

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ**  
**ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**  
**ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ**

**“ХАЛҚАРО ТУРИЗМ” ФАКУЛЬТЕТИ**

Битирув малакавий иши  
ҳимояга тавсия этилди  
“Сервис” кафедраси мудири  
и.ф.н., доц. О.Х. Хамидов

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2014 йил

**БИТИРУВ МАЛАКАВИЙ ИШИ**

**Мавзу: Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда  
илғор хорижий тажрибани қўллаш истиқболлари (“Бутунжахон  
Туристик Ташкилотлар” материаллари мисолида)**

Бажарди: Маркетинг (туризм) таълим  
йўналиши, ТМ-84 гуруҳи, 4-курс талабаси  
Хамидуллаев Сардор Лутфулла ўғли

Илмий раҳбар: доц. Джалилов О.З.

**ТОШКЕНТ – 2014**

## Мундарижа

<b>Кириш</b>	<b>3</b>
<b>1-БОБ. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришнинг назарий асослари</b>	<b>8</b>
1.1. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришнинг ҳуқуқий асослари.	8
1.2. Халқаро туризмнинг мамлакатлар бўйлаб глобаллашув жараёни хусусиятлари	16
1.3. Ўзбекистоннинг халқаро туризм ривожланиши асослари	23
Биринчи боб бўйича хулоса	28
<b>2-БОБ. Халқаро туризм ва унинг Ўзбекистондаги ривожланиш жараёнлари таҳлили</b>	<b>30</b>
2.1. Халқаро туризмнинг ривожланиши жараёнлари ва унинг таҳлили	30
2.2. Илғор хорижий мамлакатларнинг халқаро туризмдаги иқтисодий кўрсаткичлари таҳлили	38
2.3. Европанинг туризм соҳасидаги етакчи мамлакатларининг туризм моделлари ва уларнинг ривожланиши	49
Иккинчи боб бўйича хулоса	57
<b>3-БОБ. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда хорижий тажрибадан фойдаланиш истикболлари</b>	<b>58</b>
3.1. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда дунё тажрибасидан фойдаланиш	58
3.2. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда Испания туризмидаги ютуқларни миллий туризмга тадбиқ этиш йўналишлари	63
Учинчи боб бўйича хулоса	69
<b>Хулоса ва таклифлар</b>	<b>71</b>
<b>Фойдаланилган адабиётлар рўйхати</b>	<b>74</b>

## **КИРИШ**

**Битирув малакавий иш мавзусининг долзарблиги.** Мамлакатимизда туризм соҳасига мустақилликнинг дастлабки йиллариданоқ асосий давлат сиёсати даражасида қаралди. Соҳа ривожини учун барча зарур ташкилий - ҳуқуқий механизм вужудга келтирилиб, муҳим меъёрий ҳужжатлар қабул қилинди ва бу иш ҳозирда ҳам давом этмоқда. Республика иқтисодиётида бозор муносабатлари чуқурлашган сари рўй бераётган туб ўзгаришлар янги бошқариш услубларини талаб этмоқда. Сўнгги йилларда туризм саноати аксарият мамлакатларнинг иқтисодиётида муҳим ўринлардан бирини эгалламоқда ва даромад манбаига айланмоқда. Туризм саноати ишлаб чиқарадиган маҳсулот бу туристик товарлар ва хизматлар мажмуидан иборат бўлиб, товарларнинг анча катта ва ранг-баранг комплексини ўз ичига олади. Бу маҳсулотлардан кишилар саёҳат қилишда, шунингдек туризм доирасида дам олиш, ҳордиқ чиқариш, даволаниш, ўз билим ва касбий даражасини оширишда фойдаланишлари мумкин. Шу жиҳатдан Ўзбекистонда мазкур тармоққа эътиборни кучайтириш муҳим масалалардан биридир.

Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантириш, кенг кўламда хорижий сайёҳларни жалб этиш, шу билан бирга халқаро аҳамиятига эга бўлган “Буюк ипак йўлини” қайта тиклаш мақсадида Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1995 йил 2 июнда “Буюк ипак йўлини қайта тиклашда Ўзбекистон Республикасининг ролини фаоллаштириш ва республикада халқаро туризмни ривожлантириш тўғрисида”ги Фармони, “Буюк ипак йўли”да жойлашган қадимий шаҳарлардаги мавжуд маданий ёдгорликлар, тарихий, архелогик ва меъморий обидаларни қайта тиклаш ва улардан оқилона фойдаланиш бўйича “Мерос” миллий дастури қабул қилинди.

Истиқлол туфайли аждодларимиз томонидан яратилган бой маънавий ва маданий меросимизни қайта тиклаш ҳамда асраб-авайлаш орқали туризм салоҳиятини юксалтиришга ҳам алоҳида эътибор қаратила бошланди.

Ўзбекистон Республикаси ҳукумати туризмни ривожлантиришга катта аҳамият бераётган бир вақтда, меҳмонхона хўжаликларида хизмат кўрсатиш турларини ривожлантириш бўйича бутун дунёда амалга оширилаётган бошқарув услублари ва хизмат кўрсатиш турлари яхши қўлланилса, туризмни республиканинг асосий валюта манбаларидан бирига айлантириш мумкин бўлади. Шу муносабат билан Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2012 йил 10 майда қабул қилинган "2012-2016 йилларда Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш дастури тўғрисида" ги қарори ушбу соҳани янада ривожланишига туртки бўлди. Жумладан, Президентимиз И.Каримовнинг 2013 йилда мамлакатнинг ижтимоий – иқтисодий ривожлантириш яқунлари 2014 йилда иқтисодий ислохотларни чуқурлаштиришнинг энг муҳим устувор йўналишларига бағишланган нутқларида: “2013-йил яқунларига кўра, кўрсатилган хизматлар ҳажми 13,5 фоизга, уларнинг ялпи ички маҳсулотдаги улуши эса 2000-йилдаги 37 фоиздан 53 фоизга ўсди<sup>1</sup>” деб бу соҳага ўз эътиборини қаратганлигини кўришимиз мумкин.

Ўзбекистоннинг хорижий мамлакатларда обрў-эътиборини ошириш ва республиканинг туристик салоҳиятини кенг тарғиб қилиш, шунингдек, мамлакатимизнинг жаҳон хўжалигига интеграциялашишини фаоллаштириш мақсадида халқаро туристик ташкилотлар, айниқса, Бутунжаҳон Туристик Ташкилоти билан яқин ҳамкорлик алоқалари йўлга қўйилди. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А. Каримов таъкидлаганидек, “Чет эл туризми республика иқтисодиётининг етакчи тармоғига, унинг валюта тушумларини тўлдирадиган муҳим манбага айланиб бормоқда. Шу сабабли шинам меҳмонхоналар, кемпинглар қурилишини бундан буён ҳам амалга

---

<sup>1</sup> Президент Ислон Каримовнинг 2013 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2014 йилга мўлжалланган энг муҳим устувор йўналишларга бағишланган Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузасидан. Халқ сўзи, 17 январь 2012 йил

оширавериш, туризмнинг ривожланган инфраструктурасини шакллантириш, сайёҳлар борадиган жойларни обод қилиш билан шуғулланавериш керак”<sup>2</sup>.

Ўзбекистон минтақаларида (хусусан, Самарқанд, Бухоро, Хива, Шаҳрисабз шаҳарларида) сақланаётган ҳар бир давр ва цивилизациянинг ўзига хос 400 дан ортиқ меъморий ва тарихий-маданий обидалари, археологик ёдгорликлари ЮНЕСКОнинг бутунжаҳон маданий мерослар рўйхатига олинган. Ҳозирда шу рўйхатга киритиш учун 32 та маданий мерос объектлари номинацияси тақдим этилган. Бугунги кунда маданий мерос объектларидан 300 дан кўпроғи сайёҳлик йўналишларига киритилиб, Ўзбекистонга ташриф буюраётган хорижий туристларга намойиш этилмоқда. Бу шундан далолат беради-ки, мамлакатимиз минтақаларида етарлича туристик имкониятлар мавжуд ва уларни ўрганиш, тадқиқ этиш бевосита битирув малакавий ишнинг долзарблигини таъминлайди.

**Муаммонинг ўрганилганлик даражаси.** Мамлакатимизда замонавий туризм ўзининг туристик хизматлари, сервис ва ишлаб чиқаришини ташкил қилишнинг ўзига хослиги жиҳатдан бир қатор асосий хусусиятлари бўйича фарқланиб бормоқда. Шу ўринда туризм инфратузилмаси тизимига ихтисослаштирилган корхона, ташкилот ва муассасалар киришини алоҳида таъкидлаш лозим.

Туризмнинг кўпгина қирралари билан узоқ, хориж давлатларидан И.Г.Коль, А.Геттнер, Р.Бланшаром, А.Мариотти, В.Уницикер, МДХ, давлатларида А.Ю.Александрова, К.Н.Баранский, Ю. А. Веденин, С.Р.Ердавлетов, П.Н.Зачиняев, И.И.Пирожник, Ю.Д.Дмитревский, Н.С.Мироненко, А.Низамиев, Е.А.Окладникова, И.Т.Твердохлебов, Н.С.Фалькович, А.П.Дурович ва бошқа олимлар изланишлар олиб борган. Айни вақтда, республикаимизда ҳам туризмнинг айрим муаммолари бўйича З.М.Акрамов, Э.А.Ахмедов, Ш.А.Азимов, А. Зокиров, Ф.К.Комилова, А.А.Рафиқов, А.Солиев, Т.Тошмуродов, Н.Тухлиев, А.Норчаев, О.Хамидов,

---

<sup>2</sup> Каримов И.А. Ўзбекистон иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш йўлида. Т.: Ўзбекистон, 1995. – 242-бет

С. Рўзиев, С.Р.Сафаева, Д.И. Абидова, Х.Ф. Очилова каби мутахассислар шуғулланган.

**Битирув малакавий иш объекти ва предмети.** Мазкур ишининг бевосита тадқиқот объекти сифатида мамлакатимиздаги туристик ресурслар ва кўрсатилаётган туристик хизматлар танланган. Унинг предмети эса халқаро туризмни ривожлантиришда илғор хорижий тажрибани ўрганиш, баҳолаш, тадқиқ этиш ва мамлакатимиз туризм соҳасига қўллаш имкониятларини аниқлашдан иборат.

**Битирув малакавий ишнинг мақсад ва вазифалари.** Битирув малакавий иш асосий мақсади – Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда илғор хорижий тажрибани қўллаш истиқболларини аниқлаш бўйича илмий-амалий тавсияларни ишлаб чиқишдан иборатдир.

Тадқиқотнинг мақсадидан келиб чиққан ҳолда унинг қуйидаги вазифалари белгиланди ва ҳал этилди:

- Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришнинг ҳуқуқий асослари ўрганилди;
- Халқаро туризмнинг мамлакатлар бўйлаб глобллашув
- жараёни хусусиятлари очиб берилди;
- Ўзбекистоннинг халқаро туризм ривожланиши асослари аниқланди;
- Халқаро туризмнинг ривожланиши жараёнлари ва унинг тахлили олиб борилди;
- Илғор хорижий мамлакатларнинг халқаро туризмдаги иқтисодий кўрсаткичлари таҳлил этилди;
- Европанинг туризм соҳасидаги етакчи мамлакатларининг туризм моделлари ва уларнинг ривожланиши тахлили олиб борилди;
- Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда дунё тажрибасидан фойдаланиш йўллари аниқланди;
- Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда Испания туризмидаги ютуқларни миллий туризмга тадбиқ этиш йўналишлари аниқланди.

**Битирув малакавий ишнинг назарий ва услубий асослари.** Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг мамлакатимизда туризмни ривожлантириш ҳамда Вазирлар Махкамасининг ушбу тармоқни юксалтириш бўйича ишлаб чиққан кўрсатма ва қарорларига таянади.

Битирув малакавий иш «Ўзбектуризм» миллий компанияси бош бошқармаси маълумотлари ҳамда илмий ва картографик манбаалар асосида тайёрланди.

**Битирув малакавий ишнинг ишнинг янгилиги.** Бажарилган битирув малакавий ишининг илмий янгилиги Ўзбекистонда халқаро туризм ривожланишида хорижий тажрибани қўллаш бўйича ёндашилганлиги билан билан тавсифланади.

Шунингдек, ишда қуйидаги муаммолар ўз ечимини топган:

- Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришнинг назарий асослари очиб берилди;
- Халқаро туризм ва унинг Ўзбекистондаги ривожланиш жараёнлари тахлили олиб борилди;
- Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда хорижий тажрибадан фойдаланишнинг истиқболли йўллари аниқланди.

**Битирув малакавий ишнинг амалий аҳамияти.** Ушбу ишининг натижа ва хулосаларидан республикада туризмни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш дастурини ишлаб чиқишда фойдаланиш мумкин. Бундан ташқари, тадқиқотнинг илмий-амалий тавсиялари, мавжуд статистик маълумотлари олий ўқув юртлари ҳамда лицей ва коллежларнинг ўқув жараёнини амалга оширишда кўмак беради.

**Ишнинг таркибий тузилиши.** Битирув малакавий иш кириш, учта боб, хулоса ҳамда фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан иборат.

# **1-БОБ. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришнинг назарий асослари**

## **1.1. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришнинг ҳуқуқий асослари.**

Туризм фаолияти – ижтимоий ҳодиса сифатида кўп қиррали, мураккаб ва зиддиятлидир. Демографик нуқтаи назардан у аҳолининг бир ҳудуддан бошқа ҳудудга кўчиб юришини англатса, иқтисодий нуқтаи назардан аҳоли муайян қисмининг кўчиб юриши натижасида иқтисодий эҳтиёжларнинг юзага келиши, уларнинг қондирилиши муаммоларини ҳал этиш ва бошқа кенг қамровли иқтисодий жарёнларнинг юз беришини назарда тутди. Бошқача қилиб айтганда, туризм – бу саёҳат қилиш жараёнида юз берувчи воқеа ва ҳодисаларнинг ўзаро таъсиридан иборат муносабатдир.

Туризмга берилган кўплаб таърифларни ўрганиш ва таҳлил қилиш натижалари шуни кўрсатадики, бу соҳада тадқиқот олиб борган олимлар ва мутахассислар қарашларини иккита гуруҳга умумлаштириш мумкин. Биринчи гуруҳ ушбу атамани тор маънода тавсифлайди ва туризмнинг иқтисодий, ижтимоий, ҳуқуқий ва бошқа жиҳатларига ёки унинг турларининг ўзига хос хусусиятларига алоҳида эътибор қаратади<sup>3</sup>. Бундай таърифлар аниқ вазибаларни ҳал этиш учун восита сифатида хизмат қилади.

Иккинчи гуруҳ туризм атамасига концептуал жиҳатдан ёндашади<sup>4</sup> ва туризмга хос бўлган барча хусусиятлар ва муносабатларни яхлитликда ифодалаб, ушбу атаманинг ички мазмунини ёритиб беради. Бу таърифлар туризмнинг бошқа унга ўхшаш ва ўзаро боғлиқ ҳодисалардан фарқли жиҳатларини кўрсатиб беради.

---

<sup>3</sup> Рекомендации по статистике туризма. Статистические документы. /ООН, ВТО (пер. с англ.) Нью Йорк, 1994; Яковлев Г.А. Экономика и статистика туризма. – М.: Издательство РДЛ, 2005; Александров А.Ю. Международный туризм. – М.: Паспект Пресс, 2001; Леонард Л. Управление туризмом. М.: 1995; Папирян Г.А. Международные экономические отношения: Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 1999; Биржаков М.Б. Введение в туризм. – СПб.: Издательский Торговый Дом «Герда», 1999; Ефремова М.В. Основы технологии туристского бизнеса. – М.; Издательство «Ось-89», 1999; Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 2000 ва бошқалар

<sup>4</sup> Азар В., Туманов С.Ю. Экономика туристского рынка: Институт Международного туризма. – М.: ИПК госслужбы, 1998.; Дурович А.П. Организация туризма. – Мн.: ООО «Новое знание». 2002. – стр. 10; Квартальнов В.А. Иностраный туризм. – М.: Финансы и статистика, 2001; Пузакова Е.П. Международный туристический бизнес. – М.: «Издательство ПРИОР», 2001 ва бошқалар



Мамлакатимизда туризм, хусусан, хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришга алоҳида эътибор берилмоқда, жумладан Президентимизнинг йил якунларига бағишланган маърузаларида ҳам бу соҳа ривожига эътибор бериб, “Вазирлар Маҳкамаси бир ой муддатда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳаларини ривожлантириш бўйича 2012-2016-йилларга мўлжалланган дастур лойиҳасини тасдиқлаш учун киритиши, бунда мамлакатимиз ялпи ички маҳсулоти таркибида бу соҳанинг улуши 54-56 фоизга етказилишини назарда тутиш даркор”<sup>5</sup> деб таъкидлаганлар.

Мустақиллик йилларида даставвал туризм ривожланишининг институционал ва меъёрий-ҳуқуқий асосларини яратишга алоҳида эътибор қаратилди. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг 1992 йил 27 июлдаги 447-сонли Фармонида мувофиқ “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси ташкил этилди. Шунингдек, 1993 йилда Ўзбекистон Бутунжаҳон Туристик Ташкилотининг аъзосига айланди.

Бугунги кунда Ўзбекистонда ички ва халқаро туризм ривожланишини тартибга солувчи меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар тизими асосини Ўзбекистон Республикаси Конституцияси, Фуқаролик ва Солиқ Кодекслари, 1999 йил 29 августда қабул қилинган Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги Қонуни, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1999 йил 30 июндаги “Ўзбекистонда туризм соҳаси учун малакали кадрлар тайёрлаш тўғрисида”ги, 1999 йил 15 апрелдаги “2005 йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш Давлат дастури тўғрисидаги” Фармонлари, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1995 йил 3 июндаги 210-сонли “Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмнинг замонавий инфратузилмасини барпо этиш тўғрисида”ги, 1998 йил 8 августдаги 346-сонли “Сайёҳлик ташкилотлари фаолиятини ташкил этишни такомиллаштириш тўғрисида”ги, 2002 йил 2 сентябрдаги 310-сонли “Ўзбекистон Республикасида меҳмонхона бизнеси ва халқаро туризмни

---

<sup>5</sup> Президент Ислам Каримовнинг 2011 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2012 йилга мўлжалланган энг муҳим устувор йўналишларга бағишланган Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузасидан. Халқ сўзи, 21 январь 2012 йил 21 январ.

янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ва 2003 йил 17 январдаги 33-сонли ушбу қарорни қисман ўзгартириш тўғрисидаги, 2003 йил 11 ноябрдаги 497-сонли “Туризм фаолиятини лицензиялаш тўғрисидаги низомни тасдиқлаш ҳақида”ги, “Ўзбекистон Республикасида 2010 йилгача бўлган даврда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” ги қарорлари, шунингдек, Президентимизнинг “Ўзбекистон Республикасида 2010 йилгача бўлган даврда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида” ги қарори, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2012 йил 10 майда қабул қилинган "2012-2016 йилларда Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш дастури тўғрисида” ги қарори ҳамда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2013 йилнинг 20 мартдаги “2013-2015 йилларда Хоразм вилоятида туризм соҳасини ривожлантириш дастури” тўғрисидаги ва 2013 йил 1 ноябрдаги «2013-2015 йилларда Қашқадарё вилоятида туризм соҳасини ривожлантириш дастури тўғрисида”ги қарорлари ташкил этади.

Республикамизда туризмни тартибга солувчи меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар тизимида Ўзбекистон Республикаси Конституцияси асосий ўринни эгаллайди. Унинг 53-моддасида шундай таъкидланади: «Давлат истеъмолчиларнинг ҳуқуқи устунлигини ҳисобга олиб, иқтисодий фаолият, тадбиркорлик ва меҳнат қилиш эркинлигини, барча мулк шаклларининг тенг ҳуқуқлигини ва ҳуқуқий жиҳатдан баб-баравар муҳофаза этилишини кафолатлайди».<sup>6</sup> Мазкур меъёр барча хўжалик юретиш субъектлари, шу жумладан, туризм субъектларининг тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланишига имконият яратади.

Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик Кодекси моддаларини таҳлил қилиш шуни кўрсатадики, уларнинг катта қисми иқтисодий муносабатларни тартибга солишни қамраб олади ва тадбиркорлик фаолиятини, шу жумладан,

---

<sup>6</sup> Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. Т.: Ўзбекистон. - 1992. – 11 б.

туризм соҳасидаги тадбиркорлик ривожланишини қонуний жиҳатдан мустаҳкамлайди.

Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисидаги” қонуни туризм фаолиятини тартибга солувчи асосий меъёрларни ўз ичига олади. Унда туризм соҳасидаги муносабатларни ҳуқуқий жиҳатдан тартибга солиш, туристик хизматлар бозорини ривожлантириш, шунингдек, туристлар ва туристик фаолият субъектларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилиш каби масалалар ўз аксини топган.

Шуни алоҳида таъкидлаш жоизки, мазкур қонуннинг 4-моддасида туризм соҳасидаги давлат сиёсатининг асосий йўналишлари белгилаб берилган бўлиб, у бозор муносабатларига ўтишнинг “ўзбек модели” тамойиллари билан уйғунлашиб кетган.

Ушбу қонуннинг 8,9 ва 10-моддаларида туристик фаолиятни лицензиялаш, молиялаш манбалари ва туристик хизматларни сертификациялаш тартиби белгилаб берилган. Унга кўра туристик фаолият туристик субъектларнинг ўз маблағлари, юридик ва жисмоний шахсларнинг пул бадаллари, заём маблағлари, чет эл инвестициялари ва қонунда таъқиқланмаган бошқа манбалар ҳисобидан амалга оширилиши мумкин.

Ўзбекистон Республикаси “Туризм тўғрисида”ги қонуннинг 14 ва 15 моддалари алоҳида эътиборга молик бўлиб, уларда туристик фаолият субъектларининг ҳуқуқлари ва мажбуриятлари кўрсатиб берилган. Қонунга мувофиқ турист шартномада назарда тутилган туристик хизматлар мажмуидан тўлиқ фойдаланиш, саёҳатга тааллуқли тўлиқ ва ишончли ахборотларни олиш ҳуқуқига эга. Агар шартнома бажарилмаган ёки лозим даражада бажарилмаган тақдирда турист моддий зарарнинг тўланиши, шунингдек, маънавий зарарнинг ўрнини қопланишини талаб қилишга ҳақли ҳисобланади. Айтиш керакки, турист шартнома шартларига, божхона ва чегара назорати қоидаларига, берилган мамлакатнинг қонун ҳужжатлари талабларига риоя этиши лозим.

Туризм ривожланишининг муҳим омилларидан бири нафақат турист, балки туристик фаолият субъектлари томонидан шартномада кўрсатилган шартларнинг тўлиқ бажарилиши ҳисобланади. Шу муносабат билан “Туризм тўғрисида”ги қонуннинг 16 ва 17-моддалари туристик фаолият субъектларининг ҳуқуқлари ва мажбуриятларига бағишланган.

Бундан ташқари қонунчиликда хорижий ва маҳаллий туристларни ҳимоя қилиш ва хавфсизлигини таъминлаш, шунингдек, туристлар соғлигини ҳимоялаш масалаларига алоҳида эътибор қаратилган.

Хусусан, “Туризм тўғрисида”ги Қонуннинг 18-моддаси “Туристларнинг хавфсизлиги кафолати” деб аталиб, унда туристларнинг хавфсизлиги давлат томонидан кафолатланиши таъкидланган ва бунинг учун туризм соҳасидаги ваколатли давлат органи, манфаатдор вазирликлар ва идоралар, маҳаллий давлат ҳокимияти органлари, туристик фаолият субъектлари масъул ҳисобланадилар. Улар туристларнинг ҳимоя қилинишини ва хавфсизлигини таъминлаш дастурларини, туристлар касалланганда, жароҳатланганда ва бошқа ҳолларда тиббий ва ўзга хил ёрдам кўрсатиш юзасидан аниқ чора-тадбирларни ишлаб чиқадилар ва унинг бажарилишини ташкил этадилар.

Қонуннинг “Туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш чора-тадбирлари” деб номланган 19-моддасида туристик фаолият субъектлари томонидан туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш бўйича амалга оширилиши лозим бўлган чора-тадбирлар мажмуи кўрсатиб берилган. “Туристларни суғурта қилиш” номли 20-моддасида туристларни суғурта қилиш мажбурий эканлиги эътироф этилган.

Туризм соҳасининг давлат томонидан қўллаб-қувватланаётгани эътиборга моликдир. Хусусан, солиқ соҳасида туристик фаолият билан шуғулланаётган корхона ва фирмалар учун бир қатор имтиёзлар тақдим этилган бўлиб, уларни икки гуруҳга ажратиш мумкин.

Биринчи гуруҳга фирма ва корхоналарнинг тармоқ хусусиятлари билан боғлиқ бўлган имтиёзлар киради. Чунончи, Самарқанд, Бухоро, Хива ва

Тошкент шаҳарларида туризм соҳасида ташкил этилган қўшма корхоналар Ўзбекистон Республикаси Солиқ Кодексига мувофиқ 5 йил муддатга олиб чиқиб кетилаётган фойдадан солиқ тўлашдан озод қилинадилар. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг “Ўзбекистон Республикасининг Буюк ипак йўлини қайта тиклашга иштирокини фаоллаштириш ва республикада халқаро туризмни ривожлантириш бўйича чора-тадбирлар тўғрисида”ги Фармонига кўра тижорат банкларига тадбиркор томонидан хусусий меҳмонхоналар ва меҳмонхона инфратузилмаси объектлари қурилган тақдирда уларга қарз узиш муддати камида 5 йил муддатга тенг бўлган кредитлар тақдим этилиши тавсия қилинган.

“2010 йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш Давлат дастури тўғрисидаги”ги бошқа бир фармонга мувофиқ эса туризм учун мўлжалланган ускуналарни божхонадан ўтказишга махсус имтиёзлар киритилган. Хозирги кунда 2015 йилгача бўлган даврда ҳам туризмни ривожлантириш дастури қабул қилинмоқда.

Шунингдек, Самарқанд, Бухоро, Хива ва Тошкент шаҳарларида янги ташкил этилган туризм фаолияти билан шуғулланадиган юридик шахслар тузилган пайтдан бошлаб биринчи даромад орттиргунга қадар, лекин узоғи билан рўйхатдан ўтган вақтдан эътиборан уч йилгача даромад (фойда) ва ер солиғидан озод қилинадилар. Улар фойда олинган биринчи йилда эллик фоиз, иккинчи йилда етмиш беш фоиз, учинчи йилдан бошлаб эса юз фоиз миқдорда солиқ тўлайдилар.

Устав жамғармасида хорижий капитал улуши 30 фоизни ташкил қилган қўшма корхоналар, шунингдек, хорижий корхоналар, уларнинг филиаллари, ваколатхоналари ва шўъба корхоналари фойдасига 25 фоизлик фойда солиғи қўлланилади.

Агар туристик фаолият билан шуғулланаётган фирма ўзи ишлаб чиқарган товарни экспорт қилса, у ҳолда мазкур фирмадан акциз солиғи олинмайди, агар экспортга йўналтирилган ёки импорт ўрнини босадиган маҳсулотлар ишлаб чиқарса, ишлаб чиқаришни ривожлантириш учун солиқ

кредитини олиш ҳуқуқига эга бўлади. Қўшма корхона шаклидаги туристик фирманинг устав жамғармаси 500 минг доллардан юқори бўлса, мулк солиғини тўлашдан озод этилади. Бундан ташқари қўшма корхона шаклидаги туристик фирма ходимларининг шахсий мол-мулклари ва ишлаб чиқариш эҳтиёжларидан бож тўлови ундирилмайди.

Кўриниб турибдики, Ўзбекистонда туристик фаолият билан шуғулланиш учун ҳуқуқий шарт-шароитлар яратилган. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг меъёрий-ҳуқуқий асосларини таҳлил қилиш натижалари яна шуни кўрсатадики, унинг айрим жиҳатларини янада такомиллаштириш ва бугунги кун талабларидан келиб чиққан ҳолда қайта кўриб чиқиш лозим.

Шундай қилиб, Ўзбекистонда туризм фаолияти ривожланишининг меъёрий-ҳуқуқий асосларини таҳлил қилиш натижалари қуйидаги жиҳатларни алоҳида ажратиб кўрсатишни тақозо этади:

Биринчидан, мустақиллик йилларида Ўзбекистонда туризм ривожланишини тартибга солувчи меъёрий-ҳуқуқий асос яратилган бўлиб, у Ўзбекистон Республикаси Конституцияси, Фуқаролик ва Солиқ Кодекслари, 1999 йил 29 августда қабул қилинган Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги Қонуни, Ўзбекистон Республикаси Президентининг мамлакатимизда туризмни ривожлантириш ва ушбу соҳани ислоҳ қилишга оид Фармонлари ва Вазирлар Маҳкамаси қарорларини ўз ичига олади.

Иккинчидан, Ўзбекистон Республикаси қонунчилиги туризмни ривожлантириш бўйича бир қатор аниқ чора-тадбирларни кўзда тутиб, уни ривожлантиришга қаратилган асосий қонуний кафолатлар ва қоидалар қуйидагилардан иборат:

- фуқароларнинг саёҳат қилиш пайтидаги дам олиш, эркин ҳаракатланиш ва бошқа ҳуқуқларини таъминлаш, туристик ресурслардан оқилона фойдаланиш ва уларни сақлаш, туризм соҳасидаги норматив базани такомиллаштириш, болалар, ёшлар, ногиронлар ва аҳолининг кам таъминланган қатламлари туризми (экскурсиялари) учун шароит яратиш,

туристик индустрияни ривожлантириш учун инвестициялар жалб этиш, тадбиркорлик фаолияти субъектлари учун туристик хизматлар бозорида тенг имкониятлар яратиш, туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш, уларнинг ҳуқуқлари, қонуний манфаатлари ва мол-мулки муҳофаза қилинишини таъминлаш, туризм соҳасининг илмий таъминотини ташкил этиш ва ривожлантириш, кадрларни тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш, чет мамлакатлар ва халқаро ташкилотлар билан ҳамкорликни ривожлантириш;

- шартнома бажарилмаган ёки лозим даражада бажарилмаган тақдирда турист моддий зарар тўланиши ва маънавий зарарнинг ўрни қопланишини, айни вақтда туристик фаолият субъектлари туристлар томонидан етказилган зарарнинг ўрни қопланишини қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда талаб қилиш ҳуқуқига эга;

- туристларни суғурта қилиш мажбурий бўлиб, у туристик фаолият субъектлари томонидан суғурта фаолияти олиб бориш ҳуқуқига эга бўлган тегишли ташкилотлар билан тузиладиган битимлар асосида амалага оширилади.

Учинчидан, Ўзбекистон Республикаси қонунчилигида туристик фаолият билан шуғулланаётган корхона ва фирмалар учун бир қатор имтиёзлар тақдим этилган бўлиб, унда солиқ соҳасидаги имтиёзлар алоҳида ўринга эга. Бу имтиёзларни икки гуруҳга ажратиш мумкин: биринчиси - фирма ва корхоналарнинг тармоқ хусусиятлари билан боғлиқ бўлган имтиёзлар, иккинчиси - фаолият соҳасидан қатъий назар тақдим этиладиган умумий имтиёзлар.

Тўртинчидан, Ўзбекистонда туристик фаолият билан шуғулланиш учун ҳуқуқий шарт-шароитлар яратилган бўлса-да, унинг айрим жиҳатларини янада такомиллаштириш ва бугунги кун талабларидан келиб чиққан ҳолда қайта кўриб чиқиш лозим. Бизнинг фикримизча, туризм ривожланишининг ҳуқуқий жиҳатлари қуйидаги йўналишда такомиллаштирилиши мақсадга мувофиқ:

- “туристик фаолияти субъектлари”га “туристик хизматлар кўрсатиш билан боғлиқ фаолиятни амалга ошириш учун белгиланган тартибдаги лицензияга эга бўлган юридик шахс мақомидаги тадбиркорлик субъектлари” сифатида таъриф бериш мақсадга мувофиқ;

## **1.2. Халқаро туризмнинг мамлакатлар бўйлаб глобллашув жараёни хусусиятлари**

Европа давлатлари ҳам хорижий туристлар дам олиши ва хизмат кўрсатиши учун жуда қулай бўлиб, ўзига миллионлаб туристларни жалб қилмоқда. Шу билан бирга Африка, Австралия. Жанубий Америка, Антарктида, Мексика каби минтақаларнинг хорижий туристларга хизмат кўрсатишдаги улуши йилдан-йилга ортиб бораётганлигини таъкидлаб ўтиш зарур.

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

Бундан ташқари, ўзбек туризми янада кўпроқ Европа андозалари ва тенденцияларини ола бошлайди. Бунда у хорижликларни жалб қилувчи шарқона латофатни ҳам сақлаб қолади. Албатта туризм иқтисодиётининг муаммолари жаҳонниқига ўхшаш бўлади. Масалан, MILLER FRIMAN TRAVEL GROUP томонидан TTG WORLD HOTEL REPORT меҳмонхона саноати тадқиқ қилинди ва қуйидагилар аниқланди:

-меҳмонхоналарга тушаётган солиқнинг оғирлиги ошиб боради ва умумий солиқлардаги туризмнинг улуши 11% ни ташкил этган;

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

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



«Дунё миқёсида ижтимоий-иқтисодий глобллашиш жараёни кучайиб бораётган ҳозирги кунда халқаро туризм соҳаси кўпгина мамлакатлар учун миллий даромад топишнинг энг самарали йўлларида бирига айланиб бормоқда»<sup>7</sup>. Бутун жаҳон Туризм Ташкилоти маълумотларига қараганда, дунё аҳолисининг 3,5 фоизи халқаро миқёсда саёҳат қилишади. 2020 йилга бориб бу кўрсаткич 7,0%ни ташкил этиши кутилмоқда (БТТ: Мадрид 1998). Халқаро туризмнинг ривожланиши ва талабнинг бундай суръатларда ўсиши халқаро саёҳатлар сонининг ортишига ҳамда уларнинг сарф-харажатларига таъсир кўрсатмай қолмайди. Саёҳат қилган кишилар сони 1995 йилда 563 миллион кишини ташкил қилган бўлса, 2020 йилга келиб 1062 миллион кишини ташкил қилиши кутилмоқда. Шу билан бирга, 1995 йилда 401 млрд. доллар даромад олинган бўлса, 2020 йилда 2000 млрд. доллар даромад олиш мўлжалланмоқда.

XX аср туризм соҳаси учун янгидан туғилиш, ўсиш ва ривожланиш асри бўлди. Бу асрда инсоният учун мисли кўрилмаган ва кутилмаган кашфиётлар, илмий-техникавий ривожланишнинг янгича ҳамда истиқболли йўналишлари таркиб топди. Ижтимоий иқтисодий тараққиётнинг бундай натижаларига эришилиши XXI аср учун янада мураккаброқ ва аҳамиятлироқ вазифаларни бошлаб берди.

XXI асрда туризм сиёсати, инсоният учун тинчлик ҳамда осойишталик рамзи сифатида ҳукуматлараро дўстлик ва ҳамкорлик алоқаларини ривожлантириш, эркин саёҳат қилишга тўсқинлик қилувчи жараёнларни камайтириш, сайёҳларнинг саломатлиги ва хавфсизлигини таъминлаш, туристик марказларнинг барқарор ривожланишини рағбатлантириш каби муҳим масалаларни ўз ичига олган устувор сиёсатдир.

1990 йилларга келиб халқаро туризм бозорининг тенденцияси ўзгара бошлади. Бу эса халқаро туризм сиёсатига ўз таъсирини ўтказди. Иқтисодий статистик маълумотларнинг кўрсатишича, иқтисодий ҳамкорлик ва тараққиёт

---

<sup>7</sup> Аллаберганов А. Халқаро сайёҳлик соҳасида мақсадли бозор сегментини танлаш. Бозор, пул ва кредит. 2000. 12-сон, 66 бет.

ташкilotи (ОЕСД) га бирлашган индустриал ғарбий давлатлар 70% га яқин халқаро туризм фаолиятини амалга оширмоқдалар. Кўпгина ривожланган давлатлар узоқ давом этган ихтисослашув натижасида, мураккаб туризм тизимларини барпо этишга эришдилар. Кейинги йилларда вужудга келаётган молия бозорларидаги институционал ўзгаришлар ва янги вазият ҳам туризм соҳасида янгича ихтисослашув заруриятини туғдиради. Туризм соҳасида таркиб топган янги йўналишлар ва бозор тенденциясининг ўзгарган ҳолати, молиявий инвесторларнинг инвестиция ташаббусларини қайтадан кўриб чиқишларини ва кўпгини ананавий усуллардан воз кечиб янги услубларда фаолият олиб боришларини тақозо этади. Чунки ХХІ асрда туризмнинг, яна ҳам тўғрироғи туристик маҳсулотларнинг янгича турларига асос солиниб, жаҳон туризм бозорининг ҳажми кенгайиб боради. Бу эса глобллашув жараёнининг муҳим қисмини ташкил этади.

Глобллашув жараёни иқтисодиётда ўзаро боғлиқликни ва фирмалараро бирлашув жараёнини вужудга келтиради. Тармоқлар ва мамлакатлараро жипслашувни таъминлайди. Туризмнинг жўғрофий жиҳатдан фарқли ҳудуд ва марказларда юзага келиши, шунингдек, туризмда талаб ва таклифнинг чегара билмас хусусияти, туристик маҳсулотнинг таркибига кирувчи фарқли хизмат турларининг бири бирини тўлдириб бориши трансмиллий компанияларнинг туризмга бўлган қизиқишларини орттириб бормоқда. Бундай халқаро тоифадаги компаниялар ҳаво йўли транспорти, меҳмонхона бизнеси, кemasозлик, банк иши, компьютер тизимлари, қарз карточкалари, саёҳат чеки, овқатланиш, дам олиш ва ҳордиқ чиқариш хизматлари туроператорлик менежменти билан боғлиқ фаолиятларни амалга ошириши мумкин. Туризм индустриясидаги глобллашув мазкур тармоқлар томонидан олигопол тизимларини юзага келтиради. Туризм соҳасига оид ҳар қандай иқтисодий фаолиятни ўз таркибида мужассамлаштирган бундай йирик компаниялар олигопол бозор шароитида фаолият олиб боришади. Шунингдек, инвестиция ташаббусларининг кейгайишига имкон туғдиради, ресурслардан самарали ва

таъсирчан фойдаланишни таъминлаб, иқтисодийни глобллаштиради. Айниқса, халқаро туризм индустрияси ривожланишида белгиловчи таъсирчан кучга эгадир.

Потенциал турист томонидан олиб қарайдиган бўлсак, бундай компанияларнинг мавжудлиги-хизмат кўрсатиш стандарти, туристик маҳсулотга бўлган ишонч ва савдо белгиси (марка) имижини белгилайди. Шунини алоҳида таъкидлаб ўтиш жоизки, мулкка эгалик қилиш, асосий воситаларга қуйилма, ҳамкорлик шартномалари, маркетинг келишувлари натижасида вужудга келувчи бирлашувлар туристик маҳсулот стандарти, сифати ва ишончлилигига катта таъсир кўрсатади. Хаттоки, туризм бозоридаги анъанавий йўналишларни ҳам ўзгартириб юбориши мумкин. Аммо бундан кўрқмаслик керак, чунки ҳар бир янги тизим ўзига хос бўлган элементларни жорий қилади.

Туризм индустриясининг айрим тармоқлари билан бирлашган ёки туризмдан ташқари ҳисобланган тармоқлар (банк иши, коммуникация ва ахборот технологиялари)нинг бу соҳада марказий ўринга чиқиши иқтисодий жиҳатдан фойдалидир.

Туризмнинг бошқа тармоқлардаги ташкилот ёки фирмалар билан ҳамкорлик ва бирлашув сабабларига қуйидагилар киради:

- ◆ Бозордаги улушини ошириш ва бозор ҳажмини кенгайтириш.
- ◆ Туризм талабини, туристик ташкилотни ва индустрияни назорат қилиш.
- ◆ Алоқадор тармоқларнинг таъсирчанлигини, сотиш ҳажмини ва самарадорлигини ошириш.
- ◆ Компаниялар гуруҳи ичидаги фирмалар учун молиявий ресурс яратиш, имтиёзли инвестиция ва менежмент кредитларига эришиш.

Юқорида кўрсатиб ўтилган сабаблардан ташқари, компаниялар туризмнинг рақобат майдонидан чиқиб кетмаслик учун ҳам бирлашишга қарор қилишади. Акс ҳолда, рақобатчи индустриянинг ташқарисида қолиб кетиши мумкин. Шу сабабли, компаниялар бошқа бирлашган фирма ёки

компаниялар каби қўшма корхоналар тузишга, горизонтал ва вертикал бирлашган тизимлар ичида жой олишга ҳаракат қилишади. Бундай тузилмалар ҳар қандай индустрия ичида алоҳида аҳамиятга эга. Битта фирма ёки компания ўрнига бир неча фирмалар бирлашишидан қўлга киритилган фойда ва самарадорликнинг аҳамияти ниҳоятда каттадир. Фирмалар гуруҳи томонидан қўлга киритилган фойдани асосан бошқарувдаги фирма назорат қилади. Туризм индустриясидаги бирлашувлар табиийки, олигополияни вужудга келтиради.

Олигополистик тузилмага асосланган туризм индустриясида, йирик туризм ташкилотларининг назорат билан бир қаторда, бирлашган таркиб ичидаги фирмалар ўзларининг умумий самарадорлигини ҳам оширади. Фирмалар бирлашувидан вужудга келган ҳамкорлик тармоқлараро ахборот алмашувини тезлаштириб ишларни енгиллаштиради. Натижада фирманинг иқтисодий салоҳияти юксалади, маҳсулотларнинг таннархи камаяди ва талаб ортади. Бирлашган транс миллий туризм компаниялари таркибига кирувчи фирмаларни ҳар доим ҳам омадли деб бўлмади. Бироқ, компания таркибидаги транспорт, туроператорлик, банк иши ва бошқа фирмаларнинг фойдаси катта бўлганлиги сабабли, уларнинг (яъни омади юришмаган таркиб ичидаги фирмаларнинг) зарари ҳамкорлари эвазига қопланади.

Эндиликда компьютер, электрон ҳисоблаш воситалари ҳар хил ахборот узатиш (интернет GDS, CRS, E-mail) ва қабул қилиш технологияларининг ривожланиши натижасида туризмга алоқадор барча тармоқлар бирлашади. Натижада ахборот технологисидан фойдаланиш юксак даражага чиқиб ҳамкорлик алоқалари мустаҳкамланади. Банклар, суғурта компаниялари ва бошқа кредит институтлари билан туризм индустрияси ўртасидаги алоқалар сифат жиҳатидан янги поғонага чиқади.

Ҳозирги кунда йирик ҳаво йўллари компаниялари компьютерни банд қилиш тизимларига (Galileo, Amadeus, Sabre, Worldspan ва бошқалар) ва коммуникация тармоқларига эгадирлар. Йирик туроператорлар учун туристик маршрутларни ташкил қилиш ва функционал вазифаларни амалга

ошириш учун махсус компьютер дастурлари ишлаб чиқилган. Сайёҳлик агентликлари ҳам бошқа агентликлар ҳаво йўлларининг терминаллари ва туроператорларнинг компьютер тармоқларига бевосита боғлангандир. Кўпгина меҳмонхона гуруҳлари ҳам инвестиция ва менежмент фаолиятларида ахборот технологиялардан фойдаланишмоқда.

Туризм индустриясидаги ҳар бир тармоқ ҳисоб-китоб операциялари бўйича қарз карточкаларини назорат қилувчи банкларнинг компьютер тизимларига ва автоматик тўлов воситаларига боғлангандир. Коммуникация технологияларидан фойдаланувчи туризм компаниялари ва туризмдан ташқари, молия, банк суғурта компаниялари ўртасида ўзаро миллий ва халқаро даражадаги алоқалар йўлга қўйилади.

Ахборот технологиясидан фойдаланувчи туризм ташкилотлари ҳар қандай иқтисодий ўзгаришларга мослашувчан бўлади. Ўз вақтида қўлга киритилган маълумот банд қилиш ва операцион ишларни амалга оширишда кенг қўлланилади. Компьютерли банд қилиш технологиялари потенциал турист билан туристик маҳсулот сотувчи ташкилотларни коммуникация ва ахборот тизими орқали учраштиради. Компьютер экрани туристик маҳсулотларнинг нархини белгиловчи биржа ва сотувчи вазифасини ўтайди. Туристик маҳсулот ва хизмат таклиф қилувчи тармоқлар, банклар, молия ташкилотлари, коммуникация тизимлари ва ахборот технологиялари биржани ташкил қилади. Туристик компанияларнинг банд қилиш тизимлари биржа марказида боғланади. Банк суғурта молия ташкилотлари ва коммуникация тизимлари ўз навбатида биржанинг маркази ва бу тизимнинг маркетинг ташкилоти ҳисобланади. Туризм биржаси эса компьютернинг экрани ва сон кўрсаткичларидан иборат бўлади.

Янги туризм индустриясининг таркибидаги бозор ва биржа маълумотлари қуйидагилардан ташкил топади:

- ◆ Туризм марказлари ва манзиллари.
- ◆ Саёҳат турлари ва дастурлари.
- ◆ Ҳаво йўллари транспорти ва учиш алтернативлари.

- ◆ Меҳмонхона ва бошқа жойлашув имкониятлари.
- ◆ Ҳар хил кема транспортлари, автомобиль ижараси.
- ◆ Дам олиш хизматлари, турлари ва нархлари.

Биржа тизимига боғланган ва аъзо бўлган фирмалар ҳамда потенциал туристлар барча керакли маълумотларни компьютер экранда кўриш имкониятига эга бўлади. Бундай биржа турли хил тармоқлар ва мамлакатлар иқтисодиётининг глобал тарзда бирлашуви натижасида вужудга келади.

Халқаро биржада турист юборувчи ва қабул қилувчи марказлар ўзаро алоқаларини ахборот тизимлари орқали амалга оширадilar. Банк ва молия ташкилотлари маълумотлар манбайи бўлгани учун банд қилиш тизимларига боғланиб, биржанинг марказий ташкилоти ҳисобланади. Марказга боғлиқ ҳар бир ташкилот: меҳмонхона гуруҳлари, туроператорлар, саёҳат агентликлари, ҳаво йўли компаниялари, автомобилларни ижарага берувчи ташкилотлар сотишга таклиф қилган маҳсулотларининг нархларини, ўзига хос хусусиятларини, қабул қилиш ҳамда жўнатиш вақти ва соати ҳақидаги барча маълумотларни марказга юбориб туришади. Мазкур, қарз карточкалари ва банкаматлар орқали биржа марказига келиб тушадиган тўловлардан ҳар бир миқдор учун сервис ҳақини олади. Бундан ташқари, маҳсулотни сотиб олинган фирмаларга тўлов тўланганда ўзининг комиссия ҳақини ҳам ушлаб қолади. Бундай фаолиятнинг энг муҳим томони шундаки, биржа тизимини банк ёки молия ташкилоти бошқаради. Бу эса кўпгина туризм компаниялари учун жуда қўл келади. Чунки тижорат операцияларини амалга оширувчи ҳар қандай ташкилот банк ёки молия ташкилотларисиз фаолият юрита олмайди. Натижада марказ юксак даромад манбаига эга бўлади. Туризмда банкларга боғлиқ биржа марказининг яратилиши ва трансмиллий компанияларининг биржага аъзо ёки таъсисчи сифатида кириши туризм индустриясининг имкониятларини кенгайтириб, туризмда глобаллашув жараёнини тезлаштиради.

### 1.3. Ўзбекистоннинг халқаро туризм ривожланиши асослари.

Бугунги кунда туризм индустрияси динамик равишида ривожланаётган хизматлар халқаро савдоси тури бўлиб келмоқда. Охириги 10 йил давомида дунё бўйича хорижий туристлар сонининг ўртача йиллик ўсиш суръати 4,1%, валюта тушумларининг ўртача йиллик ўсиш суръати 5,3 % ни ташкил этди. Умумжаҳон туристик ташкилоти маълумотларига кўра 2013 йил дунёда 1087 млн. турист қайд этилган, халқаро туризмдан тушган даромадлар 1 трлн. АҚШ долларида ортиқни ташкил этди<sup>8</sup> (халқаро транспорт хизматларини ҳисобга олмаган ҳолда). Умуман 1950 йилдан 2010 йилга қадар халқаро туризмдан тушган йиллик валюта ҳажми 140 марта ўсгани қайд этилди.

Мутахассислар хулосасига кўра, халқаро туризмнинг ривожланиши бундан кейин ҳам давом этади. Ҳар хил ҳисобларга таянган ҳолда 2020 йилда туризм соҳаси йирик экспорт соҳасига айланиши кутилмоқда. Агар халқаро туризм ҳозирги ўсиш суръатида давом этса, 2015 йилда 1100 млн. кишини ташкил қилиши башорат қилмоқда.

Олимларнинг ҳисоб китобларига кўра халқаро туризм индустриясининг ривожланиши асосида қуйидаги омиллар ётади:

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

Дунё бўйича туризмнинг аҳамияти доимий равишда ўсиб келмоқда. Бу

---

<sup>8</sup> [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

туризмнинг иқтисодийга бўлган бевосита таъсири натижасидир.

Туризм айрим давлатлар иқтисодиётида муҳим вазифаларни бажариб келмоқда:

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

Бугунги кунга келиб туризм МДХ давлатларида ривожланаётган соҳага айланди. Туристлик фаолиятнинг ҳамма соҳалар, давлат тармоқлари савияси, ҳам турбизнес пайдо бўлиши, янги ишлаш таклифининг кенгайиши ва махсуллашувни чуқурлаштириш бўйича изланишлар давом этмоқда.

«Ўзбектуризм» Миллий Компаниясининг вужудга келиши ва бу ташкилотнинг 1993 йили Бутунжаҳон туризм ташкилотига аъзо бўлиб кириши Ўзбекистон халқаро туризми тараққиётида қўйилган ўлкан қадам бўлди. Республикада халқаро туризмни янги босқичга кўтариш ва самара билан фаолият кўрсатишга мос келадиган янги шароит ва механизм вужудга келди.

Ўзбекистон тарихида ва айниқса бу ўлкада халқаро туризм ривожланиши тарихида “Буюк Ипак Йўли”нинг тутган ўрни ва моҳият ниҳоятда чексиз.

Бир неча асрлар давомида заминнинг Ғарб ва Шарқда истиқомат қилган халқларни Жанубий-Шарқий Осиёдан Ўрта-ер денгизи мамлакатларигача чўзилган ва “Буюк Ипак Йўли” деб ном олган савдо-сотик йўли бир-бири билан боғлаб турар эди. Бу йўлга “Ипак Йўли” деб ном берилишининг асосий сабаби бу ердан ташиладиган маҳсулотлар ипак бўлганлигидандир. Ипак тайёрлаш билан боғлиқ бўлган сирни Хитой усталари минг йиллар давомида одамлардан яшириб келган эдилар. Аммо



“Буюк Ипак Йўли” орқали ташилган маҳсулотлар фақат ипакдангина иборат бўлмай, балки бу йўл орқали бронза, чинни, жун, хом ашёлари ва улардан тайёрланган буюмлар ҳам ташилар эди. “Буюк Ипак Йўли” қарийиб икки минг йиллик тарихга эга. Бу йўл асосан Италиядан Туркия орқали Ироқ ва Эронга борган. У ердан эса Марказий Осиё ҳамда Шимолий Помир орқали Қашқар ва Ёркендгача бориб бу ерда йўл иккига ажралган ҳамда шимол томондан Такла-Макон саҳросини айланиб ўтиб, Лобнор кўли яқинида яна кушилган ва Хитойга кетган.

Буюк ипак йўлида Туркистон худуди етакчи ролни бажариб келган, у худуддаги Самарқанд, Бухоро, Хива, Термиз, Хўжанд, Чоржуй каби қатор шаҳарлар ипак йўлидаги асосий манзиллар бўлган. Ўзбекистон ўзининг қулай географик ўрни туфайли бу тарихий йўлда марказий ўринни эгаллаган. “Буюк Ипак Йўли” кўп асрлар давомида кишилик маданиятининг вужудга келишида катта ўрин тутган.

Немис олими Рихтгофен XX асрга келиб Ипак Йўлининг шон-шуҳрати маълум даражада ўз моҳиятни йўқота бошлади деган эди. Эндиликда унинг номи яна тез-тез тилга олинадиган бўлди ва унинг тарихда тутган ўрни ҳамда аҳамиятни тиклаш, бу йўлда туризмни ривожлантириш каби мақсадларни мўлжаллаб, 1994 йилнинг октябрь ойида Бирлашган Миллатлар Ташкилоти ва нуфузли ташкилот Юнеско иштирокида Ўзбекистонда Жаҳон туристик ташкилотининг кенгаши бўлиб ўтди ва кенгаш аъзолари Ипак йўли бўйлаб туризм фаолиятини тиклаш ва ривожлантиришга қаратилган Самарқанд Декларацияси қабул қилинди.

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

1995 йил октябрида Тошкент шаҳрида “Ипак Йўлида туризм” номи билан биринчи туристик ярмарка ўтказилди. Шундан бери бундай ярмарка ҳар йили ўтказилиб келинмоқда. Бу ярмаркаларда тузилган шартнома ва

контрактлар туризмни янада ривожлантириш, Республикамизнинг халқаро туризмга оид имкониятларини самара билан ишга солиш ҳамда “Буюк Ипак Йўли”га хос бўлган қадимги анъаналарни тиклаш бобида кенг йўл очиб берди.

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

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

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

Бозор иқтисодиёти шароитида ва бозор муносабатлари ривожланиши натижасида Ўзбекистонда туризм соҳасини ривожлантириш учун қулай шарт-шароитлар юзага келаётганлиги, туризмнинг республика иқтисодиётига янада интеграцияланиши мамлакат иқтисодиётида муҳим аҳамият касб этмоқда. Жаҳон иқтисодиёти тажрибасидан маълумки, туризм соҳаси мамлакат хазинаси учун зарур бўлган валюта тушумини таъминлаш, янги иш жойларини вужудга келтириш ва шу билан биргаликда аҳолининг турмуш даражасини кўтариш учун хизмат қилади. Республикамиз халқаро туризм соҳасидаги имкониятларининг катталиги билан қўшни мамлакатлардан тубдан фарқ қилади. Ўзбекистоннинг географик ўрни нихоятда қулай, ажойиб табиий иқлим шароитига эгаллиги инсоният маданий тараққиётида ҳам катта ўрин тутди. Ўзбекистон нодир тарихий архитектура

ёдгорликларига, ширин-шакар мевалар, хилма-хил таомлар, ажойиб миллий анъана, урф-одатга эга бўлган меҳмондуст халқга эга. Буларнинг барчаси чет эллик туристлар эътиборини ўзига тортади ва кишиларни лол қолдиради. Халқаро туризмни ривожлантиришда Ўзбекистонда мавжуд бўлган сиёсий барқарорлик ҳам муҳим ўрин тутаяди.

Ўзбекистонда туристик оқимлар турли вилоятларда турлича шаклланмоқда. Асосан хорижий ва маҳаллий туристлар Самарқанд, Бухоро, Хива ва Шаҳрисабз каби тарихий шаҳарларга йўналмоқда. Келаётган туристлар ичида АҚШнинг ўрни ортиб бормоқда. Дунёдаги умумий туристик саёҳатлар ҳажмида АҚШнинг улуши 25,9 % ташкил этди. АҚШ туристик хизматлар экспорти, яъни хорижий туристларни қабул қилиш бўйича дунёда олдинги ўринни эгалламоқда.

Аммо халқаро туризм тараккиёти даражасини юқори босқичга олиб чиқишда хали кўп ислоҳотларни амалга ошириш, кечиктириб бўлмас чораларни белгилаш ва уларни жадаллик билан ҳаётга тадбиқ этиш лозим бўлади.

**1.1-жадвал**

**Ўзбекистонга ташриф буюрган хорижлик туристлар**

Йиллар	Туристлар Минг киши	Ўтган йилга Нисбатан ўсиш, %
2006	272.0	7.6
2007	274.0	0.7
2008	306.0	11.9
2009	326	10.3
2010	330	12.4
2011	413	20
2012	463	11

**Манба: «Ўзбектуризм» МКнинг ҳисоботи. 2013 й.**

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

Буюк Ипак Йўлига хос бўлган кадимги анъаналарини тиклаш бобида кенг йўл очиб беради.

Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримов томонидан қабул қилинган “Ўзбекистонда 2010-2015 йилгача туризмни ривожлантириш Давлат дастури тўғрисида”ги ва Вазирлар Маҳкамасининг “Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмни ривожлантиришнинг замонавий инфраструктурасини яратиш бўйича чора-тадбирлар тўғрисида”ги қарори Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришга қаратилган қатор фармон, қарорлар орасида алоҳида аҳамият касб этади.

Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда “Буюк Ипак Йўли”нинг аҳамият чексизлигини ҳисобга олган ҳолда ҳукумат томонидан қабул қилинган “Буюк Ипак Йўлининг тикланишида Ўзбекистон Республикасининг иштирокини фаоллаштириш ва республикада халқаро туризмни ривожлантириш тўғрисида”ги фармони кутилган натижаларни бермоқда. Жанубий Шарқий Осиёдан ўрта ер денгизи мамлакатларигача чўзилган “Буюк Ипак Йўли” деб ном олган савдо-сотик йўли бир неча асрлар давомида заминнинг Фарб ва Шаркида истиқомат қилган халқларни болаб турар эди. Ўзбекистонда кейинги йилларда ажойиб иншоотлар, маданий дам олиш масканлари, зиёратгоҳлар вужудга келди. Сўнгги йилларда республикамизда бокс, ўзбек миллий кураши, теннис бўйича жаҳон миқёсида ўлкан чемпионатлар ўтказилмоқда, бу тадбирлар эса кўпгина хорижий мамлакатлардан туристлар келишига олиб келмоқда. Халқаро туризмни ривожлантиришда бу омилларни ҳам назардан четда қолдирмаслик лозим.

### **Биринчи боб бўйича хулоса**

Халқаро туризмда ҳар бир мамлакат ўз ўрнини эгаллашга ҳамда ташриф буюрадиган туристлар сонини кўпайтиришга ҳаракат қилади. Бунинг сабаби эса мамлакатда туристик жойларни ривожлантириш ва валюта тушумини таъминлашдир. Ҳозирги кунда мамлакатимизда ҳам халқаро туризм ривожланиб бормоқда ҳамда йилдан йилга туристлар ташрифи

кўпайиб бормоқда. Бунинг сабаби эса мамлакатимизда халқаро туризм соҳасида тўғри сиёсат олиб борилаётганлигидир.

Дунё бўйича туризмнинг аҳамияти доимий равишда ўсиб келмоқда. Бу туризмнинг иқтисодиётга бўлган бевосита таъсири натижасидир.

Туризм айрим давлатлар иқтисодиётида муҳим вазифаларни бажариб келмоқда:

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

Янги туризм индустриясининг таркибидаги бозор ва биржа маълумотлари қуйидагилардан ташкил топади:

- ◆ Туризм марказлари ва манзиллари.
- ◆ Саёҳат турлари ва дастурлари.
- ◆ Ҳаво йўллари транспорти ва учиш алтернативлари.
- ◆ Меҳмонхона ва бошқа жойлашув имкониятлари.
- ◆ Ҳар хил кема транспортлари, автомобиль ижараси.
- ◆ Дам олиш хизматлари, турлари ва нархлари.

## **2-БОБ. Халқаро туризм ва унинг Ўзбекистондаги ривожланиш жараёнлари таҳлили**

### **2.1. Халқаро туризмнинг ривожланиши жараёнлари ва унинг таҳлили**

Жаҳон бўйича ва бирор алоҳида олинган мамлакат миқёсида туризмнинг ривожланиши бир қатор омиллар билан шартлаштирилади. Маълумки, омил деганда бирор бир жараённинг ҳаракатга келтирувчи ва унинг хусусиятини ёки хусусиятларидан бирини очиб берувчи сабаби тушунилади.

Туризмнинг ривожланиш омиллари деганда объектив таъсир этувчи ҳамда таъсир этувчи турли қонунлар натижасида юзага келувчи туризмни ривожлантириш шароитлари тушунилади. Илмий адабиётларда туризмни ривожлантириш омилларининг турли таснифлари келтирилади.

Одатда, туризмни ривожлантириш омилларини кўчмас ва динамик турларга ажратишади. Кўчмас омилларга табиий-географик ва тарихий-маданий омилларнинг йиғиндиси киритилади. Улар ўзгармас ва доимий аҳамиятга эга бўлишади. Инсон фақатгина уларга етишишни осонлаштирган ҳолда уларни туристик эҳтиёжларга мослаштира олади. Динамик омиллар иккинчи, янада йирикроқ гуруҳга киритилади. Улар вақт ва макон бўйича ўзгариб турувчи аҳамият-баҳога эга бўлишади. Уларнинг қаторасига ижтимоий-иқтисодий, моддий-техник, сиёсий, маданий ва бошқа омиллар киришади.

Туризмнинг ривожланишига таъсир этиш тавсифига биноан барча омиллар уч гуруҳга бўлинади: экстенсив (миқдорий), интенсив (сифатий) ва чекловчи (салбий) ривожланиш омиллари.

Туристтик фаолиятнинг экстенсив омилларига қуйидагилар киради:

- туристик фирмалар ва уларда ишловчи ходимлар сонининг ўсиши;
- туризмга жалб этилувчи моддий ресурслар, жойлаштириш, ташиш воситалари, овқатлантириш корхоналари миқдорининг туристларга

хизмат кўрсатиш технологияларининг кучли такомиллаштирмаган ҳолда оширилиши.

Туризмни ривожлантиришнинг интенсив омиллари ўз ичига сифатий янгиланишнинг қуйидаги омилларини олишади:

- ходимлар малакасини ошириш;
- илмий-техник тараққиётнинг ютуқларини – хизмат сифатини ошириш, туристик ресурслардан унумли фойдаланиш, туризмда инфор­мацион-техник воситалардан фойдаланишни тадбиқ этиш.

Туризмни ривожлантиришни чекловчи салбий омилларга қуйидагилар киради:

- сиёсий ва молиявий беқарорлик,
- криминоген вазият,
- табиий офатлар.

Ҳозирги жамиятда туризмнинг ривожланишига ижтимоий-иқтисодий ва маданий омиллар асосий сабаб бўлиб хизмат қилади.

Шуларнинг энг биринчиси иш вақтининг қисқариши бўлди – Масалан, Германияда XX асрнинг охириги 15 йилида инсонларнинг иш вақтларининг ўртача йиллик иш соатлари 27 %га қисқарди, пули тўланадиган таътилнинг давомийлиги сўнгги 50 йил ичида 2,5 баробар ортди, бироқ, шунинг билан биргаликда ишнинг интенсивлиги ҳам ортиб борди. Буларнинг барчаси одамларда бўш вақт миқдорининг ортиши ва ишдаги зўриқишларнинг ўсишига олиб келди. Маълумки, инсонда бўш вақт ва етарли миқдорда молиявий маблағлар бўлгандагина туристик саёҳатга чиқишга имконият пайдо бўлади. Юқорида эслатиб ўтилган ушбу ҳолат ривожланган мамлакатлар аҳолиси орасида туризмнинг оммалашиб боришига етарлича шароитлар яратиб бера бошлади. Бунинг устига, ишлаб чиқаришнинг автоматлашуви ва компьютерлашуви ишчиларда бажарилаётган ишга нисбатан бегоналашув ҳиссини уйғота бошлади. Бу эса, ўз навбатида инсонларда стресснинг кўпайиши, ўз ишидан норозилик ҳиссининг ортиши кабиларга олиб кела бошлади.

Жамият мобиллигининг ортиши, транспортнинг ривожланиб бориши, жойлар ва улардаги имкониятлар тўғрисидаги ахборотларни олишнинг осонлашуви туризмнинг ривожланишига туртки берувчи энг муҳим омиллардан бири бўлиб қолди. Масалан, ҳаво транспорти такомиллашди, чипталар (йўл киралар) арзонлашди, ўрта табақа вакилларида автомобил сотиб олиш қудрати пайдо бўлди. Автомобил туризмнинг юксалиши энг кўп ҳисса қўшган транспорт воситаси бўлиб қолди, чунки, ўз шахсий автомашинасига эга бўлган кишиларда ўз оилалари, дўстлар билан, ёки якка ўзлари ҳеч қандай турагентлик ёрдамисиз яқин ва узоқ масофаларга саёҳат қилиш имконияти туғилди. Ўз машинасида саёҳат қилаётган кишилар саёҳат маршрути ва давомийлигини ўз ихтиёрлари билан хоҳлаган вақтда ўзгартира олишади, йирик гуруҳларда амалга оширилувчи турларда эса, қатъий графикка ва маршрутга риоя қилиш, кўпчиликнинг истагига бўйсуниб лозим бўлади.

Борган сайин ишдан қониқиш ҳисси кўпаяётган инсонларда ўз уйида етарлича дам олиш имкониятлари ҳам камайиб бораяпти. Ривожланган давлатларнинг барчасида мамлакат аҳолисининг аксарияти шаҳарларда истиқомат қилишмоқда. Турли стресслар, шовқин-сурон, ғала-ғовур, шахсий ҳаётнинг яширинлиги, инсонлар орасидаги самимиятнинг камлиги, кўчадаги манзараларнинг бир-бирига ўхшашлиги (атроф - муҳитнинг бир хиллилиги), табиатдан узилиш, буларнинг бариси шаҳар ҳаётининг ажралмас бир қисмидир. Бу инсонларда шаҳар ҳаётидан, ўз муҳитидан қочиб чиқиб кетиш истагини туғдиради. Шаҳар аҳолисининг кўпчилиги бўш вақтдан ушбу муҳитдан самимий ижтимоий муносабатларни излаб вақтинчалик бўлса-да, чиқиб кетиш ва табиат қўйнига қайтиш учун имконият сифатида фойдаланишмоқда.

II Жаҳон урушидан сўнг, Ғарбий Европа мамлакатларида жамиятнинг маънавий-руҳий қадриятларида кучли силжишлар юз берди. Ижтимоий онгдаги бу ўзгариш жараёнини В. Фрайдер «иш вақти жамиятидан бўш вақт жамиятига ўтиш» деб номлади. Профессор Х. Опашовскийнинг қайд



килишича, инсон иш жойида ўз меҳнати предметидан узоқлашиб бориши билан унинг бўш вақт билан боғланиб бориши ортади. Ўзининг меҳнатсеварлиги анъанаси билан машҳур бўлган мамлакатларда меҳнат пафоси ўзининг аҳамиятини йўқотиб борди. Айниқса, Германия ва Японияда ёш авлод вакиллари уруш даври авлодлари ва ундан кейинги авлодларнинг азалий кадриятларидан воз кеча бошлашди.

Ижтимоий онгдаги ўзгаришлар қуйидагиларни кўзда тутишди:

- истеъмолчининг маънавий-руҳий ва маданий кадриятларининг ўзгариши;

- бўш вақт концепцияси назариясининг ўзгариши.

Урушдан сўнг бўш вақт концепциясининг ривожланиши уч босқични бошдан кечирди:

1950-йилларда бўш вақтга меҳнат унумдорлигини давом эттириш мақсадида жисмоний ва ақлий кучларни қайта тиклаш воситаси сифатида қараш устун эди; 1960 - 1970 йилларда бўш вақтдан жамият фаровонлигини оширувчи моддий неъматларни истеъмол этиш учун фойдалана бошланди (кўчмас мулк, узоқ муддатли фойдаланиш товарларини, ҳашамат ашёларини харид этиш ва бошқалар); 1980-йиллардан кейин бўш вақтнинг деталлашуви тенденцияси устун бўла бошлади: асосий мақсад моддий неъматларни истеъмол этилишининг ўзидан эмас, балки, ҳаётдан лаззатланишдан иборат бўлди. Бўш вақт психологиясининг бундай ривожланиши туфайли жамият эҳтиёжлари тузилмасида туризмнинг ўрни – аҳамияти ўзгариб кетди. Туризм бир вақтлар фақатгина танланганларнинггина дабдабадорлиги имконияти бўлган бўлса, энди у аксарият кўпчиликнинг асосий имкониятларига айланди. Масалан, 1950 йилда Германия аҳолисининг фақат 1 фоизигина чет элда дам олиш имкониятига эга бўлган. Ҳозир Германиянинг 60 % аҳолиси чет элларда дам олади. Интеллектуал ва маданий туристик эҳтиёжлар ҳам ўзгарди: оддий эҳтиёжлардан янада юксакроқ эҳтиёжларга ўтилди; иш кучини қайта тиклаш воситасидан инсоннинг ўз шахсий имкониятларини юзага чиқариш ва интеллектуал талабларга жавоб бериш усулига ўтилди.

Ҳозирги вақтда туризмнинг фақатгина рекреацион томонларини кўриб чиқиш нотўғри бўлар эди. Замонавий иқтисодий интеграция ва глобаллашув шароитларида дунёдаги ягоналик, ўзаро боғланганлик, халқаро муносабатларнинг кучайиши ортиб борди. Бу 2001 йил 11 сентябр воқеаларидан сўнг ўзгачароқ тусда ривожланишда давом этмоқда. Бизнес туризми (савдо ҳамкорлари билан учрашиш; ярмаркалар, конференциялар, симпозиумларда иштирок этиш ва бошқалар) замонавий ишлаб чиқариш жараёнининг ажралмас қисмига айланиб қолди. 1980-90 йилларгача статистикада бизнес туризми алоҳида предмет сифатида ўрганилмади. Ҳозирги жамиятда туристларнинг 20 фоиздан ортиғини бизнес туризми иштирокчилари ташкил этади.

Туризмнинг рекреация ва бизнесдаги самарасидан ташқари, унинг коммуникацион аҳамиятига ҳам эътибор бериш лозим: гуманитар, маданий-маърифий алоқаларни ўрнатиш, дўст-қариндошлар билан учрашиш, диний зиёратчилик ва этник туризмга қизиқиш ҳам ортиб бормоқда.

Ҳозирги замонда халқаро туризмнинг ривожланиши қуйидагича:

#### 2.1-жадвал

Дунё туризми йўналишлари йиллар бўйича (млн. киши ҳисобида).

№	Мамлакатлар	Туристлар сони (млн. киши ҳисобида)			Ўсиш суърати	
		2011 йил	2012 йил	2013 йил	2012 йил 2011 йилга нисбатан %	2013 йил 2012 йилга нисбатан %
1.	Европа минтақаси	516,9	534,4	563,4	3,4	5,4
2.	Осиё ва тинч-океани минтақаси	218,2	233,5	248,1	7	6,3
3.	Америка минтақаси	156,5	162,7	167,9	3,9	3,2
4.	Африка минтақаси	49,5	52,9	55,8	6,9	5,5
5.	Яқин шарқ минтақаси	54,9	51,7	51,6	-6,2	-0,1

6.	Ривожланган мамлакатлар бўйича	529,0	551	581	4,2	5,4
7.	Ривожлаенаётган мамлакатлар бўйича	467,0	484	506	3,6	4,5
8.	Жахон бўйича (жами)	996	1,035	1.087	3,9	5,0

Манба: Основные показатели развития туризма в 2013 году. ВТО.

Жадвал муаллифлар томонидан World Tourism Organization кўрсаткичлари асосида тузилди.

XXI асрнинг охириги ўн йиллигида дунё туризми йилига ўртача 4-5% кўрсаткич билан ўсди. Минтақалар бўйича Осиёга ва Тинч океани минтақасида амалга оширилувчи саёҳатлар миқдори бундан ҳам юқори кўрсаткичларда ўсди. Агар Ўрта Шарк мамлакатларига етиб келинувчи туристлар йилига ўртача 4,9%дан ўсган лекин охириги икки йил давомида ўсиш кузатилмаган, бу эса албатта охириги йиллардаги давлат тўнтаришлар билан боғлиқ ҳолатдир. Океания ва Жанубий Осиёга амалга оширилувчи саёҳатлар сони йилига ўртача 7%дан ўсиб келди. 2001 йил сентябр воқеаларидан сўнг Америкага ҳамда араб мамлакатларига амалга оширилувчи саёҳатлар миқдори камайиб кетган бўлса, Тинч океани минтақасига амалга оширилувчи саёҳатлар сони ўсишда давом этган. Шунингдек, Европага амалга оширилувчи саёҳатлар сони ҳам ошган. Бундан шуни хулоса қилса бўладики, дунё туризми бирор жой ёмонлашиб қоладиган бўлса, дарров ўзига бошқа йўналиш танлайди.

Дунё туризмида мамлакатлар ичида Франция, Испания, АҚШ, Италия, Буюк Британия, Хитой мамлакатлари етакчилик қилмоқда. Чет элдан меҳмонларни қабул қилиш сони бўйича етакчилик бир неча йиллардан буён Франция томонидан сақлаб келинмоқда. Ҳозирда Францияга дунё бўйича халқаро туризмга чиққан саёҳатчиларнинг 10 %идан ортиқроғи келмоқда! Франция туристларни қабул қилиш бўйича етакчиликка эришган бўлса-да,

туризмдан даромад олишда етакчилик АҚШга тегишлилигича қолмоқда. Ҳозирда АҚШ дунё бўйича халқаро туризмдан олинган даромаднинг 10 %идан ортиғини олади. Шунингдек, АҚШ ички туризмнинг ўзидан ҳар йили 300 млрд. долларга яқин даромад олмоқда.

Сўнгги йилларда Хитойга амалга оширилувчи туристик саёҳатларнинг миқдори йил сайин ошиб бормоқда. Нархларнинг арзонлиги билан жаҳон туризмга кириб бораётган Хитой туризмдан олинаётган даромадлар бўйича ҳам, туристларни қабул қилиш бўйича ҳам дунёнинг етакчи беш мамлакати қаторига кириб олди.

Жаҳон туризм ташкилоти маълумотларига биноан, 2000 йилдан сўнг дунё бўйича халқаро саёҳатга чиқувчи туристларнинг аксарияти асосан автомобил йўлларида (50 %) ва ҳаво транспортидан (40 %) фойдаланар эканлар. Сув орқали саёҳатга чиқувчилар 7 %ни, темир йўл орқали саёҳатга чиқувчилар 3 %ни ташкил этаяпти.

Минтақалар бўйича келтирилган маълумотларга эътибор бериладиган бўлса, ҳаво транспорти ва автомобил транспортидан фойдаланиш дунёнинг барча минтақаларида машҳур бўлса, темир йўлнинг машҳурлиги ҳалигача Европада сақланиб қолган (Европа бўйича амалга оширилган саёҳатларнинг 5 %и темир йўл транспортига тўғри келса, Ўрта Шарқ мамлакатларида 0 фоизни ташкил этади). Осиё ва Океания минтақасидаги халқаро саёҳатларнинг 10 %и сув транспортига тўғри келса, Ўрта Шарқ мамлакатлари ва Америка минтақасида 5 %ни ташкил этади<sup>9</sup>.

100 йил олдин жойлаштириш корхоналарининг атиги икки тури – бадавлат кишилар учун дабдабали отеллар ва қолганлар учун ховли-жойлар мавжуд бўлган бўлса, эндиликда хоҳишига ва чўнтакка тўғри келадиган исталган турдаги жойлашув пунктларини топса бўлади.

Умуман, жаҳон меҳмонхона фондида 2 асосий гуруҳни ажратиш мумкин:

---

<sup>9</sup> [www.unwto.org](http://www.unwto.org)

- доимий истиқомат қилинадиган меҳмонхоналар (амалда унча кўп тарқалмаган);

- вақтинча истиқомат қилинадиган меҳмонхоналар. Улар қуйидагича тақсимланади.

- 1) транзит меҳмонхоналар; қисқа вақтда исталган мижозга хизмат кўрсата олади;

- 2) расмий меҳмонхоналар; расмий ташриф ва хизмат сафарларига келганларга хизмат кўрсатади;

- 3) дам олиш учун мўлжалланган меҳмонхоналар (туристик, курорт )

Ушбу меҳмонхоналарда ҳамма мижозларга хизмат қилиш учун бир хилда мажбурий бўлган талаблар мавжуд бўлиб, уларга жойлашиш учун шароит яратиш, озиқ-овқат ва маиший хизмат кўрсатиш киради.

Расмий ва хордиқ чиқаришга мўлжалланган меҳмонхоналар мижозларга хизмат кўрсатишда бутунлай аниқ ва ўзига хос характерли талаблари борлиги, шунингдек, маълум хусусиятлари ва тузилиши билан фарқланади. (чизмага қаранг).

Расмий меҳмонхоналарга одатда қуйидаги талаблар қўйилади:

- маъмурий бинолар ва шаҳар марказига яқин бўлган жойда, лекин дам олиш учун кўкаламзорлаштирилган ва спорт майдонлари бўлиши шарт эмаслиги;

- номер фондида бир кишилик хоналарнинг мавжудлиги, хонанинг кундузи ишлашига қулайлиги ва кичик йиғилишлар ўтказишга имконияти борлиги;

- номерда "иш зона" сининг ташкил этилганлиги, уни ташқи муҳитдан ажратиш.

Бундай меҳмонхоналарда яшайдиганлар жамоат хоналари ташкил қилишни ҳам талаб қилишлари мумкин. Биринчидан, йиғилиш, кўргазма ва шунга ўхшаш тадбирларни ўтказишга жой бўлиши керак. Иккинчидан, мажлислар зали ёки кўча томондан қўшимча кириш жойи бўлган кўп мақсадли хоналар бўлиши (йиғилиш, банкет ва б. ўтказиш учун) лозим.

## 2.2. Илғор хорижий мамлакатларнинг халқаро туризмдаги иқтисодий кўрсаткичлари таҳлили

II-жаҳон урушидан сўнг туризм оммавий саноатга айланди. Халқаро саёҳатга чиққан туристларнинг сони 1950 йилда 25,3 миллионга, 1960 йил 69,3 миллионга, 1965 йилда 112,9 миллионга, 1970 йилда 165,8 миллионга, 1975 йилда 222,3 миллионга, 1980 йилда 284,2 миллионга, 1985 йилда 327,6 миллионга, 1990 йилда 456,8 миллионга, 1995 йилда 551 миллионга, 2000 йилда 689,2 миллионга, 2001 йилда 688,5 миллионга, 2002 йилда 708,9 миллионга, 2003 йилда 696,6 миллионга, 2004 йилда 766 миллионга, 2005 йилда 808,3 миллионга, 2011 йил 996 миллионга, 2012 йил 1035 миллионга, 2013 йил 1087 миллионга етган. 2020 йилга келиб, 1 миллиард 400 миллионга яқин кишининг халқаро саёҳатга чиқишлари кутилмоқда<sup>10</sup>.

### 2.2-жадвал

**Халқаро туризмдаги ташрифлар, йиллар бўйича (млн. киши ҳисобида).**

№	Мамлакатлар	Туристлар сони (млн. киши ҳисобида)			Ўсиш суръати	
		2011 йил	2012 йил	2013 йил	2012 йил 2011 йилга нисбатан %	2013 йил 2012 йилга нисбатан%
8.	Жаҳон бўйича (жами)	996	1,035	1.087	3,9	5,0

Манба: Основные показатели развития туризма в 2013 году. ВТО.

Жадвал муаллифлар томонидан World Tourism Organization кўрсаткичлари асосида тузилди.

Иккинчи жаҳон урушидан сўнг (1950-1970 йилларда) туризм ўртача йилига 10% дан ўсди, 1973 йилдаги ёқилғи нархларининг ўзгариши натижасида йилига 3%дан ўсиш натижасини кўрсатди. Бироқ бу ҳолат тезда бартараф этилди, ва туризм яна ўзининг аввалги ўсиш даражасига чиқиб олди. XX асрнинг охириги ўн йиллигида ўртача ўсиш йилига 7 фоизни ташкил этди. Туризмнинг ўсиш суръатлари 2001 йилда АҚШдаги 11 сентябр

<sup>10</sup> World Tourism Organization. Journal. May 2014

воқеаларидан кейин II жаҳон урушидан сўнг биринчи марта манфий кўрсаткични кўрсатишди, яъни жаҳон туризми 2001 йилда 2000 йилга нисбатан 0,46 %га камайди. Бироқ 2002 йилдан туризм яна ўса бошлади.

Ҳозирги кунда эса, ўсиб бораётган автоматлаштириш ҳамда кузатилаётган ишсизлик вақтида туризм меҳнатталаб саноат сифатида ҳам сиёсий ҳам иқтисодий жиҳатдан жозибадор бўлиб қолди.

Иккинчи жаҳон урушидан сўнг халқаро муносабатлар юмшади, одамлар ўзга халқларнинг ҳаёт тарзи, ижтимоий шароитлари ва маданиятига кизиқа бошлашди; фан техниканинг ривожланиши натижасида илмий ходимлар чет эллик ҳамкорлари билан тажриба алмашилиши учун ўзаро тез тез учрашиб туришга интилишди; халқаро бизнес тадбиркорларни ўзаро тил топилиши учун саёҳат қилишга чақирди. Бу омиллар ва транспортнинг ривожланиши оммавий туризмнинг ривожланишига сабаб бўлди.

Шундай қилиб, ҳозирги кунда туризм замонавий жамиятнинг интеграл қисми бўлиб, туризмдаги тадқиқотлар ва таҳлиллар, шунингдек, унинг иқтисодий манфаатлари жамият манфаатлари билан мос равишда ривожлантирилса, у маҳаллий жамият учун муҳим аҳамият касб этади. Туризмнинг ривожланиши кўпгина жамоаларни туристик манзилгоҳларга: курорт ёки вақтинчалик тўхтаб ўтиладиган жой(бекат, нуқта, манзил)ларга айлантириб қўйди. Бу саноатнинг таъсири оқибатлари маҳаллий жамоанинг катталиги ва нисбий муҳимлигига қараб турлича хилма – хилланади. Бироқ ҳар қандай ҳолда ҳам сиёсатчилар, бизнесменлар ва маҳаллий аҳоли фойда олишмоқчи бўлишса, туризмни инкор этмасликлари лозим.

1978 йилда дунё бўйича саёҳат ҳаражатлари 488 миллиард АКШ долларига етган. Бу 1978 йилдаги Жаҳон Ялпи Миллий Маҳсулотининг 6 фоизини, ва ўз навбатида, Олмония Федератив республикасининг шу даврдаги Ялпи Миллий Маҳсулотига тенг бўлган. WTOнинг хабар беришича, 1981 йилда дунё бўйича саёҳатларга (ички ва халқаро туризмга) 919 миллиард доллар сарфланган.

Алоҳида мамлакатларнинг туризм соҳасига қилган харажатларига эътибор берсак, асосан ривожланаётган мамлакатлар хиссасига кўпроқ харажатлар тўғри келади. Бу ҳолат ривожланаётган мамлакатларнинг туризм соҳасини ривожлантиришга катта эътибор бераётганлиги билан тавсифланади. Бутун Жаҳон туристик ташкилотини маълумотларига кўра охириги йииларда туризм соҳасига дунё бўйича энг кўп харажат қилган мамлакат бу Хитойдир. Кўрсаткичларга эътибор берсак, ўтган йили Хитой давлати 128,6 млрд доллар сарф қилган, бу эса туртинчи ўриндаги Россия Федерациясининг сарф харажатларидан деярли 2,5 бароба кўплигидан далолат беради<sup>11</sup>. Кейинги ўринларда эса, 2013 йилда АҚШ – 86,2 млрд, Германия – 85,9 млрд, Россия – 53,5 млрд, Буюк Британия – 52,6 млрд, Франция – 42,4 млрд, Канада – 35,2 млрд, Австралия 28,4 млрд, Италия – 27 млрд. ва Бразилия – 25,1 млрд сарф харажат қилган

### 2.3-жадвал

#### Туризмга энг кўп харажат қилган мамлакатлар.

Т/р	Мамлакатлар	2012 йил, миллиард доллар	2013 йилда миллиард доллар	2011 йилга нисбатан, % да	2012 йилга нисбатан, % да
1	Хитой	102.0	128.6	37.3	23.8
2	АҚШ	83.5	86.2	6.7	3.3
3	Германия	81.3	85.9	2.5	2.3
4	Россия Федерацияси	42.8	53.5	36.5	28.9
5	Буюк Британия	51.3	52.6	2.1	3.5
6	Франция	39.1	42.4	-5.8	4.9
7	Канада	35.0	35.2	6.2	3.2
8	Австралия	28.0	28.4	2.1	8.8
9	Италия	26.4	27.0	-0.3	-1.0
10	Бразилия	22.2	25.1	4.6	12.9

<sup>11</sup> World Tourism Organization. Journal. May 2014



Манбаа: Tourism Highlights. World Tourism Organization (UNWTO), Data as collected by WTO May 2014

Ҳозирги кунда туризм саноати Жаҳон Ялпи Ички маҳсулотининг бевосита 3,8 %ини, билвосита 10 %ни бермоқда<sup>12</sup>. Дунёнинг 80 мамлакатада туризм экспортнинг етакчи беш манбаиларидан бири бўлиб ҳисобланади.<sup>13</sup> Туризмга жаҳон экспортининг 8 %и тўғри келмоқда.<sup>14</sup> 2005 йилда бевосита туризм соҳасида 74 млн 223 минг киши банд бўлган бўлиб, бу жаҳон бўйича иш билан таъминланганларнинг 2,8 %ини ташкил этган. Жаҳон бўйича туризмда бевосита ва билвосита 220 миллион киши банд бўлган. Бу жами ишловчиларнинг 8,3 %ни ташкил этади<sup>15</sup>.

Туристларнинг бундай миқёслари ҳақидаги маълумот фақатгина енгил ҳисобланган бўлиб улар фақатгина асосий маълумотлардир. Туризмнинг кўп томонлиги, унинг ишлаб чиқариш ва сотув соҳалари билан турли хил алоқалари ҳамда бир қатор мавсумийлик ва норасмий бизнес туризмни унинг бозор улушини солиққа тортиш учун аниқлашда ва солиққа тортишда қийинчиликлар туғдиради.

Турли расмий бошпаналардаги тунги қайдномалар туристик ахборотнинг асосий манбаи сифатида амалий қийматга эга. Агар халқаро ҳаракатланиш юз берадиган бўлса улар чегаралардан ўтиш қайдномалари билан боғлаб солиштириб кўрилади. Ўз мамлакатаи ичида саёҳат қилишни акс эттирувчи ички туризмни аниқ ҳисоблаш эса янада қийинроқ, дўст-қариндошларнинг уйларида тунаб қолишларни ҳисоблашнинг ҳеч қандай иложи йўқ. Шунингдек, вақтинчалик тўхтаб ўтишга мўлжалланган муассасалардан аниқ маълумотлар олиш мумкин эмас. Бироқ, умуман олганда ички туризм бутун туризм фаолиятининг 70-80%ини ташкил этади.

Туризмдан энг кўп даромад оладиган малакатлар тахлили шуни кўрсатадики, охириги йилларда Америка Қўшма Штатлари бу соҳада

<sup>12</sup> Туризм, практика, проблемы, перспективы. №204, 2005 г. стр. 16.

<sup>13</sup> А.Шлевков. «Понятия и тенденции мирового туризма». Жаҳон туризм ташкилотининг 2004 йил 19 октабрдаги Тошкентдаги “Гранд Мир” меҳмонхонасида уюштирилган семинаридаги нутқи.

<sup>14</sup> Д. Каримова, В.Ярашов. «Сфера услуг: сравнительная оценка и перспективы развития». Бозор, пул ва кредит. 2004 йил 5 сон, 50 бет.

<sup>15</sup> Туризм, практика, проблемы, перспективы. №204, 2005 г. стр. 16.

етақчилик қилмоқда, уларнинг даромади 139,6 миллиард долларни ташкил этган. Бу эса ўз навбатида АҚШ да туристик саёҳатлар биров қимматлиги билан тавсифланади. Кейинги ўринларда Испания ва Франци мамлакати бўлиб, буларнинг даромади 60,4 ва 56,1 миллиард долларни ташкил этган. Ушбу таҳлилнинг энг қизиқ томони, Хитой мамлакати билан боғлиқдир. Хитой давлати тўртинчи ўринда бўлиб уларнинг даромади 51,7 миллиардни ташкил этган, лекин алоҳида Хитойнинг Макао минтақасининг даромади 51, миллиард доллар бўлиб бу бешинчи ўринни эгаллаган, Хитойнинг Ганг Конг шаҳри эса ўнинчи ўринда бўлиб, ушбу соҳадаги даромади 38,9 миллиард долларни ташкил этган.

#### 2.4-жадвал.

##### Халқаро туризмдан даромад олишда етакчи саналган мамлакатлар.

Т/р	Мамлакатлар	2012 йил, миллиард доллар	2013 йилда миллиард доллар	2011 йилга нисбатан ўсиш, %	2012 йилга нисбатан ўсиш, %
1	АҚШ	126.2	139.6	9.2	10.6
2	Испания	56.3	60.4	-6.3	7.4
3	Франция	53.6	56.1	-2.2	4.8
4	Хитой	50.0	51.7	3.2	3.3
5	Макао (Хитой)	43.7	51.6	13.7	18.1
6	Италия	41.2	43.9	-4.2	6.6
7	Тайланд	33.8	42.1	24.4	24.4
8	Германия	38.1	41.2	-1.9	8.1
9	Буюк Британия	36.2	40.6	3.3	12.1
10	Ганг Конг (Хитой)	33.1	38.9	16.2	17.7

Манбаа: Tourism Highlights. World Tourism Organization (UNWTO), Data as collected by WTO May 2014

Жаҳон бўйича ва бирор алоқида олинган мамлакат миқёсида туризмнинг ривожланиши бир қатор омиллар билан шартлаштирилади. Маълумки, омил деганда бирор бир жараённинг ҳаракатга келтирувчи ва унинг хусусиятини ёки хусусиятларидан бирини очиб берувчи сабаби тушунилади.

Туризмнинг ривожланиш омиллари деганда объектив таъсир этувчи ҳамда таъсир этувчи турли қонунлар натижасида юзага келувчи туризмни ривожлантириш шароитлари тушунилади. Илмий адабиётларда туризмни ривожлантириш омилларнинг турли хил таснифлари келтирилади.

Одатда, туризмни ривожлантириш омилларини кўчмас ва динамик турларга ажратишади. Кўчмас омилларга табиий-географик ва тарихий-маданий омилларнинг йиғиндиси киритилади. Улар ўзгармас ва доимий аҳамиятга эга бўлишади. Инсон фақатгина уларга етишишни осонлаштирган ҳолда уларни туристик эҳтиёжларга мослаштира олади. Динамик омиллар иккинчи, янада йирикроқ гуруҳга киритилади. Улар вақт ва макон бўйича ўзгариб турувчи аҳамият-баҳога эга бўлишади. Уларнинг қаторасига ижтимоий-иқтисодий, моддий-техник, сиёсий, маданий ва бошқа омиллар киради.

Туризмнинг ривожланишига таъсир этиш тавсифига биноан барча омиллар уч гуруҳга бўлинади: экстенсив (миқдорий), интенсив (сифатий) ва чекловчи (салбий) ривожланиш омиллари.

Туристлик фаолиятнинг экстенсив омилларига қуйидагилар киради:

- Туристлик фирмалар ва уларда ишловчи ходимлар сонининг ўсиши;
- Туризмга жалб этилувчи моддий ресурслар, жойлаштириш, ташиш воситалари, овқатлантириш корхоналари миқдорининг туристларга хизмат кўрсатиш технологияларни кучли такомиллаштирмаган ҳолда оширилиши.

Туризмни ривожлантиришнинг интенсив омиллари ўз ичга сифатий янгиланишнинг қуйидаги омилларини олади:

- Ходимлар малакасини ошириш;
- Илмий-техник тараққиётнинг ютуқларини – хизмат сифатини ошириш, туристик ресурслардан рационал фойдаланиш, туризмда инфор­мацион-техник воситалардан фойдаланишни тадбиқ этиш.

Туризмни ривожлантиришни чекловчи салбий омилларига қуйидагилар киришади: сиёсий ва молиявий беқарорлик, криминоген вазият, табиий офатлар.

Ҳозирги жа­ми­ят­да туризмнинг ривожланишига асосий сабаб бўлиб ижтимоий-иқтисодий ва маданий омиллар хизмат қилишди.

Шуларнинг энг биринчиси иш вақтининг қисқариши бўлди – Масалан, Германияда XX асрнинг охириги 15 йилида инсонларнинг иш вақтларининг ўртача йиллик иш соатлари 27 фоизга қисқарди, пули тўланадиган таътилнинг давомийлиги сўнгги 50 йил ичида 2,5 баробар ортди, бироқ, шунинг билан биргаликда ишнинг интен­сивлиги ҳам ортиб борди. Буларнинг барчаси одамларда бўш вақт миқдорининг ортиши ва ишдаги зўриқишларнинг ўсишига олиб келди. Маълумки, инсонда бўш вақт ва етарли миқдорда молиявий маблағлар бўлгандагина туристик саёҳатга чиғишга имконият пайдо бўлади. Юқорида эслатиб ўтилган ушбу ҳолат ривожланган мамлакатлар аҳолиси орасида туризмнинг оммаланиб боришига етарлича шароитлар яратиб бера бошлади. Бунинг устига, ишлаб чиқаришнинг автоматлашуви ва компьютерлашуви ишчиларда бажарилаётган ишга нисбатан бегоналашув ҳиссини уйғота бошлади. Бу эса, ўз навбатида инсонларда стресснинг кўпайиши, ўз ишидан норозилик ҳиссининг ортиши кабиларга олиб кела бошлади.

Жа­ми­ят мобиллигининг ортиши, транспортнинг ривожланиб бориши, жойлар ва улардаги имкониятлар тўғрисидаги ахборотларни олишнинг осонлашуви туризмнинг ривожланишига туртки берувчи энг муҳим омиллардан бири бўлиб қолди. Масалан, ҳаво транспор­ти такомиллашди, чипталар (йўл киралар) арзонлашди, ўрта табақа вакилларида автомобил сотиб олиш қудрати пайдо бўлди. Автомобил туризмнинг юксалиши энг кўп

ҳисса қўшган транспорт воситаси бўлиб қолди, чунки, ўз шахсий автомашинасига эга бўлган кишиларда ўз оилалари, дустлар билан, ёки яққа ўзлари ҳеч қандай турагентлик ёрдамисиз яқин узоқ масофаларга саёҳат қилиш имконияти туғилди. Ўз машинасида саёҳат қилаётган кишилар саёҳат маршрути ва давомийлигини ўз ихтиёрлари билан хоҳлаган вақтда ўзгартира олишади, йирик гуруҳларда амалга оширилувчи турларда эса, қатъий графикка ва маршрутга риоя қилиш, кўпчилиكنинг истагига бўйсуниб лозим бўлади.

Борган сайин ишдан қониқиш ҳисси кўпаяётган инсонларда ўз уйида етарлича дам олиш имкониятлари ҳам камайиб борапти. Ривожланган давлатларнинг барчасида мамлакат аҳолисининг аксарияти шаҳарларда истиқомат қилишмоқда. Турли стресслар, шовқин-сурон, ғала-ғовур, шахсий ҳаётнинг яширинлиги, инсонлар орасидаги самимиятнинг камлиги, кўчадаги манзараларнинг бир-бирига ўхшашлиги (атроф муҳитнинг бир хиллиги), табиатдан узилиш, буларнинг бариси шаҳар ҳаётининг ажралмас бир қисмидир. Бу инсонларда шаҳар ҳаётидан, ўз муҳитидан қочиб чиқиб кетиш истагини туғдиради. Шаҳар аҳолисининг кўпчилиги бўш вақтдан ушбу муҳитдан самимий ижтимоий муносабатларни излаб вақтинчалик бўлсада, чиқиб кетиш ва табиат қўйнига қайтиш учун имконият сифатида фойдаланишмоқда.

II Жаҳон урушидан сўнг, Ғарбий Европа мамлакатларида жамиятнинг маънавий-руҳий қадриятларида кучли силжишлар юз берди. Ижтимоий онгдаги бу ўзгариш жараёнини В. Фрайдер “иш вақти жамиятидан бўш вақт жамиятига ўтиш” деб номлади. Профессор Х. Опашовскийнинг қайд қилишича, инсон иш жойида ўз меҳнати предметидан узоқлашиб бориши билан унинг бўш вақт билан боғланиб бориши ортади. Ўзининг меҳнатсеварлиги анъанаси билан машҳур бўлган мамлакатларда меҳнат пафоси ўзининг аҳамиятини йўқотиб борди. Айниқса, Германия ва Японияда ёш авлод вакиллари уруш даври авлодлари ва ундан кейинги авлодларнинг азалий қадриятларидан воз кеча бошлашди.

Ижтимоий онгдаги ўзгаришлар қуйидагиларни кўзда тутишди:

- истеъмолчининг маънавий-руҳий ва маданий кадриятларининг ўзгариши;

- бўш вақт концепцияси назариясининг ўзгариши.

Урушдан сўнг бўш вақт концепциясининг ривожланиши уч босқични бошдан кечирди:

1950-йилларда бўш вақтга меҳнат унумдорлигини давом эттириш мақсадида жисмоний ва ақлий кучларни қайта тиклаш воситаси сифатида караш устун эди; 1960 - 1970 йилларда бўш вақтдан жамият фаровонлигини оширувчи моддий неъматларни истеъмол этиш учун фойдалана бошланди (кўчмас мулк, узоқ муддатли фойдаланиш товарларини, ҳашамат ашёларини харид этиш ва бошқалар); 1980-йиллардан кейин бўш вақтнинг деталлашуви тенденцияси устун бўла бошлади: асосий мақсад моддий неъматларни истеъмол этилишининг ўзидан эмас, балки, ҳаётдан лаззатланишдан иборат бўлди. Бўш вақт психологиясининг бундай ривожланиши туфайли жамият эҳтиёжлари тузилмасида туризмнинг ўрни – аҳамияти ўзгариб кетди. Туризм бир вақтлар фақатгина танланганларнинггина дабдабадорлиги имконияти бўлган бўлса, энди у аксарият кўпчиликнинг асосий имкониятларига айланди. Масалан, 1950 йилда Германия аҳолисининг фақат 1 фоизигина чет элда дам олиш имкониятига эга бўлган. Ҳозир Германиянинг 60 фоиз аҳолиси чет элларда дам олади. Интеллектуал ва маданий туристик эҳтиёжлар ҳам ўзгаришди: оддий эҳтиёжлардан янада юксакроқ эҳтиёжларга ўтилди; иш кучини қайта тиклаш воситасидан инсоннинг ўз шахсий имкониятларини юзага чиқариш ва интеллектуал талабларга жавоб бериш усулига ўтилди.

Ҳозирги вақтда туризмнинг фақатгина рекреацион томонларини кўриб чиқиш нотўғри бўлар эди. Замонавий иқтисодий интеграция ва глобализация шароитларида дунёдаги ягоналик, ўзаробоғланганлик, халқаро муносабатларнинг кучайиши ортиб борди. Бу 2001 йил 11 сентябр воқеаларидан сўнг ўзгачароқ тусда ривожланишда давом этмоқда. Бизнес

туризми (савдо ҳамкорлари билан учрашиш; ярмаркалар, конференциялар, симпозиумларда иштирок этиш ва бошқалар) замонавий ишлаб чиқариш жараёнининг ажралмас қисмига айланиб қолди. 1980-90 йилларгача статистикада бизнес туризми алоҳида предмет сифатида ўрганилмади. Ҳозирги жамиятда туристларнинг 20 фоизидан ортигини бизнес туризми иштирокчилари ташкил этишади.

Туризмнинг рекреация ва бизнесдаги самарасидан ташқари, унинг коммуникацион аҳамиятига ҳам эътибор бериш лозим: гуманитар, маданий-маърифий алоқаларни ўрнатиш, дўст-қариндошлар билан учрашиш, диний зиёратчилик ва этник туризмга қизиқиш ҳам ортиб бормоқда.

2001 йил сентябр воқеаларидан сўнг Америкага ҳамда араб мамлакатларига амалга оширилувчи саёҳатлар миқдори камайиб кетган бўлса, Тинч океани минтақасига амалга оширилувчи саёҳатлар сони ўсишда давом этган. Шунингдек, Европага амалга оширилувчи саёҳатлар сони ҳам ошган. Бундан шуни хулоса қилса бўладики, дунё туризми бирор жой ёмонлашиб қоладиган бўлса, дарров ўзига бошқа йўналиш танлайди. Шунингдек, 2003 йилги “Ғайриоддий пневмония (SARS) касаллигининг авж олиши Шарқий Осиё ва Океаниядаги туризмни камайтириб юборди. 2004 йилга келиб эса, жаҳон туризми 2003 йилга нисбатан 10 фоиз ўсди. 2005 йилда жаҳон туризми 5,5 %га ўсди. Бунга нефт маҳсулотлари нархининг қимматлашуви ва “Парранда гриппининг” хуружи таъсир қилди.

Сўнги йилларда дунё мамлакатларида туристик ташрифларга эътибор берсак, биринчи ўринни Франция мамлакати ташкил қилади. 2012 йил маълумотларига кўра 83 млн турист рўйхатдан ўтган. Кейинги ўринларда АҚШда -69,8 млн, Испанияда – 60,7 млн, Хитойда – 55,7 млн ва Италияда – 47,7 млн туристлар рўйхатга олинган. Сўнги йилларда туристик ташрифлар бўйича энг тез ўсайтган мамлакатлар бу Россия ва Тайланд. Бу мамлакатлар ҳам халқаро туризмдаги энг етакчи ўнта мамлакатлар қаторидан ўрин олган.

## Дунё бўйича туристик таширлар бўйича етакчи саналган мамлакатлар.

Т/р	Мамлакатлар	2012 йил, миллион киши	2013 йилда миллион киши	2011 йилга нисбатан ўсиш, %	2012 йилга нисбатан ўсиш, %
1	Франция	83.0	---	1.8 ..	---
2	АҚШ	66.7	69.8	6.3	4.7
3	Испания	57.5	60.7	2.3	5.6
4	Хитой	57.7	55.7	0.3	-3.5
5	Италия	46.4	47.7	0.5	2.9
6	Туркия	35.7	37.8	3.0	5.9
7	Германия	30.4	31.5	7.3	3.7
8	Буюк Британия	29.3	31.2	-0.1	6.4
9	Россия	25.7	28.4	13.5	10.2
10	Тайланд	22.4	26.5	16.2	18.8

Манбаа: Tourism Highlights. World Tourism Organization (UNWTO), Data as collected by WTO May 2014

Дунё туризмида мамлакатлар ичида Франция, Испания, АҚШ, Италия, Буюк Британия, Хитой мамлакатлари етакчилик қилишмоқда. Чет элдан меҳмонларни қабул қилиш сони бўйича етакчилик бир неча йиллардан буён Франция томонидан сақлаб келинмоқда. Ҳозирда Францияга дунё бўйича халқаро туризмга чиққан саёҳатчиларнинг 10 фоизидан ортиқроғи келмоқда! Франция туристларни қабул қилиш бўйича етакчиликка эришган бўлсада, туризмдан даромад олишда етакчилик АҚШга тегишлилигича қолмоқда. Ҳозирда АҚШ дунё бўйича халқаро туризмдан олинган даромаднинг 12 %идан ортиғини олади. Шунингдек, АҚШ ички туризмнинг ўзидан ҳар йили 300 миллиард долларга яқин даромад олмоқда.

Сўнгги йилларда Хитойга амалга оширилувчи туристик саёҳатларнинг миқдори йил сайин ошиб бормоқда. Нархларнинг арзонлиги билан жаҳон туризмига кириб бораётган Хитой туризмдан олинаётган даромадлар бўйича



хам, туристларни қабул қилиш бўйича ҳам дунёнинг етакчи ўн мамлакати қаторига кириб олди.

### **2.3. Европанинг туризм соҳасидаги етакчи мамлакатларининг туризм моделлари ва уларнинг ривожланиши**

Европа иттифоқи (ЕИ) – Европанинг ривожланган давлатларни иқтисодий жиҳатдан бирлаштирувчи ташкилот. 1993 йил 1 ноябргача расмий равишда етакчи Фарбий Европа мамлакатларининг бирлашган гуруҳи Европа ҳамжамияти деб аталар эди. 1993 йил биринчи ноябрда Маастрихт битими кучга киргандан кейин, бу гуруҳнинг номи расмий равишда Европа Иттифоқи деб атала бошланди. Иттифоқ аъзолари ўртасида кенг иқтисодий эркинлик ва ҳамкорлик (Эркин савдо, туризм соҳаси бўйича очиқ иқтисодий ҳудуди сиёсати, божхона, валюта, товар ва хизматлар, транспорт ҳаракати эркинлиги муносабатлари) ўрнатилган. Шенгенъ шартномасига асосан ЕИ га аъзо давлатлар ўртасида шундай келишув мавжудки, бу давлатларнинг бирига келган меҳмон, қолган 9 та давлатга эркин ўта олади. Бундай тартиб соддалаштирилган. ЕИ га аъзо мамлакатларга хорижий туристларни жуда катта қисми ташриф буюради.

Европа Иттифоқига аъзо мамлакатлар ичида хорижий туристларни қабул қилиш бўйича Франция, Испания, Италия, Буюк Британия мамлакатлари етакчилик қилмоқда. Бу мамлакатларга умумий ташрифларнинг 73%и тўғри келади. Халқаро туризм даромадлари бўйича биринчи ўринда Испания, кейин Франция, Италия ва Германия мамлакатлари юқори кўрсаткичларга эришган.

Европа минтақаси бўйича халқаро туристик ташрифларнинг 66% Европа иттифоқига кирувчи мамлакатларга тўғри келади. Халқаро туризм даромадларининг қарийб 68%и Европа минтақасида, Европа иттифоқига аъзо мамлакатлар ҳиссасига тўғри келади.

Европа иттифоқига ҳозирги кунда 28 та давлат аъзо: Германия, Буюк Британия, Бельгия, Италия, Люксембург, Голландия, Нидерландия, Франция, Дания, Ирландия, Испания, Португалия, Австрия, Финландия, Швеция каби

давлатлар, шунингдек уларнинг кенгайиш истикболлари ҳам мавжуд.

2.6-жадвал.

**2011-2012 йилларда Европа Иттифоқига қилинган ташрифлар.**

№	Туристларни қабул қилувчи асосий мамлакатлар	Халқаро туристик ташрифлар			
		2011	2012	Ўзгариши %	
				2011/2010	2012/2011
1.	Франция	81,550	83,013	5.0	1.8
2.	Испания	56,177	57,464	6.6	2.3
3.	Италия	46,119	46,360	5.7	0.5
4.	Буюк Британия	29,306	29,282	3.6	-0.1
5.	Австрия	23,012	24,151	4.6	4.9
6.	Германия	28,352	30,407	5.5	7.3
7.	Португалия	7,412	7,685	8.5	3.7
8.	Нидерландия	11,300	12,205	3.8	8.0
9.	Ирландия	7,630	7,550	7.0	-1.0
10	Бельгия	7,494	7,591	4.3	1.3

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти (БТТ).

Европада Франция давлати халқаро туризм соҳасида энг етакчи мамлакат ҳисобланади. Франция Европанинг Ғарбий қисмида жойлашган давлат бўлиб, ҳудуди 551 минг кв.км., аҳолиси 57,1 млн. кишини ташкил этади. Йирик шаҳарлари Париж, Лион, Марсель, Тулуза. 2002 йилдан Европа ўтган. Катта Еттилик, Европа Иттифоқи, БМТ хавфсизлик кенгашининг доимий аъзоси.

Франция юксак даражада ривожланган индустриал аграр давлатдир. Франция бой ва қадимий маданият ўчоғи ҳисобланади.

Туризм Франция иқтисодиётида муҳим ўринни эгаллайдиган соҳалардан бири ҳисобланади. Қимматли курорт ва ажойиб отеллар мамлакатнинг Лазур қирғоғида жойлашган ва бу ерда хорижий ишбилармонлар ўз сармояларини сарфлайдилар. Шу билан бирга анча арзон кенг халқ оммаси учун мўлжалланган дам олиш масканлари ҳам анчагина. Ўрта ер денгизи соҳилидаги бу оромгоҳлардан ташқари, туризм Атлантик океанининг жанубий-ғарбий қирғоғида ҳамда шимолий денгиз атрофида ривожланган. Француз Альп тоғлари туристларни йил бўйи жалб этади.

Меҳмонларга кўрсатиладиган хизмат (сервис) ниҳоятда юқори даражада ва йилига катта даромад келтиради. Францияга йилига 70 млн. туристлар келиб кетади, ва 74 млрд. доллар фойда келтиради. Франция туризм соҳаси бўйича жаҳонда катта ўнталикда туради.

Франциянинг ички туризм бозори бошқа Ғарбий Европа давлатларининг ички туризм бозоридан тубдан фарқ қилади. Биринчидан, французларнинг жуда оз миқдори ўз таътилларини ўзга давлатларда ўтказиши, бу бир йилда 18%га тўғри келади. Иккинчидан, бу ерда таътил даврининг кизгин паллалари мавжуд: июл ва август ойларида ўқувчилар таътиллари, қисқа рождество таътиллари, феврал ойида эса пасха давридаги таътиллари бошланади. Учинчидан, французлар автомобилларда саёҳат қилишни хуш кўрадилар, бу кўрсаткич 81%ни ташкил қилади.

Французларнинг 50%га яқини ўз таътилларини ёзда денгиз бўйида, 25% қишлоқ жойларида, 17% эса тоғ курортларида ўтказадилар. Чет элга чиқиш туризмига келсак, французларнинг 5%игина Пэкиж турлар бўйича ва 6%и авиатранспортларда саёҳат қиладилар. 1991 йилда Испания Франциядан 8 млн. турист, Италия эса 7,3 млн. туристни қабул қилди. Ҳозирги пайтга келиб французлар АҚШ, Осиё каби узок ҳудудларга саёҳат қилишни маъқул кўрмоқдалар. Иш юзасидан бўладиган саёҳатларнинг аксарияти Германия ва Буюк Британияга тўғри келади. 1980-2014 йилларда хорижий туристларнинг Францияга келиши кескин ўсди ва 29 млн. дан 83,7 млн. кишига етди<sup>16</sup>.

Франция учун энг асосий катта бозор - бу Германия ҳисобланади. У ердан умумий келадиган туристларнинг 25 фоизи ташриф буюради, яъни йилига 18,5-19,0 млн. меҳмон келиши кузатилади. Германиядан кейин Буюк Британия, Бельгия, Италия, Швейцария, Нидерландия ва бошқа мамлакатлар туради. Францияга келувчи туристлар кўпроқ Франция Ривьерасида, Париж, Альп, Аквитания, Лангедок-Русселионларда дам олишни хуш кўрадилар.

Франция давлати мувозанатини сақлаган ҳолда ҳудудий иқтисодиётни ривожлантириш мақсадида меҳмонларни қабул қилиш учун мунтазам

---

<sup>16</sup> UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition

равишда қишлоқ жойларни ривожлантиришга катта эътибор қаратади. Бу саъи-ҳаракатлар, биринчи навбатда, чет эл туризмни эмас, балки ички туризмни ривожлантиришга қаратилган эди. 1967 йилда Франция раҳбарияти томонидан Аквитанияда қишлоқ жойларда туризмни ривожлантириш режаси қабул қилинди. Бу режага кўра денгиз бўйи қирғоқлари 16 секторга бўлиниб, улардан 9 таси туризмни ривожлантириш учун, яъни пляжлар, дам олиш зоналари, сув спортлари қурилиши лозимлиги, қолган 7 та сектор эса «яшил зона» деб номланиб, у ердаги ландшафт ва ёввойи табиатни сақлаб қолиш кўзда тутилган эди. Бу режага кўра, амалдаги Аркашон ва Биариц каби фаолият кўрсатаётган курортларни сақлаб қолиш, яшаш жойларни кенгайтириш ва ниҳоят Молиец каби янги курортларни қуриш лозим эди. Янги объектларни қуриш, режалаштириш мамлакатни ички туризм талабларини қондириш мақсадида амалга оширилди. Ушбу лойиҳа амалга ошириши билан туризм сезиларли даражада ривожланди. Бу ҳолатга 1980 йиллардаги иқтисодий инқироз ҳам таъсир кўрсата олмади. 1964 йилда ҳудудий туризм секторини ривожлантиришни рағбатлантириш мақсадида француз ҳокимияти режанинг амалга ошириш дастурини ишлаб чиқди. Бу дастурга асосан 5 та туристик яшаш жойлари, уларни боғловчи йўллар ва автомобиль трассалари қуриш кўзда тутилган эди. 1990 йилда бу дастурни амалга ошириш учун ҳудудда туризмни ривожлантириш учун белгиланган маблағнинг 24%и ажратилди. Дастурга мунтазам равишда ўзгартиришлар киритилди, уни амалга ошириш ҳудудда ўтказилаётган туристик кунларни ошишига олиб келди. Натижада 1990 йилга келиб туристларнинг сони 5 млн. кишига етди. Туризмнинг ривожланиши ҳудуд иқтисодиётига катта таъсир кўрсатаётгани тан олинди, Франция ҳукумати автомобиль йўлларини кенгайтириш ва экологияни яхшилаш ишларига катта маблағ ажратди. Яқин йилларда ички туризм моделини ўзгартириш, ёз мавсумида яшаш жойларига бўлган талабни ошириш учун Францияда имкониятлар кўп. Ла-Маншдаги туннелнинг очилиши Буюк Британиялик туристлар оқимини кўпайтишига ва хорижий туризм моделини ўзгартиришга олиб келди. Натижада 2012 йил

Францияга Европа мамлакатлари ичида энг кўп, яъни 83,013 млн. туристлар ташриф буюрди. 2011 йилга нисбатан 2012 йилда хорижий туристлар оқимини ўзгариши +15,5%ни ташкил қилди (3.5.1-жадвал).

Франция мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаларини кўрсатишича жаҳон бўйича туристик ташрифларнинг 8,0%и Франция мамлакатига тўғри келади. 2011 йилга нисбатан 2012 йилда хорижий туристлар ташрифи 1,8%га кўпайган.

Даромадлар бўйича жаҳон туризм даромадларининг 5%и бу мамлакатга тўғри келган.

Европа минтақаси бўйича халқаро туристик ташрифларнинг 15,5%ни, даромадлар миқдори бўйича 11,8%ни ташкил қилган.

Франция мамлакати хорижий туристлар қабули бўйича дунёда биринчи ўринда туради. ЯММнинг 11,7%ни туризм тушумлари ташкил этади. 2002 йилда ҳар бир хорижий ташриф 1200 АҚШ долларини ташкил қилган.

Ўзбекистонни Франция 1992 йили тан олган ва элчихоналар даражасида дипломатик муносабатлар ўрнатилган.

Ўзбек ва француз олимлари Самарқанддаги Афросиёбни янгидан ўрганиш ишларида катта иш олиб боришмоқда. Маданий ва маърифий соҳада ўзаро ҳамкорлик тобора ривожланмоқда.

Тошкент - Париж шаҳарлари ўртасида бевосита авиация қатнови ўрнатилган.

## 2.7-жадвал

### Франция мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили (2012 й.)

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташрифлар	Европа минтақаси бўйича ташрифлар	Франция мамлаката қилинган ташрифлар	Жаҳон бўйича улushi%	Европа минтақаси бўйича улushi%	2012 йилда 2011 йилга нисбатан ўзгариши%	Жаҳон бўйича умумий тушумлар	Европа минтақаси бўйича умумий тушумлар	Франция мамлаката тушумлари	Жаҳон бўйича улushi%	Европа минтақаси тушумлари бўйича улushi%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши%

1035	534,4	83,013	8,0	15,5	1,8	1,078	454.0	53.6	5,0	11,8	-2,2
------	-------	--------	-----	------	-----	-------	-------	------	-----	------	------

МАНБА: World Tourism Organization, May 2014

Испания давлати халқаро туризм соҳасида етакчи давлатлардан бири ҳисобланиб, туристик ташрифлар ва даромад бўйича Франциядан сўнг иккинчи ўринда туради. Испания давлати Европанинг жанубий-ғарбий қисмида жойлашган. Пиреней ярим оролининг деярли 80%ни, Ўрта ер денгизидаги Балеар ва Атлантика океанидаги Канар ороллари ўз ичига олади. Худуди 504,748 кв.км., аҳолиси 39,54 млн. киши. Йирик шаҳарлари Мадрид, Барселона, Бильбао, Валенсия, Севилья, Сарагоса. 2002 йилдан Еврога ўтган. Испания НАТО аъзоси, 1986 йилда Европа Иттифоқига кирган. Бу мамлакат саноати ривожланган аграр мамлакатлар қаторига киради. ЯММ 515,8 млрд. АҚШ долларини ташкил этади, йиллик ўсиш 4% атрофида. Транспорт коммуникациялари диққатга сазовор. Темир йўллар, автомобиль йўллари, денгиз транспорти, аэропортлар хизмат кўрсатиш жиҳатидан ниҳоятда ривожланган.

Туризм Испания иқтисодиётида муҳим ўринни эгаллайдиган соҳалардан бири ҳисобланади. Испания асосан оммавий пляж туризмига ихтисослаштирилган ва у дунёнинг асосий туристик марказларидан ҳисобланади. Мамлакатда туризмни ривожланиши Ўрта ер денгизи қирғоқлари ва Балеар оролларидаги туризм ривожига боғлиқ. Испаниянинг Атлантика қирғоқларида туризм нисбатан кам ривожланганлиги сабабли кўп туристлар бу ерга асосан қишки таътилларни пляжларда ўтказиш учун ташриф буюрадилар. Испания ҳукумати туризм тармоғининг миллий иқтисодиётни ривожлантиришдаги ўрнини тан олиб турли йўллар билан, яъни отеллар қуриш учун ссуда бериш йўли билан туризмни рағбатлантириш сиёсатини амалга оширадилар. Бунинг натижасида Испания ўз қирғоқларига Италия ва Францияга нисбатан туристларни кўпроқ жалб қила бошлайди. Натижада Испания туризм марказига айланади.

1960 йилларга келиб Испания хусусий туризм тармоғи билан жиддий шуғуллана бошлайди ва Ўрта ер денгизи қирғоқларида янги отеллар, апартаментлар ва виллалар ҳеч қандай режа ва кардинацион сиёсатсиз қурилади.

бошланади. Бунинг натижасида 10 йил ичида туристлар сони қарийб тўрт баробарга ортади ва 1970 йилда умумий туристлар сони 24 млн. кишига етади. 1970 йилнинг ўрталарига келиб туризм мамлакатда янада ривожланиди, оммавий туризм талабларини тўлароқ қондириш учун катта замонавий ётоқхоналар қурилиши ишлари бошлаб юборилди.

1980 йилларда туризм Испания иқтисодиётида муҳим рол ўйнашда давом этди ва мамлакат потенциал ишчи кучининг 11%ни янги иш жойлари билан таъминлади. 1988-1992 йилларга келиб Испания туризм бозорини таъминловчи мамлакатлар Франция, Германия, Нидерландия ва Италиядан ташриф буюрувчи туристлар сони кескин тарзда қисқариб борди. Буюк Британиялик туристлар сони 1988 йилдаги 7,6 млн. кишидан 1991 йилга келиб 6.1 млн. кишига тушди. Бошқа туристик марказлар билан рақобат ҳамда Испаниянинг кўплаб қадимий курортларидаги экологик ҳолатлар бир қатор муаммоларни туғдирди. Ушбу негатив ҳолатларга жавобан аксарият курорт районларида атроф муҳитни яхшилашга эътибор берилди бошланди. Шу мақсадда автомобиль транспорти ҳаракати қисқартирилди, янги парклар ташкил қилиниб дарахтлар экилди, кўча ва пляжлар тозаланди, янги дам олиш зоналари қурилади бошланди. Бундан ташқари, туристларни жойлаштириш учун янги туристик манзиллар, кўнгил очар тадбирлар учун маблағлар ажратилди, Бенидорм, Салоу, Торремолинос ва Балеар оролларидаги туризм саноати қайта жиҳозланди. 1992 йилда Барселона шаҳрида олимпия ўйинлари ўтказилди. Севильяда эса «Экспо-92» бутун дунё кўргазмаси ташкил қилинди. Бундан ташқари, Мадрид Европанинг маданий шаҳри деб номланди. Буларнинг барчаси Испаниянинг улкан туристик мамлакат сифатида ном қозонишига сабаб бўлди. Шундай қилиб Ўрта ер денгизи курортлари маҳаллий ва хорижий туристларни қабул қилишда етакчилик қилди.

Испанияда чет элларга чиқиш туризми суёт ривожланган, аммо охириги йилларда сезиларли даражада ўсиш кузатилмоқда. Мамлакатдан чиқувчи туристлар сони умумий туристлар сонига нисбатан анча кам, аммо уларнинг

куёшли мамлакатларга чиқишлари тез-тез учрамоқда. Масалан: Португалия давлатига чиқувчи туристлар сони 1986 йилда 2,5 млн. кишини ташкил қилган бўлса, 1991 йилга келиб 4,1 млн. кишига ортди.

Ҳозирги кунда нисбатан арзон бўлган туристик марказлар ҳисобланмиш Греция, Мароқаш, Португалия, Тунис ва Туркияга чиқувчи туристлар сони жадал равишда ўсиб бормоқда. Мамлакатдан чиқувчи умумий туристларни 30-57% ушбу мамлакатларга тўғри келади. Қиммат ҳисобланадиган Франция, Италия ва Буюк Британия мамлакатлари туристик марказларига чиқиш ҳолатлари бир мунча камаймоқда. Узоқ масофаларга чиқувчи туристларга асосан бизнес билан шуғулланувчи туристлар киради. Уларнинг 40,7% Канада мамлакатига ва 44,5% Япония давлатига тўғри келади.

2000 йилда Испания мамлакатига 48,2 млн. туристлар ташриф буюрган, 1999 йилга нисбатан ўсиш 3,0%ни ташкил қилган. Испаниянинг интернет орқали туристик маҳсулотларни сотиш улуши 2000 йилда 8%ни ташкил этган.

Испания мамлакати хорижий туристларни қабул қилиш бўйича дунёда иккинчи ўринда туради.

Испания мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаларини кўрсатишича, жаҳон бўйича туристик ташрифларнинг 5,5%и Испания мамлакатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 2,3%га кўпайган.

Даромадлар бўйича жаҳон туризм даромадларининг 5,2%и бу мамлакатга тўғри келган.

Европа минтақаси бўйича халқаро туристик ташрифларнинг 10,7%ни, даромадлар миқдори бўйича 12,4%ни ташкил қилган.

2002 йилда ҳар бир хорижий ташриф ўртача 650 АҚШ долларини ташкил қилган.

Испания Ўзбекистонни 1991 йилнинг 31 декабрида тан олган ва 1992 йилнинг 17 мартдан дипломатик муносабатлар ўрнатилган. Иккала давлат



ўртасида яхши сиёсий, иқтисодий ва маданий алоқалар мавжуд.

2.8-жадвал

**Испания мамлақати халқаро туризм фаолиятининг  
иқтисодий таҳлили (2014 й.)**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташрифлар	Европа минтақаси бўйича ташрифлар	Испания мамлақати қилинган ташрифлар	Жаҳон бўйича улуши%	Европа минтақаси бўйича улуши%	2012 йилда 2011 йилга нисбатан ўзгариши%	Жаҳон бўйича умумий тушум млрд	Европа минтақаси бўйича умумий тушум	Испания мамлақати тушумлари	Жаҳон тушумлари бўйича улуши%	Европа минтақаси тушумлари бўйича улуши%	2012 йилда 2011 йилга нисбатан ўзгариши%
1035	534,4	57,464	5,5	10,7	2,3	1,078	454,0	56,263	5,2	12,4	-5,5

*МАНБА: World Tourism Organization, May 2014*

**Иккинчи боб бўйича хулоса**

Ушбу бобда Жаҳон ва Европа мамлакатлари халқаро туризмнинг ўзига хос хусусиятлари, Европа минтақасида халқаро туризмни ривожланиш йўналишлари, ахборот технологияларининг ривожланиши, Европа иттифоқига аъзо мамлакатларнинг туризм иқтисодиёти, Фарбий Европа, Шимолий ва Шарқий Европа мамлакатларининг туризм иқтисодиёти, шунингдек, Европа «Онлайн» туризм бозорининг ривожланиш ҳолати, Европа туризм индустрияси ташкилотлари ва марказлари фаолияти, уларнинг маркетинг тадбирларини режалаштириш, координация қилиш ва амалга ошириш фаолиятлари ўрганилди ва кўриб чиқилди.

Шунингдек, Европа мамлакатларини асосий туристик ресурслари, туризм инфратузилмасини ривожлантириш бўйича ишлаб чиқилаётган лойиҳалар, Европа минтақасида халқаро туризм ҳаракатларининг ривожланиш динамикаси, халқаро туристик ташрифлар ва улардан келиб тушган тушумлар, Бутунжаҳон туризм ташкилоти статистик маълумотлари асосида ўрганилди ва жадваллар тузиб таҳлил қилинди. Таҳлил натижалари ижобий томонлари тажриба сифатида ўрганилди.

### **3-БОБ. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда хорижий тажрибадан фойдаланиш истиқболлари**

#### **3.1. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда дунё тажрибасидан фойдаланиш.**

Ўзбекистонда ички ва халқаро туризмни ривожлантириш учун республика раҳбарияти ва ҳукумати бир қатор чора-тадбирларни ишлаб чиқмоқда. Жумладан, Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2 июнь 1995 йилдаги “Ўзбекистон Республикасининг Буюк ипак йўлини тиклашда қатнашувини фаоллаштириш ва Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантириш тўғрисида”ги фармони, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 3 июнь 1995 йилдаги № 210 сонли “Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмнинг замонавий инфратузилмасини ташкил қилиш тўғрисида”ги қарори ва бошқалар.

Ҳукуматнинг асосий роли, Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш учун қулай шарт - шароит яратишда намоён бўлмоқда. Ҳукумат томонидан талаб доирасидаги қонун ва қарорлар қабул қилинмоқда, ривожланишнинг ҳуқуқий асослари яратилмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А. Каримовнинг 1992 йил “Туризм инфратузилмасини ривожлантириш ва жаҳон бозорининг индустриясига кириш тўғрисида”ги фармони ушбу тармоқда ўзгартириш киритишга тurtки берди. Туризмни ривожлантириш дастурига биноан, давлат томонидан туризм миллий маданиятни, иқтисодиётни ривожлантиришнинг асосий шarti сифатида қаралмоқда.

Ўзбекистонда халқаро туризмни янада жонлантириш мақсадида 1995 йилнинг октябрь ойида Тошкент шаҳрида “Буюк Ипак Йўли бўйлаб туризм” деб номланган биринчи халқаро туристик ярмарка ўтказилди. Ярмарка шундан буён ҳар йили мамлакатимизда ўтказиб келинмоқда. Бу ярмаркаларда тузилган шартнома ва контрактлар халқаро туризмни янада ривожлантириш республиканинг туризмга оид имкониятларини самара билан

ишга солиш ва Буюк Ипак Йўлига хос бўлган қадимги анъаналарини тиклаш борасида кенг йўл очиб беради<sup>17</sup>.

Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда “Буюк Ипак Йўли”нинг аҳамияти чексизлигини ҳисобга олган ҳолда ҳукумат томонидан қабул қилинган “Буюк Ипак Йўлининг тикланишида Ўзбекистон Республикасининг иштирокини фаоллаштириш ва республикада халқаро туризмни ривожлантириш тўғрисида”ги фармони кутилган натижаларни бермоқда. Жанубий Шарқий Осиёдан Ўрта ер денгизи мамлакатларигача чўзилган “Буюк Ипак Йўли” деб ном олган савдо-сотик йўли бир неча асрлар давомида заминнинг Фарб ва Шарқида истиқомат қилган халқларни боғлаб турар эди. Бу йўлга “Буюк Ипак Йўли” деб ном берилишининг асосий сабаби шуки, бу ердан ташиладиган маҳсулотларнинг асосий қисми ипакдан иборат бўлган. Ипак тайёрлаш билан боғлиқ бўлган сирни Хитой усталари минг йиллар давомида одамлардан яширинча сир тутиб келган эдилар. Аммо Буюк Ипак Йўли орқали ташилган маҳсулотлар ипакдангина иборат бўлмай, балки бу йўл орқали бронза, чинни, жун хом-ашёлари ва улардан тайёрланган буюмлар ҳам ташилар эди. Буюк Ипак Йўли икки минг йиллик тарихга эга. Бу йўл асосан Италиядан Туркия орқали Ироқ ва Эронга борган, у ердан эса Марказий Осиёга ҳамда Шимолий Помир орқали Қашқар ва Ёрқентгача борган. Бу ердан йўл иккига ажраган ҳамда шимол томондан Такла-Макон саҳросини айланиб ўтиб Лобнор кўли яқинида яна қўшилган ва Шанхайгача борган.

Ўзбекистонда кейинги йилларда ажойиб иншоотлар, маданий дам олиш масканлари, зиёратгоҳлар вужудга келди. Сўнгги йилларда республикамизда бокс, ўзбек миллий кураши, теннис бўйича жаҳон миқёсида ўлкан чемпионатлар ўтказилмоқда, бу тадбирлар эса кўпгина хорижий мамлакатлардан туристлар келишига олиб келмоқда. Халқаро туризмни ривожлантиришда бу омилларни ҳам назардан четда қолдирмаслик лозим.

---

<sup>17</sup> Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1995 йил 2 июндаги 1162 рақамли Фармони. //Халқ сўзи, 1995.3- июнь.

БТТнинг фикрича бугунги кунда Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг 8 асосий афзалликлари мавжуд:

1. Қулай географик жойланиш (Буюк Ипак Йўли чораҳасида);
2. Ранг баранг ландшафтлар;
3. Асосан буюк Ипак Йўлида жойлашган бой маний мерос;
4. Барҳаёт бой анъана ва урф-одатлар;
5. Самимий меҳмондўстлик;
6. Турли хил ажойиб таомлари;
7. Бошланғич инфраструктура;
8. Меҳнат ресурсларининг нисбатан арзонлиги.

БТТнинг фикрига кўра юқоридаги жиҳатлар билан бирга Ўзбекистонда туризмни устуворлигини оширишда қуйидаги вазифаларни ҳал этиш керак;

- Ташкилотлараро координация;
- Ҳавфсизликни янада яхшилаш;
- Инфраструктура ва транспорт алоқаларини ривожлантириш
- Расмиятчиликни яна соддалаштириш;
- Имидж ва маркетинг
- Маҳсулот ва хизматларни жаҳон бозорига олиб чиқиш (хорижий тилларда ҳам);
- Янги технологиялардан кенг фойдаланиш (жумладан Интернет).

Юқоридаги ҳал қилиниши керак бўлган масалалар ичида менинг назаримда имидж ва маркетинг масаласи галдаги муҳими саналади.

Туризм ўзи бу – улкан дунё бозоридир. Ўз имкониятларини яхши билган ва уни ишга сола билган давлат учун иқтисодий ривожланиш воситасидир. Шунинг учун ҳам хорижий туристларни жалб қилиш учун дунёда шиддатли рақобат юзага келмоқда. Ютуқнинг асосий омили эса бу миллий маҳсулотни етказиб бериш санъатидир. Илгари алоҳида курортлар рекламаси кетган бўлса, ҳозир бутун бир давлатнинг туристик бренди асосий рол ўйнамоқда. Бу ўзини тўлиқ оқалмоқда. Чунки бу нафақат туристларни

жалб қилиш балки чет эл инвесторларини ҳам олиб кириш воситаси деб қаралмоқда.

Худди шундай тадбирга биринчилардан бўлиб қўл урган бу Испания бўлди. Унинг ортидан Сингапур, Туркия, Малайзия, Греция, Руминия кетишди, Испаниянинг ўзининг расмий логотипи мавжуд. У бутун давлатнинг юзи ҳисобланади. Оч қизил қуёш рангидаги ҳафрлар билан **ESPAÑA** деган ёзув билан берилади. Руминия логотипи бироз оригинал кўринишда бўлиб, нимаси бўлса шу билан келтирилган яъни тоғ, денгиз ва қуёш. Шунга ўхшаш логотипларни яратишда профессионаллар иштирок этишади. Булар асосан Интернет сайтларида кўриниб ўзига хос «ташриф қоғози» вазифасини ўтайди. Бу эса юқори сифатли маркетинг хизматидан далолат беради. Ҳозирги пайт дунёни маркетинг бошқариб келмоқда. Шунинг учун ҳам давлат табиий, тарихий, маданий туристик ресурслари ва салоҳияти улкан бўлишига қарамай етарли бу соҳада билими бўлмаса бозорни эгаллай олмайди.

Брендлар фақат бор ва мавжуд нарсалардан иборат бўлиши керак. Акс ҳолда у ёлғонни кўтармайди. Бу туризми келажагига ҳавф солиши мумкин. Биринчи галда давлатнинг ўзи ўзи ҳақида қандай ўйлайди ва нима деб ўйлайди. Мисол учун Франция, Миянгизга даров ресторанлар Рено автомобили, Пежо автомобили, Эйфел минораси ва Напалеон келади.

Биз ҳам шундан кейин унинг спорти, маданияти, ошхонаси, тарихини билиб сўнг унинг бошқа давлатлардан нимаси билан фарқ қилишини маҳаллий аҳолиси сингари хис эта бошлаймиз. Шундан сўнг шу давлат тўғрисида асосий ғоя ёки фикр (CORE/COA) юритамиз. Масалан: Испания тўғрисида биргина эхтирос, энергия ва ҳаётга чанқоқликни биламиз. Улар ҳатто ўз фильмларида ҳам шу уч унсурни четлаб ўтишмайди. Бу ҳам ўзига хос логотип ҳисобланади.

Дуне аҳоли ва халқаро туристлар бугунги кунда манзарали шаҳарлар, овқин-сурон кўчалар, бар, дискотека ва кўнгилочар ўйинлардан кўра тинч, осуда экологик тоза қишлоқ жойлари манзараси билан уйғунлашиб кетган

қишлоқ туризмини афзал кўришмоқда. Бугунги кунда Испания туризми энг илғор давлат сифатида бу борада ҳам олдинга чиқиб олди. Бу борада қишлоқ уйларида туристларни қабул қилиш олий даражада йўлга қўйилган.

Демак, Испания қишлоқ уйларидаги туристлар қабул қилиш шароитларини кўриб чиқамиз.

Испания қишлоқ уй эгалари (операторларга қўйиладиган талаблар).- туристик жойлаштириш воситаси сифатида рўйхатдан ўтиш -фуқаролар учун масъулият. Суғурталаш 150 000 еуродан кам бўлмаган ҳолатда.

-расмий ҳисобларни расмийлаштириш  
-алоқадаги шахсга турар жой тўғрисидаги ва жадвал маълумотларини етказиб бериш.

-кеча ва кундуз сткалик хизмат кўрсатишни яратилиши  
-ҳавфсизлик (врачлар ва бошқалар) ва туризм тўғрисидаги ахборотларни 2 тилда ишлаб чиқилиш

-меҳмонларни рўйхатдан ўтказиш  
-меҳмонларга телефон кеарк бўлган вақтда таъминлаш  
-материаллар: ўша жойнинг характериға тўғри келувчи  
-бинолар ўша жойнинг ландшафтиға мос қурилиши керак.  
-жойлашув: 16 номердан кўп бўлмаслиги ва 4 кишилар номердан ошиб кетмаслиги керак.

-ўлчови 15 кв метр ҳар бир меҳмонға.

### 3.1-жадвал

#### Меҳмонхона номерларининг имкониятлари.

Номер	Минимал майдон (квм)
Бир кишилик	9
Икки кишилик	12
Уч кишилик	15
Тўрт кишилик	18

Хожатхонағдуш: хонанинг 50% дан ҳар бир 4 меҳмонға 1 тадан. Ё  
Иссиқ сув: 45<sup>0</sup> дан кам бўлмаган ҳолда.

Тўшак: 90/180; 135/180.

Тўлиқ чойшаблар билан таъминлаш.

Кўриниб турибдики Испания бу борада ҳам кўпгина ривожланган давлатлар қатори илғор ўринларда. Ривожланаётган давлатлар учун эса ўзига хос мактаб ва қўлланма сифатида кўришимиз мумкин. Тўғри Ўзбекистонда хали бу даражага чиқиш учун вақт бор, лекин аҳолисининг деярли 60% и қишлоқда яшовчи ва ўша ерда меҳнат қилувчи ва маҳаллий ерларни яхши билувчи Ўзбекистон аҳолиси шароит яратиб берилса албатта улкан марраларга эришади. Сўнгги йилларда айниқса шунга ўхшаш тажрибани Тошкент вилояти тоғли қишлоқларида эксперимент сифатида ўтказиб кўриш зарур. Ахир Чорвоқ зонаси энг қулай вариантку. Қолаверса, бошланғич инфраструктураси ҳам бор. Масалан, Узоқ шарқ ёки ғарбий Европа туристлари бўлмаса ҳам бошланишига МДХ давлатлари туристларини «чорвоқ оромгоҳига» жойлаштириб, сўнг у ердан эксперимент сифатида Бирон бир яқин қишлоқда барпо қилинган меҳмонхонага максимум 2 кунлик саёҳат уюштирилса, шу баҳонада секин аста ишлар юришиб кетган бўларди.

### **3.2. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда Испания туризмидаги ютуқларни миллий туризмга тадбиқ этиш йўналишлари**

Туризм ривожланишининг «Саноат» давридан олдинги даврида саёҳатлар қоидага кўра яқка тартибда амалга ошириш характериға эға бўлган. Уни режалаштириш ва ўтказиш ёки саёҳат қилувчи шахснинг ўзи томонидан, ёки унинг топшириғи ва розилиғи бўйича саёҳатлар бюроси томонидан амалга оширилган. Кейинроқ бу функцияни ўз зиммасига олган фирмалар туроператорлар деб аталади. 50-йилларда туризмнинг кенг оммавийлашуви туристик хизматларни стандартлаштириш, олдиндан тайёрланган, режалаштирилган ва ҳисоблаб чиқилган «хизматлар пакети»нинг пайдо бўлишини асослаб берди. Бу хизматлар тўплами истеъмолчиларға ягона нарҳда туроператорларнинг каталогларида таклиф этилган. Саёҳат йўналиши, туристларни жойлаштириш, овқатлантириш, тур дастурини, яъни илғари саёҳатчининг ўзи бош қотириши лозим бўлган барча нарсаларни

олдиндан режалаштириш, 50-60-йиллардан бошлаб туристик фирмалар томонидан «конвейер» усулида амалга ошириш йўлга қўйилган. Ташкиллаштирилган «жамоат саёҳатлари» 1945 йилдан олдин ҳам бўлган, бироқ уларнинг сонини урушдан кейинги йиллар кўрсаткичлари билан таққослаб бўлмайди. Аҳолининг кенг қатламларига алоқадор бўлган ва аввало, ихтисослашган турфирмалар фаолияти билан ривожлантирилган туризм шакли сифатида ташкиллаштирилган туризм урушдан кейинги йилларнинг ўзига хос жиҳатларидан бири ҳисобланади.

«Ташкиллаштирилган туризм» деганда биргаликда «туристик саёҳат»ни шакллантирувчи туристик хизматлар стандартлаштирилган пакетларини таклиф қилиш тушунилади. Турфирма хизматлар пакетида ўз биллагича, бироқ миждозларнинг ҳошиш-исталарига қараб бевосита ишлаб чиқарувчилар – меҳмонхоналар, транспорт корхоналари, экскурсия бюрolari ва ҳоказоларнинг хизматларини мужассамлантиради. Бундай хизматлар пакетларини шакллантирувчи турфирмалар туроператорлар деб аталади. Туроператорларнинг маҳсулотлари, шунингдек, бирламчи туристик хизматларнинг алоҳида олинган ишлаб чиқарувчиларининг хизматлари турагентлар – саёҳат бюрolari орқали сотилади.

Туроператор хизматлар бозорида бевосита ишлаб чиқарувчиларнинг (меҳмонхоналар, авиакомпаниялар ва ҳ.к.) хизматларини сотиш билангина чекланиб қолмайди. Улар кўрсатадиган хизматларнинг ўзига хослиги асосий ва қўшимча туристик хизматларни танлаш, уларни олдиндан режалаштириш ва стандарлаштириш, яъни биргаликда туристик саёҳатни шакллантирувчи ягона нарх бўйича хизматлар дастурий пакетини шакллантиришдан иборат.

Испания туроператорларини кўриб чиқар эканмиз, айтиб ўтиш керакки, уларнинг мавжудлиги туризм ривожланганлигининг индикатори ҳисобланади.

Испаниядаги энг йирик туроператор «Turespana» - давлат ташкилоти бўлиб, дунёнинг 28 мамлакатига ўз ваколатхоналарига эга. Ушбу етакчи фирмадан ташқари, туризм бўйича нодавлат ташкилотлари – туроператорлар



ҳам мавжуд. Испаниядаги 13 та энг йирик нодавлат туроператорларидан бири - «Sol Melia». Испаниянинг бу туроператорлари туристик хизматлар дастурий пакетини шакллантириш билан шуғулланади. Бу дегани, туристик хизматлар дастурий пакетининг қуйидаги таркибий қисмлари комбинацияланади: 1. Транспорт, меҳмонхоналар, хизмат кўрсатувчи ходимлар ва ҳоказоларни бирлаштирадиган инфратузилма; 2. экскурсия бюрolari. Кейин бундай турпакетни сотиш одатда воситачилар ёрдамида амалга оширилади.

Испанияга туристлар кўп ташриф буюрадиган яна бир мамлакат бўлган Канада жуда ёш тарих ва маданиятга эга. Канадаликлар ҳам ўзлари ташриф буюраётган мамлакат тарихига қизиқадилар. Бунинг устига, Канада аҳолисининг қарийб ярмини француз тилида сўзлашувчи гуруҳ ташкил қилади, Канаданинг тарихий илдизлари ҳам француз, испан ва немис маданиятлари таъсири остида шаклланганлиги канадаликларни Европага, хусусан, Испанияга жалб қилади.

Шубҳасизки, Испанияга хорижий туристлар оқимида мамлакатда инфратузилманинг яхши йўлга қўйилганлиги, яъни йўллар, аэропортлар ва бошқалар, шунингдек, Европанинг бошқа давлатларига нисбатан географик жойлашуви муҳим таъсир кўрсатади, бу Европа қитъаси орқали Испанияга транзит туризмини амалга ошириш имконини беради.

Энди испанларнинг Европа мамлакатларига билдираётган қизиқишларини кўриб чиқамиз. Испаниялик туристларнинг хорижий туризмдаги қизиқишлари ҳам юқорида санаб ўтилган омиллар билан изоҳланади.

Испаниялик туристлар орасида энг оммавий ҳисобланган кўшни мамлакат Португалия билан Испания ўртасида қадимдан умумий тарихий-маданий илдизлар ва узвий алоқалар кузатиб келинади.

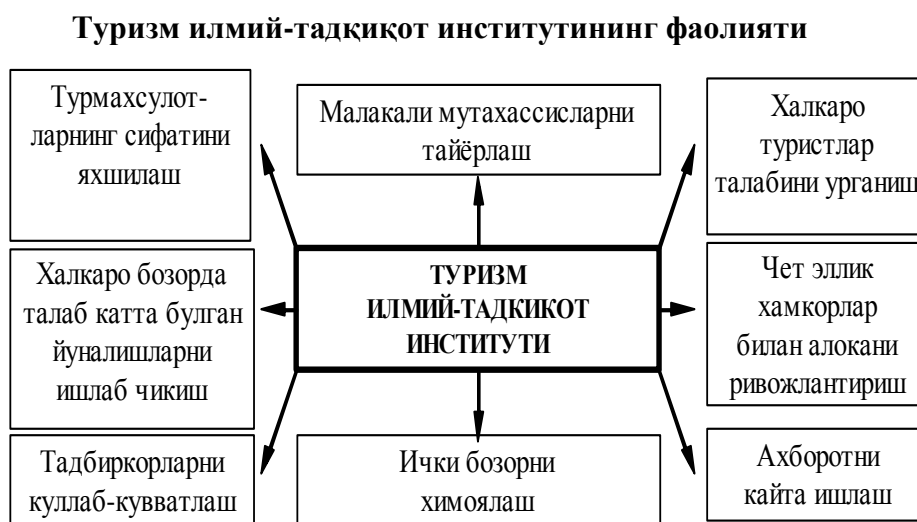
Туристларнинг Францияга йўналиши мамлакатнинг географик яқинлиги, ажойиб автострадалари, умумий тил гуруҳи билан изоҳланади. Шунингдек, Францияда 3 юлдузли меҳмонхоналарнинг кўплиги ҳам ўртача

даромадга эга туристларни ўзига жалб қилади, бундан ташқари, чегараларнинг очиклиги, умумий банк-валюта тизимининг ҳам аҳамияти катта. Шу билан бирга, айтиш керакки, Франция, Австрия ва Германияда тоғ-чанғи туризми (бу мамлакатларнинг туризм саноатида асосий ихтисослашуви) ривожланган. Бу ҳам турли мамлакатлардан, жумладан, Испаниядан туристларни ўзига жалб этади.

Кўп сонли туристлар Англияга, кўп жиҳатдан Европадаги бошқа мамлакатларга ўхшаш бўлмаган мамлакатга йўналади. Бу – қадимий ва ўзига хос маданиятга эга бўлган орол мамлакатдир. Испаниялик туристлар ташриф буюрадиган бошқа мамлакатлар ҳам шу сабаблар билан жалб қилади, баъзида статистикада ишбилармонлик алоқалари, талим олиш ва бошқа сабаблар ҳам кўрсатилмоқда.

Испания ҳукумати туризмдаги барча секторлар ривожланишни бирдек олиб бориш ва илмий тадқиқотларни амалга оширишни яхшилаш мақсадида Европанинг туризми энг ривожланган давлатига айланди. Испания туризмнинг энг катта ютуқларидан бири ижтимоий сўровлар ва туризм илмий-тадқиқот институтларини ташкил қилди.

**1-чизма.**



Испанияда бу институтлар фаолият кўрсатиш билан бирга ўз олдига қуйидаги мажбуриятларни олади;

- турмахсулотнинг чет эл бозорларидаги мавқейини аниқлаш, режалар тузиш, ахборотларни қайта ишлашни, туристик йўналишларга бўлган талабни ўрганишни;

- турмахсулотнинг чет эл бозоридаги сотувини қўллаб-қувватлаш;
- туристик маҳсулотларнинг рақобатбардошлигини оширишда автоном ҳамкор жамиятлар, маҳаллий маъмуриятлар ва хусусий секторлар билан ҳамкорликда иш олиб бориш.

Бизнинг республикамизда Испания тажрибасини қўллаган ҳолда туризм илмий-тадқиқот институтини ташкил қилиш ва туристик фаолиятни тартибга солишда илмий-амалий тажрибалар билан кўрсатма берадиган ва аниқ манбаларга таяниб иш кўрадиган марказни очиш мақсадга мувофиқдир.

Бу туризм институти Испаниядаги каби республикамиз туризми ривожланишида қуйидаги долзарб ишларни амалга оширишда етакчи ҳисобланиши керак<sup>18</sup>.

1. Туристтик йўналишларни тез-тез янгилаб туриш ва мавжудларининг сифатини ошириш;

Бунда ҳар томонлама изланиш олиб бориб энг биринчи навбатда атроф-муҳит ва миллий кадриятларни ёддан чиқармаслик ва қуйидаги дастурларни ишлаб чиқиш керак:

- туристик йўналишларнинг ягона норма ва нормативларини ишлаб чиқиш;

- саёҳат қилиш режасини пухта ишлаб чиқиш ва олдинги маълум йўналишларни мустаҳкамлаб бориш;

- янги ишлаб чиқилган йўналишлар билан туристларни таништириш, иқтисодий ва инфармацион қўллаб-қувватлаш.

2. Миллий туристик маҳсулотнинг сифатини ошириш. Бунда асосан халқаро бозорда туристларга хизматлар таклиф қилиш, янгидан таклиф этилаётган туристик маҳсулотларни ишлаб чиқаришни ва хужжатлаштириш

---

<sup>18</sup> Норчаев.А.Н. Халқаро туризм ривожлантиришнинг иқтисодий ўсишга таъсири. и.ф.н. дисс. –ТДИУ, 2004. б. -97.

устида ишлаш каби амалларни бажариш керак бўлади. Республикадаги ички имкониятни ҳисобга олган ҳолда миллий турмахсулотнинг рақобатбардошлигини оширишда маданий туризмни имкониятларидан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир. Бунинг замирида инсониятнинг бойлиги бўлган тарихий шаҳарлар, ўзбек миллатига ҳос бўлган урф-одатлар, миллий таомлар, халқ ҳунармандчилиги, меҳмондустлиги каби ва бошқа шу каби ижтимоий-иқтисодий манфаатларни олдинга суриш лозим.

3. Туристтик фаолият билан банд бўлган ишбилармон ва тадбиркорларнинг сифатини, маълумотларини ошириш, қайта тайёрлаш. Бундан кўзланган асосий мақсад ишбилармонлик, тадбиркорлар секторини ривожлантиришни бошқариш ва дунё тан олган ягона сифат нормасига келтириш каби ишларни амалга ошириш лозим. Тадбиркорлик секторидаги сифат системасини кўйидаги характеристикаларга мос келишга эришиш зарур ҳисобланади:

- тадбиркорларнинг билим даражасини оширишига ўз ҳошиш билан иштирок этишга эришиш;
- тадбиркорларни ўзини-ўзи бошқариш ва зарурий ҳолатларда тез мослашишига тайёрлаш;
- туризм соҳасига янгидан кириб келаётган тадбиркорларни ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш ва кўрсатмалар беришни;
- кўрсатилаётган хизматларни сифатини ўз назорати остида ушлаб туриш.

Булардан ташқари туризм институти турли кўринишдаги ўзбек миллий туристик маҳсулотларни бирлаштирувчи, ҳамма туристик секторлар учун ягона сифат маркасини ташкил этиш лозим. Бу ягона сифат маркасини нафақат ички туристлар, балки халқаро йўналишдаги туристлар, ва чет эл истеъмол бозори ҳам тан олишга эришиш керак. Ягона сифат маркаси вужудга келиши билан бирга, у институт қошида сифат бўйича бўлим очилишига олиб келади. Бу бўлим хусусий сектордаги корхоналарнинг фаолиятини назорат қилиб бориш билан бирга, иш жараёнини юқори сифатда ташкил этишда назарий ва амалий ёрдам бериб бориш лозим.

Бундан ташқари испаниядаги 30 дан ортиқ тилни ўргатиш марказида йилига минглаб гид-таржимонлари ўз малакасини оширади. Ўзбекистоннинг ҳам бундай халқаро марказларига аъзо бўлишини таъминлашни тезлаштириш керак.

Бундан ташқари, туризм ривожланишида турли хилдаги ярмаркалар ҳам асосий роль ўйнайди. Европадаги энг ката туристик ярмарка ҳам айнан Испанияда ўтказилади. Бу ярмарка ишини Исания қиролининг шахсан ўзи очи беради. Бундан ташқари бир йилда бир неча марта жуда катта миқёсдаги FITUR (савдо ва туризм кўргазмаси) ярмаркаси ўтказилади. 2006 йилдаги ярмаркада 37 давлатдан 1,5 минг компания ва 3 мингга яқин тадбиркорлар қатнашди. FITUR ҳозир Европадаги энг замонавий технология билан жихозланган бўлиб ҳар қандай форумларни ўтказа олиш қобилиятига эгадир. Ўзбекистонлик туроператорларни бундай ярмаркаларда мунтазам равишда қатнашишини таъминлаш асосий мақсадлардан бири бўлиши керак<sup>19</sup>. Чунки бу ярмаркага дунёдаги энг йирик туроператорлар йиғилади.

Тошкентда ҳам ҳар йили «Буюк Ипак Йўли бўйлаб туризм» деб номланган турярмарка уюштирилади. Лекин бу ярмарка ташкилий томондан ҳали тўла шаклланиб етилмагандир. Бунда ҳамкорларни ахборотлар билан таъминлашда муаммолар мавжуд.

### **Учинчи боб бўйича хулоса**

Ўзбекистонда бозор иқтисодиётининг шаклланиши жаҳон бозорларида туризм соҳасидаги кескин ўзгаришлар даврга тўғри келди. Жаҳонда туризм иқтисодиётнинг аҳамиятли тармоқларидан бирига айланди.

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

Ички ва халқаро туризм ривожланиши тартибсиз равишда содир

---

<sup>19</sup> Норчаев А.Н. Халқаро туризмнинг Испания иқтисодиётидаги аҳамияти. //Ж.Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси. 2003. №7-8. б. 52.

бўлмайди. Бу бошқарилиши керак бўлган инсон фаолиятининг махсус шаклидир.

Юқорида келтирилган тахлиллар шундан далолат берадики, халқаро туризмда Европа минтақасининг ўрни алоҳида аҳамиятга эга. Европа минтақасининг халқаро туризмдаги улуши 52% ни ташкил этади, бу эса ўз навбатида ушбу мамлакатларда халқаро туризм тўғри йўлга қўйилганлигидан далолат беради ва бошқа мамлакатлар ушуб мамлакатлар тажрибасидан фойдаланиши мақсадга мувофиқлигини билдиради.

## Хулоса ва таклифлар

Яқин ўн йил ичида Ўзбекистонда туризм соҳаси юксак даражада ривожланди. Бу шубҳасиз давлатнинг ўзбек туризмини ташвиқот қилишдаги аҳамияти ҳам каттадир. Ҳозирги кунда мамлакатда туризмни ривожлантириш бўйича кўплаб қарорлар ва дастурлар қабул қилинмоқда. Бу дастурлар асосида албатта, молиявий ресурслар ётади. Биргина мисол, мамлакатимизнинг Тошкент, Хоразм, Сурхондарё ва Қашқадарё вилоятларида 2013-2015 йилларда туризм соҳасини ривожлантириш учун 260 миллион АҚШ доллари ажратилганлигини кўрсатишимиз мумкин.

Ўзбекистон ҳозирда халқаро туризмда мавжуд бўлган 15 кўринишдаги туризмни тақдим қилиши мумкин. Бундан ташқари туристлар томонидан буюртма қилинган ҳар қандай хизматларни бажариш имкониятларига эга Хар бир туристдан ўрта ҳисобда 1200 доллар тушади.

Ўзбекистонда 2013 йил маълумотларига кўра 400 ортиқ меҳмонхона хўжалигида<sup>20</sup> фаолият юритаётган корхоналар мавжуд, булар меҳмонхона ва меҳмонхона мажмуалари, турбаза ва кемпинглар туристлар хизматиға тайер. Туристлар қабул қилиш ва жўнатишға келганда улар аввало миллий транспорт компанияларимиз тўғридан-тўғри алоқа ўрнатган давлатлар билан олиб борилмоқда. Булар Ўзбекистоннинг ўзидан 22 давлат ва МДҲ давлатларидан 10-12 давлат.

Ўзбекистонда бозор иқтисодиётининг шаклланиши жаҳон бозорларида туризм соҳасидаги кескин ўзгаришлар даврга тўғри келди. Жаҳонда туризм иқтисодиётнинг аҳамиятли тармоқларидан бириға айланди.

Халқаро туризм индустрияси миллионга яқин ишчи ва хизматчиларни иш жойлари билан таъминлаб, улар касб маҳоратининг ўсишиға имкониятлар яратиб бермоқда. Шунини айтиб ўтиш керак-ки, бу соҳада иш билан таъминланиш бошқа соҳаларға қараганда икки баробар тез ўсмоқда.

Халқаро туризмни бошқариш соҳаси бўйича туризм ташкилотлари олдига иккита ўзаро боғлиқ вазифа қуйилади:

---

<sup>20</sup> [www.uza.uz](http://www.uza.uz)

- бозор муносабатларини бутунлай амалиёга киритиш яъни туризм менежментига бозор иқтисодиёти мазмунини сингдириш;

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

Мамлакатимизда халқаро туризмни ривожлантиришда илғор хорижий мамлакатлар тажрибасидаен фойдаланиш мақсадга мувофиқдир. Ушуб битирув малакавий ишида Европанинг бир нечта мамлакатлари туризм соҳасини таҳлил этиб уларнинг ривожланиш йўллариини мамлакатимиз туризм соҳасида қўллаш мақсадга мувофиқ деб билдик. Жумладан, Европа мамлакатлари каби мамлакатимизда ҳам туризм институтини очиш зарур.

Бу туризм институти Испаниядаги каби республикамиз туризми ривожланишида қуйидаги долзарб ишларни амалга оширишда етакчи ҳисобланиши керак<sup>21</sup>.

1. Туристтик йўналишларни тез-тез янгилаб туриш ва мавжудларининг сифатини ошириш;

Бунда ҳар томонлама изланиш олиб бориб энг биринчи навбатда атроф-муҳит ва миллий қадриятларни ёддан чиқармаслик ва қуйидаги дастурларни ишлаб чиқиш керак:

- туристик йўналишларнинг ягона норма ва нормативларини ишлаб чиқиш;
- саёҳат қилиш режасини пухта ишлаб чиқиш ва олдинги маълум йўналишларни мустаҳкамлаб бориш;
- янги ишлаб чиқилган йўналишлар билан туристларни таништириш, иқтисодий ва инфармацион қўллаб-қувватлаш.

2. Миллий туристик маҳсулотнинг сифатини ошириш. Бунда асосан халқаро бозорда туристларга хизматлар таклиф қилиш, янгидан таклиф этилаётган туристик маҳсулотларни ишлаб чиқаришни ва хужжатлаштириш

---

<sup>21</sup> Норчаев.А.Н. Халқаро туризм ривожлантиришнинг иқтисодий ўсишга таъсири. и.ф.н. дисс. –ТДИУ, 2004. б. -97.



устида ишлаш каби амалларни бажариш керак бўлади. Республикадаги ички имкониятни ҳисобга олган ҳолда миллий турмахсулотнинг рақобатбардошлигини оширишда маданий туризмни имкониятларидан фойдаланиш мақсадга мувофиқдир. Бунинг замирида инсониятнинг бойлиги бўлган тарихий шаҳарлар, ўзбек миллатига ҳос бўлган урф-одатлар, миллий таомлар, халқ ҳунармандчилиги, меҳмондустлиги каби ва бошқа шу каби ижтимоий-иқтисодий манфаатларни олдинга суриш лозим.

3. Туристик фаолият билан банд бўлган ишбилармон ва тадбиркорларнинг сифатини, маълумотларини ошириш, қайта тайёрлаш. Бундан кўзланган асосий мақсад ишбилармонлик, тадбиркорлар секторини ривожлантиришни бошқариш ва дунё тан олган ягона сифат нормасига келтириш каби ишларни амалга ошириш лозим. Тадбиркорлик секторидаги сифат системасини қуйидаги характеристикаларга мос келишга эришиш зарур ҳисобланади:

## **ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ**

### **I. Ўзбекистон Республикаси қонунлари**

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. -Т.: "Ўзбекистон", 2003.
2. "Туризм тўғрисида"ги Ўзбекистон Республикасининг Қонуни. Ўзбекистоннинг янги қонунлари. -Т.: Адолат, 2000, 131-140 б.

### **II. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармонлари ва Қарорлари**

3. "Ўзбектуризм" МКсининг ташкил топиши тўғрисида"ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони // "Халқ сўзи", 1992 йил 27 июль.
4. "Буюк Ипак йўлини қайта тиклашда Ўзбекистон Республикасининг иштирокини авж олдириш ва республикада Халқаро туризмни ривожлантириш борасидаги чора –тадбирлар тўғрисида"ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1995 йил 2 июндаги 1162 рақамли Фармони. // "Халқ сўзи", 1995 йил 3 июнь.
5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2012 йил 10 майда қабул қилган "2012-2016 йилларда Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш дастури тўғрисида" ги қарори. //Халқ сўзи, 2012 йил 12 май.

### **III. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари**

6. "Туристтик ташкилотларнинг фаолиятини такомиллаштириш тўғрисида"ги Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг № 346 сонли 8 августда қабул қилинган Фармойиши. // "Халқ сўзи" газетаси, 1998 йил 9 август.

### **IV. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А. Каримов маърузалари ва асарлари**

7. Президент Ислон Каримовнинг 2013 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2014 йилга мўлжалланган энг муҳим устувор йўналишларга бағишланган Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. Халқ сўзи, 2013 йил 17 январь.

7. Ислом Каримов. 2012 йил Ватанамиз тараққиётини янги босқичга кўтарадиган йил бўлади. – Т.: “Ўзбекистон”, 2012. – 36 б.

8. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг 2011 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2012 йилга мўлжалланган энг муҳим устувор йўналишларга бағишланган Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги “2012 йил Ватанамиз тараққиётини янги босқичга кўтарадиган йил бўлади” мавзусидаги маърузасини ўрганиш бўйича ўқув қўлланма. – “Ўқитувчи” НМИУ, 2012. – 282 б.

9. И.Каримов. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. –Т.: Ўзбекистон, 2009. -56 б.

10. И.Каримов. «Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислох этишдир». -Т.: Ўзбекистон, 2005 й. - 92 б.

11. И. Каримов. Мамлакатимизни модернизация қилиш ва кучли фуқаролик жамияти барпо этиш – устувор мақсадимиздир. “Халқ сўзи”, 2010 йил 28 январь

12. И. Каримов. Асосий вазифамиз – Ватанамиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир. ”Халқ сўзи”, 2010 йил 30 январь.

13. И. Каримов. Барча режа ва дастурларимиз ватанамиз тараққиётини юксалтириш, халқимиз фаровонлигини оширишга хизмат қилади. .”Халқ сўзи”, 2011 йил 22 январь.

14. И.Каримов. Мамлакатимиз тараққиётининг қонуний асосларини мустаҳкамлаш фаолиятимиз мезони бўлиши даркор. //Халқ сўзи, 2006, 25-февраль.

15. И.Каримов. Эришилган ютуқларни мустаҳкамлаб, янги марралар сари изчил ҳаракат қилишимиз лозим. //Халқ сўзи, 2006. 11-февраль

16. И.Каримов. Инсон, унинг ҳуқуқи ва эркинликлари ҳамда манфаатлари – энг олий кадрият. //Халқ сўзи, 2005. 8 декабр

17. И.Каримов. Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлактни модернизация ва ислоҳ этишдир. –Т.: Ўзбекистон. 2005 й. -92 б.

#### **V. Махсус адабиётлар, рўзномалар ва журналлардаги мақолалар**

18. Тухлиев Н. Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития.-Т.: Гос. Науч. Изд-во “Ўзбекистон миллий энциклопедияси”, 2006.-416 с.

20.Жулидов С.Б. The Travel and Tourism Industry: учеб. пособ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. -207 с.

21. Квартальнов В.А. Туризм: учебник.-2-е изд., перераб.- М.: финансы и статистика, 2007.-336 с.

22. Косолапов А.Б. Туристское страноведение. Европа и Азия: учебно – практическое пособие. – 2-е изд., стер. / А.Б. Косолапов. – М.: КНОРУС, 2006. – 400 с

23. Пардаев А, Норчаев А. Халқаро туризм. Дарслик. - Т.: ТДИУ, 2010, - 320 б.

24. География туризма: учеб. /кол. Автор; под ред. А.Ю. Александровой. 2-е изд., испр. и доп. - М.: КНОРУС, 2009. – 592 с.

25 Косолапов А.Б. Технология и организация туроператорской и турагенсткой деятельности: учеб. пособ. - М.: КНОРУС, 2008. – 288 с.

26.Леннон Дж. Д., Смит Х., Кокерелл Н., Трю Д. Управление индустрией туризма. Лучший опыт деятельности национальных организаций и агентство по туризму. – М.: «Группа ИДТ», 2008. – 272 с.

27.Тимохина Т.Л. Организация приема и обслуживания туристов: учебное пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2008. – 352 с.

28.Скобкин С.С. Менеджмент в туризме: учеб. пособ. – М.: Магистр, 2007. – 447 с. 27.Каримов И., Ахмадхўжаев Р. Туризмда коммуникация. - Т.: ТДИУ, 2007, - 180 б.

29. Дурович А. П. Маркетинговые исследования в туризме: Учеб. пособ. — СПб.: Питер, 2008. — 384 с

30. Адылова З., Норчаев А., Алиева М. Туризм менежменти. Ўқув қўлланма -Т.: ТДИУ, 2009, - 180 б.

31. Қутлимуротов Ф. Туризм иқтисоди. Ўқув қўлланма. -Т.: ТДИУ, 2009,- 220 б.

32. О.Х. Хамидов – “Туризм ва сервисда инновациялар” Ўқув қўлланма. - ТДИУ, 2011 й. - 147 б.

33. Қ.А. Алимов, Б.Б. Холов. – Туризм инфратузилмаси. Ўқув қўлланма. - ТДИУ, 2011 й. - 129 б.

34. Д. Нарзуллаева, Б.Холов. Халқаро туризм Ўқув қўлланма ТДИУ, 2011й 131 б

35. Сафаров Н.Ч. “Халқаро транспорт хизматлари бозорида рақобатбардошликни оширишнинг устувор йўналишлари” номли диссертацияси Т-2012 йил 159 б

36. Ф.К. Комилова, А.А. Эштаев Меҳмонхона ва ресторан хўжалиги маркетинги: Дарслик. - Т.: ТДИУ. 2010. – 156 б.

## **VI. Статистик тўпламлари**

37. Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси.

38. Экономический вестник.

39. Основные показатели развития туризма в 2009 г. ЮНВТО. –Мадрид, 2010, -30с.

40. Tourism: 2020 vision. -Madrid, 2010, - 21 p.

41. “Ўзбектуризм” МК йиллик ҳисоботлари

## **VII. Интернет сайтлари**

42. [www.uzarxiv.uz](http://www.uzarxiv.uz)

43. [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)

44. [www.e-tours.ru](http://www.e-tours.ru)

45. [www.gov.uz](http://www.gov.uz).

46. [www.press-service.uz](http://www.press-service.uz).

47. [www.uzrailways.com](http://www.uzrailways.com).
48. [www. Country Listing. Factbook Page](#)
49. [www.turespana.com](http://www.turespana.com)
50. [www.frontur.es](http://www.frontur.es)
51. [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org)
52. [www.e-tours.ru](http://www.e-tours.ru)
53. [www.travel-library.com](http://www.travel-library.com)
54. [www.Podrobno.uz](http://www.Podrobno.uz).
55. [www.zakovat.uz/content](http://www.zakovat.uz/content)
56. [www.uza.uz](http://www.uza.uz)
57. [www.lex.uz](http://www.lex.uz)