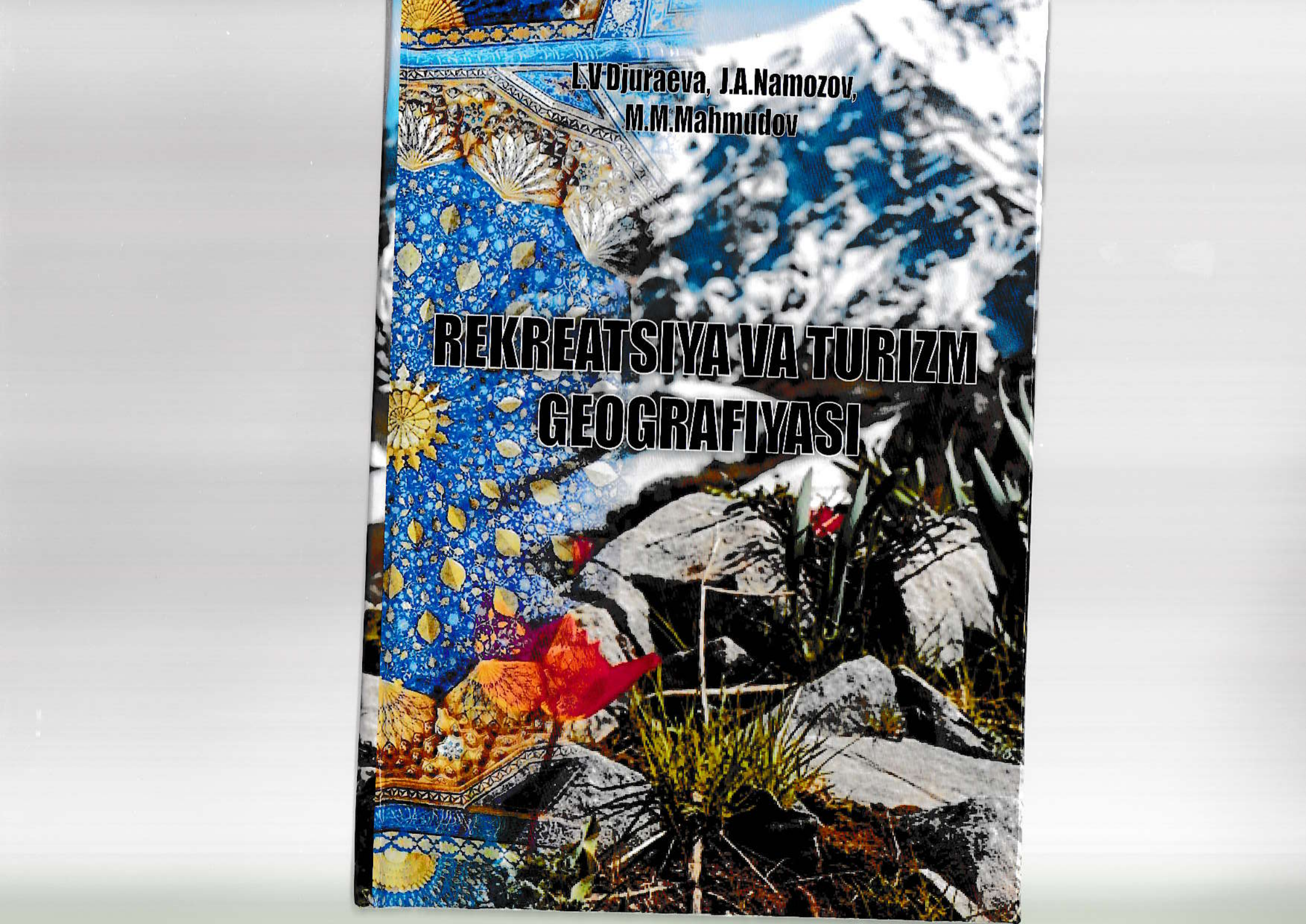


The book cover features a composite image. The top right shows a snow-capped mountain peak. The left side is dominated by a vibrant blue rug with intricate yellow and white floral patterns. In the foreground, a large, bright red flower is in bloom among grey rocks and green foliage.

**L.V.Djuraeva, J.A.Namozov,
M.M.Mahmudov**

REKREATSIYA VA TURIZM GEOGRAFIYASI

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA'LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI

CHIRCHIQ DAVLAT PEDAGOGIKA UNIVERSITETI

L.V.Djuraeva, J.A.Namozov, M.M.Mahmudov

REKREATSIYA VA TURIZM GEOGRAFIYASI

O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA'LIM,
FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
CHIRCHIQ DAVLAT PEDAGOGIKA UNIVERSITETI
AXBOROT RESURS MARKAZI

Chirchiq-2023
«Olmaliq kitob business»

-14086/42-

UO'K 911;391/395
KBK 75.81
D-13

L.V Djuraeva, J.A.Namozov, M.M.Mahmudov / Rekreatsiya va turizm geografiyasi. / O'quv qo'llanma – Chirchiq «Olmaliq kitob business», 2023. - 188 bet.

Mazkur qo'llanmada rekreatsiya va turizmga oid fanlarni o'qitishda tushuncha va atamalar hamda turizm va rekreatsiya geografiyasining hozirgi zamonda iqtisodiy, siyosiy, ijtimoiy ahamiyati yoritilgan. Shuningdek, o'quv qo'llanmada madaniy va tarixiy rekreatsiya hamda rekreatsiyaning rivojlanish omillari, rekreatsion faoliyat klassifikatsiyasi, rekreatsiyani rivojlantirishda turistik tashkilotlarning ahamiyati ko'rsatib berilgan. Qo'llanma O'zbekiston Respublikasi oliy o'quv yurtlarining geografiya, geografiya o'qitish metodikasi, geografiya va iqtisodiy bilim asoslari yo'nalishi talabalariga mo'ljallangan. Shuningdek, undan magistrantlar, katta ilmiy xodim-izlanuvchi va tadqiqotchilar hamda rekreatsiya va turizm sohasi bilan qiziquvchilar ham foydalanishlari mumkin.

Taqrizchilar: g.f.f.d. Jumayev X.

g.f.f.d. Shomurodova Sh.G'.

O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligining 2023 yil 17-iyuldagi 314-sonli buyrug'i bilan nashrga ruxsat berilgan.

ISBN 978-9910-9952-5-5

© L.V Djuraeva va b., 2023
©«Olmaliq kitob business», 2023

Kirish

O'zbekiston Respublikasini ijtimoiy iqtisodiy rivojlantirish bo'yicha taraqqiyot strategiyasida ishlab chiqarish kuchlarini, xususan Rekreatsiya va turizm sohasining jadal rivojlantirish masalalariga katta ahamiyat beriladi. Mamlakat iqtisodiy strategiyasining o'zagini tashkil etgan Rekreatsiya va turizm sohasining samaradorligi va uning sifat ko'rsatkichlarini rivojlantirish hozirgi kunda muhim ahamiyat kasb etadi.

2022-2026 yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirish bo'yicha "Taraqqiyot strategiyasi" III qismining 5-bandida "Viloyat, tuman va shaharlarni kompleks va mutanosib ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish, ularning mavjud salohiyatidan samarali va optimal foydalanish: hududlar iqtisodiyotini modernizatsiya va diversifikatsiya qilish ko'lamini kengaytirish, rivojlanish darajasi nisbatan past bo'lgan tuman va shaharlarni, eng avvalo, sanoat va eksport salohiyatini oshirish yo'li bilan jadal rivojlantirish hisobiga mintaqalar ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish darajasidagi farqlarni kamaytirish" masalalari belgilab berilgan.

Rekreatsiya va turizm sohasining rivojlanish jarayonlari, tabiiy, moddiy va mehnat resurslaridan samarali foydalanish, mamlakat ishlab chiqarish kuchlarini, uning tarmoqlarini samarali hududiy tashkil etish bilan uzviy bog'liq. Iqtisodiy dasturlar, xususan, turizm sohasini kompleks rivojlantirish dasturlarini ishlab chiqish tarmoq va hududiy rejalashtirish tamoyillarini samarali amalga oshirishga bog'liq bo'ladi.

Taraqqiyot strategiyasini amalga oshirish jarayonida maqsadli dasturlarni ilmiy asoslash, eng muhim ilmiy-texnik, iqtisodiy va ijtimoiy muammolar bo'yicha kompleks dasturlarni ishlab chiqish dolzarb ahamiyatga ega bo'ladi.

1-mavzu. Rekreatsion geografiyaning predmeti, maqsadi va vazifalari

Reja:

1. Rekreatsion geografiyaning predmeti.
2. Rekreatsion geografiyaning vazifalari.
3. Rekreatsion geografiyaning o'rganish ob'ekti.
4. Rekreatsion tizim.

Tayanch tushuncha va iboralar: *Rekreatsion geografiyaning vazifalari, predmeti, ob'ekti, rekreatsion tizim.*

Geografik muammolarni o'rganish geografiya fanining barcha tarmoqlarining tadqiqot ob'ektiga aylandi. Muammolarning vaqt o'tishi davomida dolzarb ahamiyat kasb etib borishi, tadqiqotlar samarasida tadqiqot ob'ekti chuqurlashib borishi oqibatida geografiyaning paydo bo'lishi zaruriyatini keltirib chiqardi.

Rekreatsion geografiya XX asrning ikkinchi yarmidan rivojlana boshladi. Mazkur fanning rivojlanishida V.S.Pereobrajenskiy, A.A.Mints, P.G.Sarfiya, I.P.Gerasimov, A.A.Shoshina, A.P.Avtsin, A.D.Lebedov va boshqalarning xizmatlari katta.

Hududiy rekreatsion tizimlar, turli xil rekreatsion tizimlarning shakllanishi, rivojlanishi va tarqalishi rekreatsion geografiyaning o'rganish ob'ekti bo'lib hisoblanadi (Pereobrajenskiy, 1975).

Hududiy rekreatsion tizimlar to'rtta asosiy turga bo'linadi:

- I – davolovchi;
- II – sog'lomlashtiruvchi;
- III – sport;
- IV – bilish.

Davolovchi hududiy rekreatsion tizimlarda davolash tibbiy omillar vositasida amalga oshiriladi. Ularga mineral suvlar (ichiladigan, cho'miladigan, balchiqlar), iqlimiy shart-sharoit kiradi.

Hududiy rekreatsion tizimlarni ikkinchi va uchinchi turida kishilarni sog'lig'ini mustahkamlaydigan chora-tadbirlar qo'llaniladi. Mazkur chora-tadbirlar kishilarning

charchog'ini yozishga, mehnat qobiliyatini tiklashga va oshirishga yo'naltirilgan. Bunda plyoda yurish, sayohat, ekskursiyalar, turli xil tomoshalar, havo va quyosh vannalari, cho'milish (dengizda, daryoda, ko'lda) katta o'rin tutadi.

Hududiy rekreatsion tizimlarning to'rtinchi turi yangi hodisalar, jarayonlar va barcha narsalarni bilishga asoslangan. Bunda davolash, sog'lomlashtirish va umummustahkamlash tadbirlariga ko'proq e'tibor beriladi.

Rekreatsion geografiyaning asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

- o tabiiy resurslarni rekreatsion maqsadlarda baholash;
- o asosiy iqlimiy mintaqalar va tabiat zonalar hamda landshaftlarning tabiiy rekreatsion imkoniyatlarini baholash;
- o rekreatsion iste'molni o'rganish va baholash;
- o rekreatsion faoliyatning tarkibini va asosiy turlarini aniqlash;
- o O'zbekistonda rekreatsion jarayonlarning rivojlanish xususiyatlarini o'rganish.

Qurilish inshootlari majmuasi dam oluvchilar va xizmat

ko'rsatuvchilar. XX asrning 60-yillaridan boshlab, shu mazmunlarda meditsina, ijtimoiy-iqtisod, arxitektura, qurilish va aholi dam olishi bilan bog'liq boshqa tashkiliy muammolarida qo'llanilib kelingan. Agar dam olish davolanish bilan bog'liq bo'lsa, demak rekreatsiya bunda salomatlikni tiklashga daxldordir. Rekreatsiya kuch va faoliyatni tiklash doirasidagi vaqt yoki ish(faoliyat)dan bo'sh davrdagi muddat birligi sifatida xarakterlanadi va salomatlikni tiklashning intensiv yo'nalishi hisoblanadi.

Umuman olganda, rekreatsion geografiya maxsus fan hisoblanib, uning rivojlanishi jamiyatning eng dolzarb va o'z o'rnida eng nozik tizimlari bilan chambarchas bog'liq, bular madaniyat, ta'lim, sog'liqni saqlash va boshqalar. Rekreatsiya (polyakcha rekreacja-dam olish, lotincha rekreatio-tiklanish), u qadimda

- 1) bayramlar, ta'tillar;
- 2) dam olish inshooti;
- 3) dam olish, insonning mehnat jarayonida sarflangan kuchini qayta tiklash ma'nolarini anglatadi.

Ma'lumki, rekreantlar dam olishi, ya'ni mehnat qobiliyatlarini qayta tiklash davomida iste'mol predmetlaridan foydalanadi. Bu o'z navbatida, ishlab chiqarish vositalarining harakati va joylashuvi, mahsulotlar taqsimoti yoki ta'minoti, umumiy ovqatlanish tizimi ishlab chiqarishi, maishiy xizmat majmualaridan foydalanish kabilarni o'z ichiga oladi.

Rekreatsioon korxonalar tarkibiga rekreantlar bevosita iste'mol qiladigan mahsulotlar ishlab chiqaruvchi va xizmatlar ko'rsatuvchi korxonalarni kiritish mumkin. Ko'pgina tadqiqotchilar, bu korxonalar tizimini "turizm sanoati" deya e'tirof etishadi. Shu o'rinda, "rekreatsioon tarmoq" va "turizm sanoati" tushunchalarining chegaralarini belgilash zaruriyati kelib chiqadi. Ob'ektiv asoslarga ko'ra, xalq xo'jaligi tarkibini jamoat mehnat taqsimoti belgilaydi. Shu bois, ishlab chiqarishning barcha tarmoqlarini "turizm sanoati" o'z ichiga ololmaydi, ya'ni ishlab chiqarish tarmoqlarining bevosita turizm yoki rekreatsioon faoliyat uchun xizmat qiluvchi qisminigina qamraydi, xolos.

Rekreatsioon vaqt birligi jamoat ishlab chiqarish darajasi va ishlab chiqarish munosabatlari xarakteri hamda aholining yoshi, jinsi, kasbi kabi qator ijtimoiy demografik omillar bilan bog'liq bo'ladi. Mamlakatlar ishlab chiqarish darajasi o'sishi rekreatsiya vaqtining ham ortishiga olib keladi. Boshqa tomondan esa rekreatsioon vaqtning ortishi o'z navbatida ishlab chiqarish hajmining o'sishi, inson tafakkuri imkoniyatlari, intellektual salohiyati, jismoniy va ma'naviy imkoniyatning ortishi uchun xizmat qildi.

Insonning rekreatsioon ehtiyoji - sotsial-iqtisodiy kategoriya bo'lib, ishlab chiqarish kuchlari xarakteri va ishlab chiqarish munosabatlari ta'sirida o'zgarib turadi.

Ishlab chiqarishning o'sishi davomida rekreatsioon vaqt zarurat birligi sifatida maydonga chiqadi.

Fan texnika inqilobi sharoitida jismoniy mehnatning qisqarishi hisobiga kishilarda intellektual va ruhiy emotsional hissiyotning ortishi yuz beradi. Bu rekreatsiya xususiyati o'zgarishga olib keladi.

Rekreatsioon faoliyat esa turizm, jismoniy tarbiya, sport, badiiy va texnik ijodkorlik kabi mashg'ulot turlarini o'z ichiga oladi. Bu faoliyat turlarining ijtimoiy

natijadorligi shaxsning garmonik rivojlanishi barobarida sotsial va fiziologik harakat me'yorini tartibga solib turadi. Rekreatsioon faoliyatning ba'zi turlari mehnat jarayoni bilan bog'liq va amaliy ahamiyat kasb etadi. Rekreatsioon faoliyat davlat va nodavlat muassasalari tomonidan amalga oshirilib, uni amalga oshiruvchi muassasa, klublarni yagona maqsad doirasida jamlaydi va jamiyat taraqqiyotida muhim o'rin tutadi.

Rekrealogiyaning asosiy tushunchalari va vazifalari

Jamiyatning rekreatsioon ehtiyoji — sotsial-madaniy va sotsial-mehnat qobiliyatlarining qayta tiklanishining oddiy va keng turidir. Dam oluvchilarning rekreatsioon faoliyati esa — inson ma'naviy, ruhiy, jismoniy, intellektual quvvatining ortishi, ruhiyat tetikligini ta'minlashdagi ehtiyojning ta'minlanishidagi faoliyat yo'nalishidan iborat.

Rekreatsioon tizim (RT) - dam oluvchilar guruhi, tabiiy va madaniy majmualar, texnik tizim, xizmat ko'rsatuvchilar, boshqaruv organlari kabi rekreatsioon ehtiyojlarni ta'minlash guruhlarini o'z ichiga olgan ijtimoiy — demoeologik tizim hisoblanadi. Dam olishni tashkil qiluvchilarning turistik faoliyati esa — aholining dam olishi uchun optimal shart-sharoitlarni yaratishdagi rekreatsioon tizimlarini shakllantirish va rivojlantirishdagi faoliyatlarni o'z ichiga oladi. Rekrealogik tadqiqotlarning barchasida inson tirik kuchining tiklanishi jarayoni va uni o'rganish bosh vazifa sifatida qaraladi.

Birinchidan, jamiyat va kishilarning ko'plab ijtimoiy ma'naviy ehtiyojlari mavjud bo'lib, ular ham o'z navbatida bir qancha guruhlariga bo'linadi va bu guruhlar bo'sh vaqtni ko'ngilli o'tkazish sharoitlarini belgilash, jonli quvvatni tiklashdagi kishi ehtiyoji bilan bog'liq.

Ikkinchidan, kishining dam olishi va bo'sh vaqtlarini ko'ngilli o'tkazishdagi bu kabi ehtiyojlar kundalik mehnat faoliyatidan jamoatchilik faoliyatiga jalb etish uchun maxsus sharoitlar yaratadi va rekreatsioon faoliyatni uyg'otadi.

Uchinchidan, rekreatsioon faoliyatning rivojlanishi natijasida tabiiy ob'ektlarni muhofaza etish, e'zozlash, madaniyat majmualarini tabiat bilan uyg'unlashtirish tizimini yaratishda shaxs ishtirokini ta'minlaydi va o'z navbatida rekreatsioon ehtiyojni qanoatlantirishda jamoatchilik faoliyatini rivojlantiradi.

To'rtinchidan, barqaror rekreatsion tizimni yaratishda quyidagi omillar, ya'ni ehtiyoj, faoliyat yo'nalishi, tizimning yaratilish zaruriyati va uning elementlari, sistemani tashkil etuvchi ichki va tashqi aloqalar kabi muhim o'rin tutadi.

Beshinchidan, rekreatsion tizim faoliyat vazifalaridan kelib chiqib belgilanadi.

Oltinchidan, o'z tavsifiga ko'ra, rekreatsion tizim sotsiologik, demografik, ekologik, makon va dinamik tizimlarning ham tarkibiy qismidir.

SHunday qilib, rekreatsion tizim rekreologiyaning asosiy tadqiqot ob'ekti hisoblanadi.

Rekreatsiya turizmining muhim asosini tashkil etib, insonning jismoniy, psixologik intellektual kuchi va quvvatini katta ishlab chiqarish jarayonidir. Rekreatsiya va rekreatsion faoliyat bilan bog'liq tadqiqotlar zamonaviy fan tizimining yangi, ya'ni yosh yo'nalishlardan biri.

1963-1975 yillarda hozirgi Rossiya Fanlar Akademiyasi geografiya instituti mutaxassislar jamoasi (V.S.Preobrajenskiy, Yu.A.Vedenin, I.V.Zorin, V.N.Lexonov, L.I. Muxina, L.S.Filippovich va boshqalar) tomonidan "Rekreatsion geografiyaning nazariy asoslari" nomli monografiya tayyorlandi va bu monografiya keyingi shu kabi tadqiqotlar uchun asos sifatida xizmat qildi.

1992 yilda esa Rossiya xalqaro turizm akademiyasida V.S.Preobrajenskiy, Yu.A.Vedenin, I.V.Zorin, V.A.Kvartolnov, V.M.Krivosheev, L.S.Filippovichlar muallifligida "Rekealogiya va rekreatsion geografiya nazariyasi" nomli yangi monografiya chop etildi. Unda ko'p yillik tadqiqotlar umumlashtirilgan va rekrealogiya qanday rivojlanishi lozimligi to'g'risida; rekreatsion tizim, rekreatsion ehtiyoj bosh omil sifatida, rekreatsion faoliyat tizimini tashkil etuvchi omil sifatida, rekreatsion tizim modeli haqidagi kontsepsiya yoki dasturi amal vazifasini o'taydi.

Rekrealogiya – landshaft va uning xususiyatlarini bosh omil hisoblovchi birinchi fanlardan biri sifatida maydonga chiqdi. Uzoq tarixiy davrlar davomida qora metall, neft qazib chiqarish, qayta ishlash va hatto qishloq xo'jaligiga faqatgina ehtiyoj mahsulotlari yetkazib beruvchi ishlab chiqarish tarmog'i sifatida qoralar edi. Biroq, XX asming ikkinchi yarmiga kelib, turizmining rivojlanishi tabiatdan to'g'ri foydalanishning

madaniy qarashlarning ommaviy tus olishiga sabab bo'ldi. Bu davrga kelib, fan-texnika tsivilizatsiyasining rivojlanishi natijasida har bir joy landshafti betakror va o'ziga xos ekanligini insoniyat anglab yetdi.

A.A.Mints va V.S.Preobrajenskiylar fikriga ko'ra, hududiy tizimlarni tahlil qilish natijasida shunday xulosa qilinadiki, landshaftning mahalliy xususiyatlarini saqlab qolishda uning o'zgargan holatidan ko'ra, unga nisbatan munosabat o'zgarishini muhim deb hisoblaydi. Haqiqatda ham, insoniyatning landshaftlarga munosabati rekreatsion tizimning shakllanishida muhim o'rin tutadi. Masalan, kurort, dam olish, davolanish kabi rekreatsion faoliyatlar muhim spetsifik talablarga, ya'ni tabiat majmualari hisobiga tayanadi.

Xulosa qilib aytganda, landshaft faoliyati tamoyili ekologik-turistik tizim milliy bog'lar va turistik marshrutlarni loyihalashtirishda juda muhimdir.

Rekrealogiya va rekreatsion faoliyatning diqqatga molik jihati shundaki rekrealogiya ob'ekti inson bo'lsa, uning tadqiqot predmeti esa shaxs hayotining ma'naviy, jismoniy, ijtimoiy qismi bo'lish bo'sh vaqt faoliyatidir.

Rekreatsion ehtiyoj yuqorida ta'kidlaganimizdek, aholining ma'lum qismi (dam oluvchilar) ning jismoniy, ma'naviy, ruhiy quvvatini tiklash ehtiyoji. Bu ehtiyoj faqatgina jismoniy, ruhiy, intellektual dam olishi to'g'ri tashkil etilgan faoliyat orqali amalga oshirilishi mumkin.

"Rekreatsion faoliyat" bir guruh aholi yoki inson faoliyati bilan bog'liq tarixiy tushuncha va "rekreatsion mashg'ulot" va "mashg'ulot tsikli" tushunchalari bilan ham bog'liq. Rekreatsion faoliyat inson faoliyatining barcha turlari bilan bog'liq bo'lishi barobarida o'zining spetsifik qirralariga ham ega. Masalan, Yu.Vedenin rekreatsion faoliyatni umuminsoniy, milliy, shahar va qishloqlarga xos qadriyatlar, madaniyatning etnik guruhlariga xos qirralarini anglashga ko'maklashishini ta'kidlagan.

Rekreatsion faoliyatni tartiblash va bir vaqtning o'zida davriyligicha e'tibor qaratis juda muhim. Chunki faoliyat har doim tabiat ritmi va bosqichi (sutka, fasl yoki mavsum) dam oluvchilarning sotsial-maishiy faoliyati bilan bog'liq. Dam oluvchilar va dam olishni tashkil etuvchilar uchun rekreatsion faoliyatni tashkillashtirishning

xarakterli shakllaridan biri. Rekreatsion faoliyat tsikllari rekreatsion mashg'ulotlarni tiplarga ajratish asosida shakllanadi.

Oddiy rekreatsion mashg'ulot (ORM) –rekreatsion faoliyatning bo'linmas texnologik komponenti bo'lib, molekula atomlari singari bo'linmasdir. Biroq, sotsiologlar hisoblariga ko'ra, ularning yuz mingdan ortiq turlari mavjud. Ular soni yillar davomida ko'payib boradi. SHu bois, ulami ma'lum tiplarining tarkibiy qismi sifatida qoraladi. ORM lar xususiyatlari va vazifa bajarishdan kelib chiqib ma'lumotlar ko'lamini yirikroq guruhlariga aylantirish asosida rekreatsion faoliyat tiplari (RFT) yuzaga keladi. Masalan, turistlar qiziqishi doirasidagi marshrutlarda biror muammo yuzaga kelishi mumkin. (Noqulay ob-havo yoki biror ob'ektning ta'mirlanishi jarayoni). Bunda ular qiziqishi doirasidagi boshqa marshrut taklif etiladi.

O'z navbatida, RFT lar umumlashtirilishi rekreatsion faoliyat tsikllari tashkil qiladi. Rekreatsion faoliyat tsikllari (RFTS) –RFT larning o'zaro bog'liqligi va o'zaro shartliliigi asosida, yetakchi RFT bazasida tarkib topadi. Rekreatsion faoliyatni tsikllarga ajratishda tabiiy fasllar asosan e'tiborga olinadi. Masalan, Boysun bahori festivalini faqatgina bahorda yoki chang'i mavsumini faqat qishda tashkil qilish mumkin.

SHunday qilib, RFTS tizimli tarkibga ega va rekreatsiyaning ham sub'ekti ham ob'ektini ifoda etadi. Rekreatsion faoliyat tsikli yordamida rekreatsion ehtiyojni muvofiqlashtirish va uni amalga oshirishda shart-sharoitlar yaratadi va amalga oshirish texnologiyasini belgilaydi.

Savol va topshiriqlar:

1. Rekreatsion geografiya nimani o'rganadi?
2. Rekreatsion tizim tarkibiga nimalar kiradi?
3. Tabiiy va madaniy majmualarga tavsif bering.
4. Tarixiy qiyoslash va iqtisodiy – matematik usullarga tavsif bering.

2-mavzu. Rekreatsion faoliyatning klassifikatsiyasi

Reja:

1. Rekreatsion faoliyat tushunchasi
2. Rekreatsion faoliyat tarkibi va tasnifi
3. Rekreatsion hududlarning asosiy tiplari

Tayanch tushuncha va iboralar: rekreatsion faoliyat, tasnifi, rekreatsion mashg'ulot, bo'sh vaqt

Rekreatsion faoliyatning tarkibiy xususiyatlari tasnifi

Biz rekreatsion geografiyani insonning bo'sh vaqtini ko'ngilli, mazmunli o'tkazishi va dam olishi haqidagi fan sifatida tasavvur qilamiz. Odatda, insonning bo'sh vaqtini tashkil qilish ish vaqti yoki kundalik belgilangan mashg'ulotini tashkil etishdan ham murakkab jarayon. CHunki, inson ishlashi yoki mehnat qilishi davomida o'ziga tegishli vazifani bajaradi, ya'ni biror lavozim yoki vazifani u aniq tasavvur qiladi. Nimagaki, u yoki bu kasbda mehnat qilish uchun inson uzoq vaqt nimanidir o'rganadi, malaka yoki ko'nikma orttiradi. Bir so'z bilan aytganda, biror kasbga ixtisoslashadi.

Aholining rekreatsion faoliyatini boshqarish yoki tartibga solish uchun soha mutaxassislari xuddi shu ixtisoslashishni ta'minlashlari zarur. Yuqorida ta'kidlaganimizdek, bu jarayon iqtisodiy, tabiiy, madaniy, tibbiy, psixologik omillar bilan bog'liqligicha qolaveradi. Ayniqsa, asrlar davomida orzuga aylangan va nihoyat endigina o'z mustaqilligiga erishgan davlatlarda milliylik (mentalitet) muhim tamoyil sifatida qadrlanadi. SHu bois, chetdan kirib keladigan har qanday uqtiruvlarni to'g'ridan to'g'ri qabul qilib bo'lmaydi.

SHunday ekan, rekreatsion faoliyat ham o'z xususiyatlariga ko'ra, turli mamlakatlarda turlicha bo'lishi mumkin. CHunki, bo'sh vaqtni qanday tashkil qilishi turli mamlakatlarda turlicha kechadi.

Bo'sh vaqtni ikkita asosiy vazifani bajaradi: 1) ishdan ajralmagan holda insonning o'z jismoniy quvvatini tiklashi; 2) insonning ruhiy quvvatining tiklanishi. Insonning ruhiy va jismoniy quvvatining tiklanishi esa, yaxshi ovqatlanish, uyqu, harakat orqali qanoatlantiriladi.

Rekreatsioon faoliyatning turli shakllari mavjud. Ular cho'milish, piyoda yurish, meva terish, yodgorlik yoki ziyoratgohlarga borish, muzey yoki yarmarkalami tomosha qilish va boshqalar. Bu kabi rekreatsioon faoliyat dam oluvchining ixtiyoriga ko'ra amalga oshadi.

Rekreatsioon mashg'ulot turlarini to'rtga bo'lish mumkin:

- a) rekreatsioon mashg'ulotlar yordamida davolanish;
- b) sog'lomlashtiruvchi rekreatsioon mashg'ulotlar;
- v) sport bilan bog'liq rekreatsioon mashg'ulotlar;
- g) dam oluvchi ongi va tafakkurini boyituvchi mashg'ulotlar.

Rekreatsioon mashg'ulotlar yordamida davolanish va sog'lomlashtiruvchi rekreatsioon mashg'ulotlar oromgoh (sanatoriylar)ning kun tartibiga ko'ra, yoki dam oluvchining o'z xohishiga ko'ra, quyosh nurida toblanish, balchiqli vanna qabul qilish, cho'milish, o'yinlar kabi mashg'ulotlar bilan band bo'lish kiradi. Sport bilan bog'liq rekreatsioon mashg'ulotlar insonning jismoniy quvvatini oshirishga mo'ljallangan tadbirlarni jamlagan. Ularga suvda suzish, qoyalarga tirmashib chiqish kabi mashg'ulotlar kiradi. Dam oluvchining ongini va tafakkurini boyituvchi mashg'ulotlarga esa, yuqorida ta'kidlaganimizdek, muzeylar, yodgorliklar, kinoteatrlar, yarmarkalarga borish kabi mashg'ulotlarni o'z ichiga oladi.

Ilmiy adabiyotlarda rekreatsioon faoliyatning turlicha tasniflash (klassifikatsiya) va guruhlashni kuzatish mumkin. Ularning asosida rekreatsioon faoliyatning huquqiy maqomi, davomiyligi, hududiy belgilari, ishtirokchilar soni, ijtimoiy shart-sharoitlari, harakat darajasi kabilar uchraydi.

Rekreatsioon faoliyat vazifa bajarishi va texnologiyasiga ko'ra, davolanish, sog'lomlashtirish va tanishuv kabilarga ajratiladi.

Davolanish va kurort rekreatsiyasi asosan davolanishning tabiiy omillariga ko'ra farq qiladi. Bu faktorlar: iqlim omillari, mineral buloqlar, malhamli balchiqlar kabilardir. Jumladan, O'zbekistonda shu kabi shifobaxsh suvlar keng tarqalgan. Ularning har biri shifobaxshlik xususiyatlariga ko'ra bir-biridan farq qiladi. Masalan, Respublika janubidagi "Omonxona", "Anjir Ota" suvlari shular jumlasidandir. Biroq, bu

maskanlarga kurort darajasida baho berib bo'lmaydi, ya'ni sobiq Ittifoq davrida Kavkaz hududidagi mineral suvlar bo'lishi bilan birga, dengiz va tog'li mintaqalarning yaqinligi, bu hududlarni kurort darajasiga olib chiqqan edi. Ammo, yurtimizdagi SHohimardonsoy, Norin, Xumsan, Xonjiza kabi tog'li mintaqalar o'zining tabiati bilan o'ziga xos ahamiyatga ega.

Rekreatsioon mashg'ulotlar ichida *baliq ovlash* ommaviy tus olganligi bilan ajralib turadi. Albatta, har bir mamlakatda baliq ovlash haqidagi me'yoriy hujjatlar mavjud. Baliq ovlash esa shu qonunchilik doirasida amalga oshiriladi.

Ovchilik – tabiatda dam olish mashg'ulotlari ichida eng qiziqarlisi bo'lib, u maqsadga ko'ra turli ko'rinishga ega. Rekreatsioon mashg'ulot sifatida foto va kino ovchilari nafaqat dam olishi balki, o'z mashg'ulotlari bilan tabiat muhofazasiga hissa qo'shadilar.

Yo'nalishli turizm - turizmning barcha jihatlarini qamrab oladi, ya'ni u ham davolanish, ham sport va sog'lomlashtirish, ham ong va tafakkurni boyituvchi rekreatsioon faoliyat xarakteriga ega bo'lishi mumkin. Yo'nalishli turizm "O'lkashunoslik" turizmi bilan uzviy bog'langan. Turizmning bu yo'nalishi o'lkamiz uchun juda qadimiydir. CHunki, butun dunyo mamlakatlari tan olgan "Buyuk Ipak yo'li" tarix sahnasida o'z mavqeiga ega. Qadimda bu hududda (Respublikamizning hozirgi kundagi hududida) yuzlab karvonsaroylar mavjud bo'lgan IX-X asrlarda SHarq uyg'onishining paydo bo'lishidagi bosh omil ham "Buyuk Ipak yo'li"ning aynan shu mintaqadan o'tganligidir.

Ba'zan, "O'lkashunoslik" bilan shug'ullanuvchi mutaxassislar, tadqiqotchilar, olimlar joyning tabiatini aks ettiruvchi sur'atlar oladi yoki o'quv-ommabop, ilmiy filmlarni suratga tushiradi. Har bir o'lkaning o'ziga xos tabiati doimo xorij sayyohlari yoki rekreantlarining diqqatini o'ziga tortadi. Masalan, kanadaliklar SHimoliy Kanadaga bo'rilarning uvillashini eshitish uchun maxsus borishar ekan.

Alpinizm ham xuddi shunday rekreatsioon sport mashg'ulotidir. Dam olishning bu turida ham yuqorida ta'kidlaganimizdek, xizmat ko'rsatuvchi mutaxassislar va qutqaruvchilar guruhlar talab etiladi.

Tog'chang i turizmi – rekreatsion faoliyat ichida o'ziga xos ahamiyat kasb etadi. Biroq, dam olishning bu turining o'ziga xos g'altisliklari ham mavjud. Jumladan, qor ko'chkisi chang'i halokatli kabi hodisalar dam oluvchilarni cho'chitishi mumkin. Mazkur g'altisliklarni bartaraf etish uchun qutqaruv guruhlari, qor qaliniqligi va ob-havo o'zgarishlari haqida axborot berib turuvchi muassasalarning mavjudligi va ular faoliyatining namunali tashkil etilishi soha rivojiga samarali ta'sir ko'rsatadi. Hozirgi CHimyon chang'i majmua si respublikamizda bu turdagi rekreatsion faoliyatning yagona maskanidir.

Tanishuv rekreatsiyasi – biror joyning tabiati, tarixi, madaniyati, an'analari, turmush tarzi bilan tanishish doimo dunyo xalqlarining diqqatini o'ziga jalb etib kelgan. Mamlakatlarning o'ziga asrga xos yodgorliklari ularning o'sha davr tarixi, madaniyati, ilm-fanning rivojlanganlik darajasi, xo'jaligi, turmush tarzi haqida keng ma'lumotlar beradi.

Joyning tabiati esa har bir mamlakatda o'ziga xos va betakroridir. O'zbekiston Respublikasi hududida hozir 3700 ga yaqin yovoyi o'simlik turi mavjud. Ular orasida o'ta noyob endemik turlari ham bor. Bunday turlarning soni 400 atrofida bo'lib, ular O'zbekiston florasi ning 10-12 foizini tashkil etadi. Shuningdek, sut emizuvchilarning 100 ga yaqin turi, sudralib yuruvchilarning 60 ga yaqin turi, qushlarning 400 dan ortiq turi, baliqlarning 40 dan ortiq turi bor.

Kongress turizmi mutaxassislar va olimlarning xalqaro ilmiy-texnik aloqalarini kengaytirish bilan bog'liq. Rekreatsion faoliyatning bu turi har ikki tomon rekreatsion qabul qiluvchi tomon uchun ham rekreatsion jo'natuvchi davlat uchun ham manfaatlidir. Rekreatsion uchun kundalik bir me'yordagi ish faoliyatidan chalg'ish, yangi bilim va malakalar o'rtirish, safardan so'ng yangi rejalarini tuzish, hamkorlik doirasini kengaytirish imkonini beradi. Shuningdek, bir sohada o'limlarning o'zaro fikr almashinishi bilan birga shu sohaning dunyo miqyosidagi jamoasining shakllanishi imkonini beradi.

Rekreatsion faoliyatni tashkil etish harakat darajasiga ko'ra ham bo'linadi. Bu, doimiy va mavsumiy rekreatsion faoliyat turlaridir. Mavsumiy rekreatsion faoliyat tabiat

Turizm yoki rekreatsion faoliyatning kengayishida havo transporti eng muhim ahamiyatga ega. Qit'alararo passajirlarni tashish hozirgi kunda 1970 yilga nisbatan qariyb 60 marta o'shdi. Hozirgi kunda bir vaqtning o'zida Atlantika okeani ustida yuzlab samolyot parvozda bo'ladi. O'zbekistonga keluvchi xorijlik turistlar asosan havo transporti orqali keladi.

Dunyo miqyosida temir yo'llarning umumiy uzunligi 1,2 mln. km bo'lib, turistlarni mamlakatlari ichida yoki mamlakatlariaro tashishda muhim ahamiyat kasb etadi. Bugungi kunda dunyoning 140 dan ortiq mamlakatida temir yo'llar rivojlangan. O'zbekistonda hozirgi kunda temir yo'llarning umumiy uzunligi 7 ming km dan ortdi. Respublika mustaqilligidan keyingi yillarda, Rossiya Federatsiyasi, Ukraina, Belorussiya bilan hamkorlikni kengaytirish maqsadida Qo'ng'iroq-Deynov temir yo'lli qurildi.

Turistlarni tashishda suv transporti ham zaruriyat yuqori. Biroq, O'zbekistondagi mavjud suv havzalari ochiq dengizlar bilan tutash bo'lmaganligi bois, rekreatsion

faoliyatda ahamiyatga ega emas. Umuman olganda, transport rekreatsion faoliyatni rivojlantirishdagi eng muhim omillardan biridir.

Talabalar bilimini mustahkamlash uchun savol va topshiriqlar:

1. Rekreatsion faoliyat haqida tushuncha.
2. Rekreatsion faoliyat tasnifida maqsadiga ko'ra turlariga misollar.
3. Rekreatsion mashg'ulot, bo'sh vaqt turlari
4. Transport vositalaridan foydalanish xarakteriga

3-mavzu. Rekreatsion geografiyaning rivojlanish omillari. Rekreantlarni hisobga olish metodlari

Reja:

1. Tabiiy geografik omillar.
2. Iqtisodiy geografik omillar.
3. Aholining etnik xususiyatlari.
4. Madaniy-tarixiy obidalar.

Turizm rivojiga ta'sir etuvchi omillar quyidagilardan iborat: tabiiy geografik omillar, iqtisodiy geografik omillar, etnik omillar va madaniy -tarixiy omillar. Ushbu omillarning turizm rivojiga ta'sirini ko'rib o'tamiz.

1.Tabiiy geografik omillar.

Tabiiy geografik omillar eng avvalo joyning geografik o'rni bilan uzviy ravishda bog'liq. Joyning geografik o'rnining qulayligi turizm rivojiga salmoqli tarzda ta'sir etadi. Masalan, Hozirga qadar iqtisodiy rivojlangan Yaponiya va Yangi Zelandiya davlatlari turistlarni o'ziga jalb qilishda, Ushbu davlatlarning boshqa davlatlardan uzoqda joylashganligi nojo'ya salmoq bilan namoyon bo'ladi. Shu bilan bir qatorda Markaziy Yevropa, Vest-Indiya, (Markaziy Amerika), Singapur davlatlarining qulay geografik o'rnida joylashganligi tufayli ularda xalqaro turizm yaxshi rivojlangan.

Har qanday turistik o'lkaning yer usti tuzilishi turistlarni o'ziga jalb qilishda ikki xil ta'sir ko'rsatadi. Agar turistik o'lkaning yer yuzasi murakkab (tog', adir, tekislik va h.k.) tuzilgan bo'lsa, bu joydan avtomobil va boshqa yo'llar o'tkazishda ma'lum qiyinchiliklar tug'diradi. Shu bilan birga murakkab tog' relyefi turistlarni o'ziga jalb qiladi. Tog'li joylar, rekreatsiya resurslarning boyligi bilan ya'ni havosining tozaligi, ultrabinafsha nurlarining ko'pligi, tog'-chang'i sportini rivojlantirish imkoniyatlarining kattaligi bilan ajralib turadi. Shu sababli Yevropadagi Alp, Osiyodagi Himolay, Afrikada Atlas, Amerikada And va

Koldilyera tog'lari turistlarni o'ziga eng ko'p jalb qiluvchi tog'li o'lkalar hisoblanadi.

Turizm rivojida joyning iqlimi juda katta ta'sirini ko'rsatishi sababli, xorijga borib dam oluvchilar o'zlarining ta'til vaqtlarini yaxshi o'tkazish uchun o'zlari uchun qulay yil faslini tanlaydilar.

Iqlim sharoitiga ko'ra har ikala yarim sharda mo'tadil va issiq mintaqalarga turistlarning kelishi boshqa mintaqalarga nisbatan ancha ko'p. Shu bilan birga keyingi yillarda tabiatning betakror (ekzotik) joylarini ko'rish maqsadida sovuq iqlimli mintaqalarga ham turistlarning kelishi ortmoqda. Keyingi yillarda Grenlandiya va Shpitsbergin, Skandinaviyaning shimoli, Olovli yer orollari va boshqa sovuq joylarga aylanmoqda (M.Yefremova, 1998 y). Yer sharining turli qismida iqlimning turlichaligi sababli shimoliy o'lkalarda yashayotgan kishilar janubga intiladi. Angliyaning tumanli «Albedo» o'lkasida yashayotganlar Fransiya, Ispaniya va Italiyaning serquyosh joylariga intiladilar.

Dengiz va okeanlarning qirg'oq yoqalari turizmni rivojlantirish uchun juda qulay hisoblanadi. Bunday joylar sayohat uyushtirish uchun qulay, ya'ni bunday joylarda dengiz bo'yida quyoshga toblanishning qulayligi, dengiz suvi, cho'llanish uchun qulay plyajlarning ko'pligi turistlarni o'ziga jalb qiladi. Shu sababli Fransiya va Italiyaning dengiz bo'yidagi rivyerolari, Bolgariyaning Qora dengiz bo'yi qirg'oq yoqalari, Baom va Bermud orollar va boshqa o'lkalar aholining dam olish va turistlarning kelishi uchun juda qulay hisoblanadi.

Dengiz qirg'oq yoqalarida aholi dam olish joylarining torlik qilishi ko'pgina mamlakatlarda dengiz qirg'oq bo'ylaridagi dam olish joylarini kengaytirishga olib keladi. Jumladan, Fransiya o'zining dengiz bo'yi dam olish zonasini Russilyon hisobiga, Bolgariya Qora dengizi qirg'oq yoqasida kurort mintaqasini 400 kmga kengaytirdi (M.Yevremova, 1998 y).

Daryo va ko'llar muhim turistik boyliklar hisoblanadi. Ular atrof muhitga chiroy beradi, mikroiqlimni yumshatadi, daryo va ko'l yoqalarida baliq ovlash, suv sproti bilan shug'ullanish imkoniyatini beradi. Ko'l yoqalarida dam olish

zonalarini tashkil qilish Shveytsiya, Avstrya, Buyuk Britaniya, Vengriya, Polsha, Rossiya va Qirg'izistonda rivojlangan.

Dam olish zonolari tabiatini o'rmonlar bezab turadi. O'rmonzorlarning dam olish zonasida mavjud bo'lishi, dam oluvchilarga o'ziga xos kayfiyat bag'ishlaydi, dam oluvchilarning tashqi muhitdan qisman bo'lsada zavqlanish imkoniyatini beradi. O'rmonlar odam salomatligiga ijobiy ta'siri juda kattta. Shu sababli turizm industriyasi dam olish maskanini qurishda uning atrofiga daraxtlar ekib, o'rmonzorlar barpo qilishini ham o'z bo'yniga oladi.

Dam olish zonasida turislar mavjud fauna vakillarini ko'rishi va hayvonot bog'larida bo'lishi mumkin. Shu sababli, dam olish zonasi atrofida hayvonot bog'larini tashkil etish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Shu bilan birgalikda ayrim dam oluvchilar mahalliy fauna vakillarini tabiat qo'ynida ko'rishni hohlashadi. Bunday hollarda ularni qo'riqxona yoki zakazniklarga olib borish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Ko'pgina mamlakatlarda dam oluvchilarni mahalliy fauna bilan tanishtirish maqsadida turistlar uchun mahsus ov qilish mintaqasi tashkil qilingan. Bunday ov qilish mintaqalar Afrika, Osiyo, Kanada, Yevropa va Avstraliyada mavjud (M.Yefremova, 1998 y.). Dam olish maskanlarini tashkil qilishdagi muhim geografik resurslardan biri shifobaxsh suvlar, baliqlar hisoblanadi. Bunday joylarda ko'plab dam olish maskanlari quriladi.

Shunday qilib, xalqaro turizmning rivojlanishiga ta'sir etuvchi tabiiy geografik omillarga baho berar ekanmiz, shuni alohida e'tirof etish lozimki, tabiatning barcha komponentlar turizmni rivojlantirish uchun qulay. Shu sababli tabiat komponentlarning har birini xalqaro turizmni rivojlantirish nuqtai nazaridan o'rganish va baho berish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

2. Iqtisodiy geografik omillar

Xalqaro turizm rivojiga iqtisodiy geografik omillarning ta'siri ikki shaklida ko'zga tashlanadi, ya'ni u yoki bu rayonga turistlar oqimining ko'plab kelishiga ta'sir etuvchi obyekt sifatida, hamda turizm rivoji uchun asosiy vosita sifatida.

Birinchi holda biror bir mamlakat iqtisodiyoti xalq xo'jaligi tarmoqlari yuksak darajada rivojlangan bo'lib, aholi uchun kerakli bo'lgan xilma-xil tovarlar ishlab chiqarish, hamda bu tovarlarga odamlarning qiziqishining yuqori bo'lishi;

Ikkinchi holda turistik kompaniyalar tomonidan turli darajada rivojlangan texnologiyalarni turistlarga ko'rsatish uchun olib borilsa. Masalan, Yaponiyada turistlarni radio va fototovarlar ishlab chiqaradigan korxonalarga olib borishadi. Chexiyada turistlarni shisha ishlab chiqarish korxonalariga, Bolgariyada gullar vodiysiga olib boradilar. Chunki bunday joylarni ko'rsatish turistlarning yanada ko'plab kelishiga go'zal go'shalar tomon oqishiga sabab bo'ladi.

Aholining etnik xususiyatlari. Xalqaro turizm rivojiga aholining etnik xususiyatlarining ta'siri kattadir. Sayyoramizda yashayotgan turli xil millat va ellatlar bir-birlaridan irqi, dini, tili, madaniyati, urf-odatlar, milliy an'analar bilan farq qiladilar. Xalqlar o'rtasidagi bunday an'analarni ko'rishga har qanday odam qiziqadi.

Turli millat va elatlar orasida bo'lish ularni bir-biriga yaqinlashtiradi, xalqlarning bir-biriga harmati ortadi, ularga hurmat va ehtirom bilan qarash imkoniyati vujudga keladi. Xalqaro turizm xalqlar milliy madaniyatining saqlanib qolishiga, ularning yanada taraqqiy etishiga yordam beradi. Madaniy-tarixiy obidalar.

Madaniy tarixiy obidalar etnik omillar bilan uzviy ravishda bog'liq. Arxitektura-me'moriy yodgorliklari, muzeylar, rasmlar galereyasi, milliy hunarmandchilik turli tarixiy voqealarni o'zida mujassamlashtirgan haykallar, turistlarni o'ziga so'zsiz jalb qiladi. Chunki chet el turistlari o'zlari borgan joyda eng avvalo, tarixiy va me'moriy obidalarini ko'rishga harakat qilishadi. Jumladan, Angliyaga borgan sayyohlarning 2 mlndan ortig'i bu yerda buyuk kishilarning ko'milgan joylarini ziyorat qilishga intilishadi. O'zbekistonda turistik resurslarning 70 foizini arxitektura me'moriy yodgorliklari tashkil qiladi.

Xorijiy turistlarni mahalliy hamda antiqa ishlangan suvenirlar ham qiziqtiradi. Shu sababli mahalliy suvenirlarni ishlab chiqarishni to'g'ri tashkil

qilish turizmdan keladigan foydaning ortishiga olib keladi.

Savol va topshiriqlar

1. Turizm rivojiga ta'sir etuvchi tabiiy geografik omillarning roliga baho bering.
2. Turizm rivojiga ta'sir etuvchi iqtisodiy geografik omillarning roliga baho bering.
3. Turizm rivojiga etnik omillarning ta'siri qanday?
4. Turizm rivojiga madaniy-tarixiy omillarning roliga baho bering. (O'zbekiston misolida).

4-mavzu. Rekreatsiyani rivojlanishida turistik tashkilotlarning ahamiyati

Reja

1. Rekreatsiya haqida umumiy tushuncha.
2. Rekreatsiyani rivojlanishida turistik tashkilotlarning ahamiyati.
3. Jahon turistik tashkilotlari.
4. O'zbekistonda turistik tashkilotlarning ahamiyati.

Rekreatsiya - (lot. recreatio "tiklanish") - sog'lom, ammo charchagan odamning normal sog'lig'i va ish faoliyatini tiklash uchun amalga oshiriladigan rekreatsion tadbirlar majmui. Konsepsiya dam olishning barcha turlarini qamrab oladi - sanatoriy -kurortda davolanish, turizm, havaskorlar sporti, ko'ngilochar baliq ovlash va boshqalar. Uydan tashqarida: tabiatda, turistik sayohatda va hokazolarda dam olish orqali hissiy- psixologik kuch, salomatlik va mehnat qobiliyatini tiklash. damolish uchun sanatoriylar, dispanserlar, pansionatlar va boshqalar hisoblanadi. Ushbu kontsepsiya 1960 - yillarda fiziologik, tibbiy, ijtimoiy-iqtisodiy adabiyotlarda ishchilarning kuchi va sog'lig'ini tiklash muammolariga bag'ishlangan.

Turizm (fransuzcha: *tour* – sayr, sayohat) xuddiki rekreatsiya bog'liq holda rivojlanadigan faoliyat turi. Turizm tushunchasi – jismoniy shaxslarning yashash joyidan sog'lomlashtirish, kasbiy-amaliy va boshqa maqsadda qilingan joyda (mamlakatda)gi haq to'lanadigan tarmoq bilan shug'ullanmay 1 yil muddat jo'nab ketishi (sayohat qilishi) tushuniladi. Turizmning rivojlanish tarixi XIX asr boshlariga to'g'ri keladi. Dastavval, Angliyadan Fransiya (1813 – 1815yy) uyushgan sayyohlik tuzilgan. Turizmning asoschisi bo'lgan ingliz ruhoniysi **Tomas Kuk** tomonidan 1843-yil *1-temiryo'l sayyohligi* tashkil qilingan. U bu kashfiyotidan so'ng o'ziga xususiy turistik tashkilot tuzib, 1866-yilda ushbu guruh AQSHga jo'natildi. Sharq olimlaridan bo'lmish arab sayyohi **Ibn Battuta** 21 yoshida Sharq va Shimoliy Afrika bo'ylab sayohatini piyoda amalga oshirdi. Amir Temur va Temuriylar davrida Mavarounnahrda dastlabki sayohatchilar

faoliyati shakllangan. Amir Temur fransuz va ingliz qirollari Karl IV va Genrix VI bilan elchilik aloqalarini olib borgan. U 1403-yilda parijsa elchi yuborgan. "*Buyuk Temurning hayoti va faoliyati*" nomli kitob muallifi ispan sayyohi **Klavixo** asarida ijtimoiy hayot va sayohatchilarning Mavarounnahr tomon harakatlanayotgani aytilgan.

Turizm tashkilotlari va turizm tashkil etilishida turizm marshrutlari tuziladi. Turizmning juda ko'p turlari va shakllari mavjud (ichki, xalqaro, havaskorlik turizmi, uyushgan turizm, uzoqqa sayohat, yaqin joyga sayohat, bilim saviyasini kengaytirish maqsadidagi turizm, toqqa chiqish, suv turizmi, avtoturizm, piyoda yuriladigan turizm, sport turizmi va boshqalar).

Turizm va rekreatsiyani rivojlanishiga barcha mamlakatlar, davlatlar va xalqlar birdek manfaatdor. Bunday manfaatdorlik turistik va rekreatsion xizmatlarni xorijlik turistlarga ko'rsatish evaziga *YalMning* ko'payishida, valyuta tizimini ta'minlashda, ushbu faoliyat natijasida byujedga soliq tushumini oshirishda namoyon bo'ladi.

Demak, xalqaro turizm va rekreatsiyaning rivojlanishiga moddiy va ma'naviy asoslar bor. Bu esa uni tashkil qilishga taqozo etadi. Shu jumladan, ularni tashkillashtiradigan tashkilotlarning faoliyat ko'rsatishi boshlanadi. Bu tashkilotlar jaxon miqyosida turli mazmun va shaklga ega bo'lib soni jihatdan ham, mulkiy mansubligi jihatdan ham turlichadir. Ularni to'g'ri tushunish va o'rganish uchun ilmiy asoslangan tasniflarni ko'rib chiqish maqsadga muvofiq.

Hozirgi kundagi tizimga oid adabiyotlarda **turistik va rekreatsion tashkilotlarni** ularni milliy va hududiy belgisi bo'yicha yirik 3 ta guruhga bo'ladilar. Bular:

- Xalqaro;
- Hududiy;
- Milliy.

XTT – dunyo miqyosida faoliyat ko'rsatadi va shu doirada hisob – kitob olib boradi. Xalqaro me'yoriy – huquqiy hujjatlar ishlab chiqaradi va shunga amal qiladi.

HTT – Hududiy turistik tashkilotlar. Bu tashkilot yer kurrasining ma'lum bir hududlarida faoliyat ko'rsatadi va ularning huquqiy va faoliyat doirasida shu hududda amal qiladi. Bularga Markaziy Osiyo davlatlarini qamrab olgan hudud. Yevropa Ittifoqiga kiruvchi tashkilotlarning hududiy birlashmalari kabilarni misol keltirish mumkin.

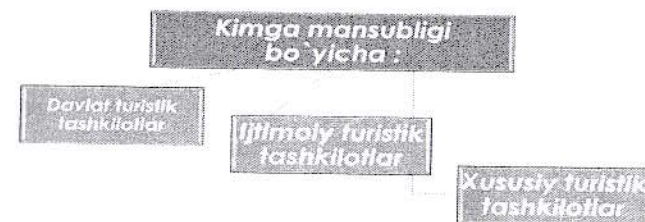
MTT – Milliy turistik tashkilotlar. Bu tashkilot – ma'lum bir davlatga mansub bo'lib, u o'z faoliyatini shu davlat, mamlakat miqyosida olib boradi. Bularga O'zbekistonda "*O'zbekturizm*" Milliy kompaniyasini misol keltirish mumkin.

Umumiy xarakterdagi mintaqaviy xalqaro turizm tashkilotlariga quyidagilar kiradi:

- Yevropa turizm komissiyasi (CET);
- Yevropa turizm guruhi (ETG);
- Yevropa Ittifoqidagi AITga a'zo tashkilotlar byurosi (AIT-EU);
- Yevropa turistik almashinuvlarini rivojlantirish va muvofiqlashtirish assotsiatsiyasi (ADCETE);
- Osiyo va Tinch okeani turizm assotsiatsiyasi (PATA);
- Sharqiy Osiyo turizm assotsiatsiyasi (EATA);
- ASEANga a'zo mamlakatlar turizm uyushmalari federatsiyasi (FATA);
- Amerika Sayohat Industriyasi Assotsiatsiyasi (TIAA);
- Lotin Amerikasi turistik tashkilotlar konfederatsiyasi (COT AL);
- Karib dengizi turizm tashkiloti (CTO);
- Arab turizm ittifoqi (UAT);
- Pan Afrika turizm tashkiloti (PATO);
- Afrika sayohat uyushmasi (ATA) va boshqalar.

Umumiy xarakterdagi mintaqaviy xalqaro turizm tashkilotlarining maqsad va vazifalari quyidagilardan iborat: o'z mintaqasi turizm sanoati manfaatlarini xalqaro miqyosda ifodalash va himoya qilish; turizmni rivojlantirish tendentsiyalari va yo'llarini aniqlash; kirish turizmini rivojlantirish; turizm industriyasining barcha tarmoqlari va kompaniyalari sa'y-harakatlarini birlashtirish va muvofiqlashtirishga ko'maklashuvchi marketing faoliyati.

Turistik tashkilotlar iqtisodiy asosi, ma'muriy – boshqaruv holati bo'yicha ham turli bo'lishi mumkin. Bu jihatdan ular kimga mansubligi bo'yicha tasniflanadi.



Turistik tashkilotlar turistlarga xizmat ko'rsatish jarayonida va bir vaqtning o'zida turli faoliyat bilan ham shug'ullanadilar. Bu turistlarni qabul qilish uchun loyihalarini ishlab chiqishdan tortib, to ularni kutib olib, xizmat qilib, kuzatib qo'yishgacha va ushbu faoliyatni xisob kitobini amalga oshirishgacha bo'lgan jarayonni o'z ichiga oladi.

Shu tufayli turistik tashkilotlar quyidagilarga bo'linadi:

Bularga quyidagilar kiradi:

- Tartibga soluvchi;
- Nashr qiluvchi;
- O'rgatuvchi;
- Iste'mol qiluvchi;
- Savdo qiluvchi;

Ishlab chiqaruvchi;

Maslahat beruvchi ;

Kasaba uyushmalarga loyihalashtiruvchi;

Bozor agentligi;

- **Tartibga soluvchi turistik tashkilotlar** – turizmni rivojlantirish, uning faoliyatini ma'lum me'yorlar asosida boshqarish kabi me'yoriy – huquqiy hujjatlarini ishlab chiqadi va ularning bajarilishini nazorat qiladi.

- **Loyihalashtiruvchi turistik tashkilotlar** – ham turizm infratuzilmasining tarkibiy qismi bo'lib, turistik obyektlarning joylanishi va ular bo'yicha turistlarning harakatini loyihalash bilan shug'ullanadilar.

- **Yetkazib beruvchi tashkilotlar** – turistik maxsulotlarni yetkazib berish bilan shug'ullanadilar. Ular ham turizmning ajralmas bir qismidir.

- **Bozor agentligi** – har qanday bozorda bo'lgani kabi, asosan turizm bozorining juda ko'p jihatlar, xususan marketing faoliyati, bozor konyukturasi kabi qirralarini o'rganadilar.

- **O'rgatuvchilar** – bu soha bilan shug'ullanish istagida bo'lgan, ushbu sohaning sir-sinoatini turizm biznesidan ham bexabar bo'lgan kishilarni ham o'rgatadilar. O'rganuvchi ma'lum nazariy malaka va amaliy ko'nikmaga ega bo'lgach ularga imtihon natijasi bo'yicha shu soha mutaxassisligini tasdiqlovchi guvohnoma (sertifikat) beriladi.

- **Nashr qiluvchi** – turizm sohasi ham mukammal boshqarilishni, turli axborotlarni tarqatishni, turistik obyektlar va ularning tavsifini berish kabi ishlarni amalga oshiradi. Bu shu sohasiz amalga oshirilmaydi. Ko'rinib turibdiki turizm infratuzilmasi tarkibidan munisib joy olgani.

- **Maslahat beruvchi turistik tashkilotlar** – Mazkur yunalish bilan shug'ullanmoqchi bo'gan yuridik va jismoniy shahslarga pullik maslahatlarni berish bilan shug'ullanadi

- **Iste'mol qiluvchi** – turizm maxsulotlari, xizmat, pirovardida iste'mol uchun ishlab chiqariladi. Turistik maxsulotlarning iste'molchisi turistlarning

o'zlaridir. Lekin shu iste'molni amalga oshirish uchun iste'molchi tashkilotlar faoliyat ko'rsatadi.

Turistik faoliyat sohasining yana bir asosiy qismini **transport sohasi** tashkil qiladi. Transport sohasi ham bir qancha turlarga, xususan, havo, temiryo'l, avtomobil, suv va boshqa harakatlantiruvchilarga (ot-ulov) ga bo'linadi.

Turistik tashkilotlar turizmni rivojlantirishga qaratilgan muxim omillardir. Ularning takomillashib borishi shu sohaning yanada ravnaq topishi uchun asos bo'ladi.

Hozirgi vaqtda dunyoda turizm muammolari bilan shug'ullanuvchi 70 ga yaqin xalqaro tashkilotlar mavjud. Jahon sayyohlik tashkiloti (JST) hukumatlararo tashkilot bo'lib, hozirgi vaqtda 105 dan ortiq to'liq a'zolar, bir nechta assotsiatsiyalangan a'zolar va 150 dan ortiq filial a'zolari (sayohat kompaniyalari, aviakompaniyalar, xalqaro tashkilotlar va boshqalar) o'z ichiga oladi. JST tarixi 1925 yilda Millatlar Ligasi faoliyati doirasida boshlangan bo'lib, u birinchi bo'lib "turist" tushunchasiga rasmiy ta'rif berishga harakat qilgan. Iqtisodiy va. Tashabbusi bilan Birlashgan Millatlar Tashkilotining Ijtimoiy Kengashi (EKOSOS) 1975-yil 2 yanvarda JST BMTning ixtisoslashgan organi rasmiy maqomini va uning nomini oldi.

Faoliyatining ko'lamini, ko'lamini va yo'nalishiga qarab, xalqaro turizm tashkilotlari quyidagi asosiy guruhlariga bo'linadi:

- dunyoning umumiy xarakteri;
- global tarmoq xarakteri;
- mintaqaviy umumiy xarakteri;
- hududiy tarmoq xarakteri;
- ixtisoslashgan;
- maxsus.

Xalqaro turizm tashkilotlarining missiyasi, maqsad va vazifalari ularning ustavi va boshqa dasturiy hujjatlarida belgilab berilgan. Umumiy xarakterdagi xalqaro turizm tashkilotlari quyidagilarni o'z ichiga oladi:

Jahon sayyohlik tashkiloti (JTT);

Butunjahon sayohat va turizm kengashi (BTTC);

Jahon turizmi xalqaro assotsiatsiyasi (MT);

Xalqaro turizm ittifoqi (TUI);

Xalqaro turizm alyansi (AIT);

Butunjahon hordiq va hordiq chiqarish uyushmasi (WLRA) va boshqalar.

O'zbekistonda turistik tashkilotlarning ahamiyati

O'zbekiston kengaytirilgan imkoniyatlarga ega mamlakatdir turizm sanoat. Uning ko'pi Markaziy Osiyo shaharlar asosiy savdo nuqtalari bo'lgan Ipak yo'li, bog'lash Sharqiy va G'arb tsivilizatsiyalari. Bugungi kunda O'zbekiston muzeylarida ikki milliondan ortiq eksponatlar saqlanmoqda, bu mintaqada yashagan Markaziy Osiyo xalqlarining noyob tarixiy, madaniy va ma'naviy hayotidan dalolat beradi. O'zbekiston o'z tarixiy, arxeologik, me'moriy va tabiiy boyliklari bilan sayyohlarni o'ziga jalb qiladi

So'nggi bir necha yil ichida mintaqadagi sayyohlik salohiyati ba'zi yangi ob'ektlar va diqqatga sazovor joylar bilan yaxshilandi. Ulardan biri - shaharchadagi Savitskiy muzeyi Nukus, bu erda avangardizm asarlari to'plami joylashgan. Muzeyda mintaqaviy kolleksiya ham mavjud. Joylashgan kema qabristoniga bir qator "ekologik sayohatlar" uyushtirilmoqda Mo'ynoq bir vaqtlar qirg'oq chizig'i bo'lgan.

Savol va topshiriqlar

1. Rekreatsiya so'ziga tasnif bering.
2. Turizmning kelib chiqish mohiyatini yozing.
3. Turizm tashkilotlarini tushuntiring (qanday va qay tartibda bo'ladi?).
4. Turistik tashkilotlarning faoliyat turini sanang va ularga qisqacha ra'rif bering.
5. Topshiriq: Milliy turistik tashkilot haqida ma'lumot yozing.

6. Turizm - tizimi o'rganish obyekti sifatida.

Reja :

1. Turizm obyekti deganda nima tushuniladi.
2. Turizm tizimi va tashqi muhitning o'zaro ta'siri.
3. " Turizm hududi " deb nimaga aytiladi.
4. Turizm korxonalarining xizmat ko'rsatish bo'yicha turlari.

Tayanch so'zlar : turizm obyekti , turizm tizimi , turizm hududi , ijtimoiy soha va turizm , siyosat va turizm.

Turizm tizimi deganda turizm tarmog'ida bo'ladigan munosabatlar va hodisalarning to'plami va yaxlitligi tushuniladi . Turizm bu tashqi muhit bilan o'zaro ta'sir qiluvchi turizm tashkilotlari va hududlarini o'z ichiga oluvchi munosabatlar tizimidir.

Avvalambor turizm tizimidagi subyektlar va obyektlarni ajratib olamiz. Turizm subyekti deganda o'ziga xos turizm xizmatlari orqali talabni qondirishni izlayotgan turizm anjumaning ishtirokchisi tushuniladi. Turizm obyekti deganda turizmning safar maqsadiga aylanishi mumkin bo'lgan hamma narsa (vositalar) tushuniladi . Keng ko'lamda ixtisoslashgan hudud o'zining hamma turizm tarkibiy qismi bilan birga bunga misol bo'lishi mumkin. Iqtisodiy , ekologik , texnologik , siyosiy va ijtimoiy tizimlari turizm uchun tashqi muhit bo'ladi. Turizmning ahamiyatli tomoni va o'ziga xosligi uning tashqi muhitga bog'liqligidir. Turizm va zamonaviy menejment usullari va tamoyillaridan foydalanib boshqarilishi mumkin va kerak bo'lgan ochiq tizimdir.

Turizm tizimi va tashqi muhitning o'zaro ta'sirini ko'rib chiqamiz. Iqtisodiyot turizm rivojlanishiga ijobiy ta'sir o'tkazgani kabi , salbiy ta'sir etishi ham mumkin. Ijobiy ta'sirlar:

- real daromadning o'sishi ;
- vaziyatdagi ijobiy konjunktura ;
- valyutaning barqaror holati ;

- daromadlarning yanada tekis maromda taqsimlanishi.

Salbiy ta'sir omillari :

- iqtisoddagi inqirozli holatlar (ishsizlikning o'sishi , maoshlarning qisqartirilishi inflyatsiya) ;
- salbiy konyunktura.

O'z navbatida turizm ham iqtisodiyotga o'z vazifalarini (funksiyalarini) bajarishi orqali ta'sir o'tkazadi :

- ishlab chiqarish ;
- ish bilan ta'minlash (bevosita va bilvosita samara) ;
- daromad keltirish ;
- nomutanosibliklarni bartaraf etish vazifasi ;
- to'lov balansini muvozanatlashtirish vazifasi.

4-5 vazifani batafsil tushuntiramiz.

Nomutanosibliklarni bartaraf etish vazifasi sanoati rivojlanmagan hududlarda iqtisodiy rivojlantirishga yordam berishdan iborat. Odatda turistlarni sanoati rivojlanmagan hududlar , u yerning inson ta'siri ko'rsatmagan , boshlang'ich holati saqlangan landshaftlari qiziqtiradi. Ko'pincha , asosan qishloq xo'jaligi rivojlangan hududlar . Mahalliy aholi uchun turizm muhim qo'shimcha daromad manbaidir.

To'lov balansini muvozanatlashtirish vazifasi. O'zbekistonda turizmning rivojlanishi savdo va to'lov balansining musbat saldosi o'rnatilishiga ijobiy ta'sir etadi. Ekologiya va turizm o'zaro bog'liqdir. Tabiiy muhitni saqlamoq , bu turizmning muhim xom-ashyo manbai ekaniga hech qanday shubha yo'q . Turizm rivojlantirishning salbiy tomonlaridan birini quyidagicha ifoda etish mumkin: turizm yashash makonining buzulishiga sababchi bo'lmoqda, lekin iqtisodiy o'sishning omili bo'lganligi uchun undan voz kecha olmaymiz. Bu muammoning yechimlarini alohida shaxs va davlat darajasida ko'rish mumkin. Alohida shaxs darajasida ko'rsak , har bir turist tabiatni muhofaza qilishi kerakligini anglashi

shart. Davlat darajasida esa yengil turizm rivojlanishi kerak. Yengil turizm atrof-muhit , dam olish va iqtisodiy qayta ishlab chiqish orasida muvozanatni saqlashga intiladi.

Yangicha ekologik fikrlash turizm uchun ma'sul shaxslarga ham yetib borishi kerak. Bu boradagi siyosat atrof- muhit saqlanishiga yordam berishi lozim. Ijtimoiy soha va turizm.

Turistlar tomonidan ma'lum bir hududni o'zlashtirish jarayonida to'rt madaniyat uchrashadi:

- turistlar keng hudud madaniyati dam olish madaniyati (turmush tarzi , turistlarning dam olish vaqtidagi xatti- harakati) ;
- mahalliy aholi madaniyati va xizmat ko'rsatish madaniyati. Turizm hududi rivojlanishida mahalliy aholi o'zga madaniyatni anglashning bir necha bosqichidan o'tadi. Turistlar tashrif buyurayotgan mamlakatning ijtimoiy muhitga ta'siri ijobiy bo'lgani kabi salbiy ham bo'lishi mumkin.

Siyosatning turizm rivojlanishiga ta'siri.

Davlat siyosat orqali turizmning rivojlanishiga ta'sir o'tkazadi. Turizm siyosati bir maqsadga qaratilgan turizm rivojlanishini qo'llab-quvvatlashidir. Turizm siyosatini turizm ittifoqlari va birlashmalari kabi nodavlat tashkilotlari ham olib borishi mumkin. Siyosat olamida turizmga ta'sir o'tkazuvchi bir necha tarkibiy elementlar mavjud : iqtisodiy siyosat , yo'lovchilarni tashish siyosati , ijtimoiy siyosat , madaniyat siyosati va dam olish siyosati.

Iqtisodiy siyosat odatda butun iqtisodiyotning rivojlanishi hamda turizmga xalq xo'jaligining tarmog'i sifatida ta'sir o'tkazadi.

Yo'lovchilarni tashish siyosati. Turizm safar va joylashishdan iborat bo'lgani uchun bu siyosat turizmga to'g'ridan- to'g'ri tarif (yo'l kira jadvali) , yo'llar , aloqalar , transport vositalari orqali ta'sir o'tkazadi.

Ijtimoiy siyosat orqali davlat turizmga ta'sir o'tkazadi (masalan mehnatkashlarning qonuniy dam olishga bo'lgan huquqi) ommaviy turizmni rivojlantiradi, dam olish uylari va sanatoriyalarning qurulishini subsidiyalashtiradi.

Madaniyati siyosati tarixiy obidalari va xalq hunarmandchiligining noyob namunalari saqlashga qaratilgan.

Dam olish siyosati kutubxona muzey, teatr, sport majmualari, cho'milish havzalarini rivojlantirish va qurishga e'tiborni qaratadi. Texnologiyalar ham turizmga sezilarli ta'sir o'tkazadi. Ular 3 sohaga bo'linadi: transport texnikasi, mehmonxona va restoranlarni jihozlash, kommunikatsiya texnikasi. Turistlarga taklif etilgan transportga dengiz, temir yo'l, transport vositalari kiradi. Mehmonxona va restoran texnikasi oxirgi vaqtlarda ancha yaxshilangan. Axborot tizimlari ahamiyatli ravishda turizm bozori axborotlari tarqalishini yaxshiladi va safar qarorini qabul qilishni yengillashtiradi:

- Internet orqali kompyuter yordamida zaxiralash tizimi;
- elektron usulda transport vositalari harakati va tariflar haqidagi axborotga so'rov berish;
- poyezd va samolyot biletlarini avtomatlashtirilgan usulda sotib olish.

Turizm obyekti uch komponentni o'z ichiga oladi: turizm hududi, turizm tashkiloti va turizm korxonasi.

Turizm hududini aniqlashda bir necha yondashuv mavjud, ular quyidagi savollarga beriladigan javoblarga bog'liq: turizm safari uchun tanlangan hududni qanday aniqlash mumkin va turizm maqsadi sifatida qanday o'lchamlarga ega bo'lgan hudud bozor segmentlari tomonidan qabul qilinadi?

BTT (VTO) dam olish maqsadi o'qitish jarayoni yoki sog'lomlashtirishni tashkil qilish uchun zarur bo'lgan keng maxsus qurilmalar va xizmatlarga ega bo'lgan hududga turizm hududi deb ta'rif beradi. Turizm hududi, bu safar maqsadi va turizm mahsuloti.

"Turizm hududi" deb turist- safar maqsadi uchun tanlangan jurg'ofiy hududni tushuniladi. Bunday hududda turist yetib kelishi joylashishi, ovqatlanishi va dam olishini tashkil qilish uchun muhayyo. Turizm hududi dam olish nuqtai nazaridan 4 ta parametrga ega: turar joy, joy, landshaft va ekskursiyalar.

Turizm faoliyat sohasi 4 ta blokdan iborat:

- kommunikatsiya va mahsulotni sotish;
- turistik anjumanlarni o'tkazish.
- turizm inshootlarini foydalanishga topshirishga tayyorlash;
- turizm infratuzilmasini rejalashtirish.

Hududagi turistlarga xizmat ko'rsatish quyidagi tashkilotlar orasida taqsimlanadi taqsimlanadi:

- hokimiyatlar (shahar darajasida),
- mehmonxona majmualari va ovqatlanishni tashkil qiluvchilar vakillari;
- turoperatorlar va vositachilar;
- transport tashkilotlari.

Turizm tashkilotlari turizm siyosatini shakllantiradi, yani ular turizm uchun foydali asos bo'luvchi shu soha chegaraviy shartlarini yaratish va qo'l ostidagi hududlar rivojlanishini rag'batlantirishi kerak. Turizm tashkilotlari xususiy yoki davlat birlashmalari shaklida bo'lishi mumkin. Ular o'z faoliyatlarini uch darajada olib boradilar: milliy (federal) viloyat va shahar (hokimiyat). Turizm tashkilotlarining maxsus shakli reklama markazidir. Davlat turizm tashkilotlari uch darajadagi siyosiy tashkilotdir.

Xususiy turizm tashkilotlari ham o'z faoliyatlarini uch ko'rinishda amalga oshiradi, lekin ular nodavlat tashkilotlari tomonidan tuzilgan va boshqariladi. Ayrim hollarda bu tashkilotlar o'z manfaatlarini yagona ittifoq doirasida birlashtiradi.

Turizm korxonalari birlamchi va ikkilamchi xizmat ko'rsatuvchi korxonaga bo'linadi. Birinchi turga quyidagilar mansub:

- turoperatorlar va vositachilar;
 - maxsus xizmat transport korxonalari;
 - mehmonxona tashkilotlari
- Ikkilamchi turga quyidagilar kiradi:
- ovqatlanish korxonalari;
 - umumiy foydalanish transport vositalari.

Yuqorida qayd etib o'tilgan korxonalardan tashqari birlamchi xizmat ko'rsatish tashkilotlariga sug'urta kompaniyalari , sport anjomlarini ijaraga beruvchi , tur mahsulotlari ishlab chiqaruvchilar va boshqalar mansubdir. Ikki lamchi xizmat ko'rsatish tashkilotlari faqat turistlarga emas , boshqalarga ham xizmat ko'rsatadilar.

Barcha turizm tashkilotlarini boshqaruvchi (boshqariluvchi) tizimga nisbatan sinflarga ajratish mumkin :

- boshqaruv obyektiga ko'ra ;
- boshqaruv subyektiga ko'ra ;
- bog'lovchi yo'nalishiga ko'ra.

Turizm tashkilotlarining rivojlanish belgilari quyidagilar bo'lishi mumkin : funktsiya (vazifa) , joylashish o'rni , sifati , o'lchamlari.

Savol va topshiriqlar

1. Turizm tizimi deganda nima tushuniladi.
2. Turizm tizimi va tashqi muhitning o'zaro ta'sirini nimalarda ko'rish mumkin.
3. Turizm korxonalari qanday turlarga bo'linadi va qaysilar.
4. Turizm faoliyat sohasi nechta blokdan iborat.
5. Turizm tashkilotlarining rivojlanish belgilari qaysilar.

5-mavzu. Turizm - tizimi o'rganish obyekti sifatida

Reja:

1. Turizm obyekti deganda nima tushuniladi.
2. Turizm tizimi va tashqi muhitning o'zaro ta'siri.
3. "Turizm hududi" deb nimaga aytiladi.
4. Turizm korxonalarining xizmat ko'rsatish bo'yicha turlari.

Tayanch so'zlar: turizm obyekti, turizm tizimi, turizm hududi, ijtimoiy soha va turizm, siyosat va turizm.

Turizm tizimi deganda turizm tarmog'ida bo'ladigan munosabatlar va hodisalarning to'plami va yaxlitligi tushuniladi. Turizm bu tashqi muhit bilan o'zaro ta'sir qiluvchi turizm tashkilotlari va hududlarini o'z ichiga oluvchi munosabatlar tizimidir.

Avvalambor turizm tizimidagi subyektlar va obyektlarni ajratib olamiz. Turizm subyekti deganda o'ziga xos turizm xizmatlari orqali talabni qondirishni izlayotgan turizm anjumaning ishtirokchisi tushuniladi. Turizm obyekti deganda turizmning safar maqsadiga aylanishi mumkin bo'lgan hamma narsa (vositalar) tushuniladi . Keng ko'lamda ixtisoslashgan hudud o'zining hamma turizm tarkibiy qismi bilan birga bunga misol bo'lishi mumkin. Iqtisodiy , ekologik , texnologik , siyosiy va ijtimoiy tizimlari turizm uchun tashqi muhit bo'ladi. Turizmning ahamiyatli tomoni va o'ziga xosligi uning tashqi muhitga bog'liqligidir. Turizm va zamonaviy menejment usullari va tamoyillaridan foydalanib boshqarilishi mumkin va kerak bo'lgan ochiq tizimdir.

Turizm tizimi va tashqi muhitning o'zaro ta'sirini ko'rib chiqamiz. Iqtisodiyot turizm rivojlanishiga ijobiy ta'sir o'tkazgani kabi , salbiy ta'sir etishi ham mumkin. Ijobiy ta'sirlar:

- real daromadning o'sishi ;
- vaziyatdagi ijobiy konyunktura ;
- valyutaning barqaror holati ;

- daromadlarning yanada tekis maromda taqsimlanishi.

Salbiy ta'sir omillari :

- iqtisoddagi inqirozli holatlar (ishsizlikning o'sishi , maoshlarning qisqartirilishi inflyatsiya) ;

- salbiy konyunktura.

O'z navbatida turizm ham iqtisodiyotga o'z vazifalarini (funksiyalarini) bajarishi orqali ta'sir o'tkazadi :

- ishlab chiqarish ;

- ish bilan ta'minlash (bevosita va bilvosita samara) ;

- daromad keltirish ;

- nomutanosibliklarni bartaraf etish vazifasi ;

- to'lov balansini muvozanatlashtirish vazifasi.

4-5 vazifani batafsil tushuntiramiz.

Nomutanosibliklarni bartaraf etish vazifasi sanoati rivojlanmagan hududlarda iqtisodiy rivojlantirishga yordam berishdan iborat. Odatda turistlarni sanoati rivojlanmagan hududlar , u yerning inson ta'siri ko'rsatmagan , boshlang'ich holati saqlangan landshaftlari qiziqtiradi. Ko'pincha , asosan qishloq xo'jaligi rivojlangan hududlar . Mahalliy aholi uchun turizm muhim qo'shimcha daromad manbaidir.

To'lov balansini muvozanatlashtirish vazifasi. O'zbekistonda turizmning rivojlanishi savdo va to'lov balansining musbat saldosi o'rnatilishiga ijobiy ta'sir etadi. Ekologiya va turizm o'zaro bog'liqdir. Tabiiy muhitni saqlamoq , bu turizmning muhim xom-ashyo manbai ekaniga hech qanday shubha yo'q . Turizm rivojlantirishning salbiy tomonlaridan birini quyidagicha ifoda etish mumkin: turizm yashash makonining buzulishiga sababchi bo'lmoqda, lekin iqtisodiy o'sishning omili bo'lganligi uchun undan voz kechaolmaymiz. Bu muammoning yechimlarini alohida shaxs va davlat darajasida ko'rish mumkin. Alohida shaxs darajasida ko'rsak , har bir turist tabiatni muhofaza qilishi kerakligini anglashi shart. Davlat darajasida esa yengil turizm rivojlanishi kerak. Yengil turizm atrof-

muhit, dam olish va iqtisodiy qayta ishlab chiqish orasida muvozanatni saqlashga intiladi.

Yangicha ekologik fikrlash turizm uchun ma'sul shaxslarga ham yetib borishi kerak. Bu boradagi siyosat atrof- muhit saqlanishiga yordam berishi lozim.

Ijtimoiy soha va turizm.

Turistlar tomonidan ma'lum bir hududni o'zlashtirish jarayonida to'rt madaniyat uchrashadi:

- turistlar keng hudud madaniyati dam olish madaniyati (turmush tarzi, turistlarning dam olish vaqtidagi xatti- harakati);
- mahalliy aholi madaniyati va xizmat ko'rsatish madaniyati. Turizm hududi rivojlanishida mahalliy aholi o'zga madaniyatni anglashning bir necha bosqichidan o'tadi. Turistlar tashrif buyurayotgan mamlakatning ijtimoiy muhitga ta'siri ijobiy bo'lgani kabi salbiy ham bo'lishi mumkin.

Siyosatning turizm rivojlanishiga ta'siri.

Davlat siyosat orqali turizmning rivojlanishiga ta'sir o'tkazadi. Turizm siyosati bir maqsadga qaratilgan turizm rivojlanishini qo'llab-quvvatlashdir. Turizm siyosatini turizm ittifoqlari va birlashmalari kabi nodavlat tashkilotlari ham olib borishi mumkin. Siyosat olamida turizmga ta'sir o'tkazuvchi bir necha tarkibiy elementlar mavjud : iqtisodiy siyosat, yo'lovchilarni tashish siyosati, ijtimoiy siyosat, madaniyat siyosati va dam olish siyosati.

Iqtisodiy siyosat odatda butun iqtisodiyotning rivojlanishi hamda turizmga xalq xo'jaligining tarmog'i sifatida ta'sir o'tkazadi.

Yo'lovchilarni tashish siyosati. Turizm safar va joylashishdan iborat bo'lgani uchun bu siyosat turizmga to'g'ridan- to'g'ri tarif (yo'l kira jadvali), yo'llar, aloqalar, transport vositalari orqali ta'sir o'tkazadi.

Ijtimoiy siyosat orqali davlat turizmga ta'sir o'tkazadi (masalan mehnatkashlarning qonuniy dam olishga bo'lgan huquqi) ommaviy turizmni rivojlantiradi, dam olish uylari va sanatoriyalarning qurulishini

subsidyalashtiradi. Madaniyat siyosati tarixiy obidalar va xalq hunarmandchiligining noyob namunalarini saqlashga qaratilgan.

Dam olish siyosati kutubxona muzey, teatr, sport majmualari, cho'milish havzalarini rivojlantirish va qurishga e'tiborni qaratadi. Texnologiyalar ham turizmga sezilarli ta'sir o'tkazadi. Ular 3 sohaga bo'linadi : transport texnikasi, mehmonxona va restoranlarni jihozlash, komunikatsiya texnikasi. Turistlarga taklif etilgan transportga dengiz, temir yo'l, transport vositalari kiradi. Mehmonxona va restoran texnikasi oxirgi vaqtlarda ancha yaxshilangan. Axborot tizimlari ahamiyatli ravishda turizm bozori axborotlari tarqalishini yaxshiladi va safar qarorini qabul qilishni yengillashtiradi :

- Internet orqali kompyuter yordamida zaxiralash tizimi ;
- elektron usulda transport vositalari harakati va tariflar haqidagi axborotga so'rov berish ;
- poyezd va samolyot biletlarini avtomatlashtirilgan usulda sotib olish.

Turizm obyekti uch komponentni o'z ichiga oladi : turizm hududi, turizm tashkiloti va turizm korxonasi.

Turizm hududini aniqlashda bir necha yondashuv mavjud, ular quyidagi savollarga beriladigan javoblarga bog'liq : turizm safari uchun tanlangan hududni qanday aniqlash mumkin va turizm maqsadi sifatida qanday o'lchamlarga ega bo'lgan hudud bozor segmentlari tomonidan qabul qilinadi?.

BTT (VTO) dam olish maqsadi o'qitish jarayoni yoki sog'lomlashtirishni tashkil qilish uchun zarur bo'lgan keng maxsus qurilmalar va xizmatlarga ega bo'lgan hududga turizm hududi deb ta'rif beradi. Turizm hududi, bu safar maqsadi va turizm mahsuloti.

" Turizm hududi " deb turist- safar maqsadi uchun tanlangan jurg'ofiy hududni tushuniladi. Bunday hududda turist yetib kelishi joylashishi, ovqatlanishi va dam olishini tashkil qilish uchun muhayyo. Turizm hududi dam olish nuqtai nazaridan 4 ta parametrga ega: turar joy, joy, landshaft va ekskursiyalar.

Turizm faoliyat sohasi 4 ta blokdan iborat :

- kommunikatsiya va mahsulotni sotish ;
- turistik anjumanlarni o'tkazish.
- turizm inshootlarini foydalanishga topshirishga tayyorlash ;
- turizm infratuzilmasini rejalashtirish.

Hududagi turistlarga xizmat ko'rsatish quyidagi tashkilotlar orasida taqsimlanadi taqsimlanadi :

- hokimiyatlar (shahar darajasida) ,
- mehmonxona majmualari va ovqatlanishni tashkil qiluvchilar vakillari ;
- turoperatorlar va vositachilar ;
- transport tashkilotlari .

Turizm tashkilotlari turizm siyosatini shakllantiradi , yani ular turizm uchun foydali asos bo'luvchi shu soha chegaraviy shartlarini yaratish va qo'l ostidagi hududlar rivojlanishini rag'batlantirishi kerak. Turizm tashkilotlari xususiy yoki davlat birlashmalari shaklida bo'lishi mumkin. Ular o'z faoliyatlarini uch darajada olib boradilar : milliy (federal) viloyat va shahar (hokimiyat). Turizm tashkilotlarining maxsus shakli reklama markazidir. Davlat turizm tashkilotlari uch darajadagi siyosiy tashkilotdir.

Xususiy turizm tashkilotlari ham o'z faoliyatlarini uch ko'rinishda amalga oshiradi , lekin ular nodavlat tashkilotlari tomonidan tuzilgan va boshqariladi. Ayrim hollarda bu tashkilotlar o'z manfaatlarini yagona ittifoq doirasida birlashtiradi.

Turizm korxonalari birlamchi va ikkilamchi xizmat ko'rsatuvchi korxonaga bo'linadi. Birinchi turga quyidagilar mansub:

- turoperatorlar va vositachilar ;
 - maxsus xizmat transport korxonalari ;
 - mehmonxona tashkilotlari
- Ikkilamchi turga quyidagilar kiradi :
- ovqatlanish korxonalari ;
 - umumiy foydalanish transport vositalari.

Yuqorida qayd etib o'tilgan korxonalardan tashqari birlamchi xizmat ko'rsatish tashkilotlariga sug'urta kompaniyalari , sport anjomlarini ijaraga beruvchi , tur mahsulotlari ishlab chiqaruvchilar va boshqalar mansubdir. Ikkilamchi xizmat ko'rsatish tashkilotlari faqat turistlarga emas , boshqalarga ham xizmat ko'rsatadilar.

Barcha turizm tashkilotlarini boshqaruvchi (boshqariluvchi) tizimga nisbatan sinflarga ajratish mumkin :

- boshqaruv obyektiga ko'ra ;
- boshqaruv subyektiga ko'ra ;
- bog'lovchi yo'nalishiga ko'ra.

Turizm tashkilotlarining rivojlanish belgilari quyidagilar bo'lishi mumkin : funktsiya (vazifa) , joylashish o'rni , sifati , o'lchamlari.

Savol va topshiriqlar.

1. Turizm tizimi deganda nima tushuniladi.
2. Turizm tizimi va tashqi muhitning o'zaro ta'sirini nimalarda ko'rish mumkin.
3. Turizm korxonalari qanday turlarga bo'linadi va qaysilar.
4. Turizm faoliyat sohasi necha blokdan iborat.
5. Turizm tashkilotlarining rivojlanish belgilari qaysilar.

6-mavzu. Turizm mohiyati. Turizm klassifikatsiyasi

Reja:

1. N. Yefrimov klassifikatsiyasi.
2. Turizmning geografik belgilari bo'yicha tasniflanish va turistik oqimlarning yo'nalishlari.
3. Turizmning maqsadiga ko'ra tasniflanishi va mablag' bilan ta'minlanish manbayi.
4. Turizmning xarakatlanish va joylashish joyi bo'yicha tasniflanishi.
5. Turizm qatnashuvchilar soni va tashkiliy shakli.

1. Turizm tushunchasi

Turizm (fransuzcha: tour – sayr, sayohat) dam olish turlaridan biri bo'lib, **turizm atamasi** – insonlarning doimiy yashash joyidan sog'lomlashtirish, ma'rifiy, kasbiy-amaliy va boshqa maqsadlarda ushuvchilarning, haq to'lanadigan faoliyat bilan shug'ullanmagan holda uzoq vaqtni o'tkazish bilan bog'liq bo'lgan turistik oqimlarning yo'nalishlari. Turizmning tarixi dastlab XIX asr boshlarida vujudga keldi. Angliyadan Fransiyaga amalga oshirilgan sayohat tashkil etilgan (1813-1815y). Turizmning asoschisi bo'lmish ingliz ruhoniysi Tomas Kuk 1843-yilda 1-temir yo'l sayyohligini tashkil qildi. Keyinchalik u o'zining xususiy turistik korxonasini tashkil etdi. 1866-yilda dastlabki sayyohlik guruhlari AQSHga jo'natildi.

Mashhur arab sayyohi Ibn Battuta ilk sayohatini 21 yoshida boshlagan, ko'pgina barcha Sharq va Shimoliy Afrika mamlakatlarini piyoda kezib chiqqan. Mavarounnahrda ilk sayyohlarning safarlari Amir Temur va Temuriylar davrida o'z aksini topgan. Amir Temur fransuz qiroli Karl VI va ingliz qiroli Genrix IV bilan doimiy aloqada bo'lgan. Uning elchisi 1403-yili Parijga kelgan Ispaniyalik Klavixoning "Buyuk Temurning hayoti va faoliyati" kitobida Mavarounnahrda bo'lgan ijtimoiy hayot va sayyohlarning Temur davlatiga qiziqishi aks etgan.

Hozirgi davrda Turizm dunyoning juda ko'p mamlakatlarida ommaviy tus olgan. Odatda, Turizm turizm tashkilotlari orqali turizm marshrutlari bo'yicha

uyushtiriladi. Turizmning juda ko'p turlari va shakllari mavjud (ichki, xalqaro, havaskorlik turizmi, uyushgan turizm, uzoqqa sayohat, yaqin joyga sayohat, bilim saviyasini kengaytirish maqsadidagi turizm, toqqa chiqish, suv turizmi, avtoturizm, piyoda yuriladigan turizm, sport turizmi va boshqalar).

N. Yefrimov (1998 y) fikriga ko'ra turizmni asl mohiyati geografik belgilar (ichki va xalqaro), turistik oqimlarning yo'nalishlari (kelish va ketish), maqsadi (davolanish, dam olish, ish yuzasidan, ilmiy, sport va h.k.), mablag' bilan ta'minlanganligi (ijtimoiy va savdo), xarakatlanishi (piyoda, velosipetda, samolyotda, dengizda), joylashishi (mehmonxona, motelda, pansionatda, kempingda, palatkada), turizm qatnashuvchilar soni (yolg'iz, oilaviy, guruh bilan) va tashkiliy huquqiy asoslari (tashkiliy, ixtiyori) ochib beradi.

Turizm geografik belgilar bo'yicha 2 ga bo'linadi; ichki va tashqi (xalqaro) turizm.

Ichki turizm – bu o'z mamakati hududida qiyinchiliksiz (vizasiz, bojxona to'loqlariz va h.k) istalgan joyga safar qilishi, dam olishi va boshqa turistik faoliyatda mashg'ul bo'lishidir. Ichki turizm bilan xalqaro turizm bir-biri bilan chambarchas rivojlanib boradi. Ammo ichki turizm so'zlashuv, transport (ko'pchilik o'z shaxsiy avtomobillarida sayohat qilishini hisobga olib) va boshqa muammolar oson kechadi. Hozirgi kunda ichki turizm salmog'i – 90 %.

Xalqaro turizm – bu bir davlatdan boshqa davlatga uyushtirilgan sayohatidir. U viza, meditsina tekshiruvi, valyuta almashtirish va boshqa ko'pgina tadbirlarni o'z ichiga oladi. Xalqaro turizm ma'lum maqsadda uyushtirilgan marshrut yo'nalishi asosida guruh yoki yakka tartibda kechishi mumkin. Bunda eng avvalo sayyohlar shu davlatning o'ziga xos bo'lgan tarixiy obida va shaharlari, madaniyati san'ati, urf-odat bilan tanishish hamda boshqa betakror turistik obyektlaridan zavq olishdan iboratdir.

Xalqaro turizm mamlakatning to'lov balansiga ta'sir ko'rsatishga qarab faol va nafaol turlariga bo'linadi. Har bir mamlakat uchun uning fuqoralari boshqa

mamlakatlarga sayohat qilishi nafaol turizm, xorijiy sayyohlarning kelishi esa faol turizm deyiladi.

Sayohat qilishning davomiyligiga qarab xalqaro turizm oz muddatli va uzoq muddatli turlariga ajratiladi. Agar turistik sayohatning davomiyligi 3 kungacha bo'lsa, uni qisqa muddatli turizm, 3 kundan oshsa uzoq muddatli turizm qatoriga kiritadilar.

Turistik oqimlar asosan 2 ta yo'nalishda kechadi; bular kelish va ketish. Ma'lum bir davlat fuqoralarining boshqa davlatlarga sayohat qilishi ketish yo'nalishiga misol bo'la o'lsa, boshqa davlatlardan bizning davlatimizga turistlarning tashrif buyurishi kelish yo'nalishiga misol bola oladi.

Maqsadiga ko'ra turizm quyidagi turlarga bo'linadi

Rekreatsiya turizmi – turistlarning o'z yurti yoki biror bir mamlakatga dam olish uchun borishdir. Ispaniya, Italiya, Fransiya va Avstraliyaga boruvchi turistlar ko'proq dam olish uchun boradilar.

Davolanish turizmi. Ushbu turdagi turizm shaxsiy xarakterga ega bo'lib, ko'p hollarda turistlar o'z sog'ligini tiklash, yani davolanish uchun bir mamlakatdan ikkinchi mamlakatga boradilar. Davolanish turizmi organizmga ta'sir ko'rsatishiga qarab, iqlimiy, dengiz iqlimida davolanish, shifobaxsh balchiqqa, quyosh nurlarida davolanish kabi turlarga bo'linadi.

Ko'rish(Tanishuv) turizmi. Turizmning ushbu turi biror bir mamlakat hududini tomosha qilish uchun tashkil qilinadi. Sayohat qilishdan asosiy maqsad – turistlarning dunyoqarashini kengaytirishdir. Tomosha qilish uchun sayohatga chiqishning muhim turlaridan biri avtomobillarda, avtobuslarda sayohat qilish hisoblanadi.

Tadbirkorlik turizmi. Turizmning ushbu turida turistlar ma'lum bir maqsad yuzasidan bir mamlakatdan ikkinchi mamlakatga boradilar. Ish yuzasidan amalga oshiriladigan turistlar davlat yoki biror bir tashkilot tomonidan safar xarajatlari to'lanadi. Shu sababli ko'pchilik davlatlar o'zlarida ko'proq xalqora yig'ilishlar o'tkazishga harakat qiladilar. Tadbirkorlik turizmida savdo-sotiq ishlarini tashkil

qilish, ilmiy kongres, anjuman, ishlab chiqarish seminarlari, xalqaro ko'rgazmalar, stanoklarning Yangi texnologik linyalarini ishga tushirish, shartnomalarni imzolash ishlari amalga oshiriladi.

Ilmiy turizm. Bir mamlakatdan ikkinchi mamlakatga o'qish, ta'lim olish, malakasini oshirish, anjumanlarda ishtirok etish uchun amalga oshiriladigan tashriflar ilmiy turizm deb ataladi. Turizmning ushbu turi Yevropa davlatlari, AQSH, Yaponiya, Xitoy kabi davlatlarda rivojlangan.

Sport turizmi. Turizmning ushbu turi sportchilarning turli musobaqalarda qatnashishi, ma'lum sport turi bo'yicha tayyorgarlik ko'rish uchun joy mamlakatlarga borishidir.

Shop turizm. Xorijiy mamlakatlardan har xil tovarlar sotib olishi tushuniladi. Jumladan, turistlar Turkiya, Italiya, Portugaliya va Suriyaga poyabzal, trikotaj va boshqa tovarlar sotib olish uchun borsa, Hindistonga to'qimachilik mahsulotlarini sotib olish uchun Gretsiya va Argentinaga mo'yna, po'stin sorib olish uchun borishadi. Turizmning ushbu turi hisobiga Tovar sotuvchi mamlakatlar katta foyda oladilar.

Tasodiflar turizmi. Turizmning ushbu turi yovvoyi hayvonlarni ov qilish, baliq ovlash, qadimgi boyliklarni izlab topishga qaratilgan ishlarni amalga oshiradi. Tasodiflar turizmi quyidagi turlarga bo'linadi.

- a) *Piyoda sarguzasht izlab chiqish*
- b) *Ovga chiqish (ov qilish, baliq ovlash, kapalak tutish)*
- c) *Dengizda yelkanli kemada suzish.*

Turizmning bunday turi ko'p hollarda guruhlar asosida amalga oshiriladi.

Turizmning bu turi uchun maxsus ruxsatnomalar sotib olinadi. Bundan tashqari, turizmning bu kishi hayoti uchun haviili bo'lganligi sababli malakali instruktorlar jalb qiladi. Tasodiflar turizmi juda qimmatga tushadi. Shu sababli uni "elitar" dam olish turiga kiritiladi.

Diniy ziyorat qilishi turizmi. Turizmning ushbu turi aholi o'rtasida keng tarqalgan. Ziyorat qilish turizmi bir nechta turlarga bo'linadi:

- a) muqaddas joylarni ziyorat qilish;
- b) muqaddas joylarni ko'rish, ularning tarixi, madaniyatini o'rganish;
- c) ilmiy safar diniy tadqiqotlar bilan shug'ullanuvchilarning muqaddas joylarga borishi.

Turizmning bu turi uchun eng muhim muammolaridan biri yuqori malakali gidlarni tayyorlash hisoblanadi.

Qo'msash (nostolgik) turizmi. Turizmning ushbu turida sayohatchilar o'zlarining tug'ilib o'sgan joylarini borib ko'radilar. Turizmning bu turi xalqaro turizmga muhim rol o'ynaydi.

Ekoturizm. Atrof-muhitini muhofaza qilishga qaratilgan turizmdir. Ekoturizm turistlarni tabiat quchig'iga olib chiqishdan tashqari, milliy bog'lar, qo'riqxonalar tuzichga bo'lgan muammolarni o'z ichiga oladi. Ekoturizm – tabiatga nisbatan g'amxo'rlik, yumshoq munosabatda bo'lish va muhofaza qilish, tiklashning asosidir.

Ekzotik (antiqa) turizmi keying yillarda tarkib topa boshladi. Jumladan, Gretsiyaning "Manos Treval" turistik firmasi oyiga sayohat qilishni rejalashtirmoqda. Fransiyaning "Ajara" turistik firmasi muziyorar kemada Antarktida va Arktikaga sayohat qilishni rejalashtirmoqda. Ayrim turistlar suv ostiga sayr qilishni yaxshi ko'radilar.

Ijtimoiy rag'banlantirish turizmi. Ushbu turizm davlat tomonidan aholining ma'lum qatlami uchun ijtimoiy yordam sifatida ajratilgan mablag' hisobiga amalga oshiriladi. Turizmning ushbu turi evziga daromadi kam kishilarning dam olishi uchun imkoniyat yaratiladi.

Tashkiliy turizm. Yakka holda yoki guruh holda turistik tashkilotlar tomonidan uyishtiriladi. Bunday turistlar turistik yo'llanmalarga ega bo'ladilar.

Harakatlanishi bo'yicha turistlar asosan piyoda harakatlanishi mumkin, samalyotlarda, kemalarda, velosipedda, avtomobilda va h.k aytib o'tishimiz mumkin. Bunda masalan hududdan ma'lumot turistik obyektlariga joylashgan hududga borish uchun turli xil harakatlanish vositalaridan foydalanishadi. Turistik

obyektlarni aylanish davomida ham shu harakatlanish vositalaridan foydalanishi mumkin. Joylashish joyi bo'yicha turistlar mehmonxonada, motelda, pansionatda, kempingda, palatka singari joylarga joylashishi mumkin. Motel, pansionat va kemping haqida tushuncha.

Motel –Yangi infrastrukturaga ega bo'gan shahar tashqarisida yoki shaharning ichkarisida hamda magistral yul yoqalarida joylashgan bir yoki ikki honali uylar. Kamroq sonli mijozlarga o'rta darajada hizmat kursatish bilan shug'ullanish..

Pansionat – dam olish uyining bir turi yoki kurortda dam oluvchilar mehmonxonasi. Asosan, shahar tashqarisida, xushmanzara joylarga quriladigan bino va inshootlar majmui. Pansionat xonalar 1 kishiga, oilaviy va keksa kishilarga mo'ljallanganligi bilan dam olish uylaridan farqlanadi. Pansionatda yotoq korpusi, oshxona, kinokonsert zali, ma'muriy, xo'jalik va boshqa yordamchi xonalar bo'ladi.

Kemping – avtomashinalarda sayohat qiluvchilar uchun chodirli yoki yengil tipda qurilgan uylari va avtomobillar turadigan joylari (bevosita chodirlar oldida yoki umumiy maydonchada) bor yozgi oromgoh. Kempingda yotoqxona (2-4 kishiga), oshxona, dushxona, yuvinish joyi va boshqalar bo'ladi. Ba'zan Kempingda sport va raqs tushish maydonchalari, kino zali, aloqa bo'limi va do'konlarni o'z ichiga oladi.

Turizmga qatnashuvchilar asosan 3 guruhga bo'linadi

Yolg'iz yani alohida sayohat qiluvchilar. Masalan, ma'lum bir maqsadlarda sayohatga chiqish yoki ilmiy ish yuzasidan va boshqa maqsadlarda alohida sayohat qilishni o'z ichiga olsa.

Oilaviy ya'ni oila azolari bilan ma'lum bir hududga, ma'lum obyektga dam olish maskanlariga bo'rib sayohat qilishni o'z ichiga olsa.

Guruh bilan ma'lum bir konferensiya, sport, tadqiqot ishlari bo'lishi mumkin va shu singari masalalarda sayohat qilishni o'z ichiga oladi.

Tashkiliy shakli bo'yicha 2 ga bo'linadi. Ular:

Tashkiliy va ixtiyoriy.

Tashkiliy o'z navbatida ma'lum bir guruh yoki muassasa tomonidan tashkillashtirilgan turizm shakli bo'lsa.

Ixtiyoriy turizm esa odamning o'z hohishidan kelib chiqqan holda yoki ma'lum bir guruh hohishidan kelib chiqqan holda turizmni amalga oshirish.

Savol va topshiriqlar

1. N.Efrimov klassifikatsiyasi haqida tushuncha bering.
2. Turistik oqimlarning qanaqa yo'nalishlari mavjud?
3. Maqsadiga ko'ra turizmning tasniflari.
4. Turizm qatnashuvchilar soni va tashkiliy shakli turlari.

7-mavzu. Turistik yo'nalishlarning paydo bo'lishi va shakllanishi.

Reja:

1. Siyosiy omillar
2. Iqtisodiy omillar
3. Tabiiy omillar
4. Ilmiy texnik omillar

Turistik yo'nalishlarning vujudga kelishi va shakllantiruvchi faktorlar turli hil bo'lib, ularning asosiylari quyidagilardan iborat. Turizm sohasi uchun birinchi factor bu kadrlarning bilim va tajribaga egaligi hisobga olinadi. Turizm mahsulotining soni va sifati, trekreatsiya resurslariga, ob-xavoga, tarixiy-arxeologik obektlarning sifat ko'rsatkichlariga, milliy qadriyatlarning: milliylikni o'zida aks ettiruvchi turli hil qadiymiy tovarlarning, milliy taomlarning sifatiga transportning turlariga sifatiga hamda miqdoriga qarab yo'nalishlar shakllanadi. Turizm yo'nalishlarning ijtimoiy va iqtisodiy o'sishiga quyidagi gurux omillar ta'sir qiladi

❖ **siyosiy omillar**, davlatlararo munosabatlar, ijtimoiy siyosiy kelishuvlar hamda, tovarlarning hamda turistlarning eksport-importi;

❖ **iqtisodiy omillar**, hududning turistik salohiyati, infratuzulmaning sifat darajasi, erkin iqtisodiy makon, investorlarni jalb qilish;

❖ **tabiiy omillar**, sersuv daryolar, hushmanzara sharsharalar, shifobahsh ko'l va buloqlar, noyob tabiat yodgorliklari, g'orlar;

❖ **ilmiy texnik omillar**, Jahon standartlariga mos keladigan servis xizmatlari, aqilliy texnologiyalar, innovatsion va ilmiy ommabop tajribalar; yangicha yondashuvli marketing va menagement bilimlari, turistlar uchun mahsus tur brashuralarini mavjudligi h.k.z.

Bugungi kunga kelib, hozirgi zamon insonlari turli xil sabablar tufayli sayohat qilayaptilar. Bu to'g'rida bir-biriga o'xshagan takliflar bor. Batafsil bo'lishi uchun bu erda sayohat motivlariga aloqador aniq ta'rif ustida to'xtalib o'tish zarur. Jon A. Tomasning taklifiga asosan 18 ta sayohat yo'nalishlari motivlari bo'lganini

ifoda qilgan. Bular quyidagilardir: Ta'lim va madaniyatga aloqador yo'nalish motivlari;

1. Boshqa jamiyatlarning yashash va ishlash tarzini ko'rish.
2. Ajoyib yerlarni tamosha qilish.
3. Aktual hodisalarni yanada yaxshi tushunish.
4. Madaniyat yoki san'at voqealarida ishtirok yetish, dam olish motivlari.
5. Kundalik hayotdan, monotonlikdan va konunlardan kochish.
6. Xush va o'yin-kulgili vaqt o'tkazish.
7. Yangi aloqalar o'rnatish.
8. Kishining, oilasining negizi kelib chiqqan yerlarni ziyorat qilish.
9. Kishining, oilasining do'stlari joylashgan yerlarni ziyorat qilish.
10. Sog'liq (quyosh, quruq iqlim).
11. Sport faoliyatlari (so'zish, changida uchish, baliq tutish).
12. Iqtisodiy arzon yashash.
13. Sarguzasht (yangi erlar, insonlar, tajriba).
14. Moslashish.
15. O'zini oliyjanob qilib ko'rsatish.
16. Tarixiy yerlarni ziyorat qilish.
17. Ijtimoiy motivlar (dunyoni tanish).

Turizm bo'yicha ispan olimi T.Plog tomonidan ro'yobga chiqarilgan sayohat yo'nalishining paydo bo'lishi motivatsiya bilan bog'liq tadqiqotlar natijasida farqlibir xulosa o'rtaga chiqqan.

T.Plog izlanishlari natijasiga ko'ra sayohat qiladiganlar bo'linmaydigan davomli bir qator shaklda qo'yilsa, uch shakldagi yo'nalishlar qo'lga olinishi mumkin. Ko'p kishilar qatorning o'rtasida qolmoqda. Ikkita uch nuqtada joylashganlari esa Plog tadqiqotining asosiy tamoyilini tashkil qiladi. Bu uch yo'nalishlarning birinchi uchiga "psixotsentrik", boshqa uchiga "allotsentrik" nomi berilgan. Bular "psixotsentrik" uchida joylashgan kishilar siqilgan, tortinchok, sarguzashtni sevmaydigan insonlardir. "allotsentrik" uchida joylashganlari esa

o'zlariga ishongan, sarguzashtni yoqtiradigan kishilardir. Bu ikki guruh xususiyatlariga ko'ra Plog boshqa turist tiplarini va boshqa ziyorat qilinadigan erlarning borligidan bahs etgan. Plogga ko'ra, "allotsentrik" bir tip mustaqil bir tajribaga o'xshay oladigan sayohatni, erishishi qiyin bo'lgan joylarni tanlaydi. Masalan, Afrika, Janubiy Amerika va kimsasiz orol kabi joylarda. O'rta nuqtada qolgan tiplar Gavai, Yevropa kabi tanilgan erlarga sayohat qiladilar. "Psixotsentrik" tipdagi bir turist esa, masalan, "Disneyland" ga paket (raskade) tur bilan kyetishdan mamnun bo'ladi. Bu ikkita uchda joylashgan tiplarning xususiyatlari shu shaklda ajratilishi mumkin.

"Allotsentrik" tiplar: Sarguzashtchi va o'z boshiga tadqiqotdan zavq oladi, kashfiyotdan zavqlanuvchi va yangi hayajonlarni istaydi. Kashfiyotsiz yerlarni borib ko'rishni hohlaydilar. Umuman, qiziqish doirasi katta. Turistik hususiyati bo'lmagan yerlarni sevadilar. O'ynash va ovqatlanish mavzusida, asosan, komfort va qulaylikni yoqtiradilar. Boshqa o'lkani insonlari bilan tanishishdan, madaniyatlari bilan qiziqishdan zavqlanadilar.

"Psixotsentrik" tiplar: Pakettur tanlaydilar. Unchalik faol emaslar. Quyosh, dengiz, qum kabi hammaning birgalikda qatnashadigan faoliyatlaridan zavk oladilar. - Ziyorat qilinadigan joylarga asosan tayyorada emas, balki avtomobil bilan borishni xush ko'rishadi. - Tanilgan bilingan joylarni tanlaydilar restoran, klublarni va oldisotdi markazlarini tanlaydilar. Turizm loyihalarini rivojlantirish bosqichlarning barchasida bo'lmoqdadir. Bu erda eng ma'lum va ahamiyatli muammo quyi tuzilmaning qaysi nisbatida turizm investitsiyasi bilan tug'ridan bog'lanishda bo'lganidir. Biror turistik joy uchun qilingan havo maydonining (aeroportning) kengaytirilishi, yangi bir quruqlik yo'lining qurilishi ayni vaqtda hamma mintaq transportiga va boshqa sektorlarga foydali bo'lmoqtadir. Masalan: turistik muassasalarkompleksi uchun ro'yobga chiqarilgan suv kanallaridan, kompleksning joylashish nuqtasidan shahar, tuman yoki qishloq aholisi ham foydalanadi.

Turistik muassasalar ko'rish uchun qilingan quyi tuzilma investitsiyasi boshqa sektorlarda va qushni tumanlarda ham foydalanilganidan turistikmuassasalar qurilishi sababi bilan ro'yobga chiqqan quyi tuzilma investitsiyasitannarxini faqat u muassasalar bilan bog'liq ko'rish va u muassasalarning tannarxiga qo'shish va tannarx hisoblarini bunga ko'ra yuritish noto'g'ridir. Buning aksincha, turistik muassasalar asosan shahar mehmonxonalari, shaharning mavjud hamma quyi tuzilish imkonlaridan foydalanmoqdalar. Faqat bu foydalanish mavjud bir davlat xizmati investitsiyasidan foydalanish chegarasidan o'tmaydi. Turizm talabining investitsiyaga ta'siri, har qancha investitsiya loyihalarining tayyorlanish bosqichida bozor vazifalarining ichkarisida o'rganilgan bo'lsa ham kupincha ratsional bo'lmagan omillarga bog'liqbo'lgani uchun o'lchanish va baholantirilishi ham qiyindir. Ichki va tashqi turizm talabi faqat daromad kabi iqtisodiy omillarning rol o'ynagani bir soha bo'lmasdan moda, ko'rgazma iste'mol havosi, snobizm, ijtimoiypsixologik omillar kabi bir nechta omil ham turizm talabining ta'sirchisidir. Turizm bozorini yaxshi o'rganish, xavas anketalarini qo'llash, davomli bozor nazorati qilish shartdir. Faqat, turizm sektoridagi loyihalarining hech bir vaqt har qaysi bir sektor loyihasi kabi oddiy bir shaklda buyurilib qo'lga olinmasligini bilish kerakdir. Shu sababli ham sektorlar orasi alternativ investitsiya loyihasi muhokamasini qilish juda qiyindir. Turizm investitsiyasi loyihalarining milliy iqtisodga bo'lgan ta'sirlari yuqori, hosil qilganlari korxona foydaliligi boshqa sektorlarga qaraganda juda kam qanoatlantiruvchi bo'lgani uchun bu loyihalarining baholanishida alternativ loyihalar asosiy o'rinni egallaydi va munosib ko'rilgan va loyihalarining rag'batlantirish tadbirlaridan keraklicha foydalanishlari asos qilib olinadi. Rivojlanayotgan mamlakatlar uchun jismoniy rejalashtirish ishlarining bir butunlik ichida yuritilishida hisoblanmaydigan foydalar bo'lmoqdadir. Turizm investitsiya loyihalarini moliyalashtirish manbalari turizm investitsiya loyihalarida bajarila olishning tekshirilishi uchun, oldin investitsiya loyihasining ruyobga chiqarilishi tahlil qilinadi. Undan keyin, rivojlantirish ishlarining yuzaga

chiqargani natijalar, ma'lum kriteriyalar jihatidan mezonlashtirish tahlili tobe tutiladi. Shunday qilib, investitsiya loyihalarining moliyalashtirilishitugatilgan loyihalarining tadbiri qilish sohasig qo'yilish yoki qo'yilmasligi qaror qilinadi, investitsiya alternativlaridan qaysisining yoki qaysilarining tanlanishida makro va mikro iqtisodiy yo'nalishidan manfaatli bo'lishi aniqlangan bo'ladi. Loyihani moliyalashtirish operatsiyasining ob'ektiv bir ko'z bilan va ma'lum mezonlarga asoslanib yuritilishi, beriladigan qarorning to'g'riligi va manba ta'minlanishida eng samarali sohalarning belgilanishi majburiydir. Shunday ekan loyihani tayyorlagan kishi yoki gurux mavzuga odatlanganligi sababida qilingan xatolarni aynan qabul qilish va yangilash orzusida bo'ladi. Shu sababli, investitsiya loyihalarini moliyalashtiradigan kishi yoki gurux bilan tayyorlangan kishi yoki guruxning farqli bo'lishi mavzusi ustida talabchanlik bilan yoritilishi kerak, har qancha turizm baza yaratish, valyuta kirimini yaratish kabi funksiyalarga sohib bo'lsa ham bu hususiyatlar turizm sohasida qilinadigan har qanday investitsiyaning munosib bo'lish yoki bo'lmasligini qaror bera olish uchun etarlisoliqlar emasdir. Shu sababli turizm investitsiya loyihalarining hosil qiladigani foydalar bilan keltiradigani tannarxlarning qiyoslanish yo'liga ketilishi kerak. Xususan, industriya loyihalarining moliyalashtirilishida qo'llanilgan uslublar, turizm investitsiyasi loyihalarini moliyalashtirish uchun ham joriy qilinadi. Turizm investitsiya loyihalarining moliyalashtirilishi uchun oldin bozor izlanishlari aniqlangan bo'lishi, to'liqlik nisbatlari bila loyihada qo'llaniladigan narxlarining sog'lom va ishonchli soliqlarga tayanib tayanmasligi nazorat qilinishi kerak. Turizm investitsiya loyihalarini, ma'lum bir tovar yoki xizmat ishlab chiqarilishga ajratilishi, ko'zlangan manbalarining iqtisodiy va moliyaviy tomondan avantaj bir ta'minlanish bo'lish bo'lmasligini ko'rsatishi yuzasidan ro'yobga chiqaradi.

Savol va topshiriqlar

1. Turistik yo'nalishlarni tasniflab bering.

2. Turistik yo'nalishlarini rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillar va ularning turlari.
3. Turizmga oid tiplar va shakllari.

8-mavzu. Turistik oqim statistikasi. Turistik daromad va harajatlar statistikasi

Reja:

1. Turistlar oqimi statistikasi.
 2. Turistik daromadlar va harajatlar statistikasi.
 3. Turizmda statistik hisoblar usullari.
 4. Xalqaro turizm statistikasini takomillashtirishga qaratilgan asosiy yo'nalishlar.
- Tayanch iboralar:** turistlar oqimi, daromad, harajat,

TURISTLAR OQIMI STATISTIKASI.

Turistlarni hisobga olish statistikasiga XX asrning birinchi yarimida asos solingan. 1929 yilda Avstriyaga 2 mln. ga yaqin, Shvesariga -1,5 mln., Italiyaga - 1 mln. dan ziyod turist tashrif buyurdi. Yevropa mamlakatlarida erkin turistik harakatning sayohat statistikasi yuritila boshlaydi. Ammo ular hali mustaqil ahamiyatga ega bo'lmagan ma'lumotlarni yig'ish va qayta ishlash milliy xavfsizlik manfaatlaridan kelib chiqib, soliq to'lash qonunchiligi va migratsiya ustidan nazorat qilish orqali amalga oshirilgan. Turistik maqsadlar orqali rejaga kiritilgan turistlar boshqa sayohatchilar qatorida alohida toifa sifatida ajratilib ko'rsatilmagan. Turizm statistikasi taraqqiyoti yangi bosqichiga 1940-1950-yillarda qadam qo'yildi.

Urushdan keyin Yevropa mamlakatlari juda ko'p xo'jalik muammolariga duch keldilar: vayronagarchilik, boshqaruvning izdan chiqqanligi, moliya va tovar ishlab chiqarish tizimining buzilishi shular jumlasidandir. Vaziyatni to'g'irlash butun bir koordinatsiyalashgan kompleks harakatlarni talab qilardi. Ana shunday sharoitda hukumatlar katta umid bilan xalqaro turizmga e'tibor qildilar. Bunda to'lov balansini faollashtirish, moliyaviy muvozanatga erishish, bu bilan uzoq muddatli iqtisodiy yuksalishga o'tishni ko'zda tutilgandi. 1960-yillarga kelib g'arbning rivojlangan mamlakatlari hukumatlari va xalqaro tashkilotlar diqqati rivojlanayotgan mamlakatlarning ahvoliga qaratiladi. BMT Bosh Assamblyasi

mustamlaka mamlakatlar va xalqlarga mustaqillik berish to'g'risida Dekloratsiya qabul qildi. Joriy o'n yillik «Rivojlanish («o'n yilligi») dekadasi» deb e'lon qilindi. Uchinchi Dunyo mamlakatlari uchun konsultantlar iqtisodiy qoloqlikni bartaraf etish dasturini ishlab chiqdilar. Ushbu dasturda esa turizmga ham muhim o'rin berildi. Turizmning iqtisodiy ahamiyati va hajmi o'sishi bilan turizm statistikasi ham asta sekinlik bilan rivojlanib bordi. Asta-sekin oddiy hisob-kitob operatsiyalari murakkablashib, unga turistik migratsiya tahlillari ham qo'shildi.

Hozirgi paytda turizm statistikasi katta doiradagi savollarni qamrab olgan holda, turizmning mamlakatlar iqtisodiyotiga qo'shayotgan hissalarini baholash maqsadida yuritilmoqda. Uning to'lov balansiga ta'siri, turizmni moddiy – texnik bazasini rivojlantirishga qaratilgan asosiy yo'nalishlar va tendensiyalarni aniqlash, marketing tadqiqotlari o'tkazish va turistik mahsulotlarni potensial iste'molchilarga yetkazib berishdan tashkil togan. Sanab o'tilgan statistik kuzatuvlarning har biri zahirida axborotlardan aniq foydalanuvchilar mavjud. Bular – hukumat, milliy turistik ma'muriyatlar va turistik mahsulotlar ishlab chiqaruvchilar hamda turli xil xizmatlardir. Ish jarayonida mijoz turizm haqida eng yangi axborotlarga ehtiyoj sezishadi. Uning mazmunini, hajmi, shakllari va taqdim etilishi davriyligi bilan qiziqishadilar.

Xalqaro turizm statistikasi asosan ikki bo'limdan iborat bo'lib, turistik oqimlar statistikasi va turistik daromadlar hamda harajatlar statistikasidan iborat. Ularning har biri uchun BMT asosiy ko'rsatkichlar ro'yxatini ishlab chiqqan. Bular ixcham axborotli va nisbatan oson o'lchanadi. Turistik oqim ko'rsatkichlarining eng muhimi kelish (ketish) va mazkur mamlakatda bo'lishning davomiyligi hisoblanadi. Turistlarning kelish (ketish) soni deganda ma'lum muddat, odatda kalendar yilda bironta mamlakatga kelgan va ketgan, ruyxatda qayd etilgan turistlar soni tushunishimiz kerak. Turistning bir yilda bir necha mamlakatda bo'lishi mumkinligi hisobga olingan holda, xatto bir safar chog'ida bir necha davlatda bo'lsa, haqiqiy turistlar soni kelaganlarga nisbatan kam bo'ladi. Jahonda turistik oqimlar soni kelish (ketish) statistikasi yozuvida aks etadi.

XX asrning 90-yillari oxirida xalqaro turistik safarlar soni 650 mln. dan oshdi. Ayrim yillarda qisqa muddatli kamayish yoki ko'payishlarga qaramasdan, turizm taraqqiyotida barqaror ko'payish kuzatilib kelmoqda. Turistlarning o'rtacha yillik kelishining o'sish sur'atlari 1950 yildan to 2001 yilga qadar 7 % ni tashkil qilgan. Kelishlar statistik ma'lumotlari sayohat maqsadlari bo'yicha guruhlanadi. Ya'ni foydalanilgan transport turlari, kelish oylari, turistlarning qaysi hududlar va mamlakatlardan tashrif buyurilganidir.

BMT jahonni oltita yirik turistik makroregionlarga ajratadi:

➤ Yevropa – G'arbiy, Shimoliy, Janubiy Markaziy va Sharqiy Yevropa mamlakatlari. Ularga Sobiq SSSR respublikalari, shuningdek, Sharqiy O'rta yer dengizi (Isroil, Kipr, Turkiya) ham qo'shiladi.

➤ 2. Amerika – Shimoliy, Janubiy, Markaziy Amerika orol davlatlari va Karib havzasi hududlari.

➤ 3. Osiyo-Tinch okeani havzasi – Sharqiy va Janubiy – Sharqiy Osiyo mamlakatlari, Avstraliya, Okeaniya.

➤ 4. Afrika – Afrika davlatlari, Misr va Liviyadan tashqari.

➤ 5. Janubiy Osiyo – Janubiy Osiyoning hamma mamlakatlari.

➤ 6. Yaqin Sharq – G'arbiy va Janubiy – g'arbiy Osiyo, Misr va Liviya.

Jahon turizm bozorida oilaviy turistik almashuvda Yevropa alohida ajralib turadi (2005 y. keluvchilar 442 mln.). Bu hudud Yevropaliklarning o'zlarida ham mashhur. Shuningdek AQSH va Kanada aholisi o'rtasida ishtiyoqmandlar talaygina. Ikkinchi o'rinni uzoq yillar davomida Amerika mintaqasi mustahkam egallab kelmoqda (2005 y. Amerikaga keluvchilar 134 mln.). Yevropa va Amerika, eng avvalo Shimoliy Amerika asosiy turistik hududlar hisoblanadi. Jahondagi barcha daromadlarning 4/5 qismi ular hisobiga to'g'ri keladi.

Xalqaro turizmning jahon hududlari bo'yicha dinamikasida keyingi 45 yil ichida sezilarli farqi ko'zga tashlanmoqda. Sayyoramizda umumiy turistik oqimlar 20 marta ortishiga qaramasdan, Yevropa va Amerikada bu jahon o'rtacha darajasi

sur'atlarida o'sdi. Yosh turistik hududlar – Osiyoning Tinch okeani, Yaqin Sharq va Afrikada tez rivojlanmoqda. Ularda ayrim yillarda turistik kelishlarning sur'atlari ikki xil raqamlarda aks etadi. Biroq ular siyosiy – iqtisodiy omillar ta'siriga ham salbiy, ham ijobiy tomondan ko'proq bardoshli turizmning o'sish davri ularda yuksalish va pasayish bilan almashinib turadi. O'tgan so'nggi o'n yillikda ko'proq Osiyo-Tinch okeani hududlarida dinamik holat ko'zga tashlanmoqda. Ko'p yillik kelishlar sonining o'sish sur'atlari jahon o'rtacha darajasidan 9 marta o'sib ketadi. Sharqiy, Janubi-sharqiy Osiyo va Okeaniyada 1997-1998 yillarda turistik faoliyatning qisqarishi jahon moliya inqirozi bilan bog'liq jarayon hisoblanadi. Ammo hudud 1999 yilda turistlar kelishi bo'yicha yangi rekord o'rnatib, uning oqibatlarini bartaraf etdi va 94 mln. safar qayd etildi. Osiyo va Tinch okeani mintaqasi bo'yicha xalqaro turistlarning kelishi 2005 yilda 155 mln. nafardan ortadi.

Afrika qit'asi va Yaqin Sharqda keluvchilar soni nisbatan tez o'sayotganiga qaramay mutloq past ko'rsatkichlarga ega. Jahon turizmi dinamikasi ko'rsatkichlariga sezilarli ta'sir o'tkaza olmayabdi. Hududlar taqsimlanishi bo'yicha xalqaro turizm o'sish sur'atlarining notekisligi 1950-1970 yillarga qaraganda 90-yillarda ularning hududiy tarkibining o'zgarishiga olib keldi. Osiyo-Tinch Okeani hududlari va qolgan jahon hududlarida ahvolning yaxshilanishi va turizm salmog'ining oshishi Yevropa va Amerika ulushining kamayishiga sabab bo'ldi. XXI asrda xalqaro turizmning hududiy tarkibi oldingi rivojlanish tendensiyalarini saqlagan holda o'zgarishda davom etadi. BMT ning 2020 yilgacha prognozlar bo'yicha Yevropa turizm bozorida o'z o'rini bo'shashtirib qo'yganiga qaramay, (717mln) turistlar kelish mavqiyeni mustahkam ushlab turadi. .

Osiyoning Tinch okeani hududlari ikkinchi o'ringa (438 mln. kelish) chiqadi. Bir pog'ona pastga tushadigan Amerika esa yetakchi uchlik oxiridan (284 mln. kishi) joy oladi. Kelish (ketish) lar soni turistik harakterlovchi asosiy ko'rsatkichlari bo'lib xizmat qiladi. Kelish (ketish) u yoki bu vaqt oralig'ida safarlarning mutloq soni hisobiga olingan holda aksini topadi. Ammo turistik oqim

mutloq ko'rsatkichlari turist faollik darajasini aniqlashga imkon bera olmaydi. Sababi ular aholining umumiy soniga bog'liq hisoblanadi. Shuning uchun ham turistik almashinuvlarning kelish (ketish) sonlari aholining 100 kishisi hisobiga hisoblanadi, ya'ni nisbatan kattalik ko'rinishida aks etadi. BMT ma'lumotlariga qaraganda, 100 kishi hisobiga 10 nafar to'g'ri keladi.

Ayrim hududlar bo'yicha ko'rsatkichlar jahon o'rtacha darajasidan ancha farq qiladi. Agar 1995 yil Janubiy Osiyo va Markaziy Afrikada 100 kishi hisobiga keluvchilar 0,5 ta ga to'g'ri kelgan bo'lsa, Karib havzasi va Okeaniyada kamida 40 nafarga to'g'ri keladi. Eng yuqori turistik faollik Yevropada qayd etilmoqda. Barcha subhududlar – G'arbiy, Shimoliy, Janubiy, Markaziy va Sharqiy Yevropada 100 kishi hisobiga kelayotganlar va chiqayotganlar soni jahon o'rtacha darajasidan ko'pligi bilan ajralib turadi.

Keluvchilarning maksimal ko'rsatkichlari Janubiy va G'arbiy Yevropada ayniqsa yuqori - 100 kishi hisobiga keluvchilar 60 dan yuqori, Shimoliy va G'arbiy Yevropada xorijga safar qiluvchilar 100 kishi hisobiga 70 dan ko'proq. Kelish (ketish) lar soni bilan bir qatorda turistik oqimlar statistikasida boshqa ko'rsatkich – bo'lishning davomiyligidan ham foydalaniladi. U yolg'iz safarlar va bo'lish davrida tunashlar uchun soat hisobida aks etadi. Barcha turistlarning ma'lum vaqt ichida mamlakatda bo'lish davomiyligi, ya'ni tunashlar umumiy soni, mamlakatga turistik kelishuvlarda bir turistning o'rtacha bo'lish davomiyligi kabi hisoblab chiqiladi.

Tunashlarni hisobga olish bunday qaraganda oddiy va oson ishday tuyulishi mumkin. Lekin bunda eng tarjibali mutaxassislarni ham boshi berk ko'chaga kiritib qo'ygan hollar bo'lganini misol qilib ko'rsatish mumkin. Sayyohatga chiqqan va motelda bir necha soat to'xtagan avtomobilchining tunashiga, dush qabul qilishi, dam olishi, ovqatlanishi va o'sha kuni yangi yo'lga tushishiga sharoit yaratilganmi? Bir joyga qarindosh-urug'laridan hol-ahvol so'rab kelishga borgan kishi yarim kechada qaytganda nima qiladi? BMT ana shu va ana shularga o'xshash savollarga javob berishda ikkita mezoniga amal qilishni tavsiya qiladi.

Belgilangan joyga kelishi va u yerdan jo'nab ketish sanasi farqlanishi lozim deb hisoblaydi.

Sayohatchi shaxs esa doimiy yashash joyi bo'lmagan taqdirdagina tunaydi. Bo'lishning davomiyligiga (tunashlar soni) bog'liq holda sayohat bozorining bir necha usullari qo'llanadi;

- Qisqa muddatli (1-3 kunlik tunash) safarlarda dam olish va bayram kunlari dam olish va ko'ngil ochishlar, shuningdek ish maqsadlarida.

- Ikkinchi guruhda (4-7 kun tunash) turli maqsadlarda, odatda qo'shimcha ta'atillardan foydalaniladi. Bozorning bu usuli dinamik rivojlanishi bilan bormoqda.

- O'rtacha muddatli safarni (8-28 kunlik tunash) tashrif buyuruvchi davomiy ta'til vaqtida asosan dam olish maqsadida tanlaydi.

- Nihoyat davomiyligi 29- 91 va 92-365 kunlik tunash safarlari – uzoq muddatli turizmga kiradi.

Avvalo iqtisodiy jihatdan faol bo'lmagan shaxslar dam olish, ko'ngilxushlik, davolanish uchun, boshqalar ish va kasbiy maqsadlar uchun foydalanadi.

BMT ma'lumotlariga ko'ra 2000 yilda jahonda turistik tunashlar soni 8,5 mlrd. ni tashkil etgan. Ularning asosiy ulushi -70 % ga yaqini ichki turizmga to'g'ri keladi. Tunashlar to'g'risidagi statistik ma'lumotlar kalendar oylari bo'yicha guruhlanib boriladi. Bunda turi va joylashtirish vositalari toifasi, shuningdek hududiy belgilari e'tiborga olinadi. Mamlakatlar bo'ylab turistik safarlarda bo'lish davomiyligi bir xil emas. Bu farq qabul qiluvchi mamlakatning turistik ixtisoslashuvi (ish bilan bog'liq, yoki dam olish, ko'ngilxushlik turizmi), ichki bozorda narx-navo darajasi, turistik oqimlar (tranzit yoki oxirgi), asosiy safar turizmi bozorining uzoqligi va boshqa omillar bilan izohlanadi.

Ana shularga bog'liq holda biron mamlakatda bo'lishning o'rtacha davomiyligi hisoblab chiqiladi. Masalan, Osiyo-Tinch okeani hududi (mamlakatlari) Singapurda uch tunashdan, Avstraliyada 24 tunashgacha o'zgarib boradi.

TURISTIK DAROMADLAR VA HARAJATLAR STATISTIKASI

Turistlar oqimining hajmi haqida umumiy tasavvur beruvchi kelish statistikasi turistik sayohatlar harakteriga ega. Turistik daromadlar va harajatlar statistikasi turizmni baholash qiymati mazmuniga ega bo'lib, uni milliy iqtisodiyotga ta'sirini o'rganishda, jumladan mamlakatning to'lov balansi, shuningdek turizm industriyasi o'zining sektorlariga harakteristika berishda zarurdir. Turistik harajatlar – tashrif buyuruvchi yoki uning nomidan boshqa shaxsni tayyorlash va safar chog'ida, shuningdek belgilangan joyda bo'lish chog'idagi iste'mol qilingan harajatlarning umumiy summasi hisoblanadi. Turistik harajatlar konsepsiyasi asosiga bir qator tamoyillar qo'yilgan. BMT tavsiyasiga muvofiq tashrif buyuruvchilar, turistlar va ekskursiyalarning iqtisodiy ahamiyatli harajatlarigina hisobga olinadi. Tashrif buyuruvchilar harajatlari ularning ehtiyojlarini qondirish uchun olgan xizmatlar va tovarlar qiymati bilan aniqlanadi. Ularga xilma-xil tashish bo'yicha xizmatlar, joylashtirish va uzoq foydalanishgacha uncha katta bo'lmagan narsalar, joriy turistik iste'mol tovarlari va suvenirlar kiradi. Ammo bu holda ulardan bahramand bo'luvchilar boshqa shaxslar- sayohatchilar bo'lmasalar ham qilingan harajatlar turistik harajatlarga kiritiladi. Turistik harajatlar hajmini tovar va xizmatlarga amaldagi narxlarni pasaytirish chegirib tashlash, choy puli va boshqalarni hisobga olgan holda to'lov shaklidan qat'iy nazar-naqd pulmi, yo'l cheklarimi, kredit kartochkalari va boshqa usullar bilan birga belgilash tavsiya qilinadi. Turizm statistikasi bosh muommolaridan biri turistik harajatlar tarkibini tartibga solishdan iboratdir. Bu tashrif buyuruvchi qilgan xarajatlar vaqti (tayyorlanishda, safar chog'ida yoki oxirida), shuningdek turizm tipi bilan shartlangan. Tegishli ravishda ichki turistik harajatlar ajralib turadi. Bu rezidentlarni o'z mamlakati va xalqaro miqyos bo'ylab qiladigan sayohatlari bilan bog'liq. Uning ahamiyatini tushunish uchun tashrif buyuruvchini o'z joyidan ko'zda tutilgan mamlakatga yo'naltirilgan harakati iqtisodiy tabiatni bilish muhim hisoblanadi.

BMT materiallarida xalqaro turistik harajatlar doimiy-yashovchilarning u yoki bu mamlakatga xorijga sayohati vaqtida qilgan harajatlari qarab aniqlanadi. Boshqalar qatorida unga xalqaro tashish bo'yicha chet el kompaniyalari xizmatlari, shuningdek chetdan sotib olib kelingan tovarlar va xizmatlar uchun oldindan haq to'lash qo'shiladi.

Joriy hisob-kitoblarda juft sifatda xalqaro turizmdan tushgan ko'rsatkichlardan foydalaniladi. U xorijlik tashrif buyuruvchining boradigan mamlakatdagi barcha harajatlari summasi sifatida hisoblanadi. Har ikkala ko'rsatkich ham yagona usulda qo'rilgan bo'lib, faqat pul vositalarining chegaralari osha harakati bilan bog'liq sarflariga aks ettiradi.

Turistik harajatlar muvaffaqiyatligini ta'minlash va unifikatsiyalash maqsadida BTT quyidagi guruhlashni tavsiya etadi:

1. Tarikibiy elementlarga bo'linmasdan turib, yagona narxda amalga oshiriladigan xizmatlarni o'z ichiga olgan kompleks turlar;
2. Joylashtirish;
3. Ovqatlantirish;
4. Transport;
5. Rekratsion, madaniy va sport tovarlari, xizmatlar: madaniyat, dam olish va ko'ngilxushlik muassasalariga kirish to'lovlari, harid sarflari, safar chog'ida sport jihozlari ta'mirlash, foydalanish harajatlari, alohida sport turlariga o'sish to'lovlari, qisqa muddatli ekskursiyalar, shuningdek gidlar xizmatlari haqlari qo'shilgan holda;
6. Do'konlardan haridlar;
7. Boshqa statyalar – sug'urta to'lovlari, komission yig'imlar, fotografiya plyonkalarini ishlash qiymatlari.

Ta'til chog'ida turistlar harajatlarning tarkibi va kattaligi bir qator shartsharoitlarga bog'liq. Venesiyaning Ka Foskar universiteti (Italiya) huzuridagi turizm iqtisodiyoti bo'yicha xalqaro tadqiqot markazi mutaxassislari besh omilni ajratdilar: - Turist-sayyohning o'tadigan mamlakati. Uning ijtimoiy-madaniy

qiyofasi sayyohning harid xohishiga kuchli ta'sir o'tkazadi. Bundan tashqari, sayyoh o'tadigan mamlakat bilan «valyuta almashinish samarasi» degan gap bog'liq. U ko'p hollarda u yoki bu mamlakatda bo'lish istagini belgilaydi. Agar allaqachon tanilgan bo'lsa, sayyoh tomonidan rivojlantirilgan harajatlar hajmini belgilaydi. Bu avvalo dollar, yoki yevro muomilada bo'lgan mamlakatlarga, yaqindan buyon esa Yaponiyaga taaluqlidir; - Rayon va dam olish joyi. Italiyada o'tkazilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, san'at shaharlari bo'ylab safar turistlarga dengizda, tog' yoki ko'lda dam olishga nisbatan qimmatga tusharkan. Harajatlar kattaligi shuningdek turistik markazlar bo'yicha ham farqlanadi. Venesiyada u odatda Paduye va Veronga nisbatan yuqori; - Joylashtirish tipi.

Harajatlar hajmi joylashish turiga (otel, kemping, sayyohlar qishloqchasi va boshq.) va uning kategoriyasi – toifasiga bog'liq; - Dam olish davomiyligi. U kurortga borish uchun transport, turini joylashish tipini tanlashga shuningdek tovarlar va xizmatlar hajmini belgilashga ta'sir qiladi. Ya'ni dam olishda turistning sarflaydigan barcha harajatlarni aks ettiradi va bu turistik harajatlarning bosh statiyasida namoyon bo'ladi; - Dam olish vaqti (mavsumiy, mavsumlararo, mavsumiy emas). Turistik harajatlar kattaligi kurortlarga borish va yashash narxlarining mavsumiy o'zgarib turishiga qarab turlanib turadi. Bu besh omil turistlarning har bir safarida tovar yoki xizmatlar, sarflarning hajmi va tarkibini tanlash va aniqlash imkonini beradi. 1998 yilda xalqaro turistik harajatlar (transport tashishlari hisobga olinmagan holda) 400 mlrd. dollarga yaqinni tashkil etadi. Uning katta qismi (200 mlrd.ga yaqini) Yevropaga to'g'ri keladi va jahonda barcha turistik oqim aylanishining yarimidan ko'prog'ini qamrab oladi. Yevropaliklar sayyohatga qolgan barcha hududlarni birgalikda olganiga qaraganda ko'p sarflashadi. Ikkinchi o'rinda Amerika turadi. Keyingi vaqtlarda unga Osiyo-Tinch okeani hududlari jips yaqinlashib keldi, ayrim yillari hatto uni quvib o'tdi. BTT ma'lumotlariga ko'ra, xalqaro turizm asosiy harajatlarni industrial rivojlangan davlatlar qilayapti, xususan AQSH, Germaniya, Buyukbritaniya va Ispaniya. Jami harajatlarning uch qismiga yaqini ana shu to'rt davlat ulushiga

to'g'ri keladi. Ulardan tashqari xalqaro turizm harajatlarini shakllantirishda, ularni kattaligi va tarkibida «kata yettilik»ning boshqa a'zolari – Fransiya, Italiya va Kanada sezilarli rol o'ynaydi. 90-yillarning ikkinchi yarimida salmoqli xalqaro turizm harajatlarini shakllantirayotgan guruh mamlakatlarga Skandinaviya mamlakatlari (Shvesiya, Norvegiya, Finlyandiya), ba'zi G'arbiy Yevropa mamlakatlari (Avstriya, Shveysariya, Benilyuks mamlakatlari), Lotin Amerikasining yangi industrial mamlakatlari (Braziliya, Argentina, Venesuela), Osiyo mamlakatlaridan – Xitoy, Singapur, Malayziya qo'shildi. Shuni ta'kidlash joizki, xalqaro turistik harajatlar umumiy hajmida Markaziy va Sharqiy Yevropa mamlakatlari ulushi uncha kata emas. Ular orasida bu ko'rsatkich bo'yicha yetakchilar qatorida turuvchi Rossiya va xalqaro turistik harajatlar rekord o'sishini namoyish etayotgan Polsha alohida ajralib turadi. Besh yil ichida, 1991 yildan 1995 yilgacha polyaklarning xorijga ommaviy safarlari 40 martaga ko'paygan. Avstralosiye subregioni (Avstraliya va Yangi Zelandiya) jahon turistik bozorida kamtarona o'rinni egallab turibdi. 2000 yilda hamma xorijiy turistik safarlarning 0,6 % va jahonda xalqaro turizm harajatlarining 2 % uning hissasiga to'g'ri keladi, xolos.

Ammo xorijga bir safar uchun aholi sarflayotgan turistik harajatlar ko'rsatkichi bo'yicha shubhasiz Avstraliya yetakchi hisoblanadi. Sayohatga sarflar yuqoriligi subregionning asosiy turizm markazlaridan uzoqligi bilan izohlanadi. Safar qiymatida sarflar ulushining 30 % xalqaro transport tashishiga to'g'ri keladi. Belgilangan joyga yetib borish uzoqligi transport harajatlarini qoplash shunga majbur etadi. Avstraliya va Yangi Zelandiya aholisiga xorijga safar o'rtacha, 2604 dollarga (transport harajatlari qo'shilgan holda) tushadi. Bu jahon o'rtacha darajasidan uch baravar ko'pdir. Safar harajatlari kattaligi hududlar bo'yicha ayniqsa jahonning subregionlari bo'yicha sezilarli farqlanadi. Ko'rsatkichlar ahamiyati yoyib chiqilsa 10 karra kattalikni tashkil etadi. Keyingi o'rinlardan birida Markaziy va Sharqiy Yevropa turibdi. Sobiq sotsialistik mamlakatlar fuqarolari eng tejamli turistlar bo'lib chiqishdi. 1990 yilda ular xorijga safarga

(transport harajatlarini ham hisobga olgan holda) o'rtacha 25,3 dollar sarflangan. Yetarli mablag'ga ega bo'lmasdan, ular jahonni ko'rish ishtiyoqida hamma narsadan tejab qolishgan. Shaxsiy avtomobilida yo'lga chiqishda o'sha davrdagi jahon turistik oqimining o'rtacha yillik o'sish sur'atlaridan o'zib benzin va yeguliklarni g'amlab olishgan.

Bu tendensiya 1973-1974 yillardagi jahon energetika krizisidan keyin paydo bo'la boshladi. U sezilarli ravishda jahonda turistik xizmatlar, tovarlar va ishchi kuchlari, ayniqsa iqtisodiy rivojlangan davlatlarda, qimmatlashgani bilan bog'liq. Chunki, xalqaro turistik almashinuvlarning kata qismi shu mamlakatlar hissasiga to'g'ri keladi. Xalqaro turizmdan tushumlarni regional – hududiy taqsimlanishi asosan turistik tashriflarning geografiyasi bilan mos keladi. Urushdan keyingi butun davrda, 1950 yildan tashqari, eng daromadli turistik hudud bo'lib Yevropa hisoblanib kelinmoqda. Ammo umumiy tushumlar hajmida uning ulushi salmog'i asta-sekin pasayayapti. Bu turistlar harajatlarini o'rtacha jon boshiga kamayishiga nisbatan qisqa davom etadigan safarlar bozorini gurrakib rivojlanishi bilan izohlanadi. 60-yillar o'rtalaridan boshlab Osiyo-Tinch okeani hududi salmog'i jadal ko'paymoqda. Bu hududda turistik daromadlar o'rtacha yillik o'sish sur'atlarining eng yuqorisi (1985-1995 yillarda 18,5 %) bo'lgani qayd etilgan. 90-yillaridagi moliyaviy krizis-inqiroz bu hududda xalqaro turizmdan tushumlar dinamikasiga sezilarli o'zgartirishlar kiritdi. O'sish sur'atlari keskin tushib ketdi va 1999 yilga nisbatan 1998 yilgi 2,2 % darajani tashkil qildi.

Turistik tushumlarda Amerika ulushi AQShning faol turistik siyosat olib borishi natijasida oshib bormoqda. Bunga Kanada va Meksika o'rtasida ichki regional turistik almashinishning tezlashgani, yaqinda tashkil qilingan Shimoliy Amerika erkin savdo assotsiatsiyasi doirasida integratsiya aloqalarining kegayayotgani yordam bermoqda. Turistik tushumlarda Afrika ulushining juda pastligi o'ziga diqqatni tortadi (1998 y. 2,2 %). Ayniqsa daromadlarga taqqoslanganda u 4% ni tashkil qilgan. Bunday vaziyat hududining umumiy iqtisodiy stagnatsiyasi va o'z daromadlarining sezilarli qismini Afrika bozorlarida

ishlayotgan xalqaro turistik agentlar va mehmonxona korporatsiyalariga o'tkazilishi oqibatida vujudga keldi. Xalqaro turizmdan tushumlar rivojlangan Shimoliy Amerika mamlakatlari (AQSH, Kanada) va G'arbiy Yevropa (Fransiya, Buyukbritaniya, Germaniya), O'rta yer dengizi (Italiya, Ispaniya, Gresiya), va Alp (Avstriya, Shveysariya) mamlakatlarida to'planayapti. Ularning ulushi jami tushumlarning yarimini tashkil qiladi. Hozirgi paytda 15 eng daromadli turistik mamlakatlar ruyxatini AQSH boshqarmoqda. Ular kata o'sish bilan oldinlab ketgan holda keyingi yillarda o'z turistik daromadlarini tobora ko'paytirib borishayapti. BTT ma'lumotlariga ko'ra, AQShda xalqaro turizmdan tushgan tushumlar hajmi ikkinchi yarmidagi Fransiya dagidan 2,4 marta oshgan 1980 yilda ular o'rtasidagi farq kam sezilarli – 1,2 marta (mos ravishda 10,1 va 8,2 mlrd. dollar) edi. So'nggi yillarda yetakchi o'nlikka shuningdek Xitoy ham kirdi. U 25 – o'ringa ko'tarildi. Markaziy va Sharqiy Yevropa davlatlaridan birortasi 7 mlrd. lik marrani zabt etisholmadi. Yaxshi natijani RF qo'lga kiritdi (1998 y. 6,5 mlrd. dollar). Biroq sobiq soitsalistik mamlakatlar tashrif buyuruvchilarga xizmat ko'rsatishdan tushumlar hajmini tez ko'paytirib borishayapti.

Besh yilda, 1992 – 1996 yillar davomida jahonda turistik daromadlar 40 % ga oshgan holda, Litvada 26 martaga, Estoniyada 17 martaga, Moldova Respublikasida 15 martaga o'sdi. Xalqaro turizmdan tushumlar hajmi turistik yo'nalishdagi daromadlar darajasini baholashda keng foydalaniladi. Ammo aniqroq ko'rsatkich bo'lib, bitta kelishdan va aholi jon boshiga to'g'ri keladigan turistik daromad miqdori hisoblanadi. Bu ko'rsatkichlarga asoslangan manzara yuqorida keltirilganlardan keskin farq qiladi.

1995 y. BMT turistik yo'nalishning daromadligini tadqiq qilib ko'rdi. Bir kelishdan tushgan tushum o'rtacha 708 \$ ni tashkil etdi. Bu ko'rsatkich jahon bo'yicha kuchli aralash-quralash bo'lib ketdi.

Kelishlardan tushgan daromad asosiy bosh turistlar yetkazib beruvchilar bilan umumiy quruqlik chegarasiga ega bo'lgan mamlakatlar (Kanada, Meksika)

da (AQSH bilan chegara ko'zda tutilayapti) kam bo'ldi. Shuningdek sobiq soitsalistik mamlakatlar (Xitoy)da ham past bo'ldi.

Kelishlardan tushgan yuqori daromad chiqish turizm yirik bozoridan uzoqlashgan, hayot qiymati yuqori harakterli yoki elita turistlariga mo'ljallangan joylarda ko'zga tashlanib turadi. Malayziya va Indoneziya turistik yo'nalishning daromadlik farqiga klassik misol bo'lib xizmat qila oladi. Har ikkala mamlakat ham turizm rivojlanishining bir bosqichida turibdi. Ammo Malayziya asosan turistlarni qo'shni Singapur va Tailanddan qabul qiladi. Uning kelishlardan tushgan daromadi 1995 y. da 523 dollarni, Indoneziyaniki esa 1209 dollarni tashkil etgan. BTT tadqiqotlari natijalari shuni ko'rsatdiki, 1995 yil bir kelishdan tushgan daromadlar bo'yicha Shimoliy Yevropa mamlakatlari yetakchilik qildi – Daniya (2,3 ming \$). Xalqaro turizmdan tushgan tushumlar mutlog' ko'rsatkichlari bo'yicha ular birinchi o'nlikka kirishgani yo'q. AQSH 1-o'ringan 19-o'ringa tushib ketdi. Bir kelishdan 1,4 ming dollar. Fransiya, Italiya va Ispaniya nisbatan daromadliroq davlatlar qatoridan umuman joy ololmadilar. Bu albatta milliy turistik ma'muriyatlarni tashvishlantirmasdan qolmaydi. Xalqaro turizm statistikasi axborotlarni yig'ishning turli shakllaridan foydalanadi. Statistik kuzatuvlarni hisobotlar orqali yoki bevosita maxsus tekshiruvlar o'tkazish bilan olib boriladi. Hisobotlar orqali statistik kuzatuvlar. Bu holatda statistik ma'lumotlar korxonalar, muassasalar, tashkilotlar va boshqalardan belgilangan shakl va muddatlarda olinadi. Ular buxgalterlik hisobi va operativ ma'lumotlar asosida hisobotlar tayyorlab, ularni statistika organlariga topshiradilar. Xuddi shu hisobotlar turizm to'g'risidagi barcha ma'lumotlarni o'zida aks ettiradi. Statistika turistik oqimlar kelishi miqdori va bo'lish davomiyligi haqida axborotlarni immigratsiya xizmati yoki joylashtirish vositalaridan ham olish mumkin. Hozirgi vaqtda jahondagi 60 mamlakatda turistlar chegarada va 40 davlatda joylashtirish vositalarida qayd etiladilar. Chegarada hisob mamlakatga kirish va undan chiqib ketishda immigratsiya nazorati vositalari orqali yuritiladi. Bu nazorat o'tkazish punktlari, aeroportlar, temiryo'l vokzallari, dengiz portlari, chegara postlari va h.k. larda

amalga oshiriladi. Sayohatchi shaxs haqida asosiy axborot manbai bo'lib maxsus qayd qilish shakli – kirish (chiqib ketish) kartochkasi, shuningdek chet elga chiqish pasporti va vizalar hisoblanadi. Ularda turistning jinsi, yoshi, uning doimiy yashash joyi (fuqaroligi) va borayotgan mamlakati, maqsadi, safar muddati va boshqa ma'lumotlarni o'zida aks ettiradi. Bu ma'lumotlarni yig'ishni tashrif buyuruvchining chiqishida amalga oshiriladi. Turist qaytishida o'zining chiqishiga qaragandagidan aniqroq axborot berishi mumkin. Sayohat yo'nalishi va muddatlarga ko'pincha har xil vaziyatlar (obhavoning o'zgarishi, sog'ligining yomonlashuvi, yangi diqqatga sazovar joylar haqida qo'shimcha axborot olishi va boshqalar) ga qarab safar chog'ida aniqlik kiritiladi. Chegarada hisobga olish usuli juda ko'p mamlakatlarda keng qo'llaniladi. Ulardan ayrimlari chegara statistikasi yuritish sohasida ikki tomonlama hamkorlikni mustahkam yo'lga qo'yishgan. Misol uchun, Kanada davlati AQSH safaridan qaytgan o'z fuqarolari to'g'risida ma'ulumot yig'adi va bu axborotlarni Qo'shma Shtatlar Milliy turistik ma'muriyatiga taqdim etadi. AQSH va Kanadadan tashqari, kirish chegara statistikasi shakli Buyukbritaniya, Irlandiya, Ispaniya, Kipr, Portugaliya, Avstraliya, Singapur, Turkiya, Markaziy va Sharqiy Yevropa davlatlari (Polsha, Vengriya, Belgiya) va boshqalarda ham yuritilmoqda. Mamlakatlar bo'ylab kirish (chiqish) kartochkalarining shakllari farq qilishni hisobga olib, BMT namunaviy kartochkalar ishlab chiqdi va barcha a'zolariga undan foydalanishni tavsiya etdi. Kirish (chiqish) kartochkasining namunaviy nusxasi Immigratsion № kelish kartochkasi xizmat Barcha sayyohat qiluvchi shaxslarning yoshidan qat'iy nazar (pasport ma'lumotlari asosida to'ldiriladi);

1. Familiyasi Ismi
2. Jinsi (Erkak Ayol)
3. Tug'ilgan sanasi (kun ,oy, yil)
4. Fuqaroligi
5. Mashg'ulot turi
6. Borib ko'radigan mamlakatdagi turar joyi adresi (uy, ko'cha, shahar)

7. Doimo yashaydigan mamlakat (uy adresi) (uy, ko'cha, shahar)

8. Pasport № ,Berilgan joyi,Berilgan sanasi (oy, kun, yil)

9. Keluvchi pasajirlar uchun chiqish punkti,to'xtash punkti

Shuning uchun chegarada hisobga olishdan tashqari, statistik kuzatuvning boshqa joylashish vositalariga kelishni qayd etish usuli qo'llaniladi. U muvoffaqiyatli ravishda chegara statistikasini to'ldiradi, ayrim mamlakatlarda esa uning o'rmini bogadi.

Otollarda va boshqa joylashish vositalarida statistik kuzatuvlar chog'ida to'planadigan ma'lumotlar mamlakat bo'ylab keluvchilarni taqsimlash, xalqaro va ichki turistlarning istaklarini aniqlash joylashish tiplarini tanlash, mehmonxona bazalarining gavjumligini nazorat qilish imkonini beradi. Bu usul anchagina oddiy, lekin xodimlardan birlamchi hisob operatsiyalarini bajarishda xushyorlikni oshirish, intizomlik va sarishtalikni talab qiladi. Turistlarga joylashish chog'ida maxsus formadagi mehmon kartochkasi beriladi. Ular har bir tashrif buyuruvchi tomonidan alohida yoki tez-tez g'arbda yo'l qo'yilganiday hamrohlik qilayotgan shaxslar soni ko'rsatilgan holda faqat oila boshlig'i tomonidan to'ldiriladi.

Kartochkada ko'rsatilgan grafalarni to'ldirishdan tashqari bir qator otollarda ishbilarmon turistlardan kompaniya joylashgan manzilgoh, mehmonxona haqi to'lovi turi (naqdmi, kredit kartochkasi yordamidami, pul o'tkazish yo'li bilanmi)ni aytish so'raladi. Qayd etish shaklida oteldan foydalanishning asosiy qoidalari va ichki tartib, xususan yong'in xavfsizligi ko'rsatilgan bo'lishi mumkin. Mijoz imzosi unga berilgan ushbu ma'lumotlar – yashash qoidalari, xizmat haqlari, boshqa amaldagi tartiblar bilan tanishganini tasdiqlaydi. Mehmonxona kartochkalarining shakllari mamlakatlar bo'yicha farq qiladi. BMT korxonalar bo'yicha mehmonlarni joylashtirish, axborot bilan ta'minlashda xalqaro darajani bir xilligiga erishish uchun namunaviy shakllarini tuzdi. Joylashtirish vositalari uchun qayd qilish shakllarining namunaviy nusxasi Otel ,(nomi) shahar mamlakat Familiyasi,Ismi, Fuqaroligi,Kasbi ,Tug'ilgan yili ,(kun, oy, yil) Tug'ilgan joyi,Doimo yashaydigan mamlakat (uy adres,(mamlakat),(shahar,ko'cha)

Mamlakatdan keldi, Mamlakatga yo'l oladi, Transport turlari, avtomobilning qayd qilingan nomeri Pasport berilgan joyi, berilgan sanasi, (oy, kun, yil) Otelga kelgan sanasi, Jo'nab ketgan sanasi, Kishilar soni, kuzatib boruvchi oila boshlig'i, (shahar sana), (sayyohat qiluvchi imzosi) Mehmon kartochkasidan tegishli ma'lumotlar kelishning qayd qilish daftariga o'tkaziladi va nomer fondining yuklanish daftarida takror qayd qilinadi. Mehmonlarning kelishi va jo'nab ketishi, tashrif buyuruvchilar harakati haqida birinchi yozuv amalga oshiriladi. Ikkinchi bo'lib joylashish vositalarining o'tkazish qobiliyati, nomer fondi tarkibi va undan foydalanish ko'rsatiladi. Daftarda to'plangan axborotlar kelishlar sonini, bo'lishning o'rtacha davomiyligi, shuningdek nomerlarning yuklanishini aniqlashga yordam beradi.

Kompyuter tizimi bilan jihozlangan yirik otellarda birlamchi hisob operatsiyalarining bajarilishi va ularni keyingi qayta ishlash uchun maxsus dasturlardan foydalaniladi. Manzara to'liq va ishonchli bo'lishi uchun oqim yuqori bo'lgan mavsum bilan cheklanib qolmasdan, otellarda yoki boshqa joylashish vositalarida to'xtab o'tgan, jumladan uzoq muddatli, barcha mehmonlarni qamrab olgan holda statistik kuzatuvlar yil davomida olib borilishi zarur. 66 Kelishlarni qayd etish va nomerlarning yuklanishini aks etgan daftar statistik hisobotlarning tegishli formalarini to'ldirishga xizmat qiladi. U joylashish vositasi karakteristikasi aks etgan (tip, kategoriya, o'yinlar soni, band xodimlar soni va boshq.), har kuni kelayotgan mijozlar, ularni mamlakat bo'ylab bo'linishi, nomerlar yuklanishining yakuniy qismi va bir oyda kelishlar miqdori ko'rsatiladigan jadvaldan iborat.

Formaning orqa tomonida uni to'ldirish va axborotlarning ishonchligini kafolatlagan statistika organi haqida yo'riqlar, ma'lumotlar keltirilgan. Hisobotning amaldagi shakli joylashtirish korxonalari tomonidan to'ldiriladi va har oyda belgilangan muddatda milliy turistik ma'muriyatga yoki statistika organlariga topshiriladi. Bu yerda turistik kelishuvlar va tunashlar, o'rtacha bo'lish davomiyligi, xonalar miqdori va o'rinlar soni, bandlik soni, nomer fondi yuklanishi, kalendar oylari bo'yicha guruhlanishi, mamlakatda turistlar doimiy

yashaydigan joy, joylashish tipi va kategoriyasi, ularning manzili haqida olingan statistik materiallar ishlab chiqiladi. Bunday katta hisob-kitob ishlarini muvaffaqiyatli olib borish, barcha joylashish vositalari, mehmonxonalarni qayd etish bo'yicha ma'lumotlarning to'liq bo'lishiga bog'liqdir. Ammo bu korxonalarining ayrimlari ular bergan ma'lumotlar soliq xizmatlarining diqqatini tortishi va jiddiy ko'ngilsizliklar keltirib chiqishidan xavfsirab to'ldirilgan formalarni qaytarishmaydi. Ma'lumotlar jadvalini tuzish va hisob-kitoblarni umumlashtirishda o'rganilayotgan holatlar to'liq qamrab olinadi. Bunda o'tgan davrga doir ma'lumotlardan foydalaniladi va taqqoslanadi. Bu yakuniy manzarani buzmaydi, chunki bundan joylashish vositalari hajmi va oboroti odatda uncha kata bo'lmaydi. Joylashtirish vositalarida kelishni qayd etish Germaniya, Shveysariya, Ispaniya, Marokko, Tunis, Nigeriya, Senegal, Tanzaniya va boshqa mamlakatlarda yuritilmoqda. Statistik kuzatuvning ko'rib chiqilayotgan usuli keng tarqalgan, shunga qaramay u bir qator kamchiliklarga ega. Birinchidan, statistik tadqiqotlardan bir kunlik tashrif buyuruvchilar tushib qoladi, xususiylar esa boshqa mehmonlar qatorida qayd etiladilar va ko'p hollarda mustaqil kategoriyaga ajratilmaydilar. Misol uchun, g'arbda otellar mehmoni ko'pincha mahalliy aholi bo'lishadi.

TURIZMDA STATISTIK HISOBLAR USULLARI

Bir xil hayotdan bezgan bu odamlar o'zlarini kundalik zerikarli vaqtlarini o'zgartirish maqsadida vaqtincha uylaridan yaqin atrofdagi mehmonxonalarga ko'chib o'tadilar va turist sifatida qayd etiladilar. Ikkinchidan, joylashtirish vositalarining hammasi haqida ham tegishli statistik hisobot berishga majbur emaslar.

Ko'p mamlakatlarda pansionatlarda, jihozlangan xonalarda, xususiylar kvartiralarda va boshqalarda kelishlar qayd qilinmaydi, ularda to'xtagan turistlar hisobga olinmaydi. Nihoyat, bu usulda sayohat chog'ida joylashish vositalarini almashtirish turistlarni ikki marta hisoblashdan qochib bo'lmaydi. Joylashtirish vositalaridan olingan kelish to'g'risidagi ma'lumotlar chegara statistikasi

ma'lumotlaridan keskin farq qilishi mumkin. Turistik daromadlar va harajatlar jismoniy turistik oqim singari turli usullarda hisoblanadi. Xalqaro turizmning qiymat ko'rsatkichlari turizm industriyasi korxonalari yoki bank hisobotlaridan tegishli formalarda olinishi mumkin. Bank usuli – xalqaro turistlar tomonidan amalga oshirilgan valyuta operatsiyalari haqidagi axbortlarni yig'ishdan iborat. Markaziy (milliy) bank turistik harajatlar hisobini tijorat banklari va valyuta almashtirish punktlari orqali turizm yo'nalishi bo'yicha xorijiy banknotlarni sotish va sotib olish haqida ular taqdim etadigan ma'lumotlarga tayanib olib boradi. Bank usuli Fransiya va boshqa davlatlarda keng foydalaniladi. Bu turistlardan qo'shimcha axborotlar talab qilinmaydi va chegara rasmiyatchiliklarini murakkablashtirmaydi. statistika organlari ishini ham yengillashtiradi. Ma'lumotlarni qayta ishlashni va to'lov balansini tuzayotganda markaziy (milliy) bank bu ishni bajaradi. Muntazam va operativ ravishda tizimlashtirilgan material turistik harajatlar dinamikasini tahlil etish va ular o'zgarishini kuzatib borish imkonini beradi. Moliya – valyuta bozori ustidan qat'iy nazorat qilish va yaxshi yo'lga qo'yilgan hisobda bank usuli xalqaro turizm qiymatini ishonchlik baholashga yordam beradi. Ammo, biroq bu holatda ham kamchiliklardan qochish imkoni bo'lmaydi. Turistik harajatlar haqiqiy hajmi juda ko'p sabablarga ko'ra to'liq aks etmasligi mumkin: □ Valyuta prallel bozorining mavjudligi va moliyaviy suiste'mollardan, «Qora bozor» mavjud mamlakatlarda valyuta oqimining bir qismi bank kanallarini chetlab o'tadi. Lekin bank tarmoqlari ishtirokida amalga oshirilgan valyuta operatsiyalari ham ularni hali qayd etishni kafolatlamaydi.

Mayda almashtirish punktlari ko'p hollarda chet el banknotlarini oldi-sotdi faktlarini soliq to'lovini yengillashtirish maqsadida yashirib qolishadi va bu bilan turistik harajatlar hajmini kamaytirishadi; □ Jismoniy va yuridik shaxslarning naqd valyutani to'lov vositasi sifatida foydalanishdan bosh tortishi oqibatida; □ Turistik korxonalar va tashkilotlar ishida kliring usuli ya'ni turistlar almashishda o'zaro kompensatsiya hisob-kitoblari sistemasi keng qo'llaniladi. Bu operatsiyalar,

shuningdek turistik tovar va xizmatlarga tashrif buyuruvchilar tomonidan kredit kartochkalari bo'yicha to'lovlar bank usulida hisobga olinmaydi; □ Xalqaro valyuta operatsiyalarini qayd qilish paytida, ayniqsa yirik miqdorda, ayrim mamlakatlarda qayd etish zarur bo'lgan transmilliy operatsiyalar uchun yuqori ostonada darajasi belgilangan. O'rtacha turistik harajatlar, turgan gap bu kattalikdan oshmaydi va statistik hisobotlarda aks etmaydi; □ Mamlakatda vaqtincha bo'lish paytida xorijiy turistlarda almashtirilmagan mahalliy valyutaning mavjudligi. Xalqaro turistik harajatlar hajmi banklarda almashtirilgan milliy valyuta summasida o'lchanadi. Turistlar vatanida almashtirilgan va olib kelgan yoki qarindosh – urug'lariga qarz bergan mahalliy valyuta javob vizitlari chog'ida kompensatsiyalanadi, bular bank usulidagi statistik hisobga kirmay qoladi. Nihoyat bank usuli hududiy bo'linmalarda turistik harajatlar haqida to'liq va to'g'ri tasavvur bermaydi. Hisob - kitoblar mamlakat bo'ylab kezib yuradigan pul birligida yuritiladi. Ularning ayrimlari juda keng hududda harakterlanadi va turli davlatlardan kelgan turistlar tomonidan almashtirishga chiqariladi. Bunday vaziyatda valyuta operatsiyalarini ushbu mamlakatlar bo'yicha taqsimlash nafaqat juda qiyin, balki buning iloji ham yo'q.

Venesian universiteti huzuridagi turizm iqtisodiyoti bo'yicha xalqaro tadqiqotlar markazi mutaxassislarning baholashlari bo'yicha Italiyada bank usulida hisoblashda xalqaro turizmdan tushgan tushumlar 20 % kam chiqqan. Xatoni maxsus statistik kuzatuvlar yordamida aniqlash va tuzatishga muvaffaq bo'lindi. Turistik oqimlar va harajatlar aniq hisobi turizm statistikasi bosh usullari - chegaraga va joylashtirish vositalariga kelganlarni qayd etish, shuningdek bank usullari – maxsus kuzatuvlar tashkil etish bilan birgalikda olib borilganda ortadi. Immigratsiya xizmati tomonidan taqdim etiladigan hisobot, turistlarni qabul qilish bo'yicha korxonalar, banklar va valyuta almashtirish punktlari hisobotlari asosiy statistik axborotlar manbai bo'lib xizmat qiladi. Ammo ommaviy-iqtisodiy murakkab hodisalar singari u turizmning hamma tomonlarini qamrab olish imkoniyatiga ega emas.

Shuning uchun ham uning bir qism ma'lumotlari maxsus statistik kuzatuvlar yordamida olinadi. Ularning axborotlari kelib tushishi chog'ida ishlanadi. So'ngra tizimlashtiriladi, hisobdorligi to'ldiriladi va turistik faoliyatning alohida qirralarini sinchiklab o'rganishga imkon beradi. Tekshiruv o'tkazish kata tayyorgarlik ko'rishni talab qiladigan juda murakkab ish bo'lib, u olinadigan ma'lumotlarning to'liqligini, ularni ishnocligini, bixilligini, o'z vaqtidaligi va taqqoslanganini ta'minlashi lozim. Ma'lumotlarni yig'ish oldindan ishlab chiqilgan reja bo'yicha amalga oshiriladi. Rejada kuzatuvning metodologik, metodik va tashkiliy masalalari aks etadi. Unda maqsadi qo'yiladi, ob'ekti va kuzatuv birligi ajratiladi, hamda tekshiruv dasturi tuziladi. Har qanday statistik kuzatuvni rejalashtirishda eng avvalo uning aniq maqsadlari shakllantiriladi. Xuddi ana shu vazifalar ruyxatini aniqlashtiradi va statistik kuzatuvlar jarayonida olinadigan ma'lumotlarni aniqlaydi. Turistik tekshiruvlarning ko'proq tarqalgan maqsadlari alohida mamlakatlar bo'yicha kelishlar sonini (chiqib ketish oqimi uchun chiqishlar) belgilash hisoblanadi. Unda tashrif buyuruvchilarning jinsiy tarkibi, yoshi, oilaviy ahvoli, fuqaroligi, ma'lumotlilik darajasi va boshqalar ifodalanadi. Turistik tekshiruvlarda safarning o'ziga alohida e'tibor qaratiladi. Boriladigan joyi, ko'zlangan masofa, transport turi, bo'lish davomiyligi, joylashtirish tipi va boshqalar ko'zda tutiladi. Tashrif buyuruvchilarni tekshirishdan maqsad – Aruba oroliga (Kichik Antil orollari arxipelagi, Vest-Indiya) uyushtiriladigan sayohatlarni muntazam har uch oyda bir marta ko'zdan kechirishdan iborat. Ya'ni turistlar tarkibini aniqlash, orolga asosiy turistik oqimni tashkil qilayotgan mamlakatlar, tashrif buyuruvchilar tomonidan turistik yo'nalish sifatida Arubani tanlanishi, ularning Arubada bo'lish chog'ida harajatlari kattaligi, taklif qilingan turistik mahsulotlardan qoniqish darajasi kabilar e'tiborga olinadi. Bu axborotlar marketing strategiyasini ishlab chiqish va amalga oshirish, taklif qilinayotgan turistik mahsulotlarni takomillashtirish yoki yangilarini yaratish uchun zarurdir. Maqsadni tanlash bilan bir qatorda kuzatuv ob'ekti ajratiladi. Ya'ni olinadigan ma'lumotlar mohiyati o'rganiladi. Kuzatuv ob'ektini aniqlashda o'rganilayotgan

69 statistik ma'lumot aniq chegarasini belgilash talab etiladi. Bir holatda bu ish maqsadlarida safar qilayotgan shaxs, boshqasida shaxsiy avtomobilda sayohat qiluvchi, uchinchisida esa faqat Yevropadan yoki boshqa biror mamlakatlar (hududlar)dan kelayotgan turistlar bo'lishi mumkin. Kuzatuv ob'ekti bo'lib tashrif buyuruvchilarning barcha ma'lumotlari mazmuni hisoblanadi. Bunday tekshiruv Fransiyada muntazam o'tkaziladi.

Maxsus anketa mamlakatga kelayotgan xorijiy turistlar haqida mayda-chuyda tafsilotlargacha axborot olish imkonini beradi. Fransiyada o'tkazilgan anketalashtirish natijalari shuni ko'rsatadiki, mamlakatga tashrif buyurayotgan xorijiy turistlarning yarmigina chegaraga kelishning eski tizimida hisobga olingan. Kuzatuv ob'ekti elementlardan yoki bittaginadan iborat bo'ladi.

Ular ob'ekti bir butun holatda o'rganishga imkon beradigan statistik karakteristikaga taaluqlidir. Bu birlikka munosabat tarzida bir qator ajralib turuvchi qirralar, qiziqtirayotgan ma'lumotlar (belgilar) qayd etib boriladi. Turizmida birlik kuzatuv bo'lib alohida olingan tashrif buyuruvchi yoki sayohatchi guruh (oila) a'zolarining barchasi haqida axborot beruvchi boshliq xizmat qilishi mumkin. Masalan, AQShda turistik harajatlarni o'rganishda ko'proq sayohatchi guruh boshlig'idan so'rashni ma'qul ko'radi. Bunda albatta guruh tarkibi va soni aniqlanadi. Ba'zan kuzatuv ma'lumotlari uning o'zidan emas, balki tashkiliy yacheykalar (korxona, muassasa va h.k) dan olinadi. Mamlakatda turistlarning bo'lishi davomiyligi haqidagi ma'lumotlarni joylashtirish vositalaridan ham yig'ib olish mumkin. Kuzatuv ob'ekti haqida tasavvuraga ega bo'lish uchun, bu birlikka kiruvchi hammadan so'rab chiqish shart emas. Bu tekshirish muddatlarini cho'zib yuborgan bo'lardi. Sezilarli moliyaviy sarf-harajatlarni talab qildirdi. Faollar katta qismi diqqatini jalb etardi, umuman tekshiruvning o'zi bosh og'riq bo'lardi. Shuning uchun statistik kuzatuvlarning kattagina qismi yoppasiga bo'lmasdan, balki tanlangan holda o'tkaziladi. Tartib - qoidaga asosan so'raluvchilar sifatida tekshiruvda ishtirok etishlari uchun ma'lum miqdorda odamlar tanlab olinadi. Tanlash hajmi kuzatuv maqsadi va vazifalaridan kelib chiqilib belgilanadi. Agar bu

turistik oqimning umumiy ta'rifi bilan chegaralaniladigan bo'lsa, 1,5 – 2 ming tashrif buyuruvchidan so'rash kifoya. Murakkabroq vazifalarni hal etish uchun esa, masalan, mamlakatlar yoki turistlar turli yosh guruhlarining asosiy xususiyatlarini o'rganishda, ko'proq kishilarni tanlab olish talab qilinadi. Tanlab olish nechog'lik to'g'ri qilingani ko'p jihatdan statistik axborotlarning ishonchligi va sifatiga bog'liqdir. Singapur milliy turistik ma'muriyati xorijiy tashrif buyuruvchilarni muntazam ravishda tanlab tekshiruv o'tkazib turadigan mamlakatlardan biri bo'lib hisoblanadi. Turistik kuzatuvlar amaliyoti 1971 yilda, mamlakatda birinchi marta turistik harajatlar kattaligi va tarkibi haqida axborot yig'ish tashkil etilganda, boshlangandi. 1971 yildan buyon Singapurning «Changi» xalqaro aeroportidan uchib ketadigan xorijiy tashrif buyuruvchilar har yili so'rovdan o'tkaziladi. Uning oldiga katta va muhim vazifalar qo'yilgan edi.

Ya'ni sayohatning modellarini tadqiq etish, tashrif buyuruvchilar maqsadlari, ularning turistik infrastrukturaga bergan baholari va Singapurda xizmat ko'rsatish sifatini aniqlash kabilar. Tekshirish rejasiga muvofiq tashrif buyuruvchilar tanlab olinadilar va 10 ming kishi atrofida anketa so'rovidan o'tkaziladi. Ob'ekt va kuzatuv birligi aniqlanib bo'lgandan so'ng, statistik kuzatuv dasturi ishlab chiqiladi. Ya'ni javob olinadigan savollar ro'yxati tuziladi. Savollar qisqa, aniq bo'lib, anglashuvmovchiliklarga yo'l qo'ymasligi kerak. Statistik kuzatuvlar dasturini tuzuvchilarni boshqa bir muammo qiynab qo'yadi, ya'ni savollar ro'yxati juda uzun bo'lib ketishi mumkin. Savollar sonini u'zaytirish bilan kuzatuv natijalari aniqligini oshirib bo'lmaydi. Lekin dastur tuzishda qo'shimcha savollar tug'ilishini ham e'tibordan soqit qilmaslik kerak. Chunki, ularning ko'pchiligi keyin ma'lum bo'ladi. Ularga javob berish shart hisoblanmaydi. Oqibatda dastur qalinlashib ketadi, yig'ilgan axborotlar esa sifatsiz bo'lib chiqadi. Shuning uchun so'raluvchiga savol berishdan oldin bu kuzatuv maqsadiga mos keladimi yo'qmi, kutilgan javob olinadimi, hammasini taroziga solib ko'rish kerak bo'ladi. Moboda foydasi bo'lmasa savolni tushirib qoldirsa ham bo'ladi.

Anketada mavjud savollar mazmuniga qarab (so'raluvchining shaxsi, xulqiatvori, bilim darajasi, haqidagi dalillar) farqlanadi. Vazifasi bo'yicha esa (asosiy va asosiy emas), shakli bo'yicha (ochiq va yopiq) aniqlanadi. Odamlarning bilim darajasi dalillari, haqida savollar ularning fikrini, istaklarini, mo'ljallari, kelajakdagi rejalari va h.k. larni aniqlashga qaratilgan bo'ladi. Turistik tekshiruvlarda odatda ular tashrif buyuruvchilarga xizmat ko'rsatish sifatiga taalluqlidir. Xulq-atvor haqidagi savollarda tashrif buyuruvchining hatti-harakatlari, qilmishlariga doir dalillar aniqlanadi. Shaxs, haqidagi savollarda esa so'raluvchining anketadagi barcha dalillari aks etadi. Ya'ni jinsi haqidagi ijtimoiy-demografik blok savollari, yoshi, oilaviy ahvoli, kasbi, ma'lumoti va h.k.lar o'rganiladi va aniqlanadi. Anketadagi savollar vazifasiga qarab o'rganiladi, asosiy va asosiy bo'lmagan savollarga bo'linadi. Anketaning asosiy savollari tadqiq qilinayotgan ob'ekt haqida axborotlar yig'ishga qaratilgan. Asosiy emaslar – so'raluvchiga beriladigan savollarni tanlab (filtr savollar) javoblarni samimiy ekanligini ishonch hosil qilish (nazorat savollar) uchun mo'ljallangan.

Filtr savollariga zarurat tadqiqotchiga ko'rilayotgan barcha savollarga emas, balki ularning bir tizimi haqida ma'lumotlar olishda qo'llaniladi. Qiziqtiruvchi guruh so'raluvchilari boshqalardan ajratilib, ularga filtr – savollar beriladi. Tashrif buyuruvchilar uchun so'rov joylashtirish vositalarida barcha savollarni qamrab olish bilan birga o'tkaziladi: turistik diqqatga sazovar joylar, anketa bloki mazmuni, turistlar eng ko'p keladigan joylar haqida so'rov filt-savollardan boshlanadi: Jumladan «Siz biror joylashish vositasida to'xtadingizmi, yaxshi yetib keldingizmi, muammo bormi, yordam kerak emasmi?». Bu savollar tunovchi turistlar, tashrif buyuruvchilarni joylashishi vositasida ikki marta hisobga olishning oldini oladi va bor kuchlarini tunovchi tashrif buyuruvchilar (ekskursantlar)ga qaratish imkonini beradi.

Nazorat savollaridan esa tadqiqotchi javoblarining ishonchligini tekshirib ko'rish lozim bo'lganda foydalaniladi. Ulardan asosan anketaning turistik harajatlar bo'limini to'ldirishda foydalaniladi. Negaki buni so'raluvchi uncha

xohlamay to'ldiradi va ba'zan axborotlarni noto'g'ri beradi. Nazorat savollari asosiy savollardan oldin ham, keyin ham qo'yilishi mumkin. Misol uchun, asosiy savol quyidagicha qo'yilgan ishi mumkin. «Sizning joylashish uchun harajatlaringiz kattaligi qanday?».

Nazorat savoli undan keyin qo'yiladi: «Siz yolg'izmi yoki guruhda sayohat qilayapsizmi?». Bu ma'lumotlarga zarurat hamisha tug'iladi. Chunki turist guruhda (oila) sayohat qilishi mumkin va yolg'iz o'zining emas, balki butun guruh oilaning harajatlarini ko'rsatadi. Shakllariga ko'ra savollar yopiq va ochiq bo'ladi. Anketada yopiq savollarga javob variantlarining barcha ruyxati to'liq kiritiladi. So'raluvchi vazifasi shundan iboratki, u fikriga mos keladigan bitta yoki bir nechta javob variantlarini tanlashi mumkin.

So'rovning bunday shakli anketani to'ldirish va keyinchalik ishlanish vaqtini sezilarli tejaydi. Yopiq savollardan farqli ravishda ochiq savollar (misol uchun: «Siz «O'zbek havo yo'llari» aviakompaniyasi haqida nima deb o'ylaysiz») aytib berish mazmuniga ega emas va so'raluvchiga javob variantini «chiqishtirmaydi». Ochiq savollar nurqta'i nazarni to'liq va erkin, mayda-chuyda tafsilotlarigacha ifodalashga imkon beradi. Shuning uchun ochiq savollar yordamida mazmuni ancha boy axborotlar yig'ish mumkin. Ochiq savollarni oldindan ma'lum va bir xildagi javoblar variantlari ruyxati bo'lmaganda tuzish maqsadga muvofiq. Savollarni tuzishdan tashqari, ularni joylashtirish tartibi ham muhim ahamiyatga ega.

Anketada ulardan oldin qisqagina kirish (so'raluvchiga murojaat) beriladi: unda mavzu, maqsad, so'rov vazifasi va uni o'tkazayotgan tashkilot nomi aytiladi. Shuningdek anketani to'ldirish tartibi tushuntiriladi. So'ngra osonroq savollar joylashtiriladi.

Ular nafaqat o'zlarining bildirish vazifasini bajarishadi, balki suhbatga «tortish»ni ta'minlaydi, hamkorlikka ruhiy vaziyat yaratadi. Bular hamsuhbatni qiziqitirishi, muhokama etilayotgan muammoga jalb etishi lozim. Odatda tahlil talab, fikrlanadigan, xotirani faollashtiradigan murakkabroq savollar anketaning

o'rtalariga joylashtiriladi. Anketa bilan ishlash oxirida savollar uncha qiyinlashmay boradi. Keyin uning xulosa qismida «pasportcha» yozib quyiladi. Uning yordamida so'raluvchining shaxsiga doir ma'lumotlarni olish mumkin. Misol tariqasida Ka'Foskari (Italiya) Venesiya universiteti huzuridagi turizm iqtisodiyoti bo'yicha Xalqaro tadqiqotlar markazi mutaxassisleri tomonidan ishlab chiqilgan anketalar shakllarini keltiramiz.

Statistik kuzatuv dasturiga 1- shakldagidan tashqari yana uch anketa shakllari kiritiladi. Ularning hammasi YEI direktivalariga muvofiq tuzilgan (savollar, direktiv ko'rsatmalardan olingan, anketada qalin harflar bilan ajratilgan). 2 – shakl turistik harajatlar haqida ma'lumotlar yig'ishga mo'ljallangan. Safar haqida fikrlar va taasurotlar esa 3-shaklda aks ettiriladi. 4 – shakl o'zida «pasportcha»ni aks ettiradi. Undagi ma'lumotlar tashrif buyuruvchining iste'molchilik xulq atvorini tushinishda juda muhim rol o'ynaydi. Bunday xildagi tekshiruvlar so'raluvchi bilan juda ehtiyot bo'lib muomila qilishini talab etadi. Tekshiruv kata amaliy ahamiyatga ega bo'lib, so'rov davomida olingan materiallar turistik firmalar, xususan, strategik rejalashtirish va marketing siyosatini ishlab chiqishda foydalanishi mumkin. Potensial mijozlarning turli karakteristikalarida haqiqiy va yolg'on ma'lumotlarni ajrata olish turistik mahsulotlarning bozordagi harakati samarali yo'llarini qidirib topishda yordam beradi. Misol uchun, Ogayo shahrida o'tkazilgan tekshiruv tashkilotchilari grek yo'nalishida ishlovchi turistik firmalarga AQShda tarqalgan grek gazeta –jurnallari reklamalaridan, Amerikada eshittiriladigan grek radiosidan foydalanishni tavsiya etishadi. Unchalik qimmat bo'lmagan bu reklama vositalari mijozni jalb etishga unga zarur axborotlarni yetkazib berishga imkon yaratadi. Amerika greklarini tekshirish usuli etnik kamchilikni, tashkil qiluvchi boshqa diasporalarga ham joriy etilishi mumkin.

Amerika greklari to'g'risidagi ma'lumotlar tekshiruvning ko'proq ommaviy usuli-so'rov yo'li bilan to'plangan. Uning xususiyati o'zi hisoblanadi. Chunki o'rganilayotgan hodisa va sotsial jarayonlarning bevosita ishtirokchisi uning

o'zidir. So'rovchilar bilan munosabat shakllariga bog'liq holda og'zaki yoki yozma ravishda so'rovning ikki xiliga bog'liq: intervyu va anketa so'rovlari.

Bir qator tekshiruv holatlari aralash strategiyaga tayanadi. Alohida guruhlar so'raluvchilari anketa natijalari bo'yicha intervyu chuqurlashtirilgan dastur bo'yicha olinadi.

Birlamchi ma'lumotlar yig'ish chog'ida hisobchi so'raluvchi bilan hamma vaqt ham yuzma-yuz munosabatda bo'lmaydi. Ba'zan, u zarur ma'lumotlarni operativ vositalar, misol uchun EHM yordamida olishi mumkin. Keyingi vaqtlarda G'arbda kompyuter intervyusi tez-tez qo'llanilapti. Bunday intervyu olish chog'ida so'raluvchiga savollar monitor ekrani orqali beriladi.

Javoblar EHM xotirasiga qayta kodlanmasdan va tahrir qilinmasdan kiritiladi. Bu vaqtni tejaydi, xatolar ehtimolini kamaytiradi.

So'rovlar uchun kompyuterlar ko'p hollarda otellarda xollarga o'rnatiladi. Unga erkin borish ta'minlanadi va har bir mehmon tegishli yozuvni amalga oshirishi mumkin. Bu yozuvlarda uning fikri, istak va takliflari aks etadi. So'rov keng tarqalgan bo'lsada, lekin kuzatuvning universal usuli emas. Statistik va sotsial amaliyotda shunday vaziyatlar bo'ladiki, u yetarli samarali bo'lmaydi. Bunday hollarda mutaxassislar boshqa usullar – hujjatlar tahlili, ekspert baholashlar va boshqalar yoki ularning so'rovlar mosligi bilan ish ko'radilar.

XALQARO TURIZM STATISTIKASINI TAKOMILLASHTIRISHGA QARATILGAN ASOSIY YO'NALISHLAR.

Turistlar harajatlar haqida statistik ma'lumotlar yig'ishda turli usullardan ham foydalaniladi. Ulardan biri-kundalik usulidir. Uning yordamida bitta tashrif buyuruvchiga o'rtacha sutkalik harajatlar aniqlanadi. Tushumlar umumiy summasi turistik kelishlarda bir tashrif buyuruvchiga o'rtacha bo'lishi davomiyligiga qarab hisoblab chiqiladi. Tashrif buyuruvchilarga safar oldidan maxsus blanka (kundalik) tarqatilib, uni safar chog'ida to'ldirish va safar oxirida qaytarish so'raladi. Ularda umumiy summa ko'rsatilgan holda harajatlar yozib boriladi va bu harajatlar sarflar

statiyasi va kunlarga bo'lib qayd etiladi. Unda kelishdan maqsad, bosh mo'ljallangan joy, yetib kelish rayoni va tunash sonlari belgilanadi. Chuqurroq tekshirish jarayonida kundalikka qo'shimcha bo'limlar kiritiladi. Ularda tashrif buyuruvchi harakteri (yoshi, jinsi), transport turi va joyi, harajatlar qayerda sarflangan yangi – hammasi aks ettiriladi. Kundalik usulining ham kuchli, ham o'jiz tomonlari bor. U turistik harajatlar haqida batafsil ma'lumot olishga imkon beradi. Kundalikda to'lov operatsiyalarining shu zahotiyoy qayd etilishi, tashrif buyuruvchi uni yodda saqlab qolishi va istalgan paytda aniq axborot beraolishi bu usulning afzal tomonlari hisoblanadi. Shu bilan birga kundalik usulida ayrim kamchiliklar ham bor. Ulardan muhimi – kundalikni to'ldirish shakli koeffitsiyenti uncha yuqori emas va hammasi ham to'liq qaytarilmaydi. Bu esa o'z-o'zidan yig'ilayotgan axborotlarning ishonchliligini pasaytiradi. Bunday qaraganda, bu nuqsonni osongina bartaraf etish mumkinday: tarqatiladigan kundaliklar soni ko'paytirilsa kifoya. Bu qaror kundalikni to'ldirish va qaytarish tasodifiy hol bo'lganda to'g'ri bo'lishi mumkin edi. Maxsus tadqiqotlar natijalari esa shuni ko'rsatmoqdaki, bu kamchilik sistematik omillar tufayli kelib chiqarkan. Tekshirishlarda ish yuzasidan keluvchi turistlar sust faol ishtirok etadilar, vaholanki safar uchun ular kata harajatlar qilishadi. Shuning uchun ham kundalikni to'ldirgan va qaytargan shaxs barcha ko'rinishlari va o'z tarkibiga ko'ra tashrif buyuruvchining bosh belgilariday hamisha farq qiladi.

Ko'rinib turibdiki, tarqatiladigan kundaliklarning sonini ko'paytirgan bilan ko'rsatilgan nuqsonlarni bartaraf etib bo'lmaydi. Kundalik usuli bilan kuzatuv o'tkazish va rejalashtirishda oldinda turgan markaziy – tashkiliy vazifalardan biri – to'ldirilgan blankalarni qaytarishni rag'batlantirishdir. Ularning 70-75 foizini qaytarilishi natijalarning yetarli darajada ishonchliligini ta'minlaydi. Bu darajaga erishishingiz real usullari mavjud. Ularning barchasi so'raluvchilarning tekshiruvda ishtirok etishlari uchun qulay va ijobiy muhit yaratilishiga qaratilgan. Kompleks tadbirlarda – kundalikning tushunarli va oson to'ldiriladigan shakli, javoblarning anonimligi kafolati, to'ldirilgan blankalarni qaytarishning aniq

tartiblari, anketaning so'raluvchiga kundalikni to'ldirishni so'rab qilgan shaxsiy iltimosi, so'raluvchi foydasiga tekshiruv natijalarini potensial tushuntirish, javob uchun moddiy va boshqa rag'batlantirishlar o'z ifodasini topgan.

Statistik kuzatuv rejalashtirilayotganda kuzatuv sub'ekti masalasi hal etiladi, ya'ni kim birlamchi mahsulotlarni yig'adi. Bir holatda statistikaning bu organlari o'z kadrlari va xodimlari, boshqa holatda statistik mutaxassislar bilan bir qatorda harakat qiluvchi keng jamoatchilik vakillari bo'lishi mumkin. Tekshiruvda, shuningdek agar ular mustaqil ravishda anketalarni to'lg'aza olishsa aholi ham jalb etilishi mumkin. Misol uchun, AQShda turistlar bilan so'rov o'tkazish uchun yuqori ma'lumotli, intizomli va xorijiy tilni yaxshi biladigan odamlar tanlab olinadi. Bunday kishilar odatda biznes-maktablar va universitet o'qituvchilari bo'lishadi. Anketachi tadqiqot natijalariga sezilarli ta'sir o'tkazadi. Bu ta'sir ko'pincha bildirmasdan muloqat vaqtida to'g'ridan-to'g'ri va tegishli savollar berish, yashirin fikrlar shaklida namoyon bo'ladi: suhbatini umumiy ematsional kayfiyatda olib borish, ishtirokchilarning xulqi-atvori, mimikasi va boshqalarga qarab savol – javob qilish. Ko'pincha so'raluvchining intervyu oluvchiga yozadigan javoblarni berishga intilishi kuzatilgan. Anketalar esa sayohatchilar ma'lum guruhining vujudga kelgan stereotip tarziga asoslanib, ba'zan na faqat so'raluvchilarning fikrlarini, balki o'zlari kutgan javoblar berilishini aks ettirishga urinishadi. Shuning uchun anketachilarni to'g'ri tanlash va o'qitish muhim vazifalardan biri bo'lib hisoblanadi. Bu ayniqsa kuzatuvning tayyorgarlik bosqichida jiddiy e'tiborni talab qiladi. Dala bosqichi boshlanishidan oldin ular so'rov texnikasi bo'yicha yo'l-yo'riq olishadi. Maqsadi bilan tanishishadi, oldinda turgan tadqiqotlar xususiyatlari va vazifalari, ish tartibi va qo'yilayotgan talablar, statistik formalarni to'lg'azish tartiblari shular jumlasidandir. Rejada kuzatuv sub'ekti bilan bir qatorda tadqiq qilishning joyi, muddati kelishib olinadi.

Yilning ma'vsumlariga qarab kattaligi va tarkibi o'zgarib turadigan turistik oqimlarni kuzatish uchun kalendar davrini tanlash muhimdir. BTT hamma 12 oyni turistik mavsumlar bo'yicha guruhlash (yuqori, past, oraliq)ni tavsiya qiladi.

Keyinchalik har bir mavsumdan kuzatuv uchun bittadan oy tanlab olinadi. Turistlar haqida ma'lumotlar yig'ish aniq muddatli rejada dastur va tadqiq birligi soni, aktivning son tarkibidan kelib chiqib belgilanadi. Amerika greklarini so'rov (yuqorida eslatilganidek) besh oy davomida 1980 yil dekabrda 1981 yil apreligacha o'tkazilgan edi. Ayrim statistik kuzatuvlar bundan ham uzoqroqqa cho'ziladi. Kanada va Meksikadan AQShga avtomobilda kelayotgan shaxslar so'rovi yil davomida olib boriladi. Kuzatuv joyini belgilash kuzatuv o'tkazishda masalani hal etishga olib keladi. Bu joyni tanlash juda ko'p omillarga bog'liq, ulardan eng muhimi hudud hajmi va uning ochiqlik darajasi hisoblanadi. Agar hudud yopiq bo'lsa, ya'ni ma'muriy xayrixoxlik bo'lmasa yoki tabiiy chegara (misol uchun, mamlakat yoki orol) mavjud bo'lsa tadqiq chiqish (kirish) punktlarida va transport vositalarida (avtobus, samolyot, kema va boshq.) o'tkaziladi. Ochiq hududda, rayon yoki shaharda, statistik kuzatuv joylashtirish vositalarida va ko'rsatiladigan ob'ektlarda, to'lov asosida tashrif buyuriladigan ochildish marosimlari joylarida o'tkaziladi (jadval 10). Yo'llarda tekshirish masalalari uchun kuzatuv joyi boshqacha hal etiladi. Bunda kuzatuv chog'ida o'tayotgan yo'lovchi avtoransport hisobiga olinadi. Ularning raqam belgilariga qarab qaysi mamlakatga tegishli ekanliklari aniqlanadi va sayohatchilarni anketalashtirish amalga oshiriladi. Bu jarayonda markaziy muammo shundan iboratki, yo'llarda ushlanib qolishni minimum darajaga tushirish talab etiladi. Bunday kuzatuvlar dam olish uchun to'xtash joylarida, yonilg'i qo'yish shahobchalarida, avtostansiyalarda, avtoturistlar ovqatlanadigan punktlarda, mashinalar to'planib qoladigan joylar (ko'priklar, transmilliy tiqinlari hosil bo'lgan va h.k.) da tashkil qilinadi.

Statistik kuzatuv natijasida qayta ishlanishi, har xil ma'lumotlarni tekshirib, taqqoslab ko'rish, birlashtirish, zarur bir uyum xom ashyo hosil bo'ladi. To'plagan statistik axborotlar sistemalashtiriladi, klassifikatsiya (guruhlanadi). Umumiy va guruhli yakunlar chiqariladi (o'rtacha, nisbatan kattalik). materiallarni ishlashni ilmiy tashkil etish, ma'lumotlar bo'yicha kuzatuvning alohida birliklarini, umumiy

ko'rinishlarini harakterlashga imkon beradi. Tahlil chog'ida dalillarga mustahkam poydevor qo'yiladi, xulosalar chiqarish va aniq amaliy takliflarni ishlab chiqish uchun zamin yaratiladi. Ba'zan statistik tadqiqotlar statistik ma'lumotlar bilan to'ldiriladi. Statistik kuzatuv xatolari va kuzatuv materiallari ustidan nazorat. Statistik kuzatuvlarning sinchiklab ishlab chiqilgan rejasi turizm haqida ishonchli ma'lumotlar olishning garovidir. Lekin u qanchalik ikir-chikirigacha puxta o'ylanmasin va hisobchilar yo'l – yo'riqqa amal qilishga qanchalik intilishmasin har qanday statistik kuzatuvda xatolarga yo'l qo'yilishi mumkin. Xato va kamchiliklar turli sabablarga ko'ra paydo bo'ladi. Jamlangan kelishuv natijasida, umumlashtirishda, formularni notug'ri to'lg'azilganda, so'raluvchilar eslatgan dalillar yoddan chiqqanda va h.k. Statistikada hamma xatolar oldindan ko'zda tutilgan va ko'zda tutilmaganlarga bo'linadi. Keyingisi o'z navbatida tasodifiy xol yoki sistematik harakter kasb etadi. Tasodifiy xato javob beruvchi aybi bilan ham, qayd etuvchining yozuvda adashishi, kelishuvi, bilimsizligi va boshqalar oqibatida ham ro'y beradi. Bular kuzatuv natijalariga jiddiy ta'sir o'tkazmaydi. Chunki bunday xatolar ko'pincha bir xilda kamaytirib ko'rsatishda ham, ko'paytirib, bo'rttirib ko'rsatishda ham uchraydi va keng qamrovli kuzatuvda yutilib ketib, betaraflanib qoladi. Ko'zda tutilmagan sistematik nuqsonlar, xatolar asosan so'rovlarda umumlashtirilgan ko'rsatkichlar hisobiga paydo bo'ladi (tashrif buyuruvchining yoshi, uning daromadi, tunash sonlari va shunga o'xshashlar). Ko'pincha yoshni qayd etishda oxiri 0 yoki 5 bilan tugaydigan umumlashtirishlar ko'zga tashlanadi. Misol uchun, yozuvlarda 40 yoshli turistlar 39 va 41 yoshlilardan ko'p uchraydi. Bu hodisa statistikada yoshlarning akumulyatsiyasi deb nom olgan. Bu xatolar to'plangan statistik materiallarni qayta ishlashda tuzatilmoqda. Ko'zda tutilgan xatolar, nomidan ham ko'rinib turibdiki, so'raluvchining ongli ravishda haqiqatni yashirishidan paydo bo'ladi. Bu xatolar bir yo'nalishda ma'lumotlarni uning kattalik ko'rsatkichlarini buzib, pasaytirib ko'rsatadi (masalan, turistik firmalar oboroti). Ko'zda tutilgan xatolar statistik tadqiqotlar uchun juda xavfli. Ularni aniqlash va tuzatish uchun ozmuncha kuch

talab etilmaydi. Statistik formularlardagi axborotlarning to'g'riligi mantiqiy va arifmetik yo'llar bilan tekshirib ko'riladi.

Mantiqiy nazorat chog'ida qo'yilgan savollarga javoblarning mosligi yoki dasturning turli savollariga javoblar o'rtasidagi moslik aniqlanadi. Masalan, «lafardan maqsad» grafasida «Amerikalik» deyilgan bo'lsa, o'z-o'zidan tushunarliki javob savolga to'g'ri kelmaydi, xato esa, boshqa grafaga yozuv tufayli kelib chiqqan. Umumiy yig'indi sifatida olingan javoblar, xilma-xillik yozuvlari yoki boshqa ko'rsatkichlar qismi (turistik harajatlar va ularni statiyalar bo'yicha bo'linishi, shuningdek sayohat kunlari bo'yicha) mantiqiy nazorati hisoblashning to'g'riligini tekshirish orqali tahlil etiladi. Hammasini emas (tanlangan) tadqiqotlar paytida ularning xususiyatiga ko'ra, yuqorida ko'rib chiqilgan qayd qilingan xatolardan tashqari, reprezentativ (taqdim etilgan) xatolar ham uchraydi. Ular kuzatuv birligini noto'g'ri tanlash chog'ida paydo bo'ladi. Aniqlangan barcha xatolar iloji boricha tuzatilishi kerak. Buning uchun ko'pincha nazorat so'rovlari o'tkazishga telefon, pochta orqali so'rovlar olishga to'g'ri keladi. BTT ekspertlarining fikricha, qimmat turadigan tekshirishlar chog'ida xatolar 5 % dan, pilotaj tadqiqotlar chog'ida 13 % dan oshmasligi zarur. To'plangan axborotlar solishtirib ko'rilgandan keyin keyingi qayta ishlashlarga tayyorlanadi. Ular jadvallarga ko'chiriladi. So'ngra boshqa statistik ko'rsatkichlarning asosiy ahamiyati va o'rtacha kattaligini hisoblashda foydalaniladi. Turizm statistikasida uchta bosh muammo mavjud bo'lib, ulardan biri ma'lumotlarsiz taqqoslashdir. U turizm rivojlantirish qonuniyatlari, tendensiyalarini aniqlash maqsadida axborotlarni taxminan solishtirib ko'rishni bildiradi. Bu sohadagi o'zgarishlar, kengliklar va davr, bitta nomdagi ko'rsatkichlar, kattaliklar baholanishi, ularni turli mamlakatlarga taaluqli tomonlari va boshqalar shular jumlasidandir. Statistik ma'lumotlar ko'p xollarda ularning predmeti mazmuni farqiga, hisob kitob metodikasi yoki o'lchov birligiga ko'ra taqqoslab bo'lmaydigan holatda bo'ladi. Ammo ko'p holatlarda beqiyos ma'lumotlarni solishtirib ko'rish xolatiga keltirish mumkin. Yaqin vaqtlargacha turistik atamalar va sayohatchi shaxslar

klassifikatsiyasida chalkashliklar ko'p edi. Masalan, asosiy «turist» degan tushuncha bir xil atalmasdi. Tafovut doimiy yashash joyi emas manzilda bo'lish uzoqligiga (1 dan 5 va undan ko'proq tunash) va sayohatchi shaxslar yoshi (14 dan va undan katta), shuningdek safar maqsadiga taaluqlikda edi. Ayrim turlicha talqinlar hozirgi kungacha ham saqlanib kelmoqda. 40 % ga yaqin mamlakatlarda ekskursiyachilar tashrif buyuruvchilar hisoblanmaydi, 10 % mamlakatlarda esa ulardan ish yuzasidan keluvchilarni chiqarib tashlashadi.

Bir xil holatlarda kelish tashrif buyuruvchining doimiy yashaydigan mamlakatida qayd etiladi, boshqasida esa fuqaroligiga qarab qayd etiladi. Bularning hammasi xalqaro taqqoslashni qiyinlashtiradi. Turizm statistikasining boshqa muammosi – statistik axborotning to'liqligi va ishonchligi. Boshqacha aytganda xalqaro turizm haqida zarur axborotlarni qay tarzda olish va yig'ilgan bir qancha ma'lumotlardan qanday qilib bo'shliqlarni to'ldirish muammosi. 1998 yil BMT «Turizm bo'yicha iqtisodiy hisobot» ni e'lon qildi. Unda u o'zining turizm statistikasi sohasidagi ko'p yillik tajribasini umumlashtirdi. Uning bo'limlaridan biri statistik axborotlar va ma'lumotlarni yig'ish muammosiga bag'ishlangan. BMT xalqaro turizm haqida umumlashgan axborotlarni olish uchun yetishmayotgan birlamchi ma'lumotlarni hisoblash usulini taqdim etdi. Hozirgi paytda birorta davlat turizmni kuzatish bo'yicha to'la hajmda tizimli ish olib borayotgani yo'q. BMT hisobotiga muvofiq jahonning 18 mamlakati (hududi) da sayyoramizning 0,5 % aholisi yashayotganiga qaramasdan xalqaro turizm haqida hech qanday axborot taqdim etilmagan. Ularning ko'pchiligi iqtisodiy jihatdan sust rivojlangan bo'lib, jahon turizm bozorida ulushlari juda kam. 202 mamlakat (hudud) yillik statistik ma'lumotnomalarga kiritilgan. Ular xalqaro turistik almashish to'g'risida ma'lumotlar to'plashadi, ko'rsatkichlari ruyxati juda cheklangan. Hatto statistika ishlari yaxshi yo'lga quyilgan Fransiyada ham, hisob juda ko'p bo'shliqlar bilan amalga oshiriladi. Turistik oqimlar statistikasida ekskursion va ish yuzasidan qisqa muddatli safarlar to'g'risida ma'lumotlar fragment harakteri beriladi. Turistik harajatlar statistikasi ham to'liq holda emas.

Statistik kuzatuvlar materiallari tahlili shuni ko'rsatadiki, kirish turizmi hisobi, chiqishga nisbatan yaxshi yo'lga qo'yilgan. 202 mamlakatdan (hududda) atiga uchtasida xalqaro turistik kelishlar haqida ma'lumotlar yo'q, xolos. 12 tasida esa xalqaro turizmdan daromadlar yo'q. Jo'nab ketish turizmi hisobotning statistik shaklida juda yomon aks ettirilgan.

Mamlakat (hudud) larning yarimida aholining chegara ortiga safari soni va xalqaro turizmga harajatlar kattaligi to'g'risida axborotlar yo'q.

Xalqaro transportda tashishlardan va ularga harajatlar to'g'risida ma'lumotlar hamma joyda ham yig'ilayotgani yo'q. 202 mamlakat (hudud) dan faqat 80 tasi BMT tomonidan so'ralgan xalqaro turizmning rivojlanishi haqida ma'lumotlarni bera oladi. BMT yetishmaydigan axborotlarni bosqichlar bo'yicha baholash usulini qo'llab, hisoblash yo'li bilan oladi. Dastlab hamma mamlakatlar bir xildagi guruhlariga tenglashtirilib bo'linadi. Ular jahonning subregionlari bo'yicha, ularning ichida esa turmush darajasiga qarab birlashtiriladi.

Har bir guruh uchun bir marta kelishdan tushadigan o'rtacha daromad va chegaradan tashqariga bir safarning o'rtacha harajatlari hisoblab chiqiladi. Ular yordamida BMT ekspertlari murakkab bo'lmagan matematik operatsiyalar yordamida turistik oqimlar va turistik daromadlar va harajatlar statistik bosh ko'rsatkichlari ahamiyatini aniqlashadi. Xalqaro turizmdagi tushumlar ma'lumotlarga ega bo'lmagan mamlakatlar uchun ularning hajmi xalqaro turistik kelishlarning bir martasidan tegishli mamlakat guruhi o'rtacha daromadi orqali bir marta kelish soni bilan taqqoslab aniqlanadi. Agar mamlakatga xalqaro turistik kelishlar sonini aniqlash talab etilsa, xalqaro turizmdan tushadigan tushum tegishli mamlakat guruhining bir marta kelishi daromadi o'rtacha kattalikka bo'linadi. Chiqish turizmi to'g'risida axborotlar ayrim mamlakatlardagina yo'qligi nazarda tutilsa, turistik kelishlar va daromadlar to'g'risida olingan baholovchi ma'lumotlar hudud va butun jahon ko'rsatkichlari uchun ularning yakuniy ahamiyatga jiddiy tuzatishlar kiritiladi. 1995 yil jahonda xalqaro turistik kelishlar soni aniqlashdan keyin 0,02 % ga ko'paydi. Xalqaro turizmdagi tushumlar esa 1,5 mlrd. \$ yoki 0,4

% oshdi. Bu raqamlar statistik hisobdorlik chiqish turizmi to'g'risida ishonchli axborotlar manbai bo'lib hisoblanishini ko'rsatadi. Jo'nash – chiqish turizmi statistik ko'rsatkichlarni safarga qilinadigan o'rtacha harajatlarni hisoblashga asoslanadi. Mamlakatda xalqaro turizmga harajatlar umumiy hajmini chegaradan tashqariga turistik safarlarning soni mamlakat tegishli guruhi safari o'rtacha xrajatlari sifatida tasavvur etish mumkin. Statistik hisobotlar firmalarida turistlarning jo'nab ketish ko'rsatkichlariga ham ahamiyat berilmaydi. Ko'pincha tushib qoldiriladi. Ammo ko'pchilik milliy turistik ma'muriyatlar jo'nab ketish-chiqish turizmi, statistikasini umuman yuritmaydilar va bu haqda hech qanday ma'lumotlarga ega emas. Xalqaro turizmga harajatlar kattaligi bunday holda aholi jon boshiga to'g'ri keladigan safar o'rtacha harajatlari tegishli mamlakatlar guruhlari uchun aholisi sonini hisoblab chiqish orqali aniqlanadi. Keyin esa ma'lum formula bo'yicha jo'nab ketishlar soniga hisoblab chiqiladi.

Bosqichma-bosqich usuli BMT ga har bir mamlakatda chiqish to'g'risida ma'lumot olishga yordam beradi. So'ngra butunjahon masshtabida yakunini chiqarishga ko'maklashadi. Aniqlangan ma'lumotlar bo'yicha 1995 yil jo'nab ketishlar soni 576 mln. safarga yetdi. Ko'payish tomonga tuzatishlar 5,9 % ni tashkil etdi. Bu kirish turizmi bo'yicha ancha yuqori, ammo avvalgidek uncha sezilarli bo'lmagan holda qoldi. Statistik kuzatuvlar materiallarida ko'proq jiddiy tuzatishlar xalqaro transportda tashish daromadlarini, shuningdek ularga harajatlarni aniqlashda kiritiladi.

Bu tashish to'g'risida birlamchi ma'lumotlarni yig'ish yomon yo'lga qo'yilgani bilan izohlanadi. 202 mamlakat (hudud) dan 79 tasida transport daromadlari to'g'risida, 68 tasida esa harajatlar to'g'risida ma'lumotlar yo'q. Ular uchun maxsus hisoblash o'tkazildi. Unga tegishli mamlakatlar guruhlarning umumiy turistik tashishda transport daromadlari va harajatlari ulushi baza bo'lib xizmat qiladi.

Hisob – kitoblar shuni ko'rsatadiki, statistik kuzatuvlar tashish to'g'risida 80

% axborot beradi. Qolgan 20 % baholash yo'li bilan to'ldirilib yuboriladi. Har bir mamlakat uchun va jo'nab ketishlar, turistik va transport daromadlari, harajatlari to'g'risida ma'lumotlar olingach, baholashning ikkinchi bosqichi – daromadlar va harajatlarni taqqoslab ko'rish boshlanadi. Butunjahon miqyosida xalqaro turizmdan tushgan tushumlar va transportda tashishlar harajatlari tenglashtirilishi lozim, lekin statistik amaliyotda ular kattaligining hisobi umuman mos kelmasligi mumkin. Bu ikki qismni mos keltirish uchun, harajatlar hajmi daromadlar darajasigacha ko'paytiriladi. Deyarli hamma milliy turistik ma'lumotlarda ular to'g'risida axborotlar bor va ular to'laroq va to'g'ridir. BMT hisobotiga muvofiq, jahonda xalqaro turizmdan bir xildagi daromadlar 1995 yil harajatlardan 10 % ga ziyod bo'ldi. Mamlakatlar bo'yicha ko'rsatkichlar qatoridagi bo'shliqlarni tuzatish bo'yicha faraz 4,5 % ga qisqartirildi, lekin to'liq bartaraf etilgani yo'q. Uncha kata bo'lmagan farq transport daromadlari va harajatlari o'rtasida saqlanib qoldi. Baholashning ikkinchi bosqichida xalqaro turizmga harajatlar 25,2 mlrd. \$ ga ko'paygan va 400,5 mlrd. \$ ni tashkil etgan. Xalqaro transportda tashish harajatlari esa 0,8 mlrd. \$ ga ko'paytgan. Bosqichma bosqich usulida baholash yordamida statistik hisobda xatolar va chalkashliklar kamayadi va xalqaro turizm to'g'risida axborotlar ishonchligi ortadi. Statistik axborotlarni taqqoslash va to'ldirish muammolari makroiqtisodiy tadqiqotlar o'tkazishning turizmga ta'siri yangicha ko'rinishda namoyon bo'ladi. Ishlab chiqarish sektori sifatida turizmning ahamiyatini baholash, aholi birligini va o'sishini tezlashtirishni ta'minlaydi. Turizm statistikasining muhim vazifasi ham shu. Uni hal etish statistik hisob metodologiyasining mukammal emasligi tufayli qiyin kechadi. Buning tub sabablari ildizi turizm industriyasining o'zida, uning soha uchun tipik bo'lmagan va murakkab tabiatida.

Iqtisodiy tarmog'i korxona va tashkilotlarning o'xshashligida, vazifalarini umumiy birlashganligida, ular tomonidan tizimda mehnatni ommaviy taqsimlaganida o'zini namoyon etadi. Statistik amaliyotda korxona ishlab

chiqaradigan mahsuloti mo'ljallangani va faoliyat turiga qarab, u yoki bu tarmoqqa kiritiladi.

Boshqa qolgan barcha tarmoqlardan farqli ravishda bir xildagi mahsulot ishlab chiqarishining harakterli belgisidir. Turizmda u turistik mahsulotlarga talab bormi, yo'qmi, uni kim, qachon, qayerda, nima uchun sotib oladi, bunga e'tibor berilmaydi. Turistik industriya tuzilishi va tarkibi, mahsulot iste'mol qilinishi oxir-oqibat chegarani aniqlab beradi. Bunday talqin umum qabul qilingan industriya defenitsiyasiga mos kelmaydi. Turizm industriyasi statistikasiga kiruvchi turistik iste'mol statistikasi esa tarmoq statistikasidan tushib qoladi. Turistik kelishlar, daromad va harajatl, tashrif buyuruvchilarning iste'mol xulq-atvorining qimmatli harakteristikalari, turizm industriyasiga kiruvchi boshqa tur faoliyatlar turistik mahsulotlar va ulami tashkil etuvchilar bermoqda. Axborot bazasining torligi, tarmoqning boshqa ko'rsatkichlari bilan taqqoslash va metodologik birlikning yo'qligi turizmning iqtisodiy rolini yetarli baholanmasligiga olib keladi. Iqtisodiyot uchun turistik sektorning ahamiyati ravshan bo'lsada, lekin u statistikada yetarli o'z aksini topmagan. Statistik hisobni takomillashtirish bo'yicha xalqaro tashkilotlar jiddiy ish olib borishmoqda. Yuqorida turizm to'g'risida statistik axborotlarning to'liqligi va ishonchligini ta'minlashda BMT o'ynayotgan rol haqida aytib o'tildi. Uning rahbarlik organi – Ijro kengashi huzurida statistika bo'yicha komitet tuzilgan. Kotibiyati tarkibiga esa statistika sektori kiritilgan. Bu tarkibiy tuzilmalarga apparat haqidagi tushunchalarni tartibga solish, turizm sohasiga qo'llaniladigan statistik tadqiqotlar usullarini va tamonlarini ishlab chiqish vazifasi yuklatilgan.

So'rovlar o'tkazishda yordam ko'rsatish va ma'lumotlarni qayta ishlash, mutaxassislar o'rtasida tajriba almashishni yo'lga qo'yish ham uning zimmasida. Uning tomonidan ma'lumotlar yig'ish, hisobot shakllari va ichki va xalqaro turizm statistikasi boshqa masalalari bo'yicha uslubiy yo'l-yo'riqlar materiallar tayyorlangan. 1991-yilda Ottavada turizm va sayohat statistikasi bo'yicha xalqaro konferensiya o'tkazilishi muhim voqea bo'ldi. Konferensiyada BMT bosh

assambleyasi tomonidan ma'qullangan qo'llanmalar, tavsiyalar va rahbarlik uchun yo'l-yo'riqlar namoyish etildi.

Ular orasida ayniqsa «Turizm sohasida statistik anketalashni o'tkazish metodologiyasi» va BMT bazaviy direktivasi «Milliy turistik ma'muriyatlar (MTM) tarkibida statistik masalalar bo'yicha xizmat faoliyati va uni shakllantirish» o'quv qo'llanmalari muhim ahamiyat kasb etdi. BMT ning Ottava konferensiyasi natijalariga ko'ra, «Turizm statistikasi bo'yicha tavsiyalar» tayyorlandi va BMT ning Statistika komissiyasiga ko'rib chiqish uchun taqdim etildi.

Qabul qilingan va e'lon qilingan tegishli hujjatlar paketlari turizm sohasida statistik faoliyatni takomillashtirish ishida muhim qadam bo'ldi. Tavsiyalarda asosiy e'tibor xalqaro va milliy darajada statistik axborotlarni taqqoslash muammolariga qaratiladi. Shu maqsadda ularda turizm mohiyati aniqlab berildi, uning asosiy tiplari (ichki, chiqish, kirish), ichki va xalqaro defnitsiya aniqlab berildi. Ilmiy qo'llanishga «Milliy turizm», va «Mamlakat doirasida turizm» degan yangi tushunchalar kiritildi. Maxsus bo'lim turistik harajatlarga, ularning statiyalar bo'yicha tarkibiga bag'ishlanadi va to'lov balansida o'z aksini topadi. Hujjatlar paketiga shuningdek turizmdagi faoliyatning standart xalqaro klassifikatsiya turlari kiritiladi. BMT «Turistik statistika yilnomasi» ("Yearbook of Tourism Statistics"), «Statistik to'plam» (Compendium of Tourism Statistics), shuningdek "Xorijiy turizm – chegara rasmiyatchiligi" ("Travel Abroad Formalities)" va oylik «BTT yangiliklari» (WTONEWS) jurnali nashr qilmoqda. Keyingi yillarda kon'yunktur – tadqiqotlar to'plami chiqa boshladi, u turistik sohalarning barchasi bo'yicha yangi axborotlarga ega. Misol uchun «Turizm taraqqiyoti to'g'risida hisobot (siyosat va yo'nalishlar)» («Tourism Development (policy and trends)»), «Turizm va sayohatning hozirgi zamon yo'nalishi» ("Serrent Travel Tourism Indicators") «Jahon turizmning iqtisodiy revyusi» ("Economic Review World Tourism")

Savol va topshiriqlar?

1. Turistik oqimlar statistikasini o'rganishdan maqsad nima?
2. Turistik daromadlar qanday usullarda hisoblanadi?
3. Turistik harajatlar qanday usullarda hisoblanadi?
4. BMT jahonni nechta turistik makroregionga ajratadi?

9-mab3y . Turistik bozorni segmentlash. Turizm turlari

Reja:

1. Turistik xizmat bozorining funksiyalari va tarkibi.
2. Turistik xizmat bozorini segmentatsiyalash.
3. Turizm xizmat bozoriga ta'sir qiluvchi asosiy omillar.

1. Turistik xizmat bozorining funksiyalari va tarkibi

Turistik xizmat bozori turistik mahsulotni sotish va sotib olish jarayonini ta'minlovchi talab va takliflarni birlashtiruvchi, ishlab chiqaruvchi va turistik mahsulot iste'molchisi o'rtasida jamoa iqtisodiy munosabatlarini yuzaga keltiruvchi jabhadir. Natijada turistik xizmatning pulga aylanishi (sotish-sotib olish) jarayoni vujudga keladi.

Har bir turmahsulot ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasida bir-biriga mos tushmaydigan iqtisodiy manfaatlar bo'ladi. Ularning bir-biriga mos kelishi oqibatida esa turmahsulotni sotish va sotib olish jarayoni vujudga keladi. Bozorda o'ziga xos xususiyat sodir bo'ladi, bunda xizmat ko'rsatuvchi va iste'molchi qiziqishlarining kelishuvidir. Bozorda markaziy holatni iste'molchi yaratadi. Yaxshi sotuvchining vazifasi esa o'z mijozlari talablarini qondirish hisoblanadi.

Turistik xizmat bozori murakkab hisoblanib, bunda uning mahsuloti to'g'ridan-to'g'ri emas, balki o'rtadagi dallol orqali (xo'jalik sub'ekti-turoperator-turagent) sotiladi.

Ushbu omillardan tashqari yana bir holatni e'tiborga olish kerak, ya'ni ko'rsatib o'tilgan bitim har doim bir joyda amalga oshirilmaydi (masalan, mehmonxona, turistlarni qabul qilish joyi yoki turoperatorlarda). Turistik xizmat bozori ma'lum bir o'ziga xos joy yoki geografik hudud bilan chegaralan-magan. Shuning uchun turistik mahsulotning oldi-sotdi ishlari sotuvchi va haridorlarni jalb qilmagan holda teleks, telegramma, faks, telefon, aniq hisob-kitob orqali amalga oshirilishi mumkin.

Quyidagi aniq shart-sharoitlarga amal qilgandagina bozor samarali faoliyat

uchun harajatga olib keladi, shuningdek turli holdagi turistik mahsulot ishlab chiqaruvchilar o'rtasida daromadning taqsimlanishiga olib keladi.

Turistik mahsulot iste'molchilarining sanoqbay tavsifiga ko'ra uch xil turdagi turizm bozorlari ajratiladi: ommaviy, mashhur va individual.

Ommaviy turistik xizmat bozori-katta guruhlardan iborat sayohat qiluvchi asosiy turistlar massasini o'z ichiga qamrab oladi. Bunday turlarning haridorlari ilgari kelishilgan dasturlar, xizmat va ko'ngil-ochar tadbirlar, hamda oldindan to'lab qo'yilgan xizmatlarning standart jamlanmasiga rozi bo'lgan kishilardir.

Mashhur turistik xizmat bozori-bir muncha kamchiliklardan iborat turistlardan tashkil topgan bo'lib, qimmatroq, inklyuziv turlar, ya'ni yuqori darajadagi servis va qimmatbaho mehmonxonalardan iborat, shuningdek sayohat davrida istaklariga qarab qo'shimcha xizmatlar uchun haq to'lanadi.

Individual turistik xizmat bozori-ushbu holatda turistlar yakka tartibda o'z marshrutlarini mustaqil belgilaydilar, zaruriy hollarda transport xizmati va mehmonxonada joylashish uchun buyurtmalar beradilar. Bu turlar badavlat kishilar uchun ancha qiziqarli bo'lib, ularni o'ziga jalb qiladi. Bundan tashqari o'z dam olishlarini biznes yoki boshqa bir mashg'ulot bilan birgalikda davom ettiradilar, bu esa o'z navbatida oldindan dam olishni tugallash yoki qaytish muddatini belgilashlari

Marketing faoliyatining alohida xususiyati va tarkibiga ko'ra quyidagi bozorlar ajratiladi:

* **Maqsadli**, bunda korxona o'z maqsadini amalga oshiradi yoki oshirmoqchi bo'ladi.

* **Asosiy**, korxonaning asosiy xizmati amalga oshiriladi (sotiladi).

* **Qo'shimcha**, bunda bir qancha hajmga ega bo'lgan xizmatlarning sotilishi ta'minlanadi.

* **O'sib borayotgan**, sotish hajmining real oshish imkoniyati.

2. Turistik xizmat bozorini segmentatsiyalash

O'zbekiston bozorlarida turistik xizmat ko'rsatuvchi korxonalar o'rtasida raqobatchilik bir qadar keskin ravishda kechadi, chunki korxonalar soni tobora ortib bormoqda. Ko'pgina korxonalarning moliyaviy, mehnat va boshqa resurslari cheklangan bo'lib, ular barcha mijozlar istaklarini to'liq amalga oshira olmaydilar. Turistik korxonaning ish faoliyatini unumli va daromad keltira oladigan qilib tashkillashtirish uchun ular bozor segmentatsiyasidan foydalanadilar.

Bozor segmentatsiyasi - iste'molchilarning talablarini birlashtiruvchi harakterga ega bo'lgan bozor qismlarini tushunamiz. Ushbu segment (qism) larning har biri maqsadli bozor sifatida tanlanishi mumkin. Iste'molchilarning talabini har bir mahsulot qondira olmasligi bois, segmentatsiyaning asosiy maqsadi-turistik mahsulotni aniq (manziliy) ta'minlashga qaratiladi. Turistik xizmat bozorining segmentatsiyasi vujudga keluvchi savollarga, ya'ni: xususiyati, qiziqishi, fikrlashi, qabul qilishi, ma'naviy qadriyatlar va har bir segment vakilining zaruriyatiga qarab javob beradi. V.Saprunova tomonidan taklif qilingan turistik faoliyat savollariga javob beruvchi me'zonlar segmentatsiyasining asosiy guruhi 18.1. jadvalda keltirilgan.

Jadval 18.1.

Turistik mahsulotga talab segmentatsiyasi

Mezonlar	Talab segmentlari
Geografik mezonlar	
1.Turist tashrif buyuradigan mamlakat	Chiquvchi Kiruvchi Ichki
2.Turistik sayohatdan geografik maqsad	Dunyo davlatlari bo'ylab turizm Dunyo aloxida xududlari bo'ylab turizm Turist yashaydigan davlatning aloxida xududlari bo'ylab turizm

Ijtimoiy mezonlar	
1. Yoshi	Yoshlar turizmi (30 yoshgacha) “Seniorlar” turizmi (30 dan -45 yoshgacha va 45 dan 55 yoshgacha) Bolalar turizmi
2. Jinsi	Ayollar turizmi Aralash turizmi
3. Turistning kasbi	Kasbiy belgilar bo'yicha sigmentlar ko'pligi maxsus turlar Iqtisod, siyosat va jamiyat hayotining turli sohalarida ishlaydigan xodimlar uchun maxsus turlar
4. Oila boshlig'ining kasbi	Jamiyatning turli ijtimoiy qatlamlari bo'yicha segmentlar(yuqori menejment, xizmachilar va h.k.)
5. Doimiy yashash joyidagi aholi punkitining kattaligi.	Katta, o'rta va kichik shaharlardan turistlar Qishloq joylardan turistlar
6. Oilaviy turizm	Yolg'izlar turizmi Bolasi yo'q oilalar turizmi Bolasi bor oilalar turizmi Ko'p oilaviy turizm
7. Millati	Etnik turizm
8. Diniy yo'nalishlar	Diniy turizm
9. Oila daromadi	Ijtimoiy turizm Lyuks turizm Uncha qimmat bo'lmagan –ekonom turizm Eksklyuziv turlar
Psixologik mezonlar	

1. Sayohatlar	Rekreatsion turizm Ishga bog'liq turizm Sport turizmi O'rganiladigan turizm Kommunikatsion turizm
2. Turistning toifasi	Turli xildagi klassifikatsiyalar (masalan, S-, F-, V-, A-, B-toifadagi turistlar va hokazo)
3. Mavsumiylik	Asosiy mavsum Oraliq Mavsumlararo Yilning oylari bo'yicha
4. Sayohatning tashkillashtirilishi	Mustaqil Vositachi orqali
5. Sayohat turi	Guruh bilan Individual
6. Foydalaniluvchi transport turi	Avtoturizm Aviaturizm Veloturizm Avtobus turizmi Dengiz kruizli turizmi Daryo kruizli turizmi Shaxsiy transport Boshqa turdagi transport vositalari
7. Turar joy bilan ta'minlanish	Mehmonxona Motel Kempinglar Shaxsiy uylar va xonalar Boshqa turdagi binolar

8.Turistik maqsadning uzoqligi	Segmentatsiyalashning turli me'zonlari
9.Sayohat muddati	Uzoq muddatli (21 kundan oshiq) O'rta muddatli (7-14 kun) Qisqa muddatli (2-4 kun)
10.Moliyalanish shaxobchalari	Ijtimoiy turizm (kam ta'minlangan aholi uchun ijtimoiy sug'urta tomonidan mablag' ajratiladi) Intensiv turlar (firma xodimlari va ularning oilasi uchun firma tomonidan to'lanadigan rag'batlantiruvchi turlar) Oilaviy byudjet
11.Turistik sayohatni amalga oshirishda qaror qabul qilishga yordam beruvchi konsultantlar, dallollar)	Turoperatorlar Turagentlar Tanishlar Ommaviy axborot vositalari

Eng ko'p tarqalgani bu-geografik me'zondir. Bu yerda me'zon sifatida davlat yoki bir guruh mamlakatlarda tarixiy, etnik urf-odatlar va boshqa umumiyliklar ko'riladi. Bu me'zonning asosiy segmentlari -kurortda dam olish maqsadida uzoq masofani bosib o'tuvchi turistlar: xududiy keluvchilar (tur markazdan tashqarida yashovchilar va u yerga 4 soat davomida yetib boradiganlar) va mahalliy turistlar. Qonun kabi turistik yo'nalishning yaqinligi muhim omil hisoblanadi. Agar tur markaz o'zining maqsadi yo'naltirilgan bozorga qanchalik yaqin bo'lsa, shunchalik tashrif buyuruvchilar sonining oshish ehtimoli katta bo'ladi. Qandaydir tur markazning faoliyatini rivojlantirish uchun turfirma o'zlarining reklamalari bilan, ko'p aholi yashaydigan punktlarga va tur markazga yaqinroqda istiqomat qiladigan aholiga murojaat qiladi.

Psixologik o'zini idora qilish segmentatsiyasi (yo'nalish tartibini o'zi belgilaydi) -bunda iste'molchilar yashash tarzi va maqsadli yo'nalishlari, ya'ni

ularning bo'sh vaqtini belgilash tartiblari, shaxsiy tavsiflari bo'yicha guruhlariga bo'linadi. Bunday turistik harakat me'zonlariga sayohat maqsadi, turistning psixologik sur'ati, mavsumiylik, sayohat turi va uni tashkil qilish, foydalaniladigan transport vositalari, sayohat davrida turar-joy, moliyaviy mablag'i, konsultantlar va o'rtadagi dallollarning harakati tur sayohatda qaror qabul qilishga sabab bo'ladi.

Turizm xizmat bozoridagi ko'plab segmentlar yana kichik segmentlarga bo'linadi. Masalan, rekreatsion turizm - bu da'volanish maqsadidagi va ta'til turizmi hisoblanadi. Ko'pincha motivatsiyaning aloxida segmentlari bo'yicha aniq chegaralar o'tkazish oson emas. Ishga bog'liq turizm vaziyatni o'rganish bilan bog'liq turizmga va sport turizmi esa rekreatsion turizmga bog'lanib ketadi. Masalan, turizm xizmat bozorining segmentatsiyasi hayot tarzining me'zoni bo'yicha quyidagi iste'molchilar guruhlarini ajratadi:

- Hayotdan lazzat izlovchi shaxs;
- Aniq bir maqsad sari intiluvchi faol shaxs;
- Ishbilarmonlar davrasining a'zosi;
- "Ko'k yoqaliklar";
- An'anaviy uy egasi.

Turizm xizmat bozoriga ta'sir qiluvchi asosiy omillar

Turizm xizmat bozoriga va turizm talabiga bir qancha omillar ta'sir qiladi. Turizm talabiga boshqa tovar va xizmatlar kabi aholining oldigan daromadi va ularning sayohat uchun ishlatilishi ta'sir qiladi.

Turizm iqtisodiyotning bir tarmog'i sifatida ikki holatda barqaror bo'ladi, ya'ni fuqarolarning bo'sh vaqtlari va yetarli daromadlarining borligi bilan belgilanadi. Shu sababli turizm yuqori darajada turizmga bo'lgan talabni shakllantirish uchun, aholining bo'sh vaqtini va daromadini oshirish yo'llarini amalga oshirish kerak. Turizmga bo'lgan talabni oshiruvchi asosiy ob'ektiv omil bo'lib, aholining bo'sh vaqti tendensiyasi hisoblanadi.

Aholining ba'zi ehtiyojlari qondirilmaguncha, turizm ommaviy ahamiyat kasb etmaydi. Turizm xizmat bozorini tahlil qilishda turizm xizmat bozoriga ta'sir

qiluvchi asosiy omillar, ya'ni so'nggi yillarda O'zbekistonda o'z o'ringa ega bo'lgan iste'molchilarning ijtimoiy –demografik va psixologik xatti-harakatlarini ko'rib chiqamiz.

Bu yerda asosiy omil bo'lib, aholining joylashish strukturasi, aholining daromadlar darajasi, ta'lim, mashg'ulotlar turi, aniq bir irqga mansubligi, jinsi, vaqti, hayot tarzi va h.k. hisoblanadi.

Aholining strukturasi – O'zbekiston ko'p millatli respublika bo'lib, bu yerda yuzdan ortiq millat va elat vakillari yashaydi. Aholining asosiy qismi o'zbeklardan iborat bo'lib, ularning salmog'i muttasil ortib bormoqda. Yevropalik aholining salmog'i kamaymoqda, buning sababi tub aholi bilan yevropalik aholining tug'ilish darajasidagi katta tafovutdir. Respublika aholisining yuqori sur'atlar bilan o'sishi istiqbolda ham kutiladi. 2015 yillarga aholi 36333 ming kishini tashkil qilishi hisoblab chiqilgan. .

Yosh. Aholi strukturasi yoshining o'zgarishi biznesning barcha sohalariga ta'sir qiladi. Turizm rivojlanishini bashorat qilishda, mamlakat aholisining yosh bo'yicha tarkibini o'rganish va turizm xizmat bozoriga ta'sirini aniqlash muxim ahamiyat kasb etadi.

Bolalar. Bolalar tug'ilishining ortishi turizm uchun uncha yaxshi emas. Sababi yosh bolalari va chaqaloqlari bor oilalar sayohatdan ko'ra uyda o'tirishni afzal ko'radilar. Bundan tashqari bunday oilalarda sayohat uchun ishlatilishi mumkin bo'lgan daromadning bir qismi yosh bolalar va chaqaloqlarga ishlatishadi. Ammo yosh bolalarning o'sish tendensiyasi turizmning kelajak-dagi rivojlanishi uchun yaxshi omil hisoblanadi. Sababi kelajakda bu yosh bolalar turistlik xizmatlarning salohiyatli iste'molchilari hisoblanadilar.

O'smirlar bozorning asosiy segmentini tashkil etadilar. Sababi ular o'zlarining individual harid qobiliyatiga ega. Qayerda dam olish kerakligiga oila a'zolariga o'zlarining ta'sirini o'tkazadilar. Ular mustaqil turistlar hamdir. Sayohat qilishiga shaxsiy transport vositalarining borligi asosiy omil hisoblanadi.

Daromad. Aholining harid qobiliyati turizm rivojlanishining asosiy omilidir. Daromadlarning o'sishi bilan turizmga sarf-harajatlar ham oshadi. U yoki bu oilaning daromadi qanchalik yuqori bo'lsa, shunchalik tursayohatga imkoniyati yuqori bo'ladi. O'zlariga to'q odamlar daromadlarining bir qismini aynan turizmga sarflashni ma'qul qiladilar. Vaqt tejash vositasi sifatida ularni ko'proq avitransportlar orqali uchishlar jalb qiladi.

Ta'lim. Aholining turistlik faolligi to'g'ridan-to'g'ri salohiyatli iste'molchilarning ta'lim darajasi bilan bog'liq. Ta'lim odamlarni qiziqishini kengaytiradi va shu sababli turizmga ta'sir qiladi. O'rta ma'lumotli odamlar ko'ngilochar sayohatlarni afzal ko'radilar. Oliy ma'lumotli odamlar esa ko'proq sayohat qilishga molikdirlar. Bu toifadagi aholida yuqori darajada daromad manbai bo'lib, sayohat chog'ida asosiy harakatlanish vositasi sifatida avitransportni afzal ko'radilar.

Kasb. Turizm mahsuloti va xizmatlarining haridiga turistning qanday kasb bilan shug'ullanishi ma'lum ma'noda ta'sir ko'rsatadi. Idoralarda ishlovchilar, xizmatchilarga nisbatan ko'proq sayohat qiladilar. Lekin yil mobaynida ko'proq sayohatni menedjerlar, bank xodimlari va boshqaruv apparati xodimlari amalga oshiradilar. Turistlik firmalar mashg'ulot turlari bo'yicha guruhlarini aniqlab olishga harakat qiladilar. Ba'zi bir turistlik firmalar aniq bir kasb guruhlarini uchun maxsus turmahsulot va xizmatlarni ishlab chiqarishga ixtisoslashtiriladi. Lekin har doim ham iste'molchilarni aniq bir ko'rsatkichlar, ya'ni daromadi, ma'lumoti, yoshi va mashg'ulot turlari bo'yicha ajratib bo'lmaydi. Ayrim ishchi xizmatchilar yetarlicha yuqori daromadlarga ega bo'lishlari mumkin, lekin ularning harid qobiliyati boshqaruv apparati xodimlari harid qobiliyatidan keskin farq qiladi.

Irqi. Ma'lum bir millat va irqning son jixatdan kamligi ham turizm xizmatlarining salohiyatli iste'molchilari bo'lishi mumkin. Aholining bu qismi o'zlarining milliy an'analari, madniyati va urf-odatlariga ega. Bu guruh odamlarida mahalliy aholidan farqli ravishda harid qobiliyati o'ziga xos bo'ladi. Bu guruhdagi

salohiyatli iste'molchilar o'zlariga alohida maxsus yondashishni va maxsuslashgan marketing dasturini bo'lishini talab qiladi.

Jinsi. O'zbekiston aholisi tarkibida ayollar 51 % ni tashkil qiladi, sababi ayollarning o'rtacha umri erkaklarnikiga nisbatan o'sib bormoqda. Bundan tashqari doimo o'suvchi ijtimoiy, iqtisodiy va siyosiy jabhalarda ayollarning roli oshib bormoqda. Bu omillar ayollarni turizm xizmat bozoridagi asosiy segmentga aylantirmokda.

Bo'sh vaqtning mavjudligi. Odamlar sayohatga nafaqat pullarini balki vaqtlarini ham sarflaydilar. Xatto eng yuqori daromadga ega bo'lgan shaxs ham agar vaqti bo'lmasa tur sayohatini amalga oshira olmaydi. Rivojlangan jamiyatda vaqtning yetishmasligi (xuddi daromadi yetishmasligi kabi) turizmni chegaralovchi asosiy omildir.

Urbanizatsiya oqibatida qishloq xo'jaligida band bo'lgan va kichik aholi yashaydigan punktlardagi aholi soni qisqarmokda. Avval "sayohat qilmaganlar"ning bir qismini tashkil etgan aynan shu ijtimoiy aholi turizm xizmat bozoriga yangi segment sifatida kirib kelmoqda.

Oxirgi yillardagi har xil siyosiy va ijtimoiy-iqtisodiy o'zgarishlarga qaramay, mamlakatimizdagi turizm sohasi yildan-yilga barqaror ravishda mahsulotlar va xizmatlar ishlab chiqarishni ko'paytirib borayotgan xalq xo'jaligi tarmog'i bo'lib qolmoqda

Savol va topshiriqlar

1. Turistik xizmat bozorini rejalashtirishning xususiyati nimadan iborat?
2. Turistik xizmat bozorini rivojlantirishning iqtisodiy ko'rsatkich-larini bashorat qilish nimalarda namoyon bo'ladi?
3. Turistik xizmat bozori kon'yunkturasini tahlil qilish nimani nazarda tutadi?
4. Turistik xizmat bozorini segmentatsiyalash qanday amalga oshiriladi?
5. Turistik mahsulotga talab segmentatsiyasi nimalardan iborat?

10-mavzu. Turistik talab geografiyasi. Turistik talabning hozirgi zamon yo'nalishlari.

Reja

1. Turistik talab geografiyasi haqida tushuncha
2. Turistik talabning xususiyatlari.
3. Turistik talab geografiyasi.
4. O'zbekistonning turistik salohiyati.

Dam olish va hordiq chiqarish maqsadidagi turizm geografiyasi

Dam olish hordiq chiqarish maqsadidagi turistik yunalishlar eng ommaviy bo'lib, umuman turizmning geografik tuzilishini belgilaydi. Dam olish va hordiq chiqarish maqsadidagi turizmning muhim xususiyati shundan iboratki, mintaqalararo sayohatlarga nisbatan, asosan, qo'shni davlatlarga sayohatlar ustunlik qiladi (lekin, mintaqalararo sayohatlar salmog'i asta-sekin ortib bormoqda). Dam olish hordiq chiqarish maqsadida turizm uchun turistik oqimlarning meridional yo'nalishi xarakteri. Shimoliy mamlakatlardan kelgan sayyohlar iliq dengiz sohillarida dam olishni afzal ko'rishadi. Dam olish, hordiq chiqarish — charchoqni yozadigan (qarang Charchash), kuchquvvatni asliga keltiradigan, ish qobiliyatini tiklashga yordam beradigan faoliyat yoki orom holati. Mehnat va dam olish odamning o'qish, ichib, chekish, va b. faoliyatlari bilan uzviy bog'langan. Yetarli dam olmaslik - ish qobiliyatining pasayishi va hatto yo'qolishi, organizmning himoya kuchi susayishi, turli kasalliklar paydo bo'lishiga sabab bo'lishi mumkin. Mehnat va Dam olishni to'g'ri tashkil etish salomatlik va ish qobiliyatini uzoq vaqt saqlab qolishga imkon beradi. Dam olishning 3 turi (kundalik, bir haftalik va yillik Dam olish) mavjud. Kundalik Dam olishga ish kuni davomida qisqa muddatli tanaffuslarda bajariladigan ishlab chiqarish gimnastikasi kiradi. Ovqatlanishga ajratilgan vaqtning bir qismini toza havoda o'tkazish maqsadga muvofiqdir. Kundalik Dam olish tiniqib uxlash bilan yakunlanadi. Haftada 5 kun ishlab 2 kun Dam olish sof havoda uzoqroq bo'lish, sport bilan shug'ullanish imkonini beradi. Yillik Dam olish ta'til davomida ta'minlanadi.

Yillik mehnat ta'tilida tabiat quchog'ida bo'lish, havo va quyosh vannalari organizmni chiniqtirishda nihoyatda foydali. Oqilona Dam olish tartibi ko'pgina omillar, xususan, mehnat sharoitlari, kishining yoshi va b.ga qarab tanlanadi.

Ishbilarmonlik turizmi geografiyasi

Ish safarlari geografiyasi. Dunyoda har yili 100 milliondan ortiq xizmat safarlari amalga oshiriladi. Ularning hududiy taqsimoti o'ta notekisligi bilan ajralib turadi. Rasmiy maqsadlarga ega turistik oqimlarning aksariyati Evropaga yuboriladi. Yevropa qit'asidagi xizmat safarlari tarkibida xizmat safarlari, kongress-turlar, ko'rgazma va yarmarkalarga sayohatlar, firmalar xodimlari uchun rag'batlantiruvchi turlar ustunlik qiladi. Ishbilarmonlar oqimini qabul qiluvchi Yevropa mamlakatlari orasida Germaniya, Buyuk Britaniya, Fransiya, Niderlandiya, Italiya, Ispaniya, Shvetsiya va Shveysariya ajralib turadi. Belgiya alohida o'rinni asosiy shahar Bryussel bilan egallaydi, u ham Evropa Ittifoqining poytaxti hisoblanadi. Frantsiya va Belgiyada har o'ninchi kelishi biznes maqsadlari uchun, Buyuk Britaniyada esa har uchinchi kelgan. Ishbilarmonlik turizmi Amerika va Osiyo qit'alarida faol rivojlanmoqda. Shunday qilib, jahonda simpoziumlar, konferensiyalar, uchrashuvlar, seminarlar, festivallarga qiziqish kundan kunga ortib bormoqda. Kongress va ko'rgazma turizmi biznes sayohatlari bozorining eng dinamik segmentlaridan biridir. Kongress tadbirlarining asosiy qismi (taxminan 80%)Evropa va Amerika davlatlariga tug'ri keladi. Xalqaro simpozium va yig'ilishlar soni bo'yicha AQSh, Fransiya, Buyuk Britaniya va Germaniya yetakchilik qilmoqda. Evropa va Amerikadagi kongress va ko'rgazma faoliyati markazlari Amsterdam, Barselona, Bryussel, Vashington, Vena, Jeneva, Davos, Kopengagen, London, Madrid, Parij va Strasburgdir.

Rag'batlantiruvchi turlarning rivojlanish tarixi AQShda boshlangan. Va hozirda Qo'shma Shtatlarda Amerika kompaniyalarining rag'batlantiruvchi turizmga sarflagan xarajatlarining o'sishi ishchilarni moddiy rag'batlantirishga sarflangan xarajatlarning o'sishidan ustundir. Rag'batlantiruvchi turlarning davomiyligi ortib bormoqda. AQShda rag'batlantiruvchi turlar uchun afzal

yo'nalishlar Meksika, Buyuk Britaniya, Osiyo va Tinch okeani. Sayohat mukofotlari Evropada tobora ommalashib bormoqda.

O'zimizni yurtimizda rivojlantiruvchi turlarni quyidagilarini uchratishimiz mumkin;

- Sport turizmi
- Etnik turizm
- Yoshlar turizmi
- Ekoturizm
- Gastronomik turizm
- Tibbiy turizm
- Madaniy turizm
- MICE turizm
- Ziyorat turizmi
- Badiiy turizm

Turistik talabning xususiyatlari

Turistik bozordagi talab va taklif tushunchasi

Turistik ehtiyojlarni qondirish uchun shaxs turizm bozori xizmatlaridan foydalanadi. Turizm bozori, boshqa bozorlarga uhshab (aholi punktlarida qishloq xo'jaligi mahsulotlarining birjalari, yarmarkalari va bozorlari bundan mustasno) mavhum tushuncha bo'lib, turistiz xizmatlariga bo'lgan qiziqish bilan tavsiflanadi. Boshqacha aytganda, turizm bozori turistik tovarlar va xizmatlarni sotish sohasidir.

Bozordagi talab va taklif o'rtasidagi munosabat dialektik o'zaro ta'sir xarakterida bo'lib, unda "talab taklifni belgilaydi". Shu bilan birga, talab mos keladigan taklif bilan to'qnashadi, chunki "iqtisod ishlab chiqarish imkoniyatlari chegarasidan chiqa olmaydi".Umumiy qabul qilingan ta'riflarga asosanib, talab - bu aholining pul mablag'lari mavjudligi bilan ta'minlangan ijtimoiy ehtiyojlarni ifodalashning o'ziga xos shakli, taklif esa ayirboshlash uchun mo'ljallangan pullik tovar va xizmatlardir.

Turizm bozoridagi taklif, birinchi navbatda, turistlar talabini qondirishga ixtisoslashgan sohalarda (ustqurma) va bir vaqtning o'zida mahalliy aholi talabini qondiradigan tarmoqlarda yaratilgan xizmatlarning aniq ustunligi bilan tavsiflanadi. Ehtiyojlarni qondirish uchun turizmning ustki tuzilishi va infratuzilmasini rivojlantirish katta ahamiyatga ega. Umumiy va turistik infratuzilma mavjud. Infratuzilma turistlar oqimidan mustaqil ravishda mavjud bo'lgan barcha elementlarni qamrab oladi: aloqa vositalari, aloqa, savdo va madaniyat korxonalari, kommunal xizmatlar. Ko'p hollarda umumiy infratuzilma turistlarning ehtiyojlarini qondirish maqsadiga xizmat qiladi. Shu bilan birga, turizm uchun infratuzilmani qo'shimcha rivojlantirish zarur. Umuman olganda, turistik talab ikki turdagi resurslardan foydalanish asosida ta'minlanadi: tabiiy va texnogen.

Tabiiy resurslar turizm joyining xususiyatlarini (geografik joylashuvi, iqlimi, reliefi, o'simlik va hayvonot dunyosi) tashkil qiladi. Ular turistning tabiiy resurslardan foydalanishini ta'minlash uchun inson faoliyati bilan qo'llab-quvvatlanishi mumkin.

Inson tomonidan yaratilgan manbalar tarixiy va zamonaviyga bo'linadi. Tarixiy resurslar (yodgorliklar, muzeylar) inson faoliyati tufayli sayyohlar uchun ochiq bo'ladi. Zamonaviy resurslar - odamlarning moddiylashtirilgan mehnati bilan birgalikdagi faoliyati turistning ma'lum bir hududda bo'lishini ta'minlaydi.

Talab - daromadlar hajmi va mavjud narxlar darajasi bilan chegaralangan ijtimoiy ehtiyojlarning ma'lum bir qismi. Aholining ehtiyojlarini qondirish darajasi uning farovonligining turli darajalarida har xil ma'noga ega. Iste'molchi ob'ektiv ravishda mavjud cheklovlar (daromadlar, narxlar) bilan ularni optimal ravishda qondirishga harakat qiladi, ularning mezonlari vaqt va makonda o'zgaradi. Bu talabni boshqarishning samarali usullarini topishga imkon beradi. Samarali talab har bir farovonlik darajasi uchun ehtiyojlarning nisbiy ahamiyatiga muvofiq ishlab chiqarilgan tovarlar va xizmatlar tarkibini aholi, demak, jamiyat tomonidan tan olinishi (yoki tan olinmasligi) ko'rsatkichi sifatida ishlaydi.

Talab tushunchasi iste'mol bilan mos dialektik munosabatda bo'ladi. Ammo talab va iste'mol bir-biriga mos kelmaydi, chunki iste'molning barcha qismlari taqdimotga ega emas va har doim ham samarali talabni qondirish mumkin emas. Turizm ishlab chiqaruvchi kuchlarning rivojlanishi va tashkil etilishining ob'ektiv jarayonlari natijasida yuzaga keladigan iste'molning o'ziga xos shakli sifatida qaralishi mumkin. Turizmning iste'mol shakli sifatidagi o'ziga xosligi turistik xizmatlar va tovarlarga bo'lgan talabning o'ziga xos xususiyatlariga ham mos keladi.

Turizmga bo'lgan ehtiyoj, birinchidan, farovonlik tushunchasining o'zgarishiga, ikkinchidan, iste'molning yangi funktsiyasi va unga mos keladigan ishlab chiqarish faoliyatining rivojlanishiga olib keladi.

Turistik talab

Turistik talab - bu turizm bozori ifodalovchi turli moddiy ne'matlar va xizmatlarga bo'lgan talabning alohida turlari yig'indisidir. Turizm bozorining tuzilishi talab va taklifga qarab uchta asosiy bo'limga bo'linishi bilan tavsiflanadi:

- 1) transport xizmatlari uchun;
- 2) turistning doimiy yashash joyidan tashqarida (istiqomat joyi);

3) Yaqin kelajakda turistlar uchun bir martalik xizmatlar va tovarlar (ko'ngilochar, muolajalar, suvenirilar, transport vositalari va boshqalar). Ushbu bozor bo'linmalarining barchasi ajralmas o'zaro ta'sirlardir va shuning uchun ularga kiritilgan tovarlar va xizmatlar iste'moli o'zaro bog'liqlik, ba'zi hollarda esa bir vaqtning o'zida xarakterlanadi. Har bir bo'linmaning o'rtasida, ayniqsa uchinchisida, turli xil turizm turlarida (rekreatsion, ta'lim, tibbiy, ilmiy va boshqalar) iste'mol xususiyatlariga qarab talab va taklifning keyingi tabaqalanishi mavjud.

Odamlarning dam olish hohishlarini qanoatlantiradigan servis hizmati, bir-birini to'ldirish (bir-birini to'ldirish) munosabatlari bilan chambarchas bog'langan. Bozorning har bir bo'linmasi birinchi navbatda o'rinbosarlik munosabatlari bilan, turistik tovarlar va xizmatlar bozori esa bir-birini to'ldirish bilan tavsiflanadi. Ko'p

jihatdan almashtirish turizm bozorining birinchi va ikkinchi bo'linmalariga xosdir. Shu bilan birga, ushbu bo'linmalar ichidagi almashtirish ta'siri amalda bo'linmalar o'rtasida almashinish aloqalarini keltirib chiqarmaydi.

Biroq, bozor birliklari o'rtasida almashtirishning yo'qligi faqat nisbiydir. Bu, birinchidan, bozorning bir bo'linmasidagi jamg'armalar ikkinchi bo'linmada talabning qayta taqsimlanishiga olib kelishi bilan izohlanadi, ikkinchidan „bo'linmalardan birida qilingan xarajatlar ikkinchi bo'limda talabning keskin kamayishiga olib kelishi mumkinligi.

Bu yerda klassik misol - shaxsiy transport vositalarini sotib olish, bu ko'plab sayyohlarning birinchi subturizm bozorida ishtirok etmasligiga olib keladi. Transport xizmatlarini sotib olish o'rniga yoqilg'i, moylar, kauchuk va avtoulovlarga texnik xizmat ko'rsatish xizmatlariga talab mavjud. Transport vositalarini ijaraga berish xizmatlari ham transport xizmatlarini almashtiradi.

Avtoturizmning rivojlanishi, shuningdek, turizm bozorining ikkinchi bo'limi ulushining ma'lum darajada pasayishiga olib keladi, bu o'z turar joylaridan foydalanishda yoki arzon turar joylarga bo'lgan talabda namoyon bo'ladi.

Turizm bozorida almashtirishning katta ahamiyati substitusional raqobat deb ataladigan o'ziga xos shakllarni, ya'ni ba'zi tovarlar va xizmatlarni turizm ehtiyojlarini qondiradigan boshqa bir lahzadan uzoqroqqa almashtirish imkoniyatini keltirib chiqaradi.

Turistik bozor faoliyati uchun almashtirish bilan bir qatorda bir-birini to'ldirish ham muhim ahamiyatga ega. Turizm bozorida ayrim xizmatlarni sotib olish, qoida tariqasida, boshqa xizmatlarning butun majmuasini sotib olish zaruriyatiga olib keladi. Shu nuqtai nazardan qaraganda, transport xizmatlarini sotib olish avtomatik ravishda oziq-ovqat, avtomobil xizmatlari, ko'ngilochar va hokazolarni sotib olishga olib keladi. O'rinbosarlik va bir-birini to'ldirish munosabatlari nafaqat turizm bozorining asosiy bo'linmalarini, balki uning hududiy jihatdan turli qismlarini ham qamrab oladi. Shuni ta'kidlash kerakki, hududiy jihatdan turizm bozorining umumiy kontseptsiyasini quyidagi miqyosda

ko'rib chiqish mumkin: 1) mikrorayon bozori - ma'lum turistik ob'ekt yoki punktlariga ehtiyoj; 2) mintaqaviy bozor - ma'lum bir hudud yoki boshqa hududiy birlikdagi talab va taklif; 3) milliy bozor - ma'lum bir mamlakatning butun hududida talab va taklif; 4) xalqaro bozor - xalqaro va hatto global miqyosdagi talab va taklif.

Bir qator tadqiqotchilarning fikricha, turistik xizmatlar va tovarlarga bo'lgan talabni o'rganish deganda turizm iste'moli hajmi va tarkibining o'zgarishiga asosiy omillarning ta'sirini o'rganish tushunilishi kerak. Bu omillarga quyidagilar kiradi: iste'molchi daromadi, narx, demografik jihat, ishlab chiqarish va iste'molni mexanizatsiyalash darajasi, urbanizatsiya va boshqa ba'zi omillar. Turizm xarajatlari darajasiga ta'sir qiluvchi eng shubhasiz omil - bu bitta iste'molchining daromad darajasi. Iste'molchi bir shaxs, bitta oila, ijtimoiy va mintaqaviy guruh va boshqalar sifatida ifodalanishi mumkin. Daromad odatda har yili hisoblab chiqiladi. Daromad tushunchasi ish haqi, foydaning bir qismi, ijara haqi, stipendiyalar, pensiyalar, sovg'alarni talab qiladi. Turizmning rivojlanishini faqat joriy daromadning oshishi bilan izohlab bo'lmaydi, ya'ni joriy vaqt oralig'ida olingan. Muayyan daromadni olishning tizimliliigi va davomiyligini hisobga olish muhimroqdir. Xususan, turistik talabni shakllantirishda aholining to'plangan iste'mol mulki hajmi muhim hisoblanib, bu birinchi navbatda o'z uy-joylarini, uzoq muddat foydalaniladigan tovarlarni (avtomobillar, muzlatgichlar, televizorlar va boshqalar) sotib olishda namoyon bo'ladi. Shunday qilib, yillik daromad miqdori turizm xizmatlarini olishning real imkoniyatlarini to'liq aks ettirmaydi. uzoq muddat foydalaniladigan tovarlar (shaxsiy mulkda bo'lgan avtomobillar, muzlatgichlar, televizorlar va boshqalar). Shunday qilib, yillik daromad miqdori turizm xizmatlarini olishning real imkoniyatlarini to'liq aks ettirmaydi. uzoq muddat foydalaniladigan tovarlar (shaxsiy mulkda bo'lgan avtomobillar, muzlatgichlar, televizorlar va boshqalar). Shunday qilib, yillik daromad miqdori turizm xizmatlarini olishning real imkoniyatlarini to'liq aks ettirmaydi. Iste'molchilar ijtimoiy iste'mol fondlaridan subsidiyalar oladigan

hollarda daromadning talabga ta'siri sezilarli darajada o'zgaradi va daromadi past bo'lgan iste'molchi nisbatan yuqori daromadli iste'molchiga nisbatan faolroq talabga ega ekanligida namoyon bo'ladi. Ba'zi olimlar ta'kidlaganidek, iste'molchi o'z talabini shakllantirishda daromadning o'zgarishiga qaraganda narxlarga nisbatan kam sezgir.

Turistik daromadlar va xarajatlar o'rtasidagi bog'liqlikni o'rganish shuni ko'rsatadiki, birinchidan, turistik sayohatda qatnashish imkoniyati faqat tegishli daromad darajasi bilan keladi. Ikkinchidan, daromad oshgani sayin, tegishli sayohat xarajatlari oshadi. Bu uzoqroq mamlakatlarga, narxlari yuqori bo'lgan hududlarga sayohat qilish uchun zarur shart-sharoitlarni yaratadi. Shu bilan birga, empirik tadqiqotlar daromadga qarab talabning elastiklik koeffitsientini berishi mumkin. Uchinchidan, turistning daromadiga qarab xarajatlarning o'sishida tanqidiy chegara ham o'rnatiladi. Boshqacha qilib aytadigan bo'lsak, har qanday mamlakatda yoki turistik sayohat hududida har bir iste'molchi uchun maksimal xarajatlar mavjud. Asosan, ularning daromatlari ortishi bilan turistik xarajatlarning ko'payishi faqatgina sodir bo'lishi mumkin agar turist uzoqroq mamlakatlarni yoki narxlari yuqori bo'lgan hududlarni tanlasa. Turistning daromadi ko'p jihatdan uning sayohatlari geografiyasini belgilaydi. Shu sababli, turli mamlakatlardagi turistlar kontingentini kelib chiqishi bo'yicha baholashda vaqtincha va doimiy yashash mamlakati yoki mintaqasi orasidagi masofani hisobga olish kerak. Qoidaga ko'ra, yaqin mamlakatlardan kelgan sayyohlar orasida nisbatan past daromadli odamlar ustunlik qiladi va masofa oshgani sayin, turistik oqimda nisbatan yuqori daromadli odamlarning ulushi ortadi. Shuning uchun iste'molchilarning mintaqaviy (milliy) xususiyatlarini hisobga olgan holda, har bir mamlakatda ularning daromadlar bo'yicha taqsimlanishi o'ziga xos bo'lishini hisobga olish kerak. Turli mamlakatlardagi turistlar kontingentini kelib chiqishi bo'yicha baholashda vaqtincha va doimiy yashash mamlakati yoki mintaqasi o'rtasidagi masofani hisobga olish kerak. Qoidaga ko'ra, yaqin mamlakatlardan kelgan sayyohlar orasida nisbatan past daromadli odamlar ustunlik qiladi va masofa oshgani sayin,

turistik oqimda nisbatan yuqori daromadli odamlarning ulushi ortadi. Shuning uchun iste'molchilarning mintaqaviy (milliy) xususiyatlarini hisobga olgan holda, har bir mamlakatda ularning daromadlar bo'yicha taqsimlanishi o'ziga xos bo'lishini hisobga olish kerak. Turli mamlakatlardagi turistlar kontingentini kelib chiqishi bo'yicha baholashda vaqtincha va doimiy yashash mamlakati yoki mintaqasi o'rtasidagi masofani hisobga olish kerak. Qoidaga ko'ra, yaqin mamlakatlardan kelgan sayyohlar orasida nisbatan past daromadli odamlar ustunlik qiladi va masofa oshgani sayin, turistik oqimda nisbatan yuqori daromadli odamlarning ulushi ortadi. Shuning uchun iste'molchilarning mintaqaviy (milliy) xususiyatlarini hisobga olgan holda, har bir mamlakatda ularning daromadlar bo'yicha taqsimlanishi o'ziga xos bo'lishini hisobga olish kerak. masofa oshgani sayin turistlar oqimida nisbatan yuqori daromadga ega bo'lgan shaxslar ulushi ortadi. Shuning uchun iste'molchilarning mintaqaviy (milliy) xususiyatlarini hisobga olgan holda, har bir mamlakatda ularning daromadlar bo'yicha taqsimlanishi o'ziga xos bo'lishini hisobga olish kerak. masofa oshgani sayin turistlar oqimida nisbatan yuqori daromadga ega bo'lgan shaxslar ulushi ortadi. Shuning uchun iste'molchilarning mintaqaviy (milliy) xususiyatlarini hisobga olgan holda, har bir mamlakatda ularning daromadlar bo'yicha taqsimlanishi o'ziga xos bo'lishini hisobga olish kerak.

Shunday qilib, mintaqaviy kontekstda daromadning turizm talabiga ta'sirini o'rganishning ikkita jihatini hisobga olish kerak:

1) bir mamlakat (rezident) rezidentlari daromadlarining turizm xarajatlari ta'siri;

2) turli mamlakatlarda yashash xarajatlarning vaqtinchalik yashash mamlakatidagi turizm xarajatlari ta'siri.

- vaqtinchalik bo'lgan har bir mintaqada turistik xizmatlarga bo'lgan talab turli xil daromadli shaxslar tomonidan taqdim etiladi. Bu turistik xizmatlarga bo'lgan talabning ishtirokchilarining xilma-xilligi va heterojenligini ko'p jihatdan tushuntiradi. Shunday qilib, masalan, V.Xunziker ta'kidlaganidek, turistik

xizmatlar va tovarlarga talab qiluvchi iste'molchilar orasida quyidagilarni ko'rish mumkin:

- zamonaviy Krezus, o'z samolyotida yoki salon mashinasida sayohat qilish;
- yelkasida duffel sumkasi bo'lgan turist-sportchi;
- og'ir kasal bo'lib, ular uchun ushbu turistik manzilda davolanish hayot-mamot masalasidir;
- quvnoq, hayotga to'la, hafta oxirini ekskursiyada o'tkazadigan odam;
- gastronomik san'atga qiziquvchi gurma;
- go'zalliklarga qoyil qolgan tabiatsevar;
- tarixiy obidalariga kasbiy munosabatda bo'lgan olim;
- diniy kultlarning g'ayratli tarafdori.

Turistlarning ayrim toifalari talabining bunday xilma-xilligi nafaqat har xil oila daromadiga ega bo'lgan odamlarga, balki taxminan bir xil moddiy boylikka ega bo'lgan turistlarga ham xosdir. Shu sababli, turistik talabni daromadga qarab o'rganish iste'molchilarning ijtimoiy holati bo'yicha tuzilishini o'rganish bilan to'ldirilishi kerak.

Samarali talabga ta'sir qiluvchi ikkinchi muhim omil - bu narxlar.

Bu ta'sir elastiklikda namoyon bo'ladi, ya'ni. narxlarning harakatiga reaksiya sifatida hajm va tuzilmadagi talabning o'zgarishi. Turizmni rivojlantirish amaliyotida talabning narxlarga javob berishning ikkita asosiy shakliga duch kelish mumkin.

Birinchidan, egiluvchanligi (yoki zaif javob), ya'ni narxlarning ko'tarilishi yoki tushishi paytida talabning amaliy o'zgarmasligi. Talabning haddan tashqari egiluvchanligi jamiyatning badavlat qatlamlariga xos bo'lib, ular narxlarning oshishi ularning turistik xarajatlarining mos ravishda kamayishiga (yoki o'sishiga) olib kelganiga jiddiy ahamiyat bermaydilar. Narxlarga o'xshash munosabat tegishli kurort davolash turlariga muhtoj bo'lgan og'ir kasallar va diniy kultlarning fanatik topinuvchilari uchun xosdir. Ayniqsa, zamonaviy kurortlar va qimmat turistik

xizmatlarga talabning egiluvchanligi. Bundan tashqari, ba'zi sayyohlar Veblen effekti deb ataladi, bunda yuqori narxlar talabni rag'batlantiradi. "Snobbi effekti" deb ham ataladigan bu ta'sir tovarlar va xizmatlarga ham taalluqlidir.

Ikkinchidan, talabning elastikligi, ya'ni. narxlarning o'zgarishi ta'sirida talabning aniq pasayishi yoki ortishi. Narxning past daromadli turistlar uchun talabning egiluvchanligiga ta'siri juda aniq. Narxning oshishi ba'zi ijtimoiy daromad guruhlarini turistik sayohatdan bosh tortishi, uning vaqtini va masofasini qisqartirishi mumkin. Shu bilan birga, "Gufen paradoksi" deb nomlanuvchi hodisa kuzatilmoqda, bu ba'zi tovarlar yoki xizmatlar narxining oshishi bilan ularga talabning oshishi, boshqa tovar va xizmatlarga bo'lgan talabning pasayishi bilan tavsiflanadi. bir vaqtning o'zida, bu erda narx darajasi saqlanadi. Shunday qilib, qo'shni mamlakatlarda turistik xizmatlar narxining uzoqdagiga qaraganda keng miqyosda oshishi sayyohlarni yaqin atrofdagi mamlakatlarni tanlashga majbur qiladi, chunki ularda sayohat turistik xizmatlarning moddiy xarajatlari doirasida turadi. Shunga o'xshash ta'sir yuqori sifatli xizmatlarni iste'mol qilishdan past sifatli xizmatlarga o'tishda kuzatilishi mumkin, garchi oxirgi narxlar ko'proq darajada oshgan.

Daromad va narxlar turizm xarajatlari miqdoriga ta'sir qiluvchi ikkita asosiy o'zgaruvchidir. Ammo turistik talabning shakllanishiga ta'sir etuvchi boshqa omillarni ham hisobga olish kerak.

Ma'lumki, turizm ehtiyojlarini rivojlantirish uchun ishlab chiqarish va iste'molni mexanizatsiyalash katta ahamiyatga ega. Ishlab chiqarish va iste'molni mexanizatsiyalash darajasi qanchalik yuqori bo'lsa, turmush tarzini o'zgartirish istagi shunchalik yuqori bo'ladi. Demak, doimiy yashash joyida topilmaydigan tovarlar va xizmatlarni sotib olish istagi paydo bo'ladi. Ushbu qonuniyatni miqdoriy o'rganish juda qiyin, chunki mexanizatsiya darajasini tavsiflovchi ishonchli jamlangan ko'rsatkichlar hali topilmagan.

Urbanizatsiya jarayoni va turistik tovarlar va xizmatlarga bo'lgan talabning faollashuvi o'rtasidagi aloqalarni ajratishga harakat qilganda ham tegishli

qiyinchiliklar paydo bo'ladi. Turistik harakatchanlik uchun demografik omillar katta ahamiyatga ega bo'lib, ular yoshi, jinsi va oilaviy ahvoriga qarab turistlarning harakatchanligini oshirishda namoyon bo'ladi. Ukrainada o'tkazilgan sotsiologik tadqiqotlar asosida shuni xulosa qilish mumkinki, 18 yoshdan 30 yoshgacha bo'lgan odamlar dam olish faoliyatining faol shakllariga eng ko'p bog'lanishadi. Ammo turistlarning umumiy harakatchanligi 40-50 yoshda o'zining eng yuqori cho'qqisiga etadi. Bundan tashqari, shuni ta'kidlash mumkinki, bakalavrlar turmush qurganlarga qaraganda ko'proq harakatchan, ayollar esa erkaklarga qaraganda faolroq.

Shuni ham ta'kidlash kerakki, turistik talabni ko'rib chiqishda turizmga xos bo'lgan mavsumiylik kabi hodisani hisobga olish kerak. Turizmning mavsumiyligi ob'ektiv hodisadir. U bir nechta xususiyatlarga ega:

- 1) turistik xizmatlarga talabning eng katta intensivligi uchinchi chorakka to'g'ri keladi;
- 2) talabning mavsumiyligi turizm turiga qarab sezilarli darajada farqlanadi. Masalan, ta'lim turizmi rekreatsion turizmga qaraganda mavsumiy tebranishlarning nisbatan kamroqligi bilan tavsiflanadi;
- 3) turli hududlarda mavsumiy notekislikning o'ziga xos shakllari mavjud. Demak, aholining dengiz sohilida, 11 tog'da, ko'l yoki daryo qirg'og'ida, shaharlarda dam olishini o'rganish ularning har birining aniq o'ziga xosligidan dalolat beradi. Shu sababli, biz global miqyosda ma'lum bir hudud, mintaq, mamlakatda turistik talabning o'ziga xos xususiyatlari haqida gapirishimiz mumkin.

Yuqoridagilarni umumlashtirgan holda shuni ta'kidlash kerakki, turistik talabning xususiyatlarini o'rganishda uni to'liq qondirish farazidan kelib chiqib bo'lmaydi. Talabni qondirish darajasini baholashda omillarni hisobga olishga taalluqlidir.

O'zbekiston turistik salohiyati

O'zbekiston ko'plab tarixiy obidalarini, iqlimining uzgaruvchanligi va jadal sur'atda rivojlanishi bilan jahon hamjamiyatini uziga tortmoqda

O'zbekiston hozirgi kunda madaniyat, tarix, an'analar va urf odatlarga qiziquvchilar uchun manbaalarga boy sayyohlik yo'nalishlaridan biriga aylanmoqda.

O'zbekistondagi" milliy kompaniyalar sayohatchilarning turli hil qiziqishlari va turlariga qarab yunalishlarini yulga quyishgan : klassik tur (Toshkent, Samarqand, Buxoro, Xiva, Toshkent; Toshkent, Samarqand, BuxoroShahrisabz, Toshkent). Mazkur yo'nalish o'z ichiga eng qadimgi yodgorliklar, tarixiy-madaniy joylarga tashrif bilan bog'liq; ekologik tur (Chimyon, Chorvoq dam olish va davanish oromgohi, Zomin qo'riqxonasi, Buxoro viloyatidagi qo'riqxonalar). Yo'nalish alohida muhofaza qilinadigan tabiiy hududlar va sayyohlar uchun ekologik jihatdan qulay qiziqarli actual hamda foydali hisoblanadigan joylarga tashrif bilan bog'liq; arxeologik tur (Qoraqalpog'iston, Surxondaryo, Samarqand hududdari bo'ylab). O'zbekistonda joylashgan qadiymiy topilmalari, arxeologik qidiruv qazishma ishlari olib borilayotgan joylari bilan tanishtirish rejalashtiriladi;

Ekstrimal yo'nalish (Chimyon, Farg'ona vodiysi, Orol bo'yi, Buxoro, Navoiy viloyati hududlari bo'ylab);

Turizm industriyasi hozirgi davrda aholi uchun draomadli yunalishlardan biri hisoblanadi. Hozirda turizm industriyasi turizm dunyo iqtisodida muhim o'rinlarni egallab kelmoqda .O'zbekistonda turizm industriyasini modernizatsiyalash ,tarmoqn timereng kulamda rivojlantirish uchun normativ-huquqiy bazani yanada tokomillashtirish , sayyohlarga xalqaro talablar asosida servis xizmat ko'rsatishni tashkil etishga katta e'tibor qaratilmoqda.

Savol va topshiriqlar:

1. Turistik talab nima?
2. Turistikning mavsumiyliga qanday tarmoqlarga bo'linadi.
3. Turistik talabga ta'sir ko'rsatadigan asosiy omillar qaysilar?
4. O'zbekiston turistik salohiyati qanday?

5. Hududiy jihatdan turizm bozorining umumiy kontsepsiyasini qanday miqyosda ko'rib chiqish mumkin.

11-mavzu: Turistik industuriyaning xususiyatlari va tarkibi

Reja:

1. Turizm industuriyasi xususiyatlari va tarkibi.
2. Turizm industuriyasi va uning xalqaro turizmni rivojlantirishdagi roli.
3. Turizmning mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishdagi roli.

Tayanch soʻzlar: industuriya, xalqaro turizm, turizm industuriyasi, statistik malumotlar, korxonalar, BMT, SIKTA.

Xalqaro turizm – muntazam va aniq maqsadga qaratilgan korxonalarning turizm sohasidagi faoliyat bilan bogʻliq holda, qaysidur mamlakat hududida (kirish turizmi) turizm xizmatlari va turistik maxsulotlarni biron bir mamlakatda (ichki turizm) doimo yashaydigan sayohat qiluvchi shaxslarga taqdim etishdan iboratdir. Xalqaro turizm oʻz ichiga kirish va chiqish turizmini oladi. Mazkur mamlakat doirasidagi turizm bilan shu mamlakat fuqarolari (ichki turizm) ham boshqa mamlakatlardan keladigan (kirish) ham shugʻullanadi. Mamlakatlar daromadlarni oshirish nuqtai nazaridan u koʻproq jalb qiladi. Bu yoʻnalishdagi turistik faoliyatning rivojlanishi bir tomondan mamlakatga valyuta oqimini ikkinchi tomondan mazkur mamlakatda yashovchi fuqarolarning daromadlarini koʻpaytirishga xizmat qiladi. BU daromadlar ushbu mamlakatda qoladi va uning iqtisodiyotining rivojlantirishga taʼsir etadi. Bundan tashqari ichki turizm shundan muhim iqtisodiy funksiyani bajaradiki, mazkur mamlakatda daromad darajasini maromiga yetkazishga yordam beradi. Bu degani shuki, sanoat rivojlangan mintaqalardagi kam daromadli fuqarolarga taqsimlanishga imkon yaratadi. Lekin bu mintaqalar odatda boy tabiiy resurslarga ega boʻladilar. Shuni takidlash joizki individual tashrif buyuruvchi turistik tashrif uchun ajratadigan daromdning bir qismini beriladigan manzilda sarflanadi, qolgan qismini tashkil qilish va oʻsha manzilga yetib borish uchun sayohat vaqtida sarflanadi. Turizmni aniqlash uchun avvalo quyidagi asosiy qoidalarni shakllantirish lozimdir:

Turist – bu sayohatda oʻz ehtiyojini qondirishga intiluvchi kishi. Turistning ehtiyoji va istagi borgan manzilda aniqlanadi. U tashrif buyurish va faoliyat

ko'rsatishda ishtirok etishga saylanayotgani haqida qarorga keladi;

Turistik biznes – bu turistlar ehtiyojini qondirish, faoliyatdan mahsulotlar va xizmatlar ishlab chiqarish bo'yicha daromad olishdan ko'zlangan biznesdir;

Mehmondo'stlik sohasi uchun turizm asosan ijobiy omil sifatida chiqadi. Shuningdek, u yangi ishchi o'rinlari ochish va mintaqalar daromadlarini ko'paytirish omili hamdir. Turizm atrof muhitga salbiy ta'sir etishi ham mumkin. Turizm milliy ma'uriy tashkilotlar tomonidan iqtisodiyotni rivojlantirish omili sifatida qaraladi.

Yuqorida aytilganlarga muvofiq, turistik faoliyat – turistlar, turistik korxonalar, mehmonnavozlik sohasi, tashrif buyuruvchilarning joylashtirish va xizmat ko'rsatishga ma'muriyatni jalb qilish jarayonlari natijasida qator hodisalar va o'zaro munosabatlarni. Turizm tarkibi turli xil o'xshashliklardan iborat bo'lgan mahsulot, servis, xizmat ko'rsatuv obektlari ishlab chiqarish birligiga ega bo'lgan barchasi individual iste'molchga yoki guruh iste'molchilariga vaqtinchalik doimiy yashash joyini tark etgan va malum turistik manzilda tushuniladi. Agar turizm turlarining ko'p qirraliligini yoritishga urinsa, uning iqtisodiyotini turli sohalarga ta'siri baholansa turizmning hal qiluvchi belgilarini shakllantirish ne chog'lik qiyinligi ravshan bo'ladi. Turizmga berilgan har bir yo'nish turli iqtisoslashgan nashrlarda aniq vaziyat bilan bog'liq aniq muammolarni hal qilishga asoslangan. Turizmni belgilashdagi yetishmovchilik bu indusuriyaning hususiyati bilan bog'liq jarayon hisoblanadi.

Ulkan xilma – xil salohiyatlar ma'lum davrdagi guruhlar orasidan zararlilarini ajratish shundan iboratki turizmning konkret turi ko'p jihtdan tur bo'yicha xizmatlar to'plamini, narx belgilashini taqozo etadi. Xalqaro turizm tasnifini keltirish bo'yicha ko'proq yoyilgan belgilar taklif tipi, safarni uyishtirish usuli sayohat maqsadi, harakatlanish usuli hisoblanadi. Dam olish va rekratsion turizmga dam olish maqsadidagi turli ko'rinishdagi turizm, diqqatga sazovor joylar bilan tanishish (Excursions), sport bilan shug'ullanish (Skiing, Diving, Fishing), poxotlar uyishtirish (Activity Adventure), ekzotik dam olish (Exotic

Travel), tematik safar (Theme Trips, based around cultural themes in arts, history, archalology, etc) lar kiradi. Ishga doir turizmga kongresli (Conferense Travel), doir muzokaralar olib borish maqsadidagi safar, seminarlar va boshqa professional (kasbiy) maqsadlardagi (Business Talks.etc), shop turlari kiradi.

Oxirgi o'n yillarda xalqaro turizm jadal sur'atlar bilan rivojlanmoqda. Turistlar nafaqat Yevropa bo'ylab, balki Amerika, Afrika, Osiyo, Avstraliya va Okeaniya bo'ylab sayohatga chiqishmoqda. Agar 1950- yillarda jahonda turistlar oqimi 25 mln kishini tashkil qilgan bo'lsa, 1997-yilga kelib ularning soni 592,9 mln kishiga. Xalqaro turizmdan olinadigan foyda 425 mlrd dollorni tashkil etmoqda. Butun jahon turizm tashkilotining bergan ma'lumotlariga qaraganda turizmning jahon iqtisodiyotiga qo'shgan hisssasi 3,5 trillion dollarni tashkil etmoqda. Bu jahon yalpi ichki mahsulotining 10,9 foizga tashkil qiladi. Turizm jahon iqtisodiyotoda salmog'li jihatian neft va aftomobil sanoatidan keyin uchunchi o'rinni egallaydi. Butun jahon turizm tashkilotining bashorat qilishicha 2050 – yil borib, turistik sayohatga chiqish hozirgiga nisatdan ikki barobar ortadi va jahon bo'yicha turistlar oqimi milliard kishidan ortadi. 1993 yilga kelib xalqaro turizm rivojiga ahondagi investitsiyalarning 11 foizni jalb qilinda va ulardan olinga soliqlar qiymati 302 milliard dollarni tashkil etdi. Ilmiy – texnika taraqqiyoti natijasida hozirgi kunda uzoq masofalar qisqa bo'lib qoldi. Turizm tufayli ko'pgina mamalakatlarda sanoat ishlab chiqarishda yangi texnikalar kirib keldi. Ko'pchilik mamlakatlarda turizm indusuriyasini rivoji aholini ish bilan taminladi.. Turizm rivojining asosida ishchi hizmatchi yoshlar va ziyolilarning ta'til vaqtida pul bilan ta'minlanganligi yotadi. Shu sababli turistlar tarkibida nafaqat keksalar, o'rta yoshdagi kishilar, kichik va o'rta tadbirkorlik ishlari vakillari, balki yoshlar ham ko'pchilikni tashkil etmoqda.

Xalqaro turizm xalqlar o'rtasida birodarlashuv iqtisodiy aloqalarning kuchayishiga sababchi bo'ladi. Jahondagi ko'pgina mamlakatlarda turiz indusuriyasi barqaror rivojlanmoqda butun jahon turizm tashkilotining bergan ma'lumotlariga ko'ra 1997- yilda jahon bo'yicha 260 mln kishi turizm hizmati

bilan band. Turizm sohasida ko'plab davlatlar hususiy kompaniyalar, banklar sug'urta tashkilotlari kuliblar aksionerlik jamiyatlari faol ishtirok etmoqda. Turizm transport, aloqa, qishloq xo'jaligi, qurilish, aholi uchun keng ist'mol mollari ishlab chiqaradigan tarmoqlarga ijobiy tasir ko'rsatmoqda, mamalakatlar iqtisodiyotining mamlakat rivojida mamlakatlar iqtisodiyotining rivojida katalizatr bo'lmoqda. Natijada turizm industuriyasi jahonning turli xil mamlakatlarida iqtisodiyotning intensiv rivojiga sabab bo'lmoqda jahonning ko'pgina mamlakatlari xalq xo'jaligida turizm mustaqil tarmoqqa aylanmoqda. Turizm, mamlakat iqtisodiyotiga ijobiy ta'sir etish bilan birgalikda, unung xalqaro maydonda obro'sining ortishiga ham katta ta'sir ko'rsatmoqda. Turizm rivojlangan mamalakatlarni 2 guruhga ya'ni turistlarni yetkazib beruvchi va turistlarni ko'plab qabul qiluvchi mamlakatlarga aylanmoqda. Turistlarni yetkazib beruvchi mamlakatlarda aholining 10 foizi chetga turist sifatida chiqadi. Bunday mamlakatlarga AQSH, Germaniya, Fransiya, Buyuk Britaniya, Italiya va Avstriya kiradi. Ushbu mamlakatlar cheyga ko'plab turistlar yetkazib berish bilan birgalikda chetdan ko'plab turistlarni ham qabul qiladi. Iqtisodiy jihatdan o'rtacha rivojlanga mamlakatlar orasida Gretsiya, Turkiya, Kipr, Ispaniya, Portugaliya, Misr hamda rivojlanayotgan mamalakatlardan Maroko, Tunis, Bagam orollari mamlakatlari ham turistlarni ko'plab qabul qiluvchi mamlakatlar guruhiga kiradi. Xalqaro turizm rivojida turistarni yuboruvchi va turistlarini o'ziga qabul qiluvchi davlatlar turistlarga hizmatni shunday tashkil etish kerakki bunda kelgan sayyoh albatta shu kelgan joyida olib kelgan qismining asosiy qismini harajat qilishga erishsin. Buning uchun turistlarga hizmat qilishni ilmiy asoslarga holda tashkil qilish zarur hisoblanadi.

Turizm industuriyasi va uning xalqaro turizmi rivojlanishidagi roli

Turizm industriasini aniqlashning juda ko'p yo'llari mavjud. Ulardan biri va nisbatan muvaffaqiyatlirog'iga BMT ning 1971-yilda savdo va taraqqiyot bo'yicha Konfrensiasida baho berildi. Unga ko'ra, turizm industuriyasi-sayohat qiluvchi shaxslar uchun tovarlar va xizmatlarga qaratilgan o'xshash ishlab

chiqarish va noishlab chiqarish faoliyatlar turlaridir. Keyinchalik turizm industuriyasi tushunchasi o'z mohiyatini oydinlashtirish va turistik sektor tarkibini belgilashdi turlixil qiyinchiliklarga duch keldi ular turizm intisturiyasining iqtisodiyotini boshqa sohalar bilan o'zaro mustahkam bog'liqligida paydo bo'lgandi. Turistik talablar majmuasi va ko'p qirrali ehtiyozlarni qondirishda sanoat va qishloq xo'jaligi, qurilish va savdo tarmoqlari ishtirok etdi. AQSH savdo vazirligining ma'lumotlari bo'yicha tashrif buyuruvchilarga xizmat ko'rsatish sohasiga mamlakat iqtisodiyotining 24 tarmog'i jalb etildi. Shu munosabat bilan turistik sektorga aniq chegara qo'yish va tarmoqlardan ajratib tashlash g'oyat mushkul ishdur.

Hozirgi paytda amaldagi klassifikatorlardan birontasi ham uzul kesil belgilovchi ro'yxatga ega emas. Turizm sohasida faoliyat turlarining xalqaro tasnifi (SIKTA) davlatlari LTD (VTO) tomonidan ishlab chiqilgan va 1992-tilda BMT statistikasi kamissiyasi vaqtincha tasnif sifatida qabul qilingan. SIKTA turizmga dahildor statisti axborotlarni obektiv yig'uv tizimini yaratish, qayta ishlash, umumlashtirish va tarqatishga xizmat qilishga asoslangan. SIKTA ni joriy etish quyidagilarga imkon berdi: - turizmning nisbatan to'liqroq statistik manzarasini yaratish; -milliy hisoblarni turizmdagi iqtisodiy faoliyatning turlari tasnifini yangi tamoyillarga qaratish; - turizm to'g'risidagi milliy va xalqaro darajada statistik ma'lumotlarni taqqoslashni ta'minlash - mutaxassislariga bozor kon'yukturasi, turistik tovarlar va xizmatlar to'g'risida ishonchli axborotlar taqdim etish; - statistik hujjatlarda turizm faoliyati turlari tasnifini talab va taklif nuqtai nazardan bog'lash; -xalqaro savdo taraqqiyotida turizm hissasi va to'lov balansi ahvoli to'g'risida aniqroq baholash va o'tkazish. SIKTA ishlanmalarida markaziy masala bo'lib klassifikatsion belgilarni tanlash hisoblanadi. Turizm bilan bog'liq iqtisodiy faoliyat an'anaviy ravishda tashrif buyuruvchilar Tovar va hizmatlar iste'molida va ularga sarflanadigan turistik harajatlar nuqtayi nazaridan aniqlanadi. Turizmga bunday yondashuv turli tarmoqlar faoliyat turlarini qamrab olgan yig'uv sohasi asosiy manba sifatida namoyon bo'ladi, chunki tashrif buyuruvchilar

iqtisodiyotning amalda hamma sohalarida harajatlarni ko'taradi. "Turistik harajatlarga daxldor ta'sirlar hisobga olinganda, faqat bir soha – mudofa hech qanday ta'sirga ega bo'lmaydi" deb ta'kidlanadi. Mavjud turistik faoliyat turlari va mahsulotlarni ro'yxati asosiy statistic hisobotlar shakllarida turizm haqida zarur tarzda tassavur bermasada muhim nazariy va amaliy ahamiyatga ega. Uning haqiqiy mashtabi va iqtisodiy potensialini aniqlashga yordam beradi. Talabga qurilgan bu ko'rinishlar milliy hisoblar tizmi va xalqaro tasniflar bilan mos kelmaydi. Chunki ularda tarmoqlar va iqtisodiy faoliyat turlari ishlab chiqarish harajatlari va mahsulot chiqarish, ya'ni taklif nuqtayi nazari mantiqdan kelib chiqadi.

Taqqoslashni ta'minlash va SIKTA keng yoyilishi xalqaro tarmoqlar standartlari tasniflari bilan mustahkam bog'langan. Ular kod tarkiblari tipologiyasi va keying nomenklaturalaridan foydalanib ishlab chiqarilgan. Bunda iqtisodiy faoliyat turlarini tanlash umumiy bosh mezon bo'lib hisoblanadi: ya'ni masshtab, ixtisoslashish darajasi va ishlab chiqarishni markazlashtirish (bozorni qamrab olish). Shu bilan birga talabga asoslangan turizm chegarasini belgilashda voz kechish maqsadga muvofiq bo'lardi. SIKTA doirasida ikki yondashuvni qo'shish qo'shimcha guruh belgilarini kiritish tufayli mumkin bo'libdi. Ya'ni turistik harajatlar ustun yo'nalishlarga e'tabor qaratiladi. Turizmda takliflar xususiyatlar bilan bir qatorda, SIKTA turistik harajatlar ulushiga to'g'ri keladigan ro'yxatlarga tashrif buyuruvchilar hohishi va talabini qo'shib aks ettirdi. Tanlangan belgilar muvaffaqiyatli ravishda bir-birlarini to'ldirdi va turizm sohasini chuqurroq idrok etish imkonini berdi. SIKTA 17 bo'lim, 18 bo'limchalar, 43 guruhlar, 66 klass va 121 klass bo'laklarini o'zida mujjasamlashtirgan. Rekratsion xo'jalikning o'xshash tarkibi sobiq sovet ilmiy adabiyotlarida o'tgan asrning 70-80-yillaridayoq ishlab chiqilgandi. Tadqiqotchilar ketma-ket amalga oshiriladigan texnologik operatsiyalar doirasida rekratsion tarmoqda mavjud faktlardan kelib chiqishdi. Unga kiritiladigan xo'jalik aholi dam olishini tashkil qilishda faol ishtirok etadi. Ammo uning rekratsion faoliyat bilan bog'liq darajasi turlicha. Bir

muassa o'z rekratsion xizmatini ko'rsatishga ixtisoslashadi – bu ularning ishiga bosh, ko'pincha yagona yo'nalishda. Sayyohlik va ekskursiya byurolari, otellar, motellar, restoranlar va kafelar tashrif buyuruvchilarga xizmat ko'rsatishdan 100% ga yaqin daromad oladi. Ular dam olish sohasidan tashqarida faoliyat yuritish olishmaydi va iqtisodiyotning rekratsion sektori uchun tarkib yaratish ahamiyatiga ega. Boshqa guruhlar hayotiy ta'minlash korxonalari tashkil qiladilar. Ular turizm obyekti ham, uning natijasi ham emas. Ularning xizmatidam mijozlar ham mahalliy aholi ham foydalanadi. Shunga qaramasdan savdo tarmoqlari, komunal – xizmat ko'rsatish transport, aloqa mavjudligi aholi dam olishini tashkil etishning zarur shartlari hisoblanadi. Turizm industriyasi – bu o'xshash mehmonxonalar va boshqa joylashtirish vositalari, transport tarmoqlari, ko'ngil ochar obyektlar ishbiarmonlik, sog'lomlashtirish, transport va boshqalarga mo'ljallangan tashkilotlar, shuningdek, ekskursion xizmatlar va gid – tarjimonlar xizmati ko'rsatish majmuasidir. Turistik talabni to'liq va har tamonlama qondirish. Turizm industriyasi barcha obyekt va tashkilotlari, hamma xildagi vositalarni, ishlarini muvaffaqiyatlashtirishni taqozo etadi.

Turizm industriyasi (sanoati) turizm jarayonida turistlar iste'moli uchun zarur bo'lgan turizm xizmatlari, ish va tovarlarni yetkazib beruvchi muvofiqlashtirilgan turizmdir. Jahonda oilaviy turizmni rivojlanishi turizm industriyasi va xo'jaliklarning bir-biriga bog'liq tarmoqlarini din va ma'daniyatni ta'lim tizimini shunday qizg'in rivojlanishini keltirib chiqaradi. Ana shu shart-sharoitlardan kelib chiqib, aytish mumkinki, turizm industriyasi bu – mehmonxonalar va joylashtirishning boshqa vositalari, tashish xizmatlari, umumiy ovqatlanish obyektlari, ko'ngil ochish joylari va vositalari, bilim o'tirish, davolash, sog'lomlashtirish, sportga doir, diniy marosimlik, ishbiarmonlik va boshqa maqsadlarga molik vositalar, turizm operatorlari va turizm agentlari amalga oshiruvchi shuningdek turistik ekskursiya yoki tarjimonlik xizmatlarini taklif qiluvchi tashkilotlar majmuidir.

Turizmning mamlakat iqtisodiyoti rivojlanishidagi roli.

Turizm industriyasi har qanday mamlakat xo'jalik majmualarining rivojlantirishda va mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishda muhim rol o'ynaydi. Chunki turizm rivoji tufayli mamlakatning oladigan foydasi ortadi, hamda turizm rivoji tufayli mamlakatda yangi ish o'rinlari yaratiladi. Bundan tashqari turizm rivojlanishi shu mamlakatda faoliyat ko'rsatayotgan korxonalarning turizm sohasi uchun kerakli mahsulotlarni ishlab chiqarishga ixtisoslashuviga olib keladi. Turizmning rivoji turistlarga xizmat qiluvchi infratuzilmalarning ko'payishiga olib keladi. Bularning barchasi mamlakat xazinasi valyuta tushumining ko'payishiga olib keladi. Undan tashqari turizm jadal rivojlanib borayotgan turlaridan biri hisoblanadi. Ishbilarmonlarning turizmni rivojlantirishga qiziqishlari quyidagicha isbotlash mumkin: Turizmni rivojlantirish uchun uncha katta kapital mablag' talab qilinmaydi; Turistik bozorda raqobat bo'lishiga qaramasdan yirik, o'rta va kichik kompaniya firmalar birgalikda faoliyat ko'rsatishlari mumkin; Turistik biznesda, ushbu sohani rivojlantirish uchun sarflangan mablag' tez orada foyda keltiradi. Bundan tashqari xalqaro turizmning rivoji mamlakatda ijtimoiy, madaniy va ekologik sharoitning yaxshilanishiga olib keladi. Turizm bugungi tez rivojlanayotga va daromad bo'yicha yetakchi sohalaridan biri hisoblanadi. So'ngi yillarda turizm jahon eksportida o'zining ulkan hissasiga ega bo'ldi va butun jahonda yalpi ichki mahsulotining 11% ni tashkil qilmoqda. So'ngi 40 yil davomida boshqa mamlakatlarga tashrif buyuruvchi turistlar soni 20 marta turizmdan keluvchi daromad 60 marta oshdi va xalqaro turizmdan olinuvchi daromad 400 mlrd dollarga yetdi. Xususan, O'zbekistonda erishilayotgan muvaffaqiyatlar zamirida iqtisodiyotni liberallashtirishni chuqurlashtirish, mamlakatning modernizatsiyalash, barcha sohalarini, xususan, hizmat ko'rsatish sohasining yetakchi tarmoqlaridan biri bo'lgan turizmni barqaror rivojlantirish yotibdi. Turizm dunyo tamaddumining bosh gultoji bo'lib, hozirgi kunda sayohat insoniyat maqsadlarining asosini tashkil qilib kelmoqda. Ayniqsa, milliy turizmni rivojlantirish istiqbollari O'zbekistonda turizm industriyasining jahon bozoridagi mavqeyini oshirishga ko'maklashadi. Fikrimizning isboti sifatida bugungi kunda

turizm sohasida katta yutuqlarga erishayotganligi, tez sur'atlar bilan o'sib borayotganligi, yangidan-yangi mehmonhonalarning barpo etilayotganligi, ichki ishchi o'rinlari sonining ko'payishi malakali mutaxasislarning ortib borishi, turistlar oqimining yildan-yilga ko'payotganligini ta'kidlab o'tish joiz deb hisoblaymiz. Albatta O'zbekistonning qulay iqlim sharoitlari va o'ziga xos landshaftini hisobga olgan holda sport va ekologik turizmning barcha asoslar mavjud. Farg'ona vodiysi va Toshkent viloyati ajoyib tog' tizmlari, gullagan vodiylar va ajoyib tog' daryolariga boy. Tog'ning toza havosi, yil davomida quyoshli kunlarning ko'pligi, ajoyib tog' manzaralari nafaqat O'zbekiston fuqarolari balki Qozog'iston, Qirg'iziston va Tojikiston kabi qo'shni mamlakatlarning aholisi ham tashrif buyuruvchi turizm obyektlariga aylanishiga imkon beradi. O'zbekiston hududida mineral suvlarning turli xil turlari keng tarqalgan, mamlakatdagi 300 dan ortiq shifobaxsh yer osti mineral suv manbalariga ko'plab odam tashrif buyuradi. Hozirgi kunda u manbalarni 121 tasi faoliyat olib bormoqda. Chimyon va To'rtko'l kabi tog'-chang'l sportini rivojlantirish mumkin bo'lgan bir qancha tog' maskanlari mavjud. Baland tog'li qorlar, alpinizm, speleoturizm, daryo turizmi kabi turli tog' turizmi turlarini amalga oshirish imkonini yaratadi.

Savol va topshiriqlar

1. Xalqaro turizm haqida tushuncha bering.
2. Turizm industriyasi nima?
3. Xalqaro turizm rivojida nimaning o'rni beqiyos?
4. Turizm mamlakat iqtisodiyotini rivojlanishidagi roli qanday?
5. Ichki va tashqi turizm nima?
6. Xalqaro turizmning bugungi kundagi ahamiyati qanday?

12-mavzu. Turizm siyosati asoslari

Reja:

1. Davlatning turizm sohasidagi siyosati
2. Davlatning turizm siyosatini amalga oshirish mexanizmi
3. Turizm faoliyatining davlat tomonidan tartibga solishning asosiy maqsadlari
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti va Vazirlar Mahkamasining turizm sohasiga oid farmon va qarorlarining mazmuni

Davlatning turizm sohasidagi siyosati

Mamlakatimizda turizm faoliyatiga mustaqillikning dastlabki kunlaridanoq asosiy davlat siyosati darajasida qaraldi. Soha rivoji uchun barcha zarur tashkiliy - huquqiy mexanizm vujudga keltirilib, muhim me'yoriy hujjatlar qabul qilindi va bu ish hozirda ham davom etmokda. Mamlakatimizda turizmning ravnaqi, uni yangi pog'onalariga ko'tarish, yurtimizni jahon turizm markazlaridan biriga aylantirish uchun avvalo huquqiy zamin yaratish lozim edi. Shu tufayli O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining mazkur yo'nalishga taa'luqli qonun va kodekslari, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining turizmga oid qator Farmonlari, Respublika Vazirlar Mahkamasining qarorlari, Adliya vazirligining va boshqa mutasaddi davlat idoralarining yo'riqnoma, ko'rsatma va tartiblari ishlab chiqilib, hayotga tadbiiq etilmoqda.

Davlatning turizm sohasidagi siyosati davlat ijtimoiy-iqtisodiy siyosat ko'rinishlaridan biri hisoblanadi.

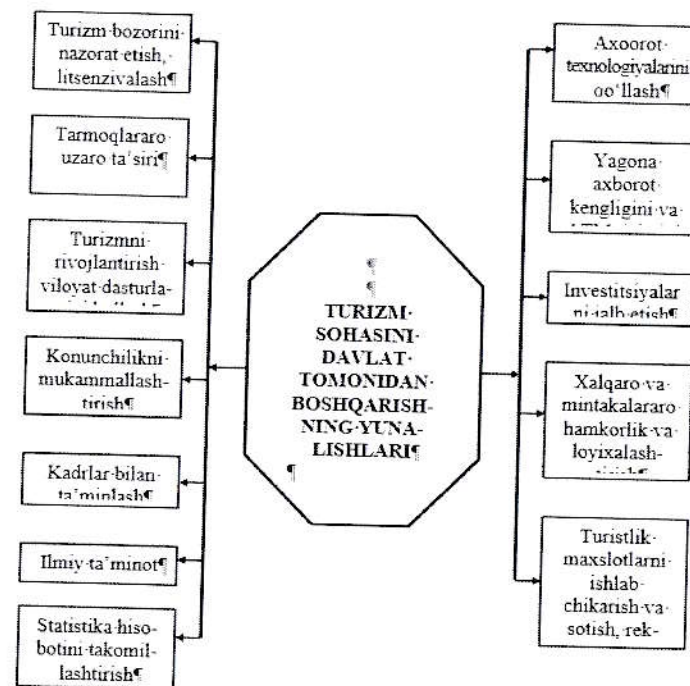
Davlatning turizm sohasidagi siyosati – bu turizm industriyasini va turizm bozori sub'ektlarini (turoperatorlar va turagentlar) rivojlantirish, fuqarolarga turizm xizmat ko'rsatish shakllarini takomillashtirish hamda shu asosda siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy salohiyatini mustahkamlash bo'yicha davlat faoliyatidir.

Turizm siyosati O'zbekiston Respublikasining barcha hududida amalga oshiriladi, avvalombor mintaqa alohida sub'ektlar darajasida, undagi mavjud

bo'lgan turizm bilan mintaqa iqtisodiyoti o'rtasidagi ziddiyatlarni bartaraf etish maqsadida amalga oshiriladi.

Davlatning turizm siyosati xalq xo'jalik kompleksini rivojlantirish va konkret maqsadlarga erishish uchun turizm sohasi faoliyatiga davlat ta'sirining shakllari, usullari va ta'sir qilish yo'nalishlari yig'indisidan iborat.

Turizmni rivojlantirishda boshqarish strategik tizimi samaradorligini oshirishga muayan choralarning kompleks ishlatilishini qo'llash orqali erishish mumkin (Rasm 9.1.). Hozirgi paytda respublikada 20 dan ortiq mahalliy va respublika darajasida turizm rivojlantirish dasturlari amalga oshirilmoqda va yirik loyihalar qabul qilinmoqda.



1-rasm. Turizm sohasini davlat tamonidan boshqarishning yo'nalishlari

2. Davlatning turizm siyosatini amalga oshirish mexanizmi

Davlatning turizm siyosatini amalga oshirish mexanizmi quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- turizm soxasining rivojlanish konsepsiyasini ishlab chiqish;
- mintaqa darajasida va Respublika darajasida turizmni rivojlantirish bo'yicha maqsadli dasturlarni ishlab chiqish;
- qo'yilgan maqsadlarga erishish uchun aniq chora-tadbirlarni ishlab chiqish;
- turizm faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish;

Turizm siyosatining asosiy yo'nalishlari sayohatchilar xukuqlarini himoya qilish, mahalliy turizm mahsuloti ishlab chiqaruvchilarni hamda ichki va kiruvchi turizmni har tamonlama qo'llab-quvvatlash bo'lib hisoblanadi.

Bunday qo'llab-quvvatlash shakllari turizm infratuzilmasini shakllan-tirish, yo'naltiriladigan bevosita investitsiyalar, kadrlarni tayyorlashga sarflanadigan harajatlar, investitsiyalar oqimini rag'batlantiruvchi, jahon bozorida milliy turizm mahsulotini siljituvchi, ilmiy va reklama-axborot ta'minoti ko'rinishidan to soliq va bojxona imtiyozlarigacha, ichki va kiruvchi turizmni rivojlantirishga ketgan harajatlarga bog'liq ravishda o'zgarib turadi.

Turizm strategiyasi turizmni rivojlantirish va qayta tashkillash-tirish sohasidagi davlat faoliyatini belgilaydi. Bu faoliyat avvalo amalga oshirish uchun vaqt va kattagina moliyaviy resurslarni talab etuvchi maqsadli dasturlar va rivojlanishning umumiy konsepsiyasini ishlab chiqishga qaratilgan.

Turizm taktikasi – bu aniq sharoitlarda qo'yilgan maqsadga erishish usullari va aniq chora tadbirlardir (masalan, xalqaro turizm faoliyatini litsenziyalash tartibi, turizmda narxni shakllantirish, soliqqa tortish va h.k.). Turizm taktikasining maqsadi mazkur xo'jalik vaziyatida yanada maqbul yechimni tanlashdan iboratdir.

Konsepsiyaning bosh maqsadi – bir tomondan O'zbekiston va chet el fuqarolarini turizm xizmatlariga bo'lgan ehtiyojni qondirish uchun keng imkoniyatlarni ta'minlovchi zamonaviy, yuqori samarali va raqobatbardosh turizm

kompleksini yaratish bo'lsa, boshqa tomondan mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishda kattagina hissa qo'shadi, jumladan ishchi o'rinlari sonini ko'payishi hisobidan, respublika byudjetiga soliq tushumlarini tushirish bilan, madaniy va tabiiy merosimizni saqlab qolish hamda oqilona foydalanish bilan amlg oshiriladi.

Bu maqsadlarga erishish uchun qo'yidagilar nazarda tutilgan:

- turizm soxasini O'zbekiston iqtisodiyotining tarkibiy qayta qurishdagi asosiy yo'nalishlar ro'yxatiga kiritish;
- «O'zbekiston Respublikasida turizmni rivojlantirish» respublika maqsadli dasturini bajarish;
- xalqaro huquqiy amaliyotga mos keluvchi turizmni rivojlantirishni me'yoriy-huquqiy bazasini yaratish;
- tashqi va ichki turizmni rivojlantirishni rag'batlantiruvchi iqtisodiy mexanizmlarni shakllantirish, bu sohaga investitsiyalarni jalb qilish va davlat kafolatlarini soliq va bojxona imtiyozlarini va davlat tomonidan qo'llab-quvvatlashni boshqa usullarini taqdim etish yo'li bilan ichki turizm bozorini himoya qilish;
- turizm faoliyatini litsenziyalash (ruxsatnoma berish) va sertifikatlashni qat'iy tizimini yuritish;
- tarmoqni moddiy texnika bazasini rivojlantirish va turizm xizma-tining yuqori texnologiyali komplekslarini shakllantirish maqsadida turizm, bank tuzilmalari, transport, mehmonxona va sug'urta kompaniyalari kooperatsiyasi uchun qulay sharoitlarni yaratish.

3. Turizm faoliyatining davlat tomonidan tartibga solishning asosiy maqsadlari

Turizm faoliyatining davlat tomonidan tartibga solishning asosiy maqsadlari bo'lib quyidagilar hisoblanadi:

- fuqarolarni dam olish, sayohatga chiqqanda harakatlanish erkinligi va boshqa huquqlarini ta'minlash;

- tabiiy o'rab turuvchi atrof-muhitni qo'riqlash;

- turistlarni sog'lomlashtirish, tarbiyalash va ta'lim berishga yo'nal-tirilgan faoliyatlar uchun shart-sharoitlarni yaratish;

- fuqarolarni sayohatga chiqqanlardagi ehtiyojlarini ta'minlovchi turizm industriyasini rivojlantirish, yangi ish o'rinlarini yaratish, xalqaro aloqalarni rivojlantirish, turizmga doir ob'ektlarni saqlab qolish, tabiiy va madaniy merosimizdan oqilona foydalanish.

Turizm faoliyatini davlat tomonidan tartibga solishning ustuvor yo'nalishlari bo'lib, ichki, kiruvchi, ijtioimiy va tashabbuskor turizm turlarini qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish hisoblanadi.

Turizmni davlat tomonidan boshqarishning asosiy funksiyalari va usullari quyidagi 9.1.jadvalda ko'rsatilgan:

Jadval 9.1.

Turizmni davlat tomonidan boshqarishning funksiyalari va usullari

Funksiyalari	Usullari
1. Turistlik faoliyatni umumiy tashkillashtirish va huquqiy me'yorlari	- yagona tushuncha va ta'riflarini aniqlash - hamkorlik va oldi-sotdi shartnomalarini tuzish jarayonlari - viza olish - mahsulotlarni chegaradan o'tkazish bilan bog'liq bo'lgan tartiblar
2. Turizm rivojini rejalashtirish	- turizmni rivojlantirish umumiy strategiyasini va konsepsiyasini ishlab chiqish - turizm ob'ektlarini mintaqaviy joylashtirishni boshqarish - infrastrukturaning rivojlanishini rejalashtirish

3. Alohida faoliyat turlarini boshqarish	- litsenziyalashtirish, - standartlashtirish, - sertifikatlashtirish
4. Turizmda xavfsizlikni ta'minlash	- litsenziyalashtirish, - standartlashtirish, - sertifikatlashtirish, - turistlarga maxsus qo'llanmalar tayyorlash, - sug'urtalash.
5. Turizm sohasini kadr-lar bilan ta'minlash	- uzluksiz kadrlar tayyorlash tizimini shakllantirish maqsadida davlat standartlari va dasturlarini tayyoshlash, - turkoxonalar xodimlarini malakasini oshirishni tashkil qilishga ko'maklashish
6. Turizm xizmat bozorining ilmiy-tadqiqot jarayonini ta'minlash	- turizm xizmat bozorining marketing tadqiqotlarini olib borish, - turizmni tadqiq qilish milliy markazlarini yaratish, - turistlik korxonalarni ma'lumotlar bilan ta'minlash.
7. Turfirmaninig tashqi iqtisodiy faoliyatini qo'llab-quvvatlash	- chet ellarda vakolatxonalar va bo'linmalarni ochish, - xalqaro shartnomalar tuzish, - milliy turmahsulotning reklama va brendini yaratish.
8. Tarixiy yodgorliklarni hamda atrof-muhitni saqlashni ta'minlash	- tabiiy resurslarni tiklash va saqlash bo'yicha tegishli tartib-qoidalar, qonunlarni yaratish, - tarixiy obidalarini restavratsiya qilish, - turistlik rentaning taqsimlanishi,

9. Mamlakat va mintaqalar salmoqli va yuqori nufuzini yaratish	- marketing, - reklama, axborot-tahlil jarayoni (buklet-lar, turmarshrut kartalari, multimedia va disklar), - soliqqa tortish, - investitsiyalash
10. Nazorat va monitoring	- joriy nazorat, - audit, - xalqaro raqobatbardoshlikning monito-ringi, - milliy turmahsulot.

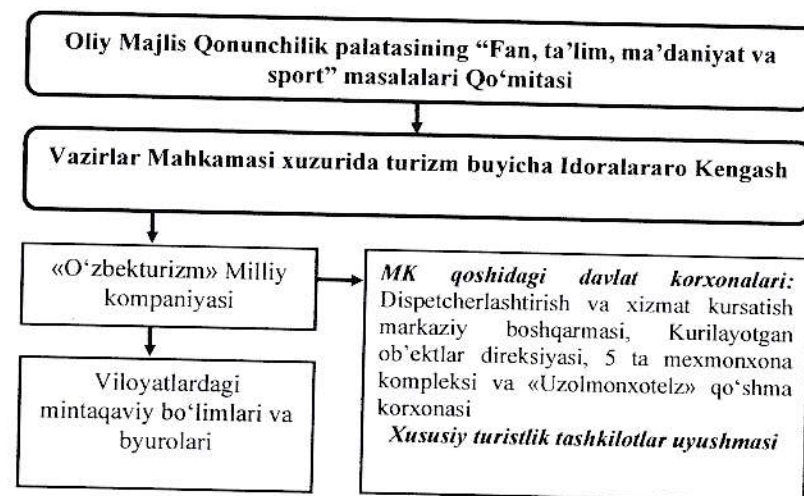
Turizm faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish quyidagi yo'llar bilan amalga oshiriladi:

- turizm industriyasi sohasidagi munosabatlarni takomillashtirishga yo'naltirilgan me'yoriy-huquqiy hujjatlarni yaratish;
- ichki va jahon turizm bozorlarida turizm mahsulotini siljitishga hamkorlik qilish;
- turistlar huquq va manfaatlarini himoya qilish, ularni xavfsizligini ta'minlash;
- turizm industriyasida standartlash, litsenziyalash, turizm mahsulotini sertifikatlash;
- turizmni rivojlantirish manfaatlarini hisobga olgan holda O'zbekiston Respublikasiga kirish, O'zbekiston Respublikasidan chiqib ketish va O'zbekiston Respublikasi hududiga tashrif buyurish tartiblarini belgilash;
- turizmni rivojlantirish respublika maqsadli dasturini ishlab chiqish va amalga oshirishga bevosita byudjet ajratmalarini ko'paytirish;
- turizm industriyasiga investitsiyalar kiritish uchun qulay sharoitlarni yaratish;
- soliq va bojxona tizimini tartiblashtirish;

• O'zbekiston Respublikasi hududida turizm faoliyati bilan shug'ullanuvchi va O'zbekiston Respublikasi hududida turizm bilan shug'ullanish uchun chet el fuqarolarini jalb etuvchi turoperator va turagentlarga imtiyozli kreditlar taqdim etish, soliq va bojxona imtiyozlarini berish;

- turizm faoliyatida kadrlar tayyorlashga hamkorlik qilish;
- turizm industriyasi sohasidagi ilmiy tadqiqotlarni rivojlantirish;
- xalqaro turizm dasturlarida O'zbekiston turistlari, turoperatorlari, turagentlari va ularning birlashmalari ishtirokiga hamkorlik qilish;
- kartografik mahsulotlar ta'minoti;
- O'zbekiston Respublikasi qonunlarida belgilangan tartibda qo'llaniladigan boshqa usullar.

Rasm 2. O'zbekistonda turizm sohasini boshqarish bo'yicha davlat organlari



4. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti va Vazirlar Mahkamasining turizm sohasiga oid farmon va qarorlarining mazmuni

Turizm sohasiga oid ishlab chiqilgan ilk me'yoriy hujjat bu - O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1992-yil 27-iyuldagi «O'zbekturizm» MKni tashkil etish to'g'risida»gi Farmoni va O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining shu yil 20-oktyabrdagi «O'zbekturizm» MK faoliyatini tashkil etish masalalari haqida»gi qaroridir. Mamlaka-timizda jahon andozalariga javob beradigan turizm tizimini barpo etish, ushbu soha boshqaruvini takomillashtirish, uning iqtisodiy samaradorligini oshirish, shuningdek, mamlakatimizda mavjud bo'lib kelgan va sobiq ittifoqqa bo'ysungan turistlik tashkilotlar va muassasalarni respublika ixtiyoriga o'tkazish ushbu farmon va qarorning bosh maqsadi qilib olindi.

Farmon va qarorlarning muhim jihatlaridan biri shu bo'ldiki, unda O'zbekiston Respublikasi *Vazirlar Mahkamasi huzurida turizm bo'yicha Idoralararo Kengash tuzilib*, ushbu Kengash faoliyatining asosiy vazifalari sifatida quyidagilar belgilab berildi:

1. turizm sohasida iqtisodiy islohotlarni chuqurlashtirish;
2. jahon andozalari darajasida kichik va o'rta mehmonxonalar, motellar va kempinglar tarmog'i shakllantirilishini muvofiqlashtirish;
3. sayr-tamoshalar zamonaiy industriyasini, madaniy va sport - sog'lomlashtirish markazlarini barpo etishga ko'maklashish;
4. noyob turizm imkoniyatlari va tarixiy - madaniy merosini keng ko'lamda targ'ib qilinishi va maskanlashtirishni tashkil etish;
5. turizm tizimida muvofiqlashtirilgan ilmiy-texnikaviy va investitsiya siyosatini o'tkazish;
6. turizm sohasida kadrlarni tayyorlash va qayta tayyorlashni ta'minlash.

Qarorga muvofiq, MK tarkibiga kiruvchi korxona va tashkilotlar ro'yxatiga, boshqaruv xodimlarining cheklangan soni 55 nafardan iborat bo'lgan (xizmat ko'rsatuvchi xodimlarsiz) ijro etuvchi apparat tuzilmasiga, XSTU ning namunaviy tashkiliy tuzilmasiga va uning boshqaruvini ijro etuvchi apparatining namunaviy tuzilmasiga ilovalarga muvofiq rozilik berildi. XSTU boshqaruvi raisi lavozimiga ko'ra «O'zbekturizm» MK raisining o'rinbosari hisoblanadigan bo'ldi. XSTU

faoliyatining asosiy yo'nalishlari etib quyidagilar belgilandi:

- «Buyuk Ipak yo'li» ni tiklashda, respublikada turizmning zamonaviy infratuzilmasini rivojlantirishda faol qatnashish;
- uyushma a'zolari bo'lgan xususiy turizm tashkilotlariga ko'maklashish va ular faoliyatini muvofiqlashtirish;
- turizm sohasida marketing tadqiqotlarini o'tkazish;
- xususiy turizm tashkilotlarini rivojlantirishga xorijiy sarmoya-dorlarni va mamlakatimizdagi yuridik va jismoniy shaxslarning mablag'larini jalb qilish;
- «O'zbekturizm» MK da, davlat organlarida va jamoat tashkilotlarida uyushma a'zolari bo'lgan xususiy sayyohlik tashkilotlarining manfaatlarini ifodalash;
- uyushma a'zolariga axborot, maslahat va uslubiy yordam ko'rsatish;
- turizm biznesi sohasida xodimlarning kasb tayyorgarligiga va ularni qayta tayyorlashga ko'maklashish.

O'zbekistonda turizm sohasini yangi bosqichga kutarishda Respublika Prezidentining 1999-yil 15-apreldagi «2005 - yilgacha bo'lgan davrda O'zbekistonda turizmni rivojlantirish Davlat dasturi to'g'risida» gi Farmoni alohida ahamiyatga egadir. Ushbu Farmon millatlararo aloqalarni kengaytirish va mustahkamlashga ko'maklashish hamda xalqaro turizm bozoriga uzviy qo'shilish, O'zbekistonning madaniy-tarixiy va ma'naviy merosini jahon hamjamiyatiga targ'ib qilish, shuningdek, turistlarga xizmat ko'rsatish sifatini xalqaro andozalar darajasiga kutarish maqsadida qabul qilinib, 2005 - yilgacha bo'lgan davrda O'zbekistonda turizmni rivojlantirish Davlat dasturi va uni amalga oshirish bo'yicha Muvofiqlashtiruvchi Kengash tarkibi tasdiqlandi.

Farmonda mulkchilik shaklidan qat'iy nazar, turistlik tashkilotlar xorijdan keltiriladigan texnologiya va mehmonxona uskunalari, turizm maqsadlariga mo'ljallangan transport vositalari uchun bojxona bojlari to'lashdan uch yil muddatga ozod qilinishi ko'rsatib o'tildi. Shuningdek, «O'zbekturizm» MK tizimidagi korxonalarga xorijiy turistlarga erkin ayirboshlanadigan valyuta

hisobidan turistik xizmat va qo'shimcha xizmat ko'rsatish huquqi berilib, buning uchun maxsus kassalar ochilishiga ruxsat berildi. «Umid» jamg'armasi har yili studentlarni turizm industriyasi mutaxassisliklari bo'yicha yetakchi xorijiy mamlakatlarga ta'lim olish uchun yuborishni ko'zda tutishi ko'rsatib o'tildi. O'zbekiston Respublikasining Tashqi ishlar, Moliya va Madaniyat ishlari vazirliklarining va «O'zbekturizm» MKning O'zbekiston Respublikasining AQSH, Yaponiya, Buyuk Britaniya, Germaniya, Fransiya va Italiyadagi elchixonalarida madaniyat va turizm masalalari bo'yicha maslahatchi lavozimi birliklarini joriy etishlariga ijozat berildi.

Ushbu Davlat dasturi olti bo'limdan iborat bo'lib, 1-bo'lim: «Turizmning me'yoriy - huquqiy bazasini shakllantirish», deb nomlanib, unda O'zbekiston Respublikasining «Turizm to'g'risida» gi Qonunini tayyorlash, fuqarola-rimizning xorijga chiqishi va O'zbekistonga xorijiy fuqarolarning kirishi haqidagi takliflarni o'rgangan holda, xorijiy turistlar uchun boj, viza va boshqa hujjatlarni rasmiylashtirish Nizomiga o'zgartirishlar kiritish; **Madaniy meros yodgorliklarining to'liq ro'yxatini tuzish va nashr etish;** yodgorliklarni noqonuniy tarzda olib chiqib ketgan va ularga ziyon yetkazilgan hollarda davlat, jamoat tashkilotlarining, yuridik va jismoniy shaxslarning javobgarliklari haqidagi tartibni tayyorlash vazifalari belgilab berildi. Mazkur bo'limda belgilab berilgandek «Turizm to'g'risida»gi Qonun 1999-yil 20-avgustda qabul qilindi, boj va viza hujjatlarini rasmiylashtirish Nizomiga o'zgartirishlar kiritildi, xullas barcha vazifalar to'liq amalga oshirildi.

2-bo'lim: «O'zbekturizm» MKning 1999-2005 yillardagi investitsiya siyosati», deb nomlanib, unda Samarqand shahrida «Prezident-otel» mehmonxonasi qurilishi (mablag'ning 85% xorij investitsiyasi, 15% «O'zbekturizm» MK hisobidan), shahardagi «Samarqand» mehmonxonasini qayta tiklash (8 mln AQSH dollari. Xorijiy va mahalliy sarmoya); Xivada yangi mehmonxona qurilishi (bu ham 85% ga 15%), Urganchda «Xorazm» mehmonxonasini qayta tiklash (7,5 mln AQSH dollari, Hindiston krediti);

Toshkent shahridagi «O'zbekiston» mehmonxonasini qayta tiklash (31,5 mln AQSH dollari, xorijiy sarmoya). Shuningdek, 50-60 o'rinli 2-3 yulduzli mehmonxona qurilishi (20 mln AQSH dollari, xorijiy va mahalliy sarmoya); Toshkent viloyati Chorvoq suv ombori hududida dam olish zonasi va golf klubi qurilishi (100 mln AQSH dollari, xorijiy sarmoya); Buxorodagi «Buxoro» mehmonxonasini qayta tiklash (8 mln AQSH dollari, xorijiy sarmoya); Andijondagi 60 o'rinli yangi mehmonxona qurilishi (12 mln AQSH dollari, xorijiy va mahalliy sarmoya), shahardagi «Oltin Vodiy» mehmonxonasini qayta tiklash (8 mln AQSH dollari, xorijiy va mahalliy sarmoya); Jizzaxdagi «O'zbekiston» mehmonxonasini qayta tiklash (10 mln AQSH dollari, xorijiy va mahalliy sarmoya); Termizdagi mehmonxonani qayta tiklash (6 mln AQSH dollari, xorijiy va mahalliy sarmoya); Shahrisabzdagi «Shahrisabz» mehmonxonasini qayta tiklash (6 mln AQSH dollari, xorijiy va mahalliy sarmoya) kabi juda katta mablag' talab etiladigan vazifalar belgilab olindi.

Shuningdek, Avtobus - avtomobil parkini modernizatsiyalashtirish (zamonaviylashtirish) uchun 12 mln AQSH dollari, kichik xususiy mehmonxonalar va otellar qurilishi uchun 30 mln AQSH dollari miqdorida sarmoya talab qilinishi belgilab berildi. Ushbu bo'limda belgilab berilgan vazifalardan asosiylari ham amalga oshirildi. Toshkent shahrining o'zida «O'zbekiston», «Toshkent», «Rossiya», «Do'stlik», «Turon» kabi mehmonxona-larni modernizatsiyalashtirilganligiga yoki Samarqand shahridagi «Prezident - otel» mehmonxonasini bunyod etilganligiga bugun guvohmiz. Shuningdek, boshqa viloyatlardagi vazifalar ham amalga oshirildi.

3-bo'lim: «Marketing tadbirlari», deb nomlanib, unda O'zbekistonning diqqatga sazovor joylari haqida turistlarga ma'lumot berish va turmahsulotlarni taklif qilish maqsadida internet, E-mail xalqaro informatsiya tarmoqlaridan foydalanishni rivojlantirish; Gid-ekskursovodlar uchun respublika tarixi, siyosiy hayoti, madaniy-tarixiy merosi, turizm imkoniyatlari, asosiy qonunlari, ijtimoiy fan va madaniyat sohasidagi yutuqlari haqidagi barcha axborotlarni o'zida

mujassamlashtirgan informatsion-uslubiy ma'lumotnoma (spravochnik) ishlab chiqish; Har yili Toshkent shahrida xalqaro «Buyuk Ipak yo'li» turistik yarmarkasini o'tkazish, shuningdek, yirik xalqaro turistik yarmarkalarda ishtirok etish; Yangi va maxsus turistik turlarni ishlab chiqish (tarixiy, ekologik, ekzotik va sport); «Turizm - revyu» teleko'rsatuvini doimiy ravishda tashkil etish, O'zbekistonning tarixiy va madaniy yodgorliklariga oid kinofilmlar ishlab chiqarish, reklama prospektlarini va xususiy «Buyuk Ipak yo'li» axborot - reklama haftalik gazetasini nashr ettirish; Informatsiya olish va almashish maqsadida xalqaro tashkilotlar (BTT, YUNESKO, YUNID, PROON) bilan hamkorlikni faollashtirish. Rivojlangan davlatlar turizm tashkilotlari bilan tajriba almashish asosiy vazifa sifatida karaldi. Bu bo'limda ham belgilangan internet va saytlar xalqaro informatsiya tarmoqlaridan foydalanish, gidlar uchun ma'lumotnomalar ishlab chiqish, har yilgi turyarmarkani o'tkazish, xalqaro turtashkilotlar bilan hamkorlikni yo'lga qo'yish kabi va boshqa vazifalar amalga oshirilib kelinmoqda.

4-bo'lim: «Turistlarga xizmat ko'rsatishni xalqaro andozalar darajasiga ko'tarish, turizm infratuzilmasini har tomonlama rivojlantirish», -deb nomlanib, unda Toshkent, Samarqand, Buxoro va Xiva shaharlaridagi turistlarni ijaraga avtomobil vositalari bilan ta'minlash; Markaziy Osiyo respublikalari uchun mutaxassislarni tayyorlash maqsadida **Toshkent shahrida BTTning malaka oshirish institutini tashkil etish**; BTT orqali turizm bo'yicha xalqaro markazlarda (Amerika, Yevropa va Osiyo mamlakatlari) «O'zbekturizm» MK xodimlarini, turizm va gid-tarjimonlik bo'yicha mutaxassislarni o'qitish, tayyorlash va qayta tayyorlash; Madaniy-tarixiy inshootlarda xalq ijodi va hunarmandlik mahsulotlari sotish uchun kiosklar tashkil etish, xalq urf-odatlarini, an'analarni namoyish etuvchi videoroliklar tayyorlash va ularning savdosini tashkil etish; Muzey kolleksiyalari va arxeologik topilmalar nusxalaridan tayyorlangan sovg'alar ishlab chiqarishni tashkil etish; Turizm ob'ektlarida milliy urf-odatlar va an'analarni namoyish etish; Mulkchilik shaklidan qat'iy nazar turizm tashkilotlari faoliyatini

muvofiglashtirish va ularning rahbarlarini attestatsiyadan o'tkazish; turistik xizmat ko'rsatish andozalariga muvofiqlikni nazorat qilib borish masalalariga asosiy e'tibor qaratildi. Mazkur bo'limda belgilab berilgan vazifalar ham amalga oshirilmoqda.

5-bo'lim: «Jahon merosi, madaniyati va tarixiga kiruvchi qo'riqxonalar, yodgorlik shaharlarini muhofaza etish va ulardan maqsadli foydalanish bo'yicha tadbirlar», -deb nomlanib, unda quyidagi yo'nalishlarga e'tibor qaratildi: xalqaro ilmiy-amaliy turistik ekspeditsiyalarni tashkil etish yordamida xorijdagi Vatanimiz madaniyati, tarixi, fani va san'ati yodgorliklarining qimmatini o'rganish; milliy bog'lar, an'anaviy choyxonalar, xalq amaliy san'ati va ko'rgazmalarini tashkil etish va ularni turizm marshrutlariga kiritish; turizm ob'ektlarini mamlakatimiz tarixi bilan bog'liq tarixiy va madaniy yodgorliklarni doimiy ravishda qayta tiklash.

6-bo'lim: «Ichki turizmni tashkil etish bo'yicha tadbirlar», -deb nomlanib, unda Samarqand, Buxoro, Xiva shaharlari turizm markazlarida piyoda yuruvchi turistlar uchun maxsus yo'laklar tashkil etish; Toshkent, Samarqand, Buxoro, Xiva shaharlari va Farg'ona vodiysiga ma'naviy - ma'rifiy va tarixiy ekskursiyalarni tashkil etish; o'quvchi yoshlarimizni o'tmish merosimizga hurmat, vatanparvarlik ruhida tarbiyalash maqsadida muzeylarda doimiy ravishda ochiq eshiklar kunini o'tkazish; bolalar uylari tarbiyalanuvchilari va kam ta'minlangan oilalar farzandlari uchun bepul ekskursiyalar tashkil etish; O'zbekiston fuqarolari uchun Imom Buxoriy, al-Farg'oniy, Bahovuddin Naqshband, al-Xorazmiy, at-Termiziy, Shayx Najmiddin Kubro va boshqa o'tmish allomalarimizning memorial majmualariga ekskursiyalar tashkil etish vazifalari belgilab berildi. Bu boradagi ishlar ham hozirda amalga oshirilmoqda..

Respublikamizda turizm sohasi bo'yicha yuqori malakali kadrlar tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish, turizmning iqtisodiy salohiyatini mustahkamlash va uning samaradorligini yanada oshirish maqsadida **O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1999-yil 30-iyundagi «O'zbekistonda turizm sohasi**

*uchun malakali kadrlar tayyorlash to'g'risida»gi Farmoni va mazkur Farmon ijrosini ta'minlash uchun O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining shu yil 2-iyuldagi «O'zbekistonda turizm sohasi uchun kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida» gi qarori qabul qilindi. Mazkur hujjatlarga muvofiq, 1999-2000 o'quv yilidan boshlab turizm sohasi bo'yicha oliy ma'lumotli kadrlar tayyorlash Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universitetida mujassamlashtirilishi bayon etildi. Shu maqsadda Universitetda Xalqaro turizm fakulteti va unga qarashli «Turizm menejmenti», «Turizm servisi», «Turizm marketingi» kabi mutaxassislik (va boshqa nomutaxassislik) kafedralari tashkil etildi. **Universitetda hozirgi paytda 5340200 – «Menejment» (Turizm), 5810300 – Servis (turizm) ta'lim yo'nalishlari bo'yicha bakalavrlar tayyorlanmoqda va 5A810102 – «Xalqaro turizm menejmenti» mutaxassisligi bo'yicha magistratura ham faoliyat ko'rsatmoqda.***

Savol va topshiriqlar:

1. Davlatning turizm sohasidagi siyosati nimani ifodalaydi?
2. Davlatning turizm siyosatini amalga oshirish mexanizmlari nimalardan iborat?
3. Turizm faolliyati davlat tomonidan tartibga solishning asosiy maqsadlari nimadan iborat?
4. Turizm faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish qanday yo'llar bilan amalga oshiriladi?
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti va Respublika Vazirlar Mahkamasining turizm sohasiga oid farmon va qarorlarining mazmuni nimadan iborat?

13-mavzu. O'zbekistonda tarixiy madaniy turizm sohasining rivojlanishi.

Reja:

1. O'zbekistonda qadimiy shaharlar arxitektura yodgorliklari, ulardan foydalanish.
2. O'zbekistonda mavjud muzeylar va ulardan foydalanish.
3. Madaniy-tarixiy merosni muhofaza qilish va saqlashda YUNESKO va BTT ning roli.
4. O'zbekistonda qadimiy shaharlar arxitektura yodgorliklari, ulardan foydalanish.

Madaniy meros ob'ektlarini ijodiy va ehtiyojni qondiradigan holatda saqlash va muhofaza qilish muhim ahamiyatga ega. Hozirgi ilmiy-texnik rivojlanish evaziga barcha mintaqalarda bir xil madaniy ko'rinishlari namoyon qilingan. Biroq har bir dud boshqa joylardan ajralib turadigan o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'lishi lozim. SHundagina ular turistik bozorga taklif etuvchi mahsulotlarga ega bo'ladi.

Madaniy meros ob'ektlariga quyidagilar kiradi:

- ✓ arxeologik yodgorliklar;
- ✓ madaniy arxitektura;
- ✓ landshaft arxitektura yodgorliklari;
- ✓ katta va kichik tarixiy shaharlar;
- ✓ qishloq joylari;
- ✓ muzeylar, teatrlar, ko'rgazma zallari va boshqalar;
- ✓ etnografiya ob'ektlari, xalq udumlari va an'analari amaliy madaniyat markazlari;
- ✓ texnik komplekslar va asbob-anjomlar.

Ushbu madaniy meros ob'ektlari ichida O'zbekistonda jahon turistlarini o'ziga jalb etadigan ob'ektlardan O'zbekistonning qadimiy shaharlarida hozirgacha

saqlanib qolgan arxitektura yodgorliklari hisoblanadi. Ana shularning ayrimlariga to'xtalib o'tamiz.

Toshkent shahri O'rta Osiyoning Buyuk ipak yo'lida joylashgan qadimiy shaharlaridan biridir. Tarixiy manbalarga binoan hozirgi Toshkent shahri o'rta bundan 2000 yil avval ham obod shahar bo'lganligi qayd etiladi. V-VIII asrlarda Toshkent CHoch, SHosh, SHoshkent, Binkat degan nomlar bilan atalgan va ayni paytda shu nomdagi feodal davlatlarning poytaxti bo'lgan.

VI asrda Toshkent Turk xonligi tarkibiga qo'shib olingan. VIII asrda Toshkentni arablar bosib olgan. O'zaro urushlar, ko'chmanchi qabilalar hujumlari natijasida shahar bir necha marta vayron etilgan. Natijada IX asrda Toshkent avvalgi joyida emas, Bo'zsuv etagida qayta bunyod etilgan. Tarixiy manbalarga ko'ra shahar hozirgi nomi bilan XI asrdan boshlab atala boshlagan. XIII asrda Toshkentni Xorazmshoh istilo qilgan va u 1214 yilda mo'g'ul qo'shinlarining yo'lini to'sish maqsadida shaharga o't qo'ydirgan. SHundan keyin shahar faqat temuriylar davrida qayta tiklangan. Ulug'bek vafotidan so'ng to'ju taxt uchun boshlangan o'zaro urushlardan foydalangan mo'g'ul xoni YUnusxon Toshkentni bosib olgan.

1503 yilda SHayboniyxon Toshkentni bosib olgan va shaharni o'z amakilari Ko'chkinchixon va Suyunxo'jalarga topshirdi.

XVI asrning birinchi yarmida Toshkentda katta qurilish ishlari olib borildi. Bir qancha saroy va madrasalar qurildi. Masalan, Barakxon va Ko'kaldosh madrasalari qurilgan, bu binolar hamon qad ko'tarib turibdi.

1597 yilda qozoq xoni Tavakkal, 1613 yilda esa ashtarxoniylar Toshkentni o'ziga bo'ysundirgan. 1723 yilda Toshkentni ko'chmanchi jung'orlar egallashgan.

XVIII asr o'rtalarida Toshkent to'rt daha (Sebzor, Ko'kcha, Beshyog'och, SHayhontohur) ga bo'lingan, ularning har birini mustaqil hokim boshqargan. Bu davr tarixda «CHorhokim» (to'rt hokim) nomi bilan mashhur. SHahar devori (uzunligi 14 km) va 12 darvoza (Labzax, Taxtapul, Qorasaroy, Sog'bon, CHig'atoy, Ko'kcha, Samarqand, Kamolon, Beshyog'och, Qo'qon, Qashqar, Qo'ymas)si bo'lgan. XVIII asrning oxirlarida SHayxonhovur dahasining hokimi YUnusxo'ja qolgan uch daha hokimiyatini ham o'z

tasarrufiga olib, Toshkentda feodal tarqoqlikka chek qo'ydi. 1810 yilda Toshkent shahri Qo'qon xonligiga qo'shib olingan.

Toshkent shahri hayotining markazi CHorsu bozori bo'lib, bu erda turli shahar va mamlakatdan savdogarlar kelishgan. Ularga shaharda va shahar atrofida qurilgan karvonsaroylar xizmat ko'rsatgan. SHaharliklarning xo'jalik hayoti qishloq aholisining faoliyati bilan chambarchas bog'lanib ketgan, chunki shahar hunarmandlari qishloqlardan xomashyo keltirsa, ayni paytda qishloq aholisi o'zi ehtiyojlarini shaharda qondirishgan.

1864 yilda Toshkent Rossiya imperiyasi tomonidan, keyinchalik bolsheviklar tomonidan bosib olinadi.

1966 yilda Toshkent shahrida kuchli er silkinishi ro'y berdi. Natijada, xorobaga aylangan eski uylar o'rta yangi ko'p qavatli binolar qad ko'tardi. Biroq Toshkent shahrida haqiqiy bunyodkorlik ishlari, Respublikamizning mustaqillikni qo'lga kiritgan 1991 yildan keyingi yillardan boshlandi. Mustaqillik yillarida shaharda ko'plab ko'p qavatli aholi yashash uylari, ma'muriy boshqaruv binolari, mehmonxonalar, istirohat bog'lari, ko'ngil ochar joylar barpo etildi va etilmoqda shu sababli ham Toshkent mamlakatimizning asosiy turistik markazi hisoblanadi.

SHahardagi ko'plab arxitektura-me'moriy yodgorliklarini saqlash davlat muhofazasiga olingan. Bularga Oqtepa (VI-VIII va XI asrlar), Noroz tepa (X-XII va XV asrlar), Tarnaush tepa (VII-VIII va X-XI asrlar), Qo'rg'ontepa shahar xarobalari (III-XIII asrlar), Ming-o'rik (I-VIII asrlar), Jome masjid (XV-XIX asrlar), O'rta Osiyodagi eng katta madrasa hisoblanmish Ko'kaldosh madrasasi (XVI asr). Mashhur SHayxontohur majmuasiga: SHayx Xovandi Tohir maqbarasi (XIV-XIX asrlar), Qaldirg'ochbiy maqbarasi (XV asr), YUnusxon maqbarasi (XV-XVI asrlar) kiradi.

Toshkent viloyatining YAngiyo'l tumanidagi Zangiota qishlog'ida XV-XX asrlar arxitektura yodgorliklaridan Zangiota maqbarasi joylashgan. Bu maqbara O'rta osiyolik avliyo —«podachilar piri» Zangiota qabri ustiga qurilgan.

Hozirgi kunda Toshkent shahri nafaqat respublikamizda, balki O'rta Osiyodagi eng katta shahar (aholisi 2,2 mln kishi), muhim sanoat, fan va madaniyat markazidir.

Samarqand shahri. Olimlarning ta'kidlashicha, Samarqand-sharqning gultoji, eng ko'hna o'zbek davlatchiligi shakllangan qadimiy shahar. Bugungi kunda Samarqand 27,5 asrlik tarixga ega. Uni umumbashariyat madaniyatiga muhim hissa qo'shgan Rim, Erevan, Afina shaharlari bilan bir qatarga qo'yadilar.

Asrlar davomida Samarqand «yer yuzining sayqali», «Kurrai zaminning yorqin nuqtasi», «Osiyodagi Rim», «Musulmon dunyosining durdonasi», «So'g'diyona bozori» kabi nomlar bilan atalib kelingan.

Samarqand sharq go'zalliklarini o'zida mujassam etgan, o'ziga xos qadimiy qal'asi bilan olamni lol qoldirgan, afsonaviy shahardir. Bu erda o'rta asr memorchiligining ajoyib yodgorliklari, tobora o'sib borayotgan zamonaviy me'morchilik koshonalarini ko'plab uchratish mumkin. Samarqandning dastlabki istehkomlari eramizdan oldingi VIII-VII asrlardagi qadimiy SHarq hayotini o'zida aks ettirgan. Aynan shu davrda qadimiy So'g'd davlati tashkil topib, Samarqand uning poytaxtiga aylandi (Buryakov.YU.F, Saidov K.S va boshqalar, 2001 y). Davlatni harbiy elita boshqarar, ular uchun esa ichki va tashqi tomondan mustahkam muhofaza devori bo'lgan maxsus, mahobatli qasr kerak edi. Bu davrda Samarqand mustahkam mudofaa qal'alari, ichki galeriyasi va istehkom qo'rg'onlaridagi shinaklari bilan salohiyatli shaharga aylangandi.

SHaharning harbiy boshqaruv markazi qal'ada joylashgan bo'lib, shahar ichida turar joy binolari, hunarmandlar mahallalari yuzaga kela boshlagan. Samarqand atrofida esa temirchilar, to'quvchilar, kulollarning «yo'ldosh shaharchalari» qad ko'targan. Aynan ana shunday turar joy qoldiqlari, ko'plab mehnat qurollari, kulolchilik buyumlari, zebi-ziynatlar hozirgi Samarqand Universiteti xiyobonidan, Sartepo mavzesidan, Afrosiyob xarobalaridan topilgan.

Eramizdan oldingi 329 yilda makedoniyalik Iskandar Samarqandni bosib oldi va uni er bilan yakson qildi. Tez orada Iskandar mahalliy amaldorlar bilan murosa qildi va bu hududlarda yangi shaharlar qurdirishga majbur bo'ldi. SHunday qilib, Samarqand Iskandar davrida yonib ketib, kuldari qayta tiklangan afsonaviy qush misol vayronalar qariidan qayta qad rostladi va yana gullab yashnay boshladi.

Qadimgi qo'lyozmalarda Samarqand qadimda Marokand (Samarqand) deb atalgan.

VI asrning o'rtalarida Xitoydan boshlab, Janubiy rus dashtlarigacha cho'zilgan qudratli ko'chmanchilar imperiyasi Turk hoqonligi vujudga keldi va yirik antik davlatlar parchalanib, kichik-kichik mulklarga aylanib ketdi. Ulardan eng yirigi poytaxti Samarqand bo'lgan So'g'diyona edi. Bu davrga kelib so'g'd savdogarlari faoliyati rivojlandi va ular savdo karvonlar bilan uzoq mamlakatlarga ham etib borar va savdo-sotiq ishlari bilan shug'ullanar edilar. Ular «Buyuk ipak yo'li» ning quruqlikdagi eng muhim qismlarini o'z nazoratlari ostiga olib, Buyuk Xitoy devori yaqinlarida ham o'zlarining savdo shaharchalarini barpo qildilar.

VII asrning ikkinchi yarmida mamlakatga arab xalifaligining bosqini boshlandi va 712 yilda shahar Qutayba Ibn Muslim qo'shinlari tomonidan ishg'ol qilindi.

VIII asrning o'rtalariga kelib Samarqand Abbosiylar xalifaligining yirik harbiy boshlig'i Abu Muslimning eng muhim harbiy markazlaridan biriga aylandi va qaytadan tiklandi. Movarounnahr yirik savdo-hunarmandchilik va madaniyat markaziga aylandi. SHarq va G'arbdan kelayotgan eng muhim savdo karvonlari bu shahar orqali o'tadigan bo'ldi.

Bu davrda samarqandlik hunarmandlarning mahsulotlari: rangli shishadan tayyorlangan qadahlar, kulolchilik buyumlari, harbiy kiyimlar, qurol-yarog'lar, oltinrang parcha va jun gazlamalar, qimmatbaho taqinchoqlar, toshlar va boshqa ko'plab savdo mollari xalifalikning bozorlarida mashhur bo'lib ketgandi. Samarqand qog'ozining dong'i O'rta Osiyodan tashqaridagi o'lkalarga tarqaldi.

IX-XII asrlar SHahriston tashqarisiga ham chiqdi. CHO'ponota qirlarida, Darg'om kanalining qirg'oqlarida yangi turar joy manzillari qishloqlar paydo bo'ldi.

XI asrga kelib shahar Qoraxoniylar ixtiyoriga o'tadi va keyinchalik poytaxtga aylantiriladi. Xuddi shu davrda Tamachxon saroyi, ko'p ustunli Juma masjidi, kasalxonalar, madrasa va karvonsaroylar, gumbazli bozorlar va hammomlar qurildi.

XIII asr boshida shahar Xorazmshohlar saltanati tasarrufiga o'tadi. SHahar devorlari mustahkamlanib, Juma masjidi qayta ta'mirlandi va shoh saroyiga aylantirildi. Samarqand me'morchiligida birinchi bor glazur bo'yoqlar keng ishlatiladi.

XIII asr boshida, ya'ni 1220 yilning mart oyida Xorazmshohni mag'lub etgan CHingizxon qo'shinlari shaharni egallaydi. Ular shaharni talaydilar, shaharga o't qo'yiladi. SHahristonda suv ta'minoti to'xtatiladi. SHundan keyin Afrosiyobda hayot qayta tiklanadi.

SHahar hayotining qaytadan gullab-yashnashi Amir Temur faoliyati bilan bog'liq. 1370 yildan boshlab 35 yil davomida Amir Temur sharqdagi eng qudratli davlatni vujudga keltirishga muvaffaq bo'ladi. Bu davlat tasarrufiga O'rta Osiyodagi va Erondagi barcha mamlakatlar, Hindiston, Turkiya, Kavkaz hududlari kirar edi.

Temur davrida mamlakat poytaxti Samarqand yanada gullab-yashnadi. Samarqand shahristoni baland himoya devorlari va minoralar bilan o'ralib, devorlar ustida tishsimon baland panjaralar qurildi. YAngi qurilishlar, betakror me'morchilik ansambllari bunyod etildi. Registon maydoni eng yirik jamoat va savdo markaziga aylandi. Zargarlik do'konlari, shahar markazi, amir qarorgohi va g'azna qurolsozlar ustaxonasi joylashgan Ko'ksaroy va Bo'stonsaroyga tutashib ketdi. SHahar va uning atrofida barpo etilgan 14 ta bog' poytaxtni yashil munchoqdek bezar va ob-havo mo'tadilligini ta'minlardi.

Samarqandning ulug'vor qiyofasini barpo qilishda SHarq uyg'onish davri me'morchiligining asosiy yo'nalishini belgilovchi binokorlik muhim rol o'ynadi. Me'morlar faoliyatining namunasi sifatida Samarqandning ko'plab fuqaroviy va diniy majmualari: masjidlar, madrasalar, xonaqohlar, maqbaralar va serhasham saroylarni ko'rsatish mumkin.

Ulug'bek vafotidan keyin Temuriy shahzodalar o'rtasida o'zaro hokimiyat uchun kurash avj olib ketdi. Bu mamlakat taraqqiyotiga salbiy ta'sir qildi, natijada 1501 yilda hokimiyat tepasiga o'zbek xoni SHayboniixon chiqib oldi. SHayboniylar davrida mamlakatda bir necha binolar qurildi, ko'plab vaqf xo'jaliklari barpo qilindi.

1868 yilda Samarqand chor armiyasi tomonidan bosib olinib, shahar Rossiya tarkibiga qo'shildi va Kattaqo'rg'on bekligi bilan birgalikda Zarafshon harbiy okrugining markaziga aylantirildi.

1870 yilda tuzilgan rejaga asosan Samarqanddan biroz g'arbda yangi shaharcha qurilishi boshlandi. Bu shaharcha asosan rus harbiy boshqaruvi vakillarining va kichik amaldorlarning, savdogar va sanoatchilarning yashashlari uchun mo'ljallangan edi. SHahar

qurilishida asta-sekinlik bilan Turkiston me'morchilik uslubi shakllandi. Me'morchilikning bu usuli yangi turar joy binolarining Evropacha usulining ayrim elementlarini o'zida aks ettirgan holda mahalliy iqlim sharoitini, an'anaviy mahalliy xom-ashyolardan va pishirilgan g'ishtdan qurishni ko'zda tutardi. YAngi shaharda ko'chalar, harbiy boshqaruv va jamoat binolari, kazarma va mehmonxonalar, banklar, savdo markazlari, gimnaziyalar, pravoslav va katolik cherkovlari qurildi. YAngi parklar va yashil xiyobonlar barpo etildi.

1924-1930 yillardagi milliy chegaralanish davrida Samarqand O'zbekiston Respublikasining poytaxti bo'lib turdi. Poytaxt Toshkentga ko'chirilsada, u respublikaning eng katta shahri sifatidagi ahamiyatini yo'qotmadi. 1938 yil 15 yanvardan boshlab shahar viloyat markaziga aylandi.

SHaharda nafaqat engil, balki mashinasozlik, metalni qayta ishlaydigan, chinni mahsulotlari ishlab chiqaradigan korxonalar, qishloq xo'jaligi, chorvachilik mahsulotlarini qayta ishlaydigan korxonalar faoliyat ko'rsatmoqda. CHet elliklar bilan ko'plab qo'shma korxonalar faoliyat ko'rsatmoqda.

Mustaqillik yillarida Prezidentimiz I.A. Karimovning bevosita rahnomaligida shahar butunlay qayta qurilmoqda. SHaharda zamon talablariga to'liq javob beradigan ko'plab turar joy binolari, mehmonxonalar qad ko'tarmoqda. SHahardagi aeroport xalqaro talabga javob beradigan aeroportga aylantirildi. Samarqand Toshkent shaharlari o'rtasida tez yurar elektropoezd harakati yo'lga qo'yildi. Samarqand shahrida xorijiy sayyohlarni o'ziga jalb qiladigan me'moriy va tarixiy yodgorliklar saqlanib qolgan. Bulardan eng mashhurlari: Registon maydonidagi me'moriy majmua, ya'ni Tillakori madrasasi (XVII asr), SHerdor madrasasi (XVII asr), Ulug'bek madrasasi (XV asr), SHohi Zinda majmuasi (XIV-XV asr), Bibixonim Jome masjidi (XIV-XV asr), Go'ri Amir maqbaralar majmuasi (XV asr), Ruhobod maqbarasi (XIV asr), Oqsaroy kashonasi (XV asr), Ishratxona (XIV asr), Abdu Darun majmuasi (XV asr), Xo'ja Axror Vali me'moriy majmuasi (XV asr), Ulug'bek rasadxonasi (1429 yil), Hazrati Xizir masjidi (XIX asr), Xo'ja Nisbatdor masjidi va minorasi (1901 yil).

Bundan tashqari, mustaqillik yillarda prezidentimiz I.A. Karimovning bevosita rahbarligida Samarqand shahrida Imom al-Motrudiy maqbarasi qurildi.

Samarqand shahridan uncha uzoqda bo'lmagan CHelak tumaniga qarashli Xartang qishlog'ida hadis ilmining sultoni Imom al-Buxoriy maqbarasi 1998 yilda u kishi tavalludining 1225 yilligi munosabati bilan qayta tiklandi.

Dahbed qishlog'ida Farg'ona vodiysining Koson shahrida yashagan Sayid Ahmad Jaloliddin Kosoniy-Dahbediyning (1461-1542) xonaqohi joylashgan (XVI asrning birinchi yarmi). Bu qadimiy me'moriy va tarixiy yodgorliklarni ko'rish, ulug' kishilarning mozorlarini ziyorat qilish xorijiy sayyohlar uchun muhim ahamiyatga ega.

Buxoro shahri. SHu nomdagi viloyat markazi. Aholisi 242 ming kishi. Respublikamizdagi qadimiy shaharlardan biri hisoblanadi. SHaharning nomi Xitoy manbalarida turlicha (An, Ansi, Ango, Buxo, Buku, Buxe, Buaer, Buxala, Buxualo, Fuxo, Puxuelo va boshqalar) atalgan. O'rta asr arab manbalarida Numijkat, Novmichkat, Bumichkat (YAngi qo'rg'on), Al madina as-sufriy (mis shahri), Madinat at-tujjor (savdogarlar shahri), Foxira (faxrli shahar) kabi nomlar bilan tilga olingan. Buxoro atamasi sanskritcha «vixora» so'zining turk-mo'g'ulcha shakli «buxor» (ibodatxona) dan kelib chiqqan deb taxmin qilingan.

Keyingi tadqiqotlarda bu atama so'g'diycha «bug'» yoki «bag'» (tangri) hamda «oro» (jamol) so'zidan iborat bo'lib, «tangri jamoli» degan ma'noni anglatadi.

Buxoro shahrida hozirgi kungacha saqlanib qolgan tarixiy-me'moriy obidalarining asosiy qismi o'rta asrlarda bunyod etilgan. Lekin ushbu me'moriy obidalar zahirida juda katta madaniy qatlam mavjud bo'lib, uning quyi qismi miloddan avvalgi bir ming yillik o'rtalariga tegishli. SHuni hisobga olib, O'zbekiston Fanlar Akademiyasi Arxeologiya instituti olimlari Buxoro shahrining yoshi ham Samarqandniki kabi 2500 yildan kam emas, degan xulosaga keldilar. 1997 yilning oktyabrida Buxoroning 2500 yilligi O'zbekistonda keng nishonlandi, 50 dan ortiq tarixiy-me'moriy obidalar ta'mirlandi, yangi istirohat bog'lari, xiyobonlar barpo qilindi.

Miloddan avvalgi IV asrda hozirgi Buxoro arki qurilajak hudud baland mudofaa devori va keng handaq bilan o'rab olingan bo'lib, uning etagida uchta manzilgoh joylashgan. Mazkur manzilgohlardan biri Firobdur, ikkinchisi Navmichkat, uchinchi esa Buxoro deb atalgan. Keyinchalik bu uch manzilgoh taraqqiy etib borib, kattagina shaharga-

Buxoro vohasining savdo-hunarmandchilik va ma'muriy markaziga aylangan. Makedoniyalik Iskandar bu shaharni ham zabt etgan.

Ilk o'rta asrlarda, ya'ni VII-VIII asrlar boshida shahar buxorxudotlar hokimligining poytaxti bo'lgan. Bu davrda Buxoro yirik shahar bo'lib, qirq gektarga yaqin maydonni egallagan. SHaharni ikkita ko'cha kesib o'tib, uni to'rt qismga bo'lib turgan va bu ko'chalar to'rtta darvozaga olib borgan. SHaharning shimoli-g'arbida buxoroxudotlar hukmdorlarining qo'rg'oni joylashgan. Ark va shahriston devorlari orasida paxsa devorli uylardan iborat rabot (savdo-hunarmandchilik dahalari) lar joylashgan.

709 yil Buxoroni arab xalifaligi zabt etadi. Keyin esa arab xalifaligining viloyatlaridan biri bo'lib qoladi.

IX-X asrlarda Buxoro somoniylar davlatining poytaxti bo'lgan. 999 yil Buxoroni qoraxoniylar, 1220 yil mo'g'ullar bosib oladi. 1370 yildan Buxoro Amir Temur va Temuriylar davlati, XVI asr boshida SHayboniylar (1533 yil bu davlat poytaxti Samarqanddan Buxoroga ko'chirilganligi tufayli Buxoro xonligi ham deb atala boshlagan) va 1533 yildan 1920 yilgacha Buxoro xonligi (amirligi) markazi bo'lgan. So'ngra shahar Buxoro bosqini natijasida sho'rolar tomonidan bosib olingan va 1920 yil 5 sentyabrdan boshlab Buxoro Sovet Respublikasining poytaxti bo'lgan. 1925 yildan Buxoro O'zbekiston Respublikasi, 1991 yil 1 sentyabrdan mustaqil O'zbekiston Respublikasi tarkibidagi viloyat markazi bo'ldi.

Buxoro shahrida 100 dan ortiq tarixiy-me'moriy yodgorliklar bor. Bulardan eng asosiylari Buxoro arki (miloddan avvalgi I asr), Qal'a devori qoldiqlari (VIII asr), Somoniylar maqbarasi (IX-X asrlar), Minorai Kalon (XII asr), Masjid Kalon (XII asr), CHashmai Ayub (XIV-XIX asrlar), Ulug'bek madrasasi (XV asr), Mir Arab madrasasi (XVI asr), CHorsu (XVI), Qo'sh madrasa (XVI asr), Labi hovuz ansambli (XII-XVII asrlar), CHor minor, Balo hovuz majmuasi (XVIII asr), Sitoroi Mohi Xosa ansambli (XIX-XX asrlar) va boshqalar.

Hozirgi kunda ushbu tarixiy binolarga zamonaviy uslubda qurilgan binolar uyg'unlashib ketgan. Bularga hokimiyat binosi, «Buxoro», «Turist» mehmonxonalari misol bo'la oladi.

Buxoro zaminida mashhur donishmand allomalar voyaga etganlar, o'qib ijod etganlar. Abu Xaus Kabir Buxoriy (767-832 y), Imom al-Buxoriy, Ibn Sino, Narshaxiy, Daqiqiy. Ro'dakiy, Balomiy, Abduxoliq G'ijduvoni, Bahovuddin Naqshbandiy, Sayfiddin Boharziy, Nosir Buxoriy, Ubaydullaxon Buxoriy, Hofiz Tanish Buxoriy, Turdi Farog'iy, Ahmad Donish, Fitrat, Sadridin Ayniy, Fayzulla Xo'jaev, Ibrohim Mo'minov, Jalol Ikromiy shular jumlasidandir.

Xiva shahri, Qadimiy Xorazmning tarixiy-me'moriy obidalarini o'zida mujassamlashtirgan shaharlardan biri Xiva shahri hisoblanadi. Ushbu shahar ochiq havodagi muzey deb ataladi.

Xiva arxeologik ma'lumotlarga ko'ra, miloddan avvaligi I asr oxirlarida barpo etilgan. Xiva qadimiy quduq Xeyvaq nomi bilan bog'liq. IV asr boshidan Xiva Xorazm davlati tarkibiga kirgan. 712 yil arablar tomonidan bosib olingan. 1221 yil Xiva mo'g'ul bosqinchilari tomonidan egallanadi. 1388 yil shahar Amir Temur saltanati tarkibiga kiritiladi. 1740 yil Eron hukmdori Nodirshoh tomonidan vayron etilgan. XVI asr oxiridan 1920 yilgacha Xiva xonliklarining poytaxti bo'lgan. 1873 yil Rossiya imperiyasi tomonidan bosib olingan. Mashhur me'moriy yodgorliklar ichida Dishan qal'a (Tashqi shahar) hamda Ichan qal'a (Ichki shahar) alohida ahamiyatga ega. Xivaning shuhrat qozongan yodgorliklari qatoriga ko'plab binolar kiradi. SHerg'ozixon (1728 yil), Muhammad Amin inoq (1805 yil), Qutlimurod inoq (1809 yil), Musa to'ra (1840), Saidboy (1842 yil) madrasasi, Pahlavon Mahmud maqbarasi (1835 yil), Solihboy masjidi (1842 yil), Ko'hna ark saroyi (1912 yil), To'rt Shabboz majmuasi (1885 yil), Oq masjid (1657 yil asos solingan, XIX asrda qayta bunyod etilgan) va boshqalar shular jumlasidandir.

Hazoraspdagi Rahmonqul inoq saroyi Olloqulixon tomonidan qurilgan. Xivadagi Toshhovli nomi bilan ataluvchi ikki qavatli qasr (1832-1841 yillar) binolari sernaqsh va koshinli bo'lib, Xorazm me'morchiligining o'ziga xos uslubini aks ettirgan. Olloqulixon (1832 yil) va Muhammad Aminxon madrasalari koshinlar bilan bezalgan. Bu madrasa yonidagi Kalta minor ham moviy tusdagi koshin bilan qoplangan. Bundan tashqari, Olloqulixon karvonsaroy va bozor (1835 yil) hamda Polvon darvoza (Muhammad Rahimxon davrida 1806 yilda qurilgan) o'sha davr me'morchiligining yorqin namunalaridan

hisoblanadi. Xiva shahrida bu ajoyib binolar Ko'hna Urganch me'morchiligidagi xalq amaliy san'atining vorislari tomonidan yaratilgani ularning ona zaminga bo'lgan mehri muhabbatlari va o'tmish merosga bo'lgan ixloslarining yorqin namunasidir.

2. O'zbekiston muzeylar va ulardan foydalanish.

Turli kolleksiyaalarga ega bo'lgan muzeylarning mavjudligi O'zbekistonning ijtimoiy va madaniy rivojlanish xususiyatlarini aks ettiradi. Muzeylar madaniy, tarixiy merosimiz, xalqlar dini va e'tiqodi, ularning an'analari bilan tanishtirib, yoshlarimizni vatanparvarlikka va buyuk ajdodlarimiz bilan faxrlanishga o'rgatadi. Davlatimiz muzeylarni rivojlantirish, yodgorliklarni tiklashga katta ahamiyat beradi. Temuriylar tarixi muzeyining yaratilishi bunga misol bo'la oladi. Respublika muzeylarining ichida 3 ta muzey-qo'riqxona Samarqand, Buxoro, Xiva (Ichan qal'a), 3ta yirik badiiy muzeylar; O'zbekiston davlat muzeyi (Toshkent shahri), Davlat xalq amaliy san'ati muzeyi, Nukus shahridagi Zavqiy nomidagi Davlat san'at muzeyi mavjud.

O'zbekistonda yagona bo'lgan (Toshkent shahri) tabiat muzeyi 120 yildan beri mavjuddir. Muzey jamg'armasida 1,5 mln ekspanatlar bor. Qadimiy muzeylardan O'zbekiston xalqlarining tarixi muzeyi respublika tarixini o'rganish bo'yicha ilmiy tekshiruvlar olib borayapti. A.Navoiy nomidagi Davlat adabiyot muzeyi (Toshkent) juda katta kitob va qo'lyozma jamg'armasiga ega. O'zbekiston tibbiyot muzeyi (Toshkent) tibbiyot bilimlari tashviqoti, ekologiya muammolari, sanatoriya va gigiena tarixi bilan tanishtiradi. Abu ali Ibn Sinoga bag'ishlangan zali bor.

Toshkentda olimpia shon-sharafi muzeyi, urush va mehnat sharafi muzeyi, kino san'ati muzeyi tashkil qilingan. Badiiy ko'rgazma direksiyasi, PTVS «O'zbek sposentr», U.Tansiqboev, Tamaraxonim, A.Qahhor, G'.G'ulom muzeylari ishlaydi. Har bir viloyatda o'sha muzeylari mavjud. Angren, Sirdaryo, Urganchda badiiy galeriyalar ochilgan. Respublika muzeylari shuningdek turli ekskursiya ma'ruza, adabiyot kechalar, mustaqillikka "Navro'zga" bag'ishlangan etnografik ko'rgazmalari va boshqalar o'tkazadi.

O'zbekiston Madaniyati Vazirligi xalqaro "Oltin meros" xayriya fondi, badiiy akademiyasi bilan birgalikda muzeylarning kelajak faoliyatini yaxshilash dasturlarini

yaratdi. Respublikaning madaniy hayotidagi yutuqlarini tashviqot qilish maqsadida "Movzeydan sado" jumali yaratildi.

Xorij tajribasidan ma'lumki muzeylardan turizm faoliyatida keng foydalaniladi. SHu sababdan mavjud muzeylarimizni keng targ'ibot qilish orqali turizm maqsadida foydalanish hozirgi kunning dolzarb muammolaridir.

3. Madaniy-tarixiy merosni muhofaza qilish va saqlashda YUNESKO va BTT ning roli.

Jahon madaniyati va turistik faoliyatda boshqarish va standartlashtirishda asosiy rolni YUNESKO va Butunjahon Turistik Tashkiloti (BTT) muhim rol o'ynaydi. Mazkur tashkilotlar o'tkaziladigan turli anjumanlar, tadbirlarda mazkur resurslardan foydalanish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqadi.

Ko'pgina tarixiy obidalar BMTning madaniy merosni saqlash bo'limi YUNESKO tasarrufida bo'lib, ular muhofaza ostiga olingan. Bu tarixiy meroslarni saqlash. Muhofaza qilish bo'yicha YUNESKOning Mexiko (1981 y) Deklarasiyasi qabul qilingan.

Ko'pgina hududlar o'ziga xos qadimiy shaharlar, me'moriy, tarixiy-madaniy yodgorliklarga boydir. Turistik infrastrukturaning rivojlanishi tarixiy o'zlikning manzarasini buzmasligi kerak. Har bir tashkil etilayotgan yangi turistik markaz (ob'ekt) milliyligi bilan ijod uyushmasida qaytarilmas o'ziga xoslikka ega bo'lishi lozim.

Madaniy-tarixiy va tabiiy merosni quyidagi kategoriyalarga bo'lishni mutaxassislar quyidagicha taklif etadi:

-asosan turistlar ishlatadigan ob'ektlar (festivallar, namoyishlar, yodgorliklar va h.k);

-aralash foydalaniladigan ob'ektlar-tarixiy yodgorliklar va muzeylar, teatrlar, dorixonalar va boshqalar;

-asosan mahalliy aholi foydalaniladigan ob'ektlar (fuqarolar inshootlari, madaniy ob'ektlar, kinoteatrlar, kutubxonalar va boshqalar.

An'anaviy turizm shakllariga yangicha yondoshishga talab oshmoqda, ya'ni turlarning madaniy tarkibiga mahalliy diqqatga sazovor joylar bilan tanishishni kiritish ham katta samara berib, sayohatni mazmunli va uzoq vaqtga cho'zilishiga sabab bo'ladi. Turli

hudud uchun foyda berishdan tashqari, mahalliy aholining o'zining merosidan foydalanishga olib keladi.

Savol va topshirilar

1. O'zbekistonda qadimiy shaharlar arxitektura yodgorliklaridan foydalanish yo'llari.

2. O'zbekistonda mavjud muzeylar.

3. Madaniy-tarixiy merosni muhofaza qilish va saqlashda YUNESKO va BTT ning roli.

4. O'zbekistonda qadimiy shaharlar arxitektura yodgorliklari, ulardan foydalanish.

14-mavzu. O'zbekistonning rekreasiya resurslarini rivojlanishi

Reja:

1. Rekreasiya resurslari haqida tushuncha.
2. O'zbekistonning rekreasiya resurslari.
3. O'zbekistonning noyob tabiat yodgorliklari va ularni muhofaza qilish.

1. Rekreasiya resurslari haqida tushuncha.

«Rekreasiya» – polyakcha «sog'liqni tiklash» degan ma'noni anglatadi. Sanatoriy-kurort tizimlari mavjud xilma-xil rekreasiya majmuasi bo'lgan hududlar «Kurort» deb ataladi. «Kurort» nemischa «davolanadigan joy» degan ma'noni anglatadi. Kurort uch tipga ajratiladi: balneologik, balchiqda davolanish va iqlimiy davolanish.

Balneologik kurortlarda davolanish uchun tabiiy mineral suvlar asosiy omil sifatida qabul qilinadi. Bulardan vanna qabul qilish yoki ichish orqali davolanishda foydalanish mumkin.

Mineral suvlar juda ko'pgina kasalliklarning olidini olishi mumkin. Ayniqsa, oshqozon ichak kasalliklarini, yurak-qon tomiri kasalliklarini, asab sistemalarini, tana harakat organlarini davolashda keng foydalaniladi. Bunday kasalliklarni davolashda dori-darmonga nisbatan mineral suvlar yaxshi samara beradi.

Shifobaxsh balchiqlarda davolash, ayniqsa, kishi organizmi bo'g'inlari lat egan yoki zararlanganda, asablarni davolash, gnekologik kasalliklarni davolashda qo'l keladi.

Iqlimiy davolanish ham juda xilma-xil. Bular tekisliklar va tog'lardagi o'rmon havosi bilan davolanish, dengiz sohillarida davolanish, iqlimiy-qimiz bilan davolanish va boshqalardir. Bularning barchasi uchun qator iqlimiy ko'rsatkichlar: ya'ni havo harorati, havo bosimi, quyosh radiyasiyasi va boshqalardir.

Kontinental o'rmon iqlimi nafas olish organlarini davolashda, asma, asab sistemasining buzilishini davolashda katta ahamiyatga ega.

Toza tog' havosi o'pka sili kasalliklarining boshlang'ich holatdgisini davolashda keng qo'l keladi.

Iqlimiy kurort davolanishining eng keng tarqalgan turi dengiz bo'yida dam olishdir.

Dengiz iqlimi ko'pgina kasalliklarning oldini olishda muhim ahamiyatga ega. Dengiz iqlimi qon kasalliklari, suyak kasalliklari, bezlarni davolashda juda qo'l keladi.

Iqlimiy-qimiz davolanish tipi dasht va cho'l mintaqasi uchun xos bo'lib bunday davolashda dasht va cho'lining quruq iqlimi va yilqi sutidan tayyorlanadigan qimiz asos qilib olinadi.

2. O'zbekistonning rekreasiya resurslari

Respublikamiz hududi nafaqat qadimiy shaharlar, noyob tabiat yodgorliklariga boy bo'lib qolmasdan, balki rekrasiya resurslariga ya'ni davolanadigan, dam oladigan joylarga ham boydir.

O'zbekiston hududida ham odamlarni davolashda foydalanish mumkin bo'lgan resurslardan biri iqlimdir. Respublikamiz iqlimi kontinental, qish yumshoq va kech boshlanadi, qor 2-2,5 oy turishi mumkin. Qish faslining o'ziga xos xususiyatlaridan biri qishda ob-havo issiq bo'lib, birdaniga havo harorati 0° S darajadan pastga ham tushib ketishi mumkin.

Bahor faslining o'ziga xos xususiyatlari-bahorda havo ochiq, quyoshli kunlar ko'p bo'ladi, havo harorati unchalik baland emas, tez-tez yog'ingarchilik bo'lib turadi. YOZ-issiq, quruq va uzoq davom etadi.

Iqlim joyning mutlaq balandligi oshgan sari salqinlasha boradi. SHu sababli yozda o'lkaning tekislik qismi juda issiq bo'lsa, tog' oldi va tog'li hududlarda salqin. Tog' oldi mintaqasi va tog'li hududlarda yozning salqin bo'lishi va har-xil o'simliklarning hidlariga to'yingan toza havo, soy va buloqlardan oqayotgan zilol suv aholining yozda dam olishi uchun juda qulay. Respublikamiz hududida dam olish uchun qulay iqlimga ega bo'lgan 100 dan ortiq joy aniqlangan.

O'zbekiston hududidagi davolanishda keng ko'lamda foydalanish mumkin bo'lgan tabiiy omillarga issiq (termal) va mineral suvlar hamda shifobaxsh balchiqlar ham kiradi. Respublikamizda Farg'ona vodiysidagi Chimyon mineral suvining tarkibi Sochidagi masesti mineral suvlari tarkibidan, CHortoqdagi mineral suvlar tarkibi «Sxaltuba» davolanish mineral suvi tarkibidan qolishmaydi. Respublikamizning turli hududlarida mahalliy mineral suv va shifobaxsh balchiqlardan foydalanilayotgan 2740 yotish joyiga mo'ljallangan

davolanish maskanlari va 20 ta fizoterapiya kasalxonalari, 390 yotish joyiga mo'ljallangan umumiy kasalxonalarning bo'limlari faoliyat ko'rsatmoqda. Respublikamizda dam olish maskanlarini tashkil etishda 1922 yilda ochilgan Kurortologiya va fizoterapiya ilmiy—tadqiqot instituti xodimlarining roli kattadir.

3. O'zbekistonning noyob tabiat resurslari va ularni muhofaza qilish.

O'zbekiston Respublikasi nafaqat qadimiy shaharlardagi tarixiy-me'moriy yodgorliklarga, balki noyob tabiat yodgorliklariga ham boy. Mamlakatimiz hududidagi noyob tabiat yodgorliklari A. Rahmatullaev (1996) tomonidan geologo-geomorfologik, gidrologik, botanik va mehnat turlariga ajratiladi.

Respublikamiz tog'li hududlarida keng tarqalgan geologo-geomorfologik tabiat yodgorliklariga qadimgi toshlarda saqlanib qolgan hayvonlarning izlari, turli kengli va chuqurlikdagi daralar, sharsharalar, g'orlar, o'pqonlar, o'tlab yurgan qo'y ko'rinishidagi yoki kuyovlardek suzilib turgan toshlar va boshqalar misol bo'la oladi.

Mamlakatimiz hududining tekislik qismidagi geologo-geomorfologik tabiat yodgorliklariga qum barxanlari, chinklar, tepaliklar misol bo'ladi.

Gidrologik noyob tabiat yodgorliklariga soylardan oqib chiqayotgan buloqlarni ko'rsatish mumkin.

Botanik tabiat yodgorliklariga tog' yonbag'irlarida zinapoya holiga keltirilib ekilgan o'rmonlar, yoshi 500 yoki 1000 yillik chinorlar, archalar, qo'riqxonalaridagi turlari kamayib borayotgan o'simliklarni ko'rsatish mumkin.

Mehnat yodgorliklariga qadimgi qorovullar turishi uchun hosil qilingan tepaliklar, sardobalar, turli xil rudalarni qazib olish uchun hosil qilingan shaxtalar, kanallar, suv omborlari misol bo'la oladi.

Ushbu tabiat yodgorliklarini ko'rish, tomosha qilish dam oluvchilarga katta zavq bag'ishlaydi. Sayyohlar bunday noyob tabiat yodgorliklarini ko'rish evaziga o'zlarining asablarini mustahkamlaydilar, ularni ko'rish uchun ko'p hollarda piyoda yurishni taqozo qiladi, bu esa qon aylanish sistemasini yaxshilaydi. Natijada inson salomatligi yaxshilanadi.

Shuning uchun xorijiy sayyohlarni Respublikamiz hududida joylashgan noyob tabiat yodgorliklarni ko'rishga jalb qilish muhim ahamiyatga ega. Buning uchun noyob tabiat

yodgorliklar to'g'risidagi reklamani kuchaytirish, ularga borish marshrutlarini ishlab chiqish muhim ahamiyat kasb etadi. SHu bilan birga noyob tabiat yodgorliklarini muhofaza qilish dolzarb masalalardan hisoblanadi. Bu borada respublikamizda ma'lum ishlar amalga oshirilmoqda. Jumladan Respublikamizda hududidagi 400 dan ortiq tabiat yodgorliklari qayd qilingan va ular muhofazaga olingan.

Respublikamiz bo'yicha 35 ta noyob tog'-o'rmonzorlar muhofaza qilinmoqda. SHulardan biri Samarqand shahridan 40 km janubi-g'arbda joylashgan Omonqo'ton tog' o'rmoni hisoblanadi. Omonqo'ton o'rmon xo'jaligi 1887 yilda tashkil etilgan bo'lib uning maydoni 2158 gektarga teng. O'rmonning amaliy ahamiyatidan tashqari shahar aholisining hordiq chiqarishi, dam olib sog'lig'ini tiklashda katta ahamiyatga ega.

Bu borada tog' o'rmonini tabiiy holatini, ularning boy hayvonot dunyosini saqlab qolish va yaxshilash, dam olish uchun kelgan kishilarga maxsus joylar ajratish, tomosha qilishi uchun maxsus marshrutlar tizimini ishlab chiqish, hamda muhofaza qilishni kuchaytirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Savol va topshiriqlar

1. Rekreatsiya tushunchasiga tasnif bering?
2. O'zbekistonning rekreatsiya resurslari va ulardan foydalanish haqida so'zlab bering.
3. O'zbekiston hududidagi noyob tabiat yodgorliklari, ulardan foydalanish va muhofaza qilish haqida so'zlab bering.

15-mavzu. O'zbekistonda turizmni rivojlantirishni iqtisodiy samaradorligi

Reja:

1. O'zbekiston turizm salohiyati
2. Turizmni rivojlantiruvchi omillar
3. Turizmni rivojlantirishga e'tibor qaratilgan hududlar.

O'zbekiston o'zining ko'plab tarixiy va me'moriy obidalarini, xilma-xil iqlimi va jadal rivojlanishi bilan butun dunyo e'tiborini tortmoqda.

Asrlar davomida O'zbekiston savdogarlar, sayohatchilar, geograflar, missionerlar va bosqinchilarning Buyuk Ipak yo'li yo'lida bo'lgan. Hozirgi kunda O'zbekiston madaniyat, tarix, urf-odatlar va ekzotik mamlakatlarga qiziqqan tashabbuskor kishilar uchun maftunkor sayyohlik yo'nalishlaridan biriga aylanib bormoqda.

O'zbekiston ajdodlaridan to hozirgi kungacha saqlanib qolgan me'moriy yodgorliklari bilan faxrlanadi. Xivadagi Ichan qal'a majmuasi, Buxorodagi tarixiy markazlar, Shahrisabz va Samarqand shaharlari YUNESKOning Butunjahon merosi ro'yxatiga kiritilgan. Ushbu shaharlardagi noyob yodgorliklar va me'moriy inshootlar o'tgan davrlarni aks ettiradi va mamlakat tarixida katta rol o'ynaydi. O'zbekiston hududlarida zamonaviy turizm infratuzilmasini yaratish chora-tadbirlariga alohida e'tibor qaratilmoqda. Shu maqsadda Andijon viloyati Xonobod shahrida dam olish maskanini, Jizzax viloyatining Forish va Arnasoy tumanlari hududida "Aydar-Arnasoy" ko'llari qirg'og'ida beshta yangi dam olish zonasini tashkil etish, Qashqadaryo viloyati Shahrisabz va Qarshi shaharlarida to'rt yulduzli mehmonxonalar qurish, Bo'stonliq tumani Chimyon tog' tizmasida mehmonxona majmuasini qurish, shuningdek, ichki makon uchun Navoiy viloyatidagi Todakul ko'lining Janubiy qirg'oqlarida turizm Aydarko'l ko'li bo'yida chet ellik sayyohlar uchun plyajlar tashkil etish rejalashtirilgan. O'zbekiston Respublikasi

Prezidentining "2018-2019 yillarda turizm sohasini rivojlantirishning ustuvor chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori qabul qilindi.

Ushbu echimda yana bir qator vazifalar ko'rsatilgan. Jumladan, muqaddas ziyoratgohlarga ziyorat turizmini rivojlantirish, buning uchun charter reyslarini tashkil etish, Toshkent, Urganch va Farg'ona shaharlarida turistik zonalarini bosqichma-bosqich tashkil etish, shuningdek, Toshkent viloyatining Boston tumanida tog ' oldi dam olish maskanlari klasterlarini tashkil etish rejalashtirilgan. Shaharlardagi turistik zonalar va tog'oldi turistik klasterlariga xorijiy investitsiyalar, yetakchi mehmonxona brendlarini mehmonxona qurish imkonini taqdim etish yoki mavjud mehmonxona xo'jaliklarini berish bilan jalb qilish nazarda tutilgan.

Turizm sohasi jahon iqtisodiyotining etakchi tarmoqlaridan biri bo'lib, milliy iqtisodiyotga yuqori daromad keltiradigan istiqbolli sohadir. Turizm jahon yalpi ichki mahsulotining qariyb 5 foizini tashkil etadi, rivojlangan mamlakatlarda aholining deyarli 10 foizi turizm sohasida ishlaydi. Turizm sektori COVID-19 pandemiyasi tufayli eng ko'p zarar ko'rgan sohalardan biridir. Jahon sayyohlik tashkiloti (UNWTO) ma'lumotlariga ko'ra, 2020 yilda xalqaro turizm 72 foizga yoki 1,1 trillion dollarga qisqarib, 1990 yilga to'g'ri keldi. Natijada 935 milliard dollar. eksport dollar daromadi yo'q qotildi. Ma' lumki, mamlakatimiz 2020-yil 16-martdan boshlab chet ellik va mahalliy sayyohlar uchun yopiq edi. Natijada 1,5 mingdan ortiq turoperatorlar, 1,2 ming mehmonxona o'z faoliyatini to'xtatdi. Bu qo'llanmalar, milliy hunarmandchilik, ziyoratgohlar va ibodatxonalar, umumiy ovqatlanish, transport va boshqalar bilan birlashtirilgan. D., 250 mingdan ortiq aholining daromadlariga jiddiy ta'sir ko'rsatdi. O'zbekistonda tarixiy obidalar, buyuk ajdodlarimizning yuksak iste'dodi bilan yaratilgan yodgorliklar, muqaddas joylar kabi 7 ming 300 dan ortiq madaniy meros ob'ektlari mavjud bo'lib, ularning aksariyati YUNESKO ro'yxatiga kiritilgan. Shuning uchun keyingi yillarda davlatimiz ushbu yo'nalishni rivojlantirishga hissa qo'shadigan bir qator normativ-huquqiy hujjatlarni qabul qildi. Xususan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining

2021-yil 6-apreldagi "turizm, sport va madaniy meros sohasida davlat boshqaruvi tizimini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida" gi PF-6199-son Farmoniga muvofiq turizm va sport vazirligi huzurida madaniy meros agentligi tashkil etildi. Основными задачами агентства являются выявление, учет, охрана, продвижение объектов материального культурного наследия, ведение государственного реестра, электронного каталога, государственного кадастра, определение охраняемых тегов и осуществление государственного контроля в этой области. Таким образом, актуален анализ современного состояния историко-культурного туризма, перспектив его развития и влияния на национальное хозяйство. При этом в первую очередь необходимо определить содержание понятия "историко-культурный туризм". Shuni ta'kidlash kerakki, hozirgi pandemiya sharoitida ko'plab mualliflar orasida turizm infratuzilmasini tashkil etuvchi tarmoqlarni inqirozdan qanday qutqarish bo'yicha konsensus yo'q. Bizning fikrimizcha, ushbu yo'nalishda olib borilishi kerak bo'lgan tadqiqotlar ko'lamini keng va biz sayyohlik tarmoqlarini rivojlantirishda xalqaro tajribani hisobga olishimiz kerak. Iqtisodiy adabiyotlarda tarixiy va madaniy turizm masalalari bir qator olimlar tomonidan o'rganilgan va turli xil ta'riflar berilgan. Gollandiyalik tadqiqotchi Richard Greg tarixiy va madaniy turizmni "odamlarning madaniy ehtiyojlarini qondirish uchun yangi ma'lumotlar va tajribalarni to'plash maqsadida odatdagi yashash joylaridan uzoqda joylashgan madaniy diqqatga sazovor joylarga tashrif buyurish" deb ta'riflaydi. Rossiyalik mutaxassis yu. V. Kolotova tarixiy va madaniy turizmni "mamlakatning barcha imkoniyatlarini o'z ichiga olgan o'ziga xosligi bilan bog'liq bo'lgan ijtimoiy-madaniy muhitning potentsiali" deb ta'riflaydi.

I. T. Frolova tarixiy va madaniy turizmni global miqyosda xalqlarning yaqinlashuvining omili va vositasi sifatida ko'rib chiqib, rivojlanishi o'zaro bog'liq va bir-birini to'ldiradigan uchta yo'nalishni aniqlaydi:

- 1) madaniyat va madaniy meros haqidagi bilimlarni boyitish,
- 2) madaniyatni saqlash va tiklash,

3) madaniyatlar muloqoti quyidagi sohalardan iborat deb hisoblaydi. Boshqacha qilib aytganda, hozirgi vaqtda madaniy turizmning asosiy gumanitar funktsiyalari quyidagilar:

- madaniy-ma'rifiy va ma'rifiy;
- madaniyatni saqlash va saqlash;
- munosabatlarni o'rnatish va tinchlikni saqlash.

P. Karpov. L. Xorovasboshqa tomondan, tarixiy va madaniy turizmni "madaniy diqqatga sazovor joylar, muzeylar va tarixiy joylar, san'at galereyalari, musiqa va drama teatrlari, kontsert maydonchalari, sahna san'ati, klassik qadriyatlar va tarixiy merosni aks ettiruvchi an'anaviy mahalliy dam olish maskanlari, odamlar yangi narsalarni olishlari uchun innovatsion badiiy ijod uylari" deb ta'riflaydi buyruqlar haqida ma'lumot, tajriba va taassurotlar". Mamlakatimiz olimlari va tadqiqotchilari I. To'xtiev, R. Amriddinova, Sh. Ro'ziyev, O. Hamidov, Ibadullayev F. Azizto'yeva, B. Mamatov va boshqalarning ilmiy asarlarida turizm sohasini rivojlantirishning nazariy va amaliy jihatlari bilan bog'liq ko'plab masalalar yoritilgan, ammo tarixiy va madaniy turizmni rivojlantirish bilan bog'liq ba'zi masalalar etarlicha o'rganilmaganligi sababli, ba'zi muammolar bugungi kunda ham dolzarb bo'lib qolmoqda.

Tadqiqotchi Sh. Ruziyev tarixiy-madaniy turizmning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish jarayonida yaratilgan turizm faoliyati tushunchalari, usullari va sub'ektlarining o'zaro integratsiyasini amalga oshiruvchi indikativ boshqaruv metodologiyasini ta'kidladi. Olim-iqtisodchi O. H. Hamidovning so'zlariga ko'ra, "turizm-bu tabiatni muhofaza qilish va ekologik xavfsizlikni ta'minlash asosida madaniy va tarixiy ob'ektlardan samarali foydalanish yo'nalishlarini belgilaydigan murakkab, ko'p qirrali tushuncha."

Tadqiqot usullari

Tadqiqot turizm iqtisodiyotining mavjud nazariyalarini o'rganib chiqdi va uning mamlakatimizda rivojlanish jarayonlarini tahlil qildi. Tizimli tahlilda 2019-2021 yillardagi statistik ma'lumotlar ishlatilgan. Tadqiqot mavzusi doirasida

muammoni batafsil tahlil qilish, ilmiy asoslangan xulosalar va tavsiyalar ishlab chiqish uchun induksiya va deduksiya, statistik, tizimli va qiyosiy tahlil, PEST tahlili kabi usullardan foydalanildi. Tahlil va natijalar

Tarixiy va madaniy turizm faol turizmning eng keng tarqalgan turi hisoblanadi. U ta'lim va axborot maqsadlariga yo'naltirilgan turizmning barcha turlarini o'z ichiga oladi. Bunday sayyohlik dasturlari insoniyatning turli xil tabiiy, tarixiy va madaniy merosga bo'lgan qiziqishiga asoslanadi. Shu bilan birga, turistik mahsulot madaniy taassurotlar shaklida taqdim etiladi. Etnik va etnografik turizmni o'ziga xos tarixiy va madaniy turizm deb hisoblash mumkin, bu o'z maqsadlariga ko'ra (saqlash, zarar etkazmaslik) ekologik turizmga yaqin. Mamlakatlar va xalqlar madaniyati turistik qiziqishning asosiy elementlaridan biridir. Sayyohlarning turli shaharlarga, dunyoning chekka hududlariga va ularda yashaydigan xalqlarga bo'lgan qiziqishi sayohat qilish uchun eng kuchli rag'batdir. Shuning uchun turizm boshqa madaniyatlarda, boshqa xalqlarning tarixi va hayoti, san'at asarlari bilan tanishishning eng yaxshi usuli hisoblanadi. Boshqa mamlakat tarixi, madaniyati va urf-odatlarini bilan tanishish insonning ma'naviy dunyosini boyitadi.

Tarixiy va madaniy turizmning boshqa dam olish turlaridan muhim afzalliklaridan biri shundaki, u butun yil davomida talabga ega, muhim farq shundaki, u mavsumiy emas.

Ushbu tur yilning istalgan vaqtida dolzarbdir, chunki sayyohlar muzeylarga tashrif buyurish, mamlakatning tarixiy yodgorliklari va diqqatga sazovor joylarini tomosha qilish uchun ekskursiya qilishlari mumkin. Turistik jozibadorlikni shakllantirish uchun tarixiy va madaniy turizm quyidagi jihatlarni o'z ichiga olishi kerak (1-rasm).1.1-rasmda keltirilgan jihatlar nafaqat tarixiy va madaniy turizmning mohiyatini ochib beradi, balki uning o'ziga xos jihatlari ham oydinlik kiritadi. Xalqning boy tarixi va madaniyatini aks ettiruvchi noyob madaniy merosni asrab-avaylashni mustahkamlash, sohani raqamlashtirish, moddiy-texnik bazani innovatsion rivojlantirish va mustahkamlash, ilg'or jahon tajribasini

samarali qo'llash mintaqalarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning eng muhim omillaridan biridir.

Tarixiy va madaniy turizmni rivojlantirishda hududlarda mavjud bo'lgan tarixiy va arxeologik ob'ektlarning roli muhimdir. Ularning tarixiyliigi, tuman tarixidagi o'rni va saqlanish darajasi ularga qiziqqan sayyohlar sonining ko'payishiga yordam beradi. Har qanday tashrif buyuradigan sayyoh uchun bitta manzilda bir nechta ob'ektlarga ega bo'lish uning sayohat muddatini uzaytiradi. Boshqa tomondan, bu jarayon ko'proq sayyohlik xizmatlarini eksport qilish imkoniyatini beradi, shuningdek, tegishli tarmoqlarning rivojlanishini rag'batlantiradi. Bugungi kunda O'zbekistonda 2 mingdan ortiq tarixiy obidalar mavjudligi tarixiy-madaniy turizmni rivojlantirish uchun yuqori salohiyatdan dalolat beradi (1-rasm).2)

2-rasmda ko'rib turganingizdek, respublikamiz katta sayyohlik imkoniyatlariga ega. Mamlakatimiz nafaqat Markaziy Osiyoda, balki butun dunyoda turizm markazlaridan biridir. Muayyan hududda tarixiy va madaniy turizmni rivojlantirishda ushbu joyning tarixiy va madaniy ob'ektlari asosiy o'rinni egallaydi. Bunday ro'yxat har yili YUNESKO tomonidan belgilanadi. Keyingi yillarda ushbu tuzilmaning xalqaro ekspertlari O'zbekiston hududida noyob madaniy meros ob'ektlarini muhofaza qilish, tarixiy shaharlarni boshqarish bo'yicha bosh loyiha va rejani YUNESKOning xalqaro standartlari va talablariga muvofiq ishlab chiqishga jalb etilmoqda. YUNESKO bilan yaqin hamkorlikda moddiy va nomoddiy meros ob'ektlarini saqlash bo'yicha turli xalqaro konferensiyalar tashkil etilmoqda. Ushbu chora-tadbirlar madaniy yodgorliklarni muhofaza qilishni oqilona tashkil etish va boshqarish hamda ushbu sohadagi dolzarb muammolarni ko'rib chiqish, xalqaro tajribani o'rganish, tarixiy-madaniy merosning saqlanishini ta'minlashning milliy tizimini takomillashtirish, davlat va nodavlat notijorat tashkilotlari faoliyatining asosiy yo'nalishlarini belgilash imkonini beradi. Iqtisodiy tadqiqotlar shuni ta'kidlaydiki, tarixiy va madaniy turizmning moddiy merosini boshqarish uchun ob'ektlar sonini, ularning holatini,

shuningdek ob'ektlarning asl nusxaga muvofiqligini hisobga olish kerak, ya'ni. qayta tiklash va ta'mirlash jarayonida o'zgartirilmagan asl nusxalarning ulushi va ob'ektlarning xilma-xilligi.

- ◆ Obyektlar har xil hajmlarga ega bo'lgani bois, ularni shu belgi bo'yicha tasniflash zarur. Quyidagi toifalarni ajratish tavsiya qilinadi:
- ◆ me'moriy majmualar;
- ◆ alohida turgan me'morchilik obyektlari;
- ◆ kichik me'moriy shakllar;
- ◆ turmush, xo'jalik va ijtimoiy hayot obyektlari.
- ◆ turistik biznes korxonalari o'rtasidagi aloqalarni rivojlantirish ko'rsatkichlari.

Ushbu ko'rsatkichlar turistik xizmatlar ko'rsatishga jalb qilingan tashkilotlar o'rtasidagi gorizontal aloqalarning rivojlanganlik darajasini tavsiflaydi.

Tarixiy turistik obyektlarning ijtimoiy-iqtisodiy mazmuni turizm barqaror rivojlanishining asosini belgilab beradi. Turizm tizimli o'rganish obyekti sifatida ijtimoiy, iqtisodiy, ekologik qismlardan tashkil topib, ko'plab ichki va tashqi aloqalarga egadir. Ijtimoiy sohaning bir qismi sifatida turizmning vazifasi inson hayotiy kuchini tiklash, ruhiy bosimni yengillashtirish, intellekti va jismoniy darajasini rivojlantirishdir.

➤ Turizm bo'yicha Gaaga deklaratsiyasida "bo'sh vaqtda dam olish huquqi va haq to'lanadigan ta'til huquqi, hamda bu vaqtdan ta'limiy va ko'ngil ochish maqsadida foydalanish uchun sayohatga chiqish –ichki va xalqaro turizmning ne'matlaridir" deb ko'rsatilgan. Iqtisodiy yondashuvda turizm o'z ichiga tarixiy-madaniy, rekreatsion va boshqa tashkilotlarning kompleks xizmatlar va mahsulotlar ishlab chiqarish, maqsadli investitsiyalar kiritish faoliyatini qamrab oluvchi o'ziga xos tarmoq sifatida belgilanadi. Iqtisodiy hodisa sifatida turizm mintaqa iqtisodiyotiga ta'sir ko'rsatishi, shuningdek, bir vaqtning o'zida unga bog'liqligi nuqtai nazaridan jiddiy e'tiborga molikdir. Mamlaktimizda tarixiy-madaniy turizmni rivojlantirish salohiyatini yuqoriligini e'tiborga olgan holda,

iqtisodiy adabiyotlar ma'lumotlar tahlili asosida turizmning iqtisodiyotga ijobiy va salbiy ta'sirlarini qayd etish mumkin:

- ish o'rinlarini ko'payishi hisobiga bandlik darajasini oshishi. Rivojlangan mamlakatlarda turizm sohasiga 3-5% ish o'rinlari to'g'ri keladi;
- turizm o'z rivojlanishi jarayonida bilvosita boshqa tarmoqlarni ham rivojlanishiga ta'sir ko'rsatadi (qurilish, transport, yo'l, oziq-ovqat savdo sanoati va boshqalar);
- turizm industriyasi yuqori o'sish sur'atlariga ega, pandemiya inqirozi oldingi davrda dunyo mamlaktlarida turizmdan tushadigan valyuta tushumlari har yili o'rtacha 8-12 foizga o'sgan;
- turizmning "ko'paytiruvchi samarasi", ya'ni turizmga sarflangan mablag'larning yuqori aylanuvchanlikka egaligi;
- milliy iqtisodiyotdagi tarkibiy o'zgarishlarni ta'minlaydi";
- xorijiy sarmoyalar jalb etish va chet el valyutasida daromadni keltirishi;
- chet ellarda mamlakatning iqtisodiy va ijtimoiy imijini yaxshilaydi;
- milliy parklar va qo'riqxonalar vujudga kelishini va rivojlanishini rag'batlantiradi;
- san'at asarlari va urf-odatlar saqlanishiga xizmat qiladi va boshqalar.

Shuningdek, tarixiy-madaniy turizm rivojlanishiga ta'sir ko'rsatadigan ayrim salbiy omillarni ham keltirish lozim. Xususan, tarixiy –madaniy obyektlarni saqlash, rekonstruksiya qilish katta investitsiyalarni talab qiladi. Ayrim rivojlanayotgan mamlakatlar kapital tanqisligidan kelib chiqib, ularni saqlab qolish uchun yetarlicha mablag' ajrata olmasligi mumkin. Shuningdek, sohani rivojlanishi bevosita davlat siyosatiga bog'liqdir. Davlatning olib boriladigan oqilona siyosati tarixiy-madaniy turizm sohasini rivojlanishiga, xalqaro hamkorlikni kuchayishiga, sohada innovatsiyalar va axborot texnologiyalaridan samarali foydalanilishiga olib keladi va aksincha nooqilona siyosat turizm obyektlari va yodgorliklari qarovsiz qolishiga, talon taroj qilinishiga olib keladi.

Ko'rinib turganidek, tarixiy-madaniy turizmni rivojlanishiga turli omillar ta'sir ko'rsatadi. Mamlakatimizda tarixiy-madaniy turizmni PEST tahlilini amalga oshirish ushbu sohani rivojlanishi holati haqida to'liq tasavvurni shakllantirish imkonini beradi.

Siyosiy va huquqiy omillar:

- O'zbekistonda 2017 yildan boshlab "Xavfsiz turizm" konsepsiyasi va standartlarining joriy etilishi;

- Pandemiya sharoitida chegaralarning yopilishi natijasida turistlarning erkin sayohat qilishning taqiqlanishi PEST – bu marketing dastagi bo'lib, sohaga ta'sir ko'rsatuvchi tashqi muhitning Siyosiy (Political), iqtisodiy (Economic), ijtimoiy (Social) va texnologik (Technological) jihatlarini aniqlashga qaratilgan.

Iqtisodiy omillar:

- Madaniy yodgorliklarni saqlash va restavratsiya qilish uchun pul mablag'larini ajratilishi hamda maxsus jamg'armalar tashkil etilgani;

- Mavjud xizmatlar narxlarining tartibga solinishi va mo'tadillashtirilganligi;

- Madaniy obyektlardan olinadigan soliqlarning kamaytirilgani;

- Turistik mahsulotlar va xizmatlar turini ko'paytirish (diversifikatsiyalash) choratadbirlarining amalga oshirilayotganligi;

- Sohada raqobat muhitini yaratilishi;

- Pandemiya sababli yuzaga kelgan iqtisodiy inqiroz;

- Aholi daromadlari va turmush darajasining yuksalishi.

Ijtimoiy omillar:

- aholining qadriyatlar to'g'risida sobit tasavvurlari madaniy meroslarni asrab avaylashga bo'lgan munosabati va diniy e'tiqodi;

- aholida shakllangan urf-odat va qadriyatlar;

- ijtimoiy infratuzilmaning rivojlanganligi;

- malakali kadrlarni tayyorlash;

- nodavlat notijorat tashkilotlarning faoliyati;

- ekskursovod va mutaxassislarning malakasini oshirish;

- mahalliy va xorijiy turistlarga sifatli va namunali xizmat ko'rsatish.

Texnologik omillar:

- tarixiy me'moriy obidalarining internet va boshqa ommaviy axborot vositalari orqali reklama qilinishi;

- tarixiy madaniy-meroslarni o'rganish bo'yicha Veb-saytlarni yaratilishi va muntazam boyitib borilishi;

- madaniy tarixiy obyektlar va muzeylarda Wifi internet zonalarining tashkil etilishi;

- arxeologik yodgorliklarni muhofaza etishning innovatsion texnologiyalar qo'llanilishi;

- mintaqada mavjud muzeylar faoliyatini yo'lga qo'yishda raqamli texnologiyalardan foydalanish;

- barcha tarixiy va madaniy resurslar zahiralarning yagona bazasini yaratish;

- virtual sayyohlik turlarning tashkil etilishi va b.

Yuqorida keltirilgan PEST tahlildan xulosa qilish mumkinki, mamlakatda tarixiy-madaniy turizmning ijtimoiy-iqtisodiy rolini oshirish uchun barcha ta'sir etuvchi omillarni hisobga olish, imkoniyatlardan samarali foydalanish, mavjud kamchilik va muammolarni bartaraf etish zarur hisoblanadi.

- Tarixiy-madaniy turizm obidalaridan samarali foydalanish imkoniyatlarini tadqiq etishda, ulardan samarali foydalanish oshirish yo'llari, ularga ta'sir etuvchi omillar va ularni aniqlash, hamda turistik resurslardan foydalanish imkoniyatlarini baholashda resurslarni guruhlariga ajratish hamda ularni saqlash, qayta tiklash faoliyatining indikativ ko'rsatkichlarini aniqlash aniqlash zarur. Sohaning iqtisodiy samaradorligini oshirishning nazariy va amaliy jihatdan o'rganish natijasida quyidagi xulosalarga kelindi va tavsiyalar ishlab chiqildi:

- muzeylar va madaniy meros obyektlariga sifatli va namunali xizmat ko'rsatishni takomillashtirish va bu orqali ularning obro'sini mustahkamlash;
- mamlakatning tarixiy merosini jahon turistik bozorida namoyish etishda xalqaro ko'rgazma, konferensiya, festival kabi madaniy tadbirlarni tashkil etish;
- arxeologik yodgorliklarning tarixiy madaniy turizm sohasidagi rolini sezilarli darajada oshirish orqali, ularni xorijiy va mahalliy turistlar orasida brend darajasiga yetkazish;
- arxeologik yodgorliklarni qisman (konservatsiya va restavratsiya) qilib muzey ko'rgazmasiga tayyorlash;
- sayyohlar uchun xalq amaliy san'ati markazlarida mahorat darslarini tashkil etishni yo'lga qo'yish bilan milliy hunarmandchilik an'alarini dunyoga tanitish;
- xorijiy turistlarni tarixiy-madaniy obyektlarga tashrifini oshirishda, malakali mutaxassislar tomonidan ekskursiya xizmatlarini sifatli tashkil etish;
- tarixiy madaniy turizmga oid turistik axborot markazlari faoliyatini rag'batlantirishda ilmiy-ommabop ma'lumotlarni radio, teleko'rsatuv hamda internet tarmoqlaridan foydalanishni yo'lga qo'yish.

Annotatsiya

Mazkur o'quv qo'llanmada Rekriatsiya va turizm geografiyasining nazariy masalalari, jumladan, hozirgi zamon mazmuni, tadqiqot obyekti va predmeti, shakllanishi hamda rivojlanish xususiyatlari, uning ichki tuzilishi, tadqiqot usullari yoritilgan. Ma'lumki, "Rekriatsiya va turizm geografiyasi" fani oliy ta'lim tizimida yuqori malakali geograflarni tayyorlashda muhim ahamiyatga ega. U talabalarda bevosita sanoat, ya'ni ishlab chiqarish bilan bog'liq yoki ijtimoiy-iqtisodiy geografiyaning mazmuni, zamonaviy tuzilishi, maqsad va vazifalari, ilmiy va amaliy ahamiyatiga doir bilimlarni shakllantiradi. Ushbu fanni o'qitishning dolzarbligi O'zbekiston Respublikasi milliy iqtisodiyotini bozor munosabatlariga asoslangan holda to'g'ri tashkil etishda yangi ilmiy g'oya va tushunchalar hamda qonuniyatlardan, ishlab chiqarish kuchlarini joylashtirish sohasida jahon tajribalarida erishilgan yutuqlardan unumli foydalanish zarurligi bilan belgilanadi.

Ushbu qo'llanmada tabiat va jamiyatning o'zaro munosabatlari, sanoat tarmoqlari, ishlab chiqarishni hududiy tashkil etish, qishloq xo'jaligi tarmoqlarining joylashish xususiyatlari haqida umumiy tushunchalar, fanning tarkibiy tuzilishi: ishlab chiqarishni tashkil etish shakllari, tog'-kon sanoati, yoqilg'i sanoati, elektro-energetika majmui, metallurgiya majmuasi, mashinasozlik majmuasi, kimyo majmuasi, yengil sanoat majmuasi, oziq-ovqat sanoati; hududiy modellar; qishloq xo'jaligi; dehqonchilik, chorvachilik to'g'risida dastlabki bilimlar berilgan.

Savol va topshiriqlar

1. O'zbekiston turizm salohiyati
2. Turizimni rivojlantiruvchi omillar
3. Turizimni rivojlantirishga e'tibor qaratilgan hududlar.

Glossariy

- ❖ Faol turizm-chet ellik sayyohlarning mamlakatga yoki mahalliy sayyohlarning mamlakatning ma'lum bir mintaqasiga kelishi.
- ❖ Turizmning bir turi-bu ma'lum bir maqsad bilan amalga oshiriladigan turistik sayohatlar sinfidir.
- ❖ Ichki turizm-Rossiya Federatsiyasida doimiy yashaydigan shaxslarning Rossiya federatsiyasi ichidagi sayohatlari.
- ❖ Kirish turizmi-Davlatda doimiy yashamaydigan shaxslarning davlat doirasidagi sayohatlari.
- ❖ Sayohat turizmi-Qonunchilikka binoan-mamlakatda doimiy yashaydigan odamlarning boshqa mamlakatga sayohatlari.
- ❖ turistik resurslarni, turizmning moddiy bazasini va turizm infratuzilmasini joylashtirish
- ❖ Guruh turizmi-bir guruh odamlarning (shu jumladan oilaning) o'z rejasiga yoki sayyohlik kompaniyasining rejasiga muvofiq sayohati.
- ❖ Biznes turizmi-ishbilarmonlarning biznes maqsadlari bilan boshqa mamlakatga sayohatlari.
- ❖ Bolalar turizmi-bu maktab yoshidagi bir guruh bolalarning rahbar va qo'llanma-tarjimon hamrohligida uyushtirilgan sayohati.
- ❖ Shaxsiy turizm-bu o'z rejasiga muvofiq bir kishining sayohati.
- ❖ Turizm tarixi-turizmni vaqtincha davriylashtirish, uning rivojlanishidagi ichki bir hil bosqichlarni ajratishga intilish.
- ❖ Turizm kontseptsiyasi-turizmni rivojlantirishning asosiy yo'nalishlarining hozirgi holati va prognoziga oid ilmiy qarashlar to'plami.
- ❖ Xalqaro turizm-boshqa mamlakatga turizm. Xalqaro turizmning asosiy turlari: reaksion, ilmiy, Kongress, ijtimoiy, ixtisoslashgan va yoshlar, shuningdek "uchinchi" yoshdagi turizm.
- ❖ Yoshlar turizmi-guruh rahbari va tarjimon-yo'riqnoma hamrohligida bir guruh yoshlarning uyushgan sayohati.

- ❖ Ilmiy turizm-dasturga ekskursiya sayohatlari kiritilgan kongresslar, simpoziumlar, ilmiy seminarlar va boshqalarga tashrif buyurish uchun turizm.
- ❖ Ta'lim turizmi-asosiy maqsadi o'qitish bo'lgan turistik faoliyat turi.
- ❖ Sog'lomlashtirish turizmi-turizm, uning asosiy maqsadi har qanday kasalliklarni davolash yoki oldini olishdir. Odatda sog'liqni saqlash turizmi sog'liqni saqlash va sog'lomlashtirish muassasalariga tashrif buyurish bilan bog'liq.
- ❖ Uyushgan turizm-bitta sayyoh yoki bir guruh sayyohlarning sayohat kompaniyasi tomonidan belgilangan aniq yo'nalish va qoidalar bo'yicha sayohati. Shu bilan birga, sayyohlar va sayyohlik kompaniyasi o'zaro talablar va majburiyatlar bilan bog'liq.
- ❖ Passiv turizm-bir mamlakat fuqarolarining boshqa mamlakatga sayohati yoki sayyohlarning mamlakatning bir mintaqasidan boshqasiga ketishi.
- ❖ Pioneer lageri-SSSRda-maktab yoshidagi bolalar uchun dam olish uchun ijtimoiy muassasa. Pioneer lagerlari mavsumiy xarakter va smenali xizmat bilan ajralib turadi. Odatda kashshof lagerlar xodimlar farzandlari uchun dam olishni tashkil etish uchun idoralar va korxonalar tomonidan tashkil etilgan va moliyalashtirilgan.
- ❖ Plyaj sayyohligi-plyajdagi dam olish joylariga sayohat.
- ❖ Kognitiv turizm-ma'lum bir dasturga muvofiq tarixiy va madaniy diqqatga sazovor joylar va noyob tabiiy ob'ektlar bilan tanishish uchun sayohat.
- ❖ Doimiy turizm-bu sayyohlik mintaqalariga yil davomida va nisbatan teng tashrif.
- ❖ Dam olish huquqi-insonning mehnat huquqi, quyidagilarni nazarda tutadi:
 - ❖ ish kunining davomiyligini konstitutsiyaviy yoki qonuniy cheklash;
 - ❖ dam olish kunlari va bayramlarni belgilash;
 - ❖ yillik pullik ta'til olish huquqi.

❖ Sarguzasht turizm-bu sog'liq uchun katta xavf tug'dirmasdan o'zlarini sinab ko'rishni istagan sayyohlarning ehtiyojlarini qondiradigan turizm: safari sayohatlari, to'siqlar bilan maxsus marshrutlardan o'tish.

❖ Dam olish kemasi-yurish, dam olish, havaskor sport, turizm, boshqa sog'lomlashtirish va madaniy maqsadlar uchun mo'ljallangan kema.

❖ Professional dam olish

❖ Lotin tilidan. Qayta tiklash-qayta tiklash

❖ Kasbiy dam olish-xodim tomonidan mehnat faoliyati davomida sarflangan va o'z xizmat vazifalarini malakali bajarish uchun zarur bo'lgan kuchlarni tiklash uchun dam olish.

❖ Rekrealogiya-bu rekreatsion tizimlar haqidagi fanlararo fan.

❖ Madaniyatning rekreativ funktsiyasi

❖ Madaniyatning rekreatsion funktsiyasi - madaniyatning hissa qo'shish qobiliyati:

❖ insonning ruhiy kuchlarini tiklash;

❖ uning ma'naviy salohiyatini yangilash va normallashtirish.

❖ Dam olish geografiyasi - bu geografiyadagi jismoniy va ma'naviy kuchlarni tiklash va rivojlantirishga qaratilgan odamlar faoliyatining hududiy qonuniyatlari va xususiyatlarini o'rganadigan ilmiy yo'nalish.

❖ Dam olish zonasi - Rossiya Federatsiyasida - shahar atrofi yoki shaharda aholining dam olish joylarini tashkil qilish uchun mo'ljallangan va parklar, bog'lar, shahar o'rmonlari, o'rmon bog'lari, plyajlar va boshqa ob'ektlarni o'z ichiga olgan maxsus ajratilgan hududlar va tabiiy ob'ektlar kiritilishi mumkin.

❖ Dam olish tarmog'i - mamlakatda yoki mintaqada joylashgan dam olish muassasalari to'plami.

❖ Rekreatsion tarmoqlarni rivojlantirishning asosiy ko'rsatkichi 1 ming kvadrat metr uchun rekreatsion muassasalardagi o'rindiqlar soni. km hudud.

❖ Dam olish tizimi-bu ijtimoiy (o'z-o'zidan) boshqariladigan tizim bo'lib, unda:

❖ Markaziy quyi tizim turizm subyektlari hisoblanadi; a

❖ maqsad funktsiyasi ularning dam olish ehtiyojlarini to'liq qondirishdir.

❖ Dam olish tizimi o'zaro bog'liq quyi tizimlardan iborat: dam oluvchi sayyohlar, tabiiy majmualar, moddiy baza va dam olish infratuzilmasi, xizmat ko'rsatuvchi xodimlar va boshqaruv organlari.

❖ Rekreatsion rayonlashtirish-xususiyatlarning bir xilligi printsipli, rekreatsion foydalanish tabiati bo'yicha hududni ajratish.

❖ Dam olish ehtiyojlari-inson kuchlarining psixofiziologik va ma'naviy-intellektual rivojlanishiga bo'lgan ehtiyoj.

❖ Rekreatsion resurslar-tabiiy va antropogen geosistemalar, tabiiy jismlar va hodisalar, artefaktlarni aks ettiruvchi turistik resurslarning bir qismi:

❖ dam olish faoliyati uchun qulay xususiyatlarga va iste'mol qiymatiga ega; va

❖ dam olishni tashkil qilish va belgilangan vaqtda odamlarning ma'lum bir kontingentini yaxshilash uchun foydalanish mumkin.

❖ Dam olish xizmatlari - dam olish, odamlarning kuchi va sog'lig'ini tiklash, bo'sh vaqtdan foydalanish bilan bog'liq xizmatlar.

❖ Dam olish tumani - rekreatsion rayonlashtirish natijasida ajratilgan tuman.

❖ Havaskor turizm-turistik savdo apparatlarini jalb qilmasdan, sayyohlar tomonidan mustaqil ravishda tashkil etiladigan faol sayohat usullaridan foydalangan holda sayohat. Shu bilan birga, turistik xizmatlar uchun to'lov odatda ulardan foydalanganda amalga oshiriladi.

❖ Mavsumiy turizm-sayyohlarning yilning ma'lum vaqtlarida alohida turistik mintaqalarga tashrifi.

❖ Oilaviy turizm-sayyohlarning oila a'zolari bilan sayohati.

❖ Ijtimoiy turizm-davlat tomonidan ijtimoiy ehtiyojlar uchun ajratilgan mablag'lardan subsidiyalangan sayohatlar.

❖ Sport turizmi-bu turizmning bir turi bo'lib, unda sayohatning asosiy maqsadi yashash joyida mashq qila olmaydigan sport bilan shug'ullanish istagi: yaxtachilik, tog ' chang'isi, kategorik yurish, velosiped safari va boshqalar.

❖ Statsionar turizm-dam olish yoki bir joyda qolish bilan bog'liq turizm.

❖ Hududiy dam olish tizimi - elementlar o'rtasidagi munosabatlar hudud vositachiligida bo'lgan dam olish tizimi.

❖ Dam olish faoliyati turi

❖ Rekreatsion faoliyat turi-bu boshlang'ich rekreatsion mashg'ulotlarning bir hil guruhlanishi, ularning har biri ma'lum bir guruhning boshqa barcha boshlang'ich rekreatsion mashg'ulotlari uchun bir-birining o'rnida va alternativ.

❖ Turizm-fuqarolarning doimiy yashash joyidan vaqtincha chiqib ketishi:

❖ sog ' lomlashtirish, kognitiv, kasbiy-biznes, sport, diniy va boshqa maqsadlarda;

❖ mamlakatda yoki vaqtincha yashash joyida pullik faoliyat bilan shug'ullanmasdan .

❖ Valyuta ayirboshlash turizmi

❖ Valyutasiz almashinuv turizmi-ma'lum kunlar davomida taqdim etilayotgan xizmatlarning tengligi asosida turistik guruhlarining o'zaro sayohatlari.

❖ Valyuta ayirboshlash turizmi

❖ Valyuta ayirboshlash turizmi-turli mamlakatlarning sayyohlik kompaniyalari tomonidan amalga oshiriladigan turistik guruhlar almashinuvi, sheriklar tomonidan kelishilgan valyutada dastlabki xizmatlar uchun to'lov. Odatda, ikki tomonlama shartnomalar bir kunlik xizmatning valyuta qiymatini belgilaydi.

❖ Sayyoh-Rossiya federatsiyasi qonunchiligiga binoan-ketma-ket 24 soatdan 6 oygacha bo'lgan davrda pullik faoliyat bilan shug'ullanmasdan yoki kamida bir kecha-kunduzda dam olish, ta'lim, kasbiy-biznes, boshqa maqsadlarda mamlakatga yoki vaqtincha yashash joyiga tashrif buyuradigan fuqaro.

❖ Turistik baza-dam olish maskanida vaqtincha dam olish uchun moslashtirilgan bino va inshootlar majmuasi bilan maxsus ajratilgan maydon.

❖ Travel industry; Tourist industry

❖ Turizm sanoati-jami:

❖ mehmonxonalar va boshqa turar joylar;

❖ transport vositalari;

❖ umumiy ovqatlanish ob'ektlari va ko'ngilochar vositalar;

❖ kognitiv, biznes, sog'lomlashtirish, sport va boshqa maqsadlar uchun ob'ektlar;

❖ turoperatorlik va sayyohlik agentligi faoliyatini amalga oshiruvchi tashkilotlar;

❖ ekskursiya xizmatlari va gid-tarjimonlar xizmatlarini ko'rsatuvchi tashkilotlar.

❖ Sayohat xaritasi

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yhati

1. Aliyeva M., Norchayev A. Turizm menejmenti. Ma'ruzalar matni. – T.:TDIU, 2005. 14 –b.
2. Lundberg D., Krishnamurthy M. – Tourism Economics. New York: John Wiley Sons Inc. 2003. –p. 114.
3. Одинцов А.А. Менеджмент организации: Введение в специальность. Учебное пособие. – М.: Экзамен, 2004, с. Aliyeva M.T., Salimova B.X. Mehmonxona menejmenti. Darslik. –T.: Moliya, 2005, 132 –b.
4. Kamilova F.K. – «Xalqaro turizm bozori» // O'quv qo'llanma, Toshkent. TDIU-2001
5. Usmonov M.R. Turizm geografiyasi o'quv qo'llanma. Samarqand, 2020
6. Sadullaev A., Avezov S., Mathanova A. Turizm va Rekreatsiya geografiyasi. Xiva 2019
7. Gulmetov F.E., Allabergenov A.A. Turizm geografiyasi. T. 2004.
8. Дмитриевский Ю.Д. Туристские районы мира. Учебное пособие. – Смоленск: СГУ, 2000. –224 с.
9. Дурович А.П. Организация туризма. Учебное пособие. –СПб.: Питер, 2012. –382 б.
10. Ермавлетов С. Р. География туризма. – Алматы: Издательство «BOOK PLUS», 2012. – 300 б.
11. Зализняк Е.А., Региональный туризм: Основные признаки и условия развития, Вест. Волг. гос. ун-та. Сер.3, Экон. Экол. 2011. № 2 (19). –Б.70-76.
12. Золотой Кольцо Святой Руси. Альбом-путеводитель. Под общей Митрополита Ташкентского и Среднеазиатского ВЛАДИМИРА. “Евразия Экс-пресс”, 2005. –300 б.
13. Зырянов А.И. География туризма: от теории к практике. Монография. – Пермь. 2018. –382 с.
14. Комилова Н., Солиев А. Тиббиёт географияси. –Тошкент: Истиклол, 2005. –127 б.

15. Мамажонов М. Андижон географияси (Андижон вилояти табиий географияси). – Тошкент, 2017. –129 б.

16. Мамажонов М. Ўлкашунослик(Андижон географияси) I қисм.- Т.,2017.-52 б.

17. Махмудов М.М. Минтакалар рақобатбардошлигини оширишда туризмнинг роли // Иқтисод ва молия журнаlining таҳририяти инновацион технологиялар маркази. –Тошкент, 2018. –Б. 204-209.

18. Махмудов М.М. Ўзбекистон минтакаларида гастронмик туризмни ривожлантиришнинг ўзига хос хусусиятлари // Ислом Каримов номидаги Тошкент давлат техника университетининг “Таълим тизимида ижтимоий-гуманитар фанлар” илмий-метеодологик ва илмий-услубий журнали №1. – Тошкент, 2020. –Б. 18-24.

19. Махмудов.М.М. Ўзбекистон туризмни ривожлантиришнинг баъзи бир масалалари / Иқтидорли талабалар, магистрлар ва аспирант-тадқиқотчиларнинг илмий ишлари тўплами. – Тошкент, 2005. –Б. 40 -42.

20. Махмудов М.М. Фарғона водийсида туризмни ривожлантиришнинг баъзи масалалари / Географиянинг долзарб муаммолари. Иқтидорли талабалар ва ёш олимларнинг илмий-амалий конференцияси материаллари. – Тошкент, 2006. – Б. 85-87.

21. Махмудов М.М. Халқаро туризм ва Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг баъзи масалалари / География ва география таълими ёшлар нигоҳида: кеча, бугун, эртага Иқтидорли талабалар ва ёш олимларнинг илмий-амалий конференцияси материаллари. –Тошкент, 2008. – Б. 142-144.

22. Махмудов М.М., Жўраев Ш.С. Ўзбекистонда туризм саноатини ривожлантиришнинг айрим масалалари / Фан ва таълимни ривожлантиришда ёшларнинг ўрни Ўзбекистон Республикаси Фанлар академиясининг 75 йиллик юбилейига бағишланган Республика миқёсидаги илмий ва илмий-техник конференция материаллари. –Тошкент, 2018.–Б. 227-229.

23. Милена А.Л. Международный опыт регулирования въездного туризма // Белорусский журнал международного права и международных отношений. - 2004 - № 4. - Б. 85-88 б.
24. Назаров Ш.Х. ва б. Худудларни ривожлантириш стратегияси. - Т: Baxtria press, 2017. - 143 б.
25. Назаров Ш. Гид по развитию регионов. Экономическое обозрение, №4, 2017, с. 22-30.
26. Нигматов А.Н., Шамуратова Н.Т. Ўзбекистон худудини экотуристлик районлаштириш масалалари / Ўзбекистон География жамияти VII-съездини материаллари. - Тошкент, 2006. - 519 бет.
27. Нигматова А.Н., Нигматова Г.Н. Ўзбекистонда туризм ва рекреацияни ривожлантиришнинг географик муаммолари ва имкониятлари / Халқаро илмий-амалий конференция материаллари (Чирчик, 2019 йил 11-12 октябрь). - Чирчик, 2019. - 296 б.
28. Норчаев А.Н., Раббимов Э.Т. Экологик туризм. Ўқув қўлланма. - Т.: ТДИУ, 2010. - 152 б.
29. Эштаев А., Ахмедов И., Алиева М. Туризмни режалаштириш: Ўқув қўлланма. - Т.: ТДИУ, 2007. 175 б.
30. Пардаев А., Норчаев А., Раббимов Э. Экологик туризм. - Ўқув қўлланма. - Т.: ТДИУ, 2011. - 128 б.
31. Петров Ю.В., Ахмедова М.Ш. Биоклиматические условия Узбекистана // Известия Географического общества Узбекистана. - 2019. - Т. 55-жилд. - Б. 202-209.
32. Петров Ю.В., Абдуллаев А.К. К вопросу оценки сухости воздуха // Метеорология и гидрология. - М.: НИЦ «Планета», 2010. - № 10. - С. 90-95.
33. Портер М. Конкуренция / Пер. с англ. яз. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. - 495 с.

34. Рудченко В.Н. Кластеры в туризме: особенности классификации, процесс формирования и методы оценки // Общество. Среда. Развитие. - 2016, № 4. - 240 б.
35. Садыков А.М. Основы регионального развития: теория, методология, практика. Ташкент., 2005. - 223 с.
36. Солиев А. Иктисодий география: назария, методика ва амалиёт (Танланган асарлар). - Тошкент: Камалак, 2013. - 367 б.
37. Солиев А. Худудий мажмуаларнинг назарий асослари. - Т., 2007. - 90 б.
38. Солиев А., Янчук С., Махмудов М.М. Объект, предмет и методы познания в география туризма / Международной научно-практической конференции М.Ауезов-гений нового времени. - Шымкент, 2007. - Б.45-48.
39. Солиев А.С., Ахмедов Э.А., Махмадалиев Р.Й. ва б. Минтақавий иктисодиёт. Ўқув қўлланма. Т.: Университет, 2003. - 278 б.
40. Солиев А.С., Усмонов М.Р. Туризм географияси (Самарқанд вилояти мисолида) Самарқанд: СамДУ, 2005. - 112 б.
41. Тимиргалеева Р.Р. Современные проблемы организации регионального туризма. // Novainfo - 2016. №47-361 б.
42. Тожиева З.Н., Махмудов М.М. Мехнат ресурсларини шаклланишининг ижтимоий-демографик жиҳатлари / Ўзбекистон Евроосиё маконида: География, геоиктисодиёт, геоэкология мавзуидаги Халқаро илмий-амалий конференцияси материаллари. - Тошкент, 2017. - Б. 255-259.
43. Тухлиев И.С., Ибадуллаев Н.Э. Туризм операторлик хизматини таъкиллаштиришнинг асослари. Ўқув қўлланма. - Самарқанд: СамИСИ, 2011. - 249 б.
44. Тухлиев И.С., Қудратов Ғ.Х., Пардаев М.Қ. Туризмни режалаштириш. Дарслик. - Тошкент: Иқтисодиёт молия. 2010. - 254 б.
45. Тухлиев И.С., Норкулова Д.З. ва бошқалар. Туризм: назария ва амалиёт. Ўқув-услубий қўлланма. - Самарқанд. 2018. - 92 б.

46. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистана. –Ташкент: Ўзбекистон Миллий энциклопедияси, 2006. – 367 с.
47. Халмирозев А.А. Минтакалар ракобатбардошлигини оширишни Канада тажрибаси / Ракобатбардош иктисодиёт ва уни амалга ошириш йўналишлари.Илмий-амалий конференция материаллари.-Т.-2018.-386 б.
48. Хамидов О.Х. Ўзбекистонда экологик туризмни ривожлантиришни бошқаришни такомиллаштириш: муаммо ва ечимлар. Монография.-Т.: Иктисодиёт, 2016.-203 б.
49. Холматжанов Б.М., Петров Ю.В., Абдикулов Ф.И., Сайпидинов З.Ф., Абдикулова М.Р., Махмудов М.М., Халматжанов Ф.М., Сафаров Ф.Б. Биоклиматические ресурсы и их учет в развитии туризма в Самаркандской области / Самарканд вилоятини инновацион ривожлантириш: муаммо ва ечимлар мавзусида Республика илмий - амалий анжумани материаллари.-Самарқанд, 2020. –Б. 480-487.
50. Холматжанов Б.М., Петров Ю.В., Абдикулов Ф.И., Абдикулова М.Р., Сайпидинов З.Ф., Махмудов М.М., Халматжанов Ф.М. Условия теплового комфорта города Ташкент // Наука и инновационное развитие №2. 2020.-Б. 74-82.
51. Эгамбердиев Ф.Т., Марданакулов Т., Махмудов М.М. Андижон вилоятида туристик маршрутларни ташкил этиш истикболлари ва уларнинг географик хусусиятлари / Тошкент давлат иктисодиёт университети ҳузуридаги Ўзбекистон иктисодиётини ривожлантиришнинг илмий асослари ва муаммолари илмий-тадқиқот маркази. Минтақавий ривожланишнинг замонавий муаммолари: озиқ-овқат хавфсизлиги, бошқарувнинг марказлаштирилмаслиги, яшаш даражасининг ўсиши илмий мақолалар тўплами.-Тошкент, 2020.-Б. 123-127.
52. Эгамбердиев Ф.Т., Махмудов М.М. Андижон вилоятида туризмни ривожлантиришнинг устувор йўналишлари / 2017-2021 йилларда

минтакаларда туризм салоҳиятини комплекс ривожлантиришнинг устувор йўналишлари мавзусидаги республика илмий-амалий анжумани материаллари.-Урганч, 2018.-Б.7-12.

53. Эгамбердиев Ф.Т., Махмудов М.М. Минтақани комплекс ривожлантиришда туризмга оид илмий-назарий қарашлар / Минтақани комплекс ривожлантириш ва инновацион иктисодиётни шакллантириш устувор йўналишлари мавзусидаги халқаро илмий-амалий конференция материаллари.-Урганч, 2020.-Б. 43-49 .
54. Эштаев А.А., Аҳмедов И.А., Алиева М.Т. Туризмни режалаштириш. Ўқув қўлланма.-Т.2007.-168 б.
55. Ҳайитбоев Р., Амридинова Р. Туризмнинг маҳсул турлари.Услубий қўлланма. –Самарқанд, 2008. -44 б.
56. Dilanchev, A. (2012). Tourism Demand in Georgia: Gravity Model Analysis. 7th Silk Road International Conference “Challenges and Opportunities of Sustainable Economic Development in Eurasian Countries” conference paper. pp.407–411.
57. Egamberdiev F.T. Mahmudov M.M. Assessment of Regional Tourism Potential and the Role of Andijan Region // International Journal of Psychosocial Rehabilitation. 2020. –P. 6426-6435.
58. Eryigit M, Kotil E, Eryigit R (2010) Factors affecting international tourism flows to Turkey: a gravity model approach. Tourism Economics, 16, pp. 585–595.
59. Garin-Muñoz T., Amaral T.,P. (2000). An econometric model for international tourism flows to Spain. Applied Economic Letters, 7, pp. 525–529.
60. Kholmatjanov B.M., Petrov Yu.V., Abdikulov F.I., Abdikulova M.R., Saypiddinov Z.F., Mahmudov M.M., Khalmatjanov F.M., Safarov F.B. Bioclimatic Resources and Their Consideration for Tourism Development in Selected Destinations of Uzbekistan // Indonesian Journal of Law and Economic Review. 2020. -P. 1-7.

61. Li Sh., Wang Z. & Zhong Z.(2012). Gravity Model for Tourism Spatial Interaction: Basic Form, Parameter Estimation, and Applications[J]. Acta Geographica Sinica, 67(4), pp. 526-544.

62. Mahmudov M.M. Theoretical aspects of ecotourism // Asia Pacific Journal of Research in Business Management. 2019.-P.11-14. Impact Factor: 6.737.

63. Travel & Tourism economic impact 2019.-13 б.

Dissertatsiya va avtoreferatlar

64. Абдухакимов З.Т. Минтакадан рекреациядан фойдаланишнинг ташкилий-иқтисодий асосларини такомиллаштириш (Наманган вилояти мисолида). Икт.фан.бўй.фал.док.(PhD) дис. Автореферати. Самарканд., 2020, 28 б.

65. Алимова М.Т. “Худудий туризм бозорининг ривожланиш хусусиятлари ва тенденциялари (Самарканд вилояти мисолида)”. Икт. фан. докт.илм.даражасини олиш учун ёзилган диссертация. Самарканд, 2017, 265 б.

66. Ибрагимов Н.С. “Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда дестинацион менежмент концепциясини қўллаш”. Икт.фан. ном.(PhD) илмий даража олиш учун дисс.авт.-Самарканд., 2008. 20 б.

67. Сафаров Б.Ш. “Миллий туристик хизматлар бозорини инновацион ривожлантиришнинг методологик-услубий асосларини такомиллаштириш”. Докторлик диссертацияси автореферати. Самарканд, 2016, 28-бет.

68. Сафарова Н.Н. Иқтисодиётнинг барқарор ривожланишига туризм соҳаси таъсирини баҳолаш усулларини такомиллаштириш. Иқтисод фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертация автореферати. –Самарканд – 2011., Б.22.

69. Хидирова Г.Р. “Ўзбекистонда минтакавий туризм бозорини ривожлантириш механизмларини такомиллаштириш”. Икт.фан. ном.(PhD) илмий даража олиш учун дисс.-Т., 2018. -147 б.

70. Усмонов М.Р. “Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришни минтакавий хусусиятлари” (Самарканд вилояти мисолида). Геогр. фан. ном.илмий даражасини олиш учун дисс.-Т., 2003.145 б.

71. Эштаев А.А. Глобаллашув шароитида туризм индустриясини бошқаришнинг маркетинг стратегияси (Ўзбекистон Республикаси туризм тармоғи мисолида) Икт. фан. док. (Doctor of Science) дисс.Автореферати.- Самарканд-2019. -32 б.

72. Якубжанова Ш.Т. Агротуризмнинг табиий географик жиҳатлари (Ўзбекистон мисолида). География фанлари бўй. фал. док. (PhD) илмий дараж. олиш учун тайёр. дисс.-Т.: 2018. -120 б.

Elektron manbalar

73. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/>. UNWTO Annual report. 2017.

74. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/>. UNWTO World Tourism Annual Report. 2018.

75. <https://www.unwto.org/world-tourism-barometer-n18-january-2020/>

76. <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impactresearch/regions2019/world2019.pdf>.

77. <https://gnta.ge/publication/georgian-tourism-in-figures-2018/>.

78. <https://uzbektourism.uz/>.

79. <https://www.culture.ru/materials/165528/zolotoi-yubilei-zolotogo-kolca>.

80. <https://www.kp.ru/best/msk/goroda-zolotogo-koltsa-rossii/>.

81. <http://turkrus.ru/tchislo-turistov-i-dohod-ot-turizma-v-turtsii-v-2015-2019-godah-vrosli-na-971/>.

82. <http://www.andstat.uz/uploads/docs/xizmatlar.pdf>.

83. <https://qalampir.uz/news/temiryul-va-aviachiptalar-narkhi-k-immat-prezident-turizm>.
84. <http://whc.unesco.org/en/list/>.
85. <https://www.xonobod-sihatgoh.uz/about>.
86. <https://uzbekistan360.uz/ru/location/14epj>.
87. <https://stat.uz/uploads/doklad/2018/yanvar-dekabr/uz/14.pdf>.
88. <http://xs.uz/uzkr/post/qirgiziston-elchisi>.
89. <http://www.uzavtoyul.uz/cy/page/avtomobil-yollarining-holatini-korsatuvchi-ochiq-elektron-xaritasi.html>.
90. <https://ru.wikipedia.org/wiki/>.
91. <https://stat.uz/uz/ochiq-malumotlar>.
92. https://stat.uz/uploads/doklad/2020/yanvarmart/uz/16.aholini_umumiy_daromadlari.pdf

Mundarija

Kirish	3
1-mavzu. Rekreatsion geografiyaning predmeti , maqsadi va vazifalari.....	4
2-mavzu. Rekreatsion faoliyatning klassifikatsiyasi.....	11
3-mavzu. Rekreatsion geografiyaning rivojlanish omillari. Rekreantlarni hisobga olish metodlari.....	17
4-mavzu. Rekreatsiyani rivojlanishida turistik tashkilotlarning ahamiyati Ошибка! Заслладка не определена.	
5-mavzu. Rekreatsiyani rivojlanishida turistik tashkilotlarning ahamiyati	22
6-mavzu. Turizm mohiyati. Turizm klassifikatsiyasi	36
7-mavzu. Turistik yo'nalishlarning paydo bo'lishi va shakllanishi.....	49
8-mavzu. Turistik oqim statistikasi.Turistik daromad va harajatlar statistikasi	55
9-mavzu . Turistik bozorni segmentlash. Turizm turlari.....	93
10-mavzu. Turistik talab geografiyasi.Turistik talabning hozirgi zamon yo'nalishlari.....	105
11-mavzu: Turistik industuriyaning xususiyatlari va tarkibi	119
12-mavzu. Turizm siyosati asoslari.....	128
13-mavzu. O'zbekistonda tarixiy madaniy turizm sohasining rivojlanishi.	143
14-mavzu. O'zbekistonning rekreatsiya resurslarini rivojlanishi.....	156
15-mavzu. O'zbekistonda turizmi rivojlantrishni iqtisodiy samaradorligi	160
Glossariy	172
Foydalanilgan adabiyotlar royhati.....	178

-14086/42-

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI O'LIY TA'LIM,
FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
CHIRCHIQ DAVLAT PEDAGOGIKA UNIVERSITETI
AXBOROT RESURS MARKAZI**

L.V Djuraeva, J.A.Namozov, M.M.Mahmudov

REKREATSIYA VA TURIZM GEOGRAFIYASI

O'QUV QO'LLANMA

Muharrir:	X. Taxirov
Tehnik muharrir:	S. Melikuziva
Musahhih:	M. Yunusova
Sahifalovchi:	A.Ziyamuhamedov

Nashriyot litsenziya № 2044, 25.08.2020 ü

Bichimi 60x84¹/₁₆ "Times new roman" garniturası, kegli 17.
Offset bosma usulida bosildi. Shartli bosma tabog'i 11,75. Adadi 100
dona. Buyurtma № 1546868

**Olmalıq kitob business MCHJda chop
etildi.**

9 789910 995255

