат =илади, деволдаги ва тоқчалардаги ҳайкаллар. Буни Ўрта Осиё антик ҳайкалтарошлик ёдгорликлари тасдиқлайди. Масалан, йирик, натурал размерларидан каттароқ

былган Нисадаги лой ҳайкал ёки бош=а Бактрия худосининг сиймосидаги Дальварзин тепадаги лой ҳайкал. Худо аёл кыринишида =илинган. Худди шу кыринишда у Дальварзин тепада топилган кўп сонли терракот ҳайкалчаларда шам тасвирланган.

Кушан давридаги қадимий импорт бадиий жсимлари Ўрта Осиё антик шашарчаларидаги археологик топилмалар таркибида кам эмас (асосан Жанубий Ўзбекистон ва Тожикистон, яъни Бактрия). Шаҳри-Гульгулдаги рим мармар маскарон, Явандаги тук шифердан =илинган “туалет диски” ана шулардан. Милодий 1-чи асрлардаги бу анъаналар бактрий ерида шам йы=олмайди. Термиздаги катта тош идишдаги шер тимсоли кыринишидаги сув қуйилиши бунга мисол былади.

II-III асрларда Амударё быйлаб Кушон ерларида буддизм қаттиқ маҳкамланди. Будда монументал ҳайкалтарошлиги Шимолий Бактриядаги Кушон даврининг бир =атор ёдгорликлари билан намоён этилган. Уларда будда ҳайкаллари шаклланган бошланғич вилоятларда тузилган анъанавий пластик сиймолар тасвирланган Гандхарада (шимоли-ғарбий Ҳиндистон-Покистон). Фаёз тепадаги рельеф (эски Термиз) бу тамомланган тасвирий схема: овал токчада-икки томонида унга қараган иккита руҳоний жойлашган ўтирган будда. Бу горельефда уни гандхардагилар ва кўпгина бош=а, жашон коллекцияларини тўлдирган, Кушан-Бактрия ҳайкалтарошлик ижодларидан ажратиб турувчи хоссалари бор. Бу материал-Амударёнинг унг қирғоғини олдидаги тоғлар бой былган оқ мармар кыринишдаги известняк (Гандхарадаги қора ёки яшилтир-кулранг шифер, Матхурдаги қизил қум эмас). Бу кўчирма ҳайкал икона турида гавдаланган арка кыринишидаги блокда композицияни жойлаштиришнинг нисбатан кам учрайдиган усули. Бу бирикма-иккита манах билан Будда, одатда унинг бир томонида руҳоний турса, иккинчисида-донатор ёки донатриса бўларди. Умуман олганда фаёзтепалик горельеф канон рамкаларидан чиқмайди, фақат сал унинг

кыринишини ўзгартиради.

Будда пластикасининг бактриялик яратувчилари Буддани кузатиб борувчи худога ишонмас-деватлар, осмон мусикачи-гандхарвлар, ҳадя берувчилар ва б. циклига мурожаат қилганларида анча мустақилроқ эдилар.

Дальварзин тепадаги Будда зиёратгоҳ деватлар ва гениларнинг сиймолари чўзиқ овалли ёш чехраси, нозик лаб чизиклари, ифодали кўзларининг ҳаёлчанглиги, елкаларига қалин жингалаклари тушадиган соч турмаклари билан ызига тортади.

Кеч антик ҳайкалтарошлик асарлари Тупроқ-қалъа шаҳарчасидаги қадимий Хоразм шукумдорларининг саройида (II аср) топилган. Мазмунан у, Холчаёндагидек, ҳукумрон сулолани шуҳратлаш билан боғлиқ= былиб, юзи буялган лойдан =илинган, лекин бу ердаги услуб бош=а эди. Қолдиқларнинг фрагментлари бошланғич композициясининг мавзусини фақат энг умумий кыринишини кўз олдига келтиришга йил қуярди-улар ичида иккита учаётган худоларнинг (Викторияларга ыхшаш) орасида ўтирган шох қомати, шохлар галереяси, қора терили гвардеецлар гуруци, мусикачилар, раққос ва раққосалар иштирокидаги байрамлар. Қоматларнинг кўпчилиги горельефли былиб, девор текислигида жойлашган, аммо “Шохлар залидаги” Хоразм шукумдорлари ва уларнинг аёлларининг йирик ҳажмли ҳайкаллари ўйма тўсиқли алоҳида токчаларда жойлашарди.

Шу даврнинг кичик пластикали алоҳида ёдгорликлар гуруцини Хоразмнинг ҳайкал оссуариялари ташкил =илади. Ассуарияларнинг юқори қисмида ёки уларнинг копкида одам қоматининг тасвири бор. Баъзида бу ассуарияда ўтирган Хоразм худоларидан бири (унинг аниқ ҳайкал эквиваленти маҳаллий терракот ҳайкалчалар), унинг узун кўйлагидаги қомати, кенг кўполроқ юзлари умумлаштирилган усулда бажарилган. Эркакларнинг тасвири бош=ача; Уларнинг юзлари бир бирини қайтармайди-юз тузилиши, соқолининг шакли ва катталиги,

бош кийими билан фар=ланарди. Куй-Курилган-кальдаги оссуарияда осиеча оёғи эгилган, юмшоқ конус кыринишидаги телпакли ва ёпишган камзирдаги озғин хоразмийлик ўтирарди. Унинг ингичка ўткир юз тузилишли чехраси шунчалик индивидуалки, портрет сифатида бўлмаса ҳам, умумлашган этник ишончли тур сифатида қаралиши мумкин.

Ҳатто IV-V асрларнинг кўчманчилар бостириб кириши ва шашар цивилизацияларининг тушқинлик даврида ҳам Ўрта Осиёдаги коропластлар санъати охиригача сўнмайди, аммо унинг пластик сиймолари жуда қўполлашган, атайин кўрқинчли, натурага ижодий ёндашмаган, балки жўрттага трансформацияланган. Хажмий ҳайкаллар кўп эмас, идиш ва оссуарияларга жодули ёпишма кўпроқ. Уларнинг вазифаси-йиртқич ёки душман билан курашда кўрқмас, рухан соводсиз номард кўрқадиган ёмонликдан са=лаш. Шунинг учун қўпол шаклли сиймолар ва жўрттага юз тузилиши деформацияланган чехралар.

VI-VIII асрларда Ўрта Осиёнинг кўчманчи дунёси алоҳида турдаги монументал ҳайкалтарошлик асарларида ўзи тўлиқ ҳаётда хабар беради. Турк хоқонлигининг тасдиқланиши ва кенгайиши билан шимолий туманларда балбаллар ёки тош бабларнинг кенг тарқалиши кузатилади. Устунсимон (столпообразних), пардозланган тош блок ёки плиталардан деярли стандарт ҳайкаллар жуда схематик яратилган. Агар бирининг соқоли ва қуроли, иккинчисининг кўкрак айланалари бўлмаганида, уларнинг жинсини билиб бўлмасди. Юз тузилиши: кўзлари чўзиқ, бурни кенг, оғзи кичик-жуда схематик белгиланган. Кийим деталлари ва биттаси кўпинча бели ёнида коса ушлаб турган яримэгилган қўллари ҳам схематик белгиланган. Совуқ, ҳиссиз идол- балбал ана шундай.

Бу тош ҳайкалларнинг аҳамияти ва вазифаси ҳозиргача аниқ эмас. Ҳар доим мазор тепасида бўлмасалар ҳам, уларни кўмиш маросими билан боғлашарди. Балбал қабила бошига тегишли марҳумнинг, ёки кўриқловчи-аждоди, ёки,

аксинча, забт этилган душманининг руҳий тимсоли деб ҳисоблашади. Тош баблар Шимолий Мўғилистондан Россия жанубининг половец чўлларигача тарқалган.

Балбал сиймолари ҳиссий таъсир кучига эга-пластик шаклининг жуда умумийлашгани бу тош ҳайкалларнинг умумий монументаллигини белгилайди.

VI-VIII асрлар Ўрта Осиё статуар санъатининг асосий йыналишлари кўчманчи муҳтида эмас, балки қадимий шаъар маданияти вилоятларида, бу ерда пайдо бўлган ярим мустақил феодал князликлар тизимида шаклланади. Шу давр санътида кўп нарсалар ҳали маҳаллий кеч антик анъаналари билан тор боғланган, лекин умуман олганда бу даврда янги \оя ва йыналишлар пайдо бўлган.

Бу анъанавийлик ва новаторликнинг бирикмасини буддий монументал пластикаси айниқса ёрқин акс эттиради. V-VI асрларда Ўзбек Шарқ томон йыл олган Буддизм, Ўрта Осиёда тушқунликка келарди. VI-VIII асрларда бу ердаги буддий бирлашмаларининг сони кўп бўлмаган. Аммо уларда низом тартиби ва реликвиялари сақланган, янги монастыр мажмуалари қурилган, Уларбадий анъаналарнинг асосий сақловчиси ва давог эттирувчилари эди.

Лой ва бўялган ҳайкалларнинг фрагментлари Ак-Бешима (Қирғизистон) ва Қува (Фарғона водийси) буддий храмларининг вайроналарида топилган. Ажина-тепа монастыр архитектура мажмуасида (Жанубий Тожикистон) ўнлаб ҳайкаллар топилган. Бу ёдгорликлар VII-VIII аср боши билан белгиланган.

Бу даврда Будда таълимоти қуруқ доктринага айланади, руҳий юксалишни қидириш маълум дуо ва ритуаллар билан алмашади. Бунинг ҳаммаси канонизирланган статуар сиймолар ҳукмронлик қилган пластик санъатда акс эттирилади.

8.4. ГИД - таржимон: унинг туристик-экскурсион фирмалар тизимида ўрни ва роли

Тажриба шуни кўрсатадики, таржимон бевосита қатнашмайдиган мулоқот яхшигина меҳнат ритмини яратади. Менежер ўз гуруҳлардагиларга қандай сўзласа шундай осонликча туристлар билан мулоқотда бўлса, ўртада юқори ишонч, ҳал бўлган турли хил саволларга тез жавоб ҳосил бўлиши, туристларнинг ташкилотга тез жойлашиб олиш имкониятлари туғилади.

Штатлардаги меҳмонхоналарда ва туристик бозорларда ресторан ва ошхоналарда, туристларга хизмат кўрсатиш жойларида, юқори малакали ходимлар бўлиши керак. (администраторлар портъе, официантлар, барменлар. швейцарлар, киоскачилар, кассирлар, валюта алмаштириш пунктлари ходимлари) Меҳмонхоналарда бир неча тилдаги визит карточкалари мавжуд бўлиши керак. Номерли фондларни тарйёрлашда туристик группалар келган мамлакат тилидаги реклама буклетларидан фойдаланиши керак. Вестюбилларда, холлада киноконцерт залларида меҳмонхона хизматларидан фойдаланиш, ва бошқа қўшимча хизматлардан фойдаланиш жойларидан жойлашишини кўрсатишни турли хил тилда ёзилаган махсус стендлар билан безаш мақсадга мувофиқдир.

Ресторан ва барларда менюлар рус, ўзбек тилларидан ташқари (чет эл меҳмонларига қараб) чет тилларида бўлиши керак.

Меҳмонхона швейцарлари чет тилини билиши билан бирга чет элликларни меҳмон хонага таклиф этишини, уларга эшикни очишда,ёпишда, нарсаларини ташишда ёрдам беришлари шарт.

Меҳмонхонада асосий эътиборни шунга қаратиш керакки, турли тилдаги китобларни, карта-схема ва сўров китобларининг жамланганлиги. Киоскларда турли хил шаҳар ҳақидаги буклетлар, газета ва журналлар, турли хил сувенирлар мавжуд бўлиши керак.

Хорижлик туристларни қабул қилишни такомиллаштиришга қуйидагилар омил бўлади:

- чет эл туризм ташкилотларини эгаллаб турган ишчи ва активларини, туристик-экскурсион саёҳатлари ва хизматларининг форма ва турларини ўрганиш;
- норматив база ва хизмат кўрсатиш қоидаларини, туристларни ташиш ва транзит хизмат қоидаларини билиш;
- интуристларга хизмат кўрсатишда турли хил шартномалардан унумли фойдалана олиш;

Бизнинг давлатимиз билан танишишда чет элликлар тажрибали гид-таржимонлар ёрдамига муҳтож бўлишади. Гид-таржимоннинг иши умумий ахборот-тушунтириш ишларининг бир қисми ҳисобланади, сайёҳлар билан биргаликда олиб борилади. Гид-таржимон ишининг асосий муваффақиятини аниқловчи шартлар: бу ижодий ёндашиш, айтиб берувчига гид-таржимоннинг шахсий муносабати ва гуруҳ контингентини ўқишини билиш.

Агар турист гид-таржимоннинг ҳозирги ҳаёт принципларини уларга етказиб беришга қилаётган ҳаракати ва бу чин дилдан юқори профессионализм билан амалга ошаётганини сезса, у ҳолда ўнгида пайдо бўлган кўнгилсиз саволларни, фикрларини қайта кўриб чиқишга ҳаракат қилади, агар шундай фикрлар мавжуд бўлса, унинг шаҳарга, ўзининг гидига бўлган ҳурмати ошади. Хориж туризмнинг ахборотлар имконияти, айниқса ижтимоий жиҳатдан юқори. Вақт ҳар бир гид-таржимондан нафақат катта ҳажмдаги материал билимларини талаб этади, балки уларни экскурсия текстларига кирита олишни, гуруҳ контингентларини, чет эл туристларининг ижтимоий таркибини ҳисобга ола билиши керак.

Гид-таржимон ўзининг дунёқарашини ошириб боришда систематик равишда ишлаши, профессионал маҳоратини ривожлантириши, чет тили билимларини ошириб бориши, шунингдек, кўрсатилган норма ва қоидаларга қатъиян риоя қилиши, туристлар билан хизмат мажбуриятларидан ташқари ўзаро алоқаларда бўлмаслиги, туғри сўз, (корректном) ўзини камтар тутиши керак.

Гид-таржимон ташкилот қоидаларини яхши билиш ва уларни бажариши ва туристларга хизмат кўрсата билиши шарт. У турист гуруҳларни биринчи пунктдан то охириги пунктгача хизмат кўрсатиш мажбуриятини олиши керак. Турли хил тадбирлар ўтказилаётган вақтда, корхоналарни қуришга борганда ишчилар билан мулоқотда, шунингдек, ижтимоий-маиший ва маданий жойларга борганда ўзаро туристлар билан мулоқотни бевосита таржима қилиб турли гиднинг мажбуриятига қиради. У ўзи мустақил рус ҳам, чет тилида ҳам шаҳар экскурсиясини олиб боришда, объектларни томоша қилишда туристлар учун ташкиллашган турли хил базмлар, суҳбатлар, тадбирлар ва учрашувларда барча туристларни қатнашишини таъминлаши керак.

Гид туристларга хизмат кўрсатишда меҳмонхона администраторлари, ресторан ишчилари ишларини кўрсатилган талаб асосида қатъий назорат қилишни таъминлайди. Унинг мажбуриятларига ўзининг профессионал, таълим даражасининг систематик ошириб бориши керак. Ишдан бўш вақтлари гид туристлар билан лексик, услубий қўлланма, рефератлар, экскурсия мавзуларини қайта ишлаши, ёки ўзгартириши мумкин.

Туристлар билан ишлашга тайинлашда гид-таржимоннинг туристлар билан ишлаш ҳуқуқини берувчи ҳужжати бўлиши керак: штатли таржимонлар-интурбюро ишчиси гувоҳномасига, штатдан ташқари ишчиси вақтинчалик шундай ҳужжатга эга бўлиши керак. Хизмат кўрсатишнинг барча пунктларида таржимонлар меҳмонхоналарга турбазага, туристлар жойлашган хоналарга кириш учун кириш пунктлари рухсатномалари мавжуд бўлиши керак. Инструкция ўтиши даврида туристларнинг келиш программасини гид интурбюродан олиб уларнинг айланиши графигини ўрганиб, йўл ҳужжатларини тўғрилайди.

Учрашув ва гуруҳлар билан ишлашда гид мажбуриятига қуйидагилар қиради: туристларга божхона ва чегарадан ўтишда ёрдам бериш (ҳужжатларга), туристларга божхона қоидалари, валюта алмаштириши, Ўзбекистон ҳудудида

расмга ва кинога олиш қоидалари билан таништириш, хизмат учун керак бўладиган ваучерни аниқлаш ва уни гуруҳ бошлиғидан қабул қилиш, уни керакли ҳужжатлар билан солиштириш. Маршрут ёки дастурнинг такрорланиши ҳолатида гид дарҳол интурбюрога хабар бериши лозим, гуруҳ бошлиғидаги йўл ҳужжатларини текшириши, ватанига қайтиши учун лозим бўлган ва шу ҳудудга керак бўладиган ҳужжатларни текшириши лозим, агар гуруҳни юборган чет эл ташкилоти томонидан тузилган шартнома бўлса ва унинг шартларида кўрсатилган бўлса; турли хил учрашувлар ва тантаналарни ташкиллаштиришда, вокзал ва аэропортларда юк хавфсизлигини таъминлашни кузатиш.

Гуруҳларни жойлаштиришда гид ўзини дастлаб интурбюро, меҳмонхона, турбаза, ресторан ходимларига ўзини таништириши; гуруҳнинг келганини ва уларнинг кейинги пунктдаги режалари ҳақида ахборот айтиш; меҳмонхона ходимларига туристларни кўрсатилган рўйхатлар асосида ёки хоҳишига қараб жойлаштиришда ёрдам бериш; гуруҳ бошлиғининг регистрация, унинг туристларга ўз вақтида паспортларни беришни назорат қилиш; барча маршрут йўналишлари учун берилган визанинг туғрилигини текшириши; туристларнинг қайси меҳмонхоналарда жойлашганлиги ҳақидаги рўйхатга эга бўлиш; меҳмонхонадан кетишда администратор билан хона калитларини текшириш.

Гид-таржимон аниқ шароитга қараб бир ёки икки хонали номерда (хоҳишича) иккинчи гид-таржимон билан жойлашгани маъқул. Чет эл туристлари билан бир хонада яшаш таъқиқланади. Овқатланишни ташкиллаштиришда гид қуйидагиларни қилиши шарт: ресторанга келишни таъминлаш, овқатланиш тартиби билан кўрсатилган вақтга туристларни олиб келиш; овқатланиш ходимларидан миллий ва чет эл таомлари ҳақида билиб туристларга таништириш; ҳаракатланиш жараёнида ресторан менюлари билан таништириш; туристларга хизмат кўрсатиш жараёнида камчиликларни аниқлаш, бажарилмаган шароитда турбюро, меҳмонхона ва турбаза бошлиқларига хабар бериш.

Экскурсион, ижтимоий ва маданий дастурларнинг бажарилишида таржимон услубий қўлланмалар танишиш, интурбюро, меҳмонхона ва турбазалар томонидан ташкиллаштириладиган турли хил учрашувларда туристлар билан бирга бўлиш ва мулоқотни оғзаки таржима қилиб туриши керак. Дастурда кўрсатилмаган учрашувларда таржимон раҳбарият розилиги билан қатнашади; объектга, экскурсияга, кинога, театрга боришда билетни олдиндан олиш, уларни сонини, вақтини текшириш; меҳмондустлик билан таништириш йўллари топиш. Агар интуристлар билан иш маҳаллий гид-таржимон орқали олиб борилаётган бўлса, у ҳолда гид-таржимон барча тадбирларда қатнашиши шарт, иложи бўлмаган ҳар қандай шароитда турбаза, меҳмонхона раҳбарияти розилиги асосида бўлиши керак.

Ҳужжатлар билан ишлашда гид-таржимон қуйидагиларни қилиши мажбур: интурбюрога, меҳмонхонага, турбазага, туристларга хизмат кўрсатишнинг барча жойларида ваучерни бериш ва ҳужжатлаштиришни назорат қилиш; интурбюро, меҳмонхона, турбазадан чиқишдан бир сутка олдин темир йўл ёки авиа билетларни тайёрлаб қўйиш (ватанига қайтиш учун); билетлар сонини, қўниш талонларни, рейс номерларини, учиш вақтини текшириш; гуруҳнинг ҳар бир пунктига келишни белгилаб бориш ва кўрсатилган тартибда рапорт тузиш ва уни интурбюро, меҳмонхона, турбаза хизмат кўрсатиш бўлимига топшириш, маршрут тугашини карточкага тўлдириб бориш ва уни интурбюро, меҳмонхона, турбаза хизмат кўрсатиш бўлимларига топшириш, туристларнинг соғлиқ масаласида госпитализация бўлганда, туристларнинг камлигини ҳисобга олиш, яъни ваучернинг тақсимланишини назорат қилиш, касал ҳақида туроператорга хабар бериш; ҳужжатларнинг сақланишида шахсий жавобгарликни ўз бўйнига олиш (ваучер, йўл чипталари, паспорт....)

Туристлар билан ишлашда гид-таржимонга қуйидагилар рухсат берилмайди:

-маршрутни ўзбошимчалик билан ўзгартириш;

- дастурга ўзгартириш киритиш;
- экскурсия учун кўрсатилган маршрутни ўзгартириш;
- экскурсия ва бошқа маросимлар вақтини ўзгартириш;
- программада кўрсатилган объектларни ўзбошимчалик, мустақиллик билан ташкиллаштира;

Гид-таржимон турбюро раҳбариятига бўйсунди (штатдан ташқари таржимон меҳнат шартномаси тузган раҳбариятга бўйсунди). Маршрутда у туристлар билан ишлашда маъсулиятли шахс маслаҳатига бўйсунди.

Хулоса

Туристларга экскурсия хизмати кўрсатиш бу туризмнинг асосий қисмини ташкил қилиб, ҳар бир турист бу хизматдан фойдаланмасдан иложи йўқ. Чунки экскурсия бу турнинг асосини ташкил этиб, туристларга барча ахборот манбаларини етказиб бериш воситасидир. Экскурсияни тўғри ташкил қилиш туристларнинг янги-янги тасуротлар олишларига ёрдам беради.

Назорат учун саволлар.

- 1.Экскурсия мавзуларига қараб =андай синфланади.
- 2.Экскурсия хизмати келиб чи=ишининг асосий сабаби нимада.
- 3.Экскурсияни мазмунан =андай синфларга ажратиш мумкин.
- 4.Туризм ва экскурсиянинг =андай бо\ли=лик томони бор.
- 5.Экскурсия хизматини ташкил =илишда асосий эътибор нимага =аратилади.
- 6.Фарғона водийси туризмнинг ривожланиш кырсаткичларини санаб беринг.
- 7.Самарқанд туризмнинг ривожланишида =андай омиллар етакчи щисобланади.
- 8.Тошкент туризм районидаги тарихий жойларга экскурсия уюштиришда =айси методлардан фойдаланиш ма=садга мувофи=.
- 9.Тарихий шаҳарларнинг экскурсия хизматини ривожлантиришдаги ырни =андай.
- 10.Миллий мероснинг туризм ривожланишидаги аҳамиятини очиб беринг.

Адабиётлар

- 1.Александров А.Ю. Международный туризм. Учебное пособие для ВУЗов. - М.: Аспект Пресс. 2004. -470 с.
- 2.Юрьев А.П. Планирование туризма. Учебное пособие. –Д.: 2004. -288 с.
- 3.Одинцов А.А. Менеджмент организации: Введение в специальность. Учеб. пособ. –М.: Экзамен, 2004. -397 с.
4. Гуляев В.Г. Правовое регулирование туристской деятельности. -М: Финансы и статистика, 2003. -304 с.
5. www.wttc.org – Всемирный Совет по путешествиям и туризму
6. www.e-tours.ru – деловые туры, выставки, конференции

IX-боб. ХАЛҚАРО ТУРИЗМНИНГ XXI-АСРДА РИВОЖЛАНИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ

9.1. Замоновий туризмнинг ривожланишида илмий техниканинг ырни

Шундай замонлар былганки, одамлар 1961 йилда инсон фазога чи=иши ты\рисида, компьютерлар бир неча йиллар давомида =илинадиган иш ҳажмини сониялар давомида бажаришини, фан ва технологиялар ҳозирги кунларда қўлланилаётган қамровларда тадбиқ этилиши ҳа=ида тасаввур щам =ила олишмаган. Бу давр мобайнида энг ривожланган мамлакатларда капитал қўйилмалар йилига 3%дан орти= ўсмаган, лекин фан сощасидаги тадқиқотларга қўйилмалар йилига 6-15 %га ўсган.

Туризм и=тисодиётига компьютер технологиялари катта фойда келтира бошлаган тармо=ларидан бирига айланиб қолди. Буларга авиачипталар, бош=а турдаги транспорт воситалари учун чипталар, саёхатлар ва меҳмонхоналарда хоналар учун аввалдан буюрма бериб қўйиш тизимлари киради. Бугунги кунда Amadens, Gabriel, Sabre, World Spar, Apollo ва бош=алар каби энг йирик тизимларнинг Ўзбекистонда ўз ваколатхоналари очилган. Бундан ташқари Internet - жащон ахборот тармоғининг ащамияти бу сощада кун сайин ортиб бормо=да. Internet-технологиялар туристик фирмаларга хал=аро телефон суҳбатлари ва факс йыллаш учун ҳаражатларни =ис=артириш эвазига катта миқдордаги мабла\ларни тежашда яқиндан ёрдам беради.

Йил сайин авиачипталар ва меҳмонхоналарга аввалдан буюртма бериш тизимидан фойдаланаётган туристик фирмаларининг сони ортиб бормо=да. Бундай тизимлар жащоннинг барча меҳмонхоналарида хонага буюртма бериш

=ис=a ва=t давомида иш жойини тарк этмаган шолда буюртма бериш шартлари, нархлар, имтиёзлар ты\рисида маълумот олиш имкониятини беради. Авваллари бу ишларни амалга ошириш учун узоқ ва=t ва мабла\ керак бўларди. Тизимга кирувчи агентликлар ҳозирги кунда ўтган йилги маълумотномалардан эмас, балки энг охирги маълумотлардан фойдаланишади. Alean тизимининг қатнашчилари қимматбаҳо дастурий таъминотни сотиб олишларига ҳожат йи=, чунки бу тизим Internet тармоғининг стандарт технологияларига асосланган.

Янги технологик уруш туфайли туристик хизматлар бозорини тизимлаштириш жараёни жадал равишда кечмоқда. Ахборот тизимларига мурожаат =илиш қиймати пасайди. Бу ҳодиса 2-3 кишидан иборат туристик агентлигига авваллари фойдаланиш қимматга тушган хизматлардан фойдаланиш имкониятини беради. Бу шуни англатадики, унчалик катта бўлмаган турагентликлар катта ташкилотларга жиддий рақобатни юзага келтириши мумкин. Мисол тариқасида немис фирмаси «TISS»ни кырсатиш мумкин 1997 йилда икки нафар ходимнинг ўзи авиачипталар савдоси билан шу\улланган шолда 140 миллион немис маркасига тенг айланмани таъминладилар. Кундан кунга хал=аро ва миллий рақобатнинг кучайиши, фан ва техниканинг тараққиёти туфайли технологияларни бош=ариш масалаларининг долзарблиги ортиб бормо=да. Шу сабабли туристик бизнес технологиялари бййича мутахассисларни тайёрлаш ҳажми ортмоқда.

Раҳбарият олдида капитал қўйилмалар ва технологиялардан максимал самара олиш масаласи турибди, деб таъкидлаш мумкин, Бунинг учун камида бешта мушжим таркибий қисмларни фар=лаш жоиз:

- 1) Компаниянинг ма=сади ва стратегиясини ани=лаш;
- 2) Илмий изланишлар ва тадқиқотлар (ИИТ; инглизча - R&D, русча -НИОКР)нинг ашамиятини ани=лаш;
- 3) ИИТнинг қамровини белгилаш;

4) ИИТнинг натижаларини баҳолаш;

5) Фан ва бош=арувнинг умумий ҷамкорлик қирраларини ани=лаш.

Компаниянинг ма=садлари ва стратегиясига табиийки, биринчи талаб =уйидагича бўлади: бозорларнинг умумий таълили ва истиқболи, шунингдек, реал (хаётий) технологик ресурсларга асосланган ҳолда компаниянинг умумий ма=садлари ва стратегиясини белгилаш лозим. Тадқиқотлар бўлими компания ўсишининг оптимал даражаси ва йыналиши, туристик маҳсулот ва хизмат кўрсатиш жараёнларини яхшилаш ва турфалаштириш (диверсификация =илиш)нинг нисбий аҳамиятини билиши таърифида раҳбарият ишонч ҳосил =илиши керак. Маҳсулотни биринчи навбатда хизмат сифати, хизмат кўрсатиш жараёни, муддати, савияси ва нархи жиҳатидан такомиллаштириш заруриятини ани=лаш ма=садга мувофиқдир. ИИТ ижрочилари ўзларининг саъй-ҳаракатлари мўътадил ҳажмда фойда олиш ёки улкан ютуқларга эришишга =аратилганлигини билишлари лозим.

Нисбатан мукамал ва муваффақиятли стратегияларга эга компаниялар ўзларининг кучли ва нимжон тарафларини англаб етиш имкониятига кўпроқ эгадирлар. Улар учун бутун фирманинг технологик ресурсларидан фойдаланиш имконини берувчи асосий стратегияларни ани=лаш зарурати долзарб аҳамият касб этади.

Кенг маънода туристик фирманинг ма=садлари ва стратегиясидан келиб чиққан ҳолда масалани уч йыналиш бўйича тадқиқ =илиш мумкин:

-маълумотлар олиш ма=садида фундаментал тадқиқотлар олиб бориш (Афинанинг «Холидей-Ин» меҳмонхонаси бу ҳилдаги тадқиқотларсиз модернизация бўйича муваффақиятли тадбирларни амалга ошира олади);

-фаолият кўрсатаётган бизнес миқёсида ИИТ янгиликларидан фойдаланиш;

-тадқиқотлар натижаларидан янги иш ташкил этиш ма=садида фойдаланиш;

Шубҳасиз, муваффақиятли ташаббускор маълум обрўга эришади, лекин ташаббус ҳар доим ҳам муваффақиятнинг сабаби бўлавермайди.

ИТТнинг ўлчамлари. Раҳбарият олдида учинчи умумий масала, тадқиқотлар учун =андай миқдорда сармоя сарфлаш зарурлиги. Бу ерда умумий ҳолида =уйидагича: тармо=нинг илмий сиғими қанчалик катта бўлса, сармояларнинг тадқиқотлардаги улуши ҳам шунча кўп бўлади.

Асосий янгиликлардан фойдаланилаётган пайтда улар одатда анъанавий ёки энг замонавий технологияларнинг натижаси ҳисобланади.

ИТТни баҳолаш. Раҳбарият олдида турган =уйидаги саволларга мурожаат қилсак: Тадқиқотларга сармоя сарфлаш умуман керакми? Кутилаётган натижаларни алтернатив сармоя қўйилмаларнинг салоҳияти билан таққослаш мумкинми? Илмий изланишлар самарадорликни оширишга ёрдам берадими.

Бошқача қилиб айтганда, тадқиқотлар соҳасидаги меҳнатимиз муваффақиятини =андай баҳолай оламиз?

Раҳбарият ва фаннинг ҳамкорлиги. Турли соҳаларда фаолият кырсатувчи олимлар ҳар доим ҳам биргаликда яхши ишлайвермайди. Шунингдек, фан ва раҳбарият ўртасидаги алоқа каналлари ҳам унчалик аниқ эмас, кетма-кет ижро этиш мезонлари ва назорат механизмлари ҳар доим ҳам кўнгилдагидек ўрнатилмайди.

Туризмнинг ызига хос хусусияти шундан иборатки, бу ерда халқ=а ҳамкорлик жуда кенг қўлланилади. Турли мамлакатлардан келган ва турли саёҳатлар, анъаналар, феъл-атворга эга туристлар бир-бирларини тушунишлари ва биргаликда умумий қарорга келишлари лозим бўлади. Бир мамлакат миқёсида анчайин мураккаб жараён бўлмиш технологияларни бош=ариш жараёни бир қанча давлатларнинг ишбилармонлари ва олимларини биргаликда ишлаши пайтида юзага келувчи кўпгина қийинчиликлардан иборат. Шу сабабли муваффақият кафолатланмайди лекин уларнинг ма=садлари синчковлик билан аниқланиб,

келишиб олинса кўп миллатли изланиш ва тадқиқотларнинг муваффақиятли бўлишига имкон бор.

9.2. Хал=аро туризмнинг ривожланиш тенденциялари ва унинг йыналишлари

Туристтик сафарлар сонининг ортиши, улар жўғрофиясининг кенгайиши, транспорт воситаларининг ривожланиши муносабати билан хал=аро ташкилотлар давлатлар ва шукуматларнинг диққат-эътиборини туризмни ривожлантириш муаммолари ҳамда миллий туризм ташкилотларининг янги мавқеига қаратмоқдалар.

1921 бошлаб Миллатлар лигаси, БМТнинг, 1975 йилдан бошлаб эса Жаҳон туризм ташкилотининг раҳбарлиги остида туризм муаммоларига бағишланган 20 дан орти= хал=аро анжуманлар, конгресслар ва тадбирлар ўтказилди.

1995 йил март ойида Кадис шаҳрида (Испания) ЖТТ раҳбарлиги остида туризм бўйича хал=аро форум ўтказилди ва унда жаҳоннинг 52 мамлакатидан келган парламентчилар иштирок этдилар.

Ушбу форум шундай хулосага келдики, давлатлар туризм ривожи учун катта ашамиятга молик =уйидаги муаммоларни ечишда ёрдам беришлари зарур:

- туристик расмиятчиликни тартибга солиш ва туристлар хавфсизлигини ошириш;
- туризм инфратузилмаси, шу жумладан транспорт ва коммуникацияларни ривожлантириш;
- туристик ташкилотлар раҳбарлари ва хизматчиларини ўқитиш учун шароитлар яратиш;
- туристик объектлар ва сафар манзилларида экологик нормаларга риоя =илишни таъминлаш;
- туристлар шу=у=ларини ҳимоя =илиш;

- туристик фирмалар учун имтиёзли солиқ тизимини таъминлаш;
- туризмда қабул =илинган хал=аро мезонлар ва нормалар асосида объектив статистика ҳисоботи ва назоратини амалга ошириш имкониятини берадиган и=тисодий ва статистик механизмлардан фойдаланиш;
- туризм учун фойдали бўлган мамлакат тимсолини шакллантириш йили билан миллий турмахсулотларни чет-эл бозорларига олиб кириш.

Куйидагилар бир =атор хорижий мамлакатларда туризм ривожини =ыллаб-увватлашнинг и=тисодий ва маъмурий механизмлари бўлиб хизмат =илади:

- солиқ имтиёзлари, субсидия ва дотациялар;
- туризм ривожини ва туристик хизматлар истеъмолчиларининг шу=у=ларини ҳимоя =илишни =ыллаб-увватловчи миллий қонунчилик ва норматив ҳужжатлари;
- мамлакатга кириш ва ундан чи=иш пайтида паспорт ва виза чеклашларини камайтириш;
- нархларни =ис=артириш ва бош=а турли хил имтиёзлар бериш йили билан номавсумий туризмни ра\батлантириш;
- ижтимоий туризмни ривожлантириш ва =ыллаб-увватлаш;
- туристлар хавфсизлигига қўйиладиган талабларни кучайтириш;
- давлат томонидан атроф-муҳитни муҳофаза =илиш, маданий ва тарихий меросни асраб-авайлаш бййича ва бош=а чора-тадбирларни кучайтириш.

Бир =атор мамлакатлар, шу жумладан Испания ва Греция солиқлар амортизация ажратмалари ва оборот учун солиқлар тўлаш бййича сармоядорларга имтиёзлар берадилар. Баъзи мамлакатларда корхоналар фаолиятининг дастлабки йилларида уларни даромад солиғидан озод этиш, шунингдек, қўшимча қиймат солиғини тўлашда имтиёзлар бериш амалиёти қўлланилади. Бундан ташқари меҳмонхоналар учун асбоб-ускуналар ва саёҳат учун транспорт воситаларини

импорт =илиш пайтида божхона тўловлари бййича имтиёзлар (умуман озод =илишгача) берилади.

Европа Иттифоки мамлакатлари туризм ва меҳмонхона фаолияти учун 6-25% атрофида былган қўшимча қиймат солиғини (ҚҚС) тенглаштиришга йуналтирилган сиёсатни олиб боришади. Мисол учун, Германия ва Люксембургда ўртача ҚҚС миқдори 15% қилиб белгиланган. Дания ва Швецияда максимал ҚҚС миқдори 25%га тенг.

Испанияда жойлаштириш учун ҚҚС ўртача 7%ни ташкил =илади ва меҳмонхона даражасига қараб ўзгариши мумкин, овқатланиш (ресторан хизматлари), автомобилларни ижарага олиш учун ҚҚС эса 16%гача етади.

Грецияда жойлаштириш ва овқатланиш учун ҚҚС 8%ни ташкил =илади ва шукумат номавсумий пайтларда туристик хизматлар кырсатувчи фирмаларга имтиёзлар тизимини ишлаб чиққан.

Францияда туризм фаолияти учун ҚҚС ўртача 10%ни, шу жумладан жойлаштириш учун 6%ни, овқатланиш хизматлари учун 19%ни ташкил =илади.

Австрияда жойлаштириш ва овқатланиш учун ҚҚС 10% миқдорида белгиланган. Лекин туристик солиқлар ты\рисидаги федерал қонунга асосан барча туристик ташкилотлари ҳар бир туристнинг яшаши учун маҳаллий тўлов тўлайдилар (жамоа шудудида-жамоага, курортларда-курорт жамғармасига). Тўлов миқдори мавсумга қараб ўзгариши мумкин, бунда шифохона беморлари (6 ёшгача былган болалар, мактаб ы=увчилари ва талабалар) бу тўловлардан озод этилган.

Европанинг баъзи мамлакатларида туристик ташкилотлар коммунал хизматлар учун имтиёзли тарифлардан фойдаланадилар. Кўпчилик ҳолларда туристик фирмалар валюта даромадининг 20%гача былган қисми даромад солиғидан озод =илинган.

Давлат томонидан шунингдек, янги туристик объектларнинг қурилиши учун ерларни паст нархларда сотиш ва маълум муддатга ижарага бериш (Кипрда 99

йилга, Исроил ва Туркияда 49 йилгача) йили билан рабатлантирилади, бунда ижара муддати тугагач яна шунча йилга чўзилиши мумкин.

Атроф-муҳитнинг тез суръатлар билан ифлосланиб кетаётганлиги муносабати билан туризм соҳасидаги давлат сиёсати кўпроқ атроф-муҳит муҳофаза =илишга йўналтирилмоқда. Бир =атор мамлакатларда туризмда атроф-муҳитни ҳимоя =илишни шам режалаштиришни назорат қилувчи махсус ҳайъатлар фаолият юритадилар (Буюк Британия, Франция, Скандинавия давлатлари).

1992 йилда Рио-де Жанейро шаҳрида Жаҳон туризм ташкилоти *XXI аср учун иш дастури*ни қабул қилган бўлиб, унга 182 давлат бириккан. Ушбу дастурнинг амалга оширишда асосий ваколат туризм бўйича давлат муассасаларига берилган. Режа узоқ муддатли дастурларни яратиш учун ишлатилиши мумкин бўлган уч асосий қуролга урғу беради:

-одамлар ва атроф-муҳитни ҳимоя =илишни назарда тутувчи янги таварлар ишлаб чи=иш ёки амалдаги чораларни кучайтириш;

-нардан, тайзиқ ўтказиш механизми сифатида фойдаланиш;

-туризм индустриясида ишлаб чиқариш жараёнлари ва маҳсулот тозалигини кафолатлаш учун мўлжалланган дастурларни яратиш.

Давлат идоралари туризмда узоқ муддатли дастурларни яратишда етакчи ўринга эга. Бир =атор мамлакатлар бундай дастурларга эга (Россия, Финляндия, Австрия, Филиппин ва бош=алар).

XXI аср учун иш дастури туризм бўйича давлат идоралари олдида =уйидаги асосий масалаларни =ыяди:

-назорат қилувчи и=тисодий ва бош=а тизимларни камайитириш;

-туризмнинг и=тисодиётга, жамиятнинг ижтимоий ва маданий ҳаётига ва атроф-муҳитга таъсирини баҳолаш;

-туризм соҳасида хизматчи кадрлар тайёрлаш;

- туризмнинг узок муддатли барқарор тараққиётини режалаштириш,
- ривожланган ва ривожланаётган мамлакатлар ўртасида маълумот алмашиш;
- жамият барча қисмларининг туризмни ривожлантиришда қатнашуви;
- янги турмахсулот тушунчаси;
- амалга оширилган чора-тадбирлар натижаларини баҳолаш;
- хал=аро фаолиятда ҳамкорлик ўрнатиш.

Дастурнинг биринчи вазифаси =уйидагиларни ўз ичига олади:

-дастур ма=садларини амалга ошириш билан шуғулланувчи, туризмнинг ривожига йўналтирилган мавжуд миллий, хал=аро ва бош=а тизимларнинг фаолиятини баҳолаш;

-туризмнинг хусусий ва давлат тармо=лари ўртасида ҳамкорлик;

-туризм тармоғига солиқ ва тўловлар солиш шу тариқа белгиланиши керакки, туризм инфратузилмасини кенгайштириш, атроф-муҳитни яхшилаш ва бош=а ма=садлар учун етарли мабла\лар бўлсин;

-товар ва хизматлар учун туризм билан бо\ли= экологик ҳаражатларни ҳисобга олувчи нархларни кафолатловчи и=тисодий чора-тадбирлар қабул =илиш. Иқтисодий ра\батлантирувчи чоралар шунингдек туристик фирмаларнинг атроф-муҳитни муҳофаза =илиш борасидаги ютуқларини ра\батлантириш учун ҳам ишлатилиши керак.

Иккинчи вазифа ўз ичига туризм тараққиёти жамиятнинг ижтимоий-и=тисодий ва маданий ҳаёти учун оқибатларини баҳолашни олади. Бу эса ўз навбатида сув ресурслари, электр =уввати, транспорт воситаларидан самарали фойдаланиш, туризм соҳасида иш билан таъминлаш, маҳаллий аҳоли қатнашуви сиёсатининг мавжудлиги, атроф-муҳит, маданий, табиий ва тарихий қадриятларни муҳофаза =илиш каби масаларни кыриб чи=иш заруратини туғдиради.

Туризмда кадрлар тайёрлаш ва режалаштириш дастури муҳим ҳисобланади. Мактабларнинг ы=ув режаларига туризм экологияси бййича ы=ув курсини

киритиш тавсия =илмо=да. Кадрларни назарий ва амалий жищатдан тайёрлаш ма=садида давлат туристик ташкилотлар ва профессионал туристик бирлашмалар хусусий сектор билан щамкорлик =илишлари ма=садга мувофикдир.

Туризмни ривожлантиришни режалаштириш сощасида етакчи масъулият давлатга юкланади. Давлат идоралари туризмнинг тартибсиз ривожланишини олдини олиш ма=садида бу жараённи назорат =илади. Суст режалаштирилган ва бош=ариб бўлмайдиган туризм тузатиб бўлмас зарар етказиши мумкин Масалан, Бермуда оролларида туризм индустриясини ҳимоя =илишга йўналтирилган бир =атор қонуний ҳужжатлар қабул =илинган. Айниқса, портларга кирувчи кемалар сони чекланган, неон безаклар ман этилган, денгиз ўсимлик ва ҳайвонот дунёсини ҳимоя =илиш назарда тутилган, бинолар баландлиги чегараланган, табиий қўриқхоналар учун ер ажратиш кўзда тутилган.

Давлат идоралари вазифаларига янги қурилишларни назорат =илиш щам киради чунки туристик объектларни сув билан таъминлаш, оқ ва сувларни, ахлат ва қолдиқларни чиқариш, зарур жойларда сувнинг қўшимча захираларини яратиш учун замонавий асбоб-ускуналарга эга былиши керак. Қурилишда янги иш жойларини ташкил =илиш ма=садида кўп сонли маҳаллий ишчи кучини талаб қилувчи технологиялардан фойдаланиш, шунингдек қурилаётган туристик объектлар бўронлар, сув тошқини, зилзилалар каби эҳтимолли табиий офатларни ҳисобга олган щолда лойихалаштирилганлиги давлат томонидан назорат =илиниши лозим. Давлат томонидан назорат =илинувчи чора-тадбирлар тизимигина туризмнинг узоқ муддатли ты\ри ва самарали ривожланишини таъминлаши мумкин.

«Ўзбектуризм» миллий компанияси Ўзбекистон Республикасида туризм сощасида давлат назоратини амалга оширувчи, ижро этувчи ҳокимият органи былиб хизмат =илади. Туристик фаолиятининг давлат назорати шундан иборатки, Ўзбекистон Республикасида туризм и=тисодиётнинг устивор тармо=ларидан бири

деб тан олинган. Маҳаллий ва ташқи туризм, шунингдек, ижтимоий ва маданий туризмни =ыллаб-=увватлаш ва ривожлантириш давлат назоратининг устивор йыналишлари сифатида эълон =илинган.

Туристик фаолиятнинг давлат томонидан назорати =уйидагича амалга оширилади:

- туризм соҳасидаги муносабатларни тартибга солиш ва такомиллаштиришга =аратилган меъёрий ва шу=у=ий ҳужжатларни яратиш;

- туристик маҳсулотни ички ва жаҳон туризм бозорларига олиб чи=ишда ёрдам бериш;

- туристик фаолиятни стандартлаштириш ва лицензиялаштиришни амалга ошириш, туристик маҳсулотини сертификациядан ўтказиш;

- Ўзбекистон шудудида мамлакатга кириш, чи=иш ва исти=омат =илиш қоидаларини ўрнатиш;

- туризмни ривожлантириш быйича давлат дастурларини яратиш ва амалга ошириш учун ты\ри бюджет мабла\ларини ажратиш;

- туристларнинг шу=у= ва манфаатларини ҳимоя =илиш, уларнинг хавфсизлигини таъминлаш;

- сармоялар, солиқ ва божхона назоратини ўрнатиш;

- туризм фаолиятини кадрлар билан таъминлашни =ыллаб-=увватлаш ва туризм соҳасида илмий тадқиқотларни ривожлантириш.

9.3. Интернетнинг туризм ривожига аҳамияти

Интернет ривожланиши билан бирга нафақат туристик бизнесда қатнашувчиларнинг жойи ва роли, улар ўртасидаги муносабатлар балки хўжалик юритишининг бутун фалсафаси-туристик маркетинг қайта кўриб чиқилмоқда. Умумжаҳон информацион тизими анаънавий маркетинг усулларини самарасиз қилиб қўймоқда. Хизмат кўрсатиш соҳасида ишловчи маркетинглар янги

электрон алоқа воситалари имкониятларидан тўла қонли фойдаланишни истасалар тармоқнинг бу хусусиятларини ҳисобга олиши зарур.

Глобал компьютер тармоғи ер шарининг исталган бурчагида туну-кун туристик информация олишга имконият яратади. Интернетга жойлаштирилган реклама ҳеч нима билан солиштириб бўлмайдиган самара беради. Уни ер шарининг ҳар бир бурчагида потенциал мижозлар хоҳлаган вақтда кўради. Реклама материаллари эркин фотосуратлар, графика ва товуш эффектлари, мултипликация ва ҳатто видео билан жиҳозланган бўлиши мумкин. Интернет сайтига қўйилган реклама босма кўринишда чиққан рекламага нисбатан анча арзон бўлади. Мултимедия брошюралари зудлик билан ва енгил алмаштирилиш имкониятига эга, бу эса «ёнаётган» таклифлар учун жуда қулайдир.

«Американ Эйрлайнз» авиакомпанияси доимий равишда «Нет Сейвер» вароғини, дам олиш куни харид қилинмаган жойларни доимий равишда, сотиш учун қўллайди. Натижада, авиакомпания айрим йўналишларда жойларнинг тўлдиришини 60% дан 100% гача кўтарди. «Бритиш Эйрвейз» авиакомпанияси олдинлари «ёнаётган» рекламанинг катта қисмини газета ва телевидениеда жойлаштирар эди, ҳозирги кунда эса ушбу компания интернет тармоғидан фойдаланишни афзал кўраяпти.

Жаҳон информацион тармоғи маркетинг ҳаракатларнинг, хусусан реклама компанияларини самарадорлигини тезда ва осон аниқлашга ёрдам беради. Ишнинг самарадорлигининг асосий кўрсаткичи сайтга кирувчиларнинг сонидир. Уларни қайд этиш (ҳисобга олиш,) серверлар орқали амалга оширилади. Брошюрадан фарқлироқ электрон версияда биринчи навбатда кўриб чиқиладиган ёки умуман ўқилмайдиган вароқлар маълумдир.

«Бест Уэстерн Интернешнл» меҳмонхоналар занжири, 160 меҳмонхона тўғрисида информацияни «ТревелВэб» сайтига жойлаштириб шу йўсинда Интернет тармоғида ўзи тўғрисида эълон қилди. Биринчи ой мобайнида ушбу бет

80 мингта ташрифни ҳисобга олди. Бироқ бир нечтагина фойдаланувчи, бу отеллар занжиридаги жойлашиш шартларини ва хоналар расмларини қидирганлар. Истеъмолчилар танловини белгилайдиган юқоридаги информация мижозлар учун катта аҳамиятга эга эмаслиги ва реклама эълонлари таркиби қайта кўриб чиқилиши зарурлиги маълум бўлиб қолди.

Сайтга киришни кўпайтиришнинг турли йўллари мавжуд. Анъанавий реклама материалларидан кўра Интернетнинг кенг имкониятларини ҳисобга олиб электрон брошюраларнинг таркиби ва форматини ишлаб чиққан фирмалар яхшироқ натижаларга эга бўладилар. Улар фойдаланувчи ҳақида ғамхўрлик қиладилар ва сайтдаги фаолиятини осонлаштирадилар. Мижоз маълумотлар базасида йўқолиб қолмаслиги учун, уни қидирув инструменти (воситаси) билан жиҳозлашади ва навбатдаги информацияни топиш учун мантиқий (манбалар билан таъминлашади) йўналишлар кўрсатилган. Улар фойдаланувчи бу ерга қайтиб келиши учун ўз сайтларидаги бетларини доимий равишда янгилаб туришадилар.

9.4. Халқаро туризмда технологик янгиликларни =ыллашнинг исти=болли йыллари

Ращбарият ва фаннинг щамкорлиги. Турли сощаларда фаолият кырсатувчи олимлар щар доим щам биргаликда яхши ишлайвермайди. Шунингдек, фан ва ращбарият ыртасидаги ало=а каналлари щам унчалик аниқ эмас, кетма-кет ижро этиш мезонлари ва назорат механизмлари щар доим щам кынгилдагидек ырнатилмайди.

Туризмнинг ызига хос хусусияти шундан иборатки, бу ерда хал=а щамкорлик жуда кенг =ылланилади. Турли мамлакатлардан келган ва турли саёщатлар, анъаналар, феъл-атворга эга туристлар бир-бирларини тушунишлари ва биргаликда умумий =арорга келишлари лозим былади. Бир мамлакат ми=ёсида анчайин мураккаб жараён былмиш технологияларни бош=ариш жараёни бир

«анча давлатларнинг ишбилармонлари ва олимларини биргаликда ишлаши пайтида юзага келувчи кыпгина «ийинчиликлардан иборат. Шу сабабли муваффа«ият кафолатланмайди, лекин уларнинг ма«садлари синчковлик билан ани«ланиб, келишиб олинса кып миллатли изланиш ва тад«и«отларнинг муваффақиятли былишига имкон бор.

Интернет, реклама компанияларининг хусусиятини ўзгартирмоқда. Анаънавий реклама жуда кенг аудиториға қаратилган. Реклама эълони шундай алфозда тузилганки, у турли эҳтиёжлардаги мижозларнинг диққатини ўзига қаратишға ва харид қилиш учун ундашға қаратилган. Маркетолог берилаётган хабарнинг таркибини, вақтини ва чиқариш муддатини, эълонни қўйиладиган жойни бошқариб туради.

Бундай реклама тадбирларининг одатдаги мисоллари сифатида матбуотни ёки телевидениени айтишимиз мумкин. Ҳамма одамларға қаратилган бўлгани учун, у кўпинча таъсири паст бўлади. Хусусан, маркетолог унинг ажойиб ва қиммат рекламасини ким кўриши ҳақида тўла тассавурға эға бўлмайди. Агар у танлов хусусиятиға эға бўлган тақдирдағина ҳам, унинг истеъмолчига бўлган таъсири чекланган бўлади. Мижозға пассив рол ажратилган бўлиб, хусусан унинг ўзи шахсан рекламаға қатнаштирилмаган. Бу диалог эмас балки монологдир, айрим вақтда ўзи-ўзи билан мағрурланиш кўринишида.

Интернет классик кўринишдаги реклама фаолиятининг камчиликларини енгиб ўтишға ёрдам беради. У хусусан анаънавий реклама амалиёти билан боғлиқликнинг узилишға олиб келади. Бирнчидан, бу ерда вазиятни маркетолог эмас, балки буюртмачи назорат қилиб туради. Далилларға таянган ҳолда мижозлар нимани қачон, қайси тартибда ва йўналишда қуришни, ўзлари мустақил равишда танлашади. Агар уларни сайтдаги информация қониқтирмаса, улар бир лаҳзада компўьютер тугмасини босиб кўрсатувдан чиқиб кетадилар. Аудитория

(тингловчилар) реклама таъсири оқибатидаги қарахт ва пассив ҳолатидан, реклама компаниясининг актив иштирокчисига айланади.

Иккинчидан, Интернетда мижознинг ўзи компанияга информация учун мурожаат қилади, балки маркетинг томонидан реклама эълонларини почта орқали ўз мижозини топиш умидида юборишини кутиб ўтирмайди. Электрон тармоқда адресат олдиндан маълум, яъни у олдиндан «ёритилган» бўлади. Мижоз сайтга кириши билан таклиф этилаётган маҳсулотга ўз қизиқишини кўрсатади ва уни эҳтиёжларини қимматлироқ қилишга оқсо ўшандан уни харид қилишга тайёрлигини кўрсатади. Телевизион рекламасидан ўларок мижознинг ўзи сайтни танлагани жуда муҳимдир. Шундай қилиб интернет компанияни унинг таклифига кўпроқ қизиққан шахсларга олиб чиқади.

«Яху» ва «Алтависта» қидирув тизимларига Ирландия туристик дестинацияси туғрисида мурожаат қилинганда, фойдаланувчи сўраган сайт билан биргаликда Ирландия меҳмонхона занжири баннери рекламасини ҳам кўради. У компьютер мониторида тўсатдан пайдо бўлгани йўқ-мижоз уни актив қидирмоқда.

Учинчидан, Интернет ҳар бир мижозга индивидуал (яккахон) муомилани таъминлашга (ёндашув, муносабат-подход) қодир. Унда турли талабларга жавоб берадиган, осон ва тежамкор равишда информация жойланади. Вароқларни гиперманбалар билан бирлаштириб, маркетинг яккахол фойдаланишга мўлжалланган ва бутун дунёдаги потенциал туристларга тушунарли кенг ҳажмли мултимедия брошюрасини вужудга келтиради. Унинг ёрдамида мижозлар ўзларининг дидларига мос турмаҳсулотларни қидиришади. Оммавий ахборот воситаларида битта информация кўплаб фойдаланувчиларга юборилган бўлса, Интернетда ҳар бир фойдаланувчига кўплаб информация қаратилган. Бундай «снайперлик» ёндашув, анаънавий «пулёт» усулга нисбатан анча самарали ҳисобланиб мижозга тезда керакли информацияни олишга ёрдам беради.

Тўртинчидан, компанияларнинг сайтларга бўлган муносабати ва фаолияти интерактив характерга эга. Мижоз билан икки тарафлама информация алмашуви яккахон ёндашувнинг кучайишига олиб келади. Потенциал турист туристик маҳсулот ҳақида информация олиш, саволлар бериш, нархларни келишиб олиш, фирмалар билан боғланиш учун клавишадаги тугмани босса кифоя. Ўз навбатида, компаниялар ҳам мижозларнинг эҳтиёжларини билиш ва янги маҳсулот ҳақида хабар етказишда, фойдаланувчилар билан осонгина алоқага чиқиш мумкин. Мижозалардан келаётган информацияни компьютер осонгина эслаб қолади, уни қайта ишлаб, буюртмачиларнинг яккахон дидларига мослаб жавоб беради. Саёҳатчиларга хизмат кўрсатадиган «Майкрософт» тармоғи «Экспедиция» сайтига мурожаат қилганларни ҳаракатларини кузатиб боради. Улар қаердан келганликларини ва қаерга кетганликларини, нимани ва қандай кетма-кетликда қидирганликларини, нимага буюртма берганликлари кузатиб борилади. Сайтга чиққан барча фойдаланувчилар адреслари белгиланади. Саёҳатлар хизмати ҳар бир мижоз тўғрисида тушунчага эга бўлгандан сўнг улар билан ўзаро муносабатни мустаҳкамлаб боради, электрон почта орқали мунтазам равишда уларни қизиқтириши мумкин бўлган информация юбориб туради ва бу эса фойдаланувчиларни қайта ва қайта «Экспедиция» сайтига мурожаат қилишга ундайди.

Хулоса

Хулоса тариқасида замонавий туризмни ривожлантиришда асосий омил қилиб янги технологияларни кўрсатишимиз мумкин. Техника ва технологиялар ривожланиши натижасида туризм ҳам ўзининг энг юқори чўққисига чиқиши мумкин. Бундан йигирма йил олдин интернет деган нарсани ҳеч ким билмас эди. Бугунги кунда интернет туризм ривожланишига катта ўзининг катта ҳиссасини қўшмоқда. Бу жараён бундан кейин ҳам ўз аҳамиятини йўқотмайди.

Назорат учун саволлар

1. ИТТнинг туризм ривожланишидаги аҳамияти.
2. Туризмни ривожлантиришнинг ишчи дастури нимадан иборат.
3. Туризмда илмий тадқиқот ишларининг самараси нимада.
4. Туристик фаолиятни нима учун давлат ўз назорати осига олади.
5. Туризмда қўшимча қиймат солиғини тушунтиринг.
6. Туризмнинг иктисодий ўсишга таъсирини тушунтиринг.
7. Интернет тармоғининг туризм ривожланишидаги аҳамиятини тушунтиринг.
8. Интернет тармоғи орқали брон қилиш деганда нимани тушунасиз.

Адабиётлар

1. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрий туризма. -М: Финансы и статистика. 2004. -437 с.
2. Здоров А.Б. Экономика туризма. -М.: Финансы и статистика. 2004. -266 с.
3. Сенин В.С. Организация международного туризма. -М.: Финансы и статистика, 2004. -400 с.
4. Одинцов А.А. Менеджмент организации: Введение в специальность. Учеб. пособ. – М.: Экзамен, 2004. -397 с.
5. Норчаев А.Н Tourism as a dynamic branch of the economy of Uzbekistan. Материалы VII-Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов. –Д.: 2004. с.234-236.
6. Норчаев А.Н The Uzbek model of tourism. Материалы VII-Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов. –Д.: 2004. с.124-126.
7. Норчаев А.Н Туризм индустрияси менежменти. Республика илмий-амалий анжуман. –ТДИУ, 2003. б.235-237.
8. www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация
9. www.tag-group.com – Консультативная группа по вопросам туризма (TAG)

Халқаро туризм ривожланишига асосий сабаб бўлган омилларнинг қисқача хулосаси

Ҳозирги кунга келиб туризм соҳасида эришилган ютуқлар унинг алоҳида бир индустрияга айланишига олиб келди. БТТ маълумотларга қараганда, 2000-йилда жаҳон туризм ҳаракатлари 5,8% га ошди. 1999-йилдаги кўрсаткичдан икки маротаба кўп бўлган бу кўрсаткич, охирги ўн йил мобайнида кузатилмаган эди. Ўтган йилларга нисбатан деярли 50 млн.дан ортиқ бўлган халқаро туризм ҳаракатлари 2000-йилда 696,8 млн. кишини ташкил этди.

Туризм индустриясида вужудга келган бу вазиятни БТТ нинг бош котиби Франсеско Франгиали «Бизнинг оптимистик тахминларимизга нисбатан туризм, асрдан-асрга жуда тез суръатларда ривожланиб бормоқда ва саёҳат қилиш учун кўплаб сабаблар юзага келди» деб таъкидлаган эди.

Шунингдек, 2000-йилда халқаро туризмдан келадиган даромад 7,1% га ошиб, 477 млрд. АҚШ долларини ташкил этди. Жаҳондаги барча туристик марказларда ўсиш кузатилди.

Халқаро туризм ҳаракатларининг 57,8%ини ташкил қилган Европа ҳудуди 5,8% га кўпайиб 402 млн. туристни қабул қилди.

Юқоридагиларни инобатга олган ҳолда жаҳон туризм индустриясини ХХІ асрдаги ривожланиш тенденцияларини баҳолайдиган бўлсак, улар қуйидаги йўналишларни ўз ичига олиши мумкин:

1. Иқтисодий таъсир ва туризмга капитал оқимининг кириб келиши янги юз йилликнинг энг асосий тенденцияси бўлади. Давлатлар туризмнинг иқтисодиётга таъсирини максимал даражага кўпайтиришга, аввало ўз мамлакатларидаги туризмдан олинадиган даромадни сақлаб қолишга ҳаракат қиладилар.

2. АҚШ экспанцияси. АҚШнинг кино, ресторанлар соҳасида “fast food”, меҳмохоналар, тематик парклар, авиайўллар, кредит компаниялари, оммавий

ахборот воситалари ва интернетга таъсири катта бўлади. АҚШнинг туризмдаги ўрни йирик компанияларнинг акцияларини олди сотди операциялари, шартномаларни бошқариш ва франчайзинглар туфайли ўсиб боради. Туризм иқтисодиётга юқори даражада фойда келтирувчи соҳа бўлганлиги учун ишбилармонлар ўртасидаги муносабатлар кескинлашади (айниқса АҚШнинг таъсири камроқ бўлган жойларда). Бундан ташқари, 2001-йил 11-сентябр куни АҚШда содир этилган террористик хуруж туризм ва транспорт соҳасида янги таркибий ўзгаришларни келтириб чиқарди. АҚШ туризм индустриясининг ўсиш даражасининг пасайиши кузатилиши мумкин. Бу эса, америкалик туристларни худди Еуропадаги сингари ички туризм имкониятларидан фойдаланишга ундайди ва хавфсизлик масаласига алоҳида эътибор берилиб янги институционал ўзгаришларни юзага келтиради.

3. Глобализациянинг таъсири. Бунда атроф муҳитни, истеъмолчилар ҳуқуқини ҳимоя қилиш, пул муомаласини ўзгартириш (масалан, евронинг муомалага киритилиши) ва авиатранспорт соҳасидаги сиёсат. Шунингдек, экологик муаммоларнинг кескинлашуви ва табиатни, атроф-муҳитни муҳофаза қилиш борасида глобал, яъни умуминсоний концепиялар ишлаб чиқиш зарурати туғилади.

4. Божхона ва виза муаммоларини эркинлаштириш, қулай инвестиция муҳитини яратиш. Маълумки, юқоридаги муаммолар эътиборсизлик оқибатида юзага келади ва давлатлараро туризмнинг алмашинувиغا ҳамда товарлар оқимиغا салбий таъсир кўрсатади. Давлатлар янги муҳитга мослаша олсаларгина бу муаммоларни босқичма-босқич ҳал қилиш мумкин.

5. Солиқлар. Давлатлар, шаҳарлар, мамлакатлар, туризм индустриясидаги солиқларни камайтириш, енгиллаштириш ўзини намоёни қилишнинг энг яхши воситаси деб билишади. Аммо кўп давлатлар, аксинча, бу соҳа учун юқори миқдорда солиқ белгилайдилар. Чунки улар сайёҳлар учун бунинг аҳамияти йўқ

деб ҳисоблайдилар. Кузатишлар шуни кўрсатадики туристлар паст солиқ солинадиган мамлакатларга кўпроқ ташриф буюришиар экан.

6. Туризмнинг ижтимоий жиҳатлари. Кўпгина давлатларнинг туризм индустриясидаги энг мураккаб масала бу туризмнинг ижтимоий томонидир. Яъни, бу соҳанинг истеъмолчилари фақатгина бой одамлар эмас, балки ўрта ҳол инсонлар ҳам бўлиши керак. Чунки туризм жамиятнинг ижтимоий тараққиёти учун хизмат қилиши керак.

7. Бандлик. Туризм индустриясини обрўси доимо ўсиб борар экан, кўпгина ёш мутахасислар ўзга давлатлардан иш топишга интиладилар. Бунга интернет тизими ёрдам беради. Ундаги турли хил саётлардан дунёнинг турли жойларидан иш топиш мумкин. Туризм индустрияси ривожланган сайин хорижий тилларни биладиган ва бошқа давлатларда ҳар хил маданиятли меҳнат қила оладиган мутахасисларга талаб ошиб боради.

8. Хавфсизлик ва жиноячилик масаласи, бунга терроризм ва сиёсий келишмовчиликлар ҳам киради. Бу ҳозирги куннинг энг долзарб мавзуларидан биридир. Бизга маълумки, кўп давлатлар ўзининг сиёсий ва иқтисодий шароитини яхшилашга интилмоқда, ҳамда ташқи бозорда ўз мавқеини тиклашга ҳаракат қилмоқда. Давлатларнинг биринчи навбатда бу масалага тўғри ёндашиши ва амалий чора-тадбирларнинг мавжудлиги муҳим аҳамият касб этади. Чунки туристларнинг хавфсизлиги таъминланмас экан уларнинг жаҳон миқёсидаги ҳаракатига путур етади.

9. Жиноятчи уюшмаларининг туризмга таъсири. Очик-ойдин кўриниб турибдики, туризм иқтисодиёт соҳасининг нақд пуллар оқимини ўзига жалб қилиши (казинолар, қиммат баҳо буюмларнинг савдоси орқали) кўпчиликнинг диққат эътиборини ўзига тортади бунда ҳуқуқ органларининг хушёр бўлиши талаб этилади. Ҳар қандай бадавлат инвесторни жиноий уюшмалар билан алоқа қилишга йўл қўймаслик керак.

10. Технология. Туристик агентликларнинг асосий функцияларидан бири ишлаб чиқарилаётган маҳсулот ва хизмат кўрсатишни тарқатишдир. Европа авиалиния бошқарувчисининг айтишига қараганда «Жаҳонда 100% истеъмолчиларимиз уяли телефонга, 85% шахсий компьютерга эга ва 50% дан ортиғи интернетдан фойдаланади. Биз ўз хизматларимизни бундай шароитларни инобатга олган ҳолда истеъмолчиларимизга етказиб беришимиз керак». Шундай қилиб, яқинда интернет орқали аукционлар ўтказиш, меҳмонхоналарни сотишдан тортиб реклама фаолиятини ҳам олиб бориш мумкин бўлади.

11. Атроф-муҳитни сақлаш муаммолари тур индустриянинг ривожланиши бевосита атроф-муҳит билан боғлиқ бўлади. Ҳозирда меҳмонхона тизими, авиалиниялар, туроператорлар табиатни сақлашга катта эътибор беришмоқда. Соҳанинг асосий муаммоси атроф-муҳитга, экологияга хавфли бўлган ишлаб чиқариш соҳаларини таъсирини ўрганиш ва уларни бартараф этиш ҳисобланади.

12. Авиалиниялар ва авиация. Жаҳон авиация альянсининг кучи ҳамкорликда авиарейсларни эксплуатация қилиш, истеъмолчиларнинг хоҳлаган рейсларга билет сотиб олишини альянс аъзолари ўртасида келишиб, статистик маълумотлардан, маркетингдан унумли фойдаланишдир. Авиалиниялар ўз ҳаражатларини минималлаштиришга ҳаракат қилишади. Авиаиндустриянинг энг яхши фаолияти бу 2001-2004 йилларда қисқариб кетган рейсларни кўпайтиришдан иборат бўлади. Авиакомпаниялар ва аэропортларни хусусийлаштириш давом этаверади.

13. Халқаро муносабатларда турли хил даражадаги бирлашмалар ва хусусий секторларнинг пайдо бўлиши. Маркетинг ва маълумотлар базасидан фойдаланиш туризм индустриясининг ривожланишига катта таъсир қилади. Яъни туризмни ривожланиш тенденциясига бошқа соҳаларни таъсири ўтади: жумладан қишлоқ хўжалиги, текстил ва ювелир саноати, улгуржи савдо, маданиятнинг таъсири катта

бўлади. Туристларга сотилдиган товар – «Экспорт қиладиган товар» тушунчаси ривожланади.

14. Круиз ва денгиз туризмнинг бутун жаҳонда ривожланиши. Буларга авваллари машҳур бўлмаган ҳудудлар ҳам киради. (масалан, Осиё минтақасида). Охирги тадқиқотлар шуни кўрсатадики, сувда (денгиз, дарё ва кўл бўйида) чиқарилган хордиқ инсонларни стресс ҳолатларга тушиб қолишдан сақлайди.

15. Туристик кўргазмаларни тобора ривожланиши натижасида алоҳида давлатларда форумлар ва янги туристик маҳсулотларни сотиш фаолиятлари ихтисослашган. Туристик компаниялар томонидан тақдим этилади. Соҳада ҳар хил янги йўналишлар бўйича ихтисослашув даври бошланади.

16. Ҳудудий реклама ва тадқиқот ишларига эътибор берилиши. Реклама ва сотишни жадаллаштиришга қаратилган фаолиятларни кучайтириш мақсадида кўпгина давлатлар ўз бюджетларини бирлаштиришга, маркетинг фаолиятларини бирга олиб боришга ҳаракат қиладилар.

17. Туризмнинг Яқин Шарққа таъсирининг ривожланиши. Яқин Шарқ мамлакатларидаги нефть ва нефть маҳсулотлари захирасининг 20-30 йил мобайнида камайиб кетиши ва давлат бюджетини реал валюта оқими билан таъминлайдиган соҳалардан бири туризм бўлгани учун бу соҳага эътибор янада кучаяди.

18. Диний ва муқаддас қадамжоларни зиёрат қилиш туризмнинг ривожланиши. Масалан 2000 йилда Қуддусда Исо пайғамбарнинг туғилишига бағишлаб ўтказилган тадбирлар. Шунингдек, Ҳиндистонда ва шунга ўхшаш кўпгина мамлакатларда диний аҳамиятга молик бўлган йўналишлари ишлаб чиқишга катта эътибор берилади. Шунингдек, дам олиш ва хордиқ чиқариш саёҳатлари ўз ишига жисмоний ва интеллектуал тикланишга қизиқувчи ёшлар гуруҳини ҳам қамраб олади.

19. Туризмни ривожланиш тенденцияси. БТТ тадқиқотларига таянган ҳолда шуни таъкидлашимиз мумкинки, глобал иқтисодий жараёнга яъни меҳнат таътилига чиқиш ва дам олиш тенденциясида пасайиш кутилмоқда. Чунки йилдан-йилга кишиларнинг уй-рўзғор билан боғлиқ бўлган муаммолари кўпайиб бормоқда.

20. Унча катта бўлмаган шаҳарларнинг янги туризм бозорига ва масканларига айланиши. Ҳозиргача асосий туристик йўналишлар йирик шаҳарларда мужассамлашган бўлиб, бу тенденция йилдан-йилга ўзгариб боради. Чунки, унча катта бўлмаган, аммо туризм салоҳияти жиҳатидан бой ҳисобланган шаҳарларга қизиқиш янада ортиб боради.

ТУРИЗМ АТАМАЛАРИ ЛУҒАТИ

1. Археология –халқларнинг ва миллатларнинг сақланиб қолган тарихий ва маданий ёдгорликлари ёрдамида инсон жамиятининг ўтмишини ўрганувчи фан.
2. Инвестициялаш –туристик фаолият объекти ёки тадбиркорлик лойихасига маълум, шартномада айтиб ўтилган шартларда инвестицияни амалга ошириш.
3. Архитектура –қурилиш санъати, қурилманинг характери ва шакли, бадий безаги.
4. Ботель –жиҳозланган кема ўрнида фойдаланса бўладиган сувдаги кичик меҳмонхона.
5. Бутундунё туристик ташкилоти (БТТ) –ҳукуматлараро ташкилот (1975 йилда ташкил топган) бўлиб, туризмнинг ривожланишига кўмаклашади, 170 дан ортиқ аъзоси бор.
6. Ваучер -кўрсатиладиган асосий хизматларнинг (меҳмонхонада тўхташ, овқатланиш, транспорт ва б.) ҳақки тўланганлигини тасдиқловчи ҳужжат
7. Дилер-туристик хизматларнинг олди-сотдиси билан шуғулланувчи туристик фирмалар, кўпинча улар ўз ҳисобига ва ўзининг номидан иш олиб боришади.
8. Инвестиция –даромад олиш мақсадидаги узоқ муддатли капитал қўйилмалар.
9. Ички туризм-бир мамлакат фуқароларнинг ўз ҳудудлари чегарасида амалга оширадиган тақризи.
10. Имидж –фирманинг бозордаги обрўси
11. Инвестициялар-янги тадқиқотлар ва ишланмалар бўлиб, илмий-техник тараққиётининг намоён бўлиш шакли сифатида амалий аҳамиятга эга бўлади.
12. Кемпинг –автотурист, мототурист ва велотуристлар учун шаҳар ташқарисида жойлашган меҳмонхона. Кемпингда туристлар палатка ёки ўзи овқат тайёрлаши мумкин бўлган ошхонали ёзги уйлар ва баъзида энг оддий қулайликлар билан таъминланади.

13. Меҳмонхона-турли турдаги хизматлар таклиф қилувчи туристларни жойлаштириш объекти.
14. Мотель-автотуристлар учун меҳмонхона, йўл бўйидаги отель бўлиб, унда қулай ва шинам номерлардан ташқари автомашина учун тўхташ жойи мавжуд.
15. Пансион –бу эркин шаклда, қурилиш пайтида меҳмонхона сифатида барпо этилмаган уйлари. Пансионлар 10-20 кишига мўлжалланади.
16. Ротель – кўчиб юрадиган меҳмонхона. Унда 1 ёки 2 ўринли номер – ухлаш ва кийим алаштириш жойи, ошхона ва умумий пардоз-андоз (туалет) хонаси бўлади.
17. Ишбилармонлик туризми-туризмнинг бир тури бўлиб, унинг асосида маълум хизмат ёки касбий вазифаларни ҳал қилиш зарурати ётади.
18. Турист –ўз қизиқишларини қондириш мақсадида 24 соатдан кам ва 6 ойдан кўп бўлмаган муддатга чегарани кесиб ўтган киши
19. Тур –туристларни аниқ йўналиш бўйича, хизматлар мажмуаси ва муддати аниқ бўлган ташишни уюштириш.
20. Туризм индустрияси –туризмнинг материал-техник базасини ташкил қилувчи халқ хўжалигининг турли соҳалари йиғиндиси.
21. Туристик уй – фаол ҳаракатдаги кўчиб юриш учун, ёки қисқа фурсатли келиб-кейтиш учун мўлжалланган жой.
22. Туристик база –туристларни қабул қилиш ва жойлаштириш хоналарига эга бўлган туристик мажмуа бўлиб, унда ресторан ёки ошхона, кўнгилли дам олиш учун хоналар ва хизматлар таклиф этилади
23. Туризм Хартияси – халқаро туризмнинг ривожланиши ҳақидаги Конун, БТТ Бош ассамблеяси томонидан 1985 йили 6-сессиясида қабул қилинган
24. Флотель –сузиб юрувч меҳмонхона, сувдаги катта отель, махсус жиҳозланган кема. Қулай номерлардан ташқари бунда туристларнинг кўнгилли хордиқ чиқариши учун турли хизматлар кўрсатилади.

25. Фрахт –денгиз орқали туристларни аниқ вақт давомида ташиш учун тўлов тури
26. Хизмат мақсадларида вақтинча бориш ва хизмат сафарни, командировка жойида даромад олмай туриб, конференциялар ва съездларда қатнашишни ўз ичига олади.
27. Мотел –автотуристлар учун меҳмонхона, қулай номерлардан ташқари туристларга автомашиналарини турар жойлари билан ҳам таъминланади. Одатда мотелларда ресторан, бар, кино-видеофильмлар кўриш, конференция заллари, спорт билан шуғулланиш ва ўйин майдонлари, бассейн, теннис кортлари ҳам хизмат кўрсатади.
28. Кемпинг–одатда шаҳар чеккасида мотелдан узоқ бўлмаган ерда жойлашган бўлади. Автотуристлар, мототуристлар ва велотуристлар учун қулайлик яратилган бўлади. Туристларга ётиш учун хона берилади, кўпинча палатка ёки ёзги уйчалар ва баъзи қулайликлари билан жиҳозланган ошхоналарда махсус таомларни тайёрлаш мумкин.
- 29.«Ротель» –ҳаракатланувчи меҳмонхона, вагон кўринишидаги 1 ёки 2 ўринли номерга эга бўлган, кийиниш хонаси, умумий овқатланиш, умумий хожатхонага эга бўлган меҳмонхона.
- 30.Флотель –сузиб юрувчи меҳмонхона кемаси. Сувдаги улкан отел, махсус жиҳозланган бўлади. Қулай номерлардан ташқари, яхши дам олиш учун қулайлик яратилган, вақтинчалик офисдан фойдаланиш, оператив восита алоқалари: телефон, ксерокс, факс ва бошқа хизматлар кўрсатилади.
- 31.Ботель –унчалик катта бўлмаган сувдаги меҳмонхона. Жиҳозланган қулайликларга эга бўлган кема.
- 32.Туристик база –бу туристик мажмуа бўлиб, унинг таркибига туристларни қабул қилиш ва жойлаштириш биноси ҳамда фаол дам олишни таъминловчи хизматлар киради. Туристик базалар асосан фаол туризм билан шуғулланувчи туристларни

қабул қилади. Уларга алпинистлар, сув, чанғи спорти билан шуғуланувчилар ва бошқалар киради.

33.Туристтик уй –фаол ҳаракатдаги туристларни қисқа муддат дам олиши учун мўлжалланган бош панадир. Булар асосан тоғ ён бағрида жойлашган бўлиб шарт-шароитлари минимал даражада бўлади.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати

I. Ўзбекистон Республикаси қонунлари.

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. -Т.: Ўзбекистон. 2003. -36 б.
2. Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги қонуни. -Ўзбекистоннинг янги қонунлари. Т. 22. –Т.: Адолат, 2000. б. 131-140.

II. Ўзбекистон Республикаси Президенти фармонлари

3. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг 2005 йилгача бўлган давлат дастури. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.Каримовнинг 15.04.1999 йилдаги ПФ-№2286 фармони. //Халқ сўзи, №74. 1999. 16 апрель .
4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1995 йил 2 июндаги 1162 рақамли “Буюк Ипак йўли”ни қайта тиклашда Ўзбекистон Республикасининг иштирокини авж олдириш ва республикада Халқаро туризмни ривожлантириш борасидаги чора –тадбирлар тўғрисидаги” фармони. //Халқ сўзи, 1995. 3-июн.
5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбектуризм” МКсининг ташкил топиши” тўғрисидаги фармони № ПФ-447. //Халқ сўзи. 1992. 27 июл.

III. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси қарорлари.

6. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг №346 8 августда қабул қилинган “Туристик ташкилотларнинг фаолиятини такомиллаштириш” тўғрисидаги фармойиши. //Халқ сўзи, 1998. 9 август.

IV. Ўзбекистон Республикаси Президенти асарлари.

7. И.Каримов. Мамлакатимиз тараққиётининг қонуний асосларини мустаҳкамлаш фаолиятимиз мезони бўлиши даркор. //Халқ сўзи, 2006, 25-февраль.
8. И.Каримов. Эришилган ютуқларни мустаҳкамлаб, янги марралар сари изчил ҳаракат қилишимиз лозим. //Халқ сўзи, 2006. 11-февраль
9. И.Каримов. Инсон, унинг ҳукуқи ва эркинликлари ҳамда манфаатлари – энг олий қадрият. //Халқ сўзи, 2005. 8 декабр

10. И.Каримов. Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлактни модернизация ва ислох этишдир. –Т.: Ўзбекистон. 2005 й. -92 б.
11. И.Каримов. Биз танлаган йўл демократик тараққиёт ва маърифий дунё билан ҳамкорлик йўли. –Т.: Ўзбекистон. 2003. -318 б.
12. И.Каримов. Ўзбекистон XXI асрга интилмоқда. –Т.: Ўзбекистон, 2000.-350 б.

V.Дарсликлар.

13. Алиева М.Т., Умаржанов А.Туристик мамлакатлар иқтисодиёти. Дарслик. –Т.: «Молия» 2005. -339 б.
14. Алиева М.Т., Салимова Б.Х. Меҳмонхона менежменти. Дарслик. –Т.: «Молия» 2005. -275 б.
15. Кабушкин Н. И.. Менеджмент туризма. –М.: “Новое знание”. 2005. -644 с.
16. Брижаков М.Б. Введение в туризм. -С.Пб.: Издательский Торговый Дом «Герда» 2004. -444 с.
17. Бутуров И.Н. Маркетинг и менеджмент иностранного туризма. -М.: Финансы и статистика, 2003. -107 с.
18. Medlik, Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality. Printed and bound in Great Britain by Biddles Ltd -3rd ed, 2003. -256 p.
19. Richard Sharpley and David J. Telfer, Tourism and Development: Concepts and Issues, Printed and bound in Great Britain by Cambrain Printers Ltd. 2002. -300 p.

VI.Ўқув қўлланмалар

20. А. Бекмуродов, М.Болтабоев, Б.Амонбаев, М.Тошхўжаев. Ўзбекистон иқтисодиётини лебераллаштириш йилларида. 1-қисм. Макроиктипсодий сиёсат ва иқтисодий ислохатлар. Т.: ТДИУ-2005, -59 б.
21. А. Бекмуродов, Р.Хакимов, Б.Сафаров, Г.Захидов. Ўзбекистон иқтисодиётни лебераллаштириш йилида. 2-қисм. Қишлоқ хўжалигида иқтисодий ислохатлар ва фермерлик ҳаракати. Т.: ТДИУ-2005, -66 б.

22. А. Бекмуродов, С. Сатторов, Ж. Тўраев, Қ. Солиев, С. Рўзиев. Ўзбекистон иқтисодиётини лебераллаштириш йилларида. 3-қисм. Кичик бизнес ва тадбиркорлик ривожидавр талаби. Т.: ТДИУ-2005, -66 б.
23. А. Бекмуродов, Р. Тожиев, Х. Қурбанов, М. Алимардонов. Ўзбекистон иқтисодиётини лебераллаштириш йилларида. 4-қисм. Молия ва банк туризмидаги ислохотлар самараси. Т.: ТДИУ-2005, -62 б.
24. А. Бекмуродов, Ш. Тоиров, Э. Махмудов, М. Исаков, Н. Тўраев. Ўзбекистон иқтисодиётини лебераллаштириш йилларида. 5-қисм. Ташқи иқтисодий сиёсат савдо ва инвестициялар оқимлари. Т.: ТДИУ-2005, -62 б.
25. Алиева М.Т., Хўжаев Ў.Х., Норчаев. А.Н. Туризм ривожланишини прогнозлаш. Ўқув қўлланма. –Т.: 2006. -214 б.
26. Ирмагов М.М., Алиева М.Т. ва бошқалар. Туризмни режалаштириш. Ўқув қўлланма. –Т.: 2005. -167 б.
27. Алиева М.Т., Хўжаев Ў.Х. Халқаро туризмда сиёсатни шакллантириш. Ўқув қўлланма. –Т.: 2005. -210 б.
28. Мирзаев. Р. Солнце путешествует по миру чтобы рассеять. –Т.: Ипак “Шарқ”. 2005. -230 с.
29. Мирзаев Р. Туристические жемчужины Узбекистана. –Т.: Ипак “Шарқ”. 2005. -38 с.
30. Косолонов А.Б. Теория и практика экологического туризма. Учебное пособие. –М.: Финансы и статистика, 2005. -253 с.
31. Жукова. М.Ж. Менеджмент в туристском бизнесе. Учебное пособие. –М.: Финансы и статистика, 2005. -288 с.
32. Ушаков Д.С. Технологии выездного туризма. Учебное пособие. –М.: 2005. -40 с.
33. Сапожникова. Е.Н. Страноведение: Теория и методика туристского изучения стран. –М.: 2005. -240 с.

34. Александров А.Ю. Международный туризм. Учебное пособие для ВУЗов. - М.: Аспект Пресс. 2004. -470 с.
35. Жукова М.Ж. Индустрия туризма: менеджмент организации. –М.: 2004. -200 с.
36. Юрьев А.П. Планирование туризма. Учебное пособие. –Д.: 2004. -288 с.
37. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Учебное пособие 3-е изд., стереотип. (ГРИФ). 2004. -496 с.
38. Воронкова Л.П. История туризма и гостеприимства. Учебное пособие. –М.: Финансы и статистика. 2004. -304 с.
39. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. Управление индустрий туризма. - М: Финансы и статистика. 2004. -437 с.
40. Здоров А.Б. Экономика туризма. -М.: Финансы и статистика. 2004. -266 с.
41. Сенин В.С. Организация международного туризма. -М.: Финансы и статистика, 2004. -400 с.
42. Одинцов А.А. Менеджмент организации: Введение в специальность. Учеб. пособ. –М.: Экзамен, 2004. -397 с.
43. Козырев В.М., Зорин И.В., Сурин А.И. и др. Менеджмент туризма. Экономика туризма. Учебник (серия менеджмент туризма), (ГРИФ). -М: Финансы и статистика, 2004. -253 б.
44. Александров А.Ю. Международный туризм. Учеб. Изд. Гриф. Мо. -М.: Аспект Пресс, 2004. -400 с.
45. Гуляев В.Г. Правовое регулирование туристской деятельности. -М: Финансы и статистика, 2003. -304 с.
46. Янкевич В.С. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме. -М.: Финансы и статистика, 2003. -415 с.
47. Алиева М.Т., Мирзаев М. ва бошқалар Туризм ҳукуқи. Ўқув қўлланма. –Т.: Талқин, 2003. -245 б.

48. Балабанов И.Т. Балабанов А.И. Экономика туризма. Учебное пособие. -М.: Финансы и статистика, 2003. 176 с.
49. Дурович А.П. Реклама в туризме. Учебное пособие. –М.: Аспект Пресс 2003. - 254 с.
50. Соколова М.В. История туризма. Ученое пособие. -М: Финансы и статистика. 2002. -352 с.
51. Travel Guide Uzbekistan – Tashkent: National Company Uzbekturizm. 2003. -10 p.
52. Gee Ch. Y., Makens J.C., Chey D. The Travel Industry. 3d. Wdit. - New York John Wiley Sons Ine. 2003. -250 p.
53. Lundberg D., Krishnamurthy M. – Tourism Economics. New York: John Wiley Sons Ine. 2003. -210 p.
54. Hospitality, Tourism and heisure Management: Issues in Streegy and Culture. London, 2003. -265 p.

VII Илмий манографиялар, мақолалар ва бошқа асарлар.

55. Мирзаев. Р. Туристические жемчужины Узбекистана. –Т.: Ипак «Шарқ» 2005. - 86 с.
56. Норчаев А.Н. Экотуризм. //Ж. Ўзбекистон қишлоқ хўжалиги. 2004. №2. б. 37-38
58. Алиева М.Т. Ижтимоий иқтисодий тараққиётни глобаллаштириш. //Туркистон газетаси. 2003. 31 май.
59. Норчаев А.Н. Халқаро бозорда миллий туризм. //Ж.Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси. 2001. №1-2. б. 54-55.
60. Норчаев А.Н. Халқаро туризмнинг Испания иқтисодиётидаги аҳамияти. //Ж.Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси. 2001. №7-8. б. 52-54.
61. Норчаев А.Н. Халқаро туризм иқтисодий ривожланиш воситаларидан бири. //Ж.Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси. 2001. №11-12. б. 56-58.

VIII. Докторлик, номзодлик ва магистрлик диссертациялари

62. Файзиева Ш.Р. Ўзбекистонда туризм ривожланишининг иқтисодий механизмини такомиллаштириш. и.ф.н. дисс.-ЎзМУ, 2006. -135 б.
63. Норчаев.А.Н. Халқаро туризм ривожланишининг иқтисодий ўсишга таъсири. и.ф.н. дисс. –ТДИУ, 2004. -130 б.

XI. Илмий –амалий анжуманлар маърузалари тўплами

64. Норчаев А.Н Tourism as a dynamic branch of the economy of Uzbekistan. Материалы VII-Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов. –Д.: 2004. с.234-236.
65. Норчаев А.Н The Uzbek model of tourism. Материалы VII-Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов. –Д.: 2004. с.124-126.
66. Норчаев А.Н Туризм индустрияси менежменти. Республика илмий-амалий анжуман. –ТДИУ, 2003. б.235-237.
67. Норчаев А.Н. Туристик фаолиятда солиқ муаммолари ва уларни тартибга солиш. Халқаро илмий-амалий анжуман. –Т.: 2002. б. 341-344
68. Норчаев А.Н. Перспективы развития международного туризма. Материалы V-Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых. –Д.: 2002. с. 234-236.

X. Газета ва журналлар

69. Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси.
70. Экономический вестник.
71. Ўзбекистон қишлоқ хўжалиги.
72. Халқ сўзи.
73. Туркистон.
74. Мулкдор.

XI. Статистик маълумотлар тўпламлари

75. Основные показатели развития туризма в 2003 г. ВТО. –Мадрид, 2004. 30 стр.

76. Tourism: 2020 vision. -Madrid, 1997. 21 стр.

XII. Интернет сайтлари.

77. www.peugeotufa.ru – цены услуг

78. www.basheexpo.ru – выставки, конференции

79. www.interunion.ru – туристские ассоциации

80. www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация

81. www.wttc.org – Всемирный Совет по путешествиям и туризму

82. www.interunion.ru – туристские ассоциации

83. www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация

84. www.tag-group.com – Консультативная группа по вопросам туризма (TAG)

85. www.e-tours.ru – деловые туры, выставки, конференции

86. www.travel-library.com – Электронная библиотека путешествий

XIII. Виртуал кутубхона электрон дарсликлари ва ўқув қўлланмалари

87. Алиева М., Норчаев А. Туризм менежменти фанидан электрон дарслик. – ТДИУ кутубхонаси 2005 й

88. Алиева М., Қутлимурастов Ф. Туризм иқтисоди фанидан электрон дарслик. – ТДИУ кутубхонаси 2005 й

89. Алиева М. Туризмда сармоя сиёсати фанидан электрон дарслик. –ТДИУ кутубхонаси 2005 й.

МУНДАРИЖА

КИРИШ -----	5
I-боб. ХАЛҚАРО ТУРИЗМНИНГ РИВОЖЛАНИШ ДИНАМИКАСИ -----	
-----	8
1.1.Хал=аро туризмнинг ривожланиш бос=ичлари-----	8
1.2.Хал=аро туризмнинг макрои=тисодий кырсаткичлари-----	12
1.3.Хал=аро туризм бозори сигменти-----	17
1.4. Хал=аро туризмнинг ривожланиши йыналишлари-----	20
II-боб. ЖАҲОН ТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСИ -----	30
2.1. Туризм индустрияси ща=ида тушунча-----	30
2.2. Хал=аро меҳмонхоналар менежменти-----	32
2.3. Жаҳон туризм индустриясида маркетинг масалалари-----	33
2.4. Хал=аро меҳмонхоналар концепсиясининг ишлаб чи=илиши-----	34
2.5. Жаҳон туризм саноати ривожланишини бош=ариш ва йуналтириш-----	36
III-боб. ЕВРОПА МИНТАҚАСИ ТУРИЗМИ -----	40
3.1. Европа туризми ривожланиш динамикаси ва шолати-----	40
3.2. Европа туризми макрои=тисодий кырсаткичлари тащлили-----	41
3.3. Европанинг ривожланган мамлакатлари туризми-----	45
3.4. Жаҳон туризмида Европанинг ырни-----	48
3.5. Европада хал=аро туризм ривожланиш йыналишлари-----	51
IV-боб. ОСИЁ МИНТАҚАСИ ТУРИЗМИ -----	55
4.1. Осиё туризми ривожланиш динамикаси ва ҳолати-----	55
4.2. Жанубий-Шар=ий Осиё мамлакатлари туризми-----	58
4.3. Марказий Осиё туризми-----	60
4.4. Яқин Шарқ мамлакатлари туризми-----	61
V-боб. АМЕРИКА МИНТАҚАСИДА ХАЛҚАРО ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИШИ -----	65

5.1. Америка минтақаси туризми ривожланиши динамикаси-----	65
5.2.Шимолий Америка мамлакатларида халқаро туризм ривожланиши-----	68
5.3.Лотин Америкаси мамлакатларида халқаро туризм ривожланиши-----	80

VI-бoб. АФРИКАДА ХАЛҚАРО ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИШИ-----	94
6.1. Африка минтақаси туризмнинг ривожланиш ҳолати-----	94
6.2. Африка минтақаси туризми ривожланиши динамикаси-----	97
6.3. Африканинг етакчи мамлакатларида халқаро туризмнинг ривожланиши-----	101
VII-бoб. ЎЗБЕКИСТОНДА ХАЛҚАРО ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИШИ-	114
7.1. Ўзбекистонда туризм ривожланиш ҳолати-----	114
7.2. Ўзбекистон туризмнинг молиявий кўрсаткичлари-----	117
7.3. Ўзбекистоннинг тарихий шаҳарларида эркин туристик шудудни ташкил этиш-----	124
7.4. Ўзбекистон туризмида илгор тажрибаларни қўллаш-----	134
7.5. Ўзбекистонда халқаро туризм ривожланиши йўналишлари	136
VIII-бoб. ХАЛҚАРО ТУРИСТЛАРГА ЭКСКУРСИЯ ХИЗМАТИ КЎРСАТИШ-----	146
8.1. Экскурсияни ташкил этиш тартиби-----	146
8.2. Халқаро туристларга Ўзбекистоннинг тарихий шаҳарлари бўйлаб экскурсияни ташкил этиш-----	152
8.3. Ўзбекистонда халқаро туристларга экскурсиялар уюштиришда миллий меросларнинг аҳамияти-----	170
8.4. ГИД - таржимон: унинг туристик-экскурсион фирмалар тизимида ўрни ва роли-----	184
IX-бoб. ХАЛҚАРО ТУРИЗМНИНГ XXI-АСРДА РИВОЖЛАНИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ-----	192
9.1. Замоновий туризмнинг ривожланишида илмий техниканинг ўрни-----	192
9.2. Халқаро туризмнинг ривожланиш тенденциялари ва унинг йўналишлари-----	196
9.3. Интернетнинг туризм ривожига аҳамияти-----	204
9.4. Халқаро туризмда технологик янгиликларни қўллашнинг истиқболли йўллари-----	206
ХАЛҚАРО ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИШИГА АСОСИЙ САБАБ БЎЛГАН ОМИЛЛАРНИНГ ҚИСҚАЧА ХУЛОСАСИ-----	211
ТУРИЗМ АТАМАЛАРИ ЛУҒАТИ-----	218
ҚОЎЛДАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ-----	222

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЯ.....	5
1-Глава. ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА.....	8
1.1. Этапы развития международного туризма.....	8
1.2. Макроэкономический показатели международного туризма.....	12
1.3. Сегменты рынка международного туризма.....	17
1.4. Пути развития международного туризма.....	20
2-Глава. ИНДУСТРИЯ МИРОВОГО ТУРИЗМА.....	30
2.1. Понятия индустрий туризма.....	30
2.2. Менеджмент международных гостиниц.....	32
2.3. Задачи маркетинга в индустрии мирового туризма.....	33
2.4. Разработка концепции международных гостиниц.....	34
2.5. Управления и направлять развития индустрии мирового туризма.....	36
3-Глава. ТУРИЗМ ЕВРОПЕЙСКОГО РЕГИОНА.....	40
3.1. Динамика развития Европейского туризма и его состояния.....	40
3.2. Анализ макроэкономических показателей Европейского туризма.....	41
3.3. Туризм развитых стран Европы.....	45
3.4. Место Европейских стран в мировом туризме.....	48
3.5. Пути развития международного туризма в Европе.....	51
4-Глава. ТУРИЗМ АЗИАТСКОГО РЕГИОНА.....	55
4.1. Динамика развития Азиатского туризма и его состояния.....	55
4.2. Туризм стран юго-восточного Азии.....	58
4.3. Туризм в центральном Азии.....	60
4.4. Туризм в странах ближнего Востока.....	61
5-Глава. РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА РЕГИОНА АМЕРИКИ.....	65
5.1. Динамика развития Американского туризма.....	65
5.2. Развития туризма в странах Северного Америки.....	68
5.3. Развития туризма в странах Латинского Америки.....	80
6- Глава. РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА РЕГИОНА АФРИКА.....	94
6.1. Состояния развития туризма в Африке.....	94
6.2. Динамика развития туризма в регионе Африка.....	97
6.3. Развития международного туризма ведущих стран Африке.....	101

7-Глава. РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА УЗБЕКИСТАНЕ.....	114
7.1. Состояния развития туризма в Узбекистане.....	114
7.2. Финансовый показатели туризма в Узбекистане.....	117
7.3. Создание свободных туристических зон в исторических городах Узбекистана.....	124
7.4. Внедрения передового опыта в туризм Узбекистана.....	134
7.5. Пути развития международного туризма в Узбекистане.....	136
8-Глава. ПОКАЗАНИЯ ЭКСКУРСИОННЫХ УСЛУГ МЕЖДУНАРОДНЫМ ТУРИСТАМ.....	146
8.1. Правила организации экскурсии.....	146
8.2. Организация экскурсии по историческим городам Узбекистана для международных туристов.....	152
8.3. Значения национального наследия в организации экскурсии для международным туристам в Узбекистане.....	170
8.4. Гид – переводчик его значения и рол в туристском –экскурсионном системах фирм.....	184
9-глава. ПУТИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В 21 ВЕКУ	192
9.1. Значения научной техники в развитии современного туризма.....	192
9.2. Тенденции развития международного туризма и его пути.....	196
9.3. Значения Интернета в развитии туризма.....	204
9.4. Перспективный пути внедрения инновации международный туризм.....	206
КРАТКОЕ ЗАКЛЮЧЕНИЕ ОСНОВНЫХ ФАКТОРОВ В РАЗВИТИИ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА.....	211
ГЛОССАРИЙ ТЕРМИНОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА	218
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ.....	222

THE MAINTENANCE

INTRODUCTION.....	5
1-Chapter. DYNAMICS OF DEVELOPMENT OF THE INTERNATIONAL TOURISM.....	8
1.1. Stages of development of the international tourism.....	8
1.2. Macroeconomic parameters of the international tourism.....	12
1.3. Segments of the market of the international tourism.....	17
1.4. Ways of development of the international tourism	20
2-Chapter. THE INDUSTRY OF WORLD TOURISM.....	30
2.1. Concepts of the industries of tourism.....	30
2.2. Management of the international hotels.....	32
2.3. Problems of marketing in the industry of world tourism.....	33
2.4. Development of the concept of the international hotels.....	34
2.5. Managements and to direct developments of the industry of world touris.....	36
3-Chapter. TOURISM OF THE EUROPEAN REGION.....	40
3.1. Dynamics of development of the European tourism and its condition.....	40
3.2. The analysis of macroeconomic parameters of the European tourism.....	41
3.3. Tourism of the developed countries of the Europe.....	45
3.4. A place of the European countries in world tourism.....	48
3.5. Ways of development of the international tourism to the Europe.	51
4-Chapter. TOURISM OF THE ASIAN REGION.....	55
4.1. Dynamics of development of the Asian tourism and its condition.....	55
4.2. Tourism of the countries southeast Asia.....	58
4.3. Tourism in central Asia	60
4.4. Tourism in the countries of the near East.	61
5-Chapter. DEVELOPMENTS OF THE INTERNATIONAL TOURISM OF REGION OF AMERICA.....	65
5.1. Dynamics of development of the American tourism.....	65
5.2. Developments of tourism in the countries Northern America.....	68
5.3. Developments of tourism in the countries Latin America	80
6-Chapter. DEVELOPMENTS OF THE INTERNATIONAL TOURISM OF REGION AFRICA.....	94
6.1. Conditions of development of tourism in Africa.....	94
6.2. Dynamics of development of tourism in region Africa.....	97

6.3. Developments of the international tourism of the leading countries Africa.....	101
---	-----

7-Chapter. DEVELOPMENTS OF THE INTERNATIONAL TOURISM UZBEKISTAN.....114

7.1. Conditions of development of tourism in Uzbekistan.....	114
7.2. Financial parameters of tourism in Uzbekistan.....	117
7.3. Creation of free tourist zones in historical cities of Uzbekistan.....	124
7.4. Introductions of the best practices in tourism of Uzbekistan.....	134
7.5. Ways of development of the international tourism to Uzbekistan.....	136

8-Chapter. INDICATIONS OF EXCURSION SERVICES TO THE INTERNATIONAL TOURISTS.....146

8.1. Rules of the organization of excursion.....	146
8.2. The organization of excursion on historical cities of Uzbekistan for the international tourists.....	152
8.3. Values of a national heritage in the organization of excursion for the international tourists in Uzbekistan.....	170
8.4. The guide - the translator of its value and pol in tourist-excursion systems of firms.....	184

9-Chapter. THE WAY OF DEVELOPMENT OF THE INTERNATIONAL TOURISM IN 21 CENTURY..... 192

9.1. Values of scientific techniques in development of modern tourism.....	192
9.2. Tendencies of development of the international tourism and its way.....	196
9.3. Values of the Internet in development of tourism.....	204
9.4. Perspective ways of introduction of an innovation the international tourism.....	206

THE BRIEF CONCLUSION OF MAJOR FACTORS IN DEVELOPMENT OF THE INTERNATIONAL TOURISM.....211

A GLOSSARY OF TERMS IN SPHERE OF TOURISM.....218

THE LIST OF THE USED.....222