**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA’LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

**SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI**

***Samarqand iqtisodiyot va servis institutining 95 yilligiga bag‘ishlanadi***

**S.A.ABDUXAMIDOV**

# XALQARO TURIZM

**O‘quv qo‘llanma**

**Samarqand-2025**

**UO‘K:** 338.482.2(075)
A 15
**KBK:** 65.433ya73

***S.A.Abduxamidov.***
***Xalqaro turizm*** *[Matn]:* ***o‘quv qo‘llanma*** */ Samarqand iqtisodiyot va servis instituti – Samarqand.: “STEP-SEL” MCHJ nashriyoti, 2025 - 370 bet.*

Mazkur o‘quv qo‘llanma oliy ta’lim muassasalarining 61010400-“Turizm (faoliyat yo‘nalishlari bo‘yicha)” ta’lim yo‘nalishi talabalari, shuningdek, “sirtqi” va “kechki ta’lim” bo‘limida tahsil olayotgan talabalarga mo‘ljallangan.

Mazkur fanning asosiy maqsadi-xalqaro turizmning shakllanish tarixini, uning tarmoqlari va yo‘nalishlarini, turizm sohasidagi global tendensiyalarni, davlatlarning turizm sohasidagi holati va siyosatini, turistik oqimlar dinamikasini, xalqaro turizm industriyasini, sohadagi muammolarni va ularning yechimlarini o‘rganishdir. Shuningdek, xalqaro hamkorlikni mustahkamlashdagi turizmning roli, xalqaro turizm siyosati va uning amaliy jihatlari haqida chuqur bilim va tushunchalar berish nazarda tutiladi.

O‘shbu fandan tayyorlangan o‘quv qo‘llanmada talabalar mustaqil o‘rganishlari uchun barcha o‘quv-uslubiy materiallar va xalqaro turizm bilan bog‘liq barcha nazariy bilimlar keltirilgan bo‘lib, undan turizm sohasida faoliyat ko‘rsatayotgan mutaxassislar va o‘qituvchilari ham foydalanishlari mumkin.

**Taqrizchilar:**

| | |
|---|---|
| **N.E.Ibodullayev -** | SamISI, Turizm kafedrasi i.f.n., dosenti. |
| **N.Sh.Mansurova -** | “Ipak yo‘li” turizm va madaniy meros xalqaro universiteti dotsenti, DSc. |

*O‘quv qo‘llanma institut Kengashining 2025-yil 02-iyuldagi majlisda muhokama qilingan va nashrga tavsiya etilgan. (11-sonli majlis bayoni).*

**ISBN:** 978-9910-587-11-5

*© S.A. Abduhamidov, SamISI. 2025 y.*
*©“STEP-SEL” MChJ nashryoti. 2025 y.*

# KIRISH

Xalqaro turizm turist, turistlarning yashash joyidan turistik faoliyati uchun har bir davlatni erkin tanlashi va erkin harakat qilishidir. O‘zbekiston tashabbusi bilan 2027-yil “Xalqaro barqaror va yashovchan turizm yili” deb e’lon qilindi. BMT Bosh Assambleyasi O‘zbekiston tashabbusi bilan 2027-yilni “Xalqaro barqaror va yashovchan turizm yili” deb e’lon qilish bo‘yicha rezolyutsiyani bir ovozdan ma’qulladi. Hujjat O‘zbekiston tomonidan ilgari surilgan bo‘lib, unga 80 dan ortiq mamlakat hammualliflik qilgan.

Hujjatning bosh maqsadi Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyev ning 2023-yil oktyabrida Samarqandda bo‘lib o‘tgan BMTning Jahon turistik tashkiloti Bosh Assambleyasi sessiyasida turizm sohasining yangi muammolar va zamonaviy xatarlar oldida barqarorligi va moslashuvchanligi borasida bildirilgan fikrlariga asoslangan. Rezolyutsiyada turizmning turli sivilizatsiyalar boy madaniy merosini asrashda, tinchlik va bag‘rikenglikni mustahkamlashda, xalqlarning qadriyatlarini hurmat qilishda muhim o‘rin tutishi to‘g‘risidagi tamoyillar mustahkamlangan.

Ekologiya, bioxilma-xillikni asrash va atmosferaning ifloslanishini kamaytirish yo‘lida “yashil” turizmni rivojlantirishga alohida e’tibor qaratilgan. Rezolyutsiya 2027-yilni Xalqaro barqaror va yashovchan turizm yili deb e’lon qilishga qaror qiladi hamda BMTning Jahon turistik tashkilotini hukumatlar, BMT tizimidagi tuzilmalar, mintaqaviy tashkilotlar bilan birgalikda yilni muvaffaqiyatli o‘tkazish uchun kompleks choralar ko‘rishga chaqiradi.

Hujjatda barqaror turizmni, jumladan, barqaror rivojlanish maqsadlariga erishish, iqtisodiy o‘sish, to‘liq bandlikni ta’minlash, qishloq hududlarini rivojlantirish va qishloq aholisining yashash sharoitlarini yaxshilashga xizmat qiluvchi ekoturizmni rivojlantirish muhimligi ta’kidlanadi.

Rezolyutsiya barcha manfaatdor tomonlarga barqaror va yashovchan turizmni, kambag‘allikni bartaraf etish, ayollar, yoshlar, keksalar va nogironlarning ishtirokini rag‘batlantirish, iqtisodiy

imkoniyatlarni kengaytirish hamda munosib ish joylari va daromad manbalarini yaratishning muhim vositasi sifatida faol ilgari surishni tavsiya etadi.

Hujjat matnini muvofiqlashtirish bo‘yicha maslahatlashuvlarda Rossiya, Xitoy, AQSh, Turkiya, Germaniya, Buyuk Britaniya, Yevropa Ittifoqi delegatsiyasi, Yaponiya, Koreya, Misr, Braziliya, Argentina kabi yetakchi davlatlarning ekspertlari faol ishtirok etgan.

BMT bosh kotibi Antoniu Guterrishning aytishicha, turizm jahon iqtisodiyotining eng yirik tarmoqlaridan biri sifatida madaniyatlarni yaqinlashtirish, yangi imkoniyatlar yaratish va barqaror rivojlanishga ko‘maklashish uchun ulkan salohiyatga ega.

Ushbu fan bo‘yicha hozirda lotin alifbosida darslik va o‘quv qo‘llanmalarning yetishmasligini hisobga olgan holda mualliflar tomonidan tayyorlangan ushbu o‘quv qo‘llanma xalqaro turizmni o‘rganishda turizm ta’limidagi magistrlarga, bakalavrlarga va talabalarga yaqindan yordam beradi.

# I BOB. “XALQARO TURIZM” FANINING MAQSADI VA VAZIFALARI

***Tayanch so‘zlar:*** turizm, strategiya, valyuta, milliy meros, sarmoya, qulaylik, hudud, mintaqa, turizm siyosati, turizm industriyasi.

## 1.1. Xalqaro turizmning shakllanish tarixi

«Turizm» va «turist» atamalari adabiyotlarda XVIII asrning oxirlarida paydo bo‘lib, XIX asrda keng ishlatila boshlandi va XX ommaviylashdi. Turizm va turist so‘zlari (fransuzcha «tour»-sayohat) birinchi marotaba Britaniyada XVIII asrda qo‘llanilgan bo‘lib, Angliyalik yoshlarning Yevropa mamlakatlaridagi (Fransiya, Italiya, Germaniya va b.) maktablarda o‘z bilimini oshirish sayohatlari ma’nosida ishlatildi. Bu sayohatlar «grand tour» deb nomlandi. Keyinchalik «tour» dagi sayohatchilar turistlar deb atala boshlandi.

«Sporting Magazine» jurnali 1811-yilda har qanday ekskursiyalarni, diqqatga sazovor joylarga, tabiiy landshaftlarga, biror-bir obyektlarni ko‘rishga, tomosha qilishga, ilmiy xususiyatlarga ega bo‘lgan barcha sayohatlarni turizm tushunchasiga qo‘shdi. Keyinchalik Fransuzlarning adabiyotlarida qayd qilingan sayohatlarda qatnashuvchilarning hammasini turistlar deb nomlashdi.

Rasmiy jihatdan «turizm» tushunchasi ilmiy adabiyotda birinchi marotaba XX asrning 30-yillaridan, ya’ni, «Berlin turizm tadqiqotlari instituti»ning jurnalidagi (1930-1931 y) «Archiv fur Fremdenverkehr» maqolasidagi so‘zboshida keltirildi va va turizm tushunchasi turistik harakatlarning barchasi deb ta’riflandi. Lekin bu ta’rif turizm tadqiqotchilari tomonidan ancha umumiylashganligi uchun tan olinmadi. Hozirga kelib turizmning mazmun va mohiyatini anglashda va belgilashda asosan Butunjahon turizm tashkiloti (BTT)ning tavsiyalari, takliflari ko‘proq ishlatilmoqda.

Turizm industriyasini keltirib chiqaruvchi turist atamasiga Millatlar Ligasi 1937-yilda ta’rif bergan edi. Bu ta’rif bo‘yicha bir makondan ikkinchi makonga ko‘chib yuruvchilar maqsadlaridan qat’iy nazar “sayohatchi” deb ataldi. Bu atamani ko‘plab davlatlar qabul qildi.

Shundan keyin, Xalqaro turistik tashkilotlarning rasmiy Xalqaro ittifoqi (MSOTO) 1950-yil Dublin shahrida, 1957-yil London shahrida turist so‘zining tushunchasiga o‘zgartirishlar kiritdi.

BMTning xalqaro turizm va sayohatlar bo‘yicha 1963-yildagi Rim shahridagi konferensiyasida turizm va sayohatlarga “turizm” tushunchasi maqomini berish taklif qilindi, lekin konferensiyada qatnashayotgan davlatlarning vakillari bir qarorga kelolmasdan turistni “vaqtincha kelib ketuvchi”, “turizmni”-“mavsumiy xizmatlar sohasi” deb belgiladilar .

Turistning ta’rifi Butunjahon turizm tashkilotining 1986-yildagi Manila shahridagi kongressida, Turizm bo‘yicha parlamentlararo konferensiyasida (Gaaga, 1989 y) ham “turist” so‘zining nazariy va amaliy jihatlariga qo‘shimchalar, to‘ldirishlar kiritildi. Biroq bu vaqtga kelib ham turistning ta’rifini ko‘plab davlatlar o‘zlari qabul qilingan qonunlar bo‘yicha bergan edilar.

Turizmni boshlang‘ich va nisbatan aniqroq belgilash Bern universiteti professorlari Gunziker va Krapaf (Shveysariya) tomonidan amalga oshirildi va keyinroq “Turizm ilmiy ekspertlari Xalqaro assotsiatsiyasi” tomonidan qabul qilindi. Olimlar turizmni hodisa sifatida va sayohat chog‘ida vujudga keladigan o‘zaro munosabatlar deb qarash kerak deb hisoblaydilar. Qaysiki, u hali doimiy bo‘lishga olib kelgani yo‘q va biror-bir foyda olish bilan bog‘liq emas.

Jahon turizmining shakllanishi va rivojlanishi tarixini mutaxassislar quyidagi davrlarga bo‘lishadi:

***1.Qadimgi va o‘rta asrlargacha (XV asrgacha) davri.*** Turizm qadimdan xalqlar o‘rtasida (iqtisodiy, savdo-sotiq, fan, madaniyat, san’at, hunarmandchilik va h.k.) aloqa manbai sifatida muhim ahamiyatga ega. Xususan, eramizdan avvalgi V asrda yunonlik tarixchi, geograf sayohatlarning ahamiyatini tasvirlab yozgan. III asrda Fransuz geograf olimi Pifey Yevropa hududlarida avvalgi 3 ming yillar davomida kishilarning sayohati yangi geografik joylarni ochish, o‘zlari uchun qulay hududlarni egallab olish, boylik orttirish va boshqa maqsadlarda dunyoni yanada kengroq boshlaganlar.

Eramizdan 2 ming yil oldin Misrlik Sinuxit Edem mamlakatida sayohatda bo‘ldi, bu sayohat tafsilotlari papirusda yozilgan “Sinuxit sayohati” deb nomlangan asarda qayd qilingan. Eng katta va dastlabki sayohatlardan biri eramizdan oldingi VI asrda Misr fir’avni Nexao topshirig‘i bo‘yicha Afrikaning dengiz qirg‘oq chiziqlari boylab amalga oshirilgan 3 yillik sayohat hisoblanadi. Bu sayohatni finikiyaliklar amalga oshirdi. Ular kemalarda Qizil dengizdan Hind okeaniga chiqishdi, 3 yildan so‘ng Gibraltar bo‘g‘ozidan o‘tib, O‘rta Yer dengizi orqali Misrga yetib kelishdi. Bunday sayohatlar tarixda juda ko‘plab qayd qilingan. Nexao topshirig‘i bo‘yicha finikiyaliklarning sayohatini keltirganimizning sababi shundaki, aynan shu sayohatdan keyin 2 ta qit’a nomlandi:

1. «Acy», «Azy» kun chiqar, keyinchalik Osiyo nomi
2. «Ereb» kun botar keyinchalik Yevropa nomi.

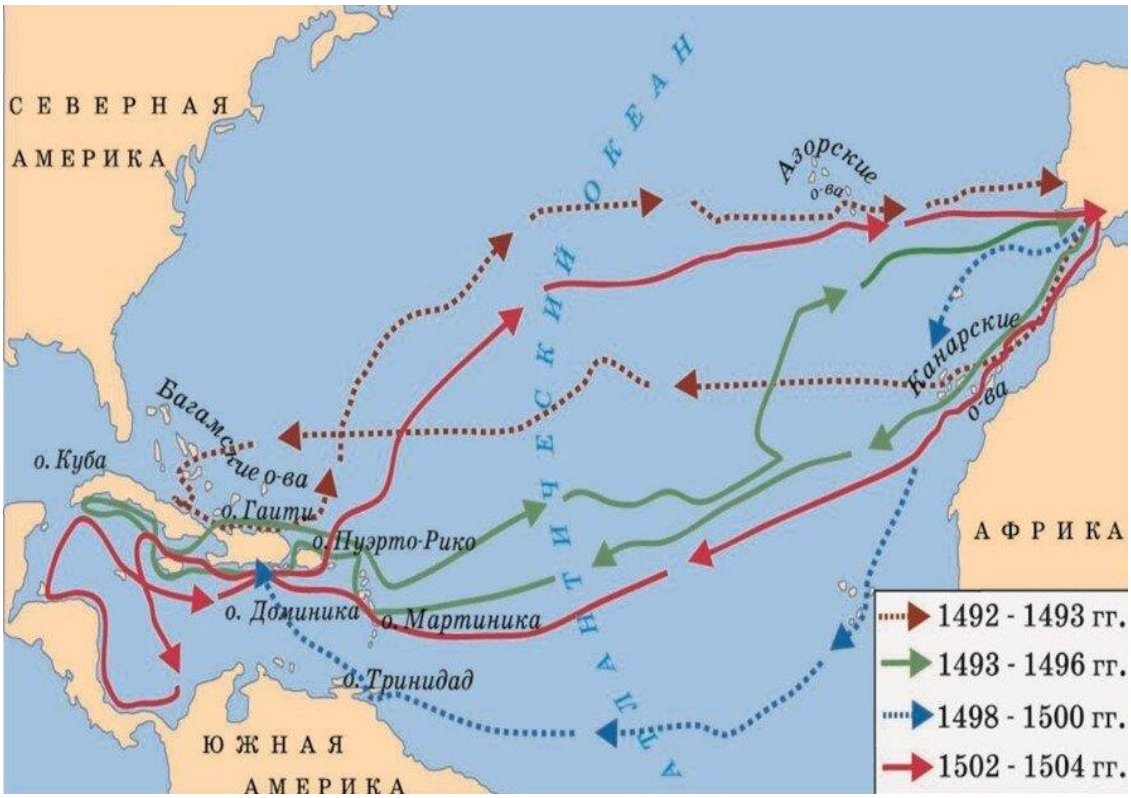
A.Makedonskiy bosqinchiligi, «Buyuk ipak yo‘li»ning vujudga kelishi va xalqaro munosabatlarning rivojlanishi bevosita turizmning tarixiga borib taqaladi. Shu davrda A.Makedonskiy ko‘p yerlarni bosib olib, u yerlar haqida birga bo‘lganlarga ma’lumotlar yozib qoldirgan. U Rim imperiyasi davrida Misrga sayohatlar uyushtirgan. Undan so‘ng rivojlanish Misrga ko‘chadi va davlat tomonidan Afrika va Yevropa davlatlariga sayohatlar uyushtiriladi.

Arablar VII asrda islom dinini qabul qildirish maqsadida to Janubiy-Sharqiy Osiyoga tazyiq o‘tkazadi. Shu bilan birga shu joylarda tafsilotlar haqida ma’lumotlar qoldirgan. Keyin fan va madaniyatning markazlashgan hududlari Xitoyga ko‘chadi. XV asrda Amir Temur, Mirzo Ulug‘bek, Zahiriddin Muhammad Boburlarning davlatchiligi, Alisher Navoiy va boshqa taniqli olimlar va sayohatchilarning o‘sha davrlarning tarixi va tafsilotlarini yozib qoldirishdagi xizmatlari katta.

***2.Buyuk geografik kashfiyotlar davri (XV-XVII asrlar).***

**1. Xristofor Kolumb (1451-1506 y).** Hindistonga boradigan dengiz yo‘lini izlab Markaziy va Shimoliy Amerikani kashf qilgan, geografik kashfiyotlar borasida ham, xato xulosalarga kelishda ham, uning hayoti qirralarini tadqiq qilingan va qilinayotgan asarlar soni

bo‘yicha ham mashhurlikda Xristofor Kolumbga teng keladiganlar juda kam.




***1.1-rasm. Xristofor Kolumb ekspedisiyalari***

U 1492-1493-yillarda Amerikaga birinchi ekspeditsiya, 1493-1496-yillarda ikkinchi ekspeditsiya, 1498-1500-yillarda uchinchi ekspeditsiya va 1502-1504-yillarda to‘rtinchi ekspeditsiyani tashkil qilgan.

**2. Vasko Da Gama (1469-1524 y).** Hindiston o‘zining tabiati va xalqlari bilan qadim zamonlardan beri yevropalik olim va turistlarning tinchini buzgan davlat edi. Chunki, bu davlatning savdogarlari o‘sha vaqtlardagi jahon bozorida ziravorlar sotishda birinchilardan edi. Ikkinchidan, Hindiston oltinga boy davlat nomini ham olgan edi. Bu g‘aroyib davlatga quruqlikdan boradigan yo‘llar kashf qilingan bo‘lsa-da Yevropaliklar uchun bu yo‘llar juda xatarli bo‘lgan. Shuning uchun ham XV asrda Yevropalik turistlar Hindistonga dengiz bilan borish yo‘llarini izlay boshladi. Bu muammoni Portugaliyalik Vasko Da Gama hal qildi va insoniyatning buyuk kashfiyotchilari ro‘yxatidan joy oldi.




***1.2-rasm. 1497-1499-yillarda Vasko da Gamaning Hindistonga dengiz yo‘lini ochishi***

Shu o‘rinda afsuslanarli holatni qayd etishimiz kerakki, insoniyat taroqqiyotini butunlay yangi yo‘nalishlarga solib yuborgan Buyuk geografik kashfiyotlar davrida tuzatib bo‘lmas tarixiy haqsizlikka vatandoshimiz, mashhur turist Abdurazzoq Samarqandiy uchradi. Yuqorida qayd qilganimizdek, vatandoshimiz A.Nikitindan 25 yil oldin, Vasko Da Gamadan 56 yil oldin Arabiston yarim oroliga yetib borib, Hindistonga dengiz va okean orqali birinchi yo‘lni ochgan edi. O‘sha davrlarda A.Nikitin ham, Vasko Da Gama ham Hindistonga dengiz yo‘li bilan borishda Abdurazzoq Samarqandiyning asarlaridan foydalanganliklarini yozishgan. Ularning xabarlariga o‘sha davr tarixchilari ham, tadqiqotchilari ham albatta e’tibor berishliklari kerak edi.

**3. Amerigo Vespuchchi (1454-1512 y).** Amerikaning yaxlit qit’a ekanligi haqida birinchi bo‘lib xabar bergan, Markaziy Amerika va Janubiy Amerika qirg‘oqlariga 1499-1500-yillarda birinchi, 1501-1502-yillarda ikkinchi va 1503-1504-yillarda uchinchi ekspeditsiyani tashkil qilgan va bu sayohatlari tufayli nomining abadiy unutilmasligiga

erishgan mashhur tadqiqotchi-geograf. Amerika uning nomi bilan atalib kelinmoqda.

Amerigo Vespuchchi Xristofor Kolumb bilan tanish bo‘lgan. Kolumbning sayohatlaridan keyin uning tinchligi buzilgan. Qanday bo‘lmasin Kolumbning shuhratini tortib olishi kerak. Chunki, u o‘ziga ishonardi. Uning rejasi amalga oshdi. U Janubiy Amerikani kashf qilish bilan birga nomini ham abadiylashtirdi.




***1.3-rasm. Amerigo Vespuchchining Markaziy va Janubiy Amerikaga sayohatlari marshruti***

**4. Fernando Magellan (1480-1521 y).** Buyuk geografik kashfiyotlar tarixiga Portugaliyalik mashhur turist Fernando Magellan Yerning sharsimon ekanligini tasdiqlagan va sayyoramiz atrofi bo‘ylab birinchi aylanma dengiz sayohatini amalga oshirgan mashhur inson sifatida kiritilgan. F.Magellanga dunyodagi juda ko‘plab davlatlar haykal qo‘yishgan. Uning nomiga “Insoniyat taroqqiyotining yangi davrini boshladi” so‘zlari ham qo‘shilgan. Magellan sayohatning muvaffaqiyatli tugashiga ishonmagan. Ammo sayohat muvaffaqiyatli yakunlandi. Magellan olimi oldidan o‘z maqsadiga erishganligini aytgan (Filippin orollaridagi qabilalar boshliqlarining janjallariga aralashib qolgan Magellan 1521-yilning 21-aprelida Lapu-Lapu qabilasining sardori tomonidan o‘ldirilgan).




***1.4-rasm. F.Magellanning 1519-1522-yillardagi Yer shari bo‘ylab birinchi aylanma sayohati marshruti***

**5. Semyon Dejnyov (1605-1673).** Semyon Ivanovich Dejnyov-taniqli rus dengizchi-turist. U daniyalik rus turisti Vitus Beringdan 80 yil oldin Osiyo va Amerikani ajratib turuvchi Bering bo‘g‘ozidan birinchi bo‘lib o‘tgan. Osiyo va Amerikaning birlashgan va birlashmaganligi o‘sha zamonlarda aniq emasdi. Jasur turist S.Dejnyov bu yo‘nalishda shimolga ko‘plab ekspeditsiyalar tashkil qildi va nihoyat 1648-yilgi ekspeditsiyada u Osiyo va Amerikaning alohida-alohida kontinent ekanligini hal qildi. Uning ekspeditsiya hisobotida “eskimoslar yashaydigan orollar yonidan dengiz-okean orqali o‘tdim va katta yerning (Osiyoning) qirg‘oqlari hech qayerda “Yangi yer” (Amerika) bilan tutashmagan”.

Tarixda birinchi marta ushbu bo‘g‘ozdan suzib o‘tgan va kashf qilgan S.Dejnyov muhim geografik masalani hal qildi. U mazkur sayohati natijasida Amerikaning mustaqil kontinent ekani va Yevropadan Xitoyga Shimoliy dengiz yo‘li orqali borish mumkinligini isbotladi. Ammo jasur turistning hisobotlari Yakutskda qolib ketgan va keng jamoatchilik ham, ilm ahli ham buyuk kashfiyotni o‘z vaqtida bilmagan. Ammo hozirgacha ko‘plab tadqiqotchilar yakutiyaliklarni ilmsizlikda va S.Dejnyovga nisbatan xiyonatkorlikda ayblaydilar.




***1.5-rasm. Semyon Dejnyov sayohati marshruti***

Kech bo‘lsa-da, Rossiya hukumati S.Dejnyov nomini abadiylashtirdi. Turist xotirasiga hurmat tariqasida Shimoliy Muz okeanidagi orol, yarim orol, qo‘ltiq va Yoqutistondagi qishloq uning nomi bilan atalgan. Turistning vatani Velikiy Ustyugda va Rossiya shon-sharaf bog‘ida unga haykal o‘rnatilgan.

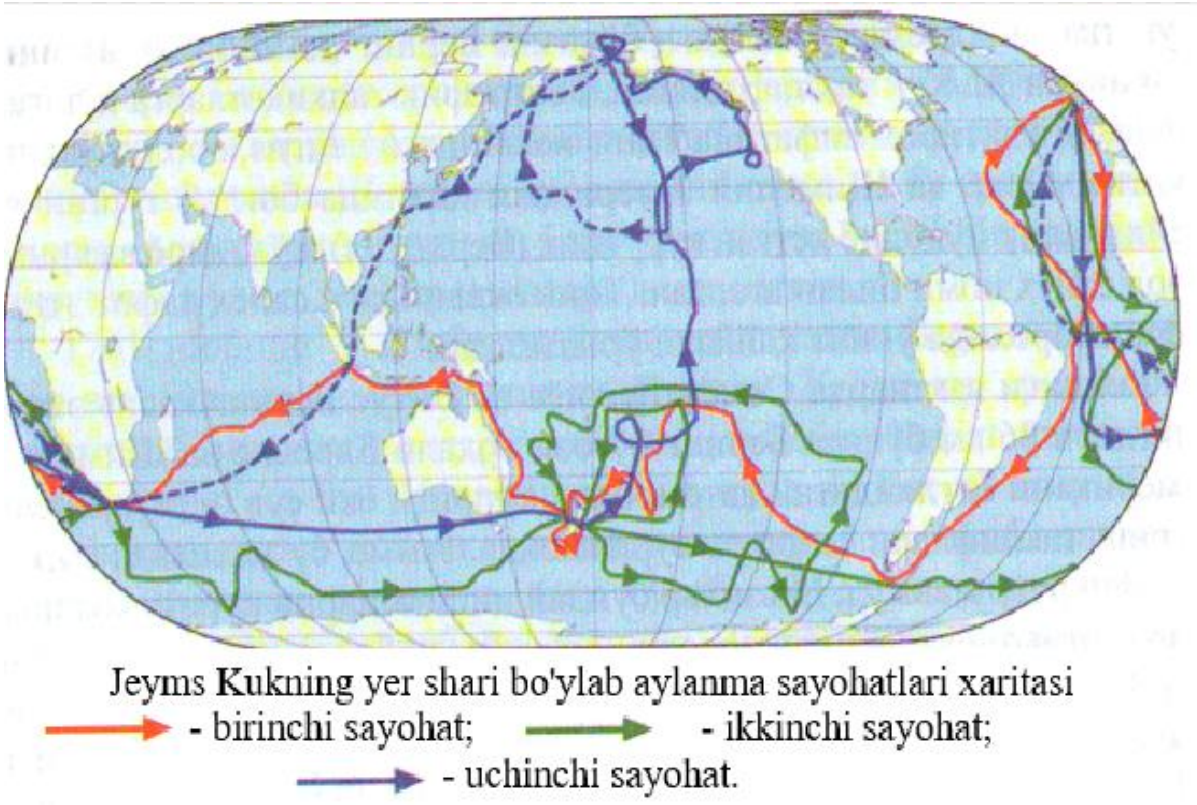
**6. Vitus Bering (1631-1741 y).** Vitus Ioanassen Bering-mashhur rus dengizchi turisti, rus flotining komandiri. Asli kelib chiqishi Daniyalik. V.Bering 1725-1730 va 1732-1742-yillarda rus floti tomonidan amalga oshirilgan birinchi va ikkinchi Kamchatka ekspeditsiyalariga boshchilik qildi. V.Bering birinchi ekspeditsiyada ko‘plab orollar va bo‘g‘ozlarni yerlarni kashf qildi va Amerika bilan Osiyoning o‘rtasidagi bo‘g‘ozdan o‘tgan, lekin quyuq tuman bo‘lganligidan Amerika qirg‘oqlarini ko‘rmagan.

Ikkinchi ekspeditsiyada 1741-yilning 17-iyulida dengizchilar 58 darajali shimoliy kenglikdan yuqoriroqda baland tog‘ tizmasini ko‘rdilar. Bu Shimoliy Amerika edi. V.Bering bu yerda 7 ta orol, bitta yarim orol va Aleut tog‘larini kashf etdi va xaritaga tushirdi. V.Bering 1741-yilning 4-noyabrida keyinchalik o‘zining nomi bilan nomlanadigan orolga yetib keldi. Ekspeditsiyada oziq-ovqat tugagan, kuchli sovuq natijasida dengizchilar kasallikka chalina boshladi. Xuddi shu yerda V.Bering va

ko‘plab dengizchilar halok bo‘lishdi. Qolgan 46 dengizchi muzlab qolgan kemadan qayiq yasab, yelkansiz faqat eshkaklar yordamida uzoq suzib, 1742-yilning avgustida Petropavlovsk shahriga yetib kelishdi.

Vitus Beringning olib borgan tadqiqotlarining naqadar to‘g‘riligini birinchi bo‘lib ingliz turisti Jeyms Kuk e’tirof etdi va Amerika bilan Osiyo o‘rtasidagi bo‘g‘ozni Bering bo‘g‘ozi deb nomlashni taklif etdi. Tinch okeanidagi turist vafot etgan Bering orolida uning haykali o‘rnatilgan. Yevropa davlatlarida ushbu kashfiyot haqida ma’lumotlarning bo‘lmaganligi sababli, Amerika va Osiyo o‘rtasidagi bo‘g‘ozning kashfiyotchisi degan nom Vitus Beringa nasib etdi va ushbu bo‘g‘ozga uning nomi berildi.

**7. Jeyms Kuk (1728-1779 y).** Jeyms Kuk mashhur ingliz dengizchi-turisti va kartografi, ko‘plab yangi orollari kashf etgan, Yer shari boylab uchta aylanma sayohatga boshchilik qilgan, qit’alarning qirg‘oqlarini va dengiz, okeanlarni tadqiq qilgan, birinchi bo‘lib Avstraliya qirg‘oqlarini xaritaga tushirgan, aysberglarga birinchi bo‘lib ta’rif bergan, dunyoning ko‘plab davlatlarining xalqaro mukofotlarini olgan mashhur turist.




***1.6-rasm. Jeyms Kuk sayohatlari marshruti***

Angliyaliklar Jeyms Kuk nomini “Angliyaning o‘tmishdagi va hozirgi taroqqiyotiga buyuk xizmatlar qilgan ulug‘ farzandlari ro‘yxati”ga kiritishgan.

Dunyoda o‘tmishda ham, hozirgi davrlarda ham mashhur bo‘lgan va hayoti dahshatli darajada fojia bilan tugagan jasur inson. Jeyms Kukning o‘sha vaqtdagi mashhur “Indevor” kemasi 1799-yilning yanvar oyida o‘zi kashf qilgan Gavayi oroli qirg‘oqlarida langar tashladi. Mahalliy aborigenlar kanniballarligini (odamxo‘rlar) Jeyms Kuk yaxshi bilardi. Hatto u oldingi sayohatlarida bularni qo‘y go‘shtiga o‘rgatish uchun Angliyadan ko‘plab tirik qo‘ylar ham olib kelgandi.

Aborigenlar Kukni o‘z xudolaridek kutib oldi. O‘z navbatida Kuk ham ularning kemani tomosha qilishiga ruxsat berdi. Bunga Gavayiliklarni yaxshi biladigan tajribali dengizchilar qarshi chiqishdi. Lekin Kuk aytganini qildi va dahshatli xatoga yo‘l qo‘ydi. Mahalliy aborigenlar kemadagi ko‘plab narsalarni muqaddas bilib o‘g‘irlay boshladi, hatto kemaning muhim qismlarini sindirib uni ishdan chiqargan. Buning natijasida mahalliy aholi bilan dengizchilar o‘rtasida to‘qnashuvlar kelib chiqdi.

Kemaning o‘g‘irlab ketilgan qismlarini qaytarib olish maqsadida mahalliy aholining sardori Kalaniopuni garovga olindi. Sardorini qutqarish uchun aborigenlar kemani o‘rab hujum qildilar. Ana shunday to‘qnashuvlarda birida 1779-yilning 14-fevralida Jeyms Kuk orqasidan nayza sanchib o‘ldirildi. Ekspeditsiya a’zolari Kuk jasadining kannibal aborigenlardan ortgan qoldiqlarini oradan ancha kun o‘tib, ya’ni, 22-fevralda dengizga dafn etdilar.

Uning hayoti, Angliya va dunyo xalqlari oldidagi xizmatlari maktablarning, institut va universitetlarning o‘quv dasturlariga kiritilgan. Jeyms Kuk butun hayoti davomida “intilish va maqsadga erishish” degan shiorga qat’iy amal qilib yashagan. Uning xotirasi 20 dan ortiq geografik obyektlarda abadiylashtirilgan. Gavayiliklar o‘z vatanlarida Jeyms Kukga haykal qo‘yishgan va Gavayiliklar hozirgacha o‘tmishdoshlarining mudhish jinoyati uchun Jeyms Kuk avlodlaridan va butun insoniyatdan kechirim so‘rab kelmoqda.

3. **XX asrgacha bo‘lgan davr (XVII-XIX asrlar).** XVIII asrda turizm yangi ko‘rinish oldi turistlar tanishuv, davolanish va dam olish maqsadida hamda savdo-sotiq ahamiyatidagi sayohatlar tez o‘sdi. Bu ayniqsa, Angliyada Angliyadan London shahri o‘quvchilari rivojlandi. Fransiya, Ispaniya va boshqalar sayohati. XIX asrning ikkinchi yarimidan keyin g‘arbiy Yevropa, Amerika davlatlarida turizm alohida boshqaruv va uyushtirilgan turistik guruhlar asosida rivojlana boshlandi. Bu borada nemis geograflari I.G.Kalva, A.Takker va Tomas Kukni xizmati katta. Ular birinchi bo‘lib yo‘l cheklarini ixtiro qilgan. Mahalliy valyuta chekini bonuslarda almashtirishni joriy qilgan.

4. **XX asr va hozirgi davr turizmi.** Turizm geografiyasi atamasini birinchi bo‘lib, 1905-yilda fanga kiritgan kishi Avstriyalik geografiya olami D.Stradner hisoblanadi. Myunxon turizm institutiga e’tibor kengaydi. Yangi tarmoqlar yuzaga kela boshlandi. 1920-yilda Fransiyadan Alp tog‘iga sayohatlar tashkil qilindi. Turizm xo‘jaligi va turistik marshrutlarni tashkil etdi. Alpinizm shundan keyin rivojlandi. 1930-1936-yillarda ko‘pgina davlatlar geograf olimlari turizm va turizmga oid ilmiy tadqiqotlar olib bordi.

AQShda turizmning ijtimoiy-iqtisodiy va tabiiy-turistik resurslaridan foydalanish va ularning imkoniyatlari to‘g‘risida ilmiy asarlar yaratdilar. 1936-1939-yillarda turizm sohasi bo‘yicha Polshaning Krakovdagi universitetida turizmga oid kadrlar tayyorlashga kirishdilar. Shu davrda polyak geografi S.Lishin turizmni o‘rganishda statistika, madaniyatshunoslik, huquqshunoslik va boshqa fanlar uzviy aloqasini aniqlab izohladi. Shuningdek, turizm tadqiqotlarida xaritaning muhimligini alohida ta’kidladi.

Ikkinchi jahon urushidan keyin 1950-1960-yillarda turizmni o‘rganishda Fransiya, Kanada, GFR, Ispaniya, Buyuk Britaniya, Avstraliya, Sobiq SSSR, Yaponiya va Sobiq SSSR geografiya jamiyatining bu borada o‘rni katta bo‘ldi. O‘zbekistonda turizm mustaqil bo‘lgandan keyin rivojlandi va rivojlanmoqda.

Bugungi zamonaviy turizm industriyasining asoschilaridan biri sifatida ingliz tadbirkori Tomas Kuk e’tirof etiladi. U ommaviy sayohatlarni tashkil etish g‘oyasini birinchi bo‘lib ilgari surgan va 1843-

yilda temir yo‘l orqali ilk muvaffaqiyatli guruhli turni amalga oshirgan. 1851-yilda esa u Buyuk Britaniyaning turli hududlaridan 165 ming kishining Parijda bo‘lib o‘tgan ko‘rgazmada ishtirok etishini muvaffaqiyatli uyushtirgan. Bu safarning iqtisodiy jihatdan foydali chiqqani sababli, Tomas Kuk 1865-yilda ham Parijda o‘tkazilgan Butunjahon ko‘rgazmasiga britaniyalik turistlarning ommaviy tashrifini tashkillashtirgan.

1856-yildan boshlab u Yevropa bo‘ylab muntazam sayohatlarni yo‘lga qo‘ydi va o‘zining turistik agentligi hamda filiallarini barpo etdi. Uning kompaniyasi tez orada katta muvaffaqiyatga erishdi. Buni Tomas Kuk tomonidan tuzilgan katalogdagi 8 mingdan ortiq mehmonxonaning ro‘yxati ham isbotlaydi.

1872-yilda u sanoat asosida birinchi global turistik safarni tashkil etgan shaxs sifatida tarixda muhrlangan. Bugungi kunda «Thomas Cook» kompaniyasi butun dunyo bo‘ylab 12 mingdan ortiq turistik agentlikka ega bo‘lib, har yili 20 milliondan ziyod turistga xizmat ko‘rsatmoqda. Tomas Kuk tashabbusi bilan amalga oshirilgan AQSh bo‘ylab safarlardan birida mashhur yozuvchi Mark Tven ham qatnashgan.

Hozir sayyoramizdagi barcha davlatlar “turizm” va “turist”ning ta’rifini Butunjahon turizm tashkilotining “Turizm va sayohatlar” bo‘yicha xalqaro konferensiyasi ishlab chiqqan va BMTning Statistika komissiyasi tasdiqlagan tavsiyasini qabul qilgan. Butun jahon turizm tashkilotining turizmga berilgan ta’rif bo‘yicha *“Turizm-insonning sog‘ligi va jismonan rivojlanishini qo‘llab-quvvatlashga qaratilgan doimiy yashash joyidan tashqaridagi harakati bilan bog‘liq bo‘lgan faol dam olish turi*” hisoblanadi.

Manilada 1981-yilda qabul qilingan jahon turizmi haqidagi deklaratsiyada ko‘rsatilishicha: *“Turizm davlatlarning ijtimoiy, madaniy, ma’rifiy va iqtisodiy sohalariga va ularning xalqaro munosabatlariga bevosita ta’sir ko‘rsatishi jihatidan xalqlar hayotida muhim rol o‘ynaydigan faoliyat”*[1] sifatida tushuniladi.

[1] Принята Всемирной конференцией по туризму, проходившей в Маниле (Филиппини) с 27 сентября по 10 октября 1980 года

O‘zbekiston Respublikasining «Turizm to‘g‘risida»gi yangi Qonunida turizm tushunchasiga quyidagi tarzda ta’rif berilgan: *«Jismoniy shaxsning vaqtincha bo‘lish mamlakatidagi (joyidagi) manbalardan daromad olish bilan bog‘liq bo‘lgan faoliyat bilan shug‘ullanmagan holda doimiy yashash joyidan jjo‘nabketishi (sayohat qilishi)»*[2].

Keltirilgan ma’lumotlardan xulosa qilish mumkinki, turizm insonning yashash va ish joyini o‘zgartirish bilan bog‘liq bo‘lmagan taqdirda, bir mintaqadan (tuman, shahar, mamlakatlar) boshqasiga vaqtinchalik harakat qilishi bilan tavsiflanadi. Turizm dam olish, davolanish, madaniy, ilmiy va ish bo‘yicha uchrashuvlarda qatnashish bilan bog‘liq bo‘lgan jarayondir.

Jahonda XX asrda 27 ta xalqaro turistik tashkilotlar yuzaga keladi. Ular orasida eng katta va nufuzlisi «Butunjahon turizm tashkiloti» bo‘lib, 1975-yilda tashkil etilgan hamda hozirgi kunda qarorgohi Madrid shahrida joylashgan.

Turizm va sayohatlar Butunjahon Kengashining 2023-yil 18-yanvardagi hisoboti bo‘yicha Parij 2022-yilda xalqaro turizm va davlatning iqtisodiyotga qo‘shgan hissasi bo‘yicha jahonda birinchi o‘rinni egalladi. Ushbu yilda Parijning Fransiya iqtisodiyotiga turizm orqali qo‘shgan hissasi 35,65 mlrd. dollar bo‘ldi.

Ikkinchi o‘rinda Pekin-32,62 mlrd. dollar, uchinchi o‘rinda Orlando-31,1 mlrd. dollar, Keyingi o‘rinlarda Shanxay-29,69 mlrd., Las-vegas-22,99 mlrd., Nyu-York-21,09 mlrd., Tokio-17,97, mlrd., Mexiko-16,76 mlrd., London-14,92 mlrd., Guanchjou-13,15 mlrd., dollar.

Xalqaro turizm oqimida eng ko‘p xalqaro turistlarni qabul qilgan quyidagi 10 davlat ham aniqlandi.

1. Fransiya-89,4 mln.
2. Ispaniya-83,7 mln.
3. AQSh-79,3 mln.
4. Xitoy-65,7 mln.

---

[2] O‘zbekiston Respublikasining «Turizm to‘g‘risida»gi Qonun. Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi, 19.07.2019 y., 03/19/549/3446-son

5. Italiya-64,5 mln.
6. Turkiya-51,2 mln.
7. Meksika-45 mln.
8. Tayland-39,8 mln.
9. Germaniya-39,6 mln.
10. Buyuk Britaniya-39,4 mln.

## 1.2. Xalqaro turizm fanining maqsadi va vazifalari

O‘zbekiston Respublikasida xalqaro turizmni rivojlantirish jarayoni mustaqillikka erishishidanoq boshlangan. Bu borada muhim huquqiy asos bo‘lib, O‘zbekiston Respublikasining birinchi Prezidenti tomonidan e’lon qilingan “Buyuk Ipak yo‘lini tiklashda O‘zbekistonning ishtirokini kengaytirish va mamlakatda xalqaro turizmni rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Farmon xizmat qildi. Ushbu hujjat Buyuk Ipak yo‘li bo‘ylab turistik mahsulotlarni qayta tiklashda strategik ahamiyat kasb etib, mamlakatda xalqaro turizm sohasida tub islohotlarning boshlanishiga zamin yaratdi.

1995-yilning oktyabrida Toshkent shahrida “Ipak yo‘lida turizm” nomi bilan birinchi xalqaro ko‘rgazma o‘tkazildi. Toshkentda xalqaro turizm ko‘rgazmasi tashkil qilinganidan buyon O‘zbekistonliklarning xalqaro turizmga turmahsulotlar taklif qilish miqdori yildan-yilga ko‘payib bormoqda. Masalan, 2005-yilda Toshkent xalqaro turizm yarmarkasiga 3 ta xorijiy davlat qatnashgan bo‘lsa, 2010-yilda bu yarmarkaga 52 davlat qatnashdi va 61 ta, 2023-yilda 76 ta davlat qatnashib, 100 dan ortiq eksponatni namoyish etdi.

O‘zbekiston Respublikasining birinchi Prezidentining «2005-yilgacha bo‘lgan davrda O‘zbekistonda turizmni rivojlantirish davlat dasturi to‘g‘risida»gi Farmoni 1999-yil 15-aprelda e’lon qilindi. O‘zbekistonda turizmni rivojlantirishda bu dastur to‘liq xalqaro turizmni rivojlantirishga qaratilgan edi.

O‘zbekiston Respublikasida xalqaro turizmni rivojlantirishdagi navbatdagi qadam Prezidentimizning «*O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida»*gi 2016-yil 2-dekabrdagi PF-4861-sonli Farmonini qabul

qilishdan boshlandi. Bu farmon mamlakatimizda turizmni, xalqaro turizmni rivojlantirishda tub burilishni, yangi bosqichning zaminini, istiqbolli islohotlarning sharoitlarini yaratdi. Prezident farmonida [3]: “Mamlakatda turizmni jadal rivojlantirish, mavjud ulkan turizm salohiyatidan yanada to‘liq va samarali foydalanish, an’anaviy madaniy-tarixiy turizm bilan birgalikda turizmning boshqa salohiyatli turlarini:

– ziyorat qilish, ekologik, ma’rifiy, etnografik, gastronomik, sport, davolash-sog‘lomlashtirish, qishloq, sanoat, ishbilarmonlik turizmi va boshqa turlarini jadal rivojlantirish, bolalar, o‘smirlar va yoshlar turizmini, oilaviy turizmni, keksalar uchun ijtimoiy turizmni rivojlantirish,

– ichki, kirish va chiqish turizmini kompleks rivojlantirishning milliy va hududiy dasturlarini ishlab chiqish va amalga oshirish” belgilangan edi.

O‘zbekiston milliy turizmini majmuali rivojlantirish bo‘yicha bu muhim farmondan keyin Prezidentimiz “Kirish turizmini rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarorini qabul qildi[4]. Prezidentimizning “Respublikaga xorijiy turistlar oqimini keskin oshirish hamda ichki turizmni yanada jadallashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi farmoni[5], “Respublikaga xorijiy turistlar oqimini keskin oshirish hamda ichki turizmni yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi farmonlari[6] O‘zbekistonda xalqaro turizmni rivojlantirishning maqsadi va vazifalarini aniq qilib belgilab bergan edi.

O‘zbekiston xalqaro turizm sohasini rivojlantirish imkoniyatlarining kattaligi bilan qo‘shni davlatlarga nisbatan juda katta salohiyatlarga ega. O‘zbekistonning geografik o‘rni nihoyatda qulay tabiiy iqlim sharoitlariga ega ekanligi ham madaniy, iqtisodiy taroqqiyotda muhim o‘rinni egallaydi.

---

[3] O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining "O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi Farmoni 2016-yil 2-dekabr, PF-4861. Toshkent sh.

[4] O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Kirish turizmini rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori, 2018-y 6-fevral, PQ-3509. Toshkent sh.

[5] O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Respublikaga xorijiy turistlar oqimini keskin oshirish hamda ichki turizmni yanada jadallashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Farmoni, 2024-yil 12-yanvar, PF-9, Toshkent sh.

[6] O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Respublikaga xorijiy turistlar oqimini keskin oshirish hamda ichki turizmni yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Farmoni 2024-yil 12-yanvar, PF-9, Toshkent sh.

Xalqaro turizm sohasidagi samaradorlikni aniqlashdagi statistika ma’lumotlari bo‘yicha: turist 20-45% xarajatini transportga, 20% ini joylashish va ovqatlantirishga, 20-50%ini mahalliy tovarlarni sotib olishga, 10%ini ko‘ngilochar o‘yinlarga sarflaydi; xizmat qiluvchilar tur qiymatining 5-20%ini oladilar; turistlar sarf qiladigan barcha mablag‘larning 70% i mahalliy joylarda sarflanadi.

O‘zbekiston Respublikasida xalqaro turizmni rivojlantirishning ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyatini baholarkanmiz, uning mamlakat hayotidagi ko‘p qirrali o‘rni va salmoqli hissasini alohida ta’kidlash lozim. Xususan, xalqaro turizm sohasi quyidagi asosiy yo‘nalishlar orqali O‘zbekistonning ijtimoiy-iqtisodiy taroqqiyotiga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi:

- mamlakat iqtisodiyotiga xorijiy valyuta tushumlari o‘rtadi, bu nafaqat davlat byudjetiga, balki mahalliy xizmat ko‘rsatuvchi subyektlarning daromadlariga ham ijobiy ta’sir ko‘rsatadi;
- O‘zbekistonning xalqaro maydondagi obro‘-e’tibori oshadi;
- turistik infratuzilmaning qulaylik va xizmat ko‘rsatish darajasi xalqaro standartlarga mos ravishda rivojlanadi;
- mahalliy aholi xorijlik turistlar bilan madaniy, ijtimoiy va oilaviy aloqalarni yo‘lga qo‘yadi;
- turizm sektori orqali yangi ish o‘rinlari yaratiladi;
- sanoat va qishloq xo‘jaligi mahsulotlariga bo‘lgan talab oshib, ularning sifati xalqaro mezonlarga moslashadi;
- tarixiy va madaniy turistik resurslari restavratsiya qilinib, obodonlashtirish va ko‘kalamzorlashtirish ishlari keng ko‘lamda olib boriladi;
- milliy meros, madaniyat, san’at va an’analar dunyo hamjamiyatida keng taniladi;
- hunarmandchilik faoliyati rivojlanib, eksport salohiyati o‘rtadi;
- transport va kommunikatsiya infratuzilmasi yaxshilanadi;
- turizm xizmatlarining turlari ko‘payib, sifati xalqaro talablar darajasiga ko‘tariladi;
- xorijiy sarmoyalarni jalb qilish uchun qulay muhit shakllanadi;

- turizm sohasidagi xalqaro dasturlar va loyihalarda ishtirok etish imkoniyatlari kengayadi;
- mehmonxona xo‘jaliklarida xizmatlar turi va sifati ortib, qulaylik darajasi oshadi;
- ovqatlantirish xizmatlari rivojlanib, milliy taomlarni tiklash va ularning sifatli tayyorlanishi yo‘lga qo‘yiladi;
- mavjud turistik resurslari va obyektlarning jahon miqyosidagi obro‘-e’tibori o‘rtadi;
- xalqaro darajadagi yangi turistik marshrutlarni yaratish ehtiyoji yuzaga keladi;
- xalqaro turizmga oid reklama va targ‘ibot ishlari faollashadi;
- turizmning muayyan yo‘nalishlariga ixtisoslashuv jarayonlari takomillashadi;
- mehmonxona xizmatlarini turli narx toifalariga (iqtisodiy, o‘rtacha, qimmat, lyuks) moslashtirish zarurati vujudga keladi;
- malakali xalqaro turoperatorlarni tayyorlashga ehtiyoj o‘rtadi;
- yangi xalqaro turistik markazlar tashkil etish talablari yuzaga chiqadi.

O‘zbekistonda xalqaro turizmni rivojlantirish jarayonida quyidagi ustuvor vazifalarni bosqichma-bosqich amalga oshirish zarur hisoblanadi:

- xalqaro turizmning ustuvor yo‘nalishlarini aniqlash asosida turizm sohasi hamda unga xizmat ko‘rsatuvchi tarmoqlarni kompleks rivojlantirishga qaratilgan davlat miqyosidagi strategik dasturlarni ishlab chiqish va izchil amalga oshirish;
- hududiy salohiyatdan kelib chiqqan holda, O‘zbekistonda yangi turistik zonalar, markazlar va mintaqalarni tashkil etish hamda ushbu hududlarda xalqaro turizmni rivojlantirish bo‘yicha zamonaviy reja va strategiyalarni ishlab chiqish;
- xalqaro turizm bozorlariga kirib borishda kichik va o‘rta tadbirkorlik subyektlarining rolini kuchaytirish, ularning faoliyatini qo‘llab-quvvatlash va tashqi bozorlarda raqobatbardosh bo‘lishini ta’minlash;

- xalqaro turistik tashkilotlar bilan axborot almashinuvini takomillashtirish, shuningdek, hamkorlikka tayyor xorijiy mamlakatlar bilan qo‘shma turistik korxonalar tashkil etish va ularning samarali faoliyatini yo‘lga qo‘yish;

- xalqaro turizm O‘zbekiston iqtisodiyoti uchun strategik ahamiyat kasb etgani bois, mavjud imkoniyatlardan samarali foydalanish orqali turizm sohasida hududiy va mintaqaviy rivojlanishni ta’minlash, aholi bandligini oshirish hamda ularning iqtisodiy farovonligini yaxshilash maqsadida yangi ish o‘rinlarini yaratish.

Mamlakatimiz iqtisodiy taroqqiyotini ta’minlashda xalqaro turizm sohasi strategik ahamiyatga ega bo‘lgan yo‘nalishlardan biri hisoblanadi. So‘nggi yillarda xalqaro turizmning nufuzi yuksalib, uning iqtisodiy samaradorligi ortib bormoqda. Ushbu soha jahonshumul miqyosda tobora keng quloch yozib, ko‘plab mamlakatlar iqtisodiy siyosatida muhim o‘rin egallamoqda. Mavjud statistik ma’lumotlarga ko‘ra, turistlar asosan boy tarixiy va madaniy merosga ega bo‘lgan davlatlarga katta qiziqish bildirmoqdalar.

Shu o‘rinda ta’kidlash lozimki, O‘zbekistonda turizm sohasini boshqa iqtisodiyot tarmoqlaridan ajratgan holda rivojlantirish mumkin emas. Bugungi kunda turizm sektori mamlakatimizdagi 40 dan ortiq iqtisodiy tarmoqlar bilan bevosita bog‘liq holda faoliyat yuritmoqda. Shuning uchun ham turizmning rivojlanishi ko‘plab sohalar bilan uyg‘unlikda amalga oshirilmoqda.

Xalqaro turizmning O‘zbekiston ijtimoiy-iqtisodiy hayotidagi o‘rni va ahamiyatini belgilashda bir qator omillarni hisobga olish zarur. Jumladan, xorijiy turistlar oqimining ortib borishi mamlakatimizdagi tinchlik va barqarorlik, xorijiy mehmonlarga yaratilgan qulay sharoitlar, ularga ko‘rsatilayotgan xizmatlarning xalqaro mehmondo‘stlik standartlariga mosligi kabi muhim jihatlar bilan chambarchas bog‘liqdir. Shu bilan birga, xalqaro turizm faoliyatini tartibga soluvchi qonunchilik bazasining mavjudligi, turistlarning erkin va qonuniy faoliyat yuritishiga kafolat yaratilganligi ham soha rivojiga xizmat qilmoqda.

Mazkur fanning asosiy maqsadi-xalqaro turizmning shakllanish tarixini, uning tarmoqlari va yo‘nalishlarini, turizm sohasidagi global

tendensiyalarni, davlatlarning turizm sohasidagi holati va siyosatini, turistik oqimlar dinamikasini, xalqaro turizm industriyasini, sohadagi muammolarni va ularning yechimlarini o‘rganishdir. Shuningdek, xalqaro hamkorlikni mustahkamlashdagi turizmning roli, xalqaro turizm siyosati va uning amaliy jihatlari haqida chuqur bilim va tushunchalar berish nazarda tutiladi.

*Fanning vazifalari*-xalqaro turizmni rivojlantirishdagi tavsiyalar, ilg‘or texnologiyalar, tajribalarni o‘rganish va qo‘llash usullarini o‘zlashtirish, turizm kuchli rivojlangan davlatlarning turizmni tashkil qilish va rivojlantirish boshqaruvlarini o‘rgatish, xalqaro turizmda ustuvor oqimlarni tashkil qilgan turizmning turlari va bu turlarni rivojlantirish texnologiyalarini, ilg‘or tajribalarini, metodlarini, xalqaro turizmdagi yangi axborotlar tizimidan tezkor foydalanish yo‘llarini, yangi turizm markazlari va hududlarning yaratish metodlarini, turizmni rayonlashtirish va hududlashtirish asoslarini o‘rgatadi o‘zlashtirish natijasida talaba quyidagi bilim, ko‘nikma va kompetensiyalarga ega bo‘ladi:

- xalqaro turizmning rivojlanishiga ta’sir ko‘rsatuvchi asosiy omillar, uning dinamikasi, turistik transmilliy korporatsiyalarning (TMK) milliy iqtisodiyotga ta’siri va O‘zbekistonda xalqaro turizmning rivojlanish holati to‘g‘risida tahliliy tasavvurga ega bo‘ladi;
- turizm tushunchasi, xalqaro turizmning tasnifi (klassifikatsiyasi), statistikasi, geografiyasi, industriyasi va xalqaro turizm bozorining hozirgi rivojlanish holati haqida chuqur bilimga ega bo‘ladi hamda ushbu bilimlardan amaliyotda foydalana oladi;
- xalqaro turizmda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining ahamiyati va ularning qo‘llanilishi, shuningdek, O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasida jahonning ilg‘or tajribalarini tatbiq etish borasida zarur ko‘nikma va malakalarga ega bo‘ladi.

### *Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*

1. Turizmning qadimgi va o‘rta asrlargacha (XV asrgacha) bo‘lgan davrini gapirib bering.

2. Turizmning buyuk geografik kashfiyotlar davrini (XV-XVII asrlar) gapirib bering.

3. Turizmning XX asrgacha bo‘lgan davri (XVII-XIX asrlar)ni tushuntirib bering.

4. Turizmning XX asr va hozirgi davr turizmini tushuntirib bering.

5. Xalqaro turizm fanining maqsadi va vazifasida nimalar belgilangan?

# II BOB. XALQARO TURIZMNING TASNIFLARI

***Tayanch so‘zlar:*** tur, turizm, turist, ekskursant, turizmning resurs, tasnif, faol turizm, sust turizm, ekspert, sayohatchi.

## 2.1. Xalqaro turizmning sohalari

Turizmning haqiqiy mohiyati, bu sohaning rivojlanish manbai, o‘zagi, yadrosi turistik resurslari va bu turistik resurslaridan foydalanishda aniq mavzuli, resurs mazmunini, mohiyatini anglatadigan turni ishlab chiqish hisoblanadi. Tur nomi esa birinchidan, turistik resursning (obyektning) mohiyati va mazmunidan kelib chiqadi. Shuningdek, turizmning sohalarini ham turizmdagi turlarga aralashtirish, qo‘shish butunlay resurslari xulosalarni keltirib chiqaradiki, bunday holatga aslo yo‘l qo‘yib bo‘lmaydi.

Turizm sohasini tasniflashda ham olimlar o‘rtasida tortishuvlar bo‘lgan. Butunjahon turizm tashkilotining 1993-yil Kanadaning poytaxti Ottava shahrida o‘tkazilgan konferensiya sida turizmning sohalarini belgilashda «Milliy turizm» (davlatning ichidagi turizm va chiqish turizmi), «mamlakatdan tashqaridagi turizm» (ichki va kirish turizmi) atamalari kiritildi. Keyinchalik, statistika uchun turizm sohasini bunday tasniflash davlatlar o‘rtasida va xalqaro turizm oqimida jiddiy chalkashliklarga olib kelgani uchun bekor qilindi.

Butunjahon Turizm Tashkiloti (BTT) ta’rifiga ko‘ra, “tur” bu turist uchun oldindan belgilangan marshrut asosida, ma’lum muddatga mo‘ljallangan va turli xizmatlar majmuasini (joylashtirish, ovqatlantirish, transport, maishiy xizmatlar, ekskursiya va boshqa turistik xizmatlar) o‘z ichiga olgan xizmatlar to‘plamidir.

Shu bois, Rossiyalik olim va mutaxassislarning adabiyotlarda keltirilgan tasniflariga tayangan holda, O‘zbekistonda mavjud turizm turlaridan qaysilari asosiy yo‘nalishlar sifatida qaralishi mumkinligini aniqlash hamda ularning istiqbolli rivojlanish imkoniyatlarini tahlil qilish dolzarb masala hisoblanadi, deb hisoblaymiz.

***Turizmning sohalari*** deyilganda xalqaro statistikada sayohatlarning yo‘nalishlari bo‘yicha quyidagi sohalarni ajratish mumkin[7]:

***1. Ichki turizm***-o‘z davlati chegarasida sayohat. Ekspertlar xulosasiga ko‘ra turist 80-100 km dan oshgan masofaga sayohat qilsa, turizm turisti deyiladi.

***2. Kirish turizmi***-O‘zbekistonga boshqa davlatlardan turistlarning kelishi.

***3. Chiqish turizmi***-agar O‘zbekistonlik Malayziyaga sayohat qilsa, chiqish turizmi (turist) bo‘ladi. Malayziyaga borgandan keyin, u turist Malayziya uchun kirish turizmiga kiradi.

***4. Xalqaro turizm***-jahon davlatlaridagi turistlarning dunyodagi mamlakatlar bo‘yicha turistik faoliyatlari hisoblanadi.

***5. Milliy turizm***-kirish, ichki va chiqish turizm shakllarini birlashtiradi[8].

***6. O‘zbekistonning xalqaro turizmi***-o‘zbekistonliklarning xorij davlatlariga turizm maqsadlarida chiqishi va xorijiy davlatlar fuqarolarining O‘zbekistonga turizm maqsadlarida kelishi hisoblanadi.

Turizm sohasidagi turistik faoliyat, asosan, turistlarning shaxsiy istaklari asosida yoki turizm firmalari va tashkilotlarining tashkiliy faoliyatiga ko‘ra shakllanadi. Bu faoliyat mazmuniga ko‘ra, tashkiliy yondashuvlar va turistlarning jismoniy holatidan kelib chiqqan holda bir nechta guruhlarga ajratiladi.

**Tashkil etilgan turistik faoliyat**-bu sayohat turlarining turistik tashkilotlar tomonidan oldindan rejalashtirilgan va tashkil qilingan shaklidir. Bunday turlarda alohida shaxslar yoki guruh holatidagi turistlar qatnashadi. Ular turistik xizmatlardan foydalanish huquqini maxsus yo‘llanmalarni (vaucher, yo‘llanma) sotib olish orqali qo‘lga kiritadilar.

---

[7] Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. Москва,”Финансы и статистика”. 2003. -660 с.: Дурович А.П. Организация туризма. Минск, “Новое знание”, 2008.- стр 632.

[8] Hayitboyev R., Sattarov A. Turizm marshrutlarini ishlab chiqish texnologiyasi. Uslubiy qo‘llanma, Samarqand, SamISI, MCHJ «TONG», 2009. -87 b.

Mazkur faoliyat doirasida taqdim etiladigan xizmatlar hajmi va tarkibi har xil bo‘lishi mumkin. Masalan, turistlar faqat ovqatlantirish uchun yo‘llanma xarid qilishlari yoki transport, yashash, ovqatlantirish, transfer va ekskursiya xizmatlarini o‘z ichiga oluvchi to‘liq xizmatlar majmuasidan foydalanishlari mumkin.

***Tashkil etilmagan turistik faoliyat***-turizmdagi bu faoliyatda turistlar turizm firmalarining takliflari yoki yo‘llanmalarini xarid qilmaydi, ular o‘z xohishlari bilan sayohat qilishadi va turizm xizmatlarini sayohati davomida o‘zlari erkin xarid qilishadi.

***Faol turizm***-faol harakatlarga (piyoda ko‘p yurish, tog‘larga sayohat va b.) turistlarning jismoniy holatlari bo‘yicha ajratiladi, asosan, yoshlarga mo‘ljallangan turlar tashkil qilinadi.

***Sust turizm***-kam harakat qilinadigan turistlarga (ko‘proq keksa kishilarga, oilaviy turistlarga mo‘ljallangan turlar tashkil qilinadi.

Turizm bu ijtimoiy-iqtisodiy soha. Demak, dastavval uning yuqorida qayd qilingan sohalarini, bu sohalarning mohiyatini, mazmunini, tarkibini, uning rivojlantirish rejalarini, huquqiy meyyorlarini ishlab chiqish kerak edi. Matbuotdagi xabarlarga qaraganda hozirda mamlakatimizdagi turizm xalq xo‘jaligidagi 40 ta tarmoqlari bilan ishlamoqda. Bu tarmoqlar qaysilar va turizmning qanday sohalari bilan bog‘langan? Istiqboli qanday? Bunday savollar juda ko‘p. Shuning uchun ham turizmni rivojlantirishdagi hozirgi tadqiqotlarimiz turizmning barcha sohalari bo‘yicha aniq ta’rif va tavsiflarni ishlab chiqishdan iborat bo‘lishi kerak.

Turizmning turlarini turizmdagi sohalarga aralashtirishimiz turizmdagi sohalarni, tarmoqlarni yaxshi bilmaganligimiz hisoblanadi. Masalan, qishloq turizmi, ekoturizm va ziyorat turizmlarini ham turizmdagi sohalar deb tushunuvchilar ham ko‘p. Bunday xulosalar mamlakatimizdagi turizm tadbirkorligini, turizmga qiziqishni chalkashtirib yuboradi. Vaholanki, xalq xo‘jaligidagi har bir tarmoqning dasturi, boshqaruvi, huquqiy-me’yoriy hujjatlari davlat tomonidan tayyorlangandagina u soha deyiladi, erkin va tartib bilan ishlaydi.

## 2.2. Xalqaro turizmning turlari

Turizm turlarini belgilashda O‘zbekiston sharoiti uchun mos va qulay bo‘lgan yondashuvlar hamda terminologiyalardan foydalanish hech qanday cheklovga ega emas. Aksincha, bu yondashuv mahalliy sharoitga mos turizm siyosatini ishlab chiqish va samarali amaliyotga joriy etishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Bugungi kunda mamlakatimizda turizm sohasini jadallik bilan rivojlantirish bo‘yicha keng ko‘lamli ishlar olib borilayotganligini inobatga olgan holda, mavjud turizm resurslarining salohiyatidan kelib chiqib, turizm turlarini muayyan guruhlarga ajratish maqsadga muvofiqdir. Jumladan, turizm turlarini ularning salohiyati va ularga jalb etilayotgan turistlar oqimi asosida tizimlashtirish mumkin.

Shu asosda, O‘zbekiston Respublikasida asosiy turizm turlarini rivojlantirish istiqbollari yuqori bo‘lib, ular strategik yo‘nalishlar sifatida e’tirof etilishi zarur. Mazkur yo‘nalishlarni tizimli ravishda rivojlantirish orqali nafaqat turistik oqimni oshirish, balki hududlar iqtisodiyotiga ham ijobiy ta’sir ko‘rsatish mumkin.

**1. Ziyorat turizmi-**Islom dini olamidagi mashhur kishilarning qabrlarini ziyorat qilish. Makkaga, Madinaga haj va Umra safarlari ziyoratini amalga oshirish. Payg‘ambarmiz Muhammad Alayhissalom yaqinlarining va safdoshlarining vatanimizdagi muqaddas ziyoratgohlarini ziyorat qilish. Buxoro, Samarqand, Shahrisabz, Toshkent shaharlariga kelib masjidlarda «juma» namozlarini oqish. Shuningdek, ushbu shaharlardagi muqaddas qadamjolar bo‘lgan Imom al-Buxoriy, Buxorolik 7 pirlar, Xoja Ahror Vali, Ruhobod majmualarida namoz amallarini bajarish.

**2. Tarixiy-madaniy turizm**-bu turistlarning O‘zbekistonning boy tarixiy merosiga, qadimiy obidalariga va madaniy yodgorliklariga bo‘lgan qiziqishiga asoslangan turizm turidir. Ushbu yo‘nalishda Buxoro, Xiva, Samarqand, Shahrisabz, Toshkent, Farg‘ona, Andijon, Termiz, Qo‘qon, Qarshi, Jizzax kabi shaharlarda, shuningdek, respublikaning boshqa hudud va tumanlarida joylashgan tarixiy-madaniy obyektlarga tashriflar amalga oshiriladi.

**3. Ekologik turizm**-bu turistlarning O‘zbekistonning go‘zal va betakror tabiiy mintaqalariga, noyob o‘simlik va hayvonot dunyosiga, to‘rt faslga xos iqlimiy xususiyatlarga ega hududlarga bo‘lgan qiziqishiga asoslangan turizm yo‘nalishidir. Bunday turizm ekologik tozalikka, tabiatni asrashga va uni anglashga intilgan turistlar uchun mo‘ljallangan.

**4. Arxeologik turizm**-O‘zbekistonning Samarqand, Buxoro, Xorazm, Termiz, Toshkent, Andijon, Qoraqalpog‘iston kabi hududlarida joylashgan qadimiy qal’alar, arxeologik yodgorliklar, tarixiy xarobalar hamda qadimgi Markaziy Osiyo xalqlarining hayoti haqida ma’lumot beruvchi arxeologik topilmalar turistlarni jalb etadi. Shuningdek, turistlar arxeologik qazishma ishlari va ilmiy tadqiqotlarda ishtirok etishga ham katta qiziqish bildiradilar.

**5. Sport turizmi**-bu milliy va xalqaro sport musobaqalariga, jumladan, kurash, futbol, tennis, boks, chang‘i sporti, Olimpiya o‘yinlari kabi sport tadbirlariga sayohat qilishga qaratilgan turizm turidir. Bu yo‘nalish sport ishqibozlari va professional sportchilar uchun ayniqsa, dolzarbdir.

**6. Rekreatsion turizm**-turistlarning tabiiy go‘zallikka boy hududlarda, tog‘-o‘rmonlar, sharsharalar, buloqlar atrofida vaqtincha dam olish, ruhiy va jismoniy tiklanishga bo‘lgan ehtiyoji asosida shakllanadi. Bundan tashqari, kurortlar, san’atoriyalar, mineral va shifobaxsh suv manbalari, shuningdek, balchiqli davolash maskanlarida sog‘lomlashtirish xizmatlaridan foydalanishga qaratilgan turizm turi hisoblanadi.

**7. Ovchilik turizmi**-O‘zbekistonda ov qilish faoliyati uchun yaratilgan qonuniy-me’yoriy asoslar, keng ov maydonlari, turli ov obyektlarining mavjudligi va ovda erkin harakatlanish imkoniyati asosida ovga qiziqadigan mahalliy va xorijiy turistlarni jalb etuvchi turizm turidir. Bu tur qurolli yoki qurolsiz ov qilish shakllarini o‘z ichiga oladi.

**8. Kasbiy (biznes) faoliyat turizmi**-bu kasbiy yoki tijorat faoliyati bilan bog‘liq maqsadlarda xorijiy davlatlarga safar qilish yoki chet ellik mutaxassislarning O‘zbekistonga tashrif buyurishini nazarda

tutadi. Bu tur ko‘rgazmalar, yarmarkalar, konferensiyalar, texnologiyalarni o‘rganish, malaka oshirish, savdo aloqalari va qo‘shma korxonalar tashkil etish jarayonlari bilan bog‘liq.

**9. Ilmiy turizm**-bu turizm turi ilm-fan va ta’lim sohasiga oid faoliyatlar bilan bog‘liq bo‘lib, O‘zbekistonda yoki xorijiy davlatlarda tahsil olish, ilmiy markazlarda malaka oshirish, nufuzli xalqaro universitetlarda ilmiy-amaliy tajriba orttirish, ilmiy konferensiyalar, simpoziumlar, seminar va forumlarda ishtirok etish, xalqaro ilmiy grantlarda qatnashish, shuningdek, magistratura va doktorantura dasturlarida tahsil olishga bo‘lgan qiziqishni ifodalaydi.

**10. Savdo (biznes-savdo) turizmi**-turistlarning O‘zbekiston va xorijiy davlatlarda tijorat, savdo va moliyaviy faoliyatga oid maqsadlarda, jumladan, tovarlarni olib kirish-chiqarish, ayirboshlash, yangi savdo bozorlarini izlash, narx-navo va valyuta kurslaridagi o‘zgarishlarni o‘rganish, savdo markazlari ochish hamda ommaviy xaridlarga qiziqish asosida amalga oshiriladigan turizm yo‘nalishidir.

**11. Ijtimoiy turizm**-bu davlat, jamoat tashkilotlari yoki ish joyi hisobidan imtiyozli tarzda tashkil etiladigan sog‘lomlashtirish, dam olish va madaniy hordiq chiqarish turlarini o‘z ichiga oladi. O‘zbekistonda bunday turdagi turizm faoliyatini tashkil qilish bo‘yicha muayyan imtiyozlar O‘zbekiston Kasaba uyushmalari Federatsiyasi tomonidan belgilanadi.

**12. Ekskursiya (tanishuv) turizmi**-qisqa muddatli va asosan ichki turizm shakli bo‘lib, alohida shaxslar yoki guruhlar tomonidan tashabbuskor rahbar (o‘qituvchi, mutaxassis, gid) boshchiligida tashkil etiladi. Ekskursiya davomida ishtirokchilar muzeylar, tarixiy obidalar, zavod va fabrikalar, tabiiy landshaftlar, suv havzalari, hayvonot bog‘lari kabi obyektlar bilan tanishadilar. Bu tur ilmiy-ommabop, tarbiyaviy va madaniy-ma’rifiy maqsadlarga xizmat qiladi.

**13. Qishloq (agroturizm) turizmi**-qishloq joylarda turizm infratuzilmasini rivojlantirish, xalqaro va ichki turistlarni qishloq hayoti bilan tanishtirish, mahalliy aholi bandligini oshirish, obodonlashtirish ishlarini faollashtirish va mahalliy madaniyat hamda urf-odatlarni jahon jamoatchiligiga targ‘ib qilishga yo‘naltirilgan turizm yo‘nalishidir.

Ushbu tur orqali qishloq aholisi xalqaro hamkorlik va madaniy almashinuv jarayonlarida faol ishtirok eta oladi.

**14. Agroturizm**-bu qishloq turizmining alohida yo‘nalishi bo‘lib, turistlarning qishloq joylarida vaqtincha yashab, dam olish yoki bevosita qishloq xo‘jaligi ishlarida ishtirok etishiga asoslanadi. Ushbu turizm turi qishloq hududlarining tabiiy, madaniy, tarixiy va boshqa resurslaridan foydalanishni nazarda tutadi. Agroturizm orqali mehmonlar mahalliy hayot tarzini o‘rganadi, an’anaviy ovqatlar, hunarmandchilik va dehqonchilik bilan tanishadi.

**15. Gastronomik turizm**-bu milliy taomlar va ichimliklar orqali madaniy merosni kashf qilishga qaratilgan turizm yo‘nalishidir. “Butunjahon Gastronomik Turizm Assotsiatsiyasi”ning manifestida qayd etilishicha, gastronomik turizm-bu “qo‘shni ko‘chada yoki dunyoning narigi chekkasida unutilmas, noodatiy taom va ichimliklarni tatib ko‘rish orqali lazzatlanishni istovchi sayohat turidir”. Taom-millatning mohiyati, xarakteri va tarixining ajralmas qismidir. Bu turizm turi O‘zbekistonda milliy oshxonani ommalashtirishda katta salohiyatga ega.

**16. Ishbilarmonlik (biznes) turizmi**-kompaniya yoki tashkilot vakillarining ishbilarmonlik maqsadlarida, jumladan, uchrashuvlar, muzokaralar, forumlar, sammitlar, ko‘rgazmalar, seminarlar va boshqa xalqaro tadbirlarda ishtirok etish uchun mamlakat ichkarisida yoki xorijiy davlatlarga safar qilishlarini nazarda tutadi. Ishchanlik turizmining asosiy maqsadi yangi texnologiyalar, biznes imkoniyatlar, yangi mahsulotlar va bozor segmentlari bilan tanishishdir.

**17. G‘or turizmi (speleoturizm)**-ekstremal turizmning bir yo‘nalishi bo‘lib, gorizontal yoki vertikal holatdagi g‘orlarga sayohat qilish, ularni o‘rganish va sarguzasht izlashga asoslanadi. Bu tur jismoniy va psixologik tayyorgarlikka ega bo‘lgan turistlar uchun mo‘ljallangan bo‘lib, xavfsizlik choralariga qat’iy rioya qilinishini talab etadi.

**18. Shaharsozlik (urbanistik) turizmi**-zamonaviy shaharlar arxitekturasi, infratuzilmasi, rejalashtiruvi va urbanistik yutuqlarga qiziqishga asoslangan turizm turidir. O‘zbekistonda Toshkent,

Samarqand, Buxoro, Xiva, Shahrisabz kabi tarixiy shaharlar bilan bir qatorda, Navoiy, Zarafshon, Uchquduq, Zafarobod kabi zamonaviy sanoat va urbanistik markazlarga ham qiziqish ortib bormoqda. Ushbu turizm turi nafaqat ichki, balki xalqaro turistlarni ham jalb etish salohiyatiga ega.

Qayd etilgan 16 turdagi turizm yo‘nalishi O‘zbekiston sharoitida ichki va tashqi turizm talablariga javob beradigan darajada rivojlanish salohiyatiga egadir. Bu, birinchidan, ushbu turizm turlariga turistlar tomonidan bildirilayotgan barqaror va o‘sib borayotgan qiziqish bilan izohlanadi. Ikkinchidan, bu yo‘nalishlarning har biri bo‘yicha mamlakatimizda mavjud bo‘lgan turistik resurslari va obyektlar o‘zining xilma-xilligi, jozibadorligi, mazmun-mohiyati, estetik qadriyati, tarixiy-madaniy ahamiyati, muqaddasligi va betakror tabiiy go‘zalligi bilan ajralib turadi.

Mazkur obyektlar va manzillar bugungi kunda ommaviy axborot vositalari, xususan, televideniye va Internet orqali keng miqyosda targ‘ib qilinmoqda, bu esa ularning ommalashuviga xizmat qilmoqda. Shu bilan birga, xalqaro tajriba shuni ko‘rsatmoqdaki, rivojlangan turizm infratuzilmasiga ega davlatlarda aynan shu kabi yo‘nalishlar bo‘yicha turistlar oqimi juda yuqori bo‘ladi.

Shu sababli, yuqorida sanab o‘tilgan turizm turlarini O‘zbekiston sharoitida asosiy va strategik turizm yo‘nalishlari sifatida e’tirof etish to‘g‘ri yondashuv bo‘ladi. Ularning har biri alohida rejalashtirish, infratuzilma rivoji, marketing va xizmat sifati nuqtai-nazaridan rivojlantirishni talab etadi.

Turizm resurslari-bu turistik maqsadlarida foydalanilishi va turizm jarayonida inson ehtiyojlarini qondirishga xizmat qilishi mumkin bo‘lgan tabiiy-iqlimiy, ijtimoiy-madaniy, tarixiy, me’moriy, ilmiy, sanoatga oid hamda tomosha qilinadigan obyektlar va hodisalar majmuasidir. Ushbu resurslari har bir mamlakatning milliy boyligi sifatida qaraladi va davlat mulki hisoblanadi.

Turizm resurslari ichida eng noyob va jahon miqyosida ahamiyatga ega bo‘lgan obyektlar va yodgorliklar YUNESKOning “Jahon merosi” ro‘yxatiga kiritiladi. Mazkur ro‘yxat YUNESKO tomonidan har yili

ko‘rib chiqiladi va yangilanadi. Ro‘yxatga kiritilgan tabiiy, moddiy, nomoddiy, tarixiy hamda madaniy meros obyektlari davlat muhofazasiga olinadi. Ularni saqlab qolish, restavratsiya qilish va qayta tiklash uchun YUNESKO tomonidan mablag‘ ajratiladi.

Turizmning resurslari adabiyotlarda hozirga qadar *turistik resurslari* deb yozilmoqda. Resurs so‘zi farang tilidan zaxira, boylik, manba deb tarjima qilingan[9], tushunarli. Ammo, *turistik* so‘zi yoki atamasi tushunarsiz. Birinchidan, turistik degan so‘z o‘zbek tilida mavjud emas. Bu so‘zning kelib chiqishi vatanimizda turizm ta’limi tashkil qilingan 2006-yillarda, o‘quv qo‘llanmalarni yaratishda Rossiya olimlarining adabiyotlarini o‘zbek tiliga buzib tarjima qilishdan kelib chiqdi[10].

Bu resurslari nomlanish turizm ta’limidagi “Turizm asoslari” darsligiga ham kiritildi[11] va to hozirgacha yozilmoqda. Turist yoki turistlar qiziqadigan manbalar, obyektlar, tabiat, ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlar, voqealar, millatlar, an’analar, marosimlar va boshqalar turizmning resurslari hisoblanadi. Turist yoki turistlar o‘zining yoki o‘zlarining talablari, ehtiyojlari va xohishlari bilan turizm resurslarining obyektlarini tanlashi mumkin. Turistning resursi uning tanlagan obyekti hisoblanadi.

Hozirda mutaxassislar turizmning resurslarini quyidagi guruhlarga ajratishadi[12]:

- ***Turizmning tabiiy-iqlimiy resurslari*** (tabiat va tabiiy resurslarining barchasi);
- ***Turizmning madaniy-tarixiy resurslari*** (moddiy madaniy meros obyektlari: tarixiy, ilmiy, badiiy yoki o‘zgacha madaniy qimmatga ega bo‘lgan ansambllar, diqqatga sazovor joylar va yodgorliklar)[13];

[9] Русча-ўзбекча луғат. Ўзбек совет энциклопедияси бош редакцияси, II-Том, Тошкент, 1983. -355 б.
[10] Биржаков М.Б. Введение в туризм. Издания 9-е переработанное и дополненное. – Спб.: «Издателский дом Герда», 2007. – стр 576.
[11] Tuxliyev I.S., Hayitboyev R., Safarov B., Tursunova G. Turizm asoslari. Darslik. Toshkent, 2014. -330 b.
[12] Tuxliyev I.S., Hayitboyev R., Safarov B., Tursunova G. Turizm asoslari. Darslik. Toshkent, 2014.- 330 b.
[13] O‘zbekiston Respublikasining “Madaniy meros obyektlarini muhofaza qilish va ulardan foydalanish to‘g‘risida”gi Qonuni. Toshkent sh., 2001-yil 30-avgust, 269-II-son

- ***Turizmning ijtimoiy-iqtisodiy resurslari*** (turizm iqtisodiyotning ko‘plab tarmoqlarini o‘z ichiga olgan qurilishdan boshlab, transport xizmatigacha bo‘lgan faoliyatning ixtisoslashgan turi hisoblanadi. Undan tashqari turizm iqtisodiyotning ko‘plab tarmoqlari, qishloq xo‘jaligi korxonalari, transport vositalari, ishlab chiqaruvchi zavodlar, mebel ishlab chiqaruvchi korxona va boshqalar);
- ***Turizmning axborot resurslari*** (sayohat vaqtida yoki unga tayyorgarlik ko‘rishda turistlar ehtiyojidan kelib chiqib, ularga beriladigan ma’lum hudud, obyekt to‘g‘risidagi ma’lumotlar majmuasi turizmning axborot resurslari hisoblanadi);
- ***Turizmning mehnat resurslari*** (turizmda mahsulot ishlab chiqarish jarayonida insonlarning jismoniy va aqliy mehnati ishlatiladi. Bunda insonlarning sog‘ligi va jismoniy kuchi, ma’lumoti hamda malakasi asosiy o‘rinni egallaydi.);
- ***Turizmning asosiy vositasi resurslari*** ishlab chiqarishning birinchi omili hisoblanib, unga turli inshootlar, jihozlar kiradi, ulardan mehnat faoliyati orqali foydalaniladi.

Asosiy vosita elementlari tasnifi mutaxassislar tomonidan quyidagicha belgilangan:

- asosiy binolar: otellar, bar, restoran, klub va b.;
- yordamchi binolar: garaj, isitish tizimi va b.; inshootlar: yo‘llar, turistik poyezdlar, sport maydonlari va b.;
- *kommunikatsiya qurilmalari:* elektr o‘tkazgichlar, quvurlar va b.; *mashina va jihozlar:* transformator, kompyuter va b.;
- *transport vositalari:* yengil avtomobil, avtobus va b.

### *Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*

1. Turizm, turist, ekskursiyachi. sayohatchi atamalari qachon kelib chiqqan?
2. Xalqaro turizmning maqsadi va vazifalarini tushuntiring.
3. Xalqaro turizmning shakllanishi tarixi qanday bosqichlardan iborat?
4. Xalqaro turizmning sohalarini tushuntiring.
5. Xalqaro turizmning turlarini tushuntiring.

# III BOB. XALQARO TURIZMNING RAYONLARI

***Tayanch so‘zlar:*** rayon, mintaqa, hudud, mintaqa, makrorayon, mikrorayon, iqtisodiy rayon, turizm markazi.

## 3.1. Rayonlashtirish tushunchasi va turizmni rayonlashtirishning ahamiyati

Xalq xo‘jaligining barcha sohalarini rivojlantirish albatta strategik rayonlashtirishga asoslangan. Bunda xalq xo‘jaligidagi ishlab chiqarish tarmoqlarining turli-tumanligi ishlab chiqarishda gi turli yo‘nalishlarni keltirib chiqarishi bu yo‘nalishlarni rivojlantirish uchun birinchi navbatda ana shu yo‘nalishni rayonlashtirish zarurati kelib chiqadi. Biror bir mamlakatning hududi tabiiy va iqtisodiy jihatdan bir xil bo‘lmaydi. Xuddi shunga mos ravishda ishlab chiqarish kuchlari ham hudud bo‘yicha bir tekis joylashmaydi. Notekislik esa o‘ziga xos hududiy-iqtisodiy rivojlanish omilidir.

Har qanday mamlakat yoki viloyat (shtat) o‘zining ishlab chiqarish kuchlarini bir tekis joylashtirishga hududlar ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini tenglashtirishga harakat qiladi, ammo mutlaq holda bunday tenglik hech qachon amalga oshmaydi. Chunki bir tarmoqqa o‘xshash ikkinchi ishlab chiqarish tarmog‘i hudud va iqlim xususiyatlari jihatidan o‘ziga mos bo‘lgan rayonlashtirishni talab qiladi.

Masalan, O‘zbekistonda meva ishlab chiqarish (bog‘dorchilik) asosan mamlakatimizning iqlim xususiyatlarini hisobga olgan hollarda rayonlashtiriladi. Surxondaryo va janubiy Qashqadaryoda uzum, anor, anjirdan hosil olish Respublikamiz bo‘yicha eng kam tannarxda yetishtiriladi. Chunki bu mevali butalar qishki mavsumdan saqlash uchun tuproqqa ko‘milmaydi. Boshqa viloyatlarda esa ancha katta kuch va chiqim hisobiga tuproqqa ko‘miladi, erta bahorda ochiladi va tannarx oshadi. Bu sharoit esa, ushbu mevalarni barcha viloyatlarda yetishtirish zaruratidan *rayonlashtirishni* talab qiladi.

Hududni turistik rayonlashtirish muhim vazifa bo‘lib, odamlar dam olishi va ularning madaniyatini rivojlantirish uchun aniq hududlardan yuqori samara va tabiatga minimal ta’sir ko‘rsatish orqali foydalanish

imkonini beradi. Rayonlashtirish bu ma’lum bir hududni (ma’muriy, iqtisodiy, turizm va boshqa jihatdan) mintaqalarga ajratish hisoblanadi va ularning har biri geografik, iqtisodiy va tarixiy xususiyatlarga ega bo‘ladi. Hududlarni ma’lum bir mintaqalarga rayonlashtirish juda muhim geografik usul bo‘lib, bu jarayonsiz mamlakat muammolari va o‘ziga xos xususiyatlar to‘g‘risida tasavvurga ega bo‘lish murakkab hisoblanadi.

Turizm sohasida rayonlashtirish esa, bu hududlarni ma’lum bir mintaqalarga ajratish jarayoni bo‘lib, unda mintaqalar maxsus rekreatsiya xususiyatlarining mavjudligi bilan aniqlanadi va bir-biridan xususiyatlar to‘plami hamda turizmni rivojlantirish imkoniyatlari bilan ajralib turadi.

Bugungi kunda “hududlarni turistik mintaqalar bo‘yicha rayonlashtirish masalasi turizm sohasining strategik rivojlanishida dolzarb yo‘nalishlardan biri sifatida e’tirof etilmoqda. Bu jarayonning to‘g‘ri tashkil etilishi, bir tomondan, tabiatga minimal darajada ta’sir ko‘rsatgan holda aholining dam olishi, madaniy-ma’naviy ehtiyojlarini qondirish imkonini yaratsa, ikkinchi tomondan, hududlardan turistik maqsadlarda oqilona va samarali foydalanishni ta’minlaydi”[14].

Hududlarni turistik mintaqalarga rayonlashtirish “bu turizmni ilmiy asosda rejalashtirish, turistik-rekreatsion resurslarini aniqlash, ulardan foydalanish imkoniyatlarini baholash va yangi turistik yo‘nalishlarni rivojlantirish uchun zarur bo‘lgan shart-sharoitlarni belgilash imkonini beradi”[15]. Bundan tashqari, bu yondashuv har bir mintaqaning turistik ixtisoslashuvini aniq belgilash, mavjud tajribalarni bir hududdan boshqasiga samarali tarzda o‘tkazish, turizm infrastrukturasi va xizmatlar sifatini hududiy xususiyatlarga mos tarzda takomillashtirishga xizmat qiladi.

Turistik rayonlashtirish murakkab jarayon hisoblanadi. Uning murakkabligi ikki jihatdan iborat: **a**-butun dunyo yoki butun bir

[14] Abduxamidov S.A. O‘zbekistonda mintaqaviy turizmni tashkil qilish va rivojlantirishning ilmiy asoslari. Monografiya, Samarqand, 2022. -197 b.
[15] Abduxamidov S.A. Mintaqaviy turizm tushunchasining mohiyati va O‘zbekiston Respublikasi viloyatlarining turistik mintaqa sifatida shakllanishi. SERVIS J., № 1, Samarqand, 2020. -94-99 b.

mamlakat hududida o‘rganib chiqiladi: **b**-rayonlashtirishda deyarli turizm bo‘lmagan yoki u qadar rivojlanmagan, ammo buning uchun ma’lum shartlar mavjud bo‘lgan joylar qamrab olinadi.

Butun dunyoni turistik rayonlashtirishda mintaqa eng katta hududiy birlik sifatida qabul qilinadi.Turistik rayonlashtirishning navbatdagi birligi bu mamlakat. Chunki, har bir mamlakatni alohida ko‘rib chiqish juda muhim. Shu tariqa mamlakatning turistik salohiyatidan foydalana olmayotgan, turistik imkoniyatlarini to‘liq ishga sola olmayotgan hududlarida turizmni rivojlantirish imkoniyati yaratiladi.

Turistik va rekreatsion rayonlashtirish, birinchi navbatda, hududlarning tabiiy-rekreatsion resurslarini, ikkinchidan, madaniy va tarixiy diqqatga sazovor joylarni hisobga oladi. Shu tufayli, har bir hududning madaniy merosini maksimal darajada hisobga olish va rejalashtirish uchun tadqiqot jarayonida an’anaviy turistik-rekreatsion rayonlashtirishdan sifat jihatidan farq qiladigan yangi turistik rayonlashtirish tizimini yaratish lozim bo‘ldi.

“O‘zbekiston viloyatlarining ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishidagi bevosita turizmning YaIMdagi ulushini aniqlash, mintaqalarning turistik salohiyatidan yuqori darajada foydalanish, joylarda turistik oqimning barqaror o‘sishiga imkon beradigan va turizm sohasining boshqaruv mexanizmi samaradorligini hamda turistik oqim juda past bo‘lgan hududlar imkoniyatlaridan foydalanish darajasini oshirish maqsadida O‘zbekiston Respublikasining hududlarini beshta turizm mintaqalariga ajratilgan”[16].

“O‘zbekiston Respublikasining hududlarini mazkur turizm mintaqalariga shartli ravishda ajratishda hududlarning geografik joylashuvi, turizm resurslari salohiyati, turistik jozibadorlik darajasi, tabiiy-iqlimiy va madaniy-tarixiy resurslarining, ko‘ngilochar joylarning mavjudligi, ijtimoiy-iqtisodiy xususiyatlari, turizmning turlari, ichki va xalqaro turizmni tashkil qilish va rivojlantirish imkoniyatlari hisobga olindi.Turizm ijtimoiy-iqtisodiy ishlab chiqarish sohasi bo‘lganligi

[16]Abduxamidov S.A. Mintaqaviy turizmning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish. Avtoreferat, PhD. Samarqand, 2021. -61 b.

uchun va faqat turizm resurslariga asoslanib faoliyat ko‘rsatganligi uchun hamda ko‘p hollarda ma’muriy birliklarga bo‘ysunmaganligi, turistik obyektning o‘zida murakkab va majmuali infratuzilmalarni talab qilganligi uchun ham rayonlashtirishni talab qiladi, aniqrog‘i talab qilmoqda (3.1-rasm)”[17].




***3.1-Rasm. O‘zbekiston Respublikasining hududlarini turizm* mintaqalariga ajratish[18]**

Turizmda mintaqalanishning, rayonlashtirishning ko‘p jihatlarini o‘rganish, tahlil qilish natijasida mamlakat turizmini rivojlantirish uchun albatta, turizm geografiyasini mukammal o‘rganishimiz zarur bo‘ladi. Chunki, turizm geografiyasining metodlari davlatda turizmni rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlarini ishlab chiqishda ishlatiladi, turistik rayonlarni va ularning turistik sig‘imlarini aniqlaydi, turistik talab va turistik oqimning geografiyasini bashoratlaydi, iqtisodiyotda turizm sohasining samarali faoliyat ko‘rsatishdagi ko‘plab muammolarning yechimini ishlab chiqadi, turistik hududlarning turizmdagi darajalarni belgilaydi.

[17] Abduxamidov S.A. Mintaqaviy turizm tushunchasining mohiyati va O‘zbekiston Respublikasi viloyatlarining turistik mintaqa sifatida shakllanishi. SERVIS J., № 1, Samarqand, 2020. -94-99 b.
[18] Abduhamidov S.A. Turizm sohasini mintaqaviy rivojlantirishning metodologik asoslari. Iqtisodiyot fanlari doktori (Doctor of Science) dissertatsiyasi ma’lumotlari asosida tayyorlandi.S:.2025.

Qachonki, milliy turizm geografiyasining nazariyasi va metodologiyasini, turizmda turistik-geografik tadqiqotlarning metodologiyasini (baholash, sorov, tasniflash, tipologik, xaritalash) va turizm tadqiqotlarida zamonaviy umumiy ilmiy turizm geografiyasi konsepsiyasini ishlab chiqqanimizda mamlakat turizmini geografik mintaqalanish, rayonlashtirilishining imkoniyatlari yaratiladi.

Turizm geografiyasida jahonni turizm mintaqalariga bo‘lishda qandaydir usul yoki uslubiyatlar qo‘llanilgan emas va bu yo‘nalishdagi tadqiqotlar ham sanoqli miqdorni tashkil qilmoqda. Turizm geografiyasida sayyoramiz qit’alarini davlatlar bo‘yicha bo‘lish qabul qilingan. Shuning uchun ham turizm geografiyasining xalqaro mintaqalanishi haqidagi ma’lumotlarni tahlil qilish talab qilinadi. Chunki, mamlakatimizda turizm geografiyasining talablari bo‘yicha turizmni va yangi turistik hududlarni tashkillashtirishda turizmning geografik mintaqalanish usullari bilan tanishish zaruriyati kelib chiqadi.

## 3.2. Xalqaro turizmning mintaqalari

XXI asrda xalqaro turizm dunyo iqtisodiyotining eng tez rivojlanayotgan va strategik ahamiyatga ega tarmoqlaridan biriga aylandi. Globalizatsiya jarayonlari, transport va axborot texnologiyalarining rivojlanishi, aholining turmush darajasi o‘sishi, madaniy almashinuvga bo‘lgan qiziqish ortishi xalqaro turizmning kengayishida muhim omillardan biri bo‘ldi. Turizm nafaqat iqtisodiy foyda manbai, balki xalqlar o‘rtasidagi madaniy, ijtimoiy va siyosiy aloqalarni mustahkamlash vositasi sifatida ham ahamiyat kasb etmoqda.

Xalqaro turizmning hududiy tartibdagi rivojlanishi turli omillarga bog‘liq bo‘lib, dunyodagi turizm mintaqalari o‘rtasida jiddiy farqlar mavjud. Har bir mintaqaning geografik joylashuvi, iqlim sharoiti, tarixiy-madaniy merosi, infratuzilmasi va siyosiy barqarorligi uning turistik jozibadorligiga ta’sir ko‘rsatadi. Jahon turistik bozorida Yevropa, Osiyo, Okeaniya, Amerika, Afrika, Yaqin Sharq va boshqa mintaqalar o‘zaro raqobat va hamkorlik sharoitida faoliyat yuritmoqda.

Turizm geografiyasining xalqaro mintaqalanishida E.A.Okladnikov jahonni quyidagi 8 ta mintaqaga bo‘ladi.

1. **Yevropa mintaqasi:**

1) Shimoliy Yevropa turizmi va turistik resurslari (Daniya, Fransiya, Shvetsiya).

2) Sharqiy Yevropa turizmi va turistik resurslari (Vengriya, Chexiya). Markaziy Yevropa turizmi va turistik resurslari (Germaniya)

3) G‘arbiy Yevropa turizmi va turistik resurslari (Belgiya, Angliya, Lyuksemburg, Niderlandiya, Irlandiya).

4) Janubiy Yevropa turizmi va turistik resurslari (Gretsiya, Italiya, Ispaniya, Kanar orollari)

2. **O‘rta yer dengiz mintaqasi:**

1) O‘rta yer dengizi mamlakatlari turizmi va turistik resurslari (Kipr, Isroil, Turkiya)

3. **Shimoliy Amerika mintaqasi:**

1) Shimoliy Amerika davlatlari turizmi va turistik resurslari (AQSh, Meksika, Kanada)

4. **Lotin Amerikasi mintaqasi:**

1) Lotin Amerikasi davlatlari turizmi va turistik resurslari (Braziliya, Venesuela, Kolumbiya)

5. **Avstraliya-Okeaniya mintaqasi:**

1) Avstraliya-Okeaniya mintaqasi turizmi va turistik resurslari (Avstriya, Gavayi orollari)

6. **Osiyo mintaqasi:**

1) Osiyo sharqidagi mamlakatlar turizmi va turistik resurslari (Xitoy, Hindiston, Yaponiya)

7. **Janubiy Osiyo mintaqasi:**

1) Janubiy Osiyo mintaqasi turizmi va turistik resurslari (Indoneziya, Singapur, Tayland)

8. **Afrika mintaqasi:**

1) Afrika davlatlari turizmi va turistik resurslari (Jazoir, Misr Arab Respublikasi, Marokash, Tunis, Janubiy Afrika Respublikasi).

A.E.Okladnikov jahon turizmini mintaqalarga ajratishda tahlil obyekti sifatida bir qator muhim mezonlarni asos qilib oladi. Uning yondashuvida birinchi navbatda geografik joylashuv va tabiiy sharoitlar-iqlim, o‘simliklar qoplami va hayvonot dunyosi e’tiborga olinadi.

Shuningdek, u etnik, tarixiy va madaniy resurslarini, ya’ni, arxitektura yodgorliklari, an’anaviy madaniyat unsurlari, muzeylar va madaniy markazlarni tahlilning ajralmas qismi sifatida ko‘radi.

Bundan tashqari, turizm industriyasining moddiy-texnik bazasi, ya’ni, infratuzilma, xizmatlar sifati va salohiyatini, mintaqaning ijtimoiy-iqtisodiy holati, zamonaviy ekologik vaziyati hamda ekologik-iqtisodiy bashoratlarni baholash orqali mintaqalarni turizm bo‘yicha ilmiy asoslangan rayonlashtirish mezonlarini ishlab chiqadi. Bu yondashuv jahon turizm tizimini kompleks tahlil qilish va mintaqaviy turizm siyosatini shakllantirishda muhim ilmiy asos bo‘lib xizmat qiladi.

Lukyanova N.S. ham dunyo turizmini quyidagi 5 ta turistik-rekreatsion makrorayonga bo‘ladi:

1. Yevropa turistik makrorayoni (43 ta davlat)
2. Osiyo turistik makrorayoni (45 ta davlat)
3. Shimoliy Amerika turistik makrorayoni (3 ta davlat)
4. Markaziy va Janubiy Amerika turistik makrorayon (31 ta davlat)
5. Afrika turistik makrorayoni (53 ta davlat)

Hozirgi vaqtda turizm geografiyasi rivojlangan hududlarga quyidagilarni ajratish mumkin:

1. Yevropa mintaqasi
2. O‘rta yer dengizi bo‘yi mintaqasi
3. Shimoliy Amerika mintaqasi
4. Lotin Amerikasi mintaqasi
5. Avstraliya va Okeaniya mintaqasi
6. Osiyo mintaqasi
7. Afrika mintaqasi

Rossiya xalqaro turizm akademiyasi 1996-yilda Rossiya davlat turizmini ham 4 ta turistik rekreatsion mintaqaga bo‘ladi.

1. Rossiyaning Shimoliy Yevropa turistik mintaqasi
2. Markaziy Rossiya turistik mintaqasi
3. Janubiy Rossiya turistik mintaqasi
4. Sibir va Uzoq Sharq turistik mintaqasi

Turizm kuchli rivojlangan davlatlardan Amerika Qo‘shma Shtatlar o‘z hududlarini 4 ta turistik makrorayonga (Shimoliy-Sharqiy, Janubiy, O‘rta G‘arb, G‘arb) va 13 ta turistik rayonga (Megapolis, Yankilend, Janubiy Atlantika, Florida, Galf, Markaziy tekisliklar, Buyuk tekisliklar, Ichki G‘arb, Shimoliy G‘arb, Alyaska, Kaliforniya, Gavayi) bo‘lishgan.

Dunyoda turizm juda kuchli rivojlangan Fransiya davlati ham o‘z hududlarini 7 ta asosiy va 22 ta kichik turistik rayonlarga bo‘lgan:

1. Parij turistik rayoni.
2. Shimoliy turistik rayoni.
3. G‘arbiy turistik rayoni.
4. Sharqiy turistik rayoni.
5. Alp turistik rayoni.
6. Janubi-g‘arbiy turistik rayoni.
7. O‘rta yer dengizi turistik rayoni.

**Butunjahon turizm tashkiloti dunyo turizmini 6 ta quyidagi makroregionlarga bo‘ladi:**

1. Yevropa turistik makroregioni (G‘arbiy, Shimoliy, Janubiy, Markaziy va Sharqiy Yevropa davlatlari, Sobiq SSSRning barcha respublikalari, Isroil, Kipr, Turkiya)

2. Amerika turistik makroregioni (Shimoliy, Janubiy, Markaziy Amerika davlatlari, orollardagi davlatlar, Karib havzasi hududlardagi davlatlar)

3. Osiyo-Tinch okeani turistik makroregioni (Sharqiy va Janubiy-Sharqiy Osiyo davlatlari, Avstraliya va Okeaniya)

4. Afrika turistik makroregioni (Misr Arab Respublikasi va Liviyadan tashqari barcha Afrika davlatlari)

5. Janubiy Osiyo turistik mikroregioni (Janubiy Osiyoning barcha davlatlari)

6. Yaqin Sharq turistik makroregioni (G‘arbiy va janubi-g‘arbiy Osiyo davlatlari, Misr Arab Respublikasi, Liviya).

O‘zbekistonda turizm geografiyasini o‘rganish tadqiqotlariga bag‘ishlangan ilmiy ishlar viloyat chegaralarida amalga oshirilmoqda. Bu tadqiqotchilar o‘z tadqiqotlari chegaralarida ma’lum bir viloyatning ma’muriy hududlari doirasida bo‘lsa-da, ushbu ma’muriy viloyat nomiga

mintaqa so‘zini qo‘shib (masalan, Samarqand mintaqasi misolida, Xorazm mintaqasi misolida va h.k.) ishlatmoqdalar. Ma’lumki, respublikada viloyatlar nomlanishida hozirgacha mintaqa so‘zini ishlatilishi ilmiy jihatdan asoslangan ham emas.

Albatta, bu holat geografik jihatdan jiddiy xato hisoblanadi va bunga Respublikaning geograflari o‘z vaqtida fikrlarni aytishi zarur bo‘lib qolmoqda. Balki, turizm geografiyasini tabiiy geografik rayonlar bo‘yicha o‘rganish mumkindir.

Respublika hududlari tabiiy geografik jihatdan quyidagi rayonlarga bo‘lingan:

- Chirchiq-Ohangaron tabiiy geografik rayoni
- Farg‘ona tabiiy geografik rayoni
- Mirzacho‘l tabiiy geografik rayoni
- Zarafshon tabiiy geografik rayoni
- Qashqadaryo tabiiy geografik rayoni
- Surxondaryo tabiiy geografik rayoni
- Qizilqum tabiiy geografik rayoni
- Quyi Amudaryo tabiiy geografik rayoni
- Ustyurt tabiiy geografik rayoni

Hozircha turizm geografiyasini rayonlashtirishda ikkinchi variantni qo‘llash mumkin bo‘lib qolmoqda, ya’ni, viloyatlarning ma’muriy bo‘linishi, viloyat hududlaridagi turistik salohiyat, turistik resurslaridan foydalanish va viloyatlarda turizmni tashkil qilish va rivojlantirishda viloyatlarning ma’muriy bo‘linishi hisobga olinmoqda. X.Mamatqulov xuddi shu usulda respublika hududlarini quyidagi mintaqalarga bo‘ldi:

1. Toshkent mintaqasi turistik markazlari
2. Farg‘ona mintaqasi turistik markazlari
3. Samarqand mintaqasi turistik markazlari
4. Buxoro mintaqasi turistik markazlari
5. Qashqadaryo mintaqasi turistik markazlari
6. Surxondaryo mintaqasi turistik markazlari
7. Quyi Amudaryo (Xorazm) mintaqasi turistik markazlari
8. Mirzacho‘l mintaqasi
9. Navoiy mintaqasi

Bu bo‘linishni ham tadqiqotsiz ravishda dastlabki amalga oshirilgan ishlar deb qarash mumkin. Respublikamizning viloyatlarida va umuman respublikamizda turistik markazlar tashkil qilingan emas. Rayonlashtirishda Qoraqalpog‘iston Respublikasi yo‘q. Ikkinchidan, Mirzacho‘l mintaqasi va Navoiy mintaqalari turizmda o‘ziga xos rayonlarni bildiradimi yoki Mirzacho‘l mintaqasi Mirzacho‘l iqtisodiy rayonini anglatadimi? Hozirda na ilmiy adabiyotlarda, na geografiyada (jumladan, iqtisodiy geografiyada viloyatlarni mintaqalarga bo‘lish isbotlanmagan atama). Uchinchidan, qayd qilingan mintaqalardagi turistik markazlar nimani anglatadi? Bizning ma’lumotimiz bo‘yicha viloyatlarda turizmni boshqaruv idoralari bor, bironta viloyatda turistik markazlar hozircha tashkil qilingan emas.

Respublika hududlarini turistik geografik rayonlashtirishda uchinchi variant respublikaning iqtisodiy rayonlari chegaralarida amalga oshirishni o‘ylab ko‘rish kerak. Chunki, iqtisodiy rayonlar respublika ishlab chiqarish kuchlariga mos keladi.

Biror bir mamlakatning hududi tabiiy va iqtisodiy jihatdan bir xil bo‘lmaydi. Xuddi shunga mos ravishda ishlab chiqarish kuchlari ham hudud bo‘yicha bir tekis joylashmaydi. Notekislik esa o‘ziga xos hududiy-iqtisodiy rivojlanish omilidir. Har qanday mamlakat yoki viloyat(shtat) o‘zining ishlab chiqarish kuchlarini bir tekis joylashtirishga hududlar ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini tenglashtirishga harakat qiladi, ammo mutlaq holda bunday tenglik hech qachon amalga oshmaydi.

Mamlakatimiz hududlarini ijtimoiy-iqtisodiy jihatlardan tekis rivojlantirishda iqtisodiy rayonlashtirish muammolari va masalalari bo‘yicha ko‘p yillar ilmiy-amaliy tadqiqotlar olib borgan taniqli olimlarimizdan professor A.Soliyev 1998-yilda mamlakatimizda 6 ta asosiy iqtisodiy rayonlar borligini yozgan va asoslagan. Ular quyidagilar:

1. Toshkent iqtisodiy rayoni (Toshkent viloyati va Toshkent shahri);
2. Mirzacho‘l iqtisodiy rayoni (Sirdaryo va Jizzax viloyatlari);
3. Farg‘ona iqtisodiy rayoni (Andijon, Namangan, Farg‘ona viloyatlari);

4. Zarafshon iqtisodiy rayoni (Samarqand, Buxoro, Navoiy viloyatlari);

5. Janubiy iqtisodiy rayon (Qashqadaryo, Surxondaryo viloyatlari);

6. Quyi Amudaryo iqtisodiy rayoni (Qoraqalpog‘iston Respublikasi, Xorazm viloyati).

A.Soliyevning xulosalariga ko‘ra ajratilgan iqtisodiy rayonlar quyidagi talablarga javob berishi kerak:

- katta iqtisodiy va demografik salohiyatga ega bo‘lishi (aholisi kamida 1,5-2 mln. kishi, yalpi milliy mahsulot 5%dan ortiq);
- mamlakat milliy iqtisodiyoti va uning eksport salohiyatini yuksaltirishda faol ishtirok etish;
- ichki hududiy-iqtisodiy jihatdan yaxlitlik;
- rayon hosil qiluvchi tarmoq va markazlarning mavjudligi;
- mintaqaviy iqtisodiyotning majmuali rivojlanganligi;
- xo‘jalikning bazaviy sohalariga ega bo‘lishi (elektr energetika, qurilish va paxta tozalash sanoati);
- transport va boshqa infratuzilmalar tizimining shakllanganligi va boshqalar.

Mazkur imkoniyatlarga ega bo‘lgan har bir iqtisodiy rayon ikki asosiy vazifani bajaradi:

Birinchidan, u mamlakat iqtisodiyotining katta bir qismi sifatida uning muhim ijtimoiy-iqtisodiy muammolarini hal etishi. Ikkinchidan, o‘zining hududiy iqtisodiy birlik darajasida mustaqil rivojlanish imkoniyatlariga ega bo‘lishi kerak. Birinchi vazifa iqtisodiy rayonlarning ixtisoslashuvi, ularning mintaqalararo, milliy va jahon bozorlariga chiqishini. Ikkinchisi esa majmuali (har tomonlama) rivojlanishini nazarda tutadi[19].

Qayd qilingan tahlillardan ma’lum bo‘ladiki, O‘zbekiston Respublikasi turizmida turistik geografik mintaqalanish masalalarini o‘rganishga ilmiy-amaliy jihatdan kirishilgan emas. Bu holatning asosiy sababi albatta, turizm sohasida yetakchi mutaxassislarning yo‘qligi,

[19] Soliyev A. Iqtisodiy geografiya: nazariya, metodik va amaliyot. Toshkent, “Kamalak” nashriyoti, 2013, -286 b.

yuqorida qayd qilganimizdek, turizm sohasida endigina mutaxassislar tayyorlashga kirishganimiz va turizm sohasi hali juda yosh yangi soha bo‘lib shakllanayotganligi bilan bog‘liq hisoblanadi. Ikkinchidan, mamlakatimiz turizmi shaharlarda va viloyatlar bo‘yicha shakllanib borayotgani uchun mintaqalardan emas, respublikamizning viloyatlar bo‘yicha ma’muriy-hududiy bo‘linishidagi nomlanishidan foydalanish hozircha to‘g‘riroq bo‘ladi.

### *Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*

1. Rayonlashtirish tushunchasining mazmun-mohiyati nimalardan iborat?
2. Mamlakatning xalq xo‘jaligini boshqarishda rayonlashtirishning ahamiyatini tushuntiring.
3. Turizmni rayonlashtirishning ahamiyatini tushuntiring.
4. O‘zbekistonda milliy turizm sohasi rayonlashtirilganmi?
5. Xalqaro turizmning rayonlarini gapirib bering.

# IV BOB. XALQARO TURIZM BOZORINING SEGMENTLARI

***Tayanch so‘zlar:*** xalqaro bozor, segment guruhi, bozor segmenti, segmentlashtirish, geografik belgilar, demografik belgilar, ehtiyoj.

## 4.1. Xalqaro turizm bozori segmentlarining ilmiy-nazariy mohiyati

Barcha bozorlar o‘zining kelib chiqishi, maqsadi va xizmat ko‘rsatish yo‘nalishlari bo‘yicha bir-biridan farq qiladi. Xalqaro turizm bozori ham bu jihatdan istisno emas. Bu bozordagi iste’molchilar, ya’ni, turistlar turli millat, madaniyat, yosh, daromad darajasi va qiziqishlarga ega bo‘lgan shaxslardan iborat. Ularning istak va ehtiyojlari bir-birini takrorlamaydi, shu sababli ularga mo‘ljallangan mahsulot va xizmatlar ham individual yondashuvni talab qiladi.

Turistlarning talablari o‘rtasidagi farqlar qanchalik ko‘p bo‘lsa, ularning barchasini qoniqtiradigan yagona turdagi turistik mahsulot yoki xizmatni taklif etish shunchalik mushkul bo‘ladi. Bunday vaziyatda ommaviy tarzda ishlab chiqarilgan reklama kampaniyalari ham o‘z samaradorligini yo‘qotadi. Chunki har xil qiziqish va ishtiyoqqa ega bo‘lgan turistlarga bir xil reklamani qo‘llash ularda kutilgan ta’sirni bermasligi mumkin.

Bozordagi kuchli raqobat sharoitida turizm subyektlari mehmonxonalar, turoperatorlar, transport kompaniyalari va boshqalar turistlarning eng mayda ehtiyoj va talablarini ham inobatga olishga urinishadi. Bu esa mijozlar bilan yaqin aloqalarni yo‘lga qo‘yish, bozorni segmentlarga ajratish va har bir segmentga moslashtirilgan mahsulotlarni taklif etishni taqozo etadi.

Shu bilan birga, har bir turist uchun alohida xizmat ko‘rsatish yoki individual turistik paket tayyorlash ishlab chiqaruvchi va xizmat ko‘rsatuvchi subyektlar uchun yuqori xarajatlarni talab etadi. Bu esa ularning iqtisodiy samaradorligiga salbiy ta’sir ko‘rsatishi mumkin. Shuning uchun turizm bozorida maqsadli segmentlarga yo‘naltirilgan, ehtiyojlarga moslashtirilgan, bir vaqtning o‘zida ham samarali, ham iqtisodiy jihatdan maqbul yechimlar yaratish muhim ahamiyatga ega.

Shu sababli ishlab chiqaruvchi va sotuvchi korxonalar bozordagi xaridorlarni umumiy emas, balki o‘xshash ehtiyoj va talablarga ega bo‘lgan yirik guruhlarga ajratishga intiladilar. Ya’ni, ular muayyan bir turdagi tovar yoki xizmatga qiziquvchi, iste’molchi odatlari, daromad darajalari, yosh yoki ijtimoiy maqomiga ko‘ra bir-biriga yaqin bo‘lgan mijozlar toifalarini aniqlaydilar. Bunday mijozlar toifasi segment deb ataladi, ularni aniqlash va tartiblash jarayoni esa bozorni segmentlash (yoki sementatsiya) deb yuritiladi.

Bozorni segmentlash bu-marketingdagi eng samarali va muhim strategiyalardan biri bo‘lib, uning orqali korxonalar o‘z mahsulot va xizmatlarini aniq mijozlar guruhiga mo‘ljallab, marketing faoliyatini maqsadli va samarali tashkil etish imkoniyatiga ega bo‘ladilar. Segmentlash nafaqat reklama va mahsulot targ‘ibotini aniq yo‘naltirishga yordam beradi, balki raqobatbardoshlikni oshirish, xaridorlar ehtiyojini yuqori darajada qondirish va bozorda barqaror o‘rin egallashga xizmat qiladi.

Marketingning klassik qonuniyatlaridan biriga ko‘ra, mijozlarning 20-30 foizi bozordagi tovar va xizmatlarning 70-80 foizini xarid qiladi. Bu qoida «Pareto qonuni» yoki «80/20 qonuni» nomi bilan mashhur bo‘lib, marketing strategiyasini shakllantirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu qonuniyatdan kelib chiqqan holda, korxonalar o‘z resurslarini eng faol va daromadli mijozlar guruhiga yo‘naltirishi maqsadga muvofiq bo‘ladi.

Shu bilan birga, bozorni segmentlash oson jarayon emas. Bu jarayon yuqori darajadagi tahlil, iste’molchilarning ehtiyojlari va rag‘batlarini chuqur o‘rganishni talab qiladi. Bozorni to‘g‘ri segmentlash orqali ishlab chiqaruvchilar o‘z mahsulot va xizmatlarining strategik rejalarini aniq belgilab olishlari, mo‘ljalli auditoriyaga mos yechimlar taklif etishlari va raqobatbardoshlikni oshirishlari mumkin bo‘ladi.

Bozor segmenti quyidagi asosiy shart va talablarga javob berishi lozim:

**Iste’molchilar o‘rtasidagi farqlilik**-turli guruhlarga mansub mijozlar bir xil tovarni turli rangda yoqtirishi yoki xizmat turlarini

turlicha sharoitlarda tanlashi mumkin. Bu ularning o‘ziga xosligi va afzalliklarini ifoda etadi.

**Ichki yakkalik**-har bir guruh ichidagi iste’molchilarning talab, xohish va tanlovlarining o‘zaro yaqinligi, ya’ni, bir-biriga o‘xshashligi zarur.

**Hajmning yetarli bo‘lishi**-tanlangan segment bozorda yetarli darajada mijozlarga ega bo‘lib, mahsulot va xizmatlarni samarali ravishda taqdim etish imkonini berishi kerak.

**O‘lchamlilik (o‘lchanishi mumkinligi)**-segmentdagi iste’molchilar soni, ehtiyojlari, xarid qobiliyati kabi ko‘rsatkichlar aniq baholanishi va hisob-kitob qilina olishi lozim.

**Tovar ortib qolishining oldini olish**-to‘g‘ri segmentlash orqali mahsulot va xizmatlar keragidan ortiq ishlab chiqarilishi holatlari kamayadi, bu esa samaradorlikni oshiradi.

**Yangi tovar va xizmatlar ishlab chiqarish imkoniyati**-segmentlash korxonalarga kelgusida bozordagi talablarga mos yangi mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqish hamda ularni samarali joriy etish imkonini yaratadi.

Bozorni segmentlash sharoitlarini yaratishda mahsulot va xizmatlarning reklamasi samaradorligini doimiy ravishda kuzatib borish muhim ahamiyatga ega. Chunki reklama faoliyati nafaqat yangi mijozlarni jalb etish, balki mavjud iste’molchilarni saqlab qolishda ham hal qiluvchi omil hisoblanadi.

Reklama kanallari orqali mahsulot yoki xizmat haqida yetkazilayotgan axborot muayyan segmentdagi mijozlar ehtiyojlari va rag‘batlariga mos kelishi lozim. Aks holda, reklama ta’sirsiz bo‘lib, firmaning marketing sa’y-harakatlari samarasizlikka olib kelishi mumkin.

Bundan tashqari, firma o‘z reklama strategiyasini shakllantirishda ulardan doimiy foydalanuvchi mijozlarning soni va ularning faolligi kabi ko‘rsatkichlarni ham nazarda tutadi. Doimiy mijozlarni yo‘qotmaslik uchun reklama materiallari moslashuvchan, segment ehtiyojlariga yo‘naltirilgan va doimiy yangilanib turishi kerak. Shu bilan birga, reklama faoliyatining samaradorligini baholashda foydalanuvchilar soni,

javob qaytarish darajasi (response rate), konversiya koʻrsatkichi va brendni qayd etish darajasi (brand recall) kabi omillar inobatga olinadi.

Qisqacha aytganda, bozorni samarali segmentlash va reklama jarayonini muvofiqlashtirish oʻrtasida uzviy bogʻliqlik mavjud boʻlib, ularning birgalikdagi hamohangligi orqali yuqori marketing natijalariga erishish mumkin.

## 4.2. Xalqaro turizm bozorini segmentlash

Turizm sohasida bozorni segmentlashning turli-tuman belgilar boʻyicha amalga oshirilishini tushuntirdik. Bu belgilarga kengroq toʻxtalamiz. Ular quyidagilar:

***1. Bozorni geografik belgilar boʻyicha segmentlash*** statistik ma'lumotlarni toʻplash boʻyicha amalga oshiriladi. Bunda mintaqalar, rayonlar yoki davlatlardagi bir xil turistik guruhlar aniqlanadi. Ularning xulq-atvorlari, xohish-istaklari ham bir-biriga yaqin.

***Amerikaliklar*** dam olishga katta summalarni ajratishga doimo tayyor boʻlishadi, shuning uchun ham ular talab qilgan dam olish sharoitlari va xizmatlari qattiq e'tiborga olinishi shart. Ularning servisga boʻlgan talabi juda yuqori. Servisdan qoniqmadimi oʻsha zahoti shikoyat qilishadi.

***Angliyaliklar***-turizm bozori segmentidagi qiyin turistlar hisoblanishadi. Ular juda soddadil. Hech qachon birdaniga shikoyat qilishmaydi, noroziliklarini ancha keyin bildirishadi.

***Fransuzlar***-nozik dilli bozor. Ularning ingliz tiliga munosabati ancha ogʻir boʻlib, nima uchun butun dunyo xalqi fransuz tilida emas, ingliz tilida gapirishishini tushunishni xohlamaydi. Koʻpincha oʻzlarini boshqarishdan chiqib ketadi. Faqat oʻzlarining taomlariga buyurtma berishadi.

***Nemislar ogʻir*** bozor. Juda tekshiruvchan, har bir narsa uchun shikoyat qilaverishadi va sayohatni tashkil qilishda aniq, qulay xizmatlarni talab qilishadi.

***Yaponlar ancha*** yengil bozor. Ularni har qanday tadbirlarga yengil moslashtirish, koʻndirish mumkin, lekin oʻta aniqlikni talab qiladi. Ular boradigan davlatlardagi xalqlarning an'analari haqida ancha

ma’lumotlarga ega bo‘lishadi va shu ma’lumotlarni boyitishni xohlashadi.

Keltirilgan ma’lumotlar bo‘yicha bozorning har bir ajratilgan segmentiga alohida muomala, xulq-atvor va yondashuv talab qilinadi. Shundagina turistik firma tovarlar va xizmatlarni sotishda o‘zining maqsadi va rejalarini to‘liq amalga oshirishi mumkin.

***2. Bozorni demografik belgilar bo‘yicha segmentlash.*** Bozor segmenti yoshi, jinsi, oilaviy holati, oilaning tarkibi haqidagi ma’lumotlar bo‘yicha guruhlar hosil qilinadi. BTT turizm bozorini demografik belgilar bo‘yicha segmentlashda quyidagi 5 ta yosh guruhlarini ajratishni tavsiya qilgan:

***1-Guruh***-0-14 yoshgacha-asosan bolalar. Ular ota-onalari bilan sayohatga chiqishadi. Xalqaro turizmda juda ko‘p davlatlar bu guruhdagilarga imtiyozli xizmatlarni ko‘rsatishadi. Chaqaloqlar bepul, 1-5; 6-11 va 12-14 yoshlilarga ham alohida ta’riflar belgilashadi.

***2-Guruh***-15-24 yoshdagi yoshlar guruhini tashkil qiladi. Bular ota-onalarisiz ta’minlangan mablag‘lar hisobiga rejali sayohatlarga chiqishadi.

***3-Guruh***-asosan 25-45 yoshdagilar hisoblanadi. Ular moliyaviy jihatlardan ancha faol bo‘lishadi. Lekin bu faollikda iqtisodni birinchi o‘ringa qo‘yishadi. Ularning aksariyat qismi bo‘sh vaqtni oilasi bilan birga o‘tkazishadi. Ularning sayohatlari ko‘pincha bolalarning talablari asosida tashkil qilinadi.

***4-Guruh***-45-64 yoshdagilar guruhi. Bular moliyaviy jihatlardan ancha faol. Oilaviy tashvishlaridan ancha xoli, bolalari voyaga yetishib ota-ona uyini tark etishgan. Bundaylarni G‘arbda *“uyasi bo‘shaganlar”* deyishadi.

***5-Guruh***-*65* yoshdan oshgan, ishlamaydigan nafaqaxo‘rlardan iborat.

Butunjahon Turizm Tashkiloti (BTT) tomonidan ishlab chiqilgan turistlarning yosh toifalari bo‘yicha tasnifi turizm sohasida faoliyat yuritayotgan subyektlar uchun muhim amaliy ahamiyat kasb etadi. Ushbu tasnifdan turistik tashkilotlar, turizm korxonalari, statistika organlari hamda turizm bilan shug‘ullanuvchi boshqa tegishli

muassasalar foydalanishi tavsiya etiladi. Bu tasnif turistik xizmatlarni rejalashtirish, marketing strategiyalarini ishlab chiqish, turistlar oqimini tahlil qilish hamda yosh guruhlari bo‘yicha turizm talablari va ehtiyojlarini aniqlashda muhim vosita hisoblanadi.

***3. Bozorni turistlarning ijtimoiy-iqtisodiy belgilari bo‘yicha segmentlash.*** Bozorni bu usulda segmentlash ancha murakkab hisoblanadi va bu murakkablikni turizm rivojlangan davlatlardagi o‘ta bilimdon turoperatorlarigina osonlashtiradi. Ijtimoiy-iqtisodiy tavsifli turistlarning daromadlari, ijtimoiy mavqeyi, kasbi va ma’lumoti darajalari hisobga olinadi. Bu guruhlar uchun turistik mahsulot ishlab chiqaruvchilar “bu turni kim sotib oladi?”, “bu tur kimni qiziqtiradi?” kabi savollarga javob topib qo‘yishlari lozim bo‘ladi.

***4.*** Bu segmentlashda odamlarning yashash tarzi, ularning maishiy holatlari, boshqalar bilan muomalalari, asosiy mashg‘ulotlari, moliyaviy darajalari, ijtimoiy hayotdagi mavqeyi, xaridorligi va boshqa xususiyatlari o‘rganiladi. Shuningdek, ularning boshqa davlatlardagi turistik faoliyatlari ovqatlantirishiga, ichimliklariga, qulaylikka, xotin-qizlarga, borgan davlatlardagi aholining an’analariga munosabatlari va boshqa xatti-harakatlariga e’tibor beriladi.

Bozorni ruhiy holatlar bo‘yicha segmentlash turizm rivojlangan Amerika, Kanada, Avstraliya, Yaponiya va Yevropa davlatlarida juda rivojlangan. Shuning uchun ham bu davlatlarning turoperatorlari o‘z mamlakatlariga ko‘plab turistlarni jalb qilishning uddasidan chiqishadi.

***5. Bozorni xulq-atvor bo‘yicha segmentlash.*** Bu segmentlashning asosiy talabi turistlarning «Madaniyat, kashfiyot, hayot» shiorida turistik faoliyat ko‘rsatishi hisobga olinadi. Ya’ni, ko‘plab turistlar qayd qilingan shior bo‘yicha yangi axborotlar olishni, o‘zining intellektual mulkini boyitishga harakat qilishadi. Ko‘plab turistlar boshqa davlatlardagi hayot va yangi texnologiyalarni kuzatib, o‘zining ijodiy salohiyatini oshirishni xohlashadi. Bu tipdagi segmentlashda yangi savdo markalari va brendlariga qiziquvchi turistlarning xulq-atvorlari o‘rganiladi. Ko‘plab turistlar ko‘pincha faqat bir mamlakatdagi ma’lum bir turistik makonni tanlashadi, boshqasiga umuman qiziqishmaydi.

Turizm bozorini segmentlashdan kelib chiqadigan xulosa shundan iboratki, turizmning o‘rni har bir shaxsning hayotida muhim ahamiyatga ega bo‘lib, uning boshqa davlatlardagi madaniyat, hayot va an’analar bilan tanishtiradi, ma’naviy boyligini oshiradi. Sayyoraviy chegaralarda «Sayohat industriyasi»ning ahamiyati juda katta raqamlarni hosil qiladi. Turizm juda ko‘p davlatlar iqtisodiyotining asoslarini tashkil qilmoqda.

Turizm va sayohatlar butunjahon Kengashining ma’lumotlari bo‘yicha «Sayohat industriyasi» 2022-yilda 2021-yilga nisbatan 22%ga, 2023-yilda jahon turizmi iqtisodi pandemiyaga nisbatan 88%ga oshdi, 2024-yilda pandemiyadan oldingi ko‘rsatkichga erishiladi degan asosli bashoratlar bor. Turizm sohasi jahonda 320 mln kishini ish bilan ta’minlamoqda.

Xalqaro turizm shu jihatdan ham muhimki, xalqaro turizm bozorida iqtisodiy rivojlangan davlatlarning kapitali rivojlanayotgan davlatlarga ko‘chadi. Bu holatni sayyoraviy olganda rivojlanayotgan davlatlar bunday kapitallari evaziga o‘zlarining iqtisodiyotini rivojlantirishadi. Bundan tashqari davlatlar ichidagi turizm ham shu davlatning iqtisodiy muammolarini hal qilishga salohiyatli yordam beradi. Boy davlatlardan kelayotgan sarmoyalar hisobiga davlatlar ijtimoiy-hayotiy infratuzilma larini yaratishadi, turistlar ko‘plab davlatlarning hayoti, madaniyati, tarixi, an’analari bilan tanishadilar.

Bu xulosalar bo‘yicha ekoturizm rivojlangan Avstraliya va Germaniya davlatlarining turizmidan misol keltiramiz. “Hozirda xalqaro turizmda Avstraliya mavzusidagi ekoturistik marshrutlari juda ommaviylashgan va katta ekoturistik oqimlarni hosil qilgan xalqaro ekoturistik marshrutlari muvaffaqiyat bilan ishlamoqda”[20].

Avstraliya ekoturizm modeli muvaffaqiyatli ishlayotgan ilg‘or tajribalardan biri sifatida xalqaro miqyosda tan olingan. Ushbu modelning asosiy ustunliklaridan biri barcha hududlarda tashkil etilayotgan ekoturistik xizmatlarning to‘liq ravishda mahalliy aholi tomonidan ko‘rsatilishidir. Bunday yondashuv, bir tomondan, mahalliy aholining ish bilan ta’minlanish darajasini oshirsa, ikkinchi tomondan,

[20] Забелина Н.М. Националниеэ парки г.Москва, Мисл, 2010. -стр 210.

qishloq hududlarining ijtimoiy-iqtisodiy muammolarini hal qilishga sezilarli darajada yordam beradi.

Oxirgi o‘n yillikda xalqaro ekoturizm bozorida eng mashhur 10 ta ekoturistik marshrut reytingida Avstraliya doimiy ravishda yetakchi o‘rinlarni egallab kelmoqda. Ayni paytda mamlakatda 9 ta milliy kompaniya ekoturizm sohasida faoliyat yuritmoqda. Shulardan biri “Australian Eco Adventures” kompaniyasi xalqaro bozorda **75 ta ekoturistik mahsulot (marshrut)**ni muvaffaqiyatli sotmoqda. Xususan, kitlarni kuzatish va tabiatda tomosha qilishga qaratilgan maxsus yo‘nalishlari xalqaro turistlar orasida nihoyatda ommalashgan bo‘lib, turistlar ushbu xizmatdan foydalanish uchun navbat kutishga ham tayyor. Bundan tashqari, kengurular bilan bog‘liq marshrutlarni taklif etuvchi 3 ta milliy ekoturistik kompaniya faqat xorijiy ekoturistlarga xizmat ko‘rsatishga ixtisoslashgan.

Yevropa mamlakatlari ichida Germaniya ham ekoturizm sohasida yetakchi o‘rin egallaydi. Mamlakatda ayni paytda 122 ta turistik firma faqat ekoturizmga ixtisoslashgan bo‘lib, ularning 50 foizi xorijiy davlatlardagi ekoturizm kompaniyalari bilan hamkorlikda faoliyat yuritmoqda. Bu holat Germaniyaning ekoturizm sohasida xalqaro integratsiya va hamkorlikka alohida e’tibor qaratayotganini ko‘rsatadi.

Avstraliya va Germaniyaning xalqaro ekoturizm bozoridagi yutuqlarini misol sifatida keltirishdan ko‘zlangan asosiy maqsad shundaki, xalqaro turizm amaliyotida turli yo‘nalish va turlarga ixtisoslashgan turistik firmalar turistlarning ehtiyoj va talablarini chuqur tahlil qilish orqali samarali faoliyat yuritmoqda. Bunday yondashuv mijozlar uchun sifatli xizmatlar majmuasini taklif qilish, bozorda raqobatbardoshlikni oshirish va turizm sohasini barqaror rivojlantirish imkonini beradi. Ular xizmat ko‘rsatilayotgan turist yoki turistlarning qaysi davlatdan kelishi va ularga qanday xizmatlar ko‘rsatishi ma’qul ekanligigacha e’tibor berishadi va ularning o‘z davlatlaridagi xulq-atvorlarigacha e’tibor berishadi. Bu e’tibor ularga turizmdagi asosiy (transport, joylashtirish, ovqatlantirish, gid-ekskursiyachi, dam olish xizmatlari) va qo‘shimcha xizmatlarni sifatli ko‘rsatish ni ta’minlaydi.

### *Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*

1. Segment segmentlashtirish atamalarining mazmunini tushuntiring.
2. Nima uchun turizm bozorini segmentlash kerak?
3. Bozorni demografik belgilar bo‘yicha segmentlashda nechta guruhlar ajratiladi.
4. Bozorni turistlarning ijtimoiy-iqtisodiy belgilari bo‘yicha segmentlash qanday amalga oshiriladi.
5. Bozorni ruhiy holatlar bo‘yicha segmentlashni misollar bilan tushuntirib bering.

# V BOB. XALQARO TURIZMDA EHTIYOJLAR VA TALABLAR

***Tayanch so‘zlar:*** turistik ehtiyoj, xavf-xatar, tabiiy muhit, texnogen muhit, ijtimoiy-intellektual muhit, ritmika, intellektual, stresslar, rekreant, rekreatsiya, bo‘sh vaqt, bekor vaqt, demografiya.

## 5.1. Turistik ehtiyoj va talabning kelib chiqishi

Hayot-insonning eng bebaho boyligidir. Uni asrash, qadrlash va avaylab yashash har bir insonning doimiy e’tibor markazida bo‘lishi, ongli hayot falsafasiga aylanishi lozim. Insonning hayotiy faoliyati, mohiyatan, uni o‘rab turgan uchta asosiy muhit doirasida kechadi:

***1. Tabiiy muhitd*** inson oziq-ovqat mahsulotlarini olishida, o‘zining hayoti uchun zarur bo‘lgan xom-ashyolarni izlashida va olishida va hokazo faoliyatida kutilmagan, qo‘qqisdan keladigan

a) tabiiy iqlimiy hodisalarda (dovul, yong‘in, harorat, sovuq va boshqalar),

b) geologik hodisalarda (zilzila, o‘pirilish, surilmalar va boshqalar),

c) gidrologik hodisalarda (suv toshqini, musson yong‘inlari, sunami, suv ko‘tarilishi, qurg‘oqchilik va b.) xavf-xatarga duch keladi.

***2. Texnogen muhitda*** inson o‘zi uchun tayyor moddiy ne’matlar, resurslari olishdagi qayta ishlovchilar (zavodlar, fabrikalar, sanoat obyektlari, qayta ishlov korxonalari va b.) ham hayotga xavf soluvchi xavfli va zararli ta’sirlarga duch keladi.

***3. Ijtimoiy-intellektual muhitda*** inson aqliy faoliyati mahsulotlarini ishlab chiqarishda yanada xavfli xatarlarga (qo‘rqish, asabiylashish, bosimning oshishi, a’zolar faoliyatining buzila borishi, ritmiklikning susayishi, uyqusizlik va b.) duch keladi.

Har qaysi muhit ham ijtimoiy jamiyat munosabatlarining yig‘indisi, shakllanishidir. Bu shakllanishda ustuvor belgilar yig‘indisini (kuchlilik, aqllilik, mug‘ombirlik, ayyorlik, sezgirlik va b.) o‘rganish muhim ahamiyat kasb etadi. Chunki, insondagi ustuvor belgilar yig‘indisi uning mehnat qilish faolligini belgilaydi. Mehnat faoliyati insondagi ustuvor belgilar (resurslarini)ni tiklash uchun tez-tez, ba’zida

belgilangan muddatlarda to‘xtatiladi-*dam olish*. Insonning yashash faoliyatidagi muhitlar (tabiiy, texnogen va ijtimoiy)ning o‘zaro munosabatlarida ham uning hayotiga xavf soluvchi vaziyatlar, hodisalar va boshqa ko‘ngilsiz, salbiy jarayonlar uning o‘zi bilan doimo yonma-yon yuradi. Shuning uchun ham, aholining dam olishini rivojlantirishda bo‘sh vaqtdan rekreatsiyali faoliyat bilan foydalanish masalalarini o‘rganish zamonamizning dolzarb muammolaridan hisoblanadi.

Insonning hayot faoliyati muhitlaridagi munosabatlarining barchasida o‘ziga xos xususiyatlarga ega bo‘lgan xavf-xatarlar va zararli omillar majmuasi mavjud. Inson moddiy va nomoddiy materiallar zaruratidan texnogen muhitga, oziq-ovqatga muhtojligi dan tabiiy muhitga va o‘zini boshqarishi zaruratidan intellektual ijtimoiy muhitga o‘zi borishga majbur bo‘ladi.

Qayd qilingan muhitlar bilan insonning munosabatlari natijasida va har uchala muhitdagi xavf-xatarlarning inson faoliyati bilan yonma-yon yurishi natijasida insonning sog‘ligiga “salbiy ta’sirlar” o‘ta boshlaydi. Salbiy ta’sirlarni seza boshlagan inson endi o‘z sog‘ligi hayoti “xavfsiz”ligini himoya qilishni boshlaydi.

Turizm sohasining shakllanishi va rivojlanishida insonlarning ehtiyojlari muhim omil hisoblanadi. Aynan ehtiyoj inson faoliyatining boshlang‘ich nuqtasidir. Turistik ehtiyojlar esa odamlarning dam olish, yangi joylarni ko‘rish, madaniy-ma’naviy boyish, salomatlikni tiklash yoki sarguzasht izlash kabi ichki rag‘batlari natijasida yuzaga keladi.

Turistik ehtiyoj-bu insonning kundalik yashash muhiti tashqarisida vaqtincha joylashish, hordiq chiqarish, madaniy va estetik zavq olish, bilimini boyitish, ijtimoiy aloqalarni kengaytirish kabi ichki ehtiyojlarining majmui bo‘lib, bu ehtiyojlarni qondirish uchun turizm xizmatlaridan foydalanish zarurati tug‘iladi.

Turistik ehtiyojlar insonning psixologik, ijtimoiy va madaniy darajasiga bevosita bog‘liqdir. Masalan, bir inson uchun tabiat qo‘ynida dam olish zarur bo‘lsa, boshqasi tarixiy obidalarni ko‘rishga ehtiyoj sezadi. Bu ehtiyojlar har xil omillar ta’sirida shakllanadi:

- iqtisodiy rivojlanish darajasi;
- shaxsiy daromad va bo‘sh vaqt;

- ma’naviy-ma’rifiy intilishlar;
- reklama va ommaviy axborot vositalarining ta’sir;
- ijtimoiy muhit va turmush tarzi.

Talab-bu ehtiyojning aniq shakllangan, moddiy jihatdan ta’minlangan ko‘rinishi bo‘lib, u orqali shaxs o‘z ehtiyojini qondirish maqsadida pul to‘lab xizmatlarni sotib olishga tayyor bo‘ladi. Shunday qilib, turistik ehtiyoj mavjud bo‘lishi bilan birga, talab faqatgina shaxsda moliyaviy imkoniyat mavjud bo‘lsa shakllanadi.

Turistik talabga ta’sir qiluvchi asosiy omillar:

- aholi daromad darajasi va iqtisodiy barqarorlik;
- narx darajasi va xizmatlar sifati;
- transport tizimining rivojlanganligi;
- turistik mahsulotlarning xilma-xilligi;
- mavsumiy omillar (masalan, yozgi ta’til davri);
- xavfsizlik va siyosiy barqarorlik.

Turistik ehtiyojlar mavjud bo‘lsa-da, har doim ham ular talabga aylanmaydi. Bu jarayon quyidagi bosqichlardan o‘tadi:

**Potensial ehtiyoj** odamda sayohat qilish istagi mavjud, lekin u hali amaliy shaklga ega emas.

**Faol ehtiyoj** sayohat qilish haqida aniq qaror qabul qilingan, ma’lumotlar izlanmoqda.

**Real talab** shaxs sayohat qilish uchun kerakli mablag‘ga ega va xizmatni xarid qiladi.

Turistik ehtiyojlar va talablar o‘zgaruvchan bo‘lib, ular global va mahalliy omillar ta’sirida dinamik ravishda rivojlanib boradi. Masalan, pandemiya yoki tabiiy ofatlar natijasida talab pasayishi mumkin, yangi texnologiyalar esa uni rag‘batlantiradi.

## 5.2. Bo‘sh vaqt, rekreatsiya, rekreatsiya turizmi va xalqaro turizmda turistik ehtiyoj

Turizmdagi barcha turlarda turist o‘ziga xos sharoitlarda dam oladi. Masalan, tarixiy-madaniy turizmda ham, ziyoratgoh turizmida ham, shuningdek, ekologik va boshqa turizm turlarida ham. Bu turizm turlaridagi turistik faoliyatda dam olish harakat davomida, harakatdan

to‘xtash vaqtida amalga oshiriladi. Rekreatsiya turizmida esa turistning dam olishi deyarli jismoniy harakatsiz amalga oshiriladi. Ya’ni, ekoturizmda ekoturistik harakat jismoniy harakati bilan tabiatda sayr qiladi, ziyoratchi ziyoratgacha harakat qiladi, ziyoratdan keyin dam oladi va h.k. *Turist rekreant esa o‘z xohishi, istagi bo‘yicha ma’lum ma’noda to‘liq dam oladi.*

Shu nuqtai-nazardan rekreatsiyaning mehnat, bosh (bekor) vaqtini ijtimoiy muhit mazmuni va rekreatsiyani biologik muhit mazmuni deb qabul qilish, bu muhitlar rekreatsiya turizmini hosil qilishni A.Yu.Aleksandrova yaxshi tushuntirgan. Shuningdek, chet ellik mutaxassislar ham mehnat, bo‘sh vaqt, rekreatsiya va turizm tushunchalarining o‘zaro munosabatlarini biri-biriga bog‘langan holda tushuntiradi. Lekin, bu yerdagi o‘zaro munosabatlar sal murakkabroq ko‘rinishda ifodalangan.

Xulosa qilganimizda rekreatsiya turizmdan ancha ustun turadi. Chunki, turizmning barcha yo‘nalishlarida rekreatsiya bor. Lekin, turizm rekreatsiyasiga asoslangan turizm yo‘nalishlarini boshqargani uchun uni “bosh vaqt industriyasi” deb ham atashadi. Turizmning ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati, uning keng qit’aviy chegaralarda ekanligi va ommaviyligi “mehnat”, “bosh vaqt”, “rekreatsiya” va “turizm” tushunchalari bilan asoslanadi. Ushbu asosda turizm bilan rekreatsiya o‘rtasidagi farq ularning umumiy bir maqsadini ko‘zlaganligi uchun bilinmay ketadi.

Rekreatsiya yuqorida qayd qilinganidek, kundalik turmush, hayot kechirish chegaralarida qisqa muddatli dam olishni quvvatlaydi. Turizm esa ancha qisqa muddatli rekreatsiya va rekreatsiyaning elementlari bo‘lgan ko‘ngilochar o‘yinlar, ermak topish, sayr qilish, dam olishni ommaviylashtiradi, shu bilan rekreatsiyani o‘zining muhim tarmog‘iga aylantiradi.

Turistik faoliyat har doim ham rekreatsion jarayon bo‘la olmagani kabi, rekreatsiya ham har doim turizm shaklida namoyon bo‘lmaydi. Bu ikki tushuncha bir-biriga yaqin bo‘lsa-da, ularning o‘zaro bog‘liqligi va farqlari mavjud. Ish faoliyati va bo‘sh vaqt o‘rtasidagi aniqlangan

chegaralar asosida shakllanadigan “jiddiy bo‘sh vaqt” tushunchasi aynan turizm va rekreatsiya faoliyatining o‘zaro ta’sirini ifodalaydi.

Rekreatsiya turizmi insonning ruhiy va jismoniy jihatdan tiklanishiga qaratilgan faoliyat bo‘lib, uning obyekti sifatida turli tabiiy va moddiy resurslari, rekreatsion tizimlar, jarayonlar va xizmatlar qaraladi. Bu yerda nafaqat tabiat manzaralari, balki dam olish uchun yaratilgan infratuzilma, xizmat ko‘rsatish sifati, tibbiy-sog‘lomlashtirish imkoniyatlari va psixologik yengillik beruvchi sharoitlar ham muhim rol o‘ynaydi.

Rekreatsiya turizmining asosiy maqsadi inson salomatligi va ruhiy holatini tiklash uchun zarur shart-sharoitlarni yaratishdan iborat. Qisqa muddatli rekreatsion dam olishlarning tizimli tashkil etilishi aynan rekreatsiya turizmining shakllanishiga olib keladi.

Ushbu yo‘nalishning asosiy vazifasi jamiyat a’zolarining ruhiy va jismoniy holatini mehnatga layoqatli holatga qaytarish, dam olish yo‘li bilan inson salohiyatini tiklashga xizmat qiluvchi rekreatsion turistik tizimlarni shakllantirishdir.

Shu boisdan, rekreatsion turizmni rivojlantirishda eng dolzarb masalalardan biri turistik rekreatsion tizimlarni yaratish, rekreatsiyaga xizmat qiluvchi infratuzilmalarni rejalashtirish hamda ularni zamon talablariga mos holda tashkil etishdan iboratdir. Bu tizimlarda inson ehtiyojlariga javob beruvchi sifatli dam olish sharoitlari yaratilishi lozim.

Mazkur kontekstda “dam” va “bo‘sh vaqt” tushunchalari alohida e’tiborga loyiqdir. Ikkala atama bir-biriga yaqin bo‘lishiga qaramay, ilmiy adabiyotlarda ular semantik nuqtai-nazardan farqlanadi. “Dam” tushunchasi ko‘pincha “mehnat” bilan bog‘liq holda qo‘llanadi, ya’ni, mehnatsiz damning bo‘lmasligi singari, dam ham mehnat ortidan shakllanadi. Shunday qilib, dam olish mehnat faoliyatining zaruriy qarama-qarshi elementi sifatida qaraladi.

Mutlaq mehnat inson organizmidagi bioenergiya zaxiralarining kamayishiga olib keladi, bu esa sog‘lomlik darajasining pasayishidan tortib, kasallik holatlari va hatto hayot uchun xavfli inqirozlarga sabab bo‘lishi mumkin. Bu jarayonda organizmning tabiiy qarshilik reaksiyasi sifatida charchoq va holsizlanish yuzaga chiqadi. Aynan shu bosqichda

dam olish zarur bo‘lgan biologik va psixologik ehtiyoj sifatida namoyon bo‘ladi. Tana faqat dam olish va tiklanish orqali mehnatga layoqatli holatini saqlab qola oladi.

Shu bilan birga, shuni ham alohida ta’kidlash lozimki, mutlaq dam olish ham organizm uchun xavfsiz emas. Agar inson faqat dam olish bilan chegaralanib, hech qanday faol mehnat qilmasa, bu holat ham moddalar almashinuvining susayishiga va umumiy kuchsizlikka olib keladi. Ya’ni, charchoq nafaqat haddan tashqari mehnat, balki faqat dam olish natijasida ham yuzaga kelishi mumkin. Shu bois organizmdagi moddalar almashinuvi va bioenergetik barqarorlikni ta’minlash uchun mehnat ham, dam olish ham zarur.

Mehnat va dam olishni ajralmas tizim sifatida qarash insonning biologik va ijtimoiy hayot shakllaridagi eng muhim tamoyillardan biridir. Bu ikki jarayon bir-birini to‘ldiradi va organizmning tabiiy ritmiga mos ravishda kechadi.

“Dam” tushunchasi ko‘proq biologik jarayon bilan bog‘liq bo‘lsa, “bo‘sh vaqt” esa ijtimoiy mazmunga ega bo‘lib, insonning jamoadagi o‘rni, uning ijtimoiy faoliyati, ruhiy holati va madaniy-estetik ehtiyojlarini ifodalaydi. Bo‘sh vaqt mazmuni odamlarning hayot tarzi, estetik qarashlari, ijtimoiy normalar, an’analar va qadriyatlar bilan chambarchas bog‘liq bo‘lib, ularni saqlash, rivojlantirish va takomillashtirishga xizmat qiladi.

Germaniyalik olim I.T.Kol o‘zining «Jamoaviy harakatlar va ular yaratgan ko‘ngilochar xizmatlar hamda suv kurortlari» asarida dam olishning eng samarali shakli sifatida rekreatsiya jarayonini chuqur tadqiq etgan. Unga ko‘ra, rekreatsiya bu mehnatdan so‘ng, imkon qadar tabiat bag‘rida qisqa muddatli (asosan yakshanba kuni yoki bir necha kun davomida) dam olish shaklidir. Rekreatsiyaning asosiy maqsadi insonning jismoniy va ruhiy salohiyatini tiklash, uni mehnatga layoqatli holatga qaytarishdan iboratdir.

«Rekreatsiya» atamasi lotin tilidagi “recratio” so‘zidan olingan bo‘lib, “tiklanish” ma’nosini anglatadi. Fransuz tilida bu atama “recreation” shaklida yoziladi va ko‘ngilochar mashg‘ulotlar, dam olish, ishdan bo‘sh vaqt davomida faoliyat turini o‘zgartirish, shuningdek,

ushbu faoliyat amalga oshiriladigan joy va sharoitlar majmuasi sifatida talqin qilinadi. Har ikkala holatda ham rekreatsiya-bu nafaqat insonning jismoniy va ruhiy tiklanishini, balki ushbu jarayonni amalga oshirish makonini ham ifodalaydi.

Turistik faoliyat, odatda, bo‘sh vaqt (ya’ni, mehnat faoliyatidan tashqari payt) davomida amalga oshiriladi. Shu bois rekreatsiya va turizm tushunchalari o‘zaro chambarchas bog‘liq bo‘lib, ularni to‘g‘ri anglash uchun inson hayotida vaqtni mazmunli, samarali o‘tkazishdagi biologik va ijtimoiy-iqtisodiy mohiyatini tahlil qilish lozim.

Atamalar nuqtai-nazaridan, «dam olish» ko‘proq ijtimoiy muhitda ro‘y beruvchi hodisa bo‘lsa, «bo‘sh vaqt» insonning biologik ehtiyojlariga mos tarzda shakllanadigan vaqt fazosidir. Ikkisi bir-birini to‘ldiradi, ammo mazmunan farqlanadi.

Rekreatsiya tushunchasi o‘z ichiga keng turdagi faoliyatlarni oladi. U qisqa muddatli (ish jarayonida yuzaga keladigan qisqa dam olish) va uzoq muddatli (hafta oxiri, bayramlar, ta’til kunlari) shakllarda bo‘lishi mumkin. Qisqa muddatli rekreatsiya ma’lum tartib va chegaralar doirasida amalga oshiriladi, uzoq muddatlisida esa kundalik odatiy faoliyat to‘liq o‘zgaradi va inson rekreatsion muhitga kiradi.

Turizmning ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati, uning ommaviyligi, iqtisodiy ta’sir ko‘lami va madaniy ahamiyati bu sohani quyidagi tushunchalar: “dam olish”, “bo‘sh vaqt”, “rekreatsiya” va “turizm” bilan chambarchas bog‘liqligini ko‘rsatadi. Ayni paytda, bu tushunchalar o‘zaro bog‘liq bo‘lsa-da, ular to‘la bir-birini qamrab olmaydi. Masalan, ishchanlik turizmi ishlab chiqarish ehtiyojlaridan kelib chiqib, asosan ish vaqtida amalga oshiriladi. U rekreatsion maqsadlarga xizmat qilmaydi, biroq u ham turizm faoliyatining bir turi hisoblanadi.

Shu nuqtai-nazardan, rekreatsiya va turizm o‘rtasidagi qisman kesishuv rekreatsiya turizmi shaklida namoyon bo‘ladi. Boshqacha aytganda, barcha turizm turlari rekreatsiya hisoblanmaydi va barcha rekreatsion faoliyatlar turizm shaklida bo‘la olmaydi.

Dam olish turlari odatda o‘zaro bog‘liq holda, ya’ni, kompleks (majmuali) shaklda namoyon bo‘ladi. Ayniqsa, sayohat jarayonida dam olish turlari bir vaqtning o‘zida yoki ketma-ketlikda amalga oshadi. Shu

sababli, “rekreatsiya”, “rekreatsion faoliyat” va “rekreatsion xizmatlar” atamalari o‘zaro yaqin bo‘lishiga qaramay, mehnat sharoitlarining o‘zgarishi, bo‘sh vaqt tarkibi va mazmunining farqlanishi bilan bu tushunchalar aniq, mustaqil ma’nolarga ega bo‘ladi.

Zamonaviy hayotda og‘ir mehnatdan keyin tiklanish uchun dam olish, avvalambor, insonning doimiy yashash joyida amalga oshiriladi. Bu holat hozir ham mavjud. Biroq kunlik, haftalik, oylik yoki yillik mehnat faoliyatining jamlanib borishi inson salomatligini saqlash zaruratini kuchaytiradi. Natijada, dam olishni samaraliroq o‘tkazishga bo‘lgan ehtiyoj o‘rtadi. Shuningdek, bunday samarali dam olish imkoniyatlarini ta’minlaydigan moddiy-iqtisodiy sharoitlar mavjud bo‘lsa, insonlar san’atoriy-kurort tipidagi rekreatsion muassasalarni tanlay boshlaydilar.

Shuning uchun, inson hayot faoliyatining o‘ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqib bo‘sh vaqtni mazmunli tashkil etishga intilishi “rekreatsiya”, ushbu faoliyat turlari esa “rekreatsion faoliyat” deb nomlanadi.

Dam olish turli rekreatsion mashg‘ulotlardan iborat bo‘lib, ularni nafaqat uy sharoitida, balki boshqa hududlarda ham amalga oshirish mumkin. Rekreatsiya holatining shakllanishi uchun inson uyidan chiqib, maxsus rekreatsion makonga borishi lozim, bu esa o‘z ichiga turizm va ekskursiya elementlarini oladi. Boshqacha aytganda, turizm dam olish shakli sifatida rekreatsiyaning tarkibiy qismi hisoblanadi. Xuddi shuningdek, ekskursiyalar ham rekreatsion faoliyat turiga kiradi.

Shunday qilib, rekreatsiya turizmi bu insonning mehnat faoliyatidan bo‘sh vaqtida salomatligini tiklash, dam olish va ma’naviy boyish maqsadida amalga oshiradigan faoliyati bo‘lib, unda turizm, ekskursiya va boshqa dam olish shakllari uyg‘unlashgan holda kechadi.

Insonning rekreatsion faoliyatini tasniflash masalasi o‘zining murakkab va ko‘p qirrali tabiati bilan ajralib turadi. Chunki rekreatsiya har bir individning ehtiyojlari, qiziqishlari, salomatlik holati va jamiyatdagi o‘rniga qarab shakllanadi. Shu bilan birga, rekreatsion faoliyatlar turizm turlari bilan bog‘liq holda ham amalga oshirilishi

mumkin. Bunday holatlarda rekreatsion faoliyat turlari yanada kengayadi va murakkab tasniflash tizimini talab etadi.

Shu boisdan, rekreatsion faoliyatni guruhlash yoki jamoaviy tasniflash orqali tahlil qilish nisbatan qulayroq va tushunarliroq yondashuv hisoblanadi. Bu yondashuv orqali asosiy faoliyat yo‘nalishlarini aniqlash va ularni tizimli ravishda o‘rganish imkoniyati yaratiladi.

Rekreatsion faoliyatni jamoaviy ko‘rinishda quyidagicha tasniflash mumkin:

**Tashkiliy rekreatsion faoliyat**-bu insonning madaniy-ijtimoiy tizimida mavjud bo‘lgan me’yor va standartlarga mos holda, salomatlikni tiklash va jismoniy kuchlarni tiklashga qaratilgan dam olish shakllarini o‘z ichiga oladi. Bunday faoliyatlar odatda san’atoriy-kurortlarda, sog‘lomlashtirish markazlarida, sayohat va ekskursiyalar doirasida tashkil etiladi.

**Individual rekreatsion faoliyat (ichki tashabbusga asoslangan)** bu-shaxsning o‘z tashabbusi bilan tanlagan, ruhiy va jismoniy tiklanishga qaratilgan faoliyatlar yig‘indisidir. Ushbu faoliyat shakllari erkin, rasmiy tashkilotchilarsiz amalga oshirilishi mumkin va ko‘proq shaxsiy ehtiyojlar, xohish-istaklar asosida shakllanadi (masalan, yakka yurish, meditatsiya, sport bilan shug‘ullanish, tabiatda dam olish va b.).

Ushbu tasnif rekreatsiyaning ommaviy va shaxsiy ko‘rinishlarini ajratish imkonini beradi, hamda insonning biologik tiklanishi bilan bir qatorda ijtimoiy-psixologik muvozanatini ham ta’minlashga xizmat qiladi.

Rekreatsiya faoliyatining ko‘p qirrali tabiati uni turli yo‘nalishlarda tasniflash zaruratini yuzaga keltiradi. Rekreatsiyaning har bir yo‘nalishi inson salomatligi, jamiyat farovonligi, iqtisodiy o‘sish va ekologik muvozanatni saqlashda muhim o‘rin tutadi.

Quyida **rekreatsion faoliyatning asosiy guruhlari** keltirilgan:

- *tibbiy-biologik rekreatsion faoliyat*. Bu yo‘nalish san’atoriy-kurortlar, sog‘lomlashtirish maskanlari va rekreatsion sog‘liqni tiklash markazlarida amalga oshiriladigan faoliyatlarni qamrab oladi. Asosiy maqsad insonning sog‘lig‘ini tiklash, kasalliklarni oldini olish va

umumiy jismoniy holatini yaxshilashdir. Rekreatsiya turizmi aynan shu yo‘nalish orqali sog‘lomlashtirish va dam olishni uyg‘unlashtiradi.

- *ijtimoiy-madaniy rekreatsion faoliyat.* Mazkur faoliyat shakli mehnatkashlarning ruhiy-psixologik holatini tiklash, ishchanlik salohiyatini oshirish va ijtimoiy barqarorlikni ta’minlashga xizmat qiladi. Ayniqsa, **ijtimoiy turizm** va **madaniy rekreatsiya** orqali stress darajasi pasayadi, asabiy zo‘riqishlar kamayadi hamda ko‘plab kasalliklarning oldi olinadi. Bu faoliyat jamiyatdagi ijtimoiy uyg‘unlikni ta’minlovchi muhim omillardan biridir.

- *iqtisodiy rekreatsion faoliyat.* Rekreatsiyaning iqtisodiy ahamiyati quyidagi yo‘nalishlarda namoyon bo‘ladi:

- mahalliy xo‘jalik subyektlarining faoliyati jonlanadi;
- aholining ish bilan bandligi o‘rtadi;
- rekreatsion obyektlar joylashgan hududlarda aholi daromadlari oshadi;
- xorijiy turistlarga ko‘rsatilgan xizmatlar orqali valyuta tushumlari shakllanadi. Shu jihatdan, rekreatsiya iqtisodiy rivojlanishning yangi drayveriga aylanishi mumkin.

- *siyosiy rekreatsion faoliyat*. Rekreatsiyaning siyosiy funksiyasi xalqlar o‘rtasidagi o‘zaro anglashuv, madaniy almashinuv va do‘stona munosabatlarni mustahkamlashga qaratilgan. Turizm orqali millatlar bir-birini yaqindan taniydi, bu esa global barqarorlik va tinchlikka xizmat qiladi.

- *ekologik rekreatsion faoliyat.* Ushbu yo‘nalish insonning tabiat bilan uyg‘unlikda dam olishini va ayni paytda atrof-muhitni asrashga ongli yondashuvni shakllantirishni o‘z ichiga oladi. Rekreatsion faoliyat orqali ekologik madaniyat va mas’uliyat shakllanadi, tabiatni muhofaza qilishga ijobiy ta’sir ko‘rsatiladi.

Rekreatsiya va rekreatsion faoliyat insonning hayotiy ehtiyojlari, ishlab chiqarish kuchlari, resurslari almashinuvi va tashqi muhit omillari bilan chambarchas bog‘liq ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarda shakllanadi.

Shu bois, rekreatsiya turizmining mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy hayotidagi ahamiyatini aniqlashda, birinchi navbatda aholining jismoniy

va ruhiy tiklanishini ta’minlovchi obyektlar va xizmatlar turlarini kengaytirish, ularni tasniflash va tavsiflash dolzarb vazifa bo‘lib qolmoqda.

Rekreantlarning xarajatlarini har bir rekreatsiya obyektlarida qoldirishimizning juda katta imkoniyatlari bor. Buning uchun esa birinchi navbatda mamlakatimizdagi barcha rekreatsiya makonlarini, obyektlarini ro‘yxatga olish tavsifini yozib chiqish, xalqaro va ichki turizmda foydalanish darajalarini aniqlash, reklama va turmarshrutlarini turizm bozoriga chiqarish talab qilinadi.

Rekreatsiya ehtiyojlarini o‘rganish va uni hududiy jihatdan to‘g‘ri tashkil etish davlat ahamiyatiga molik masalalardan biridir. Bu jarayonni samarali amalga oshirish uchun hududlar dam olish hududlari sifatida ajratilganda, birinchi navbatda tabiiy-geografik omillar emas, balki aholining real ehtiyojlari asosiy mezon sifatida e’tiborga olinishi lozim.

Chunki har bir mintaqada yashovchi aholining rekreatsiyaga bo‘lgan ehtiyojlari tarixiy, ijtimoiy va madaniy omillar ta’sirida shakllangan. Bu ehtiyojlar mintaqaning turmush tarzi, mehnat faoliyati, milliy qadriyatlari va hayotiy tajribasi bilan bog‘liq holda rivojlanadi. Shuning uchun ham rekreatsiya hududlarini tashkil qilishda aholining madaniy-ijtimoiy xususiyatlari, dam olishdagi ustuvor yo‘nalishlari va psixologik holatlari chuqur tahlil qilinishi zarur.

Mazkur yondashuv asosida rekreatsion faoliyatni tashkil etish nafaqat fuqarolarning sog‘lomlashtirish ehtiyojlarini qondiradi, balki hududiy barqarorlik, ijtimoiy farovonlik va iqtisodiy rivojlanish uchun ham zamin yaratadi.

*Rekreatsiya ehtiyoji* insonning hayoti faoliyati jarayonida yo‘qotilgan ruhiy va jismoniy mehnat qobiliyatini va sog‘ligini tiklashga bo‘lgan ehtiyoji hisoblanadi. Rekreatsion ehtiyoj alohida tizim bo‘lib, odamlarning hayoti faoliyatini tashkil qilishda quyidagi 3 darajaga bo‘linadi:

*1. Jamoaviy rekreatsiya ehtiyoji* jamiyatning barcha a’zolarining mehnat qobiliyati va sog‘ligini tiklovchi, ularning har tomonlama, jismoniy va ruhiy tiklanishini aniqlovchi, rekreatsiya tarkibining hududiy tashkillanish shakli hisoblanadi.

*2. Guruhli rekreatsiya ehtiyoji* aholining ma’lum ijtimoiy-iqtisodiy, professional va yosh guruhlarining rekreatsiyaga bo‘lgan talablarini qondiradi. O‘ziga xos bo‘lgan rekreatsiya ehtiyojiga ko‘pincha oilalar talabgor bo‘ladilar. Shuningdek, ma’lum bir guruhlar davolanish, sog‘likni tiklash, bilish bo‘yicha maslakdosh, fikrdosh bo‘ladilar. Masalan, hozir jahon bo‘yicha keksalarning rekreatsiyaga bo‘lgan ehtiyojlari yildan-yilga o‘sish ko‘rsatkichlariga ega bo‘lib bormoqda.

*3. Yakka (individual) rekreatsiya ehtiyoji* yakka shaxsning dam olish, jismoniy tiklanish talablaridir. Bunda inson faqat o‘zining rekreatsiya talablarini qondiruvchi rekreatsiya markazlarini yoki xizmatlarini tanlaydilar.

Rekreatsiya ehtiyojlarining shakllanishiga ko‘plab omillar sabab bo‘ladi va ular quyidagicha guruhlanadilar:

*1. Ijtimoiy-iqtisodiy omillar:*

- ishlab chiqarish kuchlarining rivojlanishi darajasi;
- farovonlik darajasini ishlab chiqarish darajasi;
- shu jumladan, xizmatlarni ham;
- turizm va dam olish sohalarining rivojlanish darajasi;
- tovarlar va xizmatlarni sotish baholari va darajalari;
- rekreatsiya baholari darajalari;
- transport vositalari va transport infratuzilmalarining rivojlanish darajalari;
- mehnat ta’tillarining uzoq muddatliligi;
- rekreatsiya markazlari, hududlari va rayonlarining va ularga marshrutlar haqidagi axborotlar va reklamalar qo‘yilishi;
- aholining ijtimoiy va malakaviy tarkibi;
- aholining madaniy hayot kechirishi darajalari;
- aholining harakatchanligi;
- milliy an’analar.

*2. Demografik omillar* shahar va qishloq aholisining nisbatlari (urbanizatsiya) darajalari; aholining jinsiy tarkibi; aholining tarkibiy yoshlari; aholining tarqalishi xususiyatlari.

*3. Tibbiy-biologik omillar* aholining sog‘ligi holatlari darajalari; sport-sog‘lomlashtirish tadbirlariga ehtiyojlari darajalari.

*4. Tabiiy omillar* inson yashayotgan tabiiy mintaqaga, hududga, tog‘ga, o‘rmonga, daryoga, iqlim mavsumlariga, dengizga, flora va faunaga qiziqishi darajalari va ularga nisbatan geografik joylanishni tanlash xususiyatlari.

## 5.3. Xalqaro turizmda turistik ehtiyoj va talab haqidagi nazariyalar

Jamiyatimizdagi har bir inson o‘zining hayoti davomida nimagadir ehtiyoj sezadi. Birinchi ehtiyojlar o‘zining tabiatiga muvofiq jismoniy ehtiyojlar hisoblanadi. Bu ehtiyojlar insonning tug‘ilish yoshidan boshlanib, to umrining oxirigacha davom etadi.

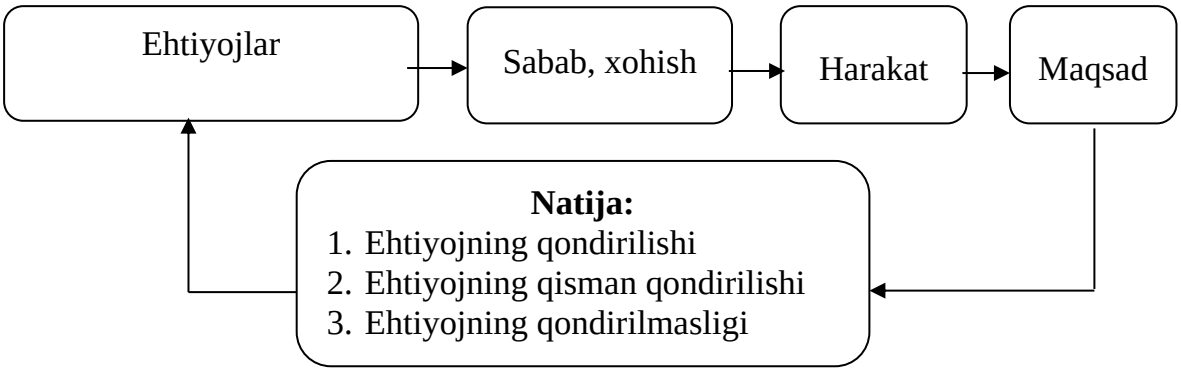
Insonning ikkinchi ehtiyoji ruhiy (psixologik) ehtiyoj deb ataladi, ya’ni, inson o‘zining hayoti davomida xizmatlarini, jamoada e’tiborliligini, talantini va boshqalarni atrofdagilarning tan olmasligini ba’zida to‘g‘ri, ba’zida resurslari qabul qiladi va eziladi, ruhiy stressga uchraydi. Aqlli, irodali inson birinchi ehtiyojni o‘zining rejali harakatlari bilan hal qila oladi (a’lo, o‘rtacha, qoniqarli darajalarda). Birinchi ehtiyojni hal qilmasdan yashashning iloji yo‘q, ochlikdan olishni biladi.

Ikkinchi ruhiy ehtiyojni ham insonlar har xil darajalarda qondirishadi. Biri jamoadagi oxirgi o‘rinlardan qat’iyatligi, irodasi va mehnati bilan oldingi o‘rinlarga chiqib olsa (ilg‘or, tajribali, yaxshi ishchi) ikkinchisi, irodasizlik va o‘zini boshqara bilmaslik natijasida jamoadan ajralib qolishi ham mumkin. Xalqaro turizmda bunday insonlar turistik faoliyatga chiqa olishmaydi.

Ko‘plab kishilar bolaligidan bizning tilimiz bo‘yicha “ancha pishiq-uddaburon” bo‘ladi va hayoti davomida ijtimoiy, ma’naviy va moliyaviy ko‘rsatkichlari bo‘yicha hamisha gohida birinchilar, gohida o‘rtalikni egallab yurishadi. Bular xalqaro turistik oqimning turistlari hisoblanadi.

Xalqaro turizmda turistik oqimni tashkil qiluvchilarni bashorat qilishda insonning yuqorida qayd qilingan ehtiyojlarini ko‘plab chet ellik olimlar o‘rganishgan. Bu tadqiqotlarda inson o‘zidagi charchoqni sezib,

dam olish uchun kurortni tanlaydi, lekin u tanlagan kurortda ob-havo keskin o‘zgarib uning xohishidagi dam olishni ta’minlay olmasligini sezadi, shu bilan birga baribir ham u ta’til vaqtini yo‘qotishdan qorqib kurortga boradi. Bunday kishilarning o‘z ehtiyojini to‘liq qondira olmaganligini olimlar o‘rganishgan. Shuningdek, insonning ehtiyoji uning xohishiga ham bog‘liq bo‘ladi (5.1-rasm).




***5.1-rasm. Ehtiyojlar orqali sabab, xohishning kelib chiqishi va har xil natijalar modeli***

Ya’ni, amerikalik bir katta kompaniya rahbariyati yil boshida kimki topshirilgan rejani to‘liq sifatli bajarsa, kompaniya hisobidan oilasi bilan Gavayi orollariga dam olishga borishini, xarajatlar kompaniya tomonidan to‘liq qoplanishiga va’da beradi. Ish boshlandi, kompaniya rahbarlarini hayron qoldirgan natijalar kelib chiqdi. Kompaniyaning eng ilg‘or agentlari ham zimmasiga topshirilgan rejani bajarishga harakat ham qilishmadi. Kompaniya rahbarlari aniqladiki, Gavayi orollariga oilasi bilan bepul boradiganlarning ehtiyoji yo‘q ekan. Demak, ular Gavayi orollarida hatto bepul dam olishni ham xohlamas ekanlar. Bu holatni o‘rganish ham xalqaro turistik oqimni tashkil qiluvchi.

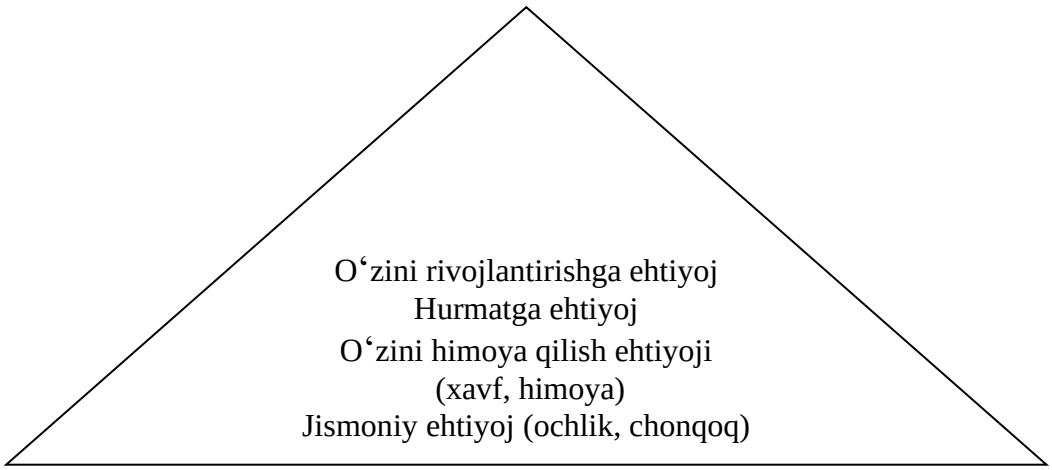
Mazkur model turizmga qiziqayotgan shaxslar va sayohatchilarni turistik faoliyat turlarini ongli ravishda, aniq va maqsadli tanlashga yo‘naltiradi. Bu yondashuv turizmni faqat tasodifiy tanlov emas, balki ongli ehtiyoj va qiziqishlar asosida shakllanuvchi faoliyat sifatida ko‘rsatadi.

Turizm rivojlangan davlatlar tajribasidan ma’lumki, turizm firmalari, kompaniyalari, agentliklari va tashkilotlari hech qachon tavakkalga turpaketlar yoki reklama mahsulotlarini yaratmaydi.

Aksincha, ular o‘z mamlakatidagi hamda xalqaro bozordagi aholining turizmga bo‘lgan talab va ehtiyojlarini chuqur o‘rganadi. Bu orqali turistik mahsulotlar aniq maqsadli auditoriyaga moslashtirilgan, ehtiyojga yo‘naltirilgan va raqobatbardosh shaklda ishlab chiqiladi.

Shunday yondashuv bozordagi talab va taklif muvozanatini ta’minlaydi, turistlarga moslashtirilgan xizmat ko‘rsatishni yo‘lga qo‘yadi va turizm sektorining barqaror rivojlanishiga zamin yaratadi.

Ehtiyoj, sabab, xohish va o‘zini o‘zi rag‘batlantirish ruhiy sabab, xohish nazariyasining asosiy tushunchalari hisoblanadi. Bu yo‘nalish bo‘yicha tadqiqotlar yarim asrdan ziyod vaqtda o‘tkazilmoqda. Baribir insonlarni harakatga nima qiziqtiradi va majburlaydi?, oldiga qo‘yga maqsadga erishish uchun ular o‘z kuchlarini qanday sarflaydilar, qayirga yo‘naltiradilar kabi savollarga asosli javoblarni topganicha yo‘q.




***5.2-rasm. Ehtiyojning o‘sib borishi (A.Maslou)***

Ruhshunoslar shaxsning sabab, xohishini tushuntiruvchi ko‘plab nazariyalar yaratishgan. Bu nazariyalar ichida Zigmund Freyd va Abraham Masloularning nazariyalari ancha tushunarli hisoblanadi (5.2-rasm). Ruhiy tahlilning asoschisi Avstraliyalik tabib-ruhshunos Z.Freydning xulosalari bo‘yicha odamlar o‘zlarining harakatlarini keltirib chiqaruvchi ruhiy kuchlarini tushunmaydilar va bilmaydilar. Kimlarningdir gaplarini eshitib, hatto inson uchun foydali va zarur bo‘lgan qandaydir mevani ham yeyishmaydi, bolalariga ham olib bermaydi.

Bunday kishilarda turizmga, turistik faoliyatga qiziqish juda kam bo‘ladi. Ularning fikricha qandaydir obyektni ko‘rish uchun uzoq

davlatlarga borish bemanilikdek tushuniladi. Hayoti davomida ham juda ko‘p chalkash fikrlarni ko‘tarib yuradi. Chunki ularda ruhiy ehtiyojlar shakllanmagan. Shuning uchun ham xalqaro turoperatorlar o‘zga davlatlardagi aholining ehtiyojga bo‘lgan sabab, xohishlarini, qondirishga qiziqishlarini, harakat qilishlarini o‘rganadilar. Ruhiy ehtiyoj ko‘p hollarda xayoliy rejalar tuzishdan iborat bo‘lganligi uchun ham, asosan qondirilmasdan qoladi.

## 5.4. Xalqaro turizmda turistik talabning xususiyatlari

Xalqaro turizmda turistik talab majmualilik, mavsumiylik, dinamik va har xil xususiyatlariga ega. Turistik talab jamiyatning rivojlanib borishi bilan o‘zgarib boradi, ba’zilari eskirib yo‘qoladi, ularning o‘rnida yangilari kelib chiqadi. Tomas Kukning turizmni tashkil qilganidan keyin juda ko‘plab davlatlarda birdaniga turizm xizmatlari tashkil qilina boshlandi, xalqaro turistik oqim yildan-yilga ko‘tarilib bordi. Bu xalqaro turizmda turistik talabning birdaniga yuqoriga dinamik o‘sishi edi. 2019-yildagi pandemiya turistik talabni deyarli yo‘q qilish arafasiga olib keldi, davlatlar chegaralarini yopdi, aviaqatnovlar qat’iy chegaralandi, natijada xalqaro turistik oqimning miqdori keskin ravishda pasaydi, bu xalqaro turistik oqimning pastga dinamik o‘zgarishiga olib keldi. Xuddi shunday holatlar II-jahon urishidan keyingi davrlarda yuz berdi va h.k.

Xalqaro turizmdagi faollik jamiyatning iqtisodiy o‘sishiga ham bog‘liq. Jahondagi qaysi bir davlatlarning ijtimoiy-iqtisodiy o‘sishi shu davlat fuqarolarining xalqaro turizmdagi ulushi tobora ko‘payib boradi. Shu bilan birga davlatlar o‘rtasidagi kelishmovchiliklar va urush ham xalqaro turizmda turistik talabni pasaytirib yuboradi. O‘tgan asrning 60-yillarning boshida o‘rtacha yillik xalqaro turistik oqim 18% gacha ko‘tarilgan bo‘lsa, 1965-1970-yillarda Yaqin Sharqdagi davlatlarning urushlari sababli 8-2% gacha pasaydi.

Xalqaro turistik talabning majmualiligi va turli-tumanliligi shundan iboratki, xalqaro turist o‘zidagi turistik talab bilan boshqa bir davlatda turizmdagi boshqa xizmatlarga, boshqa turlarga qiziqib qolishi mumkin. Masalan, O‘zbekistonning tarixiy shaharlariga kelgan xalqaro turistlar, xalqimizning milliy merosi boyliklariga qiziqib, o‘zlarining

safar muddatlarini o‘zlari uzaytirishmoqda. Xivaning qadimiy yodgorliklari va Qoraqalpog‘istondagi qadimiy Xorazmshohlarning qalalari qoldiqlarini ko‘rishga kelgan turistlar Orol dengizining qurigan yerlarida qolib ketgan kemalar qabristonini ham ko‘rishni xohlashyapti va sayohat muddatlarini cho‘zishyapti.

Xalqaro turizmdagi yana bir turistik talab mavsumiylikdir. Mavsumiy turistik talab ko‘p hollarda iqlimning o‘zgarishidan kelib chiqadi. Masalan, O‘zbekistonga qish faslida xalqaro turistlarning kelishi, yani xalqaro turistik oqim keskin pasayib ketadi, sovuqdan kasallanishdan qo‘rqadi. Bu davlatlarda ichki turizm oqimi kuchayadi. O‘zbekistonda ham shunday, qishloq xo‘jalik ishlari tugaydi, aholimiz asosan shaharlarga safarlar uyushtiradi.

Xalqaro turizm bir davlat fuqarosining boshqa davlat hududiga vaqtincha safar qilishi bilan bog‘liq bo‘lgan turistik faoliyat bo‘lib, u tashqi iqtisodiy aloqalar, valyuta tushumlari, madaniy almashinuv va global harakatlanishning muhim omillaridan biridir. Bu jarayonda **turistik talab** alohida o‘rin tutadi va u milliy ichki turizm talabidan tubdan farq qiluvchi qator xususiyatlarga ega.

Xalqaro turistik talab to‘liq yoki qisman chet el valyutasi orqali ifodalanadi. Shu sababli, talabning shakllanishida:

- mamlakatlar o‘rtasidagi valyuta kurslari;
- milliy valyutaning barqarorligi;
- sayohat qiluvchi shaxsning valyuta zaxirasi va xalqaro to‘lov tizimlariga kirish imkoni asosiy rol o‘ynaydi.

Xalqaro turistik talab geosiyosiy va huquqiy cheklovlarga ham bog‘liq. Ichki turizmda mavjud bo‘lmagan qator cheklovlar xalqaro turizmdagi talabga bevosita ta’sir ko‘rsatadi:

- viza rejimi;
- pasport talablari;
- chegara va bojxona qonunchiliklari;
- siyosiy munosabatlar, sanksiyalar va boshqalar.

Masalan, ikki davlat o‘rtasidagi diplomatik muammolar turistlar oqimini kamaytiradi.

Xalqaro turizmda **masofa** katta ahamiyatga ega. Ushbu omil quyidagilarga ta’sir ko‘rsatadi:

- sayohat narxi (aviachipta, sug‘urta va b.);
- safar davomiyligi;
- turistning tanlovi va qaror qabul qilish jarayoni.

Yaqin davlatlarga bo‘lgan talab odatda yuqori bo‘lib, uzoq davlatlarga bo‘lgan talab yuqori narx va vaqt talablari tufayli cheklangan bo‘lishi mumkin.

Xalqaro turistik talab globallashuv, iqtisodiy inqiroz, sog‘liqni saqlash xavfi (pandemiya), tabiiy ofatlar, energiya narxlari (avia yoqilg‘i, yoqilg‘i narxi) kabi omillarga juda sezgirdir. Masalan, COVID-19 pandemiyasi davrida xalqaro sayohatlarga bo‘lgan talab keskin kamaygan bo‘lsa, pandemiyadan so‘ng «o‘rnini qoplash turizmi» (revenge tourism) orqali talab ko‘paydi.

Xalqaro talabda madaniy, ijtimoiy va reklama omillarining kuchli ahamiyati mavjud. Xususan, mamlakatning turistik imiji, brendlangan turistik mahsulotlari, madaniy jozibadorlik, yaratilgan sayohat tarixlari (bloglar, Instagram, YouTube orqali) kabi omillarga juda bog‘liq. Masalan, Fransiya, Italiya yoki Yaponiya kabi davlatlar o‘z turistik brendlari orqali uzoq yillardan buyon xalqaro talabni ushlab turishga erishgan.

Xalqaro turistik talab ko‘p qirrali va murakkab hodisa bo‘lib, u iqtisodiy, siyosiy, ijtimoiy va madaniy omillarning uyg‘unligida shakllanadi. Mazkur talabni tahlil qilish orqali turizm sohasida samarali strategiyalar ishlab chiqish, xizmatlar sifatini oshirish va xorijiy turistlar oqimini ko‘paytirish imkoniyati tug‘iladi.

### *Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*

1. Rekreatsiya ehtiyojlari qanday kelib chiqadi?
2. Inson hayotidagi xavf-xatarli muhitlar
3. Turistik ehtiyoj va turistik talabning kelib chiqishi.
4. Xalqaro turizmda turistik talabning o‘sishi yoki pasayishi
5. Xalqaro turizmda turistik talabning xususiyatlari

# VI BOB. YEVROPA TURIZMINING RIVOJLANISHI

***Tayanch so‘zlar:*** Yevropa turizmi, qit’a, materik, moda, tamaddun, sohil turizmi, issiq buloq, geyzerlar, vulqon, korrido, gastronomiya.

## 6.1. Yevropa turizmi haqida umumiy ma’lumotlar

Yevropa yer sharining Shimoliy yarim sharida joylashgan va iqtisodiy, siyosiy hamda madaniy rivojlangan qit’alardan biridir. Uning umumiy maydoni taxminan 10,3 million kvadrat kilometrni tashkil etadi. 2024-yil ma’lumotlariga ko‘ra, Yevropada 745 millionga yaqin aholi istiqomat qiladi. Qit’a hududida 48 ta mustaqil davlat mavjud bo‘lib, ularning 44 tasi Birlashgan Millatlar Tashkiloti (BMT) a’zosidir.

«Yevropa» nomi qadimgi yunon manbalarida eramizdan avvalgi VI asrlardan boshlab tilga olinadi. Bu atama dastlab faqatgina Egey dengizi atrofidagi hududlarga nisbatan qo‘llanilgan bo‘lsa-da, keyinchalik butun qit’aga nisbatan ishlatila boshlandi.

Yevropada xalqaro jihatdan «Yevropa tillari» deb yuritiluvchi ko‘plab tillar mavjud bo‘lib, qit’a aholisi 230 dan ortiq tilda so‘zlashadi. Ularning orasida slavyan, german va roman tillari eng ko‘p tarqalgan til guruhlari sifatida ajralib turadi.

Yevropa aholisi diniy jihatdan ham xilma-xildir. Umumiy statistikaga ko‘ra, 75% yevropaliklar xristian diniga, 8% islom diniga, 1% esa iudaizm (yahudiylik) diniga e’tiqod qiladi. Qolgan foizlar boshqa diniy oqimlar yoki dunyoviy (ateistik) qarashlarga mansub hisoblanadi.

Yevropaning 19 ta davlatida yagona pul birligi sifatida yevro (€) qo‘llaniladi. Bu davlatlar Yevro‘zonasi deb ataladigan iqtisodiy hududga kiradi. Ushbu davlatlar Yevropa Ittifoqi doirasida iqtisodiy integratsiyani chuqurlashtirish maqsadida yagona valyutani joriy qilgan.

Yevropa geografik jihatdan serdaryo va serko‘l hududlardan biri bo‘lib, ularning ko‘pchiligi iqtisodiy, ekologik va turistik ahamiyatga ega. Bu tabiiy resurslari nafaqat ichki suv ta’minoti va transportda, balki xalqaro turizmda ham muhim rol o‘ynaydi.

Yevropa hududidan oqib o‘tuvchi ko‘plab yirik daryolar mavjud bo‘lib, ularning ayrimlari qit’adagi eng muhim suv yo‘llaridir. Xususan:

***Volga*** Yevropaning eng uzun daryosi bo‘lib, Rossiya hududidan oqadi. ***Dunay*** Sharqiy va Markaziy Yevropa bo‘ylab oqib, 10 dan ortiq davlatlarni kesib o‘tadi. ***Ural*** Yevropa va Osiyo o‘rtasidagi tabiiy chegara sanaladi. ***Dnepr***, ***Don***, ***G‘arbiy Dvina***, ***Pechora***, ***Kama***, ***Oka***, ***Belaya***, ***Dnestr*** Sharqiy Yevropaning asosiy daryolari bo‘lib, transport, gidroenergetika va qishloq xo‘jaligida katta ahamiyatga ega. ***Reyn***, ***Elba***, ***Visla***, ***Oder***, ***Neman*** G‘arbiy va Markaziy Yevropa daryolari bo‘lib, sanoat va xalqaro yuk tashishda muhim hisoblanadi. ***Taxo***, ***Luara***, ***Ebro*** Janubiy Yevropadagi muhim daryolardandir.

Yevropada bir nechta tabiiy va muzlik kelib chiqishiga ega yirik ko‘llar mavjud. Ular ekologik tizim, ichimlik suvi manbai va turizm uchun ahamiyatlidir:

***Ladoga*** va ***Onega*** Yevropaning eng katta ko‘llari bo‘lib, Rossiyada joylashgan. ***Chud*** ko‘li Estoniya va Rossiya chegarasida. ***Venern*** Skandinaviya yarim orolida, Shvetsiyadagi eng katta ko‘l. ***Balaton*** Vengriyadagi yirik ko‘l bo‘lib, mashhur turistik maskanidir. ***Jeneva (Leman)*** Shveysariya va Fransiya chegarasida joylashgan ko‘rkam ko‘l bo‘lib, xalqaro turizmda keng mashhur.

Yevropa hududida faol geologik zonalar mavjud bo‘lib, ular turistlar uchun jozibador tabiiy manzara va hayajonli tajribalar manbaidir. Jumladan, Islandiya dunyodagi eng mashhur geyzerlar va faol vulqonlar joylashgan hudud bo‘lib, bu yerga minglab turistlar tashrif buyuradi. Geyzerlar va issiq manbalar sog‘lomlashtirish va ekoturizm uchun katta ahamiyatga ega.

***Apenin yarim orolida (Italiya) Vezuviy***, ***Etna*** kabi faol vulqonlar joylashgan bo‘lib, ular tarixiy va madaniy ahamiyatga ham ega. Pompey shahri vayronalari va Etna atrofidagi landshaftlar turizm uchun muhim obyektlardir.

Yevropaning boy gidrografik tarmog‘i va tabiiy geotermik obidalari nafaqat ekologik va iqtisodiy ahamiyatga, balki turistik jozibadorlikka ham egadir. Daryo, ko‘l va vulqonlar bilan boyitilgan bu qit’a, har yili millionlab xalqaro turistlarni o‘ziga jalb qiladi.

Yevropa turizmi jahondagi xalqaro turistlarning barcha ehtiyojlarini va talablarini qondiradigan turizm hisoblanadi. Bu qit'ada turizmning barcha turlariga millionlab turistlar kelishadi. Yevropa davlatlarida turizm xizmatlarini ko‘rsatishda birorta muammoni topa olmaysiz. Turizmning barcha xizmatlari, turizm infratuzilmalari turizmdagi klasslar bo‘yicha yaratilgan. Yevropadagi davlatlar tarixiy obidalarga boy, davlatlardagi xizmatlar go‘yoki faqat turistlar uchun yaratilgandek. Xalqaro turistlar uchun valyuta ayirboshlash yoki til muammolariga hech qachon duch kelishmaydi.

Yevropadagi davlatlar nafaqat turizm bilan mashhur balki, jahondagi mashhur moda markazlari (Parij, Milan, Berlin, Budapesht) bilan ham mashhur hisoblanadi. Bu markazlarning yangi modalarini ko‘rish uchun har yili millionlab modaga qiziqadigan insonlar tashrif buyurishadi. Yevropa davlatlaridagi turoperatorlar davlatlardagi turizm resurslarini, turizmdagi xizmatlarni, infratuzilmalarni, siyosiy muhitni, xalqlarning turizmga qiziqishlarini, muomala xulqini xullas bu davlatdan turistlarni olish va bu davlatlarga turistlarni taklif qilish masalalarini o‘rganishadi. Yevropaning mashhur turoperatorlari boshqa davlatlarda ham muvaffaqiyatli faoliyat yuritishadi.

Ular o‘zlari o‘rgangan davlatlarning turizmi haqida jahon mamlakatlari bo‘ylab reklamalar tarqatishadi, xalqaro turizm ko‘rgazmalariga ko‘plab davlatlarning mahsulotlarini qo‘yishadi. Masalan, Afrika mamlakatlarining deyarli barchasi (Misr Arab Respublikasi, Tunis, yana bir necha davlatlar) o‘zlarining turistik resurslari va turistik xizmatlari haqida xalqaro reklamalar va xalqaro marshrutlar ishlashni va jahon turizm bozoriga qo‘yishni yevropalik turoperatorlarga ishonib topshirishgan. Yevropaning eng mashhur, yetakchi turoperatorlari «Evolyuson Voyaj», DeltaTravel, va Asent Travel kompaniyalarida ishlashadi.

Yevropaning top turoperatorlari boshqa mamlakatlarda turib, xalqaro turistlarga turizm xizmatlarini va tur mahsulotlarini turli toifalarda (arzon, o‘rta, qimmat, lyuks) taklif etishadi. Masalan, yevropalik turoperatorlar siz xohlagan mamlakatdagi transport xizmatlari uchun mos vositalarni topib berish imkoniyatiga egalar (UAZ,

VAZ, Renault, Opel, Audi, Mazda, Toyota, Hyundai-Kia, Nissan, BMW, Chevrolet, Ford, Mercedes, Volkswagen va b.). Yevropa tur operatorlari hozirda savdo turizmi doirasida oltin, kumush, platina, gaz, benzin, paxta, g‘alla va uni qayta ishlash mahsulotlari, shakar, qahva, kauchuk, neft kabi tovarlar bilan savdo qilinadigan birjalar bilan hamkorlik qiladilar.

## 6.2. Yevropada turizm kuchli rivojlangan davlatlar

Xalqaro turizmning Yevropa rayonidagi davlatlarning barchasida turizmning rivojlanishi holatlarini bir mavzuda keltirish ancha muammoli hisoblanganidan biz Yevropada turizm eng kuchli rivojlangan davlatlar haqidagi ma’lumotlarni o‘rganamiz.

***Fransiya.*** Turizm Fransiya iqtisodiyotida muhim o‘rinni egallaydi. 1999-yillardan boshlab bu davlat xalqaro turizm ro‘yxatida deyarli birinchi o‘rinlarni egallab kelmoqda. Fransiya turizmidagi jozibadorlik shundan iboratki, bu davlatda diqqatga sazovor tarixiy-madaniy obidalar va betakror tabiat mintaqalari, dengiz sohillari mavjud. Iqlimi mo‘tadil bo‘lganligidan ichki turizmda ham, xalqaro turizmda ham turistik oqim pasaymaydi.

Parijdagi juda ko‘p sonli mashhur tarixiy obidalar bo‘lishligiga qaramasdan Fransiya xalqaro turizmida eng ommaviylashgani Eyfel minorasi hisoblanadi. Bu minora 1889-yildagi xalqaro ko‘rgazma ochilishidan oldin qurilgan. Eyfelning tasviri Fransiyaning 200 franklik puliga ham tushirilgan, bunday hurmatga faranglarning eng mashhur kishilari loyiq ko‘riladi. Eyfelga 1983-yilda 100 millioninchi xalqaro turist kelgan. Eyfelga eng ko‘p turist 1996-yilda 5,5 mln. xalqaro turist kelgan.

Turizm infratuzilmalari va turizm xizmatlari jahon talablari asosida tashkil qilingan. Fransiya turizmida 700 ming xizmatchi eng yuqori xizmatlarni ko‘rsatadi. Butunjahon turizm tashkiloti 2017-yilda Fransiyaga 86,9 mln. xalqaro turist tashrif buyurganligini va jahon turizmida birinchi o‘rinni egallaganligini elon qilgan. O‘shandan beri Fransiya bu birinchilikni egallab kelmoqda.



***6.1-rasm. Faranglarning faxri hisoblanuvchi Eyfel minorasi***



***6.2-rasm. Jahonning eng mashhur Luvr muzeyi***

Luvr dunyodagi eng yirik va eng mashhur muzeylardan biri. O‘rtacha yillik tashrif 5 mln. Muzey 160 106 $m^2$ maydonni egallagan bo‘lib, shundan 58 470 $m^2$da ekspozitsiyalar joylashgan. Luvr muzeyi turli tamaddunlar, madaniyatlar va davrlarga oid 300 mingga yaqin eksponatga ega, biroq bulardan atigi 35 mingtasi namoyish etiladi, xolos. Ko‘pgina eksponatlar asrab-avaylanishi uchun uchun ketma-ket oydan ortiq namoyish etilmaydi. Luvr 1793-yilda keng ommaga ochilgan ilk

muzey bo‘lgan. Luvr 1996-yilda eng ko‘p-4,7 mln. xalqaro turistni qabul qilgan. Hozirda o‘rtacha 3,3 mln. xalqaro turistni qabul qilmoqda.

Fransiyaning xalqaro turistlar eng ko‘p tashrif buyuradigan turistik obyektlari:

- Parij;
- Versal saroyi;
- Eyfel minorasi;
- Lion tarixiy markazi;
- Mon-Sen-Mishel qal’asi.
- Reym sobori;
- Lazurli qirg‘oq;
- Shimon va Monblan tog‘lari;
- Strasburg rojdestvo bozori;
- Disneyland, Asteriks, Vulqoniya attraksion parklari;
- Luvr muzeyi.

Butunjahon turizm tashkilotining hisoboti bo‘yicha (21-may 2024-y) xalqaro turizm COVID-19 gacha bo‘lgan ko‘rsatkichlarni 97% ga tikladi. 2023-yilda xalqaro turizmdan olingan foyda 1,5 trill. AQSh dollariga teng bo‘ldi. Yevropa-660 mlrd$, Yaqin Sharq-33% yuqoriga ko‘tarildi, Amerika pandemiyagacha bo‘lgan ko‘rsatkichlarni 97% yetkazdi. Afrikada bu ko‘rsatkich-95%, Osiyo tinch okeani regionida-78%.

Turizm va sayohatlar butunjahon Kengashining 2023-yil 18-yanvardagi hisoboti bo‘yicha Parij 2022-yilda xalqaro turizm va davlatning iqtisodiyotiga qo‘shgan hissasi bo‘yicha jahonda birinchi o‘rinni egalladi. Ushbu yilda Parijning Fransiya iqtisodiyotiga turizm orqali qo‘shgan hissasi 35,65 mlrd. dollar bo‘ldi. Ikkinchi o‘rinda Pekin-32,62 mlrd. dollar, uchinchi o‘rinda Orlando-31,1 mlrd. dollar, keyingi o‘rinlarda Shanxay-29,69 mlrd., Las-Vegas-22,99 mlrd., Nyu-York-21,09 mlrd., Tokio-17,97 mlrd., Mexiko-16,76 mlrd., London-14,92 mlrd., Guanchjou-13,15 mlrd dollar.

***Finlyandiya*** shimoliy iqlimga ega davlatlar orasida tog‘-chang‘i sporti va ekoturizmni rivojlantirish borasida to‘liq imkoniyatlarga ega mamlakat sifatida tan olingan. Minglab ko‘llar, dunyodagi eng zich

o‘rmonlar hamda dengiz bo‘yidagi hududlar yil davomida xalqaro sport ixlosmandlari va ekoturistlarni o‘ziga jalb qiladi.

Shimoliy shafaq manzarasini kuzatish uchun har yili yuz minglab ekoturistlar mamlakatga tashrif buyuradi. Qorbobo va Qorqizning vatani sanaluvchi Laplandiyaga yil davomida katta miqdorda xorijiy turistlar kelishadi.

Mamlakat hududida 39 ta tabiat qo‘riqxonasi va milliy park faoliyat yuritadi. Finlandiyaliklar o‘z yurtlarini faxr bilan “Qishki Olimpiadalar vatani” deb atashadi.



***6.3-rasm. Qorqiz va Qorboboning uyi va Shimol shafaqlari***

Finlandiya qishki olimpiya o‘yinlarini o‘tkazish bo‘yicha eng ishonchli davlat deb tan olingan. Jahonning mashhur sportchilari mashqlarini shu davlatda o‘tkazishadi, bundan davlat xazinasiga katta mablag‘lar tushadi. Ko‘llar vatani deyiluvchi Finlandiyada 190 mingta ko‘l, 80 mingta orollar, 2 mingta daryolar bor. Xalqaro tog‘-chang‘i kurortlari yil davomida xalqaro turist-sportchilarni qabul qiladi. Tabiiy o‘rmonzorlari va ko‘llarining 30%iga umuman inson qadami yetmagan degan xabarlar bor. Finlar shu darajalarda tabiatni muhofaza qilishadi. 2023-yilda Finlandiyaga 4,7 mln. xalqaro turistlar borishgan bundan olingan daromad 2,4 mlrd. yevroni tashkil qilgan.

***Italiya*** turizm marshrutlari bo‘yicha Yevropada birinchi o‘rinni egallagan. Hududlarining 70 foizi tog‘ va tog‘ oldi mintaqalaridan iborat bo‘lgan betakror dengiz tabiati landshaftlari mavjud. Italiyada 2 ta

harakatdagi Etna va Stramboli vulqonlari bor. Sitsiliya, Sardiniya jahondagi eng mashhur sohil turizm markazlari hisoblanadi.

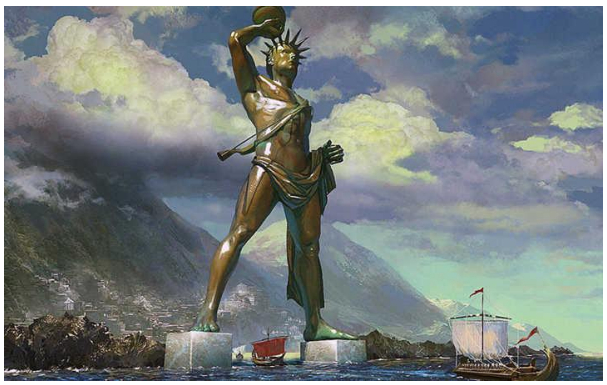



***6.4-rasm. Qadimiy qalalardan biri va Italiya tabiati***

Tarixiy arxitektura obidalarining ko‘pligi bo‘yicha dunyo mamlakatlari orasida birinchi o‘rinni egallaydi. YUNESKO ro‘yxatiga 55 ta tarixiy obidalar kiritilgan, bu ko‘rsatkich bo‘yicha ham dunyoda birinchi. Gastronomiya turizmi bo‘yicha ham oldingi o‘rinlarda, vinolari dunyoga mashhur. Yillik xalqaro turistlarning tashrifi 40,0 mln. turist.

***Gretsiya*** «Xalqaro turizmda Gretsiyada hamma narsa bor» degan gap ko‘p ishlatiladi. Mamlakatni uchta: Iona, Egey va Liviya dengizlari o‘rab turadi. Sohil turizmi bo‘yicha jahonda birinchi o‘rinda. Krit, Rodos va Lesbos orollarida eramizdan oldin qurilgan mo‘jizaviy obidalar bor. Gretsiyaning 80% hududlari tog‘lardan iborat. Eng baland cho‘qqisi Olimpiya 2917 m. 750 ta issiq suv buloqlari mavjud, minglab turistlar davolanishga kelishadi. Mamlakat aholisi 10 mln. kishi, xalqaro turistlarning tashrifi 33 mln.

Grek turoperatorlari kelgusi yilda Afina shahrida tarixdagi birinchi olimpiya o‘yinlari bo‘yicha turistlar o‘rtasida musobaqalar o‘tkazilishi bo‘yicha reklama e’lonlarni jahon bo‘yicha tarqatishadi, bu yasama olimpiya o‘yinlariga juda qimmatbaho sovrinlar qo‘yishadi. Bunday reklama e’lonlarga ham 100 minglab xalqaro turistlar tashrif buyurishadi.

***6.5-rasm. Yetti mojizadagi Parfenon va Gelios haykalining kichik ko‘rinishi qoldiqlari***

***Ispaniyaning*** eng ko‘p turistlar tashrif buyuradigan shaharlari Madrid, Barselona, Valensiya va Sevilya shaharlari, 2 mingta sohillari xalqaro turistlarni qabul qilishadi. YUNESKO ro‘yxatida 12 ta tarixiy shaharlardagi 44 ta tarixiy obidalar kiritilgan. Hozirda 80 mln. xalqaro turistlar tashrif qilishadi. Bu ko‘rsatkich bo‘yicha Fransiyadan keyin ikkinchi o‘rinda. Korrida o‘yinlari tomoshalariga 3,5-4 mln turistlar kelishadi. Xalqaro statistika bo‘yicha 2023-yilda Ispaniyaga 84 mln. turist kelishgan, olingan daromad-108 mlrd. yevro. Ispaniyada 2022-yili turistlarning tunashi o‘rtacha 3-4 kun bo‘lgan bo‘lsa, 2024-yilning avgustigacha bu ko‘rsatkich 6-7 kunni, turistlarning kelishi Angliya-21%, Fransiya-17,9%, Germaniya-5,8%ni tashkil qilgan. Gastronomiya turizmi bo‘yicha 22,1% turistlar kelishgan.

Jahon iqtisodiyotida, xalqaro turizmda Yevropa davlatlari ning yuqori o‘rinlarda ekanligining bosh sabablaridan biri ularning «Yevropa ittifoqiga» birlashganligi hisoblanadi. «Yevropa Ittifoqi»ga Yevropadagi 27 ta davlatlar a’zo. Bu ittifoqning bozori va valyutasi bitta. Shuningdek, iqtisodiy va harbiy hamkorlik ham bitta muvofiqlashtirish maslahat kengashiga amal qiladi. YUNESKO ro‘yxatida 12 ta tarixiy shaharlardagi 44 ta tarixiy obidalarning kiritilganligi ham Ispaniya xalqaro turizmining shiddat bilan rivojlanishiga katta ta’sir ko‘rsatdi. Bu qadimiy Rim imperiyasi davrida qurilgan mo‘jizaviy binolar juda ko‘plab xalqaro turistlarni qiziqtirmoqda. Eng muhimi, ispanlar xalqaro turizm reklamasida ham oldingi o‘rinlarda hisoblanadi.

## 6.3. Evropa turizmida turistlar oqimlarining o‘sishi21 va eng hashamatli dam olish joylari[22]

Eurostat ma’lumotlariga ko‘ra, Yevropa Ittifoqi 2024-yilni rekord natija bilan yakunladi, mehmonxonalar va boshqa joylashtirish vositalarida 2,99 milliard turistik kecha qayd etildi. Bu 2023-yilga nisbatan 53,4 millionga ko‘p. Ushbu ko‘rsatkichlar turizm sohasining siyosiy noaniqliklar, inflyatsiya va energiya xarajatlarining oshishiga qaramasdan tiklanishi va o‘sishda davom etayotganini ko‘rsatadi.

Sohadagi o‘sishning asosiy sababi xorijiy turistlarning Yevropa mamlakatlariga faol ravishda qayta kelishidir. 2024-yilda chet ellik turistlar tomonidan 1,43 milliard kecha o‘tkazilgan bo‘lib, bu 2023-yilga nisbatan 58,7 millionga ko‘proq.

Shu bilan birga, ichki turizmda (ya’ni, Yevropa fuqarolarining o‘z mamlakatlari yoki boshqa Yevropa mamlakatlariga sayohatida) kichik pasayish kuzatildi, turistik kechalar soni 5,3 millionga kamayib, 1,56 milliardni tashkil etdi. Shuningdek, yevropalik turistlar ulushi hali ham ustun 52%, xorijliklar esa 48% ni tashkil etgan.

Bu ma’lumotlar Yevropa turizm sektori xalqaro bozordagi raqobatbardoshligini saqlayotganini va turizm infratuzilmasi tiklanayotganini tasdiqlaydi. Ichki turizmdagi ozroq pasayish iqtisodiy sabablar, inflyatsiya yoki chet el sayohatlariga bo‘lgan talabning ortishi bilan bog‘liq bo‘lishi mumkin.

2024-yilda Yevropadagi turistlar uchun eng keng tarqalgan joylashtirish turi mehmonxonalar bo‘ldi, barcha turistik kechalarning 63% shu toifaga to‘g‘ri keldi. Mustaqil uylar (holiday homes) 24% bilan ikkinchi o‘rinni va kempinglar esa -13% hissa bilan uchinchi o‘rinda esa egalladi.

Hududiy ko‘rsatkichlarga ko‘ra, turistik kechalar soni bo‘yicha Ispaniya (500 million), Italiya (458 million), Fransiya (451 million) va Germaniya (441 million) yetakchi o‘rinlarni egalladi. Ushbu to‘rt

[21] https://internationalinvestment.biz/tourism/5603-turizm-v-evrope-v-2024-godu-statistika-rost-vezdnogo-poto ka-i-prognozy.html ma’lumotlari asosida tayyorlandi

[22] Yevropaning eng hashamatli dam olish joylari 2025. https://carter.eu/ru/najbardziej-luksusowe-miejsca-na-wakacje-w-europie/ ma’lumotlari asosida tayyorlandi

mamlakat Yevropaga tashrif buyuruvchi turistlarning 60%dan ortig‘ini qabul qilgan.

Turizm sohasida eng yuqori o‘sish sur’atlari Malta (+14,4%), Latviya (+7,4%) va Polshada (+5,2%) qayd etildi. Fransiya, Belgiya, Shvetsiya va Lyuksemburgda esa ozgina pasayish yoki o‘sish sur’atlarining to‘xtashi (stagnatsiya) kuzatildi.

Yevropa Ittifoqining deyarli barcha mamlakatlarida turistlar sonida o‘sish qayd etilgan. Hatto ayrim hududlarda qisqa muddatli pasayishlarga qaramasdan, umumiy tendensiya ijobiy yo‘nalishda davom etmoqda. Ichki turizm barqarorligini saqlayotgan bir paytda, xalqaro turistlar oqimi yana soha rivojida hal qiluvchi omilga aylanmoqda.

Butunjahon Turizm tashkilotining bergan ma’lumotlariga ko‘ra, 2024-yilda xalqaro turizm COVID-19 pandemiyasi oldi darajaga deyarli to‘liq tiklandi-u, 2019-yil ko‘rsatkichining 99% ni tashkil etdi. Jami 1,4 milliardta xalqaro sayohat amalga oshirildi, bu 2023-yilga nisbatan 11% ko‘proqdir.

Tadqiqotda ta’kidlanishicha, Yevropada turizm tiklanish jarayonida hal qiluvchi rol o‘ynagan: 747 million xalqaro tashrif qayd etilgan, bu pandemiyadan oldingi darajadan ham 1% yuqori. Bunga mintaqaviy talabning mustahkamligi va transport infratuzilmasining tiklanishi sabab bo‘lgan.

Shuningdek, xalqaro aviaqatnovlar hajmi ortib bordi, 2024-yil noyabrda mehmonxonalarning o‘rtacha bandlik darajasi 66% ni tashkil etdi. Jahon bo‘yicha xalqaro turizmdan tushgan daromad 1,6 trillion AQSH dollariga yetdi, bu 2023-yilga nisbatan 3% ko‘proq.

Mutaxassislar xalqaro turizm yanada o‘sishda davom etishini bashorat qilmoqda. Bu, asosan, AQSH, Xitoy va Qalqon (Persiya) ko‘rfazi davlatlaridan keluvchi turistlar hisobiga bo‘ladi.

Turistikning yangi yo‘nalishlari agroturizm, gastronomik sayohatlar va madaniy turlar ommalashishi kutilmoqda. Tashrif buyuruvchilar tomonidan kamroq o‘rganilgan, notanish hududlarga qiziqish ortishi ham ehtimoldan xoli emas. Shu bilan birga, ichki turizm yanada mustahkamlanishi mumkin.

Sohada raqamli texnologiyalar keng qo‘llanilishi muhim ahamiyat kasb etadi, masalan, nazoratsiz xizmatlar, sun’iy intellekt asosida shaxsiy tavsiyalar va xizmat ko‘rsatish tizimlarining joriy qilinishi shular jumlasidandir.

Yevropa Ittifoqida 2025-yildan ikki yangi chegara tizimi EES (kirish/chiqish tizimi) va ETIAS (sayohat, ma’lumot va ruxsat tizimi) amalga kiritiladi. Bu turizm oqimiga ta’sir ko‘rsatishi mumkin, biroq mutaxassislar bu o‘zgarishlarga katta to‘siq bo‘lmasligini ta’kidlamoqda. Ushbu tizimlar xavfsizlikni oshirish, migratsiyani boshqarish va vizitlar tahlilini yaxshilashga xizmat qiladi.

Agar sharoitlar qulay kechsa, 2025-yilda Yevropa Ittifoqi 3,1 milliard turistik kecha ko‘rsatkichini ham ortda qoldirishi mumkin.

Polshada haqiqiy lyuks darajadagi dam olishni tasavvur qilish ko‘pchilik uchun oson emas. Biz ko‘pincha tiniq dengiz shamoli, yangi muhit va ruhiy kuchni tiklash maqsadida chet ellarga yo‘l olamiz. Bu tendensiya, avvalo, dam olishga bo‘lgan talablarimiz tobora oshib borayotgani bilan bog‘liq. Hozirgi kunda ko‘p odamlar sayohatni eksklyuziv uslubda amalga oshirishni ma’qul ko‘radi, va buning natijasida individual lyuks turlar tobora ommalashmoqda.

Shu bilan birga, Yevropa qit’asining turistik hududlari ham o‘z standartlarini yuqori darajaga ko‘tarmoqda. Bugungi kunda ularni to‘liq ravishda Yevropaning eng shohona, nufuzli dam olish manzillari deb atash mumkin. Dunyodagi eng yaxshi mehmonxona brendlari, millionlab dollar qiymatidagi shaxsiy yaxtalar, eksklyuziv shampanlar va ajoyib uzumzorlarning hammasi lyuks tushunchasiga mos holda tashkil etilib, nafaqat shinamlik, balki boy taassurot va ehtiroslarni ham o‘z ichiga olmoqda.

Yevropadagi eng lyuks dam olish maskanlari:

1. Fransiyaning yillar davomidagi lyuks turizm beshigi bo‘lgan Lazurniy sohili (Côte d’Azur).
2. Monako nufuzli kazinolari va qimmatbaho yaxtalari bilan mashhur.
3. Sardiniya va Italiyaning tabiiy go‘zallik hamda xususiy boy villalari.

4. Korsika Fransiyaga xos romantika va ulug‘vorlik.

5. Mikonos va Gresiyaning dunyo yulduzlari to‘planadigan joy.

6. Marbelya, Ispaniya (Kosta-del-Sol)ning lotincha shukuh va jonli hayot tarzi.

7. Peloponnes, Gresiya (Kosta Navarino)da tarix va tabiat uyg‘unligida dam olish.

8. Komo va Garda ko‘llari, Italiyaning jim-jitlik va nafosat bilan to‘la muhit.

9. Santorini va Gresiya (Kiklad orollari)ning qora vulqon tog‘lari va oq uylari bilan mashhur.

10. Taormina, Sitsiliya va Italiyaning tarixiy joylari va oliy darajadagi servis.

11. Formentera, Ispaniya (Balear orollari)ning tinchlik va ekzotika muhiti.

12. Pantelleriya, Italiya eksklyuzivlikni xush ko‘radiganlar uchun eng qaynoq maskan.

13. Kapri, Italiya ulug‘vorlik va moda markazi.

14. Bodrum, Turkiya qadimiylik va hashamat uyg‘unlashgan port shahar.

15. Algarve, Portugaliya sohil bo‘ylab joylashgan lyuks kurortlar.

Bu ro‘yxat Yevropadagi turistik lokatsiyalar qanday qilib yuqori darajadagi xizmat va taassurotlar bilan turistlarni jalb etayotganini ko‘rsatadi. Bugungi kunda lyuks turizm nafaqat moddiy imkoniyat, balki individuallik, yorug‘ muhit va madaniy tajribani qamrab oladi. Shu bilan birga, agroturizm, gastroturizm va shaxsiy marshrut kabi trendlar ham endi lyuks segmentning bir qismiga aylanmoqda.

**1. Lazurniy sohil, Fransiya (French Riviera)**

Lazurniy sohil Fransiyaning mashhur bo‘lgan Riverasi, Fransuz Alp tog‘lari, Italiya chegarasi va O‘rta Yer dengizi o‘rtasida joylashgan. Bu hudud, shubhasiz, Fransiyaning eng jozibali va eksklyuziv turizm maskanlaridan biri hisoblanadi. U oila bilan maroqli dam olish yoki juftliklar uchun romantik safar uyushtirish uchun ideal joydir.

Bu mintaqa nafaqat tabiiy go‘zalliklari bilan, balki o‘zining festivallari, madaniy tadbirlari va jonli to‘g‘ridagi hayot tarzi bilan ham

tanilgan. Nitssa, Kann, Monako va Sen-Trope kabi shaharlar Yevropaning eng nufuzli va hashamatli shaharlari siz uchun yaqin masofada joylashgan.

Fransuz Riverasi, shuningdek, butun O‘rta Yer dengizi bo‘ylab shoxona yaxta charteri uchun eng yaxshi makonlardan biri sifatida ham mashhur. Bu yerdagi jozibali manzaralar, tiniq suvli orollar, qumli sohillar va boy madaniy meros turistlarga haqiqiy lyuks va esda qolarli dam olishni taklif etadi.

Agar siz to‘liq shinamlik va yuqori darajadagi servis izlayotgan bo‘lsangiz, Four Seasons Grand-Hôtel du Cap-Ferrat mehmonxonasi bu mintaqadagi eng nufuzli dam olish maskanlaridan biri sanaladi. Uning adabiy klassikasi va elegant uslubi Lazurniy sohilning haqiqiy durdonasiga aylantirgan.

Kannda “yulduzlarga xos” ta’tilni boshdan kechirishni xohlasangiz, tarixiy va zamonaviy uslub uyg‘unlashgan Carlton oteli tavsiya qilinadi. U nafaqat me’moriy jihatdan hayratlanarli, balki yangilangan, shinam xonalari bilan ham mehmonlarni ilhomlantiradi.

Lazurniy sohil nafaqat Yevropada, balki jahon bo‘yicha lyuks turizmning yetakchi markazlaridan biri hisoblanadi. Uning muvaffaqiyati tabiiy go‘zallik, madaniy boylik va yuqori sifatli infratuzilmaning uyg‘unligida namoyon bo‘ladi. Xususiy yaxtalar, elita mehmonxonalar va madaniy tadbirlar, bularning barchasi eksklyuziv dam olishni istagan turistlar uchun ideal sharoit yaratadi.

**2. Monako hashamat markazi va mukammallik ramzi.**

Monako Fransuz Riverasida joylashgan shahar davlat bo‘lib, hudud jihatidan hatto Nyu-Yorkdagi mashhur Sentral Park bog‘idan ham kichikroq. Ammo shu kichik hudud Yevropada va butun dunyodagi eng qimmatbaho, nufuzli va hashamatli joylardan biri sifatida e’tirof etilgan.

Monako, eng avvalo, millionerlar soni bo‘yicha yetakchi hisoblanadi. Bu davlatda yashovchilarning 30%dan ziyodi multimillionerlardir. Bu yerda har bir burchakda shohona hayot tarzi va yuqori sinov darajasi seziladi: Monte Carlo kazinosi, Yaxta-shou Monako, shuningdek, dunyodagi eng mashhur avtopoygalardan biri Monako Gran-pri ana shu shon-sharafni ta’minlovchi omillardir.

Ayniqsa, tezlik, nafislik va eksklyuziv muhitni yaxshi koʻruvchilar uchun bu voqealar betakror taassurot bagʻishlaydi.

Biroq Monako faqatgina zohiriy boylik bilan cheklanib qolmaydi. Bu yerda tabiat va arxitektura ham uygʻun tarzda jozibali muhit yaratadi. Larvotto sohili kristallday musaffo Oʻrta Yer dengizi suvlari bilan chayiladigan shinam va shahar ichidagi joy. Port Herkyul ulkan va shohona yaxtalarni qabul qiladigan gavan boʻlib, u Monakoning "yurak urishi"ga aylangan. Shaharning koʻpqavatli terrasa shaklidagi binolari esa uning manzarasini oʻziga xos va esda qolarli qiladi.

Monako kabi nufuzli joyda dam olishning ajralmas qismi bu, albatta, eksklyuziv mehmonxonalarda yashashdir. Hatto bir kechaga boʻlsa ham, bunday oʻziga xos muhitda boʻlish katta taassurot qoldiradi. Biz tavsiya qiladigan birinchi raqamli mehmonxona Hôtel de Paris Monte-Carlo. U zamonaviy viktorian uslubida bezatilgan shohona intererlari bilan mehmonlarni qabul qiladi. Bu otel shunday darajada-ki, uning muhiti hatto qirollik oilalarining oʻziga ham munosib boʻlar edi.

Monako lyuks turizmning nainki tijorat salohiyati yuksak, balki estetik jihatdan ham yetuk namunalaridan biri. U yerdagi muhit nafaqat moddiy boylik, balki oʻzgacha madaniyat, muvozanat va badiiy tajriba ham taqdim etadi. Bugungi lyuks sayohatchilar faqat qulaylik emas, balki haqiqiy his-tuygʻu, taassurot va noyob muhitni izlaydi-Monako aynan shu talablarga javob beradi.

### 3. Sardiniya, Italiya tabiat, madaniyat va hashamat uygʻunlashgan orol

Italiyaning Sardiniya oroli Oʻrta Yer dengizining qoq markazida joylashgan boʻlib, asosan togʻli landshaftlari bilan ajralib turadi. Bu yerda osmonni tilib turadigan baland qoyalar boʻlmasa-da, tabiiy muhitning keng qamrovliligi va betakrorlik xususiyati turistlarni oʻziga rom etadi.

Sardiniya, ayniqsa, polyak turistlari orasida juda mashhur. Bu orol oʻzining marjon kabi yorugʻ, kristallday tiniq suvli sohillari va tabiiy koʻrkam buxtalari bilan har qanday turistni ilhomlantiradi. U yerdagi plyajlar orzu qilinadigan "jannat manzarasini yaratib, bir zumda hayot muvozanatini qayta tiklash hissini bagʻishlaydi.

Sardiniya shuningdek, shaxsiy yaxta ijarasi uchun ideal makon hisoblanadi. Uni o‘rab turgan ko‘plab kichik, go‘zal orolchalar mavjud bo‘lib, har biri alohida siri va tabiiy jozibasiga ega. Bunday yaxta sayohatlari nafaqat lyuks, balki mukammal tajriba sifatida xotirada qoladi.

Oroldagi eng nufuzli va qimmatbaho joylardan biri Kosta Smeralda (Izumrud sohili), ayniqsa, Porto-Chervo shahri hisoblanadi. Bu hudud qadimgi madaniy an’analar bilan jonli va rang-barang tundagi hayot tarzini birlashtirgan holda turistlar uchun ideal muhit yaratadi. Porto-Chervo o‘z nomini bu yerdagi buqa shoxiga o‘xshash buxta shaklidan olgan bo‘lib, bu joy dunyoning turli burchaklaridan keladigan millionerlar tomonidan alohida qadrlanadi.

Agar siz oila yoki do‘stlar bilan Sardiniya bo‘ylab esda qolarli safarni orzu qilgan bo‘lsangiz, bilib qo‘yingki, bu orolda har biri o‘ziga xos tarix va uslubga ega bo‘lgan ko‘plab hashamatli mehmonxonalar mavjud.

Shunday mehmonxonalardan biri Il Castello Hotel, u nafaqat o‘zining yuqori darajadagi servis va qulayliklari, balki muvozanatli ranglar gammasi va nafis interyer dizayni bilan mehmonlarni mahliyo etadi. Ushbu mehmonxona to‘liq dam olish, ruhiy va estetik orom olish uchun yaratilgandek.

Sardiniya nafaqat plyaj turizmi, balki yaxta sayohati, tarixiy meros, madaniy faoliyat va gastronomik tajribalarni ham taqdim etadigan kompleks turistik hudud sifatida ajralib turadi. Uni lyuks turizm kartasida mustahkam joylashtiruvchi omillar bu-eksklyuziv muhit, tabiiy yaxlitlik, va individual sayohat shakllariga mos keladigan infratuzilmaning mavjudligidir.

**4. Korsika, Fransiya “Go‘zallik oroli”ning tabiiy mahobati va madaniy betakrorligi**

Fransiya tarkibidagi Korsika oroli o‘zining tabiiy go‘zalligi bilan hayratga soladi. U hayratomuz dengiz manzaralari, keng maydonni egallagan dastlabki holatdagi o‘rmonlari va qor bilan qoplangan baland tog‘lari bilan “Go‘zallik oroli” deb bekorga atalmagan. Bu oroldagi har bir burchak tabiat va inson o‘rtasidagi uyg‘unlikni ifodalaydi.

Korsikaning sohillari bo‘ylab millarga cho‘zilgan port shaharchalari va tepaliklar bag‘rida joylashgan manzarali qishloqlar orolning murakkab geografiyasini boyitishda alohida o‘rin tutadi. Korsika nafaqat tabiatni sevuvchilar, balki sohilda dam olishni yaxshi ko‘radiganlar va faol sport turlari bilan shug‘ullanuvchi sayohatchilar uchun ham haqiqiy jasoratdir.

Bu orol Yevropadagi eng hayratomuz va tagi qoyalar bilan to‘lgan manzaralarga ega hududlardan biri hisoblanadi. 1000 km dan ortiq bo‘lgan sohil chizig‘i musaffo suvlari bilan suzish, dayving va boshqa suv sportlari uchun benazir imkoniyatlar yaratadi.

Garchi Korsika 1769-yildan beri Fransiya tarkibida bo‘lsa-da, orol o‘zining alohida madaniy o‘zligini saqlab qolgan. Bu yerda hanuzgacha qishloqlar bo‘ylab eshaklar erkin yuradi, an’anaviy musiqa maxsus maqomga ega va mahalliy oshxona o‘ziga xos tantana: masalan, kashtanli pechene (buyurtma asosida tayyorlanadigan milliy shirinlik) turistlar uchun yangilik bo‘ladi.

Agar Korsika siz dam olishni orzu qilgan orol bo‘lsa, biz sohil bo‘ylab joylashgan eng zo‘r mehmonxonalardan biri Grand Hôtel de Cala Rossa mehmonxonasini tavsiya qilamiz. Bu maskan o‘zining romantik, shinam uslubi va O‘rta Yer dengizi uslubiga xos aksessuarlari bilan mehmonlarni maftun etadi.

Korsika tabiiylik, madaniy mustahkamlik va jismoniy faollik uchun qulay muhitni birlashtirgan turizm makonidir. Uning dengiz sohili va tog‘li yerlari turistlarga bir vaqtda ham hashamatli, ham sodda tabiat bag‘rida dam olish imkonini beradi. Shuningdek, Korsika Fransiyaning madaniy xilma-xilligini yaxlitlaydigan muhim hududlardan biri bo‘lib, milliy oshxonasi va an’analari orqali uning tarixiy mustaqil ruhini saqlab qolgan.

**5. Mikonos Gresiyadagi yulduzlar tanlaydigan orol**

Mikonos Gresiyadagi eng mashhur va eng ko‘p tashrif buyuriladigan orollardan biri hisoblanadi. O‘zining betakror muhiti, dengiz manzaralari va madaniy muhiti bilan u Yevropadagi eng qimmat va nufuzli sayohat maskanlaridan biriga aylangan.

Bu orolni ayniqsa, dunyo yulduzlari, san’atkorlar va mashhur shaxsiyatlar tanlaydi. Ular Mikonosda dam olishning nafaqat qulay, balki shohona sharoitlarini topadilar, xususiy yaxtalarda suzish, lyuks otellarda hordiq chiqarish ular uchun odatiy holga aylangan. Mikonos nafaqat qulaylik, balki xalqaro darajadagi xizmat va estetik muhitni izlayotgan talabchan turistlar uchun ham ideal tanlov hisoblanadi.

Orolning asosiy jozibasi bu oq qum plyajlar va tiniq suvlardan iborat dengiz sohillari, hamda mashhur tundagi hayot. Mikonosda jahon darajasidagi klublar, barlar joylashgan bo‘lib, ko‘plab dunyoning mashhur didjeylari shu yerda o‘z shaxsiy rezidensiyalariga ham ega.

Dam olishning sifatini belgilovchi muhim omillardan biri joylashish vositasidir. Mikonosda bu borada imkoniyatlar juda yuqori darajada. U yerdagi eng yuqori baholangan mehmonxona Santa Marina, a Luxury Collection Resort hisoblanadi. U o‘zining shinamlikni ulug‘lovchi, ilg‘or dizayndagi yog‘och interyerlari va an’anaviy grek mehmondo‘stligini mujassam etgan muhiti bilan alohida ajralib turadi.

Mikonos nafaqat lyuks turizm, balki zamonaviy lifestyle, madaniy xilma-xillik va bevosita yulduzlar hayotini yaqindan kuzatish imkoniyati bilan ajralib turadi. Bu orol “Instagram” va media sayohatlari uchun ideal maydonga aylangan. Bugungi lyuks sayohatchi nafaqat dam olish, balki o‘zini eksklyuziv muhitda his qilishni istaydi. Mikonos esa aynan shu ehtiyojlarga javob beradigan ideal joy.

**6. Ispaniyaning Marbelya, Kosta-del-Sol Andalusiyadagi hashamat va iqlim uyg‘onishi**

Andalusiya Ispaniyaning eng yirik va madaniy jihatdan boy hududlaridan biri bo‘lib, u Granada, Sevilya va Kordova kabi dunyoga mashhur shaharlarni, yuzlab golf maydonlarini va noyob tabiiy muhitni o‘zida jamlagan. Bu mintaqa, ayniqsa, Kosta-del-Sol (Quyoshli sohil) bilan tanilgan-u turistlar uchun haqiqiy jannat, yilning barcha faslida quyoshli ob-havo hukm suradi.

Yoz faslida ushbu sohil mintaqasi o‘zining sof, ildizdan kelib chiqqan tabiati, Okeandan esgan xushbo‘y shamoli va quyoshli kuni bilan dam olish uchun eng yaxshi vaqt sanaladi. Kosta-del-Sol, “Golf sohili” nomi bilan ham mashhur, yuqori darajadagi turizm infratuzilmasi,

faol tundagi hayot va mo‘tabar dam olish maskanlari bilan turistlarni jalb etadi.

Shu sohilda joylashgan Marbelya bu elegant va nufuzli dengiz bo‘yi kurorti bo‘lib, 1950-yillardan beri boy turistlar uchun sevimli manzil hisoblanadi. Ushbu shahar turistlarga nafaqat lyuks mehmonxonalar va rafinad restoranlar, balki manzarali sohil yo‘llari, tarixiy markaz va nufuzli Puerto Banus portini ham taklif qiladi.

Iste’molchi ehtiyojlariga sezgir yuqori sifatli sayohat tashkilotlari, jumladan, CARTER agentligi, turistlarga Marbelya va Kosta-del-Soldagi eng yaxshi besh yulduzli mehmonxonalarni tavsiya etadi. Ular orasida tarixiy Marbella Club Hotel alohida o‘rin tutadi. Bu mehmonxona 1950-yillarda bir nemis aristokrati tomonidan tashkil etilgan va hozirda ham o‘zining eksklyuzivligi bilan mashhur.

Bu mehmonxonada nafaqat elegant xonalar, balki 2, 3 va 4 xonali xususiy basseynli villalarni ijaraga olish imkoni mavjud. Limon, apelsin va gullar bilan to‘lgan bog‘ ichidagi villalar bolali oilalar uchun ajoyib tanlovdir.

Marbella Club Hotel bolalar uchun mo‘ljallangan yaxshi jihozlangan klubga ega bo‘lib, u yerda bog‘dorchilik, oshpazlik darslari kabi rivojlantiruvchi faoliyatlar tashkil qilinadi. Shuningdek, mehmonxona mehmonlariga Benaxavisda joylashgan, Marbella Clubga tegishli manzarali golf maydonida bepul golf o‘ynash imkoniyatini taqdim etadi.

Marbelya nafaqat dam olish uchun joy, balki mukammal hayot uslubini namoyon etuvchi kurortdir. Uning arxitekturasi, tabiati, infratuzilmasi va madaniy muhiti hamma narsada yuksaklik va zariflikni aks ettiradi. Ayollar, oilalar, yoshlar va biznes elita uchun ham bu maskan hashamatli, xavfsiz va mukammal muhit taqdim etadi.

**7. Gretsiyaning Peloponnes qadimiy sivilizatsiya va zamonaviy hashamat uyg‘unligi**

GGretsiyaning Peloponnes yarimoroli mehmonlarga mamlakatning eng yaxshi tomonlarini taqdim etadi: boy tarixiy meros va zamonaviy lyuks infratuzilma bir makonda uyg‘unlashgan. Bu hudud turistlarga nafaqat tarixiy obidalar, balki yuqori darajadagi mehmonxona

xizmatlari va foydalanishga qulay turistik sharoitlar bilan ham tanishish imkonini beradi.

Agar siz Gretsiya bo‘ylab noan’anaviy va esda qolarli safarni rejalashtirayotgan bo‘lsangiz, mahalliy polyak yoki ingliz tilida so‘zlashuvchi xususiy gid xizmatidan foydalanish maqsadga muvofiq. Bunday gidlar Peloponnesning eng mashhur tarixiy joylarini Korinf kanali, Peyren qudug‘i, Akrokorinf qal’asi, shuningdek, Apollon va Afrodita ma’budlarini ko‘rsatish orqali sayohatni yanada boy va mazmunli qilib beradi.

Talabchan va eksklyuziv muhitni izlayotgan turistlar uchun esa Peloponnesdagi eng nufuzli dam olish maskanlaridan biri The Romanos, a Luxury Collection Resort, Costa Navarino mehmonxonasidagi dengiz bo‘yida joylashgan xususiy villalarni tavsiya qilamiz.

Bu villalar o‘z xususiy basseyniga va to‘g‘ridan-to‘g‘ri qumli sohilga chiqish imkoniga ega. Tinchlik, shaxsiylik va yuqori darajadagi qulaylikni izlayotgan turistlar uchun bu ideal tanlovdir. Shuningdek, Afina xalqaro aeroportidan vertolyotda transfer xizmati ham mavjud bo‘lib, bu sayohatingizni to‘liq VIP tajribaga aylantiradi.

Peloponnes Gretsiyaning nainki madaniy va arxeologik merosiga boy, balki lyuks turizm salohiyatini rivojlantirayotgan strategik hudud hisoblanadi. U yerdagi kurortlar tarix va hashamatni uyg‘unlashtirgan holda, nafaqat dam olish, balki ma’rifat va ma’naviy boyish uchun ham keng imkoniyat yaratadi. Kosta Navarino bu-nafaqat geografik nuqta, balki “to‘liq tajriba” falsafasini taqdim etadi.

**8. Italiyaning Komo va Garda ko‘llari-hashamat, tabiat va tinchlik uyg‘onishi.**

Komo ko‘li bir necha asrlardan buyon nafaqat Italiya, balki butun dunyo elitasi orasida alohida e’tiborga sazovor bo‘lib kelmoqda. Bu maskanda joylashgan eng nufuzli mehmonxonalar, xususan, Villa d’Este kabi tarixiy otellar, tarix davomida prezidentlar, milliarderlar, yulduzlar va Gollivud aktyorlarini mehmon qilgan.

Komo nafaqat shinamlik, balki chuqur tarix va tabiatning go‘zal uyg‘unligini o‘z ichiga olgan joydir. Agar siz u yerda mukammal dam olishni rejalashtirayotgan bo‘lsangiz, Grand Hotel Tremezzo yoki

Mandarin Oriental Lake Como kabi otellar barcha talablarga javob beradi.

Bu orqali, sayohat nafaqat hashamatni, balki madaniy boyish va tinchlikni ham ta’minlaydi.

Garda ko‘li esa, o‘z navbatida, tabiiy sharsharalar, hayratlanarli manzaralar va shifobaxsh termal suvlari bilan mashhur. Ushbu suvlar ko‘pincha SPA va sog‘lomlashtiruvchi gidroterapiyada keng qo‘llaniladi. Agar siz Italiyada SPA ta’tilini istasangiz, Lefay Resort & SPA Lago di Garda sizni tabiiy panoramasi, termal resurslari va mukammal SPA markazi bilan hayratda qoldiradi.

Ushbu mintaqalar nafaqat dam olish, balki hayotdagi eng esda qolarli voqealar: to‘y marosimi, tug‘ilgan kun, yubiley va romantik gala-kechalar uchun ham ideal maydon sanaladi. CARTER sayohat agentligi aynan shunday voqealarni yuqori darajada tashkil qilishda ixtisoslashgan bo‘lib, sizga Italiya ko‘llari bag‘rida maxsus va shaxsiylashtirilgan bayramni uyushtirib bera oladi.

Komo va Garda ko‘llari Italiyadagi lyuks turizm va sog‘lomlashtirish sayohatining yuqori pog‘onasida joylashgan hududlardir. Ular nafaqat tabiat va hashamat uyg‘unligi bilan ajralib turadi, balki emotsional taassurot, madaniy boylik va sukunatni taqdim etadi. Shuning uchun ham bu joylar nafaqat dam olish, balki hayotdagi muhim tadbirlar uchun ham ajoyib makondir.

**9. Gresiyaning Santorini va Kiklad orollari vulqon bag‘ridagi romantika va ta’m tajribasi**

Santorini Gresiyaning Kiklad orollari guruhiga kiruvchi va dunyodagi eng romantik orollardan biri sifatida tanilgan maskan. U vulqon atrofida joylashgan bo‘lib, dunyoning eng go‘zal quyosh botishi manzaralari va Instagram uchun eng ko‘p fotosurat olinadigan nuqtalari bilan mashhur.

Bu orol oxirgi yillarda nafaqat romantik muhit, balki gastronomik markaz sifatida ham alohida e’tiborga tushdi. Santorinidagi oshpazlik madaniyati tabiiy, organik mahsulotlarga asoslangan bo‘lib, vulqon tuproqlarida yetishtirilgan uzumlardan tayyorlangan mahalliy vinolar,

turistlar va «gurmanlar» (ta’m mutaxassislari) uchun noyob ta’m tajribasini taqdim etadi.

Santorini, asosan, juftliklar yoki katta yoshdagi bolalar bilan sayohat qiluvchi oilalar uchun mo‘ljallangan dam olish maskanidir. Bu yerda tinchlik, nafislik va vizual estetika ustuvor o‘rin tutadi.

Agar siz Santorinida noyob va esda qolarli mehmonxona izlayotgan bo‘lsangiz, Canaves Oia Suites va Mystique Hotel kabi eksklyuziv butik otellar ideal tanlov sanaladi. Ular orol me’morchiligining an’anaviy uslubi, dengiz manzarasi va yuqori darajadagi servisni uyg‘un tarzda taqdim etadi.

Santorini bu-nafaqat go‘zal tabiat, balki ko‘z va qalbni rom etadigan muhit, estetik taassurot va individual dam olishning ajralmas qismiga aylangan. U orol sifatida nafaqat turizm, balki gastronomik turizmning ham yetakchi nuqtalaridan biriga aylanmoqda. Bu esa zamonaviy turist uchun dam olishni nafaqat vizual, balki mazmunan ham boy qilish imkonini beradi.

**10. Italiyaning Taormina va Sitsiliya nafosat va tarix uyg‘unlashgan marvarid**

Taormina bu Sitsiliyaning haqiqiy durdonasi, u o‘zining tabiiy go‘zalligi, boy tarixi va ajoyib me’morchiligi bilan turistlarni o‘ziga rom etadi. Bu shahar nafaqat Italiya, balki butun Yevropa bo‘yicha eng romantik va shinam makonlardan biri hisoblanadi.

Qulay iqlimi, tosh qoplamali tor ko‘chalari, ta’m bilan bezatilgan restoranlar va elegant barlar bu joyni nafaqat turistik, balki estetik jihatdan ham jozibali qiladi. Taorminada vaqt o‘tkazish bu-nafaqat dam olish, balki madaniy va zavq bag‘ishlovchi tajriba.

Agar siz Taorminada haqiqiy hashamatli ta’tilni boshdan kechirmoqchi bo‘lsangiz, biz sizga ikki nufuzli dam olish maskanini tavsiya etamiz:

Belmond Villa Sant’Andrea jozibali xususiy plyaji va nafis muhiti bilan ajralib turuvchi eksklyuziv villa. U yerda orom, shaxsiylik va tabiat bir butunlikda uyg‘unlashgan.

Four Seasons San Domenico Palace tarixiy monastr hududida joylashgan, hozirgi kunda esa lyuks mehmonxona sifatida faoliyat

yurituvchi mehmonxona bo‘lib, u Sitsiliya an’analarini zamonaviy qulaylik bilan birlashtiradi.

Taormina, shuningdek, Sitsiliya bo‘ylab shaxsiy turlar va ekskursiya dasturlari uchun boshlang‘ich yoki yakuniy nuqta sifatida ham tanlanadi. Uning strategik joylashuvi va madaniy-falsafiy muhiti buni tabiiy qilib qo‘yadi.

Taormina nafaqat tarix va tabiat, balki yuqori darajadagi servis va shaxsiy taassurotni taqdim etadigan shahar. U «lyuks turizm» tushunchasiga nafaqat moddiy jihatdan, balki ma’naviy va madaniy mazmun jihatdan ham mos keladi. Shuning uchun ham Taormina nafaqat turistlar, balki san’atkorlar, kinorejissyorlar va tarix muxlislari uchun ham sevimli makonga aylangan.

**11. Ispaniyadagi Formentera Yevropadagi tinchlik va tabiat bag‘ridagi orol**

Formentera O‘rta Yer dengizi hududida joylashgan va Yevropadagi eng go‘zal, tabiiy holati saqlangan orollardan biri hisoblanadi. U o‘zining oltinrang oq qum sohillari va tiniq suvli dengiz manzaralari bilan mashhur. Bu joy quyoshda dam olish, suzish va dayving uchun ideal shart-sharoit yaratadi.

Orolga eng qulay yo‘l yaqindagi Ibitsa orolidan yo‘lovchi paromda borish bo‘lib, sayohat taxminan 30 daqiqa davom etadi. Bu safarni ko‘pchilik Ibitsadagi faol turmush bilan uyg‘un tarzda tashkil qiladi: kunduzlari Formenterada orom, kechalari esa Ibitsaning tundagi hayoti.

Formenterada katta mehmonxonalar, shovqinli klublar va ommaviy turizm infratuzilmasi yo‘q. Bu orol haqiqiy orom va tabiiy sukunat izlovchilar uchun mo‘ljallangan. Uning muhitida “xippi” va “boxo” uslubidagi hayot tarzi, minimalizm va ichki erkinlik ustuvor.

Orol o‘zining «jannatga o‘xshash» sohillari bilan tanilgan, ayni paytda nudistlarga mo‘ljallangan sohillar ham mavjud. Bu yerdagi barcha plyajlar “clothing-optional” (kiyim ixtiyoriy) holatiga ega ya’ni, mehmonlar o‘zini qanday qulay his qilsa, shunday hordiq chiqaradi.

Formentera lyuks turizmdan ko‘ra tabiiy tozalik, ichki erkinlik va individuallikka asoslangan dam olish modelini taqdim etuvchi orol. U turizmning “nish” (nisheviy) segmentiga mo‘ljallangan bo‘lib, yuqori

darajadagi tinchlik va shaxsiylikni ta’minlaydi. Turistlar bu yerda tabiatga yaqinlashish, o‘zini qayta topish va sukunatni his qilish uchun kelishadi. Shu jihatdan, Formentera bugungi ekologik va meditativ turizm trendlariga to‘liq javob beradi.

**12. Italiyaning Pantelleriya O‘rta Yer dengizidagi tinchlik oroli**

Pantelleriya Italiyaning janubida joylashgan, Tunis yarim oroliga hamda Afrika qit’asiga juda yaqin bo‘lgan kichik orol. Bu orol o‘zining vulqonli yer tuzilishi va to‘q rangli landshaftlari tufayli «O‘rta Yer dengizning qora durdonasi» deb nom olgan.

Pantelleriyada xos O‘rta Yer dengizi iqlimi hukm suradi, yoz fasli iliq va quyoshli, qish esa muloyim va sokin kechadi. Bu orol so‘nggi yillarda tinch va tabiiy muhitni qadrlovchi turistlar uchun sevimli dam olish maskaniga aylandi.

Orol o‘zining o‘ziga xos me’morchiligi dammuzo deb ataluvchi mahalliy uylari bilan ajralib turadi. Bunday uylar qizg‘in iqlim sharoitiga moslashgan bo‘lib, ularda salqinlik saqlanishiga alohida e’tibor berilgan.

Pantelleriyaning yana bir boyligi bu yerdagi tabiiy issiq suv manbalari va tinch, musaffo dengiz sohillaridir. Orol bo‘ylab yoyilgan yolg‘iz plyajlar va xushbo‘y o‘simliklar atrofni totli ifor bilan to‘ldiradi. Bu yerda shovqinli ommaviy kurortlar yo‘q-huzur va sukunat izlovchilar uchun haqiqiy go‘sha.

Pantelleriya bu-tinchlik, tabiat va shaxsiy fazoni izlovchi turistlar uchun ideal maskan. Uning tabiiy go‘zalligi, vulqon manbalari va maxfiy plyajlari orqali bu orol jahon turizm xaritasida o‘z o‘rnini tobora mustahkamlab bormoqda. Bu yerdagi dam olish nafaqat jismoniy, balki ma’naviy orom ham baxsh etadi.

**13. Kapri, Italiya**

Kapri dam olish uchun eng go‘zal joylardan biri. Bu Tirren dengizi ortida, Neapol va Amalfi sohili yaqinida joylashgan italyancha orol. U o‘zining hayratlanarli manzaralari, turq tutishi, tiniq dengizi, shohona mehmonxonalari, zarif butiklari va o‘ziga xos muhiti bilan mashhur. Portga dunyoning eng zo‘r yaxtalari keladi.

Goluboy grot (Grotta Azzurra) dengiz g‘ori bo‘lib, u yerda suv g‘alati ko‘k nurda yorug‘lanadi.

Solaro tog‘ligi orolning eng baland nuqtasi bo‘lib, u yerdan ajoyib manzaralar ochiladi. Bu yerga o‘rindiqli ko‘tarilgach orqali chiqish mumkin.

Faraloni dengizda joylashgan o‘ziga xos tosh shakllari bo‘lib, suratga tushish uchun ideal joy.

Marina Pikkola chiroyli ko‘rinishga ega bo‘lib, uning sohillari va tiniq suvi bilan mashhur.

Pyatssa di Kapri orolning gavjum maydoni bo‘lib, bu yerda qahva ichib, orolning nafis muhitini his qilish mumkin.

Avgusta bog‘lari Faraloni va mashhur ko‘p qirrali Via Krupp ko‘chasiga qarashli ajoyib manzaralarga ega bog‘lar.

Kapri shohona va qimmat joy hisoblanadi, lekin turistik joylarini ko‘rish uchun ancha arzon variantlar ham mavjud. Orolga eng yaxshi vaqt pik mavsumiga to‘g‘ri kelmagan davr (may-iyun yoki sentyabr-oktyabr), shu vaqtda odamlar kamroq bo‘ladi va orolning tinch muhitida chuqurroq hordiq chiqarish mumkin.

**14. Bodrum, Turkiya**

Bodrum Turkiyaning eng uslubli va hissiyotli joylaridan biri bo‘lib, u lazur rangli dengiz, zarif kurortlar va oq rangdagi arxitekturaning ajoyib uyg‘unligini taqdim etadi. Bu bir qarashda greklarning Kiklad orollarini eslatadi. Ilgarilari Bodrum rassomlar va ziyolilar shahri bo‘lgan, hozir esa u rasmiyatsiz shohona hayot izlayotgan xalqaro elita uchun sevimli manzilga aylangan.

Bu yerda siz xususiy plyajlar, nozik ta’mga ega restoranlar, gorizont bo‘ylab suzishda davom etuvchi yaxtalar va zaytun daraxtlari orasidan joy olgan butik mehmonxonalarni topasiz. Tabiat bag‘rida dam olish, mahalliy madaniyat va ta’mlar bilan tanishish uchun ideal joy.

Bizning tavsiyamiz bu yerga dam olish va to‘liq hordiq chiqarish uchun kelish. Lujo Bodrum mehmonxonasi buning uchun ajoyib tanlov.

**15.Algarvi, Portugaliya**

Algarvi Portugaliyaning eng quyoshli mintaqasi va Yevropaning eng go‘zal joylaridan biri hisoblanadi. Oltin rangli plyajlar, toshlar bilan o‘ralgan yashirin buxtalar va Atlantika okeanining ko‘m-ko‘k suvlari bu yerni suratdek go‘zal manzaraga aylantiradi. Bu hudud nafaqat tabiati,

balki iqlimi bilan ham mamnun qiladi, yilning koʻp qismida bu yerda dam olish uchun ideal sharoit mavjud.

Algarvi bu nafaqat tabiat goʻzalliklari, balki ajoyib oshxona, haqiqiy portugal shaharlari va nufuzli kurortlar makoni hamdir. U oilaviy sayohatlar uchun ham, ikki kishilik romantik sayohatlar uchun ham juda mos keladi. Bu vaqt sekinroq oʻtadigan va hayot mazmunliroq tuyuladigan joy.

### *Mavzuni oʻzlashtirish uchun savollar:*

1. Xalqaro turizmda Yevropa mintaqasidagi davlatlarning turizmi haqida amaliy mashgʻulotlarda gapirib bering.
2. Nima uchun xalqaro turizmning rivojlanishida Yevropa davlatlari doimo oldingi oʻrinlarni egallab kelishmoqda?
3. Fransiya davlati nimalari bilan xalqaro turizmda birinchi oʻrinni egallab kelmoqda?
4. Yevropa turizmini rivojlantirishda Yevropalik turoperatorlarning faoliyatlari nimalardan iborat?
5. Yevropa turizmidan Oʻzbekiston turizmiga nimalarni olish boʻyicha tavsiyalar tayyorlang.

# VII BOB. AMERIKA TURIZMINING RIVOJLANISHI

***Tayanch so‘zlar:*** shtat, mintaqa, motel, qit’a, beysbol, deklaratsiya, karnaval, Naska cho‘li, Ozodlik haykali.

## 7.1. AQSh Amerika qit’asidagi davlatlar uchun turizmni rivojlantirish tashabbuskori

Amerika Qo‘shma Shtatlari shimoliy yarim sharda joylashgan, maydoni bo‘yicha dunyoda to‘rtinchi o‘rinda turuvchi mamlakat bo‘lib, umumiy hududi 9 514 431 km² ni tashkil etadi. Mamlakat 48 ta shtatdan iborat siyosiy tuzilishga ega. Aholisi 333,449 million kishidan iborat. Poytaxti Vashington shahri, rasmiy til ingliz tili. Diniy tarkibiga ko‘ra, aholining 46,5 foizi protestant, 20,8 foizi katolik, 1,9 foizi yahudiy, 1 foizi islom diniga e’tiqod qiladi, 23 foizi esa umuman diniy e’tiqodga ega emas. Hududda barcha asosiy tabiiy-geografik mintaqalar uchraydi.

Turizm mavsumi yil bo‘yi davom etadi va u sizning shaxsiy imkoniyatlaringizga bog‘liq. Eng faol turistik davri maydan sentyabrgacha bo‘lgan davr bo‘lib, boshqa oylarda ham sohil turizmi katta talabga ega. Turistik xizmatlari eng qimmat bo‘lgan shaharlarga Nyu-York, San-Fransisko Bay Area, Los-Anjeles, Mayami, San-Diyego va Boston kiradi. Bu shaharlarda tunash narxi odatda 80 dan 120 dollargacha bo‘ladi. Moskvadan Nyu-Yorkka to‘g‘ridan-to‘g‘ri aviaqatnov taxminan 10 soat 30 daqiqa, Los-Anjelesga esa 13 soat davom etadi.

Amerikada turizm sohasi yuqori darajada rivojlangan va mukammal tarzda yo‘lga qo‘yilgan. Bu sohada ham davlatga qarashli kompaniyalar, ham xususiy kichik biznes subyektlari faoliyat yuritadi. Ularning katta qismini, taxminan 95 foizini kichik tadbirkorlik asosida faoliyat yurituvchi turistik firmalar tashkil etadi. Ular quyidagilardan iborat:

- mahalliy turoperatorlar;
- oilaviy mehmonxonalar;
- esdalik sovg‘alari do‘konlari;
- kichik turistik agentliklar;

- transportni ijaraga beradigan firmalar.

AQSh hududi turizm nuqtai-nazaridan to‘rtta asosiy mintaqaga: Janub, G‘arb, O‘rta G‘arb va Shimoliy Sharqqa bo‘lingan. Shaharlar bo‘ylab sayohatni tashkil qilish va turistik xizmatlarini yo‘lga qo‘yish Amerikada 1915-yillarda boshlangan. O‘sha davrlarda shahar turizmi foydali iqtisodiy faoliyatga aylangan, chunki sayohatga ixtisoslashgan agentliklar, temiryo‘l yo‘lovchi bo‘limlari, yo‘l ko‘rsatkichlar va qo‘llanmalarni chop etuvchi nashriyotlar soni tezda ko‘paygan.

1850-yillardan 1915-yillargacha bo‘lgan davrda turizm faqat jamiyatning yuqori qatlamlariga xos bo‘lgan hashamatli faoliyat sanalgan. O‘sha davrda ko‘pchilik amerikaliklar asosan ish izlab safarga chiqishgan, lekin dam olish yoki shahar hayotidan rohatlanish uchun ko‘pchilikda vaqt yo‘q edi. Transport tizimlari rivojlangani sari yo‘llar qisqardi, xarajatlar kamaydi va aholi daromadi oshdi. 1915-yilga kelib, ko‘plab amerikaliklar qisqa muddatli ta’tilga chiqish imkoniyatiga ega bo‘la boshladilar. Shunga qaramay, keng miqyosli turizmning ommalashuvi faqat Ikkinchi jahon urushidan keyin boshlangan.

XX asr boshlarigacha AQShda turizm faqat jamiyatning yuqori va o‘rta qatlamlariga mansub kishilar uchun ochiq edi. Bu holat faqat keyinchalik, turizm ommaviylashib, sayohat qilish imkoniyatlari kengaygach, o‘zgarishni boshladi. 1895-yildan boshlab nashr etilgan maqolalarda avtomobil haydash otlardan foydalanishga qaraganda arzonroq ekani ko‘rsatilgan. 1908-yilda Ford kompaniyasining mashhur «Model T» avtomobili ishlab chiqarila boshlashi bilan transport vositalari aholining kundalik hayotida muhim rol o‘ynay boshladi.

1900-yilda AQShda atigi 8 mingta avtomobil ro‘yxatga olingan bo‘lsa, 1911-yilga kelib bu ko‘rsatkich 619 mingtaga yetdi. Dastlab avtomobillar faqat badavlatlar uchun mo‘ljallangan bo‘lsa-da, 1913-yildan so‘ng Ford kompaniyasi narxlarni arzonlashtirgach, keng omma ham ularni xarid qila boshladi.

1930-yillarda mehmonxona majmualari va «klub» tipidagi dam olish markazlarining rivojlanishi turizm sohasida yangi bosqichni boshlab berdi. O‘sha davrda ko‘plab oilalar avtomobilda sayohat qilishni afzal ko‘rganligi sababli, yangi turdagi turar joylarga ehtiyoj ortdi. 1952-

yilda Kemmons Wilson Memfisda birinchi motellarni tashkil etib, bu ehtiyojga javob berdi.

XX asr boshlarida Floridaga minglab turistlar tashrif buyurgan bo‘lsa-da, shtatning turizm sohasi Ikkinchi jahon urushidan so‘ng sezilarli darajada o‘sdi. Oq qumli plyajlar, iliq iqlim, baliq ovlash va qayiqlarda sayr qilish kabi faoliyatlar turistlarni jalb qildi. 1930-yillarda Mayami-Bichda Art Deko uslubidagi binolar qad rostladi. Ushbu arxitektura turi hanuz turistlar e’tiborini to‘rtadi.

1971-yilda Orlando yaqinida ochilgan Walt Disney World Resort esa butun Amerika turizm tarixida burilish yasadi. Uning ilk yildagi iqtisodiy ta’siri 14 milliard dollar daromad bu sanoatning salohiyatini yaqqol ko‘rsatdi.

1945-1969-yillar oralig‘ida havo transporti sohasida ro‘y bergan yutuqlar ham AQSh turizmining rivojiga katta turtki berdi. 1950-yillarga kelib havo qatnovi amerikaliklar hayotining ajralmas qismiga aylandi. Tijorat aviatsiyasining kengayishi, samolyotlar tezligi va sig‘imining oshishi, shuningdek, avtomobil yo‘llari infratuzilmasining rivojlanishi sayohatni oddiy odamlarga ham qulay va mavjud qildi. Avtomobilga egalik qilish amerikaliklar uchun nafaqat transport vositasi, balki erkinlik timsoliga aylandi.

XX asrning oxiriga kelib, dunyo bo‘yicha turizm sezilarli o‘sishga erishdi. Jahon turistik tashkilotining (JST) 1998-yildagi ma’lumotlariga ko‘ra, 1950-yilda xalqaro turistlar soni 25,2 million bo‘lgan bo‘lsa, 1997-yilda bu ko‘rsatkich 612,8 millionga yetgan. Xuddi shu davrda xalqaro turizm daromadi 2,1 milliard dollardan 443,7 milliard dollargacha ko‘paygan.

2023-yil holatiga ko‘ra, AQSh turizm sohasidan 2,36 trillion dollar daromad oldi, bu 2019-yildagidan 100 milliard dollarga ko‘pdir. Shuningdek, 656 mingta yangi ish o‘rni yaratilgan bo‘lib, turizm sohasida ishlovchilarning umumiy soni 18 million kishiga yetdi (2019-yilda bu ko‘rsatkich 17,4 mln edi). Ichki turizm esa 1,37 trillion dollar daromad keltirgan. 2024-yil uchun rejalashtirilgan ko‘rsatkichlar-2,5 trillion dollar daromad va 800 mingta yangi ish o‘rni yaratishdan iborat.

So‘nggi chorak asrda AQSh bir necha bor yirik xalqaro tadbirlarga mezbonlik qilgan. Jumladan, 1984, 1996, 1980 va 2004-yillarda Olimpiya o‘yinlari, 1994-yilda esa futbol bo‘yicha jahon chempionati o‘tkazilgan. Bularning barchasi AQSh infratuzilmasi va xalqaro miqyosda yirik anjumanlar o‘tkazishga tayyor xizmatlar tizimiga ega ekanini tasdiqlaydi. Shuningdek, BMTning bosh qarorgohi Nyu-York shahrida joylashganligi ham bu salohiyatning bir dalilidir.

***Ozodlik haykali*[23].** Nyu-York dunyodagi Tokio, Pekin, Syurix va London kabi iqtisodiy jihatdan rivojlangan va kuchli moliyaviy markazlar qatoridan o‘rin olgan shahar hisoblanadi. Bu shaharning mashhurligini yanada oshirgan obidalardan biri Ozodlik orolida joylashgan mashhur “Ozodlik haykali”dir.



***7.1-rasm. Ozodlik haykali***

Ozodlik haykali amerikaliklar uchun ozodlik va erkinlik timsoli sifatida qaraladi. Bu haykal haqida ko‘pincha “Amerikaning ozodlik ruhi mujassamlangan” deyishadi. Haykal poydevorida mashhur so‘zlar bitilgan: “Kambag‘alligingizni, charchog‘ingizni menga bering va erkin nafas oling”. Qo‘lida mash’ala tutgan ayol qiyofasidagi bu monumental

[23] https://www.nps.gov/stli/index.htm

haykal AQSh hukumatining buyurtmasiga binoan Fransiyada yasalib, keyinchalik Nyu-Yorkdagi Ozodlik oroliga o‘rnatilgan.

Haykal boshidagi tojdan taralayotgan 7 nur Yer yuzidagi yetti qit’ani anglatadi. Ikkinchi qo‘lida esa AQShning Mustaqillik Deklaratsiyasi ushlab turilgan. Haykalning umumiy balandligi 93 metr bo‘lib, uning ichki qismida AQShning kashf etilishi va rivojlanishiga bag‘ishlangan muzey tashkil etilgan. Shuningdek, haykal ichida yuqori qismga olib chiqadigan zinapoya mavjud bo‘lib, u yerdan butun Nyu-York manzarasini tomosha qilish mumkin.



***7.2-rasm. AQSh prezidentlari***

Rashmor tog‘i esa Amerika tarixidagi yana bir muhim ramziy yodgorlikdir. Bu tog‘ amerikalik millioner Charlz Rashmor nomi bilan ataladi. Aynan u birinchi bo‘lib, AQSh tarixida muhim rol o‘ynagan prezidentlarning portretlarini tog‘ bag‘riga ishlash uchun mablag‘ ajratgan. Bu yodgorlik nafaqat Amerika, balki butun dunyoda mashhur bo‘lib, insoniyat taroqqiyotiga hissa qo‘shgan buyuk shaxslarni abadiylashtirishga qaratilgan.

Rashmor tog‘ining mashhurligi, avvalo, uning granit qoyalarida Amerika tarixidagi eng mashhur to‘rt nafar prezident Jorj Vashington,

Tomas Jefferson, Teodor Ruzvelt va Abraham Linkolnning ulkan haykallari o‘yib ishlangani bilan bog‘liq.

1. Jorj Vashington Amerika Qo‘shma Shtatlarining asoschisi va birinchi prezidenti bo‘lib, mamlakatni mustahkam demokratik tamoyillar asosida boshqarishga olib kelgan yetakchi sifatida tanilgan.

2. Tomas Jefferson AQShning Mustaqillik Deklaratsiyasini yozgan muallif va uchinchi prezident bo‘lib, millat taroqqiyoti va huquqiy asoslarini shakllantirishda muhim rol o‘ynagan.

3. Teodor Ruzvelt xalqaro tinchlikni ta’minlash borasidagi xizmatlari uchun Nobel Tinchlik mukofoti bilan taqdirlangan yagona AQSh prezidentidir.

4. Abraham Linkoln Qo‘shma Shtatlarda qullik va odam savdosiga barham bergan tarixiy shaxs bo‘lib, inson huquqlari va tenglik tamoyillarini ilgari surgan muhim prezidentlardan biri hisoblanadi.



***7.3-rasm. Bruklin ko‘prigi***

Bruklin ko‘prigi AQShdagi eng mashhur va tarixiy ahamiyatga ega inshootlardan biridir. Uning mashhurligi nafaqat muhandislik yutug‘ida, balki uni barpo etish jarayonidagi dramatik voqealarda ham namoyon bo‘ladi. Ko‘prik loyihasini taniqli muhandis Jon Rebling ishlab chiqqan bo‘lsa-da, u qurilish boshlanishi arafasida 1869-yilda vafot etadi.

Shundan so‘ng qurilish ishlarini uning o‘g‘li Vashington Rebling davom ettiradi. Afsuski, u ham qurilish jarayonida og‘ir tan jarohati olib, oradan ko‘p o‘tmay vafot etadi.

Qurilishni yakunlash mas’uliyati Vashington Reblingning rafiqasi Emiliya Rebling zimmasiga tushadi. U muhandislik bo‘yicha rasmiy ma’lumotga ega bo‘lmasa-da, erining ko‘rsatmalari asosida ishni davom ettirib, Bruklin ko‘prigini muvaffaqiyatli tamomlaydi. Bu fidokorlik haqida ko‘prikning har ikki tomoniga o‘rnatilgan marmar yodgorliklarda yozilgan.

Ko‘prikning umumiy uzunligi 2000 metr, balandligi esa 70 metrni tashkil etadi. Uning nafis arxitekturasi va tarixiy ahamiyati sababli amerikaliklar bu inshootni ko‘pincha “Amerikaning Oltin darvozasi” deb atashadi.

## 7.2. Xalqaro turizmning Amerika mintaqasi davlatlaridagi holati

Shimoliy Amerika tarkibiga Amerika Qo‘shma Shtatlari, Kanada va Meksika kiradi. Shuningdek, Markaziy Amerikada 7 ta mustaqil davlat mavjud. Lotin Amerikasi esa 16 ta davlatdan iborat. Umumiy xalqaro turizm oqimi bo‘yicha Amerika qit’asi Yevropadan keyingi ikkinchi o‘rinda turadi. Bu qit’aga yo‘naltirilgan xalqaro aviaqatnovlarning deyarli yarmi AQSh va Kanadaga to‘g‘ri keladi.

Karib havzasi davlatlari har yili taxminan 12 millionga yaqin xalqaro turistlarni qabul qiladi. Mintaqada eng ko‘p rivojlangan turizm yo‘nalishlari: sohil (plyaj) turizmi, ekoturizm, sport turizmi, ekskursiyalar hamda biznes turizmi hisoblanadi.

Janubiy Amerikada esa 12 ta mustaqil davlat mavjud. Hudud bo‘yicha eng yirik va aholi soni jihatidan eng katta davlat Braziliya, uning aholisi 204 million kishidan oshadi. Ikkinchi o‘rinda esa Argentina turibdi, aholisi taxminan 43,6 million kishini tashkil etadi.

Shuningdek, Boliviya, Venesuela, Gayana, Kolumbiya, Paragvay, Peru, Surinam, Urugvay, Chili va Ekvador ham Janubiy Amerika qit’asida joylashgan davlatlardir. Ushbu qit’adagi eng kichik davlat-Surinam, aholisi atigi 639 ming kishini tashkil etadi.

Amerikada turizm sohasida yetakchi o‘rin egallovchi davlat Braziliya hisoblanadi.

2022-yilda mamlakatga 3,6 million xalqaro turist tashrif buyurgan bo‘lsa, 2023-yilda bu ko‘rsatkich 6 millionga yetgan. Shu yili turizm Braziliya iqtisodiyotiga 34 milliard real daromad keltirdi. Turizmning salohiyatini anglagan Braziliya hukumati ushbu sohaga katta e’tibor qaratmoqda. Ayniqsa, ekoturizm, tarixiy-madaniy meros, jumladan, karnaval bayramlarini rivojlantirishga qaratilgan qator qarorlar qabul qilindi.



***7.4-rasm. Iso Masih haykali***

Ichki turizm ham jadal rivojlanmoqda va yiliga 51-55 million atrofida turist jalb qilinadi. Bu sohada 21,8 milliard dollar daromad olinadi. Mamlakatda joylashgan Iso Masih haykali xalqaro turistlar orasida eng mashhur maskanlardan biri bo‘lib, yil sayin tashrif buyuruvchilar soni ortib bormoqda. Bu haykal dastlab Braziliya malikasi Izabella tashabbusi bilan rejalashtirilgan bo‘lsa-da, ichki mojarolar tufayli loyihaning amalga oshirilishi 1920-yilgacha kechiktirilgan. Braziliyaliklar haykalni o‘zlari yasay olmasliklarini tan olib, Fransiyadan yordam so‘rashgan. Haykal Fransiyada tayyorlanib, 1931-

yilda Rio-de-Janeyro tepaligiga o‘rnatilgan. Bugungi kunda bu obida dunyoning eng taniqli turistik manzillaridan biri sifatida tan olinadi.

Kanada Shimoliy Amerikadagi turizm salohiyati yuqori davlatlardan biri. Eng yuqori xalqaro turistlar soni 2012-yilda qayd etilgan bo‘lib, bu ko‘rsatkich 16 million kishini tashkil etgan. Kanadaga asosan AQSh, Buyuk Britaniya, Fransiya, Yaponiya, Germaniya, Meksika, Avstraliya, Janubiy Koreya, Xitoy va Hindistondan turistlar kelishadi.

Kanadada ekoturizm, suv sporti, chang‘i turizmi va eko safari yo‘nalishlari yaxshi rivojlangan. Eng ko‘p tashrif buyuriladigan maskanlardan biri Niagara sharsharasi bo‘lib, turistlar bu yerga sharsharani tomosha qilish, atrofida tashkil etilgan turli shou va o‘yinlarda ishtirok etish uchun kelishadi. Kanada, shuningdek, tez-tez xalqaro qishki Olimpiya o‘yinlariga mezbonlik qiluvchi davlat sifatida ham e’tirof etiladi va bu musobaqalar mamlakatga katta daromad keltiradi.

Meksika tabiiy go‘zalliklari va tarixiy merosi bilan mashhur turistik yo‘nalishlaridan biri. 2020-yilda bu davlatga 24,3 million turist tashrif buyurgan bo‘lsa, bu avvalgi yillarga nisbatan 46% ga kam. Ammo 2021-yilda turistlar soni 31,9 millionga, 2023-yilda esa 42,15 millionga yetgan. Ushbu ko‘rsatkich bilan Meksika xalqaro turizm reytingida to‘rtinchi o‘rinni egalladi.

Meksikaning keng preriyalarida o‘suvchi bahaybat kaktuslar ham turistik resurs sifatida foydalaniladi. Bu o‘simliklarning uzun tikanlari yirtqichlarga qarshi tabiiy himoya vositasi bo‘lib, turistlar orasida katta qiziqish uyg‘otadi. Biroq, so‘nggi yillarda ayrim xavfli va hayvonlarga zarar yetkazuvchi namoyishlar xalqaro hayvonlarni muhofaza qilish tashkilotlari tomonidan tanqid ostiga olingan.

Peru kelajakda turizm bo‘yicha Janubiy Amerikaning eng muhim markazlaridan biriga aylanishi mumkin. Peruda joylashgan Naska cholidagi ulkan geogliflar (yerga chizilgan rasmlar) har yili millionlab turistlarni jalb qilmoqda. Shuningdek, qadimiy Machu Pikchu shahri, «Inklar yo‘li» bo‘ylab joylashgan yodgorliklar bilan dunyo e’tiborini

tortmoqda. Bu shahar jahonning yangi yetti mo‘jizasi ro‘yxatiga kiritilgan.

Machu Pikchudagi qadimgi yozuvlar va astronomik belgilar olimlar tomonidan hali to‘liq o‘rganilmagan bo‘lib, bu yodgorlikni nafaqat turistlar, balki tarixchilar va tadqiqotchilar uchun ham qimmatli manbaga aylantirmoqda.



***7.5-rasm. Peruning Naska cholidagi sirli rasmlar***

Naska cholidagi mo‘jizaviy rasmlar 1939-yilda amerikalik arxeolog Pol Kosok tomonidan tasodifan kashf etilgan. U samolyotda Naska cho‘li ustidan uchib o‘tayotganda, yerda juda aniq va ulkan geometrik shakllar va tasvirlarni payqab qolgan. Keyinchalik bu sirli rasmlar ustida uzoq yillar davomida nemis tadqiqotchisi Mariya Rayxe ilmiy izlanishlar olib bordi.

Tadqiqotlar davomida 30 ga yaqin yirik hayvon, qush va hasharot tasvirlari, shuningdek, 788 dan ortiq geometrik shakllar aniqlangan. Mariya Rayxening fikricha, bu rasmlar osmon jismlari harakatini kuzatish uchun mo‘ljallangan ulkan astronomik taqvim bo‘lgan. Garchi bu nazariya ilmiy doiralarda e’tirof etilgan bo‘lsa-da, hozirgacha Naska rasmlarining aniq maqsadi borasida bahslar davom etmoqda.

Ushbu tasvirlarning ko‘lami hayratlanarli: har bir rasmning uzunligi 200 metrgacha, chuqurligi esa 1-2 metr bo‘lib, ular eramizning I-V asrlariga oid deb taxmin qilinmoqda. Eng qizig‘i shundaki, bu rasmlarni faqat havo yoki baland tog‘lar tepasidan to‘liq ko‘rish mumkin. Shuning uchun ham olimlar ularni qanday qilib bunday aniqlikda chizishganiga hanuz hayron qolmoqda.




***7.6-rasm. Qadimgi Machu Pikchu shahri***

Naska cholidagi rasmlar hozirgacha ham «dunyoning eng katta taqvimi» yoki «astronomiyaga oid ulkan gigant kitob» sifatida baholanmoqda. Bu ulkan geogliflarning ma’nosi va funksiyasi haqida turli ilmiy nazariyalar mavjud bo‘lsa-da, ularning yasalishdagi aniqligi va ko‘lamiga hali ham mutaxassislar hayrat bilan qaramoqda.

Machu Pikchu esa Peru hududidagi eng mashhur tarixiy yodgorliklardan biri bo‘lib, XV asrda qurilgan. Bu qadimiy inklar shahri 1938-yildan boshlab YUNESKOning “Insoniyat taroqqiyotining milliy merosi” ro‘yxatiga kiritilgan. 2007-yilda dunyo bo‘ylab 100 milliondan ortiq kishi Machu Pikchuni “Dunyoning yangi yetti mo‘jizasi” ro‘yxatiga kiritish uchun ovoz bergan va u rasmiy ravishda ushbu ro‘yxatdan o‘rin olgan.

2024-yil Machu Pikchuga eng ko‘p xalqaro turist tashrif buyurgan yil sifatida qayd etilgan, bu yil 4,41 million turist ziyorat qilgan. Eng past ko‘rsatkich esa 2,2 million nafar turist bilan belgilangan.

Xalqaro turizm bo‘yicha ekspertlar fikriga ko‘ra, 2030-yilgacha Peru Naska cholidagi sirli rasmlar va Machu Pikchudek tarixiy yodgorliklar orqali jahondagi eng gavjum va mashhur xalqaro turistik markazlaridan biriga aylanishi kutilmoqda.

### *Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*

1. AQShda turizm sohasining rivojlanishini gapirib bering.
2. Meksika davlati turizm sohasida nimalari bilan boy hisoblanadi?

3. Nima uchun eng betakror tabiatga ega bo‘lgan Braziliyada turizm rivojlanmagan?

4. Peru davlati kelajakda xalqaro turizm markazlaridan biriga aylanadi degan bashoratlarning asosi nimalardan iborat?

5. Lotin Amerikasi davlatlarining turizmi haqida gapirib bering.

# VIII BOB. OSIYO-TINCH OKEANI TURIZMINING RIVOJLANISHI

***Tayanch so‘zlar:*** transplantatsiya, global epidemiya, korporativ sayohat, qahva, restavratsiya, arxeologik marvaridlar.

## 8.1. Osiyo-Tinch okeani turizmi mintaqasi mamlakatlari

Osiyo-Tinch okeani turizm mintaqasi tarkibiga 58 ta davlat kiradi. Hududiy jihatdan bu mintaqa Sharqiy Osiyo, Janubiy-Sharqiy Osiyo, Okeaniya mamlakatlari va Avstraliyadan iborat. Bu hududda yashovchi xalqlar sonining ko‘pligi va etnik xilma-xillik sababli u yerda ishlatiladigan tillar aniq ro‘yxatga olinmagan. Diniy jihatdan esa mintaqa turli e’tiqodlar bilan ajralib turadi:

Xristian dini: Avstraliya, Yangi Zelandiya, Filippin, Timor va Okeaniya davlatlarida asosiy din hisoblanadi.

Islom dini: Malayziya, Indoneziya va Bruneyda keng tarqalgan.

Buddizm: Tayland, Kambodja, Laos, Myanma, Mongoliya, Vyetnam va Tibetda asosiy din sanaladi.

Xitoyda esa bir nechta diniy-falsafiy yo‘nalishlar buddizm, konfutsiychilik va daosizm mavjud.

Janubiy Koreyada buddizm va xristianlik keng tarqalgan bo‘lsa, Koreya Xalq Demokratik Respublikasida rasmiy din mavjud emas, u yerda Chuchxe deb nomlanuvchi mafkuraviy-falsafiy ta’limotga amal qilinadi.

Mintaqaning rayonlashtirilishi quyidagicha:

Sharqiy Osiyo: Xitoy, Yaponiya, KXDR (Shimoliy Koreya), Koreya Respublikasi (Janubiy Koreya), Mongoliya, Tayvan.

Janubiy-Sharqiy Osiyo: Bruney-Dorussalom, Kambodja, Indoneziya, Laos, Malayziya, Myanma, Filippin, Singapur, Tailand, Vyetnam, Timor.

O‘rta Sharq: Afg‘oniston, Eron, Janubi-G‘arbiy Osiyo mamlakatlari, Misr Arab Respublikasi, Livan.

Janubiy Osiyo: Hindiston, Pokiston, Bangladesh, Afg‘oniston, Eron, Nepal, Butan, Shri-Lanka, Maldiv.

Mintaqadagi iqtisodiy rivojlanish darajalari turlicha:

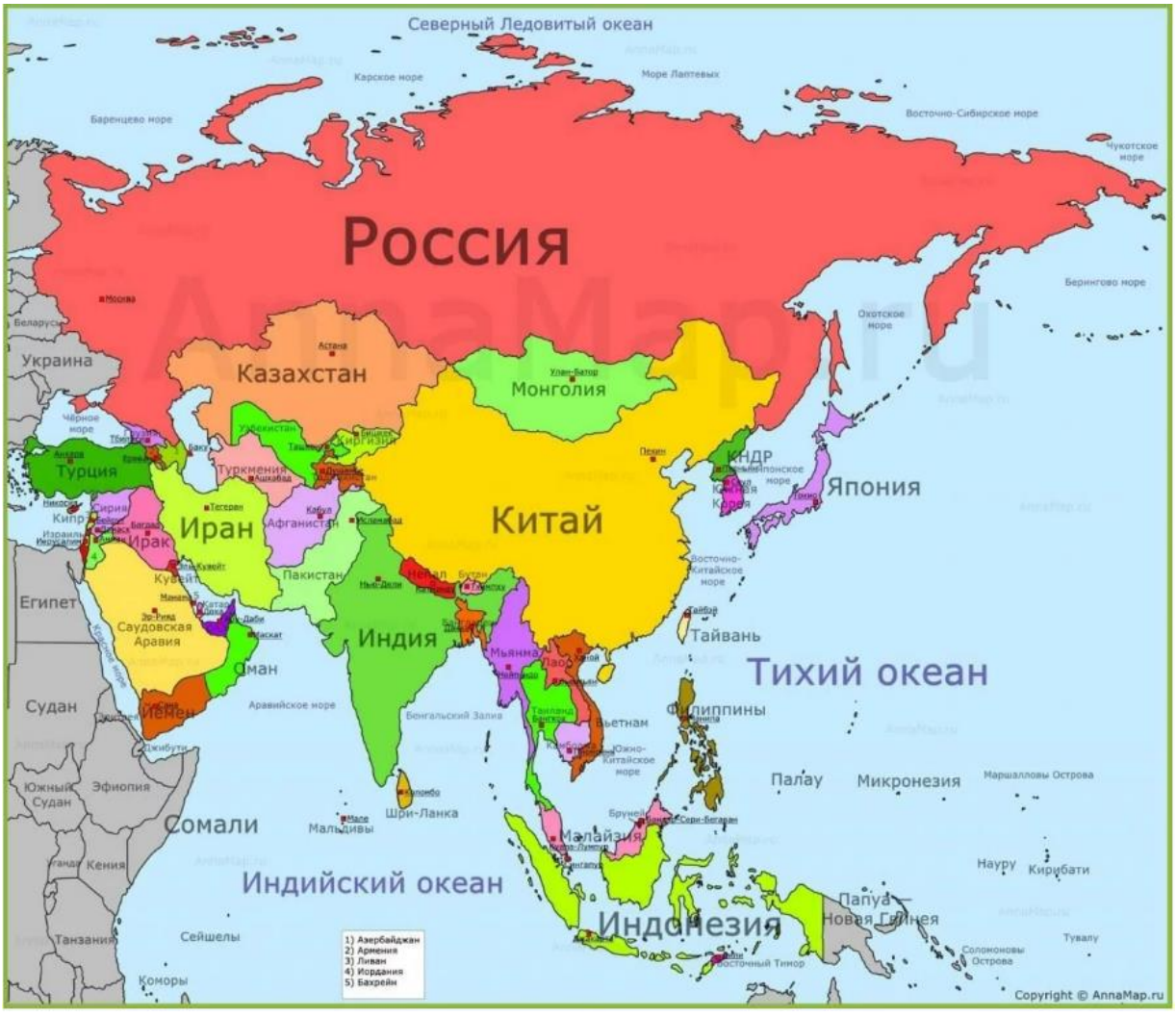
Gonkong, Tayvan, Singapur tez sur’atlarda rivojlanayotgan, iqtisodiy dinamikasi yuqori davlatlar.

Yaponiya va Janubiy Koreya yuqori texnologiyalarga asoslangan sanoat yetakchilari.

Xitoy va Indoneziya boy mehnatga resurslariga ega davlatlar.

Kambodja, Laos, Vyetnam va Okeaniya mamlakatlari iqtisodiyoti sekin rivojlanayotgan davlatlar sirasiga kiradi.

Osiyo-Tinch okeani mintaqasida xalqaro turizmning shakllanishi 1970-yillardan boshlangan. O‘sha yili bu hudud xalqaro turistlarning atigi 3,2% ini qabul qilgan bo‘lsa, 2000-yilda bu ko‘rsatkich 16% ga, 2020-yilga kelib esa 27,3%ga yetgan. Bu mintaqa hozirda xalqaro turistik oqimda uchinchi o‘rinni egallab turibdi.




***8.1-rasm. Osiyo-Tinch Okeani hududi***

Turizm sohasidan olingan daromadlar ham sezilarli darajada oshgan, masalan, 1970-yilda 6,1% bo‘lgan bo‘lsa, 2001-yilda esa 17,7% bo‘lgan.

Xalqaro turistlar oqimining mintaqaviy taqsimoti:

- Sharqiy Osiyo davlatlari-58%;
- Janubiy-Sharqiy Osiyo mamlakatlari-34%;
- Avstraliya va Okeaniya-9%.

Mintaqada ishchanlik (biznes) turizmining asosiy markazlari sifatida Singapur, Tokio, Shanxay, Shenchjen va Bangkok ajralib turadi. Bu shaharlarda xalqaro miqyosdagi konferensiyalar, ko‘rgazmalar va korporativ tadbirlar tez-tez o‘tkaziladi.

Tailand, Malayziya, Singapur, Indoneziya va Avstraliya-Osiyo-Tinch okeani mintaqasida sohil (plyaj) turizmi eng rivojlangan davlatlar hisoblanadi. Bu mamlakatlarda zamonaviy infratuzilma va xalqaro talablarga javob beruvchi yuqori darajadagi dam olish maskanlari mavjud.

Mintaqadagi eng mashhur xalqaro kurortlar quyidagilardan iborat:

- Xitoy;
- Tailand;
- Indoneziya-xususan Bali oroli;
- Malayziya-Penang oroli;
- Avstraliya-keng qamrovli plyaj zonalari va dam olish majmualari bilan mashhur.

Mintaqada sog‘lomlashtirish turizmi ham sezilarli darajada rivojlanmoqda. Xususan, Tibet tibbiyotiga qiziqish yuqori bo‘lib, bu yo‘nalishdagi turistlar oqimi yildan-yilga ortib bormoqda. Xitoy, Tailand, Filippin, Avstraliya va Yangi Zelandiyada quyidagi an’anaviy tibbiy xizmatlar keng tarqalgan:

- igna bilan davolash (akupunktura);
- tibetcha massaj;
- o‘simliklar bilan davolash (fitoterapiya);
- davolovchi gimnastikalar va meditatsion mashg‘ulotlar.

Bu sohada kurortlar sifati bo‘yicha Yaponiya yetakchi o‘rinda turadi. U yerda xizmatlar sifati, texnologik yondashuv va an’anaviy tibbiyot uyg‘unligi yuqori darajada yo‘lga qo‘yilgan.

**Butunjahon sayohatlar kengashi (WTTC)**ning bashoratlariga ko‘ra, Osiyo-Tinch okeani mintaqasi yaqin 10 yillikda turizm sohasi orqali 126 millionta ish o‘rni yaratadi. Bu esa xalqaro turizm bo‘yicha umumiy bandlikning 65,5 foizini tashkil etadi.

## 8.2. Osiyo mintaqasi mamlakatlarining mehmonxona biznesini rivojlantirish tajribasi

JLL tahlilchilari ma’lumotlariga ko‘ra, 2024-yilning birinchi yarmida turizm sohasida faollikning ortishi mehmonxona aktivlariga bo‘lgan talabni tikladi. Bu jarayon Osiyo va Tinch okeani hududlarida ham kuzatilmoqda. Olti oylik davr mobaynida sarmoyalar hajmi 5,7 milliard dollarga yetdi, bu esa o‘tgan yilgi ko‘rsatkichga nisbatan 19 foizga yuqori.

**Tinch okeani Osiyo turistik uyushmasi (PATA)**ning bashoratlariga asosan, mintaqada xalqaro turistlar soni 741 million nafarga yetib, pandemiyadan avvalgi darajadan ham oshib ketishi kutilyapti. JLL Hotels & Hospitality Groupning Osiyo-Tinch okeani mintaqasi bo‘yicha rahbari ta’kidlaganidek, turizmning tiklanishi investorlarni bozorga qaytarmoqda. Bu esa mehmonxona sohasiga kiritilayotgan sarmoyalarning ko‘payishiga va sohaning barqaror rivojlanishida muhim omil bo‘ladi.

2024-yilning ikkinchi choragida mintaqadagi eng faol mehmonxona ko‘chmas mulk bozori Yaponiyaga to‘g‘ri keldi, u amalga oshirilgan barcha bitimlarning yarmidan ko‘pini tashkil etdi. Aprel oyida Amerika sarmoyaa fondi Unizo Holdings kompaniyasidan 14 mehmonxonadan iborat portfelni xarid qilib, yirik kelishuvni amalga oshirdi. Shuningdek, may oyida Yaponiyaga ketma-ket uchinchi marta 3 milliondan ziyod turist tashrif buyurdi, bu o‘tgan yilgiga nisbatan 60 foizga ko‘pdir.

Tayland va Xitoy ham investorlarning katta qiziqishini jalb etmoqda. Bu uch mamlakat-Yaponiya, Xitoy va Tayland 2024-yilning

ikkinchi choragida Osiyo-Tinch okeani mintaqasidagi mehmonxonaga oid barcha bitimlarning 88 foizini tashkil etdi. Turistlar oqimining o‘sishi bilan bu tendensiya o‘zaro uyg‘unlikda yuz bermoqda. Masalan, 2024-yilning birinchi yarmida Taylandga 17,5 million nafar turist tashrif buyurdi, bu o‘tgan yilga nisbatan 35 foizga ko‘p. Bu esa, The Lamai Samui Resort & Spa hamda Dhara Dhevi Chiang Mai mehmonxonalarining umumiy 64 million dollarlik bitim asosida sotilishiga zamin yaratdi.

JLLning taxminlariga ko‘ra, mintaqada xalqaro sayohatlar soni doimiy o‘sishda bo‘lgani sababli, 2024-yilning ikkinchi yarmida mehmonxona bitimlari faolligi yanada oshishi va yil oxiriga kelib umumiy sarmoya hajmi 11,6 milliard dollarga yetishi kutilmoqda. Yaponiya, Xitoy va Janubiy Koreya mintaqadagi eng yetakchi mehmonxona operatsion bozori bo‘lib qoladi.

CBRE tahlilchilari ta’kidlashicha, jahondagi eng yirik mehmonxona operatorlari butun Osiyo-Tinch okeani mintaqasida faol ekspansiya qilmoqda. Hozirda qurilayotgan mehmonxonalarning yarmiga yaqini beshta yetakchi brend Marriott (60 566 xona), Accor (47 052), IHG (34 227), Hilton (31 606) va Wyndham (21 455) orqali amalga oshirilmoqda. Ushbu kompaniyalar bozorda o‘z pozitsiyasini mustahkamlash, texnologik imkoniyatlarini kengaytirish hamda turli yo‘nalishlarga yo‘naltirilgan sarmoya va sodiqlik dasturlari orqali raqobatbardoshligini oshirishda davom etmoqda.

Mutaxassislar ta’kidlaganidek, yuqori foiz stavkalari va geosiyosiy xavf-xatarlarga qaramasdan, Osiyo-Tinch okeani mintaqasidagi mehmonxonalarga sarmoyalar barqarorligini saqlab qolgan. Bu holat Yaponiya va Avstraliyada sohaga nisbatan qiziqishning saqlanishi, Xitoy materik qismida xizmat ko‘rsatuvchi turar joy bozorida rekord darajadagi savdolar va Koreyaning jadal rivojlanayotgan bozorida doimiy ravishda amalga oshirilayotgan bitimlar bilan bog‘liq.

So‘nggi olti yil mobaynida dunyodagi eng yirik mehmonxona operatorlari jahon bozoridagi ulushini 20 foizdan 24 foizgacha oshirishga muvaffaq bo‘ldi. Bu o‘sish tendensiyasi hanuz davom etmoqda, chunki ular turli bozor segmentlarida o‘z ishtirokini

kengaytirishni maqsad qilmoqda. Bunday kengayishning asosiy tarkibiy qismlari sifatida sodiqlik dasturlari, zamonaviy dizayn yechimlari va salomatlikni qo‘llab-quvvatlovchi tashabbuslar ko‘rsatiladi. Investorlar esa hanuz yuqori toifali brendlarga ustunlik berishmoqda, chunki nomuvofiq iqtisodiy sharoitlarda aynan ana shu segment o‘zining barqarorligini namoyon etgan.

Osiyo taroqqiyot banki iqtisodchilari ma’lum qilishicha, mintaqada iqtisodiy o‘sish 2024-yilning birinchi yarmida yuqori darajada saqlangan. Bunga ichki talabning kuchliligi va eksport hajmining barqaror tiklanishi sabab bo‘lgan. Shu tufayli, Osiyo-Tinch okeanidagi rivojlanayotgan davlatlar uchun joriy yilda o‘sish bashorati 2024-yil aprel oyida 4,9 foiz bo‘lgan bo‘lsa, sentyabrda 5 foizga ko‘tarildi. 2025-yil uchun esa iqtisodiy o‘sish bo‘yicha kutilmalar o‘sha 4,9 foiz darajasida saqlanib qoldi.

## 8.3. Xalqaro turizmning Osiyo-Tinch okeani turizmi mintaqasi mamlakatlaridagi holati

***Xitoy turizmi.*** Turizm bugungi kunda Xitoy iqtisodiyotining muhim va tez sur’atda o‘sib borayotgan sohalaridan biriga aylanmoqda. Mamlakatda oxirgi o‘nlab yillar mobaynida amalga oshirilgan islohotlar va ochiq siyosat tufayli, turizm sohasi jadal rivojlanishni boshladi. Yangidan shakllanayotgan farovon o‘rta tabaqaning ortishi hamda davlat tomonidan aholining erkin harakatlanishiga qo‘yilgan cheklovlarning yengillashtirilishi turistlar oqimini yanada kuchaytirdi. Bugungi kunda Xitoy dunyodagi eng yirik turizm bozorlaridan biri hisoblanadi. *Euromonitor International* tahlillariga ko‘ra, yaqinda joylashgan Osiyo mamlakatlaridagi iqtisodiy o‘sish va yuqori daromadlar hisobiga, 2030-yilga kelib, Xitoy dunyodagi yetakchi turistik yo‘nalishga aylanishi kutilmoqda.

Xitoy dunyoda “Ishlab chiqarish fabrikasi” sifatida tanilgan mamlakat nafaqat milliarddan ortiq aholisi, minglab zavod-fabrikalari va zich aholi shaharlari bilan mashhur, balki o‘ta qiziqarli va xilma-xil turizm markazlaridan biri ham hisoblanadi. Maydoni bo‘yicha dunyoda uchinchi o‘rinda (Rossiya va Kanadadan keyin) turadigan bu yurtda

xorijiy turistlar uchun qiziq bo‘ladigan barcha narsalar mavjud: eng qadimiy sivilizatsiyalardan biriga tegishli me’moriy yodgorliklar, turli iqlim va tabiatga ega milliy bog‘lar, zamonaviy megapolislar va o‘ziga xos madaniyatini asrab qolgan kichik provinsial shaharlar, go‘zal qumli sohillar hamda qiyin yetib boriladigan oq qorli tog‘ cho‘qqilari.



***8.2-rasm. Buyuk Xitoy devori***

“So‘nggi 30 yil ichida Xitoyga tashrif buyuruvchi turistlar soni o‘nlarcha barobarga o‘sdi va bugungi kunda mamlakat dunyo bo‘yicha turistlar soni bo‘yicha 6-o‘rinni egallab turibdi. Biroq, avvalroq Xitoy turistlar uchun eng yopiq davlatlardan biri hisoblangan. Faqatgina 1970-yillarning oxirida vaziyat jiddiy o‘zgardi va mamlakat rahbariyati keskin choralarga ham bordi. Masalan, 1988-yili mamlakatning janubida joylashgan Xaynan oroliga provinsiya maqomi berildi va uning iqtisodiyotida turizm ustuvor yo‘nalish sifatida belgilandi; sohildagi zavodlar boshqa hududlarga ko‘chirildi, plyajlar esa haqiqiy do‘zaxga aylantirildi”[24]. Bugungi kunda Xitoy turistlarni jalb qilish borasidagi

[24] https://www.advantour.com/rus/china/tourism.htm

ishlarini davom ettirmoqda, vizalar masalasida islohotlar amalga oshirilmoqda va boshqa o‘zgarishlar ham yuz bermoqda.

Xitoydagi turistik resurslarini uchta asosiy guruhga bo‘lish mumkin: tabiati chiroyli joylar, tarixiy hamda madaniy joylar va xalq urf-odatlari saqlanib qolgan joylar. Xitoyda 55 ta jahon merosi obyektlari mavjud bo‘lib, Xitoy bu bo‘yicha 58 ta obyekti bo‘lgan Italiyadan keyin dunyoda ikkinchi o‘rinda turadi.

Xitoy bugungi kunda dunyodagi eng yirik va faol turizm markazlaridan biriga aylandi. Mamlakatda madaniy turizm boshqa yo‘nalishlarga nisbatan ustuvor ahamiyat kasb etadi. Ming yillik tarixga ega bo‘lgan Xitoy hududida qadimiy sulolalar davriga tegishli tarixiy obidalar, turli dinlarga oid muqaddas ziyoratgohlar, haykallar va ibodatxonalar mavjud. Shuningdek, mamlakatning eng mashhur ramzlaridan biri Buyuk Xitoy devori turistlar e’tiborini o‘ziga jalb etuvchi muhim obyekt hisoblanadi. Mamlakatning turli hududlari o‘ziga xos me’moriy uslublari va madaniy xususiyatlari bilan ajralib turadi.

Madaniy turizmning yana bir muhim yo‘nalishi etnoturizmdir. Xitoyda turli millat va elatlar yashaydi, ularning har biriga xos an’anaviy kiyim-kechak, urf-odatlar, milliy taomlar va tillar mavjud. Garchi xitoy millati aholining asosiy qismini tashkil etsa-da, turli hududlarda ularning turmush tarzi va qarashlarida katta farqlar kuzatiladi. Turistlar bu yerda nafaqat turli xalqlar madaniyati bilan tanishishlari, balki Sharq xalqlariga xos hayot tarzi va fikrlash usulini ham his qilishlari mumkin.

Shu bilan birga, Xitoyda sog‘lomlashtiruvchi turizm ham jadal rivojlanmoqda. Ming yillar mobaynida shakllangan xalq tabobati bugungi kunda ham ko‘plab insonlar uchun shifo manbaidir. Tabiiy giyohlardan tayyorlangan dori vositalari, termal suv manbalari, massaj va igna bilan davolash kabi usullar Xitoy tibbiyotining asosiy yo‘nalishlari sirasiga kiradi. Mamlakatdagi san’atoriy va shifoxonalar faqat kasalliklarni davolash uchun emas, balki insonning umumiy ahvolini yaxshilash va immunitetni oshirish uchun ham xizmat qilmoqda.

Xitoyda sanoat va energiya ishlab chiqarish miqdori juda yuqori bo‘lgani sababli uni ekologik jihatdan barqaror davlat deb bo‘lmaydi.

Shunga qaramay, mamlakat hududida o‘ziga xos va noyob tabiiy muhitni asrab qolgan milliy bog‘lar mavjud. Xitoy flora va faunasi dunyodagi boshqa mintaqalardan farq qiladi, bu yerda turli iqlim zonalari hamda kamyob hayvonlarni uchratish mumkin. Ularning ayrimlari maxsus muhofazada, va shubhasiz, panda kabi hayvonlar mamlakatning milliy ramzlaridan biri hisoblanadi.

Ekologik turizm Xitoyda faol dam olish imkoniyatlari bilan samarali tarzda uyg‘unlashgan. Masalan, Chjanszyatsze milliy bog‘i turistlar orasida keng tanilgan joy bo‘lib, u yerda osmonga qadalgan tog‘ yonbag‘irlari har qanday turistni hayratga soladi. Adrenalinni his qilishni istaganlar Tyanmen tog‘idagi shisha yo‘lakda yurishlari mumkin. Shuningdek, Xuashan muqaddas tog‘idagi tor yog‘och yo‘l ham ekstremal taassurotlar havaskorlari uchun ajoyib tanlovdir.

Qorli tog‘lar orasida sayohat qilishni istaganlar uchun Tibetga yo‘l ochiq. Yaqin vaqtlarda Pekin va Lxasa (Tibetning ma’muriy markazi) o‘rtasida temir yo‘l qatnovi yo‘lga qo‘yildi. Bu esa dunyodagi eng baland tog‘lar sarhadiga borishni ancha osonlashtirdi.

Shu bilan birga, Xitoyda ichki turizm ham muhim o‘rin tutadi. Mamlakatda mehnatga layoqatli aholining asosiy qismida ta’tilni o‘z xohishiga ko‘ra tanlash imkoni mavjud emasligi sabab, hukumat tomonidan yil davomida maxsus bayram kunlari “oltin haftaliklar» joriy etilgan. Ular Xitoy Yangi yili, 1-may Mehnat kuni va 1-oktyabr Xitoy Xalq Respublikasi tashkil topgan kunga to‘g‘ri keladi. Bu paytlarda turistik markazlari mahalliy turistlar bilan to‘lib ketadi, mehmonxona va chipta narxlari esa bir necha barobarga ko‘tariladi. Shuning uchun xorijlik turistlar safarni rejalashtirishda ushbu davrlarni inobatga olishlari maqsadga muvofiq.

Shuningdek, Xitoyda savdo-sotiq turizmi ham rivojlangan. Bugun dunyodagi ko‘plab mahsulotlar «Made in China» belgisi bilan tanilgan va, tabiiyki, ishlab chiqaruvchi davlatda ular arzonroq baholarda taklif etiladi. Katta shaharlarda joylashgan savdo markazlari va butiklarda sifatli va arzon mahsulotlarni xarid qilish mumkin. Shu bilan birga, mamlakatda har xil sovg‘alar, milliy uslubdagi xona bezaklari, kulolchilik buyumlari, haykalchalar va turli aksessuarlar ham xaridorlar

uchun keng tanlov imkonini yaratadi. Shu jihatdan Xitoyni haqli ravishda shoping ishqibozlari uchun «iqtisodiy jannat» deb atash mumkin.

Ilk turistlar Xitoyga yo‘l olgan davrlardan beri Buyuk Ipak yo‘li asosiy transport va savdo arteriyasi bo‘lib kelgan. O‘shanda Xitoy bilan Markaziy Osiyoning qadimgi davlatlari o‘rtasida baland tog‘lar va cheksiz cho‘llar to‘siq bo‘lib turganday tuyulardi. Biroq taqdir taqozosi bilan bu yerlar o‘rtasida aloqalar o‘rnatilib, savdo yo‘llari shakllana boshladi. Ming yillar davomida Xitoydan jahon bozorlariga ipak eksport qilingan, uning ishlab chiqarish usullari mamlakat siri sifatida maxfiy saqlangan. Evaziga esa G‘arbdan paxta, urug‘lar va hatto Afrikadan keltirilgan fil suyagi kabi noyob tovarlar olib kirilgan.

Bu jarayon natijasida Xitoyning Shinjon, Gansu va Shensi kabi provinsiyalari Markaziy Osiyo va boshqa mintaqalar madaniyati ta’sirida shakllangan. Bugungi kunda bu hududlar o‘ziga xos madaniy aralashmaga ega bo‘lib, bu yerda Sharq va Turkiston an’analari uyg‘unlashgan. Ularning o‘ziga xosligini bu yerda yashovchi turli millat va elatlar yanada boyitib turadi. Shuning uchun ham bu mintaqa Xitoyning boshqa qismlaridan keskin farq qiladi.

**Xitoy O‘zbekiston bilan turizm sohasidagi hamkorlik.** 2023-yilning 28-oktyabr kuni Xitoy Xalq Respublikasi Madaniyat va turizm vaziri Xu Xepin, BMT Butunjahon turizm tashkiloti (UNWTO) Bosh kotibi Zurab Pololikashvili hamda O‘zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o‘zgarishi vaziri Aziz Abduhakimov o‘rtasida turizm sohasida hamkorlikni yanada kengaytirishga qaratilgan uch tomonlama uchrashuv bo‘lib o‘tdi.

Uchrashuv davomida Aziz Abduhakimov XXR Madaniyat va turizm vaziri Xu Xepinning mamlakatimizga tashrifidan mamnunligini bildirib, bu tashrif nafaqat turizm sohasida ikki tomonlama hamkorlik istiqbollarini belgilab olish, balki UNWTO doirasida qo‘shma harakatlarni muvofiqlashtirishga xizmat qilishini ta’kidladi.

Xitoy tomoni esa O‘zbekistonni turizm sohasida o‘zining strategik hamkori sifatida e’tirof etdi. Xu Xepin mamlakatimizda turizm maskanlarini rivojlantirish borasida olib borilayotgan ishlar, xorijiy

investorlar uchun yaratilayotgan imtiyozlar, shuningdek, o‘zaro turistik oqimni oshirish bo‘yicha chora-tadbirlar bilan yaqindan tanishtirildi.

Xitoy tomoniga 2023-yil mart oyida O‘zbekistonning mazkur davlat uchun tavsiya etilgan turistik yo‘nalishlar ro‘yxatiga kiritilgani uchun alohida minnatdorlik bildirildi.

Bugungi kunda Xitoy va O‘zbekiston o‘rtasida haftasiga 11 ta aviaqatnov uchta aviakompaniya “Uzbekistan Airways”, “China Southern Airlines” va “Loongair” tomonidan amalga oshirilmoqda. Uchrashuv davomida kelgusida parvozlar soni va ularning geografiyasini kengaytirish bo‘yicha fikr almashildi.

Shuningdek, Xitoy tomoni O‘zbekiston hududiy aeroportlarini davlat xususiy sheriklik asosida modernizatsiya qilish loyihalarida ishtirok etishga taklif etildi.

***Yaponiya turizmi.*** Hozirgi kunda Yaponiya fuqarolari uchun sayohat va turli safarlar hayot tarzining ajralmas qismiga aylangan. Turizm va dam olishga sarflanadigan xarajatlar mamlakatdagi oilaviy byudjet taqsimotining 20 foizidan ortig‘ini tashkil etadi. Yapon fuqarolarining aksariyati hayoti davomida kamida uch marotaba xorijga safar qilgan bo‘ladi.

Yaponiyada xalqaro turizm rivojining boshlanishini 1963-yilga bog‘lashadi, aynan shu yili mamlakat parlamenti tomonidan turizmni targ‘ib qilish va rivojlantirishga qaratilgan muhim qonun qabul qilindi. Bu qonunning asosiy yo‘nalishlari ikkita maqsadni o‘z ichiga olgan: xorijiy turistlarni mamlakatga jalb etish va yapon fuqarolarining dunyo bilan tanishish istaklarini qo‘llab-quvvatlash.

Bugungi kunda Yaponiyada turizm milliy miqyosidagi muhim sohalardan biriga aylangan. U davlatning turli darajadagi tuzilmalari tomonidan doimiy nazorat va qo‘llab-quvvatlashda bo‘lib, ayniqsa, Transport vazirligiga qarashli Turizm departamenti alohida ahamiyatga ega. Bu departament butun mamlakat bo‘ylab keng tarmoqli mintaqaviy bo‘limlarga ega. Shu bilan birga, mamlakat Bosh vaziri huzuridagi Turizm siyosati bo‘yicha kengash va Turizm masalalari bo‘yicha idoralararo muvofiqlashtiruvchi kengash ham ushbu sohada faoliyat yuritadi. Ikkinchisi turizmga bevosita yoki bilvosita aloqador bo‘lgan

yigirmadan ortiq vazirlik va idoralarning faoliyatini muvofiqlashtirish bilan shug‘ullanadi.

Yaponiya barcha sohalarda rivojlangan davlat hisoblanadi. Mamlakatda iqtisodiyotning ko‘plab tarmoqlari singari, turizm ham o‘z o‘rnini topgan. Yapon xalqi sayohat qilishni juda yaxshi ko‘radi, shu sababli bu yo‘nalishda turizmning turli shakllari faol rivojlangan:

- ichki turizm;
- sog‘lomlashtiruvchi va kurort turizmi;
- sport-sayohat turizmi (bunga suv va tog‘ turizmi ham kiradi);
- plyaj (dengizbo‘yi) turizmi;
- ma’rifiy (po‘znavatelniy) turizm;
- diniy turizm;
- biznes (ishbilarmonlik) turizmi.

Ichki turizmda Sikoku orolining ahamiyati katta. Bu orol nafaqat tabiati bilan jozibador, balki yaponlar uchun muqaddas sanalgan joylari bilan ham mashhur.

Shuningdek, Yaponiyadagi issiq suv manbalari yonida joylashgan mehmonxonalar ichki turizmni rivojlantirishda muhim o‘rin tutadi. Ko‘plab kompaniyalar bunday dam olish turlarini xodimlari uchun korporativ madaniyatning bir ko‘rinishi sifatida tashkil qiladi.

Ichki turizm ko‘p hollarda xodimlarni rag‘batlantirish vositasi sifatida ham foydalaniladi. Shu bilan birga, Yaponiyaga tashrif buyuruvchi xorijliklar soni ham yil sayin oshib bormoqda. AQSH va Osiyo mamlakatlaridan kelgan turistlar asosan dam olish maqsadida kelishsa, Yevropadan kelgan mehmonlar ko‘pincha biznes safari va sayohatni birlashtirishni afzal ko‘rishadi.

Kurort-davolash turizmi mamlakatda balneologik (tabiiy shifobaxsh suvlar asosidagi) kurortlar orqali amalga oshiriladi. Bu kurortlar shartli ravishda uch guruhga ajratiladi: shifobaxsh, ko‘ngilochar va aralash turdagi maskanlar.

Yaponiyadagi tog‘ turizmi ham o‘ziga xos yo‘nalish hisoblanadi. U tarixan muqaddas joylarga ziyorat qilish, ya’ni, ziyorat turizmi bilan bog‘liq holda rivojlangan. Hozirgi paytda esa zamonaviy tog‘-chang‘i kurortlari mamlakat iqtisodiyotiga katta foyda keltirmoqda.

Shu bilan birga, mamlakatda plyaj turizmi ham keng tarqalgan. Xonsyu orolidagi Tinch okean sohili hamda Yapon dengizining ichki sohillari nafaqat mahalliy aholi, balki xorijlik turistlar orasida ham juda mashhur.

Yaponiyada ta’limiy-ma’rifiy turizmga ham katta ahamiyat beriladi. Madaniy meros obyektlariga, tarixiy yodgorliklarga bo‘lgan qiziqish bu yo‘nalishni rivojlantirishga xizmat qilmoqda. Shuningdek, diniy va ishbilarmonlik turizmi ham mamlakat iqtisodiyotida muhim rol o‘ynaydi. Yaponiya bu yo‘nalishda AQSH kabi dunyo yetakchilaridan biri hisoblanadi.

Ayni paytda Yaponiyada maktab o‘quvchilari orasida turizmning ommalashgani ham alohida qayd etishga arziydi. Bu mamlakatda o‘quv sayohatlari keng tarqalgan bo‘lib, yosh avlodni Vatan tarixi va madaniyati bilan tanishtirishda muhim vosita hisoblanadi.

***Janubiy Koreya turizmi.*** Har yili Janubiy Koreyaga 10 milliondan ortiq xorijiy turistlar tashrif buyuradi. “Saharning musaffo nafasi yurti” nomini olgan ushbu mamlakat turizm sohasida yetakchi beshlikka kirib, o‘z mustahkam o‘rniga ega bo‘lgan. Janubiy Koreya boy tarixiy merosi, an’analari va zamonaviy taroqqiyoti, turli xil turistik jozibalari, shifobaxsh manbalari, hayratlanarli tabiati, manzarali bog‘lari, sirli g‘orlari, musaffo plyajlari, muhtasham tog‘lari va tog‘-chang‘i kurortlari bilan turistlarni o‘ziga jalb etadi.

Janubiy Koreyada iqtisodiyot va madaniyat siyosatidagi islohotlar bilan birga turizm sohasi ham jadal sur’atlarda rivojlanmoqda. Mamlakat barcha toifadagi turistlarni jalb etish maqsadida bir necha turdagi yo‘nalishlarni yo‘lga qo‘ydi, bu yo‘lda u zamonaviy texnologiyalarni ko‘p asrlik madaniy meros bilan uyg‘unlashtirishga erishdi.

2007-yilda Koreya Respublikasida qabul qilingan qonunga ko‘ra, xorijliklar ham mamlakatning tibbiyot tizimidan foydalanish imkoniga ega bo‘lishdi. Bu qadam mamlakat uchun iqtisodiy jihatdan manfaatli bo‘ldi, va bugungi kunda chet ellik bemorlar oqimi keskin oshmoqda.

Ko‘pincha Janubiy Koreya tibbiyotidan AQSH, Xitoy, Rossiya va Mo‘g‘uliston fuqarolari foydalanishadi. Eng talab yuqori bo‘lgan tibbiy sohalar quyidagilar: diagnostika, plastik jarrohlik, stomatologiya, terini

davolash va an’anaviy sharq tibbiyoti. Yangi texnologiyalar va malakali tibbiyot xodimlari tufayli davolanish jarayoni nafaqat samarali (tez va aniq tashxis qo‘yiladi, noyob jarrohlik amaliyotlari o‘tkaziladi), balki mehmonxonada dam olishga o‘xshash darajada qulay hamdir. Shuningdek, koreys kosmetologiyasi ham juda mashhur, bunda koreys ommaviy madaniyatining ta’siri katta.

Janubiy Koreyaga shifobaxsh turizm maqsadida sayohat qilish, xususan, Isroilga qiladigan shunga o‘xshash sayohatlarga nisbatan ancha arzonroq ekani bilan ham turistlarni o‘ziga jalb etmoqda.

2018-yilda Janubiy Koreyada Pxyonchxanda Qishki Olimpiya o‘yinlari bo‘lib o‘tdi va shu orqali mamlakat sport turizmi sohasidagi imkoniyatlarini namoyon etdi. Respublika hududida xalqaro darajadagi 13 ta tog‘-chang‘i kurorti faoliyat yuritadi. Ularning ko‘pchiligi Kanvondo viloyatida joylashgan bo‘lib, bu yerda ham baland, ham past tog‘lar mavjud. Qish mavsumi bu hududda erta boshlanadi va qor miqdori ko‘p bo‘ladi. Shu bilan birga, poytaxt Seul yaqinidagi hududlarda ham mashhur kurortlar mavjud. Ular orasida “Chisan Forest”, “Konchjiam” va “Yanchji Payn” kabi kurortlar ayniqsa, e’tirofga loyiq.

Janubiy Koreyada sport turizmining yana bir mashhur ko‘rinishi xayking (tog‘da piyoda sayr qilish). Bu faol dam olish turi nafaqat mahalliy aholi, balki xorijlik turistlar orasida ham keng tarqalgan. Xayking uchun eng tanilgan joylardan biri Soraksan milliy bog‘i. U yerda 30 ta cho‘qqi va o‘nlab xayking yo‘nalishlari mavjud bo‘lib, ular murakkablik darajasi va davomiyligi bo‘yicha farq qiladi: ba’zilari bir necha soat, boshqalari esa bir necha kunga cho‘zilishi mumkin. Asosiy yo‘nalishlar quyidagi cho‘qqilarga olib boradi: Tondaesan (1434 m), Durobon (1422 m), Sanvangbon (1491 m), Pirobon (1561 m) va Nuanbon (1338 m). Ayrim yo‘llar yil davomida ochiq bo‘lib, tayyorgarlik darajasidan qat’i nazar, barcha uchun mos keladi.

Janubiy Koreya dam olishni dengiz sohilida o‘tkazishni istovchilar uchun ham jozibador manzil hisoblanadi. Mamlakatdagi sohillar xilma-xilligi bilan ajralib turadi. Sharqiy qirg‘oqdagi Yapon dengizi bo‘ylab keng va qumli plyajlar hamda baland to‘lqinlar uchraydi. G‘arbiy

qirg‘oqdagi Sariq dengiz hududida esa sohillar jarliklar bilan o‘ralgan bo‘lib, to‘lqinlar chekinishga moyil. G‘arbiy qirg‘oqdagi eng yirik plyajlardan biri Kyonpxode; Sariq dengizda esa Techxon plyaji mashhur.

Eng mashhur plyaj esa mamlakat janubida joylashgan, bu Xeunde plyaji bo‘lib, uning yaqinida shifobaxsh issiq buloqlar ham bor. Bu plyaj mahalliy aholi o‘rtasida ham eng ko‘p tanlangan dam olish joylaridan biri hisoblanadi.

Bordi-yu Janubiy Koreyada plyajda dam olish uchun eng yaxshi manzilni tanlash kerak bo‘lsa, shubhasiz, bu Chedju orolidir. U nafaqat o‘zining ajoyib tabiiy manzaralari bilan, balki noyob geografik xususiyatlari bilan ham mashhur. Bu yerda yaylovlar, sharsharalar, doimiy yashil va kuzda barg to‘kadigan kengbargli o‘simliklar tabiat manzarasini boyitib turadi. Orolda dunyodagi eng uzun lavali tunnellardan biri Mandjangul g‘ori joylashgan bo‘lib, uning uzunligi 13,4 kilometrni tashkil etadi. Shuningdek, Chedjuda mamlakatning eng baland nuqtasi Xallasan vulqoni ham mavjud.

Chedju oroli yana o‘zining ramziy timsoli xenyo (hayratomuz suv yo‘llari) bilan tanilgan. Bu yo‘llar orqali suvostiga, yarim sohil zonasiga sho‘ng‘ib, tabiiy yo‘l bilan dengiz mahsulotlarini, trepanglar va midiyalarni terib chiqishadi. Ular haligacha an’anaviy usullarni saqlab qolgan holda, jonkuyarlik bilan o‘z faoliyatlarini davom ettirishmoqda va orol madaniyatining ajralmas qismi hisoblanadilar.

Janubiy Koreyaga sayohatni boshlash uchun eng maqbul joy bu albatta, mamlakat poytaxti Seuldir. U madaniy-ma’rifiy sayohatlar uchun keng imkoniyatlar taqdim etadi va tarix bilan zamonaviy hayot uyg‘unlashgan shahar sifatida turistlar uchun jozibador manzil hisoblanadi.

Seulda Choson sulolasi davri (1392-1897 y) ga oid ko‘plab me’moriy yodgorliklar saqlanib qolgan. Ular orasida Tondemun va Namdemun darvozalari, bir necha qasrlar, podshohlik maqbaralari va yuqori darajali konfusiylik ta’lim muassasasi Songyungvan alohida ahamiyatga ega. XIV asrda qurilgan Kyonbokkun qasri Seulning eng muhim tarixiy ramzlaridan biri sanaladi.

Shuningdek, poytaxtda joylashgan “Pukchxon Xanok” qishlog‘i ham madaniy turistikning eng diqqatga sazovor nuqtalaridan biri hisoblanadi. Bu Seulning markazida joylashgan eng qadimiy tumani bo‘lib, ilgarilari bu yerda ashroflar yuqori tabaqa vakillari istiqomat qilishgan. Bugungi kunda esa mazkur hudud koreys an’anaviy madaniyati markaziga aylangan. Bu yerda xalq amaliy san’ati muzeylari, hunarmandchilik ustaxonalari, milliy taomlar taklif etuvchi restoranlar va turli madaniy master-klasslar turistlar xizmatida.

Janubiy Koreyaning yaqin tarixiga oid eng muhim yodgorliklardan biri Respublika harbiy memoriali hisoblanadi. Bu keng ko‘lamli muzey majmuasi bo‘lib, u yerda turli xil qurol-aslahalar, tanklar, samolyotlar va harbiy texnikalar to‘plami namoyish etilgan. Muzey nafaqat harbiy tarixni o‘rganish, balki bolalar va yoshlar uchun interaktiv ta’limiy muhit sifatida ham xizmat qiladi.

Seulda, shuningdek, zamonaviy texnologiya va sanoatning markazlari ham joylashgan. Shahar ko‘plab dunyoga mashhur gadjetlar va avtomobillar ishlab chiqaruvchi korporatsiyalarga mezbonlik qiladi. Janubiy Koreyaning zamonaviy ishbilarmon hayotining ramzlaridan biri Yoiydo orolida qurilgan baland binolardan biri Yuksam binosi (63 Building) hisoblanadi. Bu osmono‘par inshoot mamlakatning iqtisodiy qudrati va arxitekturasini namoyon etuvchi muhim nuqtadir.

Oilali turistlar uchun Seuldagi eng yaxshi dam olish joylaridan biri “Lotte World” ko‘ngilochar majmuasidir. U yil bo‘yi faoliyat yuritadi va ikki qismdan iborat: bir qismi yopiq bino ichida, ikkinchisi esa ochiq havoda joylashgan. Yopiq qismidagi shisha tom qurilishi tufayli quyosh nurlari majmuaning ichiga tabiiy yorug‘lik olib kiradi, bu esa har qanday ob-havo sharoitida qulaylik yaratadi.

So‘nggi yillarda Janubiy Koreyaga turistlarni jalb etayotgan yana bir muhim omil koreys ommaviy madaniyati, ya’ni, dramalar (teleseriallar) va key-pop musiqasidir. Bu madaniy fenomenlar tufayli yangi turistik yo‘nalishlari shakllanmoqda, masalan, mashhur seriallar suratga olingan joylarga ekskursiyalar, key-pop muxlislari uchun maxsus turlar va tadbirlar. Bu tendensiya Koreyaning “multikultur turizm” sohasidagi salohiyatini yanada kengaytirmoqda.

Seul Janubiy Koreyaning ultrazamonaviy poytaxti bo‘lib, bu yerda osmono‘par binolar, tarixiy qasrlar, bog‘lar va muzeylar bir-biriga uyg‘un tarzda mavjud. Sayohatni boshlash uchun ideal joy bu-XIV asrda qurilgan Kyonbokkun qasri, u Choson sulolasi podshohlarining asosiy qarorgohlaridan biri bo‘lgan. Itxevon tumanida an’anaviy xanok uylari, Koreya Milliy muzeyi va shahar panoramasi ko‘rinib turadigan Seul minorasi joylashgan. Seulning tungi hayoti klublar, barlar va restoranlar xilma-xilligi bilan mashhur. Xarid qilishni xush ko‘ruvchilar uchun esa Myondong savdo tumani eng yaxshi tanlov bo‘ladi.

Chedju oroli go‘yoki yerdagi jannat kabi tabiiy go‘zalliklarga boy hudud. Bu yerda sharsharalar, vulqonlar, g‘orlar va musaffo plyajlar turistlarni o‘ziga maftun etadi. Xallasan tog‘ining cho‘qqisiga chiqib, dengiz ustidagi quyosh chiqishini tomosha qilish-unutilmas tajriba. Sonsan-Ilchulbon jarliklari bo‘ylab qayiqda sayr qilish va lavali tunnellarni o‘rganish ham juda ommalashgan. Orolda joylashgan ko‘plab spa-markazlar va issiq buloqlar orqali turistlar tinchlik va shifo topadilar.

Pusan mamlakatning ikkinchi yirik shahri va muhim dengiz porti. U o‘zining plyajlari, Chagalchi baliq bozori va tog‘da joylashgan Beomeo xrami bilan tanilgan. Shoping uchun eng yaxshi joy Nampodong tumani. Pusan har yili xalqaro kinofestivalga mezbonlik qiladi. Shaharni Yonnam oroli bilan bog‘laydigan Almaz ko‘prigi esa uning zamonaviy ramzlaridan biridir.

Soraksan milliy bog‘i tog‘li manzaralar, musaffo daryolar va piyoda sayr qilish yo‘llari bilan mashhur. Bu tabiatni sevuvchilar va alpinizm ishqibozlari uchun haqiqiy jannat. Bu yerdagi diqqatga sazovor joylardan biri Sinsonsa xrami, uning me’moriy uslubi noyob. Shuningdek, Bizon sharsharasi Koreyadagi eng katta sharsharalardan biridir.

Kyondju qadimgi Silla davlati poytaxti bo‘lib, bu yerda ko‘plab tarixiy yodgorliklar saqlanib qolgan. Asosiy diqqatga sazovor joylar Pulguksa xrami, Sokkuram g‘ori va qadimgi podshohlar maqbaralari. Shahar yaqinidagi tog‘ manzaralari va Songyungvan Konfutsiy akademiyasi tarix va madaniyat muhitini to‘liq his etish imkonini beradi.

Xeinsa xrami mamlakatdagi eng yirik budda ibodatxonasi bo‘lib, u tog‘ yetaklarida joylashgan. 802-yilda qurilgan bu maskan Choge urdenining ma’naviy markazi hisoblanadi. Bu yerda buddaviy matnlarning qadimiy nusxalari va 80 mingdan ortiq chop etuvchi yog‘och qoliplar saqlangan. Majmuada Oq bulutlar paviloni, Tinchlik ibodatxonasi va tosh bog‘i ham mavjud.

Nami oroli musaffo sohillari, an’anaviy xanok me’morchiligi va tinch muhiti bilan turistlarni o‘ziga jalb qiladi. Bu yerdagi Kimchxonxanok qishlog‘ida Choson davri uylari saqlangan. Shuningdek, Namisan qal’asi, Kvangande mayagi va mashhur Makkoli (an’anaviy guruch sharobi) ishlab chiqarish manzili ham bor. Orolda qayiqda sayr qilish juda ommalashgan.

Kvandju madaniy va ta’lim markazi sifatida tanilgan shahar. Bu yerda 18-may qo‘zg‘oloni xotira bog‘i va Onyo issiq buloqlari mavjud. Shahar yaqinidagi Mudong milliy bog‘i o‘zining tog‘li manzaralari va budda ibodatxonalari bilan turistlarni jalb etadi. Qo‘shimcha ravishda, shaharda ko‘plab universitetlar faoliyat yuritadi, shu bois talabalar hayoti va ko‘ngilochar sohalar juda rivojlangan.

Tonge qishlog‘i an’anaviy koreys hayot tarzi saqlanib qolgan joy. Bu yerda mehmonlar mahalliy turmush bilan tanishishlari, xanok uylariga tashrif buyurishlari, milliy taomlardan tatib ko‘rishlari va madaniy marosimlarda ishtirok etishlari mumkin. Qishloqda interfaol folklor muzeyi ham faoliyat ko‘rsatadi.

Chirisan milliy bog‘i noyob tog‘ manzaralari, sharsharalar, dara va kamyob o‘simliklari bilan ajralib turadi. Bu yer piyoda sayr qilish va tabiat bag‘rida hordiq chiqarishni yaxshi ko‘radiganlar uchun ideal maskan. Asosiy sayohat yo‘nalishlari Chirisan tog‘ining cho‘qqisiga ko‘tarilish, Sinsongsa va Tongdalsa ibodatxonalariga tashrif va Namxangan daryosida raftingni o‘z ichiga oladi.

Janubiy Koreyaning mo‘jizaviy go‘shalariga sayohat har qanday mavsumda unutilmas taassurotlar bag‘ishlaydi. Bahor, yoz, kuz yoki qish har biri ushbu mamlakatning o‘zgacha jihatlarini ochib beradi. Tabiiy go‘zalliklari, tarixiy yodgorliklari, zamonaviy shaharlari va mehmondo‘st xalqi bilan Janubiy Koreya har bir mehmonning qalbida

o‘chmas iz qoldiradi. Bu qadimiylik bilan zamonaviy taroqqiyot birlashgan, har bir sayohatchini ajoyib tajribalar olamiga chorlovchi yurtdir.

***Malayziya turizmi.*** Malayziya bir paytlar jahonda eng ko‘p turist qabul qiluvchi mamlakatlar orasida 9-o‘rinni egallagan. 2017-yildagi Turistik va sayohat raqobatbardoshlik hisobotiga ko‘ra, Malayziya 141 davlat orasida umumiy reytingda 25-o‘rinni egalladi.

Iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish va eksportga bo‘lgan yuqori bog‘liqlikni kamaytirish maqsadida, Malayziya hukumati turizm sohasini rivojlantirishga katta e’tibor qaratdi. Bu tashabbuslar natijasida turizm mamlakat iqtisodiyotida valyuta tushumining uchinchi yirik manbaiga aylandi.

Malayziyada turizmning turli shakllari mavjud bo‘lib, so‘nggi yillarda mamlakatning turistik nufuzi barqaror ravishda oshib bormoqda. Yevropalik va Avstraliyalik sayohatchilar oromgohli sohillar izlayotgan bir paytda, ular tobora ko‘proq Malayziyaning go‘zal qirg‘oqlariga qiziqish bildirmoqdalar. Mamlakatdagi turizm yo‘nalishlari madaniy turizm, ekstremal turizm, tibbiy turizm, plyaj turizmi va agroturizmga bo‘linadi.

Malayziyadagi turizmning birinchi yo‘nalishi bu madaniy turizm. Bu turizm asosan xalqning turli bayramlari, tarixiy inshootlari, milliy taomlari va kiyim-kechaklari orqali etnik xilma-xillikni namoyon etishga qaratilgan. Malayziyada turistlar uchun alohida qiziqarli beshta YUNESKO jahon merosi ro‘yxatiga kiritilgan obyektlar mavjud. Penang orolidagi Jorjtaun shahrining tarixiy binolari va Melakadagi xitoy, hind, portugal, golland va Britaniya merosi madaniy sayohat uchun muhim maskanlar hisoblanadi. Malayya yarimorolining katta qismi madaniy meros obyektlariga boy. Shuningdek, Saravak shtatida joylashgan Kuching shahri ham madaniy turizmning markazlaridan biri sanaladi.

Malayziyada turli bayram va festivallar bilan to‘lgan taqvim mavjud. Hari Raya Puaca Ramazon oyining tugaganini nishonlovchi musulmonlar bayrami, shu bilan birga, avgust-sentyabr oylarida Xitoyda an’anaviy Monkeyk festivali nishonlanadi. Ana shunday milliy an’analar

va bayramlar orqali Malayziya o‘z madaniyatini butun dunyo turistlariga tanishtirmoqda.



***8.3-rasm. Malayziyaning poytaxti Kuala-Lumpur***

Malayziyadagi turizmning ikkinchi yo‘nalishi ekstremal turizm hisoblanadi. Bu tur turizm tabiiy muhitda jismoniy faoliyatga asoslangan bo‘lib, sayohatchidan ma’lum darajada jismoniy tayyorgarlik va qat’iyat talab qiladi. Bu yo‘nalishda turistlar uchun tog‘larda yurish, trekking (o‘rmonda yurish), toshga chiqish, akvalang bilan sho‘ng‘ish va yovvoyi tabiatni o‘rganish kabi faoliyat turlari mavjud.

Kimda-kim yanada qiyinroq va qiziqarli tajriba izlasa, Taman Negara milliy bog‘ida fillar izidan yurish, Sabax va Saravakda orangutanlar izidan qidiruv yoki Endau-Rompin milliy bog‘ida afsonaviy «bigfut»ni topish kabi safarlarga qatnashishi mumkin. Bunday ekstremal turizm nafaqat hayratlanarli, balki o‘ta hayajonli va esda qolarli bo‘ladi.

Tibbiy turizm ham Malayziyada rivojlangan turizm yo‘nalishlaridan biriga aylangan. Mamlakat xavfsiz va nisbatan arzon tibbiy xizmatlarni izlayotgan xalqaro bemorlar uchun asosiy manzillardan biriga aylandi. Malayziyada tibbiy xizmatlar yuqori darajada tashkil etilgan: ingliz tilida so‘zlashadigan va xalqaro standartlar bo‘yicha tayyorlangan shifokorlar, zamonaviy tibbiyot uskunalari hamda qulay klinikalar mavjud.

Koʻplab shifoxonalar bemorlar va ularning hamrohlari uchun joylashish va dam olish imkoniyatlarini ham taklif etishadi. Shu bilan birga, Malayziya boshqa mamlakatlar bilan birgalikda xavfli kasalliklar, jumladan, saraton kabi kasalliklarni davolash boʻyicha tibbiy texnologiyalar almashinuvini yoʻlga qoʻygan. Bularning barchasi Malayziyani tibbiy turizmda dunyodagi muvaffaqiyatli mamlakatlar qatoriga olib chiqqan.

Malayziyada plyaj turizmi ham juda keng rivojlangan. Mamlakatdagi ajoyib tabiiy sohillar orqali dam olish va stressdan xalos boʻlish imkoniyati mavjud. Gʻarbiy sohillar hamda Borneo orolining qirgʻoqlari turistlar orasida ayniqsa, mashhur. Bu yerda turistlar nafaqat quyosh va qumda hordiq chiqaradi, balki vodniy mototsikl (jetski), akvalang bilan shoʻngʻish, voleybol oʻynash kabi faoliyatlar bilan ham shugʻullanishadi.

Malayziya yarimorolining sohillarida, xususan, Tioman, Langkavi va Pankor orollarida koʻplab bungalo, mehmonxonalar va lyuks dam olish maskanlari mavjud. Bu sohillar dunyodagi eng yaxshi oʻnta plyajlar roʻyxatida doimiy ravishda tilga olinadi.

Qishloq xoʻjaligi turizmi ham Malayziyada tobora ommalashib borayotgan yoʻnalishlardan biridir. Mamlakatning agrar xilma-xilligi turistlarga Malayziyaning turli yerlari va mahsulotlari haqida bilim olish imkonini beradi.

Koʻplab turistik agentliklari turistlar uchun palma plantatsiyalari, kauchuk yetishtirish xoʻjaliklari, baliq fermalari va mevazorlarga turlar tashkil qiladi. Xususan, mevazorlarda turistlar turli xil tropik va mahalliy mevalarni tatib koʻrishlari mumkin. Ular orasida rambutan, jakfrut, ananas, mampar, mango, va “meva podshohi” deb ataladigan durian kabi ekzotik mevalar bor.

«Osiyoda eng tashrif buyuruvchi davlat» nomini olgan Malayziyaga 2023-yilda 20,4 mln. xalqaro turistlar borishgan, 2019-yilda 26,1 mln. xalqaro turist va eng koʻp xalqaro turistlar 2014-yilda (27,4 mln.) tashrif buyurgan. Turizmdan olingan daromad 157 mlrd. Malayziya ringgitini tashkil qilgan, bu mamlakat yalpi ishlab chiqarishining 8,6% ini tashkil qiladi.

***Tayland turizmi.*** Tailand turizmga to‘liq yo‘naltirilgan mamlakatlardan biri bo‘lib, turizm bu yurt iqtisodiyotining eng muhim sohalaridan biri hisoblanadi. Shu boisdan, mamlakatda turizm sohasi doimiy ravishda rivojlantirilib, yangilanmoqda va bunga mos ravishda turistlar soni ham yil sayin ortib bormoqda.

Tailandga borish uchun eng ko‘p tanlanadigan sabablardan biri dengiz bo‘yidagi plyajda dam olish. Eng mashhur plyaj kurortlariga Pattayya, shuningdek, go‘zal orollar Pxuket va Ko Chang kiradi. Bu yerlarda katta, odamlar bilan gavjum plyajlar ham, tinch va sukunat hukmron bo‘lgan qumli sohillar ham mavjud (ayniqsa, Ko Chang orolida). Shuningdek, kurortlarda turli ko‘ngilochar joylar va tarixiy jozibalar ham bor, shu bois plyajdagi dam olishni madaniy sayohat bilan uyg‘unlashtirish mumkin.

Tailanddagi madaniy va ekskursiyali turizm uchun eng yaxshi manzil poytaxt Bangkok hisoblanadi. Bu yerda yuzlab qadimiy va zamonaviy tarixiy obyektlar, ko‘rkam qasrlar, ibodatxonalar, milliy uslubda qurilgan ko‘chalar va turli restoranlar mavjud. Bangko tay oshxonasini yaqindan taniyotganlar uchun ham haqiqiy joy.

Biroq Bangkok bilan cheklanib qolmasdan Tailandning boshqa shaharlariga ham ekskursiyalarda qatnashish mumkin. Masalan, Pattayya faqat plyajlari bilan emas, balki madaniy jihatdan ham turistlar diqqatini to‘rtadi. Shuningdek, Kanchanaburi shahri an’anaviy hayot tarzi va mahalliy madaniyat bilan yaqindan tanishishni xohlovchilar uchun ajoyib tanlov hisoblanadi.

Tailand turistlarga nafaqat dam olish, balki ajoyib xaridlar uchun ham imkoniyat yaratadi. Ayniqsa, Bangkokdagi yirik savdo markazlari va bozorlarda har qanday mahsulotni topish mumkin, tabiiy ipak mato‘lar va zargarlik buyumlaridan tortib, brend texnikagacha, hammasi nisbatan arzon narxlarda taklif qilinadi.

Shopingni asosiy maqsad sifatida emas, balki boshqa turlar bilan uyg‘unlashtirib ham amalga oshirish mumkin. Masalan, avvalo plyajda dam olib, keyin ekskursiyalar bilan Bangkokni o‘rganish, so‘ng esa ketishdan avval bir necha kunni xaridga ajratish, bu ko‘pgina guruh turlarida taklif etiladigan klassik variantlardan biridir.

Tailand har bir turist uchun o‘ziga xos taassurotlar ulashadigan yurt. Ehtimol, sizni ekzotik plyajlar, tinimsiz tungi hayot, qadimiy ibodatxonalar yoki milliy oshxona qiziqtirishi mumkin. Tailandda har qanday zavq va qiziqish uchun biror narsa topiladi. Bu Osiyoning go‘zal burchagi hatto tajribali sayohatchilarni ham hayratga solishga qodir.

Tabiat oshiqlari uchun mamlakat o‘zining betakror milliy bog‘lari bilan mashhur, bu yerda noyob hayvonlar va ekzotik o‘simliklar dunyosini ko‘rish mumkin.

Tarixga qiziquvchilar esa Ayuttxaya va Sukxotay kabi qadimiy shaharlarda Tailandning boy merosi bilan tanishish imkoniyatiga ega bo‘ladilar.

Ruhiy hordiq va tinchlik izlayotganlar esa mamlakatning eng yaxshi kurortlarida SPA-protseduralar orqali tanu-jonga dam berishlari mumkin.

Tailandga sayohatlar shu qadar mashhurki, ular nafaqat dengiz bo‘yida dam olishni, balki mamlakatning boy madaniyatiga sho‘ng‘ish imkonini ham beradi.

Bangkok Tailand poytaxtida tarix, madaniyat va zamonaviylik uyg‘unlashgan megapolis. Bangkok bu nafaqat Tailandning ma’muriy markazi, balki turistlar uchun tarixiy, madaniy va zamonaviy jozibalar bilan to‘lib-toshgan shahardir. Bu shahar butun dunyodan kelgan turistlarni o‘zining ibodatxonalari, bozorlari va jonli tungi hayoti bilan o‘ziga jalb etadi.

Qirollik saroyi (Grand Palace). Bu me’moriy majmua tay xalqining madaniy ramzi hisoblanadi. Saroy hududida joylashgan Zumrad Budda ibodatxonasi (Wat Phra Kaew) mamlakatdagi eng muqaddas budda ibodatxonalaridan biridir. Majmuaga kirishda maxsus dress-kod (kiyinish qoidalari) talab qilinadi, shuning uchun tashrif oldidan bu haqda ma’lumot olish juda muhim.

Vat Pxo (Yotgan Budda ibodatxonasi). Bu ibodatxona 46 metr uzunlikdagi hayratlanarli Yotgan Budda haykali bilan mashhur. Shuningdek, bu yerda Tailanddagi mashhur tay massaji maktabi joylashgan, turistlar bu yerda tay massaj kurslarini o‘tashlari yoki professional massajdan bahra olishlari mumkin. Xramning ichki

bezaklariga, mozaikalar va oyma naqshlarga alohida e’tibor berish tavsiya etiladi.

Vat Arun (Tonggi nur ibodatxonasi). Bu ibodatxona keramikadan yasalgan mozaikalari va o‘ziga xos me’moriy uslubi bilan ajralib turadi. Xususan, quyosh botish vaqtida ibodatxona hayratomuz go‘zallik kasb etadi. Ibodatxona terrasasidan Chao Prayya daryosi va shahar manzarasiga mo‘jaz ko‘rinish ochiladi. Yuqoridagi kuzatuv maydonchasiga chiqib, Bangkokning ajoyib fotosuratlarini olish imkoniyati mavjud.

Damnoyen Saduak suzuvchi bozori. Bu Tailanddagi eng asl, an’anaviy bozorlardan biri bo‘lib, u turistlarga ekzotik mevalar va milliy taomlarni to‘g‘ridan-to‘g‘ri qayiqlarda tatib ko‘rish imkonini beradi. Bozorda qayiqda sayr qilish ham katta taassurot qoldiradi. Eng yaxshi tajribaga ega bo‘lish uchun bu yerga ertalab, bozor yangi hayotga to‘la bo‘lgan paytda kelish tavsiya etiladi.

Bangkokning Chayna-Taun tumani. Bu shaharning eng jonli va harakatdagi joylaridan biri bo‘lib, taniqli restoranlar, to‘lib-toshgan tungi bozor va xilma-xil mazali taomlar markazidir. Bu yerda siz tay-xitoy taomlarini tatib ko‘rishingiz, nodir ziravorlar va original suvenirlar xarid qilishingiz mumkin.

Chatuchak bozori. Dunyodagi eng yirik bozorlardan biri bo‘lgan bu bozorda deyarli hamma narsani topish mumkin: kiyim-kechak, hunarmandchilik buyumlari, antikvar to‘plamlar va b. Bu bozor asosan dam olish kunlari ishlaydi, shu sababli shanba-yakshanba kunlari tashrif buyurish eng maqbuldir.

Jim Tompson muzeyi. Bu tinch va shinam joy Tailand ipak sanoatining tarixi bilan tanishish imkonini beradi. Muzey milliy tay uslubida qurilgan an’anaviy uyda joylashgan bo‘lib, madaniy muhitni his qilish va huzur qilish uchun ajoyib imkoniyat yaratadi.

Lyumpini bog‘i. Shahar markazida joylashgan ushbu yashil bog‘ haqiqiy tabiat go‘shasi hisoblanadi. Bu yerda sayr qilish, ko‘lda qayiqni ijaraga olib suzish yoki shahar shovqin-suronidan uzoqda tinch dam olish mumkin.

Tailandda dam olishni milliy oshxonasiz tasavvur etib boʻlmaydi. Tailand nafaqat ekzotik tabiati, balki oʻziga xos va boy gastronomik an’analari bilan ham mashhur. Bu yerda har bir taom mazali hidlar, ziralar va yangi mahsulotlarning uygʻunligi. Tailand oshxonasi nafaqat mashhur milliy taomlari, balki har bir mintaqaning oʻziga xos delikateslari bilan ham turistni hayratda qoldiradi.

Eng mashhur taomlari:

Pad Tay qovurilgan lapsha boʻlib, tarkibiga krevetka, tofu, arahis va tamarind sousi kiradi. Bu taom deyarli har bir koʻcha burchagida tayyorlanadi, ammo uni aynan tungi bozorlarda tatib koʻrish eng yoqimli tajriba boʻladi.

Tom Yam qiziq va xushboʻy shoʻrva boʻlib, asosiy tarkibi krevetka, kokos suti va turli ziravorlardir. Har bir mintaqada ushbu shoʻrvaning oʻziga xos talqini bor, shuning uchun bir necha variantini tatib koʻrish tavsiya etiladi.

Som Tam yosh papayyadan tayyorlanadigan achchiq va yangi salat. U koʻpincha qovurilgan tovuq va yopishqoq (glyutenli) guruch bilan birga dasturxonga tortiladi. Yangi va achchiq ta’mlar ixlosmandlari uchun ideal tanlov.

Mango va yopishqoq guruch, bu shirin taom Tailand gastronomik tajribasining ajralmas qismi. Kokos suti bilan toʻyintirilgan bu desert ham mazali, ham xushboʻy.

Kokosli muzqaymoq Tailand koʻchalarida sotiladigan eng mashhur sovuq shirinliklardan biri. Koʻpincha yarim kokos ichida, ustidan tahlili, yongʻoqlar va mevalar bilan tortiladi.

Massaman karri kartoshka, tovuq yoki mol goʻshtidan tayyorlanadigan, xushboʻy va ziravorli karri. Bu taomda hind va Malayziya oshxonasining ta’siri seziladi. Boshoqlik va mazali ta’mni sevuvchilar uchun ajoyib tanlov.

Sate-Arahis sousi bilan tortiladigan tovuq yoki choʻchqa goʻshtidan tayyorlangan shish. Oson yeyiladigan, bir zumda tayyor boʻladigan koʻcha taomi sifatida mashhur.

Xoy Tod dengiz mahsulotlari, xususan ustritsa bilan tayyorlangan, qovurilgan blinchik hisoblanadi.

Tayland turizmi 2023-yilda 28,2 mln. xalqaro turistlarni qabul qildi. Bu turistlarning 4,56 mln. Malayziyadan, 3,5 mln. Xitoydan 1,65 mln. Janubiy Koreyadan kelishdi. Tayland turizm vazirligi xalqaro turistlar sonini 2024-yilda 35,0 mln.ga, 2025-yilda 39,0 mln.ga yetkazishni rejalashtirgan. Chunki, bu mamlakatga 2019-yilda 39,9 mln. xalqaro turistlar tashrif buyurgandi. Tayland turizmda rejalashtirilgan maqsadlarga erishish uchun hozirgi 57 ta davlatga beradigan vizasini 97 ta davlatga ko‘paytirdi, 31 ta davlatdan kelgan xalqaro turistlar vizani Taylandga kelib rasmiylashtirishi mumkin.

Yana bir muhimi shundaki, Tayland hukumati xalqaro turistlarning bu mamlakatda bo‘lishi vaqtini 30 kundan to 60 kungacha uzaytirdi. Shuningdek, hukumatning turli xil imtiyozlari bo‘yicha ichki turizmda mamlakat aholisi 2023-yilda 205,0 mln. safarlar uyushtirishdi. Taylandga keluvchi asosiy davlatlar: Xitoy (3,58 mln.), Malayziya (1,5 mln), Hindiston (2,4 mln.), Janubiy Koreya (1,65 mln.), Rossiya (320 ming). Turizmdan olingan daromad $53 mlrd, turizmning yalpi ichki daromadga qo‘shgan hissasi 12%.

***Indoneziya turizmi.*** Indoneziya iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismi hisoblanadi. Indoneziya jahon turizm sanoati bo‘yicha 20-o‘rinni egallaydi. Shuningdek, dunyoda eng tez rivojlanayotgan turizm reytingida to‘qqizinchi, Osiyoda uchinchi va Janubi-Sharqiy Osiyoda esa yetakchi davlat hisoblanadi.

Dunyodagi eng yirik musulmon davlati Indoneziyaning qalbi bo‘lmish Jakarta ulkan, har xil yuzlarga ega va go‘yo turli ovozlar bilan gapiradigan shahardir. Bu yerda qashshoqlik va qo‘l yetib bo‘lmas shohona hayot bir-biri bilan tushunarsiz darajada yonma-yon mavjud. Yo‘llardagi tirbandliklar va prospektlar shovqini ortida orollardagi sukunat hukmron. Ajdodlar ananasiga sodiqlik va turli madaniyatlarga bag‘rikenglik bir vaqtning o‘zida yashaydi.

Agar siz shaharning boy va chiroyli hayotini ko‘rishni istasangiz, yo‘lingiz Janubiy Jakarta tomon bo‘lishi kerak, bu yerda elitaga mo‘ljallangan turar joylar va zamonaviy savdo markazlari jamlangan.

Markaziy tumanda shaharning mashhur madaniy va tarixiy yodgorliklari joylashgan.

Shimoliy Jakarta esa dengiz mahsulotlari taklif etiladigan restoranlar va bozorlari bilan mashhur.

G‘arbiy tumanlarda Gollandiya mustamlakachilik davri xotiralari saqlanib qolgan,

Sharqiy qismi esa sanoat va zamonaviy ishlab chiqarish markazidir.

Indoneziyaga tashrif buyuruvchi turistlarning ko‘pchiligi uchun mamlakatning markazi sifatida Jakarta emas, balki dunyo bo‘ylab mashhur bo‘lgan orollar ko‘proq qiziqish uyg‘otadi. Ular orasida eng katta e’tiborni tortuvchi orol bu, albatta, Bali. Bali ajoyib plyajlar, haybatli vulqonlar va rivojlangan turistik infratuzilmasiga ega maskandir.

Denpasar, orolning ma’muriy markazi, xotirjam va shinam muhitga ega. Bu yerda ibodatxonalar, muzeylar va mahalliy bozorlar joylashgan.

Kuta shovqinli va jonli hayoti bilan tanilgan. Bu yerda to‘xtovsiz tusovkalar, arzon barlar va serfing uchun ajoyib sharoitlar mavjud.

Seminyak ham jonli, ammo u boyroq turistlar uchun mo‘ljallangan, o‘ziga xos sharm va mukammallik bilan ajralib turadi.

Sanur esa oilali turistlar va tinchlikni xush ko‘ruvchilar uchun haqiqiy jannat.

Kalimantan orolining bir qismi Indoneziya hududiga kiradi. Bu joy jonli tabiat va qadimgi hayot tarzi saqlanib qolgan o‘lka sifatida mashhur. Kalimantan aholisining taxminan 10 foizini dayaklar tashkil etadi, ular “bosh ovchilari” deb nom olib, go‘yo vaqtda yo‘qolib ketgan kabi hayot kechirishadi. Orolning markaziy qismi quyuq o‘rmonlar va daryolar bilan to‘lib-toshgan, janubida esa hosildor plantatsiyalar va suzuvchi bozorlar bor.

Sumatra tabiiy va me’moriy boyliklarga ega orol. Shaharlarda qasrlar, masjidlar va muzeylar bor. Milliy bog‘larda esa ko‘llar, o‘rmonlar va vulqonlar tabiat sevuvchilarni jalb etadi.

Sulavesi qadimgi an’analar va urf-odatlar xazinasidir. Shu bilan birga, bu orol dayving muxlislari uchun sevimli manzil.

Yava dunyodagi eng zich aholiga ega orollardan biri. Bu yerda ajoyib tabiiy manzaralar, choy plantatsiyalari va qadimiy ibodatxonalar mujassam.

Lombok oroli o‘zining yaylovdek keng, sof va so‘l sariq-qo‘ng‘ir qumli plyajlari bilan mashhur. Bu yerda sukunatni sevuvchilar uchun juda mos muhit mavjud.

Bintan va Batam orollari esa yuqori darajadagi dam olish uchun barcha sharoitlarni taqdim etadi: lyuks mehmonxonalar, SPA-markazlar, golf maydonlari va ko‘ngilochar komplekslar, bularning barchasi tayyor.

Indoneziya plyajlari o‘zining betakror tabiiy go‘zalligi bilan mashhur. Turli rangdagi pokiza qumlar, zumradday yashil palmalar va shaffof dengiz bularning barchasi klassik tropik manzarani yaratib, har qanday turistda hayrat va havas uyg‘otadi. Agar shu manzaraga rivojlangan infratuzilma va faol dam olish uchun ajoyib imkoniyatlarni qo‘shsak, bu yerdagi hordiq ideal tasavvurga aylanadi.

Bali oroli Indoneziyadagi eng mashhur plyajlar markazi hisoblanadi. Kuta sohili yoshlar va faol hayotni xush ko‘ruvchilar uchun eng taniqli joy. Aeroportga yaqinligi, arzon turar joylar va ko‘ngilochar joylar xilma-xilligi tufayli bu yerda hayot doimo jonli. Lekin u yerdagi dengizdagi to‘lqinlar ko‘pincha baland va beqaror bo‘ladi. Suzish uchun uncha qulay emas, ammo serfing uchun ideal.

Legian Kutaga yaqin joylashgan, lekin u yerda to‘lqinlar biroz past va muhit xotirjamroq. Shu sababli bu yerga hurmatga sazovor va tinchlikni qadrlaydigan turistlar tashrif buyuradi.

Seminyak esa elitar kurort sifatida nom chiqargan. Bu yerda keng, yaxshi parvarishlangan, zamonaviy qulayliklar bilan jihozlangan plyajlar mavjud. Faol dam olishni ma’qul ko‘ruvchi, moliyaviy imkoniyati yuqori bo‘lgan turistlar bu maskanni ayni muddao deb biladilar.

Changu Balidagi boshqa plyajlarga nisbatan ancha hovursiz va sukunat hukmron sohil. Bu yerdagi shamolning kuchliligi va baland to‘lqinlar suzishni istovchi tasodifiy turistlarni uzoqlashtiradi. Ammo aynan shu omillar Changurni serfing ishqibozlari uchun mos joyga aylantiradi.

Djimbaran oilaviy dam olish uchun ideal plyaj. Bu yerda suvga tushish xavfsiz va suv pastlikka qarab kirishga ega.

Dayving muxlislari uchun eng maqbul joylar Sanur va Pemuteran sohillari. Bu yerlarda dengiz tagi dunyosi boy va shaffof suvlar orqali yaxshi koʻrinadi.

Tungi hayotni sevuvchilar va tusovkalardan zavq oluvchilar esa Karma-Bich plyajiga yoʻl olishlari mumkin. Bu yerda zamonaviy plyaj klubi, jonli musiqa va noyob muhit hukmron.

Lombok oroli Baliga nisbatan sukunatli va odam kam uchraydigan plyajlari bilan ajralib turadi. Bu orol goʻzallik va tinchlikni bagʻriga olgan hudud sifatida turistlar uchun tobora mashhur boʻlib bormoqda.

Eng qulay hordiq maskani Sendjidji atrofidai. Bu yerda keng sohil boʻylab yoyilgan yumshoq, malla rangli qumlar ostida dam olish juda zavqli kechadi.

Selong Belanak plyaji yangi serfingchilar uchun moʻljallangan toʻlqinlar ta’lim uchun mos va muhit xotirjam.

Mavun-snorkling (qisman shoʻngʻish) ishqibozlari uchun eng maqbul tanlov.

Tandjung-An esa oʻzining fotogenik argʻimchoqlari bilan mashhur, ular suv ustida baland koʻtariladigan holda oʻrnatilgan boʻlib, ijtimoiy tarmoqlar uchun ajoyib suratlarga manzara yaratadi.

Mavi sohilida esa hatto Lombok oroli uchun ham kam uchraydigan, hayratlanarli darajadagi tinchlik hukm suradi. Bu yer toʻliq sukun va tabiat bagʻridagi hordiqni qadrlaydiganlar uchun ideal tanlovdir.

Yuz yillar davomida Indoneziyada turli madaniyatlar ta’sirida shakllangan betakror oshxona vujudga kelgan. Bu yerda xitoy, hind va an’anaviy orol taomlari oʻzaro uygʻunlashgan holda xalqning kundalik ovqatlantirish madaniyatini boyitib kelmoqda.

Mahalliy taomlarning asosini «nasi» deb ataluvchi guruch tashkil etadi. Undan shoʻrvada qaynatilgan shaklda, banan barglarida pishirilgan holda, chips koʻrinishida, turli mahsulotlar bilan qovurilgan yoki sabzavotlar va yogʻli souslar bilan birga tortiladigan shakllarda foydalaniladi. Indoneziyada choʻchqa goʻshti deyarli iste’mol qilinmaydi, biroq baliq, dengiz mahsulotlari va boshqa turdagi goʻshtlar turlicha uslubda tayyorlanadi va juda mazali chiqadi.

Indoneziya bu-nafaqat ajoyib tabiati va orollari, balki madaniy va tarixiy boyliklari bilan ham diqqatga sazovor mamlakat. Yuzlab milliy bog‘lar, tarixiy yodgorliklar va arxitektura obidalari bu yurtga yanada o‘ziga xoslik bag‘ishlaydi.

Indoneziyadagi arxitektura dunyo madaniyatlari uyg‘unligi va mahalliy an’analarning ifodasidir. Ushbu boylik bilan tanishishni mamlakat poytaxti Jakartadan boshlash tavsiya etiladi.

Bu yerda joylashgan Szine-Yuan mamlakatdagi eng muhim budda ibodatxonalaridan biri bo‘lib, uning qizil tomini kumushrang ajdarholar bezab turadi. Bu ibodatxona nafaqat diniy ahamiyatga ega, balki me’moriy jihatdan ham katta qiziqish uyg‘otadi.

Yana bir qadimiy yodgorlik Taman-Sari (Suv saroyi).1765-yildaa barpo etilgan bu majmua bog‘lar va sun’iy havzalar bilan bezatilgan hashamatli pavilonlardan iborat edi. Afsuski, u urushlar va zilzilalar tufayli katta zarar ko‘rgan bo‘lsa-da, hanuz tarixiy qimmatini saqlab kelmoqda.

Istiklyal masjidi Indoneziyadagi eng yirik musulmon ibodatgohidir. Garchi uning tarixi qadimiy emas, biroq ulkan hajmi bilan ajralib turadi: masjid 120 ming nafar ibodat qiluvchini bir paytda sig‘dira oladi. Bu maskan diniy va me’moriy jihatdan Indoneziyaning islomiy dunyodagi mavqeini namoyon etadi.

Yava orolida joylashgan bir qator tarixiy obidalar YUNESKOning jahon merosi ro‘yxatiga kiritilgan. Ularning eng mashhurlaridan biri bu Borobudur ibodatxona majmuasi. U butun perimetri bo‘ylab Budda haykallari va benazir barelyeflar bilan bezatilgan. Majmua nafaqat diniy ahamiyatga ega, balki san’at va me’morchilikning noyob namunasi hisoblanadi.

Yana bir hayratomuz yodgorlik Prambanan ibodatxonasi. Bu muqaddas majmua hinduizmdagi uch buyuk xudo Shiva, Braxma va Vishnuga bag‘ishlangan. Uning ustunlari va manoralari hind me’morchiligining go‘zal namunalaridan biridir.

Qadimiy ibodatxonalar Bali orolida ham saqlanib qolgan:

- Tanax Lot tik jarda qurilgan ibodatxona bo‘lib, suvning g‘ovur-sadosi ostidagi ruhiy muhiti bilan turistlarni maftun etadi.

- Besakix “Ibodatxonalar onasi» sifatida ezozlanadi. Bu Balidagi eng yirik va muqaddas majmuadir.
- Taman Ayun ko‘p qavatli binolarni eslatadigan ibodatxona bo‘lib, unda Xitoy me’morchiligining ta’siri seziladi.

Tirta Empul o‘zining mo‘tabar suvi» bilan mashhur bo‘lib, ziyoratchilar u yerga shifo va tozalanish uchun tashrif buyurishadi.

Ammo Indoneziyaning eng hayratlanarli “mo‘jizalari” bu inson qo‘li tegmagan tabiat olamidir.

Bali Barat milliy bog‘i haqiqiy yerdagi jannat: quyuq yashil o‘rmonlar va tiniq plyajlar bu yerni tabiat sevuvchilar uchun ideal makonga aylantiradi.

Maymunlar o‘rmoni hushyor va ayyor maymunlar yashaydigan joy bo‘lib, bu yerga tashrif taassurotlarga boy sayohatga aylanadi.

Bromo-Tengger Semeru majmuasida faol vulqonlar «nafas olmoqda», ularning ustidagi tutun va lava manzarasi hayrat uyg‘otadi.

Karimunjava dengiz bog‘i dayving va serfing ixlosmandlari uchun ajoyib hudud.

Yashil kanon (Green Canyon) tog‘lar bag‘rida yo‘qolgan daryo bo‘ylab qayiqda suzish imkonini beradi.

Komodo oroli ajdarhoga o‘xshash gigant varanlar yashaydigan yagona joy. Ular bu yerda necha yuz yillardan beri yashab kelmoqda.

Udjung Kulon milliy bog‘i faqat Indoneziyada yashaydigan Yava yakkaligidagi qirqqo‘l (bir tuyoqli) nosoroglar uchun oxirgi panoh.

Indoneziya yaxshi saqlangan tabiiy ekotizimga ega bo‘lib, tropik o‘rmonlar Indoneziya hududining taxminan 57% ini tashkil qiladi. Indoneziyadagi tabiiy ekotizim hali ham yaxshi saqlanib qolganining asosiy sababi 17000 ta oroldan faqat 6000 tasida doimiy aholi istiqomat qilishidir.

1817-yilda tashkil etilgan Bogor botanika bog‘lari va 1862-yilda tashkil etilgan Cibodas botanika bog‘lari Osiyodagi eng qadimgi botanika bog‘laridandir. Tropik o‘simliklarning boy to‘plamlari bilan bu bog‘lar botanika tadqiqotlari markazi va turistik diqqatga sazovor joylari hisoblanadi. Indoneziyada 54 ta milliy bog‘lar mavjud bo‘lib, ulardan 6 tasi jahon madaniy merosi ro‘yxatiga kiritilgan:

Sumatraning fillari, Sumatraning yo‘lbarslari, Sumatra karkidonlari, Yava karkidonlari va orangutanlar kabi ko‘plab mahalliy turlar yo‘qolib ketish xavfi ostida va qolgan populyasiyalar, milliy bog‘lar yoki boshqa tabiat qo‘riqxonalarda saqlanmoqda. Sumatra orangutanini Bukit Lavang qo‘riqxonasida, Bornean orangutanini esa Kalimantanning markaziy qismidagi Tanjung Puting milliy bog‘ida tomosha qilish mumkin. Dunyodagi eng katta gul Raffleziya Arnoldi va eng baland gul Titan arumnini Sumatrada topish mumkin. Viza qoidalari: 170 ta davlat pasportiga ega turistlar Indoneziyaga 30 kun davomida vizasiz kirishlari va qolishlari mumkin.

Indoneziya bilan O‘zbekistonda turizm va sport bo‘yicha hamkorlik masalalari muhokama qilindi. 16-may kuni A.Abduhakimov Indoneziya Parlamenti Vakillar palatasi spikeri o‘rinbosari R.Gobel boshchiligidagi delegatsiyani qabul qildi. Uchrashuvda Indoneziya Parlamenti qo‘mitasi raisi o‘rinbosarlari, mazkur davlatning “MetroTV” telekanali, “Kumparan” va “Detik.com” axborot agentliklari bosh muharrirlari hamda Indoneziya Respublikasining O‘zbekistondagi elchisi K.Sunaryo ishtirok etishdi. Tomonlar O‘zbekiston va Indoneziya davlatlari o‘rtasidagi munosabatlar rivojlanishi, iqtisodiy, turizm va madaniy sohalarda olib borilayotgan hamkorlik ishlari to‘g‘risida fikr almashishdi.

Uchrashuv davomida O‘zbekiston hukumati tomonidan Indoneziya fuqarolari uchun joriy qilingan vizasiz tizim, ziyorat turizmini rivojlantirish, aviaqatnovlarni diversifikatsiya qilish va turizm sohasiga xorijiy investitsiyalarni jalb qilish masalalariga alohida to‘xtalib o‘tildi. Xususan, Indoneziya fuqarolari uchun Haj va Umra ziyorati oldidan “UMRA+O‘zbekiston” dasturini yo‘lga qo‘yish, yurtimiz aeroportlaridan imtiyozli foydalanib, charter reyslar tashkil etish imkoniyatlari haqida batafsil ma’lumot berildi.

R.Gobel delegatsiyasi tarkibida “Metro TV”, Detik.com hamda “Kumparan” axborot agentliklari bosh muharrirlarini taklif etilishiga asosiy sabab, Indoneziyaning mazkur yetakchi OAVlari orqali O‘zbekistonning turizm salohiyati, madaniy meros obyektlari, ziyoratgohlari va savdo-iqtisodiy imkoniyatlarini keng yoritilishini

ta’minlash, shu orqali ikki tomonlama hamkorlikni yuqori bosqichga olib chiqishga erishish ekanligi bildirildi.



***8.6-rasm. Bruney Dorussalomdagi masjid***

**Bruney Dorussalom** Malayziyaning janubidagi kichik qirollik davlati. Qirol Hasanali Bolkiaxk dunyoda eng boy qirollardan. Aholisi 500 ming atrofida. Poytaxti Bandar-Seri-Begavan. 2003-yilda 1.0 mln. kishi, 2009-yilda 157 ming xalqaro turist tashrif buyurgan. Konstitutsion monarx boshqaruvidagi, deyarli yopiq islom davlati.

### *Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*

1. Osiyo-Tinch okeani turizm mintaqasining tarkibiy tuzilishini gapirib bering.
2. Osiyo-Tinch okeani turizm rayonida turizm eng kuchli rivojlangan davlatlar qaysilari?
3. Hindiston turizmining jozibadorligi nimalardan iborat?
4. Nima uchun Markaziy Osiyo davlatlari bu mintaqaga kiritilgan?
5. Osiyo-Tinch okeani turizm mintaqasida istiqbolda qaysi davlatlarda turizm kuchli rivojlanishini tushuntirib bering.

# IX BOB. AFRIKA MINTAQASI TURIZMINING RIVOJLANIShI

***Tayanch so‘zlar:*** savanna mintaqasi, sherlar, fillar, karkidon, begemot, qoplon, jirafa, zebra, gigiyena, yovvoyi ho‘kiz, tuyaqush.

## 9.1. Afrika turizmi mintaqalarining tavsifi

Afrika qit’asi Yer sharidagi quruqlikning 20,4% ini egallagan, maydoni jihatidan Yevrosiyodan keyingi o‘rinda. Afrikada 1,04 mlrd. aholi yashaydi. Afrikada 62 ta davlat bo‘lib, shundan 54 tasi mustaqil davlat hisoblanadi. Afrikaning davlatlari: Aljir, Angola, Benin, Botsvana, Burkina-Faso, Burundi, Gabon, Gambiya, Gana, Gvineya, Gvineya-Bisau, Djibuti, Misr, Zambiya, Zimbabve, Kabo-Verde, Kamerun, Keniya, Komor, Kongo Demokratik Respublikasi, Kot-Ivuar, Lesoto Liberiya, Liviya, Mavrikiy, Mavritaniya, Madagaskar, Malavi, Mali, Marokko, Mo‘zambik, Namibiya, Niger, Nigeriya, Ruanda, San-Tome, Prinsipi, Seyshel, Senegal, Somali, Sudan, Syerra-Leone, Tanzaniya, Togo, Tunis, Uganda, Markaziy Afrika Respublikasi, Chad, Ekvatorial Gvineya, Eritreya, Esvatini, Efiopiya.

Afrika turizm mintaqasi shartli ravishda quyidagi 5 ta mintaqaga bo‘lingan:

1. Shimoliy Afrika
2. Janubiy Afrika
3. Markaziy Afrika
4. G‘arbiy Afrika
5. Sharqiy Afrika

***Sharqiy Afrika*** (Keniya, Uganda, Tanzaniya, Efiopiya) turizm mintaqasi tabiiy-iqlim sharoitlari, betakror bo‘lgan savanna mintaqasi va uning hayvonlari (sherlar, fillar, karkidon, begemot, qoplonlar, jirafa, zebralar, gigiyena, yovvoyi ho‘kiz, tuyaqushlar va b.) bilan mashhur. Tanzaniyadagi Serengeti va Keniyadagi Amboseli milliy parklari hayvonot turlari bo‘yicha jahonda 1-o‘rinni egallaydi. (Burundi, Keniya, Ruanda, Tanzaniya, Uganda, Janubiy Sudan, Kongo Demokratik Respublikasi, Somali).

***Afrika davlatlaridagi ekoturizm.*** Qora qit’a nomini olgan Afrikada har xil tabiiy-iqlimiy geografik mintaqalar joylashgan, o‘zining betakror tabiati va yovvoyi hayvonot dunyosida turlarning va bu turlarning sonlarining ham ko‘pligi jihatidan qit’alar orasida tengi yo‘q hisoblanadi. Sayyoramizdagi eng ko‘p 335 ta milliy park Afrikada joylashgan. Bu milliy parklarda 100 tur sut emizuvchilar, 1000 tur hasharotlar, 600 tur qushlar, 30 tur baliqlar muhofazaga olingan.

Afrikada yuzlab tabiiy qo‘riqxonalar, tabiiy buyurtmaxonalar va tabiiy rezervatsiyalar ishlab turibdi. Afrikada ekoturizm eng kuchli rivojlanayotgan davlatlar Tanzaniya, Kongo, Zambiya, Zimbabvelar hisoblanadi. Afrika qit’asida birinchi milliy park Pongola 1894-yilda JAR da tashkil qilingan.

***Keniya.*** Bu davlatga quyoshning botishi va chiqishini ko‘rish uchun ham har yili minglab turistlar kelishadi. Hayvonot dunyosining rang-barangligi Kakamega qo‘riqxonasida saqlanib qolgan. Aynan ana shu qo‘riqxonada keniyaliklar tropik o‘rmonlarni o‘z holicha saqlab turibdi. Birgina qushlarni va kapalaklarni tomosha qilish uchun har yili millionlab ekoturistlar bu davlatga tashrif qilishadi. Viktoriya ko‘lining mashhurligi dunyoga ma’lum. Xalqaro etnik turizmda mahalliy aholining yashash tarzini ko‘rish va ular bilan muloqot qilish uchun ham eng ko‘p turist aynan Keniyaga kelishadi. Keniyada 60 ta milliy park va 329 ta muhofaza qilinadigan hududlar bor.

***Tanzaniya.*** Afrikada ekoturizmni kuchli rivojlantirayotgan davlatlardan biri. Bu davlatda 12 ta milliy parklar, Ngorongoro tabiat qo‘riqxonasi, 13 ta tabiat buyurtmaxonasi, 38 ta tabiiy muhofazadagi hududlar va 120 ta milliy madaniy makonlar bor.

- Serengeti milliy parki
- Kilimandjaro milliy parki
- Ngorongoro krateri
- Arusha milliy parki
- Ruaxa milliy parki
- Katavi milliy parki
- Leyk-Manyara milliy parki
- Selus ovchilik hududlari

- Gombe-Strim milliy parki
- Maxali-Mauntins milliy parki
- Tarangire milliy parki
- Zanzibar milliy parki
- Mafiya oroli dengiz milliy parki

***Janubiy Afrika*** mintaqasining yirik davlatlari bo‘lgan Namibiya va Botsvana bu mintaqaning tabiat muhofazasini, ekologik turizmni va xalqaro ovchilik turizmini boshqarib boradi. Xalqaro ovchilik shartlariga muvofiq Afrikaning eng yirik hayvonlari bo‘lgan: fil, karkidon, yovvoyi ho‘kiz, sher va leopardga ov uyushtirishdan bu mintaqadagi davlatlar katta daromad olishadi. Masalan, ovning narxi bir kunga 250-400$, kuzatuvchi uchun 100-150$, ov muddati 5 kun. Ko‘plab ovchilar belgilangan kunlarda ov hayvonlarini topmasdan quruq qaytib ketishadi.

Mintaqaning yana bir daromadi yovvoyi hayvonlarning terisini tulup qilishdir. Bitta sherning tulupi 2000$, zebraniki 2700$, terini birinchi ishlash 50-200$ turadi. Ovchilar uchun hamma sharoitlari mavjud bo‘lgan uylar, palatkalar tashkil qilingan. Ovga qo‘riqlanadigan milliy parklarda soni ko‘paygan hayvonlarga ruxsat beriladi. Brakonyerlik o‘lim jazosigacha olib boriladi.

Dunyoda ekologik turizmga ixtisoslashganligi bilan mashhur. Ekoturizm turlarida zoologlarning hayvonlarni o‘rganishi va kinoga olishidan ham daromad oladi. Dunyodagi eng mashhur Kryuger milliy parkiga sayohatlar uyushtiradi, dengizga ekskursiyalar, Yaxshi Umid qirg‘og‘ida pingvinlar tomoshasini uyushtiradi. Mintaqadagi qabilalarga xalqaro turlar uyushtirish bo‘yicha xalqaro turizmda oldingi o‘rinlarni egallaydi. Bu milliy parkda odamlarga yaqinlashishga o‘rgatilgan sherlarni tomosha qilishda har yili 27 ming dollar, fillarning podasi tomoshasidan 610 ming dollar ishlab olishadi.

***G‘arbiy Afrikada*** (Mali, Niger, Senegal, Gani, Kamerun, Gabon). Xalqaro turizm deyarli yo‘q holatda, ichki turizm haqida ham shu xulosani keltirish mumkin. Bu mintaqadagi davlatlarning barchasi kambag‘al davlatlar ro‘yxatida. Davlatlar o‘rtasidagi siyosiy muhit halokatli darajalarda. Millatchilik, irqchilik kuchli, davlatlar va qabilalar o‘rtasidagi qonli urushlar, hokimiyat talashish avjida. Davlatlardagi

partiyalar va guruhlar tabiiy boyliklarni chetga sotib, pulini xalqiga bermay o‘zlari olishadi.

***Shimoliy Afrika mintaqasiga*** Aljir, Misr Arab Respublikasi, Liviya, Marokko, Sudan, Tunis davlatlari kiradi.

***Markaziy Afrika mintaqasiga*** Angola, Gabon, Kongo Demokratik Respublikasi, Markaziy Afrika Respublikasi, Ekvatorial Gvineya davlatlari kiradi.

## 9.2. Afrika turizmi statistikasi

Xalqaro ekspertlarning xulosalari bo‘yicha Afrika davlatlarida jahon miqyosidagi turizm resurslari mavjudligiga qaramasdan turizm istiqboli ancha cheklangan, sababi, turizm infratuzilmalari xalqaro talablarga javob bermaydi. 2009-yilda to 2019-yilgacha Afrikaga kelgan 73,2 mln. xalqaro turistning 50%i Misr Arab Respublikasi, Marokko, Janubiy Afrika Respublikasiga, 44%i qolgan davlatlarga to‘g‘ri keladi. Bashoratlar bo‘yicha Afrika davlatlari o‘zaro urushlarni to‘xtatsa, turizm infratuzilmalarini xalqaro miqyoslarga yetkazsa, xalqaro va ichki turizm dasturlarini ishlab chiqsa, 2030-yilga borib xalqaro turizmning eng kuchli innovatsiyali markazlariga aylanadi.

Pandemiyaning ikkinchi yili 2020-yilda Janubiy Afrikaga 3,8 mln. xalqaro turist tashrif buyurdi. Chunki, Afrikadagi 34 ta davlatlarning ochiq dengizga chiqish imkoniyatlari bor. Jahonning ekologik jihatdan toza bo‘lgan eng so‘lim dengiz sohillari shu davlatlarda joylashgan. YUNESKOga kirgan tarixiy, tabiiy obyektlarning soni bo‘yicha Afrika qit’alar o‘rtasida ikkinchi o‘rinni egallaydi.

Pandemiyadan keyin Afrika turizmi holatni 3,1% ga yaxshiladi, Afrika turizmida 1,08 million ish o‘rinlari tashkil qilindi. Afrika davlatlaridagi mavjud mehmonxonalardan foydalanish darajalari ham pandemiya davrida pasaygan. Masalan, Janubiy Afrika Respublikasida mehmonxona nomerlari 2019-yilda 57,7%, pandemiyadan keyingi davrlarda 46,4% dan yuqoriga ko‘tarilmayapti. 2023-yilda Afrikaga 8,5 mln. xalqaro turistlar tashrif buyurgan, bu 2022-yildagi ko‘rsatkichdan 48,9% ga ko‘p. 2023-yilda 6,4 mln. xalqaro turistlar Afrika

davlatlarining oʻzidan boʻlgan, 1,2 mln. turist Yevropa davlatlaridan, 37 164 turistlar Xitoy Xalq Respublikasidan kelishgan.

Afrika mintaqasida turizm nisbatan eng kuchli rivojlangan davlat bu Misr Arab Respublikasi hisoblanadi. 2023-yilda Misrga 14,0 mln. xalqaro turist tashrif buyurdi. 2010-yilda 10,0 mln. edi. Bu davlat xalqaro turizm oʻsishini har yili 25% ga koʻtarib, 2030-yilda 30,0 mln. xalqaro turistlarga xizmatlar koʻrsatishni rejalashtirgan. Bu rejalar asosan qadimgi Misr piramidalaridan samarali foydalanishda piramidalarning atrofida turizm infratuzilmalarini yaratishga asoslangan.

Afrika mintaqasida mehmonxona biznesi. 2024-yilda Afrikada mehmonxona biznesining rivojlanish tendensiyasi yovvoyi tabiatni emas, balki Accor, Hilton, IHG, Marriott International va Radisson Hotel Group kabi global mehmonxonalar tarmoqlarini nazarda tutgan holda «Misr va beshlik» iborasi bilan qisqacha tavsiflanadi. Afrikada mehmonxona tarmoqlarini rivojlantirish boʻyicha soʻnggi hisobot, nufuzli tarmoq manbai, Misr «Katta beshlik»ning 28 foizlik ustun ulushi bilan bir qatorda bozorning 5 foizlik ustun ulushini egallashini koʻrsatadi.

Lagosda joylashgan WHospitality Group tomonidan Afrika mehmondoʻstlik investitsiya forumi (AHIF) bilan hamkorlikda oʻtkazilgan soʻrovda 47 ta global va mintaqaviy mehmonxona tarmoqlaridan ma’lumotlar toʻplangan va Afrika mamlakatidagi 41 ta mehmonxonada 92 ming 524 ta xona ochish rejalari batafsil yoritilgan.

Oʻtgan yilning asosiy tendensiyalariga Shimoliy Afrikada ham, Sahroi Kabirdan janubdagi Afrika mamlakatlarida ham sezilarli oʻsish 9 foizdan ortiqni, yirik mehmonxonalar hajmining koʻpayishi (2023-yildagi 723 ta raqamga nisbatan eng yaxshi 10 ta mehmonxonada oʻrtacha 770 ta xona mavjud) va kurortlarda 2023-yilga nisbatan 32% ga tez oʻsishni oʻz ichiga oladi. Shunisi e’tiborga loyiqki, Zanzibarda sezilarli oʻsish kuzatilmoqda: kurort mehmonxonalari soni 2023-yildagi 983 xonadan 2024-yilda 2,048 xonasigacha deyarli ikki baravar koʻpaydi, bu Hind okeanidagi ushbu orollar jozibadorligiga ishonchni koʻrsatadi.

Misrning Afrikadagi mehmonxona qurilishi bozorida hukmronligi hayratlanarli darajada qolmoqda: u 7,622 ta mehmonxonada 26,250 ga yaqin xona bilan maqtana oladi, bu boshqa mamlakatlarga nisbatan ajoyib yutuqdir. Misrdagi mehmonxonalar hajmi Nigeriya, Marokash va Efiopiya koʻrsatkichlarini birgalikda qoʻshib olganda ham ortda qoldirdi.

Kurort sohasida ishlanayotgan loyihalar sonining sezilarli oʻsishi kuzatilmoqda: ularning ulushi 2023-yildagi umumiy loyihalarning 24 foizidan 2024-yilda 30 foizgacha koʻtarildi. Bundan tashqari, oʻtgan yili yangi mehmonxona va kurortlarda foydalanishga topshirilgan xonalarning deyarli yarmi kurort hududlarida joylashgan. E'tiborli jihati shundaki, Kabo-Verdedagi Boa-Vista va Misrdagi Sharm al-Shayx oʻz kurortlarining gʻoyat katta oʻrtacha hajmi bilan ajralib turadi. Ushbu tendensiyaning choʻqqisi Sharm al-Shayxdagi kelajakdagi Rixos kurortidir. U butun loyihadagi eng yirik mehmonxonaga aylanib, 1800 dan ortiq xonasi bilan maqtana oladi.

Dunyodagi yetakchi "Katta beshlik" tarmoqlari Marriott International, Hilton, Accor, Radisson Hotel Group va IHG Hotels & Resorts Afrika mehmonxonalar portfelining sezilarli qismini nazorat qiladi, umumiy mehmonxonalarning 5 foizini va xonalarning 66 foizini oʻz ichiga oladi.

Dunyodagi eng yirik mehmonxonalar tarmogʻi boʻlgan Marriott International ketma-ket uchinchi yil yetakchilik mavqeyini saqlab kelmoqda. U reytingning eng yuqori pogʻonasida mustahkam oʻrin egallagan boʻlib, ikkinchi oʻringa da'vogar Hiltonga nisbatan deyarli ikki barobar koʻp yangi mehmonxona va xonalarga ega. Bundan tashqari, Marriott International bir yil ichida eng koʻp miqdorda yangi xonalarni qoʻshishga erishdi.

Agar oʻtgan yillarni eslasak, bir vaqtlar Accor va Marriott International oʻrtasida qattiq raqobat mavjud edi. Biroq, ketma-ket ikkinchi yil davomida Accor portfeli qisqarib bormoqda: 2022-yilda taxminan 20,250 ta xonaning eng yuqori qiymatidan hozirgi kunda 13,375 ta xonagacha.

Accor bayonoti taklif qilinayotgan, qurilayotgan va yakunlangan loyihalar oʻrtasidagi farqni oʻz ichiga olgan Afrikada mehmonxona

biznesi rivojlanishini monitoring qilishning jiddiy muammosini ta’kidlaydi. Odatda, imzolanishidan ochilishgacha bo‘lgan davr to‘rt yildan besh yilgacha davom etadi. Shunga qaramay, hisobotda o‘n yillik ko‘rsatkichdan oshib ketgan, ishlab chiqish bosqichida bo‘lgan 35 ta loyiha, jumladan, hayratlanarli darajada 16 yil oldin imzolangan bitta mehmonxona ko‘rsatilgan.

Qurilish bosqichida bo‘lgan mehmonxonalarga kelsak, Marriott International 138 ta mehmonxona (jami 1501172 ta xona) bilan yetakchilik qiladi. Ulardan keyin Hilton (5,955 ta mehmonxona, 35 ta xona), Radisson Hotel Group (5,748 ta mehmonxona, 70 ta xona) va Accor (3,346 ta mehmonxona, 12 ta xona) turadi. E’tiborlisi, TUI Hotels & Resorts reytingda 2,208 ta qurilayotgan mehmonxonalar bilan beshinchi o‘rinni egalladi.

WHospitality Group 2023-yilda Afrikada mehmonxonalar ochilishi va ularning joylashuvini ham o‘rganib chiqdi. 2023-yili Afrikada debyut qilgan 29 ta mehmonxona va kurortlar tarmog‘idan 10 tasi Shimoliy Afrikada, 19 tasi esa Afrikaning Sahroi Kabirdan janubdagi mamlakatlarida joylashgan edi. Afrikaning Sahroi Kabirdan janubidagi 19 ta kashfiyotdan 11 tasi Sharqiy Afrikada, shu jumladan, Tanzaniyada yaqinda ochilgan oltita mehmonxona va kurortlarda joylashgan bo‘lib, Afrika mamlakatlari orasida eng ko‘p kashfiyotlar qayd etilgan. Ushbu ko‘tarilish materikning ham, Zanzibarning ham investorlar va operatorlar uchun jozibadorligini ta’kidlaydi.

O‘tgan yili Accor mehmonxonalar ochilishi bo‘yicha yetakchi bo‘ldi, shuningdek, so‘nggi besh yil ichida (2019-2023 y) ochilgan mehmonxonalar va xonalar soni bo‘yicha birinchi o‘rinni egalladi: umumiy qiymati 5,500 ga yaqin bo‘lgan 34 ta mehmonxona ochildi.

Tahlillarga kelsak, 2023-yilda suratlar ayniqsa, sust bo‘lgan. Biroq, bu muvaffaqiyatli 2024-yil bilan muvozanatlashishi kutilmoqda, bu davrda 10 ta eng yirik tarmoq 19,122 xonali 139 ta mehmonxonani ochishni rejalashtirmoqda.

WHospitality Group boshqaruvchi direktori Trevor Uord shunday dedi: «Bizning hisobotimiz juda ijobiy ma’lumotlarni o‘z ichiga oladi: 2023-yilda biznes 9 foizdan ko‘proqqa kengayadi. Bu 2018-yildan beri

eng katta o‘sish va Co Star/STR ma’lumotlariga ko‘ra, bu dunyodagi eng yuqori o‘sish ko‘rsatkichlaridan biri bo‘lib, faqat Amerika tomonidan ortda qolgan.

Mavjud mehmonxonalarni ham, qurilish jarayonida bo‘lganlarini ham hisobga olsak, Accor ekspluatatsiyadagi 165 ta mehmonxonasida 29,041 ta, 25,451 ta xona bilan qit’adagi yetakchi o‘yinchiga aylanadi. Ikkinchi o‘rinni 47 ta mehmonxonada 143 ta 12,525 ta xona bilan Marriott International egalladi. Hilton 51,816 ta mehmonxonaga taqsimlangan 12,179 ta 61 ta xona bilan uchinchi o‘rinni egalladi, undan keyin mehmonxonada XNUMX ta xonaga ega Radisson Hotel Groupk keladi. Biroq, agar Marriott International barcha rejalashtirilgan raqamlarni muvaffaqiyatli topshirsa, u Accorni ortda qoldirib, amaldagi raqamlari bilan yetakchi o‘rinni egallashi mumkin.

Mehmondo‘stlik bo‘yicha Afrika investitsiya forumini (AHIF) tashkil etuvchi The Bench boshqaruvchi direktori Metyu Veys shunday xulosa qildi: «Hisobotda ba’zi juda ijobiy tendensiyalar, jumladan, yangi mehmonxona loyihalarining kuchli o‘sishi, yuqori sifatli mehmonxona operatorlarining paydo bo‘lishi va o‘z turistik tarmog‘iga muvaffaqiyatli sarmoya kiritayotgan hukumatlar ochib berilgan. Bularning barchasi AIFda bitimlar tuzish muhokamasi uchun yaxshi belgi bo‘lib xizmat qiladi».

AHIF Afrikadagi mehmonxona biznesi rahbarlarining ilg‘or yig‘ilishi bo‘lib, biznes yetakchilari o‘rtasidagi aloqalarga hissa qo‘shadi va butun qit’a boylab turistik loyihalari, infratuzilma va mehmonxonalarni rivojlantirishga investitsiyalarni jalb qiladi.

## 9.3. Afrikada tarixiy-madaniy turizmning o‘ziga xos xususiyatlari

Afrika hali ham yosh turistik mintaqalar qatoriga kiradi, biroq u hozirgi kunda an’anaviy turistik yo‘nalishlarga nisbatan turistlar oqimi o‘sish sur’ati bo‘yicha yuqori ko‘rsatkichlarga ega. Afrika xalqaro turistlar sonida taxminan 5% ulushga ega bo‘lib, turistik oqim asosan qit’aning shimoliy hududlariga Misr, Tunis, Marokash va Janubiy Afrika Respublikasiga to‘g‘ri keladi.

Afrikaliklar odatda Afrikani Sahro choʻlidan janubda joylashgan hududlar bilan chegaralaydilar. Bu mintaqa baʼzan «Qora Afrika» yoki «Tropik Afrika» deb ham ataladi. Shimoliy Afrika esa, asosan arab tilida soʻzlashadigan aholiga ega boʻlib, madaniy va diniy jihatdan Yaqin Sharq mintaqasi bilan yaqindir. Har bir mamlakatda turli dialekt va mahalliy arab shevalari mavjud.

Janubiy Afrikadagi til muhiti ancha murakkab: mutaxassislar maʼlumotlariga koʻra, bu mintaqada 2 mingdan 5 minggacha til tarqalgan. Bunday koʻp tillilik, oʻz navbatida, etnik va madaniy parchalanishni ham aks ettiradi. Etnik va lingvistik farqlarni ilk tadqiq etganlar qatorida missionerlar boʻlib, ular ijtimoiy soʻrovlar orqali ushbu sohada maʼlumot toʻplaganlar. F.Engels va L.G.Morgan etnoslarni tavsiflash uchun quyidagi tuzilmani taklif qilgan: Vojd, keksalarning kengashi, umumiy til, madaniyat va hududiy birlik[25].

Tadqiqotchilar etnomadaniy farqlarni aniqlashda quyidagi mezonlarga tayanadilar: til, marosimlar va urf-odatlar, oʻzini nomlash (avtoetnonim) va “biz-ular” qarama-qarshiligi.

Aynan lingvomadaniy xususiyatlarga asoslanib, shartli ravishda Afrikani uchta tarixiy-madaniy makonga boʻlish mumkin:

- Shimoliy Arab Afrikasi;
- Markaziy Afrika “aloqa hududi»;
- Sahrodan janubdagi Afrika “Qora Afrika».

Etnolingvistik xaritalarda bu taqsimot yanada ravshan koʻrinadi. Biroq ushbu tahliliy ishda Afrika mamlakatlari anʼanaviy turizm tadqiqotlarida qoʻllaniladigan ikki asosiy guruhga boʻlinishiga amal qilinadi: Shimoliy Afrika mamlakatlari va Subsahar (Sahroi Qaldirgʻochdan Janubdagi) Afrika mamlakatlari.

Afrikada turizmning asosiy oʻziga xosligi qitʼaning salohiyati nafaqat turistlar, balki koʻpgina turoperatorlar uchun ham yetarlicha maʼlum emasligidir. Afrika haqida salbiy stereotiplar keng tarqalgan: masalan, tibbiy xavflar, infratuzilmaning yetarli emasligi kabi qarashlar. Aslida esa qitʼaning koʻpgina mamlakatlarida yuqori darajadagi

[25] https://chatgpt.com/c/68747e61-5770-8007-b7df-639295ebac22

mehmonxonalar, jumladan, VIP toifasidagi servislar mavjud. Shuningdek, aktiv va ekstremal turizm uchun ham keng imkoniyatlar mavjud.

Shunga qaramasdan, Afrika xalqaro turizmda hozircha orqada qolmoqda. Turizm rivojiga to‘siq bo‘layotgan asosiy omillar quyidagilar:

- ko‘plab mamlakatlarda iqtisodiy rivojlanish darajasining pastligi,
- turizm infratuzilmasining va yer transporti tarmoqlarining yetarli darajada rivojlanmagani,
- ichki turizmning sustligi (ichki turizm, odatda, xalqaro turizmga asos bo‘ladi),
- mintaqadagi “iqlim nuqtalari”, harbiy nizolar va chegara muammolari,
- ayrim joylardagi ob-havo muammolari (masalan, yuqori harorat yoki namlik).

Shimoliy Afrika mamlakatlarida tarixiy-madaniy turizm. Shimoliy Afrika uch qit’adan (Afrika, Yevropa va Osiyo) chorrahasida joylashgan mintaqadir. Ushbu hudud azaldan savdo, madaniyat va harbiy harakatlar yo‘llari kesishgan strategik nuqta bo‘lib kelgan. Mintaqaning shimoliy sohillari O‘rta Yer dengiziga tutashgan bo‘lib, bu dengiz azaldan Afrika, Osiyo va Yevropa o‘rtasidagi savdo aloqalarida hal qiluvchi rol o‘ynagan. Aholining katta qismi islom diniga e’tiqod qiladi; bu din arablar tomonidan ko‘chish jarayonlarida keng tarqalgan va shuning uchun mintaqa madaniyatiga arab sivilizatsiyasining ta’siri juda kuchli.

Tarixiy-madaniy turizm ushbu mintaqaning boy va ko‘pqirrali tarixi asosida shakllangan. Miloddan avvalgi II asrda Karfagen davlatining yiqilishi ortidan Shimoliy Afrika Rim imperiyasi tarkibiga qo‘shildi. Bu yerda «Rimiy Afrika» deb nomlangan hudud yuzaga keldi va Atlantika okeanidan Qizil dengizgacha 2000 km masofani qamrab olgan. U Rim imperiyasining eng ravnaq topgan viloyatlaridan biri bo‘lib, II asrda o‘zining gullab-yashnagan davriga yetib kelgan. Rimliklar bu yerda yo‘llar, ko‘priklar, suv quvurlari, dambalar va shaharlar barpo etdilar. Ulardan ko‘pchiligi O‘rta Yer dengizi sohilida

yoki Rim hududlarining janubiy chegaralarida qurilgan bo‘lib, aholi himoyasi va savdo markazlari sifatida xizmat qilgan.

Hozirgi Tunis, Aljir, Marokash va Liviya hududlarida joylashgan sakkizta shunday qadimiy shaharning xarobalari YUNESKOning Butunjahon merosi ro‘yxatiga kiritilgan. Ushbu shaharlar rimliklardan so‘ng vandallar, vizantiyaliklar, arablar va usmonlilar hukmronligida bo‘lgan. Shuning uchun, bu yerdagi xarobalar nafaqat arxitektura, balki tarixiy-siyosiy o‘zgarishlarni ham aks ettiradi.

Turistlar oqimining katta qismi aynan Shimoliy Afrika mamlakatlariga Misr, Marokash, Mavritaniya va Tunisga to‘g‘ri keladi. Afrikaga keluvchi turistlarning taxminan 45 foizi ana shu mamlakatlarga tashrif buyuradi. Bitta turistdan tushadigan daromad o‘rtacha 300 AQSH dollaridan oshadi. Mintaqa asosan dengizni davolash va dam olish (kurortlar), hamda madaniy-ma’rifiy turizm yo‘nalishlariga ixtisoslashgan. Turizmning tarixiy-madaniy jihatlari hududning ko‘p asrlik tarixi va transchegaraviy geografik o‘rni bilan bog‘liq. Shimoliy Afrikaning O‘rta Yer dengiziga chiqish imkoniga ega mamlakatlarida madaniy meros obyektlari juda zich joylashgan.

Masalan, Rabot (Marokash), Qohiraning islomiy qismi, Memfis va uning nekropollari kabi tarixiy shaharlar arab olami madaniyatini aks ettirsa, El-Djadidadagi portugal qal’asi va Quddusdagi muqaddas Sent-Katarina monastiri Yevropa ta’sirini namoyon qiladi.

Misr rus turistlari uchun 2015-yilgacha eng mashhur yo‘nalishlardan biri bo‘lib, Nil daryosi bo‘ylab tarixiy-madaniy turizmning asosiy vektori sifatida tanilgan. Bu marshrut fir’avnlar davrida qurilgan yodgorliklar va Nil vodiysidagi madaniy landshaftlarni o‘z ichiga oladi. Qadimiy Misrda 2700 yil davomida 31 fir’avnlar sulolasi hukmronlik qilgan va ular to‘rt asosiy davrga bo‘linadi: Qadimgi Podshohlik (mil.avv. XXVIII-XXIII asrlar), O‘rta Podshohlik (mil.avv. XXI-XVIII asrlar), Yangi Podshohlik (mil.avv. XVI-XI asrlar) va Keyingi Podshohlik (mil.avv. X-IV asrlar). Bu davrlar Qadimgi Misr madaniyatining shakllanishida hal qiluvchi ahamiyatga ega bo‘lgan.

YUNESKO ro‘yxatidagi uchta eng muhim arxeologik majmua quyidagilardan iborat:

- Memfis va uning nekropollari Qadimgi Podshohlik davriga taalluqli;
- Fivi shahri va uning nekropollari O‘rta va Yangi Podshohlik markazi;
- Nubiya yodgorliklari Yangi Podshohlik davriga oid.

Aljirda joylashgan uchta “o‘lik” rim shaharlari Tipasa, Timgad va Jemilalar tarixiy arxeologik ahamiyatga ega. Ulardan eng qadimiysi Tipasa bo‘lib, dorim davriga borib taqaladi, qolgan ikkitasi esa Rim imperatori Trayan davrida asos solingan. Shuningdek, Tassilin-Adjjer platosi (72 ming km² maydonga ega) nafaqat milliy park, balki turistlar uchun juda qiziqarli 15 mingga yaqin tosh suratlar saqlangan.

Marokashda rimliklarga tegishli Volyubilis shahri, Tunisda Karfagen, Kerkuan, El-Djem va Dugga kabi finikiy-rim yodgorliklari saqlanib qolgan. Liviyada esa Sabrata, Leptis-Magna va Kirena kabi qadimiy shaharlar bor bo‘lib, bular o‘z davrida Tripolitaniya va Kirenaika mintaqalariga asos solgan.

Ushbu obyektlar tarixiy-madaniy turizm uchun mustahkam asos hisoblanadi. Biroq ularning mavjudligi mazkur turizm turini hududdagi asosiy turizm shakliga aylantiradi, deb aytish mushkul. Aksincha, tarixiy-madaniy turizm ko‘pincha dengiz va plyaj turizmi bilan uyg‘un holda amalga oshiriladi. Turizm markazlari Hurgada, Sharm-esh-Shayx, Tunis, Sus, Hammamet, Jerba, Nabul, Borj Sedriya kabi kurort shaharlardan ekskursiyalar tashkil etiladi. Biroq, YUNESKO obyektlarining targ‘ib qilinishi ta’limiy va ma’rifiy turizmning rivojlanishiga xizmat qiladi.

### *Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*

1. Afrika qit’asi bo‘yicha turizmning rivojlanishi qanday?
2. Nima uchun Afrika davlatlarida turizm rivojlanmagan?
3. Nima uchun Afrika davlatlarida ekoturizm rivojlangan?
4. Zimbabve davlatidagi ekoturizm.
5. Misr Arab Respublikasida turizm

# X BOB. YAQIN SHARQDA TURIZMNING RIVOJLANISHI

***Tayanch so‘zlar:*** madaniyatli dunyo, ralli, mintaqa, strategiya, memorandum, hudud, marjon, migrant, brend, halol.

## 10.1. Yaqin Sharq davlatlari

Yaqin Sharq asosan G‘arbiy Osiyo va qisman Shimoliy Afrikada joylashgan, Janubiy va Sharqiy Yevropa bilan chegaradosh bo‘lgan tarixiy-geografik mintaqa hisoblanadi. Bu atama Yevropaliklar tomonidan ularga yaqin bo‘lgan sharqiy hududni ifoda etish uchun ishlatilgan.

Mintaqada turli etnoslar yashaydi: asosiy aholisini arablar, forslar, assuriylar, ozarbayjonlar, yahudiylar, misrliklar, kurdlar va turklar tashkil etadi. Shuningdek, armyanlar, gruzinlar, yunonlar, ayrim albanlar va bosniyaliklar ham mavjud.

Yaqin Sharq aholisining diniy tarkibi juda xilma-xil:

- 350-360 million musulmonlar (to‘plami: turklar, forslar, kurdlarning aksar qismi, arablar va b.);
- 60-70 million nasroniylar (armyanlar, anatoliyalik yunonlar, gruzinlar, assuriylar, qibtlar, maronitlar va b.);
- 9 million yahudiylar;
- 3 million druzlar;
- taxminan 1 million yezidlar (asosan kurdlar tarkibida);
- va boshqa ozchilik millatlar ham bu yerda yashaydi.

Yaqin Sharq Yevropa va Afrikadan Osiyoga o‘tuvchi asosiy yo‘llardan biri bo‘lib, geostrategik jihatdan ham juda muhimdir.

Mintaqaning iqlimi asosan quruq va quruqchilikka moyil. Bir necha yirik daryolar mavjud bo‘lib, ular asosan sug‘orish uchun foydalaniladi.

Bundan tashqari, Yaqin Sharq butun dunyodagi eng muhim neft qazib olish hududlaridan biri hisoblanadi. Ushbu omil uni xalqaro iqtisod va siyosatda markaziy o‘ringa chiqargan.

Yaqin Sharqda Misr, Sudan, Bahrayn, Birlashgan Arab Amirliklari, Iordaniya, Iroq, Isroil, Falastin, Kipr, Quvayt, Livan, Saudiya Arabistoni,

Suriya, Turkiya, Ummon, Yaman, Qatar kabi davlatlar va amirliklar joylashgan. G‘arb adabiyotlarida Yaqin Sharq hududini Eron va Afg‘oniston bilan birga O‘rta Sharq deb atash qabul qilingan. XIX asr va XX asr boshlarida Yaqin Sharq tushunchasiga Usmonli turk imperiyasi, jumladan, Bolqon yarim oroli ham kiritilgan.

Yaqin Sharq mamlakatlarini alohida madaniyatli dunyo deb atashadi, mintaqada asosan arablar yashashadi. Yaqin Sharq mamlakatlariga keluvchi turistlarning eng katta oqimi 1990-yilda 10 mln. bo‘lgan, 2008-yilda 55 mln. turistlar Misr va Saudiya Arabistoni hisobidan. Hozirga kelib o‘rtacha ko‘p yillikka nisbatan 24 mln. turistlar.

Rekreatsiya-geografiya rayonlari Yevropa, Afrika, Osiyo, Tinch okeani mintaqalarining dengizlari sohillarida. Ushbu dengiz sohillari xalqaro savdo sohillari ham deyiladi. Iqlimi quruq. Mashhur turizm yo‘nalishlari xalqaro ralli avtomobil birinchiligi va tuyada sahro orqali sayr qilish.

O‘tgan asrning oltmishinchi yillarida turizmdan tushgan daromad 1,5%, hozir 2,5%. Dengiz sohili iqlim kurortlari Misrning Xurdaga, Sharm-el-Sheyx shaharlari, dayving Qizil dengizda, ishchanlik turizmi Misr, Saudiya Arabistoni va Quvaytda, ziyorat turizmi Saudiya Arabistoni Makka va Madina shaharlarida rivojlangan.

Pandemiyadan keyingi turizmdan olinadigan daromad 2023-yili 33% ga ko‘tarildi. Bu pandemiyadan oldingi daromadga yaqin, lekin, ekspertlarning xulosalari bo‘yicha Isroil bilan Hamasning urushi natijasida bu mintaqada xalqaro turizm umuman qayd etilmasligi mumkin.

Ikkinchi guruh ekspertlarining xulosalari bo‘yicha mintaqadagi katta urush 2025-yilda to‘xtaydi va mintaqa 2027-yilga borib xalqaro turizm bo‘yicha to 40% gacha ko‘tariladi. Shu bilan birga mintaqadagi ba’zi davlatlar xalqaro turizmda yaxshi daromadlar olmoqda. Birlashgan Arab Amirligi va Saudiya Arabistoniga urush deyarli ta’sir qilmaydi, bu davlatlarda xalqaro turistik oqimning ko‘payishi qayd qilinmoqda. Masalan, Birlashgan Arab Amirligi 2023-yilda turizmdagi bronlashtirish xizmatlaridan 44,5 mlrd. $ foyda oldi. Bu esa o‘tgan yildagiga nisbatan 12 % ga ko‘p.

## 10.2. Yaqin Sharq davlatlarida turizm

Turkiya turizmi. Turkiya turizmi bu davlat iqtisodiyoti uchun ota muhim soha. Sohada 2 mln. kishi ishlaydi. Turkiya, Yevropaning madaniyat, san'at, gastronomiya, velosiped va diniy turizm uchun eng ko‘p afzal ko‘rgan yo‘nalishlari qatorida, dengiz, qum va quyosh ta'tillari bilan 2023-yilda rekord darajadagi yilni boshdan kechirgan.

Jahonda Turkiya turistlarni jalb etish bo‘yicha Fransiya, AQSh, Ispaniya, Xitoy va Italiyadan keyin oltinchi o‘rinda bormoqda. Ammo, turk rasmiylari uchun bu natija qoniqarli emas, ular o‘z turistlari sonini yanada ko‘paytirish maqsadida turizmga tinimsiz e'tibor qaratib turadi. Turkiyaning salkam 2 million kishisi turizm tufayli ish bilan band.

Turkiya-O‘zbekiston o‘rtasida ham rasmiy, ham do‘stona aloqalarning yildan-yilga kuchayib borayotganligi, O‘zbekistonning Turkiya turizm tajribalari bilan yaqindan tanishish va uni amalda qo‘llashiga zamin yaratmoqda.

Azaldan Turk xalqlari bilan qardosh bo‘lganimiz tufayli, o‘zbekistonliklarning aksariyati o‘ziga mutlaqo begona bo‘lgan okean ortiga borishdan ko‘ra, tili va dini uyg‘un qo‘shnilarinikiga mehmonga chiqishni afzal ko‘radi. Bundan tashqari, Turkiyada turizm rivoji yo‘lida barcha imkoniyat va sharoitlarga ega mamlakatning 355 ta plyaji bor 7200 km. lik sohillarini to‘rtta (O‘rta Yer, Egey, Marmor va Qora) dengiz suvlari yuvib turadi.

Bu yerda do‘konlardan ham ko‘p mehmonxonalar bor. Turkiyada 700 ming o‘ringa ega 2870 ta mehmonxona faoliyat ko‘rsatadi. Qimmat mehmonxonalardan tashqari uy-mehmonxonalar ham ancha rivojlangan. Bundan uylarda yashab turk oilasi, haqiqiy turk hayoti bilan yaqindan tanishish imkoni mavjud. Yaqin Sharqda Turkiyani jozibador qilib ko‘rsatadigan narsa bu televizion seriallar. Yuqori sifatli bu videofilmlarda boy hayot va qizg‘in munosabatlari sevgi-muhabbat aks ettiriladi, bir vaqtning o‘zida turk madaniyati, turk liboslari, go‘zal maskanlari reklama qilib ketiladi. Bu esa ko‘plab shinavandalarni seriallarda ko‘rgan joylarini o‘z ko‘zi bilan ko‘rishga intilib, turk o‘lkasiga sayohat qilishga undaydi.

Turkiyaga borgan turistlarni plastik kartadagi pulni naqd qilib olish muammosi qiynamaydi. Shifoxona, mehmonxona, yirik do‘konlarning o‘zida istalgan turdagi karta qabul qilinaveradi. Bundan tashqari ko‘chalarda har ellik qadamda 3-4 tadan yonma-yon bankomatlar joylashtirilgan. Mahalliy aholi ham, dunyoning istalgan kelgan turistlar ham istagan joyida to‘xtab, yo naqd pul olishadi yoki plastik kartalariga pul qo‘yishadi.

Mamlakatda ichki transport tarmog‘ining rivojlanganligi ham turistlarga qo‘shimcha qulaylik yaratadi. Birgina misol, Istanbul qanchalik katta va aholisi zich bo‘lmasin, transport xizmatida jiddiy muammo yoq. Taksi biroz qimmat bo‘lganidan, avtobus va marshrutlarda yurish qulay. Jamoat transporti belgilangan jadvalga shunchalik qat’iy amal qiladiki, soatingizni to‘g‘irlab olishingiz mumkin. Avtobusda naqd pul to‘lanmaydi. Istanbulning istalgan bekatida sotiladigan «Istanbul kart» yo‘lovchi kartochkasini sotib olib, u bilan nafaqat avtobusda, metropoliten, metrobus, paroxod va hatto hojatxonaga ham kirish mumkin.

Turkiyada do‘konlarda aniq ish vaqti belgilanmagan. Yoz kunlari tun yarmiga qadar ishlaydi. 100 turistdan 99 tasi albatta, boradigan turk do‘konlari hamisha rang-barang mahsulotlarga boy bo‘ladi. Turk bozorlarida esa xuddi o‘zbeklarnikidek savdolashish ananasi bor. Turklar o‘zbeklar singari shu qadar ochiqko‘ngil va samimiy xalqki, ular bilan suhbatga vaqtni hisoblab borib bo‘lmaydi, chunki shirinlik va qahva ustida boshlanadigan suhbatlar ancha cho‘zilib ketishi, o‘zingiz ketishni istamay qolishingiz mumkin.

Bir so‘z bilan aytganda, Turk diyori nafaqat qadimiy yodgorliklari, tabiiy go‘zal tabiati, antik ruh uyg‘unlashgan zamonaviy shaharlari bilan, balki turistlarga bo‘lgan xushmuomalalik, e’tiborlilik bilan ajratib turadi. Turkiyada turizm sohasiga to‘siq bo‘ladigan har qanday ko‘rinishlarga qarshi hukumat keskin choralar ko‘rib keladi. Bundan ko‘zlangan maqsad, turistik biznesi bo‘yicha beshinchi o‘ringa chiqib olishdan iborat. Turistik sanoati o‘z oldiga 2023-yilga borib mamlakatga har yili o‘rtacha 50 million turistlar kelishini ta’minlash yo‘lida ish olib bormoqda.

Turkiyaning turizm sohasidagi muvaffaqiyati ortida tashrif buyuruvchilar uchun qulay muhit yaratishga qaratilgan strategik va istiqbolli siyosat yotadi. Mamlakat turizm sektorini mas'uliyatli va barqaror siyosatga ega bo‘lgan yanada mustahkam va inklyuziv tuzilmaga aylantirdi. Turkiya 2022-yilda hukumat darajasida Global Sustainable Tourism Council (GSTC) bilan kelishuvga erishgan va uni tarmoq talabi sifatida amalga oshirgan dunyodagi birinchi davlat bo‘ldi.

GSTC bilan imzolangan hamkorlik shartnomasidan kelib chiqqan holda Turkiya Barqaror turizm dasturi barqaror turizmning amaldagi amaliyotchilarini mukofotlaydi va tashrif buyuruvchilar orasida ishonch va mas'uliyatni mustahkamlaydi. Ushbu dastur bilan Turkiya turli xil barqaror tajribalarni, jumladan, ekologik toza turar joy, velosport va trekkingni ta'minlaydi, bularning barchasi mamlakat merosi va uni qo‘llab-quvvatlovchi odamlar o‘rtasida chuqurroq aloqa o‘rnatishga qaratilgan.

Turkiyaning turistik takliflari uning mashhur yo‘nalishlari bilan cheklanmaydi. Mamlakatning jozibasi o‘zining taniqli diqqatga sazovor joylaridan tashqari, arxeologik mo‘jizalar kabi yashirin marvaridlarni o‘z ichiga oladi. Madaniy merosning barqarorligini ta'minlash uchun ushbu arxeologik marvaridlarni asrab-avaylash majburiyatini olgan Turkiya ko‘plab arxeologik qazishmalar va restavratsiya loyihalarini amalga oshirmoqda. Bu sohada kashshof sifatida Turkiya 2023-yilda arxeologik loyihalarini 720 taga yetkazgan.

Turkiyaning o‘rtacha dengiz sathidan balandligi katta bo‘lgani sababli, bu omil mamlakatda qishki turizm rivoji uchun muhim ahamiyat kasb etadi.

Qishki turizmga ixtisoslashgan sport markazlari Bursa-Uludag, Qayseri-Erjiyes, Erzurum-Palandyoken va Bolu-Kartalkaya kabi tog‘ chang‘isi kurortlari turizm infratuzilmasining muhim qismini tashkil etadi.

Bundan tashqari, Turkiya o‘zining tarixiy boy madaniy merosi bilan ham turistlarni o‘ziga jalb qiluvchi mamlakat hisoblanadi. Anatoliya hududida ilk sivilizatsiyalardan boshlab-xettlar, assuriylar, vavilonliklar, forslar kabi xalqlar bir necha asrlar davomida yashagan.

Ushbu davrlarga oid arxeologik va madaniy yodgorliklar bugungi kunda turizmni rivojlantirishda muhim manba bo‘lib xizmat qilmoqda.

Shu bilan birga, Turkiyada yangicha va zamonaviy majmualar, yirik savdo markazlari, ixtisoslashgan turistik agentliklar va ko‘plab aviakompaniyalar mavjud bo‘lib, ular mamlakatning jozibador turistik markaz sifatidagi nufuzini mustahkamlaydi.

Mazkur omillar tufayli Turkiya xalqaro turizm bozorida 2,7%, Yevropa bozorida esa 5,1% ulushga ega. Turizmga tashrif buyuruvchi turistlar soni bo‘yicha Turkiya dunyoda 8-o‘rin, turizmdan tushgan daromad bo‘yicha esa 9-o‘rinni egallaydi. 2011-yilda Turkiya 33 million turistni qabul qilgan. Bu ko‘rsatkich Turkiyaning “Dunyodagi eng yaxshi 10 ta turistik mamlakat” ro‘yxatiga kirishiga zamin yaratgan.

Turkiya dunyodagi eng mashhur turistik yo‘nalishlardan biri hisoblanadi. Har yili millionlab turistlar bu mamlakatga tashrif buyuradi. Turizm industriyasi mamlakat iqtisodiyotida muhim o‘rin tutib, yangi ish o‘rinlari yaratish, infratuzilmani rivojlantirish va salmoqli daromad keltirishda muhim rol o‘ynaydi.

Tarixiy jihatdan Turkiya turli madaniyat va sivilizatsiyalar chorrahasida joylashgan. Bu uning boy madaniy merosida o‘z aksini topgan. Hududdagi qadimiy shaharlar, tarixiy yodgorliklar va madaniy artefaktlar mamlakatning turistlar uchun jozibadorligini ta’minlaydi. Osmon sultonlarining saroylaridan tortib, rimliklar davriga oid vayronalar va vizantiyalik cherkovlarigacha Turkiya tarix va zamonaviy hayot uyg‘unlashgan betakror muhitni taklif etadi.

Shuningdek, Turkiya o‘zining tabiiy go‘zalliklari bilan ham mashhur: baland tog‘lar, ajoyib plyajlar va dengiz sohillari turistlarni o‘ziga to‘rtadi. Uludag tog‘larida chang‘i sporti, Gechek ko‘rfazida parusli sport turlari va Bodrumdagi quyoshli plyajlar turizmning turli ko‘rinishlariga xizmat qiladi. Mamlakatning ko‘p qismini qamrab olgan iliq iqlim yilning katta qismida dam olish uchun qulay imkoniyat yaratadi.

Oxirgi o‘n yilliklarda Turkiya turistik sohani rivojlantirish bo‘yicha keng ko‘lamli islohotlarni amalga oshirdi. Hukumat infratuzilmani modernizatsiya qilish, transport aloqalarini yaxshilash va xususiy

sarmoyalarni rag‘batlantirish yo‘lida faol harakat qildi. Natijada mamlakat xalqaro turistlar uchun yanada ochiq va qulay manzilga aylandi.

Turkiya turizm sohasidagi yutuqlarining asosiy omillaridan biri unga oson yetib borish imkoniyatidir. Yevropa va Osiyo chorrahasida joylashgan bu mamlakat xalqaro aviareyslar va dengiz yo‘llari orqali keng aloqalarga ega. Shuningdek, yashash xarajatlarining nisbatan pastligi va qulay valyuta kurslari Turkiyani ko‘plab turistlar uchun iqtisodiy jihatdan foydali manzilga aylantiradi.

Turkiyaning turizm sohasi turistlar ehtiyojlariga moslashib bordi. Ilgarilari mamlakat asosan plyaj turizmi bilan tanilgan bo‘lsa, keyingi yillarda madaniy turizm, ekoturizm va sog‘lomlashtirish turizmi kabi yo‘nalishlar ham keng rivojlantirildi. Bu turizm mahsulotining diversifikatsiyasi turistlar doirasini kengaytirishga va turistik mavsumni uzaytirishga xizmat qilmoqda.

Turizmning biznes sifatida rivojlanishi Turkiyaga katta iqtisodiy va ijtimoiy foyda keltirdi. Minglab ish o‘rinlari yaratildi, infratuzilma kengaydi, mamlakat yalpi ichki mahsulotiga (YAIM) salmoqli hissa qo‘shildi. Shu bilan birga, turizm xalqaro maydonda Turkiyaning ijobiy imijini shakllantirishga ham hissa qo‘shdi.

Biroq, turizmning ommaviy rivoji ayrim salbiy oqibatlarga ham olib kelmoqda. Masalan, muhitga bosim, madaniy assimilyatsiya, mahalliy aholi uchun yashash xarajatlarining oshishi shular jumlasidandir. Shu sababli, Turkiya barqaror va mas’uliyatli turizmni rag‘batlantirish uchun tegishli chora-tadbirlar ko‘rmoqda.

O‘zbekistonda turizm sohasini rivojlantirish, ayniqsa, ziyorat turizmi salohiyatini kengaytirishga alohida e’tibor qaratilmoqda. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev qarori bilan 7 mamlakat fuqarolari uchun viza tizimining bekor qilinishi O‘zbekiston ga bo‘lgan qiziqishni yanada oshirdi. O‘zbekiston rahbari o‘z chiqishlarida bir necha bor turizmni rivojlantirish borasida Turkiya amaliyotidan foydalanish haqida gapirgan edi.

Yaqin-yaqindan mintaqamizda turizm sohasida ham «Halol turizm» atamasi qo‘llanila boshladi. «Halol turizm» oilaviy hordiq

chiqarish, hamyonbop turar joylarda tunab, sifatli, ozoda ovqatlantirish shoxobchalarida ovqatlantirish. Kamchiqimlikni xush ko‘ruvchi va isrofdan o‘zini tiyadigan kishilar uchun yaratilgan xizmatdir.

Turkiya bilan hamkorlikda Toshkent yaqinidagi Chorvoq tog‘li hududida 12 oy uzluksiz turizm infratuzilmasini tashkil etishga tegishli kelishuvlarga erishilgan. Shuningdek, Toshkent, Samarqand va Buxoro kabi shaharlarda mehmonxonalar bunyod etish mavzusida ham turk ishbilarmonlari bilan mushtarak rejalar tuzganlarini ma’lum qildi. O‘zbekiston-Turkiya munosabatlari doirasida birgina turizm sohasida ko‘plab yirik loyihalar amalga oshirish kutilmoqdaki, buning amaliy natijalarini yaqin yillarda bevosita kuzatish imkoni tug‘iladi.

Hozirgi kunda O‘zbekiston va Turkiya o‘rtasida O‘zbekiston havo yo‘llari va Turkiya havo yo‘llarining Toshkent, Samarqand shaharlariga haftasiga 18 ta havo qatnovi yo‘lga qo‘yilgan.

Birlashgan Arab Amirligi. Birlashgan Arab Amirliklari-federativ davlat bo‘lib, yettita amirlikdan iborat: Abu-Dabi, Ajman, Dubay, Ras-al-Xayma, Umm-al-Kayvayn, Al-Fujayra, Sharja. Bu hududlar mutlaq monarxli kichik ma’muriy tuzilishga ega bo‘lib, har bir amirlik o‘z hududidagi uglevodorod zaxirasini o‘zi tasarruf etadi.

Mamlakat iqtisodiyotida muhojir ishchilar muhim o‘rin tutadi. Ularning qariyb 90 foizi Bangladesh, Hindiston va Pokistondan kelgan.

Arabiston yarim orolining shimoliy-sharqida, Janubiy-G‘arbiy Osiyoda joylashgan BAA hududining katta qismini qumli sahro tashkil qiladi. Shuningdek, xurmo, akatsiya va yulg‘undan iborat vohalar ham uchraydi. G‘arbiy qismida esa qumli va toshli sahro yastanib yotadi, sharqda va shimoli-sharqda Hajar tog‘i qad rostlagan.

BAA iqtisodiyotining asosi neft, butun dunyodagi neft zaxirasining 10 foizi shu zaminda. Mamlakatda tabiiy gaz koni ham serob. Shu bois iqtisodiyot neft va tabiiy gazni qazib olish va qayta ishlashga asoslangan. Mahalliy aholi xurmo yetishtirish, dengizdan marvarid qidirish, tuya va yilqichilik, baliq ovlash kabi an’anaviy mashg‘ulotlar bilan ham shug‘ullanadi.

BAA so‘nggi yillarda neft eksportidan tushgan daromadni turistik, savdo-sotiq, sanoat, qishloq xo‘jaligi, shuningdek, ijtimoiy tarmoqni

rivojlantirishga yo‘naltirmoqda. Mamlakatda infratuzilmani faol rivojlantirishga kirishilgandan keyin chet el sarmoyadorlari amirliklarga jiddiy qiziqish bilan qaray boshladi. Natijada neftni qazib chiqarish va qayta ishlash sanoatining YAIMdagi ulushi asta-sekin pasayib borib, turistik, ko‘chmas mulk, qurilish, savdo va qishloq xo‘jaligi kabi boshqa sohalar rivojlanishiga yo‘l ochildi.

“Fors ko‘rfazi neft durdonasi”ning bosh savdo hamkori Yaponiya hisoblanadi. Kunchiqar mamlakat amirliklardan gaz va neft import qiladi, BAAga esa transport vositalari, elektronika jo‘natadi.

Iqtisodiyotning yana bir ustunligi davlat Yevropa va Osiyo savdo yo‘li chorrahasida, ya’ni, geografik jihatdan qulay hududda joylashganligidir.

BAAda kechayotgan jadal iqtisodiy o‘zgarishlar mamlakat nufuzi oshishiga xizmat qilmoqda. Hozir BAA shaharlari dunyo turistlarining eng sevimli maskanlariga aylangan. Zamonaviy do‘konlar, yuqori darajadagi xizmat ko‘rsatish, tovar xilma-xilligi va arzon narx tufayli amirliklarga “xaridor uchun jannat” deya ta’rif beriladigan bo‘ldi.

Savdo qonunining erkinligi, soliq miqdori pastligi mamlakatda biznes gullab-yashnashi uchun sharoit yaratdi. Dubay avtosalonidan juda arzon narxda mashina xarid qilish imkoni bor. Zargarlik do‘konida tilla buyum narxi dunyoda eng past hisoblanadi. Bu diyorda dunyoning barcha mamlakatlaridan keltirilgan mebel, maishiy texnika, kompyuter va elektronika mahsulotlarini sotib olish mumkin. Dubayda har yili savdo festivali o‘tkaziladi va xaridorlar past narx, turfa ko‘ngilochar tadbirlar va qiziqarli lotereyalar bilan jalb qilinadi.

So‘nggi paytda O‘zbekiston bilan BAA o‘rtasida ijtimoiy-iqtisodiy, madaniy aloqalar kengayib, yuksalib bormoqda. Mamlakatimizda Prezident Shavkat Mirziyoyev tashabbusi bilan amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlar samarasi dunyoning yirik kompaniyalari, jumladan, BAA ishbilarmon doiralari qiziqishini ham oshirmoqda. Davlatimiz rahbarining Birlashgan Arab Amirliklariga 2019-yil mart oyidagi oliy darajadagi tashrifi doirasida erishilgan kelishuvlar mamlakatlarimiz munosabatida yangi bosqichni boshlab berdi, desak mubolag‘a bo‘lmaydi.

BAA kompaniyalari hamkorligida mamlakatimizda muqobil energiyani ommalashtirish, energetika obyektlarini modernizatsiya qilish, zamonaviy agrosanoat klasterlari tashkil etish, tadbirkorlikka oid tashabbuslarni qo‘llab-quvvatlash uchun sarmoya kompaniyalari faoliyatini yo‘lga qo‘yish bo‘yicha ko‘plab loyihalar, qator muhim ijtimoiy dasturlar izchil amalga oshirilmoqda. Masalan, “Masdar” kompaniyasi bilan birgalikda O‘zbekistondagi birinchi quyosh fotoelektr stansiyasi muvaffaqiyatli qurilib, ishga tushirildi.

Birgalikdagi sa’y-harakat bilan ta’lim va gumanitar almashinuv dasturlari faol ilgari surilmoqda. Mamlakatimizda davlat boshqaruvi samaradorligini oshirish borasidagi tadbirlar doirasida Toshkent shahrida Hukumat akseleratori ofisi ish boshladi.

Iqtisodiy hamkorlikni yanada kengaytirishda doimiy ravishda o‘tkazib kelinayotgan qo‘shma anjumanlar muhim ahamiyat kasb etmoqda. Xususan, joriy yil 25-26-avgust kunlari Toshkentda bo‘lib o‘tgan O‘zbekiston-BAA biznes forumi ikki mamlakat iqtisodiy salohiyati va ko‘p qirrali hamkorligini yaqqol namoyish etdi.

Ikki mamlakat biznes hamjamiyati vakillari O‘zbekistonda qo‘shma sarmoya loyihalarini amalga oshirish, o‘zaro manfaatli savdo bitimlari tuzish imkoniyatini muhokama qildi.

Tadbir dasturi doirasida O‘zbekistonning qishloq xo‘jaligi, to‘qimachilik, tog‘-kon sanoati, elektrotexnika, farmatsevtika, zargarlik va boshqa sohalardagi sarmoyaviy salohiyatiga bag‘ishlangan taqdimotlar bo‘lib o‘tdi.

Amirliklar tomoni O‘zbekiston Prezidentining Orolbo‘yi mintaqasida ekologik innovatsiya va texnologiya hududini yaratish tashabbusini amalga oshirish doirasida yangi loyihaviy taklif taqdim etdi.

Bir so‘z bilan aytganda O‘zbekiston bilan Birlashgan Arab Amirliklari o‘rtasidagi so‘nggi yillarda yo‘lga qo‘yilgan istiqbolli hamkorlik mamlakatlarimiz rivojiga, xalqlarimiz farovonligiga muhim hissa qo‘shadi, deyish uchun asos yetarli.

Birlashgan Arab Amirliklari (BAA) sharqona an’analar, ilg‘or texnologiyalar va yuksak darajadagi mehmonxona xizmati muvaffaqiyatli uyg‘unlashgan mamlakat hisoblanadi. Bu mamlakat

dunyo bo‘ylab turistlarni o‘ziga jalb etadigan omillar qatorida qulay iqlim, iliq dengiz va zamonaviy dam olish infratuzilmasi alohida ahamiyatga ega.

BAA nafaqat turistik jozibadorlikka ega, balki innovatsion yondashuvlar va yuqori darajadagi servis sifati bilan ham ajralib turadi. Bu omillar mamlakatning xalqaro turizm bozoridagi raqobatbardoshligini ta’minlaydi.

BAAdagi eng mashhur turistik yo‘nalishlar:

Dubay Birlashgan Arab Amirliklarining eng yirik va tanilgan amirliklaridan biri bo‘lib, mamlakatning janubi-sharqiy qismida, Fors ko‘rfazi bo‘yida joylashgan. U o‘zining ultrazamonaviy arxitekturasi va osmono‘par binolari bilan butun dunyoda mashhur.

Dunyodagi eng baland inshootlar-Burj Xalifa (828 metr) va Burj al-Arab (321 metr) aynan Dubayda joylashgan. Shaharning eng mashhur jozibalari quyidagilardan iborat:

- Palma orollari (sun’iy orollar majmuasi);
- Burj Xalifa dunyodagi eng baland bino;
- Burj al-Arab lyuks toifasidagi mashhur mehmonxona;
- Dubai Mall dunyodagi eng yirik savdo va ko‘ngilochar markazlaridan biri;
- Atlantis akvaparki oilaviy dam olish uchun mashhur obyekt.

Dubay yuqori darajadagi xizmat ko‘rsatuvchi mehmonxonalari, rivojlangan infratuzilmasi va turistlar uchun yaratilgan qulay muhiti bilan tanilgan. U dunyodagi eng ko‘p tashrif buyuriladigan shaharlardan biri hisoblanadi.

Abu-Dabi Birlashgan Arab Amirliklarida bolalar bilan dam olish uchun eng qulay shaharlardan biri hisoblanadi. Bu yerda mazmunli va qiziqarli dam olish uchun barcha sharoitlar yaratilgan: ulkan ko‘ngilochar bog‘lar, mashhur madaniy va arxitektura yodgorliklari, shinam plyajlar va zamonaviy savdo markazlari mavjud.

Shahardagi eng mashhur joylar quyidagilar:

✓ Shayx Zayd katta masjidi Abu-Dabining ramziga aylangan hayratlanarli arxitektura inshooti;

✓ Luvr Abu-Dabi original dizayn va xalqaro darajadagi ekspozitsiyalarga ega muzey;

✓ Kornish sohil yo‘li yurish va dam olish uchun mo‘ljallangan dengizbo‘yi maskani;

✓ Yas oroli Ferrari World, Yas Waterworld va Warner Bros. kabi mashhur tematik bog‘larga ega;

✓ Xalifa bog‘I oilaviy hordiq va bolalar uchun o‘yin maskanlari bilan boyitilgan hudud;

✓ Emiratlar saroyi (Emirates Palace) hashamatli me’morchiligi bilan mashhur mehmonxona va madaniy tadbirlar markazi;

✓ Qasr al-Vatan-Amirliklar tarixi va siyosiy tuzilishi bilan tanishish imkonini beradigan Prezident saroyi.

Abu-Dabi nafaqat madaniy va ta’limiy dam olish uchun, balki bolalar bilan safarini qiziqarli va mazmunli o‘tkazishni istagan oilalar uchun ham ajoyib tanlovdir.

Palma Jumeyra Dubay yaqinida joylashgan, qum va toshlardan foydalanilgan holda, beton yoki metallsiz qurilgan, palma shaklidagi ulkan sun’iy oroldir. Bu orol uzun va chuqur qirrali sohil chizig‘iga ega bo‘lib, ko‘plab mashhur mehmonxonalar, mashhur shaxslar villalari, akvaparklar va ko‘ngilochar markazlarni o‘z ichiga oladi.

Palma Jumeyraning eng mashhur jozibalari:

- Atlantis The Palm dunyodagi eng yirik akvaparklardan biri;
- Dolphin Bay delfinarium, jonli shou va interaktiv dasturlar;
- Lost Chambers Aquarium noyob suvosti olamini namoyon etuvchi akvarium.

Turistlar Palma Jumeyrada shinam plyajlarda quyoshda hordiq chiqarishi, Fors ko‘rfazining iliq suvlarida suzishlari, spa-markazlarga tashrif buyurishlari, yaxtada sayohat qilishlari va restoran hamda klublarda mazmunli kechalardan bahramand bo‘lishlari mumkin.

Sharja BAAdagi uchinchi yirik amirlik bo‘lib, u qat’iy urf-odatlari va boy tarixiy-madaniy merosi bilan ajralib turadi.

Bir tomondan, Sharjada spirtli ichimliklar sotilishi ta’qiqlangan va umumiy jamoat joylarida liboslarga nisbatan talablar mavjud, masalan, yelka va tizzani berkituvchi kiyim kiyish tavsiya etiladi. Boshqa

tomondan esa, bu yerda YUNESKO tomonidan tan olingan tarixiy yodgorliklar juda ko‘p.

Sharjaning plyajlari o‘zining tozaligi va rivojlangan infratuzilmasi bilan mashhur. Eng yaxshi plyajlar: Al-Xan, Al-Kornish bo‘lib, ular Fors va Ummon ko‘rfazlari bo‘ylab joylashgan.

Dubayga nisbatan Sharjada yashash va dam olish narxlari ancha arzonroq. Kurortning vizitkasi 63 gektar maydonni egallagan milliy bog‘ bo‘lib, bu yerda ko‘plab yashil hududlar, ko‘llar, ko‘ngilochar inshootlar va Sharjaning miniatyura ko‘rinishidagi maketi joylashgan.

Fujayra Hind okeani sohilida joylashgan, toza ekologik muhit, shinam va osuda muhitni qadrlaydiganlar uchun mo‘ljallangan mashhur dam olish manzilidir. Bu yerda osmono‘par binolar yo‘q, dehqonchilik taroqqiy etgan, tarixiy yodgorliklar ehtiyotkorlik bilan saqlangan.

Turistlar uchun mo‘ljallangan imkoniyatlar:

- ✓ shinam va yaxshi jihozlangan plyajlar;
- ✓ barcha qulayliklarga ega mehmonxonalar;
- ✓ yil davomida iliq dengiz suvi.

Fujayra tinchlik va tabiiy go‘zallikni qadrlovchi oilalar uchun juda mos joy.

Eng mashhur jozibalari:

- XVII asrda qurilgan Fujayra qal’asi;
- Arxeologiya muzeyi;
- 500 yillik Al-Badiya masjidi BAAdagi eng qadimiy masjidlardan biri.

Ajman BAAdagi dam olish albatta, qimmat bo‘lishi shart emasligini isbotlovchi amirlik. Bu yerda narxlar Dubay yoki Abu-Dabiga nisbatan ancha arzon, biroq sifatli servis saqlangan.

Ajmanda:

- spirtli ichimliklar ruxsat etilgan;
- a’lo darajadagi mehmonxonalar va plyajlar mavjud;
- oq qumli, xavfsiz va shinam sohillar bor.

Asosiy jozibalari:

- Ajman milliy muzeyi;
- Kornish sohil yo‘li;

- tuyalar poygasi-mahalliy an’analardan biri.

Ras-al-Xayma BAAning shimolida joylashgan amirlik va shu nomdagi poytaxt shahar. Bu yer Fors ko‘rfazi sohilidagi ajoyib plyajlar, boy madaniy meros va tabiiy go‘zalliklar bilan ajralib turadi.

Shaharda tinch va osoyishta muhit hukm suradi, turistlar oqimi kamroq, biroq faol dam olishni istovchilar uchun ham barcha shart-sharoitlar yaratilgan:

- ✓ sport markazlari va maydonlar;
- ✓ golf maydonlari;
- ✓ yaxtada sayohat qilish imkoniyatlari.

Tavsiya etiladigan joylar:

- ✓ haqiqiy arab taomlari taklif qiluvchi mahalliy restoranlar;
- ✓ milliy bozorlar (so‘q);
- ✓ Milliy muzey-tarixiy qal’ada joylashgan, nodir eksponatlarga boy;
- ✓ Muhammad ibn Salim masjidi mamlakatdagi eng katta va qadimiy masjidlardan biri.

El-Ayn Birlashgan Arab Amirliklaridagi eng yirik turistik markazlardan biri bo‘lib, mahalliy aholi uchun mashhur dam olish kurorti sifatida xizmat qiladi. Bu shahar tabiiy go‘zalliklar, hashamatli bog‘lar, suv inshootlari va fontanlar bilan mashhur.

Shaharning asosiy diqqatga sazovor joylaridan biri XVII asrga oid fort, hozirda bu yerda arxeologik artefaktlar namoyon qilingan muzey joylashgan. Ekspozitsiyada turmush buyumlari, zeb-ziynatlar, musiqiy asboblar va beduinlarga xos an’anaviy palatkalar namoyish etilgan.

Al-Ayndagi eng mashhur tabiiy joylardan biri Jabal Hafit tog‘idir. Bu tog‘ga chiqilganda butun atrof manzarasini qamrab oluvchi hayratlanarli panorama ochiladi. Tepalik yetaklarida esa shifobaxsh termal buloqlar joylashgan.

Shuningdek, mamlakatdagi eng yirik zoopark ham shu shaharda joylashgan bo‘lib, u yerda kamyob hayvonlar tabiiy muhitga yaqin sharoitda saqlanadi. Bu bolalar va kattalar uchun ham qiziqarli va ta’limiy sayohatdir.

Dibba Ummon koʻrfazi boʻyida joylashgan, tinch va dam olishni afzal koʻruvchi turistlar uchun moʻljallangan kichik kurort shahri. Bu yerdagi qumli plyajlar boʻylab shinam mehmonxonalar joylashgan. Dengizda suzish yil davomida mumkin, chunki suv harorati qulay saqlanadi.

Dibba dayving (chuqur suvga tushish) ixlosmandlari uchun ham juda maqbul, chunki bu yerda marjonlar va rang-barang tropik baliqlar bilan boy dengiz olami mavjud.

Shaharda tarixiy yodgorliklar ham saqlangan. Plyaj sohili boʻylab joylashgan restoranlarda turistlar yangi tutilgan dengiz mahsulotlaridan tayyorlangan mahalliy taomlardan bahra olishlari mumkin.

Xatta Dubaydan bir soatlik masofada joylashgan, toza havosi va goʻzal togʻli manzaralari bilan ajralib turuvchi hududdir. Bu yerga olib boruvchi yoʻllar qum togʻlari va yashil oazislar orqali oʻtadi.

Havo ihotasi Xattada yil davomida muloyim va yoqimli. Turistlar uchun diqqatga sazovor joylar qatorida:

- XVIII asrga oid masjid;
- muzeyga aylantirilgan qadimiy fort.

Xattada turistlar:

- milliy qoʻshiqlar va raqslardan bahra olishlari;
- djip safari orqali togʻlar va hayratlanarli kanonlarni;
- tabiiy koʻllar va daralarni oʻrganishlari mumkin.

Umm-al-Kayvayn nomidan ma’lum boʻlganidek, “ikki unsurning onasi” deb tarjima qilinadi va u baliqchilik hamda dehqonchilik bilan tanilgan amirlikdir.

Bu yerdagi mahalliy bozorlarda:

- yangi tutilgan dengiz mahsulotlari;
- sabzavot va mevalar;
- sut mahsulotlari katta tanlovda taklif etiladi.

Umm-al-Kayvaynda noyob flora va fauna saqlangan boʻlib, ayrim kamyob hayvonlar va qushlar ham uchraydi. Shaharning asosiy yodgorliklaridan biri qadimiy fort va muzey, u yerda amirlikning tarixi va madaniyati namoyon qilingan.

Saudiya Arabistoni 2017-yilda 16 milliondan ortiq turist tashrif buyurgani bilan Yaqin Sharqdagi ikkinchi yirik sayyohlik yo‘nalishi hisoblanadi Saudiya Arabistonidagi aksariyat turizm hanuzgacha diniy ziyoratlarni o‘z ichiga olgan bo‘lsa-da, dam olish turizmi sektorida ham o‘sish kuzatilmoqda. So‘nggi paytlarda turizm sektori sezilarli darajada rivojlanganligi sababli, sektor Saudiya Arabistoni uchun “oq neft” bo‘lishi kutilmoqda. Bu ta’rif 2019-yilda turizm sektoridan 25 milliard dollar daromad kelganligi bilan isbotlangan.

Saudiya Arabistonida ziyorat qilinadigan mashhur joylar Makka, Madina, Madain Solih, Yanbu, Tabuk, Jidda va Ar-Riyoddir. Saudiya Arabistoniga turli global aviakompaniyalar xizmat ko‘rsatadigan 13 ta xalqaro aeroport orqali kelish mumkin. Shuningdek, mamlakat mintaqalari va shaharlarini bog‘laydigan 15 ta mahalliy aeroportlar ham mavjud. Mamlakat ichida harakatlanish uchun Saudi Arabian Airlines va Saudi Gulf Airlinesdan tashqari Flynas, Fyadeal, Nesma Ayrlines kabi byudjetli aviakompaniyalar mavjud.

Saudiya Arabistonida 2008-yildan 2018-yilgacha kiritilgan beshta YUNESKO Jahon merosi obyektlari mavjud. Bular quyidagilar:

1) Al-Ahsa vohasi: Al-Ahsa vohasi bu bog‘lar, kanallar, buloqlar, quduqlar va drenaj ko‘li, shuningdek, tarixiy binolar, shahar mato‘lari va arxeologik obyektlarni o‘z ichiga olgan mulk.

2) Madain Solih: Saudiya Arabistonining Al-Madina viloyatida joylashgan Islomdan oldingi arxeologik yodgorlikdir. Asarlarning aksariyati Nabateya shohligiga (milodiy I asr) tegishli. Bu joy qirollikning poytaxti Petradan keyin eng janubiy va eng yirik aholi punkti hisoblanadi.Bu yerda Nabatiylar hukmronligidan oldin va keyin lihyanitlar va rimliklarning yurishlaridan qolgan izlarni ham topish mumkin. Qurondan olingan ma’lumotlarda esa miloddan avvalgi 3-ming yillikda Samud qabilasi shu hududda joylashgani haqida hikoya qilinadi.

3) At-Turaif tumani, ad-Diriya: Saudiya Arabistonidagi shahar, Ar-Riyodning shimoli-g‘arbiy chekkasida joylashgan. Diriya Saudiya qirollik oilasining uyi bo‘lgan va 1744-yildan 1818-yilgacha birinchi Saudiya sulolasining poytaxti bo‘lgan.

4) Tarixiy Jidda: Tarixiy Jidda Hind okeani savdo yo‘llari uchun asosiy port bo‘lib, Makkaga tovarlarni yo‘naltirgan. Bu yer dengiz orqali Makkaga kelgan musulmon ziyoratchilar uchun ham kirish yo‘li edi.

5) Dol mintaqasidagi tosh san’ati: Bu yer 10000 yillik tarixni o‘z ichiga olgan inson va hayvonlarning ko‘plab tasvirlarini mujassam etadi.

Saudiya Arabistoni yaqin o‘n yillikda o‘zini jahon turizm industriyasida yetakchi o‘yinchilardan biri sifatida ko‘rish maqsadini oldiga qo‘ygan. Podshohlikdan kelib chiqqan ko‘pgina tashabbuslar kabi, ushbu maqsad ham xalqaro hamjamiyat e’tiborini tortmoqda.

Mamlakat iqtisodiyotini diversifikatsiya qilishga intilib, Saudiya Arabistoni turizm sohasini tubdan isloh qilish va rivojlantirishga qaratilgan yirik loyihalar va strategik tashabbuslarni amalga oshirmoqda. Ushbu islohotlar nafaqat mamlakatning turistik salohiyatini ochish, balki yangi ish o‘rinlari yaratish, mahalliy iqtisodiyotni faollashtirish va mamlakat imijini keng miqyosda yaxshilashga xizmat qiladi.

Yangi turistik loyihalar o‘zining ulkan ko‘lami va innovatsion yondashuvi bilan diqqatga sazovor bo‘lsa-da, Saudiya Arabistonining boy tarixiy va madaniy merosi hamon tarix va an’analarga qiziquvchi turistlar uchun jozibadorlikni saqlab qolmoqda. Madaniy yodgorliklarni tiklash va ommalashtirish, mamlakatning tarixiy merosini asrashga xizmat qilishi barobarida, turistlarga benazir taassurotlarni taqdim etishi mumkin.

YUNESKOning Butunjahon merosi ro‘yxatiga kiritilgan Diriya shahri nafaqat tarixiy durdonalardan biri, balki madaniy hayot markazi hisoblanadi. Bu yerda turistlar qadimiy ko‘chalar bo‘ylab sayr qilishlari, muzeylarga tashrif buyurishlari, an’anaviy teatr va xalq ijodi namoyishlarini tomosha qilishlari va Saudiya Arabistonining tarixiy ildizlari bilan tanishishlari mumkin.

«Tarixiy Diriya» majmuasi mehmonlarga bir-biri bilan bog‘liq tarixiy mahallalar va ularning qoldiqlari orqali qiziqarli sayohatni taklif etadi. Bu yerda mehmonlar tarixiy saroylar va mahalliy xonadonlarni ko‘zdan kechirib, podshohlik tarixining ilk sahifalariga nazar tashlashlari mumkin.

Aytib o‘tish joizki, YUNESKO Saudiya Arabistonida jami yettita obyektni Butunjahon merosi ro‘yxatiga kiritgan, oltitasi madaniy, bittasi esa tabiiy meros sifatida e’tirof etgan. Bu obyektlar ko‘pincha faqat tajribali sayohatchilarga tanish bo‘lsa-da, mamlakatda turizm ekotizimini rivojlantirish bo‘yicha olib borilayotgan ishlar natijasida ushbu tarixiy obyektlarga buyuruvchilar soni ortishi kutilmoqda.

### *Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*

1. Yaqin Sharq mintaqasida turizm rivojlangan davlatlarning birini tanlang va amaliy darslarda gapirib bering.
2. Birlashgan Arab Amirligi nima uchun xalqaro turizmni rivojlantirmoqda?
3. Saudiya Arabistoni nimalari bilan xalqaro ziyorat turizmini rivojlantirmoqda?
4. Yaqin Sharq mintaqasidagi davlatlarning turizmi haqida xalqaro ekspertlarning xulosalari qanday?
5. Yaqin Sharq mintaqasidagi Turkiyaning turizmni rivojlantirishdagi qanday tajribalarini, texnologiyalarini O‘zbekiston Respublikasida qo‘llash mumkin?

# XI BOB. AVSTRALIYA VA OKEANIYADA TURIZMNING RIVOJLANISHI

***Tayanch so‘zlar:*** flora, fauna, jungli o‘rmonlari, marjon qoyalari, kruiz, koala, kazino, galereya, dayving, arxipelag.

## 11.1. Avstraliya turizmi

Avstraliya va Okeaniya turizm mintaqasida quyidagi davlatlar joylashgan: Avstraliya, Vanuatu, Karibati, Marshall orollari, Mikroneziya, Nauri, Yangi Zelandiya, Palau, Papua-Yangi Gvineya, Samoa, Solomon orollari, Tonga, Tuvalu, Fidji. Bu mintaqada 14 ta davlatda 43,0 mln. aholi yashaydi (dunyo aholisining 0,6%i).

Avstraliya. Avstraliyaning maydoni 7692024 $km^2$, aholisi 21,05 mln. kishi. Poytaxti Kanberra shahri. Davlat tili ingliz va fransuz tillari. Avstraliya haqidagi birinchi ma’lumotlar golland Villem Yanszonga tegishli. U 1606-yilda Yevropadan birinchi bo‘lib Avstraliya qirg‘oqlarini xaritaga tushirgan. Keyinchalik bu qirg‘oqlar yaxlit materikka tegishli ekanligini golland Abel Tasman aniqladi. XVIII asrda Avstraliyaga Jeyms Kuk ham kelgan.

Turizm yalpi ichki mahsulotning 4% ini tashkil qilib Avstraliya iqtisodiyotidagi yetakchi tarmoqlardan hisoblanadi. So‘nggi yillarda Avstraliyaga 4,0 mln. atrofidagi xalqaro turistlar borishmoqda. Bu davlatga dam olish va tanishish uchun boradigan turistlar asosan Yangi Zelandiya, AQSh, Yaponiya, Angliya, Xitoy, Janubiy Koreya, Singapur, Malayziya va Germaniyadan. Xalqaro turizmning markazlari Sidney, Melbrun, Brisben va Kerns shaharlaridir. Avstraliyaga bitta Yangi Zelandiyalik turistlar vizasiz kirishadi. Rossiya elektron viza rasmiylashtiradi.

Avstraliya juda katta tabiiy resurslariga boy bo‘lgan davlat. Tabiatida endemik bo‘lgan flora va fauna jahonda ko‘plab turistlarni qiziqtirib kelmoqda. Bu davlat sanoatini Yevropa andazalari asosida qurib tog‘-kon sanoatini, xomashyolarni qayta ishlash sanoatini hozirgi talab darajalariga qo‘yib oldi. Shu bilan birga Avstraliya mol go‘shti va jun eksporti bo‘yicha dunyoda birinchi o‘rinni egallab kelmoqda.

So‘nggi yillarda turizmni iqtisodiyotning muhim strategik sektoriga aylantirib bormoqda.

Bu davlatda turizmning rivojlanishiga tabiiy iqlim sharoitlari juda katta ta’sir qiladi va qulayligi jihatdan yil davomida xalqaro turistlarni taklif qilish mumkin. Chunki, bu davlatning hududlarida qattiq sovuq ham, ota kuchli baland harorat ham bo‘lmaydi. Yozning o‘rtacha harorati +26C, qishda +18 C. Xalqaro turizmda eng mashhur markaz Oltin Qirg‘oq sohillari hisoblanadi. Bu sohil plyajining uzunligi 80 km.

Ikkinchi xalqaro turizm markazi Katta Marjon qoyalari hisoblanadi. Bu marjon qoyalarining uzunligi 2500 km bo‘lib, dunyodagi eng katta marjon riflaridir. Xalqaro turistlar ko‘pincha Marjon orollari kruiziga buyurtmalar berishadi. Avstraliya turizmida ichki turizmning xalqaro turizmga nisbati 4:1 hisoblanadi. Bu esa, taxminan 20,0 mln. Avstraliyaliklarning har yili o‘z davlatlari hududlarida turistik faoliyatda bo‘lishini bildiradi. Xalqaro turistlarning eng katta va qiziqarli obyektlari albatta kenguru, koala, timsohlar va qo‘riqxonalarda yovvoyi yirtqichlarning ov qilishiga uyushtiriladigan ekskursiyalar hisoblanadi.

So‘nggi yillarda Avstraliya turizmida yangi yo‘nalish gastronomiya turizmidagi uzumchilik ya’ni, vino turizmi tobora kuchayib bormoqda. Uzumchilik Avstraliyaga XIX asrda olib kelingan. Hozirda Avstraliyaning barcha shtatlarida uzum-vino yo‘nalishi yuqori darajalarda yo‘lga qo‘yilgan. Yangi Janubiy Uelsda har yili oktyabr oyida xalqaro vino festivali tashkil qilinadi.

Plyajda dam olish uchun Avstraliyaning eng mashhur hududi Gold-Kost (Oltin sohil) sanaladi. U Sidney va Brisben shaharlari orasida joylashgan bo‘lib, deyarli 40 kilometr uzunlikdagi qumli sohili bilan nafaqat avstraliyaliklarni, balki Yevropaning turli davlatlaridan keladigan dam oluvchilarni ham o‘ziga jalb etadi.

Bu hudud tropik va subtropik iqlim zonalari chegarasida joylashgani bois, yilning 300 kuni quyoshli ob-havo hukm suradi. Turistlar uchun yagona tabiiy noqulaylik namlik bo‘lib, u asosan yomg‘ir mavsumida kuzatiladi. Shuningdek, bu mintaqa ob-havosi, qulay plyajlari va faol hordiq imkoniyatlari bilan keng e’tirof etilgan.

Gold-Kostda uchta asosiy plyaj hududi ajralib turadi:

- Main Beach Gold-Kostning markazida joylashgan, mashhur va nufuzli tuman hisoblanadi. Bu yerda turli xildagi restoranlar, butiklar va kafelar mavjud. Shuningdek, bu hududda Zolotoy Poberejening eng mashhur ikki mehmonxonasi joylashgan: o‘z sohiliga ega Sheraton Mirage Gold Coast hamda Avstraliyadagi yagona rasman “olti yulduzli” mehmonxona Palazzo Versace.
- Surfers Paradise Gold-Kostning yuragi va eng markaziy kurort hududi hisoblanadi. U yerda asosiy mehmonxonalar joylashgan bo‘lib, ularning aksariyati osmono‘par binolar hisoblanadi. Masalan, bu yerda 322 metr balandlikdagi Q1 shtatdagi eng baland inshoot joylashgan. Hududda plyajda dam olish, sport bilan shug‘ullanish, quvnoq vaqt o‘tkazish va har xil byudjetga mos shinamliklar mavjud. Ayniqsa, serfing bo‘yicha mashhur sohil aynan shu yerda. Bu yerdanoq Avstraliyaning serfing tarixi boshlangan.
- Broadbeach Surfers Paradisedan janubda joylashgan, tinch va sokin muhitga ega hudud. Bu yerda ham yaxshi mehmonxonalar, restoranlar va mashhur The Star Gold Coast kazinosi mavjud.

Gold-Kost tajribali va talabchan turistlarga xos joy bo‘lib, bu yerda har qanday istak amalga oshiriladi. Siz tropik o‘rmonlarga safari turlar, vertolyotda parvozlar, yaxtada okean kruizlari, kanallar bo‘ylab maxsus sayohatlar, havo sharlarida parvozlar, yo‘ltanlamasda ekskursiyalar va boshqa ko‘plab sarguzashtlarni tanlashingiz mumkin. Qolaversa, to‘rtta yirik tematik park va attraksionlar turistlarni intizorlik bilan kutadi.

Avstraliya dunyodagi eng noyob dengiz ekotizimlaridan biri bo‘lgan Katta Barer rifiga ega mamlakat sifatida, dayving (suzish va chuqur suvda sayohat) ishqibozlari uchun haqiqiy jannatdir. Qarib 3000 ta mayda rif, 500 dan ortiq orol, 1500 dan ziyod baliq turi, va 350 turdagi marjonlar bu hududni suvosti bioxilma-xilligi bo‘yicha dunyodagi yetakchi nuqtaga aylantiradi.

Dayving ishqibozlari uchun eng sevimli va mashhur joylardan biri bu Buyuk Barer to‘siq rifi, ya’ni, dunyodagi eng yirik marjonli rif tizimi hisoblanadi. U qariyb uch mingta alohida korall riflaridan iborat bo‘lib, Avstraliyaning shimoliy-sharqiy sohili bo‘ylab 2300 kilometrga cho‘zilgan. Bu tabiiy mo‘jiza hozirda ekologlar nazorati ostida, chunki

mutaxassislarning fikricha, global iqlim o‘zgarishi shu holatda davom etsa, rif 2050-yilgacha butunlay yo‘qolishi mumkin. Shu bois, bu yerda haligacha dayving qilmaganlar, imkon qadar tezroq tashrif buyurishlari tavsiya etiladi.



***11.1-rasm. Dayving turlari***

Buyuk Bar’er to‘siq rifi hayratlanarli darajada boy suvosti hayotiga ega. Ilmiy jihatdan ma’lum bo‘lgan 350 xil korall turining 90%dan ziyodi aynan shu hududda uchraydi. Shuningdek, bu yerda 10 mingdan ziyod gubka turlari, 1,5 mingga yaqin baliq turlari va 4 mingga yaqin mollyuska turlari mavjud. Faqatgina bir gektar suvosti maydonida 200 ga yaqin turdagi baliqlar yashaydi. Ular orasida akula turlari ham uchraydi, shuning uchun o‘z xavfsizligiga yuksak darajada ahamiyat beradigan turistlar bu yerda o‘zini noqulay his qilishi mumkin. Ammo hayajon qidiruvchilar uchun maxsus attraksion ham mavjud, ya’ni, katta oq akula bilan temir torli hujayrada dayving.

Shuningdek, rif hududida g‘arq bo‘lgan mashhur kemalarga safarlar uyushtiriladi. Ular orasida Britaniya paroxodlari Yongala (1911-yilda g‘arq bo‘lgan) va Lady Bowen (1894-yilda) mavjud. Ularning

qoldiqlari dayverlar uchun oson yetib boriladigan chuqurlikda joylashgan.

Buyuk Barer to‘siq rifining “poytaxti” Kerns shahri hisoblanadi. Bu shahar rif orollari bilan dengiz va havo transporti orqali bog‘langan. Dayving sohasida yangi bo‘lganlar aynan shu yerdan boshlashlari tavsiya etiladi. Keyin esa, tajriba orttirib, butun arxipelagni o‘rganishga kirishish mumkin. Bu yerda 500 dan ziyod orollar bor, shunday ekan, har bir turist o‘z xohishiga mos orolni tanlashi mumkin.

Madaniy dam olishni xush ko‘radiganlar uchun eng mos joy Gamilton oroli, u butun arxipelagdagi eng “sivilizatsiyalashgan” hudud hisoblanadi. Bu yerda restoranlar, qimmatbaho do‘konlar va besh yulduzli mehmonxonalar faoliyat ko‘rsatadi.

Mutaxassislar fikriga ko‘ra, eng yaxshi dayving Lizard orolida kuzatiladi. Bu orol rifning ajralmas qismi bo‘lib, Cod Hole deb nomlangan juda boy faunaga ega joyda joylashgan. Bu yerda ulkan baliqlar, koralllar va xilma-xil suv jonzotlari uchraydi. Lizard orolining kichik hajmi bu yerda dam olishni yanayam shaxsiy va sokin qiladi.

Eng qimmat va lyuks dam olish nuqtalari Bedarra va Lizard orollari. Bu yerda mehmonxonalar deyarli yo‘q, ularning o‘rnini yuqori darajada jihozlangan ikki qavatli villalar egallagan. Ular eng tanlab dam oluvchi mijozlarning talablarini ham qondirishi mumkin.

Ekskursiya turizmi jihatidan Avstraliya sayohatchilar uchun beqiyos imkoniyatlar manbai hisoblanadi. Bizning qadimgi ajdodlarimiz tasavvur qilganidek, «antipodlar yeri» (ya’ni, Avstraliya) bilan Yevropaning farqlari juda katta, garchi avstraliyaliklar «teskari yurishmasa» ham. Yevropaliklarni nafaqat Avstraliya qit’asining betakror tabiati, balki u yerning mahalliy aholisi aborigenlarining urf-odatlari ham qiziqtiradi.

Sivilizatsiya barcha tomondan bosib kelayotganiga qaramasdan, aborigenlar o‘z ajdodlarining qadimiy urf-odatlarini saqlab qolishga muvaffaq bo‘lishgan. Ba’zi holatlarda, hukumat ular uchun qurib bergan zamonaviy uylardan voz kechishgan, chunki haqiqiy aborigenning yashash joyi ochiq osmon ostida bo‘lishi kerak. Hozirgi kunda Avstraliyada avstraliyaliklar uchun oddiy holga aylangan manzaralardan

biri bu oilaviy aborigenlar guruhi, o‘zi ovlab kelgan kenguru go‘shtini yoqilgan olovda teflon qovurish tobasi yordamida pishirayotgan holati.



***11.2-rasm. Avstraliyaga bo‘ylab yovvoyi tabiat hududlarida safari turlari***

Avstraliya nafaqat dengiz sohili va riflari, balki o‘zining keng va turfa xildagi ichki yerlari, autbek (outback) deb ataluvchi cho‘l va yarimcho‘l hududlari bilan ham mashhur. Bu yerlardagi safari turlari turistlarga benazir tabiiy landshaft, moddiy va ma’naviy madaniyat bilan tanishish, hamda aborigenlarning qadimiy hayot tarzini kuzatish imkonini beradi.

«Safari» so‘zi «sayohat» yoki «yo‘lga chiqish» degan ma’noni anglatadi. Ilgari «safari» degani asosan ov qilish, hayvonlarni otish bilan bog‘liq voqealarni anglatgan bo‘lsa, bugungi kunda u tabiiy muhitda, sivilizatsiyadan uzoq joylarda tabiatning go‘zalligini kuzatish, ya’ni, ekoturizm bilan bog‘liq faoliyatga aylangan. Bunday turdagi dam olish turizmi Avstraliyada ham keng tarqalgan va juda ommabopdir.

Hozirgi kun safarilari turistlarni o‘ziga jalb etishining yana bir sababi bu kabi sayohatlarda endi ilk tadqiqotchilar va sayohatchilar duch kelgan qiyinchiliklar yo‘qligidadir. Quyoshdan kuygan avstraliyalik dashtlarda turistlarni konditsionerli djiplar olib ketadi, lager esa oldindan tayyorlab qo‘yiladi. Sayohat haqidagi eng asosiy xotiralar hayvonlar terisini emas, balki foto va videolarni o‘z ichiga oladi.

Shuningdek, Avstraliyaning mashhur Buyuk Barer to‘siq rifi yaqinidagi suvosti safari (dayv-safari) turizmi ham keng tarqalgan. Bu yerda odatiy dayvingdan tashqari, akulalar va boshqa dengiz jonzotlarini kuzatish va suratga olish kabi hayajonli tajribalar ham mavjud.




***11.3-rasm. Serfing turlari***

Avstraliya serfing dunyosidagi eng mashhur va qadrlangan manzillardan biri hisoblanadi. Ushbu rasmda mamlakatning turli sohillari, ayniqsa, Gold Kost, Bayron Bey, Bells Bich va Margaret River kabi joylarida serfing bilan shug‘ullanayotgan turistlarni ko‘rish mumkin.

Avstraliya har doim to‘lqinlarni zabt etish tarixi yo‘lida peshqadam bo‘lib kelgan. “Emu va kengurular mamlakati” dunyoga ko‘plab mashhur serfingchilarni taqdim etgan, shuningdek, aynan shu yerda havaskorlar va professionallar uchun mo‘ljallangan dunyodagi eng nufuzli serfing musobaqalariga asos solingan. Bugungi kunda Avstraliya serfing bilan shug‘ullanish uchun eng yaxshi maydon hisoblanadi, boshlovchilardan tortib mutaxassislargacha.

Janub, g‘arb yoki sharq uch okean va turli darajadagi to‘lqinlar Avstraliya serfingchilarga shunday katta tanlovni taqdim etadi.

Sharqiy sohilda serfing uchun eng yaxshi vaqt yoz va kuz fasllari (dekabrdan iyungacha), garchi to‘lqinlar bu yerda yil davomida mavjud bo‘lsa-da. Ammo shuni inobatga olish kerak-ki, Kvinslendning shimoliy qismida to‘lqinlardan himoya sifatida Buyuk Barer to‘siq rifi va mayda orollar mavjud. Serfing uchun yaxshi sharoitlar Freyzer orolining janubiy qismidan boshlanadi, bu orol katta qum oroli bo‘lib, juda zo‘r to‘lqinlarga ega. Shundan keyin Tasmaniya sohiligacha bo‘lgan barcha hududlar serfingchilar uchun juda qulay.

Yangi Janubiy Uels shtatidagi butun sohil chizig‘i serfing uchun mos keladi. Xususan, Kvinslend shtati chegarasidan Bayron Bey ko‘rfazigacha bo‘lgan masofada ko‘plab ajoyib plyajlar va “pik” to‘lqinlar mavjud.

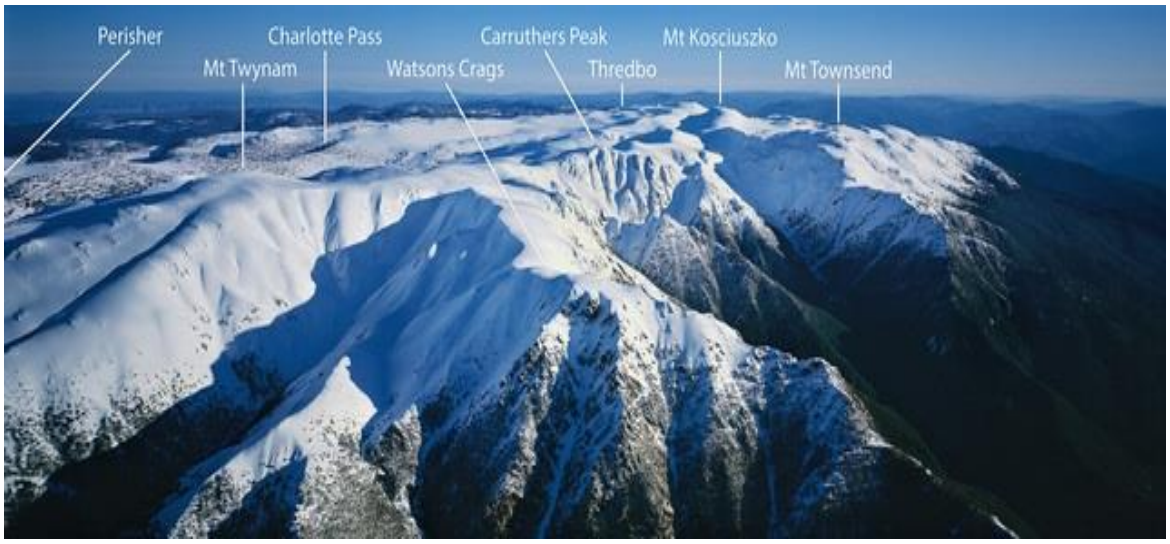
Avstraliyaning janubi-g‘arbiy qismida ham serfing uchun ajoyib joylar bor. Bu yerdagi sohillar Janubiy okeanning “har xil qo‘polliklari”ga duch keladi. Olbani (Western Australia shtati) shaharchasidan shimoliga qaray Margaret River (Margaret River) nomi bilan tanilgan mashhur serfing joyi joylashgan, bu yerda hatto eng sust kunlarda ham to‘lqinlar balandligi ikki metrdan kam bo‘lmaydi.

Ammo, Avstraliyada serfingning haqiqiy markazi deb e’tirof etiladigan joy bu Melburndan 100 km uzoqlikdagi Torki (Torquay) shaharchasidir. Bassov prolivi bo‘ylab joylashgan bu shaharchada serfing do‘konlari va markazlari juda ko‘p. Bu yerda hatto Serfing muzeyi ham mavjud. Serfing bu yerda maktablarda oddiy dars sifatida o‘qitiladi, odamlar esa ishdan keyin to‘lqinlarga chiqib, dam oladilar.

Torki yaqinidagi Bells Beach butun dunyoda mashhur serfing sohili bo‘lib, u “Na grebne volni” (Point Break) gollivud filmi orqali tanilgan va unda musobaqa finali ham tasvirlangan. Har yili ushbu sohilda Avstraliyaning eng asosiy serfing musobaqasi o‘tkaziladi, va butun sohil hududi rasman “serfing qo‘riqxonasi” deb e’lon qilingan.

Sidney, Gold Kost va Melburn kabi yirik shaharlarda ham serfing maktablari, maxsus do‘konlar va o‘quv markazlari mavjud bo‘lib, ular har xil darajadagi mashg‘ulotlar, serfing uchun kiyim-kechaklar, doskalar va boshqa inventarlar taklif etishadi. Shu bois har qanday

istagan kishi, hatto bir kunga bo‘lsa ham, serfingni sinab ko‘rishi yoki o‘z mahoratlarini oshirishi mumkin.




***11.4-rasm.*** **Avstraliyada tog‘-chang‘i sporti**

Avstraliyaning issiq iqlimiga qaramay, bu beshinchi qit’ada to‘g‘ri mavsumda tog‘-chang‘i sporti bilan shug‘ullanish mumkin bo‘lgan joylar kam emas. Mavsumga qarab, Avstraliya tog‘larida juda ko‘p yog‘ingarchilik kuzatiladi, ba’zan mavsum davomida bir necha metrgacha qor yog‘adi. Avstraliyadagi chang‘i mavsumi odatda may oxirida boshlanadi va sentyabr oxirigacha davom etadi, ba’zi yillari bir necha haftaga cho‘zilishi ham mumkin. Bu vaqtda minglab avstraliyaliklar va yuzlab xorijiy turistlar «qorni ko‘rish» uchun keladi, axir Avstraliyada fasllar shimoliy yarimsharga nisbatan to‘liq teskari.

Avstraliyadagi tog‘-chang‘i sporti asosan mamlakatning janubiy qismida, ya’ni, Yangi Janubiy Uels (New South Wales), Viktoriya (Victoria) va Tasmaniya (Tasmania) shtatlarida amalga oshiriladi. Eng rivojlangan va mashhur mintaqa Kanberradan taxminan 1,5 soatlik masofada joylashgan Snejnie g‘ori (Snowy Mountains) milliy bog‘i hisoblanadi. Bu yerda Avstraliyaning eng baland nuqtasi Kostyushko tog‘ cho‘qqisi joylashgan bo‘lib, u yerda chang‘i uchish mumkin, ammo avvalo taxminan 6 km masofani piyoda bosib o‘tish kerak bo‘ladi.

Snejnie g‘ori hududidagi mashhur kurortlar qatoriga Tredbo (Thredbo) va Sharlott Pass (Charlotte Pass) kiradi. Bu kurortlarda

mehmonxonalar, hostellar, restoranlar, va chang‘i anjomlarini ijaraga olish va sotib olish mumkin bo‘lgan do‘konlar mavjud.

Tasmaniya orolida joylashgan Ben-Lomond (Ben Lomond) platosi Avstraliyaning ikkinchi eng baland nuqtalaridan biri bo‘lib, 1572 metr balandlikka ega. Platoning uzunligi 14 km, eni esa 6 km, va bu hududdagi ko‘pchilik tog‘lar 1300 metrdan baland. Ben-Lomond Tasmaniyadagi asosiy chang‘i kurorti hisoblanadi. Bu yerda chang‘i uchish uchun zamonaviy uskunalar mavjud bo‘lib, mavsum iyulda boshlanib, sentyabrda tugaydi.

Chiqish uchun 3 ta T-bar va 3 ta Poma liftlari faoliyat ko‘rsatadi. Anjomlarni ijaraga olish va instruktor xizmati ham taklif qilinadi. Tepa etagida mehmonlar uchun kichik chang‘i qishlog‘i joylashgan bo‘lib, bu yerda tunda qolish, isinish va ovqatlantirish mumkin.

Bu plato juda go‘zal tabiatga ega bo‘lib, milliy bog‘ maqomiga ega. Bu yerda alpik o‘simliklar va hayvonlar muhofaza qilinadi. Qish faslida bu yerda snou-kengurular (gorniy vallabi) va qorda yer qazuvchi vombatlarni ko‘rish mumkin. Xobartdan Ben-Lomondga yetib borish 2,5 soat, Lonsestondan esa taxminan 1,5 soat vaqt oladi.

Avstraliyaning eng katta turizm markazi xalqaro tijorat, sanoat va madaniy infratuzilmalarga ega bo‘lgan Melbrun shahridir. Bu shahar xalqaro sport musobaqalarini tashkil qilishda ham ancha katta obro‘ga ega.

Sidney xalqaro turistlarga xizmatlar ko‘rsatish bo‘yicha ikkinchi shahar hisoblanadi. Bu shahardagi Sidney opera teatri dunyodagi eng mashhur teatrlardan.

Oltin Suyak dengiz kurortiga har yili 10,0 mln. turistlar kelishadi. Dengiz sohillarida sohil turizmi infratuzilmalari yaratilganligidan va doimiy mayda to‘lqinlarning mavjudligidan bu sohillar yil davomida gavjum bo‘ladi. Ko‘plab mavzuli tabiiy parklari bor. Ayniqsa, «Avstraliyskiy Gollivud» disneylendlar juda mashhurdir. Dengizda qurilgan «Sea World» suvosti parkida dengiz hayvonlarini tomosha qilishadi.

Kerns Sidney, Melbrun va Brisbendan keyin xalqaro turistlarni va ichki turistlarni qabul qilish bo‘yicha to‘rtinchi shahar hisoblanadi. Bu

shaharda mashhur restoranlar, dam olish bog‘lari, ko‘ngilochar o‘yinlari markazlari qurilgan .

Avstraliyaga xalqaro turizm oqimi tiklanmoqda. 2024-yilning iyun oyiga kelib bu davlatga 7,4 mln. xalqaro turist kelgan. Avstraliyaliklarning ichki bayram safarlari 3,1 mln. turist bo‘lgan. Olingan foyda 31,7 mlrd dollar, Bu o‘tgan yildagidan 3% ga ko‘p. Eng ko‘p turistlar Yangi Zelandiyadan 1,2 mln. turist, Xitoydan 746 ming, AQShdan 670 ming, Angliyadan 581 ming, Hindistondan 395 ming xalqaro turistlar kelishgan.

## 11.2. Okeaniya turizmi

Okeaniyada eng katta davlat Yangi Zelandiya va yana 12 ta mayda davlatlardan (Marshall orollari, Mikroneziya, Papua-Yangi Gvineya, Solomon orollari, Fidji, Samoa va b.). Okeaniya deyilganda Amerika bilan Osiyo qit’alari o‘rtasidagi orol davlatlar tushuniladi. Okeaniyaning tarkibiga 10000 ta orollar kiradi. Okeaniyani 4 ta mintaqaga bo‘lishgan: Avstralosiyo, Melaneziya, Mikroneziya va Polineziya. Okeaniyaning yirik tog‘lari vulqonlari faoliyatidan hosil bo‘lgan. Ular quyidagilar:

- Vilgelm tog‘i (4509 m)
- Mauna-Kea tog‘i (4205 m)
- Mauna-Loa vulqoni (4169 m)
- Kukatog‘i (3764 m)
- Ruapexu vulqoni (2797 m)
- Ulavun vulqoni (2300 m)
- Kossyushko tog‘i (2228 m)
- Libig tog‘i (1440 m)
- Mexarri tog‘i (1251 m)
- Blaff-Noll tog‘i (1096 m)
- Ord tog‘i (937 m)

Yangi Zelandiya Buyuk Britaniya hamkorligidagi, Buyuk Britaniya qirolichasi nomigagina boshliq bo‘lgan, general gubernator boshqaruvidagi sanoatlashgan davlat. Aholisi 4,5 mln. kishi. Eng katta shahri Oklend shahri aholisi 1,5 mln. kishi. Bu davlat yog, go‘sht, pishloq va jun eksporti bo‘yicha dunyoga tanilgan. Poytaxtda dunyodagi eng

katta dam va ko‘ngilochar markaz «Skay Siti Oklend» majmuasi yaratilgan. Shuningdek, dunyodagi eng katta bo‘lgan Amerika kazinosi ham faoliyat ko‘rsatadi.

Poytaxt Vellingtonda milliy galereya dunyoga mashhur. Dunyoda eng Yevropalashgan shahar. Vellingtondan Yangi Zelandiya ning barcha ekskursiyalari boshlanadi. So‘nggi yillarda Davlatning shimoliy qismida uzumchilik va vinochilik sanoati rivojlantirilmoqda. Davlatning markaziy qismida geyzerlar majmuasi joylashgan.

Kuk oroli Yangi Zelandiyaga hududlariga bog‘liq mitti davlat hisoblanadi. Kuk oroli 15 ta orollardan tashkil topgan arxipelag. Bu orollarda asosan dayving, baliq ovlash va jungli o‘rmonlariga ekskursiyalar uyushtiriladi.

Fidji aholisi 856346 kishi. Ekzotik ekskursiyalar, qaroqchi lar haqidagi mashhur muzeyga kamdan-kam qiziquvchilar, yozuvchilar kelishadi. Turistlarga qip-qizil ko‘mir alangasida o‘yinni ko‘rsatishadi va bambuk qayiqlarda dengiz delfinlari bilan sayr qildirishadi.

G‘arbiy Samoa aholisi 178631 kishi yer sharida juda kam o‘rganilgan, insoniyat taroqqiyoti kam borgan, dengiz mahsulotlari bilan kun kechiradigan kam sonli aholi yashaydi. Asosan etnograf olimlar borishadi.

Taiti Fransuz Polineziyasi deb atashadi, 100 ta orollardan tashkil topgan, turistlarga vertolyotda orollarni ko‘rsatishadi, jungli hayvonlarini tomosha qildirishadi. Asosan tabiatshunos va etnograflar borishadi.

Yangi Kaledoniya Fransiyaning mulki hisoblanadi. Bu davlatda dunyo flora va faunasining eng boy va saqlanib qolgan tabiiy ekotizimlari mavjud. Bu yerda 2500 tur noyob o‘simliklar osadi. Akvalangchilar va sho‘ng‘uvchilar botanik va zoologlar borishadi.

Solomon orollari, Tongo, Tuvalu, Vanuatu, Karibatu davlatlari haqida ham yuqoridagi ma’lumotlarni keltirish mumkin. Bu davlatlarda ko‘pi bilan 125-200 ming aholi yashaydi. Bu davlatlarga xalqaro turistlarning tashrifi haqidagi ma’lumotlar e’lon qilinmas ekan. Ikkinchidan, bu orollardagi kam sonli aholi qabila muhitida yashashadi va sivilizatsiyadan borgan madaniy mehmonlarni unchalik ham

xushlamas ekan. Keltirganimizdek, faqat, olimlar, etnograflar va tabiatshunoslar ilmiy maqsadlarda borishar ekan.

Okeaniyadagi turizm yo‘nalishlariga quyidagilarni kiritish mumkin: Kuk orollari, Fiji, G‘arbiy Samoa, Taiti, Mikroneziya, Melaneziya va Polineziya orollari.

Kuk orollari Yangi Zelandiyaga qaram hudud bo‘lib, 15 oroldan iborat arxipelag hisoblanadi. Bu orollar ommaviy turizm ta’siriga uchramagan va o‘zining tabiiy holatini saqlab qolgan. Bu yerda dayving turlari, bir kunlik jungliga sayohatlar va okean baliq ovlash turlari tashkil etilishi mumkin.

Fiji arxipelagida eng rivojlangan hudud Viti-Levu orolining marjonli sohillari hisoblanadi. Bu yerda turli xil ekzotik ekskursiyalar va namoyishlar tashkil etiladi: qizib turgan ko‘mirlar ustida raqslar, bambuk sollarda tog‘ daryolari orqali junglilardan o‘tish, delfinlar bilan kruiz va boshqalar. «Conde Nast Traveller» jurnali so‘rovlariga ko‘ra, Fiji dunyoda dam olish uchun eng yaxshi 20 oroldan biri sifatida tan olingan.

G‘arbiy Samoa sivilizatsiya ta’siriga kam uchragan, tabiiyligini saqlab qolgan hudud. Bu yerda mashhur yozuvchi Robert Luis Stivenson hayotining oxirini o‘tkazgan. Turistlar uning hayotiga bag‘ishlangan muzeyni ko‘rishlari mumkin.

Taiti Fransuz Polineziyasining bir qismi bo‘lib, janubiy Tinch okeanda 100 dan ortiq orolni o‘z ichiga oladi. Ishonchli turistik xizmatlar: vertolyot sayohatlari, tropik o‘rmonlar orqali mini-avtobus va djiplarda ekskursiyalar, yoki dengizda yaxtalarda sayr qilish imkoniyatlari mavjud.

Yangi Kaledoniya Fransiyaga tegishli hudud bo‘lib, uning poytaxti Numea. Bu yerda 2500 ga yaqin noyob o‘simlik turlari bor. Barer riflari bilan o‘ralgan orollar, endemik flora va fauna hamda ekologik turizm rivoji uchun katta imkoniyatlar yaratadi. Shuningdek, akvalangchilar va suvosti turistlari uchun ham jozibali maskan sanaladi.

Solomon orollari janubiy Tinch okeanda joylashgan davlat bo‘lib, poytaxti Xoniara. Ispan dengizchi A.Mendanya de Neyra tomonidan 1568-yilda kashf etilgan. Orollarda hanuzgacha urug‘-qabila

munosabatlari saqlangan va bu turistlar uchun mahalliy aholining hayoti bilan tanishish imkonini yaratadi. Tabiiy muhit deyarli o‘zgarmagan.

Ikkinchi jahon urushi paytida bu orollar atrofida kuchli janglar bo‘lib o‘tgan. Okean tubida hozir ham o‘nlab cho‘kkan kemalar saqlanib qolgan tarixiy dayving uchun a’lo maskan.

Vanuatu Tinch okeanning janubiy-g‘arbiy qismidagi Yangi Gibrid orollarida joylashgan davlat. XVIII asrda Jeyms Kuk tomonidan tadqiq etilgan. Bu yerda ingliz, fransuz va Melaneziya madaniyatlari uyg‘unlashgan.

Port-Vila va Lugenvil kabi shaharlar yevropacha infratuzilmaga ega bo‘lsa-da, orollarda an’anaviy qishloq hayoti saqlanib qolgan. Har bir orol o‘ziga xos xususiyatlarga ega. Ambrim oroli mahalliy sehru jodu an’analari bilan mashhur.

Espiritu Santo oroli tropik o‘rmonlar bilan qoplangan. Bu yerda aborigenlar yashaydigan ko‘plab jungli qishloqlari mavjud. Shuningdek, orolda «Million dollar sohili» joylashgan, urushdan so‘ng AQSH bu yerga turli uskunalarni tashlab ketgan, bu esa dayverlar uchun qiziq joyga aylangan.

### *Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*

1. Avstraliya turizmining o‘ziga xos xususiyatlarini tushuntirib bering.
2. Avstraliyaning xalqaro turistlarni jalb qiluvchi asosiy obyektlari nimalar?
3. Avstraliyaning xalqaro turistlarni jalb qiluvchi eng yirik markazlarining tavsiflari haqida taqdimot tayyorlang va amaliy darslarda ma’ruza qiling.
4. Okeaniyada qancha davlatlar bor va bu davlatlarning Okeaniyada xalqaro turizmni rivojlantirish imkoniyatlari mavjudmi?
5. Nima uchun Okeaniya davlatlari bo‘yicha xalqaro turistlarning tashriflari e’lon qilinmaydi?

# XII BOB. JANUBIY OSIYODA TURIZMNING RIVOJLANISHI

***Tayanch so‘zlar:*** manzara o‘rmoni, qirol, qirolicha, dayving, rafting, tropik o‘rmon, shitlar, kruiz, transplantatsiya.

## 12.1. Janubiy Osiyo davlatlari

Janubiy Osiyo bu okean, chay va meditatsiya maskan. Hindiston va Shri-Lanka dunyo bo‘ylab mashhur bo‘lgan choy yetishtirishda yetakchi hisoblanadi, mashhur «ikki ustki barg»dan tayyorlangan choy dunyodagi ko‘plab insonlarni ruxlantiradi. Maldiv orollari uzoq va huzurbaxsh sohillari, oq qumli plyajlari va musaffo zilol suvlari bilan turistlarni jalb qiladi. Nepal esa insonni moddiy hayotdan uzilib, ma’naviy yuksalish sari intiltiruvchi maskan sifatida e’tiborga molik. Eron esa o‘zining zardushtiylik davri yodgorliklari va ulamasin sirtli gumbazlari orqali tarix va madaniyat mujassamligini namoyon etadi.

Janubiy Osiyo, amalda, sayyoramizdagi eng ma’naviy mintaqalardan biri hisoblanadi. Qaysi mamlakatga borsangiz, har joyda siz ibodatxonalar, butxona, ibodatga chaqiruvlar, ulug‘ faylasuf va shoirlarga bo‘lgan hurmat hamda inson ruhiyatining moddiy hayot ustidan g‘alabasi belgilarini uchratasiz. Bunday muhitda hatto eng amaliy shaxs ham ma’naviy tiniqlik haqida o‘ylashga majbur bo‘ladi.

Bu ruhiy muhitni ming rangli tabiat go‘zalligi yanada mukammallashtiradi, insonda oliy kuchning zohirini his qilish tuyg‘usi paydo bo‘ladi. Shu bilan birga, bu mintaqada hayot narxining arzonligi, ko‘cha ovqatidan tortib mehmonxonada yashashgacha odamni kundalik tashvishlardan xalos etib, «xudo tomonidan parvarishlangan qush»dek yashash imkonini beradi.

Janubiy Osiyoda turistik qiziqish uyg‘otadigan moddiy obyektlar juda ko‘p. Eng avvalo, bu hududda arxitektura yodgorliklarining ulkan xazinasi mavjud. Dunyoda kamdan-kam joylarda Hindiston va Erondagi kabi ko‘p sonli tarixiy, diniy va madaniy inshootlarga guvoh bo‘lish mumkin. Propolis, Pasargada va Suzlar harobalari, Goleston saroyi majmuasi, Radjastondagi qadimiy qal’alar va qamalxonalar, Jodxpur saroylari, Orchxadagi maqbara va ibodatxonalar, Maharashtradagi tog‘

burchagida joylashgan monastrlar, Qajuraxonning beqiyos qadimiy va mag‘rifik to‘plamlari, bular barchasi Janubiy Osiyoning me’moriy boyliklarining bir qismi xolos.

Dunyodagi barcha kolonna va kapitallarga tropik o‘rmonning xushbo‘y havosi va kapalak qanotlarining raqsini ko‘rish mumkin. Bu yerda milliy bog‘lar va qo‘riqxonalar, ko‘llar va cho‘llar, sukunati jonni rom etuvchi, aql bovar qilmas darajada turfa xilma-xil suvosti dunyosi va sayyoramizdagi eng go‘zal quyosh botishlarini kutish mumkin.

Bu yo‘nalishning yana bir o‘ziga xos jihati shifobaxsh turizmdir va bu ham Osiyo ananasiga xos tarzda hech qanday tabletka yoki dorilarsiz, balki asl va qadimiy usullarda: to‘g‘ri ovqatlantirish orqali organizmdagi energiyalarni muvozanatlash, nafas mashqlari yordamida olam tartibi bilan uyg‘unlikka erishish, pok niyatlar orqali ruhiy xotirjamlikni tiklash. Bularning barchasi insonga o‘zidan va atrofidagi dunyodan to‘liq rozilik hissini baxsh etadi.

Janubiy Osiyo davlatlari: Hindiston, Pokiston, Butan, Bangladesh, Eron, Nepal, Shri-Lanka, Maldiv Respublikasi, Myanma. Bu mintaqa aholisining ko‘pligidan turizm mintaqalarining ichida birinchi o‘rinni egallaydi. Yerosti mineral resurslariga boy (toshko‘mirning yirik konlari, neft, temir rudasi, qalayi, volfram va b.). qishloq xo‘jaligida gurunch, choy bog‘dorchilikda tropik mevalar yetishtirish ustuvor.

Bangladesh Janubiy Osiyoda joylashgan kichik davlat bo‘lib, Gang, Meghna va Braxmaputra daryolari deltasida joylashgan. Mamlakat shimoldan, g‘arbdan va sharqdan Hindiston bilan, janubi-sharqdan esa Myanma bilan chegaradosh. Davlatning janubiy qismi Hind okeani, aniqrog‘i, Bengal ko‘rfazi suvlari bilan yuviladi.

Bangladesh hududining katta qismi past tekisliklar va deltadagi botqoq yerlardan iborat. Bu yerdagi tuproqlar unumdor bo‘lib, sel suvlari orqali har yili boyiydi. Gang, Tista va Namuna daryolari to‘lib toshgan paytda o‘z yo‘nalishini o‘zgartirib, qishloq xo‘jaligi yerlarini yo‘q qilishi va yangi qumli orollar hosil qilishi mumkin.

Mamlakatning shimoli-sharqida Shilling tog‘ yo‘lagi etagidan boshlanuvchi Megina pastligi joylashgan. Shimoli-g‘arbiy va janubi-

sharqiy hududlarda esa Tushay va Chittaging tog‘ zanjirlari mavjud. Mamlakatdagi eng baland nuqtalovdek tog‘i (1057 m).

Mangrov o‘simliklari bilan qoplangan serbaraka o‘rmonlarda Bengal yo‘lbarslari yashaydi. Chitdaging tog‘liklarida esa yovvoyi fillar, nasoronglar, leopardlar, sivetalar va chakaklar uchraydi. O‘rmondan ajratib olingan yerlarda sholi va jut yetishtiriladi. Ularning yonida choy va rezina plantatsiyalari joylashgan. Tropik doimiy yashil o‘rmonlarda noyob daraxt turlari o‘sadi. Bangladeshning ramziy guli ko‘lmaklarni bezab turadigan nilufar (kovshingga) bo‘lib, ularda ko‘plab baliq turlari mavjud.

So‘nggi yillarda mamlakat hukumati tabiiy boyliklarni muhofaza qilish va noyob hayvonot hamda o‘simlik turlarini saqlab qolish maqsadida yangi qo‘riqxonalar tashkil etmoqda.

Shri-Lanka (Selon) o‘tmishda Selon nomi bilan dunyoga mashhur bo‘lgan qadimiy mamlakat. Bu orolning faxri keng choy plantatsiyalari va cheksiz sholi dalalari. Mahalliy aholining mustahkam an’analari, bir vaqtning o‘zida esa diniy erkinlikning mavjudligi, ko‘plab muqaddas reliklidalar va asosan budda diniy ibodatxonalarining ko‘pligi bu yerga minglab ziyoratchilarni jalb etadi.

Turistlar Shri-Lankaga ekzotikaga boy, rang-barang hayotni ko‘rish, tabiat go‘zalligidan bahramand bo‘lish va Hind okeanining iliq suvlarida cho‘milish uchun keladilar. Bu yerdagi cheksiz plyajlar yashirin ko‘rfazlar va buxtalar, asal kabi iliq sapfiring suvlar, suzuvchi marjon bog‘lari, cho‘kib ketgan kemalar qoldiqlari va turli rangdagi baliqlar bilan to‘lib turgan suvlar yumshoq, tillarang qumlar bilan husn baxsh etadi.

Hind okeani sohilidagi dam olish, buddaviy muqaddas joylar bilan tanishish, milliy tabiat bog‘larini ziyorat qilish, choy yetishtirish va ishlab chiqarish sirlarini o‘rganish, ochiqko‘ngil va mehmondo‘st lankaliklar bilan muloqot bularning barchasi Sharqda bo‘lgan bu safaringizni unutilmas xotiralarga aylantiradi.

Shri-Lanka Hind okeanida joylashgan kichik orol bo‘lishiga qaramay, u haqli ravishda «mutlaq ekzotika yurti» deb ataladi. Butun

dunyoda YUNESKO muhofazasi ostida bo‘lgan 130 ta tarixiy yodgorlikdan yettitasi aynan shu hayratlanarli orolda joylashgan.

Bu boy tarixi va mustahkam an’analari bilan ajralib turuvchi qadimiy mamlakat, shu bilan birga buddizmning dunyodagi asosiy markazlaridan biri sanaladi. Buddaviy me’morchilikning ajoyib namunalari, ibodatxonalar, haykallar, monastirlar va xazinalar bu yerda yuz yilliklar davomida saqlanib kelmoqda.

Orol aholisi tafakkuriga buddizm chuqur singib ketgani bois, bu yerda tinchlik va osoyishtalik hukmron. Din falsafasi odamlarning kundalik hayotining ajralmas qismiga aylangan. Ajdodlar asrlar davomida asrab-avaylab kelgan san’at, ilhom bilan barpo etilgan ibodatxonalar, haykallar va diniy yodgorliklar hali ham hurmat, sirlilik va muqaddaslik ruhini saqlab turibdi. Qolaversa, insonlar tomonidan necha yuz yillar oldin qurilgan suv omborlari va sug‘orish tizimlari, hatto hozirgi zamonaviy texnologiyalardan ham ustun sanaladi.

Biroq, Shri-Lankaning mashhur ekzotikasi faqat tarixiy meros bilan cheklanmaydi. Ekvatordan ham atigi 800 kilometr uzoqlikda joylashgan bu orol barcha tropik boyliklarga ega. Mahalliy aholi aytganidek, ular uchun faqat uchta rang mavjud: osmon va okeanning ko‘kligi, plyajlarining tillarang qumi va tropik o‘simliklarning sochilib yotgan yashil ranglari.

Butan Qirolligi Shimolda Xitoy va Tibet, janubda esa Hindiston bilan chegaradosh bo‘lgan kichik mamlakatdir. Uning umumiy maydoni taxminan 47 000 $km^2$ ni tashkil qiladi.

Mamlakatning tabiiy manzaralari juda xilma-xil: janubiy va g‘arbiy hududlarda tropik o‘rmonlar o‘sadi, shimol tomonlardan esa ulug‘vor Himolay tog‘lari cho‘zilib ketadi. Mamlakat hududining katta qismi ana shu tog‘liklardan iborat. Bu yerdagi tuproq ko‘pincha toshli va qishloq xo‘jaligi ishlari uchun qulay emas. Shuning uchun aholining 90 foizi dehqonchilik bilan shug‘ullanadi, ammo ularning faqat 6 foizigina yerni samarali ishlatish imkoniga ega.

Butan aholisi soni taxminan 600 ming kishi deb baholanadi. Qishloqlar va vodiylarda yashovchi odamlar turli tillarda so‘zlashadi, ammo o‘zaro muloqotda rasmiy til dongcha qo‘llaniladi.

Butanning shahar aholisi juda kam. Mamlakat poytaxti Tximpxu eng yirik shahar hisoblanadi, lekin u yerda ham atigi 30 mingga yaqin kishi yashaydi. Tximpxuda mamlakat qirolining rezidensiyasi joylashgan. Qirol davlat rahbari sifatida hukumatni boshqaradi.

Butanning shimoli va shimoli-g‘arbiy qismi Buyuk (Sharqiy) Himolay tog‘lari bilan o‘ralgan. Mamlakat hududining 50% dan ziyodi 3000 metrdan yuqori balandlikda joylashgan, 20% hudud esa muzliklar va abadiy qorlar bilan qoplangan. Buyuk Himolay larning janubiy qismida Meridian bo‘ylab cho‘zilgan tizmalar va keng tog‘li vodiylardan iborat ichki himolaylar joylashgan. Bu vodiylar janubga qarab unumdor tekisliklarga aylanadi.

Butan seysmik faol hudud hisoblanadi, bu yerda zilzilalar sodir bo‘lib turadi. Shimoldan to Janubga oqib tushadigan toshqinli va tez o‘quvchi daryolar Braxmaputra daryosining tarmoqlari hisoblanadi.

Mamlakat gidroenergetik imkoniyatlarga juda boy. Shuningdek, Butan temir koni, mis, qo‘rg‘oshin, sink, ko‘mir, marmar va boshqa foydali qazilma zaxiralariga ham ega.

1980-yillarning o‘rtalarida mamlakat hududining 70% qismi o‘rmonlar bilan qoplangan edi. 10% muzliklar va qorlar, 6% doimiy dehqonchilik va aholi punktlariga ajratilgan, 3% vaqtinchalik ishlatiladigan dehqonchilik yerlari va 5% yong‘oqzorlar va o‘tloqlardan iborat edi. Qolgan hududlar toshli va qishloq xo‘jaligi uchun yaroqsiz yerlar hisoblanadi.

Ilk Buyuk Britaniya turistlari Butan haqida: “Qorong‘i va tor vodiylar, bulutlarga cho‘mgan tog‘ cho‘qqilari betakror hashamat va ulug‘vorlik manzarasini yaratadi”,-deb yozgan edilar.

Nepal Hindiston va Xitoy kabi ikki buyuk qo‘shnisi orasida joylashgan kichik qirollik. Shunga qaramay, bu kichik davlat dunyoga ko‘rsatadigan juda ko‘p yutuq va go‘zalliklarga ega. Nepal Himolay tabiati, tinchlik va osoyishtalik ruhi ufurib turadigan buddaviy monastirlari tufayli yer yuzidagi eng go‘zal tog‘li mamlakatlardan biri hisoblanadi. Nepalga sayohat-bu go‘yoki Yerning ildizlari, uning azaliy va abadiy mohiyati sari qadam qo‘yishdir.

Nepal Janubiy Osiyoda, Himolay tog‘ tizmasining markaziy qismida joylashgan davlat. Uning umumiy maydoni 140 797 km² ni tashkil qiladi. Bu yerda dunyodagi eng baland tog‘lar joylashgan-Everest va Annapurna, shuningdek, Yer yuzidagi 8 ta 8000 metrdan baland bo‘lgan tog‘ cho‘qqisi aynan Nepalda joylashgan (barcha shunday cho‘qqilar soni 14 ta).

Mamlakatning janubiy qismi bo‘ylab uzunligi 20-40 km bo‘lgan va dengiz sathidan 200-250 m balandlikda joylashgan tor tekisliklar cho‘zilib ketgan. Bu hududda relyef tikliksiz bo‘lib, past tog‘lar daryolar tomonidan chuqur kesilgan. Sivalik tog‘ tizmasining shimoliy yonbag‘irlari mahalliy aholi tomonidan dehqonchilikda foydalaniladigan sun’iy terassalar bilan qoplangan.

Nepalda Chure, Maxabhorat, Himolay va Tibet Marginal kabi to‘rt asosiy tog‘ tizmasidan tashqari, janubiy qismida keng tekisliklar, markaziy hududlarda unumdor vodiylar va shimolda baland tog‘li sahrolar mavjud.

Pokiston urdu tilida “pokiza yurt”, inglizchada “Pakistan” deb ataladi. Rasmiy nomi Pokiston Islom Respublikasi (Islamic Republic of Pakistan). Janubiy Osiyoda joylashgan mustaqil davlat bo‘lib, u 1947-yili tashkil topgan.

Pokistonning janubi Arab dengizi suvlari bilan yuviladi. Mamlakat janubi-g‘arbiyda Eron, shimoli-g‘arbiy va shimolda Afg‘oniston, shimoli-sharqda Xitoy va sharqda Hindiston bilan chegaradosh.

Poytaxti Islomobod. Davlat tili urdu, rasmiy ish yurituvchi til ingliz tili.

Pokiston dunyoda aholi soni bo‘yicha beshinchi o‘rinda turadi. 2023-yilgi rasmiy ma’lumotlarga ko‘ra, mamlakat aholisi 241 499 431 nafarga yetgan. Shu bilan birga, Pokiston Indoneziyadan keyingi ikkinchi yirik musulmon aholiga ega davlat hisoblanadi (muvofiq ravishda 233 mln va 235 mln musulmon).

Pokiston Tarixiy obidalari, dengiz sohillari, davolash kurortlari, islom obidalari bilan mashhur. Dastlab eng ko‘p xalqaro turistlar 2009-yilda kuzatildi (855 ming). Hozirda 2017-yildan 1,8 mln. atrofidagi xalqaro turistlar bu davlatga borishmoqda. Islom dini olamidagi eng katta

masjidlari bor (Feysal, Vazir Xon, Badshaxi, Marvarid). Asosiy turizm rayonlari Kashmir shtati (tabiiy landshaftlar), Belujiston shtati (tog‘ oldi tabiiy manzaralari), Panjob shtati ( qadimiy tosh qalalar, arxeologik topilmalar) va Sind shtati (hind taroqqiyotidan darak beruvchi mo‘jizaviy Moxenjo-Daro qal’asi).

Maldiv orollari Respublikasi. Suvning tozaligi, sohillarning ko‘pligi, marjon riflarini tomosha qilish imkoniyatlari, tropik o‘rmonlar, shahar shovqinlarining umuman yo‘qligidan manbalar bo‘yicha faqat juda katta boylar oilasi bilan dam olishga borishadi. Xalqaro turizmda xalqaro turistlarning bu davlatga tashrifi haqida ma’lumotlar yoq.

Maldiv arxipelagi Hind okeanining ekvatorial hududida, Shri-Lankaning janubi-g‘arbida 700 km masofada joylashgan orollar davomiyligidir. Arxipelag shimoldan janubgacha 820 km, sharqdan g‘arbgacha esa 120 km cho‘zilib ketgan. Quruqlik va suv hududlari bilan birgalikda umumiy maydoni 90 ming kvadrat kilometrga yaqin.

Male Maldiv orollarining poytaxti, shuningdek, mamlakatning asosiy kommersiya va ma’muriy markazi hisoblanadi. Bu Maldivda yagona haqiqiy shahar deb hisoblanadigan aholi punktidir.

Maleda osmono‘par binolar yo‘q va velosipedlar mashinalardan ko‘p. Shahar juda kichik va qulay tashkil etilgan-yo‘qolish deyarli mumkin emas. Har bir kichik ko‘cha yo‘l-yo‘lakka olib chiqadi va ulardan biri mamlakatning asosiy portlaridan biri “Marina Draif” bilan tutashadi.

Maldiv arxipelagi kiruvchi 1192 ta orol mehmonlarni bag‘riga olgan holda quchoq ochadi. Dunyoda yagona bo‘lgan bu kurort deyarli ekvator ustida joylashgani tufayli yil davomida issiq iqlim hukmron bo‘ladi.

Har bir orol o‘ziga xos bo‘lib, ba’zilarini yashil o‘rmonlar qoplagan bo‘lsa, boshqalarida faqat quruq qumlar va sukunat bag‘ridagi toshlar mavjud. Barcha orollar Hind okeanining iliq, shaffof va ko‘k-yashil suvlari bilan o‘ralgan. Orollarda asosan mehmonxonalar va plyajlar mavjud bo‘lib, turistlar uchun dam olishga ideal sharoitlar yaratilgan.

Maldiv orollarining boy va betakror suvosti olami 1970-yillar oxirida keng jamoatchilikka tanish bo‘la boshladi. Bugungi kunda bu joy

jahon dayving markaziga aylangan. Bu yerdagi olmos kabi shaffof suvlar suvostida «parvoz qilish» imkonini beradi, mana shunda turfa rangdagi baliqlar guruhlari, yaltiroq dengiz yulduzlari, qiziqarli suv o‘simliklari va albatta, dunyoga mashhur korol riflarini yaqqol ko‘rish mumkin bo‘ladi.

Bu yerda nafaqat tajribali drayverlar, balki yangi boshlaganlar ham o‘zini erkin va xavfsiz his qiladi. Chunki bu yerda xizmat darajasi va uskunalar jahon standartlariga to‘liq mos.

Ekstra sport turlari syorfing va vindsyorfing muxlislari uchun maxsus tayyorlangan orollar bor. Bu yerda sportchilar nafaqat mashq qilishlari, balki to‘liq dam olishlari uchun hamma sharoitlar yaratilgan.

Har bir orol o‘z hududiga ega: mehmonxona, oppoq qumli sohil, barlar, restoranlar va diskotekalar. Maldivga tinchlik, yakkalik, qulaylik va nazokatli xizmat uchun kelishadi.

Maldiv orollari turli daromadga ega turistlar uchun mos. Iqtisodiy toifada dam olishni istaganlar uchun ham ajoyib dengiz, mazali taomlar, kuy-qo‘shiqli kechalar va tinch muhit mavjud.

Boy turistlar uchun esa butun orollar, tungi baliq ovlash, bedam orollarga bir necha kunlik sayohatlar, keng va shinam apartamentlar, yuksak xizmat darajasi taklif etiladi.

Eron Yaqin Sharqda joylashgan davlat bo‘lib, 1935-yilga qadar Persiya nomi bilan mashhur bo‘lgan. Mamlakatning eng asosiy boyligi uning tarixiy va madaniy merosi hisoblanadi. Bu yerda insoniyat tarixidagi eng qadimiy shaharlar, zardushtiylik va islom dinining muhim muqaddas maskanlari, shuningdek, dunyo ahamiyatiga molik madaniy markazlar joylashgan.

Bundan tashqari, Eronda tabiiy go‘zalliklarga boy hududlar ham mavjud. Mamlakatning shimolidagi Elburz tog‘lari tog‘-chang‘i sporti uchun ajoyib maskan. Fors ko‘rfazidagi Kish oroli esa turistlar uchun ommalashgan dam olish hududi bo‘lib, u yerda 50 dan ziyod mehmonxona, sport inshootlari, savdo markazlari, oq marjon qumlari bilan qoplangan plyajlar va korolli riflari mavjud. Bu yerda turfa dengiz hayvonlarini uchratish mumkin.

Eron Janubi-G‘arbiy Osiyodagi yirik davlatlardan biri bo‘lib, maydoni 1,65 million kvadrat kilometrni tashkil qiladi. Mamlakatning shimoliy qismi Kaspiy dengizi, janubi esa Fors va Ummon ko‘rfazlari suvlari bilan yuviladi.

G‘arbiy shimolda Turkiya, Sharqda Afg‘oniston va Pokiston, G‘arbiyda Iroq, Shimolida Armaniston, Ozarbayjon va Turkmaniston bilan chegaradosh.

Kaspiy dengizi bo‘ylab Elburz tog‘ tizmasi cho‘zilib ketgan bo‘lib, unda mamlakatning eng baland nuqtasi Damovand vulqoni (5604 m) joylashgan.

Mamlakat markazida Dashti-Kemir (Katta Sho‘r cho‘l) va Deshti-Lut cho‘llari mavjud. Eronda katta daryolar kam, eng asosiysi Kuran daryosidir. Eng yirik ko‘l esa sho‘r Urmiya ko‘li hisoblanadi.

Qadimiy shaharlari ko‘p bo‘lgan davlat. YUNESKOda 21 ta tarixiy obyektlar bor. Eron Islomdagi katta mazhablarni tashkil qiluvchi shivitlar davlati. Shu sababli, Eronda ichki va xalqaro ziyorat turizmi rivojlangan. Birgina Mashhad shahriga har yili salkam 5,0 mln. ziyoratchilar borishadi.

Bu ziyoratchilar shiftlarning 8-imomi Imom Riza ziyoratgohida bo‘lishadi. Ziyorat turizmida ikkinchi katta shahar Qum shahri hisoblanadi. Bu shahardagi Imom Muzaning qizi Fotima Ma’sumalarning ziyoratgohida bo‘lishadi. Bu davlatga 2023-yilda 5,9 mln. xalqaro turistlar borishdi. Eron hukumati xalqaro turistlar sonini 7 yilda 15,0 mln.ga yetkazishning 7 yillik dasturini qabul qilishgan. Eronda sohil turizmini rivojlantirish rejalari ishlab chiqilgan bu rejalar bo‘yicha Kaspiy dengizi sohillarida va Fors qo‘ltig‘ida xalqaro sohil turizmi infratuzilmalari yaratish belgilangan.

Lekin, Isroil davlati bilan asriy kelishmaslik va surunkali janjallar, urushlar bu davlatning turizmni jadal rivojlantirish rejalarini amalga oshirishga to‘sqinlik qilmoqda.

Afg‘oniston Markaziy va Janubiy Osiyoda joylashgan davlat. Afg‘oniston dengizga chiqish imkoniyatiga ega bo‘lmagan mamlakat bo‘lib, mamlakat g‘arbda Eron, Janub va sharqda Pokiston, shimolda Turkmaniston, O‘zbekiston va Tojikiston, Shimoli-sharqda Xitoy bilan

chegaradosh. Sharqda esa Kashmir hududi orqali Hindiston va Xitoy bilan to‘g‘ridan-to‘g‘ri aloqador. Poytaxti Kobul.

Davlat tillari pushtu va dariy.

Afg‘oniston hududlarida odamzodning ilk faoliyati o‘rta paleolit davriga borib taqaladi. Uning joylashuvi Katta ipak yo‘li ustida bo‘lgani tufayli mamlakat Yaqin Sharq va Osiyoning boshqa mintaqalari bilan madaniy aloqalarga ega bo‘lgan.

Bu yerda turli xalqlar yashab kelgan va tarixiy davrlar davomida turli sulolalar Kushonlar, Eftalitlar, Somoniylar, Safforiylar, G‘aznaviylar, Gutiylar, Xijillar, Mo‘g‘ullar va boshqalar hokimiyat uchun kurashgan.

Afg‘onistonda ichki va xalqaro ziyorat turizmlarini, tarixiy-madaniy turizmni rivojlantirishning juda katta imkoniyatlari bor. Alisher Navoiy merosi, Boburning sag‘analari, Husayn Boqar maqbaralari dunyo miqyosidagi xalqaro turizm resurslari hisoblanadi.

Hindiston aholi soni bo‘yicha dunyoda birinchi o‘rinda turadigan va Janubiy Osiyodagi eng yirik davlat hisoblanadi. Mamlakat aholisi taxminan 1,4 milliard nafar, bu esa dunyodagi eng yuqori ko‘rsatkich. Hududiy maydoni-3,2 million km, bu bilan u dunyoda yettinchi o‘rinni egallaydi.

Hindiston asrlar davomida muhim savdo yo‘llari markazi, boylik va madaniy taroqqiyot bilan nom qozongan. Mamlakat dunyo miqyosidagi ko‘plab tashkilotlar BMT, JST, BIRIKSA, SHHT va boshqalarning a’zosi hisoblanadi.

Yarimorol davlat asosiy hududidan tashqarida ma’muriy jihatdan Soyuz hududlari sifatida Andaman, Nikobar va Lakkadir orollari ham kiritilgan. Dengiz bo‘yi joylashuv Hindistonning yarimorol qismi Hind okeani suvlari bilan yuviladi. Mamlakatning umumiy sohil chizig‘i 7517 km ni tashkil etadi, shundan 72% qit’a qismiga, 18% orollarga to‘g‘ri keladi. Dekan platosi mamlakatning markaziy qismida joylashgan keng va baland tekislik.

Hindiston quruqlikda yetti davlat bilan chegaradosh: Afg‘oniston, Pokiston, Xitoy, Nepal, Butan, Bangladesh va Myanma.

Himolay tog‘lari dunyodagi eng baland tog‘ tizimlaridan biri bo‘lib, Xitoy, Nepal va Butan bilan tabiiy chegara vazifasini o‘taydi. Ushbu tog‘ tizmasidagi eng baland cho‘qqi Kanchenjonga (8586 m) Jomolungma va Cho-Oyudan so‘ng dunyodagi uchinchi eng baland cho‘qqi hisoblanadi.

Hindiston Turizm vazirligi turizmni rivojlantirish va targ‘ib qilish bo‘yicha milliy siyosatni ishlab chiqmoqda. Vazirlik o‘z faoliyati davomida turli manfaatdor tomonlar, bundan tashqari, markaziy vazirliklar va idoralar, shtat va ittifoq hududi hukumatlari, xususiy sektor bilan maslahatlashmoqda va hamkorlik qilmoqda. Shuningdek, qishloq, kruiz, tibbiy va ekologik kabi turizmning yangi turlarini targ‘ib qilish bo‘yicha birgalikda harakatlar olib borilmoqda.

Hindistonning boy tarixi va madaniyati, shuningdek, geografik xilma-xilligi uning xalqaro turizmini jozibador qiladi. Hindistonda xalqaro turizm, boy meros va madaniy turizmdan tashqari, tibbiy, biznes va sport turizmi bilan ham taqdim etiladi.

Hindiston hukumati uzoq vaqt davomida Hindistonda maxsus tibbiy davolanishni istagan chet el fuqarolari uchun arzon narxlarda tibbiy vizani joriy qildi. Ko‘pgina mamlakatlar uchun viza jarayoni ham soddalashtirilgan.

Hindistonda sayohat, oziq-ovqat va turar joy g‘arbiy davlatlarga nisbatan ancha tejamkor. Ta’kidlash kerakki, arzon narx sifat jihatidan murosaga kelmaydi. Hindiston dunyodagi eng zamonaviy davolash usullarini oqilona narxlarda taqdim etadi.

## 12.2. Janubiy Osiyo mintaqasining turistik salohiyati va har bir davlatning asosiy turistik markazlari

Hindiston yuqori texnologiyalar va qashshoqlik bir vaqtda mavjud bo‘lgan mamlakat. Ko‘pgina odamlar hali ham ibtidoiy jamoaviy hayot tarzini saqlab qolgan. Masalan, Dehli va Mumbay kabi yirik shaharlarda biznes markazlari yaqinida qashshoqlar mahallalari joylashgan.

Turizm sohasida mamlakatda asosan ma’rifiy, ziyorat va sog‘lomlashtiruvchi turizm rivojlangan (xususan, Shimoliy Hindistonda). Bu yerda budda maktablari va Dalay Lama rahbarligida

Tibet seminarlari faoliyat yuritadi. Shuningdek, Goa kabi hududlarda plyaj turizmi keng rivojlangan.

Asosiy turistik markazlari: Dehli, Mumbay (Bombey) kabi shaharlar, Goa va Gujarat shtatlaridagi dengiz kurortlari. Mashhur ziyoratgohlar qatoriga Dehlidagi Prezident saroyi, qadimiy ibodatxonalar va Toj Mahal maqbarasi kiradi.

Goa Hindistonning janubi-g‘arbida joylashgan shtat bo‘lib, mamlakatdagi eng mashhur kurortlardan biri hisoblanadi. Bu yerda toza va go‘zal plyajlar, palma bog‘lari, turli toifadagi mehmonxonalar, suv sport markazlari mavjud. Goa o‘zining keng qamrovli bayramlari va erkin turmush tarzi bilan mashhur. Mahalliy aholi ochiq kiyim-bosh va spirtli ichimliklarga nisbatan sabr-to‘qatli munosabatda bo‘ladi, diniy cheklovlar sezilarli darajada kam.

Nepal Janubiy Osiyoda, Himolay tog‘ tizmalarida joylashgan davlat bo‘lib, shimolda Tibet (Xitoy tarkibidagi avtonom rayon) va janubda Hindiston bilan chegaradosh. Mamlakat hududining katta qismi Himalaya tog‘lari bilan qoplangan.

Nepal dunyodagi eng kambag‘al va rivojlanmagan davlatlardan biri hisoblanadi. Mamlakat iqtisodiyotining asosini qishloq xo‘jaligi tashkil etadi. Sanoat sog‘liq mahsulotlarini qayta ishlash (jut, shakar, tamaki, don) bilan cheklangan. Asosiy valyuta tushum manbai xorijiy turizmdir.

Turizm yo‘nalishlari: sport turizmi (rafting, alpinizm), ziyorat turizmi, ma’rifiy va ekstremal turizm. Mamlakatdagi eng mashhur joylardan biri Svayambunatx budda stupasi bo‘lib, 2000 yildan ortiq tarixga ega. Bu muqaddas ibodatgoh Katmandu shahrini tomosha qilish mumkin bo‘lgan baland tepada joylashgan. Bu yerda maymunlar yashaydi va ziyoratchilar ularni oziqlantiradi. Shuningdek, tepa atrofida turli tibet maktablariga mansub monastirlar va tibet maktabi mavjud.

Pashupatinatx ibodatxonasi induizmdagi eng muqaddas ibodatgohlardan biri bo‘lib, Shiva xudosiga bag‘ishlangan. Har kuni bu yerga Nepal va Hindistondan minglab ziyoratchilar tashrif buyuradi.

Katmandu, Patan va Bhaqtapur shaharlari Nepalning eng mashhur turistik manzillari bo‘lib, ular tarixiy maydonlari va qadimiy me’morchiligi bilan ajralib turadi. Bu uchta shahar Katmandu

vodiysining qadimgi markazlari sifatida shaharsozlikdagi uyg‘unlik va madaniy merosni namoyon qiladi. Ulardagi ko‘plab diniy yodgorliklar jahonga tengsiz hisoblanadi va ular YUNESKOning Butunjahon merosi ro‘yxatiga kiritilgan.

Katmandu mamlakatning poytaxti va eng yirik shahri bo‘lib, Nepalning sharqiy qismida, 1300 metr balandlikda joylashgan. Qadimiy me’morlikning markazi Darbor maydoni, bu yerda:

- Qadimgi qirollik saroyi;
- Taledju ibodatxonasi;
- «Tirik xudo yo‘l» ibodatxonasi;
- Shahar nomi kelib chiqqan Kastamanda ibodatxonasi joylashgan.

Katmandu hozirda deyarli 12 km uzoqlikda joylashgan Lalitpur (Patan) shahri bilan birlashib ketgan. Lalitpur milodiy 229 yili tashkil etilgan. Bu yerda qadimiy buddaviy pagodalar va induistik ibodatxonalar juda ko‘p. Eng yodda qolarli ibodatxonalardan biri Krishna Mandir 1723-yili qurilgan. Bu ibodatxona hind qiroli Narendra Mallaning sakkiz yo‘lining sati marosimi (o‘z joniga qasd qilish) sharafiga qurilgan.

Pokhara Nepalning ikkinchi yirik shahri va eng mashhur kurortlaridan biri. U Feva-Tal ko‘li bo‘yida, 827 metr balandlikda joylashgan. Pokhara «Annapurna tog‘ tizimining eshigi» deb ham ataladi. Turizm uchun qulay infratuzilmaga ega: ko‘l atrofida mehmonxonalar, restoranlar va do‘konlar joylashgan Leyksayd hududi bor.

Ko‘l markazida induistik ibodatxona, qarshi sohilda Shanti stupasi va Bishva Shanti monastiri joylashgan. Yaqin atrofda:

- Maxendra Gufa va Rupa g‘orlari;
- Venas-Tals ko‘li;
- Devis-Foll sharsharasi kabi tabiiy yodgorliklar mavjud.

Turistlarning asosiy maqsadi Annapurna tog‘ tizimining manzarasi va trekking sayrlaridir.

Bhaqtapur (yoki Bxadgaon) XIV-XVI asrlarda Nepalning poytaxti bo‘lgan tarixiy shahar. Bu yerda asosan induistiklar yashaydi va bu holat

mahalliy me’morlikda aks etgan. Shahar hajman kichik bo‘lsa-da, Katmandu vodiysidagi uchinchi muhim madaniy markaz hisoblanadi.

Bu yerda:

- Vishnuga bag‘ishlangan o‘nlab ibodatxonalar;
- Zlotiy Levini darvozalar;
- VII asrga tegishli Malla sulolasi saroyi;
- Bir necha muqaddas havzalar;
- Shevaning hayvonlar tasviriga boy ibodatxonasi;
- 1737-yilda qurilgan «Itlar chaqirayotgan qo‘ng‘iroq»li Batsala Devi ibodatxonasi;
- Milliy rassomlik galereyasi joylashgan.

Shahar III asrda savdo yo‘llari atrofidagi kichik qishloqlarning birlashishi natijasida vujudga kelgan. Qishloq xo‘jaligiga zamin tayyorlash shu davrda boshlangan.

Turistlar uchun eng yaxshi boshlanish nuqtasi Durbar maydoni. Bu yerdagi ibodatxonalar va orqali olib boruvchi ko‘chalar Bxayrava va Nyapotala ibodatxonalariga olib boradi. Maydon markazidagi pagoda-restoranda ovqatlanib, shahar hayotini kuzatish mumkin. Bozor ko‘chalari bo‘ylab yurib, Bochupal Tol shaharning eng qadimiy qismiga borish mumkin. Bu yerda an’anaviy Nepal turmush tarzi yaqqol namoyon bo‘ladi.

Dakshinkali ibodatxonasi Katmandu vodiysining janubida, qorong‘i va sirli joyda joylashgan. Bu ibodatxona Shevaning jufti bo‘lgan, olti qo‘lli qonxo‘r Kali xudosiga bag‘ishlangan. Nepalliklar haftada ikki marta bu yerga qurbonlik olib kelishadi.

Ashoka kolonnasi Nepaldagi eng qadimiy tarixiy yodgorlik. Ushbu kolonnalar boshqa joylarda ham Hindistondagi Dehli, Uttar-Pradesh, Gudjarat va boshqa shtatlarda ham uchraydi. Ashoka bu kolonnalarni o‘z hududini belgilash va buddizmni targ‘ib qilish maqsadida o‘rnatgan. Ular erta tarix davrining muhim yodgorliklaridan hisoblanadi.

Chitman milliy bog‘i avvallari Nepal podsholari uchun ovchilik maskan bo‘lgan. 1973-yildan boshlab u qo‘riqlanadigan hudud deb e’lon qilingan. Bog‘ning maydoni 932 km² bo‘lib, asosan jangli hududlardan

iborat. Tekshirilgan daryo va ko‘llar bor. Harorat ancha iliq va qulay. Turistlar bu yerda qulay bungalo yoki uychalarda yashaydilar.

Faoliyat turlari:

- Fil yoki djip safari;
- Qushlarni kuzatish (400 dan ortiq tur);
- Kanoeda sayr, krokodillarni tomosha qilish;
- Fillar fermasiga tashrif.

Chitvan vodiysi Katmandudan 180 km janubda, Teray vodiysida joylashgan. XIX-XX asrlarda bu yer Rana sulolasining hayvonot ovlash hududi bo‘lgan. Chitvan 1973-yildan rasman milliy bog‘ sifatida faoliyat yuritadi, hozirgi maydoni 1040 km².

Shri-Lanka (ilgarigi nomi Seylon) Janubiy Osiyodagi orol davlat bo‘lib, Hindiston yarimorolining janubi-sharqida joylashgan. Mamlakat plyaj va madaniy turizmga ixtisoslashgan. Moratuva va Galle kabi kurort shaharlari ayniqsa, mashhur.

Asosiy diqqatga sazovor joylar: Anuradxapura shahri va unda joylashgan muqaddas Bo daraxti. Bu daraxtning qadimiy shoxidan o‘sgan shakli hozirgacha saqlanib kelinmoqda. Shri-Lanka xalqi o‘z mehmondo‘stligi va samimiyligi bilan dunyoda tanilgan, ularni «kulib yuruvchi odamlar» deb atashadi.

Shri-Lankaning eng mashhur ekskursiya dasturi “Madaniy uchburchak” deb ataladi. U uchta asosiy shaharni qamrab oladi: Anuradxapura-Polonnaruva-Kandi.

Anuradxapura singal xalqining ilk poytaxti bo‘lib, miloddan avvalgi II asrda barpo etilgan. Bu shahar “langki” me’morchiligining yorqin namunasi sanaladi. U bugungi kungacha buddizm markazi sifatida hurmatga sazovor.

Polonnaruva milodiy XI-XIII asrlarda mamlakatning asosiy poytaxti bo‘lgan. U Shri-Lankaning madaniy meros markazlaridan biri hisoblanadi. Bu yerda podshoh saroyi, buddaviy va induist ibodatxonalarning xarobalari saqlanib qolgan. Eng mashhur yodgorlik Gal Vihara: ulkan granit jinsida o‘yib ishlangan to‘rtta yirik Budda haykali (milodiy XII asr).

Kandi Shri-Lankaning diniy markazi va buddizmning asosiy nuqtalaridan biri. Shahar markazida sun’iy ko‘l bor bo‘lib, uning bo‘yida Dalada Maligida-Buddaning muqaddas tishi saqlanadigan ibodatxona joylashgan.

Kandildan 4 km uzoqlikda Paradiniya Qirollik botanika bog‘i joylashgan Osiyodagi eng yirik tropik o‘simliklar to‘plamiga ega bog‘. Bog‘ning ko‘zga ko‘rinarli jihati taxminan 100 turdagi noyob va go‘zal orxideyalar to‘plamidir.

Dambala miloddan avvalgi I asrda qurilgan bo‘lib, Janubiy Osiyodagi eng yirik g‘or ibodatxonasi hisoblanadi. Bu beshta g‘ordan iborat majmuaning devorlarida nafis buddaviy rassomlik asarlari saqlangan. Haykallar to‘plamidagi ayrim Budda tasvirlari 2000 yildan ortiq tarixga ega.

Sigiriya (“Sher tog‘”) orol markazida joylashgan jozibali baland tog‘ bo‘lib, YUNESKO himoyasidagi tarixiy obyekt hisoblanadi. 180 metr balandlikda qurilgan qadimiy shahar bog‘lar, favvoralar va havzalar bilan o‘ralgan. Zinalar she’rning panjalari, og‘zi va tishi orasidan o‘tib, shaharga kirishga olib boradi.

Adam tepasi (Shri Pada) qadim-qadimdan musulmonlar, buddistlar va boshqa dindoshlar uchun ziyorat nuqtasi sifatida e’tirof etilgan. Bu yerdagi toshda odam qadami izi saqlangan deb ishoniladi. Musulmonlar bu joyda Odam alayhissalom ilk bor yerga qadam qo‘ygan deb hisoblashadi.

Shri-Lankaning poytaxti Kolomboda turli dinlarga mansub ibodatxonalar mavjud. Eng mashhurlaridan biri Kelaniya Radja Maxa Vihara bo‘lib, singal san’ati va me’morchiligining ajoyib namunasidir. Ibodatxona devorlarida Buddaning hayoti, sayohatlari va afsonalari aks etgan freskalar bor.

Shri-Lankada dunyodagi eng qadimgi daraxtlardan biri shari Maxa Bodxi daraxti bor bo‘lib, uning tarixi 2000 yildan ortiq.

Shuningdek, oroldagi cheksiz chay plantatsiyalari mamlakat faxri va iqtisodiy belgisi hisoblanadi. Shri-Lanka o‘zining an’anaviy ziravorlari, tropik mevalari, qimmatbaho toshlari va bitik san’ati bilan ham jahonga mashhur.

Maldiv orollari Hind okeanida, Hindistonning janubida joylashgan ekvatorial davlat poytaxti Male shahri. Mamlakat plyaj turizmiga ixtisoslashgan: bu yerda shahar shovqini va sivilizatsiya belgilari kam, faqat tropik tabiat va okean kengliklari mavjud.

Orollar atrofida joylashgan korol riflari, g‘orlar va o‘simliklar orollarning tabiiy go‘zalligini yanada boyitadi. Mahalliy xalqning qadimiy madaniyati yolg‘izlik va tinchlikni izlovchi turistlar uchun betakror muhit yaratadi.

Male shahrida ko‘plab turistik joylari mavjud emas, uni 1-1,5 soatda piyoda aylanib chiqish mumkin. Biroq milliy muzey, milliy qahramon Muhammad Takurufan maqbarasi, bozor va soyali bog‘lar turistlar uchun qiziqarli ekskursiya nuqtalari hisoblanadi.

Mamlakatning shimoliy qismida joylashgan eng yirik atoll Male (Kafu) atolli, shimoldan janubgacha 69 km, g‘arbiydan sharqqacha esa 39 km masofani tashkil etadi. Atollning shimoliy qismida Maldiv orollarining poytaxti Male shahri joylashgan. Bu mamlakatning yagona shahri va porti hisoblanadi. Shu bilan birga, Male dunyodagi eng kichik poytaxtlardan biri (umumiy maydoni 1,8 km²) va eng zich aholiga ega shaharlardan sanaladi.

Male, o‘z hajmiga qaramay, bir qator diqqatga sazovor joylarga ega:

- Milliy muzey Sulton Park hududida joylashgan bo‘lib, XII asrga tegishli buddaviy haykallar va nodir eksponatlarni o‘z ichiga oladi;
- Jumuri Maydan shahar markazidagi soyali bog‘;
- Muliage saroyi (1913 y.) tarixiy hokimiyat qarorgohlaridan biri;
- Medu ziyorati mamlakatning eng muqaddas ziyoratgohlaridan biri;
- Muhammad Takurufanu maqbarasi milliy qahramon xotirasiga bag‘ishlangan;
- Singapur bozori hunarmandchilik buyumlari savdosi uchun mashhur;
- Islom markazi va Juma masjidi mamlakatdagi eng yirik ibodatgohi;

- Eski Juma masjidi minorasi va sultonlar qabri bilan noyob arxitektura yodgorligi.

Shuningdek, poytaxt yaqinida joylashgan Xulule orolidagi xalqaro aeroport, suv yoqasida qurilganligi bilan turistlarda katta taassurot qoldiradi. Maledagi sun'iy plyaj mamlakatdagi eng arzon dam olish maskanlaridan biri hisoblanadi. Yanada, zamonaviy dayving klubi va yangi port yaqinida joylashgan.

Ari atolli, Malening sharqida joylashgan bo'lib, g'arbiydan sharqqa 33 km, shimoldan janubgacha 96 km masofani tashkil etadi. Atoll o'z tarkibiga katta Ari atolli va Rasdu kichik atollini oladi. Bu yerda taxminan 70 ta orol mavjud bo'lib, ularning 18 tasida doimiy aholi yashaydi, 26 ta orol esa turizm uchun maxsus ajratilgan.

Ari atolli markazdan biroz uzoqda joylashganiga qaramay, turizmning zamonaviy markaziga aylangan. Bu yerda joylashgan:

- Alaveli, Machchafushi, Viligilivaru, Ellaidu va Batala dayving uchun ideal sharoitlarga ega;
- Angaga "plyaj oroli" sifatida mashhur (hududining 25%ini plyaj tashkil etadi);
- Kudafoludu mamlakatdagi ilk yuqori darajali kurort orollaridan biri bo'lib, hududida ulkan banyan daraxti o'sadi;
- Kuramati 3 ta shohona mehmonxonaga ega va Tur Heyerdal tomonidan o'tkazilgan arxeologik qazishmalar maydoni mavjud.

Maledan 120 km shimolda joylashgan Fadiffolu atollidagi Kanuxura oroli 2000-yilda zamonaviy arxitektura asosida qurilgan 5 yulduzli mehmonxona majmuasiga ega. Komandu oroli kichik bo'lsa-da, atrofi ajoyib plyajlar bilan o'ralgan.

Kureddu oroli yaqinida 40 dan ortiq dayving nuqtalari mavjud, jumladan, Kureddu Ekspress. Madiriguraidu oroli esa o'rtasidagi kokos bog'i va shimoldagi qumli sohili bilan ajralib turadi.

### *Mavzuni o'zlashtirish uchun savollar:*

1. Janubiy Osiyodagi davlatlarga umumiy geografik tavsif bering.
2. Butan davlati xalqaro turizmni rivojlantirish uchun qanday qarorni qabul qildi?

3. Eron davlatida turizmning qaysi turlari rivojlangan?

4. Hindiston turizmida tibbiyot turizmining rivojlanishi sabablari nimalarda?

5. Maldiv orollari Respublikasining xalqaro turizmni rivojlantirish imkoniyatlarini gapirib bering.

# XIII BOB. XALQARO ISHCHANLIK TURIZMINING RIVOJLANISHI

***Tayanch so‘zlar:*** kongress, konferensiya, syezd, sammit, seminar, trening, ko‘rgazma, eksponat, intensiv, pavilion, safar.

## 13.1. Xalqaro ishchanlik turizmi

*Xalqaro ishchanlik turizmi* bu kompaniya yoki tashkilot xodimlarining ish masalalarini hal qilishi uchun o‘z vatanidagi tashkilotlarga, korxonalarga va chel el davlatlaridagi konferensiyalar, ko‘rgazmalar, forumlar, sammitlar va boshqa xalqaro yig‘inlarga qatnashish va biznes rejalarini hal qilish uchun safarni tashkil qilishdir. Ishchanlik turizmining maqsadi o‘z vatanidagi va chet davlatlaridagi ishlab chiqarish seminarlariga, yig‘ilishlariga qatnashib yangi texnologiyalarni o‘rganish va turizm bozorining yangi segmentlarini va mahsulotlarini aniqlash hisoblanadi.

Jahon bo‘yicha ishchanlik turizmini Association of Corporate Travel Executives, ACTE «Ishchanlik safarlarini korporativ boshqarish Assosiasiyasi va Global Business Travel Association GBTA «Ishchanlik turizmi xalqaro assotsiatsiyasi» boshqarib boradi.

Ishchanlik turizmi jahon turizm industriyasida jadal rivojlanayotgan va yuqori daromadli turizm turi hisoblanadi. Ishchanlik turizmi jahonning turizm sohasidagi umumiy daromadning 24%ini tashkil qilmoqda. Turizm va sayohatlar Butunjahon Kengashining (WTTC) ma’lumotlari bo‘yicha 2019-yilda ishchanlik turizmi jahon ichki yalpi mahsulotlarning 0,7% tashkil qilgan. 2026-yilga borib ishchanlik turizmining global bozori 1,658 trln. AQSh dollariga yetadi.

Ishchanlik turizmining turlari:

- ✓ konvensiyalar va korporativ uchrashuvlar;
- ✓ rag‘batlantiruvchi safarlar;
- ✓ komandani qurish elementlari bilan mazmunli turlar;
- ✓ seminarlar;
- ✓ kongresslar va syezdlar;
- ✓ yarmarkalar va ko‘rgazmalar;

- ✓ madaniy va ijodiy voqealar, yig‘inlar;
- ✓ ishlab chiqarish uchrashuvlari;
- ✓ asbob-uskunalar va shartnomalar tuzish uchun muzokaralar.

Ishchanlik turizmining kongress-ko‘rgazmali turi ishchanlik turizmidagi bozorning asosiy segmentlaridan biri hisoblanadi. Kongress-ko‘rgazmali turga kongresslar, yarmarkalar, ko‘rgazmalar, konferensiyalar va boshqa tadbirlar kiradi. Bunday tadbirlarga qatnashishning maqsadlari ham har xil. Olimlar, biznesmenlar, shifokorlar, madaniyat arboblari, quruvchilar, qishloq xo‘jaligi xodimlari va boshqalar yangi texnologiyalar, tajribalar, ixtirolar haqida axborotlar olish uchun, hamkasblari bila tanishish va tajribalar almashish uchun qayd qilingan tadbirlarga muntazam qatnashadilar.

Ishchanlik turizmidagi kongress turining muvaffaqiyat bilan ishlayotganligining asosiy sababi kongresslar o‘tkazish uchun davlatlar, davlatlardagi vazirliklar, yirik korporatsiyalar va xoldinglardan buyurtmalarning ko‘pligi hisoblanadi. Davlatlar tashkil qiladigan kongresslar ishtirokchilarning ko‘payishini ta’minlaydi, shu o‘rinda ushbu davlatda turizmning barcha turlarining dollarga sotilishini ta’minlaydi. Shuning uchun ham, davlatlardagi ko‘plab vazirliklar va yirik kompaniyalar davlatdan o‘zining hududlarida xalqaro kongresslar o‘tkazishga harakat qilishadi.

Kongress turidagi tadbirlar ichida turizm ko‘rgazmalari va birjalar katta e’tiborga loyiq hisoblanadi. Bunday tadbirlar 30 yildan beri o‘tkazilib kelinmoqda va yildan yilga tadbirlarning turlari ko‘paymoqda. Faqat Yevropada har yili 200 dan ziyod turizm ko‘rgazmalari va birjalar tashkil qilinadi. Eng katta xalqaro birja har yili mart oyida Berlinda o‘tkaziladi. Madridda 22 yildan beri yanvar o‘yining oxiri fevral o‘yining boshlarida turizm ko‘rgazmasi va birjalar o‘tkazilib kelinmoqda.

Ishchanlik turizmidagi kongress va ko‘rgazmalarda intensiv tur ham kuchli rivojlanmoqda. Inglizcha «Intensive» “undovchi”, “rag‘batlantiruvchi” ma’nosini beradi. Tashkilot, korxona, kompaniyalar, firmalar o‘zlarining yuqori natijalarni ko‘rsatgan xodimlarini kongress va ko‘rgazmalarga borish uchun mukofotlaydilar

va ular ishonadiki bu xodimlar kongresslar va ko‘rgazmalardan ko‘plab yangi tajribalar, texnologiyalar olib kelishadi.

Intensivning ikki yo‘nalishi mavjud:

- turlar;
- individual turlar.

Intensiv turizmda quyidagi maqsadlar qo‘yiladi:

✓ yangi mahsulotlar yoki xizmatlarni harakatlantirish va taqdimot;

✓ ishlab chiqarish va sifatni oshirish;

✓ agentlik va dilerlik tarmoqlarini yaratish;

✓ sodiq va mustahkam birlashgan jamoani shakllantirish.

Maqsadlarga bog‘liq holda 3 ta intensiv dasturlar ajratiladi:

- rag‘batlantiruvchi dasturlar;
- motivlashgan dasturlar;
- jamoani qurish.

Intensiv dasturlarning muhim xususiyatlaridan biri shundaki, ular aniq buyurtmani faqat individual holatda ishlab chiqadi. Bunday turlar yuqori klassli joylashtirish va xizmatlarni o‘z tarkibiga oladi. Oddiy qilib tushuntirganda intensiv tur 4 va 5 yulduzli mehmonxonada yashash va zichlangan ekskursiya dasturlaridir. Bunday turlarga Amerikaliklar ko‘proq buyurtmalar berishadi.

**MICE *turizm.*** Ishchanlik turizmida gapirilganda, so‘zlanganda MICE atamasi ko‘p qo‘llaniladi. MICE («ingliz» *uchrashuvlar, intensivlar, konferensiyalar, ko‘rgazmalar*) tashkilotlar bilan boglangan va turli-tuman korporativ tadbirlarni o‘tkazuvchi ishchanlik turizmining industriyasi hisoblanadi.

- ***Meetings*** korporativli uchrashuvlar.
- ***Incentives*** jamoani qurish va xodimlar uchun motivli turlar.
- ***Conferences*** ishchan konferensiyalar, syezdlar, forumlar, seminarlar.
- ***Events*** chiquvchi korporativ bayramlar.

Ishchanlik turizmining zamonaviy industriyasi g‘arbda paydo bo‘lgan. Bugungi kunda MICE turizm liderlari AQSh, Angliya,

Avstraliya, Germaniya, Fransiya, Avstriya va Ispaniya. Sharqda Xitoy xalq Respublikasi.

Ishchanlik biznes turizmning yo‘nalishlari:

- shaxsiy ishchanlik safarlari-68%;
- ko‘rgazmalar-12%;
- kongresslar va konferensiyalar-3%;
- seminarlar va treninglar-14%;
- insentiv-3%

Xalqaro ishchanlik turizmining faoliyatlar turli-tuman nomlanishlarga ega, masalan:

*1. Kongress* aniq ilmiy tadqiqotlar yoki shu tadqiqotlar natijalari bilan shug‘ullanuvchilarning, delegatsiyalarning uchrashuv lari shakli. Ishchanlik turizmida kongresslarning ulushi 3%.

*2. Konferensiya* uchrashuvda fikrlar, natijalar va takliflar almashinishi.

*3. Sammit* konferensiyaga o‘xshash, lekin bu uchrashuvlar yuqori darajalarda o‘tkaziladi, mutaxassislarning yig‘ilishi va muzokaralari. Davlatlarning boshliqlari, xalqaro tashkilotlar va xalqaro jamiyatlar ham sammitni tashkil qilishi mumkin.

*4. Syezd* jamoat tashkilotlari, siyosiy yoki ijtimoiy partiyalar, professionallar, milliy guruhlarning yig‘ilishi. Syezd qatnashchilari hududiy bo‘linmalardan saylanadigan delegatlardan iborat.

*5. Simpozium* erkin yig‘ilishlarda mutaxassislar, qatnashuvchilar o‘zlarining fikr-mulohazalarini bildiruvchi, unchalik ham mas’ul bo‘lmagan xalqaro tadbirlar.

*6. Seminar* qatnashuvchilarning ma’ruzalarini tinglash va muhokama qilish yig‘ilishlari. Ishchanlik turizmida seminarlar 14% ni tashkil qiladi.

## 13.2. Xalqaro ishchanlik turizmining markazlari

Xalqaro jarayonlar,voqealar va yig‘inlarni o‘tkazish bo‘yicha sardor davlat *Germaniya* hisoblanadi. Har yili 5 mln. nemislar xizmat safarlariga chiqishadi, bularning 3% chet ellarga borishadi, xizmat

safarlarining 76% foizi Germaniyaning o‘zida amalga oshiriladi. Jahondagi yetakchi va tarmoqlar ko‘rgazmalarining 60% ini tashkil qiladi va o‘tkazadi. Germaniya ikkinchi ming yillikning yakuniy ko‘rgazmasi «Ekspo 2000»ni o‘tkazish huquqini qo‘lga kiritib, bu ko‘rgazmani 2000-yil 1-iyunda xalqaro kongresslar va ko‘rgazmalar markazi bo‘lgan Gannover Shaharida tashkil qildi. Ko‘rgazmada 189 ta davlatning mahsulotlari 170 ga maydondagi 55 ta pavilyonga qo‘yildi. Ko‘rgazmada tashkil qilingan «Insoniyat Tabiat Texnologiya» pavilyoni asosan dam olish, madaniy va sport o‘yinlarini o‘tkazishga mo‘ljallandi.

Keyingi yillarda Germaniyaga quyidagi raqobatchilar paydo bo‘ldi:

- *Kipr* dam olish joylarining ishchanlik markazlariga yaqinligi, zamonaviy infratuzilmalar, baho siyosatidagi ustomonlik, doimiy reyslarning mavjudligi; biznesmenlarning soddalashtirilgan viza rejimiga qiziqishi;
- *Monako* xalqaro moliyaviy oqimlarni boshqaradi;
- *Birlashgan Arab Amirligi Yevropa va Amerika, Osiyo va Afrika* o‘rtasidagi xalqaro yo‘llarning kesishgan joydaligi (dunyo bo‘yicha 200 dan ziyod avia reyslarning mavjudligi, alohida iqtisodiy rayonlarning mavjudligi, korporativ va daromad soligining yo‘qligi.
- *Ishchanlik turizmini rivojlantirayotgan davlatlar* Turkiya, Iordaniya, Tunis, Chexiya, Xorvatiya, Fransiya, Hindiston, Xitoy, Janubiy Koreya, Tayland;
- *Kongress-ko‘rgazmalarni xalqaro miqyoslarda o‘tkazuvchi shaharlar* Amsterdam, Barselona, Bryussel, Vashington, Vena, Jeneva, Kopengagen, London, Madrid, Parij, Strasburg, Shveysariya.

Har yili noyabr o‘yining o‘rtalarida Londonda “Xalqaro turizm” ko‘rgazmasi World Travel Market, WTM) tashkil qilinadi.

Ishchanlik turizmidagi safarlarning 14%i jahonda ko‘rsatiladigan 30 ming ekspozitsiyalarni ko‘rish uchish tashkil qilinadi.

**O‘zbekistonda MICE turizmini rivojlantirish bo‘yicha Prezident qarori loyihasi.** “O‘zbekistonda MICE turizmini rivojlantirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi

Prezident qarori loyihasi normativ-huquqiy hujjatlar loyihalari muhokamasi po‘rtaliga joylashtirildi. Unga ko‘ra, “2019, 2025-yillarda O‘zbekistonda konferensiya, forum, kongress, ko‘rgazma, seminar va anjumanlar (MICE) turizmini rivojlantirish bo‘yicha konsepsiya” tasdiqlanishi mumkin. O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasining “O‘zbekiston kongress va ko‘rgazma” markazini tashkil etish taklifiga rozilik berilishi mumkin.

Markazning asosiy vazifalari etib quyidagilar belgilanadi:

- O‘zbekistonda tashkil etiladigan mahalliy va xalqaro darajadagi kongress va ko‘rgazmalar o‘tkazish imkoniyatiga ega bo‘lgan obyektlar to‘g‘risidagi ma’lumotlar reyestrini yuritish;
- O‘zbekistonda tashkil etiladigan mahalliy va xalqaro darajadagi kongress va ko‘rgazmalar tashkilotchilari faoliyatini muvofiqlashtirish;
- O‘zbekistonning MICE turizmi salohiyatini jahon mamlakatlar orasida namoyon etish hamda mamlakat qiyofasini ijobiy tarzda targ‘ibot qilish;
- Respublikadagi vazirlik va idoralar tomonidan O‘zbekistonda tashkil qilinadigan MICE turizmiga ixtisoslashtirilgan xalqaro darajadagi ko‘rgazmalar, yarmarkalar va kongresslar faoliyatini muvofiqlashtirish;
- MICE turizmiga ixtisoslashtirilgan xalqaro ko‘rgazma va yarmarkalarda O‘zbekiston nomidan ishtirok etish va xalqaro tashkilotlar va yirik kompaniyalar tomonidan tadbirlarni o‘tkazish bo‘yicha e’lon qilinadigan tenderlarda qatnashish va boshqalar.
- “2019, 2025-yillarda O‘zbekistonda konferensiya, forum, kongress, ko‘rgazma, seminar va anjumanlar (MICE) turizmini rivojlantirish bo‘yicha konsepsiyaga ko‘ra, 2019, 2025-yillarda O‘zbekistonda MICE turizmini rivojlantirish konsepsiyasi turizmning ushbu turini rivojlantirish uchun qulay iqtisodiy shart-sharoitlarni yaratish bo‘yicha olib borilayotgan islohotlarning samaradorligini oshirishga erishish va turizmning mavsumiy omillarini minimallashtirish uchun zarur turistik infratuzilmani takomillashtirishga qaratilgan.

MICE turizmini maqsadli vazifalari va xalqaro tajribalariga kelib chiqib, kelgusi yillarda faol ravishda qisqa muddatda quyidagi tadbirlarni amalga oshirish rejalashtirilgan:

*1) Respublikada MICE turizmini rivojlantirish bo‘yicha strategiya va chora-tadbirlar rejasini ishlab chiqish, jumladan,:*

- turizmning mavsumiylik omilini hisobga olgan holda, xalqaro va mahalliy darajadagi tadbirlar o‘tkazish dasturini (yillik) tuzish;
- O‘zbekistonda MICE turizmi tadbirlarini o‘tkazish uchun ustuvor hududlar va mamlakatlarni aniqlash;
- mamlakatning hududlaridagi mavjud imkoniyatlaridan kelib chiqqan holda, MICE turizmi tadbirlarining yo‘nalishlarini aniqlash;
- MICE turizmi uchun mamlakatning milliy brendini ishlab chiqish;
- MICE turizmini rivojlantirish uchun O‘zbekiston va xorijiy davlatlar tashkilotlari o‘rtasida hamkorlikni rivojlantirish.

*2) Mamlakatda MICE turizmini rivojlantirish bilan bog‘liq alohida davlat muassasasi (Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi qoshida) tashkil etish. Uning vakolatiga quyidagi vazifalar kiritilishi mumkin:*

- yagona (markazlashtirilgan) MICE turizmi siyosatini amalga oshirish;
- MICE turizmi jarayonida ishtirok etuvchi davlat va xususiy tashkilotlarning faoliyatini muvofiqlashtirish;
- MICE turizmi yo‘nalishi bo‘yicha faoliyat yurituvchi mehmonxonalar, turoperatorlar, binolar va boshqa tashkilotlarning ro‘yxatini tuzish va muntazam ravishda yangilab borish;

*3) MICE turizmini rivojlantirish uchun mamlakatning hududlarida zarur infratuzilmalarni yaratish. Shu jumladan,:*

- 4-5 yulduzli mehmonxona va biznes-markazlarni qurish;
- bosh turgan binolarni MICE turizmi tadbirlarini o‘tkazish uchun moslashtirish, rekonstruksiya qilish va ta’mirlash;

- mamlakatda MICE turizmini rivojlantirish uchun zarur infratuzilmani yaratish maqsadida salohiyatli tadbirkorlarni va investorlarni jalb qilish;

*4) Xalqaro kongress va konferensiya assotsiatsiyasi (International Congress and Convention Association, ICCA) bilan faol hamkorlikni yo‘lga qo‘yish va mamlakatdagi MICE turizmida ishtirok etuvchi tashkilotlarni ICCA veb-saytida ro‘yxatdan o‘tkazish;*

*5) Mamlakatning MICE turizmi bo‘yicha salohiyatini ichki va tashqi bozorlarda targ‘ib qilish hamda doimiy ravishda marketing tadqiqotlarini olib borish;*

*6) MICE turizmi sohasidagi professional kadrlarni tayyorlash va qayta tayyorlash. Shu jumladan,:*

- turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi qoshidagi Turizm o‘quv-konsalting markazida sertifikatlar taqdim etuvchi maxsus kurslar tashkil etish;
- ta’lim muassasalarining o‘quv dasturiga MICE turizmi bo‘yicha o‘quv soatlarini kiritish.

### *Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*

1. Ishchanlik nima?
2. Ishchanlik turizmini tushuntirib bering
3. Ishchanlik turizmi qatnashchilari qanday uchrashuvlarni va yig‘inlarni tashkil qiladi?
4. Ishchanlik turizmini nima uchun Yevropa davlatlari jadal rivojlantiryapti?
5. Ishchanlik turizmi mavzusida davra stolini tashkil qiling.

# XIV BOB. XALQARO ZIYORAT TURIZMINING RIVOJLANISHI

***Tayanch so‘zlar:*** xazina, din, kohinlar, shamanlar, cho‘qinish, zikr, fetishizm, shamanizm, magiya, sahoba, tobenglar, chahoryorlar.

## 14.1. Xalqaro diniy turizm, ziyorat turizmining shakllanishi

Turizmning ma’lum bir davlatda rivojlanishining asosiy sabablari 3 ta deb ko‘rsatilmoqda:

1) Qadimiy, tarixiy mo‘jizakor binolar, inshootlar;

2) Insoniyat tan olgan mashhur avliyolar, shayxlarning daxmalariga qurilgan haziralar;

3) Betakror bioxilma-xillikka ega bo‘lgan so‘lim tabiat mintaqalari.

Turizmdagi turlarning kelib chiqishi jihatidan diniy-ziyoratgoh turizm eng qadimiy turlardan hisoblanadi. Chunki, dastlab inson o‘zida paydo bo‘lgan e’tiqod hissi nuqtayi-nazaridan o‘z dinidagi barkamol insonlar, avliyo va shayxlar, keyinchalik ularning qabrlariga sig‘indi, bu harakatlari unga xotirjamlik, osoyishtalik keltirishni sezdi. Bunday sig‘inishlar ko‘chuvchan, harakatlanish xususiyatiga ega bo‘lganligidan turizmda ziyoratgoh yoki diniy turizm nomini oldi.

Hozirgi kunda xalqaro turizmning eng muhim tarmoqlaridan biri diniy ya’ni, ziyorat turizmi bo‘lib hisoblanadi. Ziyorat turizmning shakllanish tarixi uzoq o‘tmishga borib taqaladi. Ya’ni, uning ilk bor vujudga kelishi antik davrga to‘g‘ri keladi. Ziyorat turizmning asosiy paydo bo‘lgan maskanlari qadimgi yunonlar va rimliklar vatani bo‘lib hisoblanadi. Qadimda yunonlar va rimliklar ibodatxonalar va cherkovlar qurib, ularda sig‘inishganlar.

Ziyoratchilarning turistda qilishidan asosiy maqsadi aziz avliyo joylarga qadam ranjida qilishi, sig‘inish cho‘gida ruhiy jihatdan yengillashishi, ko‘ngillarning poklanishi, og‘ir kasalliklardan xolos bo‘lmoqligi, qilib quygan gunoh ishlarini ollohdan so‘rab kechirishlarini, safar cho‘gida safdoshlari bilan ma’naviy yaqinlikda bo‘lishni orzu-umid qiladilar. Ziyoratchi turistlar safarga chiqishida o‘z orzu umidlariga

erishish, yaratganga shukronalar aytib uning izzat hurmatini bajo keltirishni o‘z ko‘ngillaridan o‘tkazadilar. Hozirgi kunga kelib dunyoda ziyoratchilik turistligining 10 dan ortiq yirik markazlari mavjud bo‘lib, ular yer sharining deyarli hamma qit’alarida joylashgandir.

Jahondagi barcha davlatlarida o‘zlarining diniy-ziyoratgoh turizmi bor. Chunki har bir davlatlarda yashayotgan xalqlarning o‘z diniy yo‘nalishlari va bu yo‘nalishlarda mashhur bo‘lgan dindorlar va avliyolar yashab o‘tgan. Bu kishilarning faoliyati boshqa ellarda, xalqlarda mashhur, tanish bo‘lmaganligidan aynan shu davlatda diniy-ziyoratgoh turizm xalqaro miqyosda rivojlanmasligi va diniy-ziyoratgoh turizm bir davlat ichidagina rivojlanishi mumkin.

Ikkinchidan, diniy-ziyoratgoh turizmda mashhur avliyolarning qabrlari joylashgan yerlar, maskanlar haqida dunyo bo‘yicha yetarli axborotlarning tarqatilmaganligi, ishonchli ma’lumotlarning reklama qilinmaganligi ham ushbu maskanlarda xalqaro turistlarni jalb qila olmaydi.

Uchinchidan, ma’lum bir davlatda o‘z dinidagi mashhur avliyolar, ulamolar haqida, ularning qabrlari joylashgan maskanlar haqida davlat ichida ham axborotlarning yo‘qligi, reklama qilinmaganligi, yaxshi o‘rganilmaganligi natijasida davlatlarda bir viloyatda yoki tumandagi mashhur diniy avliyolarning qabri joylashgan ziyoratgohni faqat shu viloyatda yoki faqat shu tumanda yashayotgan xalqlar yoki aholi bilishadi va ziyoratga borishadi. Shuning uchun ham, diniy-ziyoratgoh joylardan ichki turizmda ham, xalqaro turizmda ham foydalanish masalalarini, muammolarini o‘rganish ziyorat turizmini rivojlantirishda juda dolzarb masala hisoblanadi.

Hozirga kelib ma’lum bo‘lmoqdaki, respublikamizda islom dini ta’limotining dunyoga mashhur bo‘lgan vakillarining juda ko‘pchiligi vatandoshlarimiz hisoblanadi va ularning mangulik bilan bog‘liq ishlari, faoliyatlari va qabrlari joylashgan ziyoratgoh joylarni xalqimizning bilish darajasi o‘rganilmagan. Yoshlarning aksariyat qismi bunday ulug‘ insonlar nomini ham sanab bera olishmaydi.

Respublikamizda ziyorat turizmni rivojlantiriladi yana bir muhim dolzarb masala shundan iboratki, respublikamizdagi ziyoratgoh joylar,

maskanlarga turistik marshrutlar, ekskursiyalar ishlab chiqilmaganligidan, bu turizm turi imkoniyatlarimiz darajasida rivojlanmasdan qolmoqda. Yana bir muhim masala shundan iboratki, ziyoratgohlarda turistlarga xizmatlar koʻrsatuvchi infratuzilmalarning yetarli tashkil qilinmaganligidir.

Bu holatda muhim bir masalaga e'tibor berish zarurki, ziyoratgohni maskanlarga turistik marshrutlarga tashkil qilishgina bu joylarda turistlarga xizmat qiluvchi infratuzilmalarni yuzaga keltiradi. Chunki, ma'lum bir turistik obyektga turistik oqimining koʻpayishi albatta ehtiyoj nuqtayi-nazaridan ularga xizmatlar qiluvchilarni chorlaydi. Natijada turistlarning ehtiyojlarini sezgan mahalliy aholi turistlarga dastlab oddiy, sifatsiz xizmatlarni keyinchalik sifatli va majmuali xizmatlarni taklif qila boshlaydi. Shu holatda mahalliy aholi oʻrtasida turistlarga xizmatlar koʻrsatish boʻyicha oʻziga xos raqobatbardoshlik hosil boʻladi. Natijada turistlarga xizmatlar koʻrsatish sifati yaxshilanib, xizmatlarning turlari ham koʻpayadi. Bu sharoitlar esa oʻz navbatida yanada turistlar oqimini kuchaytiradi.

*Diniy-ziyoratgoh turizm tushunchasi. "*Din" soʻzi dunyo xalqlarida har xil ma'noda tarjima qilinadi (oʻzlari uchun tushunarli ma'noda) va har xil mazmunda tushuntiriladi yoki tushuniladi. Manbalarga binoan ruschadagi "religiya" soʻzi lotin tili fe'lidagi "relegere"-"yana bogʻlashtirish, birlashtirish, qayta birlashtirish" degan ma'nolarini anglatadi.

Dastlab e'tiqod, ishonch keyinchalik diniy "relegere" insoniyat taroqqiyotining turli bosqichlarida paydo boʻlgan ya'ni, inson ongida shakllangan. Dinning kelib chiqishida insonlar jamiyatida ba'zi bir (shamanlar, avliyolar, karomat koʻrsatuvchilar, kohinlar) kishilarning tabiatdagi voqeliklar va jarayonlarning mohiyati va mazmuniga yetish, bu voqeliklar va jarayonlar bilan aloqalar bogʻlashga urinishlari, faoliyatlari bilan bogʻliq deb hisoblashadi.

Koʻplab ishonch va e'tiqod yoʻnalishlari, diniy yoʻnalishlar avliyolar, kohinlar va shamanlarning atrofidagi kishilar ongiga oʻzlarining ruhiy ta'sirlarini oʻtkazishi, ularda ishonch yoki ixlos hosil

qilishga urinishlari natijasida hosil bo‘lgan degan taxminiy xulosalar ham mavjud.

Xuddi ana shunday kishilar sharafiga ibodatxonalar, masjidlar va boshqa ko‘plab diqqatga sazovor inshootlar qurildi va hozir ham qurilmoqda, dunyodagi dinlarning barchasida olamning kelib chiqishi va undagi barcha hodisalarni dastlabki tushunishga urinish yo‘lida qayd qilgan kohinlar, avliyolar va shamanlarning ijodi, atrofidagi ommaga tabiat hodisalarini o‘zlari tushungan, tasavvur qilgan holda tushuntirishlari yotadi.

Bu tushuntirishlarda ular tabiat hodisalarini va Olamni, bu olamni yaratganlar boshqarishni (Alloh, xudo va b.), o‘zlari ana shu xudolar bilan aloqalar bog‘laganliklari va topshiriqlar olganliklarini izohlashgan. Din turli xalqlarda mohiyati va mazmuni jihatdan xudoga ishonish lekin ana shu Allohga yoki xudoga sajda, ibodat qilishi jihatidan turli-tumandir (namoz oqish, cho‘qinish, zikrga tushish, kuy chalish va b.)

Hozirgi vaqtda dinlar mayda, mahalliy (milliy) va dunyo dinlari kabi guruhlarga bo‘lingan. Mayda dinlar (totemizm, fetishizm, shamanizm, magiya) hozirda kam sonli xalqlar va qabilalarda saqlanib qolgan. Mahalliy (milliy) dinlar aksariyat hollarda bir davlatda yoki ikki, uch davlatda qabul qilingan bo‘lishi mumkin. O‘zbekistonda islom dini asosiy din hisoblanadi. Lekin boshqa dinlar faoliyati ham to‘liq himoya qilingan.

## 14.2. Xalqaro ziyorat turizmining markazlari

Din yo‘nalishlari mazhablari, dunyoda juda katta oqimlarni hosil qiladi. Masalan, iudaizm juhudlarda, sentrizm Yaponiyada, buddizm Hindistonda. Dunyoning eng katta dinlari asosan 3 ta yoki 3 katta yo‘nalishdagi (e’tiqoddagi kishilar soni bo‘yicha) dinlar hisoblanadi (*1-jadval*).

1) *Buddaviylik dini* 6,0 ming yildan oshdi. Uning asoschisi Siddxarta Gautama (miloddan avvalgi 623-544 yillar) Budda haqiqat najotkori ma’nosida. Hozirgi vaqtda 2,5 mlrd. kishi buddizm diniga e’tiqod qiladi.

2) *Xristianlik dini* 2000 yildan oshdi. Bu din xaloskorlik dinidir. Hozirgi Falastinda paydo bo‘lgan. Xudo o‘z ongli Iusis Xristios xaloskor qilib yerga yuboradi. Xristos o‘z ta’limotini targ‘ib qila boshlaganida 30 yoshda edi. Bu din 324-yilda Rimda davlat dini deb e’lon qilingan. Bu dinda 13 ta bayram bor. Eng katta bayrami Rojdestvo Iusis Xristosoning tug‘ilishi 25-dekabr hisoblanadi. Xristian dini 3 yo‘nalishni tashkil qiladi. Pravoslavlar 100 mln. kishi, protestantlar 350 mln. kishi, katoliklar 650 mln. kishi hisoblanadi.

3) *Islom dini* Saudiya Arabistonida dunyoga kelgan. Islom so‘zi “itoat etmoqlik” degan ma’noni anglatadi. Bu din payg‘ambari 570-yilda tugilgan Muhammad Sallollohu alayhis vasallamdir.

Islom dinining asoslarini qo‘yidagilar tashkil qiladi:

1. Kalimai shahodat
2. Namoz oqish
3. Ro‘za tutish
4. Zakot berish
5. Haj qilish

Islom dinida hozir 2 mlrd. kishi e’tiqod qiladi.

Diniy ziyoratgoh turizm tushunchasida yuqorida qayd qilingan dinlardagi kishilarning o‘z dinidagi ziyoratgohlar, o‘z dinidagi avliyolarga, payg‘ambarlariga, ushbu dindagi ta’limot yaratgan mashhur kishilarning qabrlariga, din bilan bog‘liq muqaddas joylarga harakatlanishi, ibodat, sig‘inish uchun o‘z yurtidagi muqaddas hisoblangan joylarga va boshqa o‘lka, davlatlardagi muqaddas joylarga borishi, kelishini tushunishimiz kerak.

Diniy ziyoratgoh turizmni har bir davlatda ikki sohaga bo‘lish mumkin. Birinchi yo‘nalish, diniy ziyoratgoh turizmini tashkil qiladi. Bu yo‘nalishda bir davlat ichidagi xalqlar, elatlar, millatlar o‘z davlati hududlaridagi diniy ziyoratgoh maskanlarni yaxshi bilishadi va o‘z dinidagi mashhur avliyolar, ulamolar yoki muqaddas joylarga borib ibodat qilishadi, sig‘inishadi.

Bir davlatdagi ichki diniy ziyoratgoh turizmdagi yo‘nalishlar dinga e’tiqod qiluvchilar bo‘yicha ham yana tarmoqlarga bo‘linib ketadi.

Masalan, O‘zbekistondagi barcha dindor kishilar o‘z diniy-e’tiqodlari bo‘yicha o‘z diniy marosimlarini erkin ravishda o‘tkazadilar.

***14.1-jadval***

**Dunyoda dinlarning tarqalishi (2021-yil)[26]**

| T\S | Dinlar | Etiqodchilar soni | % da |
|---|---|---|---|
| 1 | Xristianlik | 2,4 mlrd | 29,81 |
| 2. | Islom | 2,0 mlrd | 24,60 |
| 3 | Ateistlar\Agnostiklar | 1,2 mlrd | 14,28 |
| 4. | Iudizm | 1,15 mlrd | 13,91 |
| 5. | Buddizm | 521 mln | 6,47 |
| 6. | Xitoy xalqi dini | 394 mln | 4,89 |
| 7. | Etnik dinlar | 300 mln | 3,37 |
| 8. | Afrika an’anaviy dinlari | 100 mln | 1,24 |
| 9. | Sikxlar | 30 mln | 0,37 |
| 10 | Spiritualizm | 15 mln | 0,19 |
| 11 | Iudaizm | 14,5 mln | 0,18 |
| 12 | Baxai | 7 mln | 0,09 |
| 13 | Daosizm va konfusianizm | 5-10 mln-? | ? |
| 13 | Jaynizm | 4,2 mln | 0,05 |
| 14 | Sintoizm | 4,0 mln | 0,05 |
| 15 | Kaoday | 4,0 mln | 0,05 |
| 16 | Zaroastrizm | 2,6 mln | 0,03 |
| 17 | Tenrikyo | 2,0 mln | 0,02 |
| 18 | Yangi tilchilar dini | 1,0 mln | 0,01 |
| 19 | Unitar universalizm | 0,8 mln | 0,01 |
| 20 | Rastafarianchilik | 0,6 mln | 0,01 |

Diniy ziyoratgoh turizmdagi ikkinchi soha bir mamlakatdagi dindorlarning boshqa bir davlatdagi o‘z dini rahnamolari, avliyolari, qabrlari yoki boshqa muqaddas joylarga ziyorat, sig‘inishi uchun qilgan safarlari tushuniladi.

Islom dinidagi eng muqaddas joy Makka shahrida haj amallarini bajarish uchun qilgan safarlarini ham hozirgi vaqtda turizm safarlariga kiritishmoqda. Xuddi shuningdek, xristian dinidagilarning muqaddas ziyoratgoh joylaridan biri Vatikan va Iyerusalim hisoblanadi. Bu joydagi aziz, muqaddas joylar yil davomida diniy-ziyoratgoh, sig‘inish, ibodat qilish bilan kelganlar hisobiga gavjum bo‘lishadi.

[26] Internet ma’lumotlari asosida qatya ishlandi

Budda dinidagilarning Makka, Madina, Iyerusalim (Quddus), Vatikan kabi eng yirik diniy markazlari qayd qilinmagan bo‘lsa-da, budda dinidagilar hayratomuz, ulkan ibodatxonalarga borib ommaviy holda sig‘inishadi va bir davlatdan ikkinchi bir davlatga safar qilib budda dinidagi diniy ziyoratgoh turizmini hosil qilishadi.

*Diniy ziyoratgoh turizmidagi asosiy yo‘nalishlar.* Diniy ziyoratgoh turizmidagi asosiy yo‘nalishlar haqida mulohazalar bildirilganda e’tibor berish lozimki, bu yo‘nalishlar alohida-alohida ta’riflangan emas. Oldingi qaydlarda aytilganidek, diniy-ziyoratgoh turizmi asosan dunyodagi uchta dunyo dinlaridagi safarlar, sayohatlar tushuniladi. Turizmda diniy ziyoratgoh yo‘nalishlari alohida-alohida sohalarga, tarmoqlarga bo‘lib, diniy ziyoratgoh maskanlarda foydalanishda ish yuritish obyektlarini tashkil qilish va rivojlantirishda o‘rganish manbai bo‘lib xizmat qiladi.

*1. Diniy ziyoratgoh maskanlardan ichki turizmni rivojlantirishda foydalanish.* Diniy ziyoratgoh maskanlardan ichki turizmda foydalanishda respublikamiz hududlaridagi barcha ziyoratgohlar dan foydalaniladi. Bunda dindagi e’tiqodlarga qarab qaysi ziyoratgohga qancha turist kelganligini aniqlash, ularga xizmatlar ko‘rsatish, turistlarning ehtiyojlarini o‘rganish orqali kelgusidagi ishlarni rejalashtirish mumkin. Shuningdek, ba’zi bir ziyoratgohlardagi avliyolar qabrini 2-3 e’tiqoddagi dindorlar ham ziyorat qilishadi. Bu holatda ziyoratgohga qaysi din vakillar qancha sonda keldi kabi hisob-kitoblarga aslo hojat yo‘q. Diniy ziyoratgoh maskanlardan ichki turizmda foydalanishda mamlakat aholisi qaysi ziyoratgohlarga ko‘proq borishadi? Ana shu savol o‘rganilib, aynan ana shu ziyoratgohga turistik oqimni kuchaytirish chora-tadbirlarini ishlab chiqish to‘gri bo‘ladi.

*2. Diniy ziyoratgoh turizmdan xalqaro maqsadlarda foydalanilganda* mamlakatimizdagi diniy ziyoratgohlardan qaysi birlari yoki qanchasi xalqaro miqyosda tanish yoki ma’lumligi aniqlanadi. Masalan, islom dinidagi avliyolar yoki muqaddas joylar mahalliy ahamiyatga ega bo‘lsa bu ziyoratgohlarni xalqaro miqyosda reklama qilishdan hech foyda bo‘lmaydi. Shuning uchun ham, respublikamizdagi diniy ziyoratgoh maskanlar dindorlar, ziyoratchilarni jalb qilish

darajalari bo‘yicha tasniflanish mumkin. Masalan, viloyatning ma’lum bir tumanidagi diniy ziyoratgoh maskan o‘z ovozasi mavqei bo‘yicha faqat tumandagi ziyoratchilarnigina jalb qila oladi. Bu ziyoratgohga boshqa tuman va boshqa viloyatlardan ziyoratchilarni jalb qilishga behuda urinish bo‘lishi mumkin.

Viloyat va tumanlardagi diniy ziyoratgohlarga kelib-ketuvchilar ko‘p hollarda mavsumiy ham bo‘lishi mumkin. Masalan, ko‘plab oilalar o‘zlarining oldingi avlodlarining an’analariga binoan bir viloyatda yashab turib uzoq ikkinchi viloyatdagi eshon, sayyid va avliyolarning qabrlarini yilda bir, ikki marotaba ziyorat qilishadi. Bu holat o‘tmishdagi qabila, urg‘ochilik belgilarining saqlanib qolayotganligining belgisidir.

Diniy ziyoratgohlardan turizmda insonlar sog‘ligini tiklash, ruhiy xotirjamlikni hosil qilish maqsadida ham foydalanish mumkin. Bu holda Jizzax viloyatidagi diniy ziyoratgoh maskanlarni kishilarning shifosini topish, ruhiyatni sog‘lomlashtirish bo‘yicha tasniflash lozim bo‘ladi. Diniy ziyoratgoh maskanlardan foydalanishda yana bir yo‘nalish har bir mamlakatda boshqa dindagi tarixiy obidalar yoki boshqa dindagi avliyolarning, payg‘ambarlarning hayoti bilan bog‘liq joylar yoki daxmalarning borligini va bu ziyoratgohlarni boshqa xalqlarning qanchalik darajada bilishlari bilan bog‘liq bo‘ladi. Har bir davlatda bunday joylardan turizmda foydalanish yaxshi daromad manbai ham hisoblanadi. Bunda eng birinchi navbatda mazkur ziyoratgohlarni turistlar tashrifiga tayyorlash, atrofda xizmatlar infratuzilmalarini tashkil qilish va so‘ngra ichki va xalqaro turizm bozori uchun reklama axborot manbalarini tarqatish lozim bo‘ladi.

Masalan: Samarqand viloyatidagi Hazrati Dovud payg‘ambar g‘ori va Doniyor ota ziyoratgohlari ana shunday imkoniyatlarga ega bo‘lgan ichki va xalqaro turizm oqimini tashkil qilishga asos bo‘ladigan muqaddas ziyoratgohlardan hisoblanadi. Hazrat Doniyor otani boshqa millatlar, asosan ruslar, rus tilida gaplashuvchilar Otes Daniyel, prorok Daniyel deb atashadi va yuqori darajada bu ulug‘ inson ta’limoti va qabrini ezozlashadi. Shu o‘rinda qayd qilish lozimki, Hazrat Doniyor ota qabrini islom dinidagilar, xristianlar va pravoslavlar va iudaizm e’tiqodidagi dindorlar yoki 3 dunyo dini e’tiqodidagilar ziyorat qilishadi.

Ana shunday ulug‘ avliyolarning qabrlari vatanimiz tuprog‘ida ekanligi ham O‘zbekistonni Allohning nazari tushgan yurt degan hikmatli gapning to‘g‘riligini tasdiqlaydi.

Rossiya davlatining prezidentlari V.V.Putin va V.Medvedoelarning ham Samarqandga kelib Doniyor ota qabrini ziyorat qilishi olamshumul ahamiyat kasb etadi. Chunki ularning bu ziyoratini butun dunyo matbuoti o‘z sahifalarida yoritdi, ko‘rsatuvlar, eshittirishlar berdi. Bu payg‘ambarni Markaziy Osiyo xalqlari temirchilikning piri deb bilishadi. Bu g‘orda ziyoratgohda bo‘lganlar Sobiq sovetlar Respublikalaridan ayniqsa, Boltiqbo‘yi davlatlaridan, Ukraina, Belorusiya va Rossiya davlatlaridan ko‘plab turistlar kelib ketishayotganligini, ular ham hazrat Dovud payg‘ambarni o‘zlarining temirchiligi piri deb bilishlarini hikoya qilishadi. Shuning uchun ham, bunday muqaddas ziyoratgohlarni dunyo miqyosida reklama qilish respublikamizda xalqaro turizmning rivojlanishiga ijobiy ta’sir qiladi.

*Ziyorat turizmining resurslari.* Diniy ziyoratgoh maskanlardan xalqaro turizmda foydalanishda Jizzax viloyatida juda katta imkoniyatlar bor. Birgina Sad ibn Abu Vaqqos Avliyo ota ziyoratgohi bu fikrimizga misol bola oladi. Bu mo‘tabar insonning nomi butun islom olamiga tanish bo‘lganligi, Muhammad (s.a.s.) Payg‘ambarimizning yaqin sahobalaridan biri ekanligi, Payg‘ambarimiz bu ulug‘ zotni behad hurmat qilganligi va jasur lashkarboshi bo‘lganligi uchun ham bu ziyoratgohga xalqaro islom olami miqyosida turistlarni jalb qilish mumkin. Sad ibn Abu Vaqqos bu joyda bo‘lgan va g‘ayridinlar bilan jang qilgan.

Viloyatning ko‘plab diniy ziyoratgoh maskanlaridagi avliyo ota qabrlarining ko‘pida islom olamidagi mashhur, taniqli kishilar bilan hamkorlik qilgan sayyidlar yoki xoja va eshonlar dafn qilingan. Lekin hozirgacha viloyatda diniy turizmni rivojlan tirish masalalariga kirishilganicha yoq. Hozirgacha viloyatning tumanlarida 42 ta ziyoratgoh va muqaddas qadamjolar ro‘yxatga olindi, ta’rif va tavsiflari yozildi. Bu ziyoratgohlardan xalqaro va ichki turizmda foydalanish imkoniyatlari juda katta.

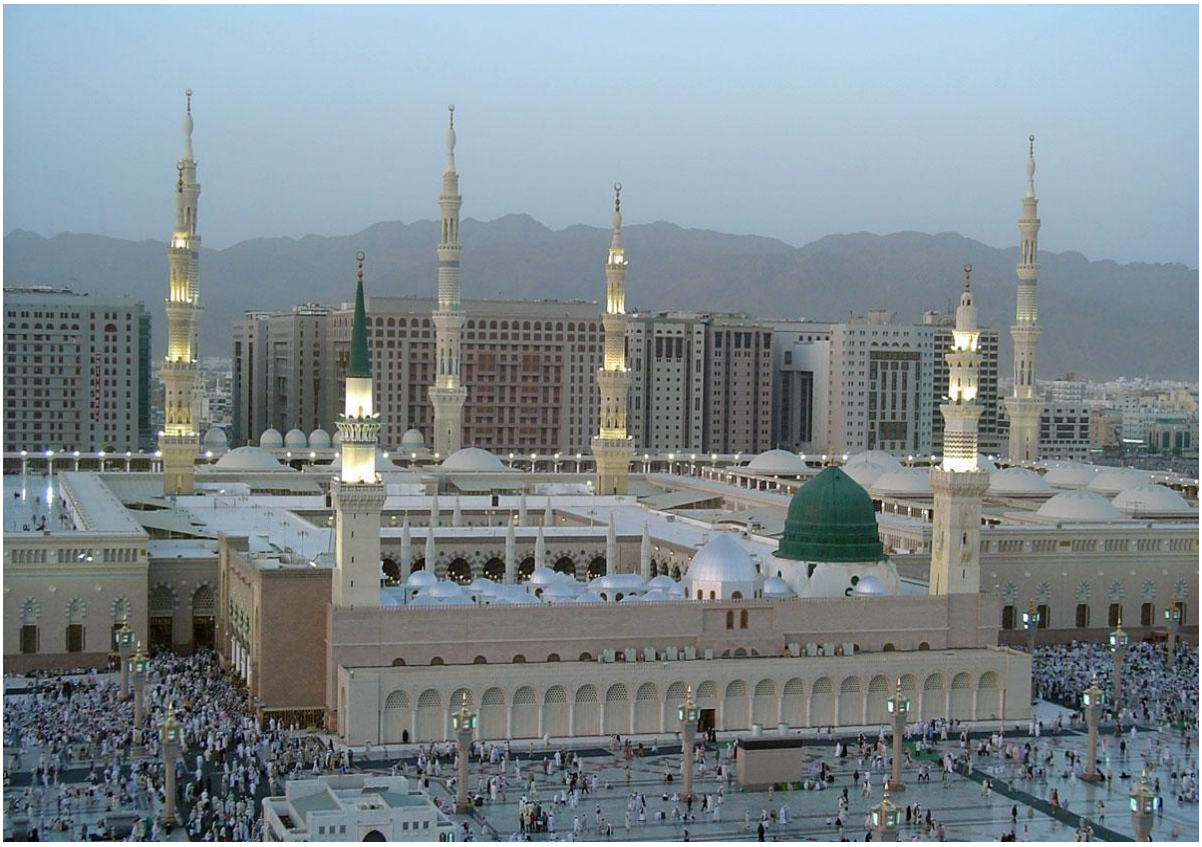
O‘zbekiston turistik resurslarining boyligi bilan ajralib turadi. O‘zbekistonda diniy turizm, ya’ni, aziz qadamjolarni ziyorat qilish

maskanlariga juda boy hisoblanadi. Jumladan, Markaziy Osiyoda, qolaversa, jonajon O‘zbekistonimizda ham aziz avliyolar yashab, dafn etilgan qadamjolar, ziyorat maskanlari beqiyos ko‘p. Ko‘pgina avliyolarning dafn etilgan joylari va qabrlari qaytadan ta’mirlanib, asl holatiga keltirilmoqda. Ular qatoriga Bahovuddin Naqshbandiy, G‘ijduvoniy, Imom al-Buxoriy, Mahdumi Azam, Shohizinda, Moturidiy, Hakim at-Termiziy, Zangiota kabi aziz avliyolar va imomlar maqbaralari musulmon ahlining beqiyos, go‘zal ziyorat qiladigan va ma’naviy ruhlanadigan joylariga aylantirildi.

Ayniqsa, Imom Al-Buxoriy majmuasini muhim ziyoratgohga aylantirish xalqaro ahamiyatga egadir. Chunki, bu ziyoratgoh musulmon olamida Makka va Madina shaharlaridan keyin eng muhim sajdagoh hisoblanadi. Shu sababli ziyorat qilish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish, ya’ni, infratuzilmani shakllantirish bugungi kunning muhim masalasi hisoblanadi. Bu yerda asosiy vazifa xorij mamlakatlar fuqarolarining ortiqcha qiyinchiliklarsiz ziyorat qilib ketishlariga erishishimizdir. Buning uchun Samarqand shahri aeroportini jahon andozalariga yarasha bo‘lishi, masalani asosiy yechimidir.

Mustaqillik yillarida diniy qadamjolarga davlat tomonidan katta e’tibor berilmoqda. Buyuk ajdodlarimiz qo‘nim topgan maskanlarni qayta tiklash, obodonlashtirish, ta’mirlashga jiddiy e’tibor berganligi tufayli ziyoratgoh maskanlar 2 mlrd. kishidan iborat musulmon dunyosini o‘ziga tortmoqda. Hozirgi kunda mamlakatimizda diniy turizmni hududiy tashkil etish va rivojlantirishga jiddiy e’tibor qaratish lozim.

Xususan, Janubi-Sharqiy Osiyo va G‘arbiy Osiyo mamlakatlari ziyoratchilarni jalb etish maqsadida tadbirlar ishlab chiqish kerak. Buning uchun har bir viloyat, tuman va qishloqlardagi kishilar tomonidan muqaddas hisoblanib kelinayotgan ziyoratgohlarni aniqlash, umumlashtirish, respublika va viloyat diniy turistik xaritalarini yaratish hamda ziyoratchilarga zarur sharoitlar yaratish, yo‘l qurish, transport imkoniyatlarni o‘rganish maqsadida muvofiq deb hisoblaymiz Diniy ziyoratgohlar kam mablag‘ hisobiga katta daromad manbaiga aylanishi shubhasiz.



***14.1-rasm. Madinai Sharif shahari***

Mamlakatimizning barcha viloyatlarida o‘nlab, yuzlab diniy qadamjolar mavjud. Ammo ularni ziyorat etish marshrutlari aniq tuzilmagan. Achinarli holati shundaki, islom dunyosida katta xizmat qilgan, avliyo darajasiga ko‘tarilgan siymolarimiz abadiy qonim topgan maskanlarini faqatgina mahalliy darajada, ya’ni, tuman yoki viloyat miqyosida bilamiz, xolos. Binobarin, bunday muqaddas ziyoratgohlarni respublika va xalqaro darajadagi diniy ziyoratgoh obyektlariga aylantirish mumkin.

Xulosa o‘rnida shuni aytish lozimki, diniy turizm hamma vaqt sayohatning eng faol turi bo‘lib kelgan. Insoniyat borki, u e’tiqod qiladi, sig‘inadi, ruhan va ma’naviy jihatdan poklanishga harakat qiladi. Shuning uchun u diniy ziyoratni xohlaydi. Vaholanki, mamlakatimiz diniy ziyoratgohlarga boy mintaqa hisoblanib, kelajakda diniy turizmni rivojlantirishga yanada e’tiborni yanada kuchaytirish ham moddiy, ham ma’naviy yuksalishida muhim ahamiyat kasb etadi.



***14.2-rasm. Makkai Sharif shahari***

*Ziyorat turizmining O‘zbekiston cho‘llaridagi resurslari. Nurota ziyoratgohi.* Nurota ziyoratgohi xalqaro islom olamida qadimdan ma’lum. Nurota ziyoratgohi ham, Nurota chashmasi ham yaxshi o‘rganilgan. Hatto eramizdan oldingi III asrda o‘sha davr dunyosining egalaridan biri bo‘lgan Aldeksandir Makedonskiy o‘z qo‘shinlari bilan Nurota ziyoratgohida bir vaqt yashab turganligi va Nurota atroflaridagi koriz suvlariga qiziqqanligi va hatto o‘rganganligi haqida ham tarixiy ma’lumotlar mavjud.

Nurota “nur” va “ato” so‘zlaridan tashkil topgan bo‘lib, “yorug‘lik”, “ro‘shnolik” taratadigan, ya’ni, nur ato etadigan joy ma’nosini anglatadi. Nurotaliklar har ellik yilda chashma uzra Nur taralishini so‘zlab berishadi. Bu holat 2005-yilning bahorida ham takrorlanganligi qayd qilingan. Chashma bo‘ylab nur taralishi Abdulla ibn Mas’ud tomonidan bayon qilinishicha payg‘ambarimiz Muhammad Alayhissalom davrlari (VI asr)da ham ro‘y bergan (Abdulla ibn Mas’ud, 2005, 7-bet) [27] . Bu voqea Payg‘ambarimizning me’rojga chiqishi

[27] Nizomov A. O‘zbekistonning qadimgi gidrotexnik inshootlari geografiyasi. Toshkent, 2008, 135-b

voqealari bilan bog‘liq holda yuz bergan. Me’rojga chiqish jarayoni E.Karimov tomonidan ham ta’kidlangan[28].

Tuman markazi bolmish Nurota shahri o‘ziga xos boy va betakror tabiati, zilol hamda muqaddas buloqlar bilan mashhur. Shu bilan birga shaharning tarixi ham uzoq o‘tmishga borib taqaladi. Nurata yoki Nuri Buxoro nomi bilan tarix sahifalaridan o‘rin olgan mazkur tarixiy shahar xalqida Abu Bakr Narshaxiy ma’lumot berib, uni Buxoro tarkibidagi tarixiy joy sifatida qayd etadi[29].

Narshaxiy IX-X asrlarda yashab o‘tganligini nazarda tutadigan bo‘lsak va uning bu hudud haqida o‘sha davrda ma’lumotlar yozib qoldirilganligini hisobga olsak, u holda Nurning qadimiyligiga shubha qolmaydi.

O‘sha davrda ham bu maskan ziyoratchilar tashrif buyuradigan qadamjo bo‘lgan. Ziyoratgohning g‘arbiy qismidagi muqaddas chashma va chashmadagi muqaddas hisoblangan baliqlar kishi e’tiborini o‘ziga to‘rtadi. Buloqdan yuqorida, uning g‘arbiy burchagida sag‘ana va qabrtosh qo‘yilgan. Bu yodgorlik Nuriy nisbati bilan mashhur Sayyid ad-Din Abu Hasanga tegishli. Me’moriy yodgorliklar asosan Shayboniylar davrining mahsulidir va keyingi davrlarda ya’ni, mang‘itlar sulolasi hukmronlik qilgan vaqtda ta’mirlangan. Narshaxiyning yozishicha, Nurda jome masjidi va robotlar bo‘lgan. Ziyoratga keluvchilarning asosiy qismi Buxoro aholisi, shuningdek, boshqa joylardan ham bu yerga ko‘plab kishilar tashrif buyurishgan.

Hozirgi vaqtda ham bu yerga keluvchilarning aksariyati Buxoro va uning atrofidandir.Narshaxiy Nur ziyoratiga borib qaytganlarni hojilar fazilatiga ega bo‘lishi to‘g‘risida ham yozib qoldirgan. Nurning ziyoratgoh bo‘lishi, bu joydagi yerda muqaddas qadamjolarning mavjudligi bilan bog‘liqdir. Muqaddas buloq, baliqlar, tarixiy obidalar, Said Ad-Din Abul Hasan Nuriy, Ar-Rumiy singari tarixiy shaxslarning qabrlari mavjudligi, shuningdek, arablar istilosi davrida Movarounnahrga kelib qolgan va shu tuproqda foniylikdan boqiylikka

[28] Karimov E. Me’rojnoma tasvirlarda. «Fan va turmush», № 6, Toshkent, 1997
[29] Naraxshiy «Buxoro tarixi», Toshkent, 1991, 95 b.

ketgan hamda Nurda dafn etilgan tobenglar[30] qabrlari borligi shundan dalolat beradi.

So‘nggi yillarda Nurota ziyoratgohiga Yevropa davlatlaridan ko‘plab turistlar kelishmoqda. Chunki, Nurota ziyoratgohida ziyoratgoh boylab ma’lum bir yillarda nur taralishi ham tasdiqlangan va suratga olingan. Bu xabarlar dunyo boylab tarqalgan. Oldindagi maqsad va vazifalar xalqimizning bu muqaddas ziyoratgohini xalqaro ziyoratgoh markazlaridan biriga aylantirilishi kerak.

*Sulton Uvays Qaranay ota ziyoratgohi.* Beruniy tumanining Qoratog‘ dahasidagi bu tarixiy-me’moriy obida Payg‘ambarimiz behad hurmat qilgan Uvays Qaranay ziyoratgohidir. Suhayl bin Amir bin Rumin bin Nohiya bin Qaran bin Murod. U Yaman mamlakatining Qaran qishlog‘i murod qabilasida milodning 625-yili tugilgan. 659-yili (37 hijriy yilning 17 shavvol kuni) Hazrati Alining Fors mamlakatiga islomni yoyish uchun qilgan yurishda Sinfini jangida 40 yoshida shahid bo‘lgan.

Uvays Qaranay nomi bilan mashhur bo‘lgan Suhayl bin Amir Muhammad Payg‘ambarimiz (s.a.s.) hayot vaqtida dunyoga kelgan. Payg‘ambar (s.a.s.) ummatning sarvari, avliyolar sultoni Uvaysning tavalludi haqida xabar bergan. Lekin u Payg‘ambar bilan diydor ko‘risha olmagan. Rivoyatlarda Rasulullоh bilan ko‘risha olmaganliklariga ikkita sabab keltiriladi. Birinchisi, ko‘zi ojiz (ko‘r) onasi bo‘lib, uni uyda yolg‘iz qoldirib kela olmagan. Ikkinchisi shariat amrini tutib, onalik haqqini ado etgan. Rasulullohning vasiyatlariga ko‘ra, qoldirgan tabarruk xirqalari chahoryorlari tarafidan Sulton Uvaysga topshirilganligi to‘g‘risida rivoyat bor. Keyinroq bu xirqa qo‘ldan-qo‘lga o‘tib, Usmonli sultonlari tomonidan Turkiyaga olib ketiladi. Hozir u Turkiyada saqlanmoqda.

Sahobali kiromning ko‘plari bilan ko‘rishgan Hazrati Uvays tobeliklarning ulug‘laridan. Chunonchi, Hazrati Umar ibn Xattotdan rivoyat qilinishicha, Rasulullоh (Sollollohu alayh va sallam) ora-sira Yaman tarafga yuzlarini burib, bunday der edilar: “Yaman tomondan rahmat shabadalari esmoqda. Ehson va ezgulikda tobeliklarning eng

[30] Tobenglar-Muhammad Payg‘ambar (s.a.s.)ni uz ko’zi bilan ko‘rgan sahobalarni ko‘rgan kishilar.

yaxshisi Uvays Qarinidir". Oradan yillar o‘tdi. Payg‘ambarimiz (alayhissalom) hayotlari so‘nggida muborak xirqalarini yechib, Hazrati Umar bilan Hazrati Aliga berdilar va: "Buni Uvays Qariniga beringlar!" dedilar[31] [32]

Olloqulidan Peterburg safaridan qaytib kelayotganda o‘sha joyda tunaydi. Sulton Uvays uning tushiga kirib xon bo‘lishi haqida bashorat qiladi. Olloqulidan shayxga ta'zim bajo aylab, uning sha'niga katta masjid va alohida o‘nta chillaxona qurdiradi.

So‘fiylar an'analarida Payg‘ambarimiz Muhammad (s.a.s.) bilan Uvays Qaranay o‘rtasida ruhiy aloqa bo‘lganligini keltirishadi. Shuning uchun ham, islom olamida, Markaziy Osiyo davlatlarida Uvays Qarinimning shuhrati, obro‘yi juda katta hisoblanadi. Shuning uchun ham o‘tmishdagi bobolarimiz Uvays Qarinimga ulug‘ hurmati va e'tiqodi sifatida uning hozirgi ramziy qabrini va bu qabr ustiga uning nomidagi maqbarani qurishgan. Xuddi shu davrlarda al-Rakkada (Suriya davlati) ham Uvays Qaranay ziyoratgohi bo‘lgan. 1988-yilda bu ziyoratgoh ziyoratchilar uchun zamonaviy talablar asosida butun bir majmua holida qayta qurilgan. Ziyoratgohning ochilishida Eron va Suriyaning davlat rahbarlari qatnashgan. Bu muqaddas ziyoratgohni 2014-yil 23-iyun kuni Suriyalik qonxo‘r jangarilar portlatib, xarobaga aylantirishgan.

Rivoyat bo‘yicha Uvays Qaranay vafot etganida uning tilaklarini Olloh qabul qilishini bilgan 7 shoh o‘z mamlakatida uni dafn qilish uchun janjallashib qolgan va 7 ta tobutni tayyorlashgan, ya'ni, u qaysi tobutda bo‘lsa o‘sha mamlakatda dafn qilinadi. Tobutlarni ochib ko‘rishsa 7 ta tobutda ham Uvays Qaraniyni ko‘rishadi. Hozirgi kunlarimizda Uvays Qaraniyning 7 ta qabri borligini ham shu rivoyatga bog‘lashadi.

U kishining maqbarasi turli davrlarda ta'mirlangan yoki buzib yangidan qurilgan: 998-milodiy yili Sulton Muhammad Xorazm shoh tomonidan qurilgan. Chingiz istilosi davrida xarob bo‘lgan. 1805-1806-

[31] Shayx Muhammad Sodiq Muhammad Yusuf © islom.uz 2003-2018.
[32] No‘mon Abdumajid "Hidoyat" jurnalining 2008-yil 5-soni.

yili Xiva xoni Eltozarxon qayta qurdirgan va uchinchi marotaba 1837-1939-yillari Xiva xoni Olloqulixon qurdirgan. Mustaqillikning ilk yillarida maqbara qayta ta’mirlanib, o‘z holiga keltirildi.

*Payg‘ambarimiz Muhammad Alayhissalomning yaqinlari va safdoshlarining ramziy ziyoratgohlari:*

1. Atoulla Sad Vaqqos ziyoratgohi (X-XI asrlar) Surxondaryo viloyati Sherobod tumani markazida, daryo boyida.
2. Axtam sahoba ziyoratgohi (X-XI asrlar) Surxondaryo viloyati, Sherobod tumani, Chig‘atoy qishlog‘ida. Axtam sahoba Payg‘ambarimizning sarbo‘zi, hazrati Alining yaqin qarindoshi, taniqli sarkarda.
3. Xojali Pok ota-Abdurahmon ibn Afv ziyoratgohi Surxondaryo viloyati, Oltinsoy tumani, Qorli mahallasida.
4. Sad ibn Abu Vaqqos ziyoratgohi Surxondaryo viloyati, Oltinsoy tumani, Xoja Soat mahallasi markazida.
5. Abu Hurayra ziyoratgohi (X-XI asrlar) Surxondaryo viloyati, Uzun tumani Serharakat mahallasining Oq Ostona bobo qishlog‘ida.
6. Sad ibn Abu Vaqqos ziyoratgohi Surxondaryo viloyati, Angor tumani, Xayrabod tepa qishlog‘ida.
7. Sad Vaqqos ziyoratgohi (X-XI asrlar) Farg‘ona viloyati, Quva tumani, Yangi hayot MFY.
8. Hazrati Ali Shohimardon ziyoratgohi Farg‘ona viloyati, Farg‘ona tumani Yordon MFY.
9. Sad Vaqqos maqbarasi va qabristoni (X-XI asrlar) Toshkent shahri, Uchtepa tumani, Uyg‘ur ko‘chasi, 592-uy
10. Abu Ubayda ibn al-Jarroh yodgorlik majmui Qarshi shaharida
11. Uvays Qaraniy ziyoratgohi Namangan viloyati, Chorto‘q tumani, Chorto‘q tumani, Baliqliko‘z qishlog‘i.

## *Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*

1. Din tushunchasi, mazmuni va mohiyatini tushuntiring.
2. Diniy ziyorat turizmi va ziyorat turizmi atamalari biri-biridan farqlanadimi?
3. Dunyoviy dinlarning asl maqsadi nima?

4. Ziyorat turizmining infratuzilmalari nimalardan iborat bo‘lishi kerak?

5. Xalqaro diniy markazlar haqida taqdimot tayyorlang va amaliy darslarda ma’ruza qiling.

# XV BOB. XALQARO EKOTURIZMNING RIVOJLANISHI

***Tayanch so‘zlar:*** geyzerlar, sekvoyya, rezervatsiya, bizon, provinsiya, lider, Galapagos, Naska, jungli, flora, fauna, Anxel; fordlar, aysberglar, ekosafari, Lox-Ness, model; robinzonlar, shimol shafagi.

## 15.1. Yevropa davlatlaridagi ekoturizm

Yevropa davlatlarining deyarli barchasi ekoturizm rivojlangan davlatlar hisoblanadi. Bu holatning asosiy sabablari o‘rganilganda ma’lum bo‘ldiki, sayyoramizdagi zamonaviy sanoat majmualari kuchli rivojlangan Yevropa qit’asida ekoturizmning rivojlanib borayotganligi davlatlarning o‘z aholisini ekologik madaniyatli va ekologik bilimli bo‘lishning ahamiyatini o‘z vaqtida tashviqot qilganligi va bu yo‘nalishdagi tadbirlarni davlat miqyosidagi masala deb qabul qilganligi hisoblanadi.

Mamlakatimizda ekoturizmni rivojlantirishda Yevropa davlatlarining bu usulini albatta qo‘llashimiz kerak. Ikkinchidan, ekoturizmning asosiy obyektlari qishloqlarimizga yaqin va qishloqlarimizning atroflarida joylashganligini hisobga olib, ekoturizmni rivojlantirishdagi dastlabki vazifamiz ushbu qishloqlardagi aholini dastlab turizmga, keyinchalik ekoturizmga tayyorlashimiz talab qilinmoqda. Lekin, bu mavzulardagi tadqiqotlar qoniqarsiz holatlarda.

***Finlandiya.*** Shimoliy iqlimli davlatlar orasida ekoturizmni rivojlantirishning barcha imkoniyatlari mavjud degan xulosani olgan davlat. Minglab ko‘llari, dunyodagi eng qalin o‘rmonlari, dengiz sohillari yil davomida xalqaro ekoturistiklarni chorlaydi. Shimoliy shafaqni ko‘rish va tomosha qilish uchungina har yili yuz minglab xalqaro ekoturistiklar kelishadi. Qorboboning vatani Finlandiya va qorbobo tug‘ilgan joy Lablanadiganing o‘ziga yil davomida millionlab xalqaro turistlar tashrif buyurishadi. 30 ta milliy parki bor. Ekologlarning xulosalariga ko‘ra ularning ko‘plari hali o‘rganilmagan.

***Islandiya.*** Eng shimolidagi bu davlat vulkanlar va geyzerlar, fardlar va aysberglar, orollar va kichik, shinam uyli chiroyli qishloqlari bilan dunyoga mashhur. Qayd qilingan turizm resurslari, takrorlanmas

shimoliy tabiiy landshaftlari, sanoqsiz ko‘llari va muzliklar qoyalaridan tushuvchi takrorlanmas sharsharalarini ko‘rish uchun dunyoning barcha qit’alaridan ekoturistlar yil davomida tashrif buyuradi. Bu yerda dunyodagi eng katta Xaukadalur geyzerlar vodiysida 250 ta geyzerlar doimiy ravishda otilib turadi. Yuz minglab ekoturizmlar shimoliy shafaqni va shimoliy dengizlarning hayvonlarini, balandligi 900 metrli muzlik qalpog‘ini ko‘rish uchungina kelishadi.

***Norvegiya.*** Sayyoramizning shimolidagi bir-biriga o‘xshamagan tabiat mintaqalari, yovvoyi bug‘ulari va tyulen, kitlari va turli-tuman sohil landshaftlari bilan xalqaro ekoturistiklarni o‘ziga jalb qiladi. Yana bir imkoniyat shundan iboratki, bu davlatdagi daryolarning baliqlari dunyo bo‘yicha eng ko‘p sonli hisoblanadi. Norveglar ekoturistiklarni bepul baliq oviga taklif qilishadi. Bu usul ham ekosafarini rivojlantirishda juda qol kelmoqda. Rossiya davlatining eng ko‘p ekoturistlari aynan Norvegiyani tanlashadi. Qishloq turizmi infratuzilmalari bo‘yicha bu davlat oldingi o‘rinlarda turadi va dunyoning juda ko‘p davlatlaridan kelgan turistlar o‘ta qulay sharoitlar yaratilgan qishloq uylarida oilaviy bo‘lib dam olishadi.

***Germaniya.*** Nemis ekoturizmining tashkil qilinganiga 100 yil bo‘ldi. Nemislar Alp tog‘larining bag‘ridagi Berxtesgaden (Berchtesgaden) milliy parkida dam olishni xush ko‘rishadi va har yili 500 ming nemislar bu milliy bog‘ga tashrif buyurishadi. Germaniyaliklarning milliy parklarda ekoturizm va rekreatsiyani rivojlantirish modellari xalqaro miqyoslarda tan olingan va jahonning ko‘plab davlatlari bu modellarni o‘z ekoturizmini rivojlantirishda qo‘llashadi.

Nemislar haqiqiy ekoturizmni tashkil qilishadi va rivojlantirishadi. Ular tabiatni muhofaza qilish nuqtayi-nazaridan ekoturizm manzillariga shaxsiy mashinalarida borishmaydi, avtobus va poyezdlardan, yoshlar esa velosipedlardan foydalanishadi. Germaniya ekoturizmi tabiatda dam olish va tabiatni muhofaza qilish shiori bilan ishlaydi va haqiqiy ekologik turizmni tashkil qilishda dunyoda yetakchi davlat hisoblanadi.

***Buyuk Britaniya.*** Buyuk Britaniya tengsiz tabiiy landshaftlari va turli-tuman qishloqlari bilan xalqaro ekoturizmda mashhur hisoblanadi.

Shotland tog‘laridan Brayton ko‘li sohillarigacha haqiqiy tabiat manzaralarini ko‘rish mumkin. Britaniyadagi mashhur Lox-Ness ko‘lining o‘zigina har yili minglab xalqaro ekoturistlarni jalb qiladi. Xalqaro ekoturistlar kitlarni, bahaybat akulalarni ko‘rish uchun Nyu-Forest, Perl-distrikt va Kerngom milliy parklariga yil davomida tashrif buyurishadi. Eng muhimi shundan iboratki Britaniyaning xohlagan tabiat go‘shalariga poyezd bilan borish mumkin. Poyezdda albatta Britaniyaning betakror tabiiy landshaftlarini ko‘rib borish mumkin.

## 15.2. Osiyo davlatlaridagi ekoturizm

***Rossiya.*** Ekologik turizm resurslarining turli-tumanligi bo‘yicha bu davlat eng oldingi o‘rinlarni egallaydi. Maydoni jihatdan sayyoramizdagi eng katta davlat bo‘lgan Rossiyada tabiiy geografik mintaqalarning barchasi mavjud. Rossiyada 100 ta tabiiy qo‘riqxonalar va 35 ta milliy parklar, 31 ta hududiy milliy parklar tashkil qilingan. Ulaning maydoni 33,5 mln. ga. shuningdek, bu davlatda ekoturistlarni qabul qiladigan 68 ta federal ahamiyatdagi, 2976 ta hududiy ahamiyatdagi tabiiy buyurtmaxonalar tashkil qilingan. Ularning maydoni 67,8 mln. ga. bo‘lib, tabiat haykallari 1024 tani tashkil etadi.

Rossiya jahon bo‘yicha barcha ekoturistlarning talablari bo‘yicha qabul qilishga e’lon bergan. YUNESKOning jahon xalqlari milliy merosi ro‘yxatiga Rossiyaning quyidagi 5 ta tabiiy obyektlari kiritilgan: Komi o‘rmonlari, Baykal ko‘li, Kamchatka vulkanlari, Oltoy tog‘lari va G‘arbiy Kavkaz.

***Malayziya.*** Malayziyada dunyoda eng qulay, tabiiy-geografik mintaqada joylashgan davlatlardan biridir. Tropik iqlimli o‘lka, o‘zining betakror o‘simlik va hayvonot dunyosi, behisob dam olish maskanlari, kishini lol qoldiruvchi dengiz qirg‘oqlari bilan har yili millionlab turistlarni o‘ziga jalb qiladi. Hamma tomoni dengiz suvi bilan o‘ralgan, yil davomida bahor iqlimiga ega bo‘lgan bu o‘lkada dunyoning ko‘plab puldor oilalari ham dam olishadi.

***Iqlimi.*** Malayziya Hind okeani va janubiy Xitoy dengizi havzasida hosil bo‘ladigan havo massalari ta’sirida yuzaga keladigan shamollar harorati bilan bog‘liq iqlim mintaqasida joylashgan davlat. Oktyabr-

fevral oylaridagi shimoliy mussonlar vaqtida Malakka yarim oroliga juda koʻp yomgʻir yogʻadi. Bu namlik vaqtida Saravak va Sabah shtatlarining shimoliy qismiga qisman yomgʻir yogʻadi. Janubi-gʻarbiy mussonlar may oʻyining oʻrtalaridan boshlanib, sentyabr oyigacha davom etadi. Yillik yogʻin miqdori 2032 mm.dan to 2540 mm gacha. Ayrim joylarda 3000 mm.gacha yogʻin tushadi.

Malayziyaning barcha qismida oʻrtacha yillik harorat +210 +360C, asosan +260 +320C atrofida. Eng past harorat +20 +220C. Havo namligi juda yuqori, 80% atrofida. Ayni ekvatorial tropik iqlim. Ochiq havoda 1-1,5 soatda ichki kiyimlar jiqqa holda boʻladi. Shuning uchun uylarda, transportda barcha bino va mehmonxonalarda sovutgichlar quyilgan.

***Oʻsimliklari.*** Malayziyaning iqlimi oʻsimliklar oʻsishiga juda qulay tabiiy mintaqa hisoblanadi. Har qanday oʻsimliklar oʻsishiga hech qanday tabiiy toʻsqinlik yoqdek. Shuning uchun ham Malayziyaning 66% hududi tropik yomgʻirli oʻrmon daraxtlari bilan qoplangan. Bu daraxtlarning oʻrtacha boyi 35-45 m balandlikkacha yetadi. Eng baland osuvchi daraxtlar boyi 60-62 metrgacha.

Florasida jami 15000 xil oʻsimliklar uchraydi, shulardan 6000 xili daraxtlardir, orxitlar oilasidan boʻlgan bu tropik oʻrmon daraxtlaridan eng qimmat baho yogʻoch mahsulotlari olinadi. Lotincha nomi gibiskus boʻlgan qizil, koʻp yillik gulni Malayziyaliklar juda yaxshi bilishadi. Mahalliy xalq tilida "*bunga raya"* deb ataladigan bu gul Malayziyaning milliy guli hisoblanadi. Chirmovuqdoshlar, epifitlar va orxitlar oilasiga kiruvchi minglab oʻsimliklar turlari daraxtlar bilan birgalikda *jungli oʻrmonlarini* hosil qilgan.

***Hayvonot dunyosi.*** Malayziya ning jungli oʻrmonlari da yovvoyi hayvonlar turi juda koʻp. Faunada uchraydigan hayvonlar turi hasharotlar bilan birga 35000 tur. Birgina tropik endemik qushlar turi 500 xil. Malayziya yoʻlbarsi milliy hayvon va federatsiyaning birlashgan qurolli kuchlarining ramzidir. Malayziya fili alohida turdir. Pantera va leopard kamroq uchraydi. Orangutan va kiyikni yerli aholi juda yaxshi bilishadi. Chunki bu ikkala hayvon Malayya ogʻzaki ijodida qadimdan doston va ertaklarda kuylanib kelinmoqda. Bundan tashqari hayvonot dunyosida

maymunlar, koʻrshapalaklarning, olmaxon, *jungli oʻrmonlarida* sayroqi qushlar, totilar va tustovuqlarning koʻplab turi muqim yashaydi.

Tabiatning noyob ehsonidan Malayziyaliklar imkoniyat bor darajada foydalanishadi. Turistlarning tomoshasi-yu, dam olishi uchun hamma sharoit muhayyo qilingan. Bu oʻz navbatida mamlakat iqtisodiga juda katta foyda olib keladi. Ta'kidlaganimizdek, 2 million aholi yashaydigan poytaxt shahar Kuala-Lumpurda 90 ta mehmonxona bor. Jahon andozalari talabi boʻyicha mehmonxonalar mehmonlarning dam olishi uchun yaratilgan sharoitga qarab yulduzlar bilan belgilanadi.

Eng yuqori sharoitli va yuksak darajadagi xizmatli mehmonxonaga 5 ta yulduz quyiladi. Endi tasavvur qiling Kuala-Lumpurdagi 90 ta mehmonxona dan 15 tasi besh, 13 tasi tort, 8 tasi uch, 46 tasi ikki, yulduzli mehmonxonalardir, 48 ta oddiy mehmonxona ham bor. Turistlar, mehmonlar oʻzlarining imkoniyatlariga qarab mehmonxonalarni tanlashadi. Turistlar va mehmonlar uchun qayd qilingan sharoit Malayziyaning barcha shtatlarida yaratilgan. Masalan, birgina Malakka shtati turizm sohasidan har yili 8278700 AQSh dollari miqdorida sof foyda oladi. Shtatda 32 ta mehmonxona bor.

Yalpi ichki mahsulotning 50%ini tashkil etadigan xizmat koʻrsatish sohasi mamlakat iqtisodiyotining yirik tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Ushbu sohadagi asosiy yoʻnalish turizmdir. 2007-yili Malayziyaga 20,8 million turist tashrif buyurib, buning natijasida mamlakat 14,1 milliard AQSh dollari miqdorida foyda koʻrdi. Malayziyaning turistlar uchun jozibadorligini dunyo mutaxassislari mamlakatning qadimiy madaniyati bilan yuksak rivojlanish darajasi ajoyib tarzda uygʻunlashib ketganida deb hisoblashmoqda.

***Nepal.*** Dunyodagi kichik bu davlatning dovrugʻi butun jahonda mashhur va bu davlatni dunyodagi togʻlarning poytaxti joylashgan deb ta'riflashadi. Dunyodagi eng baland togʻ Everest ham shu davlatda. Qoyatoshlarga chiquvchilar, rafting va baliq ekosafari jahon miqyosida rivojlangan. Milliy parklariga maxsus soʻqmoqlar, vaqtinchalik dam olish infratuzilmalari xalqaro ekoturizm talablari asosida tashkil qilingan. Shu bilan birga bu davlat togʻ-alpinizmidagi fojiali halokatlar boʻyicha ham oldingi oʻrinlarda turadi.

***Hindiston.*** Dunyo ekoturizmida liderlikga da’vo qilayotgan, betakror tabiiy ekotizimlarga ega davlat. Milliy parklari dunyoda mashhur va ularning deyarli barchasi haqida eka filmlar yaratilgan. Bu ekofilmlarni sotishdan ham yaxshi foyda oladi. Dunyo miqyosidagi ekoturistlar asosan Hindiston yo‘lbarsi va Hindiston filini ko‘rishga, okean qirg‘oqlarida dengiz toshbaqalarini ko‘rishga kelishadi. Xalqaro ekoturizmni shunday mukammal tashkil qilganki, ekoturistlar ko‘pincha Hindistonning tosh ibodatxonalarining tomoshasi bilan o‘z muddatlarini uzaytirishganini ham bilmay qoladilar. Hindistonning *Ranthambore* milliy parkidagi *Mashali* nomli ona yo‘lbars ekoturizmdagi bir necha yilda milliy parkiga 10 mln. dollar topib berdi.

**Xitoy Xalq Respublikasi**. O‘rmon qo‘riqxonalari va o‘rmon parklarining soni bo‘yicha dunyoda birinchi o‘rinni egallaydi. Xitoyda 1757 ta o‘rmon qo‘riqxonalari, 1658 ta o‘rmon parklari bor. Shulardan 6 ta o‘rmon qo‘riqxonalari va o‘rmon parklari YUNESKOning jahon xalqlarining milliy merosi ro‘yxatiga kiritilgan. Xeylunszyan provinsiyasidagi «Qadimgi kraterli o‘rmon» dunyo miqyosida qadimgi holatdagi o‘rmon maqomini olgan. Sinxay provinsiyasining janubida 2000-yilda tashkil qilingan «Sanszyan yuyan» milliy parki dunyoda mashhur. Aynan shu yerdan dunyodagi eng katta daryolar bo‘lgan Xuanxe, Lankang va Chang daryolari boshlanadi. Milliy parkda 1000 tur o‘simliklar, 74 tur hayvonlar, 174 tur qushlar, 48 tur reptiliyalar muhofaza qilinadi.

***Avstraliya.*** Ilmiy adabiyotlar tahlilidan ma’lum bo‘ladiki, Avstraliya ekoturizmni uning tamoyillariga asoslanib tashkil qilgan va jahonda ekoturizmni ilmiy-amaliy qoidalariga asosan rivojlantirayotgan sardor davlat hisoblanadi. Bu davlat ekoturizmni o‘z davlatining hududlarida tashkil qilganda hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning davlat dasturlarini ishlab chiqadi va hududning tabiiy resurslarini hisobga olgan holda ekoturizmni rivojlantirish imkoniyatlarini o‘rganadi.

Xalqaro ekoturizm bozorida eng ommaviylashgan 10 ta ekoturistik marshrut reytingi bo‘yicha Avstraliya so‘nggi o‘n yillikda birinchi o‘rinlarni egallab kelmoqda. Avstraliyada ekoturizm bilan 9 ta milliy

kompaniya shug‘ullanadi. Birgina “Australian Eco Adventures” milliy ekoturizm kompaniyasining 75 ta mahsuloti (ekoturistik marshruti) xalqaro ekoturizm bozorida sotiladi. Avstraliyada 55 ta milliy park bor. Shulardan 10 tasi YUNESKOning jahon xalqlari milliy merosi ro‘yxatiga kiritilgan. Katta Rif va Avstraliya kengurularini butun dunyo biladi.

***Yangi Zelandiya.*** Kichik davlatning tabiati, ayniqsa, ulkan paporotniklar, kivi qushlari, ulkan kaltakesaklar dunyoda faqat shu davlatning hududlarida saqlanib qolgan. 14 ta milliy parkning 5 tasi YUNESKO ning jahon xalqlari milliy merosi ro‘yxatiga kiritilgan. Dayving, qoyatoshlarga chiquvchilar, “ronbinzonlar”ning dunyo bo‘yicha eng ko‘p sonlilari bu davlatga tashrif buyurishadi.

## 15.3. Amerika davlatlaridagi ekoturizm

***Amerika Qo‘shma Shtatlari.*** Butunjahon turizm tashkilotining ma’lumotlari bo‘yicha ekoturizmning xalqaro turistik oqimdagi ulushi 12-15% ini tashkil qilib, har yillik o‘sishi 25-30% ni tashkil qilmoqda. AQSh turizmning bu turini birinchilardan bo‘lib rivojlantirishga kirishgan davlat hisoblanadi. Chunki ekoturizmni rivojlantirishni boshlaguncha AQShning iqtisodiyotida turizm sohasi yetakchi yo‘nalishlarga ega bo‘lishga ulgurgan edi. Hozirga kelib, ekoturizm AQShning turizm industriyasida asosiy o‘rinni egallaydi.

AQShning statistika ma’lumotlari bo‘yicha bu davlatga har yili 47 mln. xalqaro turist tashrif buyuradi va “qabul qiluvchi davlatlar” reytingida uchinchi o‘rinni egallaydi. Turizmdan oladigan har yillik daromadi 58,4-55,0 mlrd. dollar. Har yili AQSh aholisidan 53,4-53,5 mln. kishi turistik faoliyat bilan boshqa davlatlarga chiqishadi.

AQShning hududlari kattaligi va asosiy maydonlarining okean va dengizlar bilan o‘ralganligi, tabiiy iqlim, tuproq sharoitlarining qulayligi ekoturizm va rekreatsiyani rivojlantirishga qulay sharoitlar va imkoniyatlar yaratadi. Ayniqsa, milliy parklar, qo‘riqlanadigan va alohida muhofazadagi hududlar maydonlarining ko‘pligi va kattaligi ekoturizm va rekreatsiya turizmini mamlakatning turli tabiiy mintaqalarida rivojlantirish sharoitlarini va imkoniyatlarini yaratadi.

AQShda rekreatsiyali joylar 1500 ta muhofaza qilinadigan 104 mln. gektar hududlarni qamrab olgan. Bu muhofazadagi hududlar muhofaza qilish maqomi bo‘yicha quyidagicha nomlanadi:

1. Qo‘riqxonalar-451 ta;
2. Milliy parklar va shtatlarning milliy parklari-176 ta;
3. Tabiat haykallari-70 ta;
4. Tabiiy rezervatlar-394 ta.

AQShning milliy parklariga nazoratni Ichki ishlar vazirligi tarkibidagi “Milliy parklar xizmati” tashkiloti amalga oshiradi. Shuningdek, milliy parklarni nazorat qilish huquqi xalqaro ekologik tashkilotlar va shtatlarning ma’muriyatlariga ham berilgan. AQShdagi mashhur milliy parklar quyidagilar:

1. Yellouston
2. Yosemit
3. Gleysher
4. Sekvoyya
5. Grand-Kanon

AQShning ushbu qayd qilingan milliy parklari jahondagi eng taniqli va mashhur milliy parklardan hisoblanadi. Yellouston milliy parki o‘zining geyzerlari va vulkanlari bilan har yili millionlab turistlarni jalb qiladi. Yosemit milliy parkidagi 800 metrli sharshara Venesueladagi Anxel va JARdagi Tugel sharsharasidan keyingi uchinchi o‘rinni egallaydi. Sekvoyya milliy parkida balandligi 100 metrgacha va tana aylanasi 8-9 metrgacha osadigan doimiy yashil sekvoyya daraxtlarining eng katta areallari saqlanib, muhofaza qilinadi. Sekvoyyazorlar Gleysher milliy parkida ham bor. Grand-Kanon Kolorado daryosi boylab 170 km ga cho‘zilgan. Har yili bu yerga 5 mln. turist tashrif buyuradi.

AQSh milliy parklar, tabiiy qo‘riqxonalar va tabiiy rezervatsiyalar soni bo‘yicha dunyoda birinchi o‘rinni egallaydi (ikkinchi o‘rinda Kanada davlati). AQShda milliy park tabiat qo‘riqxonalari va rezervatsiyalarning 14 tasi YUNESKOning “Jahon xalqlari milliy merosi” ro‘yxatiga kiritilgan (Rangel-Sent-Elayas, Gavayi Volkeynos, Gleysher, Gleysher-Bey, Grand-Kanon, Greyt-Smoking-Mauntins, Yellouston, Yosemit, Karlsbad gorlari, Mamont gorlari Mesa-Verde,

Olimpik, Redvud, AQSh o‘z tabiati va tabiiy resurslarini birinchilardan bo‘lib muhofaza qilishni va ulardan o‘z aholisining rekreatsiyasini tashkil qilgan davlat hisoblanadi. Dunyodagi birinchi milliy park Yellouston ham 1872-yilda AQShda tashkil qilingan edi. Bu milliy parkiga har yili 3 mln. turist tashrif qilishadi. Dunyoda bir vaqtlar qirilib, oxirgi sonlari qolgan Amerika bizonlarining soni tiklanib, hozirda Yelloustonda 4 ming bosh bizon yashaydi.

***Kanada davlati.*** Kanadada milliy parklarni tashkil qilish 1885-yilda tashkil qilingan Banf milliy parkidan boshlandi. 1990-yillarning o‘rtalarida Kanada davlatida 37 ta yirik milliy parklar tashkil qilingan edi. Bu milliy parklarga hozirgacha 15 mln. ekoturist tashrif qildi. Kanadaning barcha provinsiyalarida tabiiy rezervatlar tashkil qilingan. Bu rezervatlarning vazifalari noyob, sonlari tobora kamayib borayotgan biologik turlarni muhofaza qilish va ko‘paytirishdan iborat. Shuningdek, Kanada milliy tabiiy rezervatlarning ko‘pligi jihatidan ham jahonda birinchi o‘rinni egallaydi, bu milliy tabiiy rezervatlarning soni 1000 ta. Jahon miqyosida milliy parklardagi tabiiy ekotizimlarni saqlab qolish va muhofaza qilishda sardor davlatlardan hisoblangan Kanada davlatida 5 ta dengiz tabiiy qo‘riqxonalari ham tashkil qilingan.

***Argentina.*** Bu davlat o‘z tabiatining haddan tashqari rang-barang, betakror tabiiy ekotizimlari jungli o‘rmonlari va cho‘llari, muzliklari, jahonda mashhur sharsharalari, tog‘lari, hali inson qadami yetmagan tabiiy ekotizimlari, milliy parklari va tabiat qo‘riqxonalari bilan ekoturizmning xilma-xil resurslari bo‘yicha jahonda eng oldingi o‘rinlarni egallaydi. Argentinaning asosiy turistik rekreatsiyali rayonlari Pampa, Patagoniya, And tog‘lari va Janubiy Argentina hisoblanadi.

***Braziliya.*** Bu davlat birinchi navbatda dunyoning eng katta daryosi Amazonka va uning betakror tabiati, dunyoning biror joyida uchramaydigan flora va faunasi, milliy parklarining ko‘pligi bilan mashhur hisoblanadi. Hozirgi vaqtda dunyodagi 7 mo‘jizadan biri hisoblanadigan Iso payg‘ambarga qo‘yilgan haykalning poyiga gul qo‘yish va sig‘inish uchun har yili millionlab turistlar kelishadi.

Dunyodagi eng katta sharsharalar ro‘yxatida turgan-Iguasu sharsharasiga har yili millionlab ekoturistlar tashrif qilishadi. Braziliya

turizm industriyasida ekoturizm yetakchi yo‘nalishni hosil qilgan. Xalqaro ekoturizm jamiyatining ma’lumotlari bo‘yicha Braziliyadagi 7 ta tabiiy landshaftlar YUNESKOning ro‘yxatiga olingan, 2000 ta sohil plyajlari bor, milliy parklari 65 ta. Dunyoga mashhur Patanal qo‘riqxonasida dunyo bo‘yicha eng kam sonlari qolgan alligator, yaguar, kolibri muhofazaga olingan, YUNESKOning ro‘yxatida turadi.

Har yili 2 mln. xalqaro ekoturistlar tashrif buyuradi, ekoturizmning yillik o‘sishi 2014-yilda 14%ni tashkil qildi. Hozirga kelib, alohida muhofazadagi hududlarga 7,3 mln. ekoturist, milliy parklarga 6,6 mln. ekoturist, Dunyoga mashhur Iguasu sharsharasiga va shu nomdagi milliy parkiga 1,6 mln. ekoturist kelib ketadi. Birgina tujurka milliy parkiga 3,1 mln. ekoturist tashrif buyuradi.

***Kosta-Rika.*** Bu davlat Lotin Amerikasida ko‘p yillardan beri ekoturizmda liderlik qilib kelmoqda. Bu davlatda ekoturizmning birinchi ishqibozlari o‘tgan asrning 90-yillaridan paydo bola boshladi. Kosta-Rikaning ekoturizmdagi liderligining bosh sabablari shundan iboratki, qo‘shni davlatlar o‘zlarining iqtisodiyotini tiklash uchun jungli o‘rmonlarini kesib sota boshlaganda bu davlat o‘z hududlaridagi jungli o‘rmonlarini qattiq muhofazaga oldi.

Bu o‘rmonlarda Janubiy Amerikaning ko‘plab davlatlarida yoqolib ketgan hayvonlar va o‘simliklar saqlanib qoldi, bu joylarda ekoturizm infratuzilmalarini tashkil qilib, jahon miqyosida ekoturizm yo‘nalishini maqsadli ravishda, rejali rivojlantirib bordi. Milliy parklar va tabiat qo‘riqxonalari sonini ko‘paytirdi. Bu davlatda ekoturistlar otilib turgan vulkanlarni, bahaybat dengiz toshbaqasini, behisob sharsharalarni, takrorlanmas tabiiy landshaftlarni ko‘rishi mumkin.

***Ekvador.*** Tinch okeani qirg‘oqlarida joylashgan, iqtisodida ekoturizm asosiy sohani tashkil qilgan va ekoturizmda lider davlatlardan hisoblanadi. Bu davlat dunyo ekoturistlariga baland tog‘lardagi milliy parklarini taklif qiladi. Eng muhimi, milliy parklar va tabiat qo‘riqxonalarida ekoturistik so‘qmoqlar, dam olish infratuzilmalari yaratilgan.

Dunyoning mashhur olimi Charlz Darvin tajribalar o‘tkazgan Galapagos orolini reklama qilishi natijasida har yili bu orolning o‘ziga

millionlab turistlar kelishadi. Bu davlatda xalqaro dayving turizmi, ulkan suv toshbaqalarini koʻrsatish mukammal holatlarda tashkil qilingan. Ekoturistlarga daryolardan oltin yuvib olish ham taklif qilinadi va koʻplab ekoturistlar bu davlatda oylab qolib ketishadi.

***Peru.*** Hududlaridagi tropik oʻrmonlari ekotizimlari va bu oʻrmonlardagi noyob biologik resurslari bilan mashhur. Peruning xalqaro turizm va xalqaro ekoturizmdagi eng mashhur resursi bu qadimgi Machu-Pikchu shahridir. Hozirda bu qadimiy tosh shahar dunyoning 7 moʻjizasi roʻyxatiga kiritilgan. Naska cholida chizilgan qadimiy ulkan rasmlar hozirgacha insoniyatni hayratga solib kelmoqda.

### *Mavzuni oʻzlashtirish uchun savollar:*

1. Islandiya davlatini nima uchun “Geyzerlar vatani” deyishadi?
2. Germaniya ekoturizm boshqa davlatlardagi ekoturizmdan nimalar bilan farqlanadi?
3. Yevropada ekoturizm rivojlangan davlatlarni sanab bering.
4. AQSh va Kanada davlatlarini nima uchun ekoturizmda lider davlatlar deyishadi?
5. Nepalda qanday xalqaro ekoturistik obyektlar bor?

# XVI BOB. XALQARO QISHLOQ TURIZMINING RIVOJLANISHI

***Tayanch so‘zlar:*** qishloq turizmi, agroturizm, alternativa, qo‘shimcha ixtisoslik, kreditlar, dotasiyalar, Lider dasturi.

## 16.1. Xalqaro qishloq turizmining shakllanishi

XX asrning ikkinchi yarmida atrof-muhitni toza saqlab qolish va tabiiy resurslaridan oqilona foydalanish, muhofaza qilish, sayyoraviy muammolarga aylanib ketganligi ma’lum bo‘ldi. Shu bilan birga insoniyat ning tarixiy, madaniy merosini saqlash ham sayyoraviy chegaralarda kun tartibiga chiqdi. Ushbu dolzarb muammolar natijasida jahonda qishloq turizmi o‘zining rivojlanish bosqichini boshladi[33].

Hozirga kelib, Yevropa davlatlarida qishloq turizmidagi turistlarning oqimi 60 mln. turistni tashkil qilmoqda. Fransiya, Germaniya, Angliya, Italiya davlatlarida qishloq turizmi xizmatlarini ishlab chiqaruvchi 10 minglab turistik firmalar va turistik tashkilotlar muvaffaqiyat bilan ishlashmoqda. Biz mamlakatimizda qishloq turizmining mohiyati, maqsadi va vazifalarini tadqiq qilishga endigina kirishyapmiz.

Jahonda qishloq turizmiga har bir davlatlar o‘zlaridagi imkoniyatlariga qarab har xil mazmunda qaramoqda. Masalan, Angliyada aholisi 7000 kishilik qishloqlarni qishloq turizmini rivojlantirish rejasiga kiritishadi, Avstriyada bu sonlik aholisi bo‘lgan qishloqlarni shahar turizmini rivojlantirish rejalariga qo‘shishadi. Shuningdek, qishloq turizmini, agroturizmni Rossiyalik olimlar ekologik turizmning tarmog‘i deb bilishadi. Yevropa davlatlarida aksincha agroturizm-dehqonchilik bilan bog‘liq turizm, ekologik turizm esa tabiat bag‘rida bo‘lish va uni muhofaza qilishga ko‘maklashish deb belgilangan.

Vatanimizda qishloq joylardagi resurslaridan turistik maqsadlarda foydalanishni majmuali tashkil qilish qulayligini hisobga olib yuqorida

[33] Tourism. Development and Growth: the challenge of sustainability. London. 1998. 246 p. //Rural Tourism: Working for the Countryside. London.Countryside Agensi. 2000. 151 p.// Birjakov M.B., Novikova O.A. Istoricheskiye predposilki derevenskogo turizma. Turisticheskiye firmi, 2002, № 28.

keltirilgan turizm turlarini jamlagan holda qishloq turizmi deb atasak, bu turizmni rivojlantirish dasturlarini ishlab chiqish ancha oson kechadi. Shuning uchun ham, qishloq turizmini tashkil qilishdagi muammolarni o‘rganishdan oldin, dastavval qishloq turizmining mohiyatini, maqsadi va vazifalarini belgilab olishimiz lozim bo‘ladi.

Jahondagi ko‘plab davlatlarda «Qishloq joylardagi turizm» atamasi ham bor va ular qishloqlardagi turizm resurslariga bog‘liq holda turistik infratuzilmalarni yaratadilar. Bu holat ularda qishloq turizmining juda rivojlanganligini va ayrim-ayrim yo‘nalishlarni hosil qilganligini ko‘rsatadi. Biz uchun eng muhimi, qishloq turizmini rivojlantirish mamlakatimizda ichki turizmni rivojlantirish asoslari ekanligini anglab olishimizdir. Ma’lumki, ichki turizm Butunjahon turizm tashkilotining tasnifi bo‘yicha bir mamlakat aholisining o‘z davlati hududlaridagi turistik faoliyati deb belgilangan.

Qishloqlardagi turistik resurslari ichki turizmning asosiy obyektlari hisoblanadi. Shuning uchun ham AQSh, Kanada, Angliya, Fransiya, Germaniya, Ispaniya kabi davlatlar dastlab (o‘tgan asrning 70-yillaridan) o‘z davlatlarida ichki turizmni rivojlantirganlar, butun aholini yangi ijtimoiy-iqtisodiy sohaga turizm jarayonlariga ko‘p yillar davomida tayyorlaganlar. Shu tariqa turizmdagi tadbirkorlik ayniqsa, qishloq turizmidagi tadbirkorlik kuchayib ketgan. Lekin biz, ko‘proq holatlarda ichki turizmni ham xalqaro turizmni ham tarixiy obidalari bor shaharlarga sayohat deb tushunmoqdamiz.

Respublikamizda qishloq turizmini rivojlantirish zarurligining eng asosiy, dolzarb yana bir masalasini shahar aholisining qishloqlardadam olishini tashkil qilish deb tushunishimiz lozim. Qayd qilganimizdek, dunyoda qishloq turizmini rivojlantirish orqali ichki turizmni so‘ngra xalqaro turizmni rivojlantirgan va jahon turizmida «lider» o‘rinlarni egallab kelayotgan AQSh, Kanada, Fransiya, Angliya, Germaniya, Italiya, Avstraliya va Ispaniya davlatlari jahon turizmidagi hozirgi mavqelariga dastlab qishloq turizmini rivojlantirish orqali erishdilar.

G‘arbiy Yevropaning barcha davlatlari ham qishloq turizmini jadal rivojlantirishmoqda. Sharqiy Yevropa davlatlari ko‘p yillar sobiq

sovetlar ta’sirida bo‘lganligidan qishloq turizmini ishlab chiqish dasturlarini tuzata olmadilar.

Yevropadagi mamlakatlardagi qishloq turizmidagi turistik talab va takliflarning o‘sishi istiqbollarini tahlil qilganimizdan ma’lum bo‘ladiki, bu davlatlardagi 30 % shahar aholisi aynan qishloqlarda dam olish ham qishki mahsulotlarni g‘amlash orqali qishloq turizmini kuchli rivojlantirishning maqsadli yo‘nalish ekanligidan dalolat beradi. Qishloq turizmini rivojlantirishda jahonning ko‘plab davlatlari Yevropa modellaridan, dasturlaridan, strategik rejalaridan nusxa olmoqdalar. Chunki, hozirda qishloq turizmi faqat Yevropa davlatlarida barqaror rivojlanmoqda.

Mamlakatimizda qishloq turizmini rivojlantirishda xalqaro modellar, tan olingan texnologiyalar va strategik rejalarni qo‘llash masalasini tahlil qilganimizda shunday xulosa kelib chiqadiki, ushbu modellar, texnologiyalar va strategik rejalarda biron bir qoyil qiladigan yoki hayratga tushadigan tomonlari yoq. Bu texnologiyalar va strategik rejalarda belgilangan jarayonlar va voqeliklar, tashkiliy jihatlarni hech qiynalmasdan tashkil qilishimiz ham, bajarishimiz ham mumkin.

Bu sohada eng muhimi ijtimoiy-iqtisodiy hayotimizda ijobiy o‘zgarishlar yaratadigan ushbu muhim sohani tashkil qilish va rivojlantirish rejalari, dasturlarini ishlab chiqish jarayonlarini boshlashimiz kerak. Yevropa davlatlarining qishloq turizmi o‘tgan asrimizning davomida hozirgi taroqqiyotiga erishgan. Qishloq turizmini tashkil qilishda 1970-yillarda dastlab Fransiyaning «Turizm va qishloq joylarni rivojlantirish agentligi», Avstriyada Avstriya fermerlik turizmi asosiysi», 1990-yilda Yevropa Ittifoqining “Qishloq joylarni majmuali rivojlantirish Umum Yevropa «Lider» dasturi» tashkilotlari muvaffaqiyat bilan ishlab kelmoqda.

XX asrning ikkinchi yarmidan insoniyatning tarixiy-madaniy boyligi va tabiat resurslarini asrab-avaylashning muhimligi keng jahonda e’tirof etila boshladi. Natijada qishloq turizmi jadal suratlar bilan rivojlana boshlandi. Hozirda esa odamlarning (turistlarning) mahalliy aholi bilan tanishuv va muloqotga kirishi, do‘stlashuvi, qishloq hayoti bilan hamnafas bo‘lish, qishloq xo‘jalik ishlari bilan shug‘ullanish,

qishloq tabiati bag‘rida dam olish, sport bilan shug‘ullanish turizmda qishloq turizmining imkoniyatlari katta ekanligini isbotladi.

So‘nggi yillarda esa qishloq turizmining ko‘p faoliyatligi natijasida dunyoda uning ommaviylashuvi yildan-yilga kuchayib bormoqda. Yevropada qishloq turizmining turistlari XX asrning oxirida 60 mln.ga yetdi. Germaniya, Fransiya, Italiya, Angliya davlatlarida minglab turistik firmalar qishloq turizmi bilan shug‘ullanadilar.

Shuningdek, qishloq turizmining rivojlana borishi bilan bu turizm turiga ta’rif berish hozirgacha davom etib kelmoqda. Qishloq turizmining tadqiqotchilari har bir mamlakatda (o‘z mamlakatida) qishloq turizmiga o‘z turizmi rivojlanishi sharoitlariga qarab baho, ta’rif va tavsif berib kelmoqdalar, ko‘plab tadqiqotchilar “qishloq joylardagi turizm” bilan “qishloq turizmi”ni almashtirib kelmoqdalar.

Keltirilgan ma’lumotlar bo‘yicha qishloq turizmi ekoturizmning bir tarmog‘iga to‘g‘ri kelmoqda. Shuningdek, qishloq turizmini ko‘p davlatlarda agroturizm deb ham atashadi. Fransiyada, Buyuk Britaniyada, Germaniyada, Italiyada qishloq turizmi, Avstriya, Ruminiya, Avstraliyada ekoturizm, AQSh, Kanada va Afrika davlatlarida ekoturizm va h.k. Shuning uchun ham qishloq turizmining mohiyatini ko‘plab davlatlarda har xil tushunishadi. Shu bilan birga e’tibor berish kerakki, dunyo davlatlarida turizmdagi atamalar hozirgacha bir tizimga tushirilgan emas. Agar e’tibor qilsak, turizm turlarining nomlarini ham turlicha tushunishimiz mumkin. Bu turli tushunishlarga aniqlik kiritish talab qilinmoqda. Masalan qishloq bilan bog‘liq turizm qishloq turizmi deb ataladi va “Qishloq joylardagi turizm” esa butunlay boshqa ma’no bildiradi.

Shuningdek, agroturizm qishloq joylardagi dehqonchilikni bildiradi. Agar bu qishloq turizmining o‘rniga “Qishloq joylardagi turizm” desak ko‘p jihatlar ma’lum bo‘ladi. Chunki qishloq turizmining ichida agroturizm ham bor. Xalqaro turizm adabiyotlarida ham shunday chalkashliklar bor bo‘sada, biz hozircha “Agroturizm”ni ham “Qishloq joylardagi turizmni” ham birga qo‘shib “Qishloq turizmi” deb atasak to‘g‘ri bo‘ladi.

Qishloq turizmi rivojlana borgani sari albatta uning sohalari yoki yo‘nalishlari (agroturizm) alohida tarmoqlarga ajralib ketadi. Chunki, qishloq turizmi turizmdagi ko‘plab turlarni o‘zida qamrab olgan. Masalan, ekologik turizmning asosiy resurslari qishloqlarda joylashgan, lekin biz tabiatga sayohatni ekoturizm deb ataymiz, dehqonchilikka qiziqishni esa agroturizm deymiz. Qishloq turizmining mohiyatiga baho bermaganligimiz, mazmuniga tushunmaganligimizning bosh sababi qishloq turizmi tadqiqotlarini boshlamaganimiz hisoblanadi. Xuddi shuningdek, qishloq turizmining ichki turizmning asosi ekanligini ham hozirgacha anglab yetganimiz yoq.

Markaziy Yevropa qishloq turizmining beshigi hisoblanadi. Fransiya, Buyuk Britaniya, Germaniya bu uchala mamlakat Yevropada birinchilardan bo‘lib qishloq turizmini rivojlantirishga kirishgan davlatlar hisoblanadi. Fransiya davlatining qishloq turizmi mamlakat sharqida va janubida kuchli rivojlangan, g‘arbida kuchsizroq rivojlangan. Bu holatning asosiy sababi Fransiyalik tadbirkorlarning qishloqlarning tabiiy iqlim xususiyatlarini hisobga olganligidandir. Sharqda qishloq turizmi rivojlanganing asosiy sababi bu joylarda tog‘ tizimlarining ko‘pligi hisoblanadi (Fransiya Alpi, Vogeza tog‘lari, Yura tog‘lari) va Shveysariya, Italiya, Germaniya, Belgiya va Lyuksemburg davlatlari bilan chegaradoshligidir. Bu davlatlardan Fransiyaga qishloq turizmi turistik oqim ancha kuchli hisoblanadi.

Fransiyaning janubi esa plyaj-cho‘milish zonalari bilan mashhurdir va vinochilik rayonlari ham aynan janubiy rayonlarida.

Sharqda iqlim xususiyatlarining noqulayligi uchun qishloq turizmi kuchsiz rivojlangan. Lekin, davlat ushbu rayonlar uchun ham qishloq turizmini rivojlantirish strategiyasini ishlab bergan. Bu strategik reja bo‘yicha sharqdagi qishloq turizmi davlat mablag‘lari tomonidan kuchli ravishda qo‘llab quvvatlanadi.

Germaniyada ham qishloq turizmi bir tekis emas. Bu mamlakatda qishloq turizmi boy rayonlarda kuchli rivojlangan. Chunki Germaniya davlati ham, mamlakatdagi boy rayonlar ham qishloq turizmini rivojlantirish uchun katta mablag‘lar ajratadi. Sobiq Germaniya Demokratik Respublikasi hududlarida ham qishloq turizmi g‘arbdagi

hamshaharlari tajribalari hisobiga asta-sekinlik bilan rivojlanib bormoqda.

Buyuk Britaniyada qishloq turizmi asosan janubda yaxshi rivojlangan. Buning asosiy sabablari katta shaharlar va poytaxtning janubda joylashganligi bilan izohlanadi. Ikkinchi sabab janubdagi qishloqlarda qadimgi madaniyat qoldiqlarining yo‘qligidir. Britaniya davlati ham qaysi rayonlaridagi qishloqlarda turistik oqimni tashkil qilish imkoniyatlari ko‘p bo‘lsa, o‘sha rayonlarga yengil foizli kreditlarni ko‘p ajratadilar.

Shimoliy Yevropa davlatlaridagi qishloq turizmi qattiq tabiiy iqlim sharoitlariga moslashgan. Daniya davlatining qishloq turizmi Yevropa davlatlari uchun etalon hisoblanadi. Shimoliy Yevropa davlatlaridagi qishloq turizmi qish mavsumlarida shaharliklarning qishloqlarga kelib chang‘i sporti bilan dam olishiga asoslangan.

## 16.2. Qishloq turizmini rivojlantirishning xalqaro modellari va dasturlari

Jahonda qishloq turizmini tashkil qilishning ancha mukammal modellari Yevropa davlatlarida ishlab chiqilgan. Bu modellar deyarli biri-biriga o‘xshamaydi. Eng muhimi, quyida qayd qilingan modellar hozirda Yevropa davlatlarida muvaffaqiyat bilan ishlamoqda va jahondagi ko‘plab davlatlar bu modellar asosida o‘z mamlakatlarida qishloq turizmini rivojlantirmoqdalar.

***Britaniya modelida*** asosan qishloq turizmida turistlarni joylashtirishga ko‘proq e’tibor berilgan. Boshqa jihatlar esa Yevropadagi davlatlar tajribasidan olingan hisoblanadi.

Turistlarning ommaviylashgan, ular yaxshi ko‘radigan yashash tarzi 3 tipga bo‘linadi:

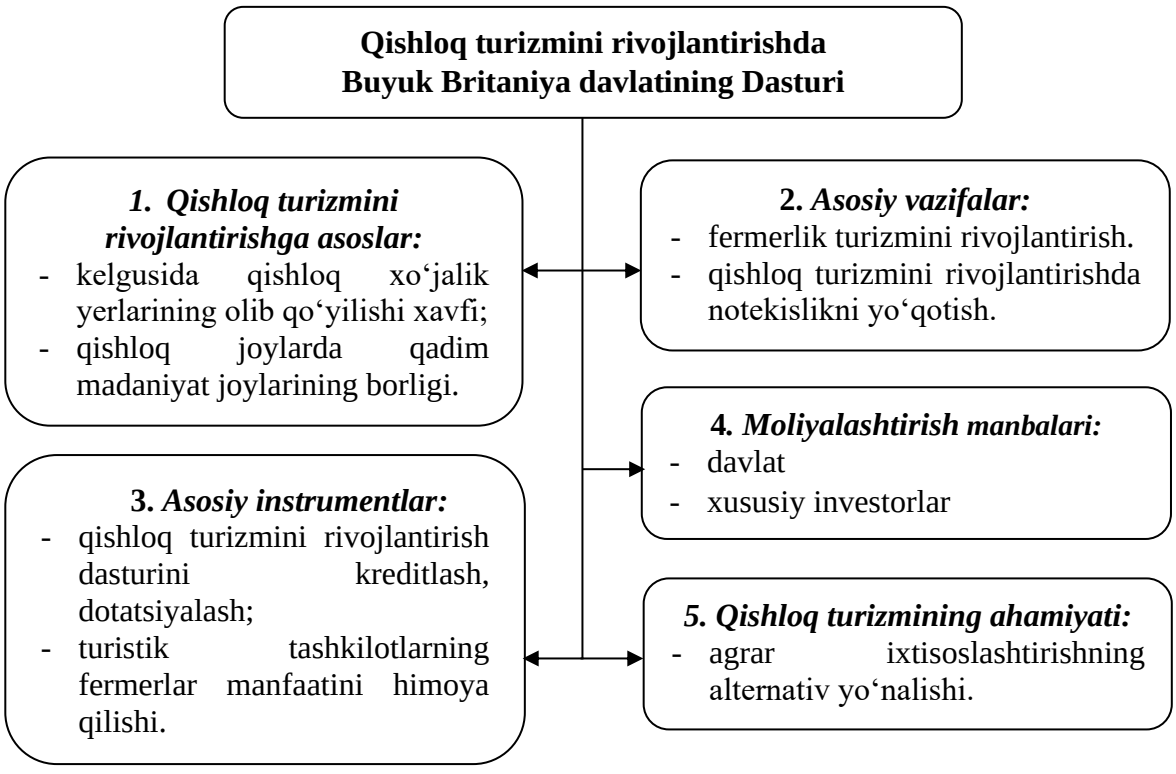
1. Fermerning uyida yashash va uning oilasi bilan faqat nonushta qilish. Bu sharoitda fermer bilan, uning oila a’zolari bilan do‘stona aloqalarni boshlash imkoniyatlari, sharoitlari yuzaga keladi;

2. Alohida binoda qisman qulaylik sharoitida o‘z-o‘ziga xizmat qilish bilan yashash;

3. Atroflari o‘ralgan, o‘rtacha 8-15 turistni joylashtiradigan binoda, o‘z-o‘ziga xizmat qiladigan sharoitda yashash.

Uchinchi variant Britaniya modelida juda daromadli hisoblanadi. Bir kunlik tunash har bir turist uchun 10 yevro miqdorida. Bu variantning daromadliligining asosiy sababi yoshlarga va guruhlarga mo‘ljallanganligidadir. Bu sharoitni o‘quvchilar va ayniqsa, talabalar ma’qul ko‘rishadi. Shu bilan birga Britaniya modelida qishloqda joylashishning 3 xil darajasi bor: lyuks-boylar uchun maxsus qurilgan uylar; o‘rtacha boylar uchun maxsus qurilgan hovli va yuqoridagi 3 ta sharoitli yashash tarzi.

Britaniya modelida yana bir muhim xizmatlar borki, qishloqlardagi tadbirkorlar turistlar uchun mahalliy ahamiyatga ega bo‘lgan milliy va sport o‘yinlari, bolalar uchun poni (pakana) otda sayr, otlarda sayr, golf o‘yinlarini tashkil qilishadi. Shuning uchun ham shaharliklar bahor va yoz oylarida qishloqlarga shoshilishadilar.




***16.1-rasm. Qishloq turizmini rivojlantirishning Buyuk Britaniya Dasturi***

Britaniya modelidagi yana bir muhim jihatlar shundan iboratki, ota-onalar bolalarini ekologik madaniyat, bilim ruhida tarbiyalash uchun

ham bolalarini qishloqlarga olib borishadilar va qishloq tadbirkorlari maxsus tayyorlangan maydonchalarda (og‘il, molxona) chorva mollarining bir-ikki oylik uloqchalar, buzoqchalar, qo‘zichoqlar bilan birga o‘ynashadi, quyonlarga, qushlarga ovqat va don berishadi. Bu jarayonlarda bolalarda hayvon va parrandalarga mehr tuyg‘ulari hosil bo‘ladi.

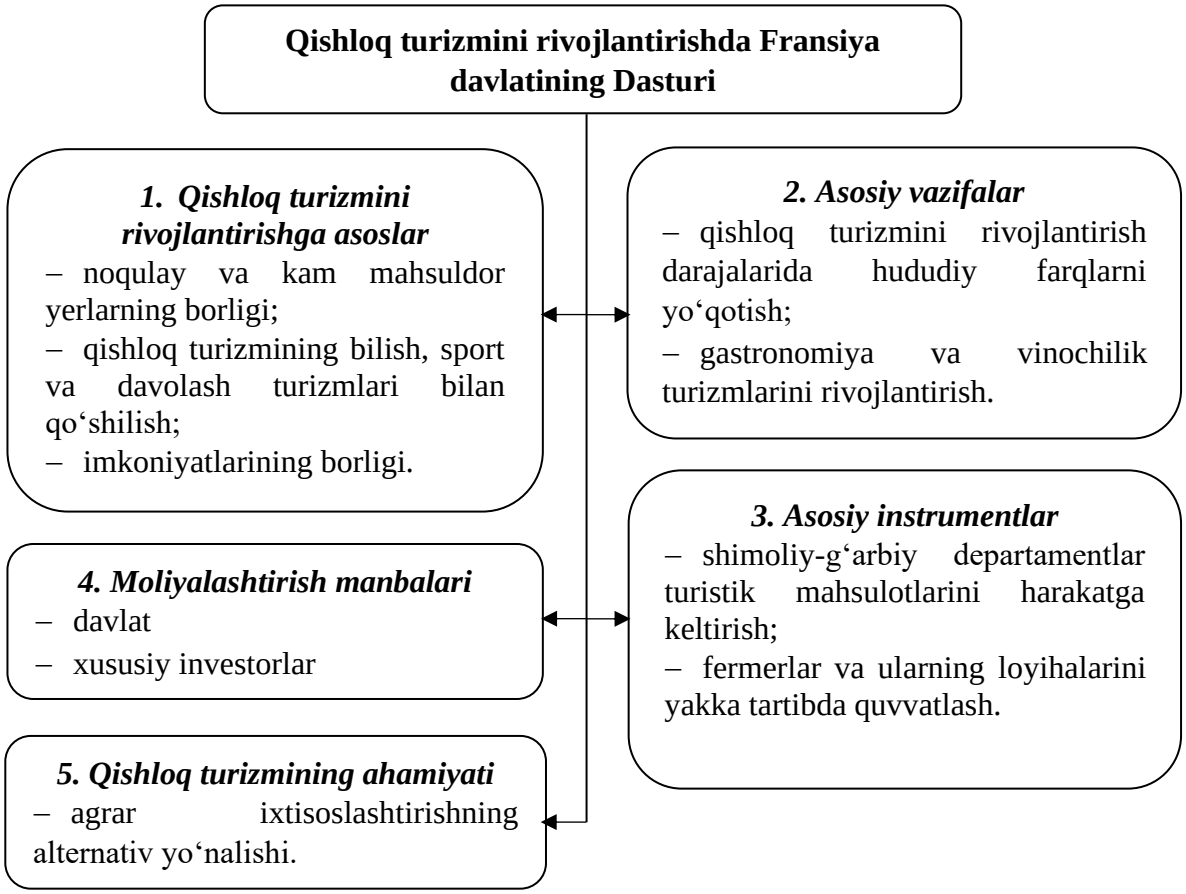
***Fransiya modeli.*** Fransiya jahonda qishloq turizmini rivojlantirgan birinchi mamlakat hisoblanadi. Bu davlat XX asrning o‘rtalarida qishloq turizmini rivojlantirishning davlat dasturini ishlab chiqilgan edi. Hozirga kelib qishloq turizmi Fransiyaning barcha departamentlarida yaxshi tashkil qilingan. Fransiya modelida qishloq turizmi ancha murakkab va maxsus ixtisoslashtirilgan hisoblanadi.

Mamlakatning janubidagi qishloq cho‘milish, plyaj turizmi infratuzilmalari yetarli darajada yaratilgan. Bu qishloqlarda turistlar uchun maxsus kottej uylari qurilgan. Markaziy rayonlarda agroturizm yaxshi rivojlangan. Bu yerdagi qishloqlarda turistlar uchun kichik uylar barcha sharoitlari bilan turistlarning ixtiyoriga beriladi. Chunki, faranglar ovqatni o‘zlari tayyorlashni xush ko‘rishadi.

Fransiya vino va gastronomiya turizmi bo‘yicha ham jahonda oldingi o‘rinlarda turadi. Bu turizmda asosan boy turistlar dam olishadi. Ular qishloq uylarda joylashib kuniga uch mahal (to‘liq pansion) ovqatga buyurtmalar berishadi va bu ovqatlarning tayyorlanish jarayonlariga qatnashadilar. “Vino turizmi” shaharlik faranglarning eng yaxshi ko‘rgan qishloq xo‘jalik turizmi yo‘nalishiga kiradi. Ma’lumki, faranglar eng ko‘p vino ichadigan xalqlardir. Vino turizmidagi turistlar vinoning ta’mini sinab ko‘rishga qatnashadilar, shampan vinosidagi farqni bilish uchun ko‘plab vinochilik xo‘jaliklariga borishadilar, vino tayyorlashni o‘rganishadilar, vinoni mehmonlarga uzatishni mashq qilishadi, vinoning navlarini to‘plab uylariga olib ketishadilar.

Ko‘plab turistlar qadimiy qalalar, tarixiy ibodatxonalar, arxeologik topilmalar joylashgan qishloqlarda hafta yoki o‘n kunlab qolib ketishadi. Ular qishloq uylarida joylashib kuni bilan piyoda sayrga chiqishadi, ibodatxonalar, tarixiy joylarni o‘rganishadi va ovqatlantirishga to‘liq haq

to‘lashadi, o‘zlari ovqat tayyorlashmaydi. Alp tog‘laridagi qishloqlar esa asosan chang‘i sporti havaskorlariga turistik xizmatlar ko‘rsatishadi.

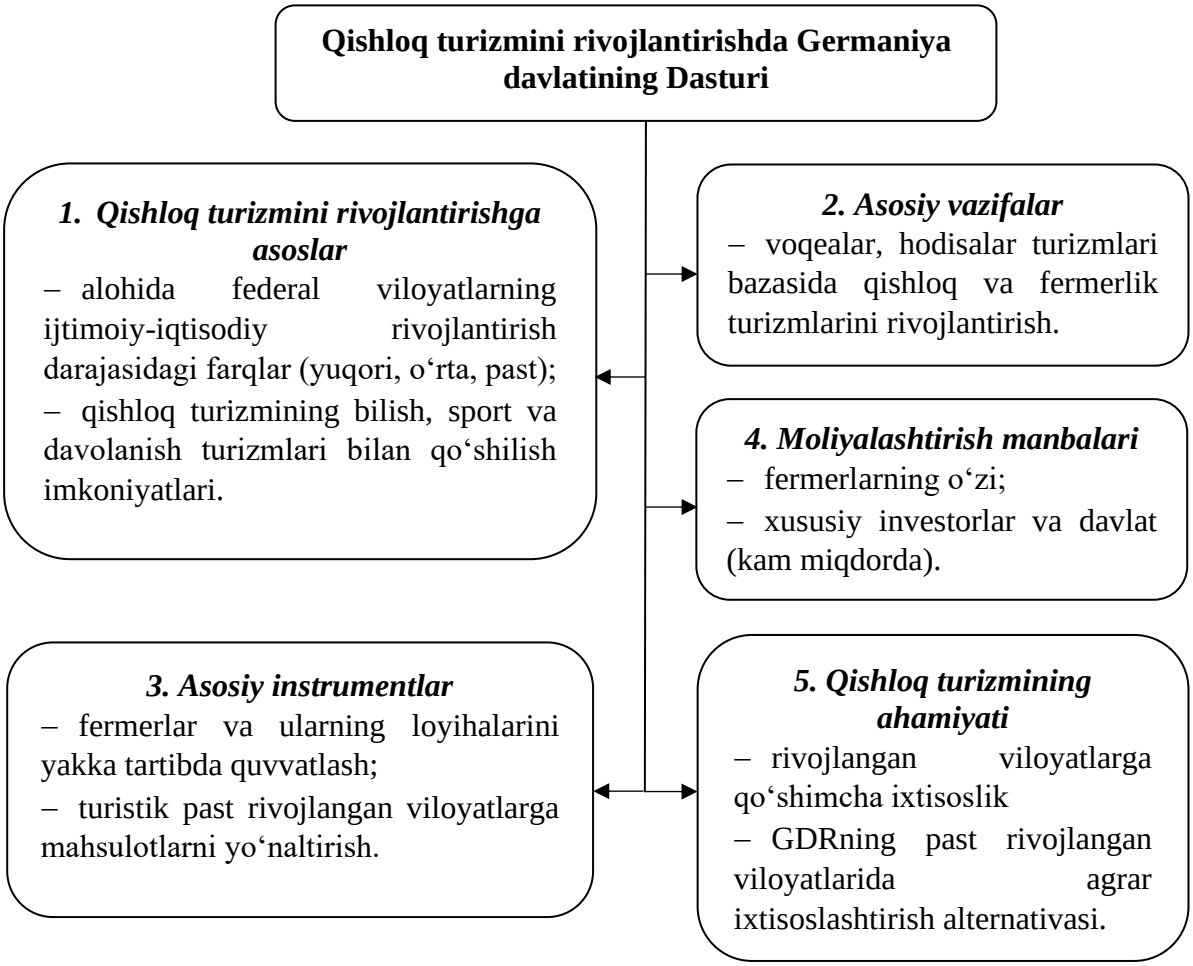



*16.2-rasm. Qishloq turizmini rivojlantirishning Fransiya Dasturi*

***Germaniya modeli.*** Germaniyada qishloq turizmini fermer turizmi deb nomlashadi. Tabiiylikka intilgan nemislar imkoni boricha qishloqlardagi eski uylarda yashashga intiladilar. Shuning uchun ham nemislar qishloqlarda zamonaviy qulayliklarga ega bo‘lgan uylarni qishloqlarda qurishmaydilar. Nemis turistlari qishloqlarda dam olishda yerda ishlash, hayvonlarni boqish, madaniy o‘tirishlar, suhbatlar va baliq ovlashga qiziqishadi.

Qishloq turizmi tashkilotchilari asosan yozgi ta’til mavsumidagi to‘g‘ri keladigan xalqning milliy bayramlari, milliy folklor festivallariga moslab turmahsulot tayyorlashadi, qishloqlarda xalqaro ko‘rgazmalar ko‘plab tashkil qilinadi. Masalan, “Oktoberfast” bayramiga jahonning deyarli barcha mamlakatlaridan 6 mln. turistlar kelishadi. Shuningdek,

nemis qishloqlarida 100 yillab o‘z tarkibini o‘zgartmasdan tayyorlanayotgan pivo ichimligi bayramlari ham ko‘plab uyushtiriladi.



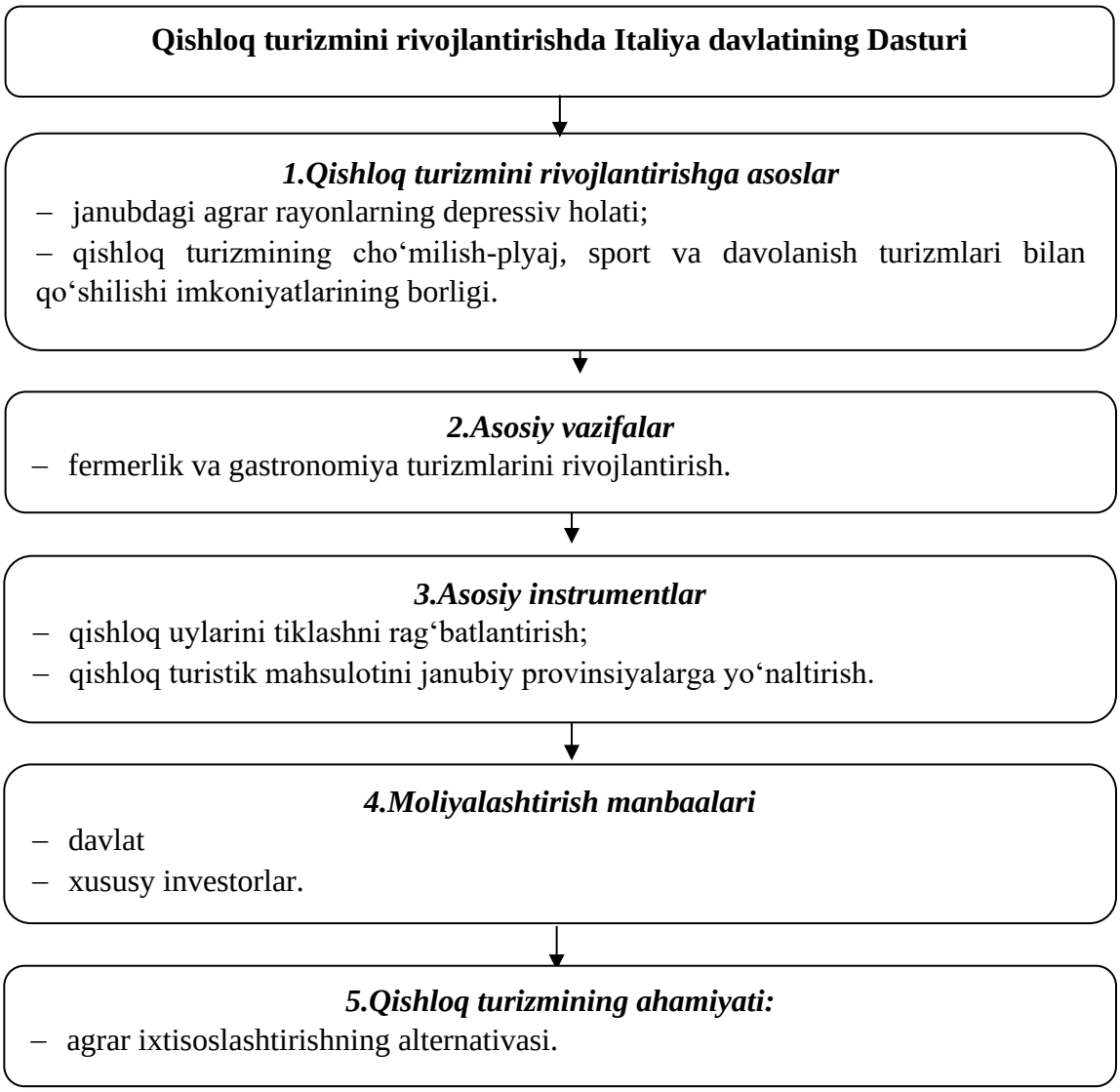

***16.3-rasm. Qishloq turizmini rivojlantirishning Germaniya Dasturi***

***Italiya modeli.*** Italiyada qishloq turizmi ko‘pincha dehqon turizmi deb ataladi va turistik dasturlar asosan 3 mavzuda tuziladi va ishlab chiqiladi:

1. Tabiat va sog‘lik;
2. An’anaviy gastronomiya;
3. Sport

Qayd qilingan tur mahsulotlar ishlab chiqilgan maxsus, ixtisoslashgan qishloqlar bor. Masalan, Kiyani, Umbriya va Sisiliya provinsiyalari faqat “tabiat va sog‘liq” yo‘nalishiga moyil turistlarni qabul qilishadi. Vinochilik turizmi ham xuddi Fransiyadagidek, turistlar vino tayyorlash uchun bog‘bonga yordam beradi, bog‘bon esa ish

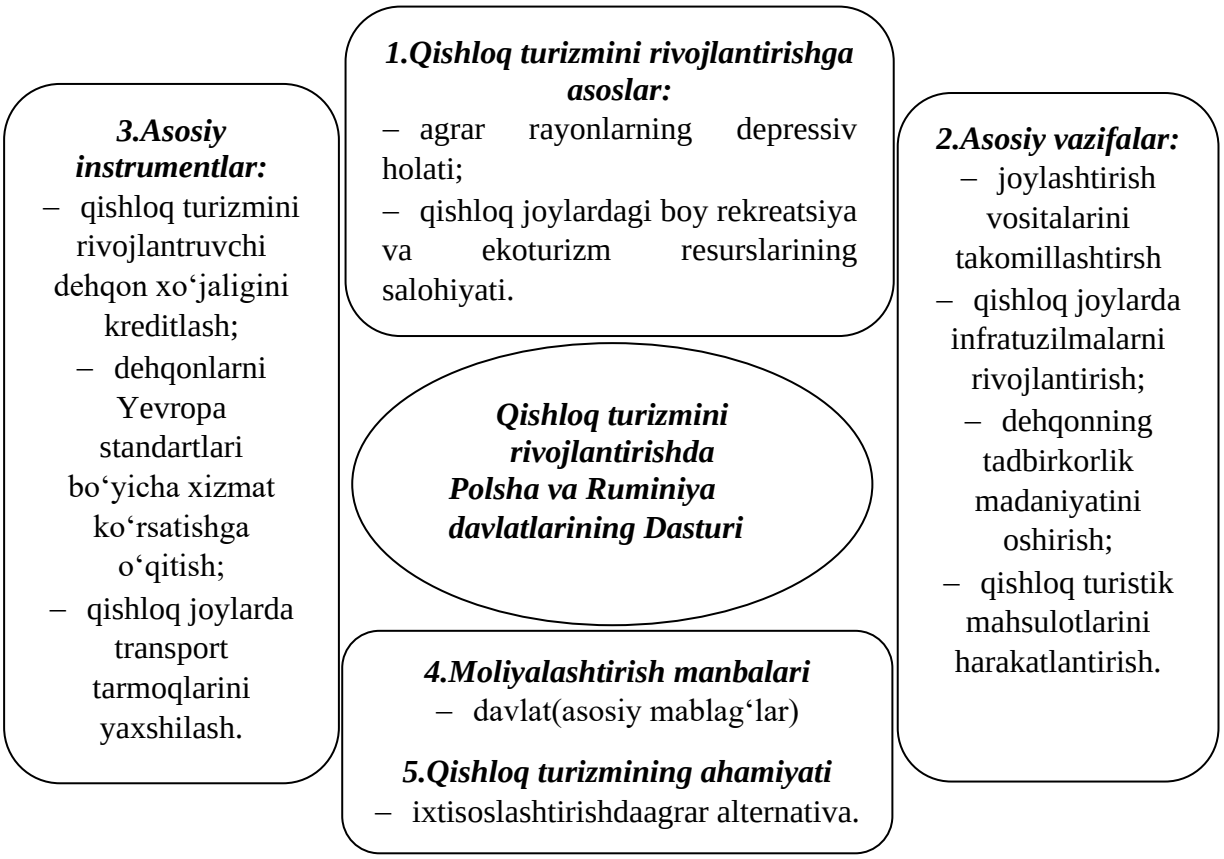
haqqiga uzum beradi va uzumni achitish jarayoni, uzumning vinoga aylanish texnologiyasini o‘rgatadi va boshqalar.




## *16.4-rasm. Qishloq turizmini rivojlantirishning Italiya Dasturi*

Dengiz yoqasiga asosan baliq ovlashga chiquvchi turistlar, Abruppoga zaytun yog‘iga qiziquvchi turistlar tashrif qilishadi. Qishloq turizmida joylashish vositalarini tanlash tarkibi quyidagicha: apartamentlarda-44%, xona apartamentlarda-22%, faqat xonalarda-4 %. Italiyaliklarning dunyoning gastronomiya turizmida yetakchilik qilishining bosh sababi ham bu davlatga keluvchi turistlarni ota ustachilik bilan qishloq turizmiga jalb qilishidir. Bunda ularning xalqaro turistlarga qishloqlarida noyob, qadimiy taomlarning saqlanib

qolganligi, bu taomlarning shifobaxshligi haqidagi reklamalari juda samarali chiqmoqda.




***16.5-rasm. Qishloq turizmini rivojlantirishning Polsha va Ruminiya dasturi***

Qishloq turizmini rivojlantirishda asosan Yevropa davlatlaridagi modellarni keltirishimizning asosiy sababi shundan iboratki, dunyodagi ko‘plab mamlakatlar o‘zlarida qishloq turizmini rivojlantirish uchun hozirda asosan qayd qilingan modellarni joriy qilishmoqdalar. Eng muhimi shundaki, Yevropa davlatlari qishloq turizmini rivojlantirish uchun hamkorlikda “Qishloq turizmini rivojlantirish strategiyasi va dasturi”, “Qishloq turizmi bozorida takliflar va talablarning o‘zgarish istiqbollari”ni ishlab chiqdilar. Ushbu hamkor dasturlar asosida Buyuk Britaniya davlati har yili qishloq turizmida 250 minggacha mavsumiy va doimiy ish o‘rinlarini tashkil qilmoqda.

Qishloq turizmini rivojlantirishda jahonning ko‘plab davlatlari Yevropa modelidan, dasturlaridan, strategik rejalaridan nusxa

olmoqdalar. Chunki, hozirda qishloq turizmi faqat Yevropa davlatlarida mukammal, barqaror rivojlanmoqda. Yevropa hamkorligi natijasida 1990-yilda qishloq turizmini rivojlantirish maqsadida “Umumevropa “Lider” dasturini” ishlab chiqdilar.

Dasturning loyihalari “Yevropa Ittifoqi” fondidan loyihalashtiradi. Dastur loyihalari bo‘yicha Yevropadagi davlatlarning 2000 ta mintaqalarida qishloq turizmi maqsadli strategik reja bo‘yicha rivojlantiradi. Hozirga kelib ma’lumki, Yevropa davlatlari qishloq turizmini rivojlantirish va undan daromadlar olish bo‘yicha jahondagi mamlakatlar ichida yetakchi o‘rinlarni egallab kelmoqdalar[34]:

Yevropa davlatlari qishloq turizmini rivojlantirishda yagona dasturga, o‘zaro hamkorlik va ishlab chiqarish dasturiga ega ekanligini ko‘ramiz.

***Qishloq turizmini rivojlantirishda Avstriya davlatining dasturi***

*1.Qishloq turizmini rivojlantirishga asoslar:*

- qishloq turizmining bilish, sport, davolanish turizmlari bilan qo‘shilishi imkoniyatlarining borligi.

*2.Asosiy vazifalar:*

- fermerlar turizmini rivojlantirish;
- qishloq va fermerlar daromadini oshirish.

*3.Asosiy qurollar:*

- qishloq turizmini rivojlantirish bo‘yicha ixtisoslashgan tashkilotlar faoliyatini muvofiqlashtirish;
- soliqlar qarzdorligini pasaytirish.

*4.Moliyalashtirish manbalari:*

- fermerlarning o‘zlari va xususiy investorlar.

*5.Qishloq turizmining ahamiyati:*

- agrar rayonlarni qo‘shimcha yo‘nalishlarga ixtisoslashtirish.

Qayd qilinganlardan xulosa qilish mumkinki, mamlakatimizda qishloq turizmini rivojlantirishda Yevropa davlatlarining dasturlarini, dasturlarga kiritilgan rejalarni, modellarini yaxshi o‘rganishimiz, bu modellardan viloyatlarimizdagi qaysi qishloqlarimizda foydalanish

[34] Kirstges T. Sanfter Tourismus. R.Oldenbourg Verlag, Munchen - Wien, 1992, -234

imkoniyatlarining mavjudligini, kutiladigan natijalarni, foydalanishning tashkiliy-iqtisodiy tarkiblarini o‘rganishimiz hamda qishloq turizmini rivojlantirish Dasturini ishlab chiqishimiz kerak bo‘ladi.

### *Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*

1. O‘zbekistonda qishloq turizmini rivojlantirishning maqsadi va vazifalari nimalardan iborat?
2. Qishloq turizmini birinchilardan bo‘lib rivojlantirgan mamlakatlar haqida taqdimot tayyorlang.
3. Nima uchun Yevropadagi davlatlar qishloq turizmini rivojlantirishni o‘tgan asrning 60-yillaridan boshlashdi?
4. Yevropa davlatlarining qishloq turizmini rivojlantirish dasturlari haqida taqdimot tayyorlang.
5. Yevropa davlatlaridagi qishloq turizmini rivojlantirish dasturlarining qaysi biridan O‘zbekistonda foydalanishimiz mumkin?

# XVII BOB. XALQARO GASTRONOMIYA TURIZMINING RIVOJLANISHI

***Tayanch so‘zlar:*** gastronomiya, kulinariya, taom, marakalar, ramazon oyi, manifest, festival, sayil, rancho, gurmanlar.

## 17.1. Xalqaro gastronomiya turizmining shakllanishi

Gastronomiya turizmi-mamlakatlardagi aholining milliy oshxonasi bilan tanishish, gastronomiya bilan bog‘liq tadbirlarni ko‘rish va unda ishtirok etish maqsadida o‘zi tanlagan joyga (mamlakatga) sayohatga chiqish hisoblanadi. Gastronomiya turizmi ixlosmandlari nafaqat boshqa davlatlardagi xalqlarning taomlariga qiziqishadi, ular ushbu taomlarning tayyorlanishi, qanday masalliqlar qo‘shilishi, hazm bo‘lishi, foydaliligi, shifobaxshlikligi va taomlarning boshqa xususiyatlariga ham qiziqadigan turistlar hisoblanadi, ularni gastroturistlar deb atashadi.

So‘nggi yillarda gastronomiya turizmi turizmning innovatsion sohasida o‘zining jadal rivojlanishini boshlamoqda. Turizmga globallashuv jarayoni katta ta’sir qilayotganligi ma’lum. Insonlarda hududiy turizmning jozibadorligiga, hududlarning madaniyatiga qiziqish tobora kuchayib boryapti. Hududlarda yashayotgan aholilarning, millatlarning yashashi tarzi va ularning taomlari, madaniyati albatta hammada qiziqish uyg‘otadi. Ikkinchidan, qandaydir taomlarning va ichimliklarning shifobaxshligi, tetiklashtirishi va sog‘lomlashtirishi haqidagi axborotlar va reklamalar ham juda ko‘p kishilarni sayohatga chorlaydi.

Bunday axborotlarga hammamiz ham qiziqamiz. Shuning uchun ham gastronomiya turizmi turizm sohasining yangi bir turi sifatida shakllandi. BTTning eksperti Mariya Izabel Ramos Abaskalning so‘zlari bo‘yicha turistlarning xohish-istaklarida global o‘zgarishlar kuzatilmoqda va bu o‘zgarishlarda gastronomiya turizmi tobora oldingi o‘rinlarga ko‘tarmoqda.

Birinchi marotaba culinary tourism atamasini insonlar muomalasiga Ogayyo shtatidagi (AQSh) Bowling Grin universitetidagi “Xalq madaniyati” kafedrasining dosenti L.Long 1998-yilda kiritgan.

Uning xulosalari bo‘yicha odamlar mahalliy ovqatlarning tayyorlanishini ko‘rish, tanovul qilish orqali ularning madaniyatini o‘rganadilar va bilib oladilar[35].

*Gastronomiya turizmining tarixi.* Turizm sayohatlarida yangi tur yangi yo‘nalish bo‘lgan gastronomiya turizmi haqida 2001-yillardan axborotlar chiqa boshladi. Aynan shu yili “Xalqaro kulinariya turizmi assotsiatsiyasi” (ISTA)ning asoschisi va prezidenti Erik Vulf kulinariya turizmi haqida qandaydir hujjatni e’lon qilgandi. Keyinchalik bu hujjat vinoga va taomlarga, kulinariyaga qiziqish va talab tobora kuchayib borayotganligini, mahalliy ovqatlantirish tizimlari bunga e’tibor berish kerakligini isbotlovchi katta kitobga aylandi.

Erik Vulf gastronomiya turizmini quyidagicha tavsiflaydi*: “Gastronomiya turizmi bu-qo‘shni ko‘chadami yoki Yer sharining boshqa bir oxirida unutilmas, g‘aroyib ichimliklar va taomlarni tatib ko‘rishdan lazzatlanishni izlashdagi turistik faoliyat hisoblanadi”.*

*Gastronomiya turizmi (kulinariya turizmi)ning maqsadi* lazzatli taomlar va xushta’m ichimliklarni (xorijda vino va pivoni) sevuvchilarga (turistlarga) mahalliy taomlar va ichimliklar tayyorlaydigan manzil va makonlar haqida, mahalliy aholilarning ovqatlantirishi an’analari, bu mazali taomlar va ichimliklarning tayyorlanishining tarixi va hokazolar haqida bilimlar, axborotlar berish, ularni ruhlantirish hisoblanadi.

Erik Vulfning xulosalari bo‘yicha “turist o‘zining sayohatlari davridayoq o‘zi bilmagan holatlarda gastronomiya turizmining iste’molchisi bo‘lib qolishi mumkin. Chunki, boshqa davlatlarda sayohatda bo‘lgan turist albatta shu davlatda yashayotgan xalqlarning milliy taomlari bilan qiziqib qolishi muqarrar holatlardan hisoblanadi. Shuning uchun ham, bizlar mazali taomlar va ichimliklarni sevuvchilar gastronomik turistlar miz”[36].

Biz turistlar ta’kidlaydi E.Vulf, o‘zimizning davlatimizda, hatto davlatimizning shaharlarida yoki qishloqlarida ham gastronomiya turizmiga qiziqib qolamiz. Chunki, ba’zi bir mazali milliy taomlar faqat aynan bir shaharda yoki aynan bir hududda yoki qishloqda milliy

[35] Vulf Erik «Chto takoye gastronomicheskiy turizm» //http:// www. World of travel. org/ what-is-food-tourism.
[36] Vulf Erik «Chto takoye gastronomicheskiy turizm» //http:// www. World of travel. org/ what-is-food-tourism.

usullarda tayyorlanadi. Shuning uchun ham, jahon turizmida yangi tur gastronomiya turizmi shiddat bilan rivojlanmoqda. Shu sababli ham, *gastronomiya turizmining yana bir maqsadi* har qanday turistni mahalliy taomlarga qiziqtirish, mahalliy taomlar va ichimliklarni tatib koʻrishga ruhlantirish, mahalliy taomlar haqida maxsus axborotlarni tayyorlash va reklama qilish boʻlishi kerak.

Gastroturistlar dunyodagi koʻplab xalqlarning milliy madaniyati va yashash tarzlarini ularning taomlari va ichimliklari orqali bilib olishadi. Bu yerda shunisi e'tiborliki, gastroturistlar dastlab oʻz oldilariga aholining milliy madaniyati va yashash tarzlarini oʻrganishni maqsad qilib qoʻyishmaydi balki, ularning taomlari va ichimliklari va ularni tayyorlash texnologiyalari va jarayonlarini kuzatish, oʻrganish natijasidan ularning milliy madaniyati an'analariga qiziqib qolishadi.

Yana shuni qoʻshimcha qilish lozimki, gastronomiya turistlari oʻz davlatlarida va dunyoning boshqa davlatlarida urf boʻlgan "restoranlarning haftasi", "taomlarni tayyorlash musobaqalari", "meva va sabzavot sayillari", "taomlarni va ichimliklarni degustatsiya qilish (vinolar, pivolarni tatib koʻrib baholash, degustatsiya) tadbirlariga ham qiziqishidan sayohatga chiqishadi.

"Ovqat bu-millatning eng muhim mohiyati, uning xarakteristikasi va tarixi". Bu soʻzlar "Butunjahon gastronomiya turizmi assotsiatsiyasi"ning "Manifesti" hisoblanadi. "Xalqaro kulinariya turizmi instituti" 2006-yilda tashkil qilindi. Bu institut "Xalqaro gastronomiya turizmi assotsiatsiyasi"ning ta'lim dasturlari va oʻquv dasturlari boʻyicha faoliyat yuritadi. Kulinariya turizmida juda katta faoliyat koʻrsatadigan va oziq-ovqat turizmida liderlik mavqeyini egallab kelayotgan yana bir notijorat va hukumatsiz tashkilot World Food Travel Association (WFTA) "Butunjahon gastronomiya turizmi assotsiatsiyasi" hisoblanadi.

Bu assotsiatsiya ovqatlar va ichimliklar uchun eng zamonaviy resurslariga ega boʻlgan holda sayohatlar, shuningdek, mehmondorchilik va ommaviy axborot vositalarining kuchli vakillari uchun xizmatlar koʻrsatish boʻyicha gastronomiya turizmining rivojlanishida jahonda yetakchi-lider tashkilot hisoblanadi.

Koʻplab mamlakatlardagi gastronomiya turizmi milliy tashkilotlari ham hozirgi vaqtda bu turizm turini jadal rivojlantirish yoʻlini tanlashgan. Masalan, Ispaniyada notijorat, milliy professional maqomga ega boʻlgan “Ispaniya vino va kulinariya turizmi assotsiatsiyasi” (Spanish Association of wine and culinary tourism) jahon gastronomiya turizmida tanilgan tashkilot hisoblanadi. Bu assotsiatsiya Ispaniyaning vino oziq-ovqat turizmini rivojlantirishga ixtisoslashgan boʻlib, mamlakatdagi kulinariya turizmiga xalqaro turistlarni jalb qilish boʻyicha eng kuchli tashkilotlar roʻyxatida turadi.

Ispaniya oshxonasini dunyo boylab reklama qiluvchi yana bir tashkilot Tasting Spain Association “Ispaniyaning turli-tuman tabiiy va milliy boyliklarini milliy madaniyati, hayot kechirishi tarzlarini koʻrish Ispaniyaning milliy oshxonasining mahsulotlari, ovqatlari, ichimliklarini tatib koʻrish va bu oziq-ovqatlarni yetishtiradigan, tayyorlaydigan hududlarda boʻlish orqali yuz beradi” mavzularidagi turistik mahsulotlarini reklama qiladi va bu xizmatlarni amalga oshiradi.

“Rossiya gastronomiya turizmi assotsiatsiyasi”12-yanvar 2015-yilda tashkil qilingan boʻlib, Rossiyada gastronomiya turizmini rivojlantirish bilan shugʻullanadigan hozircha yagona tashkilot. Bu assotsiatsiya World Food Travel Association (WFTA) “Butunjahon gastronomiya turizmi assotsiatsiyasi” bilan oʻzaro hamkorlik va hamdoʻstlik shartnomalarini tuzgan va hozirga kelib, Rossiya iqtisodiyotidagi 19 ta tarmoqlar bilan muvaffaqiyatli ishlamoqda.

“Rossiya gastronomiya turizmi assotsiatsiyasi” haqida ma’lumotlar keltirishimizning sababi shundaki, bu assotsiatsiya Rossiyada gastronomiya turizmi boʻyicha ommaviy bayramlar, oziq-ovqat koʻrgazmalari va festivallarini tashkil qilish va oʻtkazish, xalqaro miqyoslarda reklama qilish yoʻnalishida oʻtgan qisqa vaqt davomida jahonga tanildi. Chunki, bu assotsiatsiyaning maqsadi dunyo ahli Rossiyaning kulinariyasi, oshxonasining, gastronomiyasining hozirgi va tarixiy an’analarini haqqoniy, doʻstona xolisona baholashiga erishish hisoblanadi.

Jahonning xalqaro obroʻga ega boʻlgan tashkilotlari ham gastronomiya turizmining rivojlanishiga katta e’tibor berishmoqda.

Masalan, YUNESKOning Meksika davlatining oshxonasini, O‘rta Yer dengizi parhezini va Fransiya oshxonasini dunyo xalqlarining “Butunjahon nomoddiy madaniyat merosi” ro‘yxatiga kiritdi. Shuningdek, YUNESKO dunyo bo‘yicha “Eng yaxshi gastronomiya shahri” tanlovini ham doimo o‘tkazib bormoqda.

Bu faxrli nom hozirgacha Kolumbiyaning Popiyam shahri, Xitoy Xalq Respublikasining Chendu (mashhur Sichuan oshxonasining poytaxti) va Shvesiyaning Esterund shaharlariga berildi. Hozirda bu nomni turk, arab va Fransiya oshxonalarining an’analarini birlashtirgan va o‘ta mazali, mo‘jizaviy taomlar tayyorlab, jahon miqyosida ko‘plab tilga olinayotgan Xatay shahriga (Turkiya) berishga tayyorgarlik ko‘rilmoqda.

Kulinariya turizmining tobora faollashib borishi natijasida ko‘plab davlatlarda gastronomiya turizmiga ixtisoslashgan turistik firmalar, hatto xalqaro gastronomiya turizmiga ixtisoslashgan turistik firmalar va tashkilotlar tashkil qilinmoqda. Masalan, AQShda “Gourmet on Tour» va «The International kitchen», Avstraliyada “Gourmet Getaways».

*Kulinariya va gastronomiya turizmlarining mohiyati va mazmuni.* Kulinariya turi taomlar va ichimliklarning ta’mini, mazasini tatib ko‘rish, ularni tayyorlash texnologiyalari va jarayonlari bilan tanishish, bu jarayonlarda qatnashish, shuningdek, professional oshpazlarni tayyorlashga mo‘ljallangan, kulinariya dam olishini tashkil qilish maqsadida maxsus ishlab chiqilgan dastur. So‘nggi yillarda gastronomiya turizmida kulinariya ko‘rgazmalari, festivallari va bayramlariga qiziqish ortib bormoqda.

*Kulinariya turizmining obyekti:*

- kulinariya turizmi kulinariya maktablarini, gastronomiya turizmiga oshpazlarni tayyorlaydi, gastronomiya festivallarini, ko‘rgazmalarini tashkil qiladi, gastronomiya turizmining axborotlarini tayyorlaydi, tarqatadi;
- dunyo miqyosida oshxonasining taomlari eng ommaviylashgan mamlakatlar. Bunday davlatlarning ro‘yxatiga hozircha Fransiya, Italiya, Ispaniya, Yaponiya va Xitoy kiritilgan;

- faqat ma’lum bir joyda, hududda taniqli, nomi chiqgan mahsulotlarni ishlab chiqaradigan hududlar. Masalan, Fransiyaning Bordo, Burgundiya, Elzas, Shampan hududlari. Bu hududlar Appelation dOrigine Controle (mahsulotning ishlab chiqariladigan joyi nomi bilan atalishi) xalqaro tasnifiga kiritilgan bo‘lib, bu joylar g‘aroyib vinolari bilan dunyoga tanilgan. Gollandiyaning Gauda va Edam shaharlarida ishlab chiqariladigan pishloqlar ham o‘zining ovozasiga ega.

Gastronomiya turizmi rivojlantirishning tashkilotchilari va tarafdorlari hozirga kelib dunyo bo‘yicha “Restoranli shahar” faxriy o‘rinlarini oylab topishdi. Bunday nomni olishning bosh mezoni shahardagi restoranlarning oshxonalari turli shakllarda, turli usullarda bo‘lishi va bir restorandagi taomlar ikkinchi bir restoranda takrorlanmasligi kerak. Jahon gastronomiya turizmida hozirgacha “Restoranli shahar” nomlari Nyu-York, London, Parij, Tokio, Rim, Bryussel, Barselona, San-Fransisko va Yangi-Orlean shaharlariga berildi.

Xalqaro miqyosda “Restoranli shahar” nomini olishning asosiy mezonlari quyidagicha belgilangan:

- shaharda taomlar madaniyatini bildiruvchi g‘aroyib oshxona bo‘lishi;
- mahalliy aholi va turistlar orasida restoranlarda ovqatlantirish uchun mablag‘ini ayamaydigan guruhlarning borligi aniq bo‘lishi;
- shahardagi restoranning maqomi, nomi qandaydir shubha va gumonlardan xoli bo‘lishi, haqiqatdan ham dunyoda yagona bo‘lishi;
- shaharda standart sifatli, dizayni va hashamatliligi jihatlaridan oliy klassli restoranlarning ma’lum miqdorlarda bo‘lishi;
- shaharda taomlar menyusi bo‘yicha “eng yaxshi” restoranning bo‘lishi. Masalan, “Mishlen” (Rim), La-Pergola (Italiya), “Fet Dak” (Buyuk Britaniya), “Kodju” (Tokio) shunday restoranlardan hisoblanadi.

“Qizil gid” tashkilotining ekspertlari restoranlarni baholashga ota jiddiy qarashadi va obyektiv mezonlar bo‘yicha baho beradi. Shundan keyingina restoranning reytingi aniqlanadi. Masalan, “Mishlen” restoranining “yulduzlari” quyidagicha beriladi:

- bitta yulduz yo‘l-yo‘lakay kirib otiladigan restoran;

- ikkita yulduz mijozlarda yaxshi restoran deyishmoqda, bir kirish kerak degan xulosalar hosil bo‘ladi;

- uchta yulduz mijozlar bu restoranga borish uchun maxsus, kelishilgan rejalarni tuzishadi va borishadi.

“Mishlen” restoranlar qurilishi, oshxonalar va taomlarining g‘aroyibligi, xizmatlarining oliy darajalarda kafolatlanganligi bilan dunyo restoranlarining baholarini berishda eng obro‘li ma’lumotlarni berishi tan olingan. Masalan, “Alprouz” (Shveysariya), mashhur monastir pivolarini pishiruvchi “Andeks” va “Ettal” restoranlari (Germaniya) “Mishlen” yulduzlari bo‘yicha baholangan. Shuningdek, gastronomiya va kulinariya yo‘nalishlari bo‘yicha ma’lumotlarni beruvchi ta’lim markazlari ham jahon miqyosida tobora tanilib borayapti. Masalan, Fransiya kulinariya san’ati akademiyasi “La Cordon Bleu”, Italiya oshxonasi oliy maktabi “Italian Cuisine High School”.

*Kulinariya tadbirlarini:* festivallar, ko‘rgazmalar, kulinariya bayramlari, taomlar va ichimliklarni tatib ko‘rish tadbirlari, konferensiyalarni o‘tkazuvchi shaharlar dunyo miqyosida gastronomiya turizmini rivojlantirish markazlariga aylanishmoqda. Masalan, “Rojdestvo ko‘rgazmalarini tashkil qilish bo‘yicha Keln, Drezden, Nyurnberg (Germaniya), Budapesht (Vengriya) shaharlari jahonda lider davlatlar hisoblanadi.

*Gastronomiya turizmining faoliyatlari.* Gastronomiya sayohat larining barchasi asosan taomlar va ichimliklar bilan bog‘liq hisoblanadi. Biz quyida gastronomiya turizmidagi sayohatlarni ko‘rib chiqib, gastronomiya turizmining turlarini yoki alohida yo‘nalishlarini ajratishimiz mumkin. Masalan, faranglarning oshxonasini xush ko‘ruvchilar Parijdagi kulinariya klasslarini tanlashi yoki “Fransiya kulinariya maktabi”ning mehmoni bo‘lishi mumkin.

Italiya, Ispaniya va O‘rta Yer dengizi mamlakatlari xalqaro turistlarga o‘z ta’tilini qishloqlaridagi “turist uylari”da o‘tkazishib mahalliy, hududiy taomlar va ichimliklarni nafaqat tatib ko‘rish balki, tayyorlash jarayonlariga qatnashishni ham tavsiya qilishadi. Ko‘plar hatto “Amerika kulinariya institutiga” nomdor oshpazlar va profil-o‘qituvchilarning taomlar va ichimliklar haqidagi ma’ruzalarini

eshitishga ataylab borishadi. Italiyaning “Xalqaro” va “Milliy kulinariya tashkilotlari” va gastronomiya turizmi tashkilotchilari dunyoda birinchilardan bo‘lib, gastronomiya turlarini tashkil qildilar.

Aynan, italyanlar o‘zlarining savdo va texnologik ishlab chiqarish sohalariga “mazali taomlar va ichimliklar, sog‘lom ovqatlantirish” shiorlarini qo‘shdilar va bu mamlakatga har xil maqsadlar bilan kelayotgan turistlarni o‘zlarining oshxonalariga, ovqatlantirish korxonalariga qiziqtirishni uddaladi. Bugungi kunda “Turizm bo‘yicha Italiya milliy boshqarmasi”ning ma’lumotlari bo‘yicha 10%dan ortiq turistlar Italiyaga gastronomiya va vino turlari bo‘yicha kelishmoqda.

Erik Vulfning tashabbusi va rahbarligida 2003-yili “Xalqaro kulinariya turizmi assotsiatsiyasi” (The International Culinary Tourism Association) tashkil qilindi. Bu tashkilotning shiori “Ovqatga va ichimlikka ommaviy qiziqtirishga asoslangan, o‘zaro foydali munosabatlarni, o‘zaro hamkorlikni rivojlantirish yo‘llari bilan odamlarga, jamiyatga va korxonalarga yordam berish” deb belgilangan. Bu xalqaro tashkilotning yana bir shiori “Mamlakatlarning madaniyatini, ularning milliy oshxonalari orqali bilish insonning qobiliyatini aks ettiradi” deyilgan.

Keltirilgan ma’lumotlar asosida dunyo gastronomiya turizmida faoliyat ko‘rsatayotgan gastronomiya turizmi marshrutlari bo‘yicha gastronomiya turizmining turlarini tartibga solish mumkin. Gastronomiya turlarining maqsadli auditoriyasi quyidagicha:

- mamlakatning madaniyatini uning taomlari bo‘yicha o‘rganish, ko‘rishni, ushbu jarayonlarga qo‘shilishni istovchi turistlar;
- “turist-gurman” bu-insonning ovqatlantirishga juda katta talablari va o‘ta darajada nozik ishtahali, “turist-gurman” katta ishtaha bilan ko‘p ovqatni xush ko‘ruvchi va yeyuvchi. Bu ikkala atama ko‘p hollarda bir xil ma’noda ishlatilmoqda;
- bir mamlakatning taomlariga qiziqishi yoki kulinariyaga, oshpazlikka, tatib ko‘ruvchi bo‘lishga, restorator, bufetchi bo‘lish uchun professional ta’lim olishni istovchi turistlar;

- turistik firmalarning gastronomiya turizmi yo‘nalishi bo‘yicha safarlarga chiquvchi vakillari;
- mamlakatlardagi sayohatlar vaqtida mahalliy taomlarni tatib ko‘rish va yeyishga qiziqib qoluvchi turistlar.

Hozirga kelib gastronomiya turizmining faoliyat turlari ancha tartiblashtirildi. Uning davlatlardagi faoliyat turlari Yevropa adabiyotlarida ham Rossiya davlatining adabiyotlarida ham gastronomiya turizmining faoliyat turlari asosan quyidagi ikki guruhli turlarga bo‘lishadi[37]:

1. Qishloq gastroturlari.
2. Shahar gastroturlari.

Qishloq gastroturlarida tanlov asosan biron-bir modda qo‘shilmagan ekologik toza taomlar bo‘ladi. Shuningdek, qishloq gastroturlarida gastroturistlar o‘rmonlardagi yovvoyi shifobaxsh mevalarni, ziravorlarni terib olishi, fermerlarning poliz va sabzavot ekinlaridan bahramand bo‘lishni xohlashadi, vino tayyorlashni ko‘rish ekskursiyalariga chiqishadi. Eng muhimi, xalqaro gastronomiya turizmi xulosalari bo‘yicha gastronomiya turizmi marshrutidagilar o‘zlari birinchi marotaba kelgan davlatlarning oshxonasi taomlariga, qishloq xo‘jaligida yetishtiriladigan har qanday oziq-ovqat mahsulotlariga qiziqadilar.

Shahar gastronomiya turizmiga qiziquvchi gastroturistlar shaharlardagi restoranlarning firma taomlariga qiziqishadi, ular shahardagi barcha restoranlarning taomnomalari bilan tanishadi va navbati bilan restoran taomlarini iste’mol qilishadi. Shuningdek, ular shaharlardagi konditer fabrikalarini, kolbasa va sosiska ishlab chiqarish korxonalarini, mahalliy aholining yoki turoperatorlarning tansiq taomlari bo‘yicha axborotlaridan hatto umumiy ovqatlantirish oshxonalarini ham

[37] Aleksandrova A.Yu. Mejdunarodniy turizm. Moskva, Norma, 2008.-450 s.; Gonca G.S. Gastronomy tourism as an alternative tourism; 2015. 83 b; Klyap M.P. Sovremennie raznovidnosti turizma / uchebnoyeposobiye /M.: Znaniye, 2011.-334 s.; Sajna, S. Shenoy *Food tourism and the culinary tourist.* A thesis presented to the Graduate School of Clemson University. AdvisorDr. William C. Norman, 2005. -210 p.; Sicheva V.O, Shpenkova K.S. Usloviya razvitiya gastronomicheskogo turizma v Rossii i v mire // Jurnal Konsept, № 7. Saratov. 2014- 126-130 s.; Shenikova N.V. Traditsii i kultura pitaniya narodov mira / uchebnoye posobiye /M.:Infra-M, 2015.-296 s.

surishtirib yurishadi. Shuning uchun ham, turoperatorlar gastronomiya turizmining yo‘nalishlarini yaxshi o‘zlashtirib olishlari lozim.

Gastronomiya turizmining turlari quyidagicha ta’riflanadi:

*1. Restoran gastroturi* milliy yo‘nalishlarga ega, eksklyuziv oshxonalari bo‘lgan, taomlari yuqori sifatliligi bilan ajralib turadigan, mashhur restoranlarga sayohat. Masalan, mashhur restoran shaharlarning birinchi o‘rinni Parij egallab turibdi. Faranglar «Parij moda va kulinariya poytaxti» deyishni juda yoqtirishadi.

*2. Ta’lim gastroturi* bu turning maqsadi maxsus ta’lim muassasalarida kulinariya mutaxassisligiga va master-klass kurslarida oqish. Masalan, Fransiyaning mashhur kulinariya maktabi “Le Cordon Bleu» yanada mashhur mehmonxona «Four Seasons Hotel George V» bilan birgalikda «Fransiya oshxonalarining ochilishi», «5 tun va 5 kun Parij mehmonxonasida» mavzularidagi kulinariya kurslari va dasturlarini doimo taklif qilishadi.

*3. Ekologik gastrotur* bu turda gastroturistlar ekologik toza ishlovchi xo‘jaliklarda va ishlab chiqarish korxonalarida bo‘lishadi, ekologik toza, organik mahsulotlar va ularning ishlab chiqarilishi bilan tanishadi. Ekologik gastrotur yo‘nalishi Fransiyada, Germaniyada, Angliyada, Shveysariyadava AQShda juda rivojlangan.

*4. Qishloqlarga gastrotur* xalqaro gastronomiya turizmida eng kuchli rivojlangan va rivojlanayotgan yo‘nalish hisoblanadi. Yevropa davlatlarining gastronomiya turizmida bu yo‘nalishni shaharliklar uchun maxsus yo‘nalish deb qabul qilishadi va «Gastroturlar+qishloq turizmi+ekologik turizm» dasturi asosida rivojlantirishadi. Qisqacha izoh berganimizda, Shahar ob-havosi va “zoriqishdan-stressdan” charchagan shaharlik turistlar (ko‘p hollarda oilali) fermerning dalalarida butun yozi bilan mehnat qilganidan xursand bo‘lishadi.

Yana ham muhimi, o‘zlari yetishtirgan mahsulotlarning biri qismini o‘zlari bilan olib ketishadi. Shuning uchun ham, shaharlik amerikaliklar asosan uzoq chet mamlakatlariga kamroq chiqishadi. Buning asosiy sabablaridan biri mehnat qilish orqali dam olishsa, jismoniy jihatdan kuch to‘playdi, bolalari qishloq hayotidan mamnun bo‘lishadi, qishlik qishloq xo‘jalik mahsulotlarini g‘amlab olishadi.

Amerika Qo‘shma Shtatlarida qishloq turizmining eng ko‘p turistik oqimini tashkil qiluvchilari 17% (ichki turizmning umumiy ko‘rsatkichidan) asosan Amerika fermer xo‘jaliklarida turistik faoliyatda bo‘lishadi. Ular Amerika fermer xo‘jaliklarining turli (dehqonchilik, chorvachilik, yilqichilik va b.) sohalarga ixtisoslashgan “rancho”larida oylab fermerlar ish uslublarini o‘rganishadi, ular bilan birga ovqatlantirishadi. Bular asosan shaharlik, oilaviy yoki “guruhli” turistlardir. Yevropa davlatlari qishloq gastronomiya turizmida dunyoda eng kuchli davlatlar hisoblanishadi.

5. *Voqeali gastrotur*-gastroturistlar gastronomiya turizmi bo‘yicha tashkil qilingan tadbirlar: ko‘rgazmalar, yarmarkalar, festivallar, gastronomiya bazmlari va gastronomiya bayramlariga qatnashishni xush ko‘rishadi. Masalan, birgina pivo festivallarini keltirish mumkin:

- ✓ Osiyo pivo festivali (Singapur, iyunning oxiri);
- ✓ Dunyoda eng katta va hozirda afsonalarga aylangan Oktoberfest festivali (1810-yildan boshlab sentyabrning oxiri 6-7 mln. gastroturist);
- ✓ Pivoli yoz festivali (Tallin, Estoniya, iyulning boshlarida);
- ✓ Pivo birjasi festivali (Firzen, Dyulken, Germaniya, iyulning boshlarida);
- ✓ Pivoli milya festivali (har yili avgust o‘yining oxirida);
- ✓ Xalqaro pivo festivali (Sietl, AQSh, iyulning birinchi dekadasi);
- ✓ Chexiyaning Jatese shahridagi xmel va pivo festivali;
- ✓ Buyuk Britaniyaning pivo festivali
- ✓ Xalqaro pivo festivali (Portlend, AQSh, iyunning oxiri).

6. *Kombinatsiyalashgan gastroturlar* dasturlariga yuqoridagi gastroturlarning barchasi kiritilgan gastrotur yo‘nalishi. Kombinatsiyalashgan turlarni ba’zi bir davlatlarning gastronomiyasi bilan tanish bo‘lgan gastronomiyada ancha tajriba orttirgan gastroturistlar tashkil qilishadi. Masalan, gastroturistlar birinchi ikki kunlikda Parij restoranlarida bo‘lishadi, keyingi ikki kunda kulinariya maktabining mashhur, malakali oshpazlaridan bilimlar olishadi, uchinchi ikki kunlikda Fransiyaning shifobaxsh, ziravor otlarini yetishtiruvchi Provinsiyasida bo‘lishadi yoki olmadan tayyorlanadigan vinoni ichish uchun Normandiyaga yo‘l olishadi.

Gastronomiya turizmidagi yo‘nalishlarini, gastroturlarni va gastronomiya turizmining turlarini o‘rganishdan kelib chiqadigan xulosa shulki, gastronomiya turizmi turizmdagi barcha xizmatlarni, faoliyatlarni va turizmning boshqa turlarini ham o‘z ichiga oladi va turizm turlari ichida majmuali tur hisoblanadi. Chunki, turizmning har qanday turi bilan vatanimizga kelgan xalqaro turistlar albatta, milliy oshxonamizga, milliy taomlarimizga, milliy ichimliklarimizga qiziqishadi.

Gastronomiya turizmi, gastrotur bu boshqa davlatlarning milliy oshxonasidagi asosiy xususiyatlar bilan tanishish, milliy taomlari va milliy ichimliklarini iste’mol qilish, tatib ko‘rish bilan bog‘liq turistik faoliyatlarning, rejalar va tadbirlarning butun bir majmuasi hisoblanadi. Shuning uchun ham biz gastroturistlardagi asosiy xususiyatlarni yaxshilab o‘rganishimiz zarur.

Gastronomiya turizmida gastroturistlar o‘zlarining taomlarini tanlash bo‘yicha quyidagi xususiyatlarga ajraladi:

- milliy taomlar va milliy oshxonalar gastroturistik sayohatga chiqishning dastlabki omili;
- milliy taomlar bilan ovqatlantirish va milliy ichimliklarni ichish unutilmas sayohat ekanligi;
- yangi taomlarni tayyorlash tajribalarini olganligi;
- yangi mahalliy oziq-ovqatlarni iste’mol qilishning yaxshi kayfiyatlar keltirganligi va b.

Gastronomiya turizmining tasnifidagi birinchi navbatda, gurmanlar (8,6%), ya’ni, mazali taom istovchilar uchun jozibador bo‘lib, ularga tansiq taom, bu nafaqat yegulik balki, ko‘tarinki kayfiyat bag‘ishlovchi lahzalar hisoblanadi. Ikkinchidan, gastronomik sayohatlar ish faoliyati ovqat tayyorlash va tanovul qilishga bevosita bog‘liq bo‘lgan kasb egalarini, xususan restoran boshqaruvchilarini, tatib ko‘ruvchilar, restoran tanqidchilari, gastronomiya havaskorlari, yangi taomlarga qiziquvchi oshpazlar, hatto taom tayyorlashni miriqib tomosha qiluvchilar kabi insonlarni o‘ziga jalb qiladi.

Hozircha gastroturlarning yo‘nalishlarini gastroturistlarning tasnifi bilan chalkashtirilmoqda. Gastroturlar turizm firmalarining gastroturlar bo‘yicha ishlab chiqilgan turlari hisoblanadi. Gastroturistlarning

tasnifidan ma’lum bo‘ladiki, gastroturlarning faoliyatlari biri-biriga yaqin bo‘lganligidan gastronomiya turizmida alohida, quyidagi katta yo‘nalishlarni ham tashkil qiladi:

- gurman turizmi faqat tansiq va mazali taomlarga qiziquvchilar turizmi;
- gastronomiya turizmi boshqa davlatlarning milliy ovqatlari va milliy ichimliklariga qiziquvchilar turizmi;
- oshxona turizmi boshqa davlatlarning milliy oshxonalariga (taomlar va ularning tayyorlanishi) qiziquvchilar turizmi;
- kulinariya turizmi boshqa davlatlarida gastronomiya turizmiga mutaxassislar tayyorlash, mashhur oshpazlarda tajriba orttirish, milliy kulinariya maktablarida oqish, kulinariya festivallariga, ko‘rgazmalariga, konferensiyalariga qatnashish;
- degustatsiya turizmi yangi taomlarni va yangi ichimliklarni tatib ko‘rishga qiziquvchilar.

Gastronomiya turizmi rivojlangan xorijiy davlatlarning tajribalariga asosan xalqaro gastroturlarni mamlakatimizda rivojlantirish uchun biz dastavval ko‘plab xorijiy davlatlarning milliy oshxonasidagi asosiy xususiyatlarni va u davlatlardagi xalqlarning ovqatlantirishi xususiyatlarini o‘rganishimiz kerak bo‘ladi. Bu holatni o‘rganish xorijiy gastroturist larga milliy taomlarimizni taklif qilishda, ularning milliy taomlarimizni tanlashida ancha aniqliklarni keltirib chiqaradi.

1-ilovada gastronomiya turizmi rivojlangan xorijiy davlatlarning milliy oshxonasi va xalqlarining ovqatlantirishidagi asosiy xususiyatlari keltirildi. Xorijiy davlatlardan keladigan turistlar uchun taomlar tayyorlash uchun dastlab xorijiy davlatlarda yashayotgan aholilarning ovqatlantirishi va ularning xush ko‘rgan milliy taomlarini, bu taomlarning tayyorlanishini bilish kerak.

Mamlakatimizda asta-sekinlik bilan Yevropa milliy taomlari, Fransiya milliy taomlari, Italiya va boshqa davlatlarning nomi bilan atalgan ovqatlantirish oshxonalari tashkil qilinmoqda. Uchinchidan, xorij davlatlaridan kelayotgan xalqaro turistlarning barchasi ham bizning milliy taomlarimizni iste’mol qilishdan biroz hadiksirashi ham mumkin.

Bunday hollarda turistlar albatta o‘zlarining davlatlarida tayyorlanadigan taomlarni so‘rashi aniq. Shuning uchun ham, xalqaro gastroturistlarga taomlarni tavsiya qilishda ular yashayotgan davlatlarning taomlarini va bu taomlar bilan ovqatlantirishini o‘rganish ham gastronomiya turizmini tashkil qilish va rivojlantirishda xalqaro tajribalarni o‘rganish hisoblanadi.

So‘nggi o‘n yilliklarda jahon turizmining rivojlanishi natijasida dunyodagi ko‘plab xalqlarning oshxonasidagi taomlar ancha o‘zgardi, ko‘plab yangi taomlar ixtiro qilindi va shu bilan birga ko‘plab taomlar biroz inqirozga ham uchradi. Hali ham, ko‘plab xalqaro turistlar qaysi davlatlarda bo‘lmasin o‘zlarining taomlarini so‘rashi ham ma’lum. Oshxonalarning rivojlanishi tarixini, jihatlarini o‘rganuvchi olimlarning xulosalariga binoan «Fransiya dunyo oshxonasining asoschisi» deb tan olingan.

Fransiyaning aholisi dengiz mahsulotlarini (omar, langusta kabi katta dengiz qisqichbaqalari, dengiz malyuskalari), baliq va go‘shtli taomlarni, sabzavotlar va mevalarni xush ko‘rishadi. Farang hatto tushlikni bir o‘zi qilayotgan bo‘lsa ham yaxshi vino uning eng sevimli ichimligi hisoblanadi.

Faranglar tushlikdan oldin bir ryumka spirtli ichimlik (portveyn vinolari, anisli likyor, sodali viski) ichishni o‘zlarining ovqatlantirishi madaniyatiga kiritishgan. Ko‘p hollarda faranglar tushlikda bir bokal oq vinoni, baliq, dengiz mahsulotlaridan tayyorlangan taomlar, go‘shtli taomlarni va pishloq bilan tugatadi. Faranglar uchun pishloq tansiq mahsulot hisoblanadi. Pishloq yoki qahvadan keyin ular mevalardan qilingan aroq, kuchli likyor yoki konyak ichishadi.

Fransiyada birinchi taomlar tiniq ko‘rinishdagi sho‘rva, piyozli pyure sho‘rva, kartoshka pyureli sho‘rva va piyozli sho‘rvalar keng tarqalgan va ommaviylashgan. Piyozli sho‘rva ancha qadimiy hisoblanadi. Emil Zolyaning 1873-yilda yozgan mashhur «Parijning tug‘ilishi» asarida piyozli sho‘rva batafsil tavsiflangan. Issiq taomlardan faranglar xush ko‘rgani ancha xom va sirti yengilgina qovurilgan go‘shtli bifshteks, oq sousli ragu hisoblanadi. Ikkinchi taomga xar xil ko‘katlardan, bodring, pomidor va karamdan tayyorlangan salatlarni

berishadi. Fransiyalik turistlarning Rossiya oshxonasini ham xush koʻrishi ma’lum va ularga Rossiyada tanlash uchun oshxonalarining barcha menyusini darhol berishadi.

Buyuk Britaniyaliklar goʻsht, baliq, sabzavotlardan tayyorlangan taomlarni va milliy taomlari boʻlgan-suli kashasini xush koʻp iste’mol qilishadi. Ularning birinchi ovqati-bulonlar va shoʻrva pyure. Ular uchun ikki boʻlakchali qora choy, sutli qora choy an’anaviy ichimliklardan hisoblanadi.Bunday tarkibdagi choylarni uzumli, sendvich, ozroq shirinligi boʻlgan non bilan iste’mol qilishadi. Tanishlari kelganida choy ichishni bir ryumka sharri ichimligi bilan «goʻyoki tanishdik» ma’nosida tugatishadi.

Angliyaliklarning bayram dasturxonlarining asosiy taomlari bayramda pishiriladigan gʻoʻz goʻshti taomlari va puding hisoblanadi. Angliyaliklarning ovqatlantirishini hisobga olib, ularga kolbasadan tayyorlangan ovqatlarni, baliq shoʻrvalarini, losos ikralarini, undan tayyorlangan ovqatlarni taklif qilmaslik tavsiya qilinadi.

Germaniya aholi ovqatlarini tayyorlashda turli xil mahsulotlardan foydalanishadi. Ularning birinchi taomlari mol goʻshtidan yoki choʻchqa dumidan tayyorlangan pyure shoʻrva hisoblanadi. Ular buterbrodlarni, sut mahsulotlaridan tayyorlangan shoʻrroq taomlarni xush koʻrishadi. Ayniqsa, soʻndirilgan karam va koʻplab sabzavotlardan tayyorlangan garnirlarni ishtaha bilan iste’mol qilishadi. Eng sevimli ichimligi-pivo. Germaniya va Avstriyadan kelgan turistlarga achchiq taomlarni tavsiya qilishdan saqlanish kerak.

AQSh va Kanadaliklar goʻsht va parranda goʻshtlaridan tayyorlangan yarim fabrikatlar, konservalarni koʻproq iste’mol qilishadi. Ularning dasturxonlariga sabzavotli, mevali salatlar, kartoshkali garnirlar, shoʻrva-pyureli bulonlar, turli xil mevalarning sharbatlari koʻproq qoʻyiladi. Ularning oshxonalarida dudlangan baliqlar, yogʻli goʻshtlar, chalob va shoʻr karamlar deyarli ishlatilmaydi.

Janubiy Amerikadagi Peru, Urugvay, Braziliya, Paragvay va Argentina mamlakatlarida chorvachilik yaxshi rivojlanganligi uchun goʻsht mahsulotlaridan tayyorlangan ovqatlar koʻproq ommaviylashgan. Choʻchqadan tayyorlangan ovqatlar ular uchun tansiq taomlar

hisoblanadi. Baliq mahsulotlaridan tayyorlangan ovqatlarni unchalik xush koʻrishmaydi. Garnir sifatida koʻproq guruch ishlatiladi. Ularning eng sevimli ichimliklari kofe hisoblanadi. Birinchi ovqat turlarini ular deyarli soʻrashmaydi.

Skandinaviya yarim orlida joylashgan davlatlardagi (Daniya, Norvegiya, Shvetsiya, Finlandiya) aholining oshxonalari taomlari asosan Yevropa oshxonalaridagi taomlarga oʻxshash. Ular taomlarni tayyorlashda baliq mahsulotlaridan, sut va goʻsht mahsulotlaridan keng foydalanishadi. Shirinliklar va blinchiklarni koʻproq iste'mol qilishadi. Murabbolar, mol, buzoq va choʻchqa goʻshtidan qilingan tushonkalarni xush koʻrishadi. Sevimli ichimliklari turli xil usullarda tayyorlangan qahvalardir. Mehmonlarga ovqatlantirish xizmatlarini koʻrsatishda dunyoda eng ommaviylashgan usul «Shved stoli»ni qoʻllashadi.

Yevropaning oshxonalaridagi an'analarni Gʻarbiy Yevropaliklar bulgʻorlar, chexlar, vengerlar, slovaklar, polyaklar va boshqa xalqlar ham qabul qilishgan. Ularning barchasi sabzavotlarni, mevalarni, asalni va konditer mahsulotlarini xush koʻrishadi. Gʻarbiy Yevropaliklar ovqatlantirishidagi bitta ajralib turadigan xususiyat shundan iboratki, ular ovqatlantirishida faqat oq nonni soʻrashadi.

Bolgariyaning oshxonalarida qoʻy goʻshti, ziravorlar va qoʻshimchalar (sarimsoq piyoz, piyoz, shivit, petrushka, va b.) koʻproq qoʻllaniladi. Bulgʻorlar sutli shoʻrvalarni, chaloblarni, borshlarni deyarli ichishmaydi. Ular ovqatlantirishida faqat oq nonni dasturxonlarga qoʻyishadi. Sevimli ichimliklari qora qahva, qahvani koʻproq sharq mamlakatlaridagi usullar boʻyicha tayyorlashadi.

Polshaning oshxonalari taomlarini tayyorlashlari koʻproq Ukraina va Rossiya oshxonalari taomlariga oʻxshaydi. Ular koʻproq sut mahsulotlarini, ayniqsa, smetanani koʻp iste'mol qilishadi. Polyaklarning eng sevimli ovqatlari tiniq shoʻrvalar, sabzavotli va mevali shoʻrvalar, baliq, goʻshtli, parrandalar goʻshtlaridan tayyorlangan va tuxumli shoʻrvalardir. Ikkinchi ovqatlarda kartoshka garnirlarini, karamni va boshqa sabzavotlarni koʻproq ishlatishadi. Un mahsulotlaridan tayyorlangan piroglarni, blinchiklarni, turli xil shirinliklarni, muzqaymoqlarni, kisellar va mevali salatlarni xush

koʻrishadi. Sevimli ichimliklar sutli qora qahva, murabbolarni ertalabki nonushtaga koʻproq qoʻyishadi.

Italiyaning oshxonasi Gʻarbiy Yevropa davlatlarining oshxonalari taomlaridan biroz farqi shundaki, italyanlarning an'anaviy ovqatlari turli xil souslar va ziravorlar qoʻshilgan *pasta-makaron* mahsulotlaridan tayyorlangan taomlardir. Italyanlar zaytun yogʻi bilan ishlangan sabzavot salatlarini, dengiz mahsulotlaridan tayyorlangan taomlarni juda xush koʻrishadi. Shuningdek, ularning dasturxonlariga mevalar, muzqaymoqlar, biskvit tortlari, pirojniylar, qora qahva va vino qoʻyish odat tusiga kirgan. Italiyadan kelgan turistlarga yogʻ, choʻchqa goʻshtidan tayyorlangan taomlarni, maydalangan goʻshtdan qilingan taomlarni va qora nonni aslo tavsiya qilmaslik lozim.

Arab davlatlarining (Misr Arab Respublikasi, Aljir, Suriya, Iroq, Saudiya Arabistoni, Livan, Liviya va b.) oshxonalarida qoʻy, echki, buzoq, parranda goʻshtlaridan tayyorlangan taomlar ustuvor hisoblanadi. Ular konserva mahsulotlarini, sabzavotlarni va guruchdan tayyorlangan taomlarni xush koʻrishadi. Ularning ovqatlantirishida baliq mahsulotlaridan, sut mahsulotlaridan tayyorlangan taomlar koʻproq. Ayniqsa, pishloq va brinzalarni koʻplab iste'mol qilishadi. Taomlarni tayyorlashda piyoz, sarimsoqpiyoz, zaytun yogʻini, turli-tuman qalampirlarni, xushboʻy otlarni koʻplab ishlatishadi. Sevimli ichimliklar choy, qahva, sharbatlar va muz qoʻshilgan suv hisoblanadi.

Sharqiy Osiyo (Hindiston, Xitoy, Yaponiya, Koreya, Vyetnam shu mintaqadagi boshqa davlatlar)da yashayotgan xalqlarning asosiy taomlari gurunchdan tayyorlangan taomlar hisoblanadi. Hindlarning oshxonasida vegetarianlik ustuvor. Taomlarning deyarli barchasida guruch ishlatiladi, kuchli tamga ega qalampirlar, ziravorlar va souslar dasturxonga koʻproq qoʻyiladi. Goʻshtli taomlarida qoʻy va echki goʻshtlarini oʻz miqdorlarda qoʻshishadi.

Manbalardan ma'lumki, Hindiston xalqlarining juda koʻp qismi goʻshtli taomlarni umuman iste'mol qilishmaydi. Hindlar shirin mevalarni, mevalarning sharbatlarini, qadimdan an'anaviy urf boʻlgan, sut qoʻshilgan kuchli choyni ichishadi. Bu davlatda qahva ham juda

ommaviylashgan. Qahvani turkcha tayyorlashadi va unga xushbo‘y otlarning sharbatlaridan tomizishadi.

Xitoylik turistlar turli-tuman ziravorlar shivit, kinza, yalpiz, sarimsoq piyoz, qalampir va boshqalarni xush ko‘rishadi. Ko‘plab taomlariga soya, guruch, zanjibal va arpabodiyondan tayyorlangan souslarni qo‘shishadi. Xitoy oshxonasi asosan guruch, turli xil go‘shtlar, sabzavotlar, qoziqorinlar va o‘simliklarning yog‘larini ishlatishga ixtisoslashgan. Keltirilganlar asosan ikkinchi taomlar tayyorlashda ishlatiladi. Xitoylik turistlar ularning milliy ovqati bo‘lgan barakni, lapshalarni, shirin pechenyelarni, ruslarning shiysini, ukrainlarning borshini, shashlikni yaxshi kayfiyatlar bilan iste’mol qilishadi. Milliy ichimligi choy.

Yaponiya va dengiz sohillaridagi boshqa davlatlarning asosiy ovqatlari dengiz mahsulotlaridan tayyorlangan taomlar hisoblanadi. Bular: sho‘rva tayyorlashda ishlatiladigan akulalarning suzgichlari, suv otlari, dengiz mollyuskalari, dengiz qisqichbaqalari va tipratikanga o‘xshash dengiz hayvonlaridir. Yaponlarning ovqatlarida qoziqorinlar, sabzi va loviyalar ko‘p ishlatiladi. Shuningdek, juda ko‘p ovqatlarga soya o‘simligidan olinadigan mahsulotlarni (soya suti, soya chakkasi) qo‘shishadi.

Keltirilgan ma’lumotlarni tahlil qilganimizda ma’lum bo‘ladiki, xalqaro turistlar o‘zlarining xalqlarida an’anaviy bo‘lgan oziq-ovqatlarni xush ko‘rishadi. Xalqaro gastroturistlarga taomlarimizni tavsiya qilishda yana bir e’tibor ularning qaysi dinga e’tiqod qilishlarini bilishdir. Chunki, ko‘plab dinlarda ba’zi bir hayvonlarning go‘shtlarini iste’mol qilish ta’qiqlangan. Hindistonda qoramol go‘shtini iste’mol qilish mumkin emas. Islom dinidagi ko‘plab davlatlarda kolbasa, spirtli ichimliklar mahsulotlari dasturxonga qo‘yilmaydi. Ba’zi davlatlarda quyon go‘shtidan taomlar tayyorlash man qilingan va b. Shuning uchun ham, xalqaro gastroturistlarga milliy taomlarimizning xillari va bu taomlarning rangli rasmlari va asosiy xususiyatlari yozilgan taomnomani berish to‘g‘ri bo‘ladi.

## 17.2. O‘zbekistonda gastronomiya turizmini tashkil qilish va rivojlantirish

O‘zbekistonda gastronomiya turizmining resurslari haqida fikrlar bildirilganda ko‘pchilikda osh, tandir kabob, somsa, dimlama, tabaka kabi taomlar tansiq taomlarimizdan hisoblanadi. Lekin xorijiy gastroturistlar uchun ham shunday bo‘ladimi? Turizm ta’limida yaratilayotgan darsliklarda ham gastronomiya turizmi uchun ancha unutilgan milliy taomlarimizning ro‘yxatlari ham e’lon qilinmoqda. Ushbu jadvalni qo‘shimcha taomlarni, milliy shirinliklarni va milliy ichimliklarni kiritish bilan keltiramiz (17.2-jadval).

**17.2-jadval**

**O‘zbekistonning gastronomiya turizmiga tavsiya qilinadigan qadimiy milliy taomlar**

| № | Taomlarning nomi | Tayyorlanadigan manzillari | Taomlarning asosiy xususiyatlari |
|---|---|---|---|
| 1. | **Osh** (palov) | O‘zbekistonliklar-ning milliy taomi | O‘zbekistonliklarning har bir xonadonida tayyorlanadigan milliy taomi hozirga kelib 60 xili ro‘yxatga olingan. Toy tantanalarining sevimli taomi. |
| 2. | **Atala** | Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi. (Sut atala, un atala, ko‘k atala) | Yurtimizdagi eng qadimiy taomlardan biri hisoblanadi. Qadimdan ota-bobolarimiz atalani quvvat bag‘ishlovchi darivor taom sifatida iste’mol qilishgan. Bu taom to‘yimliligi bilan bir qatorda, oshqozon kasalliklariga davo hisoblanadi. |
| 3. | **Qurtoba** | Jizzax, Navoiy, Surxondaryo, Samarqand, Buxoro viloyatlarida tayyorlanadi. | Qadimiy taomlarimizdan biri hisoblanadi. Bu taom barcha xonadonlarda tayyorlangan. Chunki qurtoba inson organizmiga nihoyatda foydali, tanani qizdiruvchi va qo‘shimcha quvvat beruvchi taom. |
| 4. | **Shirchoy** | Bu taom ham yurtimizning barcha viloyatlari | Qadimdan xalqimiz orasida eng mashhur taomlardan biridir. Chunki bu taom oson tayyorlanishi bilan birga yengil hazm bo‘luvchi taom hisoblanadi. Oshqozon, buyrak va |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | dasturxoniga nonushtasiga tayyorlanadi. | yurak kasalliklariga davo hisoblanadi. U o‘zining badanga tez singishi, ko‘p quvvatlililigi bilan mashhur. |
| 5. | **G‘ilmindi** | Surxandaryo va Samarqand viloyatining Bulungur, Qoshrabot tumanlarida, Jizzax viloyatining G‘allaorol, Baxmal, Zomin tumanlarida maromiga yetkizib tayyorlanadi. | Qadimdan ota-bobolarimiz dalada ishlab holdan toyganlarda shuningdek, mo‘tabar mehmonlarga tayyorlab berilgan. Chunki xalqimiz orasida juda kuchli taom hisoblanadi. Bu taomni faqatgina ustasigina maromiga yetkazib tayyorlashi mumkin. Tayyorlash usuli murakkabligi bois xalqimizning barcha xonadonlarida ham tayyorlanmaydi. Taom kam quvvatlilarga tavsiya etiladi. Yengil, ishtahani ochuvchi, kishini uzoq muddat to‘q tutish xususiyatiga ega. |
| 6. | **Yupqa** | Samarqand viloyatining Bulungur, Qoshrabot tumanlarida, Jizzax viloyatining G‘allaorol tumanlarida maromiga yetkazib tayyorlanadi. | Xalqimizda qadimda asosan qish oylari juda sovuq kelganda, oiladagilardan biri qattiq shamollaganda tayyorlangan. Janglarda askarlarga ham aynan shu taom ko‘pincha tayyorlab berilgan. Bu taom nihoyatda kuchli taom hisoblanadi. Hamma organizm ham bu taomni ko‘tara olmaydi. Faqat kuchli organizmli insonlargina bu taomni iste’mol qila oladi. |
| 7. | **Go‘ja** | Yurtimizning tog‘oldi tumanlarining barchasida tayyorlanadi. | Xalqimiz yozning issiq oylarida chanqoqbosdi taom sifatida iste’mol qilinadigan taomi hisoblanadi. Sutli go‘ja Toshkent va Fargona vodiy tomonlarda tayyorlanadi. Shuning uchun ham bu taom jo‘xori, makkajo‘xori va bugdoy yetishtiriladigan joylarda ko‘proq tayyorlanadi. Ushbu taom holsizlikning oldini oladi. |
| 8. | **Tandir kabob** | Surxondaryo, Qashqadaryo va Jizzax viloyatlarining | O‘zbekistonning barcha viloyatlari aholisining eng mazali taomi sifatida iste’mol qilinadi. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | tog‘li tumanlarida tayyorlanadi. | |
| 9. | **Kulchatoy** | Yurtimizning barcha tumanlarida tayyorlanadi. | O‘zbekistonning barcha viloyatlari aholisining eng sevimli taomlari sifatida iste’mol qilinadi. Ko‘pincha mehmonlar taomi deb yuritiladi. |
| 10. | **Mosh kichiri** | Yurtimizning barcha tumanlarida ayniqsa, Toshkent viloyatida ko‘p tayyorlanadi. | O‘zbekistonning barcha viloyatlari aholisining eng sevimli taomlari sifatida iste’mol qilinadi, parhez taomlari turiga kiradi. |
| 11. | **Moshxo‘rda** | Yurtimizning barcha tumanlarida ayniqsa, Toshkent viloyatida tayyorlanadi. | O‘zbekistonning barcha viloyatlari aholisining eng sevimli taomlari sifatida iste’mol qilinadi. Ayniqsa, Toshkent shahri va Toshkent viloyatlari aholisi sevib iste’mol qiladigan taom hisoblanadi. |
| 12. | **Ugra palov** | Samarqand viloyati va unga yaqin joylarda tayyorlanadi. | Samarqand viloyati va unga yaqin joylar aholisining eng sevimli taomlari sifatida iste’mol qilinadi. |
| 13. | **Sumalak** | Yurtimizning barcha tumanlarida tayyorlanadi. | O‘zbekistonning barcha viloyatlari aholisi bahor faslida pishiradigan milliy taomi sifatida qadrlanadi. Bu taom insonlarga kuch-quvvat bag‘ishlaydi. Musulmon dunyosida Navro‘z taomi deb yuritiladi. |
| 14. | **Qatlama** | Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi. | O‘zbekistonning barcha viloyatlari aholisining sevimli non mahsulotlari sifatida iste’mol qilinadi. Aholi orasida mashhur non mahsuloti bo‘lib, ko‘pincha to‘y va marakalarda pishiriladi. |
| 15. | **Norin** | Yurtimizning Toshkent shahri va Toshkent viloyatlari hududlarida tayyorlanadi. | Sumalak va halimdan (halisa) keyin eng uzoq tayyorlanadigan taomlardan biri, taomdagi turli-tuman maza tam hozirgacha norinning dovrug‘i, sirliligini saqlab kelmoqda. |
| 16. | **Xasip** | Yurtimizning barcha joylarida, | Bu taom ham xalqimizning eng sevimli taomlaridan bo‘lib, asosan soyilgan molning kalla, oyoqlari, oshqozon va ichaklaridan tayyorlanadi hamda |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | turli usullarda tayyorlanadi. | to‘yimli, quvvat bag‘ishlovchi taom hisoblanadi. |
| 17. | **Qiyma kabob** | Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi. | Bu taomning dovrug‘i butun mamlakat va hattoki, xorijlik mehmonlarga ham yetib borgan. O‘zining pishirilish jarayoni, tami, ko‘rinishi har qanday kishining ishtahasini ochadi. |
| 18. | **Chalop** | Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi. | Yurtimizning hamma viloyatlarida ayniqsa, yoz mavsumida tayyorlanib iste’mol qiladigan asosiy suyuq taom hisoblanadi. Chalop issiq kunlarda ishtaha ochuvchi va tez hazm qiluvchi taomdir. |
| 19. | **Tuxum barak** (Xorazmcha taom) | Yurtimizning Xorazm, Buxoro va Navoyi viloyatlarida tayyorlanadi. | Tuxum barak asosan Xorazm, Buxoro va Navoyi viloyatlarida tayyorlanadigan taom bo‘lib, milliy oshxonamizda qadimiyligiga va o‘z muxlislariga ega bo‘lgan quvvat bag‘ishlovchi mazali taomlardan hisoblanadi. |
| 20. | **Cho‘pon kabob** | O‘zbekistonning tog‘li aholisi tayyorlaydigan mazali qadimiy taom. | Jizzax, Surxondaryo, Qashqadaryo viloyatlari tog‘li xalqlari asosan qo‘y go‘shtidan tayyorlaydigan ekologik toza taom hisoblanadi. |
| 21. | **Qozon kabob** | O‘zbekistonning chol mintaqalarida yashovchi xalqlar ko‘pincha mehmonlar uchun tayyorlaydi | Ziravorlar qo‘shilgan go‘shtning faqat o‘zining tarkibidagi yog‘ va suv hisobidan dimlab tayyorlanadigan juda mazali ekologik toza taom. |
| 22 | **Qotirma non** | O‘zbekistonning barcha hududlarida uyda non yo‘qligidan tezkor usulda o‘choqdagi o‘tin cho‘g‘i taftida tayyorlanadi. | Tegirmon unidan tayyorlangan hamir achitilmaydi, lali kengligida yoyilib, qizigan qozonda biroz qotiriladi va o‘tin cho‘g‘i atrofida aylantirilib pishiriladi. O‘rtasiga uyda tayyorlangan sarig yog‘ qo‘yiladi va atrofidan sindirilib yeyiladi. Juda mazali, ekologik toza non. |
| **Milliy ichimliklar:** | | | |
| 1. | **Qimiz** | O‘zbekistonning tog‘li | Biya sutidan achitilib, maxsus shifobaxsh otlar bilan tayyorlanadigan |

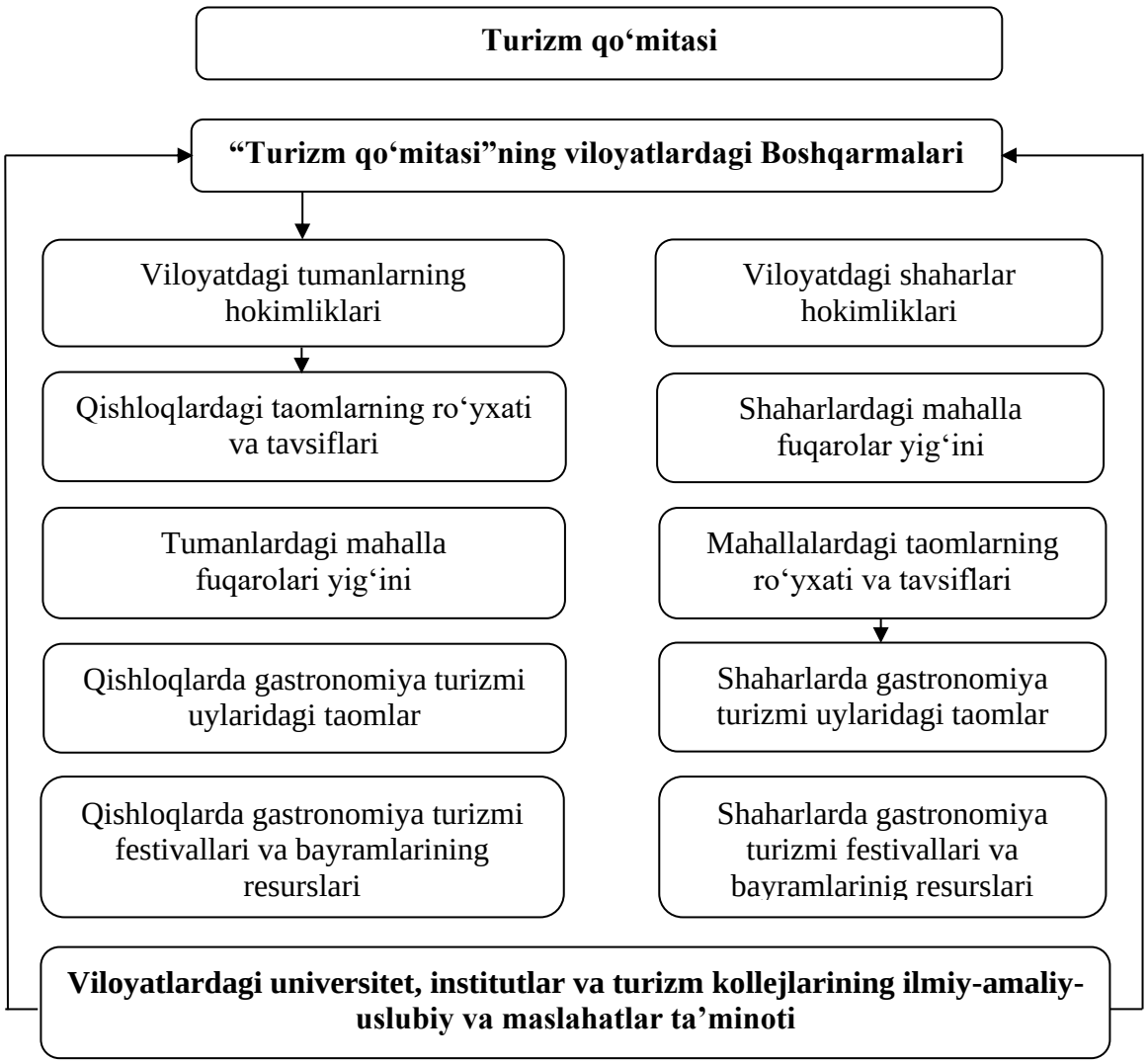
| | | | |
|---|---|---|---|
| | | hududlaridagi aholilar tayyorlaydi | shifobaxsh ichimlik. Nafas olish yo‘llarini, o‘pkani har xil kasalliklardan forig‘ qiladi. |
| 2. | **Shubat-qimiz** | O‘zbekistonning chol mintaqalaridagi aholilar tayyorlaydi | Tuya sutidan tayyorlanadi. Shifobaxsh, chanqoqbosdi, dorivor sifatida keng iste’mol qilinadi. |
| 3. | **Qo‘y qatigi** | O‘zbekistonning barcha hududlarida asosan buyurtma va mehmonlar uchun tayyorlanadi. | Qo‘y sutidan maxsus resept bilan tayyorlanadi va sog‘lom kishilarga tavsiya qilinadi. |
| 4. | **Ayron** | O‘zbekistonning barcha hududlarida tayyorlanadi | Yoz oylarida ayronga talab juda kuchayadi, chanqoqbosdi ichimlik sifatida oshqozon faoliyatini meyyorlashtiruvchi xususiyatlari ham mavjud |
| **Shirinliklar:** | | | |
| 1. | **Asal** | O‘zbekistonning barcha viloyatlarida yetishtiriladi | “Ming bir dardga davo” deb ta’riflanadigan asalimiz gastronomiya turizmidagi sevimli shirinliklardan bo‘lishi tabiiy hol. |
| 2. | **Nisholda** | Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi. | Ota-bobolarimizdan qolib kelayotgan, to‘y va marakalarda tortiladigan shirinliklardan biri bo‘lib, hozir ham iste’mol qilinadi. Nisholda oppoq piyolaga solib qo‘yilsa dasturxonni bezatadi, hazm qilish xususiyatlari kuchli. Muqaddas ramazon oyida eng ko‘p iste’mol qilinadigan eng muhim shirinlik hisoblanadi. |
| 3. | **Xolva 1-kunjutli, 2-oq holva** | Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi. | O‘zbekistonning barcha viloyatlari aholisining sevimli shirinliklari sifatida iste’mol qilinadi. Aholi orasida mashhur shirinlik bo‘lib, ko‘pincha to‘y va marakalarda, bayramlarda pishiriladi. Ayniqsa, ramazon oyida juda ommalashadi. |
| 4. | **Parvarda** | O‘zbekistonning barcha hududlarida | Ovqatdan keyin choy bilan iste’mol qilinadi, tarkibiga shifobaxsh, ovqat hazm qiluvchi ziravor o‘simliklar |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | tayyorlanadigan eng qadimiy shirinlik | qo‘shilganligidan keksalar ko‘p iste’mol qilishadi. Ramazon o‘yining sevimli shirinligi. |
| 5. | **Novvot** | O‘zbekistonning barcha hududlarida tayyorlanadigan eng qadimiy shirinlik | O‘zbekistonning barcha viloyatlari aholisining sevimli shifobaxsh shirinliklari sifatida yil davomida iste’mol qilinadi. |

Jadvalda keltirilgan taomlar xalqimizning o‘tmishida kashf qilingan, to‘yimlilik, shifobaxshlik va mavsumiylik xususiyatlariga ega bo‘lgan taomlardir. Bu taomlar deyarli qishloqlarimizda saqlanib qolgan. Shaharlarimizga pissalar, gamburgerlarning kirib kelishi natijasida bu taomlar asta-sekinlik bilan shaharliklar dasturxonida ko‘rinmay qolmoqda. Xalqaro gastronomiya turizmidagi taomlarga talabni va gastroturistlarning taomlarga qiziqishi tarkiblarini hisobga olganimizda jadvalda qisqacha tavsiflangan taomlar xalqaro gastroturistlar uchun ham mazali hamda qiziqarli taomlar bo‘lishi shubhasiz hisoblanadi. Ushbu taomlarimizda o‘zbek milliy oshxonasining uzoq tarixga ega an’analarning borligi va milliy taomlarning turli-tumanligi o‘zbek taomlarining xorijiy mamlakatlarda keng ommalashishiga olib keladi.

O‘zbekistonda gastronomiya turizmini tashkil qilish va rivojlantirishda taomlarimizni yuqori sifatlarda tayyorlaydigan restoranlar va ovqatlantirish korxonalarida maxsus ixtisoslashtirishni amalga oshirish gastronomiya turizmini rivojlantirishda maqsadli yo‘nalish bo‘ladi. Har bir insonning taomlarga tabi va xohishi har xil bo‘lganligidan, bizning taomlarimizning har biri qandaydir turistga yoki turistlar guruhiga manzur bo‘lishi mumkin. Shuningdek, biz uchun oddiy atala yoki qurtoba xorijliklar uchun mazali va tansiq taomlar bo‘lishi ehtimoli ham bor.

O‘zbekiston Respublikasi ekologiya, atrof-muhit muhofazasi va iqlim o‘zgarishi vazirligidagi “Turizm qo‘mitasi”ning viloyatlardagi boshqarmalari o‘z viloyatlaridagi milliy taomlarning ro‘yxatlarini, manzillarini, ta’rif va tavsiflarini gastronomiya turizmida foydalanish nuqtayi-nazaridan yaratishlari kerak (17.1-rasm).




***17.1-rasm. O‘zbekistonning viloyatlarida gastronomiya turizmining resurslari va manzillarini aniqlash tizimi***

Yurtimiz viloyatlarida joylashgan qishloq va shaharlarda faqat shu joyga xos bo‘lgan tayyorlanadigan taomlar mavjud bo‘lib, uning mazasi va tarkibi boshqa viloyatlarda takrorlanmaydi. Aynan shu jihati bilan bunday taomlar xorijiy gastroturistlar va mahalliy aholi uchun ham mazali hisoblanadi va bu esa O‘zbekistonda gastronomiya turizmining rivojiga keng yo‘l ochib beradi.

Dunyodagi har bir mamlakat o‘zining iqtisodiy rivojlanishida o‘zidagi bor imkoniyat va salohiyatdan foydalanadi. Turizmning sohalari ichida turistlarga mamlakatning milliy oshxonasi, undagi milliy taomlar va pazandachiligidan bahramand bo‘lishida gastronomiya turizmning o‘rni va ahamiyati beqiyos. Barcha viloyatlarimizda bir-biridan mazali

va turli-tuman lazzatli taomlar mavjud va milliy oshxonamizda alohida o‘rin egallaydigan taomlarni tatib ko‘rish tanlovi keng va bu imkoniyatni gastronomiya turizmida tashkil qilish kerak xolos.

### *Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*

1. Gastronomiya so‘zining kelib chiqishini tushuntiring.
2. Gastronomiya birinchi bo‘lib qaysi davlatda tashkil qilindi?
3. O‘zbekistonda gastronomiya turizmini rivojlantirish
4. O‘zbekistonning qaysi taomlari xalqaro gastronomiya turizmida ommaviylashish haqida tushuntirib bering.
5. Siz yashab turgan joydagi milliy taomlar.

# XVIII BOB. XALQARO TURIZM INDUSTRIYASI

***Tayanch so‘zlar:*** turoperator, turagentliklar, turizm industriyasi, turizm infratuzilmasi, kommunikatsiya tarmoqlari, muhandislik tarmoqlari.

## 18.1. Xalqaro turizm industriyasi va infratuzilmasi

Bugungi kunda «turizm industriyasi» tushunchasining ko‘plab ta’riflari mavjud bo‘lib, bunday ta’riflardan eng ishonchli va mukammalroqlaridan biri Birlashgan Millatlar tashkilotining 1971-yilda o‘tkazilgan savdo va taroqqiyotga bag‘ishlangan anjumanida berilgan edi. Ushbu anjumanda e’tirof etilganidek, turizm industriyasi turistlar ehtiyojini qondirish uchun turistik mahsulotlar yaratishga yo‘naltirilgan barcha turistik tashkilotlarning turli faoliyatlar yig‘indisidan iborat.

Keyingi yillar davomida ushbu ta’rifning mazmun va mohiyatini aniqlashtirish hamda turizm industriyasining tarkibiy qismlarini tavsiflash yo‘lida ko‘plab tadqiqotlar bo‘ldi. Ammo bunga qo‘l urgan tadqiqotchi va amaliyotchilar turli qiyinchilik, to‘siqlarga duch keldilar. Bunday qiyinchiliklarning yuzaga kelishiga asosiy sabab turizm industriyasining iqtisodiyotning boshqa sohalari bilan chambarchas bog‘liqligidadir. Turizmning keng darajadagi ehtiyojini qondirishda sanoat va qishloq xo‘jaligi, qurilish va savdo sohalari yagona, alohida bir tuzilmalar sifatida ishtirok etadilar. Shu sababli turizm industriyasini boshqa sohalardan keskin chegaralash ota mushkul masaladir.

Bizning nazarimizda, turizm industriyasi tabiiy boylik, moddiy va ma’naviy manbalardan foydalanish asosida turizm moddiy-texnika bazasini, uning kadrlar zaxirasini yaratish hamda turistik mahsulotni ishlab chiqarish, uning iste’molini ta’minlash imkonini beradigan turli xo‘jalik va ishlab chiqarish sohalari hamkorligining yig‘indisidan iboratdir.

Hozirgi kunda faol iste’molchi o‘ziga kerakli xizmatlar haqida individual tasavvurini shakllantiradi va bu taklifga bevosita ta’sir o‘tkazadi. Natijada turizm industriyasi o‘z tarkibini o‘zgartirib, yangi, zamonaviy turistning xohish-istaklari hisobga olingan turistik-

rekreatsion obyektlarni yaratadi hamda turistlarga xizmat koʻrsatish sohasiga yashash tarzining qulayligi va koʻrsatilayotgan xizmatlarning yuqori sifatliligini, original ligini ta’minlash uchun zarur boʻlgan yangi faoliyat turlarini jalb etadi.

Bu esa, oʻz navbatida, turizm infrastrukturasini tashkil etuvchi muhit va resurslaridan jadal foydalanishga hamda avvallari turistik hisoblanmagan yangi resurslarini (qishloq va ekologik turizm) muomalaga jalb etishga undaydi. Turizm industriyasi mavjud resurslaridan shunchaki foydalanib qolmasdan, balki muhitga nisbatan oʻz individual talabini shakllantirib, oʻzaro ta’sir xarakteristikasini oʻzgartiradi.

Turizm industriyasi bu-mehmonxonalar va joylashtirish vositalari, transport vositalari, umumiy ovqatlantirish obyektlari, koʻngilochish obyektlari va vositalari, davolash, sogʻlomlashtirish, sportga doir, diniy-marosimchilik, ishbilarmonlikka va boshqa maqsadlarga molik vositalar, turizm operatorlari va turizm agentligini amalga oshiruvchi, shuningdek, turizm infratuzilma tashkilotlari majmuidan iborat boʻladi.

Oʻzbekiston Respublikasining «Turizm toʻgʻrisida»gi Qonunida turistik industriya tushunchasi quyidagicha ta’riflanadi: *turizm industriyasi-turistik faoliyatning turistlarga xizmat koʻrsatishini ta’minlovchi turli subyektlar (mehmonxonalar, turistik komplekslar, kempinglar, motellar, pansionatlar, umumiy ovqatlantirish, transport korxonalari, madaniyat, eksport muassasalari va b.) majmui,* deb berilgan.

Taroqqiyotning hozirgi bosqichida mamlakatning yoki turistik markazning ijtimoiy tuzilishidan qat’iy nazar turizm industriyasida turistik faoliyatni amalga oshiruvchi bir qancha turli xildagi korxonalar, chunonchi: turizmni tashkillashtiruvchi turoperator va turistik agentliklar mavjud. Bundan tashqari turistlarni tashuvchi, mehmonxonalar va joylashtirish tizimining boshqa korxonalari, umumiy ovqatlantirish, attraksionlar va koʻngilochar joylari, shuningdek, ular qatoriga bank sohasidagi muassasalar, sugʻurta xizmati va boshqalar kiradi.

Turizmning maxsus turlarida davolash muassasalari, oʻqitish tizimi muassasalari hamda aniq turistik mahsulotning maqsadlariga muvofiq

keladigan sport va boshqa muassasalar ishtirok etishlari mumkin. Bu tashkilotlarning barchasi bir-birlarini uyg‘un ravishda to‘ldirishi va iste’molchi uchun zarur bo‘lgan hamda assortiment bo‘yicha yetarli darajadagi barcha xizmatlarni ko‘rsatadi.

*Turizm infratuzilmasi tushunchasi turistik faoliyatni amalga oshirishda turistlarning turistik resurslaridan bemalol foydalanishini ta’minlovchi bino va inshootlar tizimi, muhandislik va kommunikatsiya tarmoqlari, shu jumladan, yo‘llar, turizmning turli xizmat ko‘rsatish korxonalari va ularni kerakli darajada ishlatish va ta’minlash tushuniladi.*

Bu avtomobil va temiryo‘llar, yo‘l harakatini, havo yo‘llarini, dengiz va daryo yo‘lari harakatini tartibga soluvchi, issiqlik, suv, elektr va telefon aloqalari bilan ta’minlash va boshqa kommunikatsiya tizimlaridir. Ma’lumki, turizm sohasida turistik resurslari, ya’ni, tabiiy-iqlim, tarixiy-madaniy, ma’rifiy, ijtimoiy-maishiy turizm obyektlari bo‘lgan hududlarda kerakli infratuzilmani yaratish muhim masalalardan biri hisoblanadi. Yo‘llarning ravonligiga qarab ham turistlar oqimining oshishi yoki kamayishi mumkin. Yo‘llar, bozorlar mamlakatning iqtisodiy va madaniy ahvoli qay darajada rivojlanganidan dalolat beradi.

Turist avvalo, dam oluvchi bo‘lib, unga ko‘rsatiladigan xizmatlar iste’molchisi ekanligini unutmasligimiz lozim. Bular nafaqat avtomobil yo‘llari, shuningdek, temiryo‘llarga ham taalluqlidir. Vokzal va poyezd relslaridan tortib, uning ichidagi kommunikatsiya va muhandislik tarmoqlarining barchasi turizm infratuzilmasining tarkibiy qismi bo‘lib hisoblanadi. Nafaqat avtomobil yoki temiryo‘llar, hatto turistlar uchun maxsus ajratilgan yo‘llar va yo‘laklar ham talab darajasida bo‘lmog‘i kerak.

Mehmonxona va shunga tenglashtirilgan joylardagi kommunikatsiya va muhandislik tarmoqlarida ham muammolar bo‘lmasligi turizm sohasining yangi pog‘onalarga ko‘tarilishida o‘ziga xos o‘rinni egallaydi. Bir tasavvur qilib ko‘raylik: issiqlik tarmog‘i ishlamaydigan, elektr tarmog‘i past, kanalizatsiya tarmog‘i bo‘lmagan yoki ichimlik suvi talab darajada bo‘lmagan mehmonxonalarda turistning bo‘lishi, bular va boshqalar turizm infratuzilmasining

rivojlanishidagi kechiktirib bo‘lmas va tezda hal qilinishi zarur bo‘lgan muammolardan biri hisoblanadi.

Ayniqsa, olis, tog‘li joylar, yo‘l trassalari kabi hududlarda bu muammolarni hal etish katta kapital mablag‘ talab qiladi. Hozir respublikamizning avtomobillar qatnaydigan trassalarida shoh bekatlarning ahvoli xorijiy turistlarga xizmat ko‘rsatadigan darajada emas. Turistlar tezda hojatini chiqarib oladigan yoki zarur tibbiy yordam beriladigan obyektlarning zamon talabi darajasida emasligi infratuzilma obyektlarini qurish borasidagi dolzarb ishlar qatoriga kiradi.

Bir vaqtlar Buyuk ipak yo‘li o‘tgan joylardagi muhim maskanlarda karvonsaroylar bo‘lgan. Karvonsaroylar savdo karvonlari uchun hozirgi vaqtlardagi mehmonxonalar xo‘jaligi vazifasini o‘tagan. Unda karvonlar va savdogarlar tunaydigan xonalardan tortib, ichimlik suvi, ovqatlantirish xizmati va boshqa xizmatlar (tabiblar, mashshoqlar, qoriqchilar) o‘z joyiga qo‘yilgan. Yurtimiz ko‘hna tarix va madaniyatga ega.

Hozirda kanalizatsiya deb ataluvchi tarmoq bundan 3 ming yil avval xizmat ko‘rsatganligini isbotlovchi dalillarni arxeologiya sohasi olimlarimiz tadqiqot ishlarida ko‘rsatib berishgan. Bu esa kommunikatsiya tarmoqlari, ichimlik suvi (sardobalar) maxsus quvurlar kulolchilik mahsulotlari sopol quvurlar orqali olib kelinganligidan dalolat beradi. Mana shunday tarixiy, an’anaviy mero‘simizni yana tiklash, zamonaviy holatga keltirish ham bugungi kunning dolzarb masalasidir.

Hozirgi paytda turizm infratuzilmasida bank va moliyaviy tashkilotlar xizmatlarning o‘rni alohida. Turistlar sayohatda va dam olishda xilma-xil xizmat turlaridan foydalanishni xohlaydilar. Ya’ni, o‘z xohishi bo‘yicha biror narsa sotib olishni istashadi. Bunda ular ko‘ngilochish uchun har kuni ko‘p miqdorda pul sarflashadi. Pulni ayniqsa, katta miqdordagi pulni ko‘tarib yurish, turistlarga noqulaylik va qiyinchiliklar tug‘diradi.

Turistlarning ko‘p miqdorda pulni olib yurishi o‘g‘rilarni, qaroqchi va tovlamachilarni va har xil turdagi jinoyatchilarning jinoiy harakat qilishlariga olib keladi. Turizm sohasi tashkil topishi bilanoq,

to‘g‘rilanishi va tartibga olinishi mumkin bo‘lgan xavfsiz pul bilan ta’minlash muammosi paydo bo‘ldi.

Axborot xizmati ham turizm infratuzilmasida turistlarga ham va uning tashkilotchilariga ham juda zarurdir. Turist sayohatga tayyorlanayotganda hamda sayohat vaqtida o‘zi boradigan joy haqida o‘sha mamlakat yoki boradigan hududning qonun-qoidalari, odatlari, mehmondo‘stligi haqidagi qo‘shimcha ma’lumotlarga, shuningdek, o‘sha joyning xaritasiga, transport magistrallari tuzilishiga muhtoj bo‘ladi. Sayohat va turistlarning sarguzashtlari haqidagi ma’lumotlar ommabop va maxsus adabiyotlar ko‘rinishida chop etiladi va bu holat turistlarni samarali sayohat qilishga chorlaydi.

Turizm infratuzilmasini zamonaviy kompyuter xizmatisiz tasavvur etish qiyin. Tezkor axborot va so‘zlashuv, yangiliklardan xabardorlik turizmning muhim bir jihatidir. Hozirgi turist Internet, faks, telegramm va boshqa zamonaviy texnika vositalaridan foydalanishiga talab turizm infratuzilmasini qay darajada ekanligidan yana bir nishonadir.

Zamonaviy elektron vositalari, shu jumladan, turistik xizmatlar, turistik markazlar haqidagi ma’lumotlar joylashgan millionlab saytlarga ega bo‘lgan Internet tarmoqlari nafaqat sayohat va turistik agentliklarni tanlash, hattoki, tur sayohatning chiptalari, xizmatlar uchun to‘lovlarni ham oldindan tayinlab qo‘yish mumkin. Bizningcha, bunda eng qulay variantlardan biri bronlashtirish tizimini qo‘llashdir.

## 18.2. Xalqaro turizm industriyasida turoperatorlar va turagentlar faoliyati

Turizm industriyasining tashkilotchilariga turizm sohasidagi ikki xil korxona to‘g‘ri keladi: turoperatorlar va turistik agentliklar. Bu korxonalar turizm xizmatining o‘zi bilan bevosita shug‘ullanmaydilar, balki faqat iste’molchi (turist) bilan bevosita xizmat ko‘rsatuvchining o‘rtasida vositachilik vazifasini bajaradilar. O‘z navbatida ularning faoliyati ham xizmat ko‘rsatishning asosini tashkil qiladi.

Fransiyaning turistik qonunchiligida bu korxonalarni ularning mohiyati va vazifasining xarakteristikasiga muvofiq ravishda turizm tashkilotchilari deb to‘g‘ri nomlaydilar. Turizm industriyasining shiddat

bilan rivojlanishi, turizm bozorida raqobatning yuzaga kelishi va kuchayishi turoperatorlar faoliyatiga ta’sir ko‘rsatdi va ularning keyingi ixtisoslashuvini aniqlab berdi.

***Turoperator bu-tijorat maqsadi uchun turizm mahsulotini sotishga taklif etuvchi, uni tayyorlash va rejalashtirishda bevosita ishtirok etuvchi turizm bozorining faol subyekti hisoblanadi.*** Turoperator o‘z faoliyati davomida vakolat imtiyoziga ega xaridor agentlari nomidan turistik xizmatlarni bir necha muddat ilgari xarid etish, bronlashtirish, o‘zlashtirish, paketlar hozirlash jarayonlarini ham amalga oshiradi.

Turoperator turistik paket ishlab chiquvchi sifatida u turistik yo‘nalishlar ishlab chiqish va turlar komplektatsiyasi bilan shug‘ullanadi, ularning amal qilishini ta’minlaydi, reklamani tashkil qiladi, bu yo‘nalishlar bo‘yicha narxlarni hisoblaydi, turlarni to‘g‘ridan-to‘g‘ri yoki turistik agentliklar vositasida turistlarga sotadilar. Turoperator turistlarni turli turistik xizmatlardan tanlash imkonini ta’minlab beradi va bir vaqtning o‘zida boshqa shahar va joylarda xizmat ko‘rsatishga buyurtma berish vazifasini o‘z zimmasiga olib osonlashtiradi.

Turoperatorlar turizm industriyasida maxsus rolni bajaradilar. Ular turmahsulotlarni (joylarni samolyotda, nomerlarni mehmonxonada) sotib oladilar, turistik xizmatlar paketini shakllantiradilar va foyda olish maqsadida turli to‘g‘ri yoki bilvosita foydalanuvchilarga (turistlarga) sotadilar. Turoperator turistik xizmatlarni alohida ham sotishi mumkin. Bu yoki foyda olish, yoki zaruriyat yuzasidan qilinadi. Masalan, imtiyozli narxlarda sotib olingan samolyotdagi joylar sonini toldirish uchun u chiptalarni ham sotishi mumkin va bunda u vositachi sifatida bo‘ladi.

Birinchi holda turoperator turpaket shakllantirayotganda u turmahsulotlar ishlab chiqaruvchisi sifatida faoliyat yuritadi. Ikkinchi holda, turoperator xizmatlarini alohida sotayotganda turistik xizmatlarning ulgurji dileriga aylanadi. Bu holat turoperator ishlab chiqaruvchidan turistik paketni shakllantirish uchun keragidan ortiqcha turistik xizmatlar sotib olganda bo‘lishi mumkin. Bundan tashqari,

hozirda ommaviy (koʻp) sotib olgani uchun mehmonxonalar va xizmatlar yetkazib beruvchilar orasida tegishli imtiyozlarga ega boʻlgan maxsuslashgan ulgurji turoperatorlari mavjud.

Turoperatorning yana bir ahamiyatli jihati shundaki, u turistlar uchun iqtisodiy qulay boʻlgan turistik paketlarni shakllantirish uchun oladigan xizmatlarining narxi oʻzgarishidan kafolatlana olish qobiliyatiga ega. Ulgurji turoperator narxlari har doim mehmonxonalar narxlaridan arzon boʻladi.

Ammo baribir turoperatorlar mahsulotlarning keng koʻlamining ulgurji sotuvchisi sifatida emas, balki yangi mahsulotlar ishlab chiqaruvchi sifatida koʻrib chiqish lozim. Shunda u haqiqatga toʻgʻri boʻladi, turoperatorning asosiy faoliyati turlar yoki turpaketlarni shakllantirishdan iboratdir.

Oʻzbekiston Respublikasi «Turizm toʻgʻrisida»gi Qonuni boʻyicha oʻz turistik mahsulotini shakllantiradigan va unga oʻz yoʻllanmasini chiqaradigan turistik tashkilotgina turoperator hisoblanadi. Bunday talablarni turistik firma bajaradi. Yoʻllanma turistlar bilan qilinadigan bitimga rasmiy ilovadir (xizmat koʻrsatish joyiga koʻrsatiladigan asosiy hujjat vaucherdir).

Turoperatorlik faoliyatida xizmat koʻrsatishni shakllantirish va sotish jarayonlarida turoperatorlarning turni ishlab chiqishdagi tashkiliy bosqich ishlari quyidagi ketma-ketlikda amalga oshiriladi:

1. Imkoniyatlar tahlili;
2. Talabni oʻrganish;
3. Istiqbolni rejalashtirish;
4. Xizmatlarini ta’minlovchilar bilan shartnomalar tuzish;
5. Tashuvchilar bilan shartnomalar tuzish;
6. Putyovka (yoʻllanma) bahosini ishlab chiqish va realizatsiya qilish;
7. Turni tovar metodik jihatdan ta’minlash;
8. Turistlarni otuvchi hujjatlari bilan ta’minlash;
9. Realizatsiya;
10. Reklama va axborotlar;
11. Mutaxassis kadrlar tayyorlash;

12. Marshrutga kadrlar tayyorlash;

13. Turni o‘tkazish va xizmat ko‘rsatish sifati yuzasidan nazorat o‘rnatish.

Turoperatorlar va turagentlar hamkorligi har ikkala tomonga manfaat keltiradi. Turoperatorda mavjud tarmoqlangan kontragentlik tarmog‘i unga turistik safarlarni sotish hajmini o‘stirishga imkon beradi, yangi bozorga chiqadi, jumladan, chiqish turizmining hududiy bozoriga kirib boradi. Bu bilan o‘z xodimlarini ta’minlash xarajatlarini, ijara binolarini, ularni uskunalarini tejaydi.

O‘z navbatida turagent safarlarni oxirgi iste’molchisiga sotib bergani uchun vositachilikka komission mukofot oladi. Uning hajmi odatda sotilgan turistik mahsulot bahosiga nisbatan foiz hisobida aniqlanadi va 10%ni tashkil qiladi. U ko‘paytirilishi ham mumkin (masalan, kelishilgan hajmdan ko‘proq turistik xizmat sotilganda). Komission mukofot turagentlikning asosiy daromad manbai bo‘lib xizmat qiladi.

Turoperator har doim sotish uchun turmahsulot zaxirasiga ega bo‘ladi, turagent bo‘lsa mijoz sotib olish istagini bildirgan holdagina ma’lum xizmatlarni talab etadi.

Biroq amaliyotda ba’zan turoperator va turagent orasidagi farqni ajratib bo‘lmaydi, chunki har ikkalasi o‘xshash vazifalarni hal qilishlari mumkin. Masalan, firma turoperator sifatida yo‘nalishlar ishlab chiqishi, turistlar va boshqa agentliklarga sotishi ham mumkin. Xuddi shu vaqtda aynan shu turistik tashkilot turagent sifatida boshqa firmalardan xizmatlar sotib olishi va turistlarga sotishi ham mumkin.

***Turistik agentliklar (turagent) bu iste’molchiga, ya’ni, turistga yoki mijozlarga ayrim turistik xizmatlar va turlarni chakana sotish funksiyasini amalga oshiruvchi yuridik yoki jismoniy shaxsdir.***

Agentlashtirish sohasida faoliyatning bir nechta turlari farqlanadi, shaxs nomidan va korxonaning topshirig‘i bo‘yicha turlarni sotish. Mohiyatan bu turli xildagi turoperatorlarning «turistik yo‘llanmalar do‘koni»dir. Turistik yo‘llanmada doimo bunday sotishni amalga oshirgan turoperator va turagentning barcha rekvizitlari to‘liq ko‘rsatiladi, agentlik foizi tushunchasi bor bo‘lgan mamlakatlarda,

agentlik foizining summasi doimo turistik xizmatlarning cheki yoki vaucherida koʻrsatilgan boʻladi. Bunday mamlakatlarda yoʻllanmalar yuk *vaucher* boʻlib, unda kassa apparatidagi ma'lumotni yozib qoʻyish uchun maxsus hoshiya mavjud. Bunday holda agentlikning oʻzi barcha oqibatlari va javobgarlikni boʻyniga olgan holda turoperatorlik funksiyasini bajaradi.

Hozirgi paytda turlarni iste'molchiga Internet tarmogʻi orqali sotish shakllanmoqda, lekin iste'molchiga faqat axborot berish va mahsulot taklif etish, uni mijozning talabnomasi boʻyicha oʻzlashtirish bosqichlargina avtomatlashtirish imkoniyatiga ega, ba'zi hollarda, masalan, bankdagi hisob-kitoblarni yoki kredit kartalarining raqamlarini koʻrsatishda haq toʻlash ham nazarda tutiladi.

Turizm sohasida turoperatorlar qayd qilganimizdek, turizm industriyasining harakatlantiruvchi asosiy boʻgʻinlaridan biri hisoblanadi. Turoperatorlar va turagentliklar hamkorligi turizmni rivojlantirishga asos boʻladi va turizm bozorida turistga (iste'molchiga) mahsulotlar va xizmatlar yetkazib berishga xizmat qiladi.

Turoperatorlar turizm bozorida yetakchi rol oʻynaydi. Turoperatorlar turni ishlab chiqish jarayonida turizmdagi asosiy xizmatlar koʻrsatuvchi korxonalar (transport xizmatlari, joylashtirish xizmatlari, ovqatlantirish xizmatlari, gid-ekskursiya xizmatlari va boshqalar) bilan mustahkam aloqada boʻladi va ular bilan xizmatlar koʻrsatishni tashkil qilish boʻyicha shartnomalar tuzadi. Oʻz oʻrnida turizmda asosiy xizmatlar koʻrsatuvchilar ham turoperator xizmatlaridan manfaatdor hisoblanadi.

### *Mavzuni oʻzlashtirish uchun savollar:*

1. Turizm sohasida turoperator qanday vazifani bajaradi?
2. Turizm sohasida turagent qanday vazifani bajaradi?
3. Turizm industriyasining mohiyatini tushuntirib bering.
4. Turizm infratuzilmasining mohiyatini tushuntirib bering.
5. Mehmonxona xoʻjaligining turizm industriyasidagi oʻrni nimadan iborat?

# XIX BOB. XALQARO TURIZMNING XIZMATLARI VA MAHSULOTLARI

***Tayanch so‘zlar:*** tur, individual turlar, guruhli turizm, «lyuks klass», «iqtisod klass», xizmatlar paketi, inklyuziv tur, tur paket.

## 19.1. Xalqaro turizmning xizmatlari

O‘zbekiston Respublikasining «Turizm to‘g‘risida»gi Qonunidagi ayrim moddalarda turistik xizmatlar bilan bog‘liq tushunchalarning ta’rifi berilgan. Jumladan, Qonunning 3-moddasida turistik xizmatlar tushunchasi haqida: «turistik xizmatlar turistik faoliyat subyektlarining joylashtirish, ovqatlantirish, transport, axborot-reklama xizmatlari ko‘rsatish borasidagi, shuningdek, turistlarning ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan boshqa xizmatlar»,-deb ta’riflanadi.

Qonunning 11-moddasi: «Turistik sayohat va turistik xizmatlar majmui»,-deb nomlanib, unda quyidagi fikrlar bayon qilinadi: “turistik sayohat yakka tartibda yoki turistlar guruhi tarkibida amalga oshiriladi. Turistik xizmatlar majmui transport xizmati ko‘rsatishni, yashash, ovqatlantirish, ekskursiya xizmati ko‘rsatish, madaniy, sport dasturlarini tashkil etish va boshqa xizmatlarni o‘z ichiga oladi»,-deb belgilangan.

Turizm to‘g‘risidagi qonunning 10-moddasi: «Turistik xizmatlarni sertifikatlashtirish»,-deb nomlanib, unda quyidagi jumlalarni o‘qiymiz: «Turistik xizmatlar majburiy sertifikatlash tirilishi lozim. Turistik xizmatlarni sertifikatlashtirish va sertifikat berish qonun hujjatlarida belgilangan tartibda amalga oshiriladi.

Turistik faoliyat subyektining turistik xizmatlarni majburiy sertifikatlashtirishdan bosh tortishi, turistik xizmatlarni sertifikatlashtirishning natijasi salbiy bo‘lishi, shuningdek, sertifikatning amal qilishini bekor qilish turistik faoliyatni amalga oshirish uchun berilgan litsenziyaning amal qilishini to‘xtatib qo‘yishiga yoki litsenziyadan mahrum qilishga sabab bo‘ladi».

Qonunning 12-moddasi: «Turistik xizmatlar ko‘rsatish shartnomasi», -deb nomlanib, quyidagi fikrlar bayon etiladi: «Turistik xizmatlar shartnoma asosida ko‘rsatiladi. Shartnomada ko‘rsatilgan

xizmatlarning ko‘lami va sifati, taraflarning huquqlari hamda majburiyatlarini, haq to‘lash va hisob-kitoblar tartibini, shartnomaning amal qilish muddatini va uni bajarmaganlik yoki lozim darajada bajarmaganlik uchun javobgarlikni, shuningdek, taraflarning kelishuviga ko‘ra boshqa shartlarni belgilaydi».

Qonunning 13-moddasida: «Turistik yo‘llanma (vaucher)»,-deb nomlanib, unda: «Turistik yo‘llanma (vaucher)-turistning yoki turistlar guruhining tur tarkibiga kiruvchi turistik xizmatlarga bo‘lgan huquqini belgilovchi va bunday xizmatlar ko‘rsatilganligini tasdiqlovchi hujjat»,-deb qaraladi.

Davlat standarti ta’rifiga ko‘ra, “turistik xizmatlar turistlarning ehtiyojlarini qondirish faoliyati bilan shug‘ullanuvchi turizm tashkilotlari faoliyatining mahsuli”,- deb belgilangan.

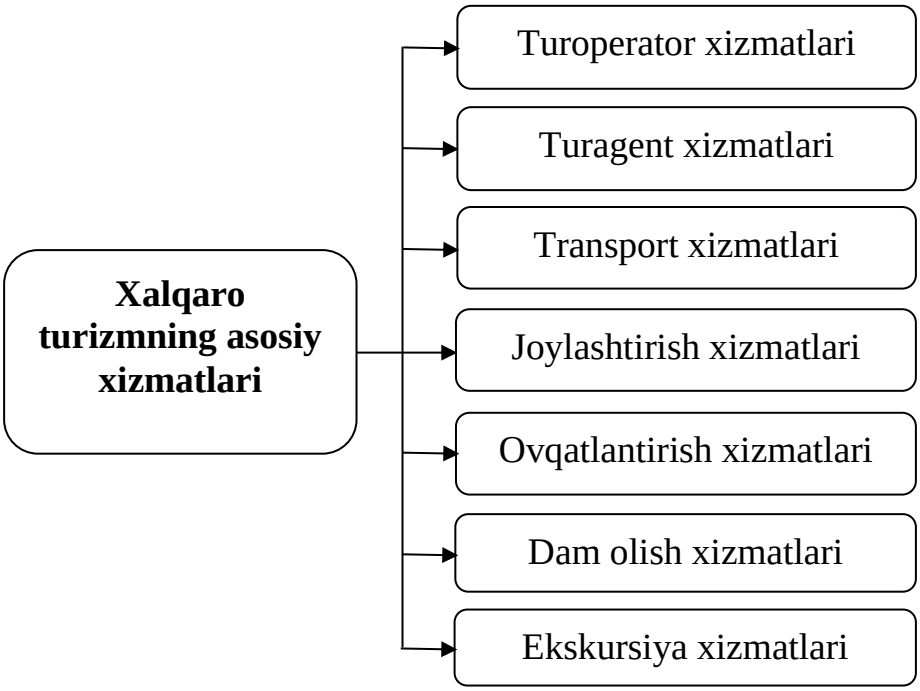
Bizning nazarimizda turistik xizmatlar sayohat davomida turistning barcha ehtiyojlarini qondirishga va ta’minlashga qaratilgan va xizmat ko‘rsatish sohasidagi aniq maqsadga yo‘naltirilgan harakatlar to‘plami bo‘lib, ular turizm maqsadlariga, turiga va turistik xizmatning qanday yo‘naltirilganligiga to‘la javob berishi kerak.

Turistik xizmatlar turist va ekskursant ehtiyojlarini qondirish va ta’minlashga qaratilgan, xizmat sohasidagi bir maqsadga yo‘naltirilgan harakatlar to‘plami bo‘lib, ular turizm maqsadlariga, xarakteristikasiga va turistik xizmatning qanday yo‘naltirilganligiga javob berishi hamda umuminsoniy tamoyillarga qarshi bo‘lmasligi kerak. Davlat standarti ta’rifiga ko‘ra, turistik xizmatlar turistlarning ehtiyojlarini qondirish faoliyati bilan shug‘ullanuvchi turizm tashkilotlarining faoliyati mahsulidir.

Umuman xizmatlar bu ko‘zga ko‘rinmas tovarning o‘ziga xos turidir. Xizmat bevosita iste’mol jarayonida yuzaga keladi va alohida holda bo‘lmaydi, bu xizmatning moddiy tovarga nisbatan asosiy farqidir. Bundan tashqari, tovar iste’molchiga olib kelib beriladi, turistik xizmatda esa iste’molchi bevosita xizmatning amalga oshiriladiganiga olib boriladi. Shuning uchun ham turistik xizmatlarni ishlab chiqarish va sotish moddiy tovarlarni sotishga aloqador bo‘lgan qonunlar asosida emas, balki boshqa qonunlar majmui bilan boshqariladi.

Turistik xizmatlar ikki turga bo‘linadi: asosiy va qo‘shimcha turistik xizmatlarning bir-biridan farqli tomonlari quyidagilardan iborat:

1. Asosiy xizmatlar (tashish, joylashtirish, ovqatlantirish) turpaketga kiritiladigan xizmatlardir. Qo‘shimcha turistik xizmatlar esa turpaketga kiritilmaydi. Asosiy turistik xizmatlar oldindan sotib olingan (sayohatni boshlashdan oldin), ya’ni, tolov oldindan amalga oshirilgan bo‘ladi.

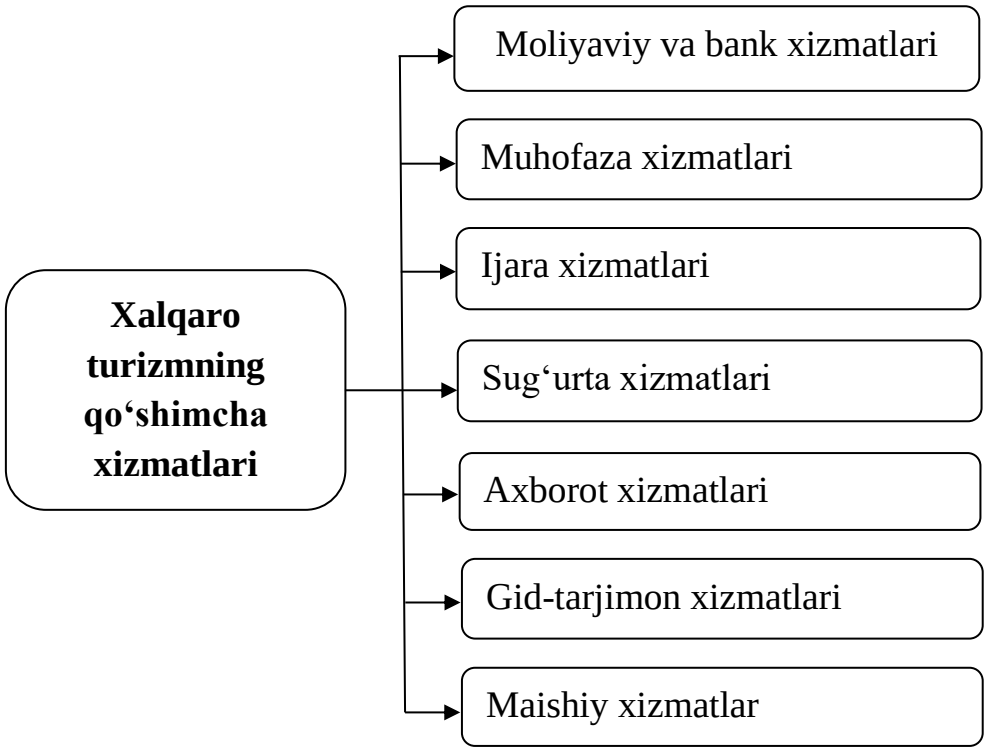



***19.1-rasm. Xalqaro turizmning asosiy xizmatlari***

2. Qo‘shimcha turistik xizmatlarda turistning tolov xizmatidan foydalanish jarayonida amalga oshiriladi. Ammo individual turist hech qanday dastur (turpaket)siz sayohat qilganda, uning asosiy va qo‘shimcha turistik xizmatlar to‘lovi bir xil ko‘rinishda amalga oshiriladi. Yuqoridagi farqlardan kelib chiqqan holda, qo‘shimcha turistik xizmatlar deganda turpaketda nazarda tutilmagan, turist o‘zining qo‘shimcha to‘lovi asosida foydalanadigan xizmatlar tushuniladi.

Butunjahon turizm tashkiloti qo‘shimcha turistik xizmatlarning 400 xil turini keltirib o‘tgan. Qo‘shimcha turistik xizmatlarning ahamiyati shundaki, unda turist yuzaga kelgan ehtiyojlarini to‘laqonli qondiradi, ma’lum bir vazifalarni bajarishda o‘zini urintirmaydi

(masalan: mehmonxonada yashayotganida kiyimini tozalash yoki dazmollash uchun mehmonxona xodimlariga murojaat qiladi). Turist qo‘shimcha turistik xizmatlar tufayli to‘la dam olishga erishadi. Natijada o‘z sayohatidan ko‘ngli to‘ladi.




***19.2-rasm. Xalqaro turizmning qo‘shimcha xizmatlari***

Qo‘shimcha turistik xizmatlardan turist ikki xil vaziyatda foydalanadi:

1. Tur paketning tanaffus qismida yoki turist bosh qolgan vaqtda foydalanadigan xizmatlar (masalan: kechqurun bo‘ladigan Registon maydonida namoyish etiladigan ovozli va nurli panoramaning tomoshasi).

2. Asosiy xizmatlar ko‘rsatilishi davomida yoki turist ehtiyojidan kelib chiqqan holda foydalanadigan xizmatlar (masalan: qo‘shimcha gid xizmati).

Turistga birinchi vaziyatdagi qo‘shimcha turistik xizmatlarni ko‘rsatish uchun quyidagilarga e’tibor berish kerak:

- turistlar qiziqishlarini inobatga olib iloji boricha turistlarga faqat yaxshi kayfiyat bag‘ishlaydigan qo‘shimcha xizmatlar taqdim etish o‘rinli hisoblanadi. Shu o‘rinda bu xizmatlar turistga ijobiy taassurot

qoldira olishi kerak. Masalan: o‘zbek milliy toylariga va oilalarga olib borish, turistni milliy konsert, festivallarga taklif etish. Buning uchun respublikada turistlarga xizmat qiladigan milliy ansambl guruhlarini tashkil etish maqsadga muvofiq.

- turist uchun yangilik bo‘lgan va bunday vaziyatga oldin duch kelmagan qo‘shimcha turistik xizmatlarni ko‘rsatish ;
- turistlarni milliy urf-odatlar va an’analar bilan tanishtirish orqali milliy hunarmandchilik va kasanachilik jarayonlarida bevosita qatnashishini tashkil etish. Yoki o‘zbek milliy taomlarining pishirish jarayonini tomosha qilish kabi xizmatlar ko‘rsatish . Buning uchun mamlakatimizda hunarmandchilik, kasanachilik va milliy oshxonalarni turizmga jalb qilib bu sohalarni rivojlantirish.

Turistga ikkinchi vaziyatdagi qo‘shimcha turistik xizmatlarni ko‘rsatish uchun quyidagilarga e’tibor berish kerak:

- mehmonxonalardagi qo‘shimcha turistik xizmatlarni rivojlantirish. Bu xizmatlarga: raqamga taom yoki mehmon buyurtmalarini yetkazib berish xizmati, kiyim tozalash va dazmollash xizmati, seyf xizmati, telefon, Internet, pochta xizmatlari, trenajyor zali xizmati, basseyn (ochiq yoki yopiq), massaj, sauna, sartarosh xizmati, texnikani ta’mirlash xizmati, valyuta ayriboshlash xizmati, ijara xizmati va boshqalar;
- ovqatlantirish korxonalarida qo‘shimcha turistik xizmatlar maxsus turist buyurtmasi va tanloviga asosan ko‘rsatiladigan xizmatlardir.

Qo‘shimcha turistik xizmatlardan turist ketma-ket ravishda ham foydalanishi mumkin. ya’ni, turist bosh vaqtida shahardan tashqariga tog‘li manzaralarni ko‘rish uchun borganda u valyuta almashtirish xizmati, avtomobil ijara xizmati, qo‘shimcha ovqatlantirish xizmati (shahardan tashqarida)dan ketma-ket foydalanadi. Xulosa qilib aytganda, qo‘shimcha turistik xizmatlar nafaqat tashkil qilinishi va taklif qilinishi, balki sifatli va foydali ravishda ko‘rsatilishi kerak.

## 19.2. Xalqaro turizmning mahsulotlari

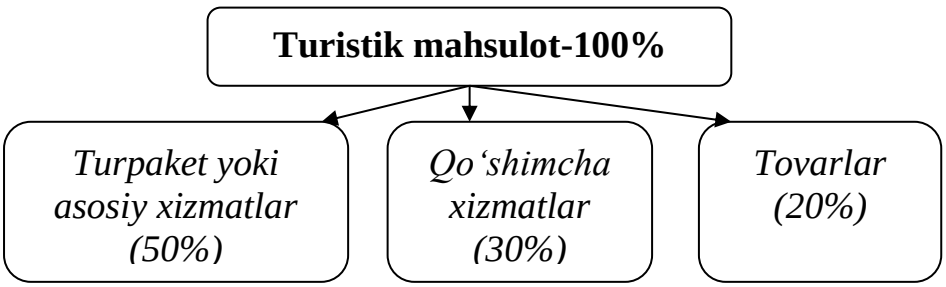
Turistik mahsulot turizm maqsadlari va jarayonida turistning ehtiyojlarini qondirish uchun yetarli bo‘lgan, barcha turistik xizmatlar, ishlar, tovarlar va ta’minot vositalari hamda turpaketga kiritilgan boshqa turistik xizmatlar majmuidan iborat.

Turistik mahsulot (turpaket) xizmatlar harakatining 24 soatdan ortiq vaqtiga ega va yoki tunab qolish (joylashtirish) va joydan-joyga ko‘chib otish (yuk tashish)ni o‘z ichiga oladi. Turistik mahsulot barcha ko‘rsatilgan xizmatlar va barcha xarajatlarni o‘z ichiga olgan umumiy narx bo‘yicha taklif etiladi, uning iste’mol xususiyatlari esa shartnoma shartlari asosida amalga oshiriladi.

Turist turistik mahsulotlar (turistik xizmatlar, ishlar va tovarlar) iste’molchisidir. Turistik mahsulotlar turistik asosiy xizmatlardan (bronlashtirish, transfer, joylashtirish, ovqatlantirish, ekskursiyalar), qo‘shimcha xizmatlar turistik faoliyatdan (foto xizmati, sug‘urta, axborot, moliya, bank xizmati) va turistik tovarlardan (esdalik sovg‘alar, xilma-xil tur tovarlari, iste’mol tovarlari parfyumeriya, tamaki, spirtli ichimliklar, maishiy texnika, kiyim-kechak) iboratdir. Agar turistik xizmatlar ko‘rsatish jarayonini sinchiklab kuzatadigan bo‘lsak, unda turizm tashkilotchilari (turoperatorlar) aynan xizmat ko‘rsatish bilan emas, balki ular turistlarning ehtiyojlariga qarab turistik mahsulotni shakllantiradilar va ularning turli kombinatsiya larini tuzadilar, buning evaziga ular foiz ko‘rinishida mukofot oladilar. Shunday qilib, turizm tashkilotchilari turistlar va xizmat ko‘rsatuvchilar o‘rtasida vositachi vazifasini o‘taydilar.

Turizm tashkilotchilari nima bilan savdo qiladilar va turistik yo‘llanma yoki vaucherni xarid qilgan turist bevosita nimaga ega bo‘ladi degan savol tug‘iladi. Agar ushbu jarayon diqqat bilan o‘rganilsa, unda turist ushbu yo‘llanmaning o‘rnatilgan muddatida turistik xizmatdan foydalanish huquqiga ega bo‘ladi. Turistik yo‘llanma, bu turistning yoki turistlar guruhining tur tarkibiga kiruvchi turistik xizmatlarga bo‘lgan huquqini belgilovchi va bunday xizmatlar ko‘rsatilganligini tasdiqlovchi hujjat hisoblanadi.

O‘zbekiston Respublikasining «Turizm to‘g‘risida»gi Qonunining 3-moddasiga asosan: *«Tur-muayyan yo‘nalish bo‘yicha turistik xizmatlar majmui (joy bandlash, joylashtirish, ovqatlantirish, transport, rekreatsiya, ekskursiya xizmatlari va boshqa xizmatlar) bilan ta’minlangan aniq muddatlardagi turistik sayohat»,* deb belgilangan. Yuqoridagi fikrlardan kelib chiqib, turmahsulot bo‘yicha turistik xarajatlar tarkibi quyidagi holatda bo‘ladi (19.3-rasm).

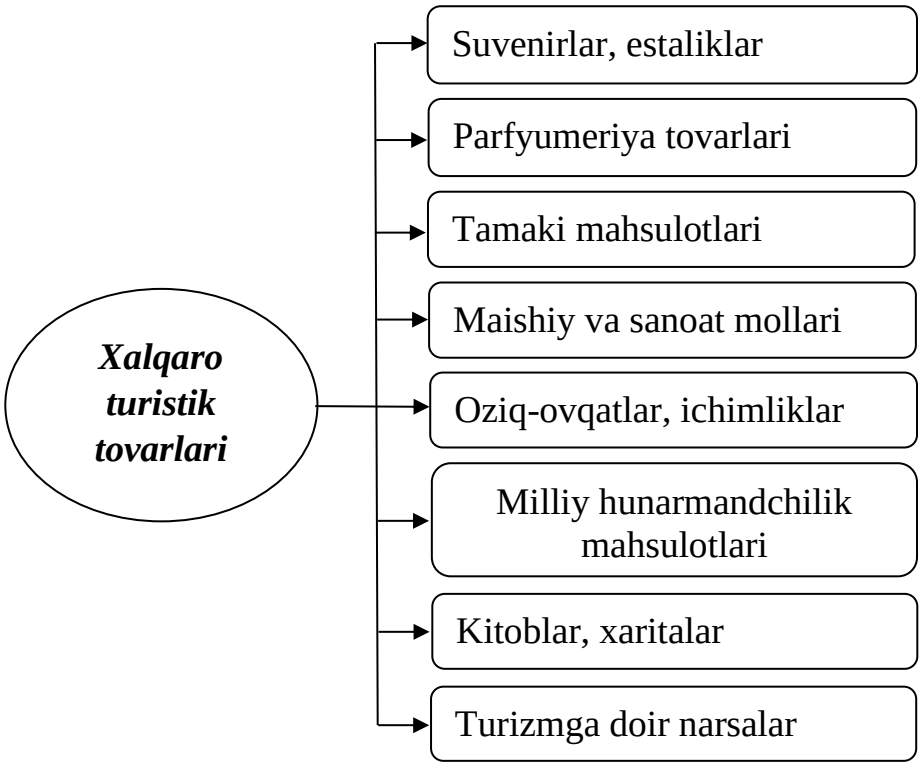



***19.3-rasm. Turmahsulotning turistik harajatlari tarkibi***

Turistik xarajatlar tarkibida ko‘rsatilganidek turist sayohat uchun qiladigan umumiy xarajatlarining o‘rtacha 50% i tur (turpaket)ni sotib olishga ishlatadi, 30%i qo‘shimcha turistik xizmatlardan foydalanishga sarflanadi, 20%i esa tovar (sotib olish: suvenir va sovg‘alar) xarajatlarini tashkil etadi. Bundan ko‘rinib turibdiki, asosiy xizmatlar turist xarajatlarining asosini tashkil etishda, qo‘shimcha xizmatlar uchun turist qolgan bor pulining aksariyat qismini sarflar ekan.

Turistlarga nomoddiy xizmatlardan tashqari moddiy xizmatlar yoki maxsus mahsulotlar taqdim etilishi mumkin, masalan, shahar rejasi, metro xaritasi, suvenirlar, turistik jihozlar va b.

Xizmat ko‘rsatish klasslari taqdim etilayotgan xizmatlar sifatini belgilash uchun ishlatiladi. Turistik mahsulot turli-tuman xizmatlar yig‘indisidan iborat bo‘lganligi uchun ularni turistga sotishda darajasini belgilash bilan bog‘liq muammolar kelib chiqadi. Turlar va xizmatlarning darajasini belgilash bo‘yicha bizning mamlakatimiz bozorlarida ham, xalqaro bozorda ham me’yoriy standartlar mavjud emas. Shuning uchun turoperator va turagentlar turni sotishda shartli ravishda tur bo‘yicha xizmatlarni lyuks, birinchi klass, turistik klass, ekonom (iqtisod) klass qilib belgilaydi.




***19.4-rasm. Xalqaro turistik tovarlari***

## 19.3. Xalqaro turizmda xizmat ko‘rsatish klasslari va xizmatlar paketi

**Lyuks klass.** Ushbu klass bo‘yicha turlarni tashkil qilishda odatda eng yuqori darajali xizmatlar jalb qilinadi: 5 yulduzli hashamatli mehmonxonalar, birinchi klass va biznes aviatsiya samolyotlarida uchish, hashamatli restoranlarda ovqatlantirish, alohida transport lyuks klass mashinalarida, alohida gid xizmatlari va h.k. Bunday turlar VIP-xizmat ko‘rsatish turkumi (razryadi) bo‘yicha taqdim etiladi.

**Birinchi klass** bu ham nisbatan yuqori darajali xizmat ko‘rsatish bo‘lib, 4-5 yulduzli mehmonxonalarga joylashtirish, biznes klass darajadagi samolyotlarda uchishni, obro‘yli restoranlarda ovqatlantirishni, individual transfertni, gid xizmatlarini nazarda tutadi.

**Turistik klass** 2-3 yulduzli mehmonxonalarda joylashtirish ni doimo aviareyslarning iqtisodiy klasslarida uchishni, shved stoli bo‘yicha ovqatlantirishni, guruhli transfertni nazarda tutuvchi eng ommalashgan xizmat ko‘rsatish turidir.

**Iqtisod klass** eng arzon xizmat ko‘rsatish turidir. Odatda iqtisod klassidan talabalar va kam ta’minlanganlar foydalanadi. Ushbu klass

dasturlari yuqori darajada bo‘lmagan xizmatlarni kam miqdorda taqdim etishni ko‘zda tutadi: 1-2 yulduzli mehmonxonada joylashtirish, yotoqxona va hostellarda joylashtirish, o‘z-o‘ziga xizmat ko‘rsatish tamoyili bo‘yicha faoliyat yurituvchi kichik va kooperativ mehmonxonalarda joylashtirish, charter aviareyslarida uchish, kutib olish va kuzatish jamoat transportida amalga oshirilishi mumkin. Bir so‘z bilan aytganda hammasi tejamli va arzon.

**Xizmatlar paketi (to‘plami).** Amaliyotda asosiy turistik mahsulot bu xizmat ko‘rsatish majmuasidir, ya’ni, turistlarga yagona paketda sotiluvchi xizmatlarning standart to‘plami. Xizmatlar paketi (to‘plami) turoperator tomonidan yaratilgan bo‘lib, ma’lum xizmatlar to‘plamidan: tashish, joylashtirish, ovqatlantirish, ekskursiyalar va h.k. iborat turistik mahsulotdir. Turdagi xizmatlar paketi turist tomonidan tanlangan turistik dam olish turi bo‘yicha ularning ehtiyojlari va sayohat maqsadidan kelib chiqqan holda shakllantiriladi. Tur va uning paketini shakllantirishda turistlar bilan ishlashning ikki varianti mavjud:

a) buyurtmali turlar sotilishi;

b) inklyuziv turlar sotilishi.

**Buyurtmali tur.** Buyurtmali turlarni sotishda dasturni shakllantirish va xizmatlar tarkibini yaxlitlash turist xohishiga binoan, uning bevosita ishtirokida amalga oshiriladi. Turistga taklif etilayotgan dam olish maskanida turli xil tur xizmatlarning har biri bo‘yicha turli xizmat ko‘rsatish variantlari taklif etiladi:

- joylashtirish xizmati joylashgan joyi va turi, darajasi bo‘yicha turli xil mehmonxonalar.
- ovqatlantirish xizmati turli variantlar (to‘liq yoki yarim pansion, yoki umuman ovqatlantirishsiz) shved stoli yoki «a la carte» va h.k.
- ekskursiyalar, xarid, ko‘ngilochar xizmatlar.
- transport xizmati avia uchish variantlari, temiryo‘l tashuvlar, avtomobil ijarasi va h.k. variantlari.
- sport va davolanish kurort xizmatlari.
- viza xizmatlari, shuningdek, sug‘urta xizmatlari.

Yuqorida aytilganidek, bunday turlarni tuzishda turistning o‘zi bevosita ishtirok etadi.

Turist tomonidan tanlangan xizmatlar tur dasturda shakllantiriladi, narxi hisoblanadi, uni turist turpaketga ega bo‘lgach to‘laydi. Odatda bunday buyurtmalar agentliklarda shakllantiriladi va so‘ng joriy qilish uchun turoperatorga yo‘naltiriladi. Buyurtmalarning tez va sifatli ta’minlash uchun bugungi kunda xalqaro turizmda turagentliklar va operatorlik kompaniyalari tomonidan zamonaviy kompyuter texnologiyalaridan foydalanmoqda. Xalqaro turizmda paketni yaxlitlash muammolari, narxni hisoblash va turni sotishni operativ hal qilish uchun kompyuter va telefaks aloqasidan keng foydalaniladi.

**Inklyuziv tur** (IT) bu oldindan rejalashtirilgan va dam olishning yoki turizmning ma’lum turi hamda turistlarning ma’lum ijtimoiy guruhiga va uning yoniga yo‘naltirilgan qat’iy xizmatlar to‘plamidir. Eng ko‘p tarqalgan inklyuziv turlar, deb marshrutli turlarni aytish mumkin. Ya’ni, bunda turistlar guruhi avtobusda bir nechta shaharlar va mamlakatlar boylab sayohat qiladi. Ushbu turning o‘ziga xos xususiyatlari (sayohat grafigi va muddatlari bilan qat’iy bog‘langan, barcha uchun yagona dastur) uning buyurtmali bo‘lishiga yo‘l qo‘ymaydi. Kruiz turlar, xobbi turlar ham inklyuziv turlardir. Inklyuziv turlarni sotishda xizmatlar tarkibi o‘zgarmaydi.

Turist bunday turni to‘laligicha sotib olishi yoki undan butunlay voz kechishi mumkin. Inklyuziv turlar barqaror talabga ega taniqli turizm va dam olish maskanlaridagi marshrutlarda tashkillashtiriladi va taklif etiladi. Inklyuziv turlar narxining katta qismini joylashtirish va ovqatlantirish to‘lovlari tashkil etadi. Xalqaro (avia) havo transportlari assotsiatsiyasi talabiga binoan, inklyuziv turlar o‘z ichiga 3 tadan kam bo‘lmagan xizmatlar: avia uchish, joylashtirish butun marshrut boylab sayohat va yuqoridagi 2 tasi bilan bog‘liq bo‘lmagan biror xizmat (ekskursiya, avtomobil ijarasi va h.k.).

Bunday turlarga bo‘lgan talabning tebranishiga qaramasdan, ularni rivojlantirishning ma’lum afzalliklari mavjud:

- umuman olganda majmuali sayohat alohida sotib olinadigan xizmatlar to‘plamidan arzondir;

- narxlari oldindan ma’lum bo‘lganligi uchun turagentlarning turistlarga qanday marshrutni tanlash borasida maslahat berishlari oson kechadi. Bunda dasturlar ham oldindan belgilangan bo‘ladi;
- o‘z mahsulotining jozibadorligini ko‘rsatish uchun ko‘proq imkoniyat bo‘ladi.

Inklyuziv turlarning kamchiliklari:

- bunday turda mijozni qiziqtirmagan xizmatlarning mavjud bo‘lish ehtimoli bor;
- dasturning haddan tashqari to‘yinganligi;
- bunday tur reklamasi iste’molchilarning faqatgina bir qisminigina jalb qilishi mumkin.

Buyurtmali turlarda turoperator doimiy ravishda mehmonxonalardagi tasdiqlanmagan o‘rinlarga kvotalarni ushlab turish lozim. Sotishda turli talabnomalar bo‘lishi mumkin. Turoperator turli mehmonxonalarda joylashtirilgan turistlar bilan ishlashiga to‘g‘ri keladi. Turistlarni bir mehmonxonada joylashtirib xizmat ko‘rsatish ancha oson kechadi. Yuqorida aytib o‘tilganidek, turistning shaxsiy xususiyatlaridan kelib chiqqan holda barcha turistik sayohatlar individual yoki guruhli tarzda amalga oshiriladi.

**Turto‘plam** (turpaket) iste’molchilarga guruhli yoki individual variantlar bo‘yicha taqdim etiladigan xizmatlar to‘plamiga kiradi.

Turpaketni tashkillashtirishga ta’sir etuvchi omillar:

- berilgan sayohatga talabning mavjudligi;
- xizmatlar, infratuzilma, moddiy bazaning mavjudligi;
- aviakompaniyalar va boshqa transport kompaniyalari bilan munosabati;
- jo‘natuvchi va qabul qiluvchi mamlakatlar o‘rtasidagi munosabatlar;
- hamkorturistik tashkilotlar bilan munosabat;
- belgilangan mamlakatda turizmning rivojlanish darajasi;
- belgilangan mamlakatning siyosiy barqarorligi.

Shuni ta’kidlash lozimki, siyosiy barqarorlik omili turoperator tomonidan o‘zining strategiyasini ishlab chiqishda muhim hisoblanadi.

Turimda Gretsiyadagi kurd millati voqealari, Misrdagi terroristik portlashlar bilan bog‘liq hodisalar talabning keskin pasayish hollariga olib keladi. Ushbu yo‘nalishlarga ixtisoslashgan turoperatorlar katta yo‘qotishlarni boshdan kechirdilar. Ammo shuni ham ta’kidlash lozimki, ushbu hududlarda vaziyat barqaror bo‘lishi bilan turistlar oqimi yana kuchaya boshlaydi. Berlindagi xalqaro turizm birjasida qayd etilganidek turist xavf-xatarni yengib otishga moyil. U siyosiy barqarorlik ro‘y bergan mamlakatlarda vaziyat yaxshilanishi bilan ayniqsa, issiq iqlimli hududlar va arzon narxlar bo‘lsa o‘sha yerga yana oshiqadi.

**Turpaket narxi.** Turpaketning muvaffaqiyatiga ta’sir etuvchi eng muhim omil bu narxdir. Narxlashtirishda boshqalarnikiga o‘xshamagan, alohida xususiyatli turpaketga ega bo‘lgan turoperatorlar ko‘proq erkinlikka egadir. Ular narxni asosan xizmatlarni sotib olish va boshqa xarajatlar, shuningdek, daromadning ma’lum foizini kiritishga asoslanib belgilaydilar. Ommaviy bozor turoperatorlari ayniqsa, turpaketlarga talab pasayganda (o‘lik mavsumda) asosan raqiblar narxiga asoslanib narx belgilashadi.

Turpaket narxini aniqlashda turoperatorlar bozor yetakchilari narxlariga amal qilishadi. Yirik turoperatorlar xarajatlarni kamaytirishadi va shu bilan raqiblarining narxlashtirishda omadga erishishlariga yo‘l qo‘yilmaydi. Eng ko‘p qo‘llaniladigan narxlashtirish usullaridan biri bu xarajatlarga asoslangan narxlardir, ya’ni, mahsulot tannarxi hisoblanadi va daromadning ma’lum foizi qo‘shiladi. Turpaket narxiga kiruvchi daromad foizi qo‘shimcha xarajatlarni qoplash, fondlarga ajratmalar, maosh va sof daromadni hisoblash orqali aniqlanadi va 15 % dan 30% gacha bo‘ladi.

Turizmda narxlarni hisoblashning o‘ziga xos xususiyatlarini unutmaslik lozim. Masalan, agar mavsumiy dasturda uzoq-vaqtli charter reyslarining (seriyasining) ketma-ketiligi, joylashtirishning «bakk to bakk» tamoyili qo‘llanilayotgan bo‘lsa, xarajatlar mavsum boshi va oxiridagi bitta bosh reys+ma’lum samolyotdagi jo‘natishlar soni va o‘rinlar sonini hisoblash orqali aniqlandi. Bu mavsumiy charter dasturiga kiritiladigan to‘la xarajatlar. Ular kirishlar soniga bo‘linadi va bu turpaket narxiga kirituvchi bitta uchishning narxidir. Ammo

turoperatorlar narxlarni hisoblashning xarajatlar usulini qo‘llashda marketing ma’lumotlarini qo‘llash bilan birga o‘rta bozor narxlarini ham inobatga olishadi.

### *Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*

1. Xalqaro turistik xizmatlarga nimalar kiradi, tushuntirib bering?
2. Xalqaro xizmat ko‘rsatish klasslarini tushuntiring.
3. Xizmatlar paketiga nimalar kiritiladi?
4. Milliy turistik mahsulotning tarkibini tushuntiring.

# XX BOB. XALQARO TURIZMDA GLOBALLAShUV JARAYONLARI

***Tayanch so‘zlar:*** globallashuv, globallashuv, diversifikatsiya, segment, konsentratsiya, strategiya, geosiyosat, ekzogen, tendensiya, deklaratsiya, destinatsiya, kommunikatsiya, tolerantlik.

## 20.1. Jahon turizmi globallashuvida diversifikatsiya jarayonlari

Jahon turizmidagi globallashuvda diversifikatsiya sezilarli tendensiyaga aylanmoqda (yangi lotinchada “*diversificatision”* o‘zgarishh, turli-tumanlik; lotinchada “*diversus”-har xil* va *“facere”*-qilish).

Diversifikatsiyani quyidagicha tushunish mumkin: qandaydir mahsulot va xizmatga ixtisoslashgan tor ishlab chiqarishdan voz kechib, faoliyatni kengaytirib, turli-tuman mahsulotlar va xizmatlarni yaratish ixtisosligiga otish va rivojlantirish: faoliyat sohalarini ko‘paytirish, faoliyati bilan bog‘liq bo‘lmagan tarmoqlar bilan ishlashning uddasidan chiqish, bozordagi segmentini kengaytirish va b.[38]

Bozor xo‘jaligining shakllanganligi bosqichma-bosqich amalga oshganligi ma’lum. Albatta, har bir bosqichning rivojlanishi biri-biriga qarshi bo‘lgan ixtisoslashish va diversifikatsiya darajalarini hisobga olgan holda turlicha tavsiflanadi. Tarixiy manbalarga qaytsak, shuni ta’kidlash kerak-ki, ko‘plab davlatlarda diversifikatsiyaning iqtisodiy kategoriya sifatida yuzaga chiqishi XX asrning o‘rtalariga, taxminan 50-yillarga, ishlab chiqarishni samarali ostirish uchun ichki manbalarning nisbatan tugayotganligi davriga to‘g‘ri keladi[39].

Iqtisodiyot va ilmiy-texnika taroqqiyoti o‘sishining sekinlashayotganligi muhitida xalqaro bozor uchun kurash ishlab chiqarishni global qayta qurishni talab qildi. Zamonaviy texnika va innovatsiyali texnologiyalarni qo‘lga kiritish yoki sotib olish ishlab

[38] Кусков А. С. Основы туризма: учебник, Москва, КНОРУС, 2008. -стр 400.
[39] Морозова М.А., Морозова Н.С., Карпова Г.А., Хорева Л.Б. Экономика туризма: учебник, Москва, 2014. -стр 306.

chiqarishni kelgusida rivojlantirishda asosiy rolni o‘ynamaydi, natijada kapitalning konsentratsiyalashuvida eng ommaviy tarqalgan *diversifikatsiyani* qurish ehtiyoji kelib chiqdi.

***Diversifikatsiyaning maqsadi:***

- firmaning, biznesning o‘sishi uchun yangi gorizontlarni ta’minlash;
- bitta bozorga, bitta mahsulotga, bitta markaga bog‘liqlikni pasaytirish;
- bozorni ng mavsumiy tebranishini tenglashtirish.

***Diversifikatsiyalarning strategiyasi.*** Ma’lumki, tarmoqdagi yo‘nalishlarning biznes uchun to‘planishi uni boshqarish nuqtayi-nazaridan juda ko‘plab tashkiliy, boshqaruv va strategik qulayliklarni amalga oshirishni keltirib chiqaradi. Natijada qo‘shimcha vaqt va kuchlarning talab qilinishi, bu vaqtni topish va kuchlarni tashkil qilish muddatlarida albatta ishlab chiqarishga qo‘yilgan xarajatlardan olinadigan daromadlar pasayadi. Diversifikatsiyalashning strategiyasini yaratish aynan, shu tariqa kelib chiqadi. Korxona ishlab chiqarishida kelib chiqqan bu muammolarni yo‘qotish va turli resurslarini optimal qayta taqsimlash uchun korxonaning diversifikatsiyasi aniq qurol sifatida turli maqsadlar va vazifalarni oldinga chiqarib, korxonaning iqtisodini qayta ko‘rib chiqish yo‘nalishlarida muvofiqlashtiruvchi rolni bajaradi.

Diversifikatsiya jarayonlari kompaniya faoliyatidagi muhim tarkiblarni (tayyor mahsulot, kompaniyaning tarmoqdagi o‘rni, bozordagi realizatsiya va b.) modifikatsiyalash bilan mustahkam bog‘langan. Kompaniyaning diversifikatsiyasi ichki va tashqi bozor egiluvchanligida yangi yutuqlarga erishishning asosi bo‘ladi. Diversifikatsiya haqidagi oqilona qaror joriy yildagi kutiladigan natijalar uchun ham, kelgusidagi bashoratlarda kutiladigan natijalar uchun ham qabul qilinishi mumkin.

Diversifikatsiyalarning strategiyalarini tarqatish quyidagi holatlarda maqsadli bo‘ladi:

- biznesning rivojlanishi salohiyatlari sezilarli pasayish boshlaganda;

- boshqa tarmoqda faoliyat ko‘rsatish uchun imkoniyatlar paydo bo‘lganda;
- hozirgi salohiyatlari bilan boshqa tarmoqlarga qo‘shilish, birga ishlash imkoniyatlari mavjud bo‘lganida;
- ishlab chiqarishda chiqimlarning ko‘payishi;
- katta resurslarining (jumladan, tashkiliy) mavjudligi.

Diversifikatsiyalarning strategiyasini ishlab chiqishda quyidagi mezonlar diqqat va e’tiborda bo‘lishi kerak:

- kompaniyaning hozirgi va kelgusidagi jozibadorligi;
- kompaniyaning boshqa tarmoqlarga kirishi uchun xarajatlar hisob-kitobi;
- qandaydir (izlab topiladi) imkoniyatlarning borligi (sinergizm samarasi).

Shunday qilib, diversifikatsiyalarni haqiqiy tushunish, kompaniyaning faoliyatlarini yangi sohalarga ta’sirini tarqatish jarayonlari bilan bog‘liqlikdan iboratdir deb xulosa qilish to‘g‘ri bo‘ladi. Agar kompaniya o‘z oldiga qo‘ygan maqsadi va vazifalarini bajarish bo‘yicha kutiladigan daromadlarini yuqori darajalarda saqlab turish imkoniyatlariga ega bo‘lsa diversifikatsiyalar yangi strategik maqsad bola olmaydi va unga ehtiyoj ham yoq deb hisoblashadi[40].

*1. Gorizontal diversifikatsiyalar strategiyasi* yangi texnologiyalardan foydalanib yangi mahsulotlar ishlab chiqarish.

*2. Markazlashtirilgan diversifikatsiyalar strategiyasi* korxonadagi mavjud texnologiyalardan foydalanib yangi mahsulotlar ishlab chiqarish.

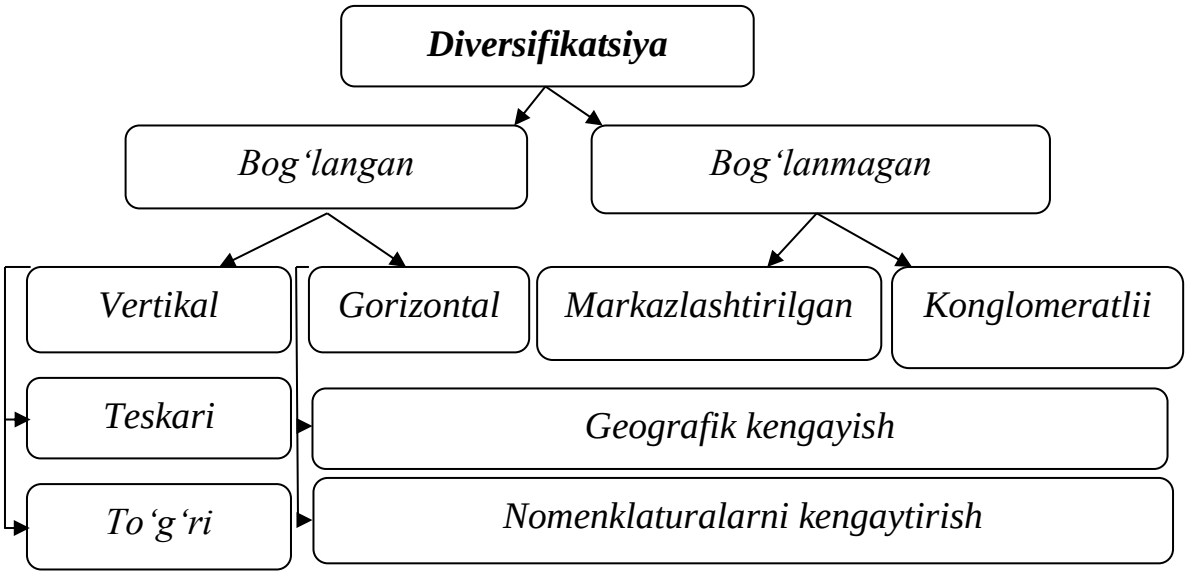
*3. Konglomeratli diversifikatsiyalar strategiyasi* bu strategiya yangi mahsulotlar ishlab chiqarishni ta’minlaydi. Bu yangi mahsulotlar oldingi mahsulotlarni ishlab chiqarayotgan texnologiyalar bilan bog‘liq emas.

Turizmning borligi va rivojlanishidagi sharoit juda ko‘plab omillarning ta’siri bilan bog‘liq bo‘lib, jamiyatda doimiy ravishda yuzaga kelib chiqadigan vaziyatlarga, geosiyosiy va boshqa sharoitlarga moslashishning zaruriyatini talab qiladi.

[40] Кусков А. С. Основы туризма: учебник, Москва, КНОРУС, 2008. -стр 400.

Turizm tizimiga to‘g‘ridan-to‘g‘ri va yonlama ta’sir qiladigan jamiyatining hayot kechirishi sharoitlarida ro‘y berayotgan sayyoraviy jarayonlar va o‘zgarishlar tashqi yoki ekzogen omillar hisoblanadi. Bularga tabiiy-iqlim, madaniy-tarixiy, ijtimoiy-iqtisodiy, demografik, siyosiy-huquqiy, ilmiy-texnik, ekologik, geografik va etnik omillardir.

Hozirda diversifikatsiyaning 3 ta tiplarini ajratishadi. Turizmning rivojlanishiga ta’sir qiluvchi tashqi omillar bilan birgalikda turizm sohasida bevosita yuzaga kelib chiqadigan voqeliklar va tendensiyalar-endogen omillar ham bor. Bularga joylashtirish vositalari, transport, ovqatlantirish korxonalari, ularning jihozlanganligi va moslashtirilganligi, kommunikatsiya tizimining joriy qilinganligi bilan bog‘liq moddiy material-texnik omillar; turistik xizmatlarga talab va taklif bilan bog‘liq omillar, shuningdek, texnologik va institutsional omillar kiradi.




***20.1-rasm. Jahon turizmining globallashuvida diversifikatsiyalarning tiplari va biri-biri bilan bog‘liqligi***

Turizmga ta’sir qiluvchi bosh omil bozordagi ulushning yirik kompaniyalarning qo‘lida to‘planishi davom etayotganligi hisoblanadi. Turizmning hozirgi zamonaviy bosqichida rivojlanayotganligi va uning tashkiliy shakllanishidagi muhim xususiyati esa turizm biznesiga

transport, savdo, sanoat, bank, sug‘urta va boshqa kompaniyalarning kirib, kuchayib borayotganligi hisoblanadi.

## 20.2. Jahon turizmi globallashuvida glokallashuv jarayonlari

Globallashuv dunyodagi mintaqalar va mamlakatlarning inson resurslari, xizmatlar, tovarlar, moliya, texnologiyalar, bilimlar va axborotlarning butun oqimi bilan almashinuvlarini jalb qilib, ularning o‘zaro birgalikdagi harakatlari va birga yashashidagi yangi, prinsipial sharoitlarni yaratadi.

Globallashuv tendensiyalari bilan birgalikda dunyoda turizmdagi standart va meyyorlarni bir xil qilishga olib boruvchi, etnomadaniylining o‘ziga xosligini tekislovchi madaniy bir xillikni bir holatdan ikkinchi bir holatga o‘tkazuvchi milliy chegaralarni yemiruvchi qarshi tendensiyalar muayyan, mahalliy globalashuv-global qiziqishlar, manfaatlarni va mahalliy o‘ziga xoslikni sintez qilish yo‘li bilan umumjahon jarayonlarini integratsiya qilish maqsadidagi tendensiyalar ham bor. Bu hodisaga, voqeaga taniqli sotsiolog Roland Robertson “globalizatsiya” (globallashuv-glokallashuv) deb nom berdi.

Globallashuv jarayonida global bozor uchun moslashgan turistik mahsulotni ishlab chiqishda regional va mahalliy chegaralar va o‘ziga xos bo‘lgan xarakteristikasi xususiyatlar qo‘shilib ketadi, marketing prinsipi “global fikrlash muayyan joyda harakat qil” rivojlanadi. Boshqa so‘z bilan aytganda trend globallashuv turizmdagi globallashuv hodisasidagi dam olish va sayohatning bir xilli modeli, turistik xizmatlarning standartlashuvi va bir xilliligiga qarama-qarshi bo‘lgan turistik mahsulotga kiritilgan noyob mahalliy jozibadorlik, joyda (lokal) o‘ziga xos muhit, mahalliy hamjamiyat madaniyatining ruhini aks ettiradi.

Glokallashuv asosida iqtisodiy masalalar bilan birgalikda ekologik muammolar va xavfsizlik jarayonlari yotadi, bu jarayonlarda harakat qiluvchilar davlat tarkiblari va xususiy biznes, jamoaviy va ijtimoiy institutlar, madaniy tashkilotlar hisoblanib, mahalliy hamjamiyatning samarali rivojlanishi va yakkaliklarning madaniyat, ijtimoiy

kooperatsiyalar, madaniyat, taroqqiyot uchun o‘zaro hamkorlik va o‘zaro faoliyatda bo‘lishini ta’minlaydi.

**Barqaror turizm *(sustainable tourism).*** Insoniyat barqaror rivojlanish haqida tashvishlana boshlagandanoq turistik faoliyatning asosiy yo‘nalishi barqaror rivojlanish hisoblanadi. Butunjahon Turizm Tashkilotining (BTT) va “Yashil dunyo” ekologik tashkilotining samarali mehnatlari tufayli “XXI asrda turizmning barqaror rivojlanishi Konsepsiyasi” (Agenda 21 for travel and tourizm industry) ishlab chiqildi.

“Turizm va sayohatlarning industriyasi uchun XXI asr Kun tartibi” konsepsiyasi “Har tomonlama harakatlar Dasturi”, “Atrof-muhit va rivojlanish” (UNCED) tashkilotining 182 ta davlatlarning boshliqlari qatnashgan Birlashgan Millatlar Tashkilotining xalqaro konferensiyasida 14-iyun 1992-yilda Rio-de-Janeyro shahrida qabul qilindi.

Ushbu hujjatga muvofiq “turizmning barqaror rivojlanishi kelajakdagi imkoniyatlarni muhofaza qilib, ko‘paytirib turistlarning hozirgi ehtiyojlarini va qabul qiluvchi mintaqalarning talablarini qoniqtiradi. Barcha resurslari shunday boshqarilishi kerak-ki, bu boshqaruv iqtisodiyotni, ijtimoiy va estetik ehtiyojlarni qondirishi, madaniyatning butunligini, muhim ekologik jarayonlarni, biologik xilma-xillikni va hayot xavfsizligi tizimini saqlaydi. Barqaror turizmning mahsulotlari bu mahsulot mahalliy muhitning, jamiyat madaniyatining roziligi, kelishganligining mahsuloti, bu mahsulot turizmning rivojlanishiga zarar emas foyda keltiradi”.

2002-yilda Butunjahon turizm tashkiloti va BMTning Savdo va rivojlanish bo‘yicha (YuNKAD) hamkorlikda o‘tkazilgan konferensiyasi qabul qilgan dasturida “Barqaror turizm”qashshoqlikni yo‘qotadi (Sustainable Tourism Eliminating Poverty ST-EP) shiorini qabul qildi. Barqaror turizmning konseptual aniqlanishi (2004 y)da Butunjahon turizm tashkilotining ta’rifi “barqaror turizmni rivojlantirishni boshqarishning amaliyoti va meyyorlarini ommaviy turizmni va turistik segmentning turli-tuman joylarini qo‘shgan holda turizmning barcha turlarida va barcha yo‘nalishlarida qo‘llash mumkin.

Barqarorlik tamoyillari atrof-muhit muhofazasiga, iqtisodiyotga, turizm rivojlanishining ijtimoiy-madaniy tomonlariga taalluqli bo‘lib va bu uchta aspektlarning o‘rtasida turizmning uzoq muddatlarda rivojlanishiga kafolat beruvchi ma’lum bir muqobillik muvozanati o‘rnatilishi kerak.

Barqaror turizm hozirgacha to‘plangan tajribalardan foydalanib turistlarning ehtiyojlarini eng yuqori darajalarda qondirilishini ta’minlashi, ularga natijalarning barqarorligi bo‘yicha axborotlar berishi va ular o‘rtasida barqaror turizmning amaliyoti qo‘llanilayotganligini bildirishi kerak. Barqaror rivojlanish konsepsiyasiga muvofiq, turistik sohaning barqarorligi tabiiy, madaniy va ijtimoiy-iqtisodiy resurslariga bog‘liqligi hisoblanadi va turizm bu resurslariga tayangan, bu resurslaridan foydalangan holatlarda barqaror rivojlanishni ta’minlaydi.

Butunjahon turizm tashkiloti va Turizm va sayohatlar bo‘yicha Butunjahon Kengashining(VSPT) tashabbusi bilan tarixda birinchi marta “Katta Yigirmalik (G 20)” Meksikada (2012-yil iyun) “Har yilgi natijalar hisoboti” bo‘yicha qabul qilgan Deklaratsiyaga “Jahon turizmini quvvatlash va rivojlantirishning zarurligi” Blokini qo‘shdi. G (20)ning liderlari turizm va sayohatlar industriyasining yangi ish o‘rinlarini yaratishidagi, iqtisodiy o‘sishni ta’minlashda va rivojlanishdagi muhim o‘rni va ahamiyatini tan olishdi. Ular o‘z zimmalariga “Global iqtisodiy o‘sishni ta’minlash va qashshoqlik chegaralarini qisqartirish, ish joylarini yaratish, sayohatlarni yengillashtirish kabi tashabbuslarni ishlab chiqish” majburiyatlarini olishdi

Shunday qilib, barqaror turizm bu turizmning uzoq muddatlar davomida o‘zining sonli va sifatli ko‘rsatkichlarini saqlash qobiliyatiga ega ekanligi, shuningdek, turistlar va vakillarning kutganlarini, ehtiyojlarini, talablarini ular bo‘lgan joy va hududlarning tabiiy ekologik muhitiga zarar yetkazmasdan qisqa va uzoq muddatlarda jahon andozalari o‘lchamlarida amalga oshirishga ega ekanligidir.

Barqarorlikni turizmga ekologik, ijtimoiy-madaniy va iqtisodiy ta’sir qiladigan ijobiy umumiy balans deb tushunish mumkin, shuningdek, keluvchilarning ham qabul qiluvchilarning ham bir-biriga ijobiy ta’siri deb hisoblash mumkin. Shuning uchun ham, turizmning

barqaror rivojlanishi uchun subyektlarning, bu jarayonlarga qatnashuvchilarning barchasi barcha darajalarda, xizmatlarda o‘zining rolini mas’uliyatli, do‘stona va o‘zaro hurmat-e’tibor bilan bajarishi kerak.

Aynan shu talablardan turizmda yangi faoliyat turi *ijtimoiy mas’uliyatlilik* (mas’uliyatli, anglangan) *turizmi* kelib chiqmoqda. Ijtimoiy mas’ullik, mas’uliyatlilik atamalarini S.I.Ojegovning lug‘ati bo‘yicha ko‘rib chiqsak, bu atamalarning ma’no va mazmuni *jamiyat uchun muhim* yoki huquqlari va javobgarligi yuzasidan *jamiyat uchun mas’ul faoliyat ko‘rsatish* hisoblanadi.

**Mas’uliyatli turizm (*responsible tourism*)** ijtimoiy, ekologik va turizmning boshqa turlarini o‘z tarkibiga olib, tarbiyadagi sezish, anglash va javobgarlik mezonlarini individga yakkalikka qaratishga mo‘ljallangan turizm hisoblanadi. Undagi falsafanning maqsadi shundan iboratki, dunyo xalqlari turizm orqali mahalliy aholining yashash tarzlari va milliy o‘ziga xos hayoti bilan, ularning milliy an’analari bilan tanishuvi asosida o‘zlaridagi milliy madaniyat va an’analarning almashinuvi yo‘nalishida birlashishlariga mas’ul ekanliklarini yaxshi bilishlari zarur.

Bunday maqsadlarga asoslangan sayohatlar ijtimoiy-iqtisodiy haqiqat tamoyillariga va mahalliy hamjamiyatning milliy madaniyatiga, atrof-muhitga to‘liq hurmat, e’tibor tamoyillariga asoslanib amalga oshirilishi kerak. Mas’uliyatli turizm qabul qiluvchi mahalliy jamoaning o‘rnini bosh rahbar sifatida va ularni o‘zlarining xususiy hududlarida barqaror turizmni rivojlantirish jarayonlarining qatnashuvchisi sifatida tan oladi.

Mas’uliyatli turizmning tamoyillari 2002-yil Keyptaunda, ijtimoiy mas’uliyatli turizm bo‘yicha o‘tkazilgan konferensiyada shakllantirilgan va bu tamoyillar bo‘yicha deklaratsiya qabul qilingan. Jahon hamjamiyatining barqaror rivojlanishi uchun barcha davlatlar va tashkilotlar ijtimoiy mas’uliyatlilikni muhim deb biladilar shiori bilan Butunjahon standartlashtirish tashkiloti (ISO) “Ijtimoiy mas’uliyatlilik bo‘yicha yo‘riqnoma” ISO 2600 (Guidance on social responsibility)

ishlab chiqdi. Shuningdek, konferensiyaning qarori bilan 6-noyabr Butunjahon mas'uliyatli turizm kuni deb belgilandi.

Haddan tashqari yoki nazoratsiz turistik faoliyat turistik talablardagi eng qimmatli boyliklarni, qadriyatlarni toptashi, ularning inqirozini keltirib chiqarishi mumkin. Bu boyliklar va qadriyatlar atrof-muhit va madaniyat (iqlim, tabiat, an'analar, tarixiy va madaniy meroslar) hisoblanadi. Shuning uchun ham, mas'uliyatli turizmda ijtimoiy g'oyalar va yig'ma vositalarni, usullar va qoidalarni, resurslarining o'zaro hamkorligini ta'minlovchi xizmatlarning ijtimoiy marketingi yaratilishi kerak. Ijtimoiy marketing jamiyatdagi iste'molchilarning qiziqishlari va ehtiyojlarini hisobga oluvchi mexanizmlarni ishlab chiqishi kerak.

Madrid shahrida 2010-yilning aprel oyida Turizm bo'yicha Yevropa Ittifoqining (YeS) Vazirlar Kengashi "Turistik faoliyatning ijtimoiy mas'ullik faoliyati sari" shiori ostida Deklaratsiya qabul qildi. YeS tarixidagi bu deklaratsiyada turizm sohasida Yevropa siyosatini amalga oshirish bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqildi va Yevropa davlatlarining rahbarlariga tarqatildi, a'zo davlatlar mas'uliyatli va etnik turizmni, ayniqsa, ijtimoiy, ekologik, madaniy va iqtisodiy barqaror turizmni rag'batlantirishni quvvatlash haqida yakdillik qaror qabul qilishdi.

Mas'uliyatli turizmning rivojlanishida aholining barcha qatlamlari uchun sayohat qilishning imkoniyatlari va sharoitlari yaratilishi muhim ahamiyatga ega. Inson o'zining ehtiyojlari bilan turistik markazning diqqat-e'tiborida bo'lishi kerak. Turistik markaz turistning individual xususiyatlarini, jismoniy holatlarini, sog'ligi darajalarini, yoshining turga muvofiqlikligini, uning imkoniyatlariga mos turistik xizmatlarni ko'rsata olishini hisobga olishi lozim.

**Ommabop turizm (*accessible tourism*).** Jahon turizmi bozorining segmentida yana bir tendensiya ommaviy turizmning kuchayib borayotganligi qayd qilinyapti. Ommaboplik turizmning milliy va mahalliy industriyasida, barcha sohalarida, qismlarida transport tizimidan boshlab, joylashtirish vositalari, umumiy ovqatlantirish korxonalari, madaniyat obyektlari bilan ta'minlanganlikni o'z

tarkiblariga oladi va jismoniy imkoniyatlari chegaralangan insonlarga sharoitlarni ta’minlashni ham o‘z zimmasiga oladi.

Ommaviy turizm shunday xizmatlarni va qulayliklarni nazarda tutadiki, bu qulayliklar va xizmatlar jismoniy va diyetik chegaralangan kishilarning ham hech qanday qiyinchiliklarsiz turistik faoliyatni amalga oshirishga yordam beradi. Jahon turizmidagi bu yangi tendensiya yo‘nalishini ommaviy deb atashmoqda. Lekin bu turizm ommaviy emas, ommabop turizm deyiladi va jahonda shiddat bilan rivojlanmoqda. Rossiyada endigina shakllanmoqda. Hozirda dunyo bo‘yicha butun turistik oqimning 7% ini ommabop ehtiyojlar bilan bog‘liq turistik faoliyat, ayniqsa, oilali va do‘stlik guruhlarining sayohatlari tashkil qilmoqda.

Lekin, ommabop turizmni faqat jismoniy va diyetik chegaralangan kishilar uchun deb tushunmaslik kerak. Xalqaro turizm bozorining bu segmentidagi iste’molchilar nafaqadagi kishilar, yoshlar, maktab o‘quvchilari va yosh farzandlari bor oilalar ham hisoblanishadi. Bu guruhlar bir qator ijtimoiy va iqtisodiy sabablar bo‘yicha o‘zlariga jiddiy munosabatlarda bo‘lishni talab qilishadi.

Ommaboplik tamoyili quyidagilarga tarqatilishi kerak:

- joylashtirish vositalariga (mehmonxonalar), transport va transport infratuzilmalariga (aeroportlar, vokzallar, yo‘l bo‘yi servis xizmatlari), diqqatga sazovor joylar va ko‘rsatuv obyektlariga. Bu joylarda yoshi, jismoniy holati va jismoniy imkoniyatlari chegaralanganlar uchun qulay sharoitlar (panduslarning borligi, keng eshiklar, liftlar va ko‘targichlar, aniq ko‘rsatkichlar va aniq piktogrammalar va b.);
- destinatsiya hududlari har qanday transport turi uchun borish imkoniyatlarining mavjudligi, bu joylardagi ko‘rish, tomosha qilish va dam olish obyektlarining vaqt muddatlari va moliyaviy jihatlardan imkoniyatli bo‘lishligi;
- jismoniy yoki ijtimoiy sharoitlari va inson imkoniyatlari bilan bog‘langan sayohat qilish huquqining mavjudligi (ijtimoiy turizm, uchinchi yoshlar uchun turizm, to‘rtinchi yoshlar uchun turizm).

**Ekologik turizm.** Jahon turizmi rivojlanishida yildan-yilga ustuvorlikka intilib borayotgan ekologik turizmda 3 ta yo‘nalishni ajratish mumkin:

1. Jahonning milliy parklari, tabiat qo‘riqxonalari va tabiat rezervatlarga turistik oqimning oshib borishi (globallashuv).
2. Okeanlar va dengiz sohillarida ekoturizm-rekreatsiya yo‘nalishidagi turistik oqimning oshib borishi (globallashuv).
3. Davlatlarda ichki ekoturistik oqimning oshib borishi (glolokallashuv)

**Turizm va demografik muhit.** Jahon turizmi rivojlanishidagi yangi tendensiyalarning yana biri demografiya rivojlanishining turizm taroqqiyotiga ta’siri hisoblanadi. Rivojlangan davlatlarda aholi o‘rtacha yoshining qarib borishi, o‘rtacha yashash yoshning o‘sishi tug‘ilishning pasayib borishi bilan bog‘liqligi va oilada yakka yashovchilarning ko‘payib borayotganligi turistik oqimdagi turistlarning yosh tarkiblari bo‘yicha sonlariga ta’sir qilishning o‘sishi qayd qilinyapti.

Yashash yoshining davlatlarda osib borayotganligi “uchinchi yosh”dagi turistlar uchun yangi iste’mol xizmatlarini yaratishni talab qilmoqda. Albatta, davlatlarning nafaqa ta’minoti bo‘yicha qabul qilgan tizimlari bo‘yicha ko‘plab nafaqaxo‘rlarning sayohatlarga chiqishi imkoniyatlarini yaratdi. Bularning umumiy soni jahon turizm oqimining 3\1 ni tashkil qiladi. Shu sababli turizm rivojlangan davlatlar xalqaro turizm bozoridagi bu tendensiyaga jiddiy e’tibor bilan qaramoqdalar va qariya turistlar uchun maxsus turistik infratuzilmalar va ularning ehtiyojlarini qondiruvchi turistik mahsulotlar va turistik xizmatlarni tayyorlamoqdalar.

Dunyo transformatsiyalanayotgan zamonaviy iqtisodiyot, dunyo infratuzilmalarini yaratish tendensiyalari, bir-biriga bog‘langan yangi hajmli texnologiyalarga otish kabi global jarayonlarning guvohi davrida yashamoqda. Yangi kommunikatsiya imkoniyatlaridan, real vaqtda elektron savdo xizmatlaridan turizm biznesida faol foydalanish ilmiy tadqiqotlar va innovatsiyaga kuch berishni, buning natijasida olingan tavsiyalarni amaliyotda qo‘llashga yaroqliligini ko‘rib chiqishni yuzaga chiqarmoqda.

Shuning uchun ham, turistik kompaniyalarning asosiy faoliyati raqobatbardoshlikni aniqlab beruvchi ilmiy tadqiqotlarga investitsiya kiritishning zarurligi hisoblanadi. Qolganlari marketing, logistika, ishlab chiqarish, ta'minot va hatto moliyalarni kompaniyalar ixtisoslashgan firmalarga uzatadilar (autsorsing-shartnoma asosida tashqi manbalardan ya'ni, autsorsing xizmatlarini ko‘rsatish xizmatidan foydalanishni bildiradi).

Biznesda qo‘shimcha yangi mahsulotlar ishlab chiqarish imkoniyatlarini izlash va foydalanishga asoslanuvchi markazlashtirilgan diversifikatsiya o‘zining rivojlanishini boshladi. Bunda ishlab chiqarilayotgan mahsulotlar biznesning markazida turishini davom ettiradi, yangisini ishlab chiqarish esa bozorni kengaytirish imkoniyatlarining kelib chiqqanligi, kompaniya yoki firma faoliyatining kuchayishi natijasida yangi texnologiyalarni o‘zlashtirish natijasida tayyorlanadi.

Masalan, xalqaro turizm statistikasidan ma'lum bo‘ladiki, *shahar turizmi* yildan-yil sari tobora rivojlanib bormoqda. Chunki, shahar aholisi tezda qiziquvchi, eng muhimi turistik faoliyatni xush ko‘ruvchilar, turistik mahsulotlarning iste'molchilari hisoblanadi. Bu qiziqishni o‘z vaqtida anglab olgan turoperatorlar darhol "yangi shaharlar"ni izlashga tushdi va tezlikda topishdi. Ya'ni, markazlashtirilgan diversifikatsiya doirasida dunyodagi katta shaharlar o‘z nomlariga yangi qo‘shimcha nomlarni ham qo‘shib oldilar va bu o‘z navbatidan turistlarning qiziqishini keltirib chiqardi[41]:

1. Dunyoviy shaharlar (Global shaharlar)-*London, Nyu-York;*
2. Milliy shaharlar-*Anqara, Buxarest;*
3. Madaniy shaharlar-*Budapesht, Praga, Vena;*
4. Madaniy meros shaharlari-Venetsiya, *Oksford, Kurakov;*
5. Badiiy shaharlar-*Florensiya, Madrid;*
6. Kreativ shaharlar-*Xelsinki, Barselona (tolerantlik, talant, texnologiya);*
7. Industrial shaharlar-*Glazgo, Bilbao;*

[41] Global Report on City Tourism-Cities 2012 Project (AM Reports: Volume six).Madrid: UNWTO, 2012. p. 8

8. Sport shaharlari-*Melbrun, Kardiff;*
9. Festival shaharlar-*Rio-de-Janeyro, Yangi Orlean;*
10. Futuristik shaharlar-*Dubay, Tokio.*

Tourism Intelligence International konsalting tashkiloti dunyoning koʻplab shaharlarida turizmning rivojlanishini oʻrganib shunday xulosaga kelishdiki, shaharlarni rivojlantirishdagi strategiyasi quyidagi tolerantlik tamoyillari asosida ishlab chiqilishi kerak:

- talant va texnologiya;
- ochiqlik;
- innovatsiyani harakatlantirish;
- mas'uliyatli shahar turizmi;
- imkoniyatlar va aktivlar;
- rivojlanuvchi yangi bozorlar;
- madaniyat;
- marketing.

BTTning 2012-yil noyabrda oʻtkazilgan Istanbuldagi birinchi Butunjahon kongressida "Shahar" loyihasini (Loyihada dunyoning 21 ta shaharlari qatnashmoqda, Rossiyadan Qozon shahri) amalga oshirishning muhim masalalari, Smart City (aqlli shahar) konsepsiyasi muhokama qilindi. Smart Cityning bugungi konsepsiyasi shaharlar hayotini axborotlar texnologiyasi yordamida boshqarish samaraliroq deb hisoblaydi. Bunda shahar hayotining quyidagi 6 ta raqamiga e'tibor berish kerak:

- harakatchanlik;
- boshqaruv;
- iqtisodiyot;
- atrof-muhit;
- hayotni tashkil qilish;
- odamlar.

Xalqaro turizmda shaharlar diversifikatsiyasi tendensiyasining kuchayib borishining asosiy sabablaridan biri, xalqaro turoperatorlarning xulosalari boʻyicha shaharlarda turistik destinatsiyalarda turistik mahsulotlar xilma-xil va koʻp, bu turistik mahsulotlardan boʻsh vaqtlarda, dam olishda, koʻngilochar vaqtni oʻtkazishda ham qulayliklar

yaratilgan. Shaharlar turli turizm turlarining mahsulotlarini tayyorlashgan shaharning diqqatga sazovor obyektlari, shahardagi agrolandshaftlar, zamonaviy shahar dizayni, milliy madaniyat, milliy arxitektura, haykaltaroshlik, san’at, musiqa, teatrlar, voqealar va b. Shuning uchun ham, madaniy-bilish turizmiga qiziqish faqat kuchayadi, shu sababli *madaniy-bilish turizmidagi* diversifikatsiyaning turlari va shakllari ham kengayadi.

Ko‘p yillik an’analar bo‘yicha *sog‘lomlashtirish turizmi* turi global chegaralarda va tez rivojlanuvchi turizm turi hisoblanadi. Ekologik inqirozning global chegaralarda kuchayib borayotganligi, turli-tuman yuqumli kasalliklarning avj olishi odamlarni o‘z sog‘lig‘i haqida ko‘proq o‘ylashga, qayg‘urishga majbur qilishi natijasida ular tabiatning betakror, toza ekologik muhitlarda dam olishga intilmoqda.

Turizmning bu turida amalda sog‘lom kishilar ko‘proq turistik faoliyatda bo‘lishyapti. Ular o‘zlarini sog‘lomlashtirish uchun qandaydir majburiy davolash tartibini talab qilishmaydi va sog‘ligini tiklash uchun ekologik toza muhitda dam olish yetarli deb hisoblashadi. Shu sababli, bu turizm turini diversifikatsiyalashgan turoperatorlar va turistik tashkilotlar jiddiy e’tibor qaratishi kerak.

Jahon turizmi taroqqiyotidagi rivojlanish yo‘nalishlarining turistik talab va turistik ehtiyojlar natijasida diversifikatsiyalashuvi O‘zbekiston turizmining shakllanishini takomillashtirishda davlat miqyosida anglab olindi va tushunildi. Mamlakat turizmini rivojlantirishni yangi istiqbolli bosqichga chiqarish uchun muhtaram Prezidentimiz qisqa muddatlarda quyidagi muhim Farmonlarni va Qarorlarni qabul qildi. Dastlab, O‘zbekiston turizmini boshqarishning davlat tizimi takomillashtirildi, ya’ni:

1. Tugatilayotgan «O‘zbekturizm» Milliy kompaniyasi negizida O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi tashkil etilsin.

2. O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi turizm sohasidagi vakolatli davlat organi etib belgilansin.

Mazkur Farmon va Qaror O‘zbekistonda milliy turizmni rivojlantirishni davlat miqyosida diversifikatsiyalashni amalga oshirdi.

Chunki, davlatimizning mustaqilligidan keyin mamlakatimizda turizmni shakllantirish va rivojlantirish uchun tashkil qilingan “O‘zbek turizm” Milliy kompaniyasi o‘z oldiga qo‘ygan maqsadi va vazifalarini to‘liq bajarib bo‘lgan edi.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qayd qilingan Farmon va qarorlarini bajarib borish davomida ma’lum bo‘ldiki, mamlakatimizning milliy turizmini rivojlantirishda murakkab muammolar va masalalar ancha miqdorlarda to‘planib qolgan. Turizmni rivojlantirishdagi davlat miqyosidagi bu muammolarning, masalalarning strategik rejalarini, yo‘nalishlarini ishlab chiqish, turizm sohasini rivojlantiruvchi va turizm sohasida xizmatlar va mahsulotlar ishlab chiqaruvchilarni o‘z vaqtida qo‘llab-quvvatlash uchun O‘zbekiston Respublikasining Prezidenti mamlakatimiz turizmini har tomonlama majmuali va jadal rivojlantirish uchun qisqa muddatlarda yana farmon va qarorlarni qabul qildi.

O‘zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishda O‘zbekiston Respublikasining Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning «O‘zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish bo‘yicha qo‘shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to‘g‘risida»gi 2018-yil 3-fevraldagi PF-5326-son Farmoni ijrosini ta’minlash, shuningdek, hududlarni barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning eng muhim omillaridan biri sifatida ichki turizmni jadal rivojlantirish, fuqarolarni mamlakatimizning madaniy-tarixiy merosi hamda tabiiy boyliklari bilan tanishtirish maqsadida: «Ichki turizmni jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi 2018-yil 7-fevral, PQ-3514-sonli qarori Vatanimizda milliy turizmni rivojlantirishning istiqbolli bosqichini boshladi.

O‘zbekistonning milliy turizmini rivojlantirish tarixiga zarhal so‘zlar bilan yozilib qolinadigan bu qaror O‘zbekiston xalqlarida o‘z vatanini anglash, bilish va o‘rganish, dam olish, milliy g‘urur va vatanni sevish, unga mehr-muhabbatli bo‘lish, tabiati va tabiati boyliklarini kelajak avlodlari uchun saqlash va muhofaza qilish his-tuyg‘ularini shakllantiradi.

Prezident qarorida mamlakatimizda ichki turizmni rivojlantirishda quyidagi muhim davlat dasturlari, yo‘nalishlari va rejalari belgilangan:

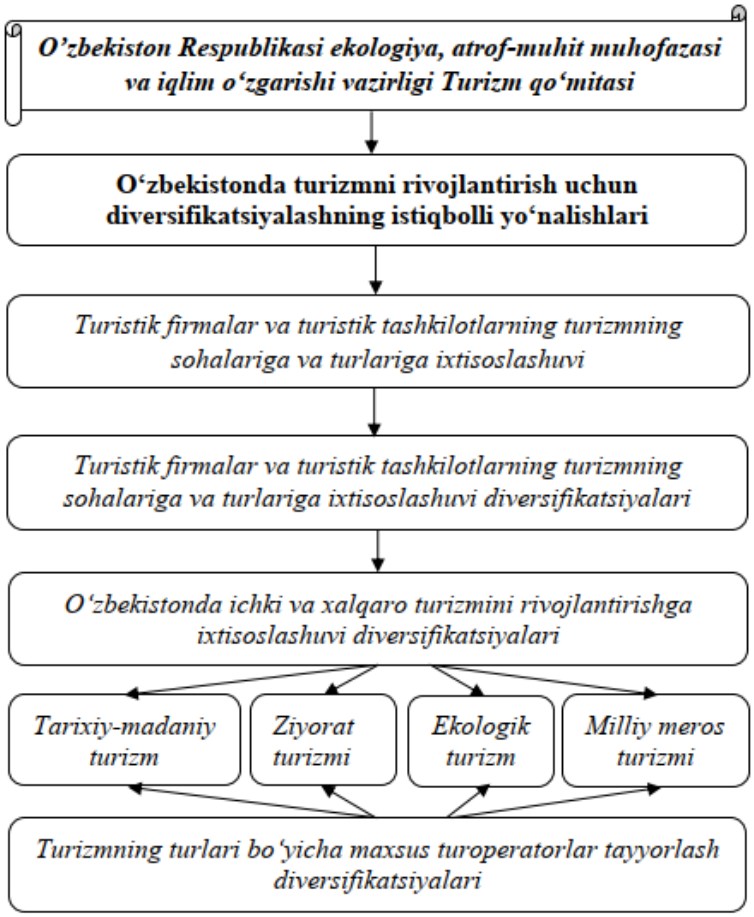
- «O‘zbekiston bo‘ylab sayohat qil!» ichki turizmni rivojlantirish dasturini amalga oshirish bo‘yicha amaliy chora-tadbirlar rejasi tasdiqlansin.

- bir oy muddatda turizm infratuzilmasining bandligini hisobga olgan holda hududlar hamda jalb etilgan tashkilotlar miqyosida turlar va ekskursiyalarni tashkil qilish jadvallarini tasdiqlasin;

- yoshlarni turizm sohasidagi tadbirkorlik faoliyatiga keng jalb etish bo‘yicha axborot-targ‘ibot tadbirlarining muntazam o‘tkazilishini ta’minlasin;

- turistlar oqimining mavsumiyligi hamda hududlarning turizm infratuzilmasi to‘liq jalb etilishini inobatga olib, shu jumladan, turizm faoliyati subyektlarini jalb etgan holda amaliy chora-tadbirlar rejasining samarali amalga oshirilishi uchun zarur choralar ko‘rsin.

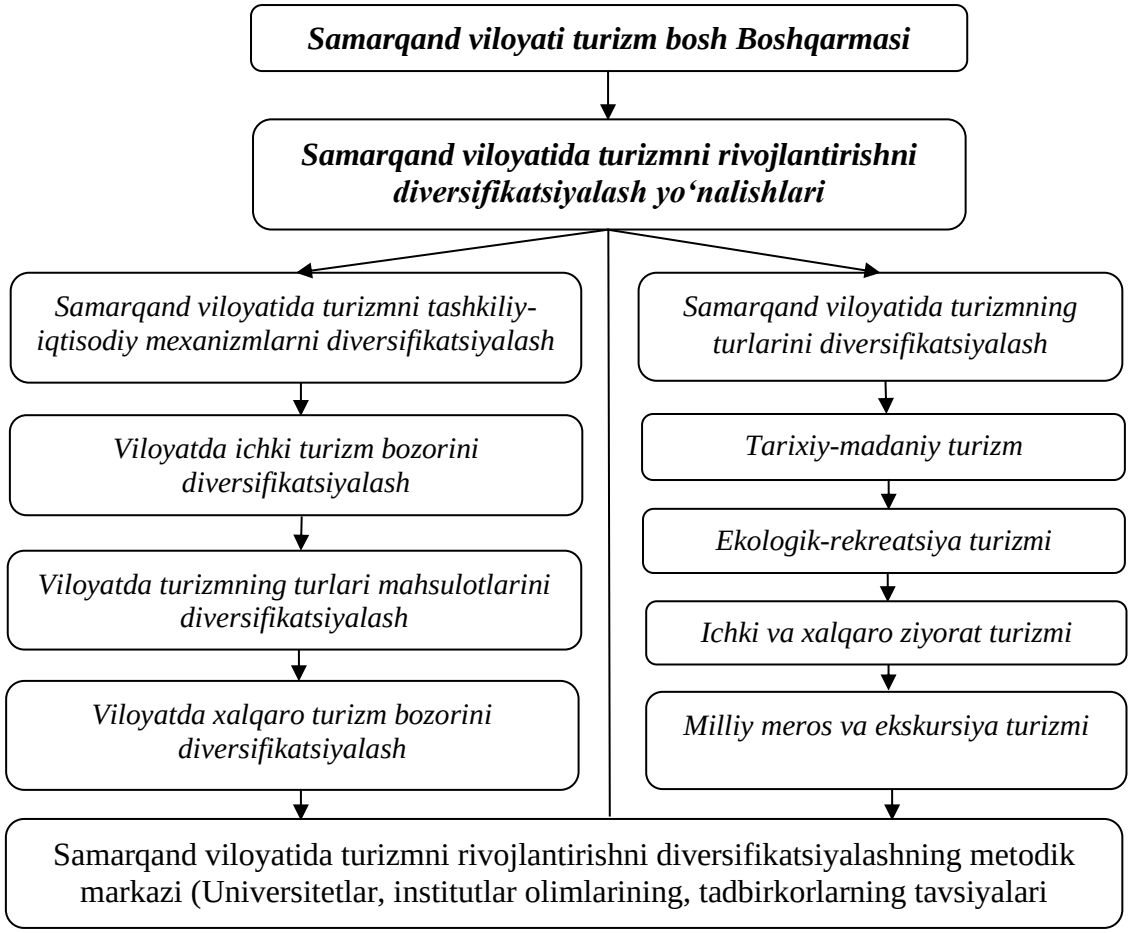
Bu imkoniyatlardan unumli foydalanish, turizm sohasida faoliyat yuritayotganligimizdan bu qarorning bajarilishiga o‘z hissamizni qo‘shishga mas’ul ekanligimizni anglaymiz. Xulosalarimiz bo‘yicha 20.2-rasmni ishlab chiqdik.




***20.2-rasm. Jahon turizmidagi globallashuvda O‘zbekiston turizmini rivojlantirishni diversifikatsiyalash yo‘nalishlari***

Bu tavsiya bo‘yicha mamlakatimizda turizmni rivojlantirish diversifikatsiyalari ichki turizmni, xalqaro turizmni va turizmning turlari bo‘yicha amalga oshirish kutilgan maqsadlarni beradi. O‘zbekiston milliy turizmini rivojlantirishdagi eng muhim masalalaridan biri turizmning sohalari va turlariga ixtisoslashgan turoperatorlarni tayyorlash hisoblanadi.

O‘zbekiston turizmini rivojlantirishni diversifikatsiyalash yo‘nalishlari asosida har bir viloyatda turizm sohasini diversifikatsiyalash yo‘nalishlari ishlab chiqilishi lozim. Bizning xulosalarimiz bo‘yicha Samarqand viloyatida turizmni xalqaro turizmdagi tendensiyalarga asoslanib diversifikatsiya rejalarini ishlab chiqish mumkin (20.3-rasm).




***20.3-rasm. Samarqand viloyatida turizmni rivojlantirishni diversifikatsiyalash yo‘nalishlari***

### *Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*

1. Jahon turizmidagi globallashuvni qanday tushunasiz?
2. O‘zbekistonda turizm sohasini diversifikatsiyalashning ahamiyati nimalardan iborat?
3. Globallashuvning glolokallashuvga og‘ishining sabablarini tushuntiring.
4. Turistik firmalar va turistik tashkilotlarning turizmning sohalariga va turlariga ixtisoslashuvi diversifikatsiyalari qanday amalga oshiriladi?
5. O‘zbekistonda ichki va xalqaro turizmini rivojlantirishga ixtisoslashuvi diversifikatsiyalarini tushuntirib bering.

# XXI BOB. XALQARO TURIZMNING TASHKILOTLARI

***Tayanch so‘zlar:*** biologik xilma-xillik, konvensiya, forum, ekasan, fauna, grinpis, qizil kitob, ekotizim, yashil krest, ekomonitoring.

## 21.1. Xalqaro turizmning tashkilotlari

Bugungi kunda jahon miqyosida 200 dan ortiq xalqaro turistik tashkilotlar faoliyat yuritmoqda, shularning asosiylari jadvalda ko‘rsatilgan. Ushbu turistik tashkilotlarning faoliyati turizmning dolzarb muammolarini o‘rganish asosida turizmning barqaror rivojlanishini ta’minlovchi muhim uslubiy ko‘rsatmalar, tashkiliyhuquqiy meyyorlar va tarig‘ibotlarni ishlab chiqishga yo‘naltirilgan.

Jahon xalqaro turistik tashkilotlarining asosiy maqsadi va vazifalari quyidagilardan iborat: turizm industriyasi tashkilotlari qiziqishlarini namoyon etish va himoya qilish; turizm sohasi siyosatini belgilash; jahon turizmi rivojlanishining tarkibiy unsurlarini shakllantirish; tashkilot a’zo mamlakatlari o‘rtasida o‘zaro manfaatli hamkorlikni o‘rnatish hamda ushbu mamlakatlarda turizm industriyasini rivojlanish muammolarni hal qilishga va ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida amaliy yordam ko‘rsatishdan iborat. Ahamiyatli tomoni shundaki, xalqaro tashkilotlar (assotsiatsiya, uyushma, alyans shaklida) o‘z faoliyatlarini o‘zaro hamkorlik va hamjihatlik tamoyillari asosida tashkil etadi.

**Butunjahon sayohatlar va turizm Kengashi** *(WTTC-Thye World Travel&Tourism Council).* Rasmiy tarzda 1990-yilda tashkil etilgan. *WTTC* jahon turizm industriyasini mingdan ortiq kompaniyalarining rahbarlari va peshqadamlarining forumi hisoblanadi. Asosiy faoliyat yo‘nalishlari:

- *xalqaro turizm sohasiga oid global miqyosdagi tadbirlarni amalga oshirish* (WTTC turizm tarmog‘ining jahon iqtisodiyotidagi ahamiyatini oshirishda va turizm industriyasiga turli xil mamlakatlar hukumatlarining e’tiborlarini jalb etishda o‘z a’zolari nomidan vakil hisoblanadi);

- *hududiy faoliyatni amalga oshirish* (WTTC hududiy hukumatlar, hududiy turizm sohasining peshqadamlari bilan turizm

industriyasining yo‘lidagi to‘siqlarni aniqlash va bartaraf etish yo‘nalishida hamkorlik qiladi);

- *iqtisodiy tadqiqotlar olib borish* (WTTC tomonidan har yili 181 mamlakat doirasida turizm industriyasining rivojlanish holatini baholash va uning rivojlanishini istiqbollashtirishga qaratilgan makroiqtisodiy tadqiqotlar olib boriladi. O‘zining 20 yillik faoliyati davomida ushbu tadqiqotlarga 5 mln. $ dan ziyod mablag‘ sarf etildi).

**Butunjahon turistik agentlar assotsiatsiyalari federatsiyasi *(UFTAA-Universal Federation of Travel Agents Associations).*** Tashkilot 1966-yilda ikkita xalqaro tashkilotning, ya’ni, 1919-yildan buyon faoliyat yuritib kelgan Turistik agentliklarning Xalqaro assotsiatsiyasi va 1964-yilda tashkil etilgan Turistik agentliklar assotsiatsialarini Xalqaro tashkilotining ***(UOTAA-Universal Organization of Travel Agents Associations)*** birikishi natijasida tashkil topgan. UFTAA-milliy turistik assotsiatsiyalar va tashkilotlarning asosiy a’zolar sifatida, shuningdek, turistik agentliklar, mehmonxonalar, transport tashkilotlari, o‘quv muassasalarini assotsiati a’zolar sifatida o‘zida mujassamlashtirgan xalqaro turistik tashkilot hisoblanadi. Tashkilot 80 dan ortiq mamlakatlarning 80 ta milliy turistik assotsiatsiyalari va 1400 ga yaqin individual a’zolarini birlashtirgan. Tashkilotning asosiy maqsadi milliy turagentlar assotsiatsiyalarini tashkil etishga ko‘maklashish va qo‘llab-quvvatlash, ularga yuridik, moliyaviy, moddiy-texnik yordam berish.

**Xalqaro kongresslar va konvensiyalar assosiasiyasi *(ICCA-International Congress&Convention Association)*** 1964-yilda tashkil topgan. *ICCA*-turagentlar, kongress-markazlar, mehmonxonalar va transport tashkilotlarini birlashtiruvchi xalqaro turistik tashkilot. Assotsiatsiyaning asosiy maqsadi congress turizmni rivojlantirishga qaratilgan.

**Xalqaro havo transporti assosiasiyasi *(IATA-International Air Transport Association)*** 1919-yilda asos solingan hamda 1945-yilda qayta tashkil etilgan. *IATA*-xalqaro miqiyosida reyslarni amalga oshiruvchi aviatsiya kompaniyalarining xalqaro assotsiatsiyasi hisoblanadi. Tashkilotning asosiy maqsadi Xalqaro fuqarolar aviatsiyasi

tashkiloti *ICAO* ning siyosatini amalga oshirish. Asosiy vazifasi yo‘lovchilar, pochta va yuklarni dunyoning bir nuqtasidan boshqasiga turli xil kombinatsiyadagi marshrutlardan foydalangan holda ko‘chirishga ko‘maklashish hisoblanadi. Bu vazifani tashkilot havo transporti kompaniyalari faoliyatini tartibga solish va muvofiqlashtirish, ya’ni, tashkilotning barcha a’zolari uchun yagona qoida va tartibotlarni kiritish, xalqaro marshrutlarda yo‘lovchilarni tashish bo‘yicha kelishilgan tariflarni o‘rnatish bo‘yicha chora-tadbirlarni amalga oshirish orqali amalga oshiradi. Bugungi kunda 259 ta xalqaro miqyosda faoliyat olib boruvchi aviakompaniyalar ushbu tashkilotning a’zolari hisoblanadi.

**Osiyo va Tinch okeani mamlakatlari turistik assosiasiyasi *(PATA-Pacific Asia Travel Association)*** 1951-yilda tashkil topgan. *PATA*-34 ta mamlakatning milliy davlat turistik tashkilotlari, transport va mehmonxonalar assotsiatsiyalari va turizm industriyasining boshqa tashkilotlarini namoyon etuvchi 2200 ta a’zolarni mujassamlashtirgan hududiy miqyosdagi nodavlat xalqaro turistik tashkilot hisoblanadi. Tashkilotning asosiy maqsadi Tinch okeani va Osiyo hududida turizmning rivojlanishiga ko‘maklashish hisoblanadi.

Tashkilot a’zolari turizmning rivojlanishiga to‘sqinlik qiluvchi muammolar borasida o‘zaro fikr almashadilar, Tinch okeani va Osiyo hududida uning rivojlanish istiqbollari borasida hamkorlikda tadbirlar amalga oshiradilar. Assotsiatsiya faoliyati davomida o‘z a’zolarining marketing tadqiqotlari, ilmiy ishlanmalari va turizm sohasini rivojlanishi bilan bog‘liq boshqa faoliyatlarini muhim, aniq ma’lumotlar bilan ta’minlash uchun xizmat qilmoqda.

**Turizm bo‘yicha ilmiy ekspertlar xalqaro assotsiatsiyasi *(AIEST, International Association of Scientific Experts in Tourism).*** 1951-yilda tashkil bo‘lgan. *AIEST*-ilmiy jamiyat xususiyatiga ega xalqaro turistik tashkilot. Asosiy vazifasi turizm uchun malakali kadrlarni tayyorlash bo‘yicha ixtisoslashgan ilmiy turistik muassasalar va markazlar faoliyatlarini qo‘llab-quvvatlash, turizm yo‘nalishida tajriba almashish chora-tadbirlarini amalga oshirish orqali o‘z a’zolarining ilmiy-izlanuvchilik faoliyatlarini qo‘llab-quvvatlash.

**Yevropa turistik komissiyasi *(ETC, European Tourism Commission)*** 1948-yilda tashkil topgan. 23 ta Yevropa davlatlari ushbu turistik tashkilot a’zolari hisoblanadi. Asosiy maqsadi-Yevropada ichki va kiruvchi turizm rivojlanishini qo‘llab-quvvatlash chora-tadbirlarini amalga oshirish.

**Turistik agentlar xalqaro assotsiatsiyasi *(WATAWorld Association of Travel Agencies)*** 1949-yilda tashkil topgan. Ushbu assotsiatsiyada turli xil davlatlar turistik agentlari belgilangan shakldagi vakillik asosida ishtirok etadilar. Asosiy maqsadi assotsiatsiyaga a’zo turagentlar faoliyatini rag‘batlantirish hamda turoperatorlar va transport tashkilotlari oldida ularning manfaatlarini himoya qilish. Bugungi kunda 93 ta mamlakatda 286 ta a’zolarini o‘zaro birlashtiradi.

**Xalqaro mehmonxonalar va restoranlar assotsiatsiyasi *(IH&RA International Hotel and Restaurant Association)*** xalqaro mehmonxona egalari assotsiatsiyasi negizida 1946-yilda tashkil topgan. Asosiy vazifasi turistlarga xizmat ko‘rsatishga ixtisoslashgan milliy mehmonxonalar assotsiatsiyalari hamda alohida mehmonxona va restoranlarni birlashtirish, shuningdek, mehmonxona va restoran egalarining shaxsiy huquq va manfaatlarini himoya qilish.

**Xalqaro mehmonxonalar assosiasiyasi *(IHA International Hotel Association).*** Asosiy vazifasi turistik xizmatlar sifatini oshirish, xizmat ko‘rsatish yangi standartlarini va zamonaviy texnologiyalarni tatbiq etish, mehmonxona personalining xizmat ko‘rsatish saviyasini oshirish masalalari bo‘yicha hamkorlik aloqalarini rivojlantirish maqsadida mehmonxona industriyasi tashkilotlarini birlashtirish.

**Turizm sohasida kasbiy ta’lim bo‘yicha Xalqaro assosiasiya *(AMFORT LAssociation mondiale pour la formation touristique)*** 1969-yilda tashkil etilgan. Turistik ta’lim yo‘nalishida yangi texnik vositalarni joriy etish, ta’lim dasturlarini standartlashtirish va tartibga solish, mutaxassis kadrlarni tayyorlash usullarini takomillashtirish maqsadida tashkil etilgan. Turli xil davlatlar tadqiqot markazlari, o‘quv muassasalari, rasmiy turistik tashkilotlar va turizm sohasi mutaxassislari ushbu xalqaro tashkilot a’zolari hisoblanadi. AMFORT tashabbusi bilan turizm sohasi mutaxassisi Xalqaro guvohnomasi chiqarilgan.

**Xalqaro turoperatorlar assosiasiyasi *(IFTO International Federation of Tour Operators).*** Turli xil davlatlar milliy turoperatorlar assotsiatsiyalari va alohida turoperatorlik tashkilotlari ushbu xalqaro tashkilot a’zolari hisoblanadi. Asosiy maqsadi xalqaro turizmni rivojlantirish masalalarining birgalikdagi yechimlarini aniqlash hamda turoperatorlar huquq va manfaatlarini himoya qilish.

**Xalqaro sosial turizm byurosi *(BITS Bureau international du tourisme social)*** 1963-yilda tashkil topgan. ***BITS*** nodavlat xalqaro turistik tashkilot hisoblanib, haqiqiy a’zolari sotsial turizm sohasiga ixtisoslashgan xalqaro va milliy turistik tashkilotlar hisoblanadi. Asosiy maqsadi turli mamlakatlar kasaba uyushmalari va turistik tashkilotlarining sotsial turizmni rivojlantirish yo‘nalishidagi hamkorlik aloqalarini kengaytirish.

**Mustaqil Davlatlar Hamdo‘stligining turizm bo‘yicha Kengashi.** Mustaqil Davlatlar Hamdo‘stligining turizm bo‘yicha Kengashi MDH hukumati rahbarlari qarorlariga asosan tashkil etilgan hukumatlararo turistik tashkilot hisoblanadi. Kengash faoliyati a’zo davlatlar o‘rtasida turistik aloqalarni takomillashtirish va mustahkamlashga qaratilgan. Buning uchun statistik hisobotning, litsenziyalashning yagona qoidalari, shakllari va tartiblari ishlab chiqilgan, turistik xizmatlarni standartlashtirishni yagona tizimi shakllantirilgan, kadrlarni tayyorlash va turistlarning xavfsizligini ta’minlash, MDH hududlarida mehmonxonalarni klassifikatsiyalashning yagona talablarini kiritish bo‘yicha hamkorlik aloqalari o‘rnatilgan hamda turistik rasmiyatchilik soddalashtirilgan.

**Butunjahon turizm tashkiloti** *UNWTO* (*United Nations Vorld Tourism Organization;* BMT qoshidagi tashkilot bo‘lib, barqaror va hammabop turizmni rivojlantirish bilan shug‘ullanadi. Bu tashkilot turizm sohasidagi dunyodagi eng nufuzli xalqaro yetakchi tashkilot hisoblanadi. Tashkilotning shtab-kvartirasi Madridda joylashgan. Bosh kotib-Taleb Rifai (Iordaniya). 1925-yilda Gaagada Rasmiy turistik assotsiatsiyalar xalqaro kongressi (IKOTT) sifatida tuzilgan.

Ikkinchi Jahon urushidan song Rasmiy turistik tashkilotlar xalqaro birlashmasi (IUOTO; MSOTO) (qarorgohi Jeneva shahrida joylashgan)

deb qayta nomlangan. Mazkur tashkilot 154 ta mamlakat, 7 hudud va 400 dan ortiq hududiy davlat shoxobchalari, turistik birlashmalar, turizm va servis oliy ta'lim muassasalari, havo yo'llari mehmonxona guruhlari va turoperatorlardan iborat xususiy kompaniya sektorlaridan tashkil topgandir. Umuman olganda, BTT 1975-yil 2-yanvarda tashkil topgan deb tushuniladi. Shu kuni uning ustav normalari va qonunlari kuchga kirgan.

***BTTning asosiy maqsadi*** turizmda barchaga maqbul bo'lgan iqtisodiy o'sish, xalqaro savdo va xalqaro xo'jalik munosabatlarini tiklash, millatlararo totuvlik, tinchlik, mustaqillikka nisbatan hurmatni shakllantirish hisoblanadi.

***BTTning asosiy faoliyat yo'nalishlari:*** "Turistlar harakati va rasmiyatchilikni soddalashtirish; turizmni tartibga solish qonunlarini muvofiqlashtirish, shu jumladan, favqulodda vaziyatlar (epidemiya, tabiiy ofatlar va h.k.) yuzaga kelganda, mamlakatlarga turistik tomonlar o'zaro faoliyatini tartibga solish siyosatini ishlab chiqishga yordam berish". BTT ga a'zo 157 ta mamlakatlar ro'yxati tuzilgan.

**O'zbekiston BMTning ixtisoslashgan muassasasi hisoblangan Butunjahon turizm tashkiloti (UNWTO) bilan ham mustahkam hamkorlik aloqalarini yo'lga qo'ygan.** Butunjahon turizm tashkiloti (UNWTO) BMTning xalqaro turistikni rivojlantirish masalalari bo'yicha jahondagi yagona xalqaro tashkilo'tdir. Mazkur tashkilot dastlab 1925-yilda Xalqaro turistlar assotsiatsiyasi sifatida tashkil topgan. Shundan so'ng, 1974-yilda uning nomi Butunjahon turizm tashkiloti deb o'zgartiriladi. 2003-yilda tashkilot BMTning ixtisoslashgan muassasasi maqomiga ega bo'ldi. 2023-yil holatiga ko'ra Butunjahon turizm tashkilotiga 159 ta mamlakat a'zo bo'lib kirgan. Shuningdek, tashkilot 158 ta ishtirokchi davlatni, 6 ta assotsiatsiyalashgan mintaqani, kuzatuvchi maqomiga ega bo'lgan ikkita mintaqani va 500 dan ortiq bo'linmali tashkilotlarni birlashtiradi.

Butunjahon turizm tashkilotining shtab xonadoni Ispaniyaning Madrid shahrida joylashgan. Ingliz, fransuz, ispan va rus tillari tashkilotning rasmiy tillari sifatida qabul qilingan. Jahon mamlakatlari iqtisodiyoti turizm industriyasini rivojlantirish, do'stlik va madaniy

aloqalarni mustahkamlash maqsadida xalqaro turizmga yordam koʻrsatish, insonlarning xalqaro erkin harakati yoʻlidagi har qanday toʻsiqlarga qarshi kurash, turizmning barcha turlari boʻyicha texnik maʼlumotlarni toʻplash va tarqatish, turizm sohasida ilmiy-tadqiqot ishlarini olib borish, turizmni rivojlantirishdan manfaatdor davlatlar va boshqa xalqaro tashkilotlar bilan hamkorlik qilish Butunjahon turizm tashkilotining bosh maqsadlaridir.

Oʻzbekiston Butunjahon turizm tashkilotiga 1993-yilda aʼzo boʻldi. 2004-yilda Samarqand shahrida tashkilotning Buyuk Ipak yoʻlida turistikni rivojlantirishni muvofiqlashtirish boʻyicha mintaqaviy ofisi tashkil etildi.

2014-yil 1-3-oktyabr kunlari Samarqand shahrida BMT JST Ijroiya Kengashining 99-sessiyasi boʻlib oʻtdi. Xalqaro anjumanda tashkilot Bosh Kotibi Taleb Rifai ishtirok etdi. Xalqaro anjumanning Samarqandda oʻtkazilishi Oʻzbekistonning xalqaro miqyosdagi nufuzining tobora oshib borayotganligining yaqqol tasdigʻi va mamlakat ulkan turistik salohiyatining yana bir eʼtirofi boʻldi.

Oʻzbekistonning Buyuk Ipak yoʻli chorrahasida joylashganligi bu yerda turizm sohasini keng rivojlantirishda katta ahamiyat kasb etadi. Oʻzbekistonda 550 ta turistik yoʻnalishi boʻyicha xizmatlar koʻrsatilmoqda. Ularning 65 tasi tarixiy-madaniy meros obyektlari, 30 tasi tabiiy 15 tasi sogʻlomlashtirish turizmi, ekologik turizm kabilarni oʻz ichiga qamrab olgan yoʻnalishlardir. Oʻzbekistondagi 35 ta oliy taʼlim muassasasida turizmning turli sohalari boʻyicha malakali kadrlarni tayyorlash yoʻlga qoʻyilgan. 2023-yil Samarqandda Butunjahon turizm tashkilotining turizm sohasida mutaxassislar tayyorlaydigan va ularning malakasini oshiradigan, Xalqaro turizm akademiyasi tashkil etildi.

Dunyoda 80 million oʻquvchiga ega, katta nufuzli va xalqaro doiralarda tan olingan AQShning “The Huffington Post” Internet nashri 2015-yilda jahonda eng yaxshi hamda istiqbolli turistik yoʻnalishlariga ega 15 ta mamlakat roʻyxatini eʼlon qildi. Bu roʻyxatga Oʻzbekiston ham kiritilgan boʻlib, unda mamlakatga “Markaziy Osiyo marvaridi” deb taʼrif berilgan. Samarqand shahri esa inson oʻz umri davomida hech boʻlmaganida bir marta borib koʻrishi albatta zarur boʻlgan dunyodagi

50 ta shaharlarning biri sifatida e’tirof etildi. 2022-yil AQShning “National geographic traveler awards” ro‘yxatida “Yil yangiligi” hamda “Gastronomik turizm” nominatsiyalari g‘olibi bo‘ldi.

“Jahon musulmon turistlari indeksi”da “eng kuchli sayohat yo‘nalishi” sifatida e’tirof etildi. Shuningdek, 2023-yil O‘zbekiston Butunjahon turizm tashkilotining “eng tez rivojlanayotgan turizm maskanlari” ro‘yxatida, shuningdek, ushbu tashkilot hisobotlariga ko‘ra, O‘zbekiston turizm sohasi eng jadal sur’atlarda rivojlanayotgan top-20 mamlakat ro‘yxatidan joy oldi. Mashhur “Gellap” ijtimoiy tadqiqot markazining “Turistik uchun eng xavfsiz davlat” reytingida yuqori o‘rinlarni egalladi. Independent nashrining yozishicha, O‘zbekiston turizm sohasi bo‘yicha eng tezkor rivojlanayotgan davlatlar ro‘yxatida to‘rtinchi o‘rinda qayd etilgan.

So‘nggi yillarda O‘zbekistonda turizm sanoatini rivojlantirish masalalarida yangi tadbirlar amalga oshirilmoqda. Xususan, turizm sohasida “ochiq eshiklar” tamoyilining joriy etilishi, xorijiy turistlar uchun viza tartibining soddalashtirilishi, xususan, 55 ta davlat fuqarolari uchun soddalashtirilgan elektron viza tartibi, deyarli yuzga yaqin davlatlar fuqarolari uchun O‘zbekistonga vizasiz kirish tizimining joriy etilishi, turistik biznesining barcha turlari uchun yetarli shart-sharoitlarni yaratish, sohaga xorijiy investorlarni jalb qilish, soliq va bojxona imtiyozlarini yengillashtirish masalalari bu borada ulkan qadamlar bo‘ldi. Butun dunyoda xavfsiz sayohat eng muhim masalalardan biridir. Bu borada xoriji va mahalliy turistlar xavfsizligini ta’minlash maqsadida O‘zbekistonda 2017-yildan boshlab turizm politsiyasi tashkil etildi.

Samarqand shahrida “Ipak Yo‘li” turistik markazi, Toshkent viloyatida “Amirsoy” qishki kurorti, “Chorvoq” zonalari, Jizzax viloyatida “Zomin”, Navoiy viloyatida “Todakol”, “Sarmishsoy” kabi xalqaro turizm loyihalari amalga oshirildi. O‘zbekiston tarixida ilk marotaba gastronomik turizm yo‘nalishida, gastromahalla, gastronomik turizm ko‘chasi, gastronomik turizm ovuli tashkil etildi. Shuningdek, har yili mamlakatimizning turli hududlarida gastronomik festivallar tashkil etish an’anaga aylanib bormoqda. Aviaqatnovlar soni oshirilmoqda. O‘zbekiston aeroportlarda “ochiq osmon” rejimi joriy qilindi, mamlakat

hududlarini bog‘laydigan zamonaviy temiryo‘l loyihalari ishga tushirildi.

Mamlakatda turizm sohasini rivojlantirishda tarixiy-madaniy yodgorliklar, osori-atiqalar muhim ahamiyatga ega. O‘zbekistonda 8 mingdan ortiq madaniy meros obyektlari mavjud. Tarixiy-madaniy obyektlarning ko‘pchiligi Butunjahon madaniy merosi, Nomoddiy madaniy meros, Jahon xotirasi kabi YUNESKOning turli ro‘yxatlariga kiritilgan. Xususan, to‘rtta muzey shaharlar “Xiva shahridagi Ichan-qal’a” (1990 y.), “Buxoro shahrining tarixiy markazi” (1993 y), “Shahrisabz shahrining tarixiy markazi” (2000 y), “Samarqand shahri” (2001 y) hududida joylashgan bo‘lib, YuNESKO Butunjahon merosi ro‘yxatiga kiritilgan.

2023-yil 16-17-oktyabr kunlari O‘zbekiston tarixida ilk marotaba Samarqand shahrida Butunjahon turizm tashkiloti (UNWTO) Bosh Assambleyasining yubiley 25-sessiyasi bo‘lib o‘tdi. Ushbu nufuzli anjumanda O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev nutq so‘zlab, bir qator muhim va dolzarb tashabbuslarni ilgari surdi. Xususan, Prezidentimiz hozirgi murakkab vaziyatni inobatga olgan holda, xalqaro turizm sohasida mustahkam huquqiy asoslarni kuchaytirish maqsadida Birlashgan Millatlar Tashkiloti doirasida Global xavfsiz turizm kodeksini ishlab chiqish tashabbusi o‘z vaqtida ilgari surilgan taklif sifatida soha mutaxassislari tomonidan yuksak e’tirof etildi.

Chunki, tobora globallashib borayotgan dunyoda, jahonning turli mintaqalarida yuz berayotgan etnik, milliy va diniy nizolar, turli siyosiy qarashlar o‘z navbatida turizm sohasining rivojiga, xalqlar va mamlakatlar madaniy almashinuviga salbiy ta’sir ko‘rsatmoqda. Birlashgan Millatlar Tashkiloti doirasida Global xavfsiz turizm kodeksining amaliyotga tatbiq etilishi esa bu borada davlatlar va mamlakatlarning turistik masalalariga yanada jiddiy e’tibor qaratishga undaydi.

Shuningdek, mamlakatimiz rahbari Butunjahon turizm tashkiloti huzurida Turistik bo‘yicha tarixiy shaharlar kengashini tuzish, Tashkilot doirasida “Yashil” turizmni joriy etish bo‘yicha eng yaxshi shahar”

nominatsiyasini ta’sis etishni taklif qildi. Ta’kidlash kerakki, butun dunyoda ekologik masalalar tobora dolzarblashib borayotgan, kun tartibidagi muhim masalalardan biridir.

Nominatsiyaning joriy etilishi nafaqat turizm balki, barcha mamlakatlarda atrof-muhit, toza urbanizatsiya masalalarida ham muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu platforma madaniy meros obyektlariga turistlar oqimini ko‘paytirish, tarixiy yodgorliklarni asrash bo‘yicha eng ilg‘or tajribalar bilan almashish, tavsiya va samarali yechimlarni shakllantirish imkonini beradi.

Kengashning birinchi yig‘ilishini qadimiy Buxoro shahrida tashkil etish esa O‘zbekiston tarixi va madaniyatini xalqaro miqyosda targ‘ib etish, mamlakatimizga turistlar oqimini ko‘paytirish, yangi investitsiya loyihalarini jalb etish, shuningdek, mamlakatimizda turizm sohasini yanada rivojlantirishga hissa qo‘shadi. Chunki, Buxoro nafaqat tarixda balki bugun ham butunjahon turizm taroqqiyotida o‘z o‘rniga ega shaharlardan biridir.

Yangi O‘zbekistonda amalga oshirilayotgan islohotlarning asosida inson omili muhim ahamiyatga ega. Islohotlar inson qadri uchun qaratilgan. Mamlakatimizda barcha fuqarolar uchun teng imkoniyatlar yaratilgan, jumladan, turizm sohasida ham. Bu borada O‘zbekiston Prezidentining imkoniyati cheklangan turistlar uchun qulay sharoitlarni yanada kuchaytirish va inklyuziv turizm infratuzilmasini rivojlantirish maqsadida biz tashkilotimiz doirasida 2025-yilni “Butun jahon inklyuziv turizm yili” deb e’lon qilish va maxsus deklaratsiya qabul qilish, Jahon yoshlar turizmi sammitini Toshkentda o‘tkazish tashabbuslari nafaqat o‘zbekistonliklar, balki sohaning barcha jonkuyar vakillarini, mutaxassislarni, shuningdek, oddiy insonlarni ham to‘lqinlantirib yubordi.

O‘zbekiston jahon hamjamiyatiga faol kirib bormoqda, xalqaro minbarlardan nafaqat mahalliy, mintaqaviy balki global muammolarni ko‘rsatgan holda ularning yechimiga o‘z pozitsiyalarini ham ilgari surmoqda. Shuningdek, keyingi yillarda mamlakatimiz nufuzli xalqaro tashkilotlar sammitlari, turli davlatlarning sammitlari, yirik anjumanlar o‘tkaziladigan markazga aylandi. Xalqaro munosabatlarda “Toshkent

ruhi”, “Samarqand ruhi”, “O‘zbekiston tashabbuslari” kabi iboralar ko‘p qo‘llaniladigan bo‘ldi. Bu tadbirlarning barchasi O‘zbekistonning xalqaro nufuzi tobora yuksalib borayotganligidan dalolat beradi.

## 21.2. Xalqaro ekoturizmning tashkilotlari

Xalqaro tashkilotlar davlatlarning siyosiy o‘rinlarini hisobga olmasdan ularning tabiat muhofazasidagi faoliyatlarini birlashtiradi va jahondagi barcha ekologik muammolarni umumlashtirib, jahon hamjamiyati oldidagi birinchi darajali ekologik muammolarni kun tartibiga qo‘yadi. Har qanday xalqaro tashkilotlar albatta BMT tarkibiga kiradi va jahondagi birinchi darajali bu tashkilotdan madad oladi va unga hisob beradi.

Jahonda katta obro‘ qozongan xalqaro ekologik tashkilotlarning deyarli barchasi BMT tarkibida tashkil qilingan va tabiat muhofazasi, ekologik muammolar, insoniyatning barqaror rivojlanishiga, insoniyat sog‘ligini muhofaza qilishga va hokazo yo‘nalishlarga ixtisoslashgan.

Xalqaro regional tashkilotlar o‘zlarining tabiatni muhofaza qilish faoliyatlarini BMT shiori, ramzi himoyasida va ishonchida amalga oshiradilar. Ular quyidagilar: Yevro atom, Yevropa Kengashi, Yevropa iqtisodiy hamkorlik birlashmasi, Osiyo-Afrika iqtisodiy rivojlanish huquqiy maslahat qo‘mitasi, Boltiq dengizini muhofaza qilish bo‘yicha Xelsinki qo‘mitasi (Xelkom) va b. O‘tgan asrning oxirlarida o‘z dasturlariga tabiat muhofazasini va ekologik muammolarni qo‘shgan hukumatsiz xalqaro tashkilotlar 200 dan ortiq (ba’zi ma’lumotlar bo‘yicha 500 dan ortiq).

Quyida ekologik muammolar va tabiat muhofazasi bilan shug‘ullanadigan jahonda ekologik turizmni rivojlantirishni qo‘llab quvvatlayotgan xalqaro ekologik tashkilotlarning ba’zi birlari haqida to‘xtalamiz.

**1. Tabiatni muhofaza qilish bo‘yicha xalqaro ittifoqi** (*IUCN International Union for the Conservation of Nature)* rus tilida “Mejdunarodniy soyuz po oxrane prirodi MSOP” Fransiyaning Fontenblo shahrida BMT tashabbusi bilan 1948-yilda tashkil qilingan. Dunyo tabiatini muhofaza qilish va ekologik muammolarni hal qilish

bo‘yicha eng yirik va obro‘li xalqaro tashkilot. MSOP yovvoyi fauna va floraning xalqaro savdosi haqidagi Vashington konvensiyasi (SITES)ning amalga oshirilishi yo‘lida katta yordam beradi. Shuningdek, MSOP xalqaro “Qizil kitob”ning ham tashabbuskori hisoblanadi.

**2. Yovvoyi tabiatni muhofaza qilish Butunjahon fondi** *(WWF-World Wide Fund for Nature)* eng ko‘p sonli, xususiy xalqaro ekologik tashkilot 1961-yilda tashkil qilingan va jahondagi 27 ta milliy bo‘limlarni birlashtiradi (Rossiya vakolatxonasi 1994-yilda ochilgan). A’zolari 5 mln. kishi. Fondning faoliyati tabiatni muhofaza qilish va ekologik muammolarni yechishda moddiy yordam ko‘rsatadi. Hozirgacha bu Fond Rossiya davlatining tabiatni muhofaza qilish tadbirlariga 12 mln. dollar ajratdi. Dunyoning 90 ta davlatlarida ishlaydi va tabiatni muhofaza qilishdagi 1300 loyihani amalga oshirmoqda. Bosh maqsadi sayyoramizdagi biologik xilma-xillikni saqlab qolish va muhofaza qilish.

**3. YuNEP-United Nations Environment Programme** *(YUNEP)* BMTning atrof-muhit bo‘yicha dasturi. Bu xalqaro ekologik tashkilot ham sayyoramizning tabiati va atrof-muhitni muhofaza qilish natijalari bo‘yicha har yili BMTga hisob beradi. YUNEP Stokgolm konferensiyasidan keyin tuzildi. BMTning 58 ta davlatlari YUNEP dasturlarida qatnashadilar. Bosh maqsadi biosferaning eng yangi resurslarini taklif qilish, atrof-muhitni ratsional boshqarish, sayyoramizdagi ekotizimlarni saqlash va muhofaza qilish, cho‘llanishga qarshi kurashish, tuproq yemirilishining oldini olish, dengiz va okeanlarning ifloslanishiga qarshi kurashish, iqlim o‘zgarishlarini kuzatish, kimyoviy birikmalar va xavfli chiqindilarni nazorat qilish va b.

**4. EKOSAN-grekcha “ekos” va “sanos”,** ya’ni, ekologiya va salomatlik so‘zlarining bosh bo‘g‘inlari yig‘indisidan iborat bo‘lgan xalqaro jamg‘arma nomi. Bu tashkilot 1992-yil Toshkent shahrida tuzilgan bo‘lib, hozirgi kunda 3 mln.dan ortiq a’zosi, 34 ta mamlakatda 63 ta bo‘linmalari va vakolat xonalariga ega. Raisi falsafa fanlari doktori, professor Yu.Shodimetov O‘zbekiston davlatining tashabbusi bilan

tuzilgan va muvaffaqiyat bilan ishlayotgan yagona xalqaro ijtimoiy-ekologik tashkilot hisoblanadi.




***21.1-rasm. Butunjahon xalqaro ekologik tashkilotlarining sayyoramizda hayotni saqlab qolish haqida o‘zaro hamkorlik va o‘zaro hamdo‘stlikka chaqiruvchi birlashgan ramzlari***

**5. Xalqaro ijtimoiy-ekologik ittifoq** *(MSOES)* 1988-yilda tashkil qilingan. Bu xalqaro ekologik tashkilotning 17 ta davlatlarda 10 mingdan ziyod a’zolari bor. Bosh maqsadi butun insoniyatni bir uyning egasi sifatida ko‘rish, butun insoniyat sayyoramizni yagona uyimiz va biz uni asrab-avaylashimiz kerak degan umuminsoniy tushunchalarni hosil qilish. Bu yagona uyimiz-bolalarimizning uyi shiori bilan ishlaydi.

**6. Xalqaro yashil krest** *(Green Cross International, GCI)* xalqaro ekologik tashkilot bo‘lib sobiq ittifoqning prezidenti M.S.Gorbachevning tashabbusi bilan 1992-yilda Braziliyaning poytaxti Rio-de-Janeyroda bo‘lib o‘tgan Butunjahon Forumidagi kelishuvlarga asosan 1993-yilda tashkil qilingan.

### *Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*

1. Xalqaro tashkilotlar qanday maqsadlarda tashkil topadi?
2. Butunjahonda turizmni boshqarib boradigan yagona tashkilot haqida taqdimnoma tayyorlang.
3. Xalqaro tashkilotlarning faoliyati qanday kechadi?
4. O‘zbekiston Respublikasi qaysi xalqaro turizm tashkilotiga a’zo va u tashkilotdan manfaatdorligi haqida gapirib bering.
5. BMTning hozirgi faoliyatiga misollar bilan qanday baho berasiz?

# GLOSSARIY

**Agroturizm**-qishloq turizmining bir yo‘nalishi bo‘lib, u dam olish yoki qishloq xo‘jaligi ishlarida ishtirok etish uchun qishloq joylarida turistlarning vaqtinchalik qolishini nazarda tutadi, qishloq turizmida qishloq joylarining tabiiy, madaniy va tarixiy va boshqa resurslaridan foydalanishga qaratilgan faoliyatdir.

**Arxeologiya turizmi**-Samarqand, Buxoro, Xorazm, Termiz, Shahrisabz, Toshkent, Qoraqalpog‘iston Respublikasi, Andijon shaharlarining qoldiqlari, qadimiy qalalar xarobalari, ko‘hna qadimiy Markaziy Osiyo xalqlari hayoti haqidagi arxeologiya topilmalariga qiziqish.

**Antropogen ta’sir**-antropoid-odam va genesis kelib chiqish. Insonning tabiatga ta’siri.

**Antropogen landshaft**-inson faoliyati natijasida hosil bo‘lgan yer yuzasi va uning obyektlari.

**Areal**-maydon (hudud), ma’lum bir turlarning yashash faoliyati kechadi gan joylar.

**Arid**-quruq iqlimli hududlar, cho‘llar va sahrolar.

**Alohida qo‘riqlanadigan hududlar**-tabiat qo‘riqxonalari, tabiat buyurtmaxonalari, milliy parklar va tabiat yodgorliklari.

**Biosfera qo‘riqxonasi**-kishilar xo‘jalik faoliyatining atrof tabiiy muhitga ta’sirini o‘rganish va uni kuzatib borish maqsadida xalqaro YUNEP tashkilotining dasturiga asosan maxsus tashkillashtirilgan qo‘riqxona. Unda uch hudud-qo‘riqxona yadrosi hududi, buffer (muhofaza) hududi va xalqaro kuzatish stansiyalariga ega bo‘lgan biosfera maydoni bo‘lishi kerak.

**Barxan**-cho‘llardagi ko‘chma qum tepaliklari.

**Biologik xilma-xillik** biologik resurslari: flora va fauna.

**Global**-sayyoraviy, dunyo, olamshumul.

**Gastronomiya turizmi**-“Gastronomiya turizmi bu-qo‘shni ko‘chadami yoki Yer sharining boshqa bir oxirida unutilmas, g‘aroyib ichimliklar va taomlarni tatib ko‘rishdan lazzatlanishni izlashdagi turistik faoliyat hisoblanadi”. “Ovqat bu-millatning eng muhim

mohiyati, uning xarakteri va tarixi". Bu so‘zlar "Butunjahon gastronomiya turizmi assotsiatsiyasi"ning "Manifesti" hisoblanadi.

**Ziyorat turizmi-**Islom dini olamidagi mashhur kishilarning qabrlarini ziyorat qilish. Makkaga, Madinaga haj va Umra safarlari ziyoratini amalga oshirish. Payg‘ambarmiz Muhammad Alayhissalom yaqinlarining va safdoshlarining vatanimizdagi muqaddas ziyoratgohlarini ziyorat qilish. Buxoro, Samarqand, Shahrisabz, Toshkent shaharlariga kelib masjidlarda "juma" namozlarini oqish. Shuningdek, ushbu shaharlardagi muqaddas qadamjolar bo‘lgan Imom-al-Buxoriy, Buxorolik 7 pirlar, Xo‘ja Ahror Vali, Ruxobod majmualarida namoz amallarini bajarish.

**Kadastr**-resurslarni hisobga olish.

**Kasbiy faoliyat turizmi-**kasbiy faoliyat yuzasidan chet davlatlarga borishga, chet elliklarning respublikamizga kelishiga, tijoratchilar, tadbirkorlar, savdogarlar, qo‘shma korxonalar tuzuvchilarning mamlakatlardagi o‘z kasbi faoliyati doirasida malakalar oshirish, mahsulotlar, asbob-uskunalar va zamonaviy texnologiyalarni sotib olishga yoki tanishishga (ko‘rgazmalarga) qiziqish.

**Kirish turizmi**-O‘zbekistonga boshqa davlatlardan turistlarning kelishi.

**Qishloq turizmi-**qishloqlarda turizmni tashkil qishloqlari mizga ichki va xalqaro turistlarni jalb qilish asosida qishloqlarimizdagi obodonchilikni kuchaytirish, qishloq aholisining ish bilan bandligini oshirish, qishloqlarimiz aholisini xalqaro hamdo‘stlik jarayonlariga qo‘shish va qishloqlarimizni va qishloqlarimizda yashayotgan xalqimizni xalqaro miqyosda dunyoga ko‘rsatish .

**Ichki turizm-**o‘z davlati chegarasida sayohat. Ekspertlar xulosasiga ko‘ra turist 80-100 km dan oshgan masofaga sayohat qilsa, turizm turisti deyiladi.

**Ilmiy turizm**-Vatanimizda va xorijda ta'lim olish, xalqaro ilmiy markazlarda oqish, xalqaro yirik Universitetlarda ilmiy-amaliy malakalarini oshirish, xalqaro ilmiy-amaliy konferensiyalar, simpoziumlarga qatnashish, xalqaro ilmiy grant loyihalarni bajarishga,

magistratura va doktoranturani xorij mamlakatlarda, vatanimizda o‘tkazishga qiziqish.

**Ijtimoiy turizm**-davlat tomonidan yoki shaxs ishlab turgan korxona hisobidan sayohatga chiqish, sog‘lomlashtirish, dam olish maskanlariga, kurort va san’atoriyalarga borishga qiziqish. O‘zbekistonda bunday imtiyozlarni O‘zbekiston kasab uyushmasi federatsiyasi ishlab chiqadi.

**Ishchanlik turizmi**-Ishchanlik turizmi bu kompaniya yoki tashkilot xodimlarining ish masalalarini hal qilishi uchun o‘z vatanidagi tashkilotlarga, korxonalarga va chel el davlatlaridagi konferensiyalar, ko‘rgazmalar, forumlar, sammitlar va boshqa xalqaro yig‘inlarga qatnashish va biznes rejalarini hal qilish uchun safarni tashkil qilishdir. Ishchanlik turizmining maqsadi o‘z vatanidagi va chet davlatlaridagi ishlab chiqarish seminarlariga, yig‘ilishlariga qatnashib yangi texnologiyalarni o‘rganish va turizm bozorining yangi segmentlarini va mahsulotlarini aniqlash hisoblanadi.

**Landshaft**-geologik zamin, relyefi, tuproq, o‘simlik, hayvonot dunyosi, yer osti rejimining bir xilligi bilan ajralib turadigan, tabiiy chegaralangan hudud.

**Monitoring**-kuzatish va nazorat tizimi.

**Ovchilik turizmi**-respublikamizda ov qilishning huquqiy-qonuniy meyyorlari yaratilganligi, ovchilik maydonlarining katta hududlarni egallashi, ovchilik obyektlarining aniqligi, ovda harakatlanishning erkinligidan qurol va qurolsiz ovchilikka qiziqish.

**Rekreatsiya**-rekreatsion lotincha “tiklanish” degan ma’noni bildiradi.

**Rekreatsiyali joylar**-aholining yalpi dam olishini va rekreatsiya turizmni tashkil etishning tabiiy geografik jihatdan qulay tabiiy joylar.

**Rekreatsion ehtiyoj**-insonning hayotiy faoliyati jarayonida yo‘qotilgan ruhiy va jismoniy mehnat qobiliyatini va sog‘ligini tiklashga bo‘lgan ehtiyoj hisoblanadi.

**Relikt**-qadimgi davrlar qoldig‘i sifatida saqlanib qolgan narsa, hodisa yoki organizm.

**Savdo turizmi**-Vatanimizda va xorijda faqat savdogarchilik masalalariga, mol olib kelish va olib ketish, ayriboshlash, savdo markazlari ochish, narx-navo o‘zgarishiga, valyutalar bahosiga, yangi bozorlarga, xaridor talab mollar savdosiga qiziqish.

**Sport turizmi**-xalqimizning hozirda jahon bo‘yicha ommaviylashib borayotgan milliy kurash, tennis, futbol, chang‘i sporti, boks, olimpiada, milliy va xalqaro sport va boshqa sport-bellashuv musobaqalariga qiziqish.

**Tarixiy-madaniy turizm** dunyodagi davlatlarda joylashgan tarixiy arxitektura obidalari, dunyodagi tarixiy mo‘jizalarga vatanimizda Buxoro, Xiva, Samarqand, Shahrisabz, Toshkent, Farg‘ona, Andijon, Termiz, Qo‘qon, Qarshi, Jizzax shaharlaridagi va Respublikamiz tumanlaridagi tarixiy obidalarni ko‘rishga qiziqish.

**Tur**-turist uchun ma’lum marshrutda, ma’lum turistik obyektga, ma’lum muddatda taqdim etiladigan, turli xizmatlar (joylashtirish, ovqatlantirish, transport xizmati, maishiy, turistik ekskursiya va boshqa) to‘plamidir.

**Tabiiy resurslari**-inson hayoti uchun zarur bo‘lgan, inson tomonidan bunyod etilmagan resurslariga tabiiy resurslari deyiladi: yer, havo, suv, o‘rmon, hayvonot olami, mineral qazilmalar. Tabiatning inson xo‘jaligida foydalanilgan barcha elementlari.

**Tabiatni muhofaza qilish**-tabiatni har bir inson o‘zi va kelajak avlodlar uchun saqlab qolish chora-tadbirlari yig‘indisi. Tabiatni muhofaza qilish davlat, xalqaro jamiyat tomonidan ilmiy amalga oshiriladigan hamda tabiatdan oqilona foydalanishga, tabiatni resurslarini kishilik jamiyati farovonligi uchun tiklash va ko‘paytirishga,atrof-muhitni musaffo, go‘zal saqlashga qaratilgan tadbirlar majmuasidir.

**Tabiiy milliy bog‘lar**-tabiat muhofazasi, rekreatsiya, madaniy oqartuv, ilmiy va madaniy maqsadlarda foydalanish uchun va ekologik, tarixiy, estetik qimmatga ega bo‘lgan alohida muhofaza qilinadigan tabiiy majmualar (qo‘riqxona, buyurtmaxona, rekreatsiya va madaniy sog‘lomlashtirish)dan iborat bo‘lgan hudud yoki akvatoriya.

**Tabiiy yodgorliklar**-ekologik, ilmiy estetik, madaniy qimmatga ega bo‘lgan noyob va o‘ziga xos tabiiy kelib chiqqan obyektlar (tabiatning inson tomonidan tegilmagan etalon uchastkalari, noyob relikt (shu yerga xos) va yoq bo‘lib ketayotgan o‘simlik va hayvonot dunyosi, noyob relyef shakllari, geologik sochilmalar, vulqonlar, sharsharalar, muzliklar, g‘orlar, uzoq umr ko‘rgan daraxtlar, qiziq ko‘rinishdagi toshlar, obyektlar, daraxtlar kabi.

**Texnogen ta’sir**-tabiatga tezkor ta’sir

**Cho‘llanish**-tabiiy resurslarining yaroqsiz holga kelishi.

**Shopturlar**-Rossiya va SNG davlatlari uchun xosdir. Xorijga tashrifning asosiy maqsadi bo‘lib, olib yana qayta sotish uchun xalq iste’moli tovarlarini xarid qilish hisoblanadi (poyabzal, trikotaj va boshqa tovarlar Turkiyada, Italiya, Portugaliya, Suriyada; yozgi to‘qima kiyimlar Indoneziyada; po‘stinlar Gretsiya va Argentinada; mebel Polsha va Italiyada; teleradio mahsulotlar BAAda; avtomashinalar Germaniyada, Shvetsiyada, Yaponiyada, Finlandiyada, Gollandiyada).

**Ekologik turizm**-faqat tabiat bag‘rida dam olish, o‘rganish, kuzatish, tomosha qilish va zavqlanish natijasida tabiatni, biologik xilma-xillikka mehr qo‘yish, muhofaza qilish tadbirlariga ixtiyoriy moddiy yordam berishga qaratilgan, mahalliy aholining milliy madaniyatini, merosini an’analarini, yashash tarzini hurmat qilishga asoslangan turistik faoliyatdan iborat.

**Endem (endemik)**-mahalliy, faqat ma’lum bir joyga xos bo‘lgan, ma’lum bir joyda bo‘ladigan o‘simliklar va hayvonlar turi.

**Ekologik monitoring**-turli darajadagi ekotizimlarning holati va ulardagi o‘zgarishlarni muntazam kuzatish va nazorat qilib borish tizimi.

**Ekologik tizim (ekotizim)**-tirik organizmlar majmui va ularning yashash muhiti yig‘indisi bo‘lib, tirik organizmlar o‘zaro va atrof-muhit bilan uzviy aloqadorlik qonuniyati asosida bo‘lishi.

**Ekologik konsepsiya**-tabiat va jamiyatning o‘zaro ta’siri to‘g‘risidagi qarashlar tizimi, ya’ni, jamiyat qonunlari bilan tabiat qonunlari o‘zaro harakat yo‘nalishlarining o‘rni, ahamiyati va mohiyati haqidagi dunyoqarashlar.

**Ekologik dastur**-davlat organlari, siyosiy partiya, nodavlat, notijorat tashkilotlar va boshqa ekologiya huquqi subyektlari ekologik faoliyatining maqsad va vazifalari bayoni.

**Ekosan**-grekcha “ekos” va “sanos”, ya’ni, ekologiya va salomatlik so‘zlarining bosh bo‘g‘inlari yig‘indisidan iborat bo‘lgan xalqaro jamg‘arma nomi. Bu tashkilot 1992-yil Toshkent shahrida tuzilgan bo‘lib, hozirgi kunda 3 mln.dan ortiq a’zosi, 34 ta mamlakatda 63 ta bo‘linmalari va vakolatxonalariga ega.

**Ekskursiya (tanishuv, ko‘rish) turizmi**-bu tur asosan mamlakat ichkarisida ko‘proq rivojlanadi. Yakka shaxs yoki guruh bo‘lib tashabbuskor (o‘qituvchi, ekolog, injener, mutaxassis) boshliq rahbarligida qisqa muddatlarda o‘lkashunoslik, tarixiy, madaniyat muzeylarini, botanika bog‘larini, zavod, fabrikalarning ish faoliyatlarini, yaqin masofalardagi oromgohlar, tabiiy landshaftlarni, hayvonot bog‘lari, suv va daryo havzalarini ko‘rishga qiziqish. Ekskursiya xizmatlarini gid-ekskursiyachilar o‘tkazishadi. Maktab va oliy ta’limda fanlarning o‘qituvchilari o‘tkazishadi.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO”YXATI:

### O‘zbekiston Respublikasining qonunlari:

1. O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi Qonun. Qonun hujjatlari ma’lumotlari milliy bazasi, 19.07.2019 y., 03/19/549/3446-son

2. O‘zbekiston Respublikasining “Madaniy meros obyektlarini muhofaza qilish va ulardan foydalanish to‘g‘risida”gi Qonuni. Toshkent sh., 2001-yil 30-avgust, 269-II-son

3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Farmoni. 2016-yil 2-dekabrdagi PF-4861

4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi faoliyatini tashkil etish to‘g‘risida”gi Qarori. 2016-yil 2-dekabr, PQ-2666-son. (O‘zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to‘plami, 2016 y., 49-son, 558-modda, 2017 y., 1-son, 3-modda).

5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “O‘zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi faoliyatini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori. 2018-yil, 6-fevral, PQ-3510-son.

6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Ichki turizmni jadal rivojlantirishni ta’minlash to‘g‘risida” Qarori. 2018-yil 7-fevral, № PQ-3514. QHMMB: 07/18/ 3514/ 06 72-son, Toshkent sh.,08.02.2018 y.

7. Александрова А.Ю. Международный туризм. Москва, Норма, 2008. – стр 450.

8. Александрова А.Ю. География туризма, Москва, КНОРУС, 2010. – стр 592.

9. Abduhamidov S.A. Mintaqaviy turizmning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish. Avtoref, PhD. Samarqand, 2021. -61 b.

10. Abduhamidov S.A. O‘zbekistonda mintaqaviy turizmni tashkil qilish va rivojlantirishning ilmiy asoslari. Monografiya, Samarqand, 2022. -197 b.

11. Abduhamidov S.A. Mintaqaviy turizmni rivojlantirishda axborot kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanishning obyektiv zarurati. SERVIS, J., № 4, Samarqand, 2019. -72-76 b.
12. Abduhamidov S.A. Mintaqaviy turizm tushunchasining mohiyati va O‘zbekiston Respublikasi viloyatlarining turistik mintaqa sifatida shakllanishi. SERVIS, J., № 1, Samarqand, 2020. -94-99 b.
13. Abduhamidov S.A. Turistik marshrutlarni ishlab chiqishda turistik mintaqalarning qamrab olinish darajasini oshirish yo‘llari. Ilg‘or iqtisodiyot va pedagogik texnologiyalar. Ilmiy elektron jurnali. 2-son. 2025
14. Abduhamidov S.A., Hayitboyev R. Navoiy viloyatida ziyorat turizmini rivojlantirish. “Servis” ilmiy-amaliy jurnal. 2023-yil Maxsus soni.
15. Abduhamidov S.A. Turizm sohasini mintaqaviy rivojlantirishning metodologik asoslari. Iqtisodiyot fanlari doktori (Doctor of Science) dissertatsiyasi ma’lumotlari. S:.2025.
16. Abduhamidov S.A. Hududlarning turizm turlariga ixtisoslashuvini aniqlash va jozibadorligini baholash omillari. “Servis” ilmiy-amaliy jurnal 2023-yil Maxsus soni.
17. Abduhamidov S.A. Turizm sohasi: ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati, boshqa sohalar bilan o‘zaro aloqasi va iqtisodiyotga ta’sir qilish mexanizmi. Real sektor sohasi iqtisodiyotni rivojlantirishning ilmiy asoslari va muammolari. Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari. 2022 y.
18. Abduhamidov S.A. Navoiy viloyatida turizm sohasini rivojlantirishning zaruriy ijtimoiy-iqtisodiy jihatlari. Turizm sohasi milliy iqtisodiyotning muhim drayveri. 2023-yil 25-noyabr. Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari.
19. Abduhamidov S.A. Turizm sohasini rivojlantirishda virtual turizm imkoniyatlarini oshirish yo‘llari. 2023-yil 25-noyabr. Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari.
20. Abduhamidov S.A., Karimov A.A. Navoiy viloyati hududida ekstremal turizm turlarini tashkil etish imkoniyatlari. 2023-yil 25-noyabr. Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari.

21. Abduhamidov S.A. Navoiy viloyati hududi bo‘yicha ekoturistik yonalishlarni tashkil qilish imkoniyatlari. 2023-yil 25-noyabr. Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari.

22. Abduhamidov S.A., Hayitboyev R. Paygambarimiz muhammad alayhissalom yaqinlarining Navoiy viloyatidagi ziyoratgohlari. 2023-yil 25-noyabr. Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari.

23. Abduhamidov S.A. O‘zbekiston viloyatlarini turistik mintaqalar sifatida tahlil qilish va baholash. Servis ilmiy-amaliy jurnali. № 4(2) 2022 y.

24. Abduhamidov S.A., Berdimurodov A.Sh. O‘zbekistonning mintaqaviy turistik marshrutlar ishlab chiqish imkoniyatlari va istiqbollari. Servis ilmiy-amaliy jurnali. № 4(2) 2022 y.

25. Abduhamidov S.A. Security service in hotels and their functional tasks. Peserach Artikle Peer-riview Open Access Web of Semantics: Journal of Interdisciplinary Science, 2024 304

26. Abduhamidov S.A. Status and analysis of room service displayed in location media. Web of Semantics: Journal of Interdisciplinary Science (2024). Web of Semantics: Journal of Interdisciplinary Science (2024)

27. Abduhamidov S.A. The concept of service in hotels and its types. Web of Semantics: Journal of Interdisciplinary Science (2024). Web of Semantics: Journal of Interdisciplinary Science (2024).

28. Биржаков М.Б. Введение в туризм. Издания 9-е переработанное и дополненное. -Спб.: “Издателский дом Герда”, 2007. – стр 576.

29. Биржаков М.Б., Новикова О.А. Исторические предпосылки деревенского туризма. Туристические фирмы, 2002, № 28.

30. Beaverstock, Jonathan; Derudder, Ben; Faulconbridge & Witlox (2012), *International Business Travel in the Global Economy*, Ashgate Publishing

31. Вулф Эрик «Что такое гастрономический туризм» //http:// www. World of travel. org/ what-is-food-tourism.

32. Global Report on City Tourism-Cities 2012 Project (AM Reports: Volume six).Madrid: UNWTO, 2012. p. 8

33. Гончарова И.В., Розанова Т.П., Морозов М.А., Морозова Н.С. Маркетинг туризма, учебное пособие, Москва, Федеральное агенство по туризму, 2014. – стр 224.

34. Драчева Е.Л., Христов Т.Т. Гастрономический туризм: современние тенденции и перспективы. Рос. Регион взгляд в будушее-2015.-№ 3(4).-стр 36-50.

35. Дурович А.П. Организация туризма. Минск, “Новое знание”, 2008. – стр 632.

36. Ердавлетов С.Р. География туризма: история, теория, методи, практика, Алмати, 2000. – стр 331.

37. Yeshmuratova Aynur Nurjan kizi. Yangi O‘zbekistonda xalqaro turizm va uning rivojlanishi holatining statistik tahlili. “Yangi O‘zbekistonda statistika nazariyasi vaamaliyotidagi islohotlar: muammolar va yechimlar” mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy anjuman, 3(24), Dec., 2023

38. Забелина Н.М. Насионаний парки г. Москва, Мисл, 2010. – стр 210.

39. International Market Tourism Facts. 2009: *Australian Government. Culture and Recreation Portal.*

40. Кружалин В.И., Мироненко Н.С., Зигерн-Корн Н.В., Шабалина Н.В. География туризма: учебник/ Федеральное агенство по туризму, -М.: 2014. – стр 336.

41. Кварталнов В.А. Теория и практика туризма. Москва, ”Финансы и статистика”. 2003. – стр 660.

42. Karimov E. Merojnoma tasvirlarda. “Fan va turmush”, № 6, Toshkent, 1997.

43. Кусков А.С. Основы туризма: учебник, Москва, КНОРУС, 2008. – стр 400.

44. Кляп М.П. Современние разновидности туризма /учебное пособие /М.: Знание, 2011. – стр 334.

45. Морозова М.А., Морозова Н.С., Карпова Г.А., Хорева Л.Б. Экономика туризма: учебник, Москва, 2014. – стр 306.

46. Мошняга Е. В. Межкультурная коммуникация и диалог культур в сфере международного туризма. РМАТ. М.: Логос, 2011. – стр 176.

47. Nizomov A. O‘zbekistonning qadimgi gidrotexnik inshootlari geografiyasi. Toshkent, 2008, 135 b.

48. Naraxshiy “Buxoro tarixi”, Toshkent,1991, 95 b.

49. Nomon Abdulmajid . “Hidoyat” jurnalining 2008-yil 5-soni.

50. Новиков В.С. Туристская деятелность как социально ответственный феномен. Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: Труды Международной научно-практической конференции. Балтийская академия туризма и предпринимателства, Санкт-Петербург, СПб.:Д.А.Р.К., 27-28 апреля 2011.– с 261-267.

51. Новиков В.С. Организация туристской деятельности: учебник для студ. учреждений высш. проф. образования Издательский центр “Академия”, 2013. (Сер. Бакалавриат). – стр 25.

52. Писаревский Е.Л. Основы туризма: учебник, Москва, Федеральное агенство по туризму, 2014. – стр 384.

53. Принята Всемирной конференцией по туризму, проходывшей в Маниле (Филиппины) с 27 сентября по 10 октября 1980 года.

54. Русча-ўзбекча луғат. Ўзбек совет энциклопедияси бош редакцияси, II-Том,Тошкент, 1983. – стр 355.

55. Rural Tourism: Working for the Countryside. London. Countryside Agensi. 2000.151 p.

56. Robertson R. Glocalization: Space, time and local theory // Journal ofinternational communication, 1994, № 1, 7 r.

57. Cities on the Rise-Competitive Strategies for City Tourism, 2013, URL: http://tourism-intelligence.com / catalog / product_info. php? products_id=266.

58. Commonwealth Games Melbourne 2006. Tourism Data Card-Forecasts, Economic Impacts and selected Regional Data-2004 (PDF). Tourism NSW. 2004.

59. Sajna, S. Shenoy *Food tourism and the culinary tourist.* A thesis presented to the Graduate School of Clemson University.

60. Сичева В.О, Шпенкова К.С. Условия развития гастрономического туризма в России и в мире // Журнал Концепт, № 7. Саратов. 2014. – стр 126-130.

61. Samarov X.Q. Milliy madaniy meros turizmi. Toshkent, 2022. -187 b.

62. Tobeinlar-Muhammad Paygambar (s.a.s.)ni o‘z ko‘zi bilan ko‘rgan sahobalarni ko‘rgan kishilar.

63. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Основы безопасности в туризме. Государственное научное издателство, Ўзбекистон миллий энциклопедияси. Тошкент, 2008. - стр 503.

64. Tuxliyev I. S., Hayitboyev R., Safarov B., Tursunova G., Turizm asoslari. Darslik, Toshkent, 2014. -330 b.

65. Tuxliyev I.S., Abduhamidov S.A. Mintaqaviy turistik mahsulotni ishlab chiqish orqali yangi istiqbolli turizm yonalishlarni shakllantirish. Servis ilmiy-amaliy jurnali. № 4(2) 2022 y.

66. Tourism. Development and Growth: the challenge of sustainability. London. 1998. -246 p.

67. Hayitboyev R., Sattarov A. Turizm marshrutlarini ishlab chiqish texnologiyasi. Uslubiy qo‘llanma, Samarqand, SamISI, MChJ “TONG”, 2009. -87 b

68. Xaitboyev R. Turizmning turlari va sohalarining o‘ziga xos xususiyatlari va ularni tadqiq qilishning nazariy masalalari. “Servis”, j, № 3, 2015, 43-48 b.

69. Hayitboyev R. O‘zbekiston cho‘llarida turizmni rivojlantirish istiqbollari.Monografiya, “Navro‘zpoligraf” MChJ”, Samarqand, 2021. -175 b.

70. Hayitboyev R. Ekologik turizm, O‘quv qo‘llanma, “Fan va texnologiyalar nashriyot-matbaa uyi”, Toshkent, 2021. -375 b.

71. Hayitboyev R. O‘zbekistonning cho‘llarida turizmni tashkil qilish va rivojlantirishning strategik yo‘nalishlari. Monografiya, “Star-Sel MChJ”. Nashriyot-matbaa bolimi, Samarqand, 2022.-175 b.

72. Khayitboev R., Amriddinova R.S. Challenges and Solutions in the Organization and Development of Tourism in the Deserts of Uzbekistan. AMERICAN JOURNAL OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT, ISSN:2576-5973Vol. 5, No. 1, 2022-236-241 r. ISSN 2576-5973 (online), Published by “Global Research Network LLC” under Volume:5Issue:1 in January-2022 https://www. grnjournals. us/index. php/AJEBM.

73. Шеникова Н. В. Традиции и культура питания народов мира / учебное пособие /М.:Инфра-М, 2015. – стр 296.

74. http://www.unwto.org

## ILOVALAR

***1-ilova***

**O‘zbekistonda gastronomiya turizmi rivojlantirish uchun xorij davlatlarining milliy oshxonasi va ovqatlantirishidagi asosiy xususiyatlarni o‘rganish**

| T\ R | Davlatlar | Milliy oshxonasidagi asosiy xususiyatlar | Ovqatlantirishidagi asosiy xususiyatlar |
|---|---|---|---|
| **1.** | **Rossiya** | *Turli xil hamirturushlardan yeyimlik mahsulotlarini tayyorlash;<br>*Turli xil toblama va yormalardan tayyorlangan taomlar;<br>*Sabzavotlardan qilingan sovuq gazaklar, sho‘rvalar va ikkinchi ovqatlar;<br>*Qoramol, qo‘y, echki, cho‘chqa va uy parrandalarining go‘shtlaridan taomlar tayyorlash;<br>*Chorvachilik mahsulotlaridan foydalanish sut, tvorog, qaymoqlar va ayniqsa, smetana;<br>*Oziq-ovqatlarni turli talablar va haroratlarda tayyorlash. | Uzoq vaqtlardan rus xalqi oaqatlanishida non asosiy oziq-ovqat hisoblangan. Shuning uchun ham bugdoy, arpa, suli va tariqni ko‘plab ekishgan. Ularning non mahsulotlariga bo‘lgan talabi hozirda ham saqlanib qoldi. G‘alla ekinlaridan turli xil kasha (botqa)lar hozir ham ruslarning ovqatlantirishida ommaviy o‘rinlarda turadi. Shuning uchun ham ruslarda «kasha-bizning onamiz» degan maqol saqlanib kelmoqda. Suyuq ovqatlaridan ko‘p tayyorlanadigani sho‘rva, shi, baliq sho‘rva, tuzlangan bodringli |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | *Ziravor o‘simliklar va gazaklar nonushtaga ham, tushlikga ham va kechki ovqat dasturxoniga qo‘yiladi. | sho‘rva va chalop. Sho‘rvalarning turlari bo‘yicha Rossiya oshxonasi dunyoda birinchi o‘rinda. Rus dasturxonidagi ikkinchi yeyimliklar kartoshkali, sut va baliqli mahsulotlar va ko‘katlar, gazaklar doimo qo‘yiladi. |
| **2.** | **Belorussiya** | *Unning har xillaridan birayo‘la foydalanish: qora un, suli uni, grechixa uni, no‘xat uni;<br>*Sevimli sabzavotlari: karam, no‘xat, sabzi;<br>*Kartoshkadan 200 xildan ziyod ovqatlarni tayyorlashi;<br>*Qo‘ziqorinlarni, o‘rmon mevalarini, pishmagan mevalarni, daryo baliqlarini, qisqichbaqalarni, sut, tvorog, smetanani keng qo‘llashi va ishlatishi;<br>*Loydan qilingan idishlarda taomlar tayyorlashi. | Belorussiyaliklarning oshxonasida asosan Rossiya va Ukraina xalqlarining oshxonasining juda kata ta’siri bor. Shuning uchun ham ularning taomlanishi va taomlari qayd qilingan davlatlardagi xalqlarga o‘xshash. |
| **3.** | **Armaniston** | *Taomlar tayyorlashda o‘tlar va ziravorlarning 100lab turlari ishlatiladi | Arman oshxonasi va ovqatlanishidagi asosiy xususiyatlar taomlarning |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | (gazaklar, pishloqlar, go‘shtli ovqatlar;<br>*O‘simliklar yog‘laridan foydalanish chegaralangan, hayvonlarning yog‘laridan foydalanish kengroq;<br>*Taomlar ichida sho‘rvalar muhim o‘rinni egallaydi (xash, mol go‘shtidan, yayni o‘simligining quritilgan mevasi qo‘shilgan sho‘rva, tovuq sho‘rva-tarxana, anushapur, chirapur nomli mevali sho‘rvalar);<br>*Dimlangan va qovurilgan go‘shtlardan tayyorlangan taomlarni keng iste’mol qilishadi. | achchiq va sho‘r bo‘lishidir. Yana bir xususiyat shundan iboratki, bir xil ovqatga ular 2-3 xil go‘sht solishadi. Masalan, Xorovas nomli shashlikka mol, tovuq, qo‘y va cho‘chqa go‘shtini qo‘shishadi. Pishirishdan oldin konyak yoki vinoga botirib qo‘yishadi. Shashlikning bu usulda tayyorlangan xillari Armanlarda juda ko‘p. Shuningdek, ularda ming yillardan beri saqlanib kelinayotgan taomlar ham bor. Suyuq ovqatlardan eng sevimlisi turli xil sho‘rvalar hisoblanadi. |
| **4.** | **Fransiya** | *Foydalaniladigan mahsulotlarning keng assortimenti;<br>*Mahsulotlarga haroratli ishlov berish usullarining xilma-xilligi;<br>*Faqat yangi mahsulotlardan foydalanishi; | Fransiyaliklar dengiz mahsulotlarini (omar, langusta kabi katta dengiz qisqichbaqalari, dengiz malyuskalari), baliq va go‘shtli taomlarni, sabzavotlar va mevalarni xush ko‘rishadi. Ko‘p hollarda faranglar tushlikda bir bokal oq |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | *Ziravorla va pechenyelardan, ildiz mevalar va sabzavotlarni iste’mol qilishning kengligi;<br>* Turli xil taomlar tayyorlash uchun vinolardan foydalanishi;<br>*Ovqatlantirishda souslarning o‘rni muhimligi;<br>*Yormalar va sut mahsulotlaridan (pishloqdan boshqa) chegaralanganligi. | vinoni, baliq, dengiz mahsulotlaridan tayyorlangan taomlar, go‘shtli taomlarni va pishloq bilan tugatadi. Pishloq yoki kofedan keyin ular mevalardan qilingan aroq, kuchli likyor yoki konyak ichishadi. Fransiyada birinchi taomlar tiniq ko‘rinishdagi sho‘rva, piyozli pyure sho‘rva, kartoshka pyureli sho‘rva va piyozli sho‘rvalar keng tarqalgan va ommaviylashgan. Issiq taomlardan faranglar xush ko‘rgani go‘shtli ichi ancha xom va sirti yengilgina qovirilgan bifshteks, iq sousli ragu hisoblanadi. |
| **5.** | **Angliya** | *Sovuq gazaklarning molligi, ayniqsa, baliqli gastronomyada, sendvichlar;<br>*****Tabiiy go‘shtlardan (qoramol, buzoq, qo‘y, semirmagan cho‘chqa) tayyorlangan taomlarni | Angliyaliklar go‘sht, baliq, sabzavotlardan tayyorlangan va milliy taomlari bo‘lgan suli kashasini xush ko‘rib iste’mol qilishadi. Ularning birinchi ovqati bulyonlar va sho‘rva pyure. Ular uchun ikki |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | xush ko‘rishi, farshli ovqatlar;<br>*****Sabzavotlar: sholg‘om, karam, piyoz, sabzi, yashil salatlar, kartoshka, ko‘katlar ko‘p iste’mol qilinadi;<br>*****Tuxumni yaxshi ko‘rishadi, non kam yeyishadi;<br>*Ikkinchi taom sifatida turli pudinglarni (go‘shtli, yormali, sabzavotli) va desert sifatida shirin mevali pudinglarning keng iste’mol qilishadi;<br>*****Kun davomida sovuq sut qo‘shilgan kuchli qora choy ichish Angliyada juda ommaviylashgan;<br>*****Kreker va biskvitli pishloqlarning yaxshi xillarini tanlashadi. | bo‘lakchali qora choy, sutli qora choy an’anaviy ichimliklardan hisoblanadi. Bunday tarkibdagi choylarni uzumli, sendvich, ozroq shirinligi bo‘lgan non bilan iste’mol qilishadi. Angliyaliklarning bayram dasturxonlarining asosiy taomlari bayramda pishiriladigan go‘z go‘shti taomlari va puding hisoblanadi. Angliyaliklar kolbasadan tayyorlangan ovqatlarni, baliq sho‘rvalarini, losos ikralarini, undan tayyorlangan taomlarni yoqtirishmaydi. |
| **6.** | **Germaniya** | *Buterbrodlarning keng tarqalganligi;<br>*Go‘shtli mahsulotlarni keng iste’mol qilishi;<br>*Gazaklar, sho‘rvalar va ikkinchi taomlar uchun kolbasalar, sosiskalar va | Germaniyaliklar ovqatlarini tayyorlashda turli xil mahsulotlardan foydalanishadi. Ularning birinchi taomlari mol go‘shtidan yoki cho‘chqa dumidan tayyorlangan |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | sardelkalardan keng foydalanish;<br>*Turli mahsulotlardan (sabzavotlar, cho‘chqa go‘shti, parrandalar, yovvoyi qushlar, buzoq, qoramol go‘shti va baliqlar) turli xil taomlar tayyorlash;<br>*Sho‘rvalarni katta porsiyalarda (300g) berish;<br>*Sabzavotlarni ko‘p iste’mol qilish, ayniqsa, qaynatilgan holatlarda;<br>*Qaynatilgan no‘xat va loviyadoshlarning keng iste’moli;<br>*Sevimli ichimliklari pivolar. | pyure sho‘rva hisoblanadi. Ular buterbrodlarni, sut mahsulotlaridan tayyorlangan sho‘rroq taomlarni xush ko‘rishadi. Ayniqsa, sondirilgan karam va ko‘plab sabzavotlardan tayyorlangan garnirlarni ishtaha bilan iste’mol qilishadi. Eng sevimli ichimligi pivo. Germaniya va Avstriyadan kelgan turistlarga achchiq taomlarni tavsiya qilishdan saqlanish kerak. |
| **7.** | **Italiya** | *Hamir (makaronlar, spagetti, gnosi, lapsha, pissa, rivoli va b. tezkor tayyorlanadigan) mahsulotlardan tayyorlangan barcha oziq-ovqatlarning keng iste’moli;<br>*Rasionda pishloq, ko‘katlar va sabzavotlarning (ko‘pi tomatlar va sarimsoq | Italyanlarning oshxonasi Garbiy Yevropa davlatlarining oshxonalari taomlaridan biroz farqi shundaki, italyanlarning an’anaviy ovqatlari turli xil souslar va ziravorlar qo‘shilgan *pasta-makaron* mahsulotlaridan tayyorlangan taomlardir. Italyanlar zaytun yog‘i |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | piyoz) katta miqdorlarda ekanligi;<br>*Sabzavotlarni dimlama holda iste’mol qilishning ko‘pligi;<br>*Taomlarda achchiq ziravorlar va zaytun yog‘i miqdorlarining ko‘pligi;<br>*Turli taomlar tayyorlashda asosan zaytun yog‘ini ishlatilishi. | bilan ishlangan sabzavot salatlarini, dengiz mahsulotlaridan tayyorlangan taomlarni juda xush ko‘rishadi. Ularning dasturxonlariga mevalar, muzqaymoqlar, biskvit tortlari, pirojniylar, qora kofe va vino qo‘yish odat tusiga kirgan. Italiyalik turistlarga yog‘, cho‘chqa go‘shtidan tayyorlangan taomlarni, maydalangan go‘shtdan qilingan taomlarni va qora nonni aslo tavsiya qilmaslik lozim. |
| **8.** | **Ispaniya** | *”Aralashmaydiganlarni aralashtirish» bitta tovoqda baliq, dengiz mahsulotlari, kolbasalar, yashil no‘xatlar, sabzi, kartoshka, qalampir, ko‘katlar va pomidorlar;<br>*Baliqlardan (sardinkalar, skumbriyalar, tunes, treskalar), dengiz mahsulotlaridan (qisqichbaqalar, malyuskalar va b.) | Ispanlar imkoni boricha oddiyroq ovqatlanishadi: pomidorlar, sarimsoqpiyoz, shirin qalampir, ko‘katlar va piyoz. Ularda birinchiga sarimsoqpiyozli sho‘rva berish odat tusiga kirgan. Ikkinchi ovqatlarida albatda buzoq go‘shti, yosh qo‘y go‘shti, mol va cho‘chqa go‘shtlaridan biri bo‘lishi shart. Uy tovuqlari go‘shtidan |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | tayyorlangan taomlarning keng tarqalganligi;<br>*Go‘sht mahsulotlarini (qoramol, qo‘y, echki, cho‘chqa, parrandalar) iste’mol qilishning cheklanganligi, ko‘plab taomlarning dudlanganligi;<br>*Sut va sut mahsulotlarini, ayniqsa, pishloqlarni tabiiy holatlarida iste’mol qilish va ularning ko‘plab taomlarga qoshilishi;<br>*Zaytun yog‘i va sarimsoqpiyozning keng iste’moli; | sho‘rva ispanlarning eng sevimli taomi hisoblanadi.<br>Sabzavotlar va mevalarning katta assortimenti (pomidorlar, shirin qalampir, baqlajonlar, karamning barcha turlari, kabachkilar, kartoshka, loviyadoshlar, kashtanlar) |
| **9.** | **Daniya, Norvegiya, Shvesiya, Finlandiya** | *Baliqlar, go‘shtlar va sut mahsulotlari taomlarning asosiy komponentlari hisoblanadi;<br>*Ekologik toza mahsulotlarni ishlatishi;<br>*Yupqa, qattiq nonlar (uzoq muddatlarga saqlanadi) tayyorlash; | Daniya, Norvegiya, Shvesiya, Finlandiya aholilarining oshxonalari taomlari asosan, Yevropa oshxonalaridagi taomlarga o‘xshash. Ular taomlarni tayyorlashda baliq mahsulotlaridan, sut va go‘sht mahsulotlaridan keng foydalanishadi. Shirinliklar va blinchiklarni ko‘proq |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | *Ommaviy xush ko‘rgan baliqlar: seld, treska, sardinalar, skumbriya;<br>*Baliqlarni tayyorlash usullari sho‘rda, marinovkalash, dudlash, chala pishirish;<br>*Yormalardan tayyorlangan kashalar rosa ommaviylashgan;<br>*Keng tarqalgan go‘shtlar: qoramol go‘shti, qo‘y go‘shti, yovvoyi qushlarning go‘shti, kit go‘shti;<br>*Kartoshkadan garnir sifatida va alohida taomlar tayyorlashda keng foydalanishadi;<br>*Sut mahsulotlari shu jumladan, qaymoqli yog‘lar va pishloqlar keng tarqalgan;<br>*Ommaviylashgan ichimliklari kofe, pivo, alkagolli ichimligi akvavit. | iste’mol qilishadi. Murabbolar, mol, buzoq va cho‘chqa go‘shtidan qilingan tushonkalarni xush ko‘rishadi. Sevimli ichimliklari turli xil usullarda tayyorlangan kofelardir. Mehmonlarga ovqatlantirish xizmatlarini ko‘rsatishda dunyoda eng ommaviylashgan usul-“Shved stoli»ni qo‘llashadi. Yevropaning oshxonalaridagi an’analarni Garbiy Yevropaliklar bolgarlar, chexlar, vengerlar, slovaklar, polyaklar va boshqa xalqlar ham qabul qilishgan. Ularning barchasi sabzavotlarni, mevalarni, asalni va konditer mahsulotlarini xush ko‘rishadi. Garbiy Yevropaliklar ovqatlantirishidagi bitta ajralib turadigan xususiyat shundan iboratki, ular ovqatlantirishida faqat oq nonni so‘rashadi. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **10** | **AQSh, Kanada** | *Yarim fabrikatlar, konservalangan mahsulotlar;<br>*Gazak o‘rnida sandvich va sosikalar keng ishlatiladi;<br>*Sabzavotlar, mevalar, sut mahsulotlari, tuxum ko‘p ishlatiladi;<br>*Guruch, suli, makkajo‘xori yormalari;<br>*Issiq ovqatlarni xush ko‘rishi;<br>*Ichimliklarni kuchli sovutilgan holda berish;<br>*Kundalik sevimli ovqalari loviyali pechenyelar, no‘xat, vetchina;<br>*Yovvoyi otlar va yovvoyi mevalarni ko‘p istemol qilish;<br>*Milliy ichimligi kofe. | AQSh va Kanadaliklar go‘sht va parranda go‘shtlaridan tayyorlangan yarim fabrikatlar, konservalarni ko‘proq iste’mol qilishadi. Ulaning dasturxonlariga sabzavotli, mevali salatlar, kartoshkali garnirlar, sho‘rva-pyureli bulyonlar, turli xil mevalarning sharbatlari ko‘proq qo‘yiladi. Ularning oshxonalarida dudlangan baliqlar, yog‘li go‘shtlar, chalop va sho‘r karamlar deyarli ishlatilmaydi.<br>Amerikaliklarning eng sevimli oziq-ovqatlari poliz va sabzavot ekinlari va mevalardan qiligan salatlar, go‘shtli (tovuq, kurka, mol va cho‘chqa) ovqatlardir. Makaronli oziq-ovqatlarni unchalik yoqtirishmaydi.<br>Burgerlarni juda xush ko‘rishadi. |
| **11** | **Arab mamlakatlari** | *Go‘shtli ovqatlar (qoramol, echki, buzoq, | Arab davlatlarining oshxonalarida qo‘y, |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | Misr Arab Respublikasi, Aljir, Suriya, Iroq, Saudiya Arabistoni, Livan, Liviya va b.) | qush). Go‘shtli ovqatlarga yog‘ qo‘shmasdan issiqda pishirish;<br>*Sabzavotlar, konservalangan va yangi mevalar;<br>*Baliqlar va dengiz mahsulotlaridan taomlar, turli qisqichbaqalar va akulalarning go‘shtlari, baliqlarni an’analar bo‘yicha ko‘mir chog‘ida pishirishadi;<br>*Tuxumdan taomlar, sut va achitqi mahsulotlari (ayniqsa, pishloq);<br>*Turli-tuman xushboy o‘tlar va sabzavotlar: piyoz, sarimsoqpiyoz, zaytun, qora va qizil qalampir, dolchin, turli xushboy o‘tlar;<br>*Bugdoy unidan go‘shtli, sabzavotli, pishloqli, ismaloqli pirojkilar. | echki, buzoq, parranda go‘shtlaridan tayyorlangan taomlar ustivor hisoblanadi. Ular konserva mahsulotlarini, sabzavotlarni va guruchdan tayyorlangan taomlarni xush ko‘rishadi. Ularning ovqatlanishida baliq mahsulotlaridan, sut mahsulotlaridan tayyorlangan taomlar ko‘proq. Ayniqsa, pishloq va brinzalarni ko‘plab iste’mol qilishadi. Taomlarni tayyorlashda piyoz, sarimsoq piyoz, zaytun yog‘ini, turli-tuman qalampirlarni, xushboy o‘tlarni ko‘plab ishlatishadi. An’anaviy ichimligi shakarsiz, chinnigul, zafaron, kardamon, muskat yong‘og‘i qo‘shilgan kofe, qora va arab kofelari juda ommaviylashgan. |
| **12** | **Peru, Urugvay, Braziliya,** | *Kuchli foydalanadigan go‘shtlar: cho‘chqa, qoramol, tovuq, jo‘ja, ordak; | Peru, Urugvay, Braziliya, Paragvay va Argentina mamlakatlarida go‘sht mahsulotlaridan |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | **Paragvay, Argentina** | *Guruch, makkajo‘xori, loviya, loviyadoshlar; karam, pomidorlar, oshqovoqlar;<br>*Mevalar: apelsin, guava, banan, ananas, mango, papayya;<br>*Dengiz mahsulotlari: baliqlar, molyuskalar, mayda va katta qisqichbaqalar;<br>*Shakarqamish, limon va shakardan tayyorlangan spirtli ichimlik: “kaypirinya» aroq juda keng tarqalgan;<br>*Ommaviylashgan qizil vino “Kastel-Shatelye», oq vino “Shardonne-Avrora» va “Shendon»:<br>*Kundalik ichimlik kofe. | tayyorlangan ovqatlar ko‘proq ommaviylashgan. Cho‘chqadan tayyorlangan ovqatlar ular uchun tansiq taomlar hisoblanadi. Baliq mahsulotlaridan tayyorlangan ovqatlarni unchalik xush ko‘rishmaydi. Garnir sifatida ko‘proq guruch ishlatiladi. Ularning eng sevimli ichimliklari kofe hisoblanadi. Birinchi ovqat turlarini ular deyarli sorashmaydi. An’anaviy ovqatlari “Takaka no tukupi» aralash pastalar, un, souslar bilan va «Manguza» makkajo‘xori doni kokos yong‘og‘i bilan; |
| **13** | **Yaponiya** | *Oshxonaning asoslari: baliqlar, dengiz mahsulotlari va guruch;<br>*Sho‘rva ranglangan sabzavotlar (sholg‘om, sarimsoqpiyoz, bodringlar. Bularni sho‘rva va boshqa ovqatlar bilan berishadi; | Yaponiya va dengiz sohillaridagi boshqa davlatlarning asosiy ovqatlari dengiz mahsulotlaridan tayyorlangan taomlar hisoblanadi. Bular: sho‘rva tayyorlashda ishlatiladigan |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | *Tuxum, sabzavotlar, ko‘katlar va loviyadoshli taomlar keng tarqalgan;<br>*Go‘shtlar: qoramol, cho‘chqa, qo‘y va qushlar. Go‘shtni maydalab kesishni yoqtirishmaydi;<br>*Kuchli ziravorlar, achchiq ko‘katlar chegaralangan;<br>*Tuzdan mo‘tadil foydalanish, ko‘plab taomlariga tuz solishmaydi. | akulalarning suzgichlari, suv o‘tlari, dengiz malyuskalari, dengiz qisqichbaqalari va tipratikonga o‘xshash dengiz hayvonlaridir. Yaponlarning ovqatlarida qo‘ziqorinlar, sabzi va loviyalar ko‘p ishlatiladi. Juda ko‘p ovqatlariga soya o‘simligidan olinadigan mahsulotlarni (soya suti, soya chakkisi) qo‘shishadi. aponlarning an’anaviy ichimligi guruchdan tayyorlanadigan aroq-sake. |
| **14** | **Xitoy** | *Go‘shtni taomlarda juda kam ishlatish;<br>*Taomlarda sabzvotlar, guruch, go‘shtlarning birlashtirilishi;<br>*Asosiy oqsillar: yeryongoq, no‘xat, mosh, soya, loviyadoshlar deb bilish;<br>*Asosiy oziq-ovqatlari: sabzavotlar va mevalar;<br>*Zirvorlar va xushboy ko‘katlarni ko‘p ishlatish; | Xitoyliklarda qadimdan qolgan va ular saqlab kelayotgan quyidagi maqol bor: tog‘da yashasang, u yerda nima bor o‘shalar bilan ovqatlan. Suvda yashasang, suvda nima bor o‘shalar bilan ovqatlan.<br>Xitoylik turistlar turli-tuman zirovorlar: shivit, kinza, yalpiz, sarimsoqpiyoz, qalampir |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | *Achchiq, shoʻr, nordon, shirin, oʻtkir tamlarni aralashtirib taom tayyorlash;<br>*Taomlar tayyorlashda zanjabil, sirka, tuz, vinolarni keng ishlatishi;<br>*Sevimli ichimliklari: choy, choyni tayyorlash, ichish uchun turli shakllardagi idishlar tayyorlash. | va boshqalarni xush koʻrishadi. Xitoy oshxonasi asosan guruch, turli xil goʻshtlar, sabzavotlar, qoʻziqorinlar va oʻsimliklarning yogʻlarini ishlatishga ixtisoslashgan. Xitoylik turistlar ularning milliy ovqati boʻlgan chuchvarani, lapshalarni, shirin pechenyelarni, ruslarning shisini, ukrainlarning borshini, shashlikni yaxshi kayfiyatlar bilan iste'mol qilishadi. Milliy ichimligi choy. |
| **15** | **Avstraliya** | *Milliy goʻshtlari: kenguru goʻshti, qopchiqli kalamush goʻshti, emu tuyaqushi goʻshti va timsoh goʻshti;<br>*Mahalliy sabzavotlar va mahalliy mevalarni koʻp iste'mol qilishi;<br>*Faqat mahalliy ziravorlarni xush koʻrishi;<br>*Goʻshtli va baliqli taomlarga qovurilgan | Avstraliya oshxonasi dunyoning eng qiziqarli va rang-barang taomlar bilan toldirilgan oshxona nomini olmoqda. Bu davlat Osiyoda Yaponiya, Xitoy, Malayziya, Yevropadan ingliz-irland oshxonalarining an'analarini mahalliy milliy taomlar bilan uygunlashtirgan. Parij kulinari institutining direktori Andre Kuantro |

| | | | |
|---|---|---|---|
| | | banan, yangi papayya yoki konservalangan ananas qo‘shishadi;<br>*Go‘shtlarni qovurishdan oldin har xil sharbatlarga solib qo‘yish;<br>*Kofe, sut, mevali aroq, pivo, vino ichishni xush ko‘rish;<br>*Muzqaymoqlar va sutli kokteyllar juda ommaviylashgan. | bo‘yicha: Avstraliya bu XXI asrning oshxonasi rivojlanayotgan joy». Avstraliyaklarning ovqatlanishida go‘sht mahsulotlari (quyon, kenguru, tuyaqush, timsoh va b.) va dengiz mahsulotlari birinchi o‘rinda turadi. |

## MUNDARIJA

**KIRISH..... 3**

**I BOB. “XALQARO TURIZM” FANINING MAQSADI VA VAZIFALARI..... 5**

1.1. Xalqaro turizmning shakllanish tarixi..... 5

1.2. Xalqaro turizm fanining maqsadi va vazifalari..... 18

*Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*..... 23

**II BOB. XALQARO TURIZMNING TASNIFLARI..... 25**

2.1. Xalqaro turizmning sohalari..... 25

2.2. Xalqaro turizmning turlari ..... 28

*Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*..... 34

**III BOB. XALQARO TURIZMNING RAYONLARI ..... 35**

3.1. Rayonlashtirish tushunchasi va turizmni rayonlashtirishning ahamiyati ..... 35

3.2. Xalqaro turizmning mintaqalari ..... 39

*Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*..... 46

**IV BOB. XALQARO TURIZM BOZORINING SEGMENTLARI ... 47**

4.1. Xalqaro turizm bozori segmentlarining ilmiy-nazariy mohiyati ..... 47

4.2. Xalqaro turizm bozorini segmentlash ..... 50

*Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*..... 55

**V BOB. XALQARO TURIZMDA EHTIYOJLAR VA TALABLAR 56**

5.1. Turistik ehtiyoj va talabning kelib chiqishi ..... 56

5.2. Bo‘sh vaqt, rekreatsiya, rekreatsiya turizmi va xalqaro turizmda turistik ehtiyoj ..... 58

5.3. Xalqaro turizmda turistik ehtiyoj va talab haqidagi nazariyalar ..... 68

5.4. Xalqaro turizmda turistik talabning xususiyatlari..... 71

*Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*..... 73

**VI BOB. YEVROPA TURIZMINING RIVOJLANISHI..... 74**

6.1. Yevropa turizmi haqida umumiy ma’lumotlar ..... 74
6.2. Yevropada turizm kuchli rivojlangan davlatlar ..... 77
6.3. Evropa turizmida turistlar oqimlarining o‘sishi va eng hashamatli dam olish joylari..... 83
*Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*..... 99
VII BOB. AMERIKA TURIZMINING RIVOJLANISHI..... 100
7.1. AQSh Amerika qit’asidagi davlatlar uchun turizmni rivojlantirish tashabbuskori..... 100
7.2. Xalqaro turizmning Amerika mintaqasi davlatlaridagi holati ..... 106
*Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*..... 110
**VIII BOB. OSIYO-TINCH OKEANI TURIZMINING RIVOJLANISHI..... 112**
8.1. Osiyo-Tinch okeani turizmi mintaqasi mamlakatlari ..... 112
8.2. Osiyo mintaqasi mamlakatlarining mehmonxona biznesini rivojlantirish tajribasi ..... 115
8.3. Xalqaro turizmning Osiyo-Tinch okeani turizmi mintaqasi mamlakatlaridagi holati..... 117
*Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*..... 144
**IX BOB. AFRIKA MINTAQASI TURIZMINING RIVOJLANIShI ..... 145**
9.1. Afrika turizmi mintaqalarining tavsifi ..... 145
9.2. Afrika turizmi statistikasi..... 148
9.3. Afrikada tarixiy-madaniy turizmning o‘ziga xos xususiyatlari..... 152
*Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*..... 156
**X BOB. YAQIN SHARQDA TURIZMNING RIVOJLANISHI ..... 157**
10.1. Yaqin Sharq davlatlari..... 157
10.2. Yaqin Sharq davlatlarida turizm ..... 159
*Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:*..... 174
**XI BOB. AVSTRALIYA VA OKEANIYADA TURIZMNING RIVOJLANISHI..... 175**

11.1. Avstraliya turizmi ..... 175
11.2. Okeaniya turizmi ..... 185
*Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:* ..... 188
**XII BOB. JANUBIY OSIYODA TURIZMNING RIVOJLANISHI 189**
12.1. Janubiy Osiyo davlatlari ..... 189
12.2. Janubiy Osiyo mintaqasining turistik salohiyati va har bir davlatning asosiy turistik markazlari ..... 199
*Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:* ..... 206
**XIII BOB. XALQARO ISHCHANLIK TURIZMINING RIVOJLANISHI ..... 208**
13.1. Xalqaro ishchanlik turizmi ..... 208
13.2. Xalqaro ishchanlik turizmining markazlari ..... 211
*Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:* ..... 215
**XIV BOB. XALQARO ZIYORAT TURIZMINING RIVOJLANISHI ..... 216**
14.1. Xalqaro diniy turizm, ziyorat turizmining shakllanishi ..... 216
14.2. Xalqaro ziyorat turizmining markazlari ..... 219
*Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:* ..... 231
**XV BOB. XALQARO EKOTURIZMNING RIVOJLANISHI ..... 233**
15.1. Yevropa davlatlaridagi ekoturizm ..... 233
15.2. Osiyo davlatlaridagi ekoturizm ..... 235
15.3. Amerika davlatlaridagi ekoturizm ..... 239
*Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:* ..... 243
**XVI BOB. XALQARO QISHLOQ TURIZMINING RIVOJLANISHI ..... 244**
16.1. Xalqaro qishloq turizmining shakllanishi ..... 244
16.2. Qishloq turizmini rivojlantirishning xalqaro modellari va dasturlari ..... 249
*Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:* ..... 257

**XVII BOB. XALQARO GASTRONOMIYA TURIZMINING RIVOJLANISHI..... 258**
17.1. Xalqaro gastronomiya turizmining shakllanishi ..... 258
17.2. O‘zbekistonda gastronomiya turizmini tashkil qilish va rivojlantirish ..... 276
*Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:* ..... 283
**XVIII BOB. XALQARO TURIZM INDUSTRIYASI ..... 284**
18.1. Xalqaro turizm industriyasi va infratuzilmasi ..... 284
18.2. Xalqaro turizm industriyasida turoperatorlar va turagentlar faoliyati ..... 288
*Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:* ..... 292
**XIX BOB. XALQARO TURIZMNING XIZMATLARI VA MAHSULOTLARI..... 293**
19.1. Xalqaro turizmning xizmatlari ..... 293
19.2. Xalqaro turizmning mahsulotlari ..... 298
19.3. Xalqaro turizmda xizmat ko‘rsatish klasslari va xizmatlar paketi . 300
*Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:* ..... 305
**XX BOB. XALQARO TURIZMDA GLOBALLAShUV JARAYONLARI ..... 306**
20.1. Jahon turizmi globallashuvida diversifikatsiya jarayonlari ..... 306
20.2. Jahon turizmi globallashuvida glokallashuv jarayonlari ..... 310
*Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:* ..... 323
XXI BOB. XALQARO TURIZMNING TASHKILOTLARI ..... 324
21.1. Xalqaro turizmning tashkilotlari ..... 324
21.2. Xalqaro ekoturizmning tashkilotlari ..... 334
*Mavzuni o‘zlashtirish uchun savollar:* ..... 337
**GLOSSARIY ..... 338**
**FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO”YXATI: ..... 344**

**S.A.ABDUXAMIDOV**

# XALQARO TURIZM

**O‘quv qo‘llanma**

**Muharrir:** Z.N. Bobodustov
**Musahhih:** M.O. Mardiyeva
**Texnik muharrir:** N. Ergashev

*O‘quv qo‘llanma institut Kengashining 2025-yil 02-iyuldagi majlisda muhokama qilingan va nashrga tavsiya etilgan. (11-sonli majlis bayoni).*

**“STAP-SEL” MChJ nashriyoti, Samarqand - 2025**

**ISBN:** 978-9910-587-11-5

Tasdiqnoma № 033337 (27.07.2022)
Nashrga ruxsat etildi: 27.08. 2025 y.
© “STAP-SEL” MChJ nashriyoti, Samarqand 2025 y.

1774

2025 yilda chop etildi.
**Qog‘oz bichimi A5, 60x84 1/16, Ofset qog‘ozi.**
**“Times New Roman” garniturasi.**
**Nashr bosma tabog`i 23.12**
**Buyurtma № 0100A/25. Adadi 100 nusxa**

**Samarqand iqtisodiyot va servis institutining matbaa bo`limida chop etildi.**
**LICENSE № 025316.**
**REESTR № X-119112.**
**Manzil:** Samarqand shahar, Shoxrux ko`chasi 60-uy.