

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

ТОШКЕНТ ДАВЛАТ ИҚТИСОДИЁТ УНИВЕРСИТЕТИ

М.Т. АЛИЕВА

**ТУРИСТИК МАМЛАКАТЛАР
ИҚТИСОДИЁТИ**

Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус, касб-хунар таълими ўқув методик бирлашмалар фаолиятини Мувофиқлаштирувчи Кенгаш томонидан
Олий таълимнинг 810000 – “Хизмат кўрсатиш” таълим соҳасининг
5810100 – “Туризм”, 5340200 – “Менежмент” (Туризм) бакалавриат таълим йўналиши талабалари ва магистратура тингловчилари учун ўқув қўлланма сифатида тавсия этилган

ТОШКЕНТ 2007

М.Т.Алиева. Туристтик мамлакатлар иқтисодиёти. Ўқув қўлланма. Т.: ТДИУ, 2007. 344-бет.

Ўзбекистон бозор иқтисодиёти ва фуқаролик жамияти ривожланган ҳуқуқий демократик давлат куриш, жаҳон ҳамжамиятига тараққий топган давлат сифатида қўшилиш йўлидан бормоқда. Республикада жаҳоннинг барча мамлакатлари билан ҳар томонлама халқаро иқтисодий алоқаларни ривожлантириш ва кенгайтиришга йўналтирилган изчил сиёсат амалга оширилмоқда. Хорижий мамлакатларнинг қўпчилиги билан иқтисодий, сиёсий ва маданий соҳаларда ҳамкорлик ривожланмоқда. Ўз даврида тараққий этган ва ҳозирда юқори даражада ривожланган етакчи давлатлар тажрибаси республикамиз учун ниҳоятда қимматлидир.

Шуларни ҳисобга олиб, ушбу ўқув қўлланмада мамлакатларнинг иқтисодий ривожланишида стратегик аҳамиятга эга бўлган туризм соҳасининг моҳияти, унинг тарихий ривожланиш босқичлари, хорижий мамлакатлардаги мавжуд туризм ҳаёти, халқаро туризм марказлари, уларнинг йўналишлари ва фаолияти, ҳозирги кундаги ўзгаришлар ва истиқболдаги имкониятлари тўғрисидаги илмий амалий билимларга асосланган маълумотлар келтирилган.

Ўқув қўлланмада хорижий мамлакатлар туризм иқтисодиёти қирраларини таҳлили, хусусан, туризм турлари, ресурслари, индустрияси, туристик хизматлар ва тур маҳсулотлар, туризм бўйича давлат сиёсати солиқ, бож ва биржа масалалари, ривожланган мамлакатлар тажрибалари ҳамда мамлакатимиз туризм салоҳияти ва имкониятлари ёритиб берилган.

Ушбу ўқув қўлланма туризм мутахассислиги бўйича таълим олаётган бакалаврлар, магистратура тингловчилари ҳамда хорижий туристик мамлакатлар иқтисодиёти билан шуғулланувчи ва барча қизиқувчиларга мўлжалланган.

Тошкент Давлат иқтисодиёт Университети томонидан халқаро туризм факультети талабалари ва магистратура тингловчилари учун ўқув қўлланма сифатида тавсия этилган.

МАСЪУЛ МУҲАРРИР: *С. ФУЛОМОВ – акад., Ўзбекистон Фанлар академияси вице президенти*
ТАҚРИЗЧИЛАР: *А. Эштаев, С.Фуломов*

М.Т. Алиева Экономика туристических стран. Учебное пособие. – Т.: 2007. -344с.

Узбекистан развивается по пути построения развитого гражданского общества правового демократического государства и рыночной экономики. В республике осуществляется последовательная политика, направленная на развитие и расширение всесторонних международных экономических отношений со всеми странами мира. Развивается сотрудничество в сферах экономики, политики и культуры со многими зарубежными странами. Опыт в свое время развитых и на сегодняшний день высоко развитых стран для нашей республики очень дорог.

Исходя из этих, в данном учебное пособие приведены данные, обоснованные на научно-практические знания о сущности сферы туризма, стратегически важной в экономическом развитии страны, этапах его исторического развития существующей туристической жизни зарубежных стран, международных туристических центрах, их направлений и деятельности, перспективных возможностях и современных изменениях.

В учебное пособие освещены анализ граней туристической экономики, в частности, видов, ресурсов и индустрии туризма, туристических услуг и турпродуктов, вопросы государственной политики по туризму, налогам, таможене и бирже, опыт развитых стран, и потенциалы и возможности страны.

Данный учебное пособие рассчитан бакалаврам, обучающимся по туристической специальности, слушателям магистратуры и специалистам сферы экономики зарубежных туристических стран и всем заинтересованным.

ОТВЕТСТВЕННЫЙ РЕДАКТОР: *акад. С. Гулямов, вице-президент АНРУз*

Рецензенты: *А. Эштаев, С.Фуломов*

М.Т. Alieva. Economy of tourist countries. Text-book.

Т.: “IQTISOD-MOLIYA”, 2007, 344 p.

Uzbekistan is travelling along the road of open and free market economy, building a just society and a strong law-governed democratic state, joining the world community as a development country. Development of international economic, political and cultural relations with all countries of the world is taking place continuously in Uzbekistan. The state we are building belongs to the world civilization and is based on the experiences of other advanced nations in building their statehood and on common social values.

With due regard for all things, the text-book deals with essence of tourism, which plays strategic role in economic development of all countries of the world, stages of tourism development, current tourism situation in foreign countries, international tourism centres, their directions and activities, data of tourism changes and perspectives.

The text-book also deals with analyze of tourism economy's aspects of foreign countries, including tourism kinds, resources, industry, services, products, the government policy of tourism, issues of tax, customs duty and exchange, experiences of development countries and potential of Uzbekistan in tourism.

This text-book is an important aid for students of bachelor and master courses in tourism and will prove helpful for researchers and those studying tourism economies of foreign countries.

Managing editor, academician S. Gulyamov, vice-president ANRUz

МУНДАРИЖА

Сўз боши	12
Кириш	14
I-БЎЛИМ. ХАЛҚАРО ТУРИЗМНИНГ МОҲИЯТИ ВА ТАРИХИЙ РИВОЖЛАНИШ БОСҚИЧЛАРИ	18
I боб. Туристик мамлакатлар иқтисодиёти фанининг моҳияти мақсад ва вазифалари	19
1.1. Туристик мамлакатлар иқтисодиёти фанининг моҳияти	19
1.2. Туристик мамлакатлар иқтисодиёти фанининг мақсад ва вазифалари	24
1.3. Халқаро туристик мамлакатларда меҳмонхона тизимлари ва уларнинг ҳудудий ривожланиши	25
1.4. Хорижий мамлакатларда туристик маҳсулотларни ишлаб чиқариш жараёнлари	30
1.5. Халқаро туристик мамлакатларда глобаллашув жараёни хусусиятлари	38
1.6. Халқаро туризмни ривожлантиришнинг умумий йўналишлари	44
1.7. Дунёдаги минтақалар бўйича халқаро туризм ҳаракатлари	53
2-БЎЛИМ. ЕВРОПА МАМЛАКАТЛАРИДА ХАЛҚАРО ТУРИЗМ ИҚТИСОДИЁТИ	61
II боб. Европа минтақаси мамлакатларида туризмнинг ўзига хос хусусиятлари	62
2.1. Европа минтақасида халқаро туризмни ривожланиш йўналишлари	66
2.2. Европа мамлакатлари туризм индустриясида ахборот технологияларининг ривожланиши	71
III боб. Европа иттифоқига аъзо етакчи мамлакатлар туризм иқтисодиёти	75
3.1. Германия давлатининг туризм иқтисоди	76
3.2. Буюк Британия давлатининг туризм иқтисоди	85
3.3. Италия давлатининг туризм иқтисоди	89
3.4. Австрия давлатининг туризм иқтисоди	94
3.5. Франция давлатининг туризм иқтисоди	98
3.6. Испания давлатининг туризм иқтисоди	103
3.7. Португалия давлатининг туризм иқтисоди	107
3.8. Греция давлатининг туризм иқтисоди	110
3.9. Европанинг «Бенилюкс» иқтисодий иттифоқига кирувчи Фарбий Европа мамлакатлари туризм иқтисодиёти	113
а) Белгия давлатининг туризм иқтисоди	113
б) Нидерландия давлатининг туризм иқтисоди	115
в) Люксембург давлатининг туризм иқтисоди	116
3.10. Скандинавия мамлакатлари (Шимолий Европа) туризм иқтисоди	118
а) Швеция давлатининг туризм иқтисоди	119
б) Финландия давлатининг туризм иқтисоди	121

в) Норвегия давлатининг туризм иқтисоди	122
г) Дания давлатининг туризм иқтисоди	123
3.11. Шарқий Европа мамлакатлари туризм иқтисоди	126
а) Чехия, Словакия давлатининг туризм иқтисоди	126
б) Венгрия давлатининг туризм иқтисоди	127
в) Польша давлатининг туризм иқтисоди	127
г) Руминия давлатининг туризм иқтисоди	128
д) Болгария давлатининг туризм иқтисоди	129
3.12. Швейцария мамлакатининг туристик зоналари ва иқтисодий ривожланиш омиллари	132
3-БЎЛИМ. АМЕРИКА ҲАМДА ОСИЁ ВА ТИНЧ ОКЕАНИ МИНТАҚАСИ МАМЛАКАТЛАРИ ТУРИЗМ ИҚТИСОДИЁТИ	140
IV боб. Америка минтақаси мамлакатлари туризм иқтисодиёти	141
4.1. Америка минтақаси халқаро туризм ҳаракатларининг ривожланиш динамикаси	141
4.2. Америка Қўшма Штатлари туризм иқтисодиёти	145
4.3. Канада давлатининг туризм иқтисодиёти	152
4.4. АҚШ ва Канада миллий парклари	155
4.5. Мексика давлатининг туризм иқтисодиёти	158
4.6. Бразилия давлатининг туризм иқтисодиёти	162
4.7. Чили давлатининг туризм иқтисодиёти	166
4.8. Аргентина давлатининг туризм иқтисодиёти	169
V боб. Осиё ва Тинч Океани минтақаси мамлакатлари туризм иқтисодиёти	177
5.1. Осиё ва Тинч Океани минтақаси халқаро туризм ҳаракатларининг ривожланиш динамикаси	177
5.2. Шимолий-Шарқий Осиё мамлакатларининг туризм иқтисодиёти	182
5.3. Хитой халқ республикасининг туризм иқтисодиёти	184
5.4. Япония давлатининг туризм иқтисодиёти	189
5.5. Корея давлатининг туризм иқтисодиёти	193
5.6. Тайвань давлатининг туризм иқтисодиёти	197
5.7. Жанубий-Шарқий Осиё мамлакатларининг туризм иқтисодиёти	200
5.8. Сингапур давлатининг туризм иқтисодиёти	202
5.9. Малайзия давлатининг туризм иқтисодиёти	207
5.10. Индонезия, Таиланд, Филиппин мамлакатлари туризм иқтисодиёти	211
5.11. Австралия ва Янги Зеландия мамлакатлари туризм иқтисодиёти	218
5.12. Жанубий Осиё мамлакатлари туризм иқтисодиёти	225
5.13. Ҳиндистон давлатининг туризм иқтисодиёти	227
5.14. Эрон Ислом Республикасининг туризм иқтисодиёти	231
4-БЎЛИМ. АФРИКА ВА ЯҚИН ШАРҚ МИНТАҚАСИ МАМЛАКАТЛАРИ ТУРИЗМ ИҚТИСОДИЁТИ	237
VI боб. Африка минтақаси мамлакатлари туризм иқтисодиёти	239
6.1. Африка минтақасининг умумий тавсифи	239
6.2. Африка минтақаси халқаро туризм ҳаракатларининг ривожланиш	241

динамикаси	
6.3. Жанубий Африка республикаси туризм иқтисодиёти	247
6.4. Тунис ва Марокаш мамлакатлари туризм иқтисодиёти	252
а) Тунис мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили	252
б) Марокаш республикаси халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили	256
VII боб. Яқин Шарқ минтақаси мамлакатлари туризм иқтисодиёти	262
7.1. Яқин Шарқ минтақаси мамлакатлари халқаро туризм ҳаракатларининг ривожланиш динамикаси	262
7.2. Миср Араб Республикаси туризм иқтисодиёти	267
7.3. Саудия Арабистони туризм иқтисодиёти	271
7.4. Бирлашган Араб Амирликлари мамлакати туризм иқтисодиёти	275
7.5. Исроил мамлакати туризм иқтисодиёти	280
7.6. Бахрейн, Иордания, Ливан мамлакатлари халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили	285
5-БЎЛИМ. МАРКАЗИЙ ОСИЁ МИНТАҚАСИДА ХАЛҚАРО ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ	294
VIII боб. Марказий Осиё минтақасида туризмнинг ривожланиш истиқболлари	295
8.1. Марказий Осиёда халқаро туризмни такомиллаштириш йўллари	295
8.2. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожланиш истиқболлари	303
8.3. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожланишига таъсир этувчи омиллар	309
8.4. Ўзбекистонда тарихий-меморий обидаларни халқаро туризмни ривожланишидаги аҳамияти	314
8.5. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда эришилган ютуқлар	318
8.6. Бутун жаҳон саёҳат ва туризм кенгаши (WTTC) томонидан 2020 йилгача қилинган башоратлар	324
Хулоса	334
Фойдаланилган адабиётлар	340

СОДЕРЖАНИЕ

Предисловие	12
ВВЕДЕНИЕ	14
РАЗДЕЛ I. СУЩНОСТЬ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА И УРОВЕНЬ ИСТОРИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ	18
Глава I. Сущность, цель и задачи предмета "экономика туристских стран"	19
1.1. Сущность предмета "Экономика туристских стран"	19
1.2. Цель и задачи предмета "Экономика туристских стран"	24
1.3. Развитие гостиничного хозяйства в туристских странах.	25
1.4. Объемы выпуска тур продукта иностранными туристскими странами	30
1.5. Свойства глобализации международных туристских стран	38
1.6. Основные направления развития международного туризма	44
1.7. Развитие межконтинентального международного туризма	53
РАЗДЕЛ 2. ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА СТРАН ЕВРОПЕЙСКОГО КОНТИНЕНТА	61
Глава II. Основные особенности туризма стран Европы	62
2.1. Основные направления развития туризма Европейского континента	66
2.2. Развитие технологии информации в индустрии туризма Европейских стран	71
Глава III. Экономика туризма стран членов Европейского сообщества	75
3.1. Экономика туризма Германии	76
3.2. Экономика туризма Великобритании	85
3.3. Экономика туризма Италии	89
3.4. Экономика туризма Австрии	94
3.5. Экономика туризма Франции	98
3.6. Экономика туризма Испании	103
3.7. Экономика туризма Португалии	107
3.8. Экономика туризма Греции	110
3.9. Экономика туризма стран вошедших в Европейский союз "Бенилюкс", стран Западной Европы.	113
а) Экономика туризма Бельгии	113
б) Экономика туризма Нидерландов	115
в) Экономика туризма Люксембурга	116
3.10. Экономика туризма Скандинавских стран (Северная Европа)	118
а) Экономика туризма Швеции	119
б) Экономика туризма Финляндии	121
в) Экономика туризма Норвегии	122
г) Экономика туризма Дании	123
3.11. Экономика туризма Восточной Европы	126
а) Экономика туризма Чехии и Словакии	126
б) Экономика туризма Венгрии	127

в) Экономика туризма Польши	127
г) Экономика туризма Румынии	128
д) Экономика туризма Болгарии	129
3.12. Центры туризма и экономическое развитие Швейцарии	132
РАЗДЕЛ 3. ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА В АМЕРИКЕ, АЗИИ И В РЕГИОНЕ ТИХОГО ОКЕАНА	140
Глава IV. Экономика туризма стран Американского континента	141
4.1. Динамика развития международного туризма стран Американского континента	141
4.2. Экономика развития туризма США	145
4.3. Экономика развития туризма Канады	152
4.4. Национальные парки США и Канады	155
4.5. Экономика развития туризма Мексики	158
4.6. Экономика развития туризма Бразилии	162
4.7. Экономика туризма Чили	166
4.8. Экономика туризма Аргентины	169
Глава V. Экономика туризма стран Азии и Тихого океана	177
5.1. Динамика развития движения международного туризма Азии и Тихого океана	177
5.2. Экономика туризма стран Северо-Восточной Азии	182
5.3. Экономика туризма Китайской Народной Республики	184
5.4. Экономика туризма Японии	189
5.5. Экономика туризма Кореи	193
5.6. Экономика туризма Тайваня	197
5.7. Экономика туризма Юго-Восточной Азии	200
5.8. Экономика туризма Сингапура	202
5.9. Экономика туризма Малазии	207
5.10. Экономика туризма Таиланда, Индонезии, Филиппин	211
5.11. Экономика туризма Австралии и стран Новой Зеландии	218
5.12. Экономика туризма Южной Азии	225
5.13. Экономика туризма Индии	227
5.15. Туризм Иранской Исламской Республики	231
РАЗДЕЛ 4. ЭКОНОМИКА ТУРИЗМА В АФРИКЕ И БЛИЖНЕМ ВОСТОКЕ	237
Глава VI. Экономика туризма стран Африки	239
6.1. Общий обзор Африканского континента	239
6.2. Динамика развития движения международного туризма Африканского континента	241
6.3. Экономика развития туризма ЮАР	247
6.4. Экономика туризма Туниса и Марокко	252
а) Экономический обзор международного туризма Туниса	252
б) Экономический обзор международного туризма Марокко	256
Глава VII. Экономика туризма стран Ближнего Востока	262
7.1. Динамика развития движения туризма в странах Ближнего Востока	262

7.2. Экономика туризма в Египте	267
7.3. Экономика туризма в Арабских Эмиратах	271
7.4. Экономика туризма в Соединенных Арабских Эмиратах	275
7.5. Экономика туризма в Израиле	280
7.6. Экономические показатели деятельности международного туризма в Бахрейне, Иордании и Ливане	285
РАЗДЕЛ 5. НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНАХ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ	294
Глава VIII. Успехи развития туризма в центральной Азии	295
8.1. Пути укрепления международного туризма в центральной Азии	295
8.2. Достижения развития международного туризма Узбекистана	303
8.3. Факторы, влияющие на развитие международного туризма в Узбекистане	309
8.4. Влияние историко-мемориального наследия на развитие международного туризма Узбекистана	314
8.5. Достигнутые успехи в развитии международного туризма в Узбекистане	318
8.6. Сопровождение ВТО и прогнозы основные показатели до 2020 года	324
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	334
Список использованной литературы	340

CONTENTS

	12
INTRODUCTION	14
CHAPTER 1. ESSENCE OF INTERNATIONAL TOURISM AND STAGES OF ITS DEVELOPMENT	18
Part 1. Essence of science of touristic countries' economy, its aim and tasks	19
1.1. Essence of science of touristic countries' economy	19
1.2. Aim and tasks of science of touristic countries' economy	24
1.3. System of hotels and their local development in international touristic countries	25
1.4. Production process of touristic products in abroad	30
1.5. Features of globalization process in international touristic countries	38
1.6. General directions of development of international tourism	44
1.7. Movements of international tourism in regions of the world	53
CHAPTER 2. ECONOMY OF INTERNATIONAL TOURISM IN EUROPEAN COUNTRIES	61
Part 2. Specific features of tourism in European countries	62
2.1. Development directions of international tourism in Europe	66
2.2. Development of information technologies in tourism industry of European countries	71
Part 3. Economy of tourism of leading countries in European union	75
3.1. Tourism economy of Germany	76
3.2. Tourism economy of Great Britain	85
3.3. Tourism economy of Italy	89
3.4. Tourism economy of Austria	94
3.5. Tourism economy of France	98
3.6. Tourism economy of Spain	103
3.7. Tourism economy of Portugal	107
3.8. Tourism economy of Greece	110
3.9. Tourism economy of Benelux countries	113
a) Tourism economy of Belgium	113
b) Tourism economy of the Netherlands	115
c) Tourism economy of Luxemburg	116
3.10. Tourism economy of Scandinavian countries	118
a) Tourism economy of Sweden	119
b) Tourism economy of Finland	121
c) Tourism economy of Norway	122
d) Tourism economy of Denmark	123
3.11. Tourism economy of Eastern Europe	126
a) Tourism economy of Czechia and Slovakia	126
b) Tourism economy of Hungary	127
c) Tourism economy of Poland	127
d) Tourism economy of Romania	128

e) Tourism economy of Bulgaria	129
3.12. Touristic zones and development factors of Switzerland	132
CHAPTER 3. ECONOMY OF TOURISM OF AMERICA, ASIA AND PACIFIC OCEAN REGION	140
Part 4. Tourism economy of America	141
4.1. Dynamic development of international tourism movements of America	141
4.2. Tourism economy of USA	145
4.3. Tourism economy of Canada	152
4.4. National parks of USA and Canada	155
4.5. Tourism economy of Mexico	158
4.6. Tourism economy of Brazil	162
4.7. Tourism economy of Chilly	166
4.8. Tourism economy of Argentina	169
Part 5. Tourism economy of Asia and Pacific Ocean region	177
5.1. Dynamic development of international tourism movements of Asia and Pacific Ocean region	177
5.2. Tourism economy of North-Eastern Asia	182
5.3. Tourism economy of China	184
5.4. Tourism economy of Japan	189
5.5. Tourism economy of Korea	193
5.6. Tourism economy of Taiwan	197
5.7. Tourism economy of South-Eastern Asia	200
5.8. Tourism economy of Singapore	202
5.9. Tourism economy of Malaysia	207
5.10. Tourism economy of Indonesia, Thailand and Philippines	211
5.11. Tourism economy of Australia and New Zealand	218
5.12. Tourism economy of Southern Asia	225
5.13. Tourism economy of India	227
5.14. Tourism economy of Iran	231
CHAPTER 4. Tourism economy of Africa and Middle East	237
Part 6. Tourism economy of Africa	239
6.1. General characteristics of Africa	239
6.2. Dynamic development of international tourism movements of Africa	241
6.3. Tourism economy of South Africa	247
6.4. Tourism economy of Tunis and Marrakech	252
a) Economic analyze of international tourism of Tunis	252
b) Economic analyze of international tourism of Marrakech	256
Part 7. Tourism economy of Middle East	262
7.1. Dynamic development of international tourism movements of Middle East	262
7.2. Tourism economy of Egypt	267
7.3. Tourism economy of Saudi Arabia	271
7.4. Tourism economy of United Arab Emirates	275
7.5. Tourism economy of Israel	280

7.6. Economic analyze of international tourism of Bahrain, Jordan and Lebanon	285
CHAPTER 5. DEVELOPMENT DIRECTIONS OF INTERNATIONAL TOURISM IN EURASIA	294
Part 8. Perspectives of tourism development in Eurasia	295
8.1. Improvement methods of international tourism in Central Asia	295
8.2. Perspectives of international tourism development in Uzbekistan	303
8.3. Factors of international tourism development in Uzbekistan	309
8.4. The role of historical monuments in international tourism development of Uzbekistan	314
8.5. Successes of international tourism development in Uzbekistan	318
8.6. Prognosis of World Travel and Tourism Council for 2020	324
Conclusion	334
References	340

СЎЗ БОШИ

Ҳозирги кунда вужудга келаётган жаҳон иқтисодий ва сиёсий тизимидаги шиддатли ўзгаришлар кўпгина иқтисодий жиҳатдан ривожланаётган ва тараққий этаётган давлатларда мазкур жараёнларни чуқур таҳлил қилиб, ўзлари учун тўғри йўлни танлаб олишларини тақозо этмоқда. Чунки мамлакат иқтисодий ва ижтимоий аҳволига таъсир этувчи ҳар қандай жараённинг мазмун ва моҳиятини чуқур ўрганиш танланган йўлнинг нечоғлик тўғри ёки акси эканлигини кўрсатиб беради.

XXI асрнинг энг сердаромад соҳаларидан бири ҳисобланган туризм саноатининг янги асрда ҳудудий ва жаҳон миқёсида ривожланишини таҳлил ва тадқиқ қилиш ҳозирги куннинг долзарб мавзуларидан бири бўлиб ҳисобланади. Замонавий туризм соҳасини мамлакат ва дунё миқёсида ривожланиш тенденцияларини таҳлил қилиш ва керакли хулосаларни чиқариш, унинг барқарорлигини ва келажагини белгилаб беради.

Лекин, ўзбек тилида ҳозирги даврдаги туризм иқтисодиётининг сир асрорини, синчиклаб ўрганишга интилаётган ўқувчи талабаларимиз учун мўлжалланган, туризм соҳасининг муаммоли тугунларини ечишга ҳаракат қилаётган раҳбар ходимлар, мутахассислар, халқаро туристик мамлакатлар иқтисодиёти билан қизиқаётган китобхонлар талабларига жавоб берадиган адабиётлар, дарсликлар етарли эмас.

Юртбошимиз айтганидек, «биринчи галда тараққиётимизнинг ҳар бир йўналиши - жамиятимиздаги сиёсий, ижтимоий-иқтисодий, маънавий муносабатларнинг ривожига ҳақида махсус дарсликлар, ўқув қўлланмалар, оммабоп адабиётлар яратиш зарур»¹. Дарсликлар ва ўқув қўлланмалар етишмаслиги бўйича Олий ўқув юртлиари аҳволини, шунингдек, кадрлар тайёрлаш миллий дастурида қўйилган муҳим вазифаларни ҳисобга олиб ушбу дарсликни тайёрлашга жазм қилдик.

¹ Каримов И.А. Донишманд халқимизнинг мустақкам иродасига ишонаман. «Фидокор», 2000 йил 8 июнь.

Ушбу дарслик туризм индустриясининг асосий жиҳатларини ўз ичига олиб, кўпгина хорижий ва миллий туризм мутахассисларининг тадқиқотларига ва фикрларига асосланган ҳолда ёзилди.

Ушбу дарслик туризм мутахассислиги бўйича таълим олаётган талабалар, магистратура тингловчилари ҳамда хорижий туристик мамлакатлар иқтисодиёти билан шуғулланувчи ва барча қизиқувчиларга мўлжалланган.

Муаллифлар фаннинг тузилиши, мазмуни, муаммоларнинг баён қилиниш тартиби ва услуби бўйича билдирилган ҳар қандай таклиф ва мулоҳазаларни миннатдорчилик билан қабул қиладилар ва кейинги ўқув қўлланма, дарсликлар тайёрлашда ҳисобга оладилар.

Ушбу дарсликни ёзилишида бевосита меҳнати синган барча касбдошларимизга миннатдорчилик билдирамыз.

К И Р И Ш

Ўзбекистон бозор иқтисодиёти ва фуқаролик жамияти ривожланган ҳуқуқий демократик давлат қуриш, жаҳон ҳамжамиятига ҳар томонлама қўшилиш сари юз тутмоқда. Шундан келиб чиққан ҳолда, республикада жаҳоннинг барча мамлакатлари билан ҳар томонлама халқаро иқтисодий алоқаларни ривожлантириш ва кенгайтиришга йўналтирилган изчил сиёсат олиб борилмоқда ва ўтган қисқа вақт мобайнида бу йўналишда бир мунча муваффақиятларга эришилди.

Мустақилликка эришиш билан Ўзбекистон Республикаси олдида жаҳон ҳамжамияти билан ўзаро алоқаларни йўлга қўйиш ва унга қўшилиш масаласи, хусусан туризм соҳасида ниҳоятда долзарб масалалардан бири бўлиб қолди. Маълумки, узоқ хорижий мамлакатлар билан коммуникациявий алоқалар ўрнатиш, шунингдек, Ўзбекистон Республикаси халқаро туризм тизимининг жаҳон халқаро туризм тизимига қўшилиши туризм индустрияси соҳасидаги устувор вазифалардан биридир.

Республикамиз Президенти И.А.Каримовнинг «Ўзининг ва жаҳондаги бошқа мамлакатларнинг тажрибасидан олинган барча фойдали нарсаларни инкор қилмаган ҳолда республиканинг қатъий позицияси ўз ижтимоий-иқтисодий ва сиёсий ҳуқуқий тараққиёт йўлини танлаб олишдан иборатдир»¹ - деган фикри, жумладан хорижий мамлакатларнинг ривожланиш жараёнлари, уларнинг тажрибаларидан фойдаланиш зарурлигини қайд қилади.

Ҳозирги кунда вужудга келаётган жаҳон иқтисодий ва сиёсий тизимидаги шиддатли ўзгаришлар кўпгина иқтисодий жиҳатдан ривожланаётган ва тараққий этаётган давлатларнинг мазкур жараёнларни чуқур таҳлил қилиб, ўзлари учун тўғри йўлни танлаб олишларини тақозо этмоқда. Чунки мамлакат иқтисодий ва ижтимоий аҳволига таъсир этувчи

¹ Каримов И.А. «Мавжуд салоҳият ва имкониятлардан оқилона фойдаланиш тараққиёт омили». – Т.: «Ўзбекистон», 2004. 4-бет.

хар қандай жараённинг мазмун ва моҳиятини чуқур ўрганиш танланган йўлнинг нечоғлик тўғри ёки акси эканлигини кўрсатиб беради.

XXI асрнинг энг сердаромад соҳаларидан бири ҳисобланган туризм саноатининг янги минг йилликда ҳудудий ва жаҳон миқёсида ривожланишини таҳлил ва тадқиқ қилиш ҳозирги куннинг долзарб мавзуларидан бири бўлиб ҳисобланади. Замонавий туризм соҳасининг мамлакат ва дунё миқёсида ривожланиш тенденцияларини таҳлил қилиш ва керакли хулосаларни чиқариш, унинг барқарорлигини ва келажагини белгилаб беради.

Ҳозирги кунда туризм тармоғи дунёдаги мамлакатларнинг ижтимоий-иқтисодий тараққиётини жадаллаштириш ҳамда халқаро ва минтақалараро ривожланиш дастурларига интеграциялашувининг ўта муҳим воситаларидан бири бўлиб ҳисобланади.

Ўзбекистонда туризм иқтисодиётини ислоҳ қилишга ва миллий тараққиёт моделини мукамаллаштиришга ўзининг салмоқли ҳиссасини кўшувчи тармоқ сифатида шаклланиши учун муайян шарт-шароитлар яратилган. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг миллий моделининг шаклланиш хусусиятлари умуммиллий, шунингдек, ҳудудий иқтисодий тараққиётга ўзининг ижобий таъсирини кўрсатади.

Халқаро туризмнинг ривожланиш масалаларига бағишланган асосий ҳужжатларда туризм, кўпгина мамлакатларнинг миллий иқтисодиётида энг муҳим тараққиёт кўрсаткичи эканлиги, унинг хўжалик фаолиятидаги, халқаро алоқалар ва ташқи савдо баланси мувозанатини таъминлашдаги ўрни эса, бу тармоқни жаҳон иқтисодиётининг асосий соҳаларидан бирига айлантириш мумкинлиги тўғрисида қайд этиб ўтилган.

«Халқаро туристик мамлакатлар иқтисодиёти» фанидан яратилган ушбу дарслик, халқаро туризм индустриясининг асосий жиҳатларини ўз ичига олиб, кўпгина хорижий ва миллий туризм мутахассисларининг тадқиқотларига ва фикрларига асосланган ҳолда ёзилди.

Ушбу дарслик туризм мутахассислиги бўйича таълим олаётган магистратура тингловчилари учун хорижий туристик мамлакатлар иқтисодиётини ўрганиш ва имкон қадар халқаро миқёсдаги туризм фаолияти билан танишиш имконини беради. Чунки, хорижий туристик мамлакатлар иқтисодиётини билмасдан, уни таҳлил қилмасдан, туризм соҳасида дунё ҳамжамиятига қўшилиш мумкин эмас.

Ушбу фаннинг асосий мақсади хорижий мамлакатлардаги мавжуд туризм ҳаёти билан танишиш, халқаро туризм марказларини, уларнинг йўналишлари ва фаолиятини, туризм иқтисодиёти қирраларини таҳлил қилиш, хусусан, туризм турлари, ресурслари, индустрияси, туристик хизматлар ва тур маҳсулотлар, туризм бўйича туристик давлатлар сиёсати, солиқ, божхона ва биржа масалаларини ўрганишдан иборат. Шунингдек, Ўзбекистоннинг халқаро туризм сиёсатидаги ўз ўрнини, туризм иқтисодиётини стратегик аҳамиятини, мамлакат иқтисодиётидаги мавқеини билиш, ўрганиш ва шу йўл билан мамлакатимиз туризм ресурслари ва имкониятларини бутун дунёга ёйиш, шунингдек, хорижий давлатлардаги туризм тизимини, чет эл туризм марказларини уларнинг йўналишлари ва фаолиятларини таҳлил қилишни, туристик хизматлар ва маҳсулотлар таркибий тузилишини баҳолашни, хорижий мамлакатларда туристик ташкилотларни ташкил этиш йўлларини, туристик мамлакатлар тарихи ва сиёсатини, мамлакатимизда туризм соҳасини ривожлантиришда хорижий мамлакатлар тажрибалари, халқаро туризмда меҳмонхона тизимлари ва уларни ҳудудий ривожланиш ҳолатларини, туризмда глобаллашув жараёни хусусиятларини, минтақалар бўйича туризмни ривожланиш истиқболларини башоратлаш, туризм соҳасида ахборот технологияларининг ривожланиш ҳолатларини ҳамда туристик мамлакатларнинг минтақалар бўйича географик ўрни, жойлашуви, қилинаётган туристик ташрифлар ва даромадларини таҳлили, замонавий туризм индустриясининг мамлакат ва дунё миқёсида ривожланиш тенденцияларини таҳлил қилиш ва керакли хулосалар

чиқаришни талаб этади.

«Ҳаммамизга аёнки, таълим дарсликдан бошланади, аччиқ бўлса ҳам тан олишга мажбурмиз: деяри барча соҳада дарсликларимиз аҳволи бугунги ва эртанги кун талаблари даражасида эмас.

Эски қолипда ёзилган дарсликлардан фойдаланиб, эски мафкурадан ҳоли бўлмасдан талабаларимизни янгича фикрлашга ўргатолмаймиз, ахир. Барчамиз тушинишимиз, англашимиз даркор»¹.

Гарчи миллий дастур талабларига кўра Олий ва ўрта махсус билим юртлири талабалари учун замонавий дарсликлар, қўлланмалар яратилаётган бўлса-да, аммо бугунги кунда уларнинг етишмаётганлиги бор гап.

Мазкур дарслик Олий ва ўрта махсус таълим вазирлиги томонидан тасдиқланган намунавий дастур асосида ёзилган бўлиб, у айнан дарслик ва ўқув қўлланмалар соҳасидаги етишмовчиликни бир қадар бўлса ҳам тўлдиради деган, умиддамиз.

¹ Баркамол авлод - Ўзбекистон тараққиётининг пойдевори. Т., «Шарк», 1997. 8-бет.

1-БЎЛИМ.

ХАЛҚАРО ТУРИЗМНИНГ МОҲИЯТИ ВА ТАРИХИЙ РИВОЖЛАНИШ БОСҚИЧЛАРИ

XXI асрнинг энг сердаромад соҳаларидан бири ҳисобланган туризм саноатининг янги асрда ҳудудий ва жаҳон миқёсида ривожланишини таҳлил ва тадқиқ қилиш ҳозирги куннинг долзарб мавзуларидан бири бўлиб ҳисобланади.

Мазкур бўлимда халқаро туризмнинг тарихий ривожланиш босқичлари, моҳияти, мақсад ва вазифалари, Европа олимларининг XIX-XX асрларда туризм соҳасига бўлган қизиқишлари, халқаро туристик мамлакатларда меҳмонхона тизимлари уларни ҳудудлар ва минтақалар бўйича ривожланиши, хорижий мамлакатларда туристик маҳсулотларни ишлаб чиқариш жараёнлари, саёҳат дастурлари, саёҳат агентликлари, халқаро туристик мамлакатларда глобаллашув жараёни хусусиятлари ўрганилади.

Бу бўлим халқаро туризмни ривожлантиришнинг умумий йўналишлари ҳамда минтақалар бўйича халқаро туризм ҳаракатларини кўриб чиқиш билан яқунланади.

I боб. ТУРИСТИК МАМЛАКАТЛАР ИҚТИСОДИЁТИ ФАНИНИНГ МОҲИЯТИ МАҚСАД ВА ВАЗИФАЛАРИ

1.1. Туристтик мамлакатлар иқтисодиёти фанининг моҳияти

XIX асрга келиб фан ва техникани ривожланиши, илм фандаги кескин бурилишлар инсонларни олам ва унинг тузилиши ҳақидаги фикрларини тубдан ўзгартириб юборди. Янги техника ва технологик воситаларнинг кашф этилиши ва уларнинг илмий нуқтаи назардан исботланиши билан бир қаторда хизмат кўрсатиш соҳаларининг энг муҳим тармоқларидан бири бўлмиш туризм, бир қанча миллий иқтисодий стратегик аҳамиятга эга бўлган соҳалардан бирига айланди.

«Туризм сўзининг негизи ҳисобланган «Tour» сўзи лотинча «Tornare» сўзидан келиб чиққан бўлиб, доиравий шакл маъносини англатади. Бу сўз ўз маъносини ўзгартирмасдан бошқа ғарб тилларига ҳам кириб келган. Масалан, французчада «aylanish» маъносига тўғри келувчи «tourner» ва «tour» сўзлари ҳозирги кунда ҳам ишлатилмоқда. Инглизчада эса туризм сўзи турист сўзидан олиниб, 1811 йилларда юзага келган. Немисчада эса фақатгина «auslander» (ажнабий ёки хорижий) сўзи ишлатилар эди. 1958 йилда немис тилида алоҳида эътиборга олиниб туризмнинг эквиваленти бўлмиш «fremdenverkehr» ёки «tourismus», турист сўзининг эквиваленти эса «tourist» тарзида қўлланила бошланди»¹. Интернационал Вебстер луғатида тур (tour) нинг маъноси қуйидагича ифодаланган: «Иш, завқ олиш ўқиш учун қилинадиган саёҳат ва бу саёҳатлар мобайнида турли хил жойларни зиёрат қилишдан ва режалаштирилган саёҳат дастуридан юзага келадиган жараён тур деб аталади»². Саёҳатчи маълум муддатдан сўнг ўз юртига қайтади. Этимологик хатога йўл қўймаслик ва бу ҳодисанинг чегараларини белгилаш мақсадида туризм сўзини аниқ таърифлашга ҳаракат қилинган, чунки:

¹ Walter Hunziker, Le Tourisme, Editions Gurten, Berne. 1972, p.1.

² Alister Marhieson and Geoferry Wall., Tourism: Economic, Phisial and Social Impacts. Longman Group Ltd. New York, 1986, p.10.

тадқиқот ва таҳлил қилишда; статистик маълумотларни тўплашда; қонуний ва маъмурий норматив ҳужжатларни ишлаб чиқишда, шунингдек, улар билан ишлашда; туризмнинг иқтисодий-ижтимоий механизмини белгилашда муҳим аҳамият касб этади.

Олимларнинг туризм соҳасига қизиқишлари XIX асрнинг охири XX аср бошларида юзага келди. Ф.В.Огилвиенинг фикрича, илк мартаба туризм илми ҳақида 1899 йилда Италияда чоп этиладиган «**Giornale degli Economisti**» газетасида «Sul movimento forestieri in Italia» номли мақола чоп этилди. Бундан ташқари, Курт Краф туризм хусусидаги илк тадқиқотни Е.Гуер - Феулер томонидан 1895 йилда нашр қилинган «Beitraege zu einer Statistik des Fremdenverkehrs» билан рўёбга чиқарилгани ва шунингдек, 1883 йили ўша ёзувчининг Цюрихда нашр қилинган яна «Amteichter Bericht ubez das Schveizer Hotelvesen» номли асарига тақриз берилгани олимларнинг туризмга қизиқишларини тасдиқлайди.

Австрияда ҳам туризмга нисбатан биринчи илмий қарашлар Graz шаҳрида 1884 йил 13-14 мартда бўлиб ўтган «Delegiertentages Zur Forderung des Fremdenverkehrs in den Osterreichischen Alpen Laendern» мажлисида тилга олинган. Бу мажлисга раислик қилган ёзувчи Жозеп Стаднер туризмни иқтисодий фаолият сифатида ифодалаган¹.

XIX асрга келиб саноатнинг ривожланиш жараёни кескин тус олади. Бу жараённинг фойдаси билан бир қаторда унинг зарарли томонлари ҳам олимлар томонидан аниқланган. Инсоният бу жараённинг хавфли ва зарарли таъсирларидан ҳимояланиш учун табиатга ва атроф муҳитга янгича муносабатда бўла бошлади. Шу тариқа инсонлардаги саёҳатга эҳтиёж ва истак, атроф муҳитга бўлган қизиқиш ва муносабат янада кучайди.

Жозеп Стаднер 1884 йилда туризмни иқтисодий фаолият сифатида ифодалагандан сўнг, унинг иқтисодий томонига урғу бериб, бу хусусида илк

¹ Tunca Toskay, Turizm Olayina Genel Yaklasim, 3- Basim, Der Yayinlari; №26, Istanbul, 1989, s.20.

бор ўз фикрини билдирган олим Херман Вон Шуллер ҳисобланади. Бу олим туризмга шундай таъриф берган: «Бошқа бир ўлкадан, шаҳар ва ҳудуддан ажнабийларнинг келиши ва вақтинча истиқомат қилишлари натижасида юзага келадиган ҳаракатларнинг барчаси бу - туризмдир»¹.

Илк маротаба Европалик олимлар туризмни иқтисодий фаолият эканлигини исботлашга ҳаракат қилганлар.

1930 йиллардан кейин Англиядаги иқтисодчи олимлар туризмнинг иқтисодий томонларига чуқурроқ ёндашишган. Норвал ва Огилвиелар туристлар томонидан қилинадиган ҳаракатларни савдо балансига таъсири устида тадқиқотлар олиб боришган.

Булардан ташқари, туризмни айрим соҳаларга мансуб олимлар ҳам таърифлаганлар. Булардан энг машхурлари Mathiot, Glucksmann ва Krapf лардур. Бу олимларнинг таърифларича, истеъмом функциясига вақтинча истиқомат қилиш, саёҳат ва тунаш жойлари ҳам киради. Олимлардан, хусусан, Walter Hunzikerнинг туризмга берган соддагина таърифи, бу соҳанинг илмий пойдевори, деб ҳисобланган «ажнабийларнинг бир жойга қилган саёҳатларидан таркиб топган ва давомли истиқомат қилиш, пул ишлашни мақсад қилмасдан, вақтинча тунаб қолишларидан юзага келадиган муносабатлар мажмуи - бу туризмдир»². Аммо, олим бу таърифни ҳам унчалик тўлиқ эмаслигини айтиб ўтган.

1954 йилда Италиянинг Палермо шаҳрида бўлиб ўтган AIEST конгрессида мазкур олимлар туризмга шундай таъриф беришган эди: «Туризм ажнабийларнинг саёҳати ва бир жойда вақтинча истиқомат қилишларидан юзага келадиган воқеа ва ҳодисалар мажмуидир. Бу жараёнда бутунлай истиқомат қилишга ва даромад олишни мақсад қилишга рухсат

¹ Tunca Toskay, Turizm Olayina Genel Yaklasim, 3- Basim, Der Yayinlari; №26, Istanbul, 1989, s.20.

² Walter Hunziker, Un Siecle de Tourisme en Suisse, Berne, 1947, p.11.

этилмайди»¹.

1976 йилда Британия Институтини (ҳозирги туризм ташкилоти) бу тушунчага қўйидагича ойдинлик киритган. «Туризм инсонларнинг кундалик истиқомат қиладиган ва ишлайдиган жойларидан ташқари, чиройли ва кўркам туризм марказларини зиёрат қилишлари ва у ердаги фаолиятни ҳам ўз ичига олган қисқа муддатли ҳаракатлардир. Айтиш мумкин, ҳар хил бир кунлик маршрутли экскурсияларни ҳам ўз ичига олади»².

Юқорида кўриб чиқилган олимларнинг илмий қарашларидан келиб чиқиб, туризмни қўйидагича таърифлашимиз мумкин:

Туризм, давомли яшайдиган, ишлайдиган ва муҳим эҳтиёжларни қондирадиган жойлардан ташқарига қилинадиган саёҳатдир. Тунаш вақтинчалик зарурий бир эҳтиёждир. Саёҳатга чиққан ва тунаб қолган киши, маълум бир вақтдан сўнг ўзи яшайдиган жойга қайтади.

Саёҳатга чиққан ва вақтинча тунайдиган кишилар асосан туризм корхоналари томонидан таклиф қилинадиган маҳсулот ва хизматларни талаб қилишади. Бу фаолиятлари мобайнида турли хил воқеа ҳодисалар ва муносабатлар юзага келади.

Ҳозирги кунда истеъмолчилар ҳамма соҳалар бўйича товар ва хизматларни танлаш имкониятига эгадирлар. Бунинг таъсирини туризм соҳасида ҳам кўриш мумкин. Чунки истеъмолчиларнинг талаби доимо ўзгариб туради; улар янги таассуротларни қидиришади, мода ва кундалик ҳаётининг ўзгариши эса уларнинг фикрларини осонгина ўзгартиради, шу боис истеъмолчи қизиқишларини, нимани афзал кўришларини ва уларнинг муносабатларини билиш ниҳоятда мураккаб жараён ҳисобланади.

Туристлик маҳсулотларни истеъмол қилишнинг қийинлашиши туризм тижоратига ўз таъсирини кўрсатади. Чунки туризм талабида янги сегментлар

¹ J.Christopher Holloway., The Business of Tourism, Third edition, Pitmen Publishing Ltd, London, 1989, p.9.

² J.Christopher Holloway., The Business of Tourism, Third edition, Pitmen Publishing Ltd, London, 1989, p.9-10.

пайдо бўла бошлади, шу жумладан, туризмнинг ҳам янги кўриниши ва шакллари таркиб топди.

Юқори даражадаги туристик хизматларга талаб суръатининг пасайиши кузатилди. Масалан, Германияда 1960-1980 йиллар орасида туристик йўналишлар сони 1,9 марта кўпайди, агар 1960 йилда туристик саёҳатларда аҳолининг 27% иштирок этган бўлса, 1980 йилда бу кўрсаткич 57,7%, 1987 йилда 64,6%ни ташкил этди. Буни қуйидагича изоҳлаш жоиз, туризмда нафақат бойлар, балки аҳолининг умумий қисми ҳам иштирок эта бошлади. 1980 йилларга келиб ўсиш суръати пасайди, бироқ ишлаб чиқариш ҳажмининг юқори даражадалиги билан мувозанат сақлаб қолинди.

Талабнинг тартибга солиниши бир томондан, туризм тижоратини ишончилигига кафолат бўлса, иккинчи томондан, фирмалар учун хизматлар бозорида ўз «улуши»ни топиши қийинлашиб борди.

Янги ташкил этилган туристик фирмалар учун, айниқса, мураккаб шароит юзага келди. Чунки улар ўз маҳсулотларини бозорда позициялаштиришлари керак эди.

Жаҳон туризм индустриясидаги ихтисослашув ва диверсификация талабларининг чуқурлашиб бориши, кичик ва ўрта туристик фирмаларни бир мунча қийин аҳволга солиб қўйди. Рақобатнинг ташкилий туризм бозорида кучайишини туроператорлар сонини ўсиб бориши, чет эл рақобатчи фирмаларнинг бозорга чиқиши, туристик хизматлар кўринишидаги маҳсулотларни таклиф қилувчи бошқа субъектларнинг кўпайиши (масалан, Фарбий давлатларда авиакомпанияларнинг туризм бозорига туроператор сифатида кириб келиши) билан изоҳлаш мумкин.¹

¹ А.А. Аллаберганов Туризм индустрияси. – Т.: 2004 й.

1.2. Туристтик мамлакатлар иқтисодиёти фанининг

мақсад ва вазифалари

Юқорида биз мамлакатларнинг иқтисодий ривожланишида стратегик аҳамиятга эга бўлган туризм соҳасининг моҳиятини кўриб чиқдик. Ушбу фаннинг асосий мақсади хорижий мамлакатлардаги мавжуд туризм ҳаёти билан танишиш, халқаро туризм марказларини, уларнинг йўналишлари ва фаолиятини, туризм иқтисодиёти қирраларини таҳлил қилиш, хусусан, туризм турлари, ресурслари, индустрияси, туристик хизматлар ва тур маҳсулотлари, туризм бўйича давлат сиёсати, солиқ, бож ва биржа масалаларини ўрганишдан иборат. Шунингдек, Ўзбекистоннинг халқаро туризм сиёсатидаги ўз ўрнини, туризм иқтисодиётини, унинг стратегик аҳамиятини, мамлакат иқтисодиётидаги ўрнини билиш, ўрганиш ва шу йўл билан мамлакатимиз туризм ресурслари ва имкониятларини бутун дунёга ёйиш лозим бўлади.

Халқаро туристик мамлакатлар иқтисодиёти курсини вазифалари - хорижий давлатлар туризм тизимини ўрганиш, чет эл туризм марказлари, уларнинг йўналишлари ва фаолиятларини таҳлил қилиш, туристик хизматлар ва маҳсулотлар таркибий тузилишини аниқлаш, хорижий давлатларда туристик ташкилотларни ташкил этиш йўллари ўрганиш, туристик мамлакатлар тарихи ва сиёсати билан танишиш, мамлакатимизда туризм индустриясини ривожлантиришда хорижий мамлакатлар тажрибаларини ўрганиш ва қўллаш, халқаро туризмда меҳмонхона тизимлари ва уларнинг ҳудудий ривожланиш ҳолатларини кўриб чиқиш, туризмда глобаллашув жараёни хусусиятларини ўрганиш, минтақалар бўйича туризмни ривожланиш истиқболларини башоратлаш, шунингдек, туризм индустриясида ахборот технологияларининг ривожланиш ҳолатларини ҳамда туристик мамлакатларнинг минтақалар бўйича географик ўрни, жойлашуви, қилинаётган туристик ташрифлар ва даромадларни таҳлил қилиш, замонавий туризм индустриясининг мамлакат ва дунё миқёсида

ривожланиш тенденцияларини таҳлил қилиш ва керакли хулосаларни чиқаришдан иборат.

1.3. Халқаро туристик мамлакатларда меҳмонхона тизимлари ва уларнинг ҳудудий ривожланиши

Халқаро туристик мамлакатлар манбаларига назар ташлайдиган бўлсак, дунёдаги асосий туристик мамлакатларда қирқ мингдан зиёд турли меҳмонхоналар мавжудлигига ишонч ҳосил қиламиз. Аниқроғи, бу кўрсаткич «Reed Travel Group» нашриётида чоп этилган «Official hotel Guide-2002» катологида кўрсатилган. Бу меҳмонхоналардаги умумий номерлар сони ўн беш миллионни ташкил қилади. Жаҳон бўйича меҳмонхоналар сони жиҳатидан Европа минтақаси биринчи ўринда туради. Иккинчи ўринда Америка минтақаси ва ундан сўнг Шарқий Осиё ва Тинч Океани ҳудуди туради.

Ҳозирги кунга келиб янгидан-янги меҳмонхоналар қуриш тобора авж олиб бормоқда. Кейинги йилларда биргина АҚШнинг ўзида бир йилда 82 минг ўринга эга бўлган меҳмонхоналар қуриб битказилди. Жадал меҳмонхона қурилишлари туристлар кўпроқ ташриф буюрадиган жойларда давом этаяпти. Бу Жанубий-Шарқий Осиё ороллари, масалан, Bali (Индонезия) ва Phuket (Таиланд)дир. Йирик меҳмонхона тизимларини барпо этиш Малдив республикаси ва баъзи Африка мамлакатларида ҳам кузатилмоқда.

Жаҳондаги бундай йирик меҳмонхоналарнинг инвестиция ташаббуслари нафақат жаҳон туризм тармоқларининг ўсиш суръатини, балки инвестиция киритилган ҳудудларнинг иқтисодий салоҳиятини ҳам ривожланишини белгилаб беради. Асосий олигаполистик хусусиятга эга бўлган жаҳон туризм бозорида уларнинг бундай ҳаракатларини рақибларидан орқада қолиб кетмаслик деб баҳолаш мумкин. Масалан: Француз ва Немис меҳмонхона гуруҳига кирувчи Accor International Англия, Италия, Испания, АҚШда меҳмонхоналарини очишга ҳаракат қилаётган бир

пайтда АҚШга мансуб Best western International, беш йил ичида аҳолига 800 та янги меҳмонхонасини Шимолий Америка, Венгрия, Туркия, Хитой, Япония, Жанубий-Шарқий Осиё ва ўрта шарқ мамлакатларида очишни режалаштирмоқда. Hyatt International гуруҳи эса Тайвань, Индонезия, Таиланд, Австралия, Хитой ва Англияда ўз меҳмонхоналарини очишга ҳаракат қилмоқда. Sheraton гуруҳи ҳам МДХнинг иқтисодий ва сиёсий барқарорлиги мустаҳкам бўлган ва туризм имкониятлари юқори саналган мамлакатларда ўз меҳмонхоналарини очишни режалаштирган.

Ҳозирги кунда бу гуруҳга тегишли қўшма корхона пойтахтимизда «Sheraton Tashkent» номи билан фаолият олиб бормоқда.

Бундан ташқари, Тошкентдаги эски меҳмонхоналар таъмирдан чиқарилиб, Тошкент меҳмонхонаси «Le meridian Tashkent Palas», Дўстлик меҳмонхонаси «Dedeman Silk Roud Tashkent», Россия меҳмонхонаси эса «Grand Mir» деб номланди ва чет эл менежменти сифатида фаолият олиб боришмоқда. Шунини алоҳида таъкидлаш жоизки, бу меҳмонхоналарнинг асосий ички кадрларини туризм коллежларини ва меҳмонхона бўйича махсус тайёргарлик курсларини тамомлаган кадрлар ташкил қилади.

Hyatt International Corp гуруҳининг Ҳиндистондаги инвестиция ташаббусларини таҳлил қиладиган бўлсак, 2001 йилнинг ўрталарида 240 номердан иборат Hyatt Regency Calcutta меҳмонхонасини, шунингдек, 2005 йилнинг бошларида 667 номердан иборат Grand Hyatt Bombay меҳмонхонасини ишга тушириш мўлжалланган. Европа минтақасида эса Contact Steinberger Hotels AG томонидан 2000 йилнинг охирларида 165 номердан иборат Intersity Hotel меҳмонхонасини Венада, 100 номердан иборат «Four Seasons Resorts Cote d'Azur» меҳмонхона 2002 йилнинг бошларидан Four Seasons Hotels ғ Resorts гуруҳи томонидан ва 2000 йилнинг охирларида эса 215 номердан иборат Le Meridian меҳмонхонаси Будапештда Forte Hotel Group томонидан ишга туширилди.

Марказий ва жанубий Америка ҳудудида 120 номердан иборат Comfort

Hotel меҳмонхонаси Бразилиянинг Sao Josedos Compos шаҳрида 2001 йилнинг бошларида Chorce Atlantica Hotels томонидан ишга туширилди. Бразилиянинг яна бир ажойиб шаҳри San Pauloda 2001 йилда 252 номердан иборат Melia Confort Higieropohs меҳмонхонаси Sol Melia Hotels гуруҳи томонидан ишга туширилди. Hyatt International гуруҳи ҳам бу ҳудудни кўлдан бой бермаслик мақсадида Аргентинанинг Мендоза шаҳрида 2001 йилнинг ўрталарида 185 номердан иборат бўлган Park Hyatt Mendoza of Casino меҳмонхонасини ишга туширди. Яқин шарқ ва Африка ҳудудидаги Stern Berger Hotels AG Mterning Sharm - Al-Shayx шаҳрида 2000 йилнинг охирида 383 номердан иборат Stein Berger Resort of Sporting Club меҳмонхонаси ишга туширди. Hyatt International Corporation гуруҳи 2002 йилнинг бошларида бу ҳудуднинг энг кўркам жойларидан ҳисобланган Хургادا (Жанубий Корея) шаҳрида 330 та хонадан иборат Hyatt Regency Soma Bay меҳмонхонасини ишга туширди.

Sol Melia Hotels гуруҳи 2000 йилнинг охирларида Тунисдаги Melia Africa меҳмонхонасига кўшимча 56 та номер кўшиб, жами 164 хонадан иборат бўлган меҳмонхонани очди. Шимолий Америка минтақасида Four Seasons Hotels of Resorts гуруҳи томонидан Канаданинг Ванкувер шаҳрида 254 та хонадан ибора Four Seasons Resorts меҳмонхонаси ишга туширилди. Marriott International гуруҳи томонидан 2000 йилнинг охирида Мексикада 205 та хонадан иборат бўлган Marriott Renaissance меҳмонхонаси очилди. Бу ҳудудни ҳам назардан четда қолдирмаган Hyatt International гуруҳи New Mexico нинг Санта Ана Руело шаҳарчасида 300 та хонадан иборат Hyatt Regency Tamaya Dallas меҳмонхонасини ишга туширди. Кўриниб турибдики, йирик меҳмонхона қурилишларининг бирор бир ҳудудга олиб кирган инвестицияси бошқаларнинг ҳам ўша ҳудудга инвестиция олиб киришига жалб этади. Бу Ўзбекистонга туризм индустриясини жалб қилиш бўйича ҳам алоҳида аҳамиятга эга.

АҚШдаги 20 та энг йирик отелларнинг 13 таси Лас-Вегасда

жойлашган. Яқиндагина энг йирик деб ҳисобланган 1515 ўринли «Caesuras Palace» бугунги кунга келиб 20 та энг йирик отеллар гуруҳига ҳам кирмай қолди.

Лас Вегас - бу умум эътироф этилган хордиқ чиқариш саноатининг етакчиси ҳисобланади. Шаҳарда 50 та казино бўлиб, уларнинг кўпчилиги меҳмонхона ҳудудларида жойлашган. Ушбу меҳмонхоналардаги апартаментлар ўзининг қулайлиги жиҳатидан мақтовга сазовордир. Бунда ишни бассейнлар, бир нечта йирик телеканаллар, зал ва ётоқхоналар, ошхона ҳамда барлар мавжуд. Бундай апартаментлар бинонинг алоҳида ажратилган томонида жойлаштирилган ва махсус банд қилиш хизматига ҳам эга. Кўпгина казиноли меҳмонхона номерлари бадавлат мижозлар учун махсус сақланади. Уларнинг бир кунлик нархи 1000 АҚШ долларидан 25000 минг АҚШ долларигача бўлади. Казинолар меҳмонхонага катта даромад келтиради. Шунинг учун бундай меҳмонхона ходимларининг энг асосий вазифаси, биринчи навбатда, мижознинг талаб ва истакларини қондиришдан иборат. Меҳмонхоналарда ҳамма мижозларга хизмат кўрсатиш учун бирдай мажбурий бўлган талаблар мавжуд бўлиб, уларга жойлашиш учун шароит яратиш, озиқ-овқат билан таъминлаш ва маиший хизмат кўрсатиш турлари ҳам киради. Расмий ва хордиқ чиқаришга мўлжалланган меҳмонхоналар мижозларга хизмат кўрсатишда ўзига хос хусусиятлари, талаблари ва тузилиши билан фарқланади.

Ҳозирги кунга келиб туризм соҳасида туризм тижоратини монополиялаш жараёни рўй бермоқда. Бунга сабаб, йирик туроператорларнинг кичик ва ўрта туроператорлар капиталидаги иштироки турли хил «стратегик альянс (иттифок)лар»нинг пайдо бўлиши. Масалан: TUI, REWE, NUR ва GfN фирмаларининг авиатурлар ва денгиз турларидаги ҳамкорлиги. Бундан ташқари, кўпгина, Европа туристик ташкилотлари томонидан шахсий меҳмонхоналар очилмоқда ва улар Испания, Туркия, Тунис ҳамда Таиланддаги дам олиш масканларининг пакет акцияларини

сотиб олишмоқда.

Халқаро туризм бозорида иштирок этувчи субъектларнинг кооперацияси тобора ривожланиб бормоқда. Бу тенденция 1960 йилларда шаклланган бўлиб, ҳозирда ҳар хил шаклларда, масалан, корхона акцияларини сотиб олиш йўли билан, интеграциялашган корхоналар ҳамкорликлари, жаҳон туризм индустриясида иштирок этувчи бирлашмалар, туристик корпорациялар, консорциумлар ва кооперативлар шулар жумласига киради.

Ҳар қандай бозор иккита омилга боғлиқ равишда ривожланади. Булар талаб ва таклиф омилларидир ёки истеъмолчилар ва ишлаб чиқарувчилар бозоридир. Халқаро туризмда таклиф бозорини таҳлил қилиш учун туристик индустрияда турли хил субъектларнинг потенциалини ўрганиш лозим. Айни вақтда бу ўз ичига комплекс равишда туризм индустриясига тегишли барча ички ва ташқи тармоқларни, яъни туризм бозорида иштирок этаётган ҳамма корхоналарни ҳамда ташкилотларни қамраб олади. Буларга:

- хусусий туристик корхоналар (туроператорлар ва турагентлар туристларни жойлаштириш ташкилотлари, овқатланиш ва бошқалар);
- иқтисодиётни бошқа секторларига кирувчи ҳамда туристларга хизмат кўрсатувчи корхоналар (экскурсия хизматлари, ҳордиқ чиқариш ва маданий дастурларни ташкил этиш, кредит ташкилотлари, суғурта компаниялари, туристик воситаларни ижарага берувчи фирмалар, туризм соҳасида маркетинг тадбирларини ўтказадиган ташкилотлар);
- қўшимча фойда олиш мақсадида туристик хизматларни кўрсатувчи корхоналар (транспорт, умумий овқатланиш, фармацевтика, енгил саноат, тиббиёт, маданий-маърифий таништирув ташкилотлари);
- давлат органлари, туризмнинг ривожланишида ҳудудий ва иқтисодий шарт-шароитларни таъминлаш, туризм соҳаси учун малакали кадрларни тайёрлайдиган билим юртлари ҳамда жамоат ташкилотлари киради.

1.4. Хорижий мамлакатларда туристик маҳсулотларни ишлаб чиқариш жараёнлари

Туристтик мамлакатларда турли хил ҳордиқ чиқариш омилларини, яъни тунаш, транспорт, овқатланиш, анимация ва ҳақозоларни бир жойга тўплаб ташкил қилинган хизматлар мажмуи «пекиж тур»лар дейилади. Бу туристик маршрутлар:

- Инглизчада “Inclusive Tour”
- Французчада “Voyage a forfait”
- Америкада «Package tour» терминлари билан ифодаланади.

Пекиж турларга оид биринчи илмий ишларни олиб борган кишилардан бири француз туризм иқтисоди мутахассиси Franchois Mauris пекиж турга қуйидагича таъриф берган: Таътилни ўтказишга оид барча омиллар, яъни транспорт, тунаш, сайр қилиш ёки уларнинг бир қисми бир туроператори томонидан тайёрланган. Реклама ёки танишиш воситаси билан таклиф қилинган, барқарор бир нархда сотиладиган, саёҳат бошланмасданок ҳақи тўланган хизматлар мажмуи “Pekijtur” деб аталади. Саёҳат тушунчаси жуда қадим даврларга бориб тақалар экан, хизматлар йиғиндиси бўлган пекиж турларнинг тарихи яқин ўтмишга дахлдордир.

Европада XIX асрда темир йўлларнинг ривожланиши ва меҳмонхоналарнинг қурилиши ўрта табақадаги Европаликларни саёҳат қилишга ундай бошлайди. Биринчи пекиж турлар 1841 йили Англияда Томос-Кук томонидан ташкил этилди ва сотила бошланди. Илк пекиж турларда транспорт воситаси сифатида темир йўллардан фойдаланилган.

1856 йилда Томас-Кук Европа бўйича энг катта маршрутни амалга оширади ва 1860 йилларнинг охирларида Нил дарёсида кемада, Ҳиндистонга темир йўл орқали ва АҚШ га гид иштирокидаги саёҳатларни ташкил қилади. Саёҳат ва туризм тармоқларидаги илк туристик дастурлар, туристик бюролар, ваучерлар Томас-Кук томонидан ишлаб чиқилган.

Иккинчи жаҳон уришидан кейин, ҳаво йўли транспорти туристларни

узоқ жойларга қулай шароитда арзон нархларда етказиб қўйиши билан тармоқдаги ўзгариш ва ривожланишларда муҳим роль ўйнади. Туроператорлар ички ва ташқи туризм фаолиятларини жадал ривожлантирдилар.

Пекиж турни ташкил қилувчи омиллар. Пекиж турларни ташкил қилувчи асосий омилларга инсон омили, транспорт, овқатланиш, тунаш, саёҳат дастурлари киради.

Инсон омили - Пекиж турлар асосан туроператор томонидан ишлаб чиқилади ва саёҳат агентликлари воситасида сотилади. Бу маршрутлар фақатгина туроператорларнинг фикрига боғлиқ бўлмасдан, бирон-бир уюшма ёки клубларнинг таклифи ҳам бўлиши мумкин. Шунингдек, экскурсаводли маршрутларнинг баъзи бир қисми тур бошқарувчиларининг фаолияти остида амалга оширилади. Бу эса пекиж турларда инсон омилининг аҳамиятини оширади.

Транспорт - барча маршрутлар транспорт воситасида амалга оширилади. Транспорт воситалари турли хил бўлиши мумкин. Масалан, самолёт, автобус, кема, аэропортдан меҳмонхонага қатнайдиган транспорт энг кўп қўлланиладиган транспорт турларига киради. Темир йўли, машинани ижарага олиш, велосапед от-арава, ҳатто туядан ҳам фойдаланиш транспорт воситасини ўтайди.

Овқатланиш - пекиж турларнинг таркибига кирувчи таомлар турининг нархини белгилашда муҳим омил бўлиб ҳисобланади. Агар туроператор маршрутга бирорта ҳам овқатни қўшмаса, бу пекиж «Европа усули» деб аталади. «Америка усули» эса бунинг тескариси бўлиб, уч маҳал овқатланишни ўз ичига олади. Соддалаштирилган Америка усулида эса нонушта ва кечки овқат берилади. Люкс турларда «Ala Carte» менюлар таклиф қилиниб, ундан бирор бир овқатни танлаш ихтиёри меҳмоннинг ўзига берилди.

Тунаш - Маршрутлардаги энг муҳим омил тунашдир. Маршрутлардан

ўрин олган меҳмонхона стандартлари ва хона сифатлари маршрутларнинг нархида ўз аксини топади.

Саёҳат дастури - Маршрутлардаги кунлик белгиланган вақт ва масофа жуда муҳим омилдир.

Туроператор бир кунда 10 соатдан ёки 500 км.дан ортиқ масофани тур режасига киритишни истамайди. Шунингдек, маршрутлардаги масофа муҳим ҳисобланади. Тур дастурларида эътиборга олинмаган бошқа бир омил меҳмонхонанинг жойлашган ўрнидир. Асосан маршрутларда муҳим шаҳарларга бориладиган бўлса марказдаги меҳмонхоналар танланади.

Пекиж турларини ишлаб чиқиш жараёнлари. Пекиж турлар бошқа аралаш маҳсулотлар каби кўпчилик инсонлар томонидан амалга оширилади. Тур маҳсулотларни бир жойга тўплаш учун қуйидаги кўрсатилган гуруҳлар ҳамкорлигида ишлаб чиқилади.

- Туристтик маҳсулотлар ва хизмат кўрсатувчилар (меҳмонхоналар, ресторанлар, ҳаво йўллари компаниялари, дам олиш масканлари).
- Давлат секторидаги уюшмалар (марказий ёки минтақавий туризм ташкилотлари).
- Туроператор.
- Саёҳат агентликлари.

Туристтик ташкилот ва хизмат таклиф қилувчилар тур маҳсулотларнинг ишлаб чиқарувчиларидир. Уларнинг асосий мақсадлари ўз маҳсулотларини маълум бир фойда билан сотиш ҳисобланади. Булар асосан маҳсулотларини истеъмолчилардан кўра, кўпроқ воситачиларга сотадилар. Туристтик маҳсулот ва хизматларнинг «пекиж тур» ҳолатига келиши 4-та асосий босқичдан иборат бўлади.

- Корхона фаолиятини тартибга солиш ва тайёргарлик босқичи.
- Баҳолаш босқичи.
- Брошюра ва каталоглар чиқариш.
- Маркетинг фаолиятларини реклама қилиш.

Тайёргарлик босқичи - Тайёргарлик босқичи режалаштиришдан бошланади. Фаолиятларнинг бошида турувчи бозор тадқиқоти туроператорларга қайси турларни сотилишини белгилашда муҳим аҳамиятга эга.

Туристтик компаниялар, турнинг тахминий бошланиш ва муддати белгилангандан кейин, транспорт ва бошқа маҳаллий хизмат кўрсатувчи корхоналар билан шартномалар тузади.

Бу шартномалар тур дастури учун аниқлик киритади. Бу босқичда қилинадиган ишлар қуйидагича таснифланади.

1. Бозор тадқиқоти. Амалиётда бериладиган бир жой ёки марказий пекиж тур сифатида қўллаш кенг кўламли бозор тадқиқотига боғлиқ бўлади.

Туристтик жойларни танлашда қуйидагиларга эътибор бериш керак бўлади:

- а) Етарлича худудга ва ўзига жалб қилувчи манбаларга эгами?
- б) Бориладиган мамлакатнинг ижтимоий иқтисодий аҳволи қандай?
- в) Бориладиган жой ёки мамлакатнинг инфраструктураси, соғлиқни сақлаш ва транспорт имкониятлари қандай?
- г) Рақобатчи мамлакатларнинг бозорида вазият қандай?
- д) ҳамкорликка лойиқ саёҳат агентлиги мавжудми ва етарли даражада ходимларга эгами?

2. Истеъмолчи сегментини ва талабини аниқлаш. Бу фаолият бозор тадқиқотининг бир қисмини ташкил қилади.

3. Олдин ташкил қилинган маршрутларни таҳлил қилиш. Ишлаб чиқариладиган пекиж турнинг ҳаридоргирлигини таҳлил қилиш, бунда бошқа туроператорларнинг бозоридаги имкониятлари ва рақобатнинг мураккаблиги инобатга олинади.

4. Бориладиган жойнинг белгиланиши. Пекиж турнинг нархи туроператорлари учун жой танлашдаги асосий омиллар ҳисобланади. Бундан ташқари, бориладиган жойда хизмат кўрсатиш корхоналарининг

туроператорларига бериладиган қулайликлар ҳам муҳим ҳисобланади.

5. Транспорт воситасининг белгиланиши. Ҳозирги кунда ҳаво йўллари транспортида чартер рейсларига бўлган ишонч, қулайлик ва нарх рақобат талаб қилмайдиган транспорт турига айланиб бормоқда. Туроператорлар жойларнинг узоклиги ва истеъмолчи типларига кўра транспорт воситасини танлаб, жой сотиб олиш фаолиятларини бошлайдилар.

6. Тунаш жойининг белгиланиши. Туроператорлар томонидан тайёрланадиган пекиж турларга талаб бўлмасдан олдин сайёҳларнинг тунашлари учун меҳмонхона, мотел, кемпинглар, пансионатлардан жойлар банд қилиниши керак.

7. Кутиб олиш ва кузатиш (transfer) хизматлари. Маршрут қайси жойда ташкил қилинадиган бўлса, туроператори ўша жойдаги бирор маҳаллий саёҳат агентлиги билан «incoming» (қабул қилиш) хизматларини кўрсатиш шартномасини тузиб туристик маҳсулотни юқори даражада истеъмол қилинишига ёрдам беради.

8. Саёҳат дастурининг белгиланиши. Истеъмолчиларнинг асосий эҳтиёжлари учун керак бўлган транспорт, тунаш жойи, овқатланиш ва бошқа хизматлар бир жойда тўплангандан кейин бу хизматлар дастур ҳолига олиб келинади.

Баҳолаш жараёни босқичи. Пекиж турни ишлаб чиқиш жараёнида агентликларнинг энг муҳим функцияларидан бири баҳолашдир. Бундай корхоналарда баҳолаш, маълумот йиғиш ва сотиб олиш фаолиятлари билан яқиндан алоқададир.

Баҳолаш фаолиятларида етарли даражада тез ҳаракат қилиш рақобатчиликнинг муҳим омили ҳисобланади. Шунингдек, вақт йўқотмаслик учун аниқ ва ўзгармас хизматлар олдиндан баҳоланиб, истеъмолга тайёр бўлиши керак. Саёҳат корхонасига келадиган турли хил маълумотларни, хизмат турларининг нархларини тегишли ҳужжатларда ёки компьютерларда сақлаш келажакда ўз самарасини кўрсатмоқда. Асосан нарх ва қиймати ҳам

белгиланмаган бошқа корхоналар ва хизматлар ҳақида олдинги йилларга доир маълумотлардан фойдаланган ҳолда тахминий рақамлар чиқарилиши мумкин. Албатта, бундай ишларни амалга ошириш учун корхона ҳар доим керакли маълумотларни тўплаб, “маълумотлар базаси”ни йиғиб бориши зарур.

Маршрутларга нарх белгиланаётганда тур гуруҳларнинг катта-кичиклиги инобатга олиниб, нархлар туристлар сонига қараб чиқарилади. Хорижий туроператорлари асосан махсус бир таърифни олиб (itinerary ёки confidential таъриф) бу таъриф ичида пекиж тур ёки бирор бир хизматни танлаб, маҳаллий агентликдан нарх талаб қилади. Маҳаллий агентлик, туроператорга таклиф қиладиган хизматларни ва маршрутларни акс эттирувчи брошюра ёки тур дастури, каталогини жўнатади. Туроператор бу каталогдан танланган хизматларини агентлик ёки маҳаллий туроператорларга билдиради.

Агентлик ҳам талаб қилинган хизмат нархини уларга жўнатади. Таклиф қилинган нархлар туроператор томонидан қабул қилингандан сўнг резервация (брон қилиш) фаолиятлари бошланади.

Баҳолаш фаолиятларида қуйидаги асосий нархларга эътибор берилади:

- ◆ таклиф қилинган тур дастурига алоқаси бўлган хизмат турлари ва нархларни олдиндан кўриб чиқиш;
- ◆ Олдинги баҳолашларни ва махсус нархларни қайта кўриб чиқиш;
- ◆ Асосий маҳсулотлар ва хизматларни олдиндан баҳолаш;
- ◆ Нархларни мавсумга қараб ўзгариши;
- ◆ Турли мавсумдаги резервациялар учун меҳмонхона нархларининг инобатга олиниши;
- ◆ Валюта курсининг ишонарли даражада тахмин қилиниши.

Маршрутларни баҳолашда хорижий туроператори талаб қилган, бепул хизмат кўрсатиладиган кишилар (free) сони ҳисобга олиниб, турнинг бошланиш вақтидаги валюта курслари таҳлил қилинади.

Маршрут таннархини ва нархини аниқлашдаги асосий омиллар:

- ◆ Тунаш;
- ◆ Транспорт;
- ◆ Овқатланиш;
- ◆ Музейга ташриф ва бошқа ҳаражатлардан иборат.

Киши бошига қилинадиган ҳаражатлар иккига бўлинади.

1.4.1-жадвал.

Туристтик йўналишни баҳолашда қўлланиладиган маълумотлар

Ўзгарувчан ҳаражатлар (киши бошига)	Ўзгармас ҳаражатлар (тур бошқаруви)	Ўзгармас ҳаражатлар (гурух)
1. Ҳаво йўли.	1. Транспорт.	1. Чартер воситалар.
2. Ҳаво йўли солиқлари.	2. Тур давомида транспорт.	2. Автомобиль йўли, кема кўприк.
3. Трансферлар.	3. Ҳаво йўли солиғи.	3. Кунлик сайрлар.
4. Юк.	4. Тунаш хонаси нархлари	4. Экскурсоводлар.
5. Тунаб қолиш.	5. Овқатлар, солиқлар.	5. Трансферлар.
6. ҚҚС.	6. Трансферлар.	6. Киришлар.
7. Хизмат ҳаражатлари.	7. Кунлик сайрлар.	7. Дастурлар.
8. Овқатланиш.	8. Юк.	8. Ҳайдовчи учун ҳақ.
9. Турдан олдин ва кейин тунаш-овқатланиш.	9. Турдан олдин-кейин тунаш-овқатланиш.	9. Брошюралар.
10. Суғурта.	10. Суғурта.	10. Реклама ҳаражатлари
11. Киришлар.	11. Саёҳат чеклари комиссиони.	11. Алоқа хизматлари.
12. Матбуот.	12. Паспорт-визалар.	12. Бошқарув ҳаражатлари.
13. Бошқа ҳаражатлар.	13. Эмлаш.	
14. Овқат солиғи.	14. Валюта операциялари.	
	15. Бошқа ҳаражатлар.	
	16. Ойлик маош.	

Ўзгармас ҳаражатлар: Тунаш, овқатланиш музей ва тарихий обидаларга таклиф, учиш билетлари ва маҳаллий транспорт, киши бошига келадиган бошқа ҳаражатлар, киши бошига кетадиган ҳаражатлар,

йўловчиларга бериладиган совғалар билан кўрсатиладиган хизмат харажатларини ўз ичига олади. Ўзгармас харажатлар ҳам саёхатга чиқадиган кишиларнинг сонига муносиб бўлади.

Ўзгарувчан харажатлар қуйидагилардан иборат: Автобус транспорти нархлари, экскурсавод учун учуш билети, ҳайдовчига кетадиган харажатлар билан гуруҳга бошчилик қилувчи тур бошқарувчиси ва «free» харажатларидан иборат.

Маршрутларнинг таннархини ва сотиш нархларини аниқлашда баҳолаш фаолиятлари киши бошига ҳисобланади. Умумий гуруҳлар, меҳмонхоналарда (НВ) тунаш ва нонушта ёки тушликдан фойдаланадилар. Бир кун олдин хабардор қилинса, кечки овқат тушлик вақтида берилиши мумкин. Чунки ярим пансионат, асосан, эрталабки нонушта билан кечки овқатни ўз ичига олади.

Маршрутлардаги киши бошига тўғри келадиган энг катта харажат бир ўринли номерларда қолувчилар томонидан тўланади. Хонасига кўра энг юқори нарх эса уч ўринли хоналар ҳисобланади.

Маршрутлардаги харажатлар – Туристларнинг сумка чемодан ва х.к. юкларини ташиш учун меҳмонхонага тўланадиган пул миқдори.

Администрациядагилар учун – меҳмонхонадаги администрация хизматлари учун ажратилган пул миқдори.

Ресторандагилар учун – ресторанда овқатланганда бериладиган чойчақа.

Ходимлар учун – Гид, автобус ҳайдовчиси ва унинг ёрдамчисига қилинадиган (овқатланиш ва тунаш) харажатлар.

Маршрутларнинг таннархи ва нархини аниқлашда қуйидаги усуллардан фойдаланилади:

кичик экскурсия x кун сони

Гид харажатлари = -----

туристлар сони

кунлик автобус харажати х кун сони

Туроператор харажатлари = -----

туристлар сони

Ҳамкорлик = киши бошига нарх х меҳмонхона сони:

Ресторан = киши бошига нарх х овқатланиш сони:

Администратсия = киши бошига нарх х меҳмонхона сони

ходимлар сони х овқатланиш + тунаш

Ходимлар харажати = -----

туристлар сони

Маршрутларнинг нарhini аниқлаш учун бориладиган шаҳарлар, меҳмонхоналар, у ерда тунаш кунлари, киши бошига тўланадиган хона нархлари, сайр қилинадиган объектлар ва бу ерлардаги музей, тарихий обидалар каби жойларга ташриф харажатларини кўрсатадиган режа тузилади.

1.5. Халқаро туристик мамлакатларда глобллашув

жараёни хусусиятлари

«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»¹. 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 ташкилоти (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

¹ Аллаберганов А. Халқаро сайёҳлик соҳасида мақсадли бозор сегментини танлаш. Бозор, пул ва кредит. 2000. 12-сон, 66 бет.

кайтадан кўриб чиқишларини ва кўпгини ананавий усуллардан воз кечиб янги услубларда фаолият олиб боришларини тақазо этади. Чунки XXI асрда туризмнинг, яна ҳам тўғрироғи туристик маҳсулотларнинг янгича турларига асос солиниб, жаҳон туризм бозорининг ҳажми кенгайиб боради. Бу эса глоболлашув жараёнининг муҳим қисмини ташкил этади.

Глоболлашув 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, кемасозлик, 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 глоболлашув 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, иқтисодиётни глоболлаштиради. 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 ишончилигига 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 бўлмайди. 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 терминалларига 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. Туристлик маҳсулот ва хизмат таклиф қилувчи тармоқлар, банклар, молия ташкилотлари, коммуникация тизимлари ва ахборот технологиялари биржани ташкил қилади. Туристлик 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 экранида 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 комисион ҳақини ҳам ушлаб қолади. Бундай фаолиятнинг энг муҳим томони шундаки, биржа тизимини банк ёки молия ташкилоти бошқаради. Бу эса кўпгина туризм компаниялари учун жуда кўл 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.

1.6. Халқаро туризмни ривожлантиришнинг умумий йўналишлари

Иккинчи жаҳон уришидан кейин дунёнинг ҳамма мамлакатларида халқаро туризм шиддат билан ривожлана бошлади. Бунинг асосий сабаби жаҳон мамлакатларида аҳолининг ўсиш суръатини тезлашганлиги, мамлакатлар индустриясининг ривожланиши, аҳоли дарамадларининг ўсиши натижасида оммавий равишда саёҳат ва дам олишга аҳолида талаб ортиб

борди.

Янги минг йилликнинг кириб келиши ва жаҳондаги иқтисодий-ижтимоий муносабатларнинг янги босқичга ўтиши халқаро туризм ҳарактларини янада ривожлантирди. Бу соҳанинг жаҳон иқтисодиёти тизимидаги аҳамияти эса янада ошди.

Бутун жаҳон туризм ташкилоти статистик маълумотларига кўра, 1970 йилда жаҳон бўйича 160 млн. туристик ташрифлар амалга оширилган бўлса, 1990 йилга келиб саёҳатчилар сони 460 млн. кишига етган, халқаро туристик саёҳатлар уч маротабагача ўсган. 1991 йилда халқаро туризмда пасайиш кузатилган, яъни ўсиш 1,5% ни ташкил қилган. 2000 йилда жаҳон туризм ҳаракатлари 5,8% га ошган. 1999 йилги кўрсаткичдан икки маротаба кўп бўлган, бундай кўрсаткич охирги 10 йил мобайнида кузатилмаган эди. Охирги йилга нисбатан деярли 40 миллиондан ортиқ бўлган халқаро туризм ҳаракатлари 2000 йилда 696,8 миллион кишини ташкил этган, туризм индустриясида вужудга келган бу вазиятни Бутун жаҳон туризм ташкилотининг бош қотиби ФРАНСЕСКО ФРАНГИАЛИ «Бизнинг оптимистик тахминларимизга нисбатан туризм, асрдан асрга жуда тез суръатларда ривожланиб бормоқда ва 2000 йилда инсонлар учун ёзги Олимпияда ўйинлари Европадаги футбол чемпионатлари, Германиядаги EKSP0 – 2000 кўргазмаси, Ватиканнинг юбилеи ва шунга ўхшаш жуда кўплаб тадбирлар амалга оширилдики, саёҳат қилиш учун кўплаб сабаблар юзага келди», деб таъкидлаган эди.

**Халқаро туризм ҳаракатларининг ривожланиш динамикаси
(1950-2005 йиллар)**

Йиллар	Ташриф буюрган туристлар сони (млн.киши)	Ўртача йиллик ўзгариши%	Даромад млрд. доллар	Ўртача йиллик ўзгариш%
1950	25,282	-	2,1	-
1960	69,296	10,6	6,867	12,6
1970	159,690	8,7	17,9	10,0
1980	284,841	6,0	102,372	19,1
1985	329,558	3,29	117,63	4,59
1986	340,571	3,34	142,074	2,78
1987	366,872	7,72	174,323	22,63
1988	401,723	9,5	201,51	15,67
1989	430,954	7,28	218,369	8,35
1990	459,233	6,56	264,708	21,22
1991	466,044	1,48	271,822	2,69
1992	503,617	8,06	308,596	13,53
1993	518,258	2,91	313,963	1,74
1994	546,266	5,4	346,674	10,42
1995	566,082	3,63	393,23	13,43
1996	592,122	4,6	423,116	7,60
2000	687,300	10,8	473,414	6,2
2001	684,100	-0,5	459,512	-2,9
2002	702,600	2,7	474,276	3,2
2003	694,100	-1,8	533,000	6,4
2004	764,500	10,1	633,000	9,3
2005	806,300	5,5-	680,000	3,3

*МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти (ЮНВТО) (Маълумотларни
2006 йил сентябрда йиғган)*

Шунингдек, 2005 йилда халқаро туризмдан келадиган даромад 3,3% га ўсиб, 680,0 миллиард АҚШ долларини ташкил этди. Жаҳондаги барча туристик марказларда ўсиш кузатилади.

Бироқ барчага маълумки, Америкада кутилмаганда содир бўлган террористик хуруж нафақат туризм соҳаси бўйича қилинган башоратларни, балки иқтисодиётнинг бошқа соҳаларига тегишли башоратларни ҳам оқламайди. 2001 йил 11 сентябрдаги Америкада содир бўлган террористик хуруж таъсирида жаҳон иқтисодиётида 0,6% га камайиш кузатилди.

1.6.2-жадвал

Дунё бўйича 2001-2005 йилларда халқаро туристик ташрифлар

Минтақалар	Халқаро туристик ташрифлар млн.киши					Ўзгариши%				Улуши %
	2001	2002	2003	2004	2005	2001- 2000	2005/ 2004	2005		
Африка	28,3	29,1	31,2	33,8	36,7	3,2	8,5	4,6		
Шимолий Африка	10,6	10,3	11,4	12,8	13,7	4,8	7,5	1,7		
Сахрои-Кабр чўли минтақаси	16,7	18,0	19,5	21,1	23,0	4,9	9,1	2,9		
Америка	120,2	114,9	113,1	125,7	133,5	-6,1	6,2	16,6		
Шимолий Америка	84,4	81,6	77,3	85,7	89,9	-7,5	4,9	11,2		
Кариб ороллари	16,9	16,1	17,1	18,1	18,9	-1,6	4,3	2,3		
Марказий Америка	4,4	4,7	4,9	5,7	6,5	1,7	15,7	0,8		
Жанубий Америка	14,4	12,5	13,8	16,2	18,2	-5,0	12,2	2,3		
Осиё ва Тинч океани	121,1	131,3	133,2	144,2	155,4	5,1	7,8	19,3		
Шимолий-шарқ. Осиё	65,6	73,6	61,7	79,4	87,6	5,0	10,3	10,9		
Жануб.-шарқ. Осиё	40,2	42,2	36,1	47,1	49,3	8,7	4,8	6,1		
Океания	9,5	9,6	9,0	10,1	10,5	-1,6	3,8	1,3		
Жанубий Осиё	5,8	5,9	6,4	7,6	8,0	-4,5	5,5	1,0		

Европа	390,8	399,8	407,1	424,4	441,5	-0,5	4,0	54,8
Шимолий Европа	44,6	46,4	45,8	49,6	52,9	-4,7	6,5	6,6
Фарбий Европа	139,2	141,4	136,1	139,0	142,7	-2,6	2,6	17,7
Марказий-шарқ. Европа	63,4	65,2	78,5	86,3	87,9	1,8	1,9	10,9
Жанубий, Фарбий Ўрта ер денгизи Европа	143,7	147,1	146,8	149,5	158,0	2,2	5,7	19,6
Яқин шарқ	23,6	27,6	29,5	36,3	39,1	-1,3	7,7	4,8
Жаҳон бўйича	684,1	702,6	694	764	806	-0,5	5,5	100

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти (ЮНВТО)
(Маълумотларни 2006 йил сентябрда йишган)

2002 йилда жаҳон туризм соҳасида «тикланиш йили» деб номланади. 2005 йилда 2004 йилга нисбатан халқаро ташрифлар бўйича 5,5 га кўпайиш кузатилди. Халқаро туризм тушумлари бўйича 3,3% га ўсиш кузатилди.

Европа минтақаси 2005 йилда халқаро туризм ҳаракатларининг 54,8% ни ташкил этган. 2005 йилда Европа минтақаси 441,5 миллион хорижий туристларни қабул қилган. Саёҳатларнинг кўпчилиги Фарбий Европа ва Жанубий Европага тўғри келади. 2004 йилга нисбатан 2005 йилда Европа мамлакатларига ташрифлар 4% га ўсган.

Осиё ва Тинч Океани минтақасига 2005 йилда халқаро туризм ҳаракатларининг 19,3%и тўғри келган. Бу минтақани ҳамма ҳудудлари бўйича ўсиш кузатилган. 2005 йилдаги ташрифларни 2004 йилга таққослайдиган бўлсак, ўсиш суръати 7,8% ни ташкил этади. Таҳлил натижалари бу минтақага хорижий сайёҳларнинг қизиқишлари катта эканлигидан далолат беради.

**Минтақалар бўйича халқаро туризмдан тушган тушумлар таҳлили
(2005 йил бўйича)**

Минтақалар	Халқаро туризмдан келиб тушган тушим млрд.долл. АҚШ	Битта туристик ташрифдан тушган тушим миқдори (АҚШ.дол.)	Ўзгариши%		Улуши %
			2004/2003	2005/2004	
Африка	21,5	590	6,9	8,5	3,2
Америка	144,6	1,080	11,5	3,8	21,2
Осиё ва тинч океани	138,6	890	24,4	4,3	20,4
Европа	348,2	790	3,2	2,4	51,2
Яқин шарқ	710	27,6	11,3	1,5	4,0
Дунё бўйича	680	840	9,3	3,3	100

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти (ЮНВТО)

(Маълумотларни 2006 йил сентябрда йишган)

Америка минтақаси халқаро туристик ташрифларнинг 16,6%ни ташкил этган. 2005 йилда бу минтақага 133,5 млн. туристлар ташриф буюрган. 2005 йилда 2004 йилга нисбатан 6,2%ни ташкил этган. 2001 йилда Америкада содир бўлган воқеалар таъсирида 2001 йил 2000 йилга нисбатан 4,4%га ташрифлар камайган. Америка минтақасининг ҳамма ҳудудларида 2002 йилда камайиш кузатилган.

Африка минтақасида туризм ҳаракатларининг 2002 йилдаги кўрсаткичлари бўйича минтақада ривожланиш суст даражада эканлигини кўришимиз мумкин. 2005 йилда 2004 йилга нисбатан ўсиш 8,5% ни ташкил этган. Ғарбий, Марказий ва Жанубий Африка мамлакатларида ривожланиш кузатилган. Бироқ, юқорида таъкидлаб ўтганимиздек, баъзи бир ҳудудлардаги сусткашлик Африка ҳудудининг умумий туризм ҳаракатлари

кўрсаткичларига салбий таъсир кўрсатган.

Яқин шарқ мамлакатларида туризм ҳаракатлари энг энг юқори кўрсаткичлар билан жадал ривожланиб бормоқда. 2005 йилда 2004 йилга нисбатан ўсиш суръати 7,7% ни ташкил этган. Бу ҳудудга хорижий туристларни жалб қилган энг биринчи омил, Исо пайғамбарнинг туғилганига 2000 йил бўлганлигини нишонлаш тадбирлари бўлса керак. (1.6.2-жадвал)

Бутун жаҳон туризм ташкилоти статистик маълумотлари, минтақалар бўйича 2005 йилдаги халқаро туризм даромадларини таҳлили шуни кўрсатадики, 2005 йилда Европа минтақаси жаҳон бўйича умумий даромадлари 51,2% га эга бўлиб, 348,2 млрд. доллар (АҚШ) даромад қилган. Европа минтақасини бундай юқори кўрсаткичга эришишида Франция, Испания, Италия, Буюк Британия мамлакатларида туризм ҳаракатларини ривожланиш даражаси ниҳоятда юқори бўлган.

Минтақалар бўйича иккинчи ўринни Америка минтақаси эгаллаган. Жаҳон бўйича умумий даромадларнинг 21,2% га эга бўлиб, 144,6 млрд. доллар даромад қилган. Бу минтақада Америка Қўшма Штатлари, Канада ва Мексика давлатлари энг юқори кўрсаткичга эришган.

2005 йилнинг энг илғор мамлакатларига қилинган ташрифлар

2000 йилга нисбатан 2005 йилдаги ўзгаришлар

Рейтинг	Мамлакат	Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши ҳисобида)					Ўзгариши			
		1999	2000	2002	2004	2005	2000/ 1999	2001/ 2000	2002/ 2001	2005/ 2004
1	Франция	73,0	75,5	77,0	75,1	76,0	3,4	-2,6	2,4	1,2
2	АҚШ	48,5	50,9	41,9	46,1	49,4	4,9	-11,9	6,7	7,2
3	Испания	46,8	48,2	51,7	52,4	55,6	3,0	4,6	3,3	6,0
4	Италия	36,5	41,2	39,8	37,1	36,5	12,8	-3,9	0,6	-1,5
5	Хитой	27,0	31,2	36,8	41,8	46,8	15,5	6,2	11,0	12,1
6	Буюк Британия	25,4	25,2	24,2	27,8	30,0	0,8	-9,4	5,9	8,0
7	Россия	18,5	21,2	7,9	19,8	19,9	14,5	5,3	7,3	0,2
8	Мексика	19,0	20,6	19,7	20,6	21,9	8,4	-4,0	-0,7	6,3
9	Канада	19,5	20,4	20,1	19,0	18,6	4,9	0,3	1,9	-2,2
10	Германия	17,1	19,0	18,0	20,4	21,5	10,5	-5,9	0,6	6,8
11	Австрия	17,5	18,0	18,6	19,4	20,0	2,9	1,1	2,4	3,0
12	Польша	18,0	17,4	14,0	14,3	15,2	-3,1	-13,8	-6,8	6,4
13	Венгрия	14,4	15,6	15,9	12,2	10,1	8,1	-1,5	3,5	-17,7
14	Гонконг	11,3	13,1	16,6	13,6	14,7	15,3	5,1	20,7	8,2
15	Греция	12,2	12,5	14,2	13,3	14,2	2,8	7,3	0,9	7,2

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти (ЮНВТО)

(Маълумотларни 2006 йил сентябрда йишган)

Осиё ва Тинч Океани минтақасида жаҳон бўйича умумий даромадларнинг 20,0% ни ташкил этган ва 94,7 млрд. АҚШ доллариди даромад қилган. 2002 йилга нисбатан 7,7% га ўсиш кузатилган. Ҳиндистон, Корея ва Сингапур мамлакатларида 2002 йилги статистик маълумотлар бўйича пасайиш кузатилган. Хитой, Гонконг, Макао, Янги Зеландия, Таиланд мамлакатларида 2002 йилда 2001 йилга нисбатан 11,7% дан 25,0%

гача туризм ҳаракатларида ўсиш кузатилган.

Африка минтақасига жаҳон бўйича умумий даромадларнинг 2,5% тўғри келиб, 11,8 млрд. АҚШ долларларида даромад қилган. 2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўсиш 0,3% ни ташкил этган. 2002 йилда Жанубий Африка ҳудудида, Танзания, Замбия ва Жазоир мамлакатларида ўсиш кузатилган, қолган ҳудудларда эса халқаро туристик ташрифлар камайиши ҳисобига пасайиш кузатилган.

Яқин шарқ минтақасида 2002 йилда кескин кўтарилиш жараёнлари кузатилган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда ўсиш суръатлари 16,7% ни ташкил қилган. Бу минтақага жаҳон бўйича умумий даромадларнинг 2,7 фоизи тўғри келиб, 13,0 млрд. АҚШ долларларида даромад қилинган. Яқин шарқ мамлакатларида 2002 йил 2001 йилга нисбатан 10,0% дан 31,7% гача ўсиш кузатилган. Айниқса, Бирлашган Араб Амирликларида 31,7% ни, Ливанда 14,2% ни, Бахрейнда 13,6% ни ташкил этган. Кейинги бўлимларда минтақавий ҳамда мамлакатлар бўйича халқаро туризм ҳаракатларини ривожланиш суръатлари ўсишига ёки пасайишига таъсир кўрсатган омилларни алоҳида кўриб чиқамиз.

Жаҳон туризмнинг энг илғор 15 та асосий туристик марказларига кирувчи Хитой мамлакатигина 2001 йилда +6,2% ўсишга эришди. 2001 йилда содир этилган террористик хуружлар кўпгина хизмат кўрсатиш тармоқларига салбий таъсир кўрсатди. Асосан Америка ва Европа минтақаларига тегишли нуфузли авиокомпаниялар жуда катта талофат кўрди. 2002 йил туризм соҳасида «тикланиш йили» деб номланди. Шунингдек, 2003 йилда АҚШнинг Ироққа бошлаган уруши, Хитой ва бошқа Шарқий Осиё мамлакатларида тарқалган юқумли касаллик туризм индустриясини яна бир маротаба синовдан ўтказди. Жаҳон сиёсий ва ижтимоий ҳаритасининг бундай ривожланиши, албатта, хизмат кўрсатиш соҳаларининг барча жабҳаларига жуда катта таъсир қилади. Демак, туризм соҳасининг барча вакиллари бу каби ўзгаришларни инобатга олиб

боришлари, таҳлика ва инқирозларни олдини олувчи фавқулотда ҳолатларга бошқариш услубларини ва ўз сиёсатларини татбиқ эта билишлари керак. Классик бошқарув санъати тамойилларига асосланиб иш юритиш билан бир қаторда инновацион бошқарув услубларини ҳам ўзлаштириб бориш зарур. Чунки инсоният ахборот технологиялари ривожланиб бораётган бир даврни бошидан кечирмоқда. Шунинг учун бу каби ўзгаришларни олдиндан тахмин қилиш ва соҳанинг ҳозирги аҳволи ҳамда эртанги кунини таҳлил қилиб бориш тақозо этилади.

Тажрибалар шуни кўрсатадики, инсонлар иқтисодий тинчлик ва инқироз даврида ҳам саёҳатга ва дам олишга бўлган эҳтиёжларини йўқотмайдилар. Бутун жаҳон туризм ташкилоти томонидан қилинган узоқ муддатли тахминларга қараганда, 2010-йилга бориб халқаро туристларнинг сони 1,1 миллиард кишига ва 2020-йилга бориб бу кўрсаткич 1,56 миллиард кишини ташкил этиши кутилмоқда.

1.7. Дунё минтақалари бўйича халқаро туризм ҳаракатлари

Минтақалар бўйича туристларни қабул қилувчи мамлакатлар	Минтақалар бўйича туристларни жўнатувчи мамлакатлар
Африка минтақаси бўйича	
Тунис, Маракко, Жазоир, Жанубий Африка республикаси, Ботсвана, Кения, Замбия	Франция, Германия, Италия, Буюк Британия, Испания Америка Қўшма Штатлари, Швейцария, Недерландия.
Америка минтақаси бўйича	
Америка Қўшма Штатлари, Канада, Пуэрто-Рико, Доминикан республикаси, Мексика, Гавайя ороллари, Аргентина, Бразилия.	Буюк Британия, Германия, Канада, Америка Қўшма Штатлари, Мексика, Франция, Япония, Скандинавия мамлакатлари.

Осиё ва тинч океани минтақаси бўйича	
Хитой, Малайзия, Гонконг, Япония, Таиланд, Корея, Сингапур, Австралия.	Япония, Буюк Британия, Америка Қўшма Штатлари, Германия, Корея, Таиланд, Австралия, Янги Зеландия.
Европа минтақаси бўйича	
Франция, Австралия, Испания, Буюк Британия, Италия, Германия, Венгрия, Швейцария.	Германия, Нидерландия, Буюк Британия, Франция, Италия, Скандинавия мамлакатлари, Америка Қўшма штатлари, Бельгия.
Яқин шарқ минтақаси бўйича	
Иордания, Египет, Саудия Арабистони, Бирлашган Араб Амирликлари, Сурия, Бахрейн.	Египет, Иордания, Америка Қўшма штатлари, Германия, Буюк Британия, Франция.
Жанубий Осиё минтақаси бўйича	
Индия, Покистон, Шри-Ланка, Непал, Малдив республикаси, Бангладеш, Эрон Ислом республикаси.	Буюк Британия, Индия, Америка Қўшма штатлари, Германия, Франция, Япония, Италия.

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Бутун жаҳон туризм ташкилоти маълумотларини таҳлил қилиш натижаси шуни кўрсатадики, жаҳон халқаро туризм ҳаракатларида Америка ва Европа минтақалари етакчилик қилади.

Маълумотларнинг кўрсатишича, Африка, Яқин шарқ, жанубий Осиё ва Тинч океани минтақалари туризм бозорининг таъминловчи асосий давлатлари Европа ва Америка минтақаси мамлакатлари ҳисобланади.

Дунё бўйича йилига бир миллиондан ортиқ туристларни қабул қила оладиган 50 та мамлакат мавжуд. Шулардан 23 тасига йилига 5 млн.дан ортиқ туристлар ташриф буюради. Жаҳондаги 10 та ривожланган мамлакатларга йилига 18 миллиондан 77 миллионгача турист ташриф

буюради.

Дунё бўйича 10 та халқаро туризм ривожланган мамлакатлар ичида биринчи ўринни туристик ташрифлар бўйича 2002 йилда Франция эгаллаган. Бу мамлакатга 77,0 миллион туристлар ташриф буюрган. Халқаро туризмдан келиб тушадиган даромадлар бўйича 4-чи ўринни эгаллаган, яъни даромадлар миқдори 32,3 млрд. АҚШ долларини ташкил этиб, 2002 йилда 7,8%га ўсиш кузатилган. Жаҳон бўйича умумий туризм даромадларининг 6,8%и Франция мамлакатига тўғри келган. Хорижий туристлар ташрифи бўйича иккинчи ўринни Испания, учинчи ўринни эса Америка Қўшма штатлари эгаллаган.

1.7.1-жадвал

Дунёдаги 10 та ривожланган мамлакатлар бўйича халқаро туристик қабул ва халқаро туризмдан келиб тушган тушим таҳлили

№	Туристларни қабул қилувчи асосий мамлакатлар	Категор ¹	Халқаро туристик қабул			Халқаро туризмдан келиб тушган тушим (млрд. дол. АҚШ)			
			2002	ўзгариши 2002/ 2001	улуши %	Мамлакат	2002	ўзгариши 2002/ 2001	улуши %
	Дунё бўйича		702,6	2,7	100	Дунё бўйича	474,0	3,2	100
1.	Франция	TF	77,0	2,4	11,0	АҚШ	66,5	-7,4	14,0
2.	Испания	TF	51,7	3,3	7,4	Испания	33,6	2,2	7,1
3.	АҚШ	TF	41,9	-6,7	6,0	Франция	32,3	7,8	6,8
4.	Италия	TF	39,8	0,6	5,7	Италия	26,9	4,3	5,7
5.	Хитой	TF	36,8	11,0	5,2	Хитой	20,4	14,6	4,3
6.	Буюк Британия	VF	24,2	5,9	3,4	Германия	19,2	4,0	4,0
7.	Канада	TF	20,1	1,9	2,9	Буюк Британия	17,8	9,5	3,8
8.	Мексика	TF	19,7	-0,7	2,8	Австрия	11,2	11,1	2,4
9.	Австрия	TCE	18,6	2,4	2,6	Гонконг	10,1	22,2	2,1
10.	Германия	TCE	18,0	0,6	2,6	Греция	9,7	3,1	2,1

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Қаторлар¹-TF: Чегарадаги халқаро туристик қабул (бир кунга келганларни ҳисобга

олмаганда).

VF - Чегарадаги халқаро туристик қабул (бир кунга келувчилар ва туристларни ҳисобга олган ҳолда).

TCE - Гуруҳ бўлиб жойлашиш жойлардаги халқаро туристик қабул.

Америка Қўшма Штатларига 41,9 миллион хорижий туристлар ташриф буюрган. Халқаро туризмдан келиб тушадиган даромадлар миқдори бўйича Америка Қўшма Штатлари етакчи туристик мамлакатлар ичида биринчи ўринни эгаллаган, яъни халқаро туризмдан 66,5 млрд. доллар даромад қилинган. 2002 йилда 2001 йилга нисбатан - 7,4%га пасайиш кузатилган. Жаҳон бўйича умумий туризм даромадларининг 14,0%и АҚШга тўғри келган. Бунинг асосий сабаби Америка минтақасига қилинган ҳар бир ташриф 995 АҚШ долларини ташкил этади. Европа мамлакатларига қилинган ҳар бир ташриф эса 600 АҚШ долларини ташкил этади.

Хитой мамлакати халқаро туристик ташрифлар бўйича бешинчи ўринни эгаллаган, яъни 36,8 миллион туристлар ташриф буюрган, 2001 йилга нисбатан 2002 йилда ўсиш суръатлари 11,0%ни ташкил этиб, ривожланиш бўйича етакчи мамлакатлар ичида биринчи ўринни эгаллаган. Халқаро туризмдан келадиган даромадлар эса 20,4 млрд. АҚШ долларини ташкил этган. Жаҳон бўйича умумий туризм даромадларининг 4,3%и Хитой мамлакатига тўғри келган. Хитой халқаро туризмнинг шиддат билан ривожланишининг асосий сабабларидан бири Хитойда халқаро туризмни ривожлантиришга қаратилган сиёсатнинг ўзига хос томони — унда «арзон нархлар» сиёсати қўлланилаяпти. Бутун дунёда ҳар бир турист ўз саёҳати давомида ўртача 695 АҚШ долларидан сарфлашса, Хитойда ҳар бир турист 250 АҚШ доллари атрофида сарфлайди. Шунини қайд этиш лозимки, Осиё ва Тинч океани ҳавзасида ҳар бир турист ўртача 720 АҚШ доллари сарфлайди.

Дунё бўйича етакчилик қилаётган 10 та мамлакатнинг олтинчиси Европа минтақасига тўғри келади. 2002 йилда бу мамлакатларга 289,3 миллион хорижий меҳмонлар ташриф буюрган. Жаҳон халқаро туристик ташрифларнинг 32,6%и Европа минтақасининг олтинчиси мамлакатига

тўғри келади. Халқаро туризмдан келадиган тушумлар 141,0 млрд. АҚШ долларини ташкил қилган. Бу умумжаҳон халқаро туризм тушумларининг 29,7%ни ташкил этади.

Қисқача хулосалар

Бу бўлимда халқаро туристик мамлакатларнинг иқтисодий ривожланишида стратегик аҳамиятга эга бўлган туризм индустриясининг моҳиятини, мақсад ва вазифаларини, хорижий мамлакатларнинг меҳмонхона тизимларини ва уларнинг ҳудудий ривожланиш ҳолатларини, хорижий мамлакатларда туристик маҳсулотлар ва хизматларни ишлаб чиқиш жараёнларини, шунингдек, Пекиж турларни ташкил қилувчи омилларни, Пекиж турларни баҳолаш жараёнларини, Маршрутларнинг таннархи ва нархини аниқлаш услубларини ўрганишга имкон қадар ҳаракат қилинди.

Халқаро туристик мамлакатларда ҳозирги кундаги глобаллашув жараёни хусусиятлари, XXI аср туризм сиёсатининг моҳияти, яъни инсоният учун тинчлик ҳамда осойишталик рамзи сифатида мамлакатлараро дўстлик ва ҳамкорлик алоқаларини ривожлантириш масалалари, эркин саёҳат қилишга тўсқинлик қилувчи жараёнларни камайтириш йўллари, халқаро туристик марказларнинг барқарор ривожланишини рағбатлантириш каби муҳим масалалар кўриб чиқилди.

Шунингдек, халқаро туризм ривожланишининг умумий йўналишлари, халқаро туризм ҳаракатларининг ривожланиш динамикаси, халқаро туристик ташрифлар ва улардан келиб тушган тушумлар бутун жаҳон туризм ташкилоти статистик маълумотлари асосида ўрганилди ва жадваллар тузиб таҳлил қилинди ва натижалар изоҳланди.

Назорат ва муҳокама учун саволлар

1. Халқаро туризмда қандай жараёнлар тур деб аталади?
2. Халқаро туризмни иқтисодий-ижтимоий механизмини белгилашда нималар муҳим аҳамият касб этади?

3. Европа олимларининг туризм соҳасига қизиқишлари қачон юзага келди ва уларнинг фикрлари нималардан иборат?
4. Австрияда туризмга нисбатан биринчи илмий қарашлар қачон пайдо бўлган?
5. Ёзувчи Жозеп Стаднер туризмни қандай фаолият сифатида ифодалаган?
6. Жаҳон туризм индустриясидаги ихтисослашув ва диверсификация талабларини чуқурлашиб бораётганини изоҳлаб беринг?
7. Халқаро туристик мамлакатлар иқтисодиёти фанининг моҳияти?
8. Халқаро туристик мамлакатлар иқтисодиёти фанининг мақсади ва вазифалари?
9. Томас Кук илк маротаба қандай маршрутларни ташкил қилган ва амалга оширган?
10. Пекиж турларни ташкил қилувчи омиллар нималардан иборат?
11. Пекиж турлар кимлар томонидан ишлаб чиқилади ва сотилади?
12. Пекиж турлари қандай гуруҳлар ҳамкорлигида ишлаб чиқилади?
13. Туристтик маҳсулот ва хизматларнинг Пекиж тур ҳолатига келтириш босқичлари нималардан иборат?
14. Халқаро туристик манзилларни танлашда нималарга эътибор бериш лозим?
15. «Пекиж турларни» баҳолаш жараёни босқичларидаги асосий вазифалар нималардан иборат?
16. Хорижий маршрутлар нархни аниқлаш омиллари?
17. Туристтик йўналишни баҳолашда ўзгарувчан ҳаражатлар таркиби?
18. Туристтик йўналишни баҳолашда ўзгармас ҳаражатлар таркиби?
19. Туризм соҳасидаги глобаллашув иқтисодиётда қандай жараёнларни вужудга келтиради?
20. XXI аср туризм сиёсати қандай муҳим масалаларни ўз ичига олади?
21. Туристтик маршрутларнинг таннархи ва нархини аниқлаш

услуглари?

22. Глобаллашув туризм иқтисодиётида қандай жараёнларни вужудга келтиради?

23. Туризмда қандай ташкилотлар биржанинг марказий ташкилоти ҳисобланади?

24. Халқаро туризмнинг жаҳон иқтисодиёти тизимидаги аҳамияти?

25. 1999 йилга нисбатан 2000 йилда жаҳон туризм даромадлари 4,7%га ўсди, сабабларини тушунтириб беринг.

26. 2001 йилда жаҳон туризм ҳаракатларида 0,6%га пасайиш кузатилди, сабабларини тушунтириб беринг.

27. 2002 йил жаҳон туризм соҳасида «тикланиш йўли» деб номланган, сабабларини тушунтириб беринг.

Асосий адабиётлар

1. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развития. М.: «Финансы и статистика», 2003. 5-27, 61-72, 94-100 бетлар.

2. Александрова А.Ю. «Международный туризм». М.: «Аспект пресс», 2004. 80-88, 220-237, 275-290 бетлар.

3. Здоров А.Б. «Экономика туризма». М.: «Финансы и статистика», 2004. 19-30, 84-94, 95-108 бетлар.

4. Янкевич В.С., Безрукова Н.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме. М.: «Финансы и статистика», 2003. 131-146, 287-288 бетлар.

5. Филипповский Е.Е., Шмарова Л.В. Экономика и организация гостиничного хозяйства. М.: «Финансы и статистика», 2005. 10-25 бетлар.

6. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы. М.: «Финансы и статистика», 2004. 4-76 бетлар.

Интернет сайтлар

www/world-tourism.org - Всемирная туристская организация.

www.wttc.org - Всемирный Совет по путешествиям и туризму.

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

www.ekonomtour.ru - экономические туры.

www.e-tours.ru - деловые туры, выставки, конференции.

www.mrwolf.ru - дисконтные карты для туристов.

www.roughguides.com - Электронный путеводитель.

www.travel-library.com - Электронная библиотека путешествий.

Глоссарий

Tornare - доиравий шакл маъносини англатади.

Auslander - ажнабий ёки хорижий маънони англатади.

Fremdenverkehr - туризм сўзининг эквиваленти.

Giornale degli Economisti - Италияда чоп этиладиган газета номи.

Диверсификация - корхона ва фирмаларнинг фаолият соҳалари ва ишлаб чиқариладиган тур маҳсулотларни кенгайтиши.

«Пекиж тур» - Бир жойга тўплаб ташкил қилинган хизматлар мажмуи.

OECD - иқтисодий ҳамкорлик ва тараққиёт ташкилоти.

Глобаллашув - иқтисодиётда ўзаро боғлиқлик ва бирлашув жараёни.

Олигопол бозор - санокли фирма ва компаниялар бозорда ҳукумронлик қилади.

Резервация - брон қилиш ёки банд қилиш.

2-БЎЛИМ.

ЕВРОПА МАМЛАКАТЛАРИДА ХАЛҚАРО ТУРИЗМ ИҚТИСОДИЁТИ

Ҳозирги кунда туризм тармоғи дунёдаги мамлакатларнинг ижтимоий-иқтисодий тараққиётини жадаллаштириш ҳамда халқаро ва минтақалараро ривожланиш дастурларига интеграциялашувнинг ўта муҳим воситаларидан бири бўлиб ҳисобланади.

Бу бўлимда Европа минтақаси мамлакатлари туризмнинг ўзига хос хусусиятлари, шаклланиши ва оммавийлашиши, минтақада халқаро туризмни ривожланиш йўналишлари. Европа мамлакатлари туризм индустриясида ахборот технологияларининг ривожланиши, «Онлайн» туризм бозорининг ҳолати ҳамда Европа иттифоқига аъзо етакчи мамлакатлар туризм иқтисодиёти, Европанинг «Бенилюкс» иқтисодий иттифоқига кирувчи Ғарбий Европа мамлакатлари туризм иқтисодиёти, Шимолий Европа Скандинавия мамлакатлари туризм иқтисодиёти, Шарқий Европа мамлакатлари туризм иқтисодиёти. Европа минтақаси мамлакатларининг географик ўрни, жойлашуви, Европа мамлакатларига қилинаётган ташрифлар ва даромадлар таҳлили ҳамда бу мамлакатлар билан Ўзбекистон ўртасида олиб борилаётган дипломатик муносабатлар ўрганилади.

II боб. ЕВРОПА МИНТАҚАСИ МАМЛАКАТЛАРИ ТУРИЗМИНИНГ ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ

Европа мамлакатларида туризмнинг шаклланиши ва кишиларнинг оммавий саёҳат қилишлари XVIII-XIX асрларда зиёрат қилиш ва миграция ҳаракатлари давомида ривожланди. Номдор кема компаниялари мамлакат ичкарасида ҳам юк ҳамда кишиларни ташиш учун воситачилик бюрларини таъсис эта бошладилар.

Темир йўли орқали ижтимоий саёҳат қилишнинг бошланиши 1841 йилнинг 5 июлида, яъни Leicester дан Loughborough томон темир йўл поездининг йўл олишига бориб тақалади. Мана шу саёҳатдан бошлаб, пекиж тур саёҳати келажак авлодларнинг бўш вақт тадбирлари қаторига қўшила бошлаган. Мазкур саёҳатларнинг ташаббускори Томас Кук (1802-1892) ҳисобланади. Асли дурадгор бўлган бу кишининг саёҳат уюштиришдан мақсади турист манфаатларини акс эттирмас эди. У “Leicester Temperance Society” нинг котиби сифатида, Loughboroughda ичкиликка қарши намойиш уюштириб, сафарни енгиллаштириш ва чиройлироқ ташкил этиш мақсадида «Midland Counties Railway» дан бутун бир поездни ижарага олган эди. 570 га яқин йўловчилар учун Loughboroughda фақатгина вазхонлик эмас, балки кенг камровли кўнгил очар дастурларни ҳам ишлаб чиққан эди. Томас Кук ўша пайтда авж олаётган ижтимоий муаммоларга ўз фикрини билдириб ишчилар синфи ишлаб топган пулларини ичкиликка эмас, балки саёҳат қилиб атроф муҳитни ўрганишга сарфлаганлари маъқул деб ҳисобларди. Томас Кук уюштирган бу саёҳат илк пекиж тур ҳисобланган. Унинг бир қатор белгилари саёҳат шаклини ташкил этувчи қуйидаги элементлар ва хусусиятлар сифатида намоён бўлади:

йўналиш баҳоси таркибига бир нечта хизматчилар киритилган;

саёҳатга аввалдан тайёргарликлар кўрилган, яъни ривожлантирилган ташкилотчи туроператорлар поездни ўз таваккалчиликлари асосида чартер қилганлар;

саёҳат рекламаси мақсадли равишда ишлаб чиқилган, турли тарқатма материаллар ва бошқа реклама воситалари орқали амалга оширилган.

Йўллар нархларининг нисбатан арзонлиги янги аҳоли табақаларига саёҳат қилиш имконини яратиб берди. Ўша пайтларда ҳали янги бўлган темир йўл компаниялари учун Томас Кук бир вақтнинг ўзида сотиш бўйича ҳам ҳамкор, ҳам рақобатчи сифатида қатнашган. У мижозларни топиб, жалб этиб саёҳатларни оммавийлаштирган бўлса, темир йўл компанияларининг ўзлари ҳам бу каби ижтимоий саёҳатларни ташкил этишга ҳаракат қилганлар.

1845 йили Томас Кук, биринчи мартаба темир йўл транспортдан тижорат мақсадида фойдаланувчи туроператорлик соҳасига асос солиб, уни тўхтовсиз равишда ривожлантиради.

Томас Кук ўз фаолиятини ривожлантира бориб, алоҳида темир йўл ташкилотлари билан шартнома тузиш орқали уларда тан олинадиган айланма саёҳат чипталарини жорий этиш ҳуқуқини қўлга киритади.

1855 йилга келиб, юқорида кўриб ўтилган айланма саёҳат чипталарининг амал қилиш доираси бутун контингент чегараларигача кенгайтирилади. Умумий нарх асосида бир неча хизматларни таклиф этиш натижасида ваучерлар, меҳмонхона талонлари жорий этилди. Томас Кук хорижий саёҳатларда тўлов муаммоларини камайтириш мақсадида, кредит карточкалари ва саёҳат чекларини жорий қилиб, уни ўз мижозларига таклиф этади. Саёҳат чеклари ҳам турли минтақаларда банклар аро айрибошлаш воситасига айланди. Ваҳоланки, ўша пайтларда халқаро айрибошлаш воситасида фақат олтин қўлланилар эди. Бундан ташқари, у саёҳат брошюраларини оммалаштирди ҳамда ўз мижозлари учун журнал нашр эттира бошлади.

Томас Кук зиммасига 1851 йили Лондонда бўладиган дунё кўрғазмаси учун хусусий саёҳатларни ташкил этиш юкланди. У марказий Англиянинг шаҳарларида “Кўрғазма клублари”га асос солди. Бу клубларнинг аъзолари

хафталик тўловлар орқали ўзларининг Лондонга саёҳатларини маблағ билан таъминлаб бордилар. Натижада инсонларда саёҳат қилиш учун маблағ жамғариш ғояси вужудга келди.

Туризм структураси ривожланмаган у пайтларда Томас Кук хизмат кўрсатувчи сифатида бевосита ўзи фаолият кўрсатади. У меҳмонхоналарни ижарага олиб, банк ишига асос солади ва Нилда кема флотини вужудга келтиради ҳамда нафақат Европада балки Ҳиндистон, Австралияда, Америка ва Африкада туристик бюролар (турагентлар) ташкил этади.

Томас Кукнинг ижтимоий саёҳат ғояси тез орада ўз тақлидчиларини топади. Англияда – Gaze, Dean & Dawson, Америкада хусусий почта тадбиркори Henry Wells G. Pomeroy ва C Livingstone билан биргаликда 1850 йили American Express Company га асос солиб, “саёҳат қилишни истасангиз – Кукни танланг” деган шиор остида фаолият олиб боради.

Халқаро туризмнинг тарихий ривожланиш асосларидан бири бу - Оммавий стандартлашган узлуксиз туризмдан оммавий дифференциялашган хизмат кўрсатишга ўтиш ҳисобланади. Туризм XIX асрнинг 50-йилларида Европада оммавий тус олади. Жаҳонда туризм ҳаракатларида қатнашган умумий сайёҳлар сони 25 миллион кишини ташкил қилган. Туризмнинг бундай тус олиши нафақат бой табақага мансуб кишиларнинг кўпайиши ёки уларнинг эҳтиёжини қондирилиши билан, балки индустриал ривожланган давлатлар аҳолисининг бу жараёнга оммавий тарзда қатнаша бошлагани ва замонавий саёҳат қилиш маданиятининг шаклланганлиги билан ифодалаш мумкин. Айнан шу пайтга келиб дам олиш масканларини ташкил қилиш ва уларни бошқариш услубларига асосланган кучли туризм индустрияси вужудга келади. Турли хил ҳордиқ чиқариш масканлари, меҳмонхоналар, мотелларни оммавий тарзда қуриш давом эттирилди. Оммавий туризм 1970 йилларгача узлуксиз давом этди. Бу даврда туристик саёҳатдан мақсад жисмоний дам олиб, иш қобилиятини тиклашдан иборат эди. Бу модел аҳолининг психологиясида шаклланди ва «Яхши дам меҳнатга ҳамдам»

тушунчаси таркиб топди. 1960-1970 йилларда Европа мамлакатларининг иқтисодий ўсиши натижасида туризм бозорида талабнинг ортиши кузатилди. Бунда ички ва ташқи туризм ҳаракатларида экстенсив ўсиш рўй берди. Бунга жавобан туристик ташкилотлар ва туристик маҳсулотлар ишлаб чиқарувчилар ҳажми ортди.

Туристтик фирмалар «Узлуксиз оммавий туризмга ўта бошладилар, стандарт хизматлар» пекиж турлар комбинациясига асосланган эди.

Узлуксиз туризмдан дифференциал туризмга ўтиш модели иқтисодиётдаги «Ишлаб чиқарувчилар бозори»дан «Истеъмолчилар бозори»га асосланган мезонда амалга оширилди. Бозорларнинг товарларга тўлиши, оммавий истеъмолчилар турмуш даражасининг ўсиши, иш шароитларининг яхшиланиши ва бўш вақтнинг ортиши дифференциал туризмнинг ривожланишига олиб келди.

Шуни алоҳида таъкидлаш керакки, дифференциал туризм ҳар иккала бозорда (ишлаб чиқарувчилар ва истемолчилар бозорида) ҳам ўз ўрнини топди.

Истеъмолчилар бозори дифференциаллашган туристик талаб билан тавсифланади, яъни истеъмолчиларга туристик хизматларнинг кенг асортименти таклиф қилина бошланди ва айти вақтда истеъмолчиларнинг ҳам танлаш имкониятлари кенгайди. Туристтик маҳсулотларнинг сифати ва нархи, истеъмолчиларнинг ижтимоий базасининг кенгайиши, туризмнинг оммавийлашувини таъминлайди, унда нафақат бой ва ўрта меъёрдаги, балки аҳолининг қуйи қатлами ҳам иштирок этиш имкониятига эга бўлади. Ишлаб чиқарувчилар туризм талабининг янги сигментларини ўйлаб топа бошлашди. Улар таклиф қилинаётган хизматларнинг турларини кўпайтиришди, таклифни дифференциаллаштириб, уни умумийлаштиришди.

1980 йилларга келиб Европада туризм тенденцияси батамом шаклланди ва оммавийлашди. Бунинг асосий белгиларига қуйидагиларни киритиш мумкин: ахборот билан таъминланганлиги ва билим даражасининг

юқорилиги; товар ва хизматлар сифатига қўйилган талабларнинг ошиши; фаол ҳаёт кечириш усулига мослашиш; доимо ўз билимини ошириб боришга ҳаракат қилиш.

Туризмда «оммавий истеъмол» кўпгина ривожланган давлатлар, айниқса, Европа мамлакатларига хосдир. Истеъмолчиларнинг туризм бозоридаги ҳаракатларининг янги кўринишлари ва хусусиятлари шакллана бошлади. Бунда ахборот ҳажмининг кўпайиши ва эркинлиги билан бир қаторда, таклиф қилинаётган хизматларга ҳам янги илмий ва амалий қарашлар вужудга келди.

2.1. Европа минтақасида халқаро туризмни ривожланиш йўналишлари

1999-2000 йилларда Европадаги умумиқтисодий тараққиёт бир оз секинлашди. Европадаги ишсизлар сони 12,6 млн. кишини ташкил этиб, уларнинг салмоғи ўтган йиллардагига нисбатан (11,1%дан) бир оз камайиб 10,2% ни ташкил қилди. Иқтисодий ўсишда ҳам пасайиш кузатилди. Ялпи ички маҳсулот Германияда ўтган йили 2,2% дан атиги 1,4% га ўсди. Бу билан Германия, Италиядан ташқари барча Европа мамлакатлари ЯИМ ларининг ўсиш даражасидан анча ортда қолди: Муҳим истеъмол бозорларидаги ўзгармас инфляция даражаси ҳамда бир нача йиллардан бери биринчи бор кўрсатилган таъриф келишувлари шахсий истеъмолга катта таъсир ўтказа олмади. Германияда шахсий истеъмол 2,0% ни ташкил этиб, сал пастроқ (2,3%) кўрсаткичга эришди.

2002 йилнинг макроиқтисодий кўрсаткичлари бундай бўлишига қарамасдан, туризмдаги аҳвол умумий конъюнктура тараққиётидан анча фарқ қилмоқда. Чунки Германияда сайёҳлик ҳаражатларининг ўсиши шахсий истеъмолникидан икки мартаба ортиқ бўлди, яъни 5,0%. Айни вақтда таътил саёҳатлари бошқа истеъмол молларига нисбатан конъюнктурага унчалик боғлиқ эмас, «Таътил» истеъмол маҳсулотига бўлган талабнинг тобора ортиб бориши олинаётган даромад таркибида саёҳат ҳаражатлари

салмоғининг ортишига олиб келди. Бундай баҳо қуйидаги сабабларга кўра берилган: шахсий уй хўжаликларининг узок муддатли маиший товарлари билан юқори даражада жиҳозланганлиги; таътил саёҳатининг моҳияти нуқтаи назаридан ягона холларда учраб, сақлаб қўйиш имконияти бўлмаган ва эҳтиёжлар шкаласида юқори аҳамиятга эга бўлган саргузашт эканлиги; шахсий уй хўжаликлари даромадининг ошганлиги.

Ички туризмдаги айланмалар ва немис халқининг хорижда сарфлаган валюта маблағлари миқдори 158 млрд. Дойч маркани ташкил этмоқда. Шунинг учун ҳам, Германия аҳолиси халқаро саёҳат алмашинишида энг кўп соф валюта етказиб берувчи манба ҳисобланади. Уларнинг хорижий саёҳатлар учун сарф ҳаражатлари шахсий истеъмолнинг 4,2%ни ташкил этади. Немис туристларининг хорижда қиладиган ҳаражатлари миқдори 2000 йил 47,6 млрд. АҚШ долларини ташкил этиб, яна бир бор рекорд даражасига етди. Туризмнинг конъюнктурасининг ижобий томонга ўзгаришининг яна бир сабаби якка холдаги саёҳатга нисбатан пекиж турлар рақобатбардошлигининг ошиб боришидир. Бунга сабаб мижозга йўналтирилган нарх-хизмат муносабатининг устунлиги, қисқа муддатли давомийлик, қулайлик, таваккалчиликнинг камлиги ҳамда кучли ва сифатли хизматни кафолатловчи фирмалар орқали фарқли стратегияларнинг ишлаб чиқилганлиги, деб ҳисобланмоқда. Бу ривожланиш деярли барча Европа бозорларида ташкил этиладиган саёҳатлар салмоғининг умумий туризм бозорида ортиши билан кўзга ташланди. Масалан, 1980 йили немисларнинг деярли чорак қисми ташкилий равишда саёҳатга чиққан бўлса, 2000 йил эса уларнинг сони деярли 2 маротаба ортди. 1980 йили 26%ни ташкил этган бўлса, 2000 йилга келиб 50%ни ташкил этди.

Ҳозирги кунда Европа минтақаси замонавий туристик марказлардан бири бўлиб ҳисобланади.

Европа минтақаси ҳар галгидан 2000 йил ҳам туризм индустриясининг юлдузи сифатида майдонга чиқди. Асосан, Германиядаги ЕКСРО – 2000

кўргазмасининг ташкил этилиши ва Италиядаги Ватикан юбилейи Халқаро туристларни яна бир бор бу ҳудудга жалб қилди. Шарқий Европанинг янги тараққий этаётган мамлакатларида ҳам бироз ривожланиш кузатилди. Косовада авжига чиққан уруш ва мамлакат иқтисодиётига кўпгина талофатлар келтирган табиий офатлар, туристик ҳаракатларни чегаралаб қўйганди. Европанинг Шимолий ҳудудларида ҳавонинг совуқлигига қарамадан, у ерларга туристларнинг қизиқиши охириги йилларда янада ортди, жумладан, Испанияда (+19%), Финландияда (+10%) ва Эстонияда (+15,8%)га ўсиш кузатилди. Буюк Британияда эса туризм ҳаракатларида камайиш кузатилди. Испания ўзининг туризм статистикасини қайтадан ишлаб чиққанлиги боис маълумот тўплаш, уни қайта ишлаш услубиятини ўзгартириб, олдинги йилларга нисбатан келувчилар сони ортганлигини яна бир бор исботлади.

2.1.1-жадвал.

2000 йил Европа минтақасига қилинган ташрифлар

№	Асосий туристик манзиллар	Туристлар сони	Ўзгариши%
1	Франция	75580000	+ 3,5
2	Испания	47898000	+ 2,4
3	Италия	41181000	+ 12,8
4	Буюк Британия	25211000	- 0,7
5	Россия Федерацияси	21169000	+ 14,5
6	Германия	18983000	+ 10,9
7	Польша	17400000	- 3,1
8	Австрия	18818000	+ 2,0
9	Венгрия	15571000	+ 8,1
10	Греция	12500000	+ 2,8
11	Португалия	12000000	+ 3,2
12	Швейцария	11400000	+ 6,5
13	Нидерландия	10200000	+ 3,2
14	Туркия	9623000	+ 39,6
15	Ирландия	6720000	+ 5,0

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Бутун жаҳон туризм ташкилоти маълумоти бўйича, 2000 йилда Европа

минтақасига 300 млн.дан ортиқ туристлар ташриф буюрган.

Айниқса бу кўрсаткич Туркия, Ирландия, Венгрия, Швейцария, Германия, Россия, Италия мамлакатларида ўтган йилларга нисбатан юқори бўлган. Европа минтақаси бўйича энг кўп туристик ташрифлар Франция (75580000), Испания (47898000), Италия (41181000) мамлакатларига тўғри келади. 2000 йилда жаҳон бўйича туризм даромадлари 477 млн. АҚШ долларини ташкил қилган бўлса, шундан 234,5 млрд. доллари Европа минтақаси мамлакатлари даромадларига тўғри келади. Жаҳон туризми даромадларининг салкам 50%и Европа мамлакатларига тўғри келади.

2.1.2-жадвал

2002 йил Европа минтақасига қилинган ташрифлар ва халқаро туризмдан келиб тушган тушум

№	Туристларни қабул қилувчи асосий мамлакатлар	Қатор ¹	Халқаро туристик ташрифлар				Халқаро туризмдан келиб тушган тушум миқдори			
			2002	ўзгариши%		улуши% 2002	2002 млрд. АҚШ дол.	ўзгариши%		улуши% 2002
				2001/2000	2002/2001			2001/2000	2002/2001	
1.	Франция	TF	77,012	-2,6	2,4	19,3	32,329	-2,5	7,8	13,4
2.	Испания	TF	51,748	4,6	3,3	12,9	33,609	4,5	2,2	14,0
3.	Италия	TF	39,799	-3,9	0,6	10,0	26,915	-6,2	4,3	11,2
4.	Буюк Британия	VF	24,180	-9,4	5,9	6,0	17,591	-16,7	8,0	7,3
5.	Австрия	TCE	18,611	1,1	2,4	4,7	11,237	1,9	11,1	4,7
6.	Германия	TCE	17,969	-5,9	0,6	4,5	19,158	-0,3	4,0	8,0
7.	Венгрия	VF/2	15,870	-1,5	3,5	4,0	3,273	9,4	-13,2	1,4
8.	Греция	TF	14,180	7,3	0,9	3,5	9,741	2,4	3,1	4,1
9.	Польша	TF	13,980	-13,8	-6,8	3,5	4,500	-21,1	-6,5	1,9
10.	Туркия	TF	12,782	12,5	18,5	3,2	9,010	-3,3	22,0	3,7
11.	Португалия	ITF	11,666	0,6	-4,1	2,9	5,919	4,2	7,5	2,5
12.	Швейцария	TF	10,000	-1,8	-7,4	2,5	7,628	-3,5	4,4	3,2
13.	Нидерландия	TCE	9,595	-5,0	1,0	2,4	7,706	-6,8	14,6	3,2
14.	Россия фед.	TF	7,943	5,3	7,3	2,0	4,188	3,8	17,6	1,7
15.	Хорватия	TCE	6,944	12,2	6,1	1,7	3,811	20,9	14,3	1,6
16.	Бельгия	TCE	6,724	-0,1	4,2	1,7	6,892	4,7	-0,2	2,9
17.	Ирландия	TF	6,476	-4,4	1,9	1,6	3,089	7,0	10,7	1,3
18.	Украина	TF	6,326	31,4	9,2	1,6	2,992	23,5	9,8	1,2
19.	Европа бўйича		399,759	-0,5	2,3	100	240,490	-1,7	6,5	100

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти (БТТ) (Маълумотлар БТТ томонидан 2003 йил сентябрда йиғилган).

¹Қаторлар-TF: Чегарадаги халқаро туристик қабул (бир кунлик ташрифларни ҳисобга олмаганда).

VF – Чегарадаги халқаро туристик қабул (бир кунлик ташрифларни ва туристларни ҳисобга олган ҳолда).

TCE-Гуруҳ бўлиб жойлашиш жойлардаги халқаро туристик қабул

Жадвал маълумотлари таҳлили шуни кўрсатадики, Европа минтақаси мамлакатларига халқаро туристик ташрифлар 2001 йилга нисбатан 2002 йилда 2,3% га кўпайган. Халқаро туризм даромадлари 6,5% га ўсган. 240,4 млрд. АҚШ долларини ташкил этган. ҳар бир хорижий ташриф ўртача 600 АҚШ долларига тўғри келган.

Халқаро туристик ташрифлар бўйича 2002 йилда Туркия 18,5%, Россия Федерацияси 7,3%, Украина 9,2%, Харватия 6,1%, Буюк Британия 5,9%, Бельгия 4,2% га олдинги йилларга нисбатан ташрифлар миқдори кўпайган. Польша – 6,8%, Швейцария-7,4%, Португалия – 4,1% га Халқаро туристик ташрифлар сони 2001 йилга нисбатан камайган.

Халқаро туризмдан тушган даромадлар миқдори бўйича Туркия 22,0%, Россия Федерацияси 17,6%, Харватия 14,3%, Нидерландия 14,6%, Австрия 11,1%, Ирландия 10,7%, Буюк Британия 8,0%, Украина 9,8%, Франция 7,8%, Португалия 7,5%, 2001 йилга нисбатан ўсиш кузатилган. Лекин Венгрия 13,2%, Польша 6,5%, Бельгия 0,2% га мамлакатларида пасайиш кузатилган. Испания 22%, Италия 4,4%, Германия 4,0%, Греция 3,1%, Швейцария 4,4% мамлакатларида Европа минтақасининг ўртача ўсиш суръатидан, (6,5%) бу мамлакатларда ўсиш суръатлари паст бўлган.

2.2. Европа мамлакатлари туризм индустриясида ахборот технологияларининг ривожланиши

Европа мамлакатлари туризм индустрияси ривожланишининг асосий омилларидан бири бу - туризм соҳасига инфармацион технологияларнинг кириб келишидир. Туризм соҳасидаги инфармацион технологиялар бу, шу соҳа ичидаги ва ташқарисида, тижорат мақсадида қўлланиладиган барча коммуникация ҳамда инфармацион технологиялар мажмуидир. Интернет ва глобал ахборот тарқатиш технологиялари туризм индустриясининг асосий ахборот технологиялари ҳисобланади.

Европа Onlayn (online) туризм бозорининг ҳажми 2-млрд. АҚШ долларини ташкил қилмоқда.

Онлайн (online) туризм бозори – интернет ва бошқа глобал ахборот узатиш тармоқлари орқали вужудга келган туризм бозори. 2000 йилги маълумотларга қараганда, 800 млн. АҚШ долларига тенг бўлган, бу бозорда Англия 240 млн. АҚШ доллари атрофида товар айланмасига эришиб, бозорнинг 30% ни ўз назоратига олди. 2000 йилда вужудга келган силжишларни ҳисобга олсак, ўтган йиллардагига нисбатан 150% ўсиш билан 2 млрд. АҚШ долларига эришган. Европанинг онлайн туризм бозори 2005 йилда 4 млрд. АҚШ долларидан ошиб кетиши кутилоқда.

2.2.1-жадвал

Европада «Онлайн» туризм бозорининг ривожланиш ҳолати 1998-2002 йиллар

Йиллар	Умумий бозор ҳажми	Интернет орқали пекиж сотишлар	Интернет орқали сотишларнинг умумий сотишлар ичидаги улуши%	Интернет сотишлардаги ўсиш;
1998	172 млрд S	250 млн ҳ	0,15%	220%
1999	179 млрд S	800 млн ҳ	0,45%	220%
2000	186 млрд S	2000 млн ҳ	1,1%	150%
2001	194 млрд S	3200 млн ҳ	1,7%	60%
2002	202 млрд S	400 млн ҳ	2,0%	25%

МАНБА: TTNA, September, 2002.

Маълумки Европа бозорида асосан 2 та мамлакат муҳим аҳамият касб этади. Булардан бири Англия бўлса иккинчиси Германиядир.

Германиянинг 2000 йилги бозор улуши 27% ни ташкил қилди. Европа умумий бозорининг етакчи давлатларидан ҳисобланган ҳар иккала мамлакат ҳам онлайн туризм бозорининг тенг ярмига эгалик қилмоқда.

**Европа мамлакатларининг интернет орқали туристик маҳсулотларини
сотиши ва уларнинг улуши**

Мамалакатлар	Бозор улуши%
Англия	30%
Германия	27%
Франция, Голландия, Белгия, Австрия, Швейцария ва Ирландия	19%
Скандинавия, Финландия ва Исландия	16%
Италия, Испания, Португалия ва Греция	8%

МАНБА: TTNA, September, 2002

Бундай рақобат муҳотида бошқа кўшни мамлакатларни кўриб чиқадиган бўлсак, Франция, Голландия, Бельгия, Австрия, Швейцария ва Ирландия каби давлатларнинг умумий бозор улуши 19%ни, Италия, Испания, Греция, ва Португалиянинг умумий бозор улушлари эса 8%ни ташкил қилмоқда.

PhoCusWright ташкилоти ва Лондон Westminster Университетидан Carl H. Marcussen ва Дания Bornholm тадқиқот марказининг қилган таҳлил натижаларига кўра, Европа онлайн туризм бозоридаги ўсиш кейинги йилларда ҳам давом этади.

Туризм индустриясидаги тармоқларнинг интернет орқали сотишлари

Тармоқлар	1998	1999	2000
Ҳаво йўли	0,18%	0,70%	1,90%
Меҳмонхона	0,13%	0,36%	0,74%
Пекиж турлар	0,16%	0,37%	0,75%
Бошқа хизматчилар	0,07%	0,18%	0,38%
Умумий сотишлар ичидаги улуши	0,15%	0,45%	1,1%

МАНБА: Лондон Westminster Университетидан Carl H. Marcussen, Дания Bornholm тадқиқот маркази томонидан қилинган ривожланиш таҳлиллари ва PhoCus Wright илмий-тадқиқот ташкилоти маълумотлари.

Бозорнинг ривожланиши кутилганидан анча сустр даражада бўлиши ҳам мумкин. Агар бозордаги ўсиш суръати 60% ни ташкил қилгудек бўлса, 2001 йилда бу 3,2 млрд. АҚШ доллариға, 2002 йилдаги ўсиш тезлиги 25% ни ташкил қилса, бозор ҳажми 4 млрд. АҚШ доллариға чиқиши мумкин.

Табиийки, туризм бозорининг қироллари ҳисобланган ҳаво йўлларининг улуши катта бўлади. Интернет глобал ахборот тизимининг бу компанияларда жорий этилиши туризм бозоридаги улушини янада оширади. Олиб борилган тадқиқотлар шуни кўрсатадики, 1999 йилда ҳаво йўли компаниялари даромадларининг 0,7% интернет орқали қилинган сотишлардан келиб тушган. Бу кўрсаткич 2000 йилнинг охирига келиб 2,0% ни ташкил қилди. Меҳмонхона жойлаштириш секторининг 0,36% га тенг бўлган бозор улуши 2002-2005 йилларда 2-3,5% ни ташкил этиши кутилмоқда Пекиж (package tours) турларни сотиш эса, 0,75% дан 3,0% га етиши кутилмоқда.

Европа онлайн туризм бозорининг натижаларини АҚШ билан таққослайдиган бўлсак, унинг анча орқада эканлигини кўрамиз. Масалан, интернет орқали учуш билетларини сотиш Европада 2,0% ни ташкил қилса, АҚШ да 7,4% ни ташкил қилмоқда. Меҳмонхона соҳасидаги ҳолат Европада 0,5% ни ташкил қилса, АҚШ да жами туризм маҳсулотларининг товар айланмаси ичида интернет сотишларнинг улуши 2002 йилда 3,5% ни ташкил қилди. 2005 йилда бу кўрсаткични 15% га етказиш кутилмоқда.

Кўришиб турибдики, Европа туризм бозорининг ривожланиши глобал ахборот туризмнинг ривожланиши билан узвий боғланишда давом этмоқда. Глобал аҳамиятга эга бўлган ҳар қандай илмий-техникавий ўзгариш ва ривожланишлар туризм иқтисодини бугуни ва келажакни белгилаб беради.

Ўзбекистонга ташриф буюрувчи туристларнинг 60% ни европаликлар ташкил этади. Интернет ва ҳар хил глобал ахборот узатиш тармоқларидан самарали ва унумли фойдаланиш Ўзбекистонда туризм иқтисодиётини ривожлантириш долзарб ва яқин келажакда ҳал қилиниши керак бўлган масалалардан биридир.

III боб. ЕВРОПА ИТТИФОҚИГА АЪЗО ЕТАКЧИ МАМЛАКАТЛАР ТУРИЗМ ИҚТИСОДИЁТИ

Европа иттифоқи (ЕИ) – Европанинг ривожланган давлатларни иқтисодий жиҳатдан бирлаштирувчи ташкилот. 1993 йил 1 ноябрда 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. Шенген 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 Иттифоқи га 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 иттифоқи га кирувчи мамлакатларга тўғри келади. Халқаро туризм даромадларининг қарийб 68%и Европа минтақасида, Европа иттифоқи га аъзо мамлакатлар ҳиссасига тўғри келади.

Европа иттифоқи га ҳозирги кунда 15 та давлат аъзо: Германия, Буюк Британия, Бельгия, Италия, Люксембург, Голландия, Нидерландия, Франция, Дания, Ирландия, Испания, Португалия, Австрия, Финландия, Швеция, унинг кенгайиш истиқболлари ҳам бор.

**2002 йил Европа Иттифокига қилинган ташрифлар ва халқаро
туризмдан келиб тушган тушум**

№	Туристларни қабул қилувчи асосий мамлакатлар	Халқаро туристик ташрифлар			Халқаро туризмдан келиб тушган тушум миқдори				
		2002	ўзгариши %		улуши % 2002	2002 млрд. АҚШ дол.	ўзгариши %		улуш и % 2002
			2001/ 2000	2002/ 2001			2001/ 2000	2002/ 2001	
1.	Франция	77,012	-2,6	2,4	29,2	32,329	-2,5	7,8	19,7
2.	Испания	51,748	4,6	3,3	19,6	33,609	4,5	2,2	20,4
3.	Италия	39,799	-3,9	0,6	15,0	26,915	-6,2	4,3	16,4
4.	Буюк Британия	24,180	-9,4	5,9	9,2	17,591	-16,7	8,0	10,7
5.	Австрия	18,611	1,1	2,4	7,1	11,237	1,9	11,1	6,8
6.	Германия	17,969	-5,9	0,6	6,8	19,158	-0,3	4,0	11,6
7.	Португалия	11,666	0,6	-4,1	4,4	5,919	4,2	7,5	3,6
8.	Нидерландия	9,595	-5,0	1,0	3,6	7,706	-6,8	14,6	4,7
9.	Ирландия	6,476	-4,4	1,9	2,4	3,089	7,0	10,7	1,9
10.	Бельгия	6,724	-0,1	4,2	2,5	6,892	4,7	-0,2	4,2
	Жами	263,780	-	-	100	164,445	-	-	100

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти (БТТ).

3.1. Германия Давлатининг туризм иқтисоди

Германия республикаси юқори даражада ривожланган индустриал давлат. Германия аҳолисини жойлашуви, меҳнатда бандлик структураси ва синфий таркибий жиҳатдан нафақат Европада, ҳатто дунёда олдинги ўринлардан бирини эгаллайди. Аҳолиси - 82,0 млн. киши, эгаллаган майдони - 356 минг кв.км.

Германия Европанинг марказида жойлашган, уни Шарқ томондан Польша ва Чехия, Жанубдан Швейцария ва Австрия, Жанубий-Ғарбдан Франция, Ғарбдан Бельгия ва Голландия, Шимолда эса Дания давлати, Шимолий Шарқда Болтиқ денгизи ва Шимолий Ғарбда Шимолий денгиз ўраб туради.

Миллионлаб сайёҳларга туристик хизмат кўрсатиш, бир томондан жуда катта тадбиркорлик имкониятларини очиб берса, иккинчи томондан, кейинги йилларда вужудга келган рақобат муҳитини кучайтириб юбормоқда. Айни

пайтда тобора кўпайиб бораётган ишлаб чиқарувчилар (бевосита хизмат кўрсатувчилар, туроператорлар) ва воситачилар (турагентлар) секин ривожланаётган туризм бозорини ўзаро тақсимлаши керак. Янги очилган турагентликларнинг қарайиб ярими 5 йилдан сўнг ўз фаолиятини тўхташиши мумкин. Чунки кейинги йилларда банкротга учраган компаниялар сони кескин кўпайди. Ҳар йили 200 га яқин фирмалар ёпилиши кузатилмоқда. Шу туфайли, тармоққа хос бўлган тажрибалар ва шахсий тадбиркорлик қобилияти билан бирга, тадбиркорлик соҳасида муваффақиятга эришиш учун корхона хўжалиги бўйича «ноу-хау»лардан хабардор бўлишни тақозо этмоқда.

Хорижий саёҳатлар учун харажатларнинг ўсиши ва яқка ҳолдаги саёҳатларнинг пекиж турлар томонидан тобора сиқиб чиқарилиши орқали ютиғи 2-баробар ортган бозор ҳажми 2000-йилда пекиж турлар учун аввалги йилги салмоқли силжишга нисбатан яна бир бор кучлироқ ўсиш имкониятига эга бўлди. Германияда меҳмонлар сони аввалги йилдаги +5% дан +9,5%га ўсди. Масалан: биргина CфN Touristic AG гуруҳини олиб қарайдиган бўлсак, унинг сотиш бозорларидаги ўсиш салоҳиятлари турлича. Ташкилий туризм салмоғи Буюк Британияда 60,0%га етган, Германияда 50,0% ни ташкил этади, шу билан бирга, келажакдаги ўсиш учун қулай имкониятлар мавжуд. Бундай имкониятлар Бельгия ва Францияда янада кучлироқ, бироқ улардаги ташкилий туризм салмоғи 25,0-27,0% ни ташкил этади.

Ҳозирги кунда Германиянинг ижтимоий йўналтирилган бозор иқтисодиёти ўзининг вазифаларига эга бўлиб, бу иқтисодиёт ва Технология Федерал Вазирлиги ITFV дир (Bundesministerium fuer Wirtschaft und Technologie BMWI).

Германияда туризм иқтисодиёт учун катта даромад келтирувчи соҳалардан бири бўлиб ҳисобланади (ўртача йилига 17,5 млрд. доллар). Туристлар хуш кўрадиган асосий масканлари Болтиқ денгизи қирғоқлари, Саксония Швейцарияси, Боден кўли атрофлари, Альп тоғ ёнбағирлари ва бошқалар.

Германия фуқароларининг катта бир қисми учун саёҳат одатдаги яшаш стандартига киради. Уларнинг саёҳат қилиш интенсивлиги 74% ни ташкил этади. Умуман олганда ҳар йили Германия фуқаролари камида 5 кун давом этадиган 70 миллиондан ортиқ таътил саёҳатларига чиқадилар.

Масалан, 1980 йили немисларнинг деярли чорак қисми ташкилий равишда саёҳатга чиққан бўлса, 2000 йили эса уларнинг сони деярли икки марта ортди.

Бинобарин, Германия туризмини қўллаб-қуватлаш FITVнинг кўп сонли вазифаларидан биридир. Бунинг ортида Германия иқтисодий ҳудудини таъминлаш туради. Бунга шунингдек, Европа интеграциясини кенгайтириш, халқаро савдо муносабатларини қўллаб-қувватлаш, шунингдек, ўрта табақага мансуб аҳоли сонини кўпайтириш ва корхоналарнинг мустақиллигини мустаҳкамлаш ҳам киради.

3.1.1-жадвал

Германияда таътил саёҳатларининг ташкил этилиши

Йиллар	Туроператор саёҳатлари салмоғи	Индивидуал саёҳатлар салмоғи
1970	17%	83%
1980	26%	74%
1990	38%	62%
1992	42%	58%
1994	43%	57%
1996	42%	58%
1997	43%	57%
1999	47%	53%
2000	50%	50%

МАНБА: Leitfaden zum DRV-Existenzgruenderpaket 2000.

2001 йилда Германия туроператорлар ва турагентлар бозорида 19822 га яқин туристик ташкилотлар 23,8 млрд. евро миқдоридаги оборотга (айланма) эришди. Туризм бозорининг 50,0% турагентлик занжирлари ва кооперациялар томонидан назорат қилинади.

Германияда туризм соҳасидаги тадбиркорлик фаолияти учун эркинлик

мавжуд, яъни турагентлик ёки туроператорлик фаолияти билан шуғулланиш учун лицензиялаштириш жараёни ёки рухсатномаларни чегаралаш каби ҳоллар кузатилмайди. Бунинг учун аввало тадбиркорлик фаолияти кўмитасида рўйхатдан ўтиш лозим. Шу билан бирга касб-ҳунар жамияти, тадбиркорликни назорат қилиш кўмитаси, саноат ва савдо назорати органларининг рўйхатларидан ўтилади. Шунингдек, Молия вазирлигининг жойлардаги тегишли идоралари рўйхатидан ўтиб, солиқ тўлов рақами олиш керак. Корхонанинг солиққа тортилиш тартиби қуйидагича:

- даромадга боғлиқ бўлган солиқ (даромад корпорация, тадбиркорлик фаолияти солиғи);
- мулкка боғлиқ бўлган солиқ (мулк, тадбиркорлик фаолияти ер солиғи);
- айланма оборот солиғи;
- корпорация солиғи (капитал жамиятларида).

Туристтик корхонанинг ташкилий ҳудудий тузилиши кўпроқ корхона иқтисоди, солиқ, фуқаролик ҳудуди нуқтаи назаридан келиб чиққан ҳолда танланиши керак. Бунда корхонанинг масъулияти чекланганлиги ва солиқни минималлаштириш истаги муҳим аҳамият касб этади. Муҳими раҳбарлик ҳуқуқи, ўз капитали билан таъминланиш имконияти кабиларга боғлиқ бўлган махсус талабларга жавоб бериш учун оқилона шартнома тузилиши керак. Ундан ташқари, ташкилий-ҳудудий тизим шундай танланиши керакки, келажакда корхонанинг ўсиши учун етарли даражада таракқиёт имкониятлари мавжуд бўлсин.

Тадбиркорлик фаолиятини рўйхатдан ўтказиш барча корхоналар учун мажбурийдир. Капитал ташкилотлари (масалан MGHJ) савдо режасига киритилиши керак. Шахсий жамиятлар орасида “очиқ савдо жамияти” (OHG) ва “коммандит жамияти” (KG) мажбурий равишда савдо реестрига киритилади.

Якка ҳолдаги тадбиркорлар учун савдо реестрига киритилиш мажбурияти уларнинг обороти ҳажмига боғлиқ равишда амалга оширилади.

Амалда кичик бюролар кўпинча аввалига якка ҳолдаги тадбиркорлик,

кейинчалик эса, масалан, масъулиятнинг чекланиши сабаблари билан GmbH, OHG ёки KG га айлантирилди.

1994 йил баҳорида Германия парламенти пекиж тур худудига ўзгартиришлар киритди. Уларнинг моҳияти шундан иборатки, туроператор миждозларнинг олдиндан тўланган пулларини ва уларнинг саёҳатдан қайтишларини ўзининг банкротга учраш хавфидан сақланишини кафолатлашга мажбурдир.

Германия туризм индустриясининг энг муҳим ташкилотларидан бири Германия Туризм Маркази - Deutsche Zentrale fuer Tourismus (кейинчалик GTM)-Германия федерал ҳукумати томонидан туризмни бошқариш ва назорат қилиш учун масъул миллий ташкилот ҳисобланади. Унинг бош идораси Frankfurt Маунда жойлашган. GTM миллий туризм ташкилоти сифатида хорижда GFR га саёҳат транспортини жалб қилиш, бунда кенг қамровли миллий ва халқаро корхоналар билан ҳамкорлик қилиш ҳамда ўз малакаси ва соҳа бўйича олган тажрибаларини Федерал Ҳукумат ва бошқа туризм масалалари бўйича масъул идоралар ихтиёрига тақдим этиш ва таклиф киритиш билан шуғулланади. Мазкур фаолияти билан GTM халқларнинг ўзаро бир-бирини англашларига ўз ҳиссасини қўшиб келмоқда. GTMнинг тарихига назар ташлайдиган бўлсак, бу ташкилот 1948 йилда ташкил топган. Ундан аввал иш юритган ташкилот эса 1920 йили вужудга келиб, “Reichszentrale fuer Deutsche Verkehrswerfung”, яъни «Германия Транспорт Рекламаси Давлат Маркази» деб аталган. 1939 йилда бу ташкилотнинг дунё бўйлаб 40-та ахборот агентлиги бўлган.

GTM малакали, профессионал ва иноватив равишда Германия туризми учун маркетинг тадбирларини ўтказувчи орган ҳисобланади. Унинг фаолиятини маблағ билан таъминлашнинг 80 фоизи FITV томонидан амалга оширилади. GTM 50 йилдан ортиқ вақтдан бери хорижда барча маркетинг тадбирларини режалаштириш, координация қилиш ва амалга ошириш ишларини амалга ошириб келмоқда. Ички худудлараро маркетинг фаолиятини 1999 йил 1

январдан бери юритиб келаётган бу ташкилотнинг стратегик пойдеворини Германиянинг турли ҳудудларига таътил саёҳатларини талабга йўналтирилган равишда амалга ошириш фаолиятларини ташкил этмоқда. GTM миллий туристик ташкилотларни ва хизматларни халқаро туризм бозорида сотишнинг муҳим функцияларини ўз зиммасига олган. Булар таркибига барча маркетинг тадбирлари ҳамда сотишни ривожлантирувчи фаолиятлар киради. GTM яқин келажакка мўлжалланган стратегияларини амалга оширишда Германия туризми билан ҳамда иқтисодиёт соҳаси ва бирлашмалардаги тадбиркорлар билан мустаҳкам алоқаларни вужудга келтирган. Бу эса мақсадларга эришишида муҳим таянч нуқтаси ҳисобланади.

GTM ўз фаолияти давомида қуйидаги мақсад ва сратегияларни кўзлайди:

-саёҳатдан келадиган умумий тушумни ошириш;

-Германияни иқтисодий ҳудуд сифатида кучайтириш;

-Германияни ҳар томонлама кўркам саёҳат мамлакати сифатида намойиш этиш.

Бутун дунё бўйлаб GTMнинг 28 та хорижий ваколатхоналари ва савдо шаҳобчалари мавжуд. Улар туристик маҳсулотларни ўтказишда асос бўлиб ҳисобланадилар ва Германияни саёҳат мамлакати сифатида имкон қадар бутун дунёга танитиш учун ҳаракат қиладилар. Мазкур ваколатхоналарнинг 12 таси GTMнинг ўз ваколатхоналари, 16 таси эса “Deutsche Lufthansa AG” ҳамда “Deutcher Industrie-und Handelstag” каби ҳамкорлар таркибидаги сотиш агентликларидан иборат. Уларнинг режаси буюджет имкониятларига қараб, ривожланиб бораётган бозорларга сотиш структурасини тобора кенгайтириш.

Ҳозирги кунда GTMнинг 41 та аъзоси бўлиб, шулардан энг муҳимлари қуйидаги корхона ва ташкилотлардир:

- Accor Hotellerie Deutschland G m bH.
- Arbeitsgemeinschaft Deutscher Verkehrsflughafen.
- ASR-ўрта тоифадаги туристик корхоналар уюшмаси.
- Autobahn Tank & Rast GmbH.

- Германия Туризм Иқтисоди уюшмаси.
- Германия меҳмонхоналари уюшмаси.
- Германия туризм уюшмаси.
- Германия Туроператорлари ва Турагентлари уюшмаси.
- Европа Туризм суғурта ташкилоти.
- RDA - Халқаро Автобус Туризми уюшмаси.
- Deutsche Bahn AG.
- Deutsche Lufthansa AG.
- Deutscher Industrie-und Handelstag.
- Magic Cites Germany.
- Steigenberger Hotels AG.
- TUI.

GTM ўз фаолиятида маркетинг режасига таянади. Бу режа унинг аъзолари ва ташқи транспорт хўжалиги олдида овозга қўйилган ва бошқарув кенгаши томонидан қабул қилинган бўлади. Режа асосан 2 йилга тузилиб, ўз моҳиятига кўра, барча оператив вазифаларни режалаштириш ва бажариш учун бошқариш воситаси бўлиб ҳисобланади.

Маркетинг режасида бозор тадқиқоти натижаларига асосланган ҳолда GTM маркетинг ишининг мақсадалри ва мақсадли гуруҳлари акс эттирилган ҳамда мазкур мақсадли гуруҳлар билан муваффақиятли алоқа ўрнатишга ва ҳар бир режалаштириш даври учун ўртача эҳтиёжни рақамларда акс эттиришга ва хусусийлаштиришга имкон берувчи стратегиялар ва инструментлар санаб ўтилган бўлади.

Туристлар салоҳиятининг қандай қамровда ва жадаллик билан ривожланиш мумкинлиги GTMнинг молиявий жиҳатдан таъминланганлик даражасига боғлиқ бўлади.

Германия туризмини мамлакат ичида ривожлантириш учун GTM қуйидаги маркетинг тадбирларини амалга оширади:

- у янги истеъмолчилар истакларига мослаштирилган мавзуларни

такомиллаштиради;

- туристик маҳсулотни такомиллаштиришни қўллаб қувватлайди;
- сайёҳлик агентликларидаги савдо сотиқни рағбатлантиради;

GTM турагентлар ва туроператорлардан тортиб, сотиш каналлари ҳамда реклама марказлари орқали, жойлардан бошлаб ҳудудларгача - барча иқтисодий ҳамкорлар ва бирлашмаларнинг уюшиши, ўзаро мулоқатда бўлишлари ҳамда маблағ билан таъминлаш имкониятларини такомиллаштириб боради.

GTM маркетинг стратегиясининг мазмуни - ҳудудлар хусусиятларидан келиб чиққан ҳолда, харидорларга йўналтирилган таклифларни профессионал даражада ривожлантириш ва шу орқали давомли равишда ташкилот имижини яхшилашдан иборатдир. Пировард натижада истеъмолчилар ҳам ҳудудлараро имиж тадбирлари, ҳам инноватив ахборот воситалари кооперацияси орқали маълумот оладилар.

Хорижий манба бозорлар учун GTM мижозлар истакларига мос келувчи умумий мавзуларни ва давлатлараро дастурларни ишлаб чиқади, шунингдек, ўз ҳамкорлари билан бозорга йўналтирилган ва мижозларга мос келувчи таклифларни ишлаб чиқиш бўйича маслаҳатлар беради. Юқоридаги таклифларни эса қизиқарли реклама воситалари ва ҳар хил қўлланмалар орқали тақдим этади. Бундан ташқари, яна бир қанча турдаги маркетинг воситалари қўлланилади, буларга реклама ва эълонлар, таклифлар ва мавзулар орқали истеъмолчилар билан мулоқатда бўлиш, ўрганиш - билим ва малака ошириш саёҳатларни уюштириш муҳим аҳамиятга эга бўлган ярмаркалардаги тақдимот, журналлар ва бошқа фикр билдирувчилар билан доимий равишда мулоқатда бўлиш ва ҳоказолар киради. Аслини олганда 1999-2000 йиллар Германия туризм тармоғи учун жадаллашган таркибий ўзгаришлар йили бўлди. Европада ҳозирги кунда вертикал интеграциялашув натижасида барча туризм хизматларини ўзига жамлаган йирик туристик концернлар вужудга келмоқда. Вазиятнинг бундай тус олиши туризм бозорини индустриаллаштиради, пекиж

турлар эса фирма маҳсулоти сифатида ва мижозлар бирлашишини мустаҳкамлаштириш мақсадида тобора кўпроқ намоён бўлади. Реклама ҳаражатларининг ҳажми ҳам истеъмол моллари саноатига яқинлашиб бормоқда.

Европанинг энг муҳим туризм марказларидан бири ҳисобланган Германия миллий туризм индустриясини тўлиқ шакллантирган мамлакат ҳисобланади.

Германия бир неча йиллар мобайнида таваккалчилик ва пухта ишлаб чиқилган режалар асосида кучли туризм индустриясини барпо этишга эришди. Европа минтақасидаги умумий туризм балансини сақлаб турувчи йирик туристик фирмалар ҳам, шунингдек, энг кўп саёҳат қилувчи инсонлар ҳам бу мамлакатда фаол иш юритишади.

Германия мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаларини кўрсатишича, жаҳон бўйича туристик ташрифларнинг 2,5% Германия мамлакатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 0,6%га кўпайган. Даромадлар бўйича жаҳон туризм даромадларининг 4,0% бу мамлакатга тўғри келган, 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 4,0%га ўсган.

Европа минтақаси бўйича халқаро туристик ташрифларнинг 4,5%ни, даромадлар миқдори бўйича 8,0%ни ташкил қилган.

2002 йилда ҳар бир хорижий ташриф 1066 АҚШ долларини ташкил қилган.

Ўзбекистон билан Германия ўртасида 1992 йил 6 мартда дипломатик муносабатлар элчихоналар даражасида ўрнатилган. Иккала мамлакат ўртасида яхши иқтисодий муносабатлар мавжуд, Германия ёрдамида Тошкент аэропорти модернизация қилинди, 132 та қўшма корхона мавжуд.

Тошкент - Франкфурт шаҳарлари ўртасида бевосита самолёт алоқалари ўрнатилган.

**Германия мамлакати халқаро туризм фаолиятининг
иқтисодий таҳлили (2002 й.)**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. Киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Европа минтақаси бўйича ташриф- лар	Германия мамлака- тига ки- линган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Европа минтақаси бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши%	Жаҳон бўйича умумий тушум	Европа минтақаси бўйича умумий тушум	Германия мамлакати тушумлари	Жаҳон тушумлари бўйича улуши%	Европа минтақаси тушумлари бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш%
702,6	399,8	17,969	2,5	4,5	0,6	474,2	240,5	19,158	4,0	8,0	4,0

3.2. Буюк Британия давлатининг туризм иқтисоди

Буюк Британия - Ғарбий Европадаги Британ оролларида жойлашган давлат. Буюк Британия юқори даражада ривожланган индустриал давлатдир. Жаҳон иқтисодий ишлаб чиқаришида ЯИМ бўйича етакчи ўринни эгаллайди. Худуди 244,1 кв.км., аҳолиси 58,3 млн. кишини ташкил этади. Буюк Британия Европа минтақасидаги туризм саноати ривожланган давлатлардан бири ҳисобланади. 2000 йил Буюк Британия туристик марказларига 25211000 сайёҳлар ташриф буюрган, лекин бу кўрсаткич 1999 йилги кўрсаткичга солиштирилганда 0,7 фоизга камайган. Буюк Британияда туризм соҳасининг ривожланиш сабабларидан бири бу - туризм соҳасида инфор­мацион технологиялардан унумли фойдаланишидадир. Туризм соҳасида инфор­мацион технологиялар, шу соҳа ичида ва ташқарисида, тижорат мақсадида қўлланиладиган барча коммуникация ҳамда инфор­мацион технологиялар мажмуидир. Интернет ва глобал ахборот тарқатиш технологиялари туризм индустриясининг асосий ахборот технологиялари ҳисобланади. Маълумки, Европа бозорида туризм соҳаси бўйича асосан иккита мамлакат муҳим аҳамият касб этади. Булардан бири Буюк Британия бўлса, Иккинчиси Германиядир. Буюк Британияда 2000 йилда бозор улуши интернет орқали туристик маҳсулотларни сотиш бўйича 27%ни ташкил қилди. Европа умумий бозорининг етакчи давлатларидан ҳисобланган ҳар иккала мамлакат ҳам «Online» туризм бозорининг тенг ярмига эгалик қилишмоқда. Шунга қарамасдан ҳозирги кунда чет давлатларга чиқувчи Британияликлар сони Буюк Британияга келувчи меҳмонларга нисбатан жуда кўп. Чунки Британияликлар ўз таътилларини Испания, Франция, Греция, Кипр, Португалия ва Туркиянинг энг яхши курортларида ўтказишни хуш кўрадилар.

Буюк Британиянинг чет элга чиқиш туризмида асосий ўринни Шимолий Америка саёҳатлари эгаллаб турибди. Британияликлар учун ёзги даврда Американинг Майами курорти катта мавқега эга. Бошқа вақтда эса бу ерга фақат қариндошлар, дўстлар билан учрашиш учун саёҳат қиладилар. Буюк

Британияга туристлар турли мақсадларда келишади. Таътилни ўтказиш учун келувчилар 43%ни, иш юзасидан келувчилар 21%ни ташкил қилади. Келадиган чет эллик меҳмонларнинг 50%га яқини Европа Иттифоқи мамлакатлари фуқароларидир. Улардан 40% таътил ўтказувчилар ва 26% бизнес туристларидир. Буюк Британияга ташриф буюрувчи чет эл меҳмонларининг асосий қисмини бизнес саёҳатчилар ташкил қилади. Улар маданий туризм мавжуд бўлган катта шаҳарларга, масалан, Лондонга саёҳат қилишни хуш кўрадилар. (3.2.1-жадвал).

Буюк Британия мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаларининг кўрсатишича, Жаҳон бўйича туристик ташрифларнинг 3,4% Буюк Британия мамлакатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда Хорижий туристлар ташрифи 5,9%га кўпайган.

Даромадлар бўйича жаҳон туризм даромадларининг 3,7% бу мамлакатга тўғри келган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 8,0%га ўсган.

Европа минтақаси бўйича халқаро туристик ташрифларнинг 6,0%ни, даромадлар миқдори бўйича 7,3%ни ташкил қилган.

2002 йилда ҳар бир хорижий ташриф 727 АҚШ долларни ташкил қилган.

Туризм мамлакат иқтисодиёти учун катта даромад келтирувчи соҳадир.

ЯММнинг 5,9% туризм соҳасига тўғри келади.

Буюк Британия билан Ўзбекистон ўртасида 1992 йил 18 февралда элчихоналар даражасида дипломатик муносабатлар ўрнатилган.

Тошкент - Лондон ва Бирмингем шаҳарлари ўртасида бевосита самолётлар йўлга қўйилган.

**Буюк Британия мамлакати халқаро туризм фаолиятининг
иқтисодий таҳлили (2002 й.)**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Европа минтақаси бўйича ташриф- лар	Буюк Британия мамлака- тига қи- линган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Европа минтақаси бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Европа минтақаси бўйича умумий тушум	Буюк Британия мамлакати тушумлар и	Жаҳон тушумлар и бўйича улуши%	Европа минтақаси тушумлари бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш%
702,6	399,8	24,180	3,4	6,0	5,9	474,2	240,5	17,591	3,7	7,3	8,0

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

3.3. Италия давлатининг туризм иқтисоди

Италия Европанинг жанубида, Ўрта ер денгизи қирғоғида жойлашган давлат. Аппенин ярим ороли, Сицилия, Сардиния ва бир қанча майда оролларни ўз ичига олади. Италия ҳудуди 301,2 кв.км., аҳолиси 58,26 млн. киши. Италиянинг «Умумий бозор»га кириши Фарбий Европа интеграциясидаги иқтисодий алоқаларнинг кенгайишига имконият яратди. Италия юқори даражада тараққий этган индустриал мамлакат. Италия иқтисодиётида туризм соҳаси катта ўринни эгаллайди. Товарларни экспорт қилишда солиқдан озод этилган. Ўрта ер денгизидagi қулай дам олиш ва сайир қилиш имкониятлари катта даромад манбаи бўлиб ҳисобланади. Мамлакатда меҳмонхоналарнинг умумий ўрни 55 млн. Йилига 40-45 млн. турист келиб кетади. Рим, Венеция, флоренциядаги тарихий ва меъморий ёдгорликлар туристларни жалб этади. 2000 йил 41,2 млн. хорижий сайёҳлар ташриф буюрган, йиллик ўсиш 12,8 фоизни ташкил этган. Интернет орқали Европа минтақасида сотилган туристик маҳсулотларнинг 8 фоизи Италияга тўғри келади.

Италияда туризм саноатининг ривожланиш тарихи 100 йилдан ошган. Ушбу давр ичида мамлакат дунёнинг асосий туристик марказларидан бирига айланди. Ўрта ер денгизи қирғоқларига келувчи туристларнинг 36,0% Италияга тўғри келади.

Италиянинг асосий туристик ресурслари: кўллар ва маданий бойликлари, тоғлар. Италиянинг туристик ресурслари асосан маҳаллий туристларни эмас, балки чет эллик туристларни кўпроқ жалб этади. 1980 йилда Европа ҳамжамияти Италиянинг жанубий ҳудуди - «Медзоджорнода» туризм инфратизимини ривожлантириш бўйича умумий миқдори 34,9 млн. ЭКЮ бўлган қимматбаҳо лойиҳани амалга ошира бошлади. Ушбу лойиҳанинг асосий мақсади Италияда туризм саноатини ривожлантириш, аҳолини иш билан таъминлаш маҳаллий иқтисодиётга инвестицияларни жалб қилишдан иборат эди. Ушбу лойиҳани амалга ошириш натижасида Италиянинг жанубий

худудларида 65 минг номерли меҳмонхоналар ташкил қилинди. Италия меҳмонхоналарида ҳамда бошқа яшаш жойларини ҳисобга олганда ҳар йили 60 миллионга яқин туристлар тўхтади. Шулардан 35%ни чет эллик туристлар ташкил қилади. Чет эллик туристлар ўз туристик кунларини асосан уч юлдузли меҳмонхоналарда ўтказишни хуш кўрадилар. Бу кўрсаткич 2000 йил 85,2 миллион туристик кунни ташкил қилган эди. Италияда 35870 та меҳмонхона мавжуд бўлиб, булардан бир юлдузли меҳмонхоналар 30,6%ни; икки юлдузли меҳмонхоналар 32,4%ни; уч юлдузли меҳмонхоналар 30,0%ни; тўрт юлдузли меҳмонхоналар 6,2%ни; беш юлдузли меҳмонхоналар 0,8%ни ташкил қилади.

Италияда меҳмонхонада яшаш ва овқатланиш нархи географик зона, фасл, меҳмонхона тоифаси ва бошқа омилларга боғлиқ бўлиб, шу билан бирга ушбу нарх тур маҳсулотнинг умумий ҳисобида 60-65% ташкил қилади. Италияга ташриф буюрувчи туристларнинг аксарияти Швейцария, Германия, Франция ва Австриядан келадилар, уларнинг яримидан кўпини бир кунлик меҳмонлар ёки транзит пасажирлар ташкил қилади. Германиялик туристлар эса нафақат сон бўйича кўпчиликти ташкил қилади, балки дам олишни давомийлиги бўйича ҳам етакчилик қиладилар. Америка ва Японияликлар эса асосан бир ҳафталик саёҳатларга келадилар, лекин шу қисқа вақт ичида улар учта маданий марказ Рим, Флоренция, Венецияни зиёрат қилишга улгурадилар. Австралиялик туристларни асосий қисми эса дам олиш кунларини Адриатика қирғоқларида, 25% Италия шаҳарларида, 10% эса тоғларда ўтказишни хуш кўрадилар. Французлар кўпроқ шаҳар кезадилар, келувчиларнинг 25% гина денгиз қирғоқларида дам олишни хуш кўрадилар. Чет эллик меҳмонларнинг ушбу мамлакатга келиш сабабларининг 45% мамлакатнинг тарихий ёдгорликларини кўриш учун; 43,0% иқлими учун; 27,0% табиати учун; 30%га яқини эса юқоридагиларни барчасидан баҳраманд бўлиш учун ташриф буюради. 1990 йили умумий ҳисобга нисбатан чет эллик туристларнинг ушбу мамлакатда ўтказган туристик кунларининг 57% Италиянинг шимолий туристик масканларига тўғри келган эди. Чет эллик меҳмонларни қабул қилиш

бўйича биринчи ўринда Венетто шаҳри туради. Бу шаҳар Италияга ташриф буюрган меҳмонларнинг 20% ни қабул қилади. Иккинчи ўринда Тоскана ва Алто - Адидже шаҳарлари туради. Бу шаҳарлар чет эллик меҳмонларнинг 13% ни қабул қилади. Маҳаллий туристлар (39 миллионга яқин дам олувчилар) дам олиш кунларини ўз вилоятлари курортларида ўтказишга ҳаракат қиладилар.

Италияда автомобиль йўлларининг яхши ривожланмаганлиги сабабли ҳам маҳаллий туристлар таътил кунларини ўз ҳудудларида ўтказадилар. Шунингдек, ёзги мавсумнинг яхши ва мўътадил келиши шимолий вилоятлар аҳолисини денгиз қирғоқларидаги туристик масканларда дам олишга ундайди. Шунинг учун ҳам Италиянинг Эмилия-Романья, Венетто ва Тоскана вилоятлари аҳолисининг денгизга чиқиш имкониятлари мавжуд. Ломбардия вилоятида эса қишки спорт турлари ривожланган. Ушбу вилоятларнинг ҳар қайсиси ички туристларнинг 10% ни қабул қилиш имкониятига эга. Туристларнинг кўплаб келиши асосан ёзнинг июль ва август ойларига тўғри келади. Бу ҳолат денгиз бўйи курортлари учун анчагина муаммолар туғдиради. Чунки бу вилоятларда меҳмонхоналар фонди унчалик катта эмас. Меҳмонхоналарнинг асосий қисми шимол ва шарқ томонларда жойлашган. Бу ҳудудларда эса меҳмонхоналарнинг 46,1% жойлашган холос. Меҳмонхоналарнинг аксарияти Трантино-Альто-Адидже вилоятларида 18,5% жойлашган. Италиянинг марказий қисмида, яъни қирғоқ бўйи туманларида асосан лагерь типидagi шаҳарчалар жойлашган. Мамлакат жанубида эса меҳмонхона ўринларининг етишмаслиги сабабли турар жойлар ижарага берилади.

Мамлакатда халқаро туризмни ривожлантиришда, туризм бўйича миллий бошқарма ЭНИТ катта аҳамиятга эга. Бу бошқарма чет мамлакатларда ҳам ўз ваколатхоналарига эга. Айрим мамлакатларда у ўз фаолиятини «Алitalia» давлат авиа компанияси ва бошқа фирмалар орқали амалга оширади. ЭНИТнинг вазифасига халқаро туристик бозор конъюнктурасини ўрганиш, реклама тадбирларини ўтказиш ва чет мамлакатларда ўз давлатига нисбатан

туристлар оқимини кўпайтириш киради. Италияликлар камдан-кам ҳолларда ўз таътилларини ўзга давлатларда ўтказадилар, Италиянинг турли хил туристик ресурслари уларга ўз юртлари ичида эҳтиёжларини қондиришга имкон беради, аммо шунга қарамасдан Италияда иқтисодиётнинг ўсиши ҳамда валюта назоратининг соддалаштирилиши, сўнгги йилларда чет элларга чиқишни ривожлантиришга туртки бўлмоқда. Масалан: 2000 йилда чет давлатларга 14,7 миллион Италиялик чиққани кузатилган, лекин улар ўзларига яқин бўлган мамлакатларга саёҳат қиладилар. Кейинги йилларда четга чиқиш туризмнинг ўсиши Италия курортлари иш фаолиятини анча осонлаштирди. Шу билан бирга, Италиянинг тарихий, маданий ёдгорликлари ҳали жуда кўп вақтлар чет эллик меҳмонларни ўзига жалб қилиши шубҳасиз. Шунинг учун ҳам уларни асраш ва турист оқимларини туризм марказларига йўналтиришни бошқариш муҳим вазифалардан бири бўлиб ҳисобланади. (3.3.1-жадвал).

Италия мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаларини кўрсатишича, жаҳон бўйича туристик ташрифларнинг 5,7% Италия мамлакатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 0,6%га кўпайган.

Даромадлар бўйича жаҳон туризм даромадларининг 5,7% бу мамлакатга тўғри келган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 4,3%га ўсган.

Европа минтақаси бўйича халқаро туристик ташрифларининг 10%ни, даромадлар миқдори бўйича 11,2% ни ташкил этган (3.3.1-жадвал).

Италия мамлакати ЯИМнинг 2,8%ни, ЯММнинг 3,7%ни туризм соҳаси тушумлари ташкил этади.

2002 йилда ҳар бир хорижий ташриф 676 АҚШ долларини ташкил қилган.

Италиянинг мустақил Ўзбекистон билан алоқалари яхши йўлга қўйилган. Италия Ўзбекистонни 1991 йилнинг 10 январидан тан олди ва шу йилнинг 24 мартда элчихоналар даражасида дипломатик муносабатлар ўрнатди.

Ўзбекистонда кўплаб қўшма корхоналар иш олиб боради. Иккала мамлакат алоқалари қадимга бориб тақалади, «Буюк ипак йўли» орқали ўзбек савдогарлари Рим билан Карвон йўллари орқали мустаҳкам боғланган эдилар. Ана шу анъаналар ҳозирги кунда янада равнақ топмоқда. Тошкент ва Рим ўртасида авиация алоқаси ўрнатилган.

Италия мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили (2002 йил)

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Европа минтақас и бўйича ташриф- лар	Италия мамлака- тига қи- линган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Европа минтақас и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Европа минтақас и бўйича умумий тушум	Италия мамлакат и тушумлар и	Жаҳон тушумлар и бўйича улуши%	Европа минтақас и тушумлар и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш %
702,6	399,8	39,799	5,7	10,0	0,6	474,2	240,5	26,915	5,7	11,2	4,3

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

3.4. Австрия мамлакатининг туризм иқтисоди

Австрия марказий Европадаги давлат. Ушбу мамлакат шимолий Европани Жануб билан, Фарбий Европани шарқ билан боғловчи трассаларнинг кесишув йўлида жойлашган. ҳудуди 83,849 кв.км., аҳолиси 8,0 млн. Йирик шаҳарлари Вена, Грац, Линд, Зальцбург. Расмий тили - немис тили. Европа Иттифоқи аъзоси, 2002 йилдан еврога ўтилган.

Австрия Европа ва умуман жаҳондаги энг ривожланган давлатлар қаторига киради. Сўнгги йилларда бу давлатнинг иқтисодиёти юқори суръатлар билан ривожланмоқда. Ялпи миллий маҳсулот ҳажми 139,3 млрд. доллар, йиллик ўсиш 3%га тенг.

Австрияда XX асрга хос муҳим ўзгариш шундан иборатки, агар авваллари саноат ва қишлоқ хўжалиги ҳал қилувчи ўринни эгаллаган бўлса, сўнгги йилларда хизмат кўрсатиш соҳаси асосий ўринга чиқиб олди. Айниқса, халқаро туризм мамлакат иқтисодиётида энг сердаромад соҳага айланган. Фақат шу соҳа фаолияти туфайли давлат хазинасига деярли 15 млрд. АҚШ доллари миқдорида фойда келтиради, бу ялпи миллий маҳсулотнинг 11%га тўғри келади. Бу кичик бир давлат иқтисодиёти учун ниҳоятда катта даромад манбаи ҳисобланади. Албатта, бундай ютуққа эришиш осонлик билан бўй бермайди. Аввало мамлакатда тинчлик-осойишталик таъминланган, туристларнинг турли туман талабларини қондирадиган инфратузилма яратилган бўлиши лозим. Бу аввало қулай транспорт, меҳмонхоналар улардаги бекаму-кўст сервис, алоқа хизматлари, тарихий ёдгорликлар, яхши муомала ва бошқалар юқори савияда амалга оширилиши натижасидир.

Австриянинг қулай географик жойлашуви, иқлимнинг мўътадиллиги, жаҳонга машҳур Альп ўтлоқлари, тоғлари, қишки чанғи учун керакли имкониятлар яратилганлиги бунга қулайлик яратади.

Демак, мамлакатнинг географик ҳолати, шунингдек, унинг қулай автомобиль трассаларини катта миқдорда транзит ва бир кунга келувчи туристлар ташкил қилади.

Транзит туристларнинг асосий қисми шимолий Европадаги мамлакатлардан Ўрта ер денгизи қирғоқларига йўл оладилар. 1980 йилларнинг охирларида социализм лагери билан ғарб ўртасидаги «темир парда» олиб ташлангандан кейин бир кунга келувчи туристлар сони яна ҳам ошди. 1990 йилларнинг бошида мамлакатга қўшни бўлган Венгрия, Чехия ва Славакция, шунингдек, Польша туристлари фаол қатнай бошладилар. 1992 йилда чет эл туристлари Австрияда умумий ҳисобда 99,7 миллион туристик кунни ўтказдилар. Ички туристлар эса 30,6 миллион туристик кун ўтказдилар. Ҳозирги пайитда Австрия қиши спорт ўйинлари бўйича етакчи туристик марказ ҳисобланади.

Ваҳоланки, халқаро туризм асосан мамлакатнинг ғарбий қисмида ривожланган. Австрия халқаро туризмини асосий таъминловчи мамлакатлар Германия, Нидерландия ва Буюк Британия ҳисобланади. Бу уч давлат фуқароларининг Австрияда ўтказган туристик кунлари 80%ни ташкил қилади. Ташриф буюрувчи туристларнинг ярими Германияга тўғри келади. Ундан кейин эса Нидерландия, Италия, Буюк Британия, Швейцария, Франция, АҚШ, Бельгия, Швеция, Шарқий Европа мамлакатлари ва бошқалар туради. Австрия кўпроқ Германия туристик бозорига муҳтожлик сезади, лекин сўнгги йилларда кўпроқ Италия билан ҳамкорлик қилмоқда. 1992 йилда Австрияда туристик кунлар миқдори 1990 йилга нисбатан 3,6 млн.га ортди.

Австрияда гавжум сезон август ойига тўғри келади. 2000 йилда Австрияга ташриф буюрган туристлар сони 17818000 минг кишини ташкил этган, йиллик ўсиш эса +2,0%ни ташкил қилди. Туристлик маҳсулотларни интернет орқали сотиш эса 19%ни ташкил этган.

Австрияда қишки туризм мавқеининг ўсиши билан биргаликда ушбу мамлакат ва бошқа Альп давлатлари, яъни Швейцария, Италия, Франция, Германия ва Словения олдида қишки спорт ўйинларининг экосистемага таъсир қилиш муаммосини ҳал қилиш турибди. Шу билан биргаликда ушбу мамлакатларда ёзги туризм мавқеининг пасайиши сезилмоқда (3.4.1-жадвал).

Австрия мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили (2002 й.)

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Европа минтақас и бўйича ташриф- лар	Австрия мамлака- тига қи- линган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Европа минтақас и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Европа минтақас и бўйича умумий тушум	Австрия мамлакат и тушумлар и	Жаҳон тушумлар и бўйича улуши%	Европа минтақас и тушумлар и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш %
702,6	399,8	18,611	2,6	4,7	2,4	474,2	240,5	11,237	2,4	4,7	6,5

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Австрия мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаларини кўрсатишича, жаҳон бўйича туристик ташрифларнинг 2,6% Австрия мамлакатига тўғри келади.

2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристик ташрифи 2,4%га кўпайган.

Даромадлар бўйича жаҳон туризм даромадларининг 2,4% бу мамлакатга тўғри келган.

2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 6,5%га ўсган.

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

Австрия республикаси мустақил Ўзбекистон республикасини 1992 йил 15 январда тан олди ва 25 мартда дипломатик муносабатлар ўрнатилди. Сиёсий, иқтисодий ва маданий муносабатлар ҳар иккала мамлакатлар ўртасида тобора авж олиб бормоқда. Вена университети билан ҳамкорликда Тошкент Давлат Иқтисодиёт Университети қошида иқтисодчи кадрларни тайёрлаш бўйича катта лойиҳа амалга оширилган. Австрияда бир неча бор Ўзбекистонга оид илмий ва амалий конференциялар, кўргазмалар ўтказилди.

3.5. Франция давлатининг туризм иқтисоди

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 Еврога 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 биринчи ўринда туради.

Франциянинг ички туризм бозори бошқа Ғарбий Европа давлатларининг ички туризм бозоридан тубдан фарқ қилади. Биринчидан, французларнинг жуда оз миқдори ўз таътилларини ўзга давлатларда ўтказишади, бу бир йилда 18%га тўғри келади. Иккинчидан, бу ерда таътил даврининг қизғин паллалари мавжуд: июл ва август ойларида ўқувчилар таътиллари, қисқа рождество таътиллари, феврал ойида эса пасха давридаги таътиллар 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 ўтказишади. 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 узоқ ҳудудларга саёҳат қилишни маъқул кўрмоқдалар. Иш юзасидан бўладиган саёҳатларнинг аксарияти Германия ва Буюк Британияга тўғри келади. 1980-2000 йилларда хорижий туристларнинг Францияга келиши кескин ўсди ва 29 млн. дан 75,5 млн. кишига етди.

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 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 ошириш 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 олинаб, 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 кўпайишига ва хорижий туризм моделини ўзгартиришга олиб келди. Натижада 2000 йил Францияга Европа мамлакатлари ичида энг кўп, яъни 75,5 млн. туристлар ташриф буюрди. 1999 йилга нисбатан 2000 йилда хорижий туристлар оқимини ўзгариши +3,4%ни ташкил қилди (3.5.1-жадвал).

Франция мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаларини кўрсатишича жаҳон бўйича туристик ташрифларнинг 11,0%и Франция мамлакатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 2,4%га кўпайган.

Даромадлар бўйича жаҳон туризм даромадларининг 6,8%и бу мамлакатга тўғри келган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 7,8%га ўсган.

Европа минтақаси бўйича халқаро туристик ташрифларнинг 19,3%ни, даромадлар миқдори бўйича 13,4%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.

**Франция мамлакати халқаро туризм фаолиятининг
иқтисодий таҳлили (2002 й.)**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Европа минтақас и бўйича ташриф- лар	Франция мамлака- тига қи- линган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Европа минтақас и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Европа минтақас и бўйича умумий тушум	Франция мамлакат и тушумлар и	Жаҳон тушумлар и бўйича улуши%	Европа минтақас и тушумлар и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш %
702,6	399,8	77,012	11,0	19,3	2,4	474,2	240,5	92,329	6,8	13,4	7,8

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

3.6. Испания давлатининг туризм иқтисоди

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 қурила 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 ривожланди, 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 кўрғазмаси 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 суст ривожланган, аммо охириги йилларда сезиларли даражада ўсиш кузатилмоқда. Мамлакатдан чиқувчи туристлар сони умумий туристлар сонига нисбатан анча кам, аммо уларнинг қуёшли 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, Марокаш, 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 7,4%и Испания мамлакатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 3,3%га кўпайган.

Даромадлар бўйича жаҳон туризм даромадларининг 7,1%и бу мамлакатга тўғри келган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 2,2%га ўсган.

Европа минтақаси бўйича халқаро туристик ташрифларнинг 12,9%ни, даромадлар миқдори бўйича 14,0%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.

**Испания мамлакати халқаро туризм фаолиятининг
иқтисодий таҳлили (2002 й.)**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Европа минтақаси бўйича ташриф- лар	Испания мамлака- тига қи- линган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Европа минтақаси бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Европа минтақаси бўйича умумий тушум	Испания мамлакати тушумлари	Жаҳон тушумлари бўйича улуши%	Европа минтақаси тушумлари бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш%
702,6	399,8	51,748	7,4	12,9	3,3	474,2	240,5	33,609	7,1	14,0	2,2

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

3.7. Португалия давлатининг туризм иқтисоди

Португалия Европанинг жанубий-ғарбида, Пиреней ярим оролининг ғарбий қисмида жойлашган давлат. Унга Атлантика океанидаги Азор ва Мадейра ороллари ҳам киради. Ҳудуди 91,985 кв.км., аҳолиси 11 млн. га яқин кишини ташкил этади. Португалия индустриал-аграр мамлакат. Европа Иттифоқи аъзоси. Йирик шаҳарлари Лиссабон, Порту, Брага, Сетубал ва Эвора. Португалия давлати қадимги маданият ўчоқларидан бири ҳисобланади.

Португалия иқтисодиётида муҳим таркибий ўзгаришлар амалга оширилмоқда, анъанавий саноат ва қишлоқ хўжалиги ўрнига маиший хизмат соҳалари устуворлиги кузатилмоқда. Хизмат соҳаларида аҳолининг 42% банд бўлиб, ЯИМнинг 51% ҳудди шу соҳада яратилмоқда. Португалия иқтисодиётида хизмат соҳалари ролининг ортиб бориши туризм соҳасида яққол кўзга ташланади.

Португалия Испания туризм саноатидан ҳажмига нисбатан анча фарқ қилади, аммо уларнинг ижобий томонлари ҳам анчагина, иккала мамлакатда ҳам туристик сектор катта бўлмаган ҳудудларда, мамлакат ичкарисида, яъни жанубий қирғоқларда жойлашган. Шимолий Атлантика океани қирғоқларида туристлар кам бўлади. Португалия Испания каби Атлантика Океанида, Африканинг ғарбий қирғоқларида ўз ҳудудларига эга. Бу Мадейра оролидир. Бу ердаги иқлимнинг юмшоқлиги туристларни ўзига жалб қилади. Бу мамлакатда ички ва четга чиқиш туризми кам ривожланган, ички туризм ҳажми ҳозирча кичик ва фақат аҳолининг 1/3 қисмигина таътилларини ўз мамлакатларида ўтказадилар. Мамлакатда четга чиқиш туризми ҳам унча катта эмас. 1986 йилда мамлакат аҳолисининг фақат 8%игина чет мамлакатларга саёҳатларга чиққан.

Португалия бир йилда 20 миллионга яқин туристларни қабул қилади, лекин уларнинг асосий қисмини қуёшли Испания мамлакатининг бир кунлик туристлари ташкил этади. Португалияда халқаро туризм 1980-1990 йилларда жадал ривожланди.

Португалия туристик бозорини туристлар билан таъминловчи мамлакатлар қаторига Буюк Британия умумий тарзда ташриф буюрадиган туристларнинг 13,5%ни, Германия 9,1%ни, Франция 7,7%ни, Италия 2,9%ни, Нидерландия 3,8%ни, АҚШ 1,7%ни ташкил қилади.

2000 йил Португалия туристик марказларига 12 миллион чет эллик туристлар ташриф буюрган, йиллик ўсиш эса +3,2%ни ташкил этади. Португалиянинг интернет орқали туристик маҳсулотларни сотиш улуши 2000 йилда 8%ни ташкил этган (3.7.1-жадвал).

Португалия мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижалари кўрсатишича, жаҳон бўйича туристик ташрифларнинг 1,7%и Португалия мамлакатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 4,1%га камайган.

Даромадлар бўйича жаҳон туризм даромадларининг 1,2%и бу мамлакатга тўғри келган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 7,5%га ўсган. Европа минтақаси бўйича халқаро туристик ташрифларнинг 2,9%и, даромадлар миқдори бўйича 2,5%ни ташкил қилган.

Португалия республикаси Ўзбекистон Республикасини 1992 йилнинг 16 январидан тан олган ва 1992 йил 12 августда дипломатик муносабатлар ўрнатилган.

**Португалия мамлакати халқаро туризм фаолиятининг
иқтисодий таҳлили (2002 й.)**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Европа минтақас и бўйича ташриф- лар	Португалия мамлака- тига қи- линган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Европа минтақас и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Европа минтақас и бўйича умумий тушум	Португалия мамлакат и тушумлар и	Жаҳон тушумлар и бўйича улуши%	Европа минтақас и тушумлар и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш %
702,6	399,8	11,666	1,7	2,9	-4,1	474,2	240,5	5,919	1,2	2,5	7,5

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

3.8. Греция давлатининг туризм иқтисоди

Греция Европанинг жанубий-шарқий ва Болқон ярим оролининг жанубий қисмида Ўрта ер ва Эгей денгизлари қирғоғида жойлашган. Ҳудуди 131,957 кв.км. аҳолиси 10,64 млн. кишини ташкил қилади. Йирик шаҳарлари Афина, Солоники, Патри, Ралос ва Иркасион. Европа Иттифоқи аъзоси. 2002 йилда еврога ўтилган.

Греция индустриал-аграр давлат бўлиб, ўртача иқтисодий ривожланиш кўрсаткичларига эга. Асосий иқтисодий кўрсаткичлари бўйича, Европа мамлакатлари ичида 15-чи, яъни энг охириги ўринда туради. Аҳолининг асосий қисми ишлаб-чиқаришдан ташқари, хизмат соҳаларида фаолият юритадилар. 1980 йилларда таркибий қайта қуриш билан боғлиқ бўлган иқтисодий инқироз рўй беради. Бу жараён асосий иқтисодий тармоқларда кузатилади. Фақат 1990 йиллар бошларидан иқтисодий юксалиш бошланади, жумладан, қишлоқ хўжалигида ўсиш 1%, саноатда 0,4%, хизмат соҳаларида 2,2%га ўсиш кузатилди.

ЯММ 93,0 млрд. АҚШ доллари. ЯММнинг 9,5%и туризм соҳасига тўғри келади.

Греция жаҳон маданияти ўчоғидир. Элладининг жаҳонга машҳур археологик ва меъморчилик ёдгорликлари Афинадаги Акрополь, Коринф, Микен, Олимп маъбудалари ва бошқалар дунё аҳолисини ўзига жалб этиб келган. Қадимги юнон олимлари ва донишмандларининг асарлари ҳозирги замон илм-фани учун асос бўлиб хизмат қилади. Шу ердан Европа поэзияси, драматургияси бошланади. Қадимги Элладада демократия асослари яратилган, Афинада демократия асослари яратилишининг 2500 йиллиги тантанали равишда байрам қилинди.

Греция кўп йиллар давомида туризмнинг бир йўналиши-тарихий, маданий йўналишида ривожланганлиги сабабли, оммавий туризм унинг учун янги йўналиш ҳисобланади. Асосан АҚШ туристларини жалб қиладиган тарихий-маданий туризм урушдан кейинги йилларда жадал ривожланди.

Греция демократик ривожланиш йўлига ўтгандан кейин мамлакатда пляж туризми жуда тез ривожлана бошлади. 1970 йилларда Грецияда асосан Буюк Британия ва Германиядан туристлар ташриф буюрар эдилар. 1980 йилларга келиб Европанинг турли мамлакатлари туристлари Грецияда оммавий туризмнинг бошқа турларини ривожланишини қўллаб-қувватлайдилар. Бунга Грециянинг қулай географик жойлашуви ва барқарор иқтисодий, сиёсий ҳолати туртки бўлди. 1992 йилда бу ерга ташриф буюрган туристлар сони 7 млн. кишини ташкил этди. Греция туризмини ривожланишида Буюк Британия туризм бозори муҳим рол ўйнайди. Охириги йилларда ташриф буюрувчи туристлар салмоғи 10% дан 22% гача ўсганлиги кузатилган.

Греция туризм масканларига Германия мамлакати туристлари умумий туристларнинг 19,9%ни, Италия 6,4%ни, Франция 5,6%ни ташкил қилади. Ташриф буюрувчи туристлардан Испанларнинг 41%, Японларнинг 35%, Италияликларнинг 25% Греция маданий-тарихий туризмини хуш кўрадилар. 2000 йилда Греция туризм марказларига 12 млн. 500 минг хорижий туристлар ташриф буюрган, йиллик ўсиш 2,8%ни ташкил этади. Грециянинг интернет орқали туристик маҳсулотларни сотиш улуши 2000 йилда 8% ни ташкил этади.

Греция мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаларини кўрсатишича, жаҳон бўйича туристик ташрифларнинг 2,0%и Греция мамлакатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 0,9% га кўпайган.

Даромадлар бўйича жаҳон туризм даромадларинг 2,1%и бу мамлакатга тўғри келган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 3,1%га ўсган.

Европа минтақаси бўйича халқаро туристик ташрифларнинг 3,5%и, даромадлар миқдори бўйича 4,1% ни ташкил қилган.

Греция республикаси Ўзбекистон Республикаси мустақиллигини 1992 йилнинг 2 январидан олди, 1992 йил 16 мартда дипломатик муносабатлар ўрнатилди. Иккала мамлакат ўртасида сиёсий, иқтисодий ва маданий муносабатлар ривожланмоқда.

**Греция мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили
(2002 йил)**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Европа минтақаси бўйича ташриф- лар	Греция мамлака- тига қи- линган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Европа минтақаси бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Европа минтақаси бўйича умумий тушум	Греция мамлакати тушумлари	Жаҳон тушумлари бўйича улуши%	Европа минтақаси тушумлари бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш%
702,6	399,8	14,180	2,0	3,5	0,9	474,2	240,5	9,741	2,1	4,1	3,1

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

3.9. Европанинг «Бенилюкс» иқтисодий иттифоқига кировчи Бельгия, Нидерландия ва Люксембург мамлакатлари туризм иқтисодиёти

1958 йилда Бенилюкс мамлакатлари Бенилюкс иқтисодий иттифоқи шартномасини тузадилар. Европанинг учта мамлакати – Бельгия, Нидерландия, ва Люксембург мамлакатлари оммабоп туристик марказлар деб ҳисобланади.

А) Бельгия давлатининг туризм иқтисоди

Бельгия қироллиги Европанинг ғарбий қисмидаги Шимолий денгиз қирғоқларида жойлашган давлат. Ҳудуди 30,5 минг кв.км., аҳолиси 10 миллиондан ортиқроқ. Йирик шаҳарлари Брюссель, Антверпен, Гент, Брюгге, Шарлеруа, Льеж, Намюр, Луана. НАТО ва Европа Иттифоқи аъзоси, Европада иқтисодий интеграция жараёнларида фаол иштирок этиб келади. Эслатиб ўтамиз, НАТОнинг штаб квартираси Брюсселда жойлашган. Бенилюкс Иттифоқи ҳам шу давлат ташаббуси билан бунёд этилган, Европа иттифоқи аъзоси. 2002 йилда еврога ўтилган.

Бельгия иқтисодиётида туризм катта даромад келтирувчи муҳим соҳа бўлиб ҳисобланади. Мамлакатда 2148 та меҳмонхона мавжуд. Туризмни ривожлантириш учун барча имкониятлар ишга солинган, чунки ундан катта даромад келади. Бельгиянинг ички туризм бозори 1990 йилда 23,9 млн. туристик кунни ташкил қилди. Унинг асосий қисми, яъни 59%и мамлакатнинг қирғоқ бўйи зоналарида, анъанавий курортлар Остенде, Кноккл ва Бланкенберглга тўғри келади. Бельгияда ўз-ўзига хизмат кўрсатиш секторида дам олишни хуш кўрадилар.

Бельгияликлар учун қирғоқ бўйи зоналаридан кейин иккинчи дам олиш маскани, бу оммабоп Арденна тоғи ҳисобланади. Ушбу тоғларда дам олувчилар сони мамлакатнинг ёзги ички туризмнинг 6%и тўғри келади.

Бельгия меҳмонларининг асосий қисмини Буюк-Британия, Германия, Италия, Испания, Нидерландия, Франция ва АҚШ фуқаролари ташкил қилади.

1992 йилда мамлакатни 3,2 млн. хорижий туристлар зиёрат қилган. Хорижий туристларни мамлакатда бўлиши ўрта ҳисобда икки кунни ташкил

қилади. Бельгияга ташриф буюрган хорижий туристларни асосий қисмини ишбилармон саёҳатчилар ташкил қилади. Брюссель Бельгиянинг нафақат пойтахти, балки Европа Иттифоқи, НАТО ва кўпгина трансмиллий компанияларнинг бош офислари жойлашган шаҳардир. Ушбу ташкилотларга қарашли меҳмонлар қимматбаҳо отелларда яшайдилар.

Бельгияда Ўрта аср кварталлари яхши сақланган 9-та шаҳар мавжуд. Хорижий туристларнинг кўпроқ қизиқтирадиган шаҳарлар-бу, Брюсселдан ташқари, Антверпен, Брюгге ва Гент шаҳарларидир. Туристлик кунларнинг 85%и ушбу шаҳарларга тўғри келади.

Брюгге - ўтган асрдан дарак берувчи гўзал шаҳар. Ўзининг тор кўчалари, эски кўприклари, бинолари билан Венецияни эслатади. Брюггеда 1248 йил қурилган Белфи энд Клоз Холл, 1336 йил қурилган Тоун Холл ва бошқа кўплаб XII-XIII аср ибодатхоналари мавжуд. Дунё санъати намуналарига бой бўлган Гройенинг музейи, шу жумладан, ўрта асрнинг яна бир шаҳри ҳисобланмиш - Гент ўзининг гуллар Кўрғазмаси билан танилган. Унинг марказида 1180 йилда қурилган черков, 1300 йилда қурилган Белфи Энд Клоз Холл ва XV асрда барпо этилган Сант Браво Кафедрал жойлашган. Антверпен шаҳри нафақат ўзининг қадимий бинолари билан танилган, балки у ерда Алмаз ишбилармонлар туризми ҳам ривожланган. Брюссель шаҳри ҳам ўрта асрларда вужудга келган шаҳарлар ҳисобига кириб, ишбилармонлар туризмидан ташқари, катта тарихий-маданий туризм маркази бўлиб ҳисобланади. Сўнги йилларда ўрта асрлар, яъни 1696 йилда қайта қурилган Брюссель шаҳрининг асосий майдони Гранд-Палас хорижий туристлар эътиборини жалб қила бошлади. Бу ерда юнон услубида қурилган шаҳар саройи, «Mezon de Roy» ва «Gold Хаusez» бинолари жойлашган. Чет давлатлардан келган меҳмонларнинг деярли 1/3 қисми Бельгиянинг қирғоқ зоналарида дам олишни маъқул кўрадилар. Меҳмонлар асосан кўшни бўлган Буюк Британия, Германия, Нидерландия ва Франция мамлакатларидан ташриф буюрадилар. Мамлакатга, шунингдек, бир кунлик меҳмонлар ҳам кўп миқдорда келади. Охириги йилларда

хорижий туристларнинг сони 15-16 миллион кишини ташкил қилмоқда. Бельгия Европа йўлларининг чорраҳасида жойлашган, Париж ва шимолий Германия, Буюк Британия ҳамда Европа ороллариغا чегарадош. Шу сабабли мамлакат чегарасини жуда кўп миқдорда транзит туристлар кесиб ўтади. Уларнинг сони йилига 7 миллион кишини ташкил этади. Бельгиянинг тарихий обидалари ва қирғоқ зоналари туризм иқтисодини ривожланишида катта аҳамият касб этади.

Бельгия қироллиги билан Ўзбекистон Республикаси ўртасида 1992 йилнинг 10 мартида ўзаро дипломатик муносабатлар ўрнатилган. Ҳозирги кунда ҳар икки мамлакатда элчихоналар очилган.

Б) Нидерландия давлатининг туризм иқтисоди

Бенилюкс иттифоқига кирувчи иккинчи давлат бу Нидерландия. Нидерландия давлати Ғарбий Европанинг шимолий қирғоғида жойлашган. Ҳудуди 41,2 минг кв.км., аҳолиси 14,45 миллион киши. Йирик шаҳарлари: Амстердам, Роттердам, Утрехт, Харлен. Европа Иттифоқи, НАТО ташкилотлари аъзоси. 2002 йилдан еврога ўтган.

Нидерландияда ички туризм бозори жуда яхши ривожланган. 2000 йилда 15 миллионга яқин фуқаролари ўз таътилларини ўз мамлактларида ўтказганлар. Уларнинг катта қисми ўз-ўзини бошқариш секторидан фойдаланадилар. Кейинги пайтларда мамлакатда ўз-ўзини бошқаришнинг янги концепцияси оммабоп бўлиб келмоқда. «Паркс Маркази» компанияси ўрмон массивлари ва сув ҳавзаларида жойлашган. Умумий майдони 120-160 гектар бўлган соғломлаштириш спорт комплексларига эга. Бундай комплекслардан мамлакатда 7 таси мавжуд. Уларнинг ҳар бири йилига 1,5 млн. меҳмонни қабул қила олади. Ушбу комплекслар таркибига яхши таъминланган бунгало, ресторанлар, магазинлар, бассейнлар, спорт билан шуғулланиш учун бошқа воситалар кирази. Бошқа Европа мамлакатлари аҳолисига қараганда Нидерландияликлар ўз таътилларини мамлакат ичкарасида жойлашган дам олиш зоналарида ўтказадилар.

Нидерландия ҳудуди кичкина бўлганлиги сабабли унга асосан бир кунлик меҳмонлар ташриф буюришади. 1991 йилда Нидерландияга 5,8 млн. хорижий туристлар келган бўлса, 2000 йилга келиб уларнинг сони 10 миллион 200 минг кишини ташкил қилди. Нидерландия туризм бозорига ташриф буюрувчи асосий туристлар Германия, Буюк Британия, АҚШ мамлакатлари фуқаролари ҳисобланади.

Нидерландия халқаро туризмнинг асосий маркази бўлиб, унинг пойтахти Амстердам шаҳри ҳисобланади. Бу шаҳарда қадимий (XVII аср ёдгорликлари) ва гўзал бинолар кўп. Шаҳар аэропортини улкан транспорт тармоғи билан боғловчи Роттердам Европанинг энг катта денгиз порти ҳисобланади. Демак мамлакат чегарасини 5 миллион транзит йўловчиларнинг кесиб ўтиши ҳеч кимни ҳайрон қолдирмайдиган ҳолатдир.

Нидерландия Ўзбекистонни 1991 йил 31 декабрда тан олди, 1992 йил 10 июлда дипломатик муносабатлар ўрнатилди.

Тошкент - Амстердам шаҳарлари ўртасида авиация қатнови ўрнатилган.

В) Люксембург давлатининг туризм иқтисоди

Бенилюкс иттифоқига кирувчи учунчи давлати Люксембург. Люксембург Ғарбий Европада жойлашган давлат бўлиб, ҳудуди 2587 кв.км., аҳолиси 378 минг киши. Европа иттифоқи аъзоси. 2002 йилдан еврога ўтган. Йирик шаҳарлари Люксембург, Дикириш, Эш, Клерво. Люксембург ривожланган индустрияли мамлакат ҳозирги даврда хизмат кўрсатиш соҳалари, айниқса, банк тармоғи кескин ривожланиб бормоқда. Люксембург Ғарбий Европанинг асосий молиявий марказидир. Барча евро-валюта бозорининг 10% активлари шу ерда мужассамлашган. Мамлакатда 193 та банк фаолият юритади. ЯММ 9,2 млрд. АҚШ доллари, жон бошига 22,830 АҚШ долларини ташкил этади.

**Европанинг «Бенилюкс» иқтисодий иттифоқига кирувчи Фарбий Европа мамлакатлари халқаро
туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили
(2002 йил)**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Европа минтақас и бўйича ташриф- лар	Фарбий Европа мамлакат -ларига ки- линган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши %	Европа минтақас и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умуми й тушум	Европа минтақас и бўйича умумий тушум	Фарбий Европа мамлакат- лари тушумлар и	Жаҳон тушумлар и бўйича улуши%	Европа минтақаси тушумлар и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш %
702,6	399,8	16,319	2,3	4,1	2,4	474,2	240,5	14,598	3,1	6,1	3,2

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Ушбу мамлакат юқоридаги икки мамлакатга нисбатан туристларни кам қабул қилади. Масалан: мамлакат 760 минг хорижий туристларни ҳамда икки миллион бир кунлик меҳмонларни қабул қилиш имкониятига эга. Туризм мамлакат иқтисодиётининг учунчи муҳим соҳаси бўлиб ҳисобланади. Люксембург кўшни давлатлар Бельгия ҳамда Нидерландияга қарам. Бу қарамликни сабаблари шундан иборатки, айнан шу мамлакатлар Люксембургнинг халқаро туризмини ривожлантирадилар. Шунингдек, хорижий меҳмонларнинг асосий қисмини ишбилармон саёҳатчилар ташкил қилади. Чунки бу мамлакатда YS банкларининг штаб квартираси ва кўплаб чет эл банклари жойлашган. Люксембург аҳолиси кўп эмас, аммо мамлакат аҳолиси чет давлатларга, шунингдек, кўшни мамлакатларга саёҳат қилиб турадилар.

Ўзбекистон ва Люксембург ўртасида дипломатик муносабатлар 1992 йил 10 июнда ўрнатилган.

“Бенилюкс” иқтисодий иттифоқига кирувчи Фарбий Европа мамлакатлари халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаларини кўрсатишича, жаҳон бўйича туристик ташрифларнинг 2,3%и “Бенилюкс” иқтисодий иттифоқига кирувчи мамлакатларга тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда ташрифлар сони 2,4% га кўпайган.

Даромадлар бўйича жаҳон туризм даромадларининг 3,1%и бу мамлакатларга тўғри келган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 3,2% га ўсган.

Европа иттифоқи бўйича халқаро туристик ташрифларнинг 4,1%ни, даромадлар миқдори бўйича 6,1 %ни ташкил қилган.

3.10. Скандинавия мамлакатлари Швеция, Финландия, Нарвегия,

Дания туризм иқтисодиёти

1980 йиллардан бошлаб скандинавияда ишбилармонлар туризми жуда тез ривожлана бошлади. Чет мамлакатлардан келган меҳмонларнинг 1/3

қисмини Скандинавияга тегишли бошқа мамлакат фуқаролари ташкил қилади. Буни эса ўз шахсий туристик маҳсулотларини ривожлантираётган маҳаллий туристик ташкилотларнинг фаол иш натижалари деб ҳисоблаш лозим. Бу ерда шубҳасиз мамлакатлар орасидаги маданий тафовутлар ва маҳаллий қонунлар муҳим роль ўйнайди. Скандинавия мамлакатларини туризм бозорини таъминловчи асосий мамлакатлар шимолий Америка мамлакатлари ҳисобланади. XIX асрда Скандинавиядан Шимолий Америкага катта эмиграция уюштирилганлиги натижасида ушбу икки ҳудуд орасида маданий алоқалар ўрнатилган.

А) Швеция давлатининг туризм иқтисоди

Дунё харитасини кузатсангиз, Европа қитъасининг шимолий қисмида ўлжасига ташланаётган йўлбарсга ўхшаб кетадиган қуруқликни кўрасиз - бу Швециядир. Бу қуруқлик қадимдан Скандинавия деб юритилиб келинган. Ярим оролнинг бир қисмида Бирлашган миллатлар ташкилоти тоифалаштиришига кўра, энг ривожланган давлатларнинг бири - Швеция жойлашган. Бу иқтисодий бақувват, аҳолиси фаровон юртнинг ҳудуди ярим оролнинг 60%ни эгаллайди. Ҳудуди - 450 кв.км. Мамлакат ҳудудининг 54% ўрмонлар, 16% тоғлар, 9% кўллاردан иборат. Аҳолиси 9 млн. кишига яқин бўлиб, унинг бир миллионини муҳожирлар ташкил этади. Европа Иттифоқи аъзоси.

Мамлакатнинг кейинги вақтдаги эришган иқтисодий муваффақияти бутун дунёга “Швеция модели” номи билан машҳур бўлган.

Бизнинг республикамиз Швеция билан таққосланганда, ҳудуди қарийб тенг бўлса-да, аммо бу икки мамлакатнинг жўғрофий ўрни, табиий бойликлари, аҳолисининг сони билан бир-биридан кескин фарқ қилади. Шундай бўлса-да, мустақил республикамиз бозор иқтисодиётига жадал кириб бораётган бир шароитда Швеция иқтисодчиларимизда қизиқиш уйғотиши табиийдир.

Мамлакатнинг 80-йиллардаги ривожланиши, 1983 йилдан бери Швед иқтисодиётида узлуксиз ўсиш қайд қилиниши шуни кўрсатадики, Швед модели шароитга мослаша олади. Бу билан у ўзининг ҳаётийлигини исбот қилди.

Шуни таъкидлаш керакки, Швед моделига 50-йилларнинг бошларида асос солинди ва кейинчалик социал-демократлар иқтисодий сиёсатининг муҳим ўзаги бўлиб келмоқда.

Швед модели шунга асосланадики, давлат фирмаларнинг ишлаб чиқариш фаолиятига аралашмайди, меҳнат бозорида фаол сиёсат юргизади, бозор ижтимоий-иқтисодий чиқимларини иложи борича кам миқдорда сарфлайди. Моделнинг яна бир муҳим томони шундаки, хусусий тармоқ ишлаб чиқаришини юксак ўстириш, халқнинг турмуш даражасини яхшилаш, солиқлар тизими орқали давлат томонидан олинган фойданинг иложи борича кўпроқ қисмини аҳолига бўлиб беришни назорат қилади. Бунда асосан жамoa пул фондлари ва инфратузилма унсурларига кўпроқ ён босилади. Ўз навбатида солиқлар ва давлат ҳаражатлари орқали миллий даромаднинг тақсимооти истеъмол қилиниши ва қайта бўлиб берилишида давлат роли тобора ошиб боради. Шунинг учун ҳам бундай фаолиятни «функционал социализм» деб аташмоқда. Швед моделининг бу жиҳатлари мамлакатимиз фаолиятида ўрин олса, фойдадан ҳоли бўлмайди.

ЯММ 163,1 млрд. АҚШ доллари, жон бошига 18580 долларни ташкил этади.

Швед моделининг аҳамият касб этувчи томонлари, хусусан, унинг юқори даражада институтлаштирилганлиги, яъни қонунлаштирилганлиги давлатнинг инқирозларга қарши сиёсатининг фаоллигидадир.

Швеция мамлакатининг туристик марказлари бутун ўлка бўйлаб тарқалган. Бу мамлакат халқаро ички туризмнинг асосий маркази бўлиб, пойтахти Стокгольм ва шаҳар чеккалари ҳисобланади. Ҳудуд ўз таркибига икки мингдан ортиқ бўлган ороллардан ташкил топган архипелагни камраб олади. Ушбу оролларнинг кўпчилигига катерлар ёрдамида борилади. 1990 йилда ушбу ҳудуд Упсала шаҳри билан биргаликда ички туристларнинг 17% ни ва хорижий туристларнинг 24% ни қабул қилган. Мамлакатнинг бошқа оммабop туристик ҳудуди пляжларга эга бўлган 400 км. масофалик олтин

қирғоқ ҳисобланади. Унга ички туризмнинг 14%и, халқаро туризмнинг 13,7%и тўғри келади. Улардан кейин швед кўллари худуди, Гласс мамлакати ҳамда тунги қирғоқ туради. Уларнинг ҳар бирига туризм ички бозорининг 10%и тўғри келади. Швециянинг интернет орқали туристик маҳсулотларни сотиш улуши 2000 йилда 19% ни ташкил этган.

Швеция Ўзбекистон Республикасини 1992 йилнинг 16 январидан тан олди. Ўша йилнинг 8 апрелидан дипломатик муносабатлар ўрнатилди. Иккала мамлакат ўртасидаги сиёсий, иқтисодий ва маданий алоқалар тобора ривожланиб бормоқда.

Б) Финландия давлатининг туризм иқтисоди

Финландия Европанинг Шимолида, Скандинавия ярим орлида жойлашган. Бу давлат иқтисодий жиҳатдан юксак ривожланган индустриал мамлакат ҳисобланади. Худуди 338,2 кв.км., бўлиб, бу жиҳатдан қитъада бешинчи ўринда туради. Мамлакат аҳолиси 5,1 миллион кишини ташкил этиб, 93%и финлардан иборат. Энг йирик шаҳарлари: Хельсинки, Тамперя, Турку. Финландияни маҳаллий аҳоли «Суоми» деб атайдилар. Европа Иттифоқи аъзоси. Худудининг 6,9%и ўрмонлар, 8%игина қишлоқ хўжалиги учун яроқлидир, чунки қолган қисми ботқоқлик ва кўллардан иборат, ана шундай кўллар сони 180 мингдан ортиқ бўлиб, ўртача чуқурлиги 7 метр атрофида, шу сабабли Финландияни «Кўллар мамлакати» деб ҳам юритилади. ЯММ 81,8 млрд. АҚШ доллари, жон бошига эса 22,3 минг АҚШ долларини ташкил этади.

Мамлакат аҳолиси жон бошига ҳисоблаганда юқори кўрсаткичларга эга. Иқтисодиётнинг йиллик ўсиши 2,4%ни ташкил этади.

Ҳозирги даврда Финландия ялпи ишлаб чиқаришнинг 60%дан ортиғи ва халқ хўжалигида банд бўлганларнинг 57%и хизмат кўрсатиш соҳаларига тўғри келади, бу жараён барча индустриал ривожланган мамлакатларда рўй бермоқда. Айниқса, улгуржи ва чакана савдо, алоқа, транспорт, туризм соҳалари авж олган. Молия ва суғурта, тижорат ва маслаҳат берувчи хизмат соҳалари роли ҳам ортиб бормоқда.

Финландия мамлакатига келган чет эл меҳмонларининг асосий қисми мамлакат пойтахти Хельсинкига ташриф буюради. Чет эл меҳмонларининг туристик кунларини 38%и мамлакат пойтахти Хельсинкига тўғри келади. Мамлакат аҳолисининг атиги 7,3% гина ўз таътилларини Хельсинкида ўтказадилар. Аҳолининг катта қисми ўз дам олиш кунларини Финландия кўлларида ўтказадилар. Аҳолининг яна бир қисми Шимолий ҳудудлар, яъни Лапландияда ва Финландия тунги қирғоғида дам олишни хуш кўрадилар. Финландияда аҳоли фаровонлиги юқори бўлганлиги сабабли мамлакатда чет элга чиқиш туризми яхши ривожланган. Мамлакат фуқаролари асосан АҚШ, Канада, Мексика, Франция, Австрия, Испания, Италия, Германия, Швейцария мамлакатларига саёҳатлар уюштирадилар.

Финландия мустақил Ўзбекистонни 1991 йилнинг 30 декабрида тан олди ва 1992 йилнинг 26 феврилида дипломатик муносабатлар ўрнатди. Иккала мамлакат ўртасида алоқа воситаларини янгилаш бўйича шартномалар тузилган.

В) Норвегия давлатининг туризм иқтисоди

Норвегия Европанинг шимолида жойлашган давлат, Скандинавия ярим оролининг шимолий қисмини эгаллаган. Шпицберген архипелаги, Ян-Майин ва бошқа бир қанча оролар Норвегияга тегишли. Ҳудуди 234,2 минг кв.км., аҳолиси 4,4 млн. киши. Йирик шаҳарлари: Осло, Берген, Тронхейм, Ставангер. НАТО аъзоси.

Норвегия юқори даражада ривожланган индустриал-аграр мамлакат. Иқтисодиётда нефть ва газ саноати етакчи бўлиб, ЯММнинг 14%ни, умумий экспортнинг 30%ни ташкил этади. ЯММ 95,7 млрд. АҚШ доллари, жон бошига 22170 АҚШ долларини ташкил этади. Ташқи савдо мамлакат иқтисодиётида муҳим ўринни эгаллайди. Норвегия жон бошига етиштириладиган ЯИМ бўйича энг юқори ўринларни эгаллайди.

Норвегияда ички ҳамда халқаро туризмнинг асосий маркази музейларга бой бўлган Осло шаҳри ҳисобланади. Бу ерда Норвегиянинг ётоқхона бизнесининг 30%га яқин номер фонди жойлашган. Номер фондининг яна 10%и

бошқа оммабоп туристик ҳудуд Берген шаҳрига тўғри келади.

Скандинавия мамлакатларидан Шимолий Америкага эмиграция уюштирилганлиги сабабли Норвегия аҳолисининг кўпчилиги Шимолий Америкага туристик сафарларга чиқадилар.

Ўзбекистон ва Норвегия ўртасида дипломатик муносабатлар 1992 йил 10 июнда ўрнатилган.

Г) Дания давлатининг туризм иқтисоди

Дания Европанинг шимолий ғарбидаги давлат. Унга Фаръер ва Гренландия ороллари киради. Ҳудуди - 43 минг кв.км., аҳолиси 5 млн. 200 минг киши. НАТО ва Европа Иттифоқи аъзоси. Иқтисодиётида хизмат кўрсатиш соҳаларнинг улуши ЯИМ нинг 60%га тенг. Дания Германияга яқин бўлганлиги сабабли ўз мамлакатига кириш туризм бозорини ушбу мамлакат ҳисобига тўлдиради. Германия Дания туристик кунларининг 37% ни ташкил қилади. Дания тарихий ёдгорликлар ва музейларга бой мамлакат. Унинг асосий туристик маркази мамлакат пойтахти Копенгаген ҳисобланади.

Копенгаген мамлакатга келадиган хорижий турстларни 28%ни қабул қилади. Ўзининг тарихий ёдгорликларидан ташқари, шаҳар ҳар йили 4 миллионга яқин хорижий меҳмонларни қабул қила оладиган Тиволи Гарден парки билан машҳур.

Мамлакатнинг яна бир машҳур парки Леголенд ҳар йили бир миллионга яқин хорижий меҳмонларни қабул қила олади ва у Буюк Британияликлар орасида ўз мавқеига эга. Скандинавия мамлакатлари аҳолиси учун Европа мамлакатлари асосан: Германия, Франция, Буюк Британия ва Польша оммабоп туристик марказ бўлиб ҳисобланади. Улардан кейин эса Ўрта ер денгизи мамлакатлари туради.

Скандинавия мамлакатларининг 18% сайёҳлари Испания, Италия, Греция, шунингдек, Кипр ва Туркиянинг қирғоқ бўйи курортларида дам оладилар. Ҳозирги кунда Кипр ва Туркияга туристик сафарлар кўпаймоқда.

1992 йил январда Ўзбекистон ва Дания ўртасида дипломатик

муносабатлар ўрнатилган.

Скандинавия мамлакатлари (шимолий Европа) халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаларини кўрсатишича, жаҳон бўйича туристик ташрифларнинг 4,5%и скандинавия мамлакатларига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 10,0% га кўпайган.

Даромадлар бўйича жаҳон туризм даромадларининг 5,7%и бу мамлакатларга тўғри келган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 4,0% га ўсган.

Европа Иттифоқи бўйича халқаро туристик ташрифларнинг 8,6%и, даромадлар миқдори бўйича 11,2 ни ташкил қилган.

**Скандинавия мамлакатлари (шимолий Европа) халқаро туризм
фаолиятининг иқтисодий таҳлили (2002 йил)**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Европа минтақас и бўйича ташриф- лар	Скандина- вия мамлакат -ларига қи- линган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Европа минтақас и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Европа минтақас и бўйича умумий тушум	Скандина- вия мамлакат -лари тушумлар и	Жаҳон тушумлар и бўйича улуши%	Европа минтақас и тушумлар и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш %
702,6	399,8	34,2	4,9	8,6	10,0	474,2	240,5	27,0	5,7	11,2	4,0

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

3.11. Шарқий Европа мамлакатлари туризм иқтисодиёти

А) Чехия, Словакия давлатининг туризм иқтисодиёти

Чехословакия республикаси 1993 йил 1 январдан икки республикага бўлинди, ғарбий қисми Чехия республикасига, шарқий қисми Словакия республикасига. 1993 йилгача Чехословакия шарқий Европанинг туризм саноати ва иқтисоди яхши ташкил этилган ва ривожланган энг катта туристик мамлакатлардан бири бўлиб ҳисобланар эди.

1989-1991 йилларда Чехословакияда иқтисодий реформалар бошланиши билан мамлакатнинг туризм сектори жадал ривожлана бошлади. Масалан: хорижий мамлакатларга чиқиш туризми 1999 йилда 8,5 млн. саёҳатларни ташкил қилган бўлса, 2000 йилда 20,6 млн. саёҳатчиларни, 2001 йилда эса, 39,6 млн. саёҳатчиларни ташкил этган. Аҳолининг кўпчилиги бир кунлик сафарларга чиқар ва чет мамлакатларда оз маблағ сарфлар эдилар.

2000-2001 йилларда чет эл сафарига чиқувчилар сони кескин ўсишига қарамасдан сарфланган маблағ 636 млн. АҚШ долларидан 393 млн. АҚШ долларига камайди. Бу ҳолат иқтисодий ўзгаришлар билан юзага келган қийинчиликларни яққол намоён қилади.

Чехословакия аҳолиси томонидан уюштирилган саёҳатларнинг 2/3 қисми ғарбий мамлакатларга тўғри келар эди. Ушбу даврда кўшни Польша мамлакатига борувчилар сони кескин ошиб борди. 1990 йилда 1,3 млн. киши сафар қилган бўлса, 2001 йилга келиб уларнинг сони 6,1 миллион кишига етди. Шу йиллари мамлакатга кириш, яъни қабул қилиш туризмида ҳам катта ўзгаришлар рўй берди. Чехословакияга саёҳат қилувчи туристларнинг аксарияти Германиядан ташриф буюрадиган саёҳатчилардир, улар умумий сайёҳларнинг 21% ни ташкил этади. Шунингдек, Польша ҳамда Австриядан ташриф буюрувчи саёҳатчилар сони ҳам ортиб бориши кузатилади. Кейинги йилларда чет эл саёҳатчилар сони 37,6 миллион кишига етди.

Б) Венгрия давлатининг туризм иқтисодиёти

Шарқий Европада иқтисодий ва сиёсий барқарор мамлакат ҳисобланади. Иқтисодий реформа дастурини мамлакат 1969 йилдан ўткази бошлади ва бу йўналишда қўшни социалстик мамлакатларга нисбатан силжишлар бир мунча юқорирок бўлди.

1989 йилда Венгрия туризм саноати яхши йўлга қўйилган ва Чехословакиядан кейин 2-ўринда турар эди. Мамлакат туристик марказ сифатида чехлар, поляклар ва шарқий Германияликлар олдида катта мавқега эга эди. Венгрия туризми ғарбий мамлакатлар туристларини, айниқса, Австрия ҳамда ғарбий Германияликларни ўзига кўпроқ жалб қилади. 1988 йилда Венгрияга 17,9 миллион туристлар ташриф буюрган бўлса, уларнинг 30% ни ривожланган Европа мамлакатлари туристлари ташкил қилган эди. 1989 йилдаги ревалюциядан кейин чет элдан ташриф буюрувчи меҳмонлар сони бирмунча ўсди ва 1990 йилда умумий туристлар сони 37,6 миллион кишига етди. Меҳмонларнинг асосий қисмини Австрия, Германия ва Руминия фуқаролари ташкил қилган эди. 1985-1990 йилларда Венгриянинг дунё туристик марказларига чиқиш ҳажми икки баробарга кўпайди. Аммо кейинги йилларда бу кўрсаткич пасая бошлади. 1990 йилдан бошлаб Венгер ҳукумати томонидан ўтказилган валюта назорати сиёсатининг кучайиши туризм саноатининг ривожланишига ўз таъсирини кўрсатди. Ушбу даврда чет эл туристларининг бу юртга бўладиган саёҳатлари тахминан икки маротабага камайди. 1990 йилда Венгрияга 37,6 млн. туристлар ташриф буюрган бўлса, валюта назорати сиёсатини кучайтириш натижасида 2000 йил мамлакатга 15,6 млн. туристлар ташриф буюрди, лекин олдинги йилларга нисбатан ўсиш суръати 8,1% ни ташкил қилади.

В) Польша давлатининг туризм иқтисодиёти

Польша шарқий Европа ҳудудида энг кўп аҳолига эга бўлган давлат. Унинг аҳолиси 38,0 млн. кишини ташкил қилади. Польша юқори технологияли иқтисодий жиҳатдан ривожланган мамлакат, аммо туризм инфратузилмаси кам

ривожланган колоқ мамлакатлар қаторига киради. Социалистик лагернинг тарқалишига қадар Польша бошқа мамлакатлар туризм бозорининг тўлдирувчи асосий ҳудуди бўлиб ҳисобланар эди. Чунки 1970 йилларда ҳам поляклар эркин саёҳат қилиш ҳуқуқига эга эдилар.

1989 йилда мамлакатга кириш ва мамлакатдан чиқиш туризми анча ривожланди. Аммо мамлакатнинг иқтисодий муаммолари туризмнинг ривожланишига ҳалал берди. Саёҳатчилар миқдори 1990 йилда 22 млн. кишини ташкил қилган бўлса, 1991 йилда 20,8 млн. кишига тушди. Шунини ҳам инобатга олиш керакки, мамлакатдан чуқувчиларнинг аксарияти савдо-сотик ёки чет давлатларда ишлаш мақсадида чиқишар эди. Иккинчи томондан, 1991 йилда 80% ни ташкил қилган инфляциянинг юқори поғонаси мамлакатни халқаро туризм учун нисбатан арзон бўлишига олиб келди. Шу сабабли чет эл туристлари сони сустилик билан бўлса-да, ортиб борди. 1990 йилда уларнинг сони 3,4 млн. кишини ташкил қилган бўлса, 1991 йилда 3,8 миллион кишини, 1992 йилда 4,0 млн. кишини, 2000 йилда 17,4 млн. кишини ташкил қилди. Кейинги йилларда Польша мамлакатига кириш ва чиқиш таркибида катта ўзгаришлар кузатилди. Польша табиий маданий ресурсларга бой мамлакат. Улардан мамлакат туризмини ривожлантиришда фойдаланиш мумкин. Мамлакатда ғарб мамлакатлари талабига жавоб берувчи отелларнинг камлиги ҳамда чет эл меҳмонларининг аксарият ҳолларда ўз қариндошлари ва дўстлариникида жойлашиши мамлакат туризм саноатининг кам ривожланганлигидан далолат беради.

Г) Руминия давлатининг туризм иқтисодиёти

Руминия қора денгиз қирғоқ бўйи ва тоғ ресурсларига бой мамлакат. Кейинги йилларда Руминияда чет элга чиқиш туризми ривожланиб ўсиб бормоқда. Руминияликлар Венгрия (йилига 9,0 млн. киши), Болгария (йилига 1,8 млн. киши), ва Туркия (йилига 500 минг киши) мамлакатларига кўпроқ ташриф буюрадилар.

Революцияга қадар бу мамлакатга ҳаммаси бўлиб, 4,5 млн.га яқин

туристлар ташриф буюрар эди.

Руминия шарқий Европада қора денгиз қирғоқлари бўйида дам олиш ва пекиж турларга эга бўлган ягона мамлакат ҳисобланади. Ҳозирги кунда бу мамлакатга 6,5-7,0 млн.га яқин хорижий туристлар ташриф буюради. Уларнинг аксарияти шарқий Европа, Россия ва Венгрия фуқароларига тўғри келади. Россиядан йилига 2,0-2,1 млн. турист, Венгриядан эса 0,9-1,0 млн. туристлар ташриф буюради. Хорижий туристларнинг 13%-15% гина Европанинг бошқа мамлакатларига тўғри келади.

Д) Болгария давлатининг туризм иқтисодиёти

Болгария 1989 йилга қадар унча катта бўлмаган, мамлакат учун иқтисодий зарур ҳисобланган халқаро туризм секторига эга эди. Хорижий туристларнинг келиб-кетиш сонига кўра, Руминиядан кейин турар эди. Аммо Болгарияга ғарбий Европа мамлакатларидан ташриф буюрувчи хорижий туристларнинг миқдори нисбатан катта, умумий хорижий туристларнинг 9-12% ни ташкил қилади ва улар мамлакатга зарур бўлган чет эл валютасининг кириб келишига имкон яратади. 1991 йилда бу мамлакатни 1,5 млн. хорижий туристлар саёҳат қилган бўлсалар бу меҳмонларнинг 60%ини шарқий Европа, асосан Руминия, Польша, Россия мамлакатлари фуқаролар ташкил қилган. 1990-1992 йиллардаги Болгарияда бўлиб ўтган гиперинфляция мамлакат фуқароларини чет эл сафарларига чиқишига катта таъсир кўрсатди. Бу эса барча болгарлар ҳам чет элларга чиқа олмаслиги ва сиёсий эркинликни иқтисодий чегаралаш билан қопланаётганлигидан далолат беради.

Болгарияда ички ҳамда чет элга чиқиш тизимини ривожлантириш учун барча туристик ресурслар, яъни тарихий ёдгорликлар, Қора денгиз соҳиллари бўйи пляжларида дам олиш учун имкониятлар ҳамда гўзал ландшафтлар мавжуд.

Шарқий Европа мамлакатлари халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаларини кўрсатишича, жаҳон бўйича туристик ташрифларнинг 10,3%и шарқий Европа мамлакатларига тўғри келади. 2001

йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 3,5% га кўпайган.

Даромадлар бўйича жаҳон туризм даромадларининг 4,6%и бу мамлакатларга тўғри келган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 3,0% га ўсган.

3.11.1-жадвал

Шарқий Европа мамлакатлари халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили (2002 йил)

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Европа минтақас и бўйича ташриф- лар	Шарқий Европа мамлакат -ларига қи- линган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Европа минтақас и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Европа минтақас и бўйича умумий тушум	Шарқий Европа мамлакат -лари тушумлари и	Жаҳон тушумлар и бўйича улуши%	Европа минтақас и тушумлар и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш %
702,6	399,8	72,6	10,3	18,2	3,5	474,2	240,5	22,0	4,6	9,1	3,0

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Европа минтақаси бўйича халқаро туристик ташрифларнинг 18,2%ни, даромадлар миқдори бўйича 9,1% ни ташкил қилган.

3.12. Швейцария мамлакатининг туристик зоналари ва иқтисодий ривожланиш омиллари

Дунёнинг энг гўзал мамлакатларидан бири Швейцария Европанинг қоқ марказида жойлашган бўлиб, ҳудуди 41,3 кв.км., аҳолиси 7,1 млн. киши. Йирик шаҳарлари Берн, Базель, Цюрих, Женева, Лозанна ва Фрибур. Швейцария юқори даражада ривожланган самарали қишлоқ хўжалиги мавжуд индустриал давлат. Иқтисодий ривожланишнинг асосий омилларидан бири мамлакатда тинчлик таъминланганидир. Ташқи сиёсий муносабатларда, «Абадий бетарафлик» асосий роль ўйнайди. Шу сабабли бу давлат кўпгина ташкилотларга аъзо эмас, ҳатто БМТ га ҳам кирмаган. Бу мамлакатдаги иқтисодиётнинг муҳим тармоқлари - банк тизими ва туризм ҳисобланади. Темир йўллари, автомобиль йўллари, ички дарё йўллари ривожланган, асосий денгиз порти - Базель. Шунинг учун ҳам бу гўзал масканга йилига бир неча миллион туристлар ташриф буюрадilar.

1870 йилда Альп тоғига темир йўл ўтказилиши ҳамда Санкт-Мориц деб номланган машҳур соғломлаштириш курорти қурилиши муносабати билан Швейцарияда туризм ривожлана бошлади. Иккинчи жаҳон урушигача акасарият туристлар Британия ороллари орқали келар эдилар. Иқтисодий инқироз ҳамда иккинчи жаҳон уруши натижалари Швейцариянинг туристик бизнесига жуда катта зарар етказди. Аммо шунга қарамай Швейцария яна янги туризм масканларини қура бошлади.

1980-йилларда Швейцарияда туризм соҳаси у қадар ривожланмади, чунки меҳмонхона ва бошқа меҳмонлар яшаш жойларини ҳозирги замон миждозларининг талаб даражасида модернизация, яъни замонавийлаштириш ишлари амалга оширилади. Швейцария меҳмонхона секторига 60% га яқин чет эл меҳмонлари тўғри келади. Шу пайтда ички туризмнинг 62%и эса тахминан 2

миллион киши ўз-ўзини бошқариш секторларига жойлашади. Меҳмонхона сектори меҳмонларни жойлаштиришда катта аҳамиятга эга, аммо туристик саёҳат кунлари миқдори туристик зоналарда бир хил тақсимланмайди. Масалан: тоғ курортларининг мавқеи баланд, ундан кейин кўллар, катта шаҳарлар ва хоказолар туради. Ўзининг географик ўрни ва ўзига хос бўлган туристик ресурсларига кўра, Швейцария шимол ҳамда жанубий мамлакатлардан ҳам меҳмонлар қабул қилади. Мамлакат учун Германия, Нидерландия, Буюк Британия, Франция, Бельгия, Италия, Испания, Австрия, АҚШ ва Япония улкан туристик бозор ҳисобланади. Швейцария бир кунлик ва транзит меҳмонлар бозорига эга. Транзит меҳмонларнинг 1/3 қисмини Германия, 2/3 қисмини Италия, 1/5 қисмини Франция меҳмонлари ташкил қилади. Халқаро туризм Швейцария иқтисодиётида жуда катта аҳамиятга эга. Швейцарияга ҳар йили 12,0 миллионга яқин туристлар ташриф буюради ва 13,0 млрд. Швейцар франки миқдорида фойда келтириб, аҳолининг 14%ни иш билан таъминлайди. Швейцария халқи ҳам саёҳатни ёқтиради. Саёҳатчиларнинг 60%и Ўрта ер денгизи мамлакатларига саёҳат қиладилар ва саёҳатлар учун 10 миллиард Швейцария франкини чет мамлакатларда сарфлайдилар.

Шундай қилиб, халқаро туризмдан келадиган фойда 3 миллиард Швейцария франкини ташкил қилади. Мамлакатда туризм фаол тарзда ўрганилмоқда ва ривожланмоқда. Бундан ташқари, туризмни ривожланиши мамлакатнинг давлат ва жамият ташкилотлари томонидан қўллаб-қувватланади, чунки у тоғлик районларда қишлоқ хўжалигига ягона иқтисодий муқобил куч ҳисобланади.

Мамлакатнинг 2002 йил бўйича халқаро туристик фаолияти натижаларини таҳлили кўрсатишича, бу мамлакатга 2002 йилда 10 миллион хорижий туристлар ташриф буюрган, Европа минтақаси бўйича 2,5%ни, жаҳон бўйича 1,42%ни ташкил қилади. 2002 йилда 2001 йилга нисбатан хорижий туристлар ташрифи 7,4%га камайган.

Халқаро туризмдан тушган даромадлар миқдори 7 млрд. 628 миллион АҚШ долларини ташкил этган. Бу кўрсаткич Европа минтақаси бўйича 3,2%ни, жаҳон бўйича 1,6%ни ташкил қилган. Халқаро туризм даромадлари 2002 йилда 2001 йилга нисбатан 4,4% га ўсган.

Швейцария мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили (2002 йил)

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Европа минтақас и бўйича ташриф- лар	Швейцария мамлака- тига қи- линган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Европа минтақас и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Европа минтақас и бўйича умумий тушум	Швейцария мамлакат и тушумлар и	Жаҳон тушумлар и бўйича улуши%	Европа минтақас и тушумлар и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш %
702,6	399,8	10,0	14,2	2,5	-7,4	474,2	240,5	7,6	1,6	3,2	4,4

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Швейцария мамлакатининг халқаро туризм фаолиятини иқтисодий таҳлил натижаларига кўра, жаҳон халқаро туристик ташрифларнинг 1,42%ига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 7,4%га камайган. Халқаро туризм тушумлари бўйича, жаҳон туризм тушумларининг 1,6%и Швейцария мамлакатига тўғри келган, 2001 йилга нисбатан 2002 йилда халқаро туризм тушумлари миқдори 4,4%га ўсган.

Европа минтақаси бўйича халқаро туристик ташрифларнинг 2,5%ини, хорижий туризм тушумлари бўйича 3,2%ни ташкил қилган.

Ўзбекистон ва Швейцария ўртасида дипломатик алоқалар 1992 йил 7 майда ўрнатилган. Ўзбекистонда Швейцариянинг «Нестле» фирмаси озиқ-овқат ишлаб чиқариш бўйича катта иш олиб бормоқда.

Қисқача хулосалар

Ушбу бўлимда Европа мамлакатлари 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.

Назорат ва муҳокама учун саволлар

1. Европа мамлакатлари туризмнинг ўзига хос хусусиятлари нимада?
2. Европада халқаро туризмни ривожланиш асосларини қандай ифодалаш мумкин?
3. Европада узлуксиз туризмдан дифференциал туризмга ўтиш модели қандай мезонда амалга оширилди?
4. Европа минтақасида туризм конъюктурасининг ижобий томонга ўзгариш сабаблари нималарда?
5. Европа минтақаси бўйича энг кўп хорижий ташрифлар қайси мамлакатларга тўғри келади?
6. Жаҳон туризм даромадларининг неча фоизи Европа мамлакатларига тўғри келади?
7. Европа минтақасида туризм индустрияси ривожланишининг асосий омиллари нималардан иборат?
8. Онлайн туризм бозори қандай вужудга келади?
9. Шенген шартномаси мазмуни ва моҳиятини тушунтириб беринг?
10. GTM миллий туризм ташкилоти фаолияти нималардан иборат?
11. Германия туризмни мамлакат ичида ривожлантириш учун GTM қандай маркетинг тадбирларини амалга оширади?
12. Европада Онлайн туризм бозорининг тенг ярмига қайси мамлакатлар эгаллик қилмоқда?
13. Италия мамлакатининг асосий туристик ресурслари нималардан иборат?
14. Халқаро туризмни ривожлантириш бўйича миллий бошқарма «ЭНИТ»ни вазифаларини тушунтириб беринг?
15. Франция ички туризм бозорининг ўзига хос хусусиятлари нимада?
16. Халқаро туризм Испания мамлакати иқтисодиётида қандай роль ўйнайди?
17. Туризмнинг қайси йўналиши Грецияда кенг ривожланган?

18. Бенилюкс иктисодий иттифоқи қайси давлат ташаббуси билан бунёд этилган.

19. Европанинг қайси мамлакати «Кўллар мамлакати» деб юритилади?

20. Швейцария мамлакатада туризмни ривожланиш омиллари нималардан иборат?

Асосий адабиётлар

1. Александрова А.Ю. «Международный туризм». М.: «Аспект пресс», 2004. 34-80; 154-172; 185-194; 210-214; 263-274 бетлар.

2. Здоров А.Б. «Экономика туризма». М.: «Финансы и статистика», 2004. 212-219; 241-247 бетлар.

3. Папирян Г.А. «Международные экономические отношения». Экономика туризма. М.: «Финансы и статистика», 2004. 20-26; 42-48; 69-92 бетлар.

4. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. М.: «Финансы и статистика», 2003. 20-27; 74-89; 101-134; 197-218 бетлар.

5. Биржаков Е.Е. Введение в туризм. М.: Санкт-петербург, 2003. 176-177 бетлар.

6. Филипповский Е.Е., Шмарова Л.В. «Экономика и организация гостиничного хозяйства». М.: «Финансы и статистика», 2005. 10-25, 31-34, 57-66, 109-123 бетлар.

7. Лоусан Ф. Рестораны. Клубы. Бары. Планирование, дизайн управление. М.: «Проспект», 2004. 36-54 бетлар.

8. Основные показатели развития туризма в 2003 году. ОМТ-WTO-ВТО. Разделе «Facts and Figures» в вебсайте www.world-tourism.org.

Интернет сайтлар

www/world-tourism.org - Всемирная туристская организация.

www.wttc.org - Всемирный Совет по путешествиям и туризму.

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

www.ekonomtour.ru - экономические туры.

www.e-tours.ru - деловые туры, выставки, конференции.

www.mrwolf.ru - дисконтные карты для туристов.

www.roughguides.com - Электронный путеводитель.

www.travel-library.com - Электронная библиотека путешествий.

Глоссарий

Онлайн туризм бозори - интернет ва бошқа глобал ахборот узатиш тармоқлари орқали вужудга келган туризм бозори.

ITFV - Иқтисодиёт ва технология Федерал вазирлиги.

ОНГ - Очиқ савдо жамияти.

КГ - Коммандит жамияти.

Deutsche Zentrale fuer Tourismus - Германия туризм маркази.

GTM - Германия федерал ҳукумати томонидан туризмни бошқариш ва назорат қилиш учун масъул миллий ташкилот.

ASR - ўрта тоифадаги туристик корхоналар уюшмаси.

RDA - халқаро автобус туризми уюшмаси.

ЭНИТ - халқаро туризмни ривожлантириш бўйича миллий бошқарма.

Белфи энд Клоз Холл - ибодатхона номи.

Паркс маркази - соғломлаштириш ва спорт комплекси.

Роттердам - Европанинг энг катта денгиз порти.

Санкт-Мориц - машхур соғломлаштириш курорти.

3-БЎЛИМ.

АМЕРИКА ҲАМДА ОСИЁ ВА ТИНЧ ОКЕАНИ МИНТАҚАСИ МАМЛАКАТЛАРИ ТУРИЗМ ИҚТИСОДИЁТИ

Бу бўлимда Америка ҳамда Осиё ва Тинч океани минтақаси мамлакатлари туризм ҳаракатларининг ривожланиш динамикаси, Америка минтақаси туризм марказлари, Шимолий, Марказий, Жанубий ҳамда Кариб ороллари мамлакатлари халқаро туризм иқтисодиёти, Америка Қўшма Штатлари халқаро туризм фаолиятининг ўзига хос хусусиятлари, АҚШ ва Канада миллий парклари, шунингдек, Шимолий-Шарқий Осиё мамлакатлари туризм иқтисодиёти, Жанубий-Шарқий Осиё мамлакатлари туризм иқтисодиёти, Океания ва Жанубий Осиё мамлакатлари туризм иқтисодиёти. Америка ва Осиё минтақаси мамлакатлари географик жойлашуви, мамлакатларнинг халқаро туризмни ривожлантиришга қаратилган сиёсатлари, хорижий мамлакатлар билан иқтисодий алоқалари, тарихи, маданияти, миллий боғлари ва кўриқхоналари табиати, манзаралари, бу минтақаларга қилинаётган хорижий ташрифлар ва тушимлар таҳлили, мустақил республикамиз билан иқтисодий, сиёсий ва маданий соҳаларда олиб борилаётган муносабатларини ёритиш кўзда тутилган.

IV боб. АМЕРИКА МИНТАҚАСИ МАМЛАКАТЛАРИ

ТУРИЗМ ИҚТИСОДИЁТИ

4.1. Америка минтақаси туризм ҳаракатларининг ривожланиш динамикаси

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

Америка минтақасига қилинган хорижий ташрифларнинг 0,9%и Африка, Жанубий Осиё ва Яқин Шарқ мамлакатларига тўғри келади. 5,5%и Шарқий Осиё ва Тинч Океани минтақаси мамлакатларига, 9,0% эса Европа минтақаси мамлакатларига, 85,0%и Америка минтақаси мамлакатларига тўғри келади.

Америка минтақаси 1970 йилда жаҳон туризм ташрифларининг 25,5% ни ташкил қилган бўлса, кейинги йилларда туризм ҳаражатларининг ўсиши сабабли мунтазам равишда пасайиш кузатилган, 1985 йилга келиб бу кўрсаткич

жаҳон туристик ташрифларининг 20,17% ни ташкил этган. 1985-1995 йилларда, туристик ташрифлар бўйича ўсиш кузатилмаган, 1996 йилга келиб 19,5% га тушиб кетган. 2000-йилга келиб халқаро туристик ташрифлар 10,8% га ўсган, лекин жаҳон бўйича 18,62% ни ташкил этган. 2001 йилда 6,1% га, 2002 йилда эса 4,4% га пасайиш кузатилган.

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

4.1.1-жадвал.

Америка минтақасига қилинган ташрифлар ва улардан келиб тушган тушумлар динамикаси 1970-2002 йиллар

Йиллар	Туристтик ташрифлар млн. киши	Ўртача йиллик ўзгариши%	Жаҳон туризм ташрифлари ичидаги улуши%	Туристтик ташрифлардан тушган тушим млрд. АҚШ долл.	Ўртача йиллик ўзгариш %	Жаҳон туризм тушумлари ичидаги улуши%
1970	42,33	-	25,5	4,556	-	26,8
1975	50,043	18,38	22,51	10,219	112,9	25,11
1980	62,387	22,67	21,33	25,503	149,56	24,67
1985	66,495	6,6	20,17	33,315	30,6	28,68
1986	71,771	7,93	21,06	37,629	12,9	26,79
1987	76,243	6,23	20,79	42,029	11,6	24,39
1988	83,462	9,47	21,76	49,830	18,56	25,06
1989	87,398	4,72	20,26	57,029	14,45	26,75
1990	93,424	6,89	20,40	67,138	17,73	26,04
1991	96,947	3,77	21,24	74,056	10,3	28,42
1992	101,08	4,26	20,99	83,595	12,88	28,21
1993	106,525	5,39	21,30	95,545	14,30	29,48
1994	107,760	1,16	19,62	95,084	-0,48	27,43
1995	108,748	2,77	19,56	100,262	5,44	25,50
1996	115,511	4,30	19,51	106,378	6,1	25,15
2000	128,000	10,8	18,62	121,800	14,4	27,03
2001	120,200	-6,1	17,57	119,907	-1,6	26,15
2002	114,854	-4,4	16,35	114,255	-4,8	24,1

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

**Америка минтақаси ҳудудлари бўйича 1990-2002 йилларда
халқаро туристик ташрифлар**

Ҳудудлар	Халқаро туристик ташрифлар					Ўзгариши%		Улуши %
	1990	1995	2000	2001	2002	2001/2002	2002/2001	2002
Шимолий Америка	71,7	80,5	91,2	84,4	81,6	-7,5	-3,3	71,0
Кариб Ороллари	11,4	14,0	17,2	16,9	16,1	-1,6	-5,1	14,0
Марказ. Америка	1,9	2,6	4,3	4,4	4,7	1,7	6,4	4,1
Жанубий Америка	7,9	11,7	15,2	14,4	12,5	-5,0	-13,6	10,9
Америка минтақаси	93,0	108,8	128,0	120,2	114,9	-6,1	-4,4	10,0

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

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

4.1.3-жадвал

2002 йил Америка минтақасига қилинган ташрифлар ва халқаро туризмдан келиб тушган тушум

№	Туристларни қабул қилувчи асосий мамлакатлар	Қатор ¹	Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)				Халқаро туризмдан келиб тушган тушум (млрд. АҚШ дол.)			
			2002	ўзгариши %		2002 й. улуши	2002 (млрд. АҚШ дол.)	ўзгариши %		2002 й. улуши
				2001/2000	2002/2001			2001/2000	2002/2001	
1.	АҚШ	TF	41,892	-11,9	-6,7	36,5	66,547	-12,8	-7,4	58,2
2.	Канада	TF	20,057	0,3	1,9	17,5	9,700	-0,6	-10,0	8,5
3.	Мексика	TF	19,667	-4,0	-0,7	17,1	8,858	1,3	5,4	7,8
4.	Бразилия	TF	3,783	-10,2	-20,7	3,3	3,120	-12,0	-16,0	2,7
5.	Пуэрто-Рико	TF	3,087	6,3	-13,1	2,7	2,486	14,2	-8,9	2,2
6.	Аргентина	TF	2,820	-9,9	7,6	2,5	-	-10,0	-	-
7.	Доминикан Республикаси	TF	2,811	-3,0	-2,5	2,4	2,736	-2,2	-2,2	2,4
8.	Чили	TF	1,412	-1,1	-18,0	1,2	0,733	-2,6	-8,2	0,6
9.	Уругвай	TF	1,258	-3,9	-33,5	1,1	0,318	-14,0	-43,3	0,3
10.	Коста Рика	TF	1,113	4,0	-1,6	1,0	1,078	-10,9	-1,6	0,9
11.	Куба	TF	1,656	-0,3	-4,6	1,4	1,633	-2,6	-3,5	1,4
	Америка минтақаси бўйича	TF	114,854	-6,1	-4,4	100	114,255	-8,4	-6,5	100

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

¹Қатор-TF: Чегарадаги халқаро туристик қабул (бир кунга келганлар ҳисобга олинмаган).

Жадвал маълумотлари таҳлили кўрсатишича Америка минтақаси мамлакатларига халқаро туристик ташрифлар 2001 йилга нисбатан 2002 йилда 4,4%га камайган. Халқаро туризм тушумлари 6,5% га пасайган ва 2002 йилда 114 млрд. 255 млн. АҚШ доллари ташкил этган. Ҳар бир хорижий ташриф ўртача 995 АҚШ долларига тўғри келган.

Халқаро туристик ташрифлар бўйича 2002 йилда Уругвай 33,5%, Бразилия 20,7%, Чили 18,0% Пуэрто-Рико 13,1%, АҚШ 6,7%, Куба 4,6%, Доминикан республикаси 2,5%, Канада 1,9%, Коста-Рика 1,6%, Мексика 0,7% га 2001 йилга нисбатан камайиш кузатилган. Фақатгина Аргентина мамлакатада 2001 йилга нисбатан 2002 йилда 7,6%га ўсиш кузатилган.

Халқаро туризм даромадлари миқдори бўйича Уругвай 43,3, Бразилия 16,0%, Канада 10,0%, Чили 8,2%, АҚШ 7,4%, Пуэрто-Рико 8,9%, Куба 3,5%, Доминикан республикаси 2,2%, Коста-Рика 1,6% га 2001 йилга нисбатан 2002 йилда пасайиш кузатилган. Мексика мамлакатада 5,4%га 2001 йилга нисбатан 2002 йилда ўсиш кузатилган. Умуман минтақа бўйича 2002 йилда 2001 йилга нисбатан 6,5% га пасайиш кузатилган.

4.2. Америка Қўшма Штатлари туризм иқтисодиёти

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

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

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

3. Гавайи ороллари 24 оролдан иборат архепелаг бўлиб, мамлакат

худудининг 0,2% ни ташкил этади.

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

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

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

Шимолий Америка худуди тарихий ёдгорликларга бой бўлмаса ҳам, уларнинг аксарият қисми айнан шу худудда жойлашган. Айрим эски шаҳарларда кўчалар XVIII асрда қандай бўлган бўлса, ўша ҳолатда сақланиб қолган бу, албатта, хорижий туристларни қизиқишларини ортиради. Аммо бу худуд биринчи навбатда, Нью-Йорк шаҳри бошчилигида замонавий маданият ва бизнес маркази сифатида дунёга машҳур. Пляжлар тизими шимолий худуд Кейп – Кодедан бошланиб, Жанубий худуд Кейп – Хаттерасгача давом этади, қирғоқлар эса кум тепаликлардан иборат. Лонг – Айленд шимолий қирғоқлари парус спорти билан шуғулланиш учун қулай. Масалан: Ньюпорт районида Нью-Йорк бадавлат аҳолисининг шахсий пляжлари мавжуд бўлган иккинчи уйлари жойлашган. МЭН лар штати қирғоқлари тошлардан иборат бўлганлиги сабабли, у ерларда туризм кам ривожланган. Бу ерда жойлашган Аркадия миллий боғи ўз мавқеига биноан мамлакатнинг иккинчи боғи ҳисобланади ва бир йилда тўрт миллион туристларни қабул қила олади. Флорида штатида туризм аввалги асрнинг 70-йилларида қишки дам олиш зонаси сифатида ривожлана бошлаган. Бой америкаликларнинг аксарият қисми бу ерда қишда келиб дам олиш учун уйлар қурганлар, аммо XX асрнинг 20 – йилларида

штатда катта ўзгаришлар бўлди ва бу ҳудуд улкан туристик марказга айланди. 1987 йилга келиб йилига 34 млн. туристларни қабул қилиш имкониятига эга бўлди. Штатда туризмдан келадиган даромад миқдори 40 млрд. доллардан ошиб кетди. Шу билан бирга 1,28 млн. аҳоли иш билан таъминланди. Майями-Бич улкан кўнгил очар тадбирлари билан дунёда ном қозонган. Шимолда элита виллаларига бой Палм – Бич жойлашган, ғарбий қирғоқда эса форт Майерс ва Санкт–Петесбург оралиғида юқори сифатли пляжлар мавжуд. Штатнинг кўзга ташланадиган жойлари – бу, Диснейленд ва Космик тадқиқотлар маркази ҳисобланади. Флорида штатида катта автомобиль йўл тизими мавжуд. Шу сабабли ҳам бу ерга автотуристларнинг катта қисми ташриф буюради.

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

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

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

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

Калифорния яқинида АҚШнинг бошқа муҳим туристик марказлари Невада штатининг Лас – Вегас шаҳри ва Аризона штатининг Гранд – Каньон шаҳри жойлашган, йилига 16,2 миллион сайёҳлар уни зиёрат қилишга ташриф буюрадилар. Улар йилига 8,6 млрд. доллар фойда келтирадилар. Ҳар йили АҚШ мамлакати бу шаҳарларда меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришга катта маблағ сарфлайди. Бу ерда дунёнинг улкан отеллари «Нью-Йорк» ва «MGM» отеллари жойлашган. Гранд – Каньон Колорадо дарёси бўйидаги водийда жойлашган. У машҳур миллий парк сифатида йилига 3,5 миллион меҳмонларни қабул қилиш имкониятига эга. АҚШ нинг бошқа штатлари ҳам кўзга ташланадиган туристик масканларга бой. Масалан: Техасда ҳар томонлама қулай гўзал пляжлар мавжуд бўлса, Хьюстонда космик тадқиқотлар маркази мавжуд. Вайоминг, Колорадо, Монтана, Юта Штатлари жуда бой туристик ресурсларга эга.

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

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

Қитъаларо меҳмонлар мамлакат бўйлаб саёҳати вақтида Сан – Францескога яқин жойлашган район – Силикон водийсига кўпроқ ташриф буюрадилар, чунки Силикон водийси юқори технологияларни ривожлантиришнинг асосий маркази ҳисобланади. Шу сабабли у кўпроқ

Япониялик туристларни жалб қилади. Чет эл меҳмонларининг ташрифи қуйидагича: уларнинг кўпчилиги қисми Нью-Йоркка тўғри келади ва 17,9% ни ташкил қилади, ундан кейин Тинч океани қирғоқлари 19,5%, Флорида ўзининг қирғоқ бўйи масканлари билан биргаликда 18,5% ни ташкил қилади. АҚШ аҳолиси сонининг кўплигига қарамадан мамлакатдан четга аҳолининг жуда кам қисми саёҳатга чиқади. Масалан, ҳар йили чет давлатларга 50-70 миллион киши саёҳатга чиқади, уларнинг асосий қисми қўшни мамлакатлар Мексика ва Канадага ташриф буюрадilar. Четга чиқиш туризмнинг 25%и Европа мамлакатларига, 17%и Узоқ Шарққа ва 10%и Кариб оролларига тўғри келади.

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

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

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

2001 йил 11-сентябрда АҚШда содир этилган террористик хуриж туризм ва транспорт соҳасида янги таркибий ўзгаришларни келтириб чиқарди. Шунинг учун ҳам АҚШ туризм индустриясининг ўсиш даражасининг пасайиши кузатилган. Бу эса, америкалик туристларни худди Европадаги сингари ички туризм имкониятларидан фойдаланишга ундайди ва хавфсизлик масалаларига алоҳида эътибор берилиб, янги институционал ўзгаришларни

юзага келтиради. АҚШда ЯММ миқдори 67,4 млрд. доллар, жон бошига 25850 долларга тўғри келади.

АҚШ Ўзбекистон Республикаси билан 1992 йил 19 февралдан дипломатик муносабатлар ўрнатган ва иккала давлатда ҳам элчихоналар очилган. АҚШ Ўзбекистоннинг энг муҳим иқтисодий ҳамкори ҳисобланади. Ўзбекистоннинг сиёсий, иқтисодий ва гуманитар ислохотлар йўлида дадил боришида ҳозирги давр изчил босқич сифатида қаралар экан, Америкалик ҳамкорлар тажрибаси бизга қўл келади. Америкадан ўрганишимиз мумкин бўлган соҳалар бир талай, чунки бу давлат узоқ тарихий давр мобайнида бозор иқтисодиётини ривожлантириш борасида катта ва бой тажрибага эга, биз эса «Американи янгидан кашф этиб ўтирмасдан», унинг ижобий сабоқларини ҳар томонлама қунт билан ўрганишимиз ва энг муҳими, ҳаётга тадбиқ этишимиз зарур. Ана шунда бошланган сиёсий ва иқтисодий ислохотларимиз самараси янада юқори бўлади.

4.2.1-жадвал

**АҚШ давлати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили
(2002 йил)**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Америка минтақас и бўйича ташриф- лар	АҚШ мамлака- тига қи- линган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Америка минтақас и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Америка минтақас и бўйича умумий тушум	АҚШ мамлакат и тушумлар и	Жаҳон тушумлар и бўйича улуши%	Америка минтақас и тушумлар и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш %
702,6	114,9	41,892	6,0	36,5	-6,7	474,2	114,3	66,547	14,0	58,2	-7,4

МАНБА: Бутунжаҳон туризм ташкилоти.

4.3. Канада давлатининг туризм иқтисодиёти

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

Канада давлати иккинчи жаҳон уришидан кейин туризм индустрияси билан жиддий шуғуллана бошлади. Булар саёҳат, туризм, спорт ва фаол дам олиш, санъат ва маданият ушбу йўналишларнинг ҳар бирида давлат томонидан таъсис этилган, агентликлар у ёки бу маъсулиятни зиммасига олган ҳолда фаолият олиб борадилар. Улар бир – бирларига ёрдам берадилар ва бир – бирлари билан маълум бир мажбуриятлар асосида иш олиб борадилар.

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

Канадада бир қанча катта кўнгил очар миллий парклар ва 20 дан ортиқ

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

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

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

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

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

4.3.1-жадвал

**Канада давлати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили
(2002 йил)**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Америка минтақас и бўйича ташриф- лар	Канада мамлака- тига қи- линган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Америка минтақас и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Америка минтақас и бўйича умумий тушум	Канада мамлакат и тушумлар и	Жаҳон тушумлар и бўйича улуши%	Америка минтақас и тушумлар и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш %
702,6	114,9	20,057	2,8	17,4	1,9	474,2	114,3	9,700	2,0	8,4	-10,0

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

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

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

4.4. АҚШ ва Канада миллий парклари

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

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

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

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

Парк хизмати Арктика тундраларидан тортиб Маржон қояларигача бўлган экотизимларни, ҳавони ва истеъмол қилинадиган сув ресурсларини ҳам

ўз назоратига олган. У иқлим ўзгаришлари ва биологик ўзгаришлар бўйича ҳам халқаро лойиҳаларда иштирок этади.

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

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

Тарихий жойлар ва кўриқхоналар тизимларига кирувчи 367 та ҳудуд 80 миллион акр ерни эгаллайди. Турли миллий паркларнинг ўлчамлари ҳам турлича. Масалан: Врангелдаги миллий парк ва Аляскадаги Муқаддас Эляс парклари 13 миллион акр ерни эгаллаган бўлса, Тадеуш Костюшко миллий меъмориали атиги 0,2 акр ерни эгаллаган.

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

Америка қитъасидаги иккинчи мамлакат Канадада 29 та миллий парклар ва 20 дан зиёд миллий тарихий парклар ҳамда табиий мўъжизаларга бой бўлган манзиллар мавжуд. Энг гўзал тоғ юксакликлари ҳудудида

жойлашган Банф миллий паркига 1885 йилда асос солинган ва бу Канадада биринчи миллий парк тизими бўлиб ҳисобланар эди.

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

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

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

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

4.5. Мексика давлат туризм иқтисодиёти

Мексика давлати шимолий Американинг Жанубий-Ғарбий қисмида жойлашган. Ҳудуди 1958,2 минг кв. км. га тенг Тинч океани ва Калифорния қўлтиғидаги қатор ороллар ҳам унинг ҳудудига киради. Аҳолиси 94,0 млн. кишидан иборат. Пойтахти Мехико. Мехикода 20 млн. дан ортиқ аҳоли истиқомат қилади. Йирик шаҳарлари Гвадалаҳара, Монтеррей, Пуэбла, Леон, Сьюдад–Хуарес. Аҳолисининг 55% испан-ҳинд метислари, (1910-йилнинг 16 сентябригача Испания мустамлакаси бўлган, 16 сентябр Мексиканинг «миллий байрами» ҳисобланади, чунки шу йили Испания асоратидан ҳоли бўлиб мустақил ривожланиш йўлига ўтди). 29% маҳаллий хиндулар ва европаликларнинг аجدодларидан иборат. Расмий тили-испан тилидир.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

беради.

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

4.5.1-жадвал

**Мексика давлати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили
(2002 йил)**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Америка минтақас и бўйича ташриф- лар	Мексика мамлака- тига қи- линган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Америка минтақас и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Америка минтақас и бўйича умумий тушум	Мексика мамлакат и тушумлар и	Жаҳон тушумлар и бўйича улуши%	Америка минтақас и тушумлар и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш %
702,6	114,9	19,7	2,7	17,1	-0,7	474,2	114,3	8,9	1,9	7,8	5,4

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

4.6. Бразилия давлатининг туризм иқтисодиёти

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

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

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

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

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

Бразилия кофе етиштириш бўйича жаҳонда биринчи ўринда туради.

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

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

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

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

Ўрта даражада ривожланган Бразилия иқтисодиётида бир қанча муаммолар мавжуд. Юқорида таъкидланганидек, бу асосан ташқи қарзлар бўлиб, улар йилдан йилга ошиб бормоқда. Мамлакатдаги бойлик ниҳоятда нотекис тақсимланган. 10% аҳоли қўлида 90% бойлик тўпланган, 40 млн. аҳоли эса қашшоқликка маҳкум этилган, ишсизлар сони 10 млн. дан ортиқ кишини ташкил этади, 23 млн. аҳоли саводсиздир.

Шунинг учун ҳам мамлакатда туризм индустрияси суст ривожланмоқда.

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

4.6.1-жадвал

**Бразилия мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили
(2002 йил)**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Америка минтақас и бўйича ташриф- лар	Бразилия мамлака- тига қи- линган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Америка минтақас и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Америка минтақас и бўйича умумий тушум	Бразилия мамлакат и тушумлар и	Жаҳон тушумлар и бўйича улуши%	Америка минтақас и тушумлар и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш %
702,6	114,9	3,783	0,54	3,3	-20,7	474,2	114,3	3,120	0,65	2,7	-16,0

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

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

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

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

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

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

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

4.7. Чили мамлакати туризм иқтисодиёти

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

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

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

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

ЯММ 97,7 млрд. АҚШ доллар, жон бошига 7,010 АҚШ долларини ташкил этади. Темир йўллар узунлиги 7,766 км., автомобиль йўллар узунлиги 79025 км., ички дарё йўлларининг узунлиги эса 725 км. асосий денгиз портлари: Икике, Вальпарансо. Асосий савдо шериклари АҚШ, Япония, Буюк Британия, Германия, Бразилия, сўнгги йилларда Янги индустриал мамлакатлар ва асосан ХХР билан савдо-сотик тобора авж олмоқда. Мамлакатда ижобий ўзгаришларга қарамасдан,

қашшоқлик масаласи кескин муаммо бўлиб турибди, 44% аҳоли камбағаллик даражасида яшайди.

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

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

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

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

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

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

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

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

4.7.1-жадвал

**Чили мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили
(2002 йил)**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Америка минтақас и бўйича ташриф- лар	Чили мамлака- тига қи- линган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Америка минтақас и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Америка минтақас и бўйича умумий тушум	Чили мамлакат и тушумлар и	Жаҳон тушумлар и бўйича улуши%	Америка минтақас и тушумлар и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш %
702,6	114,9	1,412	0,20	1,2	-18,0	474,2	114,3	0,733	0,15	0,6	-8,2

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

4.8. Аргентина мамлакатининг туризм иқтисодиёти

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

Бу мамлакат 1816 йилнинг 9 июлида мустақиллигини эълон қилган. Аргентинанинг сиёсий ва иқтисодий тараққиёти ниҳоятда нотекис, айрим силжишлар чуқур инқирозлар билан алмашиб туради. Инқироздан чиқиш учун ҳозирги замон технологияларига асосланган саноат корхоналарини яратиш, хориж сармоясини кўпроқ жалб этиш, ишбилармонликни фаоллаштириш ва бошқа йўллардан фойдаланилади. Бразилия ва минтақадаги бошқа давлатлар билан иқтисодий ҳамкорликка катта аҳамият берилди. 1991 йилнинг мартада Аргентина, Бразилия, Парагвай ва Уругвай давлатлари ўртасида жанубий Америка умумий бозори «Меркосур» ташкил этилди. Айти вақтда бу давлат минтақадаги мамлакатлар ичида энг ривожланганидир. ЯММ 207,8 млрд. АҚШ долларни, жон бошига эса 7900 АҚШ долларни ташкил этади, бу кўрсаткич кўшни давлатларникидан деярли икки марта юқоридир. Мамлакат турли – туман табиий – иқтисодий ресурсларга бой. Ўрмон бойликлари жиҳатдан Аргентина Бразилия ва Чилидан кейин минтақада учинчи ўринни эгаллайди. Бу табиий ресурслар туризм соҳасини ривожланиши учун катта имкониятлар яратади. Ички бозорда чет эл компаниялари билан эркин рақобат қилиш имкони яратилган. Натижада 1991 йилда ўсиш суръатлари 6,5% га етди. Шунга қарамасдан мамлакатнинг ташқи қарзлари 62 млрд АҚШ долларни ташкил қилади.

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

авиалиния мунтазам ишлаб туради, 10 та халқаро аэропорт мавжуд.

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

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

Мамлакатда туризмни ривожлантириш имкониятлари катта бўлишига қарамасдан, туризмни ривожлантириш учун барча имкониятлар ишга солинмаган. Ялпи миллий маҳсулотнинг 1,0%га яқини туризм соҳасига тўғри келади. Мамлакатда туризм индустриясини ривожланиши суи даражада амалга оширилмоқда. Мамлакатда 2000 йилда энг юқори кўрсаткичга эришилган, яъни 2,9 млн. хорижий туристлар ташриф буюрган, 1999 йилга нисбатан 0,4% га ўсиш кузатилган. 2001 йилда 2000 йилга нисбатан 9,9% га пасайиш кузатилган.

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

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

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

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

4.8.1-жадвал

Аргентина мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили
(2002 йил)

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Америка минтақаси бўйича ташриф- лар	Аргентина мамлака- тига қи- линган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Америка минтақаси бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Америка минтақаси бўйича умумий тушум	Аргентина мамлакати тушумлари	Жаҳон тушумлар и бўйича улуши%	Америка минтақас и тушумлар и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш %
702,6	114,9	2,820	0,4	2,4	7,6	474,2	114,3	2,240	0,46	1,9	2,0

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

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

Қисқача хулосалар

Америка минтақаси хорижий туристик ташрифлар ва халқаро туризм тушимлари бўйича дунёда Европа минтақасидан кейин иккинчи ўринда туради.

Америка минтақаси туризм ҳудудлари Шимолий, Марказий, Жанубий Америка ва Кариб ороллари ҳисобланади.

Америка минтақасининг асосий туризм марказлари АҚШ, Канада ва Мексика мамлакатлари ҳисобланиб, минтақа туризм бозорини асосий қисмини шимолий Америка мамлакатлари таъминлайди.

Минтақада халқаро туристик ташрифлар ва халқаро туризм тушимлари бўйича биринчи ўринда Америка Қўшма Штатлари туради. Минтақага қилинган хорижий ташрифларнинг 35-50%и, халқаро туризм тушимларининг 50-60%и Америка Қўшма Штатларига тўғри келади.

Америка минтақаси бўйича иккинчи ўринда Кариб ороллари туради, бу ҳудудга йилига 12-15 млн. хорижий туристлар ташриф буюради.

Америка минтақаси туризм бозорини асосан, Америка минтақаси мамлакатлари, Европа, жанубий Осиё ва яқин шарқ, шарқий осие ва тинч океани мамлакатлари таъминлайди.

АҚШ мамлакати жуда катта ва хилма-хил табиий рекреацион туризм ресурсларига эга бўлиб, улар асосида табиий-рекреацион туризм районлари ташкил топган. Денгиз бўйи туризмнинг энг асосий районлари - Флорида, Калифорния штатлари ва Гавайи оролларида жойлашган.

АҚШда 367 та миллий парклар бўлиб, улар мамлакатнинг барча бурчакларида барпо этилган, булар жой ва ландшафтнинг бутун мўжизаларини ўзида акс эттиради.

Америка миллий паркларига ҳар йили 270 млн.дан ортиқ саёҳатчилар

ташриф буюриб, ундаги бутун гўзалликлар, табиат мўжизаларини кўриб завқланадилар ва у ердаги хизматлар ва дастурлардан тўла тўқис фойдаланадилар.

Шунингдек бу бўлимда Канада, Мексика, Бразилия, Чили, Аргентина мамлакатларининг туризм иқтисодиёти, халқаро туризмнинг ривожланиш даражаси, ялпи ички маҳсулотдаги улуши, бу давлатларнинг халқаро туризм бозорини таъминловчи мамлакатларнинг ташрифлари ва тушимлари ўрганиб чиқилди ва таҳлил қилинди.

Назорат ва муҳокама учун саволлар

1. Америка минтақасининг Бутун жаҳон туризм ташкилотига кирувчи ҳудудларини аниқланг?
2. Америка минтақасини асосий туризм марказларини ўзига хос хусусиятларини тушинтириб беринг?
3. Жанубий Америка мамлакатларида нима учун халқаро туризм кам ривожланган?
4. Америка минтақаси туризм бозорини таъминловчи асосий мамлакатлар?
5. Америка минтақасида 2001-2002 йилларда хорижий ташрифларнинг пасайганлиги кузатилган сабабларини тушинтиринг?
6. АҚШ мамлакати ҳудудий жиҳатдан уч қисмга бўлинади, қайси қисмларга бўлинади?
7. АҚШда халқаро туризм асосан қайси штатларда ривожланган?
8. АҚШдаги қайси шаҳар замонавий маданият ва бизнес маркази сифатида дунёга машхур?
9. Флорида штати нечанчи йилдан бошлаб улкан туристик марказга айланди?
10. АҚШда қайси порт Америка Круиз йўловчилари учун дарбоза ҳисобланади?

11. АҚШда қайси штат халқаро туризмнинг асосий марказларидан бири бўлиб ҳисобланади?
12. Европа минтақасидаги қайси мамлакат фуқаролари АҚШга кўпроқ саёҳатлар уюштирадилар?
13. Япониялик сайёҳлар АҚШнинг қайси оролларига кўпроқ ташриф буюрадилар ва нима учун?
14. Жаҳон туризм ташрифларининг неча фоизи АҚШга тўғри келади?
15. Америка минтақасига қилинган ташрифларнинг неча фоизи АҚШга тўғри келади?
16. Жаҳон халқаро туризм тушимларининг неча фоизи АҚШга тўғри келади?
17. Канада мамлакати туризм бозорини таъминловчи асосий мамлакатлар?
18. Америка минтақасига қилинган хорижий ташрифларнинг неча фоизи Канада мамлакатига тўғри келади?
19. АҚШ конгреси томонидан нечанчи йилда миллий парклар хизмати ташкил этилган, уларни вазифалари нималардан иборат?
20. «Банф» миллий паркига қачон асос солинган ва у қаерда бунёд этилган?
21. Канада мамлакати «Миллий парк»лари тўғрисидаги қонуни ва унинг мазмуни нималардан иборат?
22. Мексика туризм бозорини асосан қайси мамлакатлар таъминлайди?
23. Мексикада четга чиқиш ва ички туризм нима учун кам ривожланган?
24. 2002 йилда ҳар бир хорижий ташриф Мексикада қанча АҚШ долларни ташкил қилган?
25. Америка минтақасига қилинган хорижий ташрифларнинг неча фоизи Бразилияга тўғри келади?
26. Бразилия халқаро туризм бозорини таъминловчи асосий мамлакатлар?

27. 2001-2002 йилларда Чили мамлакатига хорижий туристлар ташрифини камайиш сабабларини тушинтириб беринг.

28. Аргентина мамлакатида туризм индустриясини ривожланиш даражаси қандай амалга оширилмоқда?

Асосий адабиётлар

1. Александрова А.Ю. «Международный туризм». М.: «Аспект пресс», 2004. 34-80; 173-178; 185-194; 210-214; 263-274 бетлар.

2. Здоров А.Б. «Экономика туризма». М.: «Финансы и статистика», 2004. 212-219 бетлар.

3. Ильина Е.И. Туроперейтинг: стратегия и финансы. М.: «Финансы и статистика», 2004. 119-158-бетлар.

4. Папирян Г.А. «Международные экономические отношения». Экономика туризма. М.: «Финансы и статистика», 2004. 20-26; 42-48; 69-92 бетлар.

5. Янкевич В.С., Безрукова И.Л. Маркетинг в гостиничной индустрии и Туризме. М.: «Финансы и статистика», 2003. 146-152 бетлар.

6. Биржаков Е.Е. Введение в туризм. М.: Санкт-петербург, 2003. 172-173; 176-177 бетлар.

7. Филипповский Е.Е., Шмарова Л.В. «Экономика и организация гостиничного хозяйства». М.: «Финансы и статистика», 2005. 10-25; 31-34; 57-66; 109-123-бетлар.

Интернет сайтлар

[www/world-tourism.org](http://www.world-tourism.org) - Всемирная туристская организация.

www.wtcc.org - Всемирный Совет по путешествиям и туризму.

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

www.ekonomtour.ru - экономические туры.

www.e-tours.ru - деловые туры, выставки, конференции.

www.mrwolf.ru - дисконтные карты для туристов.

www.roughguides.com - Электронный путеводитель.

Глоссарий

Кейп-Коде - АҚШнинг пляж туризми ривожланган шимолий худуди.

Кейп-Хаттерас - АҚШнинг қирғоқлари кум тепаликларидан иборат бўлган жанубий худуди.

Лонг-Айленд - Парус спорти билан шуғулланиш қулай бўлган шимолий қирғоқ.

Муқаддас Эляс - АҚШдаги миллий паркнинг номи.

Бразилия - «Қизил дарахт».

Меркосур - Аргентина, Бразилия, Парагвай, Уругвай давлатлари ўртасидаги Жанубий Америка умумий бозори.

Концентрация - тўпланганлик.

Депрессия - депсиниш.

V бoб. ОСИЁ ВА ТИНЧ ОКЕАНИ МИНТАҚАСИ МАМЛАКАТЛАРИ ТУРИЗМ ИҚТИСОДИЁТИ

5.1. Осиё ва Тинч океани минтақасида туризм ҳаракатларининг ривожланиш динамикаси

Европа ва Америка минтақасидан кейин, Шарқий Осиё ва Тинч океани минтақаси мамлакатлари, туризм соҳасида ўзининг юқори даражада тез ривожланиши билан ажралиб туради. Минтақанинг айрим мамлакатларида кейинги йилларда аниқроғи 1990 йилдан бошлаб туризм индустрияси ниҳоятда тез суръатларда ривожлана бошлади. Айниқса Хитой ва унинг бошқа худудлари ҳисобланган Гонгконг, Макао ва Тайвань шунингдек, Малайзия, Таиланд, Сингапур, Корея республикаси, Австралия, Япония, Индонезия, Янги Зеландия, Филиппин мамлакатлари туризм соҳасида жуда катта натижаларга эришиб келмоқда.

Иккинчи жаҳон урушидан кейинги давр Осиё-Тинч Океани худудидаги мамлакатлар иқтисодиёти учун ўзига хос “сакраш” йиллари бўлди. Кўп йиллар мобайнида ўртача ва қолоқ бўлиб келган давлатлар тарихан қисқа вақт ичида улкан ютуқларга эришди. 1970 йиллар охирига келиб, Сингапур ва Гонгконг шарқий Осиёдаги энг йирик молия марказига айланишди. 1980 йиллар ўртасига келиб Гонгконгнинг чет эллардаги тўғридан-тўғри капитал қўйилмалари 2 млрд долларни, Сингапурда эса – 1 млрд долларни ташкил қилди.

Шарқий Осиё ва Тинч океани мамлакатларида ҳамма соҳалар бўйича иқтисодий ҳамкорлик ва интеграция жараёнлари кучайиб бормоқда. Деярли 30 йил мобайнида жанубий ва шарқий Осиё мамлакатлари уюшмаси АСЕАН муваффақиятли фаолият кўрсатиб келмоқда. Унга Осиёдаги тўртта «Аждаҳо»дан бири – Сингапур, шунингдек, «Янги тўлқин», янги индустриал мамлакатлар – Малайзия, Индонезия, Таиланд, Бруней ва Филиппин мамлакатлари киради.

Ушбу гуруҳ доирасида ўзаро ҳамкорлик ва интеграция жараёнларини амалга ошириб ҳамма соҳалар бўйича иқтисодий ўсиш ва ривожланишга эришмоқдалар.

Туризм соҳасида минтақа бўйича Хитой, Гонгконг, Индонезия, Малайзия,

Сингапур, Таиланд дунё туризм марказлари ичида энг сеvimли ва юқори даражадаги талабга сазовор бўлмоқдалар.

Осиё ва Тинч океани мамлакатларига 2002 йилда қилинган хорижий ташрифлар 131,3 миллион кишини ташкил қилган. 2001 йилга нисбатан 8,4% га ўсиш кузатилган.

1970-80 йилларни оладиган бўлсак 1970 йилда 5,3 млн. хорижий туристлар ташриф буюрган бўлса, 1980 йилга келиб 20,9 млн. туристлар ташриф буюрган. Ўн йил ичида ўсиш суръатлари 194,4% ни ташкил этган.

1980-90 йиллар хорижий туристлар ташрифи 2,5 марттага ошган, 1980 йилда 20,9 млн. туристлар ташриф буюрган бўлса, 1990 йилда эса 52,3 млн. туристлар ташриф буюрган. Ўсиш суръатлари эса 149,3% ни ташкил этган.

5.1.1-жадвал

Осиё ва Тинч Океани минтақасида туризм ҳаракатларининг ривожланиш динамикаси

Йиллар	Туристлик ташрифлар млн. киши	Ўртача йиллик ўзгариш %	Жаҳон туризм ташрифлари ичидаги улуши %	Туристлик ташрифлардан тушган тушум млрд. АҚШ доллари	Ўртача йиллик ўзгариш %	Жаҳон туризм ташрифлари ичидаги улуши %
1970	5,331	-	3,22	1,1	-	6,15
1975	8,657	62,39	3,89	2,164	96,73	5,32
1980	20,961	142,13	7,28	8,469	291,36	8,19
1985	30,389	44,98	9,22	12,849	51,72	11,06
1986	33,505	10,25	9,83	17,200	33,86	12,24
1987	38,906	16,12	10,61	22,763	32,34	13,21
1988	45,092	15,9	11,21	30,640	34,6	15,41
1989	45,565	1,05	10,56	34,234	11,73	16,06
1990	52,263	14,7	11,41	38,617	12,8	14,98
1991	53,924	3,18	11,81	39,634	2,63	15,21
1992	61,306	13,69	12,73	45,636	15,14	15,40
1993	68,255	11,78	13,70	52,587	15,23	16,23
1994	76,171	11,16	13,94	61,949	17,80	17,87
1995	83,187	9,21	14,69	72,759	17,44	18,24
1996	90,091	8,3	15,22	82,436	13,30	19,48
2000	115,300	27,9	16,77	86,357	4,75	18,24
2001	121,100	5,0	17,70	87,405	1,2	19,03
2002	131,300	8,4	18,70	94,697	8,4	19,97

МАНБА: Бутун Жаҳон Туризм Ташкилоти.

1990-2000 йилларда ушбу мамлакатларда хорижий туристлар ташрифи 4 марттага кўпайган. 1990 йилда эса 52,3 млн. туристик ташрифлар қайд қилинган бўлса, 2000 йилга келиб бу кўрсаткич 115,3 млн. кишини ташкил этган. Ўсиш суръатлари эса 149,3% ни ташкил этган.

2001 йилда бу минтақа мамлакатларига 121,1 млн. хорижий туристлар ташриф буюрган, 2000 йилга нисбатан ўсиш суръатлари 5% ни ташкил этган. Агар минтақанинг туризм тарихига назар соладиган бўлсак 1970 йилда жаҳон бўйича туризм ташрифларининг 3,2%и тўғри келган бўлса, 2002 йилга келиб 18,7% ни ташкил қилган.

Халқаро туристик ташрифлардан тушган тушум миқдори 2002 йилда 94 миллиард 697 миллион АҚШ долларини ташкил қилган. 1975 йилда бу кўрсаткич 2 миллиард 164 миллион АҚШ долларини ташкил этган эди. Жаҳон туризм тушумлари ичидаги улуши 1970 йилда 6,15% ни ташкил қилган бўлса, 2002 йилда 19,97% ни ташкил этган.

5.1.2-жадвал

Осиё ва Тинч океани ҳудудлари бўйича 1990-2002 йилларда халқаро туристик ташрифлар

ҳудудлар	Халқаро туристик ташрифлар млн. киши					Ўзгариши%		Улуш и%
	1990	1995	2000	2001	2002	2000/2001	2001/2002	2002
Шимолий-Шарқий Осиё	28,0	44,1	62,5	65,6	73,6	5,0	12,2	10,5
Жанубий-Шарқий Осиё	21,5	29,2	37,0	40,2	42,2	8,7	5,0	6,0
Океания	5,2	8,1	9,6	9,5	9,6	- 1,6	0,8	1,4
Жанубий Осиё	3,2	4,2	6,1	5,8	5,9	- 4,5	0,9	0,8
Осиё-Тинч океани минтақаси бўйича	57,9	85,6	115,2	121,1	131,3	5,1	8,4	18,7

МАНБА: Бутун Жаҳон Туризм Ташкилоти.

Осиё ва Тинч океани ҳудудлари бўйича, Шимолий-Шарқий Осиё мамлакатлари хорижий туристик ташрифлар бўйича минтақада биринчи

ўринда туради. 2002 йилда бу ҳудудга 73,6 млн. хорижий туристлар ташриф буюрган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда 12,2% га ўсиш кузатилган. Жаҳон туристик ташрифларининг 10,5%и Шимолий-Шарқий Осиё мамлакатлари улушига тўғри келади.

Жанубий-Шарқий Осиё мамлакатларига 2002 йилда 42,2 млн. хорижий туристлар ташриф буюрган. 2002 йилда 2001 йилга нисбатан ташрифлар сони 5% га кўпайган. 2002 йилда жаҳон бўйича туристик ташрифларнинг 6%и бу ҳудудга тўғри келган.

Жанубий Осиё мамлакатлари 2002 йилда 5,9 млн. хорижий туристлар қабул қилган, 2001 йилга нисбатан 0,9% га ўсиш кузатилган. Жаҳон туристик ташрифларининг 0,8%и Жанубий Осиё мамлакатларига тўғри келган.

Осиё ва Тинч океани минтақасига қилинган умумий ташрифлар 131,3 млн. кишини ташкил қилган. 2002 йилда минтақа бўйича ўртача 8,4% га ўсиш кузатилган. Айрим мамлакатларда ўсиш суръатлари минтақа ўртача кўрсаткичларидан юқори бўлган. Масалан: Гонконг 20,7%, Макао 12,4%, Хитой 11%, Япония 9,8%; қолган бошқа мамлакатларда ўсиш суръатлари минтақа ўсиш суръатларидан паст бўлган: Корея Республикаси 3,9%, Малайзия 4%, Сингапур 4%, Тайвань 4,2%, Янги Зеландия 7,1%, Таиланд 7,3%, Филиппин 7,6%. Айрим мамлакатларда ўсиш суръатлари 2001 йилги кўрсаткичлардан ҳам паст бўлган. Буларга Индонезия - 2,3%, ҳиндистон - 6,6%, Австралия - 0,3% мамлакатлари киради.

2002 йил Халқаро туризмдан келиб тушган тушумлар миқдори минтақа бўйича 94 млрд. 697 млн. АҚШ долларини ташкил этган. Минтақа бўйича ўртача ўсиш суръати 7,7% ни ташкил қилган.

Минтақа кўрсаткичларидан юқори натижаларга эришган мамлакатлар: Макао 17,9%, Гонконг 22,2%, Хитой 14,6%. Минтақа кўрсаткичларидан паст натижаларга эришган мамлакатлар: Малайзия 6,4%, Япония 6%, Австралия 6,1%, Тайвань 5,2%, Филиппин 1%. Корея Республикасида 17,2%, Сингапурда 2,9%, ҳиндистонда 3,9% га камайиш кузатилган. (5.1.3-жадвал)

**2002 йил Осиё ва Тинч океани минтақасига қилинган ташрифлар
ва халқаро туризмдан тушган тушум**

Туристларни қабул қилувчи асосий мамлакатлар	Қатор ¹	Халқаро туристик ташрифлар				Халқаро Туризмдан келиб тушган тушум миқдори			
		2002	Ўзгариши%		2002 й. улуши %	2002 й. млрд АҚШ дол.	Ўзгариши%		2002 й. улуши%
			2001/2000	2002/2001			2001/2002	2001/2002	
Хитой	VF	36,803	6,2	11,0	28,0	20,385	9,7	14,6	21,5
Гонконг	VF	16,566	5,1	20,7	12,6	10,117	5,0	22,2	10,7
Малайзия	TF	13,292	25,0	4,0	10,1	6,785	39,7	6,4	7,2
Таиланд	TF	10,873	5,8	7,3	8,3	7,902	-5,5	11,7	8,3
Сингапур	TF	6,996	-2,8	4,0	5,3	4,932	-15,6	-2,9	5,2
Макао	TF	6,565	12,4	12,4	5,0	4,415	16,8	17,9	4,7
Корея Респ.	VF	5,347	-3,3	3,9	4,1	5,277	-6,4	-17,2	5,6
Япония	TF	5,239	0,3	9,8	4,0	3,499	-2,1	6,0	3,7
Индонезия	TF	5,033	1,8	-2,9	3,8	-	-5,9	-	-
Австралия	VF	4,841	-1,5	-0,3	3,7	8,087	-9,8	6,1	8,5
Тайвань	VF	2,726	-0,3	4,2	2,1	4,197	6,7	5,2	4,4
Ҳиндистон	TF	2,370	-4,2	-6,6	1,8	2,923	-4,0	-3,9	3,1
Янги Зеландия	VF	2,045	6,9	7,1	1,6	2,918	4,2	25,0	3,1
Филиппин	TF	1,933	-9,8	7,6	1,5	1,741	-19,3	1,0	1,8
Осиё ва Тинч океани минтақаси		131,295	5,1	8,4	100	94,697	1,2	7,7	100

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

¹Қатор – VF – Чегарадаги халқаро туристик қабул (бир кунга келувчилар ва туристларни ҳисобга олган ҳолда).

TF – Чегарадаги халқаро туристик қабул (бир кунга келганларни ҳисобга олмаган ҳолда).

Минтақа бўйича ҳар бир хорижий туристик ташриф ўртача 720 АҚШ долларини ташкил қилади. Жаҳон бўйича ҳар бир туристик ташриф 675 АҚШ долларини ташкил қилган.

5.2. Шимолий-Шарқий Осиё мамлакатларининг туризм иқтисодиёти

Шимолий-Шарқий Осиёнинг асосий туризм индустрияси ривожланган мамлакатлари Хитой Халқ Республикаси, Япония, Корея Республикаси, Гонконг, Макао ва Тайвань халқаро ва миллий туризм соҳасида жуда катта натижаларга эришиб келмоқда.

1990 йилда Шимолий-Шарқий Осиё мамлакатларига 28 млн. хорижий туристлар ташрифи кузатилган бўлса, 1995 йилга келиб уларнинг сони 44,1 млн. кишига етади. Беш йил ичида ўсиш суръатлари 46,8% ўсганлиги кузатилган. 2000 йил бу мамлакатлар туристик марказларига 62,5 млн. хорижий туристлар ташриф буюрган, 2001 йилда бу кўрсаткич 65,6 млн. кишини ташкил этган. 2002 йилда эса 73,6 млн. хорижий туристик ташрифлар амалга оширилган. 2000 йилга нисбатан 2001 йилда ўсиш суръатлари 5% ни ташкил қилган бўлса, 2002 йилда 2001 йилга нисбатан 12,2% га ўсганлиги кузатилган. Бунинг асосий сабаби Шимолий-Шарқий Осиё мамлакатларида туризм саноатининг яхши ривожланганлигидан далолат беради. 1990-2002 йиллар оралиғида халқаро туристик ташрифлар 162,8% га ўсганлиги кузатилган (5.2.1-жадвал).

2002 йилда Шимолий-Шарқий Осиё мамлакатларига 73,6 млн. хорижий туристлар ташриф буюрган. Шимолий-Шарқий Осиё мамлакатларининг Осиё ва Тинч океани минтақасига қилинган ташрифларнинг 56%и бу ҳудуд мамлакатларига тўғри келган. Жаҳон туризм ташрифлари ичидаги улуши эса 10,5% ни ташкил этган. Бу ҳудуднинг туризм соҳасида юқори натижаларга эришишида, дунёнинг энг қадимий маданиятига эга бўлган «Буюк сирли мамлакат» Хитойнинг улуши бениҳоя катта. Хитойнинг Шимолий-Шарқий Осиё мамлакатлари ичидаги улуши 50% ни, Осиё ва Тинч океани мамлакатлари

ичидаги улуши 5,2% ни ташкил қилган. Шимолий-Шарқий Осиё худудида 2002 йилда 2001 нисбатан хорижий туристлар ташрифи 12,2% га кўпайган ва жаҳон бўйича бу ҳудуд энг юқори ўсиш суръатларига эришганлиги қайд этилган.

5.2.1-жадвал

2002 йилда Шимолий-Шарқий Осиё мамлакатларига қилинган хорижий ташрифлар

Туристларни қабул қилувчи асосий мамлакатлар	2002 млн. киши	Ўзгариши %		Шимолий-Шарқий Осиё мамлакатлари ичидаги улуши %	Осиё ва Тинч океани минтақаси ичидаги улуши %	Жаҳон туризм ташрифлари ичидаги улуши %
		2001/2000	2002/2001			
Хитой	36,803	6,2	11,0	50,0	28,0	5,2
Гонконг	16,566	5,1	20,7	22,6	12,8	2,4
Япония	5,239	0,3	9,8	7,2	4,0	0,76
Корея Республикаси	5,347	-3,3	3,9	7,5	4,1	0,78
Макао	6,565	12,4	12,4	8,9	5,0	0,96
Тайвань	2,726	-0,3	4,2	3,8	2,1	0,40
Жами	73,6	5,0	12,2	100	56,0	10,5

МАНБА: Бутун Жаҳон Туризм Ташиқоти.

5.2.2-жадвал

2002 йилда Халқаро Туризмдан келиб тушган тушумлар (млрд. АҚШ доллари)

Туристларни қабул қилувчи асосий мамлакатлар	2002	Ўзгариши %		Шимолий-Шарқий Осиё мамлакатлари ичидаги улуши %	Осиё ва Тинч океани минтақаси ичидаги улуши %	Жаҳон туризм ташрифлари ичидаги улуши %
		2001/2000	2002/2001			
Хитой	20,385	9,7	14,6	42,6	21,5	4,3
Гонконг	10,117	5,0	22,2	21,0	10,7	2,1
Япония	3,449	-2,1	6,0	7,3	3,7	0,75
Корея Республикаси	5,277	-6,4	-17,2	11,1	5,6	1,1
Макао	4,415	16,8	17,9	9,2	4,7	0,95
Тайвань	4,197	6,7	5,2	8,8	4,4	0,90
Жами	47,890	4,95	8,1	100	50,6	10,1

МАНБА: Бутун Жаҳон Туризм Ташиқоти.

Шимолий-Шарқий Осиё мамлакатларида халқаро туризмдан келиб тушган тушумлар миқдори 47,9 млрд. АҚШ долларини ташкил этган. Халқаро туризм тушумлари бўйича Осиё ва Тинч океани минтақаси мамлакатлари ичида улуши 50,6% ни, Жаҳон туризм тушумлари ичидаги улуши 10,1% ни ташкил қилган. 2002 йилда 2001 йилга нисбатан 8,1% га ўсиш кузатилган.

Жаҳон бўйича ҳар бир туристик ташриф ўртача 675 АҚШ долларини, Осиё ва Тинч океани минтақаси мамлакатлари бўйича ўртача 720 АҚШ долларини, Шимолий-Шарқий Осиё мамлакатлари бўйича эса 650 АҚШ долларини ташкил этган. Ҳар бир хорижий туристик ташрифлар кўрсаткичи жаҳон бўйича 3,8% га, Осиё ва Тинч океани минтақаси бўйича 9,8% га паст бўлган.

5.3. Хитой Халқ Республикасининг туризм иқтисодиёти

Хитойда 1978 йилдан бошлаб мисли кўрилмаган ўзгаришлар рўй берди. Айниқса мамлакатда иқтисодий ислохотларнинг амалга оширилганлиги бутун дунё эътиборини ўзига тортмоқда. Мамлакатнинг ер майдони 9,560 минг кв. км. Деярли Европа қитъасига тенг. Аҳолиси 1 млрд. 203 млн. кишидан ортиғроқ, жаҳонда биринчи ўринда туради. ХХР 1949 йил 1 октябрда ташкил топган. Шунинг учун 1 Октябрь миллий байрам сифатида байрам қилинади. Саноати ва қишлоқ хўжалиги ишлаб чиқариш ҳажми бўйича дунёда 130-135 ўринларни эгаллайди. Темир йўлларининг узунлиги 54000 км. атрофида, автомобиль йўлларининг узунлиги эса 1.300.000 км. Асосий денгиз портлари: Гуанчжоу, Далянь, Циньхуандао, Шанхай. Шерчжень, Чжухай, Шаньтах, Сяминь, Хеван вилоятларида эркин иқтисодий зоналар ташкил қилинган. Улар чет эл капиталини жалб қилишга қулай шароитлар яратади.

Агар илгари Хитойда «Капитализм ўлими» қоидасини исботлашга уринилган бўлса, ҳозирги даврда «очик эшиклар сиёсати» бозор социализминини қуриш тамойили Хитой ислохотининг ҳал қилувчи қоидаларидан бири бўлиб ҳисобланади. Бу соҳада туб ислохотлар Хитойда чет эл капитални иштирокида компаниялар ташкил этиш билан боғлиқдир. Хитойда чет эл капиталини жалб

қилишда, асосан тўртта мақсад кўзда тутилган.

1. Мамлакат саноатининг илмий техника даражасини кўтариш.

2. Ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш соҳаларини илғор усулларини ўзлаштириб олиш.

3. Чет эл валютасини келиб туришини ўстириш.

4. Халқаро иқтисодий ахборотлардан воқиф бўлиб туришга янада кенгроқ йўл очиш.

Хитойнинг иқтисодий хўжалик юритиш тажрибаси, бозор муаммолари, молия услублари катта бир мактаб, аҳолиси миқдорига нисбатан кичик ҳудудда беқиёс кўп халқни иш, моддий неъматлар, озиқ-овқат, кийим-кечак билан таъминлаш, ишлаб чиқариш, таъминот, истеъмол жараёнини бошқариш, маданиятни кўтариш, халқаро бозор рақобатларига дош бериш бу хазилакам иш эмас. Бу ўта уддабуронлик, эпчиллик, ишбилармонлик, тадбиркорлик, маъсулият, идора қилиш бу мустахам интизомни тақозо этади. Бу борада хитойликлардан ўрганса ва ибрат олса арзийди.

Хитойда бошқа соҳалар снғари туризм соҳаси ҳам жадал тез суръатларда ривожланиб бормоқда. Хитой Осиё ва Тинч океани минтақасидаги асосий туристик мамлакатлардан бири бўлиб ҳисобланади. Хитой дунёнинг энг қадимий маданиятига эга бўлган мамлакат. Хитой барча чет элликлар учун қадимий маданиятга эга бўлган «Буюк Сирли» мамлакатга айланиб бормоқда. 1978 йилдан бошлаб Хитой ўз иқтисодиётини замонавийлаштиришга ҳаракат қилган холда туристлар учун «Очиқ эшиклар» сиёсатини юрғазга бошлади. Энди чет эллик бойваччалар «Буюк Сирли» мамлакатга биринчилардан бўлиб айниқса Гонконг, Макаога қайтиш учун ўзаро мусобақалаша бошладилар. Шунингдек, Хитойнинг энг қадимий маданиятига қизиқиш туфайли ҳам икки йил ичида бу ерга келувчи чет эллик туристлар сони 500 мингдан ошиб кетди. Хитой Халқ Республикасининг бундай сиёсат юрғизишининг асосий сабаби – мамлакатга чет эл валютасини оқиб кириши керак эди.

1983-1989 йилларгача туризм Хитой учун чет эл валюталари

тушумининг энг асосий манбаи бўлиб ҳисобланар эди. Бу муддат ичида Хитой Халқ Республикасининг бошқа мамлакатлар билан бўлган ўзаро алоқалари ўзгара бошлади. 1987 йилдан бошлаб эса Тайвань аҳолиси Сянган (Гонконг) орқали Хитой Халқ Республикасига саёҳатлар қила бошлади. 1990 йилда ХХРга 27 млн. чет эл туристлари ташриф буюрган бўлса, уларнинг 25 млн. нафарини Тайвань, Сянган, Макаодан келган туристлар ташкил этган эди. 1980 йилларнинг охирларига келиб ХХР га чет эл туристлари ташрифи сонининг ўсиши пасая бошлади. Бунинг асосий сабаби – мамлакатда туризм саноати яхши ривожланмаган эди. Туризм менежменти умуман йўлга қўйилмаган эди. Бу эса ўз навбатида замонавий талабларга жавоб берувчи ўрта ва олий даражадаги янги меҳмонхоналар қурилишига сабаб бўлди. Бунга чет эл капитали ҳам жалб қилинди. Туризмни янада ривожлантириш учун аэропортлар, темир йўл, транспорт қурилишларига кўпроқ эътибор қаратилди.

1989 йилдаги «қайта қуриш» туфайли собиқ Совет Иттифоқи ва ХХР ўртасидаги чегаралар очилди ҳамда мамлакатга кўплаб совет фуқаролари ҳам ташриф буюра бошлашди. Уларнинг ташрифларидан асосий мақсад «Шоп тур» эди.

Хитойда амалга оширилаётган сиёсий ва иқтисодий қайта қуриш, Хитойнинг ички туризмни ривожлантиришга ҳам катта эътибор қаратилган. Хитойда ҳар йили 290-300 миллион киши ички саёҳатларга чиқади.

Мамлакатда туризмни ривожлантириш мақсадида туристлар учун махсус туристик ҳудудлар ташкил қилина бошланди. 1982 йилда бундай туристик ҳудудлар сони 122 тани ташкил этган бўлса, 1990 йилда уларнинг сони 500 тага етказилди. Хитойнинг шимолий-шарқида ҳам марказидаги туристик ҳудудларда асосий тарихий ва маданий ёдгорликлар жойлашган бўлса, жанубий туристик ҳудудларда дам олиш, хордиқ чиқариш маскани сифатида сўлим ва гўзал оромгоҳлар бунёд этилган.

1997 йилда Сянган Хитой таркибига қайта қўшилди. Унга Хитой ичида ўз тузумини 50 йилгача сақлаб қолиш имкониятига эга бўлган автономия берилди. Ҳозирги кунда туризм Сянган автономиясида чет эл валюта тушуми

манбаи сифатида 3-ўринни эгаллайди. Сянганга хорижий туристлар асосан шоу тур, маданий хордик, спорт асосан от спорти ҳамда ҳар йили ўтказиладиган турли хил фестивалларда иштирок этиш учун келишади. Шунингдек Сянганда «Сун» императорлиги давридан сақланиб қолган маданий ёдгорликларни зиёрат қилиш учун ҳам кўплаб хорижий туристлар ташриф буюради. Хозирги кунда Хитой туристик марказларига асосан Япония, Буюк Британия, АҚШ, Олмония, Корея, Таиланд, Австралия, Янги Зеландия фуқаролари ташриф буюрмоқда. Хитойликлар эса, асосан Таиланд, Филиппин, Индонезия, Сингапур ва Япония мамлакатларига туристик саёҳатларга чиқадилар.

Хитойда туризмни ривожлантиришга қаратилган сиёсатнинг ўзига хос томони унда «арзон нархлар» сиёсати қўлланилаяпти. Жаҳон бўйича ҳар бир турист ўз саёҳати давомида ўртача 675 АҚШ доллари сарфласа, Осиё ва Тинч океани минтақасида ҳар бир турист ўртача 720 АҚШ доллар сарфлайди, Хитойда эса ҳар бир турист 2002 йил маълумотлари бўйича 552 АҚШ доллар миқдорида маблағ сарфлайди.

Хитой Халқ Республикаси халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаси кўрсатишича, жаҳон туристик ташрифларининг 5,24%и, Осиё ва Тинч океани минтақасига қилинган ташрифларнинг 28%и Хитой Халқ Республикасига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 11% га кўпайган (5.3.1-жадвал).

Халқаро туризм тушумлари бўйича жаҳон туризм даромадларининг 4,3%и, Осиё ва Тинч океани минтақаси тушумлари бўйича 21,5% ни ташкил қилган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 14,6% га ўсганлиги кузатилган. Осиё ва Тинч океани минтақасида ҳар бир туристик ташриф ўртача 720 АҚШ долларини ташкил этган. ХХР да эса 2002 йилда ҳар бир хорижий ташриф 552 АҚШ долларини ташкил қилган. Бу кўрсаткич Туризм соҳасида Хитойда «арзон нархлар» сиёсати юргизиляётганидан далолат беради.

Ўзбекистон ва ХХР ўртасида дипломатик алоқалар 1992 йил 2 январда элчихоналар даражасида ўрнатилган.

**Хитой Халқ Республикаси халқаро туризм фаолиятининг
иқтисодий таҳлили 2002 йил.**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Осиё Т.О. минтақаси бўйича ташриф- лар	ХХР-га қилинган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Осиё Т.О. минтақаси бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Осиё Т.О. бўйича умумий тушум	ХХР тушумлари	Жаҳон тушумлари бўйича улуши%	Осиё Т.О. минтақаси тушумлари бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш%
702,6	131,3	36,803	5,24	28,0	11,0	474,2	94,697	20,385	4,3	21,5	14,6

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Тошкентда термос, телевизор, мини-трактор ишлаб чиқариш бўйича ҳамкор корхоналар ишлаб турибди. Хитой элчихонаси фаолият кўрсатмоқда.

5.4. Япония давлатининг туризм иқтисодиёти

Япония, (японча «ниппон нихон») Тинч океанидаги оролларда Шарқий Осиёда жойлашган давлат. Худуди тўрт минга яқин оролларни қамраб олган, Шимолий-Шарқдан Жанубий-Ғарбга қарийб 3 минг км.га чўзилган: энг йирик ороллари: Хоккайдо, Хонсю, Сикоку, Кюсю. Мамлакатнинг асосий ороллари улкан муҳандислик иншоотлари яъни сув ости тунеллар ва кўприклар орқали ўзаро боғланган. Майдони 370 минг кв. км., аҳолиси 125 млн. нафарга яқин. Япония бир миллатли мамлакат. Аҳолисининг 90%и дан ортиғроғини японлар ташкил этади. Япония аҳолисини сони жиҳатидан дунёда олтинчи ўринда туради.

Японияликлар ўз юртларини «Нихон» деб атайдилар, бу сўз икки иероглифдан ташкил топган бўлиб «Ни» қуёш ва «Хон» илдиз, томир сўзлари бирикмасининг маъноси «қуёш томири» демакдир. Одатда бу давлатни «Кун чиқар мамлакат» деб ҳам атайдилар.

Япониянинг энг йирик шаҳарлари: Токио, Иокагама, Осака, Кобэ, Нагая, Киото, Саппоро, Фукуока.

Япония пойтахти – Токио дунёдаги энг йирик шаҳарлардан бири, энг муҳим саноат, транспорт, туризм, савдо ва маданият маркази ҳисобланади. Шаҳарнинг ташқи қиёфасида Европа ва Япония архитектурасининг қўшилиб кетган шакли акс этади.

Токиодан Токио қўлтиғи соҳили бўйлаб шаҳалар бир бирига тутшиб кетган. Уларда моддий бойлик ишлаб чиқармайдиган соҳаларда ишловчи ходимлар, хизматчилар, илмий ходимлар, меҳмонхона хизматчилари, туризм соҳаси хизматчилари сони кўпайиб бормоқда.

Қўлтиқдан чиқаверишда ҳамма соҳалар бўйича саноати ривожланган худуднинг иккинчи энг йирик маркази миллионер шаҳар – Иокагама шаҳри жойлашган бўлиб, у денгиз канали орқали пойтахт билан қўшилган. Бу

шаҳарда мамлакатнинг энг йирик меҳмонхоналари ва туризм марказлари жойлашган.

Иккинчи жаҳон урушидан кейинги давр Осиё ва Тинч океани ҳудудидаги мамлакатлар иқтисодиёти учун ўзига хос «сакраш» йиллари бўлди. Кўп йиллар ўртача ва қолоқ бўлиб келган давлатлар тарихан қисқа вақт ичида улкан ютуқларга эришди. Иккинчи жаҳон урушидан қаттиқ сиёсий ва иқтисодий талофат кўрган, хатто таслим бўлишдек оғир мусибатни бошидан кечирган Япония бир авлод умри давомида саноат ҳамда илмий-техника ривожига дунёда энг тараққий этган мамлакат даражасига кўтарила олдики, «Япония мўъжизаси» жаҳондаги барча олимлар, иқтисодчилар, социологларни хайратга солди. Япониянинг ривожланиш «сир»лари ҳаммани шу жумладан, бизни ҳам қизиқтириши табиий. Айниқса саноатнинг ва хизмат кўрсатиш соҳаларининг ниҳоятда тез ўсиш суръатлари, жаҳонда бўлаётган ўзгаришларга тезлик билан мослашувчанлик, ҳориждаги илғор тажрибаларни ниҳоятда усталик билан ижодий қабул қилиш ва янада ривожлантириш борасидаги нодир қобилият японияликларга хос хусусиятдир. Айнан шу боис у қисқа вақт ичида жаҳонда АҚШдан кейин иккинчи давлатга айланди.

Японияда қуриқликдаги транспорт ҳам, денгиз транспорти ҳам бирдай ривожланган. Бу, туризм индустриясини ривожланишида катта роль ўйнайди. Темир йўлларнинг узунлиги 27.327 км., автомобиль йўлларининг узунлиги эса 1.111.974 км., ички дарё портлари 1.770 км. атрофида. Асосий денгиз портлари: Муроран, Китаюсю, Кобе, Осака, Токио, Иокогама, Кавасаки, Кагосима, Нагоя, Химедзи, Нагасаки, Тиба.

ЯММ – 2527,4 млрд. доллар, жон бошига 20200 долларни ташкил этади.

Японияда 10 млн. гектар ерда қўриқхоналар ташкил этилган, мамлакат ҳудудининг 1/4 қисмига тўғри келади, табиат қўриқхоналари давлат томонидан қўриқланади. Шунинг ярмини 23 та миллий боғ ва давлатга қарашли қўриқхоналар ташкил этади. 1970 йилда 40 та денгиз сув ости миллий боғлари бунёд этилган.

Бундай боғлар Японияда халқаро туризмни ривожлантиришга ва хорижий туристларни қизиқишларига сабаб бўлади. Япония мўътадил субтропик ва тропик иқлим минтақаларида жойлашган, ҳудудининг 3/4 қисми қир ва тоғлардан иборат. Япониянинг гўзал табиат манзаралари ва у ерда жойлашган туристик масканлар ҳар қандай хорижий саёҳатчиларни ўзига жалб этади. Японияда бошқа соҳалар каби халқаро ва миллий туризмни ривожланишига катта аҳамият қаратилган. Японияда кўнгил очар туризм яхши ривожланган. Япония туризм бозорини асосан Буюк-Британия, АҚШ, Германия, Корея, Таиланд, Австралия, Янги Зеландия мамлакатлари таъминлайди.

Японияга 2000 йилда 4,8 млн. хорижий туристлар ташриф буюрган, 1999 йилга нисбатан 7,2% га ўсиш кузатилган, 2002 йилда 5,3 млн. хорижий туристлар ташриф буюрган 2001 йилга нисбатан 9,8% га ўсиш кузатилган.

Япониянинг четга чиқиш туризми асосан АҚШ, Канада, Мексика, Аргентина, Бразилия, Хитой, Малайзия, Гонконг, Таиланд, Корея, Сингапур, Австралия ҳамда Жанубий-Осиё мамлакатларига тўғри келади.

Япония давлати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаси кўрсатишича, жаҳон туристик ташрифларининг 0,8%и, Осиё ва Тинч океани минтақасига қилинган ташрифларнинг 4%и Япония давлатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 9,8% га кўпайган.

Халқаро туризм тушумлари бўйича жаҳон туризм даромадларининг 0,75%и, Осиё ва Тинч океани минтақаси тушумлари бўйича 3,7% ни ташкил қилган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 6% га ўсганлиги кузатилган (5.4.1-жадвал). 2002 йилда ҳар бир хорижий ташриф 668 АҚШ долларини ташкил қилган.

Ўзбекистон ва Япония ўртасидаги дипломатик алоқалар 1992 йил 26 январда ўрнатилади. Япония билан Ўрта Осиё ўртасида Буюк ипак йўли орқали қадимги савдо алоқалари мавжуд. Ҳозирги кунда бу алоқалар қайта тикланиб мустаҳкамланмоқда. Бозор иқтисодиётига ўтилаётган ҳозирги кунда

Япония давлати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Осиё Т.О. минтақас и бўйича ташриф- лар	Японияга қилинган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Осиё Т.О. минтақас и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Осиё Т.О. бўйича умумий тушум	Япония мамлакат итишумла ри	Жаҳон тушумлар и бўйича улуши%	Осиё Т.О. минтақас и тушумлар и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш%
702,6	131,3	5,239	0,8	4,0	9,8	474,2	94,697	3,499	0,75	3,7	6,0

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Япониядек ривожланган мамлакатнинг бой тажрибаларидан кенгрок фойдаланиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Ўзбекистон ва Япония мамлакатлари ўртасида 2002 йил стратегик ҳамкорлик тўғрисида шартнома имзоланган. Тошкент-Осака шаҳарлари ўртасида авиация алоқалари ўрнатилган.

5.5. Корея давлатининг туризм иқтисодиёти

Корея Республикаси Корея ярим ороли Осиё қитъасининг шимолий-шарқий қисмида жойлашган бўлиб, шимолдан жанубга томон узунлиги 800 км, ғарбдан шарққа эса 360 км. дан 122 км. гача чўзилган. ҳудуди 98.480 кв.км. Аҳолиси 45,522 млн. киши. ЯММ 680 млрд. АҚШ долларига тенг, аҳоли жон бошига 15000 АҚШ доллар.

Корея Республикасининг темир йўллари узунлиги 6.763 км, автомобиль йўллари 63200 км, ички сув йўллари 1.609 км. Асосий портлари: Пусан, Мокпхо. Асосий савдо шериклари АҚШ, Япония, Европа иттифоқи, АСЕАН мамлакатлари ва Хитой Халқ Республикаси.

Корея давлатини бугунги кунда «Тўрт аждаҳо» ёки «Осиё йўлбарси» деб аташмоқда.

Корея Республикаси жўшқин ривожланган аграр-индустриал мамлакат. Корея янги индустриал мамлакатлар ичида етакчи ўринни эгаллайди. Иқтисодиётини йиллик ўсиш суръатлари 8% ни ташкил қилади.

Кореяда биотехнология, генинженерияси, лазер компазиция материаллари кашф қилиш борасида фаол илмий-техник ишлар олиб борилмоқда. Жанубий Корея уюшмалари кундан-кунга ривожланиб, ғарбнинг етакчи компаниялари билан рақобатлашмоқда. Самсунг, ЛЖ, ДЭУ компаниялари жаҳоннинг йирик 100 та корпорациялари қаторидан ўрин олди. Давлатнинг иқтисодиётдаги фаол иштироки натижасида миллий монополиялар сони кўпайди. Бугунги кунда дунёдаги 500 та йирик корхоналардан 11 таси Кореяда жойлашган.

Корея Республикасида бошқа соҳалар қаторида туризм соҳасига ҳам

катта аҳамият берилган. Туристик потенциали жуда катта. Мамлакатда туристик имкониятларни маҳсулот сифатида ишлаб чиқаришнинг ўзига хос усул ва услублари ўзлаштирилиб олинган. Халқаро туризм мамлакат иқтисодиётининг энг сердаромад соҳасига айланган. «Рекіј тур» ва ишбилармон туризм ривожланган. 2000 йилда 5,322 млн. хорижий туристлар ташриф буюрган, 1999 йилга нисбатан 14,2% га ўсиш кузатилган, 2000 йилда жаҳон туризм ҳаракатлари 5,8% га ўсган эди. Корея туризм бозорини асосан Япония, Германия, Буюк-Британия, АҚШ, Таиланд, Австралия, Янги Зеландия мамлакатлари таъминлайди. Корея аҳолиси Сингапур, Индонезия, Хитой, Тайвань, Таиланд, Австралия, Япония, Филиппин мамлакатларига саёҳатлар уюштирадилар.

Корея Республикаси халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаси кўрсатишича, жаҳон туристик ташрифларининг 0,76%и, Осиё ва Тинч океани минтақасига қилинган ташрифларнинг 4,1%и Корея Республикасига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 3,9% га кўпайган.

Халқаро туризм тушумлари бўйича жаҳон туризм даромадларининг 1,1%и, Осиё ва Тинч океани минтақаси тушумлари бўйича 5,6% ни ташкил қилган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 17,2% га пасайганлиги кузатилган (5.5.1-жадвал).

2002 йилда ҳар бир хорижий ташриф 987 АҚШ долларни ташкил қилган. Бу кўрсаткич Осиё ва Тинч океани минтақаси бўйича ўртача 720 АҚШ долларини ташкил этган.

Халқаро аҳамиятга молик тадбирлардан 2002 йили навбатдаги футбол бўйича жаҳон чемпионати ўтказилди.

Корея Республикаси Осиё ва Тинч океани мамлакатлари ичида биринчилардан бўлиб Ўзбекистон мустақиллигини тан олган. 1992 йил 29 январда Ўзбекистон ва Корея Республикаси ўртасида дипломатик алоқалар ўрнатилган. Жанубий Корея ишбилармонлари Ўзбекистоннинг

имкониятларини биринчилардан бўлиб англаб етдилар ва иқтисодиётимизга сармоя киритишга ошиқмоқдалар. Айни пайтда мамлакатимизда 15 дан зиёд, Ўзбекистон – Жанубий Корея қўшма корхоналари фаолият кўрсатмоқда.

Корея давлати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили
(2002 йил)

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташрифлар	Осиё Т.О. минтақаси бўйича ташрифлар	Кореяга қилинган ташрифлар	Жаҳон бўйича улуши%	Осиё Т.О. минтақаси бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Осиё Т.О. бўйича умумий тушум	Корея мамлакат итушумлари	Жаҳон тушумлари бўйича улуши%	Осиё Т.О. минтақаси тушумлари бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш%
702,6	131,3	5,347	0,76	4,1	3,9	474,2	94,697	5,277	1,1	5,6	-17,2

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Корея республикаси билан ҳамкорликда Ўзбекистон автомобил саноати Дамас, Тико, Нексия, Матиз (ДЭУ), текстиль саноати (Кобул текстил), алоқа (ДЭУ Юнител) ва бошқа тармоқларни сўнгги замон технологиялари асосида ривожлантирмоқда.

Тошкент-Сеул ўртасида авиация алоқаси ўрнатилган.

5.6. Тайвань давлатининг туризм иқтисодиёти

Тайвань Хитой Халқ Республикаси вилояти аммо алоҳида давлат сифатида фаолият юритади. Тайвань ўз атрофидаги бир қанча ороллардан иборат. Иккинчи жаҳон урушидан сўнг мустақил тараққиёт йўлидан бормоқда. Худуди 36.180 кв. км., аҳолиси 21,6 млн. кишига яқин. Пойтахти Тайбэй – 2,5 млн. га яқин аҳоли яшайди. ЯММ 257 млрд. АҚШ доллар атрофида, жон бошига 12,1 АҚШ долларга тўғри келади. Жаҳондаги бир қанча давлатлар бу мамлакатнинг тан олишига қарамай тўла мустақиллика эга эмас.

XX асрнинг биринчи ярмида Хитойдаги сиёсий ривожланиш барқарорликка юз тутди ва натижада бу мамлакатда фуқаролар уруши келиб чиқади. 1949 йилда бу уруш коммунистлар ғалабаси билан тугайди. Мағлуб бўлган Хитой зодагонлари Тайваньда ўз давлатларини тузишади. Бу давлатнинг ўзига хос хусусияти шундан иборатки, тез тараққиёт суръатларига эга ва янги индустриал мамлакатлар гуруҳига киради. Ташқи савдо айланмаси 162,1 млрд. АҚШ долларга тенг. Кичик бир мамлакатнинг экспорт кудрати ниҳоятда юқори бўлиб, жаҳонда 13-ўринни эгаллаган. Валюта захиралари 80 млрд. АҚШ доллардан ортиқ, иқтисодий ривожланишда беш йиллик режалардан фойдаланади. Темир йўллари узунлиги 4600 км. атрофида, автомобиль йўлларининг узунлиги эса 20,1 минг км. Асосий денгиз портлари: Гаосюн, Цзилун, Хуалянь. Асосий савдо шериклари: АҚШ, Япония, Гонконг ва ХХР билан ҳам бевосита савдо муносабатларини олиб боради.

1997 йилда Тайвань ХХР си таркибига йирик портлар, савдо марказлари, молиявий ва туристик марказ сифатида қайта кўшилади. Унга Хитой ичида ўз капиталистик тузимини 50 йилгача сақлаб қолиш ҳуқуқига эга

бўлган автономия берилди. Хозирги кунда халқаро туризм Тайвань (Сянган) автономиясида чет эл валютаси тушуми манбаи сифатида 3-ўринни эгаллайди. Тайваньга туристлар асосан Шоу Тур, Театр, маданий хордик, от спорти ҳамда ҳар йили ўтказиладиган турли хил фестивалларда иштирок этиш учун келишади. Шунингдек Сянганда «Сун» императорлиги давридан қолган ёдгорликлар сақланиб қолган. Уларни ҳам кўплаб туристлар зиёрат қиладилар. Тайвань туризм бозорини: Япония, Германия, Буюк-Британия, АҚШ, Таиланд, Австралия, Корея, Янги Зеландия мамлакатлари таъминлайди. Тайвань аҳолиси асосан: Сингапур, Индонезия, Хитой, Таиланд, Австралия, Филиппин мамлакатларига саёҳатга чиқадилар.

Тайвань мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаси кўрсатишича жаҳон туристик ташрифларининг 0,38%и, Осиё ва Тинч океани минтақасига қилинган ташрифларнинг 2,1%и Тайвань мамлакатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 4,2% га кўпайган (5.6.1-жадвал).

Халқаро туризм тушумлари бўйича жаҳон туризм даромадларининг 0,89%и, Осиё ва Тинч океани минтақаси тушумлари бўйича 4,4% ни ташкил қилган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 11,7% га ўсганлиги кузатилган.

2002 йилда ҳар бир хорижий ташриф 1539 АҚШ долларни ташкил қилган. Бу кўрсаткич Осиё ва Тинч океани минтақаси бўйича ўртача 720 АҚШ долларни ташкил этган, жаҳон бўйича 675 АҚШ долларни ташкил қилган.

Хулоса қилиб шуни айтиш мумкинки, бу мамлакатнинг иқтисодиёти ривожланиш тажрибасини ўрганиш бошқа мамлакатлар учун хусусан ўзбекистон учун фойдалидир.

**Тайвань мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили
(2002 йил)**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Осиё Т.О. минтақаси бўйича ташриф- лар	Тайваньга қилинган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Осиё Т.О. минтақаси бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Осиё Т.О. бўйича умумий тушум	Тайвань мамлакати тушумлари	Жаҳон тушумлари бўйича улуши%	Осиё Т.О. минтақаси тушумлари бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш%
702,6	131,3	2,726	0,38	2,1	4,2	474,2	94,697	4,197	0,89	4,4	11,7

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

5.7. Жанубий-Шарқий Осиё мамлакатларининг туризм иқтисодиёти

Жанубий-Шарқий Осиёнинг туризм индустрияси ривожланган мамлакатлари Сингапур, Малайзия, Индонезия, Таиланд, Филиппин, Австралия ва Янги Зеландия давлатларида халқаро туризм тез суръатлар билан ривожланиб бормоқда. Ушбу ҳудуд таркибидаги турли мамлакатлар туризмнинг турли хил моделларига эга.

1990 йилда Жанубий-Шарқий Осиё мамлакатларига 21,5 млн. хорижий туристлар ташрифи кузатилган бўлса, 1995 йилга келиб уларнинг сони 29,2 млн. кишига етди. Беш йил ичида ўсиш суръатлари 37,2% га ўсганлиги кузатилган. 2000 йил ушбу мамлакатлар туризм марказларига 37 млн. хорижий туристлар ташриф буюрган, 2001 йилда бу кўрсаткич 40,2 млн. кишини ташкил этган. 2002 йилда эса 42,2 млн. хорижий туристик ташрифлар амалга оширилган. 2000 йилга нисбатан 2001 йилда ўсиш суръатлари 8,1% ни ташкил қилган бўлса, 2002 йилда 2001 йилга нисбатан 5%га ўсганлиги кузатилган. 1990-2002 йиллар оралиғида ушбу мамлакатларда халқаро туристик ташрифлар 96,3%га кўпайганлиги кузатилган.

5.7.1-жадвал

2002 йилда Жанубий-Шарқий Осиё мамлакатларига қилинган хорижий ташрифлар

Туристларни қабул қилувчи асосий мамлакатлар	2002й. млн. киши	Ўзгариши %		Шимолий-Шарқий Осиё мамлакатлари ичидаги улуши %	Осиё ва Тинч океани минтақаси ичидаги улуши %	Жаҳон туризм ташрифлари ичидаги улуши %
		2001/2000	2002/2001			
Сингапур	6,966	-2,8	4,0	16,6	5,3	1,0
Малайзия	13,292	25,0	4,0	31,5	10,1	1,89
Индонезия	5,033	1,8	-2,3	11,9	3,8	0,72
Таиланд	10,873	5,8	7,3	25,8	8,3	1,5
Филиппин	1,933	-9,8	7,6	4,6	1,5	0,28
Бошқа мамлакатлар	4,073	-	-	9,6	3,1	0,61
Жанубий-Шарқий Осиё мамлакатлари	42,2	8,7	5,0	100	32,1	6,0

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

2002 йилда Жанубий-Шарқий Осиё мамлакатларига 42,2 млн. хорижий туристлар ташриф буюрган. Жанубий-Шарқий Осиё мамлакат-ларининг Осиё ва Тинч океани минтақасига қилинган ташрифларнинг 32,1%и бу ҳудуд мамлакатларига тўғри келган. Жаҳон туризм ташрифлари ичидаги улуши эса 6,0% ни ташкил этган (4.3.1-жадвал). Бу ҳудуднинг туризм соҳасида юқори натижаларга эришишида Малайзия ва Таиланд мамлакатлари улуши бениҳоя катта. Малайзия ва Таиланднинг Жанубий-Шарқий Осиё мамлакатлари ичидаги улуши 57,3% ни, Осиё ва Тинч океани мамлакатлари ичидаги улуши 18,4%, жаҳон туризм ҳаракатлари ичидаги улуши 3,39% ни ташкил қилган. Шимолий-Шарқий Осиё ҳудудида 2002 йилда 2001 нисбатан хорижий туристлар ташрифи 5% га кўпайган.

5.7.2-жадвал

2002 йилда Халқаро Туризмдан келиб тушган тушумлар

(млрд. АҚШ доллари)

Туристларни қабул қилувчи асосий мамлакатлар	2002й. млрд. АҚШ доллар	Ўзгариши %		Шимолий-Шарқий Осиё мамлакатлари ичидаги улуши %	Осиё ва Тинч океани минтақаси ичидаги улуши %	Жаҳон туризм ташрифлари ичидаги улуши %
		2001/2000	2002/2001			
Сингапур	4,932	-15,6	-2,9	17,6	5,2	1,03
Малайзия	6,785	39,7	6,4	24,8	7,2	1,45
Индонезия	3,543	-5,9	-	12,6	3,7	0,73
Таиланд	7,902	-5,5	11,7	28,4	8,3	1,7
Филиппин	1,741	-19,3	1,0	6,4	1,8	0,38
Бошқа мамлакатлар	2,871	-	-	10,2	3,1	0,61
Жами	27,774	-	-	100	29,3	5,9

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Жанубий-Шарқий Осиё мамлакатларида халқаро туризмдан келиб тушган тушумлар миқдори 27,8 млрд. АҚШ долларини ташкил этган. Осиё ва Тинч океани минтақаси мамлакатлари ичидаги улуши 29,3% ни, Жаҳон туризм тушумлари ичидаги улуши 5,9% ни ташкил қилган (5.7.2-жадвал).

Жаҳон бўйича ҳар бир туристик ташриф ўртача 675 АҚШ долларни, Осиё ва Тинч океани минтақаси мамлакатлари бўйича ўртача 720 АҚШ долларни, Жанубий-Шарқий Осиё мамлакатлари бўйича эса 658 АҚШ долларни ташкил этган. ҳар бир хорижий туристик ташрифлар кўрсаткичи жаҳон бўйича 2,58% га, Осиё ва Тинч океани минтақаси бўйича 9,4% га паст бўлган.

5.8. Сингапур давлатининг туризм иқтисодиёти

Сингапур жаҳонга «Тўрт аждаҳо» номи билан машҳур бўлган янги индустриал мамлакатлар (Ж.Корея, Тайвань, Гонконг, Сингапур) қаторига киради. Мамлакат санскрит тилида «Арслон шаҳри» деган маънони беради. Бу мамлакат охириги 30 йил давомида жуда катта муваффақиятларни қўлга киритиб, етакчи ривожланган мамлакатлар қаторига қўшилди.

Сингапур Жанубий-Шарқий Осиёдаги давлат бўлиб ҳудуди кичик 632 кв.км., бу давлатда 3 млн.га яқин киши истиқомат қилади.

Бир ярим аср давомида Англия мустамлакаси бўлган Сингапур, 1965 йилнинг 9-августиди ўз мустақиллигига эришди. 9-август миллий байрам куни ҳисобланади. Мустақиллик ва тўғри танланган йўл туфайли, Сингапур Республикаси Жанубий-Шарқий Осиёда савдо, маркетинг, туризм ва янги технологиялар ишлаб чиқиш бўйича ҳудудий ва халқаро марказлардан бирига айланди. Ундан ташқари транспорт ва коммуникация соҳалари ниҳоятда ривожланган, чунки бу ерда уч мингдан ортиқ трансмиллий корпорациялар жойлашган. 17 та Сингапур компанияларининг жами капитали 51,5 млрд. АҚШ долларни ташкил этади. «Миллиардерлар жаҳон клубига» аъзо.

Мамлакатда асосий эътибор юқори технологияли илм талаб соҳалар, айниқса, компьютер ва унинг қисмларини ишлаб чиқаришга қаратилган, шу билан бирга электронли телекоммуникация асбоб-анжомлари, биотехнология, лазер оптикаси соҳалари тез ривожланмоқда. Компьютерлаштириш даражасига кўра, бу давлат Осиёда Япониядан кейин 2-ўринда туради. ЯММ 57 млрд. АҚШ долларни ташкил этиб, аҳоли жон бошига 19940 АҚШ доллари тўғри

келади.

Сингапурнинг денгиз порти жаҳондаги энг катта портлардан бири бўлиб ҳисобланади. Йирик чанғи аэропорти йилига 24 млн. авиа йўловчиларга юқори сифатли хизмат кўрсатади.

Сингапур йирик молиявий марказдир. Валюта биржасининг йиллик обороти 85 млрд. АҚШ доллари атрофида. Бу соҳада фақат Лондон ва Нью-Йорк биржалари олдинги ўринда, демак, Сингапур 3-ўринда. Йиллик жараёнлар ҳажми 37 млрд. АҚШ долларни ташкил этади. Ундаги мавжуд 134 та банкнинг 121 таси чет элликларники, Сингапур-Лондон, Нью-Йорк ва Гонконгдан кейинги ўринни эгаллайди.

Ташқи савдо шериклари АҚШ, Япония, Малайзия ва Европа иттифоқи, араб мамлакатлари ва Хитой Халқ Республикасидир.

Сингапур ҳозирги замон коммуникатив воситалари билан таъминланган кўп сонли бизнес марказларига эга бўлган ултра замонавий мамлакат, шу сабабли, мамлакат хорижий туристларга нафақат дам олишни, балки ишбилармон туризмни ҳам таклиф этади. Сингапур мустақилликка эришгандан кейин халқаро туризм 1965-1982 йилларда жуда тез суръатларда ривожлана бошлади ва саёҳатга келувчилар сони 3 млн. кишидан ошиб кетди. 1990 йилларга келиб йиллик ўсиш 14-15% ни ташкил этди 2000 йилга келиб чет эллик саёҳатчилар сони 6,9 млн. кишини ташкил этди. Саёҳатга келувчиларнинг 60-65%и Осиё мамлакатларига, 12-14%и Австралия ва Янги Зеландия давлатларига, 6-8%и АҚШ га тўғри келади. Сўнги йилларда Хитой, Тайвань, Жанубий Корея мамлакатларида ҳам бу мамлакатга нисбатан қизиқиш кучайиб бормоқда. Сингапур ўз мамлакатини дунёнинг энг яхши дам олиш марказларидан бири деб ташвиқот қилиши натижасида Япония ва германиялик туристлар ҳам дам олиш учун ташриф буюришмоқда. Ишбилармонлик туризми бўйича эса Гонконг ва АҚШдан кўплаб туристлар ташриф буюришмоқда.

Сингапурда аҳоли турмуш даражаси юқори бўганлиги сабабали, аҳолининг кўпчилик қисми чет эл саёҳатларида фаол иштирок этади.

Мамлакатнинг ўзи эса бошқа давлатлар учун улкан туризм бозори ҳисобланади. Сингапур аҳолиси учун эса Малайзия, Индонезия, Таиланд, ва Гонконг катта туристик марказ ҳисобланади. Чет элларга йилига 4-4,5 млн. саёҳатлар амалга оширилади. 2000 йилда Сингапурга 6,9 млн. дан ошиғроқ чет эллик туристлар ташриф буюрган. 1999 йилга нисбатан ўсиш 10% ни ташкил этган. 2002 йилда эса сал кам 7 млн. хорижий туристлар ташриф буюришган, олдинги йилларга нисбатан ўсиш суръати 4% ни ташкил қилган.

Сингапур мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаси кўрсатишича, жаҳон туристик ташрифларининг 1%и, Осиё ва Тинч океани минтақасига қилинган ташрифларнинг 5,3%и Сингапур мамлакатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 4% га кўпайган.

Халқаро туризм тушумлари бўйича жаҳон туризм даромадларининг 1,03%и, Осиё ва Тинч океани минтақаси тушумлари бўйича 5,2% ни ташкил қилган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 2,9% га пасайганлиги кузатилган (5.8.1-жадвал).

2002 йилда ҳар бир хорижий ташриф 705 АҚШ долларини ташкил қилган. Бу кўрсаткич Осиё ва Тинч океани минтақаси бўйича ўртача 720 АҚШ долларини ташкил этган. ҳар бир хорижий туристик ташрифлар кўрсаткичи жаҳон бўйича 4,4% га ортиқ бўлган, Осиё ва Тинч океани минтақаси бўйича 2,1% га паст бўлган.

Сингапурнинг олтин ва валюта захиралари 61,3 млрд. АҚШ долларига тенг. Сингапур доллари дунёдаги 19 та эркин конвертация қилинадиган валюталарнинг биридир.

Бу мамлакатнинг ўзига хос яна бир хусусияти мамлакатда таълимга алоҳида эътибор қаратилган. Ишлаб чиқилган ўқув дастурлари жаҳон стандартлари, яъни андозалари ичида етакчи ҳисобланади ва кўп мамлакатлар томонидан ўрганилиб, бошқа мамлакатларда ҳам қўлланилмоқда. Профессор ва ўқитувчиларнинг меҳнати ниҳоятда юқори даражада қадирланади, чунки

билим, амалиёт, мамлакат ривожу улар билан бевосита боғлиқ деб ҳисобланади ва бу амалда ўз натижасини бермоқда. Сингапурда қонунларга амал қилиш қаттиқ назорат қилинади. Йўл қоидалари ва тозалик масалаларига амал қилишда ўрناق олса арзийдиган томонлар жуда кўп. Ўзбекистон ва Сингапур ўртасида дипломатик муносабатлар 1997 йилнинг 8 апрелида ўрнатилган.

**Сингапур мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили.
(2002 йил).**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. Киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф -лар	Осиё Т.О. минтақаси бўйича ташриф- лар	Сингапурга қилинган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши %	Осиё Т.О. минтақаси бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши%	Жаҳон бўйича умумий тушум	Осиё Т.О. бўйича умумий тушум	Сингапур мамлакати туризм тушумлари	Жаҳон тушумлари бўйича улуши%	Осиё Т.О. минтақаси тушумлари бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш%
702,6	131,3	6,996	1,0	5,3	4,0	474,2	94,697	4,932	1,03	5,2	-2,9

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

5.9. Малайзия давлатининг туризм иқтисодиёти

Малайзия XX аср охирларида иқтисодий ривожланиш суръатлари жиҳатидан Осиё-Тинч океани худудидаги давлатлар ичида юқори поғонага кўтарилган давлатлардан бири бўлиб ҳисобланади.

Малайзия Жанубий-шарқий Осиёда жойлашган давлат бўлиб, унинг худуди 332,8 минг кв. км. Маъмурий-худудий жиҳатидан 13 штат ва 2 федерал округга (Куала Лумпур ва Лабуан ороллари) бўлинади. Аҳолиси 20,1 млн. туб аҳолиси 55% ни ташкил этади. Аҳолиси таркиби турлича, агар Япония, Корея, Хитойда маҳаллий аҳоли хал қилувчи ўринни эгалласа, бу ерда бошқа халқлар аҳолининг деярли ярмини ташкил этади. Давлат тили – малай тили, инглиз, хитой, тамил тиллари расмий тиллар сифатида тан олинади.

Малайзия XVI асрдан бошлаб Португалиянинг, 1641 йилдан Нидерландиянинг, 1824 йилдан Буюк-Британиянинг мустамлакаси бўлган. 1941-1945 йиллари эса уни Япония босиб олади.

Малайзия мустақиллиг 1957 йилнинг 31-августда эълон қилинган, ва қарамликдан озод бўлган. 1963 йилнинг 16 сентябрида мамлакат Сингапур, Сарован ва Сабах ороллари билан бирлашиб, Малайзия федерацияси номини олади. 1967 йилдан буён Малайзия АСЕАН ташкилотига аъзо бўлиб, бу мамлакатга Бруней, Индонезия, Филиппин, Сингапур, Таиланд, Малайзия ва Вьетнам мамлакатлари киради.

XX асрнинг 1980-90 йиллари мамлакатда юксалиш даври бўлди. Иқтисодиёт йилига ўртача 7,5-11% га ўсиб бориши кузатилди. Савдо ва хизматлар кўрсатиш товар айланмаси эса бундан ҳам тезроқ ривожлана бошлади. Хўш бу давлатдаги иқтисодиётнинг тараққиёт сирлари нимада? Улар бир нечта бўлиб, айримларини санаб ўтамиз.

Давлат иқтисодиётда фаол роль ўйнайди, давлат томонидан иқтисодиётни тартибга солиш ва соф бозор муносабатлари ўзаро қўшилиб кетган. Иқтисодиёт узоқ даврга режалаштирилади: эркин бозор ва хусусий тадбиркорлик давлат томонидан рағбатлантирилади, давлат томонидан

инвестициялаш кенг йўлга қўйилган. Турли миллат вакиллари ва динлар ўртасида ихтилоф ва келишмовчилик деярли бўлмаган.

Малайзиянинг иқтисодий ривожини асосан уч омилга: каучук, пальма ёғи қалай ишлаб чиқаришга боғлиқ. Мамлакат шу уч маҳсулотни экспорт қилиш бўйича жаҳонда биринчи ўринда туради.

1982-92 йиллар оралиғида айниқса, хусусий тармоқ юқори унумдорликка эришди, ишлаб чиқариш тармоқлари билан бир қаторда, нисбатан янги хизмат кўрсатиш соҳаларида муҳим муваффақиятлар қозонилди. Анъанавий соҳалар вужудга келди ва энг муҳими ишлаб чиқарилган маҳсулотлар дунё рақобат курашида енгил чиқиб етакчи ўринларни эгаллади. Электрон саноатни ривожлантириш етакчи соҳа деб ҳисобланади ва бу борада бошқа илғор мамлакатлар билан яхши ва самарали ҳамкорлик олиб борилмоқда. Айниқса Япония ва АҚШ ишбилармонлари бу мамлакатга алоҳида меҳр билан интиломоқдалар.

Мамлакатда темир йўллар узунлиги 1800 км., автомобиль йўллари узунлиги эса 39.100 км. Асосий портлари: Жоржтаун, Келанг, Куанган, Кота-Кинабалу, Кучинг, Мири, Сандакан, Сибу.

ЯММ – 166,8 млрд. доллар, жон бошига 8650 долларни ташкил этади.

Малайзиянинг етакчи мутахасислари мамлакатнинг иқтисодий ривожланиш омилларини қуйидагича ифодаламоқдалар: хусусий ва давлат тармоқлари ўртасидаги ҳамкорлик, назорат ва интизомнинг мавжудлиги, билимли, ахлоқли ишчи кучи, ижобий ўзгаришларни истовчи ва янги шароитларга тезликда мослаша олувчи ҳукумат борлиги. Демак эркин бозор муносабатлари мавжудлиги билан бирга, давлатнинг иқтисодиётни ривожлантиришга фаол иштироки муваффақият гаровидир ва ундан ташқари, ривожланишнинг яна бир муҳим омили, халқ хўжалигига чет эл капитали, яъни сармоялар қўйилишининг ўсиб боришидир.

Мамлакатда йирик ишлаб чиқариш билан бирга, кичик ишбилармонлик, хизмат соҳалари ва айниқса туризмнинг ўсиш суръатлари, иқтисодиётга

ижобий таъсир этиб келмоқда.

Малайзия, Осиё ва Тинч океани минтақаси мамлакатлари халқаро туризм фаолиятини ривожланишида жуда катта роль ўйнайди, асосан Сингапур мамлакати. ҳар йили чет эллардан ташриф буюрадиган меҳмонларнинг 58-60%и Сингапур мамлакатидан келадиган меҳмонлар ташрифига тўғри келади. Малайзия туризм бозорини 9,3-9,5%и Таиланд мамлакатига, 7-7,5%и Японияга, 7% дан ошиғроғи Европа мамлакатларига тўғри келади. Охирга йилларда Хитой Халқ республикаси ва Тайвань мамлакатидан келётган хорижий туристлар сони жадал суръатларда ўсиб бормоқда. Бундан ташқари Малайзия туризм бозорига АҚШ, Корея, Австралия ва Янги Зеландия мамлакатлари туристларининг қизиқишлари ортиб бормоқда.

Малайзия мамлакатининг иқтисодий ривожланиш даражаси юқори бўлганлиги сабабли, мамлакат аҳолиси жуда кўп чет эл саёҳатларига чиқадилар. Саёҳатчиларнинг катта қисми Сингапур мамлакатига тўғри келади, йилига савдо ва кўнгил очар саёҳатлар учун бу мамлакатга 9,5 млнга яқин Малайзия аҳолиси саёҳатлар уюштиради. Бундан ташқари Таиланд ва Индонезия туризм бозорларини таъминловчи асосий мамлакатлардан бири бўлиб ҳисобланади.

2000 йил Малайзия мамлакатига 10,2 млн. хорижий туристлар ташриф буюрганлиги кузатилган. 1999 йилга нисбатан 28,9% га ташрифлар сони кўпайган.

2002 йилда эса 13,3 млн. чет эллик хорижий туристлар ташриф буюрган, ўсиш суръатлари 2001 йилда, 2000 илга нисбатан 25% ни, 2002 йилда 2001 йилга нисбатан эса 4% ни ташкил қилган.

Малайзия мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаси кўрсатишича, жаҳон туристик ташрифларининг 1,9%и, Осиё ва Тинч океани минтақасига қилинган ташрифларнинг 10,1%и Малайзия мамлакатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 4% га кўпайган.

**Малайзия мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили.
(2002 йил).**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф -лар	Осиё Т.О. минтақаси бўйича ташриф- лар	Малайзияга қилинган ташрифлар	Жаҳон бўйича улуши %	Осиё Т.О. минтақаси бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши%	Жаҳон бўйича умумий тушум	Осиё Т.О. бўйича умумий тушум	Малайзия мамлакати туризм тушумлари	Жаҳон тушумлари бўйича улуши%	Осиё Т.О. минтақаси тушумлари бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш%
702,6	131,3	13,292	1,9	10,1	4,0	474,2	94,697	6,785	1,43	7,2	6,4

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Халқаро туризм тушумлари бўйича жаҳон туризм даромадларининг 1,43%и, Осиё ва Тинч океани минтақаси тушумлари бўйича 7,2% ни ташкил қилган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 6,4% га ўсганлиги кузатилган (5.9.1-жадвал).

2002 йилда ҳар бир хорижий ташриф 510 АҚШ долларини ташкил қилган. Бу кўрсаткич Осиё ва Тинч океани минтақаси бўйича ўртача 720 АҚШ долларини ташкил этган. Ҳар бир хорижий туристик ташрифлар кўрсаткичи жаҳон бўйича 24,% га кам бўлган, Осиё ва Тинч океани минтақаси бўйича 29,2% га паст бўлган.

Малайзия ва Ўзбекистон ўртасида дипломатик муносабатлар 1992 йил 21 февралда ўрнатилган. Мустақил Ўзбекистоннинг Малайзия билан иқтисодий, маданий ва бошқа соҳалардаги муносабатлари тобора мустаҳкамланиб бормоқда.

5.10. Индонезия, Таиланд, Филиппин мамлакатлари туризм иқтисодиёти

Индонезия. Индонезия Жанубий-шарқий Осиёда жойлашган мамлакат. Катта туристик салоҳиятга эга. Ушбу мамлакатда халқаро туризмни ривожлантириш сиёсати олиб борилмоқда. Халқаро туризмни ривожлантириш сиёсатининг ўтказишдан асосий кўзланган мақсад, аҳолини иш жойлари билан таъминлаш ва чет эл валютасини мамлакатга жалб қилиш. Мамлакатда нефть, газ, ўрмон хўжалиги ва текстиль саноатларидан кейин халқаро туризм чет эл валюталарини мамлакатга жалб қилишда 5-генератор ҳисобланади. Чет эл меҳмонларининг мамлакатга қизиқишлари 1987 йилдан бошлаб кўпая бошлади. 1987-1990 йилларда йиллик ўсиш 20-34% ни ташкил қилди. Бундай ўсиш суръатлари жанубий ва жанубий-шарқий Осиё мамлакатлари аҳолисининг қизиқишлари асосида амалга ошди. 1992 йилга келиб чет эл меҳмонларининг сони 3 млн кишидан ошиб кетди. Индонезия туризм бозорини асосий таъминловчи мамлакатлар Сингапур, Япония, Малайзия, Австралия,

Тайвань, АҚШ, Германия, Буюк-Британия, Нидерландия ва Корея мамлакатлари ҳисобланади. 2000 йилда бу мамлакатлардан Индонезияга 5,1 млн. меҳмонлар ташриф буюрган.

**Индонезия мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили.
(2002 йил).**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Осиё Т.О. минтақаси бўйича ташриф- лар	Индонезия- га қилин- ган таш- рифлар	Жаҳон бўйича улуши%	Осиё Т.О. минтақаси бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Осиё Т.О. бўйича умумий тушум	Индонезия мамлакати туризм тушумлари	Жаҳон тушумлари бўйича улуши%	Осиё Т.О. минтақаси тушумлари бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш%
702,6	131,3	5,033	0,72	3,8	-2,3	474,2	94,697	-	-	-	-

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

1999 йилга нисбатан 7,1% га ўсиш кузатилган. 2001 йилда ўсиш суръатлари 1,8% ни ташкил этган бўлса, 2002 йилга келиб 2,3% га пасайиш кузатилган.

Индонезия аҳолиси қўшни мамлакатларга нисбатан чет эл саёҳатларига камроқ чиқишади. Йилига 450-600 минг киши атрофида. Индонезияда ички ва четга чиқиш туризми ривожланишининг бошланғич босқичида эканлигидан далолат беради.

Индонезия мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаси кўрсатишича жаҳон туристик ташрифларининг 0,72%и, Осиё ва Тинч океани минтақасига қилинган ташрифларнинг 3,8%и Индонезия мамлакатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 2,3% га камайган (5.10.1-жадвал).

Таиланд. Таиланд Жанубий-шарқий Осиёда жойлашган мамлакат. Жанубий-шарқий Осиёда туризм индустрияси ниҳоятда ривожланган мамлакатлардан бири бўлиб ҳисобланади. Катта туристик салоҳиятга эга мамлакат. Қўшни мамлакатларга нисбатан сиёсий барқарорлиги ва мустақиллиги туфайли Европаликлар орасида юқори мавқега эга. Шу сабабли ҳам мамлакатда тарихий, маданий, этник ва пляж туризми ривожланган. Мамлакатда халқаро туризм чет эл валютасини жалб қилишнинг муҳим генератори бўлиб ҳисобланади. Таиланд асосан қўшни Малайзия аҳолиси бошқа мамлакатларга нисбатан кўпроқ саёҳат ва дам олиш учун ташриф буюрадилар. Уларнинг ташрифи эса қисқа 4,4 кунни ташкил этади. Бу мамлакат Япония ва Тайвань аҳолиси учун ҳам катта туристик марказ ҳисобланади. 1990 йилларга келиб Осиё мамлакатларидан ташриф буюрадиган туристлар сони қисқара бошлади, лекин Европа мамлакатларидан келадиган туристлар салмоғи ўса бошлади. Европалик туристларнинг дам олиш кунлари 9-14 кун давом этади.

Таиланд туризм бозорининг таъминловчи асосий мамлакатлар Япония, Австралия, АҚШ, Германия, Буюк-Британия, Корея, Малайзия мамлакатлари ҳисобланади.

Таиланд мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили.

(2002 йил)

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Осиё Т.О. минтақаси бўйича ташриф- лар	Таиландга қилинган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Осиё Т.О. минтақаси бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Осиё Т.О. бўйича умумий тушум	Таиланд мамлакати туризм тушумлари	Жаҳон тушумлари бўйича улуши%	Осиё Т.О. минтақаси тушумлари бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш%
702,6	131,3	10,873	1,6	8,3	7,3	474,2	94,697	7,902	1,7	8,3	11,7

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Мамлакатга 2000 йилда 10 млн.га яқин хорижий туристлар ташриф буюрган. Йиллик ўсиш суръати 10,7% ташкил қилган. 2002 йилда 11млн.га яқин хорижий туристлар келганлиги қайд этилган. Олдинги йилга нибатан ўсиш суръатлари 7,3% ни ташкил этган.

Таиланд мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаси кўрсатишича, жаҳон туристик ташрифларининг 1,6%и, Осиё ва Тинч океани минтақасига қилинган ташрифларнинг 8,3%и Таиланд мамлакатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 7,3% га кўпайган.

Халқаро туризм тушумлари бўйича жаҳон туризм даромадларининг 1,7%и, Осиё ва Тинч океани минтақаси тушумлари бўйича 8,3% ни ташкил қилган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 8,3% га ўсганлиги кузатилган (5.10.2-жадвал).

2002 йилда ҳар бир хорижий ташриф 727 АҚШ долларини ташкил қилган, ҳар бир хорижий туристик ташрифлар кўрсаткичи жаҳон бўйича 7,7% Осиё ва Тинч океани минтақаси бўйича 0,97% га ортиқ бўлган.

Филиппин. Филиппин Жанубий-шарқий Осиёда жойлашган мамлакат. Узоқ давом этган ички сиёсатларнинг таъсири натижасида Филиппин давлати 90-йиллар ўртасига келиб, «Осиё касали»дан, «Янги Осиё юлдузи»га айланди.

Саноат ишлаб чиқариши ва ялпи ички маҳсулотда ўсиш суръатлари салбий ёки ноль бўлиб турган бир неча йиллардан сўнг, 1994 йили ҳамма соҳалар бўйича иқтисодий ўсишнинг кўтарилиши кузатила бошлади. Испан мустамлакачиларидан қолган маданий мерос маданий туризмни ривожлантриш учун кенг имкониятлар яратди. Табиий туристик ресурслар ушбу кунда муҳим ривожланган экологик туризмни ривожлантриш учун кенг йўл очиб берди. Филиппин туризм бозорини таъминловчи асосий мамлакатлар Япония ва АҚШдан келувчи туристлар ҳисобланади.

2002 йилда Филиппинга 2 млн.га яқин хорижий туристлар ташриф буюрганлиги кузатилган. Олдинги йилга нибатан 2002 йилда ўсиш суръатлари 7,6% ни ташкил этган (5.10.3-жадвал).

5.10.3-жадвал

Филиппин мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили.
(2002 йил).

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Осиё Т.О. минтақаси бўйича ташрифлар	Филиппинга қилинган ташрифлар	Жаҳон бўйича улуши%	Осиё Т.О. минтақаси бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши%	Жаҳон бўйича умумий тушум	Осиё Т.О. бўйича умумий тушум	Филиппин мамлакати туризм тушумлари	Жаҳон тушумлари бўйича улуши%	Осиё Т.О. минтақаси тушумлари бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш%
702,6	131,3	1,933	0,28	1,5	7,6	474,2	94,697	1,741	0,38	1,8	1,0

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Филиппин мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаси кўрсатишича, жаҳон туристик ташрифларининг 0,28%и, Осиё ва Тинч океани минтақасига қилинган ташрифларнинг 1,5%и Филиппин мамлакатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 7,6% га кўпайган.

Халқаро туризм тушумлари бўйича жаҳон туризм даромадларининг 0,38%и, Осиё ва Тинч океани минтақаси тушумлари бўйича 1,8% ни ташкил қилган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 1% га ўсганлиги кузатилган.

2002 йилда ҳар бир хорижий ташриф 900 АҚШ долларини ташкил қилган. ҳар бир хорижий туристик ташрифлар кўрсаткичи жаҳон бўйича 33,3%, Осиё ва Тинч океани минтақаси бўйича 25% га ортиқ бўлган.

5.11. Австралия ва Янги Зеландия мамлакатлари туризм иқтисодиёти

Австралия жанубий ярим шардаги Австралия қитъаси, Тасмания ороли ҳамда ҳинд ва Тинч океанларининг бир қанча оролларида иборат давлат. ҳудуди 7,7 млн. кв.км., аҳолиси 19 млн. киши. Буюк-Британия ва Ирландиядан келганларнинг авлодлари ҳисобланади. Йирик шаҳарлари ва асосий саноат марказлари: Сидней, Брисбен, Аделанда, Перт, Ньюкасл, Мельбурн, Канберра. 1901 йил 1-январда мустақилликка эришган, Австралия европаликлар томонидан 1788 йили очилган.

Австралия иқтисодиёти юқори даражада ривожланган индустриал-аграр мамлакат. АҚШ, Буюк-Британия, Япония капиталининг иқтисодиётдаги салмоғи жуда катта. Ялпи ички маҳсулотнинг 24%ини саноат, 5%ини қишлоқ хўжалиги, 58%ини савдо, молия-хизмат соҳалари ташкил этади.

Австралиянинг ЯММ 374,6 млрд. АҚШ долларга, жон бошига эса 20720 АҚШ долларга тенг.

Асосий саноати ривожланган ҳудудлари шарқий, жануби-шарқий ва

жануби-ғарбий соҳиллардадир. Темир йўлларининг узунлиги 40478 км. атрофида, автомобиль йўлларининг узунлиги эса 900 минг км. Йирик савдо портлари: Сидней, Ньюкасл, Мельбурн Фриманта ва бошқалар. Асосий савдо шериклари АҚШ, Буюк-Британия, Япония, Германия, Янги Зеландия, АСЕАН мамлакатлари. Иқтисодиётида халқаро туризм муҳим ўринни эгаллайди. Йилига 4,5-5 млн. хорижий туристлар келиб кетади. Улардан олинган даромад 8 млрд. АҚШ долларини ташкил этади.

Австралия туризм бозорини таъминловчи асосий мамлакатлар АҚШ, Буюк-Британия, Япония, Германия, Корея, Таиланд, Янги Зеландия мамлакатлари ҳисобланади.

Тинч океани минтақасида айниқса, Австралия ва Янги Зеландия мамлакатлари туризм соҳасида юқори кўрсаткичларга эришиб келмоқда. Бу мамлакат туризм бозорларига асосан Европа минтақаси мамлакатлари ва бошқа мамлакатларнинг қизиқишлари жуда катта.

2000 йилда Австралияга 9 млн.га яқин хорижий туристлар ташриф буюрган 1999 йилга нисбатан ўсиш 9,5% ни ташкил қилган. 2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўсиш суръатлари 0,3% ни ташкил қилган.

Австралия мамлақати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаси кўрсатишича, жаҳон туристик ташрифларининг 0,7%и, Осиё ва Тинч океани минтақасига қилинган ташрифларнинг 3,7%и Австралия мамлақатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 0,3% га камайган.

Халқаро туризм тушумлари бўйича жаҳон туризм даромадларининг 1,7%и, Осиё ва Тинч океани минтақаси тушумлари бўйича 8,5% ни ташкил қилган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 6,1% га ўсганлиги кузатилган (5.11.1-жадвал).

2002 йилда ҳар бир хорижий ташриф 1670 АҚШ долларини ташкил қилган. ҳар бир хорижий туристик ташрифлар кўрсаткичи жаҳон бўйича 147,4%, Осиё ва Тинч океани минтақаси бўйича 131,9% га ортиқ бўлган. Бу эса

Австралида туризм индустрияси, сервис хизматларини яхши ривожланганидан далолат беради.

Австралия мамлакати Ўзбекистон Республикасини 1992 йил 15 январда тан олди ва 25 мартда дипломатик муносабатлар ўрнатилади.

5.11.1-жадвал

Австралия мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили
(2002 йил).

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Осиё Т.О. минтақаси бўйича ташриф- лар	Австралияга қилинган ташриф-лар	Жаҳон бўйича улуши%	Осиё Т.О. минтақаси бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши%	Жаҳон бўйича умумий тушум	Осиё Т.О. бўйича умумий тушум	Австралия мамлакатитуризм тушумлари	Жаҳон тушумлари бўйича улуши%	Осиё Т.О. минтақаси тушумлари бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш%
702,6	131,3	4,841	0,70	3,7	-0,3	474,2	94,697	8,087	1,7	8,5	6,1

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Янги Зеландия. Янги Зеландия Тинч океанининг жануби-ғарбий қисмида жойлашган давлат. Кук бўғози билан ажратилган иккита йирик шимолий ва жанубий оролдан ва Стьюарт, Чатем, Кермадек, Кэмпбелл ва бошқа кичик ороллардан ташкил топган. ҳудуди 270.500 кв.км. Аҳолиси 3,6 млн. Аҳолининг 79%и Европадан кўчиб келганлар авлоди, 9,6% ерли аҳоли, қолган қисми Осиёлик, полинезиялик этник гуруҳлардан иборат. Йирик шаҳарлари Окленд, Крайстчерч, Данидин, Веллингтон. Миллий байрами 6-февраль Вайтанг куни ҳисобланади.

Янги Зеландия оролини европаликлардан биринчи бўлиб голландиялик денгизчи А.Тасман 1642 йили очган. 1769 йилдан бошлаб эса Ж. Кук томонидан ўрганилган. 1839 йилдан бошлаб, бу ерлар британияликлар томонидан забт этилган ва янги аҳоли кўчиб кела бошлаган. 1840 йили Вайтанг дарёси ёнидаги бир қишлоқда, маҳаллий Маорий қабиласи билан инглиз ҳукумати ўртасида шартнома тузилиб, унга кўра Янги Зеландия ерларига Британия суверенитети ўрнатилди, ҳамда маҳаллий қабилалар билан бўладиган ўзаро муносабатлар келишиб олинди. 1907 йили мамлакатга ярим мустамлака мақоми, 1931 йилда эса ички ва ташқи муносабатларда мустақиллик ҳуқуқи берилди.

Янги Зеландия юксак ривожланган индустриал-аграр давлат ҳисобланади. Йилига жон бошига 12900 АҚШ доллари миллий даромад яратилади. Шуниси ҳарактерлики, илғор давлатлар каби бу ерда ҳам хизмат кўрсатиш соҳалари етакчи ҳисобланади ва ЯИМ нинг 64,6% шу соҳага тўғри келади.

ЯИМ 56,4 млрд. АҚШ доллари, жон бошига 16640 АҚШ долларни ташкил этади. Темир йўлларининг узунлиги 4716 км., автомобиль йўлларининг узунлиги эса 92648 км. Ташқи иқтисодий алоқаларда денгиз транспорти муҳим аҳамият касб этади. Асосий денгиз портлари: Веллингтон, Окленд. Янги Зеландия жон бошига ҳисоблаганда ташқи савдо ҳажми жиҳатидан жаҳонда биринчи ўринларда туради. Бу соҳа ЯИМнинг деярли 30% ни ташкил этади.

Асосий савдо шериклари: Австралия, АҚШ, Буюк-Британия, Япония, Германия, Корея, ХХР, АСЕАН мамлакатлари.

Янги Зеландияда ишга яроқли аҳолининг 65% хизмат кўрсатиш соҳаларида фаолият кўрсатади. Мамлакатга йилига 2-2,5 млн. хорижий туристлар ташриф буюради. Халқаро туризмдан йилига 3 млрд. АҚШ долларига яқин даромад кўрилади. Янги Зеландия туризм бозорини асосий таъминловчи мамлакатлар Австралия, АҚШ, Буюк-Британия, Япония, Германия, Корея, Таиланд, ХХР ва АСЕАН мамлакатлари аҳолиси ҳисобланади. Бу мамлакатга асосан бадавлат туристлар ташриф буюради.

Янги Зеландия мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаси кўрсатишича, жаҳон туристик ташрифларининг 0,29%и, Осиё ва Тинч океани минтақасига қилинган ташрифларнинг 1,6%и Янги Зеландия мамлакатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 7,1% га камайган.

Халқаро туризм тушумлари бўйича жаҳон туризм даромадларининг 0,62%и, Осиё ва Тинч океани минтақаси тушумлари бўйича 3,1% ни ташкил қилган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 25% га ўсганлиги кузатилган (5.11.2-жадвал).

2002 йилда ҳар бир хорижий ташриф 1427 АҚШ долларни ташкил қилган. Ҳар бир хорижий туристик ташрифлар кўрсаткичи жаҳон бўйича 111,4%, Осиё ва Тинч океани минтақаси бўйича 98,2% га ортиқ бўлган.

Ўзбекистон Республикасини билан Янги Зеландия ўртасидаги дипломатик муносабатлар 1992 йилнинг 19 мартда ўрнатилган.

5.11.2-жадвал

Янги Зеландия давлати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили.
(2002 йил).

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Осиё Т.О. минтақас и бўйича ташриф- лар	Янги Зеландия га қилинган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Осиё Т.О. и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Осиё Т.О. бўйича умумий тушум	Янги Зеландия мамлакат и туризм тушумлар и	Жаҳон тушумлар и бўйича улуши%	Осиё Т.О. минтақас и тушумлар и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш %
702,6	131,3	2,045	0,29	1,6	7,1	474,2	94,697	2,918	0,62	3,1	25,0

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

5.12. Жанубий Осиё мамлакатлари туризм иқтисодиёти

Жанубий Осиё минтақаси ер шарида аҳоли энг зич яшайдиган худудлар қаторига киради. Бу минтақада аҳоли сони 1,5 млрд. кишига яқилашмоқда.

Жанубий Осиё минтақасида ҳиндистон, Эрон, Бангладеш, Покистон, Афғонистон, Мальдив Республикаси, Непал, Шри-Ланка мамлакатлари жойлашган.

Туризм бу минтақада жуда секинлик билан ривожланмоқда. 1970 йилдан 1996 йилгача яъни 26 йил давомида халқаро туризм 20% га ўсганлиги кузатилган. 1970 йилда бу минтақага 0,9 млн. хорижий туристлар ташриф буюрган бўлса 1996 йилда 4,5 млн. туристлар ташриф буюрган. Халқаро туризм тушумлари 100 млн АҚШ доллари даражасига кўтарилган. 1970-80 йилларда хорижий туристлар ташрифи ҳамда тушумлар миқдори бўйича ҳам ўсиш кузатилган. 1970 йилда жаҳон туризм тушумларининг 0,56%ини ташкил қилган бўлса, 1980 йилда 1,5% ни ташкил этган. 1985-1993 йилларда туристик ташрифлар сони ўсган бўлса ҳам тушумлар миқдори бўйича пасайиш кузатилган. Жаҳон туризм тушумларининг 0,62% ни ташкил қилган. 1994 йилдан бошлаб секинлик билан бўлса ҳам ўсиш кузатилган. 1996 йил Жанубий Осиё мамлакатларига 4,485 млн. хорижий туристлар ташриф буюрган. Туризм тушумлари 3,963 млрд. АҚШ долларини ташкил этган. Жаҳон туризм ташрифларининг 0,76%и, жаҳон туризм тушумларининг 0,94%и тўғри келган. Бу минтақада сиёсий барқарорлик, ўзаро келишмовчиликлар, туризм соҳаси бўйича сармоя сиёсатини яхши йўлга қўйилмаганлиги сабабли, халқаро туризм суест даражада ривожланган.

**Жанубий Осиё минтақасида туризм ҳаракатларининг ривожланиш
динамикаси. 1970-2002 йиллар**

Йиллар	Туристтик ташрифлар млн. киши	Ўртача йиллик ўзгариш %	Жаҳон туризм ташрифлари ичидаги улуши %	Туристтик ташрифлар -дан тушган тушум млрд. АҚШ доллари	Ўртача йиллик ўзгариш %	Жаҳон туризм ташрифлари ичидаги улуши %
1970	0,912	-	0,55	0,1	-	0,56
1975	1,557	70,72	0,70	0,329	229,0	0,81
1980	2,280	48,44	0,79	1,549	370,6	1,5
1985	2,540	11,4	0,77	1,400	-9,62	1,21
1986	2,731	7,52	0,80	1,77	19,07	1,19
1987	2,707	-0,88	0,74	1,875	12,48	1,09
1988	2,881	6,43	0,72	1,929	2,88	0,97
1989	3,054	6,0	0,71	2,022	4,82	0,95
1990	3,179	4,09	0,69	1,990	-1,58	0,77
1991	3,279	3,15	0,72	1,968	-1,11	0,76
1992	3,509	7,01	0,73	2,076	5,49	0,7
1993	3,459	-1,42	0,69	2,015	-2,94	0,62
1994	3,949	14,17	0,72	3,159	56,77	0,91
1995	4,300	8,89	0,76	3,642	15,29	0,91
1996	4,485	4,3	0,76	3,963	8,8	0,94
2002	6,079	24,4	0,88	5,367	35,0	1,14

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

2002 йилда Жанубий Осиё минтақаси мамлакатларига 6,079 млн. хорижий туристлар ташриф буюрган, 1996 йилга нисбатан ўсиш суръатлари 24,4% ни ташкил этган. Жаҳон бўйича туризм ташрифларининг 0,88%и Жанубий Осиё минтақаси мамлакатларига тўғри келган. Халқаро туризм тушумлари 5,367 млрд. АҚШ долларни ташкил қилган (5.12.1-жадвал). Ҳар бир туристик ташриф 2000 йилда 882 АҚШ долларга тўғри келган.

**2002 йилда Жанубий Осиё минтақаси мамлакатларига
қилинган ташрифлар**

№	Асосий туристик мамлакатлар	2000 йил млн. киши	Ўзгариш % 2000/1999
1.	Ҳиндистон	2,649	+ 6,7
2.	Эрон	1,342	+ 1,6
3.	Мальдив Республикаси	0,467	+ 8,7
4.	Непал	0,464	- 5,7
5.	Покистон	0,557	+ 28,8
6.	Шри-Ланка	0,400	- 8,3
7.	Бангладеш	0,200	- 15,6
	Жами	6,079	6,8

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Жанубий Осиё минтақаси хорижий туристларни ўзига жалб қилиш бўйича 2002 йилда тарихий аҳамиятга молик муваффақиятларга эришди. 2002 йилда жаҳон туризм ҳаракатлари 2,7% га ўсишга эришилган эди. Жанубий Осиё минтақасида олдинги йилга нисбатан ўсиш суръатлари 6,8% ни ташкил этди. Бу йиллик ўсиш дунё бўйича ўртача ўсишдан юқори эканлигини кўрсатади.

Бу минтақада халқаро аҳамиятга молик тадбирлар бўлиб ўтмаган бўлсада, Эрон ва Ҳиндистоннинг экзотик дам олиш жойлари хорижий туристларнинг диққат эътиборини ўзига жалб этиб келмоқда. Бошқа томондан эса Непал ва Шри-Ланка ҳудудларида олдинги йилга нисбатан 5,7-8,3% га камайиш кузатилди. Бунинг сабаби ҳудудда вужудга келган ижтимоий-сиёсий беқарорлик деб ҳисоблаш мумкин.

5.13. Ҳиндистон давлатининг туризм иқтисодиёти

Ҳиндистон Осиё қитъасининг жанубида жойлашган давлат. Ҳудуди 3.287.732 кв.км. Йирик шаҳарлари: Деҳли (8,4 млн. аҳоли), Калькутта (11 млн), Бомбей (12,6 млн), Мадрас (5,4 млн), Бангалор (4,1 млн), Ҳайдаробод (4,3 млн), Ахмадобод (2,7 млн). Аҳолисининг кўплиги жиҳатидан дунёда Хитой Халқ

республикаси дан кейин 2-ўринда турад. Аҳолисининг сони 1 миллиарддан ортиқроқ.

XIX-асрнинг ўрталаридан то 1947 йилгача Буюк Британияни мустамлакаси бўлган. 1947 йил 15 августда мамлакат сиёсий мустақилликка эришди, 1950 йил 26 январда республика деб эълон қилинди. Аммо давлат икки мамлакатга Ҳиндистон ва Покистон мамлакатларига ажралиб кетади. Ҳозирги кунда Ҳиндистон ҳудудида 3 та мустақил давлат пайдо бўлган: Ҳиндистон, Покистон ва Бангладеш. Ҳиндистон Буюк Британия бошчилигидаги ҳамдўстлик аъзоси ҳисобланади.

Ҳиндистонда 500 дан ортиқ қабилалар итиқомат қилади. Улар 100 дан ортиқ турли тилларда сўзлашадилар, аммо Ҳинд ва инглиз тиллари расмий тил ҳисобланади. Аҳолининг 83% Ҳиндуизм, 11% ислом динига эътиқод қилишади. Шу билан бирга Синх, Христианлик, Жайнизм, Буддизм ва бошқа диндорлар ҳам бор.

Мамлакатда ишга яроқли аҳолининг 60% қишлоқ хўжалигида фаолият кўрсатади. Саноатда бу кўрсаткич 20% га тенг. Шуниси диққатга сазоворки, иқтисодий қолоқлик билан бирга ишлаб чиқаришда жаҳон фани ва техникасининг сўнги ютуқлари ҳам кенг қўлланилади. Масалан, ер атрофида сунъий йўлдошлари ҳаракат қилмоқда, ядро қуролига эга. Ҳинд олимларининг инфор­мацион технологиялар бўйича дастурлари йилига 10 млрд. АҚШ доллари атрофида даромад келтирмоқда.

Иқтисодиётнинг ривожланиши ниҳоятда нотекис, ўсиш билан бирга пасайишлар даври такрорланиб туради. Аҳоли ўртасидаги моддий табақаланиш жуда кучли, яъни камбағаллар билан бирга жуда катта бойлар ҳам мавжуд. Расмий маълумотларга кўра 250 млн. аҳоли қашшоқлик даражасидан паст ҳолатда ҳаёт кечирмоқда. 70 млн. аҳолини аҳоли юқори даражада таъминланган. Аҳолининг 60% саводсиз, 40 млн. аҳоли доимий равишда ишсизлар гуруҳига ки­ради.

Кейинги йилларда ҳуку­мат иқтисодиётни бошқаришда либерал

қонунларни кенг жорий этмоқда, маъмурий чоралардан молия иқтисодиёти ва бозор муносабатларига ўтилмоқда. Бу эса хусусий тармоқ фаолиятига янги имкониятлар яратиб бериш демакдир. Сармоя қўйиш сиёсатида катта ўзгаришлар амалга оширилмоқда. Айниқса ҳинд саноатини модернизациялаш учун чет элдан келтирилган ёрдам учун кўпгина имтиёзлар жорий этилган.

Мамлакатнинг асосий савдо шериклари АҚШ, Буюк Британия, Япония, Германия. Мамлакатда етиштириладиган чой, тўқимачилик маҳсулотлари, тиббий дори-дармонлар кўп мамлакатларда яхши маълум.

Экспортнинг 60% дан ортиғи саноата ривожланган мамлакатларга тўғри келади. ҳозирги кунда иқтисодий ўсиш суръатлари анча юқори. ЯММ 125,390 млрд. АҚШ доллар, жон бошига эса 1.360 АҚШ доллар. Темир йўлларининг узунлиги 61850 км., автомобиль йўлларининг узунлиги эса 1.970 минг км. Асосий денгиз портлари: Бомбей ва Мадрас.

Ҳиндистон дунёнинг энг қадимий ва маданияти юксак мамлакатлардан бири бўлиб ҳисобланади. Шунинг учун ҳам хорижий туристларни бу мамлакатга қизиқишлари катта. Ҳиндистонда халқаро туризмни ривожлантириш имкониятлари жуда катта. Ҳиндистоннинг тарихий-меъморий ёдгорликлари, тарихий жойлари, муқаддас зиёратгоҳлари хорижий туристлар хордиқ чиқариши учун қулай бўлган миллий руҳдаги дам олиш масканлари, табиати анъанавий ҳунармандчилик, халқ оммавий санъати дунё аҳолисини доимий равишда жалб қилиб келган. 2002 йилда Ҳиндистонга 2,649 млн. хорижий туристлар ташриф буюрган. Жанубий Осиё мамлакатларига қилинган ташрифларнинг 43,4% Ҳиндистонга тўғри келган.

Ҳиндистон мамлакатининг халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаси кўрсатишича жаҳон туристик ташрифларининг 0,38%и, Жанубий Осиё минтақасига қилинган ташрифларнинг 43,4%и Ҳиндистон мамлакатинига тўғри келган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 6,7% га кўпайган (5.13.1-жадвал).

**Ҳиндистон мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили.
(2002 йил).**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Жанубий Осиё мам- лакатлари бўйича ташриф- лар	Ҳиндис- тонга қилинган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Жанубий Осиё мам- лакатлари бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши%	Жаҳон бўйича умумий тушум	Жанубий Осиё мам- лакатлари бўйича умумий тушум	Ҳиндистон мамлакати туризм тушумлари	Жаҳон тушумлари бўйича улуши%	Жанубий Осиё мам- лакатлари бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш%
702,6	6,1	2,649	0,38	43,4	6,7	474,2	4,636	2,0	0,42	43,1	2,2

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Халқаро туризм тушумлари бўйича жаҳон туризм даромадларининг 0,42%и, Жанубий Осиё минтақаси тушумлари бўйича 43,1% ни ташкил қилган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 2,2% га ўсганлиги кузатилган. Ҳар бир хорижий ташриф Ҳиндистонда 765 АҚШ долларини ташкил этган. Бу кўрсаткич жаҳон бўйича 13,3% га, Осиё минтақаси бўйича 6,2% га юқори бўлган.

Ўзбекистон ва Ҳиндистон ўртасида Буюк Ипак йўли орқали қадимдан яхши иқтисодий ва маданий муносабатлар мавжуд бўлган. Бобур ва унинг авлодлари бу икки халқ ўртасидаги алоқаларни янада мустаҳкамлаган.

Ўзбекистон билан Ҳиндистон республикаси ўртасида дипломатик муносабатлар расмий равишда 1992 йил 18 мартда ўрнатилган бўлиб, икки давлат ўртасидаги иқтисодий ва маданий алоқалар йилдан-йилга ривожланиб бормоқда.

Ҳиндистонлик қурувчилар Тошкент, Самарқанд ва Бухоро шаҳаларида 3 та супер меҳмонхоналарни қуриб, ишга туширдилар. ҳозирга кунда Тошкент Деҳли шаҳарлари ўртасида самолёт катнови йўлга қўйилган. Икки давлат ўртасидаги товар айланмаси 15 млн. АҚШ долларини ташкил қилади. 30 дан зиёд қўшма корхоналар фаолият юритмоқда.

5.14. Эрон Ислом республикасининг туризм иқтисодиёти

Эрон Жанубий-Ғарбий Осиёдаги давлат бўлиб, ўрта-шарқ мамлакатлари гуруҳига киради. Худуди 1648 минг кв.км. Аҳолиси 64,7 млн кишига яқин. Йирик шаҳарлари: Техрон (6,5 млн. аҳоли), Машҳад (1,8 млн), Исфохон (1,1 млн), Табриз (1,1 млн), Шероз (965 минг). Шимолда Каспий денгизи, жанубда Форс, Ормуз ва Уммон қўлтиқлари билан ўралган, бу қўлтиқлардаги Кешм, Хўрмуз, Харк ва бошқа ороллар ҳам Эрон мамлакатига тегишли. Аҳолисининг этник таркиби: форслар 65%, озарийлар 18%, курдлар 5%, лурлар, араблар, туркман ва блужлар, умуман 30 дан ортиқ халқлар яшайди. Расмий тили Форс тили ҳисобланади. Исломнинг шиа йўналишига аҳолининг 90%и эътиқод қилади.

Эрон 1979 йилнинг 1-апрелида Ислон Республикаси деб эълон қилинган. Унгача расман «Эрон шаханшоҳ давлати» деб юритилар эди. 1979 йилнинг 11 феввали миллий байрам куни, яъни Шоҳ ҳокимиятини ағдарилган кун. Хозирги кунда давлат кўшилмаслик ҳаракатига кўшилган.

Бу мамлакат тарихида Ироқ билан бўлган 1980-1988 йиллардаги узоқ муддатли урушни алоҳида таъкидлаб ўтиш зарур, чунки уруш йиллари йилига 14-15 млрд АҚШ доллари ҳажмида ҳаражатларни талаб қилар этди. Оқибатда давлат иқтисодиётига катта талофат етказилди.

Эрон аграр индустриал давлат бўлиб, унинг иқтисодиётида нефтни қазиб олиш ва қайта ишлаш саноати муҳим ўринни эгаллайди. Бу соҳа ялпи ички маҳсулотнинг катта қисмини ташкил этади. У давлат бюджетининг учдан бирини ташкил этади. Валюта киримининг 37%ини таъминлайди. 1960 йилдан ОПЕК аъзоси, нефть қазиб олувчи давлатлар ичида Саудия Арабистони ва РФ дан кейинги ўринда туради. ЯММ 310 млрд. АҚШ доллари, жон бошига эса 4720 АҚШ долларни ташкил этади.

Мамлакатда темир йўллари узунлиги 4850 км, автомобиль йўлларининг узунлиги 140,1 минг км, ички дарё йўллари 904 км.ни ташкил қилади.

Мамлакатда ижтимоий муаммолар анчагина, меҳнатга яроқли аҳолининг 20%ишсиз, валюта-молиявий аҳволи ҳам анча мушкул, давлат бюджетининг камомади 3 млрд. АҚШ долларини ташкил этади. Мамлакатнинг ташқи қарзи 12 млрд. АҚШ доллар, амалдагидан 2-3 марта ортиқ, ташқи савдо айланмаси 45 млрд. АҚШ доллари атрофида, камомади 5 млрд. АҚШ доллар, яъни пассив сальдо. Мамлакатнинг асосий савдо шериклари Япония, Германия, Италия ва бошқа иқтисодий ривожланган мамлакатлар, уларга савдо айланмасининг 75%и тўғри келади.

Мамлакат ер юзасининг ярмидан кўпроғини тоғлар ташкил этади. Эрон жаҳондаги энг қадимий давлат бўлиб, тарихи ва маданияти ниҳоятда бой. Эронда халқаро туризмни ривожлантириш имкониятлари жуда катта. Лекин шунга қарамасдан туризм ниҳоятда даражада суст ривожланган. Хозирги кунда

олиб борилаётган тайёргарлик ишлари, сиёсатнинг демократлаштирилгани туфайли туризм анча жонланди. 2002 йилда Эрон Ислом Республикасига 1,342 млн. хорижий туристлар ташриф буюргани кузатилган. Бу кўрсаткич 2000 йилга нисбатан 1,6% га ўсган. Жанубий Осиё мамлакатларига қилинган ташрифларнинг 22% Эрон Ислом Республикасига тўғри келган.

Эрон Ислом Республикасининг халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаси кўрсатишича, жаҳон туристик ташрифларининг 0,19%и, Жанубий Осиё минтақасига қилинган ташрифларнинг 22%и Эрон Ислом Республикасига тўғри келган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 1,6% га кўпайган.

Халқаро туризм тушумлари бўйича жаҳон туризм даромадларининг 0,2%и, Жанубий Осиё минтақаси тушумлари бўйича 21,7%ни ташкил қилган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 1,5%га ўсганлиги кузатилган (5.14.1-жадвал).

Ҳар бир хорижий ташриф Эрон Ислом Республикасида 750 АҚШ долларни ташкил этган. Бу кўрсаткич жаҳон бўйича 11,1%га, Осиё минтақаси бўйича 4,2% га юқори бўлган.

Қадимдан Ўзбекистон ва Эрон муносабатларида ҳамма соҳаларда муштараклик мавжуд бўлган.

Эрон Ислом Республикаси 1991 йил 25 декабрда Ўзбекистон Республикасини тан олади ва 1992 йилнинг 10 майида дипломатик муносабатлар ўрнатилади, ўзаро элчихоналар фаолият кўрсатмоқда.

Буюк Ипак Йўли Машҳад орқали ўтганлиги муносабати билан сиёсий, иқтисодий ва маданий алоқалар тарихан ривожланган. Ҳозирги кунда Осиё минтақасида бўлаётган ижобий ўзгаришларда муҳим ўринни эгаллаётган Эрон Ислом Республикаси билан Ўзбекистон Республикаси муносабатлари янги бир паллага кириб бормоқда ва ўзаро манфаатли алоқалар ўрнатилмоқда. Ўзбекистонда Эрон Ислом Республикаси билан 35 тадан ортиқ қўшма корхоналар фаолият кўрсатмоқда.

**Эрон ислом республикаси туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили.
(2002 йил).**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Жанубий Осиё мам- лакатлари бўйича ташриф- лар	Эрон Ислом Республи- касига қилинган ташрифлар	Жаҳон бўйича улуши%	Жанубий Осиё мам- лакатлари бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши%	Жаҳон бўйича умумий тушум	Жанубий Осиё мам- лакатлари бўйича умумий тушум	Эрон Ис- лом Рес- публикаси туризм тушумлари	Жаҳон тушумлари бўйича улуши%	Жанубий Осиё мам- лакатлари бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш%
702,6	6,1	1,342	0,19	22,0	1,6	474,2	4,636	1,006	0,2	21,7	1,5

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Қисқача хулосалар

Европа ва Америка минтақасидан кейин Шарқий Осиё ва Тинч океани минтақаси мамлакатлари туризм соҳасида ўзининг юқори даражада тез ривож билан ажралиб туради.

Минтақанинг айрим мамлакатларида кейинги йилларда, аниқроғи 1990 йилдан бошлаб туризм индустрияси ниҳоятда тез суръатларда ривожлана бошлади. Айниқса Хитой ва унинг бошқа маъмурий ҳудудлари ҳисобланган Гонконг, Макао ва Тайвань, шунингдек, Малайзия, Тайланд, Сингапур, Корея Республикаси, Австралия, Япония, Индонезия, Янги Зеландия мамлакатлари туризм соҳасида жуда катта натижаларга эришиб келмоқда.

Осиё ва Тинч океани минтақаси мамлакатларига 2002 йилда қилинган хоржий ташрифлар 131,3 млн. кишини ташкил қилган ва 2001 йилга нисбатан 8,4% га ўсиш кузатилган.

Халқаро туристик ташрифлардан тушган тушум миқдори 2002 йилда 94,7 млрд. АҚШ долларни ташкил этган. Жаҳон туризм тушумлари ичидаги улуши 1970 йилда 6,1%ни ташкил қилган бўлса, 2002 йилда 20%ни ташкил этган.

Осиё ва Тинч океани ҳудудлари бўйича Шимолий-Шарқий Осиё мамлактлари хорижий туристик ташрифлар бўйича минтақада биринчи ўринда туради.

Назорат ва муҳокама учун саволлар.

1. Шарқий Осиёда энг йирик молиявий марказларга айланган мамлакатларни аниқланг?
2. Осиёдаги «тўрт аждаҳо» номи билан машҳур бўлган мамлакатрнинг туризм индустриясини тушунтириб беринг?
3. Осиёдаги «Янги тўлқин», янги индустриал мамлакатларнинг туризм соҳасидаги ўсиш суръатларини тушунтиринг?
4. Осиё ва Тинч океани минтақасига қилинган умумий ташрифлар ва тушумларнинг миқдорини аниқланг?

5. Осиёнинг қайси мамлакатларида ўсиш суръатлари ўртача кўрсаткичдан юқори бўлган?
6. Осиёнинг қайси мамлакатларида ўсиш суръатлари ўртача кўрсаткичдан паст бўлган?
7. Шимолий-Шарқий Осиё мамлакатларининг туризм ҳаракатларини тушунтиринг?
8. Буюк сирли мамлакат «Хитой туристик модел»и моҳиятини тушунтириб беринг?
9. Хитойда халқаро туризмни ривожланишига қаратилган сиёсатнинг ўзига хос томонлари нималардан иборат?
10. Хитойнинг қайси вилоятларида эркин иқтисодий зоналар ташкил қилинган?
11. Японияда энг йирик меҳмонхоналар ва туризм марказлари қайси шаҳарида жойлаган?
12. Япония туризм бозорини таъминловчи мамлакатларни тушунтириб беринг?
13. «Осиё йўлбарси» деб аталадиган Корея республикасини туризм фаолиятини тушунтириб беринг?
14. Жанубий-Шарқий Осиё мамлакатлари туризм ҳаракатларини тушунтириб беринг?
15. Жанубий-Шарқий Осиё мамлакатларига қилинган хорижий ташрифлар ва тушумлар миқдорини аниқланг?
16. Малайзия мамлакат иқтисодиётининг тараққиёт сирлари нимада?
17. Индонезияда халқаро туризмни ривожлантириш сиёсатидан кўзланган мақсад нимада?
18. Таиланд туризм бозорини таъминловчи асосий мамлакатларни аниқланг?
19. Австралия ва Янги Зеландия мамлакатлари халқаро туризм фаолиятини тушунтиринг?
20. Жанубий Осиё мамлакатлари туризм ҳаракатларини тушунтириб беринг?

Асосий адабиётлар

1. Г.А. Папирян «Международные экономические отношения» Экономика

- туризма. Москва. «Финансы и статистика» 2004. 52-56, 92-136 бетлар.
2. А.Ю. Александрова «Международный туризм». Москва. «Аспект пресс». 2004. 34-87, 178-184, 263-274, 217-219 бетлар.
 3. В.С. Янкевич, Н.Л. Безрукова «Маркетинг в Гостиничной индустрии и туризме». Москва. «Финансы и статистика» 2003. 131-146 бетлар.
 4. М.Б. Биржаков «Введение в Туризм» Москва. Санкт Петербург. 2003. 172-177 бетлар.
 5. А.Б. Здоров «Экономика туризма» Москва. «Финансы и статистика» 2004. 241-247 бетлар.
 6. Е.Е. Филлиповский, Л.В. Шмаров «Экономика и организация гостиничного хозяйства» Москва. «Финансы и статистика» 2005. 31-34, 57-66, 119-123 бетлар.

Интернет сайтлар

- www/world-tourism.org - Всемирная туристская организация.
- www.wttc.org - Всемирный Совет по путешествиям и туризму.
- www.tag-group.com - Консультативная группа по вопросам туризма (TAG).
- www.ekonomtour.ru - экономические туры.
- www.e-tours.ru - деловые туры, выставки, конференции.
- www.mrwolf.ru - дисконтные карты для туристов.
- www.roughguides.com - Электронный путеводитель.
- www.travel-library.com - Электронная библиотека путешествий.

Глоссарий

- «Нихон» – Куёш томири.
- Иокогама – Япониянинг энг йирик туризм марказлари жойлашган шаҳар.
- Сингапур – “Арслон шаҳри” деган маънони англатади.
- Маорий – Янги Зеландиядаги қабила номи.
- АСЕАН – Жанубий ва Шарқий Осиё мамлакатлари уюшмаси.

4-БЎЛИМ.

АФРИКА ВА ЯҚИН ШАРҚ МИНТАҚАСИ МАМЛАКАТЛАРИ ТУРИЗМ ИҚТИСОДИЁТИ

Бу бўлимда Африка минтақасининг умумий тавсифи, Африка минтақаси мамлакатлари халқаро туризм ҳаракатларининг суғ даражада ривожланиш сабаблари, Африка минтақаси ҳудудлари бўйича Шимолий, Ғарбий, Марказий, Шарқий ва Жанубий Африка мамлакатлари туризм иқтисодиёти, Африка минтақасига қилинган хорижий ташрифлар ва халқаро туризмдан келиб тушган тушимлар таҳлил қилинади.

Яқин Шарқ минтақаси мамлакатлари халқаро туризм ҳаракатларининг ривожланиш динамикаси, Яқин шарқ минтақаси мамлакатларига қилинган ташрифлар ва улардан келиб тушган тушумлар таҳлили, Яқин шарқ минтақаси мамлакатлари халқаро туризм бозорини таъминловчи асосий мамлакатлар, минтақада доимий равишда халқаро туризм ҳаракатларининг тебраниб туриш сабаблари кўрсатилади.

Минтақа мамлакатлари билан Ўзбекистон Республикаси ўртасида олиб борилаётган дипломатик муносабатларни ёритиш билан бу бўлим якунланади.

VI боб. АФРИКА ВА ЯҚИН ШАРҚ МИНТАҚАСИ МАМЛАКАТЛАРИ ТУРИЗМ ИҚТИСОДИЁТИ

6.1. Африка минтақасининг умумий тавсифи

Африка минтақасининг умумий майдони 30,3 млн. кв.км. Африка минтақаси ҳудуди шимолдан жанубга 8 минг км. га, Ғарбдан Шарққа томон эса 7,5 минг км. га чўзилган.

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

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

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

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

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

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

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

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

6.2. Африка минтақаси халқаро туризм ҳаракларининг ривожланиш динамикаси

Африка минтақасида бошқа соҳалар каби халқаро туризм ҳам ниҳоятда суст даражада ривожланмоқда сиёсий беқарорлик, миллатлараро ва диний зиддиятлар хорижий сайёҳларнинг минтақага бўлган қизиқишларини маълум даражада пасайтирмоқда.

Туризм бозорини генератори бўлиб Африка минтақаси мамлакатлари ҳисобланади. Умумий хорижий ташрифларнинг 56,0%и Африка минтақаси мамлакатларига тўғри келади. Африка минтақаси туризм бозорини асосан Европа мамлакатлари таъминлар эди. «Чўлдаги бўрон» уруши таъсирида Европа мамлакатларидан ташриф буюрувчи хорижий туристлар 51% дан 34,1% га камайганлиги кузатилади. Америка минтақаси мамлакатларининг ташрифлари 5,3% дан 2,9% гача камайганлиги кузатилади. Осиё ва Тинч Океани минтақаси мамлакатларининг ташрифлари аксинча 1,4% дан 1,5% гача, Яқин-Шарқ минтақаси мамлакатлари ташрифлари 2,4% дан 5,1% гача кўпайганлиги, жанубий Осиё мамлакатларининг ташрифлари 0,6% дан 0,3% гача камайганлиги кузатилади.

Африка минтақасида халқаро туризм ҳаракатларининг ривожланиш динамикаси. 1970-2002 йиллар

Йиллар	Туристлар ташрифлар млн. киши	Ўртача йиллик ўзгариши %	Жаҳон туризм ташрифлари ичидаги улуши %	Туристлик ташрифлардан тушган тушумлар млрд. АҚШ усуллар	Ўртача йиллик ўзгариши %	Жаҳон туризм тушумлар ичидаги улуши
1970	2.407	-	1,45	0,4	-	2,23
1975	4.407	93,35	2,09	1,127	181,75	2,27
1980	7.337	57,63	2,55	2.711	140,55	2,62
1985	9.706	32,29	2,94	2.601	-4,06	2,24
1986	9.341	-3,76	2,74	2.970	14,19	2,11
1987	9.833	5,27	2,68	3.797	27,85	2,2
1988	12.940	31,6	3,22	4.601	21,71	2,31
1989	13.770	6,41	3,19	4.454	-3,19	2,09
1990	14.993	8,88	3,27	5.238	17,6	2,03
1991	15.842	5,66	3,47	4.830	-7,79	1,95
1992	17.552	10,79	3,64	5.855	21,22	1,98
1993	17.875	1,84	3,57	6.364	8,69	1,96
1994	18.477	3,37	3,38	6.564	3,14	1,89
1995	19.017	2,92	3,36	6.980	6,34	1,75
1996	19.454	2,2	3,29	7.622	9,2	1,79
2000	27.400	3,3	3,98	10.820	8,7	2,28
2001	28.300	3,2	4,13	11.666	7,8	2,53
2002	29.100	2,8	4,14	11.785	1,0	2,48

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

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

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

Бироқ юқорида таъкидлаб ўтилганидек, баъзи бир ҳудудлардаги пасайиш Африка минтақаси умумий туризм кўрсаткичларига салбий таъсир кўрсатади, яъни Марказий ҳамда Жанубий Африка ҳудудларида хорижий ташрифлар камайганлиги кузатилган. Хусусан Зимбабведа хорижий туристлар ташрифи 11,1% га камайиб кетганлиги кузатилган.

Жадвал маълумотлари ҳам Африка минтақасида хорижий сайёҳлар ташрифини камлигини, халқаро туризми тушумлари миқдорини пастлигидан далолат беради (6.2.1-жадвал).

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

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

келади ва умумий хорижий ташрифларнинг 20% ни ташкил қилади.

6.2.2-жадвал.

Африка минтақаси ҳудудлари бўйича 1990-2002 йилларда халқаро туристик ташрифлар

Ҳудудлар	Халқаро туристик ташрифлар млн. киши					Ўзгариши %		Улуши
	1990	1995	2000	2001	2002	2001/2000	2002/2001	2002
Шимолий Африка	8,4	7,3	10,1	10,6	10,3	4,8	-2,4	1,5
Ғарбий Африка	1,4	1,9	2,6	2,7	2,9	4,9	7,4	0,4
Марказий Африка	0,4	0,4	0,7	0,7	0,7	0,0	0,0	0,1
Шарқий Африка	2,8	4,5	5,9	6,2	6,3	6,0	1,6	0,9
Жанубий Африка	2,0	6,0	8,1	8,1	8,9	0,0	9,8	1,3
Африка минтақаси бўйича	15,0	20,1	27,4	28,3	29,1	3,2	2,8	4,1

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

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

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

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

Африка минтақасида, Жанубий Африка мамлакати юқори даражада ривожланган меҳмонхона хўжалигига ва транспорт тизимига, ҳамда замонавий халқаро туризм индустриясига эга бўлганлиги сабабли минтақада энг юқори кўрсаткичга эришган. Минтақага қилинган хорижий ташрифларнинг 22,5%и,

халқаро туризм тушимларининг 23,1% Жанубий Африка мамлакатига тўғри келган. Ҳар бир туристик ташриф 415 АҚШ долларни ташкил қилган. Минтақа бўйича ҳар бир туристик ташриф ўртача 405 АҚШ долларни ташкил қилган. Минтақага нисбатан Жанубий Африка мамлакатида +2,5% га ижобий ўзгариш кузатилган.

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

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

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

Африка минтақасига 2002 йилда 29,1 млн. туристлар ташриф буюрган, жаҳон туризм ҳаракатларининг 4,1% ни ташкил қилган. 2000 йилга нисбатан 2001 йилда 3,2% га, 2001 йилга нисбатан 2002 йилда эса 2,8% га ўсиш кузатилган. Халқаро туризм тушимлари 11,8 млрд. АҚШ долларни ташкил қилган, жаҳон туризм тушимларининг 2,48%и Африка минтақасига тўғри келган. Туризм тушимлари 2000 йилга нисбатан 2001 йилда 7,8% га 2002 йилда 2001 йилга нисбатан 1,0% га ўсганлиги кузатилган. Африка минтақасига қилинган. ҳар бир ташриф ўртача 405 АҚШ долларни ташкил қилган (6.2.3-жадвал).

**2002 йил Африка минтақасига қилинган ташрифлар ва халқаро
туризмдан келиб тушган тушим**

Туристларни қабул қилувчи асосий мамлакатлар	Қатор ¹	Халқаро туристик ташрифлар				Халқаро Туризмдан келиб тушган тушум миқдори			
		2002	Ўзгариши%		2002 й. улуши %	2002 й. млрд АҚШ дол.	Ўзгариши%		2002 й. улуши%
			2001/2000	2002/2001			2001/2002	2001/2002	
Африка минтақаси	VF	29,136	3,2	2,8	100	11,785	7,8	1,0	100
Жанубий Африка	TF	6,550	-1,5	10,9	22,5	2,719	-,0,5	8,7	23,1
Тунис	TF	5,064	6,5	-6,0	17,4	1,422	7,3	-11,4	12,1
Марокаш	TF	4,193	2,7	-0,7	14,4	2,152	23,8	-14,8	18,3
Зимбабве	TF	1,866	-10,1	-10,0	6,4	1,679	-8,0	-7,2	14,2
Ботсвана	TF	1,037	-5,0	-1,1	3,6	0,309	-4,2	-3,0	2,6
Жазоир	VF	0,998	4,1	10,7	3,4	0,133	4,2	33,0	1,1
Маврикия	TF	0,682	0,6	3,2	2,3	0,612	15,1	-1,9	5,2
Замбия	TF	0,565	7,6	14,8	1,9	0,290	7,0	11,0	2,5
Танзания	TF	0,550	9,2	9,8	1,9	0,730	-1,9	0,7	6,2
Кения	TF	0,838	-6,5	-0,4	2,9	0,297	11,6	-3,6	2,5
Гана	TF	0,483	10,0	10,1	1,7	0,520	16,1	16,1	4,4

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

¹ҚАТОР-VF - Чегарадаги халқаро туристик қабул (бир кунга келувчилар ва туристларни ҳисобга олган ҳолда)

TF - Чегарадаги халқаро туристик қабул (бир кунга келганларни ҳисобга олмаган ҳолда)

6.3. Жанубий Африка республикаси туризм иқтисодиёти

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

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

1899-1902 йиллари тарихда Англия - Бурлар уриши, деб ном олган кураш натижасида Трансвааль, Оранж эркин давлатлари ҳам мустамлакага айлантирилади. Янги эгалланган ҳудудлар 1910 йили Кан мустамлакаси билан бирга Жанубий Африка Иттифоқига бирлаштирилди ва Британия ярим мустамлакаси вужудга келди. Мустамлака йиллари маҳаллий аҳолини ҳар томонлама камситиш сиёсати амалда қўлланилиб, қора танли аҳолини сиқиб чиқариш ва алоҳида махсус бантустанларда жойлаштириш сиёсати амалга

оширилди. 1961 йили Жанубий Африка республикаси ташкил бўлиб, Буюк Британия бошчилигидаги ҳамдўстликдан чиқади. Аммо ҳокимият фақат «ок танлилар» кўлига берилади. Оқибатда узлуксиз курашлар давом этиб, 1992 йили барча ирқчилик қонунлари бекор қилинди. 1994 йили эркин умумий сайловлар бўлиб, ҳокимият тепасига маҳаллий аҳоли вакили келади.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Хорижий ташрифлар сони ва халқаро туризм тушумлари миқдори

бўйича Африка минтақасида биринчи ўринда туради. 2002 йилги жаҳон туризм ташкилотининг статистик маълумотлари бўйича Африка минтақасига қилинган ташрифларнинг 22,5%и, Африка минтақаси бўйича халқаро туризм тушумларининг 23,1%и жанубий Африка республикасига тўғри келади. Статистик маълумотларнинг кўрсатишича Африка минтақаси мамлакатлари ичида Жанубий Африка республикаси туризм соҳасида ривожланиш даражаси юқори эканлигидан далолат беради (6.3.1-жадвал).

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

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

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

6.3.1-жадвал

Жанубий Африка Республикаси халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили
(2002 йил).

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Африка минтақас и бўйича ташриф- лар	Жанубий Африка республи- касига қилинган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Африка минтақас и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Африка минтақас и бўйича умумий тушум	Жанубий Африка республи- каси туризм тушумлар и	Жаҳон тушумлар и бўйича улуши%	Африка минтақас и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш %
702,6	29,1	6,550	0,90	22,5	10,9	474,2	11,785	2,719	0,60	29,1	8,7

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

6.4. Тунис ва Марокаш мамлакатлари туризм иқтисодиёти

а) Тунис мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили

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

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

Шимолий Африка - қадимги Миср маданиятининг бешиги бўлиб, унинг дунё маданиятига қўшган ҳиссаси беқиёсдир. Антик даврда Африканинг Ўрта ер денгиз бўйи қисми қадимги Юнонистон ва Римнинг асосий экинзор ерлари бўлган эди: ер ости сувлари тўпланадиган галереялар ва бошқа хил иншоотлар изларини ҳаётсиз хувуллаб қум ва тошлар «денгизи» орасида ҳамон учратиш мумкин. Қирғоқ бўйидаги кўп шаҳарлар ҳаёти тарихи қадимги юнон, рим ва Карфгенликлар бунёд этган шаҳар ҳамда қишлоқлардан бошланади. VII - XII асрлардаги араб цивилизацияси, яъни юксак ижтимоий-иқтисодий ҳаёти ва маданияти Шимолий Африка аҳолисининг этик таркиби, маданияти, дини ва турмуш тарзига ниҳоятда катта таъсир кўрсатган. Бу ҳудудини ҳозирда ҳам «араблар африкаси» деб атайдилар. Унинг деярли барча аҳолиси араб тилида сўзлашади ва ислом динига эътиқод қилади. Кўп замонавий шаҳарларига ҳам араблар асос солганлар.

Шимолий Африканинг хўжалик ҳаёти Кашбар денгиз бўйи ҳудудларида

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

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

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

Шимолий Африка худудининг жанубий қисми аҳолиси жуда сийрак тарқалган, асосан деҳқончилик билан шуғулланади. Бошқа худудларда фақат туя боқувчи кўчманчилар яшайди. Сахрои Кабирнинг Жазоир ва Ливия қисмларида эса нефть конлари мавжуд.

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

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

Тунисда асосан пляж туризми яхши ривожланган. Тунисда халқаро

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

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

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

Тунис мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили

6.4.1-жадвал

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Африка минтақаси бўйича ташрифлар	Тунис мамлака- тига қилинган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Африка минтақаси бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Африка минтақаси бўйича умумий тушум	Тунис мамлакати туризм тушумлари	Жаҳон тушумлари бўйича улуши%	Африка минтақаси бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш%
702,6	29,1	5,064	17,4	-6,0	0,72	474,2	11,785	1,422	0,30	12,1	-11,4

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

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

Халқаро туризм тушимлари бўйича жаҳон туризм даромадларининг 0,30%и Африка минтақаси тушимлари бўйича 12,1%ни ташкил қилган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 11,4%га пасайганлиги кузатилган (5.4.1-жадвал).

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

б). Марокаш республикаси халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили

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

Африка минтақасига ташриф буюрган туристларнинг 14,5%га яқини,

Шимолий Африка ҳудудига қилинган ташрифларнинг 40,1%и Марокаш республикасига тўғри келади.

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

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

6.4.2-жадвал.

Марокаш республикаси халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф лар	Африка минтақаси бўйича ташриф- лар	Марокаш мамлака- тига қилинган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши %	Африка минтақаси бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши%	Жаҳон бўйича умуми й тушум	Африка минтақаси бўйича умумий тушум	Марокаш мамлака-ти туризм тушумлари	Жаҳон тушумлари бўйича улуши%	Африка минтақас и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш%
702,6	29,1	4,193	0,60	14,4	-0,7	474,2	11,785	2,152	0,45	18,3	-14,8

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Қисқача хулосалар

Африка минтақаси мамлакатлари туризмнинг ўзига хос хусусиятлари, Африка минтақасида халқаро туризм ҳаракатларининг ривожланиш динамикаси, Африка мамлакатларининг халқаро туризм бозорини таъминловчи асосий мамлакатлар, Африка минтақасида бошқа соҳалар каби халқаро туризм ҳам ниҳоятда суғ даражада ривожланмоқда, бунинг асосий сабаблари, минтақадаги сиёсий беқарорлик, миллатлараро ва диний зиддиятлар хорижий сайёҳларнинг минтақага бўлган қизиқишларини маълум даражада пасайтирмоқда.

Африка минтақасининг 2002 йилдаги кўрсаткичлари ҳам халқаро туризмни сезиларли даражада ривожланмаганлигидан далолат беради. Халқаро туризм ҳаракатлари минтақада атиги 2,8%га ўсганлиги кузатилган.

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

Назорат ва муҳокама учун саволлар

1. Африка минтақаси аҳолисининг этник таркиби билан боғлиқ муаммолар нимада?
2. Африкада халқаро туризмни ривожланиш асосларини қандай ифодалаш мумкин?
3. Африка минтақасида халқаро туризм ҳаракатларининг ривожланиш ҳолати қандай?
4. Африка минтақасига хорижий сайёҳлар ташрифини камайиш сабаблари нимада?
5. Африка минтақаси туризм бозорини қайси мамлакатлар аҳолиси таъминлайди?
6. Африка минтақаси бўйича энг кўп хорижий меҳмонлар қайси ҳудудга

ташриф буюрадилар?

7. Фарбий Африка худудида қайси мамлакатлар туризм соҳасида табиий ресурслардан унумли фойдаланмоқда?
8. Африка минтақасининг жанубий худудида энг яхши туристик марказ бўлиб қайси мамлакат ҳисобланади?
9. Африка минтақасида қайси мамлакат замонавий халқаро туризм индустриясига эга?
10. Жанубий Африка республикасини нима сабабдан икки ёқлама иқтисодий мамлакат деб аташади?
11. Жанубий Африка республикасининг ривожланишида ўзига хос хусусияти нимада?
12. ЖАРнинг ялпи ички маҳсулотининг неча фоизи туризм соҳасида яратилади?
13. ЖАРда ялпи ички маҳсулотнинг неча фоизини халқаро туризм тушимлари ташкил этади?
14. Африка минтақасининг шимолий худудини нима учун «араблар африкаси» деб атайдилар?

Асосий адабиётлар

9. А.Ю.Александрова. «Международный туризм». Москва, «Аспект-пресс», 2004. 34-87, 184-185, 217-219, 263-274 бетлар.
10. А.Б.Здоров. «Экономика туризма». М., «Финансы и статистика», 2004. 241-248 бетлар.
11. Г.А.Папирян. «Международные экономические отношения». Экономика туризм. М., «Финансы и статистика», 2004. 31-42, 60-64, 69-91 бетлар.
12. М.Б.Биржаков. «Введение в туризм». М., «Санкт-Петербург», 2003. 172-175 бетлар.
13. В.С.Сенин. «Организация международного туризма». М., Финансы и статистика», 2004.
14. Е.Е.Филипповский, Л.В.Шмарова. «Экономика и организация гостиничного

хозяйства». М., «Финансы и статистика», 2005. 10-25, 31-34, 57-66, 109-123 бетлар.

15. В.С.Янкевич, Н.Л.Безрукова. «Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме». М., «Финансы и статистика», 2003. 131-146 бетлар.

Интернет сайтлар

[www/world-tourism.org](http://www.world-tourism.org) - Всемирная туристская организация.

www.wttc.org - Всемирный Совет по путешествиям и туризму.

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

www.ekonomtour.ru - экономические туры.

www.e-tours.ru - деловые туры, выставки, конференции.

www.mrwolf.ru - дисконтные карты для туристов.

www.roughguides.com - Электронный путеводитель.

www.travel-library.com - Электронная библиотека путешествий.

Глоссарий

Аннекция - мажбуран кўшиб олиш.

Апартеид - (Африкаликлар тилида apartheid - алоҳида ривожланмоқ) ирқий камситишнинг энг ашаддий шакли.

Икки ёқлама иқтисодли - ривожланган ва ривожланаётган мамлакатларнинг хусусиятларини уйғунлашганлиги.

Витватерсранд - энг йирик саноатлашган ҳудуд.

«Африка рури» - саноатлашган ҳудуднинг шаклланиб улгурганлиги.

Этнос - қабила, қавм, уруғ, элат ва ҳоказоларга ажратиш.

Этнограф - элшунос.

Касба - баланд жой, тепалик.

Мадина - арабчада шаҳар демакдир.

Космополитик - кўплаб шаҳарлар хусусиятларини ўзида акс эттирувчи.

Трансвааль Оранж - эркин давлатлар.

Бантусман - қора танли аҳолини алоҳида махсус жойларга жойлаштириш.

VII боб. ЯҚИН ШАРҚ МИНТАҚАСИ МАМЛАКАТЛАРИ ТУРИЗМ ИҚТИСОДИЁТИ

7.1. Яқин Шарқ минтақаси мамлакатлари халқаро туризм ҳаракатларининг ривожланиш динамикаси

Яқин Шарқ минтақаси мамлакатлари асосий туризм марказлари бўлиб Миср, Ироқ, Иордания, Қувайт, Оман, Қатар, Саудия Арабистони, Сурия, Бирлашган Араб Амирликлари, Яман ва Исроил мамлакатлари ҳисобланади. Бу минтақада Ливандаги келишмовчиликларга қарамасдан 1970 йиллардан бошлаб сезиларли даражада халқаро туризм ҳаракатлари ривожлана бошлади. Бу минтақада 1970 йилда 1,8 млн. хорижий туристлар ташрифи кузатилган бўлса, 1980 йилга келиб уларнинг сони 6 млн. кишини ташкил қилган. Халқаро туризм тушумлари эса 0,4 млрд. АҚШ долларидан, 3,5 млрд. АҚШ долларига ўсганлиги кузатилган. 1986-87 йилларда халқаро туризм ташрифлари 17,7% га, халқаро туризм тушумлари эса 16%га пасайганлиги кузатилган. 1980 йилда жаҳон туризм ташрифларининг 2,1%ини ташкил қилган бўлса, 1987 йилга келиб бу кўрсаткич 1,48% га пасайиб кетган. 1988-99 йилларда хорижий ташрифлар бирмунча ўсганлиги кузатилади, яъни 1987 йилда 5,4 млн. хорижий ташрифлар кузатилган бўлса, 1990 йилда 7,5 млн. кишига етади. 1991 йилга келиб хорижий сайёҳлар сони яна камая бошлайди, ташрифлар 10,3% га, халқаро туризм тушумлари 16,5% га пасайганлиги кузатилади. 1994 йилдан бошлаб (2001 йилдаги пасайишни ҳисобга олмаганда) 2002 йилларда бир маромда ўсиш кузатилади (7.1.1-жадвал).

Бу минтақага қилинган хорижий туристик ташрифларнинг таҳлил қилиш натижалари кўрсатишича, 1980-96 йилларгача номунтазам равишда йилдан йилга тебраниб туришлар, яъни ўсиш ёки пасайишлар кузатилади. 2000 йилда 24 млн. хорижий туристлар ташриф буюради. 2002 йилда бу кўрсаткич 27,6 млн. кишига етади. Халқаро туризм тушумлари бўйича 2000 йилда жаҳон туризм тушумларининг 2,6%, 2002 йилда 2,7% ни ташкил қилади. 2000 йилдан 2002 йилгача халқаро туризм тушумлари 4,9% га ўсганлиги кузатилади. Ҳар

бир хорижий туристик ташриф 2000 йилда 514 АҚШ долларини ташкил қилган бўлса, 2002 йилда 470 АҚШ долларини ташкил қилган. Жаҳон бўйича бу кўрсаткич 43,6% га паст бўлган.

7.1.1-жадвал

Яқин Шарқ минтақасига қилинган ташрифлар ва улардан келиб тушган тушумлар динамикаси. 1970-2002 йиллар

Йиллар	Туристтик ташрифлар млн. киши	Ўртача йиллик ўзгариш %	Жаҳон туризм ташрифлари ичидаги улуши %	Туристтик ташрифлар -дан тушган тушум (млрд. АҚШ дол.)	Ўртача йиллик ўзгариш %	Жаҳон туризм ташрифлари ичидаги улуши %
1970	1,864	-	1,12	0,404	-	2,26
1975	3,520	88,84	1,58	0,733	81,44	1,80
1980	5,992	70,23	2,08	3,470	373,4	3,36
1985	6,240	4,17	1,89	4,803	38,41	4,14
1986	5,132	-17,76	1,51	4,032	-16,05	2,87
1987	5,431	5,83	1,48	5,305	31,57	3,08
1988	6,961	28,17	1,73	5,051	-4,79	2,54
1989	7,519	8,02	1,74	5,434	7,58	2,55
1990	7,444	-1,0	1,63	5,127	-5,65	1,99
1991	6,674	-10,34	1,46	4,279	-16,54	1,64
1992	7,921	18,68	1,64	5,398	36,15	1,82
1993	7,200	-9,1	1,44	4,996	-7,45	1,54
1994	9,868	37,6	1,81	5,107	2,22	1,47
1995	13,705	38,88	2,42	7,187	40,73	1,80
1996	15,144	10,5	2,55	8,243	14,70	1,94
2000	24,000	13,2	3,49	12,341	13,50	2,60
2001	23,600	-1,3	3,45	11,667	-52	2,53
2002	27,600	16,7	3,90	12,963	10,0	2,73

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Яқин Шарқ минтақасига ташриф буюрувчи хорижий туристларнинг ярмидан кўпроғини Яқин Шарқ мамлакатлари ташкил этади, 19% га яқини Европа мамлакатларига, 18%и Шарқий Осиё ва Тинч океани минтақаси мамлакатларига, 2,8%и Америка минтақаси мамлакатларига, 6,7%и Африка минтақаси мамлакатларига, 3,1%и Жанубий Осиё мамлакатларига тўғри келади.

Халқаро туристик ташрифлардан тушган тушум миқдори 2002 йилда 94 миллиард 697 миллион АҚШ долларини ташкил қилган. 1975 йилда бу кўрсаткич 2 миллиард 164 миллион АҚШ долларини ташкил этган эди. Жаҳон туризм тушумлари ичидаги улуши 1970 йилда 6,15% ни ташкил қилган бўлса, 2002 йилда 19,97% ни ташкил этган.

Яқин Шарқ минтақасида асосий халқаро туристик марказлар Саудия Арабистони, Бирлашган Араб Амирликлари ҳамда Миср мамлакатлари ҳисбланади. 2002 йилда Саудия Арабистони Яқин Шарқ минтақасига қилинган умумий ташрифларнинг 27,2%и, халқаро туризм тушумларининг 28,9%и Саудия Арабистони мамлакатига тўғри келган.

Саудия Арабистонига Ислом динининг муқаддас шаҳарларини зиёрат қилиш ва фарз амалларидан бири хаж ва умрага Макка ва Мадина шаҳарларига ҳар йили бир неча миллион мусулмонлар келиб кетишади. Бу мамлакатда асосан диний туризм ниҳоятда ривожланган.

7.1.2-жадвал

Яқин Шарқ минтақаси мамлакатларига қилинган ташрифлар ва улардан келиб тушган тушумлар таҳлили.

№	Туристларни қабул қилувчи асосий мамлакатлар	Қатор ¹	Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)				Халқаро туризмдан келиб тушган тушум (млрд. АҚШ дол.)			
			2002	ўзгариши %		2002 й. улуши	2002 (млрд. АҚШ дол.)	ўзгариши %		2002 й. улуши
				2001/2000	2002/2001			2001/2000	2002/2001	
3.1.	Яқин Шарқ минтақаси бўйича	TF	27,594	-1,3	16,7	100	12,963	-5,2	10,0	100
3.2.	Миср	THS	4,906	-14,8	12,6	17,8	3,764	-12,5	-0,9	29,0
3.3.	Бирлашган Араб Амирлиги	TF	5,445	5,8	31,7	19,7	1,328	5,1	24,8	10,2
3.4.	Саудия Арабистони	TSE	7,511	2,1	11,7	27,2	3,731	2,2	12,0	28,9
3.5.	Сурия	TF	2,809	-6,9	-2,4	10,2	1,366	-5,0	1,8	10,5
3.6.	Иордания	TF	1,622	3,6	9,8	5,9	0,786	-3,0	12,3	6,1
3.7.	Исроил	TF	2,400	1,8	3,8	8,7	1,440	1,5	3,0	11,1
3.8.	Бахрейн	TF	3,167	15,2	13,6	11,5	2,216	14,0	12,5	17,1
3.9.	Ливан		0,956	12,9	14,2	3,5	0,956	12,8	14,2	7,9

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Яқин Шарқ минтақасидаги иккинчи халқаро туризм ривожланган мамлакат Бирлашган Араб Амирликлари (БАА). Бу мамлакатга 2002 йилда Яқин Шарқ минтақасига қилинган хорижий туристик ташрифларнинг 19,7%и, халқаро туризм тушумларининг 10,2%и тўғри келган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристик ташрифлар бўйича 31,7% га, халқаро туризм тушумлари бўйича 24,8% га ўсиш кузатилган.

Минтақадаги халқаро туризм марказларидан бири ҳисобланмиш яна бир мамлакат Миср Араб Республикасидир. Бу давлат ниҳоятда қадимий ва бой тарихга эга. Бу мамлакатда туризм ва хизмат соҳалари миллий даромаднинг муҳим тармоқлари ҳисобланади. 2002 йилда минтақа бўйича хорижий туристик ташрифларнинг 17,8%и, халқаро туризм тушумларининг 29%и бу мамлакатга тўғри келган. Шунингдек Сурия мамлакатига ташрифларнинг 10,2%и, тушумларининг 10,5%и, Иордания мамлакатига ташрифларнинг 5,8%и, тушумларининг 6,1%и, Исроил мамлакатига ташрифларнинг 8,7%и, тушумларининг 11,1%и, Бахрейн мамлакатига ташрифларнинг 13,6%и, тушумларининг 17,1%и, Ливан мамлакатига ташрифларнинг 3,5%и, тушумларининг 7,9%и тўғри келганлиги кузатилган.

Минтақада халқаро туризм ташрифларининг 65-70%и Саудия Арабистони, Бирлашган Араб Амирликлари ва Миср мамлакатларига тўғри келади. Халқаро туризм тушумларининг 70-75%и ушбу мамлакатларга тўғри келади.

Яқин Шарқ минтақаси халқаро туризм бозорини таъминловчи асосий мамлакатлар Миср, Саудия Арабистони, Иордания, АҚШ, Германия, Буюк Британия, Франция, ва Тинч океани минтақаси мамлакатлари.

Яқин Шарқ минтақасидаги сиёсий беқарорлик натижасида, доимий равишда халқаро туризм ҳаракатларида тебранишлар кузатилмоқда. Форс қўлтиғидаги сиёсий вазият нафақат Ироқ мамлакатини, Саудия Арабистони ҳамда Иордания ва Миср мамлакатларига қилиниадиган хорижий ташрифларни 40% га камайишига олиб келди.

Кейинги йилларда ҳам бутун давр мобайнида Форс қўлтигини ўз ичига олган Яқин Шарқ асосий «оловли нуқта» бўлиб келди. Бу ер сайёрамизнинг турли маданият ва динлари жуда мураккаб ҳолда ёнма-ён шаклланган асабий зиддиятлар тугунидир. Бу ерда фақат араб мамлакатлари билан Исроилнигина эмас, балки бошқа кўплаб давлатларнинг ҳам манфаатлари ўзаро тўқнашган.

7.2. Миср Араб Республикаси туризм иқтисоди

Миср икки қитъада, Африканинг Шимолий-Шарқий қисми ва Осиёнинг Синай ярим оролида жойлашган Яқин Шарқдаги қадимий давлат. Миср Араб Республикаси ҳудуди 1.001.450 кв. км. бўлиб, 63 миллионга яқин аҳоли яшайди. Пойтахти – Қоҳира, 6,8 млн. киши истиқомат қилади. Асосий йирик шаҳарлари: Искандария ва Порт-Саид. Аҳолисининг 98% араблар бўлиб, 2 минга яқин мисрлик чет элларда истиқомат қилади. Араб тили расмий тил ҳисобланади, асосий аҳоли ислом динига эътиқод қилади.

Миср 1922 йил 28 февралда мустақилликни қўлга киритган. Миллий байрам 23 июль «Инқилоб куни» (1952 йилдан бошлаб). Миср Республика бўлиб, амалдаги конституция 1971 йилнинг 11 сентябрида қабул қилинган, унга референдум натижасида 1980 йилнинг 22 майида баъзи бир ўзгартиришлар киритилган. Давлат бошлиғи Президент ҳисобланади ва олти йилга сайланади.

Бу давлат ниҳоятда қадимий ва бой тарихга эга. Тарих отаси Геродот: «Мисрни Нил яратган» деганда нечоғли ҳақ бўлган, чунки мамлакат аҳолисининг 90% дан ортиғи шу дарё воҳасида истиқомат қилади. Шуни эслатиб ўтиш керакки, Нил дарёси жаҳондаги энг узун (6671 км) дарёдир.

Миср узок йиллар ўз бошидан мустамлакачилик ҳукмронлигини кечирган давлат, 1882 йили инглизлар томонидан мустамлака қилинган. 1914 йилдан (Протекторат) ярим мустамлака, деб эълон қилинади. 1952 йилдан Камол Абдул Носар (1918-1970) бошчилигидаги мустақил тараққиёт йўлига ўтади. 1958 йилнинг феврилида Сурия ва Миср бирлашиб Бирлашган Араб Республикаси (БАР) деб атала бошланди, аммо 1961 йилнинг сентябрида Сурия

бу ҳамжамиятдан ажралиб чиқади.

1971 йилнинг сентябридан Миср Араб Республикаси вужудга келади. Мустақиллик йиллари сиёсий-иқтисодий ва маданий соҳаларда муҳим ютуқлар қўлга киритилди. Айниқса, 1981 йилдан Хусни Муборак раҳбарлигида йирик ислохотлар ўтказилган.

Мустамлака даврида бошқа давлатларнинг хомашё базасига айланиб қолган Миср, саноатни устувор ривожлантириб, аграр давлатдан индустриал давлатга айланиш учун узок йиллардан бери кураш олиб бормокда.

Миср саноатининг ривожланишини асосий хусусияти шундан иборатки, унда давлат тармоғи етакчи ҳисобланади, яъни ҳал қилувчи саноат корхоналари давлат қўлида тўпланган. 1965 йили асосий ишлаб чиқариш воситаларининг 85% давлат назоратида бўлган. Қишлоқ хўжалиги, савдо, маиший хизмат, туризм соҳаларида хусусий тармоқ ҳал қилувчи ҳисобланади.

Мисрнинг транспорт тармоқлари асосан Нил водийсида ва Сувайш (узунлиги 173 км) канали, Ўрта ер денгизини Қизил денгиз билан бирлаштиради. Осиё қитъасини Африка қитъасидан ажратиб туради.

Иқтисодиётни бошқаришда режалаштириш 1957 йилдан бери мавжуд. 1960 йилдан бошлаб беш йиллик режалардан фойдаланилади. Шунини таъкидлаш лозимки улар давлат тармоғи учун императив (мажбурий) бошқа тармоқларга индикатив (ихтиёрий).

ЯММ 151,5 млрд. АҚШ доллари, жон бошига 2490 АҚШ доллар.

Мисрнинг хорижий мамлакатлар билан иқтисодий алоқалари яхши йўлга қўйилган.

Туризм ва хизмат соҳалари миллий даромаднинг муҳим тармоқари ҳисобланади. Мамлакатга йилига 5 млн.га яқин саёҳатчилар келиб кетадилар, бу соҳа 4 млрд. АҚШ долларга яқин даромад келтиради. ЯММ нинг 3% га яқини туризм соҳасига тўғри келади.

Мисрда туризм сектори, асосан, ўзининг маданий-тарихий ёдгорликлари, дунёга машҳур пирамидалари, саройлари билан боғлиқ. 1980

йилларда Қизил денгиз қирғоқларида пляж туризмини ривожлантириш режасини қабул қилади. Ушбу ҳудуд асосан Хургада шаҳарига тегишли бўлиб, асосий туризм марказига айланиши керак эди. 1990 йиллар бошида Фарбий Европа мамлакатларидан туристларни қабул қилиш учун еттига туристик қишлоқлар қурилади.

1979 йилда Миср, Исроил мамлакати билан тинчлик битимини тузганидан сўнг, у сиёсий жиҳатдан тинч мамлакатлардан бирига айланди ва бунинг натижасида мамлакатда халқаро туризм жадал ривожлани бошлади. Миср ер шарининг барча мамлакатларидан туристлар қабул қилади.

Миср халқаро туризм бозорини асосан АҚШ, Саудия Арабистони, Франция, Германия, Италия ва Япония мамлакатлари таъминлайди.

Мамлакат темир йўллари узунлиги 5.110 км., автомобиль йўллари узунлиги 51.925 км. Асосий портлари: Александрия, Порт-Саид, Суэц.

Мамлакатда 14 та Университет фойлият юритади, энг йириклари Қоҳира, Айн-Шамс, Искандария ҳамда Ал-Асҳар ислом университетлари ҳисобланади. Олий ўқув юртларида 700 мингдан ортиқ талаба таълим олади.

Тошкент Шарқшунослик институти ва Ислон университетининг Миср Олий ўқув юртлари билан алоқалари яхши йўлга қўйилган, кўпгина талабалар Миср Олий ўқув юртларида ўз билимларини оширмоқдалар. Тошкент ва Қоҳира ўртасида бевосита авиа қатнов ўрнатилган.

Миср Араб Республикаси мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаси кўрсатишича, жаҳон туристик ташрифларининг 0,7%и, Яқин Шарқ минтақасига қилинган ташрифларнинг 17,8%и Миср Араб Республикаси мамлакатига тўғри келади. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристлар ташрифи 12,6% га кўпайган.

Халқаро туризм тушумлари бўйича жаҳон туризм даромадларининг 0,8%и, Яқин Шарқ минтақаси тушумлари бўйича 29% ни ташкил қилган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда даромадлар миқдори 0,9% га ўсганлиги кузатилган (7.2.1-жадвал).

7.2.1-жадвал

Миср Араб Республикаси халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили. (2002 йил).

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Яқин Шарқ минтақаси бўйича ташриф- лар	Миср Араб Республи- кисига қилинган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Яқин Шарқ минтақаси бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Яқин Шарқ бўйича умумий тушум	Миср Араб Республи- киси туризм тушумлар и	Жаҳон тушумлари бўйича улуши%	Яқин Шарқ минтақаси тушумлари бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш%
702,6	27,6	4,9	0,70	17,8	12,6	474,2	12,963	3,764	0,80	29,0	-0,9

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

2002 йилда ҳар бир хорижий ташриф 768 АҚШ долларни ташкил қилган. ҳар бир хорижий туристик ташрифлар кўрсаткичи жаҳон бўйича 19,7%, Яқин Шарқ минтақаси бўйича 63,4% га ортиқ бўлган. Таҳлил натижалари Миср Араб Республикасида халқаро туризм яхши ривожланаётганлигидан далолат беради.

Ўзбекистон Республикаси билан Миср Араб Республикаси ўртасидаги дипломатик муносабатлар элчихона даражасида 1992 йил 23 январда ўрнатилган.

7.3. Саудия Арабистони мамлакати туризм иқтисоди

Саудия Арабистони Жанубий-Ғарбий Осиёдаги подшоҳлик Арабистон Ярим оролининг 80% дан ортиғини ҳамда ғизил денгиз ва Форс қўлтиғи қирғоғидаги бир қанча ороллари қамраб олган. ҳудуди 2,15 млн кв. км. Пойтахти – Ар-Риёд. Бошқа йирик шаҳарлари Жидда, Макка, Мадина, Ал-Таиф, Аҳолиси 18,8 миллион кишига яқин туб халқи асосан араблардан иборат, расмий тил араб тили, инглиз тили ҳам кенг ишлатилади. Давлат дини – Ислом динидир. Подшоҳликда ислом динининг асосий муқаддас қадамжолари бўлган Маккаи-Муккарама ва Мадинаи-Мунаввара жойлашган. ОПЕК аъзоси. Жаҳонда нефть ишлаб чиқариш бўйича биринчи ўринда туради. 23 сентябр подшоҳлик эълон қилинган кун – миллий байрам ҳисобланади. Давлат ва дин бошлиғи подшоҳ бўлиб, у бир вақтнинг ўзида ҳукумат бошлиғи, қуроли кучлар қўмондони ва бош ҳакам ҳисобланади. ҳукумат вакиллари асосан подшоҳ оила аъзоларидан ташкил топади. 1992 йилнинг 29 феврилида ҳукуматнинг махсус йиғилишида қирол Фахд учта фармонни эълон қилади. «ҳокимият тизими асослари», «ҳудудий тузилиш тизими», «Маслаҳат кенгаши тўғрисидаги низом». Биринчи марта давлат қурилиши ва давлатни бошқаришнинг умумий тамойилларини мустаҳкамлаб, юридик ҳужжатлар қабул қилинган. Янги маслаҳат органи – Маслаҳат кенгаши ташкил этилди, бу орган подшоҳ томонидан тўрт йилга тайинланади. Кенгаш мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш масалалари бўйича халқаро битимлар

тўғрисида хулосалар тайёрлайди. Сиёсий партиялар ва касаба уюшмалари фаолияти расман таъқиқланган. Саудия Арабистонининг ҳозирги чегараси 1926 йилнинг январида вужудга келган. 1970 йиллардаги нефтьга бўлган талаб ортганлиги туфайли, бу мамлакат катта бойликка эга бўлди, ундан ташқари мамлакат ниҳоятда қулай ҳарбий стратегик шароитга эга. Шулар туфайли жаҳонда айниқса мусулмон давлатларида унинг нуфузи кескин ортди. Нефть ишлаб чиқариш ва уни сотиш бўйича 1960 йилда ОПЕК ташкилотига аъзо бўлган. Бу мамлакат жаҳондаги барча нефть захираларининг 25% ни ташкил этади. Шу сабабли мамлакат иқтисодиёти нефть саноати билан чамбарчас боғлиқ. ЯММ нинг 80% шу соҳа билан узвий боғланган.

Мамлакат ҳукумати қишлоқ хўжалигини ривожлантиришга алоҳида эътибор беради. Олиб борилган тадбирлар туфайли маҳаллий аҳоли асосан озиқ-овқат маҳсулотлари билан ўзини-ўзи таъминлайди.

Бу мамлакатда 1970 йилдан бошлаб беш йиллик режалаштиришга ўтилган, ҳозирги даврда еттинчи беш йиллик режалари амалга оширилмоқда. Албатта бу режалар индикатив ҳарактерга эга.

Транспорт воситалари яхши ривожланган. Темир йўллари узунлиги 886 км., автомобиль йўллари узунлиги 74 минг км. Нефть махсус трубопроводлар орқали керакли жойларга етказилади. 23 та аэропорт мавжуд, 8 та денгиз портлари хизмат кўрсатади. Асосий денгиз портлари: Жидда, Рас-Таннура, Янбу. Мамлакат иқтисодиёти мўътадил ўсиш асосида ривожланмоқда. Давлат бюджетининг кирим қисми асосан нефть ҳисобига тўғри келади. ЯММ – 173,1 млрд. АҚШ доллар, жон бошига 9510 АҚШ доллар. ЯММ нинг 2,2%ни халқаро туризм тушумлари ташкил этади.

Саудия Арабистони узоқ вақтлар туячилик, финик хурмолар етиштириш, хажга боровчи мусулмонларга хизмат кўрсатишдан даромад қилар эди. Ҳозирги кунда унинг иқтисодиётини асосини нефть қазиб олиш ташкил этади: мамлакат экспортининг 95% ни нефть ташкил қилади.

Арабистонда ҳозирда ўта замонавий автомобиль йўллари, аэропортлар, Эл Жубайл ва Янбу сингари йирик саноат мажмуалари, обод шаҳарлар бунёд

этилган.

Сўнги йилларда Форс қўлтиғининг нефть қазиб олувчи мамлакатлари йирик имиграция районига айланган. Бу ерда араб ва ноараб мамлакатларидан келган 6 млн. чет эллик яшайди ва ишлайди. Уларнинг бу ерга иш ҳақининг юқорилиги жалб қилган. Чет элликлар Саудия Арабистонида иш билан банд барча аҳолининг ярмини ташкил этади. Улар қўли билан шаҳарлар ва йирик автомобиль йўллари қурилади, нефть қазиб олинади.

Саудия Арабистонида бутун дунё мусулмонларининг муқаддас шаҳри бўлмиш Маккага «Маккаи Мунавварага», бу ердаги Масжиди жоме ховлисида муқаддас Каъба жойлашган ва пайғамбаримиз жаноби Расулуллох Муҳаммад салаллоху алайҳи вассалам дафн этилган шаҳар – Мадинага «Мадинаи Мукаррама»га йилига 2 млн.га яқин мусулмонлар ҳажга боради. Бошқа динларга эътиқод қилувчиларнинг бу шаҳарларга кириши ман этилган.

Саудия Арабистони пойтахти – Ар-Риёд дунёдаги энг тадрижий ривожланаётган шаҳарлардан биридир. Унинг аҳолиси 1960 йил 160 минг киши бўлган бўлса, 2000 йилга келиб 2 млн. дан ошиб кетди. Вазирликлар, банклар, меҳмонхоналар одатда 7-8 қават бўлиб, ўзига хос нафис архитектураси билан ажралиб туради. Кўчалар чеккасига яшил ўсимликлар кўп экилган, саноат корхоналари эса шаҳар ташқарисида жойлашган.

Саудия Арабистонида асосан диний туризм ривожланган. ҳар йили Ўзбекистондан 4 мингдан ортиқ мусулмонлар ҳаж ва умра амалларини бажариш учун сафар қиладилар.

Яқин-Шарқ минтақасига қилинган хорижий ташрифларнинг 27,2%, халқаро туризм тушумларининг 28,9% Саудия Арабистони мамлакатига тўғри келади. 2002 йилда 2001 йилга нисбатан халқаро туризм ҳаракатларининг 12% га ўсганлиги кузатилган.

Саудия Арабистони мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаси кўрсатишича, жаҳон туристик ташрифларининг 1,07%и, Яқин Шарқ минтақасига қилинган ташрифларнинг 27,2%и Саудия Арабистони мамлакатига тўғри келади (7.3.1-жадвал).

7.3.1-жадвал

Саудия Арабистони мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили. (2002 йил).

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Яқин Шарқ минтақас и бўйича ташриф- лар	Саудия Арабис- тонига қилинган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Яқин Шарқ минтақас и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Яқин Шарқ бўйича умумий тушум	Саудия Арабис- тони мамлакат и туризм тушумлар и	Жаҳон тушумлар и бўйича улуши%	Яқин Шарқ минтақас и тушумлар и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш %
702,6	27,6	7,5	1,07	27,2	11,7	474,2	12,963	3,731	0,78	28,9	12,0

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Халқаро туризм тушумлари бўйича жаҳон туризм даромадларининг 0,78%и, Яқин Шарқ минтақаси тушумлари бўйича 28,9% ни ташкил қилган. 2001 йилга нисбатан 2002 йилда хорижий туристик ташрифлар 11,7% га, даромадлар миқдори 12,0% га ўсганлиги кузатилган.

2002 йилда ҳар бир хорижий ташриф 497 АҚШ долларни ташкил қилган. ҳар бир хорижий туристик ташрифлар кўрсаткичи жаҳон бўйича кўрсаткичдан 23,4% га паст, Яқин Шарқ минтақаси бўйича 5,7% га юқори бўлган. Таҳлил натижалари Саудия Арабистонида халқаро туризм яхши ривожланаётганлигидан далолат беради.

Саудия Арабистони Ўзбекистон Республикасини 1991 йил январда тан олган ва 1992 йилнинг 20 февралидан дипломатик муносабатлар ўрнатилган. Икки мамлакат ўртасида яхши сиёсий-иқтисодий ва маданий алоқалар мавжуд. Давлат элчихоналари фаол иш олиб бормоқда.

7.4. Бирлашган Араб Амирликлари мамлакати туризм иқтисоди

Бирлашган Араб Амирликлари (БАА) Форс ва Уммон кўрфази қирғоғида, Арабистон Ярим оролининг шарқий қисмида жойлашган федератив давлат. Бирлашган Араб Амирликлари 7 амирлик: Абу-Даби, Дубай, Шаржа, Ажман, Умм-Улхайтайп, Ал-Фужайра ва Раъс-ул-Хайма киради. ҳудуди 83.600 кв.км. атрофида. Аҳолиси 2,7 млн. Пойтахти – Абу-Даби. Йирик шаҳарлари: Дубай, Шаржа ва Раъё-ул-Хайма. Маҳаллий аҳоли барча аҳолининг фақат 25-30%ини ташкил қилади. Расмий маълумотлар эълон қилинмайди. БААда хизмат қилувчи ишчиларнинг 90% хорижликлардир. Бу ерда 600 минга яқин ҳинд ва покистонликлар яшайди. Эрон ва Араб мамлакатларидан 400 минг аҳоли истиқомат қиладилар. Шунингдек, 25 минг инглиз ва европаликлар ҳам яшайди. Араб тили расмий тил, инглиз тили кенг қўлланилади. Ислом дини давлат дини ҳисобланади. Миллий байрами – 2-декабр бўлиб, федерация вужудга келган кунга тўғри келади. ОПЕК аъзоси.

БАА – федерациядир. Унинг таркибига кирувчи ҳар бир амирлик

мутлақ монархия ҳисобланади ва катта мустақилликка эга. 1971 йилда қабул қилинган конституцияга асосан ҳокимиятнинг олий органи амирлик бошлиқларидан иборат Олий кенгаш сайланади. Улар ичидан 5 йилга мўлжаллаб президент сайланади. Мамлакатда сиёсий партия ва ташкилотлар фаолияти ман этилган. БАА тарихига назар ташлайдиган бўлсак XVIII-XIX асрлар бўсағасида бу ҳудудда араб қабилалари истиқомат қилганлар. Улар асосан чорвачилик ва балиқчилик билан, қисман савдо билан машғул бўлганлар. XIX асрдан бошлаб бу томонларга Буюк Британия фуқаролари кириб кела бошлади. Маҳаллий қабила бошлиқлари ва босқинчилар ўртасида 1820, 1843, 1853, 1892 йилларда бир неча бор шартномалар тузилган, уларда ажнабийларга катта имтиёзлар берилган. БААнинг ҳозирги ҳудуди 1853 йилда шартномали Уммон деб аталган ва аслида Буюк Британиянинг протекторати (ярим-мустамлака) бўлган, бу ҳолат XX асрнинг 60 йилларига қадар давом этиб келган. Буюк Британия ўз қўшинларини Форс кўрфазидан олиб чиқиб кетгач 1971 йилнинг 2-декабрида Бирлашган Араб Амирликлари ташкил этилган.

БАА иқтисодиёти нефть саноати ривожига асосланган, ўрганилган нефть захиралари 7 млрд. тонна бўлиб, асосан Абу-Даби амирлигига тўғри келади. Нефть ва газни олиш уни экспорт қилиш йўли билан халқ бойлиги яратилади. Шу йўл билан йилига 14,5 млрд. АҚШ доллари бойлик хазинага кириб келади. Бу ялпи ички маҳсулотнинг (ЯИМ) 43% ни (33,5 млрд. АҚШ доллар) ташкил қилади. ЯММ – 62,7 млрд. АҚШ доллар, жон бошига 22480 АҚШ доллари тенг.

БАА нинг иқтисодий ривожини хориж сармоялари билан чамбарчас боғланган. Шунини ҳисобга олиб 1985 йили Дубай амирлигида Жабал-Али ҳудудида эркин иқтисодий макон очилган, унда 55 давлат компаниялари ўз ваколатхоналарини очган. Федерал ва маҳаллий ҳокимият ташкилотлари мамлакат иқтисодиётига хориж инвестициялари кириб келишини қўллаб қувватлайдилар. Улар учун турли имтиёзлар мавжуд. Кўп корхоналарда хориж сармоялари 49% га тенг (демак давлатники 51%). Савдо соҳаси иқтисодиётда

катта ўрин эгаллайди, четга нефть, балиқ, хурмо, марварид экспорт қилади. Савдо шериклари Япония, АҚШ, Буюк Британия, Франция, Италия, Саудия Арабистони, кейинги йилларда бошқа араб мамлакатлари ҳам қўшилган.

БАА Ўрта Шарқдаги энг йирик молиявий марказ ҳисобланади. Мамлакатда фаолият кўрсатаётган 63 тижорат банкининг умумий депозити 40-45 млрд. доллар, хориж қуйилмалари, валюта захиралари 10 млрд. доллар, чет эл активлари 23 млрд. долларни ташкил этади. Банк соҳасида соф даромадларнинг ўсиш динамикаси 25% бўлиб, 2,5 млрд. доллар фойда кўрилади.

БААга биринчи навбатда, Дубай амирлиги орқали йилига 170 тонна олтин олиб ўтилади, унинг 40 тоннаси шу мамлакатда кўним топади. Бир йиллик савдо айланмаси 22,6 млрд. доллар атрофида. Бу мамлакатнинг ўзига хос хусусияти шундан иборатки, реэкспорт савдоси ҳам ривож топган, яъни импорт қилинган айрим маҳсулотлар бошқа давлатларга яна экспорт қилинади ва унинг ҳажми 3,3 млрд. долларни ташкил этади.

Бирлашган Араб Амирлигида ҳар бир маҳаллий аҳоли тўрт нафар хорижий ишчини ўз хизматига олиш ҳуқуқига эга Москва журналистларидан бири мамлакат пойтахти Абу-Дабини қуйидагича тавсифлаган эди «Омонликларнинг ранг-баранг ёпинчиғи, сикхларнинг тюрбанлари товланади. Бу ерда покистонликларни ҳам, корейсларни ҳам, малайзияликларни ҳам, араб мамлакатларидан келган муҳожирларни ҳам учратамиз. Дам олиш кунлари денгиз соҳили бўйлаб гўё бутун шарқ халқлари саф-саф бўлиб сайр қилаётгандек бўлиб туюлади». Туб жой аҳоли мамлакат аҳолисининг 1/6 қисмини ташкил этади. Бироқ улар - катта имтиёзга эга бўлган камчиликдан иборат.

Мамлакатда халқаро туризмга катта аҳамият берилган, асосан тижорат ва пляж туризми яхши ривожланган. Туризмни ривожлантириш учун мамлакатда барча имкониятлар ишга солинган, чунки ундан катта даромад тушади.

Мамлакатда ЯММни 2%идан ортиқроғини халқаро туризм даромадлари ташкил қилади. БААга йилига 5,5-6,0 млн.га яқин хорижий туристлар ташриф буюради.

2002 йилда мамлакатга 5,5 млн. хорижий туристлар ташрифлари кузатилган, 2001 йилга нисбатан 2002 йилда 31,7%га ўсиш кузатилган.

7.4.1-жадвал

**Бирлашган Араб Амирликлари халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили.
(2002 йил).**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Яқин Шарқ минтақас и бўйича ташриф- лар	Бирлашган Араб Амирлиг и- га қилинган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Яқин Шарқ минтақас и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Яқин Шарқ бўйича умумий тушум	Бирлашган Араб Амирлиг и туризм тушумлар и	Жаҳон тушумлар и бўйича улуши%	Яқин Шарқ минтақас и тушумлар и бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш %
702,6	27,6	5,445	0,77	19,7	31,7	474,2	12,963	1,328	0,28	10,2	24,8

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Бирлашган Араб Амирликлари мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаларини кўрсатишича, жаҳон бўйича туристик ташрифларнинг 0,77%и, яқин шарқ минтақаси мамлакатлари бўйича 19,7%и Бирлашган Араб Амирликлари мамлакатига тўғри келади. 2002 йилда 2001 йилга нисбатан хорижий туристик ташрифлар 31,7%га ўсганлиги кузатилади (7.4.1-жадвал).

Халқаро туризм тушимлари бўйича, жаҳон туризм тушимларининг 0,28%и, яқин шарқ минтақаси тушимларининг 10,2%и БАА мамлакатига тўғри келган. 2002 йилда 2001 йилга нисбатан 24,8%га ўсиш кузатилади.

Бирлашган Араб Амирликлари Ўзбекистон Республикасининг 1991 йилнинг 26 декабрида тан олган ва 1992 йилнинг 25 октябридан дипломатик муносабатлар ўрнатган.

Тошкент-Шаржа шаҳарлари ўртасида авиация алоқаси мавжуд.

7.5. Исроил мамлакати туризм иқтисоди

Осиёнинг жануби-ғарбий, Ўрта Ер денгизи атрофидаги яқин-шарқ давлати. Ҳудуди БМТ Бош Ассамблеясининг 1947 йил 181-резолуциясига асосланган ҳолда 20,770 кв.км. расмий тили - Иврит тили. Аҳолининг 82%иудаизм, 14% Ислом ва бошқа динларга эътиқод қиладилар.

1948-1949 йиллардаги Араб-Исроил уруши давомида 6,7 минг кв.км. 1967 йилдаги «Олти кунлик уруш» натижасида Иордан дарёсининг Ғарбий қирғоғи, Шарқий Қуддус Иерусалимдан 5,9 минг кв.км. Ғазо Секторидан 0,38 минг кв.км ва Сурияга қарашли Голанд баландлигидан 1,3 минг кв.км. ер босиб олинган ва ҳозиргача турли можороларга сабаб бўлмоқда. Халқаро тан олинган чегараларга эга эмас. Йирик шаҳарлари: Қуддус, Тель-Авив, Хайфа. БМТнинг 1947 йилдаги резолуциясига хилоф равишда 1950 йил қуддус Исроил давлатининг пойтахти деб эълон қилинди. Исроил парламентар республика. Маъмурий жиҳатдан 6 округга бўлинади. Умумий аҳолиси 5,5 млн. кишига яқин, шулардан яхудийлар 82%ни, араблар 16%ни бошқа миллат вакиллари

2%ни ташкил этади. Бу давлатнинг ҳозирги аҳолиси асосан муҳожирлар асосида кўпайди, дастлаб 600 минг аҳолиси бор эди холос.

Айниқса, Собиқ СССР ва ҳусусан Ўзбекистонда яшаган яҳудийлар ҳам ўз ватанларига қайтганлар. Исроил ўз парламентиغا эга. Аммо, ўз конституциясига эга эмас. Давлат бошлиғи президент бўлиб парламент (кнессет) томонидан 5 йилга сайланади. Ижрои ҳокимияти бош вазир томонидан олиб борилади.

Исроилнинг ташқи сиёсатида АҚШнинг роли ниҳоятда кучли, иккала давлат ўртасида «Стратегик иттифоқ» мавжуд, бу ҳужжат 1981 йили имзоланган. Бунга асосан АҚШ Исроилга йилига 3 млрд. долларлик иқтисодий ва ҳарбий ёрдам ажратади. Исроил ривожланган индустриал давлатдир. Ялпи ички маҳсулоти 65,7 млрд. долларга тенг, аҳолининг ўртача йиллик даромади 11 минг доллар атрофида.

Бу мамлакат иқтисодиёти учун ўзига хос нарса шуки, ҳарбий саноат хиссаси баланд ва чет эл сармояларига асосланиб ривожланиш етакчи ўринни эгаллайди. АҚШ ва Европа иттифоқи давлатларининг капитали ҳал қилувчи ҳисобланади. Иқтисодий мўътадиллаштириш режасига асосан давлат ҳаражатлари, шу жумладан, ижтимоий ҳимоя учун ажратилган маблағлар кескин камайтирилган, иш ҳақи ва баҳолар маълум тартибга солинди, оқибатда инфляция даражаси 14-18%га камайди. Ташқи қарзлар 18,4 млрд. долларга тенг. Ишсизлик бу мамлакатда анча юқори - 10,5%ни ташкил этади.

Саноатда аҳолининг 26%и, қишлоқ хўжалигида эса 11-12%и хизмат қилади. Сиёсий барқарорлик йўқлиги сабабли мудофага катта эътибор берилади ва бу соҳага ялпи ички маҳсулотнинг 25%и сарфланади. Иқтисодиётда саноат ЯИМнинг 30%ни, қишлоқ хўжалигида эса 10%ни ташкил этади. Саноатда мудофадан ташқари электроник медицина, алоқа воситалари, компьютерлар, умуман фан ривожига боғлиқ соҳалар тез ривожланмоқда. ЯИМ-70,1 млрд. доллар, жон бошига 13,880 доллар.

Мамлакатнинг ташқи савдо айланмаси 32,4 млрд. долларга тенг. Асосий

савдо шериклари АҚШ, Япония ва Ғарбий Европа мамлакатлари. Транспорт воситаларидан темир йўллар узунлиги 600 км, автомобиль йўллари - 4750 км. Асосий денгиз портлари: Ашдот, Хайфа. Бу мамлакатда олий таълим тизими ниҳоятда ривожланган, йирик Университетлари: Беер-Шеве, Қуддус, Тел-Авив ва Хайфада фаолият кўрсатади.

7.5.1-жадвал

**Исроил мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили.
(2002 йил).**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Яқин Шарқ минтақаси бўйича ташриф- лар	Исроил мамлака- тига қилинган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Яқин Шарқ минтақаси бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Яқин Шарқ бўйича умумий тушум	Исроил мамлакати туризм тушумлари	Жаҳон тушумлари бўйича улуши%	Яқин Шарқ минтақаси тушумлари бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш%
702,6	27,6	2,400	0,34	8,7	3,8	474,2	12,963	1,440	0,30	11,1	3,0

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Исроил мамлакатида халқаро туризм бошқа соҳалар каби жадал суръатларда ривожланмоқда. Туризм индустриясини ривожлантириш учун мамлакатда барча имкониятлар ишга солинган. Шунга қарамасдан сиёсий барқарорлик йўқлиги сабабли мамлакатга хорижий ташрифларнинг кўпайиши кузатилмаяпти. 2002 йилда Исроил мамлакатига 2,4 млн. хорижий туристик ташрифлар кузатилган, олдинги йилларга нисбатан ўсиш 3,8%ни ташкил қилган. ЯИМнинг 2,3%и, ЯММнинг 2,1%ини халқаро туризм тушимлари ташкил этади.

Исроил мамлакати туризм бозорини 50%га яқинини Яқин шарқ мамлакатлари, 3,1%ни Жанубий Осиё мамлакатлари, 18,4%ни Осиё ва Тинч океани мамлакатлари, 19%га яқинини Европа мамлакатлари, 2,5-3,0%ни Америка минтақаси мамлакатлари, 6,5-7,0%ни Африка мамлакатлари таъминлайди.

Исроил мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаларини кўрсатишича, жаҳон бўйича туристик ташрифларнинг 0,34%и, яқин шарқ минтақаси мамлакатлари бўйича 8,7%и Исроил мамлакатига тўғри келади. 2002 йилда 2001 йилга нисбатан хорижий туристик ташрифлар 3,8%га ўсганлиги кузатилади (7.5.1-жадвал).

Халқаро туризм тушимлари бўйича жаҳон туризм тушимларининг 0,30%и, яқин шарқ минтақаси туризм тушимларининг 11,1%и Исроил мамлакатига тўғри келган. 2002 йилда 2001 йилга нисбатан 3,0%га ўсиш кузатилган.

Ҳар бир хорижий ташриф 600 АҚШ долларни ташкил этган. Бу кўрсаткич, жаҳон бўйича кўрсаткичдан 12,5%га паст бўлган, яқин шарқ минтақаси бўйича 27,6%га юқори бўлган. Таҳлил натижаларини кўрсатишича халқаро туризм индустрияси Исроил мамлакатида яхши ривожланаётганлигидан далолат беради.

Исроил давлати мустақил Ўзбекистонни 1991 йилнинг 25 декабрида тан олган ва 1992 йилнинг 21 февралидан бошлаб дипломатик муносабатлар ўрнатилган.

Тошкент - Тел-Авив шаҳарлари ўртасида авиация алоқаси мавжуд. Иккала мамлакат ўртасида сиёсий, иқтисодий ва маданий алоқалар ўрнатилган.

Исроил мамлакатада 400 дан ортиқ номда матбуот нашри чоп этилади. Шулар ичида энг йириги «Мларф» рўзномаси 150-170 минг нусхада чоп этилади. «Гаарец» рўзномасининг тиражи 50 минг нусха бўлиб, иврит тилида чоп этилади. ҳозирги кунда муҳожирларнинг талабини қондириш учун рус тилида ҳам бир қанча рўзнома ва ойномалар чоп этилмоқда.

7.6. Бахрейн, Иордания, Ливан мамлакатлари халқаро туризм

фаолиятининг иқтисодий таҳлили

Бахрейн: Бахрейн мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаларини кўрсатишича, жаҳон бўйича туристик ташрифларнинг 0,45%и, яқин шарқ минтақаси мамлакатлари бўйича 13,6%и Бахрейн мамлакатига тўғри келади.

2002 йилда 2001 йилга нисбатан хорижий туристик ташрифлар 13,6%га ўсганлиги кузатилади.

Халқаро туризм тушимлари бўйича жаҳон туризм тушимларининг 0,43%и, яқин шарқ минтақаси мамлакатлари халқаро туризм тушимларининг 15,9%и, Бахрейн мамлакатига тўғри келган. 2002 йилда 2001 йилга нисбатан 9,9%га ўсиш кузатилган (7.6.1-жадвал).

Ҳар бир хорижий туристик ташриф 650 АҚШ долларни ташкил этган. Бу кўрсаткич жаҳон бўйича кўрсаткичдан 3,8%га паст бўлган, яқин шарқ минтақаси бўйича 38,3%га юқори бўлган. Таҳлил натижаларини кўрсатишича халқаро туризм индустрияси Бахрейн мамлакатада яхши ривожланганлигидан далолат беради.

Бахрейн мамлакати халқаро туризм бозорини 50,0%га яқинини Яқин шарқ мамлакатлари, 3,0%ни жанубий осий мамлакатлари, 18,0%ни Осиё ва тинч океани минтақаси мамлакатлари, 19,0%га яқинини Европа минтақаси мамлакатлари, 2,8%ни Америка минтақаси мамлакатлари, 6,7%ни Африка минтақаси мамлакатлари таъминлайди.

**Бахрейн мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили.
(2002 йил).**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф -лар	Яқин Шарқ минтақаси бўйича ташриф- лар	Бахрейн мамлака- тига қилинган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши %	Яқин Шарқ минтақаси бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши%	Жаҳон бўйича умумий тушум	Яқин Шарқ бўйича умумий тушум	Бахрейн мамлакати туризм тушумлари	Жаҳон тушумлари бўйича улуши%	Яқин Шарқ минтақаси тушумлари бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш%
702,6	27,6	3,167	0,45	11,5	13,6	474,2	12,963	2,058	0,43	15,9	9,9

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Охирги йилларда Африка, Европа ва Осиё ва Тинч океани мамлакатларининг ташрифлари бир мунча ўзгарганлиги кузатилади. Лекин Америка, Жанубий Осиё мамлакатларининг туристик ташрифлар сони камайганлиги кузатилади.

Иордания: Иордания мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаларини кўрсатишича, жаҳон бўйича халқаро туристик ташрифларнинг 0,23%и, Яқин шарқ минтақаси мамлакатлари бўйича 5,9%и Иордания мамлакатига тўғри келади.

2002 йилда 2001 йилга нисбатан хорижий туристик ташрифлар 9,8%га ўсганлиги кузатилади.

Халқаро туризм тушимлари бўйича жаҳон туризм тушимларининг 0,17%и, яқин шарқ минтақаси халқаро туризм тушимларининг 6,1%и Иордания мамлакатига тўғри келган. 2002 йилда 2001 йилга нисбатан 12,3%га ўсиш кузатилган (7.6.2-жадвал).

Ҳар бир хорижий туристик ташриф 485 АҚШ долларни ташкил этган. Бу кўрсаткич жаҳон бўйича кўрсаткичдан 28,1%га паст бўлган, яқин шарқ минтақаси бўйича 3,2%га юқори бўлган.

Форс кўрфазидаги сиёсий беқарорлик натижасида Иордания мамлакатига хорижий туристик ташрифлар сони, 40%гача қисқарганлиги кузатилади.

Ливан: Ливан мамлакати халқаро туризм ҳаракатларининг иқтисодий таҳлил натижаларини кўрсатишича, жаҳон бўйича халқаро туристик ташрифларнинг 0,14%и, Яқин шарқ минтақаси мамлакатлари бўйича 3,5%и Ливан мамлакатига тўғри келади.

2002 йилда 2001 йилга нисбатан хорижий туристик ташрифлар 14,2%га ўсганлиги кузатилади.

Халқаро туризм тушимлари бўйича жаҳон туризм тушимларининг 0,20%и, яқин шарқ минтақаси мамлакатлари халқаро туризм тушимларининг 7,4%и Ливан мамлакатига тўғри келган. 2002 йилда 2001 йилга нисбатан 14,2%га ўсиш кузатилган (7.6.3-жадвал).

Ҳар бир хорижий туристик ташриф 1000 АҚШ долларни ташкил этган. Бу кўрсаткич, жаҳон бўйича кўрсаткичдан 49,3%га, яқин шарқ минтақаси бўйича 112,7%га юқори бўлган.

Ливан мамлакати халқаро туризм бозорини асосан Миср, Иордания, АҚШ, Германия, Буюк Британия, Франция мамлакатлари таъминлайди.

7.6.2-жадвал

**Иордания мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили.
(2002 йил).**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Яқин Шарқ минтақаси бўйича ташриф- лар	Иордания мамлака- тига қилинган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Яқин Шарқ минтақаси бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Яқин Шарқ бўйича умумий тушум	Иордания мамлакати туризм тушумлари	Жаҳон тушумлари бўйича улуши%	Яқин Шарқ минтақаси тушумлари бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш%
702,6	27,6	1,622	0,23	5,9	9,8	474,2	12,963	0,786	0,17	6,1	12,3

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

7.6.3-жадвал

**Ливан мамлакати халқаро туризм фаолиятининг иқтисодий таҳлили.
(2002 йил).**

Халқаро туристик ташрифлар (млн. киши)						Халқаро туризм тушумлари (млрд. АҚШ доллари)					
Жаҳон бўйича ташриф- лар	Яқин Шарқ минтақаси бўйича ташрифлар	Ливан мамлака- тига қилинган ташриф- лар	Жаҳон бўйича улуши%	Яқин Шарқ минтақаси бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариши %	Жаҳон бўйича умумий тушум	Яқин Шарқ бўйича умумий тушум	Ливан мамлакати туризм тушумлари	Жаҳон тушумлари бўйича улуши%	Яқин Шарқ минтақаси тушумлари бўйича улуши%	2002 йилда 2001 йилга нисбатан ўзгариш%
702,6	27,6	0,956	0,14	3,5	14,2	474,2	12,963	0,956	0,20	7,4	14,2

МАНБА: Бутун жаҳон туризм ташкилоти.

Қисқача хулосалар

Яқин шарқ минтақасининг асосий туризм марказлари бўлиб, Миср, Саудия Арабистони, Бирлашган Араб Амирликлари, Иордания, Қувайт, Ливан, Омон, Қатар, Сурия, Яман ва Исроил мамлакатлари ҳисобланади.

Яқин шарқ минтақасида халқаро туризм ташрифларининг 65-70%и Саудия Арабистони, БАА ва Миср мамлакатига тўғри келади. Халқаро туризм тушимларининг эса 70-75%и ушбу мамлакатларга тўғри келади.

Яқин шарқ минтақаси халқаро туризм бозорини таъминловчи асосий мамлакатлар Миср, Саудия Арабистони, Иордания, АҚШ, Германия, Буюк Британия, Франция мамлакатлари ҳамда Ғарбий Осиё ва Тинч океани минтақаси мамлакатлари ҳисобланади.

Яқин шарқ минтақасидаги сиёсий беқарорлик натижасида, доимий равишда халқаро туризм ҳаракатларида тебранишлар кузатилмоқда. Форс қўлтиғидаги сиёсий вазият нафақат Ироқ мамлакатини, Саудия Арабистон ҳамда Иордания ва Миср мамлакатларига қилинадиган хорижий ташрифларни қисқаришига олиб келди.

Кейинги йилларда ҳам бутун давр мобайнида Форс кўрфазини ўз ичига олган Яқин шарқ асосий «Оловли нуқта» бўлиб келмоқда. Бу ер сайёрамизнинг турли маданият ва динлар жуда мураккаб ҳолда ёнма-ён шаклланган асосий зиддиятлар тугини бўлиб келмоқда. Бу ерда фақат Араб мамлакатлари билан Исроилнигина эмас, балки бошқа кўплаб дўлатларнинг ҳам манфаатлари ўзаро тўқнашган.

Назорат ва муҳокама учун саволлар

1. Яқин шарқ минтақаси асосий туризм марказларини ўзига хос хусусиятларини тушинтириб беринг.
2. Яқин шарқ минтақаси туризм бозорини таъминловчи асосий мамлакатлар?
3. Яқин шарқ минтақасига хорижий ташрифларнинг пасайиш сабабларини тушинтириб беринг.
4. Яқин шарқда халқаро туризм асосан қайси мамлакатларда ривожланган?

5. Яқин шарқда қайси мамлакат халқаро туризмнинг асосий марказларидан бири бўлиб ҳисобланади?
6. Жаҳон туризм ташрифларининг неча фоизи яқин шарқ минтақасига тўғри келади?
7. Яқин шарқ минтақасига қилинган ташрифларнинг неча фоизи Миср мамлакатига тўғри келади?
8. Жаҳон халқаро туризм тушимларининг неча фоизи Саудия Арабистонига тўғри келади?
9. Яқин шарқдаги қайси мамлакат қадимий маданият ва бой тарихга эга?
10. Яқин шарқ минтақасида нима учун халқаро туризм ҳаракатларида доимий равишда тебранишлар кузатилган?
11. Миср мамлакати нечанчи йилдан бошлаб мустақил тараққиёт йўлига ўтди?
12. Миср Араб республикаси нечанчи йилда вужудга келган?
13. Мисрнинг хорижий мамлакатлар билан иқтисодий алоқалари қандай йўлга қўйилган?
14. Мисрда ЯММни неча фоизи туризм соҳасига тўғри келади?
15. Миср халқаро туризм бозорини асосан қайси мамлакатлар таъминлайди?
16. Саудия Арабистонида асосан туризмнинг қайси тури ривожланган?
17. БААда хизмат соҳалари ходимларининг неча фоизини хорижликлар ташкил этади?
18. БААни иқтисодий ривожланишида қайси соҳа катта ўринни эгаллайди?
19. Исроилнинг ташқи сиёсатида қайси мамлакатнинг роли ниҳоятда кучли?
20. Иордания мамлакати халқаро туризм ҳаракатларини иқтисодий таҳлил натижаларини тушинтириб беринг.

Асосий адабиётлар

- Р.А.Папирян. «Международные экономические отношения». Экономика туризма. М., «Финансы и статистика», 2004. 56-60 бетлар.
- А.Ю.Александрова. «Международные туризм». М., «Аспект пресс», 2004. 34-87, 184-185, 216-217 бетлар.

А.Б.Здоров. «Экономика туризма». М., «Финансы и статистика», 2004. 212-219, 241-247 бетлар.

Е.Е.Филипповский, Л.В.Шмарова. «Экономика и организация гостиничного хозяйства». М., «Финансы и статистика», 2005. 31-34, 57-66, 109-123 бетлар.

Е.Н.Ильина. Туроперейтинг: стратегия и финансы. М., «Финансы и статистика», 2004. 160-163 бетлар.

В.С.Янкевич, Н.Л.Безрукова. «Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме». М., «Финансы и статистика», 2003. 131-146 бетлар.

Интернет сайтлар

www/world-tourism.org - Всемирная туристская организация.

www.wttc.org - Всемирный Совет по путешествиям и туризму.

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

www.ekonomtour.ru - экономические туры.

www.e-tours.ru - деловые туры, выставки, конференции.

www.mrwolf.ru - дисконтные карты для туристов.

www.roughguides.com - Электронный путеводитель.

www.travel-library.com - Электронная библиотека путешествий.

Глоссарий

Референдум - халқ сўрови.

Протекторат - ярим мустамлака.

БАР - Бирлашган Араб республикаси.

Императив - мажбурий.

Индикатив - ихтиёрий.

Реэкспорт - импорт қилинган товарларни қайтадан экспорт қилиш.

Сикхларнинг - тюрбанлари - ўзига хос араб либослари.

ОПЕК - нефть экспорт қилувчи мамлакатлар ташкилоти.

Кнессет - парламент.

Беер-Шеве - йирик яхудий университети.

Мларф - «Шамол» исроил мамлакатада чоп этиладиган рўзноманинг номи.

Гаарец - мамлакат.

5-БЎЛИМ.

МАРКАЗИЙ ОСИЁ МИНТАҚАСИДА ХАЛҚАРО ТУРИЗМНИНГ РИВОЖЛАНИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ

XXI асда туризм сиёсати, инсоният учун тинчлик ҳамда осойишталик рамзи сифатида давлатлараро 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 устивор сиёсатдир.

Бу бўлимда Евро Осиё минтақасида туризмнинг ривожланиш истиқболлари, халқаро туризмни такомиллаштириш йўллари, хусусан Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожланишига таъсир этувчи омиллар. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантириш сиёсати: стратегик имкониятлари. «Ўзбектуризм» Миллий Компаниясида ҳозирги кунда халқаро туризмни ривожлантириш бўйича амалга ошираётган чора-тадбирлари. Ўзбекистоннинг тарихий-меъморий обидалари ва уларни халқаро туризмни ривожланишидаги аҳамияти. Ўзбекистонда туризм иқтисодиётини ислоҳ қилишга ва миллий тараққиёт моделини мукамаллаштиришга яратилган шарт-шароитлар, туристик имкониятларни маҳсулот сифатида ишлаб чиқишининг ўзига хос усул ва услублари, ҳозирги кунда халқаро туризмни барқарор ривожланиш стратегиясини белгиловчи энг долзарб муаммолар.

Бу бўлим Бутун жаҳон саёҳат ва туризм кенгаши WTTC томонидан 2020 йилгача қилинган башоратларни ёритиш билан яқунланади.

VIII боб. МАРКАЗИЙ ОСИЁ МИНТАҚАСИДА ТУРИЗМНИНГ РИВОЖЛАНИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ

8.1. Марказий Осиёда халқаро туризмнинг такомиллаштириш йўллари

Евроосиё минтақасида туристлар учун янги туризм маркази ҳисобланган Ўзбекистон келажакда халқаро ва ички туризмни риволантириш борасида қулай стратегик имкониятга эгадир. Бой табиий хом ашё имкониятлари, еркин меҳнат ресурсларининг мавжудлиги, сиёсий барқарорлик ва мавжуд халқаро хаво йўллари, шунингдек алоқа ва коммуникация тармоғи туризмнинг барча турларини ривожлантириш учун кенг имкон яратади. Шунингдек, табиий иқлим шароити эса туристларни йил бўйи қабул қилиш имкониятини яратади.

Мамлакатимиз ўз мустақиллигини қўлга киритгандан сўнг туризм индустрияси қайтадан барпо этилди. ҳозирги кунга келиб туризм индустрияси ва уни риволантиришга қаратилган бир неча ҳукумат қарорлари ва фармонлар қабул қилинди. Айниқса, 1999-йил 15-апрельда қабул қилинган «2005-йилгача бўлган давр мобайнида Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш давлат дастури тўғрисида»ги Президент фармони туризм соҳаси вакиллари учун кўпгина имтиёз ва қулайликлар яратиб берди. Давлатимиз томонидан қабул қилинган бу фармон туризм соҳасининг ривожланиш стратегиясини белгилаб беради. Ҳозирги кунда Дастур бўйича кўпгина ишлар бошлаб юборилган, жумладан Урганч шаҳрида жойлашган «Хоразм» меҳмонхонасида «Узолмон хотелз» қўшма корхонаси томонидан таъмирлаш ва қайта қуриш ишлари тугатилди ва меҳмонхона иш фаолиятини бошлади. Бу каби ишлар Самарқанд, Бухоро ва Фарғона вилоятларида ҳам давом этмоқда. Хорижий меҳмонларни қабул қилувчи хусусий меҳмонхоналар сони кўпаймоқда. Сайёҳлик фаолияти билан шуғулланувчи фирмалар сони ҳозирги кунда 500 тага етди ва келажакда бу кўрсаткич янада кўпаяди. Бу эса соҳа ривожланишини назорат ва таҳлил қилиш фаолиятларини мураккаблаштиради.

Миллий туризм индустриямизнинг ташкил топганига 10 йилдан ошди.

Мамлакатимиз ўз мустақиллигини кўлга киритгандан сўнг бозор муносабатларига асосланган иқтисодий шарт-шароитларни вужудга келтирди. Бозор муносабатларига ўтиб янгича иш юритиш фаолиятларини биринчилар қаторида жорий қилган соҳа бу – туризм соҳасидир. Шунга қарамасдан, бу соҳада кўпгина муаммолар ҳалигача ўз ечимини топмаган.

Бутун жаҳон туризм ташкилотининг кўрсаткичларига кўра, 1999 – йилда чет элларга уюштирилган жами туристик саёҳатлар сони 625 миллиондан ошган бўлиб, бунда дунё бўйича 455,5 миллиард доллар даромад олинган. Марказий Осиё давлатларига ушбу йиғиндининг 2 фоизидан ортиқроғи, яъни 9,7 миллиард доллар маблағ тўғри келган. 2000 – йилда халқаро туристлар сони 677 миллиондан ошган бўлиб, бундан дунё бўйича 473,4 миллиард доллар даромад олинган. 2001 – йилда дунёга чет эл туристларининг аксарият қисмини етказиб берувчи давлатлар бўлган АҚШ, Германия ва Японияда юзага келган иқтисодий танглик ва 11 – сентябрь воқеалари таъсирида чет элга чиқувчи туристлар сони 1,3% га камайган. Шундай бўлсада, мазкур йилда Ўзбекистонга 232,6 минг чет эллик меҳмонлар ташриф буюришиб, бундан 22 миллион 215 минг доллардан ортиқроқ даромад олинган. Бутун жаҳон туристик ташкилоти мутахассисларнинг тахминларига кўра, 2010 – йилга келиб халқаро туристлар сони 1 миллиард кишидан ошиб кетади, 2020 – йилга келиб эса уларнинг миқдори 1,6 миллиардга етади.

Халқаро туризмнинг ривожланиши ҳақидаги статистик маълумотлар шуни кўрсатадики, кейинги йилларда жаҳон хўжалигида туризм соҳасидан олинган фойданинг умумий ҳажми нефт ва газ ишлаб чиқариш соҳалари билан рақобатлашмоқда. Қатор чет эл давлатларида туризм соҳаси тушуми ялпи миллий маҳсулотнинг 15 – 35%ини ташкил қилади. Аҳолини иш билан таъминлаш борасида ҳам бу соҳанинг аҳамияти катта. Жаҳонда 100 млн. дан ортиқ киши туризм соҳасига оид бўлган иш билан таъминланган. Туризм ривожланиши фақатгина пул маблағлари оқими кўринишидаги соҳа эмас, балки давлатнинг бошқа соҳалари – халқ хўжалиги, қурилиш, савдо, қишлоқ

хўжалиги, халқ истеъмоли моллари ишлаб чиқариш, алоқа, транспорт каби соҳаларнинг ҳам ривожланишига тurtки бўлади. Туризмни ривожланиши замонавий меҳмонхоналар, ресторанлар, дўконлар, йўллар, оромгоҳлар қурилиши, шаҳарлар ободонлаштирилиши, тарихий ёдгорликларнинг қайта таъмирланиши ва атроф – муҳитни асраш борасида катта аҳамиятга эга. Бу омилларнинг барчаси эса давлатнинг иқтисодий, сиёсий, ижтимоий юксалишига ва жаҳоннинг ривожланган мамлакатлари қаторидан жой эгаллашига ёрдам беради.

Юртимиз туристларга истаган хизмат турини кўрсатиш имкониятига эга. Ўзбекистон туристик имкониятининг 33%ини архитектура ёдгорликлари ташкил қилади. Самарқанд, Бухоро, Хива каби шаҳарларимиз очиқ осмон остидаги ўзига хос музейлар ҳисобланади. Улар юртимизнинг кўп асрлик тарихини ўз ичига қамраб олган. ҳозирги кунгача сақланиб қолинган ўлкамизга оид ёдгорликлар Миср, Ҳиндистон, Қадимги Греция ва Рим ёдгорликларига тенглаша олади. Буюк Ипак йўлининг шох томири ҳам юртимиздан ўтганлиги бежиз эмас, албатта.

Сўнгги йилларда Ўзбекистон Республикаси ҳукумати туризм соҳасининг ривожланишига катта аҳамият бермоқда. Республика Президенти томонидан 1999 – йил 15 – апрелда имзоланган “2005 – йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш Давлат дастури тўғрисида”ги Фармони бунга яққол далилдир. Фармоннинг асосий мақсади миллатлараро алоқаларни кенгайтириш, халқаро туристик бозорга интеграция қилиш, Ўзбекистоннинг маданий – тарихий ва маънавий меросини тарғибот қилиш ва шу билан бирга туристларга хизмат кўрсатиш сифатини жаҳон стандартлари даражасига олиб чиқишдир. Бу мақсадларни амалга ошириш “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси ва унинг минтақавий бўлинмалари ва ташкилотлари зиммасига юклатилган. “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси Ўзбекистон Республикасининг экспорт имкониятларини кенгайтириш ва республикада туризм инфратузилмасини кенгайтириш мақсадида маълум чора – тадбирлани

амалга оширмоқда.

2000 йилда Республиканинг ижтимоий–иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва иқтисодий ислохотларнинг боришини баҳолаш ҳамда 2001 йилда ислохотларни чуқурлаштиришнинг асосий йўналишларига бағишланган Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси мажлисининг баёнотини бажариш бўйича аниқ чора – тадбирлар ишлаб чиқилган, шунингдек, хусусийлаштириш билан боғлиқ бўлган барча масалаларни пухта ишлаб чиқиш ва хорижий инвесторларни жалб қилиш бўйича бир қатор ишлар олиб борилган.

Масалан, Ўзбекистон Республикаси ҳукумати туризм соҳасидаги тадбиркорликни ҳар томонлама қўллаб – қувватламоқдаю туризм соҳасига чет эл инвестицияларини жалб қилишга жиддий аҳамият берилаётганлиги бунга мисол бўла олади. Чет эл инвесторларига бериладиган имтиёзлар Ўзбекистон Республикаси “Солиқ ҳақида”ги қонунида батафсил кўрсатиб ўтилган. Давлат аҳамиятига эга бўлган кўпгина инвестициялар ҳукумат томонидан кафолатланади. Тошкент, Самарқанд, Бухоро, Хивада ташкил этилган янги туристик ташкилотлар 3 йил муддатга солиқдан озод этилган.

Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг иккинчи чақириқ Олий Мажлис VI сессиясидаги маърузасидан келиб чиқадиган биринчи навбатдаги вазифалар тўғрисидаги баёнотини бажариш бўйича “Ўзбектуризм” Миллий Компаниясида амалий чора–тадбирлар ишлаб чиқилди. Экспорт истиқболлари ва мўлжалланган инвестиция лойиҳалари энг аввало хорижий инвестициялар ҳисобига амалга ошириладиган лойиҳа бўйича бажарилиши, корхоналарни хусусийлаштириш, кенг қўллаб–қувватлаш, давлат мулкани самарали бошқариш ва ишончли бошқарувчиларни танлаш бўйича қатор ишлар қилинди. Жумладан, “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси томонидан инвестиция дастурига 3 та инвестиция лойиҳаси киритилди.

Самарқанд шаҳрида “Президент” меҳмонхонасини қуриш ва Урганч шаҳридаги “Хоразм” меҳмонхонасини тубдан таъмирлаш масалалари юзасидан

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1999 – йил 31 – декабр “ЎЗОЛМОН-ХОТЕЛЗ” ўзбек – олмония қўшма корхонасини тузиш ҳақида”ги 549 – сонли қарори қабул қилинган эди. ҳозирги кунга келиб Самарқанд шаҳридаги “Президент” меҳмонхонаси фойдаланишга топширилди.

Урганч шаҳридаги “Хоразм” меҳмонхонаси бўйича лойиҳа ишлари 90% га бажарилган. Иншоотнинг мустаҳкамлаш лойиҳаси ишлаб чиқилиб, пудратчи томонидан демонтаж ишлари бажарилди, ускуналар график бўйича келтирилмоқда. Мазкур лойиҳа бўйича 2,4 млн Евро ўзлаштирилди.

“Отел Ўзбекистон” қўшма корхонасида таъмирлаш ишлари якунланди. Меҳмонхонанинг фасади, холлари ва қишки боғининг таъмирлаш ишлари ҳам якунланди.

Бундан ташқари 2000 – йил 26 – июнда янги тузилган “ЎзтурХива” қўшма корхонасининг таъсис ҳужжатлари имзоланди. Бунда Ўзбекистон томонидан Тошкент ва Хоразм вилоятларининг ҳокимлари ва “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси, чет эл ҳамкори сифатида Франциянинг “Buing Batiman” компанияси Ўзбекистон иқтисодиётига бевосита 1,8 млн. АҚШ доллари миқдорида сармоя киритиш билан иштирок этди. Техник – иқтисодий асос ишлаб чиқилди, манфаатдор вазирликлар ва идоралар билан келишилди ва Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2000 йил 13 декабр 686–Ф–сонли фармойиши билан тасдиқланди. ҳозирги кунда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг тегишли қарори лойиҳаси ишлаб чиқилмоқда. Қўшма корхонанинг низом сармоясини шакллантириш мақсадида банк тизимида валюта ва сўм ҳисоб рақамлари очилди.

2001 – йил 24 - апрелдаги Вазирлар Маҳкамасининг 181 – сонли “Олмония билан иқтисодий алоқаларни чуқурлаштириш чоралари ҳақида”ги қарорини бажариш мақсадида “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси мутахассислари томонидан Бухородаги “Бухоро” меҳмонхонасини таъмирлаш лойиҳалари кўриб чиқилди ва ҳозирги кунда техник – иқтисодий асос ишлаб чиқилди. Лойиҳа Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасига тасдиқлаш

учун киритилди.

Шунингдек, “Ўзбектуризм” миллий Компанияси томонидан Ўзбекистон Республикаси инвестиция дастурини амалга ошириш мақсадида “Чорсу” меҳмонхонасини таъмирлаш ва янгилаш бўйича техник – иқтисодий асос ишлаб чиқилди, манфаатдор вазирликлар ва идоралар билан келишилди ва Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2001 – йил 3 – январ ф – 4 фармойиши билан тасдиқланди. “Чорсу” меҳмонхонасини таъмирлаш бўйича Туркиянинг “Emsash” компанияси билан қўшма корхона шартномаси имзоланди ва ҳозирда таъмирлаш ишлари бошлаб юборилган. Ушбу лойиҳага мувофиқ республикага инвестиция сифатида келувчи чет эллик ҳамкор улуши 7,5 млн. АҚШ долларини ташкил этади. Ўзбекистон Республикаси раҳбарияти томонидан 2001 йил 3 майдаги 3585 – сонли топшириғига асосан 1 – даражали Ўзбекистон Миллий банки ва Туркиянинг “Тур Эксим банки” ўртасидаги кредит ажратиш масалалари Туркия ҳукумати томонидан кўриб чиқилди. Шунингдек, раҳбарият тавсияси билан Туркиянинг “ALARKO ALSIM” фирмаси билан алтернатив бўйича шу лойиҳага тегишли ишлар олиб борилмоқда.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2001 йил 16 мартдаги 131–сонли қарори ва “Ўзбектуризм” Миллий компанияси бошқарувининг 2001 йил 2 мартдаги 13–сонли қарорига мувофиқ меҳмонхоналарда сервис хизматини яхшилаш, туризм соҳасига оид кадрларни тайёрлаш ва кўрсатилаётган хизматлар сифатини халқаро стандартлар даражасига олиб чиқиш мақсадида “Афросиёб” (Самарқанд), “Бухоро” (Бухоро) меҳмонхоналари 2001 йил 1 майдан Германиянинг “INPRO Hotels” компанияси тасарруфига ўтказилди. Ҳозирги кунда ушбу меҳмонхоналар “Афросиёб Палас” ва “Бухоро Палас” деб юритилмоқда.

Корхоналарни ижтимоий инфратузилма объектларини сақлаш билан боғлиқ ҳаражатлардан озод қилиш мақсадида “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси Бухоро шаҳридаги “Варахша” ташқи иқтисодий туристик ишлаб

чиқариш мажмуасини Давлатга қарашли объектларни давлат тасарруфидан чиқариш ва хусусийлаштиришнинг 2001 йилга мўлжалланган дастурига киритди. Мазкур дастурга биноан мажмуани 2001 йилда масъулияти чекланган жамиятга айлантириш мақсадида “Варахша” меҳмонхонаси инвентаризация қилиниб, Давлат Мулк қўмитасига тегишли ҳужжатлар топширилди.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2001 – йил 9 мартдаги 119 – сонли Қарорига асосан ҳиссадорлик жамиятларининг жамоа улушини 10% га камайтириш ва уни эркин савдога қўйиш бўйича тегишли чора – тадбирлар ўтказилди. Давлат Мулк қўмитасининг 2001 – йил 12 – декабрдаги буйруғига асосан “Варахша” ташқи иқтисодий туристик ишлаб чиқариш мажмуасини “Ledeks” фирмаси (Россия) 135 млн сўмга (ҳозирги 75 фоизини) сотиб олди. Шу қаторнинг 4 – иловасига киритилган “Қорақалпоқтуризм”, “Намангансайёҳ”, “Кўксарой” ҳиссадорлик жамиятларининг давлат улуши баҳоланиб, Давлат Мулк қўмитаси томонидан белгиланган тартибда сотилди.

“Ўзбектуризм” Миллий Компанияси таркибида 3 та қўшма корхона мавжуд. Мазкур қўшма корхоналарнинг 2002-йил 9 ойлик иш якуни бўйича кўрсатган иш ва хизматлар ҳажми 586,6 млн. сўмни ёки бу Миллий Компания томонидан кўрсатилган хизматлар, ишлар ҳажмининг 7,6%ини ташкил этади. Ушбу қўшма корхоналарнинг экспорт ҳажми 1676,5 минг АҚШ долларини ёки 8,1%ни ташкил этади.

Бундан Миллий Компания томонидан олиб борилаётган халқаро фаолият Республикаимизнинг туристик имкониятларини хорижий давлатларга танитиш, Ўзбекистоннинг жаҳонга кенг танилиши ва туризм борасида ривожланган давлатлар қаторидан ўз ўрнини эгаллашини таъминлашдан иборат эканлиги намоён бўлади. “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси томонидан халқаро туризм бозорига интеграциялашувни янада тезлаштириш мақсадида бир қатор халқаро муносабатлар ривожлантирилмоқда.

Австрия, Германия туристик ташкилотлари ва компаниялари билан музокаралар олиб бориш натижасида икки томонлама туризм соҳасидаги

ҳамкорлик ҳужжатлари имзоланди. “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси Бутунжаҳон туристик ташкилотининг Сеулда ўтказилган 14-Бош Ассамблеясида иштирок этди. Бутунжаҳон туристик ташкилоти ва ЮНЕСКО ҳомийлигида “Буюк Ипак йўли” лойҳаси бўйича туризмни қўллаб-қувватловчи халқаро инвестиция жамғармасини очиш масаласи муҳокама қилинди. МДХ делегациялари ушбу жамғармани айнан Ўзбекистонда очишни қўллаб-қувватладилар ва бу масала Бош Ассамблея қарорларига киритилди. Мазкур масала ЮНЕСКО вакиллари ҳамда Марказий Осишдаги лойиҳаларни мувофиқлаштирувчилар билан муҳокама қилинди.

Шуни алоҳида таъкидлаш жоизки, “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси билан Америка Қўшма Штатларининг савдо ва тараққиёт бўйича агентлиги ўртасида ўзаро аҳдлашув тўғрисида меморандум имзоланди. Туризм соҳасига инвестицияларни жалб қилиш масалалари кўриб чиқилди. Миллий Компания ўз фаолияти давомида хорижий давлатларда бўлиб ўташган туристик кўرғазма ва биржаларда фаол иштирок этиб келмоқда.

Жумладан, Япония, Германия, Италия, Англия, Франция ва бошқа мамлакатларда бўлиб ўташган туристик кўрғазмаларда Ўзбекистоннинг туристик имкониятларини кенг очиб бермоқда. Иштирок этган делегациянинг асосий мақсади, Ўзбекистонни бой тарих ва маданиятга, ношб туристик имкониятга эга бўлган мустақил давлат сифатида дунёга танитиш ҳамда хорижий туристлар оқимини кўпайтиришдир. Кўрғазма иш кунларида “Ўзбекистонда туризм кунлари”нинг ўтказилиши, Ўзбекистоннинг туристик имкониятлари экспозицияси, стендлар, республика ҳақидаги видео роликлар намойиши, ўзбек гуруҳларининг концертлари, миллий таомлар тақдимотининг ўтказилиши чет элликларда катта қизиқиш уйғотди.

Олиб борилашган бундай тадбирлар натижасида Республикамизга келашган хорижий туристларнинг сони йил сайин ортиб бормоқда. Фақатгина 2001-йилда Афғонистондаги антитеррористик хатти-ҳаракатлар натижасида ўлкамизга келувчи туристларнинг сони қисқарди, бироқ бу ҳол 2002-йилда

бартараф этилди. Шунингдек, 2003 –йил май ойида Тошкентда Европа тикланиш ва тараққиёт банкининг йиллик йиғилиши ўтказилиши натижасида чет эллик туристларнинг мамлакатимизга бўлган қизиқишлари бундан ҳам ортиб кетди.

Ҳозирги вақтда “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси томонидан қуйидаги йўналишлар бўйича тадқиқотлар ўтказилмоқда:

- давлат ва хусусий туристик агентликларнинг маркетинг стратегияси;
- хусусий туристик компанияларда ҳозирги вазият;
- туризм инфратузилмаси;
- туризм учун ходимлар тайёрлашни кучайтириш соҳасидаги сиёсат;
- маҳаллий аҳоли билан туризм соҳасидаги ходимларнинг ўзаро муносабатлари (нодавлат ташкилотларининг кўнгилли фаолияти).

8.2. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожланиш истиқболлари

Ўзбекистон Республикаси Президенти томонидан 1999 йил 15-апрелда имзоланган “2005-йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш Давлат дастури тўғриси”даги Фармони босқичма-босқич амалга ошириш ташкил қилинган.

Америка Қўшма Штатларининг “Platinum Partners Ltd” компанияси билан қўшма корхоналар тузиш ва қурилиш лойиҳаларини амалга ошириш, шунингдек, интернет тармоғи бўйича тўғридан –тўғри уланадиган, янги хорижий ҳамкорлар топиш имкониятини яратадиган “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси Веб-портларини вужудга келтириш борасида музокаралар ўтказилмоқда. Шунингдек, инглиз, немис, француз ва япон тилларидаги ахборот услубий маълумотномалар нашр қилинмоқда.

Туристлар оқимини кўпайтириш, Ўзбекистон Республикасида туризмни ривожлантиришга кўмаклашадиган барқарор вазият борасида ишончли ахборотлар тарқатиш мақсадида “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси делегацияси турли йирик туристик кўرғазмаларда иштирок этиб келаяпти.

Бундан ташқари, делегация Лондондаги WTM – 2001, Берлиндаги ITB – 2002 ва Токиодаги JATA – 2002 кўргазмаларида “Ўзбекистон туризми кунлари”ни ўтказдилар. Шунингдек, Миландаги BIT – 2002 халқаро туризм кўргазмасида иштирок этиб, юртимиз обрўсини оширди. Жумладан, “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси Австриянинг “Anabasis” давлат туристик компанияси ўртасида ҳар йили ўтказиладиган Берлиндаги туристик ярмаркада биргалашиб қатнашиши ҳақида шартнома тузди.

Туризмнинг ихтисослашган турлари билан қизиқувчи туристлар сони кундан кунга ошиб бормоқда. Улар учун саёҳат йўналишлари ишлаб чиқилган. Маълумотномалар тайёрланиб, нашр этилган. Археологик объектларга саёҳат йўналишларини тузиш ва Сорос жамғармаси лойиҳаси бўйича Геодезия Институтини билан ҳамкорликда бир қатор ишлар олиб борилмоқда.

Энг аввало шуни таъкидлаш лозимки, халқаро миқёсда муваффақиятли тарзда олиб борилаётган бундай тадбирлардан ташқари Ўзбекистоннинг ўзида туризм ривожланишини қўллаб-қувватловчи бир қатор чора-тадбирлар хусусида ҳам тўхталиб ўтиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Мутахассислар фикрича, Ўзбекистонда туризм ўсиши йилига 7 фоизни ташкил қилмоқда. 1998 йилда Ўзбекистонда 731,2 минг кишига хизмат кўрсатилган, бу эса 1995 йилдагига нисбатан 2,5 баробар кўпдир. 2000 йилда эса 770,2 минг кишига хизмат кўрсатилган, улардан 278,0 минг киши чет эллик туристлардир. Валюта тушуми 2000 йилда 27 миллион 285 минг АҚШ долларини ташкил қилган. Демак, валюта тушумларини кўпайтириш учун туризмнинг ролини кучайтириш керак. Бунинг учун эса бир қатор маркетинг тадбирларини амалга ошириш, туристларга кўрсатиладиган қўшимча хизматлар турини кўпайтириш керак. Бу ўз навбатида янги иш жойларининг яратилиши демакдир. Асосий хизматлар ўз ичига жойлаштириш, овқатлантириш, транспорт хизматлари кабиларни қамраб олади. Қўшимча хизматлар ҳам фойда олишнинг самарали усулидир. Бунинг учун миллий санъат буюмлари ва сувенир совғаларини сотиш тармоқларини кенгайтириш

мақсадга мувофиқ бўлади.

Ўзбекистон Республикаси “Туризм тўғрисида”ги Қонуни, Вазирлар Маҳкамасининг 1999 йил 4-декабрдаги 518-519 –сонли қарорлари, “Ўзбектуризм” Миллий Компаниясининг 1999 йил 23-август 132-сонли “Тоғли зоналар бўйича туристлар ҳаракатланишини вақтинча тўхтатиб туриш ҳақида”ги, 1999 йил 9-декабрдаги “Махсус маршрутларда хавфсизликни таъминлаш бўйича қўшимча чоралар ҳақида”ги, 2000 йил 25-август 106-сонли “Фавқулодда ҳолатларнинг олдини олиш ҳақида”ги, 2001 йил 4-июнь 55-сонли “Хорижий туристик гуруҳларни қабул қилиш ва рўйхатдан ўтказиш ҳақида”ги буюруқларини бажариш мақсадида “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси, ҳокимликлар ва Ички ишлар вазирлиги, Давлат чегарасини қўриқлаш қўмитаси бўлинмалари билан ҳамкорликда Андижон, Бухоро, Жиззах, Қашқадарё, Наманган, Самарқанд, Сурхондарё, Тошкент ва Фарғона вилоятларида текширувлар ўтказди. Салбий ҳолатларнинг олдини олиш мақсадида вилоят ҳокимликлари билан ҳамкорликда 2001-йил кузги-қишки мавсумда туристлар хавфсизлигини таъминлаш бўйича қўшимча чора –тадбирлар ишлаб чиқилди ва вилоят ҳокимликларининг фармойишлари қабул қилинди.

2001 йил мобайнида 97 га яқин корхонага туризм соҳасида фаолият кўрсатиш учун рухсат берувчи лицензиялар берилди. Натижада 423 та иш ўринлари барпо қилинди.

Миллий туристик ташкилотларни молиявий қўллаб-қувватлаш борасида қуйидаги ишлар олиб борилмоқда:

Туризм соҳасида камайтирилган фоиз ставкалари билан имтиёзли кредитлар, туризм объектларини қуриш билан боғлиқ ташкилий ишларга ссудалар бериш ҳам кенг йўлга қўйилган.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг фармони ва Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари асосида туризм соҳасида фаолият кўрсатаётган микрофирма, кичик ва ўрта корхоналарнинг моддий –техника базаларини молиявий жиҳатдан қўллаб-қувватлаш учун Миллий Компания томонидан

фоизсиз, узоқ муддатли қарзлар бериш амалга оширилди, жумладан, 2001 йилда 3 миллион сўмдан ортиқ фоизсиз қарзлар берилди.

2001 йил январь-декабрь ойларида истиқбол-режа хизмат ҳажми бўйича 133,2%, фойда бўйича 215,1% қилиб бажарилди. Яъни, истиқбол-режадан ташқари қўшимча равишда 2325,5 миллион сўмга хизмат кўрсатилди.

2001 йил 12 ой мобайнида рентабиллик 14,7% ни ташкил қилди. Бу ўтган йилгига нисбатан 8% га кўп.

2001 йил мобайнида 713,2 минг фуқароларга, шу жумладан, 232,6 минг чет эллик ва МДХ давлатлари фуқароларига, 296,8 минг Ўзбекистон Республикаси фуқароларига хизмат кўрсатилди. Шунингдек, 46,4 минг киши узоқ ва яқин хорижга ҳамда 137,4 минг киши Ўзбекистон Республикаси бўйлаб сафарга жўнатилди.

2001 йил январь-декабрь ойларида чет эллик фуқароларга хизмат кўрсатиш экспорт хизматлари ҳажми 22215,3 минг АҚШ долларини ташкил қилди. АҚШда содир этилган воқеалар 90% чет эл гуруҳлари билан тузилган шартномаларнинг бекор қилинишига сабаб бўлди.

2001 йил 12 ойга 50% мажбурий сотув истиқбол-режаси 6222,5 минг АҚШ доллари миқдоридан белгиланган бўлиб, 12 ойга 4764,87 минг АҚШ доллари миқдоридан бажарилди. Бу белгиланган режанинг 76,6%ини ташкил қилди. Хуллас, валюта тушумидан 50% мажбурий сотув истиқбол режасининг бажарилмаслигига Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2001 йил 22-июндаги 263-сонли қарорига асосан микрофирмалар, кичик ва ўрта корхоналарнинг 50% мажбурий сотувдан озод қилиниши ҳамда АҚШда содир этилган фавқулодда воқеалар сабаб бўлди.

2000 йилда валюта тушумларидан мажбурий сотув истиқбол режаси 5042,57 минг АҚШ доллари миқдоридан белгиланган бўлиб, амалда 6302,51 минг АҚШ долларига бажарилди. Бу белгиланган истиқбол режанинг 125%ини ташкил қилади.

Ўзбекистон Республикасига кўпроқ чет эл туристларини жалб этиш

мақсадида туристик ташвиқот ишлари бошлаб юборилган. Бунда ахборот материалларининг сони ва сифатини ошириш катта аҳамиятга эга. Ҳозирда “Туризм ревью” ва “Дунё бўйлаб” телевизион кўрсатувларини мунтазам равишда ташкил қилиш тўғрисида Ўзтелерадиокомпания билан шартномалар тузилган. Халқаро туризм кўрғазмаларида намоиш қилиш учун Ўзбекистонда туризмнинг ривожланиши тўғрисида видеороликлар тайёрланган. Ўзбекистон Республикаси Бош Вазирининг 2001 йил 16-мартдаги 261-сонли Фармойишига мувофиқ Ўзбекистоннинг туристик имкониятларига бағишланган соҳалар бўйича бизнес-қайдлар нашр этилиб, тарқатилмоқда.

Туристларни янада кўпроқ жалб этиш учун меҳмонхоналарда кўрсатиладиган хизматлар сифатини жаҳон стандартлари даражасига кўтариш керак. Бунинг учун эса туристик соҳа мутахассисларини тайёрлашни йўлга қўйишга катта аҳамият бериш керак.

Ушбу вазифанинг самарадорлигини таъминлаш мақсадида Ўзбекистон Республикаси манфаатдор идоралари билан биргаликда республика ҳукумати ҳузурида олий ўқув юртлигини тамомлаган ёш мутахассислар ва олий ўқув юртлигида тайёргарликдан ўтган ёшлар тўғрисида махсус маълумотлар банкини яратиш ва улар юзасидан мониторингни амалга ошириш ташкил этилган.

Туристлик бизнесни танлаган замонавий ёшлар бу сердаромад соҳанинг эртанги кунини кўзлаб, Ўзбекистоннинг келажакда ривожланган мамлакатлар қаторидан ўз ўрнини эгаллашига ҳисса қўшадилар.

2003 йилнинг 4-5 май кунлари Европа тикланиш ва тараққиёт банки бизнес анжуманининг айнан пойтахтимиз – Тошкентда бўлиб ўтганлиги юртимизнинг дунё миқёсида мавқеи ошиб бораётганлигидан далолатдир.

Европа тикланиш ва тараққиёт банки 1991 йилнинг март ойида Франция Президенти Франсуа Миттеран ташаббуси билан таъсис этилган. Унинг асосий мақсади Марказий ва Шарқий Европа, Россия ва Марказий Осиё давлатларининг бозор иқтисодиётига ўтишига кўмаклашиш, шу жумладан

тузилмавий ва соҳавий ўзгаришларнинг юзага келиши, монополиядан чиқариш, хусусийлаштириш жараёнларини жадаллаштириш, тадбиркорликни ривожлантириш каби иқтисодий ислоҳотлар олиб боришида ёрдам кўрсатиш йўли билан ушбу давлатларнинг жаҳон иқтисодий ҳамжамиятига кириб бориши учун барча имконият ва шарт-шароит яратишдир.

ЕТТБ томонидан бугунги кунда умумий қиймати 1,4 миллиард АҚШ долларига тенг 19 лойиҳа амалга оширилмоқда. Бунда банкнинг молиялаштириш улуши 667 миллион АҚШ долларини ташкил қилади. Мазкур банк Ўзбекистонда ўз фаолиятини хусусий секторни ривожлантириш ва кенгайтириш, кичик ва ўрта бизнесни қўллаб-қувватлаш, энергетик мажмуани тараққий эттириш, табиий ресурсларни ўзлаштириш, енгил саноат, туризм каби соҳаларни ривожлантиришга йўналтирмоқда.

Ўзбекистон учун аҳамияти катта бўлган ушбу анжуманни юқори даражада ўтказиш мақсадида Тошкент шаҳар ҳокимлиги томонидан қатор чора – тадбирлар амалга оширилди. Жумладан, Инвестиция бошқармаси маълумотларига кўра, шаҳар меҳмонхона хўжалигини такомиллаштириш мақсадида “Россия”, “Тошкент”, “Дўстлик” меҳмонхоналари қайта таъмирланди ва “Гранд Мир” (3*), “Le Meridien Taskent Palas” (4*), “Dedeman Silk Road Tashkent” (3*) деб номланди ҳамда Амир Темур кўчасида янги меҳмонхона бунёд этилди (“Radisson Sas”).

Айтиб ўтиш жоизки, ушбу йўналишда шаҳар ҳокимлиги томонидан Ўзбекистонда фаолият юритаётган ва тегишли лойиҳаларнинг татбиқ этилишига истак билдирган бир нечта хорижий қурилиш компаниялари билан музокаралар ўтказилди. Хусусан, Туркиянинг “Aysel”, “Demir Group Uluslararası Ticaret A.S.”, “APEAS Muhendislik Insaat Taahhri ve Dis Ticaret Ltd. Sti”, “ASY Group of Companies”, Эроннинг “CDHO”, Германиянинг “Trugust GmbH”, Полшанинг “Buimeks” компаниялари иштирокида бўлиб ўтган учрашувлар доирасида Ўзбекистон томонидан лойиҳа ижросиси номзодларига меҳмонхоналарни қайта таъмирлаш ва келгусида фойдаланиш фаолиятини

олиб боришда дастлабки қўшма корхона ташкил этилиши, шунингдек, тегишли объектларнинг белгиланган муддатда тайёр бўлиши шарти қўйилган.

Айтиб ўтиш керакки, меҳмонхоналар учун юқори малакали ходимларни танлаш, уларни ўқитиш жараёни ҳам тезкорлик билан олиб борилмоқда.

8.3. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожланишига таъсир этувчи омиллар

Миллатлараро алоқаларни кенгайтириш ва мустаҳкамлаш, халқаро туристик бозорга қўшилиш, маданий – тарихий ва диний Ўзбекистон обидаларини дунё миқёсида ташвиқот қилиш, туристларга жаҳон стандартларида сифатли хизмат кўрсатишни ташкил қилиш мақсадида 1999 йил 15 апрелда Ўзбекистонда 2005 йилгача туризмни ривожлантириш давлат дастури қабул қилинди.

Бу дастур бўйича туристик ташкилотлар мулк шаклидан қабтий назар 3 йил давомида меҳмонхона техника –технологиясини ва туристик мақсадларда хизмат қиладиган транспортларни малакатга олиб кирганда божхона божларидан озод қилинади.

“Ўзбектуризм” Миллий Компанияси тизимидаги барча ташкилотларга туристик ва қўшимча хизматларни кўрсатганда чет эл туристлари билан очик конвертацияланадиган валютада ҳисоб-китоб қилиш ҳуқуқи берилди. Бунинг учун махсус валюта айрибошлайдиган шаҳобчалар барпо этилди.

Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбектуризм” Миллий Компаниясининг ташкил топиши тўғрисидаги қарори билан 1992 йил июль ойида “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси юзага келган. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1993 йил 15 февралдаги қарори билан “Ўзбектуризм” Миллий Компаниясини низоми тасдиқланди.

Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1998 йил 8 августдаги “Турист ташкилотларнинг фаолиятини ривожланишини ташкил этиш” тўғрисидаги қарори билан Ўзбекистон Хусусий сайёҳлик ташкилотлар

Уюшмаси “Ўзбектуризм” Миллий Компаниясининг бирлашма аъзоси сифатида қабул қилинди.

“Ўзбектуризм” Миллий Компанияси Вазирлик даражасидаги ҳуқуқларга эга, ташқи иқтисодий фаолият олиб борадиган хўжалик ташкилоти ҳисобланади. Миллий Компаниянинг асосий фаолияти унинг низомида кўрсатилган вазифалардан келиб чиқади:

- Туризм инфратузилмасининг ривожланишини ягона сиёсатини амалга ошириш бунда хориж тажрибасига асосланиб, давлат дастурига йўналтириш;

- Худудий ва хорижий туризмнинг барча турларини амалга ошириш, туристларга хизмат кўрсатиш сифат даражаси ва маданиятини жаҳон стандартлари даражасигача кўтариш;

- Давлат даромадида туризмни улушини сезиларли даражада кўпайтириш;

- Туризмнинг барча турлари ривожланиши учун ҳуқуқий, иқтисодий ва ташкилий асосларни яратиш;

- Ўзбекистон ҳудудида дам олиш уйлари, туристик базалар, кемпинглар ва меҳмонхоналар занжирини ривожлантириш;

- Чет эл кредитларини ва инвестицияларини жалб қилиш, кўшма корхоналарни ташкил қилиш, чет эл мамлакатлари ва МДҲ мамлакатлари шунингдек компания ва фирмалари билан узоқ муддатли ҳамкорлик дастурларини ривожлантириш;

- Чет эл мамлакатлари ва МДҲ мамлакатлари билан туризмни ривожлантириш соҳасида икки томонлама халқаро алоқаларни олиб бориш;

- Туристларга хизмат кўрсатиш уларни қабул қилиш ва жўнатишга боғлиқ бўлган вазирликлар, бошқармалар, жамоат ташкилотлари, кичик корхоналар, чет эл ва хусусий фирмалар фаолиятини йўналтириш ва тартибга солиш, республиканинг табиий – экологик, тарихий ҳудудларини сақлаш борасида чора тадбирлар кўриш;

- Туристик марказларни тўғри ишлатиш, туризм ташкилотлари фаолиятини назорат қилиш, хўжалик туристик субъектларини ташкил топиши

ва қайта ташкил қилинишини назорат қилиш;

- Ўзининг чет элдаги бюро ва ваколатхоналари орқали Ўзбекистон Республикасини тарихий ва маданий ёдгорликлари, туризм соҳасидаги имкониятларини реклама қилиш;

- Туристлик экскурсияга жалб қилинаётган тарихий архитектура обидаларини қайта таъмирлаш;

- Заҳира, суғурта фондларини шу жумладан халқаро тамойилларга асосан суғурта қилишни ташкил қилиш ва ишлатиш;

- Кадрлар билан ишлаш дастурларини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш, туризм инфратузилмасига кадрларни ўқитиш ва тайёрлаш узлуксиз тизимини ташкил қилиш;

- Чет элдаги ҳуқуқий органлар судлар, арбитажлар, прокуратураларда туристик корхоналаримиз манфаатларини ҳимоя қилиш, уларнинг қизиқишларини ақс эттириш.

1999 йил 20 августда Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисидаги” қонуни қабул қилинди. Ушбу қонуннинг мақсади туризм соҳасидаги муносабатларни ҳуқуқий жиҳатдан тартибга солиш, туристик хизматлар бозорини ривожлантириш, шунингдек туристлар ва туристик фаолият субъектларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилишдан иборат.

2003 йил 11 ноябрда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Туризм фаолиятини лицензиялаш тўғрисидаги Низомини тасдиқлаш ҳақида”ги қарори қабул қилинди.

Низомга кўра фақат юридик шахслар лицензия талабгорлари бўлиши мумкин.

Туризм фаолиятини амалга оширишда лицензия талаблари ва шартлари қуйидагилар ҳисобланади:

- Туризм тўғрисидаги қонун ҳужжатларига, туризм соҳасидаги халқаро стандартларига ва Ўзбекистон Республикаси стандартларига мажбурий тарзда

риоя қилиш;

- Энг кам ойлик иш ҳақининг камида 400 баравари миқдорида шакллантирилган устав фондига эга бўлиш ва бошқалар.

Дастлабки ҳисоб –китоблар республикада туризмнинг тўлақонли инфратузилмасини барпо қилиш учун қўшимча маблағлар зарур эканлигини кўрсатди. Ушбу маблағлар хорижий компанияларнинг сармоялари ҳисобига олиниши режалаштирилмоқда.

Республикамиздаги тарихий, меъморий ва археологик ёдгорликларнинг сони 7587 тани ташкил этади. Ушбу объектлардан деярли 2000 тадан ортиғи давлат томонидан қўриқланади. Бизнинг маълумотларимизга кўра барча ёдгорликларнинг 50%и чет эллик туристларда ката қизиқиш уйғотади. Аммо ҳозирги кунга келиб уларнинг 300 таси фаолият кўрсатмоқда. Халқаро маршрутларга киритилган 80 та ёдгорлик хорижий туристларда айниқса қизиқиш уйғотмоқда. Ёдгорликларнинг 75%идан ортиғи республиканинг марказий туристик шаҳарларида жойлашган. Бундай ёдгорликлар Тошкент шаҳрида – 114та, Самарқандда – 221та, Хивада – 310 тани ташкил этади.

Самарқанд, Бухоро, Хива шаҳарларидан ташқари Шаҳрисабз, Фарғона, Қўқон шаҳарларида туризмни фаол ривожлантириш мумкин. Айниқса Фарғона водийси ўзининг серҳосил боғлари, пахта далалари, ипакчилиги, тоғ билан ўралганлиги ва шарқона бозорлари билан туристларда катта қизиқиш уйғониши мумкин.

Ипакчилик маркази ҳисобланган Марғилон шаҳрида “Ипак олами” маршрутларини ишлаб чиқиш мумкин. Унда ипак қуртидан бошлаб тўқувчилик жараёнларигача бўлган босқичларни ҳикоя қилиб бериш, ипак газламалари ва кийимларини ишлаб чиқаришнинг маданий ҳамда ишлаб чиқариш тарихини ёритиб бериш мумкин бўлади.

Ўзбекистондаги тарихий, меъморий ва археологик ёдгорликларнинг ҳозирги кундаги аҳволлари, унга туристлар бора олиши даражасига кўра баҳоланиб, тўрт гуруҳга бўлинган. Ёдгорликларни бундай гуруҳларга бўлиш

республикада мавжуд ёдгорликлардан тўғри фойдаланиш даражаси қандай эканлигини, улардан фойдаланишни нотўғри йўлга қўйиш мамлакатга қўшимча валюта келишига тўсқинлик қилишини акс эттиради. Туристлик ёдгорликлар гуруҳларга қуйидагича бўлинади:

1. Туристларда катта қизиқиш уйғотувчи, энг оммабоп ёдгорликлар 140 тани ташкил қилади. Улар аъло даражада сақланган бўлиб, тўлиқ фаолият кўрсатади. Йил давомида Ўзбекистонга Европадан келувчи туристларнинг деярли 80%и уларга албатта бориб келишга ҳаракат қилишади.

2. Йил давомида фаолият кўрсатмаганлиги сабабли туристлар томонидан баъзида зиёрат қилиниши мумкин бўлган ёдгорликлар 180тани ташкил қилади. Мазкур гуруҳдаги тарихий ва меъморий ёдгорликлар хорижий туристларда ўртача қизиқиш уйғотади. Улар мавсумий фаолият кўрсатиб, зудлик билан таъмирлашни талаб қилади.

3. Таъмирланаётган ва ҳозирги кунда туристлар томонидан зиёрат қилинмаётган ёдгорликлар мавжуд. Улар 200 тадан ортиқ турли молиявий манбалар ёрдамида таъмирлаш ишлари фаол олиб борилмоқда.

4. Таъмирлаш ишлари олиб борилаётганлиги сабабли яқин 3-5 йиллар давомида фаолият кўрсатмайдиган ёдгорликлар. Ҳозирги кунда уларни таъмирлаш учун маблағ етишмаяпти. Улар тахминан 500 тадан ортиқ. Лекин келажакда улар туристлар назарига тушиб қолиши лозим. Ҳукумат томонидан мазкур ёдгорликларни таъмирлаш учун молиявий манбаларни шакллантириш ишлари олиб борилмоқда. Ушбу ёдгорликларнинг кўплари археологик бўлиб, олдин изланишлар олиб бориш, сўнгра эса таъмирлашни талаб қилади. Масалан, Афросиёб, Варахша, Чуст ва бошқалар.

Иқтисодий омиллар билан бир қаторда тарихий–маданий ёдгорликларнинг таркиби ва аҳамияти орқали белгиланувчи омилларни капитал деб ҳисоблаш мумкин. Очик осмон остидаги қадимги музей – шаҳарлар Самарқанд, Бухоро, Хива, Фарғона ва Тошкент Ўзбекистонда туризм ривожланиши учун қулай масканлар ҳисобланади. Чунки IX, XIV, XVI

асрлардаги меъморий ёдгорликларнинг асосий қисми айнан мана шу шаҳарларда жойлашган. Айнан шу жойларда тарихий туризмни, ўрганиш туризмни ривожлантириш мақсадга мувофиқдир. Ундан ташқари мутахасисларни эътиборларини жалб қилиши мумкин бўлган бошқа жойлар ҳам мавжуд, масалан, Сурхондарёдаги Будда саждагоҳи қазилмалари, шунингдек, Ўзбекистонда дам олиш, даволаш ва спорт масканлари жуда кўп. Бинобарин, спорт туризмнинг тоғ туризми, альпенизм, тоғ–чанғи спортининг барча кўринишлари, дельтапланеризм, тоғ дарёлари бўйлаб қайиқларда сузиш каби айнан кенг тарқалмаган турларини ривожлантириш имкониятлари мавжуд.

Шунинг ўзигина туристларни жалб қилиш учун кўшимча тадбирлар ишлаб чиқиш лозимлигини кўрсатади. Меҳмонхона ва кўрсатиладиган хизматлар турини кенгайтириш ёрдамида турмаҳсулот сифатини ошириш, шунингдек мавжуд ёдгорликларнинг қабул қила олиш имкониятларини ошириш каби тадбирлар шулар жумласидандир. Меҳмонхоналарда жойлар таклиф қилиш имкониятларини таҳлил қилинганда меҳмонхона хўжалигини таъмирлаш бирламчи вазифалардан бирига айланиши лозимлигини кўрсатди.

8.4. Ўзбекистонда тарихий-меморий обидаларни халқаро туризмни ривожланишидаги аҳамияти

Агар Самарқандни “Шарқ дурдонаси”, Бухорони “Бухорои шариф” деб номлашса, унда Тошкент Ўрта Осиёдаги энг гўзал шаҳар деб номланишга ҳақлидир. Худуднинг энг йирик шаҳари бўлиб ўзида ҳозирги замонавий иншоотлар билан бирга шарқона меъморчиликни мужассамлаштирган.

XI асрда Тошкент ҳақида ўша даврнинг йирик тадқиқотчи олимлари бўлмиш Беруний ва Маҳмуд Қошғарийлар ўз асарларида маълумот беришган.

Кўпчилик унда тарихий ёдгорликлар кам деб адашади. Албатта, унда Самарқанд, Бухоро ва Хивадаги каби архетектура обидалари мажмуаси кам. Тошкент мамлакатнинг сиёсий, иқтисодий, илмий маркази ҳисобланади. Келажакка интилаётган ёш мустақил мамлакатнинг пойтахтидир. Лекин унинг

тарихи ҳам гавҳар каби уни янада жозибадор қилади.

Самарқанд ҳақли равишда “Ислом оламининг қимматбаҳо гавҳари”, “Шарқ дурдонаси” деб номланади. Унинг тарихи Абу Али ибн Сино, Абу Райҳон Беруний, Ал-Хоразмий, Рудакий, Умар Хайём, Жомий, Навоий каби улуғ уламо олимлар ва шоирларнинг номлари билан чамбарчас боғлиқдир.

Аниқ фанлар ва қурилиш ишларининг ютуғи кўрғазмали маданиятни жуда тез ривожланишига олиб келди. Бу, айниқса, Самарқанднинг ноёб архитектура обидаларида намоён бўлади. Шаҳар айниқса Амир Темур ва Темурийлар ҳукумронлик қилган даврида ўз ривожланиш чўққисига эришган.

Самарқандга келган меҳмонлар албатта биринчи навбатда Регистон майдони билан танишадилар.

Темурнинг набираси Мирзо Улуғбек – илм фан хомийси майдоннинг марказий қисмини қурдира бошлаган. Ҳозирги кунга келиб Регистон майдонини учта ажойиб иншоотлар, яъни Улуғбек Мадрасаси, Шер –Дор ва Тилла – Қори мадрасалари безаб туради.

Афросиёб шаҳарчаси қирлигда жойлашган Самарқанд шоҳи Зинда мавзолейлар ансамбили бутун Ўрта Осиё архитектура иншоотларининг фаҳри ҳисобланади. Амир Темур буйруғи билан Гўри Амир мавзалеи ҳам бунёд қилинган. Бу қурилиш бошланишига 1403йил Соҳибқироннинг севимли набираси Муҳаммад Султоннинг бевақт ўлими сабаб бўлди.

Қадимдан мусулмон оламида Бухорони Бухорои Шариф деб номлашган. Шаҳар 2500 йиллик тарихга эга. Масалан, улкан Арк саройи эрамизгача IV асрда бунёд этилган.

Йил сайин кўчалари ўзгариб борди, бинолар ўзгача кўриниш олди. ҳозирги саёҳатчи бу кўп асрлик ўзгаришларни бизгача сақланиб келинган ёдгорликлар намунасида кўриши мумкин. Улардан 140 дан ортиғи сақланиб қолган.

Бухоро ҳукумрони Арслон Хон янги минора қурдиришга қарор қилган. Бу минорани 1127 йил қуриб битказишган ва Минораи Калон деб номлашган.

“Минораи Калон” шаҳарнинг ҳамма иншоотларини бирлаштиради.

Энг мухими бу ерда XII асрда қурилган шаҳар масжиди бўлган Масжиди – Калон жойлашган.

Шаҳарнинг энг кўзга кўринган архитектура ансамбли бу Лаби Ховуздир. Бу ер марказда жойлашган ва 1620 йилда қазилган ховуз бўлгани учун Лаби Ховуз деб номлашган. Ансамблга ажойиб архитектура ёдгорликлари бўлган Кўкалдош мадрасаси, Хонақа ва Нодир Девон Беги мадрасалари киради.

Албатта Бухоронинг охириги Амири қурдирган Ситораи –Мохи Хосса саройини ҳам зиёрат қилиш керак.

Ўрта Осиёнинг буюк дарёси бўлган Амударёни қуйи қисмида, қитъанинг улуғ чўллари бўлмиш Қорақум ва Қизилқум оралиғида Хоразм жойлашган.

Хивада саёҳатчи тез ва тўлиқ равишда ўтган асрларга қайтади, Ичан – қалъа деворларини ортда қолдириб. Ичан –қалъага тўртта томондан дарвоза олиб киради.

Бу ерда Калта –Минор ҳам жойлашган. У айлана шаклида қурилган бўлиб, мовий рангдаги ғиштлар билан безатилган ва ҳудди ўртасидан кесиб ташланганга ўхшайди.

Калта–Минор ёнида Амин хон мадрасаси жойлашган. Бу сақланиб қолган энг йирик диний ўқув масканларидандир. Бу иншоотнинг ўзига хос томони ундаги иккиланган хужраларнинг борлиги. Бу хужралар талабалар яшаши учун фойдаланилган.

Ўз чиройи билан Жума масжиди ҳам ажралиб туради. Кириш дарвозаларида унинг қурилиш санаси 1778 -1782 йиллар ёзувлари сақланиб қолган.

Эски шаҳар ташқарисида ҳам ажойиб ёдгорликлар кам эмас. Булар бутун Хоразм ўлкасини бойлигидир.

ЮНЕСКО томонидан қўриқланадиган ёдгорликлар қаторига яқинда 2700 йиллиги нишонланган Шаҳрисабз ҳам киритилган. Шаҳар тоғ ён бағрида кўкаламзорликларга бой жойда жойлашган. Кулолчилик ва халқ амалий санъати бўлмиш тўқувчиликни қадимги маркази ҳисобланади. Амир Темур

ватани.

Буюк империя ташкил қилиб, шон –шуҳратга эга бўлиб ҳам Амир Темур бу ерга қайтиб келмаган. Шаҳрисабз унинг ёшлиги ва ўсмирлик йиллари ўтган муққадас жой бўлиб қолган. Бу ерда Амир Темурнинг отаси, диний устози Шамсиддин Кулол, катта ўғиллари Жаҳонгир ва Умар Шайхлар дафн этилганлар.

Шаҳрисабзни замондошлари Амир Темур “тахтини остонаси” деб аташган. Амир Темур Шаҳрисабзни ўзининг улкан давлатини иккинчи пойтахти қилди.

Халқаро туризм бўйича махсус очиқ иқтисодий зоналар лойиҳаси Ўзбекистоннинг қуйидаги тарихий архитектура ёдгорликларини ўз ичига олади:

- “Регистон” ансамбли (Шер Дор мадрасаси ва Улуғбек мадрасаси, Тилла Қори масжид–мадрасаси, Шайбонийлар даҳмаси, Чорсу савдо маркази);

- Амир Темур майдони ва мақбараси; Хожа Исмоил Ал Бухорий ансамбли; Шохи–Зинда мақбараси; Биби хоним масжиди; Рухобод мақбараси; Афросиёб шаҳарчаси; Улуғбек расадхонаси.

Туристларнинг оқими жадал ўсиб бораётган диний йўналишдаги қуйидаги объектлар ҳисобланади:

- Хожа Ахрор ёдгорлиги; Нодир Девонбеги мадрасаси; Хожа Дониёр мақбараси; Хазрат ҳизр масжиди; Оқ Сарой мақбараси; Ишрат хона мақбараси; Хожа Абду Дорун ёдгорлиги;

Илмий–маданий туризмга қуйидагилар сезиларли қўшимча ҳисобланади:

- Ўзбекистон халқлари тарихи ва маданияти музейи; Афросиёб шаҳарчасидаги Самарқанд тарихи музейи; Улуғбек илми тарихи музейи; Вилоят ўлкашунослик музейи; Алишер Навоий музейи; С.Айний уй музейи; “Буюк Ипак йўли” фрескаси ва чет эл тиллари институтида жойлашган расмлар кўرғазмаси зали; Тинчлик ва бағрикенглик музейи; АЖ “Нафис” чинни идишлари музейи.

Турли миллат вакиллари бўлган туристлар қуйидаги обидаларни зиёрат

қилиб руҳан завикланадилар:

- Тожиклар, арманлар, корейцлар, татарлар, яхудийлар, форслар маданият маркази; Алексеев сабори; Арман черкови; Яхудийлар синагоги; Кореецлар “Севги” черкови; Мелик ака хусусий этнографик музейи.

Халқаро туризм бўйича махсус иқтисоди очик зоналар қаторига дам олиш ва хордиқ чиқариш индустрияси объектлари ҳам кўшилиши кўзда тутилмоқда. Хусусан қуйидагилар:

- Тарихий кийимлар театри; “Самарқанд” меҳмонхонасидаги модалар театри; “Оловли гул” томошаси; Шердор мадрасасидаги театрлашган томоша; Регистон майдонидаги чироқ ва товуш томошаси; “Афросиёб” меҳмонхонасидаги хордиқ чиқарувчи шоу; “Сайёр” меҳмонхонасидаги “Хайрли тун” шоуи; АЖ “Ховренко” номидаги винзавод вино сақланадиган жойларни кўриш ва винолар дегустацияси; Миллий фальклор гуруҳларининг концерт дастурлари.

Табиийки, туристлар томонидан халқаро туризм махсус иқтисодий очик зоналари бўйича зиёрат қилган обидалар ичида Самарқанд ўзининг тарихий шахслари Амир Темур, Улуғбек, Алишер Навоий ва Абдурахмон Жомий ёдгорликлари билан тўлдириб туради.

8.5. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантиришда эришилган ютуқлар

Республикамик туризмни акс эттирувчи “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси таркибига 96 корхона ва ташкилотлар киради. Улардан ташқари, туристик бозорда лицензияга эга бўлган 431 туристик фирмалар ҳамда нодавлат туризм соҳаси ходимларининг манфаатларини ҳимоя қилувчи хусусий туристик ташкилотлар ассоциацияси ҳам фаолият юритади.

1992 йил 27 июлда Ўзбекистон Республикаси Президентининг УП-447 рақамли “Ўзбектуризм Миллий компаниясини ташкил этиш тўғрисида”ги Фармони эълон қилинди. Унга асосан республикамикда туризм фаолиятини

кенг кўламда амалга ошира оладиган ихтисослашган ташкилот тузиш вазифаси қўйилган эди.

“Ўзбектуризм” Миллий компанияси ташкил топган вақтдан сўнг туризм соҳаси Ватанимиз иқтисодиётининг энг самарадор тармоқларидан бирига айланди. Мамлакатимизда юз берган чуқур сиёсий ва ижтимоий-иқтисодий ўзгаришлар туризмнинг стратегик барқарор ривожланиб боришига шароит яратди. Бу йилларда республика туризми таркибий ва сифат жиҳатдан тубдан ўзгарди, туризм соҳасига бозор иқтисодиёти тамойиллари кириб келди, давлат туристик ташкилотлари билан бир қаторда хиссадорлик, жамоа, хусусий ва қўшма корхоналар вужудга келди, натижада рақобатбардошлик шароитида туризм фаолиятини ривожлантириш омиллари майдонга келди.

Ўзбекистонда туризмни халқаро миқёсда ривожлантиришни таъминловчи зарур меъёрий-ҳуқуқий база ҳам шакллантирилди. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1995 йил 27 июль ойида имзолаган “Буюк Ипак Йўлини қайта тиклаш ва халқаро туризмни ривожлантиришда Ўзбекистон Республикасининг иштирокини кучайтириш чора-тадбирлари тўғрисидаги” Фармони, 1997 йилда “Ўзбектуризм” Миллий компанияси экспертлари иштирокида ишлаб чиқилган “Ўзбекистонда туризмни барқарор ривожлантириш режаси”, 1999 йилнинг август ойида Олий Мажлиснинг 15-сессиясида қабул қилинган “Туризм ҳақидаги” қонун, ҳамда 2005 йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш дастури туризм фаолиятини рағбат топтиришнинг ана шундай мустаҳкам ҳуқуқий пойдеворларини яратди.

Республикаимизда туризмнинг ривожлантирилиши иқтисодий ўсишни тезлаштирувчи ва аҳоли турмуш даражасини оширишдаги устувор йўналишлардан бири сифатида тан олинганлигидан далолат беради. Чунки, туристлар томонидан мамлакатимизда сарфланган ҳаражатлар мультипликатор самараси туфайли йирик иқтисодий муваффақиятларга эришиш имкониятини беради. Миллий туристик маҳсулотимизни чет элларда тарғиб қилиш

мақсадида “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси ва унинг таркибий бўлинмалари томонидан хорижий шериклар билан ҳамкорлик муносабатларини ривожлантиришга ҳаракат қилинмоқда.

Бунинг учун ҳар йили “ITB” (Берлин), “WTM” (Лондон), “BIT” (Милан), “FITUR” (Мадрид) каби йирик туристик ярмаркаларда фаол иштирок этилмоқда. Бундан ташқари, ҳар йили Тошкентда Халқаро туристик кўргазма амалга оширилади ва унда кўплаб хорижий шериклар билан тур маҳсулотлари олди-сотди шарномалари имзоланади. 1994 йилнинг октябр ойида Ўзбекистонда Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг ЮНЕСКО бўлими иштирокида Жаҳон туризм Ташкилотининг Ипак Йўли бўйича туризмни тиклаш ва уни ривожлантиришга бағишланган Кенгаши ўтказилди ва бу масалага бағишланган Самарқанд Декларацияси қабул қилинди.

Ўзбекистон Халқаро “Ипак йўли” лойиҳасининг географик ва координацион маркази этиб белгиланди. Жаҳон туристик ташкилотининг 1997 йилда Истамбулда ўтказилган 12–Умумий Ассамблеясида Франция ва Италия билан бир қаторда Ўзбекистон ҳам ушбу ташкилотнинг Ижроия Шўросига аъзо этиб сайланди. Ўзбекистоннинг жаҳон маданий-танишув бозоридаги салоҳиятини инобатга олган ҳолда ЮНЕСКО томонидан мамлакатимизнинг тўрт шаҳри жаҳон маданияти ёдгорликлари рўйхатига киритилди.

Туризмни ривожлантириш мақсадида “Ўзбектуризм” Миллий компанияси томонидан чет эл инвестицияларини жалб этиш борасида кенг миқёсли ишлар амалга оширилмоқда. Масалан, Ўзбекистон туризмида Ле-Мередиан, Интерконтинеталь ва Узолмон-хотелз каби халқаро меҳмонхона занжирлари мустаҳкам ўрин эгаллаб олишган. Булардан ташқари, ОТЕЛЬ-Ўзбекистон кўшма корхонасининг тузилиши, Ле-Мередиан-Тошкент меҳмонхона комплексининг тўлиқ хусусий мулкка айлантирилди, Шодлик-Палас-Отель меҳмонхонаси Германиянинг “Инпро” фирмаси томонидан қайта қурилди ҳамда Германиянинг “Фон Кюртен Хотелз анд Консалтинг” фирмаси бошқарувига топширилди. Самарқанд, Бухоро ва Урганч шаҳарларида халқаро

тоифадаги меҳмонхоналар куриб ишга туширилди.

2003 йилнинг май ойида Тошкентда Европа тараққиёт ва тикланиш банкининг йиллик анжуманининг ўтказилиши муносабати билан шаҳардаги бир қатор меҳмонхоналарни таъмирлаш мақсадида кўплаб чет эл инвестициялари жалб этилди. Масалан, Ле-Мередиан-Тошкент-Палас меҳмонхонаси низом жамғармасининг 21,2 фоиз улуши “Айсел” компаниясига тўғри келди. “Демир групп” компаниясига Мир-Гранд-Хотел меҳмонхонаси низом жамғармасининг 65 фоизи, “Ареас” компаниясига Дедеман-Силк-Роуд меҳмонхонасининг низом жамғармасининг 51 фоизи тўғри келади.

Республикамизда хорижий туристларга асосан маданий-танишув турлари таклиф қилинмоқда. Уларнинг давомида тарихий, архитектура, диний обидалар ва зиёратгоҳлар таништирилади, маҳаллий аҳолининг турмуш тарзи ва маданияти кўрсатилади. Бундай турлар давомида асосан Самарқанд, Бухоро ва Хивадаги объектларга ташриф буюрилади. Республикамизда ҳаммаси бўлиб 30 га яқин турлар таклиф этиладики, уларнинг ичида Тошкент ва Фарғона водийсида амалга оширилувчи кўнгилочар, дам олиш – даволаниш, тоғ-чанғи, гольф спортлари билан шуғулланиш турлари ҳам мавжуд.

Мамлакатимизда туризмни ривожлантиришдаги ютуқларга назар ташлайдиган бўлсак, аввало, ўлкамизга ташриф буюраётган хорижий меҳмонлар сонининг ошиб бораётганлигини инобатга олиш зарур бўлади. Масалан, “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси ташкилотлари томонидан 2000 йилда 1993 йилга нисбатан 3 баробар кўп хорижий меҳмонларга хизмат кўрсатилган.

**“Ўзбектуризм” Миллий Компанияси томонидан хорижий
меҳмонларга хизмат кўрсатиш**

Кўрсаткичлар	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
“Ўзбектуризм” МК бўлинмалари томонидан хизмат кўрсатилган хорижий меҳмонлар, минг киши	92,3	60,9	92,0	173,0	252,9	272,0	274,0	278,0	233,0
Олдинги йилга нисбатан ўсиш динамикаси,% ҳисобида	-	65,0	151,0	188,0	146,1	107,5	101,8	100,3	83,1

МАНБА: “Ўзбектуризм” Миллий Компаниясининг расмий сайти.

Чет элдан келаётган меҳмонлар сонининг 2001 йилдаги камайиши кўшни мамлакатда амалга оширилган антитолиб ҳарбий ҳаракатлари таъсирининг натижаси бўлди. Бунда кўплаб хорижий туристик фирмалар куз-қиш ойлари учун Ўзбекистон меҳмонхоналаридаги жой бронларини зарурат бўлмасда, эҳтиёткорлик юзасидан бекор қилишди. Бу жойлар бронларининг миқдори 2000 йилга нисбатан анча кўп бўлганлиги, 2001 йилда туризм янада ўсиши мумкинлигидан далолат беради. 2002 йил баҳорига келиб, мамлакатимизга четдан келаётган хорижий туристларнинг сони яна оша бошлади.

Хорижий мамлакатлардан келаётган туристлар оқимининг ўзгариши

№	Мамлакат номи	1999-йил (минг киши ҳисобида)	2000-йил (минг киши ҳисобида)	1999/2000 % ҳисобида
1.	Япония	8,481	9,579	112,9
2.	Голландия	1,019	2,712	266,1
3.	Англия	4,983	5,107	102,4
4.	Германия	13,681	14,731	107,6
5.	АҚШ	11,731	12,084	103,0
6.	Италия	3,897	5,782	148,3
7.	Франция	12,871	14,869	115,5

МАНБА: “Ўзбектуризм” Миллий Компаниясининг расмий сайти.

Ўзбекистон туристик маҳсулоти билан асосан иқтисодиёти ривожланган

мамлакатлар фуқаролари қизиқишмоқда, мамлакатлар миқёсида карасак, юртимизга энг кўп меҳмонлар Франция, Германия, АҚШ ва кунчиқар Япониядан келаётганлигининг гувоҳи бўламиз.

Таклиф этилаётган туристик маршрутларга эътибор берадиган бўлсак, чет эллик туристик ташкилотлар қандай турларни афзал кўраётганликларини кўриш мумкин.

8.5.3-жадвал

Ўзбекистон туристик маршрутларига қизиқиш билдирашган давлатлар

Т-С	Т-С-Б-Т	С-Б-Х-Т	Т-С-Б-У-Т	Т-С-Ш-Б-У-Т	Т-Х-Б-С-Т-Ф
Украина	Исроил	Англия	Япония	Италия	Исроил
Италия	Франция	Германия	Швейцария	Германия	Франция
Англия			Греция	Швейцария	Голландия
Греция			Бельгия	Франция	
			Покистон	Англия	
			Япония		
			Германия		
			АҚШ		

*шартли белгилар: Т – Тошкент, С – Самарқанд, Б – Бухоро, У – Урганч, Х – Хива, Ш – Шахрисабз, Ф – Фарғона.

Туристтик фирмалар томонидан энг катта қизиқиш Тошкент – Самарқанд – Бухоро – Урганч – Тошкент экскурсия-танишув маршрутига билдирилмоқда. Ушбу йўналиш Ўзбекистоннинг энг муҳим тарихий ёдгорликлари билан танишиш, миллий анъаналар ва удумларни кузатиш ҳамда қадимий шаҳарлар хаётини ўрганиш имкониятини беради.

Шахрисабз ва Термизга асосан Германия, Голландия, Франция, Япония, Бельгия, Италия каби мамлакатлардан келган туристлар ташриф буюришади. Туроператорларнинг фикрича, Термиз тарихий-археологик марказ сифатида шуҳрат топган.

Халқаро бозорда Ўзбекистон ўз туристик маҳсулотини «Буюк Ипак Йўли» рекламаси орқали сотади. Бу лойиҳа бўйича энг кўп сотиладиган турлар қуйидагилар бўлмоқда:

Тошкент – Самарқанд – Бухоро – Урганч – Тошкент;

Тошкент – Самарқанд – Шахрисабз – Бухоро – Урганч – Тошкент;

8.6. Бутун жахон саёҳат ва туризм кенгаши (WTTC) томонидан

2020 йилгача қилинган башоратлар

БТТ (Бутунжаҳон Туризм Ташкилоти) томонидан 1991 йилда Оттава Анжуманида режалаштирилган TSA (Tourism Satellite Account)¹, яъни «Туризм ҳисоб-китобларининг мувозанатли (ягона) тизими»ни яратиш ва жорий қилиш лойиҳасига асос солинди. Бу лойиҳанинг жорий этилиши жаҳон туризм индустриясида рўй бераётган иқтисодий ва ижтимоий ҳолатга янгича ёндашиш ва шу билан бирга туризм индустриясида ҳисоб-китобларни янги ва ягона мезонлар асосида олиб борилишини назарда тутди. Шунини алоҳида таъкидлаш жоизки, лойиҳани БТТ томонидан киритилган бирор бир таклиф ёки тавсиянома сифатида қабул қилмаслик керак. Чунки, ривожланган ғарб мамлакатлари бу тизимга ижобий тарзда ёндашмоқдалар. Бу эса соҳанинг бугуни ва келажаги учун катта аҳамият касб этади.

8.6.1-жадвал

Европа Иттифоқида TSA мезонлари бўйича (WTTC) Дунё саёҳат ва туризм кенгаши томонидан қилинган тахминлар

	2000-йил			2010-йил		
	Млрд. АКШ х	Улуши %	Ўсиш ² %	Млрд. АКШ х	Улуши %	Ўсиш ³ %
Шахсий саёҳат ва туризм харажатлари	690,8	12,7	3,2	1.185.2	13,1	2,7
Бизнес саёҳат	128,9	-	8,3	234.6	-	3,0
Давлат харажатлари	98,2	6,7	-5,1	165.8	7,6	3,0
Сармоя	225,4	12,0	8,3	443.1	13,3	4,4
Туризм (туристик) экспорти	216	7,3	0,9	373.7	6,4	2,8
Бошқа экспортлар	174,0	5,8	4,7	390.6	6,7	6,3
Саёҳат ва туризм талаби	1.5343.0	-	3,6	2.793.0	-	3,3
Саёҳат ва туризм индустриясининг ЯММдаги улуши	1.176.1	12,6	3,9	2.112.2	13,5	3,1
Саёҳат ва туризм	7.006.4	4,4	1,3	7.689.3	4,6	0,9

¹ WTO NEWS. February. 1999. P.1.

² 2000 йилги инфляция даражасини инобатга олган ҳолдаги ўсиш.

³ 2000-2010-йиллар орасидаги йиллик (инфляция даражасини инобатга олган ҳолдаги) ўсиш.

индустриясида иш ўрни							
Саёҳат ва туризм иқтисодиётида иш ўрни	20.887.4	13,2	2,6	23.589.6	14,0	1,2	

МАНБА: World Travel & Tourism Council, 2000.

Таъкидлаб ўтканимиздек, ҳозирги кунда кўпгина ривожланган Европа мамлакатлари туризм статистикаси бўйича мазкур стандартни қабул қилди. Дунё саёҳат ва туризм кенгаши (WTTC)¹ томонидан саёҳат ва туризм статистикаси бўйича янги мезонлар ва 2010-йилга бориб Европа Иттифоқида саёҳат ва туризм соҳаси жуда катта иқтисодий натижаларни қўлга киритади. 2000-йилда инсонларнинг шахсий саёҳат ва туризм харажатлари 690 млрд. АҚШ долларини ташкил этган бўлса, 2010-йилга бориб, 1185,2 млрд. АҚШ долларини ташкил этиши тахмин қилинмоқда. Шунингдек, саёҳат ва туризмга бўлган талаб ҳажми 2000-йилда 1534,0 млрд. АҚШ долларини ташкил қилиб бу кўрсаткич 2010-йилга бориб 2793,0 млрд. АҚШ долларини ташкил этади. Бундан ташқари, саёҳат ва туризм индустриясининг Европа ЯММ идаги ҳиссаси 4,2% дан (2000 йил) 4,3% га (2010) ошади. 2000-йилда саёҳат ва туризм иқтисодиётининг ЯММ даги ҳиссаси 1176,1 млрд. АҚШ долларини (12,6%) ташкил этган бўлса, 2010-йилга бориб бу кўрсаткич 2112,2 млрд. АҚШ доллари (13,5%) ни ташкил этиши мумкин. Мазкур йиллар мобайнида саёҳат ва туризм индустриясида иш ўрни 7006400 (4,4%) дан 7689300 (4,6%) га, саёҳат ва туризм иқтисодиётидаги иш ўрни эса 20887400 (13,2%) дан 23589600 (14,0%) га ошади.

Ҳозирги кунда Европа ва бошқа ривожланган мамлакатлар туризм индустриясини янгидан-янги поғоналарга олиб чиқишга интилишмоқда. Бундан ташқари, жорий этилган ягона тизим мамлакатларнинг ўзаро интеграциялашув жараёнини тезлаштириб, туризм ҳисоб-китобларини стандартлаштириш имкониятини беради. Демак, ривожланган давлатлар

¹ WTTC /Year-2001/ TSA Summary Research and Nighlights.

қаторида жаҳон стандартларига асосланган ҳолда иш юритиш мамлакатимизда туризм соҳасини ҳар томонлама ислоҳ қилиш, соҳани жаҳон андозалари даражасига чиқариш, соҳада вужудга келгаётган иқтисодий-ижтимоий ҳолатни илмий нуқтаи назардан таҳлил ва тадқиқ қилишни янада осонлаштиради.

Хулоса қилиб айтганда, 10 йил давомида мамлакатимиз туризм соҳасида инфраструктурани янгилаш ва жаҳон андозалари даражасига етказиш бўйича кўпгина муҳим тадбирлар амалга оширилди. Аммо буларнинг барчаси халқаро ва ички туризмнинг барқарор ривожланиши учун етарли эмас. Чунки мамлакатимизга бўлган қизиқиш ва туризм соҳасида юзага келаётган янгидан-янги йўналишлар йилдан-йилга ривожланиб бормоқда. Демак, Ўзбекистонда туризм соҳаси ривожланиш йўлида. Бироқ шуни унутмаслик керакки, туризм соҳасида жаҳон андозаларига эришиш тарихий обидаларни тиклаш, кўркем меҳмохоналарни қуриш ва уларни бошқаришдангина иборат эмас. Туризм соҳасини жаҳон талаблари даражасига олиб чиқиш учун ривожланган давлатларнинг бу соҳадаги эришган ютуқлари ҳамда камчиликларидан воқиф бўлиш ва халқаро туризм ташкилотлари томонидан жорий қилинган янги стандартлар ва тамойиллар асосида фаолият юритиш тақозо этилади.

Ҳозирги кунда туризм тармоғи Ўрта Осиё мамлакатларидаги ижтимоий-иқтисодий тараққиётни жадаллаштириш ҳамда халқаро ва минтақалараро ривожланиш дастурларига интеграциялашувни ўта муҳим воситаларидан бири ҳисобланади.

Ўзбекистонда туризм иқтисодиёти ислоҳ қилишга ва миллий тараққиёт моделини мукамаллаштиришга ўзининг салмоқли ҳиссасини кўшувчи индустрия сифатида шаклланиши учун муайян шарт-шароитлар яратилган. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг миллий моделини шаклланиш хусусиятлари умуммиллий, шунингдек ҳудудий тараққиётга (айниқса, туристик потенциали юқори бўлган, саноати эса етарли даражада ривожланмаган вилоятлар ва шаҳарлар тараққиётига) ўзининг ижобий таъсирини кўрсатади.

Халқаро туризмнинг ривожланиш масалаларига бағишланган асосий

хужжатларда туризм, кўпгина мамлакатларнинг миллий иқтисодиётида энг муҳим тараққиёт кўрсаткичи эканлиги, унинг хўжалик фаолиятидаги, халқаро алоқалар ва ташқи савдо баланси мувозанатини таъминлашдаги ўрни эса, бу тармоқни иқтисодиётнинг асосий тармоқларидан бирига айлантириш мумкинлиги қайд этилган.

Ўзбекистон ўзининг туристик ресурслари бўйича Ўрта Осиё давлатлари ичида етакчи ўринни эгаллайди. Мамлакат туризм тармоғи иқтисодий кўрсаткичларининг ҳар йилги ўсиш кўрсаткичи 7% ни ташкил қилмоқда. Мамлакатимизда туризм соҳасининг имкониятлари мавжуд 4 минга яқин меъморчилик объектлари, монументал санъат асарлари, қадимий маданий ёдгорликлар ташкил этади. Бу объектлардан ташқари, республика юқори рекреацион салоҳиятга, шунга мос бўлган дам олиш зоналари тизимига, миллий боғлар, туристик-соғломлаштириш мажмуалари, минерал манбалар тизимига эга. Бу эса хорижий туретларнинг янги оқимларини жалб эта олувчи экологик маршрутларни шакллантириш учун шарт-шароитлар яратади.

Туризмнинг барқарор ривожланиш стратегиясини белгиловчи миллий туристик маҳсулотларимизни жаҳон бозорига олиб чиқиш ва уларнинг бозордаги ҳаракатини оптималлаштиришга қаратилган зарур шарт-шароитларни шакллантириш ва яратиш ҳозирги куннинг энг долзарб муаммоларидан бири ҳисобланади.

Ўзбекистон Республикасининг туристик потенциали жуда катта. Унинг асосини ноёб табиий иқлими, Шарқ Уйғониш даврининг кўп сонли тарихий-меъморий ёдгорликлари, қадимда Ўрта Осиёда яшаб ўтган халқларнинг маданий ва этник мероси, миллий ва кўриқхоналарнинг замонавий тазими ташкил этади.

Халқаро туризмда маҳсулотни аниқаб олиш, унинг халқаро туризм бозорларидаги ҳаракатини такомиллаштириш ва доимий эҳтиёжда бўлишини таъминлаш Ўрта Осиёдаги ҳудудий интеграциядан жаҳондаги глобаллашувга қадар бўлган жараённи тезлаштирибгина қолмай, балки миллий туризмнинг

жуда мукаммал тизимини шакллантиришда ҳам кенг имкониятлар очиб беради. Бундай даражага эришиш учун ички ва ташқи туризм фаолиятларида иқтисодий муносабатлар, маркетинг тадбирлари ва бозорни ўрганиш чуқур илмий ҳамда амалий билимлар асосида олиб борилиши керак. Шу билан бир қаторда хорижий туризм бозоримизнинг ўзига хос хусусиятларини ҳам таҳлил қилиб боришимиз зарур. Агар хорижий сайёҳларни мамлакатимизга ташриф кунларини таҳлил қиладиган бўлсак, бир ҳафталик бундай ташрифнинг 2-3 кунни Тошкентга келиш ва кетиш вақтини, тарихий обидаларни ўрганиш ёки дам олиш муддати 4-5 кечани ўз ичига олади. Туристлик йўналишларни ишлаб чиқишда, шунини унутмаслик керакки, хорижий давлатларнинг кўпчилигида дам олиш таътили кунлари 1-2 ҳафтадан ошмайди. Баъзан, кўпчилик сайёҳлик агентликлари узок муддатли саёҳат турини ишлаб чиқишадикки, одатда бундай саёҳатга талаб жуда кам бўлади. Натижада кўзланган натижага эришиш мураккаблашади. Агар хорижий туризм бозоримизнинг асосий сегментларини белгилайдиган бўлсак, уни 3 га ажратишимиз мумкин.

- Саёҳатни фақат Ўзбекистонда ўтказувчи сайёҳлар.
- Осиё бўйлаб саёҳат қилувчилар.
- Иш юзасидан келиб дам олиш ва маданият билан танишишни ҳам мақсад қилиб қўйган сайёҳлар.

Биринчи тоифадагилар, фақатгина ўзбек туристик маҳсулотини сотиб олиб, фақат Ўзбекистонда саёҳат қиладиган туристлар ҳисобланади. Иккинчи тоифадагилар учун Ўзбекистон Осиё бўйлаб саёҳатларининг бир бўлагини ташкил қилади. Учинчи тоифадагиларга эса иш юзасидан келиб, ташрифларига қўшимча дам олиш ва халқ маданияти билан танишишни ҳам мақсад қилган сайёҳлар киради.

Европа ва Ўрта Осиё халқларини бирлаштириб, уларнинг иқтисодий-ижтимоий интеграциялашувига туртки бўлувчи «Буюк Ипак йўли»нинг аҳамияти тобора ошиб бокмоқда.

Бу борада Ўзбекистон Республикаси ҳукумати томонидан катта ишлар

қилинди. Брюсселдаги учрашувда «Буюк Ипак йўли»ни қайта тиклаш ғояси Ўрта Осиё, Кавказ ва Европа Иттифоқи мамлакатлари томонидан қўллаб қувватланди. 1993-йилда TRACECA ни яратиш масаласи кўриб чиқилди.

TRACECA – бу «Европа – Кавказ – Осиё транспорт коридори» (Transport Corridor Europe – Caucasus – Asia) бўлиб жуда катта ҳажмдаги лойиҳаларни ўз ичига олади. Бу йўл ғарбдан шарққа томон йўналган бўлиб, Қора денгиз орқали Ўрта Осиёгача бўлган масофани қамраб олади.

Агар мамлакатимизнинг бу борадаги позициясини таҳлил қиладиган бўлсак, Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримов мустақиллигимизнинг биринчи кунлариданоқ ташқи савдо алоқаларини кучайтириш учун энг самарали ва иқтисодий жиҳатдан манфаатли бўлган транспорт йўлларини, аниқроғи денгиз соҳилларга олибчиқадиган энг қисқа йўллардан фойдаланиш ғоясини илгари сурди. Авваллари Россия орқали шимолдан бориладиган йўл ҳаражатлари экспорт ва импорт қилинадиган маҳсулотларнинг нархидан кўпайиб кетарди. Бу эса, иқтисодиётимиз учун катта зарар эди. Эндиликда Ўзбекистон, TRACECA орқали Европа мамлакатлари билан мустаҳкам алоқалар ўрнатишга киришмоқда. Бу жараёндан манфаатдор бўлган туризм соҳасида ҳам янги ҳамкорлик алоқалари такомиллашиб бораверади.

Қисқача хулосалар

Бозор муносабатларининг равнақи, эркин рақобат муҳитининг яратилиши шароитида барча тармоқлар қатори туризмга бўлган талабнинг ортиб бориши табиий жараёндир. Барча ривожланган мамлакатлар иқтисодиётида даромаднинг салмоқли ҳиссаси туризмга тўғри келади. Туристлар дидига мос келадиган меҳмонхоналар қуриш, тарихий ёдгорликлар рекламасига катта эътибор бериш, туризм сервисини такомиллаштириш, умуман туристларни ҳар томонлама мукамал ўрганиб, тадбирлар уюштириш туризмнинг ривожланишига олиб келади.

Халқаро туризмнинг ривожланиши билан айрим мамлакатларда кўплаб

аҳоли иш билан таъминланади. Халқаро туризм валюта ҳисобидан фойда келтирибгина қолмай, у фуқаролар кам яшайдиган эски, аммо тарихий жойларни катта ва ривожланган шаҳарларга айлантириб юбориши мумкин.

Бюджетга валюта тушиши ҳисобига туризм иқтисодиётнинг бошқа тармоқлари ривожига ҳам таъсир кўрсатади, минтақалар инфратузилмаси, янги иш жойлари яратиш, ўзбек халқининг тарихий ва маданий меросини тиклаш имконини беради. Ўзбекистоннинг халқаро майдондаги нуфузи ортишига туризмнинг ҳиссаси катта бўлиши керак. Бунинг учун мамлакатимизда имкониятлар бор, янги сифатли туристик объектларни кўпайтириш ва шу йўл билан мамлакат иқтисодиётини юксалтириш бир қатор чора –тадбирларни амалга оширишни талаб этади. Бу борада бизнинг фикрларимиз қуйидагича:

- Туризм тизимида маркетинг тадқиқотларини ташкил этиш;
- Туризм сервисини такомиллаштириш;
- Жаҳон андозаларига мослаштириш;
- Туристик экскурсия хизмати кўрсатиш тури ва сифатини ривожлантириш;
- Тарихий обида ва ёдгорликларни реклама қилиш;
- Янги туристик маконларни излаб топиш ва ташкил этиш;
- Қўшимча хизматлар турларини кўпайтириш ва яхшилаш;
- Туризм билан боғлиқ барча тармоқлар: маиший хизмат, алоқа, транспорт ва ҳоказолар ишини такомиллаштириш;
- Нархини белгилашда туризм бозори конъюктурасига катта эътибор бериш;
- Ходимларни тўғри танлаш.

Фикримизча, туризм бозорида маркетинг тадқиқотларини мунтазам равишда ўтказиш, талаб, таклиф, нарх белгилашда конъюктурани ҳисобга олиш, жаҳондаги турли мамлакатлар туризмни ўрганиш бу соҳада юқори сифатли, ижобий натижаларга олиб келади.

Назорат ва муҳокама учун саволлар:

1. Ўзбекистон халқаро туризмни ривожлантириш учун қандай стратегик имкониятларга эга?
2. Давлатимиз томонидан қабул қилинган қайси фармон туризм соҳасини ривожланиш стратегиясини белгилаб берди?
3. Ҳозирги кунда Республикада туризмни ривожлантириш давлат дастури бўйича қандай ишлар амалга оширилмоқда?
4. 1991 йил Оттава анжуманида Бутун Жаҳон Туризм Ташкилоти томонидан қандай лойиҳага асос солинди?
5. Мамлакатда туризмни ривожланиши қайси соҳаларнинг ривожланишига тўртки бўлиши мумкин?
6. Ўзбекистон ҳозирги кунда хорижий туристларга қандай хизматлар турини кўрсатиш имкониятига эга?
7. Республика Президенти томонидан 2005 йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш давлат дастури тўғрисидаги фармоннинг асосий мақсади нималардан иборат?
8. “Ўзбектуризм” Миллий Компаниясида ҳозирги кунда халқаро туризмни ривожлантириш бўйича амалга оширилаётган чора тадбирлар?
9. “Ўзбектуризм” Миллий Компанияси томонидан қандай йўналишлар бўйича тадқиқотлар ўтказилмоқда?
10. Ўзбекистон хорижий мамлакатлар билан халқаро туризмни ривожлантириш бўйича қандай лойиҳаларни амалга оширмоқда?
11. Ўзбекистонда халқаро туризмни родини кучайтириш учун қандай маркетинг тадбирлари амалга оширилмоқда?
12. Ўзбекистонда туристлар хавфсизлигини таъминлаш бўйича қандай кўшимча чора тадбирлар ишлаб чиқилди?
13. Республикада миллий туристик ташкилотларни қўллаб қувватлаш борасида қандай ишлар олиб борилмоқда?
14. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришга таъсир этувчи омиллар

нималардан иборат?

15. Ўзбекистонда халқаро туризм бўйича «Очиқ иқтисодий зоналар» лойиҳаси қайси тарихий архитектура ёдгорликларини ўз ичига олади?

16. Хорижий туристларнинг оқимини ўсишида қайси объектлар диний йўналишдаги объектлар ҳисбланади?

17. Дунё саёҳат ва туризм кенгаши томонидан саёҳат ва туризм статистикаси бўйича қандай мезонлар ишлаб чиқилди?

18. Ўзбекистонда туризм иқтисодиётини ислоҳ қилишга ва миллий тараққиёт моделини мукамаллаштиришга қандай шарт-шароитлар яратилган?

19. Ҳозирги кунда туристик имкониятларни маҳсулот сифатида ишлаб чиқишнинг ўзига хос усул ва услублари нимадан иборат?

20. Халқаро туризмни барқарор ривожланиш стратегиясини белгиловчи энг долзарб муаммолар нимлардан иборат?

Асосий адабиётлар

1. Каримов И. “Ўзбекистон XXI асрга интилоқда”. –Тошкент, “Ўзбекистон”, 2000й.

2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1999 йил 15-апрелдаги:

3. “2005 йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш Давлат дастури тўғрисида”ги № 2286 сонли Фармони.

4. Е.И.Ильина Туроперейтинг: Стратегия и Финансы. Москва «Финансы и статистика» 2004.

5. Гуляев В.Г. «Туризм, экономика и социальное развития» Организация туристской деятельности” Москва «Финансы и статистика» 2003.

6. Г.А.Папирян «Международные экономические отношения» Экономика туризма Москва «Финансы и статистика» 2004.

7. К.Г.Борисов «Международные туризм и право» Москва «Нимп» 2004.

8. А.Б.Здоров «Экономика туризма» Москва «Финансы и статистика» 2004.

Интернет сайтлар

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

www.wttc.org - Всемирный Совет по путешествиям и туризму.

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

www.ekonomtour.ru - экономические туры.

www.e-tours.ru - деловые туры, выставки, конференции.

www.mrwolf.ru - дисконтные карты для туристов.

www.roughguides.com - Электронный путеводитель.

www.travel-library.com - Электронная библиотека путешествий.

Глоссарий

TSA – Tourism Satellite Account – «Туризм ҳисоб китобларининг мувозанатли ягона тизими».

WTTS – Дунё саёҳат ва туризм кенгаши.

TRACECA – Transport Corridor Europe – Caucasus – Asia – «Европа – Кавказ – Осиё транспорт коридори.

Buing Batiman – Франциянинг туризм компанияси.

Тур эксим банк – Туркия банки.

ALARKO ALSIM – Туркия туризм фирмаси.

Platinum Partners Ltd – АҚШ компанияси.

ЕТТБ – Европа Ткланиш ва Тараққиёт Банки.

ХУЛОСА

Олимларнинг туризмни соҳа сифатида тан олиб, унга илмий нуқтаи назардан ёндашувлари XIX асрнинг охири XX асрнинг бошларида юзага келди. Ф.В. Огилвиеннинг фикрича туризм илмини илк маротаба 1899-йилда Италиянинг “*Giornale degli Economisti*” деб аталувчи газетасида чоп этилган “*Sul movimento forestieri in Italia*” номли мақола орқали тилга олинган. Демак, туризм ўша йиллардан бошлаб, алоҳида бир соҳа ва йўналиш сифатида тобора ривожланиб келмоқда.

Ҳозирги кунга келиб туризм соҳасида эришилган ютуқлар унинг алоҳида бир индустрияга айланишига олиб келди. БТТ маълумотларга қараганда, 2000-йилда жаҳон туризм ҳаракатлари 5,8% га ошди. 1999-йилдаги кўрсаткичдан икки маротаба кўп бўлган бу кўрсаткич, охири ўн йил мобайнида кузатилмаган эди. Ўтган йилларга нисбатан деярли 50 млн.дан ортиқ бўлган халқаро туризм ҳаракатлари 2000-йилда 696,8 млн. кишини ташкил этди.

Туризм индустриясида вужудга келган бу вазиятни БТТ нинг бош котиби Франсеско Франгиали «Бизнинг оптимистик тахминларимизга нисбатан туризм, асрдан-асрга жуда тез суръатларда ривожланиб бормоқда ва саёҳат қилиш учун кўплаб сабаблар юзага келди» деб таъкидлаган эди.

Шунингдек, 2000-йилда халқаро туризмдан келадиган даромад 7,1% га ошиб, 477 млрд. АҚШ долларини ташкил этди. Жаҳондаги барча туристик марказларда ўсиш кузатилди.

Халқаро туризм ҳаракатларининг 57,8%ини ташкил қилган Европа ҳудуди 5,8% га кўпайиб 402 млн. туристни қабул қилди.

Юқоридагиларни инобатга олган ҳолда жаҳон туризм индустриясини XXI асрдаги ривожланиш тенденцияларини баҳолайдиган бўлсак, улар қуйидаги йўналишларни ўз ичига олиши мумкин:

1. Иқтисодий таъсир ва туризмга капитал оқимининг кириб келиши янги юз йилликнинг энг асосий тенденцияси бўлади. Давлатлар туризмнинг иқтисодиётга таъсирини максимал даражага кўпайтиришга, аввало ўз

мамлакатларидаги туризмдан олинадиган даромадни сақлаб қолишга ҳаракат қиладилар.

2. АҚШ экспанцияси, АҚШнинг кино, ресторанлар соҳасида “fast food”, меҳмохоналар, тематик парклар, авиайўллар, кредит компаниялари, оммавий ахборот воситалари ва интернетга таъсири катта бўлади. АҚШнинг туризмдаги ўрни йирик компанияларнинг акцияларини олди сотди операциялари, шартномаларни бошқариш ва франчайзинглар туфайли ўсиб боради. Туризм иқтисодиётга юқори даражада фойда келтирувчи соҳа бўлганлиги учун ишбилармонлар ўртасидаги муносабатлар кескинлашади (айниқса АҚШнинг таъсири камроқ бўлган жойларда). Бундан ташқари, 2001 йил 11-сентябр куни АҚШда содир этилган террористик хуруж туризм ва транспорт соҳасида янги таркибий ўзгаришларни келтириб чиқарди. АҚШ туризм индустриясининг ўсиш даражасининг пасайиши кузатилиши мумкин. Бу эса, америкалик туристларни худди Европадаги сингари ички туризм имкониятларидан фойдаланишга ундайди ва хавфсизлик масаласига алоҳида эътибор берилиб янги институционал ўзгаришларни юзага келтиради.

3. Глобализациянинг таъсири. Бунда атроф муҳитни, истеъмолчилар ҳуқуқини ҳимоя қилиш, пул муомаласини ўзгартириш (масалан, евронинг муомалага киритилиши) ва авиатранспорт соҳасидаги сиёсат. Шунингдек, экологик муаммоларнинг кескинлашуви ва табиатни, атроф-муҳитни муҳофаза қилиш борасида глобал, яъни умуминсоний концепиялар ишлаб чиқиш зарурати туғилади.

4. Божхона ва виза муаммоларини эркинлаштириш, қулай инвестиция муҳитини яратиш. Маълумки, юқоридаги муаммолар эътиборсизлик оқибатида юзага келади ва давлатлараро туризмнинг алмашинувиға ҳамда товарлар оқимиға салбий таъир кўрсатади. Давлатлар янги муҳитға мослаша олсаларгина бу муаммоларни босқичма-босқич ҳал қилиш мумкин.

5. Солиқлар. Давлатлар, шаҳарлар, мамлакатлар, туризм индустриясидаги солиқларни камайтириш, енгиллаштириш ўзини намоёиш қилишнинг энг яхши

воситаси деб билишади. Аммо кўп давлатлар, аксинча, бу соҳа учун юқори миқдорда солиқ белгилайдилар. Чунки улар сайёҳлар учун бунинг аҳамияти йўқ деб ҳисоблайдилар. Кузатишлар шуни кўрсатадики туристлар паст солиқ солинадиган мамлакатларга кўпроқ ташриф буюришиар экан.

6. Туризмнинг ижтимоий жиҳатлари. Кўпгина давлатларнинг туризм индустриясидаги энг мураккаб масала бу туризмнинг ижтимоий томонидир. Яъни, бу соҳанинг истеъмолчилари фақатгина бой одамлар эмас, балки ўрта ҳол инсонлар ҳам бўлиши керак. Чунки, туризм жамиятнинг ижтимоий тараққиёти учун хизмат қилиши керак

7. Бандлик. Туризм индустриясини обрўси доимо ўсиб борар экан, кўпгина ёш мутахасислар ўзга давлатлардан иш топишга интиладилар. Бунга интернет тизими ёрдам беради. Ундаги турли хил сайтлардан дунёнинг турли жойларидан иш топиш мумкин. Туризм индустрияси ривожланган сайин хорижий тилларни биладиган ва бошқа давлатларда ҳар хил маданиятли меҳнат қила оладиган мутахасисларга талаб ошиб боради.

8. Хавфсизлик ва жиноячилик масаласи, бунга терроризм ва сиёсий келишмовчиликлар ҳам киради. Бу ҳозирги куннинг энг долзарб мавзуларидан биридир. Бизга маълумки, кўп давлатлар ўзининг сиёсий ва иқтисодий шароитини яхшилашга интилмоқда ҳамда ташқи бозорда ўз мавқеини тиклашга ҳаракат қилмоқда. Давлатларнинг биринчи навбатда бу масалага тўғри ёндашиши ва амалий чора-тадбирларнинг мавжудлиги муҳим аҳамият касб этади. Чунки туристларнинг хавфсизлиги таъминланмас экан, уларнинг жаҳон миқёсидаги ҳаракатига путур етади.

9. Жиноятчи уюшмаларининг туризмга таъсири. Очик-ойдин кўриниб турибдики, туризм иқтисодиёт соҳасининг нақд пуллар оқимини ўзига жалб қилиши (казинолар, қиммат баҳо буюмларнинг савдоси орқали) кўпчиликнинг диққат эътиборини ўзига тортади. Бунда ҳуқуқ органларининг хушёр бўлиши талаб этилади. Ҳар қандай бадавлат инвесторни жиноий уюшмалар билан алоқа қилишга йўл қўймаслик керак.

10. Технология. Туристтик агентликларнинг асосий функцияларидан бири ишлаб чиқарилаётган маҳсулот ва хизмат кўрсатишни тарқатишдир. Европа авиалиния бошқарувчисининг айтишига қараганда, «Жаҳонда 100% истеъмолчиларимиз уяли телефонга, 85% шахсий компьютерга эга ва 50% дан ортиғи интернетдан фойдаланади. Биз ўз хизматларимизни бундай шароитларни инобатга олган ҳолда истеъмолчиларимизга етказиб беришимиз керак». Шундай қилиб, яқинда интернет орқали аукционлар ўтказиш, меҳмонхоналарни сотишдан тортиб реклама фаолиятини ҳам олиб бориш мумкин бўлади.

11. Атроф-муҳитни сақлаш муаммолари тур индустриянинг ривожланиши бевосита атроф-муҳит билан боғлиқ бўлади. Ҳозирда меҳмонхона тизими, авиалиниялар, туроператорлар табиатни сақлашга катта эътибор беришмоқда. Соҳанинг асосий муаммоси атроф-муҳитга, экологияга хавфли бўлган ишлаб чиқариш соҳаларини таъсирини ўрганиш ва уларни бартараф этиш ҳисобланади.

12. Авиалиниялар ва авиация. Жаҳон авиация альянсининг кучи ҳамкорликда авиарейсларни эксплуатация қилиш, истеъмолчиларнинг хоҳлаган рейсларга билет сотиб олишини альянс аъзолари ўртасида келишиб, статистик маълумотлардан, маркетингдан унумли фойдаланишдир. Авиалиниялар ўз ҳаражатларини минималлаштиришга ҳаракат қилишади. Авиаиндустриянинг энг яхши фаолияти бу 2001-2004 йилларда қисқариб кетган рейсларни кўпайтиришдан иборат бўлади. Авиакомпаниялар ва аэропортларни хусусийлаштириш давом этаверади.

13. Халқаро муносабатларда турли хил даражадаги бирлашмалар ва хусусий секторларнинг пайдо бўлиши. Маркетинг ва маълумотлар базасидан фойдаланиш туризм индустриясининг ривожланишига катта таъсир қилади. Яъни туризмни ривожланиш тенденциясига бошқа соҳаларни таъсири ўтади: жумладан қишлоқ хўжалиги, текстиль ва ювелир саноати, улгуржи савдо, маданиятнинг таъсири катта бўлади. Туристларга сотилдиган товар – «Экспорт

қиладиган товар» тушунчаси ривожланади.

14. Круиз ва денгиз туризмнинг бутун жаҳонда ривожланиши. Буларга авваллари машҳур бўлмаган ҳудудлар ҳам киради. (масалан, Осиё минтақасида). Охирги тадқиқотлар шуни кўрсатадики, сувда (денгиз, дарё ва кўл бўйида) чиқарилган хордиқ инсонларни стресс ҳолатларга тушиб қолишдан сақлайди.

15. Туристтик кўргазмаларни тобора ривожланиши натижасида алоҳида давлатларда форумлар ва янги туристик маҳсулотларни сотиш фаолиятлари ихтисослашган. Туристтик компаниялар томонидан тақдим этилади. Соҳада ҳар хил янги йўналишлар бўйича ихтисослашув даври бошланади.

16. Ҳудудий реклама ва тадқиқот ишларига эътибор берилиши. Реклама ва сотишни жадаллаштиришга қаратилган фаолиятларни кучайтириш мақсадида кўпгина давлатлар ўз бюджетларини бирлаштиришга, маркетинг фаолиятларини бирга олиб боришга ҳаракат қиладилар.

17. Туризмнинг Яқин Шарққа таъсирининг ривожланиши. Яқин Шарқ мамлакатларидаги нефть ва нефть маҳсулотлари захирасининг 20-30 йил мобайнида камайиб кетиши ва давлат бюджетини реал валюта оқими билан таъминлайдиган соҳалардан бири туризм бўлгани учун бу соҳага эътибор янада кучаяди.

18. Диний ва муқаддас кадамжоларни зиёрат қилиш туризмнинг ривожланиши. Масалан, 2000 йилда Қуддусда Исо пайғамбарнинг туғилишига бағишлаб ўтказилган тадбирлар. Шунингдек, Ҳиндистонда ва шунга ўхшаш кўпгина мамлакатларда диний аҳамиятга молик бўлган йўналишлари ишлаб чиқишга катта эътибор берилади. Шунингдек, дам олиш ва хордиқ чиқариш саёҳатлари ўз ишига жисмоний ва интеллектуал тикланишга қизиқувчи ёшлар гуруҳини ҳам қамраб олади.

19. Туризмни ривожланиш тенденцияси. БТТ тадқиқотларига таянган ҳолда шуни таъкидлашимиз мумкинки, глобал иқтисодий жараёнга яъни меҳнат таътилига чиқиш ва дам олиш тенденциясида пасайиш кутилмоқда.

Чунки йилдан-йилга кишиларнинг уй-рўзгор билан боғлиқ бўлган муаммолари кўпайиб бормоқда.

20. Унча катта бўлмаган шаҳарларнинг янги туризм бозорига ва масканларига айланиши. ҳозиргача асосий туристик йўналишлар йирик шаҳарларда мужассамлашган бўлиб, бу тенденция йилдан-йилга ўзгариб боради. Чунки, унча катта бўлмаган, аммо туризм салоҳияти жиҳатидан бой ҳисобланган шаҳарларга қизиқиш янада ортиб боради.

Фойдаланилган адабиётлар

1. Ўзбекистон Республикасининг Конституцияси. Т., «Ўзбекистон», 2003.
2. Ўзбекистон Республикаси «Хорижий инвестициялар ва хорижий инвесторлар фаолиятининг кафолатлари» тўғрисидаги қонун.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Тўғридан тўғри хусусий хорижий инвестицияларни жалб этишни рағбатлантириш борасидаги қўшимча чора тадбирлар тўғрисида»ги Фармони. «Халқ сўзи», №69. 2005 йил 12 апрель.
4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1995 йил 2 июндаги «Буюк ипак йўли»ни қайта тиклашда Ўзбекистон Республикасининг иштирокини авж олдириш ва республикада халқаро туризмни ривожлантириш борасидаги чора тадбирлари тўғрисидаги 1162-сонли Фармони
5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1999 йил 15 апрелдаги «2005 йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш Давлат дастури тўғрисидаги 2286-сонли Фармони.
6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2003 йил 28 январдаги «Ўзбекистон иқтисодиётида хусусий секторнинг улуши ва аҳамиятини тубдан ошириш чора тадбирлари тўғрисидаги Фармони.
7. И.Каримов. «Биз келажагимизни ўз қўлимиз билан қураимиз». 7-жилд. Т.: «Ўзбекистон», 1999.
8. И.Каримов. «Ўзбекистон XXI асрга интилоқда». Т.: «Ўзбекистон», 2000.
9. И.Каримов. «Озод ва обод Ватан, эркин ва фаровон ҳаёт пировард мақсадимиз». 8-жилд. Т.: «Ўзбекистон», 2000.
10. И.Каримов. «Мустақиллик мафқураси ва Ўзбекистонда демократик жамият қуришнинг иқтисодий, ижтимоий ва маънавий негизлари». Т.: «Университет», 2001.
11. И.Каримов. «Хавфсизлик тинчлик учун қурашмоқ керак». Т.: «Ўзбекистон», 2002.
12. И.Каримов. «Мавжуд салоҳият ва имкониятлардан оқилона фойдаланиш тараққиёт омили». Т.: «Ўзбекистон», 2004.
13. И.Каримов. «Жамиятни демократиялаштириш ва иқтисодий модернизациялаш - бош мақсадимиз». Т.: «Ўзбекистон», 2005.
14. И.Каримов. «Империя даврида бизни иккинчи даражали одамлар, деб ҳимоблашар эди». Т.: «Ўзбекистон», 2005.
15. А.А. Аллаберганов Туризм индустрияси – Т.: “Талқин” 2004 й.
16. Александрова А.Ю. Международный туризм. Учебник. М.: «Аспект пресс», 2004.
17. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. «Экономика туризма», М.: «Финансы и

статистика», 2000.

18. Биржаков М.Б. Введение в туризм: Учебник. Изд-ве перераб. и доп. -Спб: изд. Дом Герда, 2004.

19. Борисов К.Г. «Международный туризм и права». М.: «НИМП», 2004.

20. Гвозденко А.А. «Логистика в туризме». Учеб.пособ. М.: «Финансы и статистика», 2004.

21. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развития. М.: «Финансы и статистика», 2003.

22. Дурович А.П. «Маркетинг в туризме». Учеб.пос. Минск, ООО «Новое знание», 2001.

23. Дурович А.П. «Реклама в туризме». Учеб.пос. М.: «Новое знание», 2003.

24. Дехтяр Г.М. «Лицензирование и сертификация в туризме». Учеб.пос. М.: «Финансы и статистика», 2005.

25. Ерохина Л.И., Башмачникова Е.В. «Прогнозирование и планирование в сфере сервиса». Учеб.пос. М.: «Финансы и статистика», 2004.

26. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе». Учеб. пос. М.: «Кнорус», 2005.

27. Запесоцкий А.С. «Стратегический маркетинг в туризме». Теория и практика. М., «Кнорус», 2003.

28. Зорин И.В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма. Справочник. М.: 2004.

29. Здоров А.Б. «Экономика туризма». Учебник. М.: «Финансы и статистика», 2004.

30. Ильина Е.Н. «Основа туристской деятельности». Учеб.пос. М.: «Советский спорт», 2000.

31. Ильина Е.И. Туроперейтинг: стратегия и финансы. Учебник. М.: «Финансы и статистика», 2004.

32. Кабушкин Н.И. «Менеджмент туризма». Минск, «БГЭУ», 2002. 644 стр.

33. Квартальнов В.А. «Туризм». Учебник. М.: «Финансы и статистика», 2003.

34. Квартальнов В.А. «Иностраный туризм». М.: «Финансы и статистика», 2003.

35. Квартальнов В.А., Романов А.А. «Международный туризм: политика Развития». Учебное пос. М.: «Советский спорт», 2002.

36. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. Учебник. 2-е изд. перераб. и доп. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 1063 стр.

37. Колотова Е.А. «Рекреационное ресурсведение». Учеб.пос. М.: «Советский спорт». 2000.

38. Комилова Ф.К. Туризм маркетинги. Т., «Узинкомцентр», 2003.
39. Морозов М.А. «Экономика туризма». М.: Институт туризма и гостеприимства. 2002.
40. Папирян Г.А. «Менежмент в индустрии гостеприимства». М.: «Экономика», 2002.
41. Папирян Г.А. «Международные экономические отношения». Экономика туризма. Учебник. М.: «Финансы и статистика», 2004.
42. Сенин В.С. «Организация международного туризма». Учебник. 2-е изд. перер. и доп. М.: «Финансы и статистика», 2004.
43. Соколова М.В. «История туризма». Учебник. М., «Мастерство», 2002.
44. Филипповский Е.Е., Шмарова Л.В. Экономика и организация гостиничного хозяйства. Учебник. М.: «Финансы и статистика», 2005.
45. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Сенин В.С. «Управление индустрии туризма». Учебник. М.: «Кнорус», 2004.
46. Янкевич В.С., Безрукова. Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме. Учеб.пос. М.: «Финансы и статистика», 2003.
47. Основные показатели развития туризма в 2003 году. Тенденция туристского рынка. Издания 2003 года.
48. Tourism Highlights. 2002. WTO.
49. TTNA, September, 2003.
50. Leitfaden zum DRV - Existenzgruenderpaket 2003.
51. TSA Forecasting: Europe, WTTC-2003.
52. WTO NEWS., February 2002.
53. J.Christopher Holloway., The Business of Tourism, Third edittion, Pitman Publishind LTD, London, 2002.
54. Tunca Toskay, Turizm Olayina Genel Yaklasim, 3-Basim, Dez Yayinlari; №26, Istanbul. 2002.
55. Alister Mathieson and Social Impacts. Longman Group Ltd New York, 2002.

АЛИЕВА МАХБУБА ТҶЙЧИЕВНА

**ТУРИСТИК МАМЛАКАТЛАР
ИҚТИСОДИЁТИ**
(ДАРСЛИК)

Муҳаррир: **Вахобова М.М.**

Техник муҳаррир: **Пирматов Х.**

Компьютерда саҳифаловчи ва дизайн: **Хайдаров Н.**

ТДИУ босмаҳонасида босилди.

700063, Тошкент ш., Ўзбекистон кўчаси, 49-уй.

Шартли босма табоғи – 21,5

Адади 500 нусха

344,1,342,3,340,5,338,7,336,9,334,11,332,13,330,15,328,17,326,19,324,21,322,23,320,25,318,27,316,29,314,31,312,33,310,35,308,37,306,39,304,41,302,43,300,45,298,47,296,49,294,51,292,53,290,55,288,57,286,59,284,61,282,63,280,65,278,67,276,69,274,71,272,73,

270,75,268,77,266,79,264,81,262,83,260,85,258,87,256,89,254,91,252,93,250,95,248,97,246,99,244,101,242,103,240,105,238,107,236,109,234,111,232,113,230,115,228,117,226,119,224,121,222,123,220,125,218,127,216,129,214,131,212,133,210,135,208,137,206,139,

204,141,202,143,200,145,198,147,196,149,194,151,192,153,190,155,188,157,186,159,184,161,182,163,180,165,178,167,176,169,174,171

2,343,4,341,6,339,8,337,10,335,12,333,14,331,16,329,18,327,20,325,22,323,24,321,26,319,28,317,30,315,32,313,34,311,36,309,38,307,40,305,42,303,44,301,46,299,48,297,50,295,52,293,54,291,56,289,58,287,60,285,62,283,64,281,66,279,68,277,70,275,72,273,74,271

76,269,78,267,80,265,82,263,84,261,86,259,88,257,90,255,92,253,94,251,96,249,98,247,100,245,102,243,104,241,106,239,108,237,110,235,112,233,114,231,116,229,118,227,120,225,122,223,124,221,126,219,128,217,130,215,132,213,134,211,136,209,138,207,140,205

142,203,144,201,146,199,148,197,150,195,152,193,154,191,156,189,158,187,160,185,162,183,164,181,166,179,168,177,170,175,172,173