

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY VA O‘RTA
MAXSUS TA‘LIM VAZIRLIGI**

TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

PARDAEV A.X., NORCHAEV A.N., RABBIMOV E.T.

E K O L O G I K T U R I Z M

O‘quv qo‘llanma

Toshkent-2011

Mas'ul muharrir: i.f.n., dos. A.Eshtaev

Taqrizchilar: i.f.d, prof. R.X. Shodiev, Abdurahmonov Sh.A.

Pardaev A.X., Norchaev A.N., Rabbimov E.N. **Ekologik turizm.** -O'quv qo'llanma. – T.: TDIU, 2011. -128 b.

O'quv qo'llanma O'zbekiston Respublikasi mustaqilligining 20 yilligiga va Toshkent Davlat iqtisodiyot universitetining 80 yillik yubileyiga bag'ishlangan bo'lib, respublikamizdagi turizm va xizmat ko'rsatish yo'nalishida mutaxassislar tayyorlaydigan Oliy o'quv yurtlari o'quv dasturiga kiritilgan. Ekologik turizm yangi yo'nalishdagi fanlar qatoriga kirib, turizm va xizmat ko'rsatish yo'nalishida tahsil olayotgan talabalarga, mutaxassislarga ekologik turizm faoliyatini o'rganish, tahlil qilish va ularning faoliyatini tashkilashtirish jarayonlarini aniqlashga yaqindan yordam beradi.

O'quv qo'llanma Oliy o'quv yurtlarining iqtisodiy mutaxassisliklari bo'yicha bilim olayotgan turizm kasb-hunar kollejlari o'quvchilari, talabalar, magistrlar, tadqiqotchilar, professor-o'qituvchilar hamda turizm sohasi bilan shug'ullanayotgan barcha xodimlarga mo'ljallangan. O'quv qo'llanma yangi fanlar qatoriga kirganligi uchun bu borada birinchi marta ilmiy qarashlar va tadqiqotlar olib borilgani uchun ayrim kamchiliklardan holi bo'lmasligi mumkin.

Kitobxonlarning bu boradagi barcha fikr-mulohazalari va takliflari mualliflar tomonidan minnatdorchilik bilan qabul qilinadi.

MUNDARIJA

| | |
|---|----|
| KIRISH ----- | 6 |
| I-BOB. EKOLOGIK TURIZM RIVOJLANISHINING ASOSLARI ----- | 9 |
| 1.1. Ekologik turizm tushunchasi----- | 9 |
| 1.2. Ekologik turizmni rivojlantirish zarurati----- | 12 |
| 1.3. Ekologik turizm rivojlanishi bosqichlari----- | 14 |
| 1.4. Ekologik turizmni rivojlantirishda xorij tajribasi----- | 15 |
| II-BOB. O‘ZBEKISTONDA EKOLOGIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING TASHKILY-HUQUQIY JIHATLARI ----- | 19 |
| 2.1. Ekologik turizmni rivojlantirish uchun ishlab chiqilgan xujjatlar va ko‘rsatmalar----- | 19 |
| 2.2. Davlat tomonidan ekologik turizmni rivojlantirishni qo‘llab-quvvatlash----- | 21 |
| 2.3. «O‘zbekturizm» MK tomonidan turizm rivojlanishini qo‘llab-quvvatlash----- | 26 |
| 2.4. Ekologik turizm konsepsiyasining ishlab chiqilishi----- | 30 |
| III-BOB. O‘ZBEKISTONDA EKOLOGIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA EKOTURISTIK RAYONLASHTIRISH ----- | 33 |
| 3.1. Ekologik rayonlashtirish tushunchasi----- | 33 |
| 3.2. Ekoturistik rayonlashtirishning amalga oshirilishi----- | 33 |
| 3.3. Ekologik rayonlashtirishda hududlarning bo‘linishi asoslari----- | 34 |
| 3.4. Ekoturistik rayonlarning turizmni rivojlantirish imkoniyatlari----- | 36 |
| IV-BOB. EKOLOGIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA MAXSUS QO‘RIQLANADIGAN HUDUDLARNING AHAMIYATI ----- | 41 |
| 4.1. Maxsus qo‘riqlanadigan hududlarning ekologik turizmni rivojlantirishdagi ahamiyati----- | 41 |
| 4.2. O‘zbekistonda maxsus qo‘riqxonalarning vujudga kelishi----- | 42 |
| 4.3. Maxsus qo‘riqxonalarning ekologik turizmni rivojlantirishdagi o‘rni----- | 44 |
| 4.4. Zkazniklarning ekologik turizmni rivojlantirishdagi o‘rni----- | 44 |
| V-BOB. O‘ZBEKISTONDA EKOLOGIK TURIZM RIVOJLANISHI ----- | 47 |
| 5.1. O‘zbekistonda ekologik turizmning rivojlanishi shart-sharoitlari----- | 47 |
| 5.2. O‘zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirishda mavsumiy | |

| | |
|--|-----|
| rejalashtirishning ahamiyati----- | 51 |
| 5.3. O‘zbekiston mintaqalarida ekologik turizm rivojlanishi holati--- | 55 |
| 5.4. O‘zbekiston mintaqalarida ekologik turizm rivojlanishi istiqbollari----- | 60 |
| VI-BOB. EKOLOGIK TURIZMNI MAHALLIY UYUSHMA (BIRLASHMA) DARAJASIDA RIVOJLANTIRISH----- | 66 |
| 6.1. Maxalliy uyushma (birlashma)larni tuzish asoslari----- | 66 |
| 6.2. Maxalliy uyushmalarning faoliyatini tashkil etishda xalqaro tajriba----- | 70 |
| 6.3. Maxalliy uyushmalarning ekologik turizmni rivojlantirishdagi ahamiyati----- | 71 |
| VII-BOB. MILLIY PARKLARNING EKOLOGIK TURIZM RIVOJLANISHIDAGI AHAMIYATI----- | 75 |
| 7.1. O‘zbekistondagi milliy parklar va uning ekologik turizm rivojlanishidagi ahamiyati----- | 75 |
| 7.2. Jahondagi yirik milliy parklar va ularning turizmni rivojlantirishdagi ahamiyati----- | 76 |
| 7.3. AQSh milliy parklarining ekoturizmdagi o‘rni----- | 77 |
| 7.4. Kanada milliy parklarining ekoturizmni rivojlantirishdagi ahamiyati----- | 77 |
| VIII-BOB. EKOLOGIK TURIZM YO‘NALISHIDA MARSHRUTLAR TUZISH ASOSLARI ----- | 80 |
| 8.1. Turistik marshrutlar haqida tushuncha----- | 80 |
| 8.2. Turistik marshrutlarning turlari----- | 81 |
| 8.3. Ugom-Chotqol ekoturistik zonasi bo‘yicha marshrut tuzish----- | 84 |
| 8.4. Jizzax ekohududi bo‘yicha marshrutlar tuzish----- | 85 |
| IX-BOB. EKOLOGIK TURIZM YO‘NALISHDA TASHRIF BUYURGAN TURISTLARGA XIZMAT KO‘RSATISH HAJMINI ANIQLASH----- | 92 |
| 9.1. Turistlarning ekologik turizmga bo‘lgan talab va taklifini aniqlas----- | 92 |
| 9.2. Qo‘riqxonalarining turistlarni qabul qilish sig‘imini aniqlash----- | 94 |
| 9.3. Ekologik resurslarni reklama qilish samaradorligini aniqlash-- | 96 |
| 9.4. Ko‘rsatilgan xizmatlarning samaradorligini aniqlash----- | 99 |
| X-BOB. O‘ZBEKISTONDAGI QO‘RIQXONALARNING EKOLOGIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDAGI IMKONIYATLARINI PROGNOZLASH ----- | 105 |
| 10.1. Qo‘riqxonalarga tashrif buyurayotgan turistlarga xizmat ko‘rsatishni prognozlash metodikasi----- | 105 |

| | |
|---|------------|
| 10.2. Ekologik turizmدا prognozlashning turlari----- | 106 |
| 10.3. Qo‘riqxonalarining turistlarni qabul qilishi ko‘rsatkichlarini taqqoslama tahlil qilish va prognozlash----- | 114 |
| 10.4. Qo‘riqxonalarining turistlarni qabul qilish sig‘imini prognozlash----- | 115 |
| TURIZM ATAMALAR LUG‘ATI----- | 121 |
| TAVSIYA ETILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI----- | 124 |

*O‘zbekiston Respublikasi mustaqilligining
20 yilligiga va Toshkent Davlat iqtisodiyot
universitetining 80 yillik yubileyiga
bag‘ishlanadi.*

KIRISH

Iqtisodiyotni erkinlashtirish va islohotlarni yanada chuqurlashtirish jarayonida mamlakatimiz iqtisodiyotida erishilgan yutuqlarni atroflicha tahlil etish, mavjud muammo va kamchiliklarni batamom bartaraf etish hamda iqtisodiyotni rivojlantirish usullarini ilgor xorijiy tajribalardan samarali foydalanish orqali yanada takomillashtirish masalalari ilgari suriladi. Bunda, asosiy e’tibor O‘zbekistonning jahon iqtisodiyotiga integrasiyalashuvi jarayonini jadal sur’atlarda rivojlantirish, buning uchun mamlakatimiz tashqi iqtisodiy faoliyatini erkinlashtirish borasida kechiktirib bo‘lmaydigan chora-tadbirlarni amalga oshirishga qaratiladi. Prezidentimiz ta’kidlaganlaridek, “... bizning yaqin istiqboldagi eng muhim vazifamiz boshlagan ishlarimizni izchil davom ettirish – iste’mol talabini kengaytirish maqsadida sosial sohani rivojlantirish, mehnatga haq to‘lashni yanada oshirish, xizmat ko‘rsatish sektorini, infratuzilma ob’ektlarini rivojlantirishga, transport va kommunikasiya loyihalari amalga oshirilishiga alohida e’tibor berishdir”¹.

Talabalarga mazkur fan xususiyatlari doirasida bilim berishda O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A. Karimovning “Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O‘zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo‘llari va choralari” hamda “Barcha reja va dasturlarimiz Vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalqimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi”² nomli asar va ma’ruzalarida keltirilgan ma’lumotlar, asosiy tushuncha va qarashlar, ustuvor yo‘nalishlar va xulosalarni puxta o‘zlashtirishlari, kelgusi

¹ И.А.Каримов. Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси: Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маърузаси. Т.: Ўзбекистон, 2010. – 35 б.

² И.А.Каримов. Барча режа ва дастурларимиз Ватанимиз тараққиётини юксалтириш, халқимиз фаровонлигини оширишга хизмат қилади: 2010 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2011 йилга мўлжалланган энг муҳим устувор йўналишларга бағишланган ЎЗР Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси. – Т.: Ўзбекистон, 2011. – 48 б.

faoliyatlarida samarali foydalanishlari hamda ijodiy yondashishlarini ta'minlash fanning oldida turgan asosiy vazifalardan biridir. Ayniqsa, xizmatlar ko'rsatish sohasini yanada jadal rivojlantirish bo'yicha amalga oshirilayotgan ishlarni chuqurlashtirish katta ahamiyatga ega ekanini alohida ta'kidlash joiz.

Ma'lumki, dunyo mamlakatlarining ko'pchiligi turizm sohasini rivojlantirish orqali o'z milliy iqtisodiyotini taraqqiy ettirmoqda. Hozirgi kunda, turizm dunyo bo'yicha eng ko'p daromad keltiradigan sohalardan biriga aylangan bo'lib, avtomobilsozlik va neftni qayta ishlash sanoatidan keyingi o'rinda turadi. Bundan tashqari, turizm mamlakatlar va millatlar o'rtasidagi o'zaro ijtimoiy-iqtisodiy va madaniy munosabatlarni yanada barqarorlashtirishning eng muhim hal qiluvchi omillaridan biri hisoblanadi. Mamlakatimizning turizm sohasida etarlicha darajada va har qanday qorijiy mamlakatlardan qolishmaydigan imkoniyatlarga egaligi bu borada ko'plab muvaffaqiyatlarga erishishimizni ta'minlovchi asosiy manba hisoblanadi. Ana shularni hisobga olgan holda, mamlakatimizda mustaqillikning dastlabki yillaridan to hozirga qadar zamon talablariga javob beradigan turizm infratuzilmasini tarkib toptirish va rivojlantirish borasida amalga oshirib kelinayotgan islohotlar o'zining ijobiy natijalarini berib kelmoqda.

Mustaqil o'lkamizning jahon hamjamiyatida keng miqyosda e'tirof etilishi, dunyoning iqtisodiy rivojlangan mamlakatlari bilan o'zaro do'stona munosabatlarning yanada barqarorlashib borishi, tashrif buyurayotgan turistlar oqimining yil sayin ortib borishi, yurtimizda mavjud yangidan-yangi turizm imkoniyatlarining kashf etilayotganligi va boshqa shu kabi o'zgarishlar fikrimizning yaqqol dalili bo'la oladi. Boshqa iqtisodiy tarmoqlarda bo'lgani kabi, turizm sohasida ham xususiy mulkchilik munosabatlarini rivojlantirishga alohida e'tibor berilmoqda. Bundan ko'zlangan asosiy maqsad mamlakatimizga tashrif buyuradigan turistlarga xizmat ko'rsatish sifatini yanada takomillashtirish va bozor talablariga to'liq javob beradigan turizm sanoatiga ega mamlakat sifatida dunyo hamjamiyati e'tiborini jalb etishdir. Turizm infratuzilmasining asosiy qismiga aylanib borayotgan ekologik turizmni rivojlantirish respublikamizda dolzarb masalalardan biri bo'lib qolmoqda. Bugungi kunda jahon turizmida ekologik yo'nalish jadal rivojlanmoqda. Vatanimizda, nafaqat dunyoga mashhur, chet el sayyohlarini jalb qiluvchi Samarqand, Buxoro, Xiva, Termiz, Shahrisabz kabi qadimiy shaharlar, tarixiy yodgorliklar, balki shu bilan birga, ekoturizm bilan bog'liq, betakror go'zal tabiati, landshaftlar (sahro, cho'l – adirlar, tog'lar, past

tekisliklar), xilma-xil noyob o‘simlik va hayvonot dunyosi, nodir xalqaro ahamiyatga ega bo‘lgan arxeologik topilmalar, paleontologik qoldiqlar, dunyoda kam uchraydigan geologik kesmlar, 800 dan ortiq tabiiy yodgorliklar mavjud.

Prezidentimiz Islom Karimov Singapur Respublikasiga Davlat tashrifi arafasida shu mamlakatning markaziy nashrlaridan biri “TODAY” gazetasi muxbirining savollariga bergan javoblarida O‘zbekistonda ekologik turizmning katta salohiyatga ega ekanligini ta’kidlagan holda, bu yo‘nalishda olib borilayotgan ishlar haqida quyidagilarni keltiradilar: “Go‘zal geografik va tabiiy sharoitlar Respublika hududida ekologik turizmni rivojlantirish uchun g‘oyat qulaydir. Bu borada mamlakatning tog‘li hududlarida joylashgan, zamonaviy jihozlangan sayyohlik majmualarida qishki va noyob sayyohlik dasturlari tashkil etilgan. Sayyohlikning yangi yo‘nalishi – yirik qo‘riqxonalar va bog‘lar hududida tashkil etilgan tabiatshunoslik turizmi rivojlanmoqda. Turizm infratuzilmasi jadal rivojlanmoqda, yangi mehmonxonalar qurildi, yangi sayyohlik yo‘nalishlari tashkil etildi. Ular xalqaro sayyohlar uchun keng ko‘lamli xizmatlarni taklif etishga tayyor»³.”- deb ta’kidlagan edi. Bu kabi omillar respublikamizda ham ekologik turizm rivojlanishini yaxshilash va uning tashkiliy mexanizmini yaratishga asos bo‘lmoqda.

³ “Халқ сўзи” газетаси, Тошкент, 2007 йил 26 январ, №19.

I-BOB. EKOLOGIK TURIZM RIVOJLANISHINING ASOSLARI

- 1.1. Ekologik turizm tushunchasi.
- 1.2. Ekologik turizmni rivojlantirish zarurati.
- 1.3. Ekologik turizm rivojlanishi bosqichlari.
- 1.4. Ekologik turizmni rivojlantirishda xorij tajribasi.

1.1. Ekologik turizm tushunchasi

Ekoturizm tabiiy turizm infrastrukturasi ajralmas qismi bo'lib, u faqat g'oyagina emas, balki umumiy turizmning konkret xili, uning atrof-muhiga ta'siri turlicha (salbiy, neytral va ijobiy) bo'lishi mumkin. "Ekoturizm" tushunchasi qo'riqxonalar va tabiiy parklarning hozirgi zamonaviy faoliyatida keng qo'llanilmoqda. Jahonda bu sayyohat turining jadal o'sishiga sabab faqat atrof muhitning ahvoli yomonlashishiga emas, balki mashhur xordiq chiqarish joylari-tog' bag'ridagi kurortlar, iliq dengizlarning qirg'oqlari, tekisliklar va o'rmonzorlarning borgan sari ko'proq o'zlashtirilayotganligi hamdir.

Ko'pincha, ekoturizm atamasi o'rniga boshqa atamalar, ya'ni tabiiy turizm, barqaror turizm, yashil turizm, "ma'suliyatli" turizm va xayriya turizmi kabilarni ishlatishadi. Turizmning bu turli xillari uchun ba'zi unsurlar bir xil bo'lsa ham bu atamalar bir-birining sinonimi hisoblanmaydi va biri ikkinchisining o'rnini egallamaydi. Ekoturizm-bu tabiiy turizm (tabiatga sayyohat) ning bir turi. Unga tabiiy turizmning ba'zi bo'laklari, masalan, sarguzashtli turizm-otda sayr qilish yoki kanoeda suzish kabilarni o'z ichiga olishi mumkin. Ekoturizmning quyidagi ta'rifi ko'proq ishlatiladi:

Ekoturizm-tabiiy turizm bo'lib, tabiat muhitini hosil qilish va tushinishni o'z ichiga oladi. Uning menejmenti shunday amalga oshiriladiki, natijada bu faoliyat ekologik, ijtimoiy va madaniy jihatdan barqaror bo'lib, "tabiiy muhit", madaniy tarkiblarni, "ekologik barqarorlik" mahalliy aholi uchun tegishli daromadni va foydalanilayotgan resurslarning uzoq muddatli muhofaza qilinishini o'z ichiga oladi. Ekoturizm turizmning boshqa turi kabi ekologik barqaror bo'lishi, sayyohlarga zavq-shavq baxsh etishi va mahalliy aholiga daromad keltirishi lozim. Bundan tashqari, tabiiy va madaniy muhitga "mos tushishi" kerak. "Mos tushishi" degan so'zning ma'nosi shuki bu faoliyatning uslubi, hajmi va xili landshaftning ko'lami va xarakteriga, mahalliy aholining urf-odatlariga to'g'ri kelishi zarur.

Tabiatni muhofaza qilish xalqaro Ittifoqining ta'rifiga ko'ra, "ekologik turizm yoki ekoturizm-tabiat muhitga nisbatan ma'suliyat bilan sayohat qilish, tabiat hududlariga ziyon etkazmagan holda o'rganish, hamda tabiatning betakror jalb etuvchi joylaridan zavq olish maqsadida tabiatni muhofaza qilishga ko'maklashadi, atrof-muhitga "yumshoq" ta'sir etadi, mahalliy xalqning ijtimoiy-iqtisodiy sharoitini faollashtiradi va shu faoliyatdan ularning imtiyozlar olishini ta'minlaydi"⁴

Turizm jamiyati esa "ekoturizmni tabiiy hududlarga ma'suliyat bilan sayohat qilish natijasida tabiatni muhofaza etishni ta'minlaydi va mahalliy xalqning turmush darajasini yaxshilaydi"⁵-deb hisoblaydi.

Yovvoyi tabiat umumjahon jamg'armasi-"Ekoturizm-nisbatan tabiatga ziyon etkazilmagan hududlarga sayohat, madaniy-etnografik xususiyatlari haqida tasavvur olish maqsadida, ekoturizmning butunligini buzmaganda, shunday iqtisodiy sharoitlar yaratadiki, unda tabiatni muhofaza qilish va tabiiy resurslar mahalliy xalqqa foyda keltiradi"⁶ – deb ta'rif beradi.

Yana bir ta'rifda "Ekoturizm nafaqat ma'rifiy-ma'naviy maqsadlarni ko'zlagan holda ekzotik tabiiy hududlarga, ularning hayvonot va o'simlik dunyosiga sayohat, balki ijtimoiy-iqtisodiy masalalarni hal qilish bilan bir-biriga bog'liq majmualar yig'indisi"⁷ -deb tushuniladi.

Bu ta'riflar faqat juz'iy jihatdan bir-birlaridan farq qilsada, ularning asosiy xulosasi tabiatni asrash, o'simlik va hayvonot dunyosini saqlash va ko'paytirish, shu maqsadda muhofaza etiladigan hududlar, milliy tabiiy bog'lar tashkil etish, mahalliy aholini yangi ish joylari bilan ta'minlash natijasida ularning turmush sharoitini yaxshilashdan, mahalliy va chet el investorlarini jalb etish orqali davlat byudjetini boyitish maqsadini nazarda tutadi.

Rossiyalik mutaxassislar I. Zorin va V. Kvartalnov ekoturizm tushunchasini ikki shaklda berishadi: birinchi shakl-ekoturizm "yovvoyi" tabiatdan turistlarning turishi va sayyohat qilish muhiti sifatida bilvosita foydalanishga, lekin bunda turning barcha komponentlariga ekologik, texnologik texnologiyalarni joriy qilishga yo'naltirilgan turizm. Bu ma'noda ekologiya turmahsulot atrof muhitga zararni minimallashtiradi hamda tarbiyaviy va rekrasion ahamiyatga ega bo'ladi. Ikkinchi shakli ekoturizm-sayyohat bilan tabiatga ekologik jihatdan yondoshuvining

⁴ Экология хабарномаси. Тошкент. 2007. № 6. 8-бет

⁵ Экология хабарномаси. Тошкент. 2007. № 6. 8-бет

⁶ Экология хабарномаси. Тошкент. 2007. № 6. 9-бет

⁷ Экология хабарномаси, Т., 2007, №6, 9-бет

uyg'unlashuvidir deb qaraladi. U yangi landshaftlar bilan tanishuv quvonchi hamda flora va fauna namunalarini o'rganish lazzatini ularni muhofaza qilish imkoniyati bilan uyg'unlashtiradi deb hisoblangan. Ekoturizmning asosiy resurslari sifatida qo'riqlandigan qo'riqxonalar, mahalliy va tabiiy parklar, noyob va oddiy landshaftlar ko'zda tutiladi.

"Ekologik turizm" tushunchasining alomatlaridan iloji boricha ko'prog'ini chuqurroq tushunish uchun I. Zorin va V. Kvartalnov o'zaro bog'langan "ekotizim", "ekologiya", "ekologik sayyohat etikasi" kabi tushunchalar sistemasini taklif qilishadi. Ayniqsa, oxirgi tushuncha ahamiyatga molik. Uni jonli tabiatga, borilayotgan landshaftlarga, u erda yashovchi kishilarga nisbatan hurmat kodeksi, deb sharhlanadi.⁸

"Ekologik turizm" tushunchasini turlicha ta'riflashlarni tahlil qilib uni umumlashtirish shuni ko'rsatadiki, uning quyidagi belgilarini farqlash lozim:

-yovvoyi tabiatdan turistlar tashrif buyuradigan muhit sifatida bilvosita foydalanish;

-atrof muhitga minimal zarar etkazish;

-odamga rekrasion va ijobiy tarbiyaviy ta'sir ko'rsatish;

-yangi landshaftlar bilan tanishish, muhofaza qilish uchun flora va fauna namunalarini o'rganish;

-turizmdan tushgan mablag'lardan dunyodagi barcha hududlar flora va faunasini asrash va tiklash uchun foydalanish;

-barcha turistlar va xizmat ko'rsatuvchi shaxslarning jonli tabiatga va mahalliy aholiga hurmat kodeksiga rioya qilishlari va boshqalar.

"Ekologik turizm" tushunchasini umumlashtirish quyidagi xulosalarga asos bo'la oladi: Turizmni tashkil qilishning yuqorida ko'rsatilgan alomatlarida shakllangan tamoyillar lokal emas, balki global xarakterga ega. Shuning uchun bu tamoyillar jahonning ayrim qismlari yoki er, suv va havo bo'shlig'ining ayrim qismlarida emas, balki butun dunyodagi turistik faoliyat sohasiga taalluqli bo'lishi lozim.

Shuningdek "ekologik turizm" tushunchasini nazariy asoslab berish mintaqada yashovchi ko'pchilik aholining ongini ekoturizm talablariga moslashtirishga imkon beradi. Bu esa, o'z navbatida, tabiiy boylikga zarar etkazmagan holda turistik faoliyatni rivojlantirishning optimal texnologiyasini asta-sekin shakllantirib boradi.

Shunday qilib, ekoturizm tizimi asosida turistik faoliyatning turli xillarda qo'llanilishi mumkin bo'lgan tamoyillar yotadi. Bular: bilimni

⁸ Туристические терминологический словарь, - М., 1999, 664 бет.

oshiradigan yoki sarguzasht sayyohatlari (piyoda, otda, suvda, tog‘da, sayr va hokazo), talabalar ta‘tillari, ormetologik turlar, ilmiy turlar va ekspedisiyalar, dam olish kuni ekskursiyalari, yozgi bolalar lagerlari va hokazo.

Ekoturizmga bo‘lgan qiziqish haqiqiy turistik tajribaga talab oshib borayotgani hamda tabiatni qo‘riqlashga qiziqish kuchayayotgani tufayli paydo bo‘ldi. U tabiiy, madaniy va ijtimoiy qadriyatlar bilan moslashadigan hamda madaniyat va tabiatning tabiiy muhitda bir-biriga uyg‘unlashuvini targ‘ib qiladigan turizm xillarini o‘z ichiga oladi.

Turizmni rejalashtirishga javobgar shaxslar, turoperatorlar, menedjerlar, marketing sohasi xodimlari, ommaviy axborot vositalari “ekoturizm” atamasini ancha keng ma‘noda ishlatib kelishdi. Natijada bu tushuncha bir qator turistik mahsulotlarni bayon qilish uchun ishlatilib, bu ta‘rif yuqorida bayon qilingan ta‘riflarga to‘liq mos kelmaydi. “Ekoturizm” atamasining keng ma‘noda qo‘llanilishi baxslarga sabab bo‘ldi va boshqa atamalar, masalan, “barqaror” turizm, “minimal ta‘sirli” turizm, “hamkorlik asosidagi” turizm, “ma‘suliyatli” turizm atamalarining ishlatilishiga olib keldi. Bu ta‘riflardan hech biri yoki alternativ atamalar ekoturizm bilan turizmning boshqa xillari orasidagi chegarani aniq belgilab bera olmaydi.

1.2. Ekologik turizmni rivojlantirish zarurati

Ekoturizmning faqat foyda keltiradigan soha deb hisoblash mumkin emas. Bu faoliyat turi agar maqsadga muvofiq doirada amalga oshirilmasa, uning qoidalari va talabalariga rioya qilinmasa tabiatga jiddiy salbiy ta‘sir qilishi va noxush oqibatlariga olib kelishi tabiiy. Uning salbiy oqibat va natijalari nimalardan iborat bo‘lishi mumkin. Eng avvalo, o‘simliklar nobud bo‘ladi, o‘simliklar payxon qilinadi, er o‘piriladi va zichlashib ketadi, Hayvonlar bezovtalanadi, qochishga tushadi, bola ochishga xalaqit beriladi, ov natijasida yo‘q qilinadi, ovqatlanish tarzi o‘zgaradi, turlari ayniydi, hayvonlar notabiiy to‘planadi, suvda yashaydigan hayvonlarning hayot tarzi o‘zgaradi, suv o‘simliklariga ziyon etadi, biotonning buzilishi, oziq moddalarning emirilishi va yo‘qolishiga olib keladi (tog‘li joylarda, o‘rmon yong‘ini xavfi), suvning ifloslanishi va evtrofikasiya yuz beradi, noyob turlar kamayadi, hayvonlarning hayot tarzi o‘zgaradi, qoyalar emiriladi, tashqi qiyofa xunuklashadi, marjon qoyalar shikastlanadi, baliqlar turi kamayadi, suv havzalari qirg‘oqlaridagi o‘simliklar payxon bo‘ladi, qirg‘oqdagi tuproq o‘piriladi, zichlashadi, o‘simliklar nobud

bo‘ladi, tasodifan hayvonlar shikastlanadi, hayvonlar turmush tarzi o‘zgaradi.

Demak, ekoturizm doimo davlat, jamoat tashkilotlari nazoratida bo‘lishi, unga doir qonunchilikka og‘ishmay amal qilishi lozim. Ekoturizmning barcha xillarini quyidagi ikki asosiy guruhga tasniflash mumkin:

Birinchi guruhga alohida qo‘riqlanadigan tabiiy hududlar va akvatoriyalar chegarasi ichidagi ekoturizm kiritilsa, ikkinchi guruhga alohida qo‘riqlanadigan tabiiy hududlar va akvatoriyalar chegarasidan tashqaridagi ekoturizm. Birinchi guruhga ekologik turizmning avstraliya modeli to‘g‘ri kelsa, ikkinchi guruhga nemis yoki g‘arbiy Evropa modeli muvofiq keladi.

Turizmning global axloq kodeksida ta’kidlanishicha, “...turistik infrastruktura ob’ektlari va turistik faoliyat turlarini shunday rejalashtirish kerakki, ekosistemalar va biologik turli-tumanlikni tashkil qiluvchi tabiiy merosni himoya qilish ta’minlansin hamda yo‘qolib ketish xavfi bo‘lgan fauna va flora turlari muhofaza qilinsin; turistik jarayonlarning ishtirokchilari va ayniqsa, professional xodimlar o‘zlarining faoliyatlariga qo‘yiladigan ayrim cheklashlar va me’yorlarga ko‘nikishlari lozim. Bu gaplar asosan tabiiy parklar yoki qo‘riqlanadigan qo‘riqxonalar va alohida nozik joylardagi faoliyat turlariga tegishli”.

Ekoturizmning maqsadlaridan biri noyob faunani asrab-avaylash, kelgusi avlod uchun saqlashdan iborat. Yo‘qolib borayotgan hayvon turlari, qushlar, reptiliyalar, baliqlar, o‘simliklar va xatto, hashoratlarga bo‘lgan talab, tabiiyki, taklifning shakllanishiga olib keldi. Iqtisodiyotning yangi xufyona sohasi paydo bo‘ldi. Nafaqat an’anaviy soha, masalan, Afrika uchun karkidon shoxi, fil suyagi, sherlarning tishlari, balki “Qizil kitob”ga kiritilgan to‘tiqushlar, lochinlar, gekkonlar, ilonlar, tropik baliqlar, shuningdek, o‘rgimchaklar, qo‘ng‘izlar, chayonlar ham kantrabanda ob’ektlari bo‘lib qoldi. Bularning hammasiga evropalik kolleksionerlarda ham, ba’zi Osiyo mamlakatlarining do‘kondorlarida ham talab kuchaydi.

Ekzotik tovarlarning narxi qora bozorda ancha yuqori: angola pitoni 65 ming AQSh dollari, kamyob afrika qo‘ng‘izi “kolofong” 15 ming dollar va hokazo. O‘rgimchaklar va tropik baliqlarning noyob turlari ham qimmat baholanadi. Mayda rentiliyalar va hashoratlarni kichik idishlarda olib o‘tishga harakat qilishadi, lekin bunda atiga 20-30% “mol” tirik qoladi. Biroq shuning o‘zi katta daromad qilish uchun etarli bo‘ladi. Tabiiyki,

bunday maqsaddagi sayohat hech bir mamlakatda ma'qullanmaydi va "turizm" ning bunday sohasi jinoiy qonunchilik bilan ta'qib qilinadi.

Shunday qilib, tabiat turizmi va ekologik turizm noyob va yo'qolib borayotgan turlarni muhofaza qilish bilan uzviy bog'liq, chunki ularning ko'pchiligi ekzotik hisoblanadi va ekoturizmlarning ob'ektlariga aylanadi. Bu gap faqat hayvon va o'simliklarga emas, balki umuman ekosistemalar va tabiiy komplekslarga ham taalluqli. Boshqa tomondan, noto'g'ri rejalashtirish tufayli turistik "yuk" ning oshib ketishi, yovvoyi tabiat "sovg'alari" ning o'ziga xosligi va qimmatbaholigi ba'zi turlarning yo'qolishi va tabiat omillarining buzilishiga sabab bo'lmoqda. Hududlarning noyob turlari va ekosistemalarini mahalliy jamoalar uchun hayotiy resurs deb qarash mumkin, shuning uchun ularni muhofaza qilish mahalliy madaniyatni himoya qilish bilan uzviy bog'liq.

1.3. Ekologik turizm rivojlanishi bosqichlari

Xalqaro turizmning rivojlanishi uning tarmoqlarga bo'linib ketishiga olib keldi. Shu singari ekologik turizm ham avvallari xalqaro turizm bilan birga olib borilar va alohida tarmoq sifatida tilga olinmas edi. Endilikda aniqrog'i Birinchi Jahon urushi tugashi bilan keltirilgan vayronagarchiliklar va tabiatga insonlar ta'sirining ortib borishi kata muammolarni keltirib chiqara boshladi. To'rt yillik urush tugashi bilan, turizm rivojlanishida Evropada yangi atama tabiiy turizm tushunchasi paydo bo'la boshladi. Turistik firma va turagentliklarning faoliyati yana jonlana boshladi. Bunda turistlar xarakati oldingilarga qaraganda bir necha bor tezlashdi. Tabiat qo'yniga sayohatga chiquvchilar soni ortib bordi. Lekin, turizmning rivojlanish jarayonlari yana sekinlashdi. Bunga ikkinchi jahon urushi boshlanishi sabab bo'ldi. Ikkinchi jahon urushi tugashi bilan XX asrning 50 yillarida turizm rivojlanishida tub burilish davri, ya'ni bosqich boshlandi. Bu davrda jahon xalq xo'jaligining barcha sohalarida, shu singari xizmat ko'rsatishda ham keng qamrovli islohotlar olib borila boshlandi. Bunda mehmonxonalarini oldindan buron qilish, chiptalarga buyurtma berish singari jarayonlar tezlikda rivojlana boshlandi. Texnika va texnologiyalar rivojlanishida katta o'zgarishlar vujudga kela boshladi. Kompyuterlarning xalq xo'jaligining barcha tarmoqlariga joriy qilinishi natijasida iqtisodiy yuksalish tezlashdi. Insoniyat tomonidan kosmosni o'zlashtirish davri boshlandi. Fan-texnika jadal rivojlana boshlandi natijada axborot kommunikasion jarayonlar tezlashdi.

Ekologik turizm rivojlanishi jarayonidagi asosiy bosqich XX asrning 80 yillariga to'g'ri keladi. Bu vaqtga kelib turistik xizmat ko'rsatishda tabiiy resurslardan keng foydalanila boshlandi. Turizmga tabiat qo'ynida dam olish asosiy rol o'ynay boshladi. Natijada turoperatorlar yangicha ko'rinishdagi ekologik dasturdagi turyo'nalishlar ishlab chiqa boshladilar. Bu esa ekoturizmning bugungi rivojlanish darajasini belgilab bermoqda.

1.4. Ekologik turizmni rivojlantirishda xorij tajribasi

Ekoturizm resurslaridan foydalanishning boshqa shakllariga nisbatan tabiiy bog'larni (parklarni) moliyalashning bevosita imkoniyatlari mavjud. Ko'pchilik mamlakatlarda bu muammo hisoblanadi, lekin turizmni to'g'ri rejalashtirish va boshqarish orqali muammoni bartaraf etish mumkin. Nepalda joylashgan "Chitvan" va "Poxara" qo'riqlanadigan tabiiy hududiga TESIS xalqaro loyihasi doirasida ekologik turizmni rivojlantirish va tabiatni muhofaza qilish tadbirlarini o'tkazish maqsadida tashrif buyurgan Ugam-Chotqol davlat milliy tabiiy bog'i vakillarining qayd etishicha birinchi hududda yashaydigan aholi shu erdagi faoliyati (daromadi) hisobiga ichimlik suvi bilan ta'minlanadi va bolalarini boshlang'ich maktabda o'qitish imkoniyatiga ega bo'ladi. Hududni milliy armiya qo'riqlaydi, bu ham milliy bog' daromadi hisobidan amalga oshiriladi. Hududning o'zida mehmonxonalar, restoranlar, kuzatish maydonchalar qurilgan, ekoturistik yo'nalishda tashrif buyurgan turistlarga xizmat ko'rsatuvchi xodimlar soni 500 kishiga etadi.

Turistlar hududga may oyidan boshlab sentyabr oyigacha tashrif buyurishadi. Bular asosan Evropa, Turkiya, Xitoy, Hindiston va Rossiyadan kelganlardir. Mehmonlarga xizmat ko'rsatish uchun arava, fil, kanoe, velosipedda sayr etish tashkil qilinadi. Jungli va daryo bo'ylarida filda sayr qilib, mahalliy fauna va flora bilan tanishishga ayniqsa talab katta. Hududda 30 ta filli pitomnik bor. Har bir filga 3 ta xodim biriktirib qo'yilgan. Hudud tekislik-tepalik erda joylashgan. Bu erda 50 tur baliq, qora timsoh, karkidon, fil, kiyik saqlanadi. Daraxtlarning 400 dan ortiq turi o'sadi, ornitofaunaning 125 dan ortiq turi, kapalaklarning 300 turi bor²⁰. Bundan ko'rinib turibdiki, bu kabi omillar tabiat turizmi va ekologik turizm ishqibozlarini o'ziga jalb qiladi.

²⁰ Ушбу маълумотлар Фарбий Тянь-Шань биоранг-баранглигини сақлаш бўйича ТАСИСнинг давлатлараро лойиҳаси доирасида бу ерга ташриф буюрган Угам-Чатқол давлат миллий табиий парки (Тошкент вилояти) бош директори биринчи ўринбосари Э.Саримсоқовдан олинди.

“Poxara” tabiiy hududi tog‘li erda joylashgan. Hudud igna bargli o‘rmon bilan band, o‘t qoplami paprotnikdan iborat. Turistlar 5-6 uydan iborat mahalliy aholi turar joylariga tashrif buyurishadi, tosh zinalarda 2,0 ming metrgacha ko‘tarilishadi, Manasulu va Anapurke cho‘qqilarini (balandligi 8228 m) suratga tushirishadi. Turistlar uchun aholi yashaydigan punktlargacha toshloq so‘qmoqli marshrutlar tashkil qilingan. U erda kichik mehmonxona va restoranlar bor²¹

Turizmning boshqa shakllariga nisbatan ekoturizmning atrof muhitga salbiy ta‘siri kamroq. Bundan tashqari, turistlar uchun qiziqarli bo‘lgan alohida qo‘riqlanadigan tabiiy hududlar o‘z byudjetlarining bir qismini turizmdan tushadigan mablag‘lar hisobiga qoplashlari mumkin. “Mahalliy hamjamiyat + tabiiy hudud + turizm” loyihasini qo‘llab-quvvatlaydigan xomiyalar va nodavlat tashkilotlari bundan qisman o‘z-o‘zini moliyalashga erishishlari va rag‘batlantirishlari lozim. Albatta, ekologik yo‘nalishdagi turistik mahsulotlarni tayyorlashda mahalliy hamjamiyatlarda ham, turoperatorlardan ham turli darajadagi qiyinchiliklar paydo bo‘ladi. Shu munosabat bilan har xil xususiyatlarga ega bo‘lgan va turli tazyiqlarga uchraydigan alohida qo‘riqlanuvchi tabiiy hududlarda ekologik turizmni rivojlantirishning odatda ikki modelini xalqaro ekspertlar taklif qiladi. Bular: “A” modeli-nazorat qilinmaydigan tabiat turizmi, “V” modeli-kichik ko‘lamli ekoturizm.

“A” tipidagi rivojlanish modelida “V” tipidagi modeldagiga nisbatan ko‘proq tabiiy turli-tumanlik va hammaboplik ko‘zda tutiladi. Bundan tashqari birinchi model turistik marshrutlarni tashkil qiluvchilar uchun ko‘proq daromad keltiradi, lekin bunda shuni hisobga olish kerakki, bu amalda nazorat qilinmaydigan turizm joyning ekologiyasiga ancha salbiy ta‘sir ko‘rsatadi, mahalliy aholining turmush tarzi va urf-odatlarini o‘zgartiradi. “V” tipidagi model biologik turlarning saqlanishi va unga salbiy ta‘sir ko‘rsatmasligi tufayli bu model afzalroq hisoblanadi, lekin bu model ham turoperatorlar va mahalliy aholi uchun uncha katta daromad keltirmaydi. Bizning fikrimizcha iqtisodiy rivojlanmagan mamlakatlar, shu jumladan O‘zbekiston uchun ham bu model afzalroq deb o‘ylaymiz.

Turizmning Global ahloq kodeksi “Turistik siyosat shunday amalga oshirilishi kerakki, u tashrif buyuriladigan hududlarning aholisi turmush darajasini oshirsin va ularning ehtiyojlariga javob bersin; turistik

²¹ Ушбу маълумотлар Фарбий Тянь-Шань биоранг-баранглигини сақлаш бўйича ТАСИСнинг давлатлараро лойихаси доирасида бу ерга ташриф буюрган Угам-Чатқол давлат миллий табиий парки (Тошкент вилояти) бош директори биринчи ўринбосари Э.Саримсоқовдан олинди.

markazlarni shaharsozlik va me'morlik jihatdan rejalashtirish va ulardan foydalanishda mahalliy ijtimoiy-iqtisodiy muhitga maksimal integrasiya ko'zda tutilsin; hamma shart-sharoitlar bir xil bo'lgani holda, birinchi navbatda, mahalliy ishchi kuchini yollash imkoniyati qidirib topilsin²²”.

Nazorat va mulohaza savollari

1. Ekologik turizm tushunchasining ta'rifini bering.
2. Ekologik turizmni rivojlantirish sabablarini asoslab bering.
3. Ekotizim deganda nima tushuniladi.
4. Ekologik turizm rivojlanishi bosqichlarini aniqlang.
5. Nima uchun ekologik turizm rivojlanishi asosan o'tgan asrning 80-yillariga to'g'ri keladi.
6. Ekologik turizmga faqat foyda keltiruvchi soha deb qarash to'g'rimi.
7. Nima uchun ekologik turizmni rivojlantirishda xorij tajribasini o'rganamiz.
8. Ekologik turizmni rivojlantirish mahalliy aholining turmush tarziga ta'sirini aniqlang.
9. Ekologik turizmning tabiatga salbiy ta'sirini tushuntiring.
10. Ekologik turizmning tabiatni muxofaza qilishga ijobiy ta'sirini tushuntiring.

Adabiyotlar ro'yhati

1. Каримов И.А. Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси (Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маъруза), “Халқ сўзи”, 2010 йил 13 ноябрь (№ 220),
2. Каримов И.А. Барча режа ва дастурларимиз Ватанимиз тараққиётини юксалтириш, халқимиз фаровонлигини оширишга хизмат қилади. - Президент Ислам Каримовнинг 2010 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2011 йилга мўлжалланган энг муҳим устувор йўналишларга бағишланган Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси //Халқ сўзи, 2011 йил 22 январь.

²² Глобальный этический кодекс туризма.г.Сантьяго, Чили, 1 октября 1999 года.

3. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития. –Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – 415 стр.
4. Александров А.Ю. Международный туризм. Учебник. -М.: КНОРУС. 2010. – 46-54 с.
5. Норчаев А. Халқаро туризм. Ўқув қўлланма. –Т.: ТДИУ. 2007. 23-35 б.
6. Балабанов И.Т. Балабанов А.И. Экономика туризма. Учебное пособие. -М.: Финансы и статистика. 2003. – 45-68 с.
7. Норчаев А.Н. Экотуризм. //Ж: Ўзбекистон қишлоқ хўжалиги. №2. 2004.- 45-46 б.
8. www.interunion.ru – туристские ассоциации
9. www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация

II-BOB. O‘ZBEKISTONDA EKOLOGIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING TASHKILY-HUQUQIY JIHATLARI

- 2.1. Ekologik turizmni rivojlantirish uchun ishlab chiqilgan xujjatlar va ko‘rsatmalar.
- 2.2. Davlat tomonidan ekologik turizmni rivojlantirishni qo‘llab-quvvatlash.
- 2.3. «O‘zbekturizm» MK tomonidan turizm rivojlanishini qo‘llab-quvvatlash.
- 2.4. Ekologik turizm konsepsiyasining ishlab chiqilishi.

2.1. Ekologik turizmni rivojlantirish uchun ishlab chiqilgan xujjatlar va ko‘rsatmalar

Mamlakatimizda keyingi yillarda ona-tabiatni asrash, biologik turlarni saqlab qolish borasida bir qator tadbirlar amalga oshirildi. O‘zbekistonda 2001-2005 yillarda G‘arbiy Tyan-Shanning biologik turlarini asrash bo‘yicha xalqaro bank-GEF loyihalari va xalqaro loyiha EuropeAid loyihasi amalda bo‘ldi. Bu loyihalar atrof muhitni muhofaza qilish, mahalliy aholini turizmga jalb qilish bilan bevosita bog‘langan.

Iqtisodiy jihatdan murakkab davrda aholi ko‘proq yagona moddiy manba sifatida natural xo‘jalikka suyanadi va shuning uchun ham chorvachilik va dehqonchilikni jadal rivojlantiradi. Tabiiyki, bunday sharoitda shudgor va yaylov uchun davlat muhofazasidagi bog‘lar va qo‘riqxonalar ham foydalaniladi. Natijada insonning hali o‘zlashtirilmagan hududlarga faol “hujumi” yuz beradi, oqibatda ekologiya buziladi va ba’zi turlar yo‘qolib ketadi. O‘zbekiston Respublikasining “O‘rmonlar to‘g‘risida”gi Qonuni 3-modddasiga ko‘ra, o‘rmon massivlari asosan ekologik (suvni asrash, himoya, sanitariya-gigiena, sog‘lomlashtirish, rekreasion), estetik va foydalanish cheklab qo‘yilgan boshqa vazifalarni o‘taydi¹⁸.

Mahalliy jamoaga muqobil faoliyat sifatida turizm bilan, ya’ni mahalliy flora va faunaga, landshaftga, xalq tarixi va madaniyatiga qiziqqan xorijiy va mahalliy sayyohatchilarni qabul qilish va ularga xizmat ko‘rsatish taklif qilinadi. Bu soha mavsumiy bo‘lsa ham, aniq reja asosida,

¹⁸ “Ўрмонлар тўғриси”даги Ўзбекистон Республикаси Қонуни, -Т.: 1999 й 15 апрель.

uddaburonlik bilan olib borilsa, mavsumni choʻzish, daromadni esa yil mobaynida bir xil olish mumkin. Aholi turar joy, ovqatlantirish, transport, odatlar va hunarlarini namoyish qilish, gidlik, himoya va xavfsizlik xizmatlarini koʻrsatadi.

Bu sohani rivojlantirish milliy anʼanalar va xalqimizga xos boʻlgan mentalitetga asoslangan mahalliy hunarmandchilikni ragʻbatlantiradi: aholi oʻzining imkoniyati darajasida hunarmandchilik kasblarini, ovchilikni tiklaydi. Bu unga katta investisiya talab qilmaydigan qoʻshimcha daromad manbai boʻladi. Bundan tashqari, mahalliy aholi boshqa hududlardan keltirib emas, balki oʻzi etishtirgan sifatli oziq-ovqat mahsulotlari bilan turistlarni taʼminlaydi, yaʼni yordamchi xoʻjalik (aholi uy-joy tomorqasidagi boʻsh erlarga ekilgan sabzavot mahsulotlari) ham daromad keltira boshlaydi.

Natijada aholining oʻzi tabiatni faol qoʻriqlay boshlaydi, chunki atrof muhit buzilsa, chet ellik turistlar kelmay qoʻyadi, bu esa maxalliy aholining daromadlariga salbiy taʼsir koʻrsatadi. Shu sababli manfaatdor tomonlar oʻz mablagʻlarining bir qismini tabiatni muhofaza qilish tadbirlariga hamda madaniyat va sanʼat yodgorliklarini taʼmirlashga ajratishga majbur boʻladi.

Muhimi bu sohani rivojlantirish kommunikasiyalarni, yangi texnologiyalarni ragʻbatlantiradi, yoʻllar qurilishi, aloqa liniyalari oʻtkazilishi, tibbiyot, ichimlik suvi, energiya va hokazolar bilan bogʻliq faoliyat turlari paydo boʻladi.

Bozor iqtisodiyotiga oʻtish sharoitida shubhasiz, turizmni rivojlantirish va rekrasion faoliyatni jonlantirishda hukumat etakchi islohotchi boʻlishi lozim. Chunki, tabiatdan betartib, aniq rejasiz foydalanish mamlakat uchun katta zararlarni olib kelishi mumkin. SHuning uchun respublikamizda bu sohaga alohida yondoshuv boʻlib, muhim qarorlar qabul qilinmoqda. Masalan, Oʻzbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2000 yil 10 martdagi 83-raqamli “Tabiiy boyliklarni saqlash hamda Chimyon-Chorvoq hududini oʻzlashtirishga kompleks va izchil yondoshishni taʼminlash toʻgʻrisida”gi Qarorida aytilishicha, bu hudud oʻz tabiiy-iqlimiy sharoitlari boʻyicha kurort va rekrasion xarakterdagi alohida qoʻriqlanadigan tabiiy hududga kiradi. Shu munosabat bilan tabiatga sezilarli zarar keltiradigan korxonalar tomonidan boʻladigan ekologik tahdidni kamaytirish hamda mahalliy turizmning salohiyatini aniqlash maqsadida bu hududda infratuzilmani restrukturizatsiyalash ishlari oʻtkazildi. Tabiatga salbiy taʼsir koʻrsatadigan

har qanday sanoat, qishloq xo‘jaligi va boshqa korxonalar qurish ta‘qiqlandi.

G‘arbiy Tyanb-Shan-bu uch davlat O‘zbekiston, Qozog‘iston va Qirg‘izistonning hududi. Shuning uchun bu davlatlar o‘rtasida faol hamkorlik va muvofiqlikka erishmay turib bu erda turizmni rivojlantirib bo‘lmaydi. Bunda masala faqat xorijiy sayyohatchilar yoqtiradigan transchegaraviy turistik marshrutlarni yaratish ustida emas, balki tabiiy boylikni asrash, hayvonlarni noqonuniy yo‘l bilan ovlash orqali ularni vahshiyona qirib yuborishga yo‘l qo‘ymaslik, industriyaning salbiy ta‘sirini kamaytirish, mahalliy iqtisodiyotni ko‘tarish ustida hamdir. Hududni rivojlantirishdan hokimiyat ham, mahalliy jamoa ham manafaatdor bo‘lishi lozim. Ular o‘z hududlarida yuz beradigan barcha xo‘jalik jarayonlarini nazorat qilishi va boshqarish ishlari jilovini o‘z qo‘llariga olishlari kerak. G‘arbiy Tyanb-Shanning tabiiy boyliklarini asrash yuzasidan TESIS loyihasi aynan shu muammoni hal qilishga qaratilgan.

Hozirgi vaqtda ekoturistik mahsulotga xorijiy va mahalliy turistlar orasida ehtiyoj katta. Mutaxassislarining fikriga ko‘ra, Markaziy Osiyo tabiat qo‘yniga qilinadigan sayyohatchilar uchun o‘ziga xos “Makka” bo‘lib qolishi mumkin. SHu munosabat bilan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006 yil 17 aprelda “O‘zbekiston Respublikasi 2006-2010 xizmat ko‘rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-325-sonli qarori qabul qilindi. Mazkur qarorni amalga tadbiriq qilish hamda ekoturizmni rivojlantirish maqsadida Tabiatni muhofaza qilish Davlat qo‘mitasi “O‘zbekiston Respublikasida ekologik turizmni rivojlantirish Konsepsiyasi va uning yaqin kelajakdagi istiqbollari”ni ishlab chiqdi.

Ushbu Konsepsiyada Vatanimizda ekoturizmni bosqichma-bosqich rivojlantirish uchun zarur bo‘lgan shart-sharoitlar, tashkiliy-huquqiy masalalar ko‘zda tutilgan. Bu masalalar amalga oshirilgan taqdirda, O‘zbekiston Respublikasi jahondagi ekologik turizmi taraqqiy etgan mamlakatlar qatorida o‘z o‘rnini egallashi imkoniyatlari katta.

2.2. Davlat tomonidan ekologik turizmni rivojlantirishni qo‘llab-quvvatlash

O‘zbekistonda turizm katta imkoniyatlarga ega bo‘lishiga qaramay, yalpi milliy mahsulot yaratishda uning ulushi atiga 0,5% ni tashkil etadi. Bu sohada hammasi bo‘lib 6 mingga yaqin odam band bo‘lsada, ammo

sayyohlarga xizmat ko'rsatadigan kamida 30 mingta qo'shimcha ishchi o'rinlari to'g'risida so'z yuritish mumkin. Bundan tashqari, mehmondorchilikni o'rniga qo'yish uchun tovarlar etkazib beradigan va har xil xizmatlar ko'rsatadigan boshqa sohalar-energetika, kommunal xo'jalik, yo'l xizmatlari, jamoat xavfsizligi, tibbiyot, sug'urta, banklar, tashqi siyosat va aloqlar va hokazo (xalq xo'jaligining 20 dan ortiq tarmog'i) mavjud. Biroq, turizmning o'ziga xos tomonlari shundaki, garchi xizmat ko'rsatish darajasi va sifatini baholash mumkin bo'lsa ham, hech qanday o'lchovlar bilan baholab bo'lmaydigan "samaralar"- taa'surot, ma'naviy oзуqa, qoniqish, estetik zavq-shavq kabilarni ko'plab sanab o'tish mumkin.

Ma'lumki, tovarlar bilan savdo qilish, xizmatlar bilan savdo qilishdan farq qiladi. Xizmatlar o'ziga xos "mahsulotlar" bo'lib, transport, kommunikasiya, qurilish, sug'urta, moliya, kompyuter va axborot xizmatlarini, buxgalterlik hisobi va boshqaruv maslahati va hokazolarni o'z ichiga oladi. Xizmatlarning narxini belgilash uchun asos bozor hisoblanadi. Uni tomonlar bitim tuzish paytida kelishib olishadi. Turizm pravayderlar taklif qiladigan ana shunday xizmatlar majmuidir. Turizmدا tovar (ob'ekt, mamlakat) xaridorga olib kelinmaydi, aksincha, xizmatlar iste'molchisi (xaridor) unga keladi.

Xizmatlar eksporti deganda o'z doimiy yashash joyi hisoblanmagan mamlakatga dam olish, xizmat yuzasidan, xususiy ish va boshqa maqsadlar bilan tashrif buyuruvchi shaxslarning xarajatlari tushuniladi. U sayyohat (tur) ga to'langan haq, tashrif buyurilgan mamlakatda xorijiy turistlarga ko'rsatilgan pullik xizmatlar haqi, mehmonxonalar va boshqa joylashtirish makonlarida ajratilgan xonalar haqi, sovg'a (suvenir) tovarlar sotishdan, xalqaro transport xizmatidan ko'rilgan foydani o'z ichiga oladi. O'z navbatida mehmonxona xo'jaligining daromadlari-xonalarga to'lanadigan haq, ovqatlantirish uchun ko'rsatiladigan xizmatlar haqi, restoranlar, barlar, tungi klublardan foydalanish, banketlar va konferensiyalar tashkil etish, transport bilan ta'minlash, teatr chiptalari, sovg'alar sotish va boshqa xizmatlar ko'rsatishdan tushgan daromadlardir. Turizm importi-mamlakat fuqarosining turli maqsadlarda va bir yildan ko'p bo'lmagan muddatga mamlaktdan chiqishi bilan bog'liq bo'lgan iste'mol xarajatlari summasidan iboratdir. Bu ko'rsatkichlar safarni tayyorlash va amalga oshirish xarajatlarini, sayyohat vaqtida va tashrif buyuriladigan joylarda paydo bo'ladigan xarajatlarni o'z ichiga oladi. Bu harajatlar xorij safaridan qaytilganidan so'ng chiqilgan mamlakatda hisob-kitob qilinadi.

O‘zbekiston bozorida turistik operatsiyalar amaliyoti
(ming AQSh dollarida)

| Ko‘rsatkichlar | Yillar | |
|-----------------------------|---------|---------|
| | 2006 | 2007 |
| Turistik xizmatlar eksporti | 27605,4 | 23555,9 |
| Turistik xizmatlar importi | 1300,7 | 988,6 |
| Saldo (+ -) | 26304,7 | 22567,3 |

Manba: "O‘zbekturizm" milliy kompaniyasi 2008 yil hisobotidan.

Rasmiy ma’lumotlarga ko‘ra, 2006 yilda turistik xizmatlar importining 1 AQSh dollariga 21,2 AQSh dollari miqdorida eksport to‘g‘ri kelgan, 2007 yilda bu nisbat 1:23,8 dollarni tashkil qilgan, ya’ni 112% ga o‘shish kuzatilgan. Biroq, ko‘rsatkichlarni tuzishda shuni sezish mumkinki, xizmatlar eksporti 14,7% ga, importi 24% ga, manfiy saldo 14,3 ni tashkil etgan.

Ma’lumki jahonda biron bir omil statik xarakterga ega bo‘lmaydi, shunday o‘zgarishlar yuz beradiki, ular mamlakatlardagi vaziyatning yaxshilanishiga yoki yomonlashishiga sabab bo‘ladi. Boshqacha qilib aytganda turistlar vaziyatning o‘zgarishiga "oyoq"lari bilan javob beradilar: ularga nimadir yoqmasa, ular o‘z safar yo‘nalishlarini o‘zgartiradilar. Jahon amaliyotida milliy va xorijiy fuqarolarning yil maboynida mamlakat bo‘ylab qilinadigan sayyohatlari hajmini ichki turizm deb hisoblash qabul qilingan. Shu bilan birga, ushbu mamlakatning fuqarosi hisoblangan turistlar sonini ko‘pincha aniqlash qiyin, chunki safar chog‘ida ular rasmiylik (qayddan o‘tish) ni bajarmaydilar, har doim ham otellar, pansionatlar va dam olish uylarida turmaydilar, ularning tashriflari boshqa maqsadlar (xarid qilish, qarindosh-urug‘larni yo‘qlash, to‘ylarga borish) bilan uyg‘unlashib ketadi. Bunday sayyohatlar mamlakat ichidagi safarlarning asosiy qismini tashkil etadi. Bunday sayyohatlar odatda kech bahor, erta yozda va kuzda ancha avj oladi. Bunday sayyohatchilar ancha arzon tushadigan temir yo‘l va avtomobil transportini xush ko‘rishadi.

2.2.2-jadvaldan ko‘rinib turibdiki, 2008 yilda xorijlik turistlar Qoraqolpog‘iston, Andijon, Namangan, Sirdaryo va Toshkent viloyatlariga bormagan. Ammo bu holatni to‘g‘ri deb bo‘lmaydi. Chunki turistik firmalar o‘z mijozlarining u joylarga borishini tashkiliy ravishda amalga oshiradi, lekin ular mehmonxonalar va turbazalarda turmaydi. SHuning

uchun ular mahalliy statistika ma'lumotlariga kirmaydi. Biroq, teatrlar, muzeylar, ko'rgazmalarga sotiladigan chiptalar soniga qarab, turistlar bu viloyatlarga borgan-bormaganligini aniqlash qiyin emas.

Ayni paytda shu narsa diqqatga sazovorki, ichki turizmning umumiy hajmida xizmat ko'rsatiladigan xorijliklarning ulushi 50,7% ni tashkil etadi, Xorijdan tashrif buyuruvchilarning eng ko'pi Toshkent shahri (50,1%), Buxoro viloyati (19,1%), Samarqand viloyati (15,4%), Xorazm (8,94%) va Surxondaryo (3,88%) viloyatlariga to'g'ri kelgan. Shunday qilib, Navoiy viloyatiga kelgan turistlarning 94,8% boshqa mamlakatlarning fuqarolaridir. Buxoro viloyati bo'yicha bundaylar 73,9% ni, Samarqand viloyati bo'yicha 51,7% ni, Surxondaryo viloyati bo'yicha 84,2% ni, Xorazm viloyati bo'yicha 50,1% ni tashkil qiladi.

2.2.2-jadval.

2008 yilda tashkiliy sayyohat yo'nalishi bo'yicha xizmat ko'rsatilgan turistlar soni, ming kishi

| Viloyatlar | Jami | Shu jumladan, xorijliklar |
|--------------------------|-------|---------------------------|
| O'zbekiston Respublikasi | 517,5 | 267,8 |
| Qoraqolpog'iston | 1,0 | - |
| Andijon viloyati | 7,2 | - |
| Buxoro viloyati | 67,9 | 50,2 |
| Jizzax viloyati | 16,4 | 0,4 |
| Qashqadaryo viloyati | 27,1 | 1,9 |
| Navoiy viloyati | 3,9 | 3,7 |
| Namangan viloyati | 6,5 | - |
| Samarqand viloyati | 78,5 | 40,6 |
| Surxondaryo viloyati | 12,1 | 10,2 |
| Sirdaryo viloyati | - | - |
| Toshkent viloyati | 62,7 | - |
| Farg'ona viloyati | 13,9 | 0,5 |
| Xorazm viloyati | 46,9 | 23,5 |
| Toshkent shahri | 173,4 | 131,8 |

Manba: "O'zbekturizm" Milliy Kompaniyasi 2008 yil hisobotidan.

Shunday qilib, statistika ma'lumotlari quyidagi xulosalarga imkon beradi: Birinchidan, xalqaro obro'ga ega bo'lgan va yaxshi reklama qilingan marshrutlar (Toshkent-Samarqand-Buxoro-Xiva) ko'p yillardan buyon faoliyat ko'rsatib katta tajriba to'plagan. 2008 yilda ularning hissasiga barcha xorijiy mehmonlarning asosiy qismi (92 %) to'g'ri keladi.

Ikkinchidan, ixtisoslashtirilgan yoʻnalishlar-Termiz, Qarshi, Navoiyga chet el turistlari maʼlum maqsadlar (arxeologiya, etnografiya, tabiat manzaralari) bilan kelishadi. Lekin bu sohadagi turistik mahsulotlar ommaviy tus olgani yoʻq.

Uchinchidan, baʼzi hududlar, masalan, Fargʻona vodiysi, Sirdaryo va Jizzax viloyatlari tranzit yoʻnalishlar boʻlib qolmoqda, chunki ularni ommaviylashtirish uchun xali aytilgan yoʻnalishlarga nisbatan ancha koʻp mablagʻ talab qilinadi. Bundan tashqari, ularni turoperatorlar ommaviy isteʼmolchilarga emas, balki shaxsiy buyurtmalar boʻyicha (ovchilik, gastronomiya, ekologiya, folklor) tavsiya qilishadi.

Oʻzbekistonda tarixiy-madaniy, meʼmoriy, arxeologik jihatdan qiziqarli boʻlgan 7,0 mingdan ortiq obʼekt bor. Ana shular xorijliklarni ohanrabodek oʻziga tortadi. B. Toʻraevning taʼkidlashicha, "... ulardan 545 meʼmorchilik, 575 tarixiy, 1457 saʼnat yodgorliklari, 5500 dan ortiq obʼekt arxeologik jihatdan qadrlil hisoblanadi. Lekin turistik talabga ulardan atiga 140 tasi jalb qilingan. Yuqorida sanab oʻtilgan obʼektlardan 200 tadan ortiqrogʻi taʼmirlanmoqda, 500 tasi taʼmirtalab; ana shularga har yili oʻn million dollorlab mablagʻ sarflash lozim. Boshqa mamlakatlarning tajribasi shuni koʻrsatadiki, koʻp turistlar uchun oʻsha taʼmirlash jarayonining oʻzi qiziqarli. Shu jihatdan Oʻzbekistondan bir necha ming orxeologik obʼektlar mavjud. Bundan tashqari Respublikamizda 300 dan ortiq muzey, 1200 ta xalq ijodi korxonalari bor. Turistlar tashrif buyuriladigan obʼektlar soni Toshkentda 144 ta, Samarqandda 118 ta, Buxoroda 221 ta, Xivada 310 ta. Biroq, umuman olganda, turistik solahiyatdan kam foydalaniladi".⁹

Oʻzbekistonga turistik yoki xususiy yoʻnalish boʻyicha tashrif buyuruvchi shaxslarni kamida 10% oʻz sayyohatlarining ekologik jihatlari bilan qiziqadi: ular yoki tabiiy hududlar (bogʻlar, togʻlar, oʻrmonlar, koʻllar) ga tashrif buyurishadi, yo boʻlmasa, yaqinroq qishloq joylarga bir kunlik ekskursiya qilishadi. Ularning kamida 60 % aralash turga ehtiyoj sezishadi, xususan, etnografiya bilan ekologiyaga qiziqishadi¹⁰. Natijada tashkiliy turistlar ekologik turlarga "ixtisoslashishmoqda". Shunday qilib turizmning yangi shakli-ekologik turizm shakllanmoqda. Ekologik turizmning umumiy turizm bozoridagi aniq oʻrnini koʻrastish qiyin, albatta. Koʻpincha uni boshqa turistik xizmat turlaridan ajratish qiyin.

⁹ Б. Тўраев. Туристик фаолиятда менежмент тизимини такомиллаштириш. Диссертация автореферати. Самарқанд, 2005, 15 бет

¹⁰ Н. Тухлиев, Т. Абдуллаев. Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития. Т.,2006, стр 22

Lekin turizmdagi bu yangi yoʻnalish hissasining hali juda pastligi aniq. Bu sohaning nisbatan kam oʻrganilganligi va istiqbolli ekanligi uni nazariy ilmiy tahlil etishning dolzarbligini koʻrsatadi.

Rivojlanib borayotgan mamlakatning turizm industriyasi asosan tabiiy yoki ekologik turizm hisobiga amalga oshirilmoqda. Ekspertlarning maʼlumotlariga qaraganda ekoturizm sayyohlik bozorining 10-20 % qamrab olgan, oʻsish surʼati esa umumiy turizm industriyasining oʻsish surʼatidan 2-3 marotaba oshib ketgan. Ammo ekoturizmning mamlakatimizdagi salohiyat koʻrsatkichlari, maqsadi, tashkiliy-huquqiy, taʼlim tarbiya, ijtimoiy-iqtisodiy jihatlari, bu sohada xizmat va servis koʻrsatishni rivojlantirish muammolari etarli darajada ishlab chiqilmagan.

2.3. «Oʻzbekturizm» MK tomonidan turizm rivojlanishini qoʻllab-quvatlash

Qoʻriqlanadigan tabiiy hududlardagi ekologik marshrutlarni tuzishda va amalga oshirishdan oldin turistik tashkilotlar shu hududlarning maʼmuriyati, Oʻzbekiston Respublikasi Tabiatni muhofaza qilish Davlat Qoʻmitasi bilan kelishishi hamda “Oʻzbekturizm” Milliy Kompaniyasi yoki Oʻzstandart Agentligidan sertifikat olishi lozim. Bunday ruhsatnomani olish uchun quyidagi hujjatlarni taqdim qilishlari lozim:

- marshrut sxemasi (unda tegishli joy xaritasida marshrut yoʻli tasviri boʻlishi, dam olish uchun toʻxtash joylari, ovqat tayyorlash, tunash (qoʻnish) joylari koʻrsatilishi kerak);

- marshrutning bayoni, yaʼni, masofasi, toʻxtash joylari soni, oʻzini tutish qoidalari, mavsumiylik, oʻtish vaqti, marshrutdagi odamlar soni berilishi;

Ekologik soʻqmoqlar, odatda, milliy tabiiy bogʻlar (parklar) va davlat buyurtmaxonalari bufer, rekreasion hududlarda tashkil qilinadi. Alohida hollardagina bu soʻqmoqlar qoʻriqxonalar orqali oʻtishi mumkin (lekin bunda atrof muhitga iloji boricha zarar etmasligi, guruh maxsus gid alohida qoʻriqlanadigan hudud mutaxassisi etakchiligida yurishi lozim).

Turmarshrutni tuzishdagi rasmiyatchilik qoidalari tashkilotchilardan umumiy tabiiy xususiyatlardan tashqari alohida qiziqarli obʼektlar (gʻorlar, qoyalar, irmoqlar, koʻllar), flora (dorivor va noyob oʻtlar, zaharli oʻsimliklar, lishayniklar olami) va fauna (Qizil kitobga kiritilgan hayvonlar, hashoratlar) toʻgʻrisidagi maʼlumotlarni ham toʻplashni talab qiladi. Shuni aytish kerakki, ekologik yoʻlni tanlashda faqat landshaftning tipigina emas, balki boʻlajak rekreasion ekologik yoʻnalishda tashrif

buyurishi mumkin bo'lgan turistlar sig'imini ham hisobga olish lozim. Marshrut shunday rejalashtirilishi kerakki, o'simlik va hayvonot dunyosining noyob turlari, ayniqsa, davlat muhofazasidagi turlari yashaydigan joylarni chetlab o'tilishi zarur. Yo'lga chiqishdan oldin turistlar xavfsizlik texnikasi, shu hududlarda o'zini tutish qoidalari hamda qoida buzilganligi uchun ma'muriy-jinoiy javobgarlik to'g'risida yo'l-yo'riqdan o'tganliklari haqida maxsus daftarga imzo chekishlari lozim. Odatda ekologik marshrut va uning vazifalarini bir necha guruhlariga bo'lishadi¹⁹.

Shunga ko'ra, ekologik marshrutlarning quyidagi yo'nalishlariga amal qiladi:

- chiziqli (to'g'ri);
- radial;
- halqasimon;
- yarim halqasimon va hokazo

Vazifasiga ko'ra ular quyidagi xillarga bo'linadi:

- bilim olish – sayr;
- bilim olish – turistik;
- o'quv – ekskursion;
- sport;
- rekriasion va hokazo

Bilim olish-sayr marshrutlarini tuzishda (ularni ba'zan “dam olish kuni so'qmoqlari” deb atashadi) quyidagi talablarni hisobga olish lozim:

- masofa – 4 dan 8 km gacha
- iloji boricha qo'riqlanadigan hududga kirish joyidan boshlanishi;
- turistlarni bir guruhga yig'ib, gid etakchiligida 3-4 soat mobaynida tabiat, tarix va madaniyat yodgorliklari bilan tanishib, yo'l-yo'lakay ma'ruza tinglab shoshmasdan yurilishi lozim.

Bilim olish-turistik yo'nalishning o'ziga xos tomonlari:

- masofa bir necha o'n kilometrdan bir necha yuz kilometrga etishi mumkin;
- ular qo'riqxonaga kirish joyidan boshlanadi;
- sayyohatning davomiyligi-1-2 kundan bir necha haftagacha;
- turistlar guruhlariga birikib, marshrutni etakchi va xizmat ko'rsatuvchi xodimlar (oshpazlar, ot boqarlar) hamrohligida bosib o'tishadi;

¹⁹ Н.Тўхлиев, Т.Абдуллаева “Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития”, Т., с. 200.

- turistlarning ushbu so‘qmoqni mustaqil o‘tishlariga ham ruxsat beriladi, lekin, agar yo‘l qo‘riqxonada hududi orqali o‘tadigan bo‘lsa, ularga ushbu hudud ma‘muriyati xodimi hamrohlik qilishi lozim;

- mustaqil sayyohat qilishdan oldin turistlar tegishli materiallar bilan ta‘minlanishi va xavfsizlik texnikasi hamda o‘zini tutish qoidalari bilan tanishtirilishi zarur;

- turistlar qo‘riqlanadigan hududga kirish uchun to‘langan haq kvitansiya va ruxsatnomaga ega bo‘lishlari kerak.

O‘quv va malaka oshirish uchun tashkillashtiriladigan ekoturistik marshrutlarning xususiyatlarini mutaxassislar odatda quyidagicha tushunishadi:

- ushbu yo‘nalishlar faqat ekologik bilim olish uchun ochiladi va, avvalo, maktab o‘quvchilari, liseylar, kollejlari, oliy o‘quv yurtlari talabalari uchun mo‘ljallanadi;

- mavzu barcha ishtirokchilar uchun tushinarli bo‘lishi kerak;

- odatda, masofa 2 kmdan oshmaydi (ko‘pi bilan 3 soatlik o‘quv ekskursiyasi uchun mo‘ljallanadi);

- iloji boricha alohida qo‘riqxonaga kirishidan boshlanadi;

- bolalar etakchi-ekskursovod yoki o‘quv muassasi o‘qituvchisi boshchiligida yurishadi.

Sport va rekreasion marshrutlar. Odatda, ushbu hududlarning xususiyatlari: tog‘ ko‘llari va daryolar (rafting, dayving, elkanli qayiq sporti), tog‘ cho‘qqilari (alpinizm, qoyalarga chiqish), plyaj (rekreasiya), tuzli g‘orlar (davolanish) mavjudligini hisobga olib tuziladi. Ularning shu maqsadlarga mo‘ljallangan jihozlari, tajribasi va ruxsatnomasi bo‘lgan maxsus firmalar tuzadi.

Bunday joylarda, odatda, piyoda yoki otda yuriladi, lekin istisno sifatida (ma‘muriyatning ruxsati bilan) avtomobilda yuriladi..

Har qaysi marshrutda 3 ta asosiy omil mavjud:

- qiziqarlilik (jalb qiluvchanlik)—bu tushuncha tabiatning manzaradorligi (go‘zalligi), o‘ziga xosligi va turli-tumanligi, yodgorliklarning noyobligi;

- hammabopligi-hududga har yoshdagi guruhlarining tashrif buyurishi, ularning muayyan qoidalar va tadbirlarni bajarishlari imkoni borligi, hududning transport yo‘liga uzoq-yaqinligi;

- axborotdorlik-turistlarning geografiya, biologiya, geologiya, ekologiya bo‘yicha bilim olishlariga imkoniyat borligi ya‘ni ekologik marshrutning boshqa marshrutlardan farqi mavjudligi.

Ikkinchi tomondan, qo'riqlanadigan hududga kirishdan oldin ma'muriyat turistlar uchun axborotlar ko'rgazma taxtasi o'rnatishi lozim. Mavjud ko'rgazma taxtasida olov yoqish, ov qilish ahlat tashlamaslik to'g'risida taqiqlovchi ma'lumotlar berilgan bo'lishi kerak. Bu ma'lumotlarni qayta ko'rib chiqish, uni yanada boyitish lozim. Ayniqsa, uning bezatilishiga ahamiyat berishi kerak, chunki turistlarning marshrutga qiziqish-qiziqmasliklari shunga bog'liq. Eng avvalo, bu ko'rgazmada quyidagilar bo'ladi:

- barcha marshrutlar to'g'risidagi ma'lumotlar (masofasi, murakkabligi, asosiy mo'ljallar, yurish vaqti, mavsumiyligi);
- bu erdagi flora va fauna, shu jumladan, davlat muhofazasidagilarning ro'yxati;
- yurish-turish (o'zini tutish) qoidalari;
- ob'ektlarni borib ko'rish narxi;
- gid (mutaxassis) ning hamrohligi shartligi yoki shart emasligi;
- eng qiziqarli joylarning surati yoki rasmi;
- ushbu qo'riqlanadigan hududning tarixiy ma'lumoti, geografik chegaralari, muloqat telefonlari, xodimlarning ro'yxati.

Axborot ko'rgazmalarining materiallar va konstruksiyasi har xil bo'lishi mumkin, lekin ular ushbu uch talabga javob berishi lozim: oddiylik, qulaylik va uzoqqa chidashlik.

Marshrutlarni ishlab chiqishda turoperatorlar tomonidan quyidagilarga alohida e'tibor qaratilishi lozimdir; yo'llarda, dam olish manzillarida, va ovqatlanish shaxobchalarida, albatta, axborot ko'rsatkichlari qo'yilgan bo'lishi lozim. Har bir marshrutning o'z raqami, rangi yoki rasmi bo'lishi maqsadga muvofiq. Shunda turistlar daftarcha yordamida o'zlarining turgan joylarini xatosiz aniqlay olishadi. Daftarchalarda diqqatga sazovor joylargacha bo'lgan masofani va ularga etib borish uchun qancha vaqt sarflanishi aniq ko'rsatilishi kerak.

Tadqiqotlarimizning ko'rsatishicha, ekoturistik mahsulot boshqa mahsulotlar, masalan, madaniy-bilim, sport mahsulotlaridan o'ziga xos tomonlari bilan farq qiladi. Bu farqqa sabab shuki, turistlar, ba'zan kam tiklanadigan tabiiy resurslardan foydalanishadi. Xo'sh, turmahsulot qanday bo'lishi kerak, u yoki bu unsurning ta'siri qanday belgilanishi lozim?

Eng avvalo turistik mahsulot arzon, barcha mavsumlarga xos bo'lmasligi, iste'moli cheklanmasligi kerak. Ammo ekosistemalar haqida gap ketganda buning iloji yo'q va bunday bo'lmasligi lozim. Sayyohatning faolligi yoki xavfsizligi bilan uyg'unlashadigan ko'p kunlik va uzoq masofali omil maqsadga muvofiq, lekin har doim ham shart emas

hisoblanadi. Biroq, xavfsizlik, saqlangan flora va faunaning mavjudligi, alohida qo‘riqlanadigan hududlarda turistlarning o‘zlarini tutish qoidalari qattiq muhim omillardir. Bu omilni g‘arb turistlari hech qachon inkor qilishmaydi.

2.4. Ekologik turizm konsepsiyasining ishlab chiqilishi

Ekologik turizmni rivojlantirish konsepsiyasi 2007 yilda «Ekosan» tomonidan ishlab chiqilgan bo‘lib, u asosan respublikamizdagi majud ekoturistik resurslardan maqsadli foydalaniga qaratilgan. Unda asosan quyidagilarga alohida e‘tibor qaratish lozimligi ta’kidlanadi. Hozirgi va kelajak avlodlarning ekologik xavfsizligi va barqaror rivojlanishini ta’minlash uchun tabiatdan turistik yo‘nalishda oqilona foydalanish. Ekoturizmning maqsadini amalga oshirish quyidagi vazifalarni bajarishni talab etiladi:

- ekoturizm industriyasini shakllantirish uchun maxsus qonunlarni ishlab chiqish va ularning huquqiy mexanizmini yaratish;
- ekoturistik fan, ta’lim va amaliyotning nazariy asoslarini ishlab chiqish;
- aholining ekologik ongi va madaniyatini ekoturizm orqali o‘stirish;
- ekoturizm yo‘nalishidagi ta’lim va tarbiyani yo‘lga qo‘yish;
- ekoturizm orqali, mahalliy aholini ijtimoiy muhofaza qilish masalalarini hal etish;
- ekoturizm bo‘yicha mutaxassislarni tayyorlash va qayta tayyorlash;
- ekoturistik ob’ektlarni har tomonlama baholash va ularni kadastrini olib borish;
- ekoturizm monitoringi va istiqbolini olib borishni yo‘lga qo‘yish;
- milliy davlat hududini ekoturizm bo‘yicha rayonlashtirib chiqish;
- ekoturizm bilan shug‘ullanuvchi, yuridik shaxs maqomiga ega bo‘lgan maxsus turdagi sub’ektlar faoliyatini yo‘lga qo‘yish va ularni huquqiy jihatdan qo‘llab-quvvatlash chora-tadbirlarini belgilash;
- davlatlarning va xalqaro hamjamiyatning ekoturizmga oid taktik reja va strategik dasturlar va tadbirlarini ishlab chiqish ;
- ekoturizmga oid ijobiy harakatlarni rag‘batlantiruvchi omillarini yaratish;
- biologik xilma-xillikni saqlash va x.k.

Mazkur vazifalarni bajarishda quyidagi ekoturistik prinsip, ya'ni ekologik munosabatlarni turizm orqali tartibga solishga yo'naltirilgan qoidalarga rioya qilish dardkor:

- ekoturizmدا tabiatni muhofaza qilish va barqaror rivojlanish masalalarining ustivorligi;
- ekoturizmning tarixiy, madaniy va boshqa turizm turlari bilan uzviy bog'langanligi;
- turizm va servis sohasi yo'nalishidagi barcha ta'lim muassasalarida ekoturistik o'quvi kiritilishining maqsadga muvofiqqligi;
- mahalliy aholining ekologik ongi va madaniyatini o'stirishda ekoturizmni jalb qilish zaruriyati;
- tabiatdan oqilona foydalanish va tabiatni muhofaza qilishning mazmunini ekoturistik marshrutlarda aks ettirish;
- davlat, jamiyat, mahalliy boshqaruv idoralarining ekologik turizmdan manfaatdorligi;
- ekoturizmدا ekologik ijtimoiy-iqtisodiy manfaatdorlikning yagonaligi;
- ekoturizmدا milliy g'urur va iftihorni shakllantirishning zarurligi va boshqalar.

Nazorat va mulohaza savollari

1. EuropeAid loyihasi bo'yicha qanday ishlar amalga oshirildi.
2. Ekologik turizmni rivojlantirishda mahalliy aholining o'rni qanday.
3. TESIS loyihasi qanday muammoni hal qiliga qaratilgan.
4. Tashrif buyurayotgan turistlarning necha foizini ekotur yo'nalishidagilar tashkil qilmoqda.
5. «O'zbekturizm» MK tomonidan so'nngi yillarda qanday ishlar amalga oshirilmoqda.
6. Ekoturistik marshrutlar qanday yo'nalishlarga amal qiladi.
7. Ekoturistik marshrutlar vazifasiga ko'ra qanday xillarga bo'linadi.
8. Ekoturistik marshrutlar eng avvalo qanday talabraga javob berishi lozim.
9. Ekologik turizm konsepsiyasini ishlab chiqish tartibi qanday amalga oshirilgan.
10. Ekoturizm konsepsiyasida asosan inimalarga e'tibor qaratilgan.

Adabiyotlar ro‘yhati

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг «Мамлакатимизни модернизация қилиш ва кучли фуқаролик жамияти барпо этиш – устувор мақсадимиздир» ҳамда «Асосий вазифамиз – Ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир» номли маърузаларини ўрганиш бўйича Ўқув-услубий мажмуа. – Тошкент: Иқтисодиёт. - 2010. – 63-85 б.
2. Чудоновский А.Д. Информационные технологии управления в туризме: Учебное пособие. – М.: КНОРУС. 2006. – 142-148 с.
3. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития. –Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – 415 стр.
4. Воронкова Л.П. История туризма и гостеприимства. Учебная пособие. -М: Финансы и статистика, 2004 . – 243-253 с.
5. Основные показатели развития туризма в 2008. WTO. Мадрид. 2009. –13-16 с.
6. Соколова М.В. История туризма. Ученое пособие. -М.: Финансы и статистика. 2002. – 88-95 с.
7. Tourism: 2020 vision. Madrid. 1997. – 16-17 p.

III-BOB. O‘ZBEKISTONDA EKOLOGIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA EKOTURISTIK RAYONLASHTIRISH

- 3.1. Ekologik rayonlashtirish tushunchasi.
- 3.2. Ekoturistik rayonlashtirishning amalga oshirilishi.
- 3.3. Ekologik rayonlashtirishda hududlarning bo‘linishi asoslari.
- 3.4. Ekoturistik rayonlarning turizmni rivojlantirish imkoniyatlari

3.1. Ekologik rayonlashtirish tushunchasi

Tabiatdan foydalanish va uni muhofaza qilishni hududiy tashkil etish ekologik – iqtisodiy rayonlashtirish nazariyasi va amaliyotiga asoslanadi. Ekologik – iqtisodiy rayonlashtirish doirasida mintaqalar va hududlar xo‘jaligining ixtisoslashishi va majmua rivojlanishi masalalari bir qatorda xo‘jalik va tabiatning konkret hududlarda o‘zaro ta’sirining maqsadga muvofiq shakllari ham belgilanadi.

Shu sababdan mintaqalar tabiatidan foydalanishning hududiy xususiyatlarini faqat ekologik – iqtisodiy rayonlashtirish orqali aniqlash mumkin. Ekologik – iqtisodiy rayonlashtirish mamlakatda tabiiy – ekologik imkoniyatni har tomonlama hisobga olgan holda mamlakat iqtisodiyotini hududiy rivojlanishini takomillashtirishga va mintaqalarning tabiiy resurs imkoniyatidan unimli foydalanishni hududiy boshqarishni tashkil etishga xizmat qiladi. Mintaqalarning ma’lum mahsulotlarni ishlab chiqarishga ixtisoslashishi bilan uzviy bog‘liq bo‘lib, ijtimoiy mehnat unumdorligini oshirish, ishlab chiqarish kuchlarini samarali joylashtirishning muhim omilidir.

3.2. Ekoturistik rayonlashtirishning amalga oshirilishi

Ekologik – iqtisodiy rayonlashtirish iqtisodiy rayonlashtirishning ixtisoslashgan yo‘nalishi va turi bo‘lib, u ikkita asosiy tamoyilga asoslanib amalga oshiriladi:

- 1). Hududiy mehnat taqsimoti;
- 2). Ushbu hududlar ishlab chiqarish kuchlarining tabiiy muhitga ta’sir ko‘rsatish darajasi.

Hududiy mehnat taqsimoti iqtisodiy rayonlarning chegarasi va mazmun, mohiyatini belgilab bersa, ishlab chiqarish kuchlarining tabiatga ta’siri esa rayonlashtirishning ekologik yo‘nalishini, ekologik – iqtisodiy

rayonlar hududlarining differensiyasini yoki ularning ekologik belgilar bo'yicha majmuasini hududiy farqlarini ko'rsatadi.

Hududiy mehnat taqsimoti rayonlashtirishning iqtisodiy mexanizmi, rayonlashtirishning omili hisoblanadi.

Ekologik – iqtisodiy rayonlashtirish ikki xil yo'nalishda integral rayonlashtirish va tarmoq rayonlashtirishga bo'linadi. Shuningdek, maxsus ekologik – iqtisodiy rayonlashtirish ham mavjud bo'lib, ular ekotizimlarga antropogen va texnogen ta'sirning hududiy farqlarini ko'rsatadi va ularning tizimi shunga mos keladigan tabiat muhofazasi tizimini amalga oshirishni taqozo etadi.

Rayonlashtirish tizimi ekologik-iqtisodiy jarayonlarni boshqarishda muhim rol o'ynaydi. Bozor iqtisodiyotiga o'tish sharoitida O'zbekistonda yangi mintaqaviy ekologik siyosat shakllanmoqda. SHu munosabat Bilan har bir rayonning ekologik-iqtisodiy rivojlanish istiqbollari belgilash va quyidagilarga asosiy e'tibor qaratilishi kerak:

1) iqtisodiy islohotlarni amalga oshirish, tizim, investisiya, moliya, ijtimoiy siyosatni amalga oshirishda rayonlarning ekologik-iqtisodiy xususiyatlarini to'la hisobga olish;

2) Respublikaning maxsus mintaqaviy ekologik dasturini ishlab chiqish.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida O'zbekistonda ekologik-iqtisodiy rayonlarni rivojlantirishning strategik vazifalari quyidagilar:

- antropogen ta'sir bosimi kuchli rayonlarda, birinchi navbatda sug'oriladigan tekislik zonada iqtisodiyotni ekologik talablarga moslashtirish asosida ekologik vaziyatni sog'lomlashtirish;
- tog' zonasida ekologik-iqtisodiy vaziyatni stabillashtirish va iqtisodiyotni ushbu zona xususiyatlariga moslashtirish;
- mamlakat rayonlarida hududiy ishlab chiqarish majmualari, sanoat tugunlarini barpo etish asosida mineral xomashyo resurslaridan majmua foydalanish va ekologik standartlarga amal qilish.

3.3. Ekologik rayonlashtirishda hududlarning bo'linishi asoslari

O'zbekistonning tabiiy-ekologik xususiyatlariga ko'ra bir tomondan yirik tabiiy-ekologik-iqtisodiy-makro zonalarga, boshqa tomondan esa ekologik – iqtisodiy rayonlar tizimiga ajratish mumkin. Ularning har biri hududiy ekologik – iqtisodiy rivojlanishning ma'lum vazifalariga javob beradi.

O‘zbekistonning ekologik – iqtisodiy rayonlashtirishning asosini mamlakatni 3 ta yirik makrozonaga va 8 ta ekologik – iqtisodiy rayonga bo‘lish tashkil etadi. Makrozonalar mamlakat xalq xo‘jaligi majmuasining hududiy – zonal, ekologik – iqtisodiy xususiyatlarini umumiy tahlil qilish va muammolarini aniqlash, ishlab chiqarish kuchlarini joylashtirish istiqbollari belgilash uchun ajratiladi. Makrozonalar bir-birlaridan tabiiy-ekologik xususiyatlari, ishlab chiqarish kuchlari joylashishining o‘ziga xosligini, tabiiy resurs imkoniyatidan foydalanish va hududlarni xo‘jalik o‘zlashtirilishi darajasi bo‘yicha tubdan farq qiladi. O‘zbekiston hududi 3 ta yirik makroxududga bo‘linadi:

- 1) cho‘l(sahro) zonasi;
- 2) sug‘oriladigan tekislik (antrogen) zona;
- 3) tog‘oldi-tog‘ zonasi.

Mamlakatning hozirgi ekologik-iqtisodiy rayonlari tizimi asosan O‘zbekistonning asosiy iqtisodiy rayonlari tizimiga mos keladi. Ekologik-iqtisodiy rayonlarning iqtisodiy rayonlardan asosiy farqi bunda ishlab chiqarish kuchlarining tabiiy muhitga ta‘sirining hududiy farqlari asosiy rayonlashtirish mezonini ekanligidir. Har bir ekologik-iqtisodiy rayon ishlab chiqarish kuchlarini tabiatga ta‘siri darajasi bo‘yicha boshqalaridan farq qiladi. O‘zbekistonda quyidagi ekologik – iqtisodiy rayon shakllangan:

- 1) Toshkent (Toshkent shahri, Toshkent viloyati);
- 2) Farg‘ona (Farg‘ona, Namangan, Andijon viloyatlari);
- 3) Mirzacho‘l (Sirdaryo va Jizzax viloyatlari);
- 4) Samarqand-Zarafshon (Samarqand viloyati);
- 5) Buxoro-Navoiy (Buxoro va Navoiy viloyatlari);
- 6) Qashqadaryo (Qashqadaryo viloyati);
- 7) Surxondaryo (Surxondaryo viloyati);

8) Quyi Amudaryo (Xorazm viloyati, Qoraqalpog‘iston Respublikasi).

O‘zbekiston Respublikasi Tabiatni muhofaza qilish Davlat Qo‘mitasining mataxassislari O‘zbekistonning ekoturistik rayonlari xaritasini ishlab chiqishgan. Xaritaga muvofiq butun mamlakat hududi XIV ekoturistik rayonga ajratilgan. Har bir ekoturistik rayonga ekoturistik hudud deb ham qarash mumkin. Ular jumlasiga Ustyurt, Orol va Orolbo‘yi, Amudaryo, Qizilqum, Nurota, Zarafshon, Aydarkul, Sirdaryo, Chirchiq, Ohangaron, Farg‘ona, Turkiston, Qashqadaryo, Hisor, Surxondaryo ekoturistik rayonlari kiritilgan.



3.4. Ekoturistik rayonlarning turizmni rivojlantirish imkoniyatlari

O‘zbekistondagi har bir rayon o‘zining ekoturistik holati, imkoniyatlari, shart-sharoitlari va rivojlanish istiqbollari nuqtai nazaridan ajralib turadi. Masalan: Ustyurt ekoturistik rayonini oladigan bo‘lsak, u O‘zbekistonning shimoliy-g‘arbi-Qoraqolpog‘istonda joylashgan plato bo‘lib, uning umumiy maydoni 200 ming km² ni tashkil etadi. Bu joylar dunyoda eng katta va yagona 60-150 metrlik tik qoyali jarlari, davolash xususiyatiga ega bo‘lgan juda katta-1000 km² li tuzli Borsakelmas sho‘rxoxi bilan mashhur. O‘simlik dunyosi deyarli yo‘q, osh tuzi va balchiqli tuzning qatlami 16-27,5 m gacha boradi. Yangi qurib bitkazilgan Qo‘ng‘irot soda zavodi aynan ana shu xom ashyo hisobiga ishlaydi.

Neolit davridan qolgan “Ustyurt makoni” ham noyobdir. Unda 60 ga yaqin qadimiy odamlar yashagan tabiiy ob’ektlar aniqlangan. Ularning ichida ham tarixiy, ham ekoturistik ahamiyatga moyil “Tempa” makoni bo‘lib, undan Xorazm arxeologiya ekspeditsiyasi mehnat va ov qurollarini topgan.

Orol va Orolbo‘yi ekoturistik rayoni ekologik inqirozli ekoturistik hudud bo‘lgani uchun ham ekstremal ekoturistik ob’ekt bo‘lib hisoblanadi. Ekoturistik marshrutlar bir paytning o‘zida ham Orolning qurigan, ham uning ta’sirida bo‘lgan Orol atrofi hududlarini qamrab oladi. Bunday hududlarda, bizning fikrimizcha ekoturlar nafaqat treking (piyoda) yoki

tuya va otlarda, balki samolyot va vertolyotlar orqali ham amalga oshirilishi mumkin.

Amudaryo ekoturistik rayoni. Amudaryoning oʻzaniga yaqin sohillardagi toʻqayzorlardan iborat boʻlib, ular ekoturlar uchun juda qiziqarli, noyob landshaft hisoblanadi. Quyi Amudaryoning oʻng sohilida toʻqay landshaftidagi qushlar va hayvonlarni muhofaza qilish uchun Badaytoʻqay qoʻriqxonasi tashkil etilgan. Ornitafaunani saqlash uchun Xorazm buyurtmaxonasi tashkil etilgan. Bulardan tashqari Qizilqumning gʻarbiy qismida, Amudaryoning oʻng qirgʻogʻida, kembriy va kembriygacha davrda burmalangan togʻ jinslari ochilmalaridan iborat, balandligi 485 metrlik Sulton Uvays togʻlariga ekoturlar uyushtirish mumkin. Amudaryo rayonida Oʻzbekistonning koʻhna shaharlaridan biri Xorazm joylashgan, uning arxitektura yodgorliklari tarixiy turizm markazlaridan biri hisoblanadi. Bunday joylarda ekoturlarni tarixiy turlar bilan kompleks olib borishni tavsiya qilish mumkin.

Nurota rayoni oʻzining ajoyib tabiat manzaralari, tarixiy arxitektura yodgorliklari bilan kishilarni maftun etadi. 1975 yilda tashkil etilgan va maydoni 17,8 ming ga boʻlgan Nurota togʻ yongʻoqzor-meva qoʻriqxonasi mavjud. Bu qoʻriqxonaga “Ekosan” qoshidagi “Ekosantur” firmasi tomonidan koʻplab marshrutlar uyushtirilgan. Oqtogʻning janubiy yon bagʻrida joylashgan shamol taʼsirida tebranib turuvchi bahaybat xarsang toshli “Sanjigumon”, “Koriz qoldiqlar” kabi tabiat yodgorliklari ekoturizmning muhim obʼektlaridan boʻlib hisoblanadi.

Koʻp asrlik ziyoratgoh “Chashma buloq” yaqinida “Chilistun” masjidi, madrasa, Abul Xasan Nuriy maqbarasi va qalʼasi joylashgan. Qoratogʻ tizmasining janubiy yon bagʻrida “Sarmish darasi”dagi qoyalarda avlodlarimizning hayoti va madaniyatini aks ettiruvchi lavhalar, rasmlar ishlangan.

Janubiy Nurota tizmasida uzunligi 110 m, umumiy balandligi 1060 m, maydoni 163 m² keladigan “Maydon karst gʻori”, Shimoliy Nurota tizmasidagi uzunligi 130 m, umumiy balandligi 1100 m, maydoni 70 m² keladigan “Xonaixudo karst gʻor” da speleoturizmni rivojlantirish mumkin. Bulardan tashqari, XI asrda bunyod etilgan va XVIII asr boshlarigacha turgan “Rabot Malik karvonsaroyi” sayyohlarning toʻxtash joyi, shuningdek savdogarlarning savdo qilish joyi boʻlgan. Rabot Malik yonida ming yillik tarixga ega boʻlgan madaniy yodgorligi-sardoba uchraydi. Er ichiga 12 m botirilgan sardobada butun yoz boʻyi muzdek va toza suv saqlangan.

Zarafshon ekoturistik rayonida Zarafshon daryosi qayirlarida joylashgan to‘qay landshafti, undagi o‘simlik va hayvonot dunyosini muhofaza qilish uchun tashkillashtirilgan “Zarafshon qo‘riqxonasi” mavjud. Buxoro viloyatining Shofrikon o‘rmon xo‘jaligi hududida joylashgan qum cho‘l landshafti, u erdagi o‘simliklar va hayvonlar hamda tarixiy yodgorliklar (Vardanza shahar xarobalari) davlat tomonidan qo‘riqlanadi. “Vardanza qo‘riqxonasi”, “To‘dako‘l flora va faunasini boyitish buyurtmaxonasi”, Qoravulbozor xo‘jaligida joylashgan “Jayron-ekomarkazi”, suv va botqoqqa moslashgan qushlarni ko‘paytiruvchi “Dengizko‘l buyurtmaxonasi”, Zarafshon tog‘ tizmalaridagi Omonqo‘ton va Amir Temur karst g‘orlari, Zirabuloq-Ziyovuddin tog‘ tizmalaridagi ko‘p qavatli “G‘unjak g‘ori” va boshqalar diqqatga sazovordir. Zarafshon ekoturistik rayonida qadimgi shaharlar Samarqand va Buxoro joylashganligi tufayli ham ekoturlar yakuni tarixiy-diniy arxitektura yodgorliklariga qilinadigan safarlar bilan olib borilishi maqsadga muvofiqdir.

Turkiston ekoturistik rayonida ekoturlarni alohida muhofaza etiladigan hududlarga uyushtirish samaraliroqdir. Chunki bu rayonda Turkiston tizmasining shimoliy yonbag‘rida 1959 yilda tashkil etilgan, absolyut balandligi 1760-3500 m, umumiy maydoni 21735 ga bo‘lgan “Zomin davlat qo‘riqxonasi”, maydoni 24110 ga bo‘lgan noyob tog‘-archa ekosistemalarini tiklash va rekreasiya maqsadlarida foydalanish uchun 1978 yilda tashkil etilgan “Zomin milliy bog‘i” mavjud.

Qashqadaryo ekoturistik rayoni cho‘l, dasht, tog‘ oldi va tog‘li hududlardan iborat. Bu rayonda yoz va bahor oylarida cho‘l va dashtlarda, yilning barcha fasllarida esa tog‘ oldi va tog‘li hududlarga ekoturlar uyushtirish mumkin. Qashqadaryo rayonida 1979 yilda tashkil etilgan, 3938 ga maydonga ega bo‘lgan, MDH davlatlari ichida yagona-“Kitob davlat geologiya qo‘riqxonasi”, 1992 yilda tashkil etilgan “Muborak buyurtmaxonasi”, 1992 yilda tashkil etilgan “Sechenko‘l buyurtmaxonasi” mavjud.

Surxondaryo ekoturistik rayonida Ko‘hitang tog‘li hududda 1987 yilda tashkil etilgan, 53,7 ming ga maydonda 800 xil o‘simlik va 290 ta qush hamda 20 dan ortiq hayvon turlarini muhofaza qilishga yo‘naltirilgan “Surxon davlat qo‘riqxonasi” mavjud. Surxondaryo rayoni Respublikamizning o‘ziga xos rayonlaridan biri, bu erda quruq subtropik iqlim mintaqasi hukmron. Shuning uchun ham yilning ko‘p oylarida ekoturlar uyushtirish imkoniyati bor.

Nazorat va mulohaza savollari

1. Ekoturistik rayonlar deb nimaga aytiladi.
2. Ekoturistik rayonlashtirish zarurati nima uchun kerak.
3. Ekoturistik rayonlarga ajratish tartibini tushuntirib bering.
4. Orol va orolbo‘yi ekoturistik rayonidagi vaziyat qanday.
5. Amudaryo ekoturistik rayoni hududi qaerda joylashgan.
6. «Ekosantur» firmasi tomonidan qanday marshrutlar ishlab chiqilgan.
7. Zarafshon ekoturistik rayoni imkoniyatlari va faoliyatini tahlil qilib bering.
8. Turkiston ekoturistik rayonining imkoniyatlarini aniqlang.
9. Qashqadaryo ekoturistik rayonida qanday paytlarda ekoturlar uyushtirish mumkin.
10. Surxon davlat qo‘rquxonasi faoliyatini tushuntiring.

Adabiyotlar ro‘yhati

1. Каримов И.А. Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси (Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маъруза), “Халқ сўзи”, 2010 йил 13 ноябрь (№ 220),
2. Каримов И.А. Барча режа ва дастурларимиз Ватанимиз тараққиётини юксалтириш, халқимиз фаровонлигини оширишга хизмат қилади. - Президент Ислом Каримовнинг 2010 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2011 йилга мўлжалланган энг муҳим устувор йўналишларга бағишланган Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси //Халқ сўзи, 2011 йил 22 январь.
3. Асосий вазифамиз – Ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлиги янада юксалтиришдир/И.А.Каримов. – Тошкент: «Ўзбекистон», 2010. – 34-50 б.
- 4.Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития. –Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – 415 стр.
5. Бердиёров Б. Экотуризм ва унинг Ўзбекистон туризм хизмати бозоридаги ўрни. Номзодлик диссертацияси. –С.: СамИСИ. 2010 й. 76-89 б.

6. Норчаев.А.Н. Халқаро туризм ривожлантиришнинг иқтисодий ўсишга таъсири. Номзодлик диссертацияси. –Т.: ТДИУ. 2004. – 76-85 б.
7. Норчаев А.Н. Экотуризм. //Ж: Ўзбекистон қишлоқ хўжалиги. №2. 2004.- 45-46 б.

IV-BOB. EKOLOGIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA MAXSUS QO‘RIQLANADIGAN HUDUDLARNING AHAMIYATI

- 4.1. Mahsus qo‘riqlanadigan hududlarning ekologik turizmni rivojlantirishdagi ahamiyati
- 4.2. O‘zbekistonda maxsus qo‘riqxonalarining vujudga kelishi.
- 4.3. Maxsus qo‘riqxonalarining ekologik turizmni rivojlantirishdagi o‘rni.
- 4.4. Zakazniklarning ekologik turizmni rivojlantirishdagi o‘rni.

4.1. Mahsus qo‘riqlanadigan hududlarning ekologik turizmni rivojlantirishdagi ahamiyati

Tabiat bilan jamiyat o‘rtasidagi munosabatlarning tobora keskinlashib borishi, antropogen ta’sirning kuchayishi ta’sirida tabiiy muhitda yuz berayotgan o‘zgarishlar tabiatni muhofaza qilishni ongli va rejali tashkil etishni taqozo etadi. SHu munosabat bilan alohida muhofaza qilinadigan tabiiy hududlar tizimini tashkil etish muhim ilmiy amaliy ahamiyatga ega. Ular bir necha tiplarni o‘z ichiga oladi: qo‘riqxonalar, milliy tabiiy parklar, zakazniklar, tabiiy yodgorliklar, tabiiy yodgorli parklar, tabiatdagi muzeylar, ta’qiqlangan va muhofaza zonalari, rekreasiya hududlari. Ular u yoki boshqa darajada intensiv xo‘jalik faoliyatidan chiqarilgan hududlar bo‘lib, ular turli darajada tabiat muhofazasi bilan shug‘ullanadi.

O‘simlik va hayvonot dunyosini muhofaza qilish, ularning nodir va tugab borayotgan turlarini saqlab qolish, sonini ko‘paytirishda qo‘riqxonalar, xalq parklari, zakazniklarning ahamiyati kattadir. Dunyoda muhofaza qilinadigan hududlarning soni 20 mingdan ko‘proqdir. BMTning tavsiyasiga ko‘ra, har bir mamlakatning kamida 10% hududi muhofaza qilinadigan hududlar bo‘lishi kerak.

Tabiat yodgorliklarini kichik maydonni egallaydigan qimmatli tabiat ob’ektlari: sharsharalar, geologik ochilma qatlamlar, noyob va tarixiy qimmatga ega daraxtlar, g‘orlar va boshqa muhofaza qilinadigan ob’ektlar qatoriga kiradi.

Muhofaza qilinadigan tabiiy hududlar tizimini barpo etishni loyihalashtirishda quyidagi prinsiplarga amal qilish maqsadga muvofiq:

- 1). ular tizimini tabiiy majmualarning asosiy birligi daryo havzalariga keladigan yo‘nalishda barpo etish.

2). tabiat muhofazasi tizimini tabiatning xilma-xilligini aks ettiruvchi to'liq spektrda barpo etish.

3). tabiat ekologik yo'laklarini barpo etish.

4). milliy tabiiy parklar maydonini kengaytirish va ularning sonini ko'paytirish.

5). keng maydonni egallaydigan uzoq muddatli zakazniklarni barpo etish.

6). muhofaza qilinadigan tabiiy hududlarda rekreasiya imkoniyatlaridan foydalanish va rekreasiya rolini oshirish hamda turli rejimda faoliyat ko'rsatadigan hududiy rekreasiya tizimlarini barpo etish.

7). muhofaza qilinadigan tabiiy hududlarning kadastirini tuzish asosida loyihalashtirishni amalga oshirish.

4.2.O'zbekistonda maxsus qo'riqxonalarining vujudga kelishi

O'zbekistonda turli darajada muhofaza qilinadigan tabiiy hududlarning umumiy maydoni 20,6 ming km²

4.2.1-jadval

O'zbekiston respublikasining muhofaza qilinadigan tabiiy hududlari

| | Rasmiy nomi, tashkil etilgan yili | Joylashgan manzili |
|----|---|---|
| 1. | Chotqol tog'-o'rmon biosfera qo'riqxonasi (1947 y.) | Toshkent vil. Ohangaron va Toshkent tumanlari. |
| 2. | Hisor tog' archa (1983 y.) | Qashqadaryo viloyati Yakkabog' va Shahrisabz tumanlari. |
| 3. | Zomin tog' archa (1926, 1960 y.) | Jizzax viloyati Zomin va Baxmal tumanlari. |
| 4 | Baday to'qay tekislik. To'qay (1971) | Qoraqalpog'iston respublikasi, Beruniy tumani. |
| 5 | Qizilqum to'qay, qum (1971) | Buxoro, Romitan tumani, Xorazm Do'stlik tumani. |
| 6. | Zarafshon vodi, to'qay (1979) | Samarqand viloyati Bulung'ur va Jomboy tumani. |
| 7. | Nurota biosfera qo'riqxonasi (1979) | Jizzax viloyati Forish tumani. |
| 8. | Kitob geologiya qo'riqxonasi (1987) | Qashqadaryo viloyati Kitob tumani. |

| | | |
|----|---------------------------|---|
| 9. | Surxon tog‘-o‘rmon (1987) | Surxondaryo viloyati Termiz va Sherobod tumani. |
|----|---------------------------|---|

4.2.2-jadval

Davlat milliy parklari

| | Rasmiy nomi, tashkil etilgan yili | Joylashgan manzili |
|----|---|---|
| 1. | Zomin xalq parki (1976) | Jizzax, Zomin tum. |
| 2. | Ugom-CHotqol tabiiy milliy parki (1990) | Toshkent viloyati. Bo‘stonliq, Parkent, Ohangaron tumani. |

4.2.3-jadval

Noyob yovvoyi xayvonlar etishtirish markazi

| | Rasmiy nomi, tashkil etilgan yili | Joylashgan manzili |
|---|-----------------------------------|--------------------|
| 1 | Jayron ekomarkazi | Buxoro viloyati. |

4.2.4-jadval

Davlat tabiat yodgorliklari.

| | Rasmiy nomi, tashkil etilgan yili | Joylashgan manzili |
|----|-----------------------------------|-------------------------------|
| 1. | Vardanze (1975-1983) | Buxoro viloyati. |
| 2. | Yozyovon (1991) | Farg‘ona va Namangan viloyati |

Hozirgi paytda muhofaza qilinadigan hududlar tizimi tarkibiga umumiy maydoni 2164 km² 9 ta davlat qo‘riqxonasi, maydoni 6061 km² bo‘lgan 2 ta milliy park, maydoni 12186,5 km² bo‘lgan 9 ta davlat zakazniklari, 1 ta respublika noyob hayvonlari ko‘paytirish markazi kiradi. Lekin muhofaza qilinadigan xududlarining faqatgina 1,8 % zi uzoq muddatli xisoblanadi. Bu albatta etarli emas.

Qo‘riqxonalar mamlakatning muhofaza qilinadigan xududlari tizimini 10 % izini tashkil qiladi.

Milliy parklar yaqin yillarda tashkil qilingan, 1976 yilda Ugom Chotqol milliy parkini tashkil qilishi bilan Miliy parklarlar muhofaza qilinayotgan jami xududning 30% ini tashkil qildi.

4.3. Maxsus qo‘riqxonalarining ekologik turizmni rivojlantirishdagi o‘rni

Muhofaza qilinadigan hududlar tizimi O‘zbekiston viloyatlari va tabiiy ekologik zonalar bo‘yicha nihoyatda notekis joylashgan. Ularning asosiy qismi Toshkent viloyatiga to‘g‘ri keladi.

Shuni alohida ta’kidlash zarurki, muhofaza qilinadigan tabiiy hududlar mintaqalarning umumiy rivojlanish strategiyasining elementiga aylanmagan. Ularning umumiy maydoni normativlardan 3-6 marta kamdir. Ma’lumki, biosferaning o‘z-o‘zini tiklash va takror ishlab chiqarish xossalarini saqlab qolish uchun mamlakatlar hududining 10% dan 25 % gacha muhofaza qilinadigan hududlarga aylantirish kerak.

XXI asrda muhofaza qilinadigan hududlarni rivojlantirish falsafasi xalqaro tabiat muhofazasi uyushmasining tavsiyalariga ko‘ra ekologik barqaror yo‘laklarni barpo etishga, bioxilma-xillikni saqlab qolishga asoslanishi lozim. SHunga muvofiq O‘zbekiston Respublikasida alohida muhofaza qilinadigan tabiiy hududlarning ilmiy asoslangan tizimini barpo etish eng muhim ekologik-iqtisodiy vazifalardan biri hisoblanadi.

Muhofaza qilinadigan tabiiy hududlarning asosiy turi qo‘riqxonalaridir. Ularning quruqlik va suv havzasining xarakterli tabiiy landshaftlari Bilan ma’lum bir tabiiy hudud bo‘lib, tabiat muhofazasining eng samarali shaklidir. Qo‘riqxonalarining asosiy vazifasi tabiatni diqqatga sazovor, qimmatli landshaftlarini asrash, saqlash, muhofazalashdan iboratdir.

4.4. Zkazniklarning ekologik turizmni rivojlantirishdagi o‘rni

Zakazniklar alohida muhofaza qilinadigan tabiiy hududlarning 3-tipi hisoblanadi. Ularning qo‘riqxonalardan farqi tabiat ob’ektlaridan va ularning resurslaridan xo‘jalik maqsadlarida ma’lum mavsumlarda tabiatga zarar etkazmasdan foydalanishga ruxsat beriladi. Bir vaqtning o‘zida tabiat ob’ektlarni va ularning bo‘limlari, ayrim hayvon va o‘simlik turalari muhofaza qilinadi.

Davlat zakazniklari.

| | Ra Rasmiy nomi, tashkil etilgan yili | Joylashgan manzili |
|----|--------------------------------------|------------------------|
| 1. | Arnasoy (1983) | Jizzax viloyati. |
| 2. | Qorako‘l (1980) | Buxoro viloyati. |
| 3. | Sayg‘oq (1991) | Qoraqalpog‘iston resp. |
| 4. | Sudochi (1991) | Qoraqalpog‘iston resp. |
| 5. | Sarmish (1991) | Navoiy viloyati |
| 6. | Qoraqir | Buxoro viloyati. |
| 7. | Qarnob cho‘l | Samarqand viloyati. |
| 8. | Qo‘shrabot | Samarqand viloyati |
| 9. | Dengiz ko‘l | Buxoro viloyati. |

Davlat zakazniklari muhofaza xududlarini 39% izini tashkil qiladi. Bu zakazniklarga tashrif burayotgan turistlarning tashrifi yildan yilga ortib borishi kuzatilmoqda. Bu esa ularning moddiy texnik bazasini yanada rivojlantirishga xizmat qilmoqda.

Nazorat va mulohaza savollari

1. Tabiat bilan jamiyat o‘rtasidagi munosabatlarning tobora keskinlashib borishiga qanday omillar o‘z ta’sirini o‘tkazmoqda.
2. O‘simlik va hayvonot dunyosini muhofaza qilish, ularning nodir va tugab borayotgan turlarini saqlab qolish, sonini ko‘paytirishda qo‘riqxonalar, xalq parklari, zakazniklarning ahamiyatini tushuntirib bering.
3. BMTning tavsiyasiga ko‘ra, har bir mamlakatning kamida necha foiz hududi muhofaza qilinadigan hududlar bo‘lishi kerak.
4. Muhofaza qilinadigan tabiiy hududlar tizimini barpo etishni loyihalashtirishda qanday prinsiplarga amal qilish maqsadga muvofiq.
5. O‘zbekistonda turli darajada muhofaza qilinadigan tabiiy hududlarning umumiy maydoni qancha.

6. O‘zbekistondagi davlat qo‘riqxonalari, milliy parklar, davlat zakazniklarning tashkil etilishi bo‘yicha tushuncha bering.
7. davlat tabiat yodgorliklari haqida ma‘lumot bering.
8. Zakazniklar alohida muhofaza qilinadigan tabiiy hududlarning nechanchi tipi hisoblanadi.
9. O‘zbekistondagi davlat zakazniklari muhofaza qilinayotgan hududlarning necha foizini tashkil qiladi.
10. Maxsus qo‘riqlanadigan hududlarni tashkil qilishdan asosiy maqsad nima.

Adabiyotlar ro‘yhati

1. И.А.Каримов Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари/-Т.: Ўзбекистон, 2009.-55-56 б.
2. Чудновский А.Д. Информационные технологии управления в туризме: Учебное пособие. – М.: КНОРУС. 2006. – 43-64 с.
3. Норчаев.А.Н. Халқаро туризм ривожлантиришнинг иқтисодий ўсишга таъсири. Номзодлик диссертацияси. –Т.: ТДИУ. 2004. – 45-63 с.
- 4.Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития. –Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – 415 стр.
5. Бердиёров Б. Экотуризм ва унинг Ўзбекистон туризм хизмати бозоридаги ўрни. Номзодлик диссертацияси. –С.: СамИСИ. 2010 й. 76-89 б.
6. Норчаев А.Н. Экотуризм. //Ж: Ўзбекистон қишлоқ хўжалиги. №2. 2004.- 45-46 б.

V-BOB. O‘ZBEKISTONDA EKOLOGIK TURIZM RIVOJLANISHI

- 5.1. O‘zbekistonda ekologik turizmning rivojlanishi shart-sharoitlari.
- 5.2. O‘zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirishda mavsumiy rejalashtirishning ahamiyati.
- 5.3. O‘zbekiston mintaqalarida ekologik turizm rivojlanishi holati.
- 5.4. O‘zbekiston mintaqalarida ekologik turizm rivojlanishi istiqbollari.

5.1. O‘zbekistonda ekologik turizmning rivojlanishi shart-sharoitlari

O‘zbekiston Respublikasi mustaqillikka erishgandan so‘ng xo‘jalikning barcha tarmoqlarida tub islohotlar olib borilayotgan bir davrda turizmni rivojlantirishga ham davlat tomonidan katta ahamiyat berila boshlandi. Bu borada O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2006 yil 17 aprelda «O‘zbekiston Respublikasida 2006-2010 yillarda xizmat ko‘rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi 325-sonli qarori imzolandi. Mazkur qarorni amalga tadbqiq qilish maqsadida Tabiatni muhofaza qilish Davlat qo‘mitasi «O‘zbekiston Respublikasida ekologik turizmni rivojlantirish Konsepsiyasi va uning yaqin kelajakdagi istiqbollari»ni ishlab chiqdi.

Ekologik turizmni rivojlantirish uchun respublikamizda juda katta imkoniyatlar mavjud. O‘zbekiston 38 mln. gektardan ortiq bo‘lgan ovchilik – baliqchilik er maydonlariga ega, ulardan 1,0 mln. gektarini suv fondi ko‘llar, daryolar, suv omborlari tashkil etadi. Respublikamiz faunasi 97 turdagi o‘txo‘r hayvonlar, 424 turdagi qushlar, 58 turdagi sudralib yuruvchilar va 83 baliq turlariga ega. Ulardan O‘zbekiston Respublikasi Qizil kitobiga o‘txo‘r hayvonlarning 24 turi, qushlarning 48 turi, sudralib yuruvchilarning 10 turi, baliqlarning 18 turi va 78 turdagi umurtqasizlar kiritilgan¹¹.

O‘zbekiston Respublikasi Fanlar Akademiyasi Botanika instituti ma’lumotlariga qaraganda, O‘zbekistonda hozirgi kunda 4100 dan ortiq o‘simlik turlari mavjud. Ulardan 3000 dan ortiq turlari oliy yovvoyi o‘suvchi o‘simliklar, ulardan 9 % endemiklardir.

¹¹Экология хабарномаси №6 2007 йил 10-бет .

O‘zbekiston hududining muhofaza etilayotgan tabiiy hududlar tarkibida 2164 km² maydonni tashkil etgan 9 ta davlat qo‘riqxonasi, 6061 km maydonni tashkil etgan 2 ta milliy bog‘ va noyob turlarga kiruvchi hayvonlarni ko‘paytirish Respublika markazi (Jayron «Ekomarkazi»), 12186 km² maydonni tashkil etgan 9 ta davlat buyurtmaxonalari mavjud¹². Muhofaza etiladigan tabiiy hududlarning umumiy maydoni 20520 kv.km, yoki O‘zbekiston hududining 5,2 % tashkil etadi¹³.

Tabiatni boshqarishga davlat hokimiyatining barcha bo‘g‘inlari qonun chiqaruvchi, ijroiya, sud hokimiyati bevosita aloqador. Ularning har biri o‘z funksiyalarini bajaradi va tabiatdan foydalanishni boshqarish bo‘yicha maxsus bo‘limlarga ega.

Qonun chiqaruvchi hokimiyat vakolatiga: davlat ekologik siyosatining asosiy yo‘nalishini belgilash; respublika ekologik dasturlarini tasdiqlash, tabiiy muhitni boshqarish sohasida faoliyat ko‘rsatuvchi organlari faoliyatini tashkil etish, tabiiy resurslardan foydalanish va xavfsizligini ta‘minlash tartibini belgilash; favqulodda ekologik vaziyat v ekologik halokat xududlarining huquqiy tizimini ta‘minlash va boshqalar. Qonun chiqaruvchi hokimiyat Oliy Majlis tarkibida tabiatdan foydalanish va tabiiy resurslar bo‘yicha qo‘mitaga ega.

Ijroiya hokimiyat vakolati ekologiya siyosatini amalga oshirish, ekologik dasturlarni ishlab chiqish va amalga oshirish, tabiat muhofazasi bo‘yicha vazirliklar va muassasalar faoliyatini koordinasiyalash, tabiiy muhitga ta‘sir ko‘rsatishning normativlarini tasdiqlash, tabiatdan foydalanish to‘lovlari tartibini belgilash, alohida muhofaza qilinadigan hududlarni tashkil etish, ekologik ta‘lim va boshqalar kiradi.

Ijroiya hokimiyati tarkibiga tabiat muhofazasini bajaruvchi va tabiatdan foydalanuvchi quyidagi bo‘linmalar kiradi: er resurslari va er tuzish qo‘mitasi, o‘rmon xo‘jaligi qo‘mitasi, gidrometeorologiya va atrof muhit monitoring xizmati, geologiya qo‘mitasi, qishloq xo‘jalik vazirligi va boshqalar.

Tabiat muhofazasi bo‘yicha maxsus vakolatli asosiy organlariga tabiat kompetensiyasiga quyidagilar kiradi: tabiat muhofazasi sohasidagi davlat siyosatini amalga oshirish; ekologik xavfsizlik, biologik xilma-xillikni asrash, ekologik nazorat, davlat ekologik ekspertizasi, o‘z ixtiyoridagi davlat qo‘riqxonalar va boshqa alohida muhofaza qilinadigan hududlarni boshqarish.

¹²Экология хабарномаси №6 2007 йил 10-бет.

¹³Экология хабарномаси №6 2007 йил 11-бет.

Tabiatdan foydalanishni boshqarish tizimi ekologik prokuratura, maxsus ixtisoslashgan ichki ishlar bo'linmalari, sud hokimiyati ishtirok etadi.

Hozirgi paytda hukumat tomonidan O'zbekiston Respublikasini BMTning Evropa iqtisodiy komissiyasi Konvensiyalariga qo'shilish masalalari hal etilgan:

- Chegara hududlarida atrof muhitga ta'sirini baholash to'g'risida (Espo, 1994 y.);
- Chegara hududlarida katta masofalarda havoning ifloslanishi (Jeneva, 1979 y.);
- Sanoat halokatlarining chegara hududlari bo'ylab ta'siri. (Xelsenki, 1992 y.);
- Chegara xududlarida suv va ko'llarni muhofaza qilish. (Xelsenki, 1992 y.).

O'zbekiston respublikasi tabiatni muhofaza qilish, tabiatdan foydalanish va ikki tomonlama hamkorlik to'g'risida juda ko'p shartnomalarni imzoladi. Bularga Turkiya respublikasi bilan (8 may 1996 i.), Xitoy Xalq Respublikasi bilan (11 dekabr 1997 yil). Niderlandiya qirolligi, Vengriya, Slovakiya Respublikasi, Isroil, Lyuksemburg, Litva davlatlari bilan shartnomalar imzolanildi. Tashqi ishlar vazirligining Germaniya va Evropa Ittifoqi bilan tabiatni muhofaza qilish sohasida hamkorligi to'g'risidagi takliflari qabul qilindi.

O'zbekiston Respublikasi tabiat davlat qo'mitasi Xalqaro Ekologik kengash (XEK) ning a'zosi hisoblanadi. XEK tashkil etilgandan buyon 8 ta sessiya o'tkazildi (3-sessiya Toshkentda 1993 y. May oyida). Ularda ekologiya sohasiga oid kelishuvlar va nizomlar qabul qilingan.

MDH davlatlari dorasida ham ko'p ikki tomonlama kelishuvlar imzolangan. Ularga Tojikiston, Qozog'iston, Qirg'iziston, Turkmaniston, Gruziya bilan imzolangan shartnomalar misol bo'ladi. Ukraina va Belorussiya bilan ikki tomonlama shartnoma imzolashga kelishib olingan. O'zbekiston, Qozog'iston, Qirg'iziston Respublikalari bilan uch tomonlama shartnoma ham imzolangan.

BMT er Xartiyasini tasdiqladi. Bu xartiyaning birinchi muhokamasi Toshkentda Barqaror rivojlanish bo'yicha O'zbekiston respublikasining Milliy komissiyasi tomonidan o'tkazilgan. Bu xartiya o'z oldiga xavfsiz rivojlanish, ekotizimlarning barqaror rivojlanishini ta'minlash, atrof muhitga bo'ladigan salbiy ta'sirga yo'l qo'ymaslik va h.k.larni o'z oldiga maqsad qilib qo'yadi.

Ekologik monitoring. Ekologik monitoring atrof tabiiy muhit va uning resurslari holatini ma'lum dastur asosida muntazam kuzatish, baholash, bashoratlashning ma'lum tizimi bo'lib ekologik – iqtisodiy boshqarishni axbarotlar bilan ta'minlashga xizmat qiladi.

O'zbekiston Respublikasidagi milliy monitoring tizimi uch turni o'z ichiga oladi: sanitariya – gigiena monitoringi, ekologik monitoring, iqlim monitoringi. Ularning funksiyalari qo'yidagilar: atrof muhit holatini kuzatish, holatini baholash, va bashoratlash.

Tabiatni muhofaza qilish davlat qo'mitasi tahliliy nazorat davlat inspeksiyasi hozirgi vaqtda respublikamizning havo muhiti, tuproq va ochiq suv havzalari yagona monitoring tizimini barpo etish ishlarini amalga oshirayotir. Uning asosiy faoliyati ifloslantirish manbalari monitoring dasturini amalga oshirishga yo'naltirilgan.

Monitoring tizimini yanada takomillashtirish uchun muntazam kuzatuvlarning texnologik darajasini takomillashtirish va monitoring tarmog'ini kengaytirish lozim.

Ekologik standartlar va normativlar. Har bir mamlakatda bo'lgani kabi atrof muhitni muhofaza qilishning va tabiiy resurslardan foydalanishning standartlari va normativ huquqiy tizimi O'zbekistonda ham yaratilgandir. Mazkur standart va normativlar atrof muhit sifatiga qo'yilgan cheklashlar va talablarning o'zaro bog'liq kompleksi, shuningdek ishlab chiqariladigan mahsulot va xizmatlarning ishlab chiqarish texnologik va tashkiliy boshqaruv jarayonlariga talablar bo'lib, ular vositasida aholi va ishlab chiqarishning ekologik xavfsizligi kafolatlanadi. Genetik fondni saqlash, iqtisodiyotning barqaror rivojlanishi, tabiiy resurslardan oqilona foydalanish, ularni takror ishlab chiqarishni ta'minlash ham uning asosiy vazifalaridan hisoblanadi.

O'zbekistonda qabul qilingan standart va normativlarga quyidagilar kiradi:

- ifloslantirishning turg'un va harakatdagi manbalari chiqaradigan ifloslantiruvchi moddalariga normativ va limitlar;
- zaharli chiqindilarning shakllanishi va joylashish normativi;
- suv olish va o'rmondan foydalanish limitlari;
- bioresurslardan foydalanishga kvotalar;
- muhofaza qilinadigan hududlardan foydalanish va borib ko'rish normativlari;
- yovvoyi o'simlikni yig'ish va hayvonlarni ovlash normativlari ;
- alohida xududlarda ifloslantiruvchi hamda zaharli moddalardan foydalanishni taqiqlash normalari

“Tabiatni muhafaza qilish to‘g‘risida” gi qonunning oltinchi bo‘limi atrof muhit sifatini normativlar va standartlar bilan tartibga solishga bag‘ishlangandir. SHuningdek, O‘zbekiston Respublikasi “Davlat sanitariya nazorati to‘g‘risidagi”gi qonunining qator moddalarida sanitariya normalari, qoidalari va gigiena normativlariga qo‘yiladigan talablar berilgan.

Atrof muhitga ta’sirining yo‘l qo‘yish mumkin bo‘lgan eng yuqori darajasi normatevlarning iqtisodiy, ijtimoiy, rekraziya, tabiiy muhitga fizik, kimyoviy, biologik, o‘zgarishlari ko‘rsatkichlarini belgilashga asos bo‘ladi. Atrof muhit sifatiga ta’sirining yo‘l qo‘yish mumkin bo‘lgan normatevlari vakolatli davlat organlari tasdiqlagan texnik normalardir.

5.2. O‘zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirishda mavsumiy rejalashtirishning ahamiyati

Turizmning o‘ziga xos xususiyatlarida biri mavsumiylik bo‘lib, u turistik korxonalarining me‘yorl ishlashini qiyinlashtiradi, iqtisodiy, ijtimoiy va tashkiliy-texnik tusdagi noqulay oqibatlarini keltirib chiqaradi.

Mavsumiylik – turistik oqimlarning unchalik katta bo‘lmagan vaqt oralig‘ida ma’lum joylarda to‘planishi xususiyati.

Iqtisodiy nuqtai nazardan mavsumiylik bir xildagi iqlimiy va ijtimoiy omillar ta’siri ostida turistik xizmatlar va tovarlarga turistik bozordagi talab va taklifning har yili tebranib turishidir. Mavsum – turistlar oqimining eng ko‘paygan vaqtidir.

Ikki mavsum mavjud bo‘lganda (yozgi va qishki) ular orasida mavsumlararo vaqt bo‘ladi. Turistlar oqimining eng ko‘paygan vaqti «qizg‘in mavsum», ular deyarli bo‘lmagan vaqt «o‘lik mavsum» deyiladi.

Turizmdagi mavsumiylikni belgilab beruvchi boshqa omil ta’tillardan an’anaviy yozda foydalanish hisoblanadi. Ma’lumotlarga qaraganda, ikkita yoz oyi mobaynida (iyul, avgust) Evropa bo‘ylab xorijiy turistlar umumiy sonining taxminan yarmi sayohat qiladi. Avgust oyida Fransiyada ishlovchilarning 80% ta’tilda bo‘ladi. Mavsumiylikning umumiy strukturasi hozirda ancha aniq belgilab olingan. 1 va 2-choraklardagi oylarga turizmi rivojlangan mamlakatlarda butun yuklanma (nagruzka)larning 2/3 qismi to‘g‘ri keladi.

Talablarning bir joyda jamlanishiga ta’tillardan jamoa bo‘lib foydalanish katta ta’sir ko‘rsatadi. Fransiya va Shveysariyadagi ba’zi korxonalar yozgi dam olish davrlarida (odatda har yil avgustning

o'rtalaridan boshlab) umuman ishni to'xtatishadi va butun jamoa ta'tilga chiqib ketadi.

Shu narsani nazarda tutish zarurki, maktabdagi yozgi kanikullarning katta qismi ham yoz paytiga to'g'ri keladi, bu ham turistlarga xizmat ko'rsatish bilan bog'liq muammolarni keskinlashtiradi.

Turistlar oqimining bir joyda jamlanishiga ta'sir qiluvchi boshqa omillar ham (an'anala, moda, taqlid qilish) mavjud. Ularni ko'pincha irrasional omillar ham deb atashadi, chunki ular na tabiiy-iqlimiy, na ijtimoiy-iqtisodiy sabablar tufayli kelib chiqmagan.

Taqlid qilish va moda mavsumiylikka quyidagi tarzda ta'sir etadi. Turistik oqimning yangi ishtirokchilari alohida mamlakatlar va rayonlardagi dam olish sharoitlarini bilmagan holda bu joylarni asosan psixologik sabablarga ko'ra tanlaydilar. Ular tajribali turistlar yoki mashhur shaxslar dam olishga ketayotgan vaqtni tanlaydilar. Yangi turist sifatida tajribaga ega bo'lganlarida keyingina ular o'zlari uchun eng ma'qul sayohat vaqtini tanlaydilar.

Mavsumiylikka oid noqulay ta'sirlar turistik jarayonning barcha tashkil qiluvchilariga – resurslar, joylashtirish vositalari, oziq-ovqat, transport, shuningdek xizmat ko'rsatuvchi xodimlar va turistlarning o'zlariga ham taalluqlidir.

Qisqa turistik mavsum faqat plyajlar, mineral suvlar, qimmatbaho turistik infrastruktura va malakali xoimdlarning xizmatlaridan qisman foydalanishga sabab bo'ladi, xolos. Bu kadrlarning qo'nimsizligini keltirib chiqaradi, ko'p xodimlarning o'z malakasini oshrishga qiziqishini kamaytiradi.

Xizmat ko'rsatuvchi xodimlardan yil davomida faqat bir necha oy foydalanish turistik tovarlar xizmatlarning tannarxidagi shartli-doimiy xarajatlarning ko'payishiga sabab bo'ladi. Bu esa moslashuvchan narxlar siyosatini o'tkazish imkoniyatini kamaytiradi, turistik tashkilotning xalqaro bozordagi harakatini qiyinlashtiradi, uning raqobatbardoshligini yomonlashtiradi.

Mavsumiylik dam olish joyiga boradigan yo'llarda transport vositalarining to'planib qolishiga olib keladi, bunday holda xizmat ko'rsatish qulayligi va sifati pasayadi, turizmga xizmat ko'rsatuvchi transport, sanoat va qishloq xo'jaligi korxonalarining ishidagi bir maromlilik buziladi.

Hukumat organlari va turistik firmalar turizmdagi mavsumiylik omilinin salbiy ta'sirini kamaytirishga doimiy ravishda kuch-g'ayratlarini sarflab keladilar: o'quv yurtlarida imtihonlarni topshirish muddatlarining

o'zgartirilishi, ta'tillar (asosiy va qo'shimcha) tuzilishidagi o'zgarishlar, haq to'lanadigan ta'tillardan foydalanish vaqtiga nisbatan ramiy cheklashlar, ta'lim olayotgan yoshlarning kanikullarining davomiyligi va vaqti.

Umuman mamlakat bo'ylab va alohida turistik komplekslarda turistik mavsumning chegaralarini kengaytirish bo'yicha maxsus dasturlar ishlab chiqiladi va joriy qilinadi. Ular quyidagi bo'limlarni o'z ichiga oladi¹⁴.

1. Turistik bozorni tadqiq qilish natijalari. Bunda asosiy mavsumdan tashqari jalb qilinishi mumkin bo'lgan potensial mijozlar soni va tarkibi aniqlanadi (ishbilarmon odamlar, pensionerlar, maxsus qiziqishga ega odamlar va sh.k.); tovarlar va xizmatlar taqdim etishga oid so'rovlar o'rganib chiqiladi. Olingan axborotdan mehmonxonalar va restoranlarning moddiy-texnika bazasini yagilash, tegishli tovarlarni etkazib berish, turistlarga xizmat ko'rsatish sifatini va uni tashkillashtirish takomillashtirish.

2. Umuman mamlakat, rayonlar va turistik komplekslar bo'yicha yil davomida turistlarni qabul qilishga tayyorgarlikni oshirish bo'yicha tadbirlar. Mavsumiy davrni uzaytirish bo'yicha barcha manfaatdor tashkilotlar o'rtasida muvofiqlashtirishni amalga oshirish nazarda tutiladi; turizm moddiy-texnika bazasi mavsumlar oralig'ida ishlashga moslashtiriladi va h.k.

3. Turistlarning mamlakatga va alohida turizm rayonlariga qiziqishini oshirish maqsadida ularni qitisodiy rag'batlantirish tizimi. Alohida tovarlar va xizmatlarga narxlar kamaytiriladi, chegirmalar qilinadi, turistik tashkilotlarning mavsum oralaidagi vaqtda faolligi uchun mukofotlar, rag'batlantirishlar beriladi.

4. Mavsumlar oralig'ida turistlarni jalb qilish uchun reklama faoliyatini kengaytirish. Alohida dengiz, tog' va bal'neologik markazlar va ularda yilning turli davrlarida bo'lishning foydaliligi tashviq qilinadi.

5. Mavsumdan tashqari vaqtda turistlarni jalb qilish yoki qo'shimcha mavsum (qishki) tashkil qilish. Turar joy va transportga baholar pasaytirilishi, arzonroq joylashishi ob'ektlarini ko'proq qurish evaziga yashash fondini kengaytirish.

Masalan, bunday tadbirlarni amalga oshirishi Shveysariya va Avstriya uchun Alp tog'larida qishki sport evaziga ikkinchi «qizg'in mavsum»ni tashkil qilish imkonini berdi. BMT ma'lumotlariga qaraganda, qishda dam

¹⁴ М.М.Ирматов, И.А. Ахмедов. Туризм ривожланишини режалаштириш. Ўқув қўлланма. ТДИУ 2004 й. 132 -б

olishni xohlovchi turistlar soni har etti yildan keyin ikki barobar ko'payadi.

Turli sport musobaqalari, festivallar, konkurslar, ko'rgazmalar, idmiy konferensiyalar, kongresslar va sh.k.larni tashkil qilish ham turistik mavsumni kengaytirishga ko'maklashadi. SHuninguchun bunday tadbirlarni iloji boricha turistlar uchun mavsum oralig'ida o'tkazgan ma'qul.

Mavsumiylikning turistik faoliyatg salbiy ta'sirini kamaytirish bo'yicha tadbirlarni rejalashtirish uchun keyingi yillarda rejalashtirilayotgan choralarning natijalarini baholash maqsadida turli metodlar va modellar keng qo'llanilmoqda.

Masalan turistlarning joylashtirish vositalariga bo'lgan ehtiyojini hisoblab chiqish uchun bir o'rin-koyka va joylashish punktlaridagi nomerlarga bo'lgan talab hisoblab chiqiladi. Hisob-kitoblar quyidagi formula bo'yicha amalga oshiriladi:

1) bir o'rin-koykaga bo'lgan o'rtacha yillik talab ($n_1^{s.k.}$)

$$n_1^{c.k.} = \frac{N_1 \cdot \tau_1}{\tau_r \cdot K_1},$$

bu erda N_1 – turistlarning dam olish joyiga yillik o'rtacha kelishi (bir joyga bir odam hisobida). O'rtacha statistik ma'lumotlar yoki bashorat qilinayotgan (rejalashtirilayotgan) ma'lumotlar bo'yicha aniqlanadi;

τ_1 – turist dam olish joyida bo'lishining o'rtacha davomiyligi (kunlarda hisoblanadi);

τ_g – bir yildagi kunlar soni ($\tau_g = 365-366$ kun);

K_1 – dam olish joyi bandligining o'rtacha yillik koefissenti. Haqiqiy (o'rtacha statistik) yoki bashorat ma'lumotlari bo'yicha aniqlanadi;

2) mavsum qizigan pallada bir o'rin-koykaga bo'lgan talab ($n_2^{c.k.}$)

$$n_2^{c.k.} = \frac{N_2 \cdot \tau_2}{\tau_c \cdot K_2},$$

bu erda N_2 – mavsum qizigan pallada dam olish joyiga keladigan turistlarnin umumiy soni, odam hisobida;

τ_2 – turistning mavsum qizigan pallada dam olish joyida bo‘lish davomiyligi, kun hisobida;

τ_s – mavsumning umumiy davomiyligi, kun hisobida;

K_2 – mavsum qizigan pallada dam olish joyining bandligi koeffisienti;

2) nomerga bo‘lgan o‘rtacha yillik talab ($n_1^{c.H}$)

3)

$$n_1^{c.H} = \frac{n_1^{c.K}}{3_1},$$

bu erda z_1 – nomerning o‘rtacha yillik bandligi odam/nomer;

4) mavsum qizigan pallada nomerlarga bo‘lgan talab ($n_2^{c.H}$)

$$n_2^{c.H} = \frac{n_2^{c.K}}{3_2},$$

bu erda 3_2 – mavsum qizigan pallada nomerning bandligi, odam/nomer.

Keltirilgan metodikani tegishli mintaqada turistlarni joylashtirish vositalarining umumiy sonini rejalashtirishda qo‘llash zarur. Mavsum qizigan pallada talabni hisob-kitob qilish muhim ahamiyat kasb etadi, chunki aynan shu vaqtjoylashish vositalariga bo‘lgan makimal ehtiyojlarni belgilab beradi.

5.3. O‘zbekiston mintaqalarida ekologik turizm rivojlanishi holati

O‘zbekiston turizmi katta imkoniyatlarga ega bo‘lishiga qaramay, murakkab o‘tish jarayonida bir qator muammolarga duch kelmoqda. 2008 yilda boshlangan jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi xalqaro turizm bozoriga ham o‘z ta’sirini ko‘rsatmoqda. Jahon turizmi katta yo‘qotishlar qilishi mutaxassislar tomonidan bashorat qilinmoqda. Respublikamiz rahbariyati qo‘llayotgan tezkor choralar natijasida bu jarayonning iqtisodiyotimizga ta’siri sezilarli darajada himoyalanmoqda.

Natijada mamlakatimiz turizm industriyasi sezilarli darajada o‘shirishga erishmoqda. Respublikamizda turistlarni qabul qilish va ularga ko‘rsatilayotgan xizmatlarni tahlil qiladigan bo‘lsak, Toshkent shahri (2006 y. 249,1 ming, 2007 y. 266,3 ming, 2008 y. 282,3 ming), Samarqand (2006 y. 78 ming, 2007 y. 82,7 ming, 2008 y. 87,7 ming), Buxoro (2006 y. 62 ming, 2007 y. 65,7 ming, 2008 y. 70 ming) va Xorazmni (2006 y. 42 ming, 2007 y. 44,5 ming, 2008 y. 47,2 ming) alohida ta’kidlash kerak. Bu mintaqalar turistlarni qabul qilish va xizmat ko‘rsatishda katta tajribaga egadir.

6.3.1.-jadval.

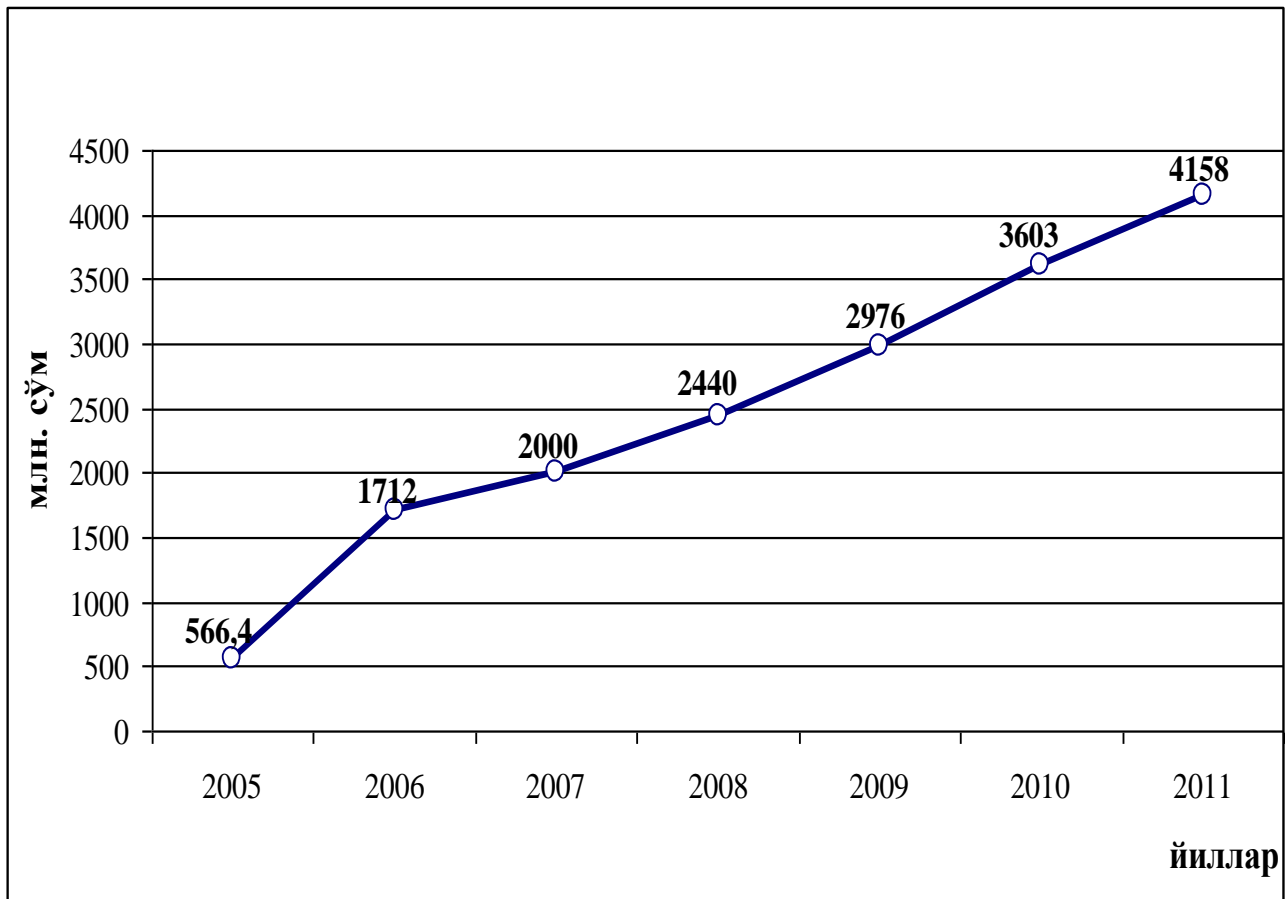
O‘zbekiston Respublikasida 2006-2010 yillarda xizmat ko‘rsatish va turizm sohasidan tushadigan foydalarning ko‘rsatkichlari
(mln. so‘m hisobida)

| Mintakalar | 2006 y | 2007 y | 2008 y | 2009 y | 2010 y | Jami 2006- 2010 yy |
|---------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------------------------|
| O‘zbekiston Respublikasida jami | 1712 | 2000 | 2440 | 2976 | 3869 | 12997 |
| Qorakalpog‘iston Respublikasi | 1,1 | 1,3 | 1,7 | 2,5 | 3,3 | 9,9 |
| Andijon | 3,5 | 4,0 | 4,9 | 6,0 | 7,8 | 26,2 |
| Buxoro | 170,0 | 190,0 | 231,8 | 282,8 | 367,7 | 1242,3 |
| Jizzax | 3,6 | 4,2 | 5,0 | 6,1 | 7,9 | 26,8 |
| qashqadaryo | 18,1 | 21,0 | 25,0 | 31,0 | 40,3 | 135,4 |
| Navoiy | 2,4 | 2,8 | 3,0 | 4,0 | 5,0 | 17,2 |
| Namangan | 2,3 | 3,0 | 4,0 | 5,0 | 6,5 | 20,8 |
| Samarqand | 304,0 | 350 | 420,0 | 504,0 | 651,0 | 2229,0 |
| Surxondaryo | 82,0 | 90,0 | 95,0 | 102,5 | 126,3 | 495,8 |
| Sirdaryo | 0,5 | 0,6 | 0,8 | 1,0 | 2,0 | 4,9 |
| Toshkent | 14,1 | 16,2 | 19,8 | 24,5 | 31,8 | 106,4 |
| Farg‘ona | 18,0 | 21,0 | 23,0 | 25,0 | 26,4 | 113,4 |
| Xorazm | 39,0 | 45,0 | 55,0 | 68,02 | 88,5 | 295,5 |
| Toshkent sh. | 1053,4 | 1250,9 | 1551,0 | 1913,6 | 2504,5 | 8273,4 |

Manba: «O‘zbekturizm» MKning 2006-2010 yillarda xizmat ko‘rsatish va servis sohasini jadal rivojlantirish dasturi ma’lumotlari asosida mualliflar tomonidan tuzildi.

Kuzatishlarimizga qaraganda so‘ngi yillarda istiqbolli deb ta’kidlanayotgan mintaqalar Surxondaryo (2006 y. 20,5 ming, 2007 y. 21,1 ming, 2008 y. 21,7 ming), Qashqadaryo (2006 y. 27 ming, 2007 y. 28

ming, 2008 y. 30 ming), Jizzax (2006 y. 50 ming, 2007 y. 52 ming, 2008 y. 54 ming) va Toshkent viloyati (2006 y. 93 ming, 2007 y. 98 ming, 2008 y. 104 ming) mintaqalari ham turistlarga xizmat ko‘rsatishda bir qator siljishlarga erishmoqda. Bu ko‘rsatkichlarni Respublikamiz miqyosida oladigan bo‘lsak, quyidagi rasm orqali ko‘rishimiz mumkin.

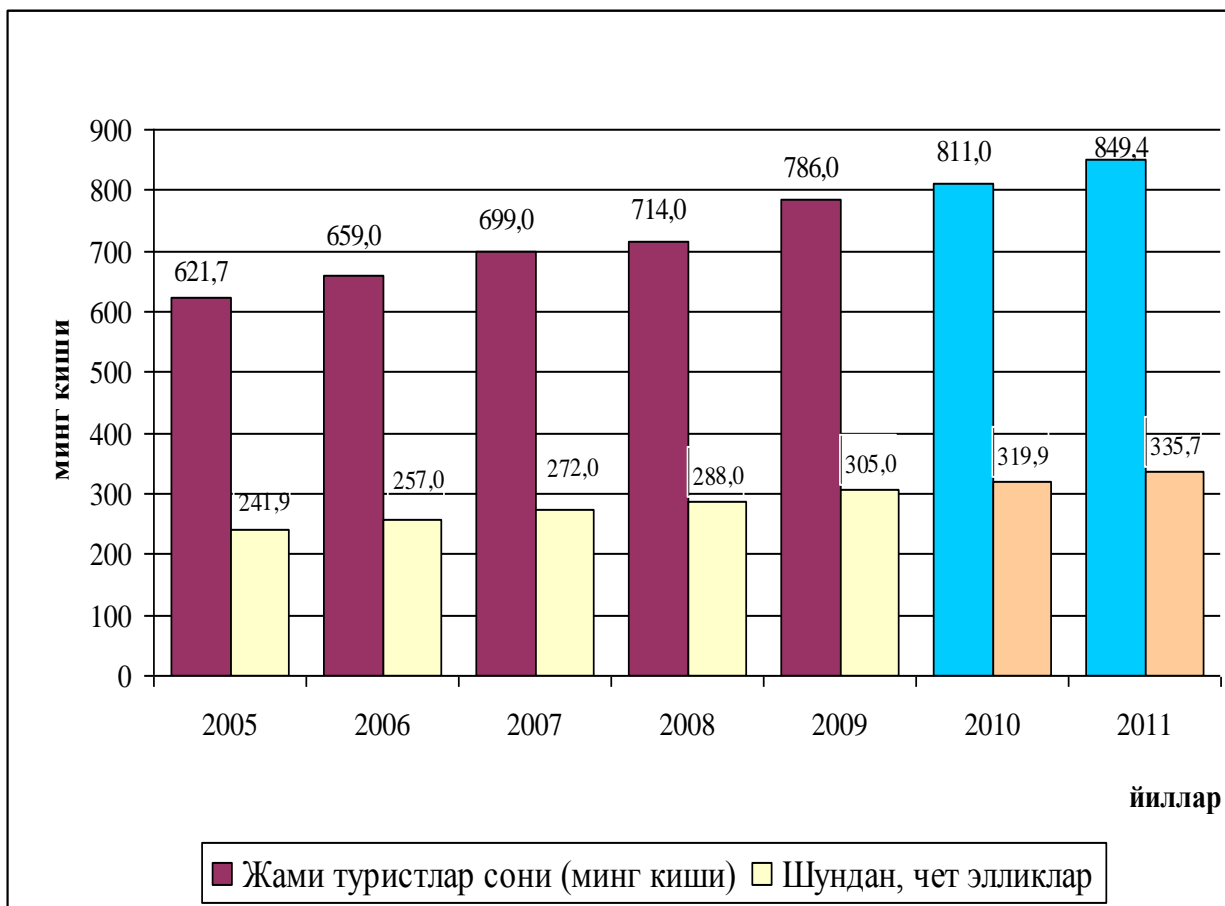


6.3.1-rasm. O‘zbekiston Respublikasida xizmat ko‘rsatish va turizm sohasidan tushadigan foyda ko‘rsatkichining 2011 yilgacha bashorat ko‘rsatkichlari, mln. so‘m

Qolgan mintaqalarda turistlarni qabul qilishning rivojlanib borishini quyidagi 2-jadval orqali ham ko‘rishimiz mumkin. Bunda yuqorida ko‘rsatib o‘tganimizdek Toshkent shahridagi turistik firmalar (2006 yilda 1053,4 mln., 2007 yilda 1250,9 mln., 2008 yilda 1551 mln so‘m), Samarqand mintaqasidagi turistik firmalar (2005 yilda 303,9 mln., 2006 yilda 304 mln., 2007 yilda 350 mln., 2008 yilda 420 mln. so‘m), Buxoro mintaqasidagi turistik firmalar (2005 yilda 190,8 mln., 2006 yilda 170 mln., 2007 yilda 190 mln., 2008 yilda 231,8 mln so‘m) va qolgan mintaqadagi turistik firmalar ham o‘z faoliyatini rivojlantirmoqda.

Respublikamizga kelib ketayotgan sayohatchilar soni ham yildan-yilga o‘sib bormoqda. Jami turistlar soni 2005 yilda 621,7 ming, 2006 yilda 659 ming, 2007 yilda 699 ming, 2008 yilda 714 ming kishini tashkil

etdi. Jami turistlar sonida xorijlik turistlarning ulushi ortib bormoqda. Ularning soni 2005 yilda 241,9 ming, 2006 yilda 257 ming, 2007 yilda 272 ming, 2008 yilda 288 ming kishini tashkil etdi.



5.3.2-rasm. O‘zbekiston Respublikasida xizmat ko‘rsatilgan turistlar soni va uning 2011 yilgacha bashorat qiymatlari, ming kishi¹⁵

Amalga oshirilayotgan chora-tadbirlarga monand ravishda Respublikamizga kelayotgan sayohatchilar oqimi yil sayin ko‘payib bormoqda.

Yuqoridagi yutuqlarga erishishning zamirida bir qator omillar bo‘lib, ulardan quyidagilarni keltirishimiz mumkin:

-birinchidan, xalqaro obro‘ga ega bo‘lgan va yaxshi reklama qilingan marshrutlar (Toshkent-Samarqand-Buxoro-Xiva) ko‘p yillardan buyon faoliyat ko‘rsatib katta tajriba to‘plagan. 2006 yilda ularning hissasiga barcha xorijiy mehmonlarning asosiy qismi (92 %) to‘g‘ri keladi;

¹⁵ «Ўзбектуризм» МКнинг 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини жадал ривожлантириш дастури маълумотлари асосида муаллифлар томонидан тузилди

-ikkinchidan, ixtisoslashtirilgan yoʻnalishlar-Termiz, Qarshi, Navoiyga chet el turistlari maʼlum maqsadlar (arxeologiya, etnografiya, tabiat manzaralari) bilan kelishadi. Lekin bu sohadagi turistik mahsulotlar ommaviy tus olgani yoʻq;

-uchinchidan, baʼzi hududlar, masalan, Fargʻona vodiysi, Sirdaryo va Jizzax viloyatlari tranzit yoʻnalishlar boʻlib qolmoqda, chunki ularni ommaviylashtirish uchun xali aytilgan yoʻnalishlarga nisbatan ancha koʻp mablagʻ talab qilinadi.

Xorijlik va mahalliy turistlarga koʻrsatilgan xizmatlar hajmida ham yillar davomida barqaror dinamikaga erishilib mutasil ravishda oʻsish kuzatilmoqda.

Xizmatlar hajmi koʻrsatkichi 2006 yilda 45755 mln., 2007 yilda 54906 mln., 2008 yilda 66985 mln soʻmni, shunga mos ravishda xizmatlar eksporti 2005 yilda 29000 ming, 2006 yilda 42000 ming, 2007 yilda 44520 ming, 2008 yilda 47191 ming AQSh dollarini tashkil etdi.

Oʻzbekistonga turistik yoki xususiy yoʻnalish boʻyicha tashrif buyuruvchi shaxslarning kamida 10% oʻz sayyohatlarining ekologik jihatlari bilan qiziqadi. Ular yoki tabiiy hududlar (bogʻlar, togʻlar, oʻrmonlar, koʻllar) ga tashrif buyurishadi, yo boʻlmasa, yaqinroq qishloq joylarga bir kunlik ekskursiya qilishadi. Ularning kamida 60 % aralash turga ehtiyoj sezishadi, xususan, etnografiya bilan ekologiyaga qiziqishadi¹⁶.

Demak tashkiliy turistlar ekologik turlarga “ixtisoslashishmoqda” Ekologik turizmning umumiy turizm bozoridagi aniq oʻrnini koʻrsatish qiyin, albatta. Koʻpincha uni boshqa turistik xizmat turlaridan ajratish ham qiyin. Lekin turizmdagi bu yangi yoʻnalish hissasining hali juda pastligi aniq. Bu sohaning nisbatan kam oʻrganilganligi va istiqbolli ekanligi uni nazariy ilmiy tahlil etishning dolzarbligini koʻrsatadi. Bundan tashqari, ularni turoperatorlar ommaviy isteʼmolchilarga emas, balki shaxsiy buyurtmalar boʻyicha (ovchilik, gastronomiya, ekologiya, folklor) tavsiya qilishadi.

Oʻzbekistonda tarixiy-madaniy, meʼmoriy, arxeologik jihatdan qiziqarli boʻlgan 7,0 mingdan ortiq obʻekt bor. Ana shular xorijliklarni ohanrabodek oʻziga tortadi. Tadqiqotchi B. Toʻraevning taʼkidlashicha, “... ulardan 545 meʼmorchilik, 575 tarixiy, 1457 saʼnat yodgorliklari, 5500 dan ortiq obʻekt arxeologik jihatdan qadrlil hisoblanadi. Lekin turistik

¹⁶Н.Тухлиев, Т. Абдуллаев. Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития. Т.,2006, стр 22

talabga ulardan atiga 140 tasi jalb qilingan. Yuqorida sanab o‘tilgan ob’ektlardan 200 tadan ortiqrog‘i ta’mirlanmoqda, 500 tasi ta’mirtalab. Ularga har yili katta miqdorda mablag‘ sarflash lozim bo‘ladi. Boshqa mamlakatlarning tajribasi shuni ko‘rsatadiki, ko‘plab turistlar uchun o‘sha ta’mirlash jarayonining o‘zi ham qiziqarli. Shu jihatdan O‘zbekistondan bir necha ming arxeologik ob’ektlar mavjud. Bundan tashqari Respublikamizda 300 dan ortiq muzey, 1200 xalq ijodi korxonolari bor. Turistlar tashrif buyuradigan ob’ektlar soni Toshkentda 144, Samarqandda 118, Buxoroda 221, Xivada 310 dan ziyod. Ammo ma’lumki, bu katta turistik solahiyatidan foydalanish holati juda past darajada”¹⁷.

Ekomahsulotlardan foydalanishning boshqa jihatlari ham bor. Belgilangan dastur asosida sayyohat qiladigan shaxslar ya’ni tashkiliy turistlarning mavjud yo‘nalishlar va ekologik marshrut xillarini tanlash va ulardan foydalanish imkoniyatlari cheklangan. Ular faqat turda ko‘zda tutilgan joylarni ko‘rish bilan cheklanishga majbur.

Lekin, ayni paytda, ularga yuqori saviyada xizmat ko‘rsatiladi va xizmatlar qatorida “uzilishlar” bo‘lmaydi. Notashkiliy turistlar esa o‘zlari xohlagan joylarga boradilar, istalgan marshrutni tanlashlari mumkin, lekin ular xizmat ko‘rsatish xillari va sifati jihatidan ayrim muammolarga duch keladilar. Ekologik yoki tabiat turizmining boshqa turizm shakllaridan farqi eng avvalo ana shu jihatdan namoyon bo‘ladi.

5.4. O‘zbekiston mintaqalarida ekologik turizm rivojlanishi istiqbollari

Turizm-turli xil faoliyat va xizmatlarning murakkab majmui. Ular hududiy va global darajadagi son-sanoqsiz o‘zaro aloqalar bilan uyg‘unlashib ketadi. Bu aloqalar boshqa ko‘plab iqtisodiy va ijtimoiy sohalarni qamrab oladi. Shunga yarasha, turbiznesdagi turli sektorlar va amalda barcha darajalarda ko‘plab ijrochi shaxslar qatnashadi. Shunday qilib, turizm sohasidagi xalqaro loyihalarni amalga oshirishda muayyan natijalarga erishish uchun turizm deb ataluvchi global tizimning o‘ziga xos murakkabliklari va xususiyatlarini chuqur tushinib olish zarur bo‘ladi.

¹⁷ Б.Тўраев. Туристик фаолиятда менежмент тизимини такомиллаштириш. Диссертация автореферати. Самарқанд, 2005, 15 бет

Turizm yordamida muayyan foyda, eng avvalo, iqtisodiy foyda ko'rishga qaratilgan strategiya ekologik va ijtimoiy maqsadlarga erishish uchun bozor

mexanizmlaridan foydalanishni ko'zda tutadi. Ana shu jihatdan ekoturizmning asosiy mohiyati, ya'ni birinchi navbatda xususiy firmalardan foydalanish ko'zda tutiladi. Uning asosiy maqsadi va ayni paytda faoliyat yuritish shartlari raqobatbardoshlikni va iqtisodiy manfaatdorlikni ta'minlashdan iborat. Demak, turistik biznes bilan shug'ullanishni istaydigan davlat organlari, qo'riqxonalar hududlari ma'muriyati, ilmiy jamiyatlar va agrar hududlardagi loyiha ishtirokchilari bundan xabardor bo'lishlari shart.

Xalqaro loyihalarning tajribasi shuni ko'rsatadiki, xo'jalik faoliyatlari avvalo tabiiy boyliklardan foydalanishni me'yorga solishdan iborat bo'lgan qo'riqxonalar hududlari ma'muriyati va tabiatni qo'riqlash bo'yicha mutaxassislar bunday yondoshuvga ya'ni tijoratlashuvga ko'nikib qolmasliklari kerak. Daromad olish va shu yo'l bilan aholi turmush darajasini yaxshilashga urinish agrar hududlarni rivojlantirish loyihalarida iqtisodiy foyda nuqtai nazaridagina yondoshish hollari ko'proq uchramoqda. Loyihalarda asosiy e'tibor tirikchilik vositalari bilan ta'minlashga shuningdek, mahalliy bozorlarga xizmat ko'rsatishga qaratiladi. Agar shu nuqtai nazardan yondoshilsa faqat ekoturizm butunlay boshqa istiqbolni ko'zda tutadi. Ana shu faoliyat bo'yicha rivojlanayotgan mamlakatlarning ko'pchilik agrar hududlarida hech qanday xususiy barqaror model mavjud emas. Shu bilan birga ularning hali shakllanish bosqichida ekanliklarini ham hisobga olish lozim. Bunda mamlakatning o'ziga xos tomonlarini iqlimi, tabiati, resurslari, milliy mentaliteti, moddiy bazasi, qonunlarini ham ko'zda tutish zarur. Turizmga, uning tashkiliy shakli qanday bo'lishidan qat'iy nazar iqtisodiy tizim sifatida qarash lozim.

Chizmada ko'rinib turibdiki, hukumat siyosati qonunlar asosida turistlarga ham, qonunlar asosida imtiyozlar, raqobat muhiti, o'yin qoidalari, tekshiruvlar orqali turistik korxonalariga ham faol ta'sir ko'rsatadi. Turistning xohishidan va bor imkoniyat-tabiiy muhit, diqqatga sazavor ob'ektlar, iqtisodiy muhitdan kelib chiqib, firmalar turistik mahsulotlar ro'yxatini ishlab chiqadi va bozorlarga taklif etadi. Davlat esa soliq va bojxona siyosati, kreditlar va grantlar, mutaxassislar tayyorlash, investisiya orqali ularni rag'batlantirib boradi. Chunki hukumat turizmga iqtisodiyotning muhim sohalaridan biri, soliqlar orqali byudjetga mablag'

tushiradigan va ish bilan bandlikni, xalqaro munosabatlarni yaxshilaydigan yoʻnalishlardan biri sifatida qaraydi.

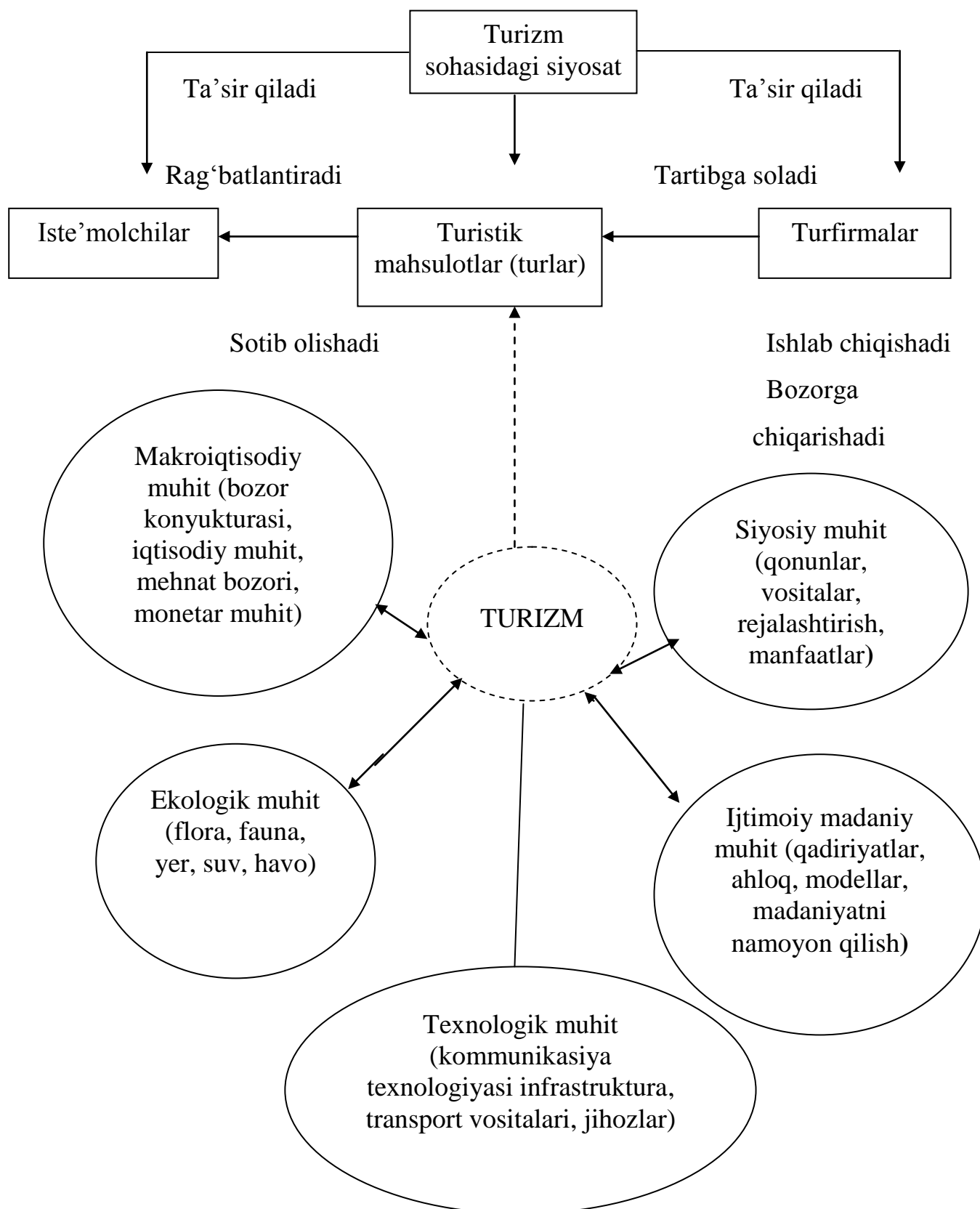
Turizm sohasini rivojlantirish koʻplab omillarga bogʻliq. Masalan, makroiqtisodiy muhit (soliqlar, ragʻbatlar, kreditlash, investisiyalar, moliyalash); siyosiy muhit (qonunlar va meʼyoriy hujjatlar, nazorat organlari va tekshiruvlar, hududlar va tarmoqlarni rejalashtirish, turli shaxslar va hududlarning manfaatlari); ijtimoiy-madaniy muhit (mamlakat va hududda qabul qilingan anʼanalar, turmush tarzi, madaniyat, din, dunyoqarash, mentalitet, tarix, sanʼat); texnologik muhit (texnologiyalar, texnika, jihozlar, transport, joylashtirish, energetika, kommunikasiya); ekologik muhit (insonning biologik muhitga taʼsirini, suv va er resurslarining muhofazasiga, atmosferaning ifloslanishiga taʼsirini hisobga olish). Ekologik omil boshqa omillar bilan bir qatorda turizm sohasining muhim omillari jumlasiga kiradi (*chizmaga qarang*).

Ekoturizmni rivojlantirishda mahalliy xalq yoki biron bir muayyan manfaatdor guruhning oʻzaro hamkorligi maqsadga muvofiq (optimal) nisbatda boʻlishi lozim. Shu nuqtai nazardan, eng avvalo, iqtisodiy va ijtimoiy ishtirokni yoki hamkorlikni farqlab olish kerak.

Siyosiy ishtirok yoki hamkorlik deganda turizmni rivojlantirish sohasida, ekologik turizm boʻyicha qoʻriqxonalar hududlariga doir xalqaro (qoʻshma) qarorlar qabul qilishda ishtirok etish tushuniladi. Shu maqsadda qoʻriqxonalar hududlarining mahalliy maslahat kengashlari, ekoturizmni rivojlantirish hayʼatlarini tuzish va ularning faoliyatini jonlantirish lozim.

Iqtisodiy ishtirok deganda ekoturizmdan iqtisodiy samara olishda qatnashish tushuniladi. Bu mahalliy aholi turistik biznesda mustaqil qatnashishi shart degani emas. Iqtisodiy ishtirok boshqacha tarzda amalga oshirilishi ham mumkin. Masalan, tabiatdan bahramand boʻlganlik yoki kommunal obʼektlardan foydalanganlik uchun kompensasiya sifatida qoʻriqxonalar hududi maʼmuriyati hisobiga ekoturizmdan tushgan daromaddan ulush oʻtkazib turish, foydalanish huquqini mahalliy boshqaruv organlaridan chet el turistik kompaniyalariga olib berish yoki ijaraga berish, oziq-ovqat mahsulotlari, qurilish materiallari, hunarmandchilik buyumlari bilan taʼminlash, mustaqil tadbirkorlik faoliyatida qatnashish, professional turistik kompaniyalari bilan hamkorlikda qoʻshma korxonalar tuzish va boshqalar nazarda tutiladi.

Turizmning iqtisodiy tizimi



Ekologik turizm daromad keltirishi, bandlikni yaxshilash va shu yo‘llar orqali mahalliy aholining turmush darajasini yaxshilashdan tashqari tabiatni muhofaza qilish maqsadlarini ham e‘tiborga olishi lozim. Ekologik turizmga ta‘sir etadigan quyidagi omillarni hisobga olish maqsadga muvofiqdir. Ekologik toza yuvish vositalaridan foydalanish, suv va energiyani tejash, ichki tartibning mahalliy strukturaga mosligini ta‘minlash, ekologik toza qurilish materillarini qo‘llash, maishiy, mahalliy mahsulotlar bilan bevosita ta‘minlash, chiqindilarni kamaytirish choralarini qo‘llash, mavsumiy oziq-ovqat mahsulotlarini konservasiyalash va ikkilamchi ishlatish, biologik usullarda etishtirilgan oziq-ovqat mahsulotlarini ko‘paytirish, ekologik moslashgan takliflar berish, muhofazadagi o‘simliklar va xayvonlarni ko‘rsatish, bilim va estetik jihatdan qiziqarli tabiat manzaralarini taklif qilish, mehmonlar uchun tabiatni muhofaza qilish musobaqalarini o‘tkazish lozim.

Bundan tashqari mehmonxona, kemping va sport inshootlarini loyihalashda ekologik omillar ta‘sirini hisobga olish, velosipedlar va otulov ijarasini tashkil etish, golf maydoni va boshqa sport ob‘ektlari qurishda landshaftlarni asrash, qirg‘oq maydonini muhofaza qilish, me‘morchilikni turar joy manziliga moslash, ko‘kalamzorlashtirish va obodonlashtirish, chekka joylarda avtobekatlarni qurish, shahardan tashqari jamoat transporti yo‘llarini qurish va ta‘mirlashni rejalashtirishda ekologiyani hisobga olish va boshqalarni ham nazardan chetda qoldirish mumkin emas.

Nazorat va mulohaza savollari

1. Ekologik turizmni rivojlantirish uchun respublikamizdagi imkoniyatlarni aytib bering.
2. O‘zbekistonning boy o‘simlik va xayvonot olami haqida tushuncha bering.
3. Muhofaza etiladigan tabiiy hududlar haqida tushuncha bering.
4. O‘zbekiston Respublikasi Xalqaro Ekologik kengashga qachon a‘zo bo‘lib kirgan.
5. Ekologik monitoring nima.
6. Ekologik standartlar va normativlar haqida tushuncha bering.
7. O‘zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirishda mavsumiy rejalashtirishning ahamiyatini tushuntirib bering.
8. O‘zbekiston mintaqalarida ekologik turizm rivojlanishi holati haqida tushuncha bering.

9. Nima uchun ekoturizmni rivojlantirishda mahalliy xalq yoki biron bir muayyan manfaatdor guruhning o'zaro hamkorligi maqsadga muvofiq (optimal) nisbatda bo'lishi lozim.
10. Iqtisodiy ishtirok deganda ekoturizmدا nima tushuniladi.

Adabiyotlar ro'yhati

1. Каримов И.А. Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси (Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маъруза), “Халқ сўзи”, 2010 йил 13 ноябрь (№ 220),
2. Каримов И.А. Барча режа ва дастурларимиз Ватанимиз тараққиётини юксалтириш, халқимиз фаровонлигини оширишга хизмат қилади. - Президент Ислам Каримовнинг 2010 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш яқунлари ва 2011 йилга мўлжалланган энг муҳим устувор йўналишларга бағишланган Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси //Халқ сўзи, 2011 йил 22 январь.
- 3.Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития. –Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – 415 стр.
4. Бердиёров Б. Экотуризм ва унинг Ўзбекистон туризм хизмати бозоридаги ўрни. Номзодлик диссертацияси. –С.: СамИСИ. 2010 й. 76-89 б.
5. Wright, L.T. and Crimp, M. The Marketing Research Process. 5th ed., Financial Times/Prentice-Hall, 2002. – p.123-129.
6. Норчаев А.Н. Экотуризм. //Ж: Ўзбекистон қишлоқ хўжалиги. №2. 2004.- 45-46 б.
7. www.bashexpo.ru – выставки, конференции
8. www.interunion.ru – туристские ассоциации
9. www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация
10. www.wttc.org – Всемирный Совет по путешествиям и туризму
11. www.e-tours.ru – деловые туры, выставки, конференции
12. www.travel-library.com – Электронная библиотека путешествий

VI-BOB. EKOLOGIK TURIZMNI MAHALLIY UYUSHMA (BIRLASHMA) DARAJASIDA RIVOJLANTIRISH

- 6.1. Maxalliy uyushma (birlashma)larni tuzish asoslari.
- 6.2. Maxalliy uyushmalarning faoliyatini tashkil etishda xalqaro tajriba.
- 6.3. Maxalliy uyushmalarning ekologik turizmni rivojlantirishdagi ahamiyati.

6.1. Maxalliy uyushma (birlashma)larni tuzish asoslari

Ekoturizmning mahalliy uyushma darajasi degan tushuncha mahalliy halqning ekoturizmni turmahsulotlar, xizmatlar, bilimlar va faoliyat turlari bilan qo‘llab-quvvatlab turishni anglatadi. Evropa mamlakatlari va AQShda mahalliy uyushmalar (Commenity-Based Development) negizidagi ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish tushunchasi XX asrning 50-yillari boshidan iste‘molga kirib keldi. O‘sha paytlarda qishloq hududlarida odamlarni joylashtirishga jamoat sektorida joy etishmasligi tufayli mahalliy aholining ko‘magiga mo‘rojaat qilishga to‘g‘ri kelgan edi. O‘tgan asrning 80-yillari o‘rtalariga kelib bu amaliyotni turistik faoliyatga ham qo‘llay boshlandi, chunki kishilarning sifatli xizmatga ehtiyojlari kuchaydi.

Hozirgi kunga kelib mahalliy uyushmalarga asoslangan turizmning ko‘pgina taʼriflari mavjud. Jahon tabiat fondi (the world-wide Fund for Nature WWF) turizmni tashkil etishning bu shaklini quyidagicha taʼriflaydi: “Mahalliy uyushmalarga asoslangan turizm (SVT-Community-based tourisit) turizmning shunday shakliki, unda turizm ustidan asosiy nazorat, uning rivojlanishi uni boshqarishga jalb qilingan mahalliy uyushmaga tegishli bo‘ladi, daromadning katta qismi esa uyushmada qoladi”²⁴. Mahalliy uyushma taraqqiyotiga bag‘ishlab Nyu-Yorkda o‘tkazilgan sammitda uni “mahalliy darajada boshqariladigan va amalga oshiriladigan, mahalliy aholini o‘qitadigan va uning hayotiy qadriyatlarini hurmat qiladigan jarayon” deb taʼriflanadi²⁵. Mahalliy uyushma xususiy sektor, mahalliy maʼmuriyat doirasida izchil hamkorlikni ko‘zda tutib,

²⁴ The Community Tourism Summit, May 13-15, 2003 Pocantico, New York, www. BEST. Org.

²⁵ Уша маҳба. May 13-15, 2003 Pocantico, New York, www. BEST. Org.

mahalliy uyushmaning yaxlitligini buzmagani va tabiiy resurslardan barqaror foydalangan holda turizmdan foyda ko'rishga qaratiladi.

“The Community Tourisin Cerude” qo'llanmasida mahalliy uyushmaga asoslangan turizmga bunday ta'rif berildi: “Rivojlanayotgan mamlakatlarda mahalliy uyushmani ayniqsa, tub aholini, qishloq aholisini jalb qiladigan, ularga maslahat beradigan va foyda keltiradigan turizm”. Shu qo'llanmada “mahalliy uyushma” (Communtiy) tushunchasiga ham ta'rif beriladi - “bir-birini o'zaro qo'llab-quvvatlaydigan, geografik jihatdan yig'moq, xuddi qishloq jamoasi yoki qabilasi kabi ijtimoiy birlik, shaharlarga moslashtirilgan g'arbiy nuqtai nazardan bu tushunchadan manfaatlari umumiy bo'lgan etnik qardoshlik”²⁶.

O'zbekiston sharoitida mahalliy uyushmalar asosida turizmni rivojlantirish fuqorolarning o'zini-o'zi boshqarish shakli hisoblangan “mahalla” tushunchasi bilan ideal tarzda uyg'unlashadi. “Mahalla”-o'zbek etnosining ajoyib namunasi bo'lib, qishloq hayotining patriarxal xususiyatlarini o'zida mujassamlashtiradi, qishloq aholisi bir-birini yaxshi biladi, bayramlarni birgalikda nishonlashadi, g'am-tashvishlarini o'rtoqlashishadi. “Mahalla” tushunchasi bilan “hashar” tushunchasi uyg'unlashib ketgan. O'z ixtiyori bilan va qo'ni-qo'shnichilik yuzasidan birgalashib uylar qurishadi, to'ylar o'tkazishadi, vafot qilganlarni oxirgi yo'lga kuzatishadi. Mahallaga mansublik kishiga kuch bag'ishlaydi, kundalik hayot muammolari va tashvishlarini engishda unga ko'maklashadi²⁷.

Mahalliy uyushmalarga asoslangan turizm-jamiyat qo'llab-quvvatlaydigan turizm. U aynan shu erda boshlanadi hamda deyarli har doim mahalliy va tub aholi tomonidan boshqariladi. Uyushmalarning rahbariyati uyushmaning manfaati shaxsiy manfaatlaridan ustun ekanligini o'z xodimlariga ta'kidlanib, uyushma ichidagi boshqaruvni kuchli nazorat ostiga olib turadi va an'anaviy madaniyatning rivojlanishiga, atrof muhitning saqlanishiga hamda erdan ma'suliyatli foydalanishga qulay sharoit yaratadi. Mahalliy uyushmalarga asoslangan turizm sayyohlarga mahalliy uyushmalarning o'ziga xos jihatlarini bevosita sinash va his qilishga imkon tug'diradi. SHunisi ham muhimki, bunday yondoshuv ularning sust rivojlanishiga muqobil omil bo'lib, qishloqdagi nochor kishilarning qo'shimcha daromad manbaini hosil qiladi. Mahalliy uyushmalarga asoslangan turizmni qo'llab-quvvatlash orqali mahalliy

²⁶ Ўша манба. May 13-15, 2003 Pocantico, New York, www. BEST. Org.

²⁷ Из высказываний политолога Артура Файнберга, Ташкент, 2000, 15 мая. с.134

aholining kundalik hayoti bilan yaqindan tanishiladi, hamda ularga o'z muhirlari va madaniy meroslarini saqlab qolishlariga ko'maklashiladi. SHu vaqtning o'zida boy madaniyatga ega va rang-barang tabiatli hududda maroqli dam olish o'tkaziladi, mahalliy aholi hayotini tag-tomiridan bilib olinadi.

Mahalliy uyushmalar faoliyatini tashkil etishda kooperasiya tajribasi va qoidalaridan foydalanish ham katta ahamiyatga ega. Kooperasiyalar o'ziga ishonish, oqilona boshqarish, adolat va ochiq-oydinlik kabi qadriyatlarning rivojlanishida muhim rol o'ynaydi. Kooperasiyalar konsepsiyasi (uyushish g'oyasi) ochiq-oydinlik, halollik va ijtimoiy ma'suliyat kabi ahloqiy qadriyatlarga asoslanadi. Kooperasiyalar o'zlarining umumiy ijtimoiy, iqtisodiy va madaniy ehtiyojlarini qondirish uchun ixtiyoriy ravishda birlashuvchi shaxslar guruhi tomonidan tuziladi. Kooperasiya shu jamoa a'zolariga tegishli bo'ladi va ular tomonidan demokratik asosda boshqariladi. Kooperasiya faoliyatida barcha a'zolarining faol ishtirok etishi ularning ijtimoiy, irqiy, siyosiy, jinsiy yoki diniy mansubliklaridan qat'iy nazar kafolatlanadi. Hindistonning turli hududlaridagi ko'pchilik rivojlangan kooperativ tashkilotlar qashshoqlik bilan kun kechirayotgan aholining iqtisodiy sharoitlarini yaxshilash borasidagi o'z imkoniyatlarini namoyish qiladilar.

Mahalliy uyushmalar asosidagi turizmning asosiy tamoyillari;

- Mahalliy tashabbus, rejalashtirish va egalik qilish;
- Mahalliy uyushmalarning ijtimoiy iqtisodiy rivojlanishi;
- Madaniy va tabiiy resurslarni asrash.

Bundan tashqari, agar kooperasiya o'z ish faoliyatini rivojlantirib, o'zining barcha a'zolari farovonligi uchun etarlicha mablag' bilan ta'minlashga intilsa, shu kooperasiya hududidagi turizm bozori professional darajaga erishadi. Biroq, shu bilan birga har doim kooperasiya mahalliy tabiiy resurslardan manfaatdor bo'lishi hamda ikki tomonga ham foydali tarzda ularni asrash choralarini ko'rish lozim.

Mahalliy uyushmalarga asoslangan turizm "mahalliy boshqariladigan va amalga oshiriladigan mahalliy aholini o'rgatadigan va uyushma qadriyatlarini hurmat qiladigan jarayon. U uyushma va xususiy sektor manfaatlarini hisobga olib tuzilgan bo'lib, uning yaxlitligini buzmagani va mahalliy resurslarga salbiy ta'sir qilmagan holda shu uyushmaga foyda keltiradi"²⁸.

²⁸ WWW. Sustainable Tourism Directory-Community-based Tourism. htm.

Mahalliy uyushmalarga asoslangan turizm deganda bir yoki bir necha uyushmaga tegishli bo'lgan yoki xususiy sektor va uyushmaning qo'shma tadbirkorlik sherikligi tomonidan boshqariladigan, o'z hayoti sifatini yaxshilash uchun iqtisodiy va boshqa munosib usulda tabiiy resurslardan foydalanadigan tashabbuskor turizm tushiniladi.

Mahalliy uyushmalarga asoslangan turizm loyihalarining tijorat turistik operatorlarini o'z ichiga olgan ko'p variantlari mavjud. Bizning fikrimizcha mahalliy uyushmalarga asoslangan turizmning barcha loyihalari mahalliy aholiga foydaning adolatli ulushini qaytarishi va turizmni boshqarish siyosati bilan bog'liq masalalarni hal qilishda ovoz berish huquqini berishi lozim.

Mahalliy uyushmalarga asoslangan turizm kuyidagi talablarga javob berishi zarur:

- mahalliy uyushmalarning roziligi bilan va ularni jalb qilgan holda boshqarilishi lozim;

- foydaning adolatli ulushini mahalliy uyushmaga qaytarib berishi zarur. Eng ideal holatda bu ijtimoiy loyihalar (sog'liqni saqlash, maktablar va hokazo) ni ham o'z ichiga oladi;

- ayrim shaxslarga nisbatan uyushmaning manfaatlarini ustunroq qo'yishi zarur;

- atrof-muhitni asrash va tiklash ishlari bilan shug'ullanishi kerak (hududni oqiloni boshqarish va asrash uchun bunday loyihalarga mahalliy aholi ham jalb qilinishi lozim);

- mahalliy aholining an'analari, urf-odatalari, madaniyati va ijtimoiy udumlarini hurmat qilishi zarur;

- g'arbiy turistlarning mahalliy aholi hayot tarziga salbiy ta'sirining (kiyinish, ichish, chekish) oldini olishning yaxshi yo'lga qo'yilgan mexanizmiga ega bo'lishi lozim;

- turistlarning kichik-kichik guruhlarini tanlash va tuzish kerak. Aks holda mahalliy madaniyat va atrof-muhitga salbiy ta'sir ko'rsatilishi mumkin;

- sayohat oldidan turistlarga o'zlarini qanday tutishlari to'g'risida tegishli yo'l-yo'riqlar berilishi kerak;

- mahalliy aholini ularning urf-odatlariga mos bo'lmagan marosimlarni ijro etishga majbur qilmaslik lozim;

- agar mahalliy aholi turizmni tashkil qilishda qatnashishni istamasa, ularni majbur qilmaslik zarur.

6.2. Maxalliy uyushmalarning faoliyatini tashkil etishda xalqaro tajriba

Keniyadagi Masai Mara milliy bog‘i mahalliy Masai qabilasining manfaatlarini hisobga olib tashkil qilingan, rivojlanayotgan mamlakatlar ichidagi birinchi bog‘lardan bo‘lib qoldi. Bu bog‘ ko‘proq milliy bog‘ emas, balki Masai qabilasi odamlariga ov qilishga ruxsat berilgan rezervat (qo‘riqxonona) hisoblanadi. Qo‘riqxonada turistlar uchun ochiq bo‘lgan kichkinagina Masai qishlog‘i joylashgan²⁹.

Namibiya va Ugandada mahalliy uyushmalar Nacobta (the Namibia Community Based Tourism Association) va UCOTA (the Uganda Community Tourism Association) ga asoslangan turizm assosiasiyalari bor. Ikkala assosiasiya o‘z strukturasi jihatidan bir-biriga o‘xshaydi va mahalliy uyushmalar tashabbusiga tayanadi. NACOBTA va ISOTA ning maqsadi qambag‘al mahalliy aholining moliyaviy daromadlarini ko‘paytirish, mahalliy uyushmani etakchi industriyaga jadalroq integrasiyalash yo‘li bilan segmentning faoliyatini kengaytirish va takomillashtirishdir. Bu assosiasiyalar quyidagi uch darajada faoliyat yuritadi:

-mahalliy sektor mahalliy ushmalarga asoslangan turizmga yakka tadbirkorlarga (community-based tourism enterprises-CBTE) o‘qitish moliyalash, texnik jihozlash va marketing shaklidagi ko‘makni ta‘minlaydi;

-xususiy sektor-mahalliy uyushma tadbirkorligini qo‘llab-quvvatlashga hususiy sektorni jalb qiladi, hamda (faqat NACOBTA) hususiy sektor bilan mahalliy uyushma orasida sheriklikni rivojlantiradi;

-Siyosiy sektor-mahalliy uyushmani qo‘llab-quvatlaydigan siyosiy islohotlarga ko‘maklashadi va kamchil guruhlariga ovoz berish huquqini beradi.

Chet ellar tajribasidan ko‘rinib turibdiki mahalliy aholini jalb qilgan holda turizmni rivojlantirishning iqtisodiy oqil va ekologik to‘g‘ri strategiyasi mahalliy aholining faqat tabiiy emas, balki ijtimoiy madaniy hayot tarzini, an‘anaviy turizm va ho‘jalik faoliyati xususiyatlari, hunarmanchiligini saqlab qolishga, madaniy landshaftni barqaror

²⁹ Бочкарёва Т.В. Экотурзм: анализ существующего международного опыта. - М.: 2003

rivojlantirishga yordam beradi. Oqibatda aholining soni barqarorlashadi, yoshlar tugʻilib oʻsgan joylaridan ketishga intilmaydi, hududning iqtisodiy va madaniy hayotida faol ishtirok etadi.

6.3. Maxalliy uyushmalarning ekologik turizmni rivojlantirishdagi ahamiyati

Turistik faoliyatida mahalliy aholining ishtirok etishi va bu faoliyatdan daromad olishi ularga tabiatni muxofaza qilish, oʻz madaniyati, koʻp asrlik anʼanalarni asrash, oʻz tarixini chuquroq bilish uchun iqtisodiy ragʻbat yaratadi, mahalliy aholining madaniy tafakkurini oshiradi, chunki xalq oʻz madaniyatiga qiziqadi, uning yutuqlariga hissa qoʻshgisi keladi. Natijada turistlar va mahalliy aholining bir-birini madaniy boyitish jarayoni boradi (jadvalga qarang).

6.3.1.-jadval

Turizm mahalliy uyushmalarining oʻziga xos xususiyatlari va mezonlari

| | |
|--|---|
| <u>Ijtimoiy mahalliy omillarni jalb qilish</u> | Rejalashtirish darajasi, mansabi va hokazolardan qatʼiy nazar barcha ishtirokchilar jalb qilinadi; Joylarda oʻqitish va treninglar oʻtkazish imkoniyati taʼminlanadi; Mahalliy anʼanalar va anʼanaviy vositalar qoʻllab-quvvatlanadi; Ijtimoiy yaxlitlikka koʻmaklashadi; Mahalliy uyushmada gʻurur va oʻz qadrini bilish hissi oshiriladi; Shahar bilan qishloq oʻrtasidagi tafovutning kamaytirilishi individual rivojlanishga yordam beradi; Mahalliy madaniyat va anʼanalarning qadri oshiriladi. |
| <u>Ekologik resurslar baʼzasini qoʻriqlash</u> | Tabiiy resurslarni barqaror isteʼmol qilish; Foydalaniladigan resurslarning turli-tumanligi; Atrof muhitga minimal taʼsir koʻrsatish; Mahalliy aholi faoliyatini rivojlantirish va boshqarish jarayoniga jalb qilib, tabiatni muhofaza qilish; Resurslardan tejamli foydalanish. |
| <u>Iqtisodiy mahalliy tadbirkorlik va ish bilan taʼminlash</u> | Infrastrukturani yaxshilashga olib keladi; Yangi ish oʻrinlari tashkil qilinadi va yangi xoʻjalik faoliyatiga imkon tugʻiladi; Xoʻjalik faoliyatining mavjud barqaror turlari almashtirilmaydi; |

| | |
|--|---|
| imkoniyati | Turli sektorlar orasida iqtisodiy munosabatlar o‘rnatiladi; Moliyaviy mustaqillikka erishiladi; Oldindan mo‘ljallangan bozor mahsulotlari va servis bilan taminlanadi; Muvazanatlashgan rivojlanishga hissa qo‘shiladi. |
| <u>Mahalliy</u> turistik mahsulotni yaxshilash marketing va milliy yo‘nalishni kuchaytirish | Vaqtini ko‘ngilli o‘tkazish va servisni yaxshilash yo‘li bilan tashrif buyuruvchilarni ko‘paytirish; An’anaviy turizm bilan yangi aloqalar o‘rnatiladi; Mamlakat va hududda boshqa shunga o‘xshash tashabbuslar bilan aloqalar o‘rnatiladi; Yangi marketing g‘oyalari va takliflarni joriy qilish yo‘li bilan turistik mahsulot diversifikasiyalanadi. |

Manba: [www. Santaluchia. org](http://www.Santaluchia.org).

Yana bir muhim omil-bu turistlarning xavfsizligini ta’minlashdir. Turizm Xartiyasida shunday so‘zlar bor: “Tranzit va vaqtinchalik bo‘linadigan joylarda mahalliy aholiga turistlarni iloji boricha insoniy va ijtimoiy munosabatlarni rivojlantirish uchun zarur bo‘lgan mehmondo‘stlik, hushmuomilalik va hurmat bilan qabul qilish, oldini olish va himoya tadbirlari bilan tashrif buyuruvchilar va ularning buyumlari xavfsizligini ta’minlash, yaxshi gigiena sharoiti yaratib berish va sog‘liqni saqlash xizmatlaridan foydalanishga imkon yaratish, shuningdek, yuqumli kasalliklar va baxtsiz hodisalarning oldini olish tavsiya qilinadi³⁰”.

Boshqa bir xalqaro hujjat-“Turist kodeksi” da shunday ta’kidlanadi; “Mo‘ljallangan joylarga va turistlar uchun qiziqarli ayrim hududlarga etib kelgach, shuningdek, butun tranzit va vaqtinchalik bo‘lish mobaynida turistlar o‘z manfaatlari uchun qo‘yidagi ma’lumotlarga ega bo‘lishlari lozim;

a) ularning sayohatlari va vaqtinchalik tashriflari mobaynida rasmiy turistik tashkilotlari va turistik xizmati ko‘rsatuvchilar tamonidan yaratib beriladigan sharoitlar va imkoniyatlar tug‘risida haqqoniy, aniq va to‘liq axborotlar;

b) shaxsiy xavfsizlik, o‘z mulkining xavfsizligi, shuningdek, iste’molchi sifatida o‘z huquqlarning himoyalanihi;

³⁰ Жаҳон Туристик Ташкилоти Бош ассамблеясининг 1985 йил 22 сентябрдаги VI сессияси I қарори билан маъқулланган.

- v) tegishli ijtimoiy gigiena shart-sharoitlari (ayniqsa, joylashtirish, jamoat ovqatlanish muassalari va transportda); yuqumli kasalliklar va baxtsiz hodisalarning oldini olish choralari, shuningdek, sogʻliqni saqlash xizmatlaridan hech qanday toʻsiqlarsiz foydalanish mumkinligi toʻgʻrisidagi axborotlar;
- g) mamlakat ichida va tashqi olam bilan tezkor va samarali jamoat aloqasidan foydalanish;
- d) turistlarning huquqlarini himoya qilish uchun zarur boʻlgan maʼmuriy va yuridik tadbirlar va kafolatlar;
- e) oʻz diniga eʼtiqod qilish imkoniyati va buning uchun tegishli shart-sharoitlar mavjudligi³¹.

Koʻpchilik turistlar oʻz kundalik hayotlarida ham, chet ellarga qiladigan safarlarida ham maʼlum darajadagi xavfsizlikga oʻrganishgan. SHuning uchun mahalliy axborot byurolari, malakali gidlar, kartalar va boshqa axborot vositalari ularda xavf tuygʻusini pasaytiradigan omillar hisoblanadi. Baxtsiz hodisalar va kasalliklar bilan kurashish uchun tibbiy yordam tizimini koʻzda tutish, jinoyat sodir etish mumkin boʻlgan hollarda esa turistning hayoti va mulkiga nisbatan har qanday tajavvuzning oldini oladigan samarali maʼmuriy tadbirlarni yoʻlga qoʻyish lozim.

Hozirgi vaqtda Oʻzbekistonda alohida qoʻriqlanadigan tabiiy hududlar va tabiiy obʼektlar, turli vazirliklar, idoralar va mahalliy maʼmuriyatlar tasarrufida hisoblanadi. Bu hol turistik nuqtai nazariyadan baʼzi noqulayliklarni keltirib chiqaradi, chunki resurslardan foydalanish va ularni asrash shart-sharoitlari turlicha yondoshuvlarni shakllantiradi.

Koʻrinib turibdiki Oʻzbekistondagi alohida qoʻriqlanadigan 26 ta hudud 5 ta mahkamaga boʻysunadi. Albatta bunday holat ularga nisbatan yagona siyosatni oʻtkazishni qiyinlashtiradi. Har bir mahkama oʻz hududiga oʻz manfaat va imkoniyatlaridan kelib chiqqan holda rahbarlik qiladi, boshqaradi.

Nazorat va mulohaza savollari

1. Ekologik turizmni rivojlantirishda maxalliy uyushma (birlashma)larni tuzish deganda nimani tushunasiz.
2. Mahalliy uyushmalarga asoslangan turizmning qanday taʼriflari mavjud.

³¹ Глобальный этический кодекс туризма. г. Сантьяго, Чили, 1 октября 1999 года.

3. Mahalliy uyushmalarga asoslangan turizm deganda nimani tushunasiz.
4. Mahalliy uyushmalar faoliyatini tashkil etishda kooperasiyadan qanday foydalaniladi.
5. Namibiya va Ugandada qanday mahalliy uyushmalarga asoslangan turizm assosiasiyalari bor.
6. Turistlar va mahalliy aholining bir-birini madaniy boyitish jarayoni qanday amalga oshiriladi.
7. O‘zbekistondagi alohida qo‘riqlanadigan 26 ta hudud qaysi mahkamalarga bo‘ysunadi.
8. Xususiy sektor-mahalliy uyushma tadbirkorligini qo‘llab-quvvatlashga kimlarni jalb etadi.
9. Chet ellar tajribasida mahalliy aholini jalb qilish mexanizmi qanday yo‘lga qo‘yilgan.
10. Maxalliy uyushmalarning ekologik turizmni rivojlantirishdagi ahamiyatini yana qanday o‘ynalishlarda ko‘rish mumkin.

Adabiyotlar ro‘yhati

1. Сенин В.С. Организация международного туризма. -М.: Финансы и статистика. 2004. – 347-389 с.
2. Hospitality, Tourism and heisure Management: Issues in Streegy and Culture. London, 2003. –p.69-78.
- 3.Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития. –Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – 415 стр.
4. Бердиёров Б. Экотуризм ва унинг Ўзбекистон туризм хизмати бозоридаги ўрни. Номзодлик диссертацияси. –С.: СамИСИ. 2010 й. 76-89 б.
5. Норчаев А.Н. Экотуризм. //Ж: Ўзбекистон қишлоқ хўжалиги. №2. 2004.- 45-46 б.
6. www.interunion.ru – туристские ассоциации

VII-BOB. MILLIY PARKLARNING EKOLOGIK TURIZM RIVOJLANISHIDAGI AHAMIYATI

7.1. O‘zbekistondagi milliy parklar va uning ekologik turizm rivojlanishidagi ahamiyati.

7.2. Jahondagi yirik milliy parklar va ularning turizmni rivojlantirishdagi ahamiyati.

7.3. AQSh milliy parklarining ekoturizmdagi o‘rni.

7.4. Kanada milliy parklarining ekoturizmni rivojlantirishdagi ahamiyati.

7.1. O‘zbekistondagi milliy parklar va uning ekologik turizm rivojlanishidagi ahamiyati

O‘zbekistonda muhofaza etiladigan tabiiy hududlarning umumiy maydoni 20520 kv.km, yoki respublikamiz hududining 5,2 % tashkil etadi. Buning tarkibida 6061 km. kv. maydonni tashkil etgan 2 ta milliy bog‘ ham bor.

Davlat milliy parklari

| | Rasmiy nomi, tashkil etilgan yili | Joylashgan manzili |
|----|---|---|
| 1. | Zomin xalq parki (1976) | Jizzax, Zomin tum. |
| 2. | Ugom-Chotqol tabiiy milliy parki (1990) | Toshkent viloyati. Bo‘stonliq, Parkent, Ohangaron tumani. |

Bu milliy parklarda nayob hisoblangan o‘simliklar va hayvonlar muhofaza qilinadi. O‘simlik va hayvonot dunyosini muhofaza qilish, ularning nodir va tugab borayotgan turlarini saqlab qolish, sonini ko‘paytirishda xalq parklarining ahamiyati kattadir. Davlatimiz tomonidan milliy parklarni rivojlantirish va tabiatdan oqilona foydalanish bo‘yicha qo‘shni davlatlar dorasida ham ko‘p ikki tomonlama kelishuvlar imzolangan. Ularga Tojikiston, Qozog‘iston, Qirg‘iziston, Turkmaniston bilan imzolangan shartnomalar misol bo‘ladi. O‘zbekiston, Qozog‘iston, Qirg‘iziston Respublikalari bilan uch tomonlama shartnoma ham imzolangan. Bunga asosan hamkorlikda tabiatdan maqsadli ravishda foydalanishga kelishib olingan. Bu kabi kelishuvlar turistlarga ekologik

yoʻnalishda xizmat sifatini oshirishda va turistlar almashinuvini yoʻlga qoʻyishda xizmat qiladi.

7.2. Jahondagi yirik milliy parklar va ularning turizmni rivojlantirishdagi ahamiyati

1916 yil AQSh Kongresi tomonidan, tabiatni muhofazalash, tabiatning bunday moʻjizalarini kelajak avlodga qanday boʻlsa shundayligicha asrash, bu goʻzalliklardan kelajak avlodni bahramand qilish maqsadida milliy parklar xizmati tashkil etilgan.

Milliy parklar xizmati dunyoga mashhur Yellowstone va Yosemite parklaridan tashqari boshqa milliy parklarni hamda koʻplab tarixiy ahamiyatga ega boʻlgan inshootlarni ham nazorat qiladi;

Bostondagi Ozodlik soʻqmogʻi, Filodelfiyadagi Mustaqillik Zali, Gavayidagi Arizona kemasiga bagʻishlangan memorial, koʻplab madaniyat yodgorliklari, arxeologik qazilmalar, elkanli kemalar, Kolonial davri kiyimlari, fuqarolar urushi davri hujjatlari va shunga oʻxshash koʻplab tarixiy yodgorliklarni park xizmati oʻz himoyasiga olgan.

Park xizmati Arktika tundralaridan tortib Marjon qoyalarigacha boʻlgan ekotizimlarni, havoni va isteʼmol qilinadigan suv resurslarini ham oʻz nazoratiga olgan. U iqlim oʻzgarishlari va biologik oʻzgarishlar boʻyicha ham xalqaro loyihalarda ishtirok etadi.

Kanadada va ehtimol butun dunyodagi eng katta park Kanadaning Shimoliy Farbiy hududi Alberta provansiyasida joylashgan Vud buffalo milliy parki hisoblanadi. Bu milliy park 4 million 480 ming gektar erni tashkil etadi va unda dunyodagi eng yirik yovvoyi bizon podalari yashaydi. Bu park tabiat qoʻriqxonasi sifatida muhofaza qilinadi, turistlarning ommaviy ravishda sayohatlarga borishlari taqiqlanadi. Bundan tashqari dunyoga mashhur boʻlgan Jasper, Ku – tene, Yoxova Revelstok milliy parklari bir necha mahalliy parklar va qoʻriqxonalar manzarali togʻ choʻqqilariga (Britaniya Kolumbiyasi va Alberta provinsiyalari) tutashib ketgan. Bu milliy parklarga poezdlarda (Kanada Tinch Okean temir yoʻli), Avtomashinalarda (Tronskanada shossesi), shuningdek, mahalliy aviakompaniyasi xizmatlaridan foydalanib sayohatchilar tashrif buyuradilar.

7.3. AQSh milliy parklarining ekoturizmdagi o‘rni

Amerika Qo‘shma Shtatlarida 367 ta milliy parklar bo‘lib, ular mamlakatning barcha burchaklarida barpo etilgan, bular joy va landshaftning butun mo‘jizalarini o‘zida aks ettirgan.

Amerikaliklar, «Bizning milliy parklarimiz kabi tabiiy mo‘jizalar, mutlaqo demokratik amerikacha hayot» dunyoning hech bir burchagida yo‘q, mamlakat butun boyliklari bilan xalqnikidir, degan asosiy shiorga tayanadilar. O‘ta go‘zal tabiat mo‘jizalari, tabiiy landshaftlarni saqlash va asrash, ularning asosiy maqsadi, bularni ko‘rib insonlar zavqlansin va lazzatlansin, lekin Amerikaning bunday noyob tabiiy boyliklari inson shafqatsizligi bilan toptalmasin degan g‘oyaga amal qiladilar.

Keyingi yigirma yil mobaynida tizimga yana uchta qo‘riqxonalar qo‘shildi. Milliy parklarning yangi turlari – shahar dam olish hududlari, daryo bo‘yi qo‘riqxonalari, sayyohlik qo‘riqxonalari, tarixiy joylar park xizmati himoyasiga olindi.

Tarixiy joylar va qo‘riqxonalar tizimlariga kiruvchi 367 ta hudud 80 million akr erni egallaydi. Turli milliy parklarning o‘lchamlari ham turlicha. Masalan: Vrangeldagi milliy park va Alyaskadagi Muqaddas Elyas parklari 13 million akr erni egallagan bo‘lsa, Tadeush Kostyushko milliy me‘moriali atigi 0,2 akr erni egallagan.

Amerika milliy parklariga har yili 273 million sayohatchilar tashrif buyurib, undagi butun go‘zalliklar, tabiat mo‘jizalarini ko‘rib zavqlanadilar va u erdagi xizmatlar va dasturlardan to‘la – to‘kis foydalanadilar. Hozirgi kunda ko‘p yillar muqaddam park xizmati o‘z oldiga qo‘ygan vazifalari o‘zgarib bormoqda, chunki hozirgi kunga kelib har bir parkning o‘ziga xos bo‘lgan ekotizimini saqlab qolish, noyob yo‘qolib borayotgan o‘simlik va hayvonot dunyosini asrab qolish va himoyaga olish vazifalari o‘ta muhim vazifalardan biri bo‘lib hisoblanadi.

7.4. Kanada milliy parklarining ekoturizmni rivojlantirishdagi ahamiyati

Kanadada 29 ta milliy parklar va 20 dan ziyod milliy tarixiy parklar hamda tabiiy mo‘jizalarga boy bo‘lgan manzillar mavjud. Eng go‘zal tog‘ yuksakliklari hududida joylashgan Banf milliy parkiga 1885 yilda asos solingan va bu Kanadada birinchi milliy park tizimi bo‘lib hisoblanar edi.

Kanada davlati milliy parklar to‘g‘risdagi qonunda «Milliy parklar Kanada xalqi uchun – Kanada xalqining dam olishi va ko‘ngil ochishi

hamda tabiat mo'jizalaridan zavq olishi uchun bunyod etilgan va ular kelgusi avlodlarga ilk go'zalligini saqlagan holda etkazib berilishi shart», deb yozilgan, bu qonunga hozirgi kunga qadar Kanada halqi amal qilib keladi.

Kanada milliy parklarida sayyohlik xizmatlari bugungi kun talabi darajasida rivojlangan, ko'plab Shveysariya uslubidagi shalelar, chang'i klublari, kurortlar, sport markazlari, xushmanzara joylarda alohida dam olish uylari mavjud. Kanada hukumati ikkinchi jahon urushidan keyin dam olish va ko'ngil ochish ishlari bilan jiddiy ravishda shug'ullana boshladi. Bular, sayohat, turizm, sport va faol dam olish, san'at va madaniyat sohalari bo'yicha, ushbu yo'nalishlarning har birida davlat tomonidan ta'ris etilgan agentliklar butun mas'uliyatni zimmalariga olgan holda faoliyat olib boradilar. Ular bir – birlariga yordam ko'rsatadilar va bir – birlari bilan ma'lum bir majburiyatlar asosida ish olib boradilar.

Nazorat va mulohaza savollari

1. O'zbekistondagi milliy parklar va uning ekologik turizm rivojlanishidagi ahamiyatini ochib bering.
2. O'zbekistondagi mavjud milliy parklarning turizm rivojlanishidagi o'rnini qanday.
3. Tabiatdan foydalanish bo'yicha tuzilgan shartnomalarning ekologik turizmni rivojlantirishdagi ahamiyatini tushuntiring.
4. Jahondagi yirik milliy parklar va ularning turizmni rivojlantirishdagi ahamiyatini ochib bering.
5. Milliy parklarni rivojlantirish yo'nalishlarini aytib bering.
6. Nima uchun AQSh dunyoda milliy parklar soni ko'pligi bilan ajralib turadi.
7. AQSh milliy parklarining ekoturizmdagi o'rnini aniqlang.
8. AQShda ark xizmatini tashkil etishdan asosiy maqsad nima.
9. Kanada milliy parklarining ekoturizmni rivojlantirishdagi ahamiyatini tushuntiring.
10. Kanada milliy parklari rivojlanishi yo'nalishlarini aniqlang.

Adabiyotlar ro'yhati

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг «Мамлакатимизни модернизация қилиш ва кучли фуқаролик

жамияти барпо этиш – устувор мақсадимиздир» ҳамда «Асосий вазифамиз – Ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир» номли маърузаларини ўрганиш бўйича Ўқув-услубий мажмуа. – Тошкент: Иқтисодиёт. -2010. –63-85 б.

2. Юрьев А.П. Планирование туризма. Учебное пособие. -Донецк.: 2004. –34-67 с.

3. Здоров А.Б. Экономика туризма. Учебное пособие. -М.: Финансы и статистика, 2004. – 88-126 с.

4.Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития. –Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – 415 стр.

5. Бердиёров Б. Экотуризм ва унинг Ўзбекистон туризм хизмати бозоридаги ўрни. Номзодлик диссертацияси. –С.: СамИСИ. 2010 й. 76-89 б.

6. www.wttc.org – Всемирный Совет по путешествиям и туризму

VIII-BOB. EKOLOGIK TURIZM YO‘NALISHIDA MARSHRUTLAR TUZISH ASOSLARI

- 8.1. Turistik marshrutlar haqida tushuncha.
- 8.2. Turistik marshrutlarning turlari
- 8.3. Ugom-Chotqol ekoturistik zonasi bo‘yicha marshrut tuzish.
- 8.4. Jizzax ekohududi bo‘yicha marshrutlar tuzish.

8.1. Turistik marshrutlar haqida tushuncha

Marshrutlar, turlar, ekskursiya dasturlarini shakllantirish, asosiy, qo‘shimcha va yo‘ldosh xizmatlar ko‘rsatish turistik xizmat ko‘rsatish texnologiyasini tashkil etadi, ya‘ni bu turistik xizmatga bo‘lgan ehtiyojni qondirish uchun muayyan turistik mahsulotni shakllantirish demak.

Marshrut – bu:

- sayohat paytida turist tashrif buyuradigan barcha jo‘g‘rofiy joylar belgilangan, marshrutda to‘xtash joylari o‘rtasida harakatlanish uchun turist foydalanadigan transport turlari ko‘rsatilgan harakat yo‘nalishi;
- turist o‘ziga belgilangan xizmatlar ko‘rsatish dasturiga muvofiq ma‘lum vaqt mobaynida harakatlanuvchi oldindan rejalashtirilgan trassa;
- muayyan hududga va alohida ob‘ektlarga bog‘langan, turli darajadagi mufassallik bilan tavsiflangan va grafik tarzida ifodalangan safar, sayohat trassasi.

Turistik marshrutlar – turistlarga ko‘rsatiladigan xizmatlarning asosiy turlaridan biri. Turistik tashkilotlar marshrutlarni oldindan ishlab chiqadi, ularga ma‘lum xizmatlar (ovqatlanish, yashash, ekskursiyalar, sport va dam olish tadbirlari, turistlarni transportda tashish va b.) kompleksini kiritadi va shu tariqa turistik marshrutlarni shakllantiradi. Biroq, safar joyini aniqlamasdan turib turistik marshrutni sotish mumkin emas. Marshrut tuzilganidan keyin xizmatlar ko‘rsatuvchi korxonalar bilan shartnomalar tuziladi. «Xizmatlar ko‘rsatish zanjiri» hosil bo‘lishi uchun ularni muayyan muddatlarga bog‘lash lozim. Mana shu «xizmatlar ko‘rsatish zanjiri» turizmدا tur deb ataladi.

Turistik marshrut yoki sayohatning qisqacha tavsifi – kroki (rasmlar, xaritalar, sxemalar, ob‘ektlarning matnli tavsifi). Sayohatchi faoliyatining mohiyati - sayohat haqidagi qaydlar – sayohat jarayonida kelgusida xotira sifatida yoki mazkur marshrutni takrorlashda qo‘llanma tarzida foydalanish uchun yoki shu marshrut bo‘ylab sayohat qiladigan yoki

mazkur ob'ektlarga tashrif buyuradigan boshqa turistlar va sayohatchilar uchun tuzilgan turistik marshrut yoki sayohatning qisqacha tavsifi.

Sayohat boshlangan va yakunlangan joylar marshrutning dastlabki va oxirgi nuqtasi hisoblanadi. Marshrutning boshi – turistga shartnomada nazarda tutilgan birinchi turistik xizmat ko'rsatiladigan joy. Marshrutning oxiri – turistga oxirgi turistik xizmat ko'rsatiladigan joy.

8.2. Turistik marshrutlarning turlari

Turistik marshrutlar turli belgilarga ko'ra tasniflanadi.

1. Turlariga ko'ra quyidagi marshrutlar farqlanadi:

- tematik marshrutlar – dasturida ekskursiya xizmatlari ko'rsatish va muayyan mavzuda ma'rifiy mashg'ulotlar o'tkazish (muzeylarga kirish, xalq bayramlarida ishtirok etish, til o'rganish va h.k.) asosiy o'rinni egallagan turlar;

- kurort-sog'lomlashtirish marshrutlari – dasturida dam olish va sog'lomlashtirish tadbirlari (kurortda davolash, profilaktik davolash, dengiz bo'yida dam olish, fitoproseduralar va h.k.) asosiy o'rinni egallagan turlar;

- sport marshrutlari – dasturida sport tadbirlari yoki faol harakatlanish usullari (safarlar va sayrlar, tog' chang'isida uchish, veloturlar, rafting, sarguzashtli ekspedisiyalar va b.) asosiy o'rinni egallagan turlar;

- aralash marshrutlar – xizmat ko'rsatish dasturidan yuqorida zikr etilgan barcha marshrutlarning unsurlari o'rin olgan marshrutlar.

2. Mavsumiylik jihatidan quyidagi marshrutlar farqlanadi:

- yil bo'yi o'tkaziladigan marshrutlar – yillik ish grafigiga ega bo'lgan turistik marshrutlarning barcha turlari;

- mavsumiy marshrutlar – yilning ma'lum faslida o'tkaziladigan marshrutlar (chang'i, suv, tog' marshrutlari va h.k.). Masalan, daryo bo'ylab teploxoddagi turlar faqat navigasiya davrida o'tkazilishi mumkin.

3. Trassa tuzilishiga ko'ra chiziqli, halqali, radial va aralash marshrutlar farqlanadi. CHunonchi:

- chiziqli marshrut – boshi va oxiri turli jo'g'rofiy punktlarda joylashgan harakat yo'nalishi. Masalan: Moskva – Sankt-Peterburg.

B → OP-1 → OP-2 → O

Ko‘pincha turist belgilangan joyga etib kelgach, bir mehmonxonada yashaydi, bir hudud doirasida ekskursiyaga va boshqa safarlarga chiqadi. Bunday marshrut har kuni yukini yig‘ish va chamadonlar yoki ryukzaklarga joylashtirishni, mehmonxonama-mehmonxona ko‘chib yurishni yoqtirmaydigan turistlar uchun qulay;

- Halqali marshrut – boshi va oxiri bir jo‘g‘rofiy punktda joylashgan, marshrutda bir necha punktlarda to‘xtash mo‘ljallangan harakat yo‘nalishi. Masalan: «Rossiya oltin halqasi» (Moskva – Sergiev Posad – Rostov Yaroslavskiy – Yaroslavl – Ivanovo – Suzdal – Vladimir – Moskva).

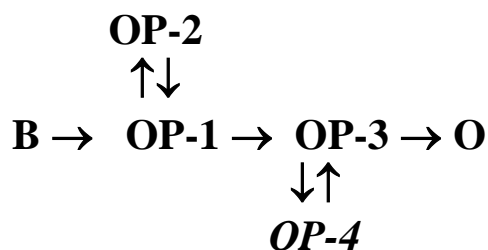
B OP-1 OP-2 OP-3 O

- Radial marshrut – boshi va oxiri bir jo‘g‘rofiy punktda joylashgan (stasionar), unda yashab turib, turist boshqa punktlarga safar qiladigan va sayohatni boshlagan joyga qaytib keladigan harakat yo‘nalishi.

OP-1 B OP-2 O OP-3

Misol uchun: Turistlar Misrdagi Xurgada kurortiga tashrif buyuradi va ikki kundan keyin Qohira va Gizaga ikki kunlik safarga yo‘l oladi. SHu ikki kunlik ekskursiya davrida turistlarning Xurgadadagi mehmonxonada egallagan o‘rni saqlanib qoladi.

- Aralash marshrut – chiziqli, halqali va radial marshrutlarni muayyan tarzda o‘zida mujassamlashtirgan harakat yo‘nalishi.



(B – marshrutning boshi, O – marshrut oxiri, OP-1 – OP-4 – marshrutda to‘xtaladigan oraliq punktlar).

Halqali marshrutda mamlakatga tashrif buyurish joyi yoki hudud:

- o‘zgarmas bo‘lishi, ya’ni mamlakat bo‘ylab sayohat bir joyda boshlanishi va ayni shu joyda yakunlanishi;

- alohida bo'lishi, ya'ni bir joyda boshlanib, boshqa joyda yakunlanishi (krossing-tur) mumkin.

4. Davomiyligiga ko'ra quyidagi marshrutlar farqlanadi:

- ko'p kunlik (14-30 kunlik) marshrutlar;
- bir necha kunlik (1-3 kunlik) marshrutlar – dam olish kunlarida tashkil etiladigan marshrutlar;
- bir necha soatlik marshrutlar (ekskursiyalar).

5. Marshrutdagi transport turiga ko'ra:

• turistik firmaning o'z transportidagi marshrutlar – turistik firma yoki kompaniyaning transport xo'jaliklari ixtiyoridagi transportda o'tkaziladigan turlar;

• boshqa tashkilotlardan ijaraga olingan (fraxt qilingan) transportdagi marshrutlar – turistik tashkilotlar (shartnomaga ko'ra) tur muddatiga yoki xizmat ko'rsatish mavsumiga ijaraga olib foydalanayotgan transportda o'tkaziladigan turlar. Ijaraga olingan maxsus transport vositalari sifatida turistik tashkilotlar dengiz va daryo teploxodlaridan, turistik-ekskursion poezdlarning maxsus tarkiblari, avtobuslardan foydalanadi;

• turistik shaxsiy transportdagi marshrutlar – avtohavaskorlar (shaxsiy avtomashina egalari) uchun maxsus ishlab chiqilgan yakka tartibdagi yoki gruppaviy turlar. Bunda turistlarga marshrut davomida barcha xizmatlar (avtokempinglarda yashash, ovqatlanish, ekskursiyalar, dam olish, avtomobilni ta'mirlash va b.) ko'rsatiladi;

• umumiy foydalaniladigan transportdagi marshrutlar – turistlarni yo'lovchi huquqida tashishga mo'ljallangan grafikli yo'lovchi transportida o'tkaziladigan turlar. Umumiy foydalaniladigan transportga grafik bo'yicha qatnaydigan poezdlar, yo'lovchi tashiydigan samolyotlar, teploxodlar, avtobuslar kiradi.

6. Harakatlanish usullariga ko'ra:

- avtobusdagi marshrutlar;
- teploxoddagi marshrutlar (dengiz, daryo marshrutlari);
- aviasiya marshrutlari;
- temir yo'l marshrutlari;
- aralash marshrutlar farqlanadi.

7. Marshrut mazmuniga ko'ra:

- tabiat qo'ynida dam olish;
- dengiz bo'yida dam olish;
- tog'da dam olish;
- dam olish va baliq ovi farqlanadi.

8.3. Ugom-Chatqol ekoturistik zonasi bo'yicha marshrut tuzish

Turistik sayohat dasturi – marshrutdagi to'xtash joylarida bo'lish, mehmonxonada yashash, turistik ahamiyatga molik joylarga ularni tomosha qilish (ekskursiya) maqsadida tashrif buyurish, ovqatlanish, shuningdek marshrut dasturida nazarda tutilgan transport vositalari yordamida marshrut bo'ylab harakatlanish sanalari va vaqtlari ko'rsatilgan tadbirlar rejasi. Sayohat dasturi (namunaviy yoki individual) sayohatchiga sotilgan va shartnomada belgilangan turistik xizmatlarni amalga oshirish rejasi hisoblanadi. Qo'shimcha xizmatlar turistlarga bevosita ular yashayotgan joyda sayohatchining javobgarligi ostida alohida haq evaziga ko'rsatilishi mumkin.

Tur – aniq belgilangan muddatda muayyan turistik marshrut bo'ylab yakka tartibla gruppaviy safar. Tur sotishga mo'ljallangan turistik mahsulotning dastlabki birligi hisoblanadi. Tur - turoperator mahsuloti. Masalan:

Toshkent – Chimyon – Toshkent marshrutini tuzish

Ekoturistik marshrut: Turist Toshkentdan mikroavtobusda jo'natiladi va qaytib keladi: Chimyonda «Chimgan» mehmonxonasiga uch kun muddatga joylashtiriladi; ekskursiyalar – tog' bo'ylab, Chatqol tog'-o'rmon biosfera qo'riqxonasiga, Ugom-Chatqol milliy parkiga va maxalliy aholining xayot tarzi bilan tanishish. Ovqatlanish – uch mahal mehmonxona kafesida va ekomارشrut bo'ylab. Ekoturistik marshrutning muddati – uch kun.

Ekotur: Toshkentdan jo'nash – 1 mayda mikroavtobusda soat 18.00 da.

Chimyonga etib kelish – 1 mayda soat 20.00 da.

1-kun – «Chimgan» mehmonxonasiga joylashish, mehmonxona restoranida tushlik, Chimyondagi sport-sog'lomlashtirish kompleklari bo'ylab sayohat va sport musobaqalarida qatnashish. Mehmonxonada kechki ovqat.

2-kun – mehmonxonada nonushta, Chatqol tog'-o'rmon biosfera qo'riqxonasi bo'ylab sayr. Butun kun davomida, tushlik – qo'riqxonada teritoriyasida, kechki ovqat – mehmonxonada.

3-kun - mehmonxonada nonushta, Ugom-Chatqol milliy parkiga ekskursiya, mehmonxonada tushlik, bo'sh vaqt (aholining xayot tarzi bilan tanishish).

Chimyondan jo‘nab ketish – mikroavtobusda soat 20.00 da.

Biroq, qabul qiluvchi turperator uchun mazkur tur ikki kunlik hisoblanadi, chunki turistlarni qabul qilish tunashlar soniga qarab hisoblanadi.

Shu yo‘sinda shakllantirilgan tur paketli tur (package tour) deb ataladi. Paketli tur – sayohatda individual yoki gruppaviy rejaga ko‘ra ko‘rsatiladigan xizmatlar kompleksi. Ushbu kompleks keng sotuvga qo‘yiladi va unga, transportdan tashqari, joylashtirish, gid xizmatlari, ovqatlanish va boshqa xizmatlar ko‘rsatish kiradi. Unga shuningdek sayohat maqsadi va turiga qarab xizmatlarning har xil to‘plami kiritilishi ham mumkin. Ushbu misol bu ekologik, ekskursion-ma‘rifiy tur ekanligini ko‘rsatadi. Unga ekskursilarning muayyan miqdori kiritiladi. Ammo kurort turi paketiga faqat joylashtirish va nonushta (minimum bo‘yicha) kiritilishi mumkin. Agar u ma‘lum to‘plamda sotilayotgan bo‘lsa, bu paketli tur hisoblanadi.

Ba‘zan turist uchun nostandart xizmatlar to‘plamini o‘z ichiga olgan maxsus ekomarshrut ishlab chiqiladi. Bu individual ekotur hisoblanadi.

Maxsus transport turlari ham mavjud. Transport vositasidan butun marshrut bo‘ylab doimiy harakatlanish vositasi sifatida, ayrim hollarda esa – joylashtirish, ovqatlanish va boshqa xizmatlardan foydalanish vositasi sifatida foydalaniladigan turlar transport turlari deb ataladi.

8.4. Jizzax ekohududi bo‘yicha marshrutlar tuzish

Yakka tartibdagi turistlar uchun ham, guruhlar uchun ham chet el turistik firmasining yoki turistlarning buyurtmasiga binoan ekoturni ishlab chiqish. Bunday hollarda turistik tashkilotlar turistik firmalardan buyurtmalarni qabul qilib olishda tanlangan marshrut bo‘ylab turistlarni transportda tashish va ularga kompleks xizmat ko‘rsatishni ta‘minlash bo‘yicha o‘z imkoniyatlarini aniqlaydi. Bunday imkoniyatlar bo‘lgan taqdirda ular zarur bronlashtirishni amalga oshiradi va buyurtma bergan firmaga tur qabul qilinganini tasdiqlaydi. Ko‘pincha firmalarning buyurtmalariga ko‘ra ayni bir turdan ketma-ket keladigan bir necha guruhlarini qabul qilish uchun foydalaniladi. Bunday hollarda turistik tashkilotlarning roli passiv bo‘lmasligi kerak. Firmalarning buyurtmalarini ko‘rib chiqishda marshrutni yaxshilash yuzasidan qarshi takliflar bilan chiqish, kompleks xizmatlar ko‘rsatish tarkibini qiziqarli ekskursiyalar va boshqa xizmatlar bilan to‘ldirish tavsiya etiladi.

2. O‘zbekiston Respublikasi va MDH mamlakatlarining turistik tashkilotlari tashabbusiga ko‘ra turlar ishlab chiqish. Bunda taklif qilinayotgan shaharlarga tashrif buyurishga chet ellik turistlar orasida talablar mavjudligi va mazkur shaharlar mehmonxona bazasining sig‘imi asosiy shartlar hisoblanadi. Bizning turistik tashkilotlarimiz tashabbusi bilan quyidagi turlar ishlab chiqilishi mumkin:

- chet ellik turistlarning yakka tartibdagi safarlari uchun mo‘ljallangan turlar. Bu odatdagi standart turlar yakka tartibdagi turistlar orasida mashhur bo‘lgan marshrutlar bo‘ylab tashkil etiladi. Yakka tartibdagi turistlarni ko‘proq jalb qilish uchun standart turlarda ularga ma‘lum imtiyozlar berilishi mumkin. Turistik firmalar tomonidan taklif qiluvchi “ctop ouver” yoki “Kart blank” turlari shular jumlasidan;

- chet ellik yakka turistlar guruhlar tarkibida (arzonroq narxlarda) safar qilishi uchun mo‘ljallangan turlar. Bunday guruhlar marshrutdagi birinchi xizmat ko‘rsatish punktida shakllantiriladi. Bu standart marshrutlarga ega bo‘lgan, boshlanish va yakunlanish sanalari qayd etilgan turlardir. Bunday turlar boshqa mamlakatlarning turistlariga va har qanday xorijiy firmalarga ochiq. Yagona cheklash – har bir guruhdagi o‘rinlar kvotasi (30 kishigacha) va ekskursiyalar o‘tkaziladigan tilni bilish. Qayd etilgan sanali turlardan chet el turistik firmalaridan belgilangan miqdor doirasida alohida guruhlarini qabul qilish uchun ham foydalanilishi mumkin;

- mehmonxona bazasidan va transport vositalaridan yanada samarali foydalanish, shuningdek chet ellik turistlar sayohatlarining geografiasini kengaytirish maqsadida O‘zbekiston Respublikasining turistik tashkilotlarida SET-turlar (tarmoq grafiklari bo‘yicha) va blok-turlar ishlab chiqishga katta e‘tibor beriladi. Bunday turlarda muayyan mintaqalarning turistik markazlari bir necha standart marshrutlari bilan bog‘lanadi, turistlarni tashish uchun transport vositalarining turlari belgilanadi va dasturlarda asosiy ekskursiya tadbirlari – “tur durdonalari” qayd etiladi. Chet el turistik firmalariga SET-turlar va blok-turlarning umumiy ro‘yxatidan istalgan ma‘qul variantni tanlab olish, marshrut bo‘ylab muayyan shaharlarda bo‘lish sanalarini kelishish va muddatlarni uzaytirish, qayd etilgan sanali qo‘shimcha turlarni kiritish imkoniyati beriladi. Turistik tashkilotlarning tashabbusiga ko‘ra SET-turlar va blok-turlar tashkil etish ularning turistik mahsulot yaratish borasidagi faoliyatining ancha yuksak shaklidir. Bu ish mukammal kasbiy bilimlarni, katta tajribani taqozo etadi va faqat turistik xizmatlarga bo‘lgan talabni va turistik xizmatlarning iste‘mol xossalarini chuqur tahlil qilish asosida qo‘llanilishi mumkin.

Shunday qilib, muayyan ekoturistik marshrutlarni ishlab chiqish quyidagilarni taqozo etadi:

- mehmonxona bazasining hamda korxonalari marshrut bo‘ylab yo‘lovchi tashish vositalari to‘g‘risida tuzilgan bitimlarga asosan taqdim etuvchi bo‘sh o‘rinlarning mavjudligi, tegishli tashkilotlar tuzilgan bitimlarga asosan taqdim etuvchi transport vositalarida bo‘sh o‘rinlarning mavjudligi haqidagi axborotga to‘liq ega bo‘lish va ulardan foydalana bilish;

-ekoturistik namoyish ob‘ektlari (tabiiy muzeylar, qo‘riqhonalar va zakazniklar) haqida, ularning ish vaqti to‘g‘risida axborotga to‘liq ega bo‘lish.

Firmadan gruppaviy turni bronlashtirishga buyurtma (masalan, 45 kishiga, Toshkent – Jizzax –Zomin- Toshkent marshruti bo‘yicha) olingan holda quyidagi holatlarga aniqlik kiritish lozim:

-har bir shaharda bo‘lish sanasi va muddatlari, misol uchun: Toshkent – 1-5 iyul, Jizzaxda – 5-8 iyul, Zominda – 8-11 iyul, Toshkent – 11-12 iyul). Mazkur sanalarga muvofiq turistik firma mehmonxonalarda zarur o‘rinlar mavjudligini aniqlashi va ularni bronlashtirishi shart;

-marshrut bo‘ylab transportda tashish turlari (misol uchun, guruh samolyotda Toshkentga uchib kelishi va so‘ngra butun marshrut bo‘ylab mikroavtobusda safar qilishi).

Turistlarning tashrif buyurish va jo‘nab ketish vaqtiga va ko‘rsatilgan reyslarga muvofiq (marshrut bo‘ylab) shaharlarda mehmonxona nomerlarini bronlashtirish sanalari va vaqti aniqlab olinadi. Bunda mehmonxonada amal qiluvchi hisoblash soati (12 soat) hisobga olinadi. Firma 5.07 ga o‘tar kechasi Toshkentdan Jizzaxga olib boradigan transportni buyurtma qilishi mumkin. Bu holda Jizzaxdagi mehmonxonani bronlashtirish sanasi 5.07 dan 6.07 ga o‘zgartiriladi. Turistlarni marshrut bo‘ylab tashishning boshqa variantlari ham bo‘lishi mumkin. Bunda har qanday marshrutni bajarishning bosh sharti uni mehmonxona o‘rinlarini va tashish vositalarini tegishli tarzda bronlashtirish bilan ta‘minlash hisoblanadi.

8.4.1-jadval

Turoperatorlar tomonidan ekoturistik marshrutni baholash hisobi
(Toshkent –Jizzax-Zomin-Toshkent ekoturistik marshruti bo‘yicha)

| № | Ekoturga kiritilgan xizmatlar | Xizmatlar qiymati | Jami |
|----|--|----------------------|--------|
| 1. | Mehmonxonada joylashtirish, vannali yoki dushli nomerlarda | 20000 so‘m x 8 sutka | 160000 |

| | | | |
|----|---|---|--------|
| 2. | 2 mahal ovqatlanish (nonushta, kechki ovqat) | 10000 so‘m x 8 sutka | 80000 |
| 3. | Transferlar (uchrashuvlar va kuzatishlar, jami 4 marta) | Avtobusni ijaraga olish 25000 so‘m / soat x 4 soat 100000 so‘m : 20 kishi = 5000 so‘m. Bagajni tashish – 1000 so‘m. Jami: (5000 so‘m + 1000 so‘m) x 4 marta = 24000 so‘m | 24000 |
| 4. | Ekskursiya xizmatlari ko‘rsatish (avtobusda gid-tarjimon bilan 4 ekskursiya) | Ekskursiya xizmatlari ko‘rsatish (avtobusda gid-tarjimon bilan 4 ekskursiya) | 8000 |
| 5. | Toshkent – Jizzax marshruti bo‘yicha temir yo‘l chiptasi bilan ta‘minlash (firma poezdi, kupe vagoni) | 25000 so‘m | |
| 6. | Guruhning rejadan tashqari kuzatuvchisini qabul qilish | Mehmonxona – 16000 Ovqatlanish – 8000 so‘m t/y chiptasi – 2000 so‘m Jami: 26000 so‘m : 20 kishi = 1300 | 1300 |
| 7. | O‘z kuzatuvchisiga xarajatlar | Jizzaxdagi mehmonxona 20000 so‘m x 4 kun = 80000 so‘m Jizzaxda ovqatlanish 5000 so‘m x 4 kun = 20000 so‘m Yo‘lkira Toshkent-Jizzax –Zomin- Toshkent 20000 so‘m x 2 dona = 40000 so‘m | |
| 8. | JAMI | | 273300 |
| 9. | Operasion xarajatlar (ijara, mehnat haqi, aloqa, reklama) va rejalashtirilgan daromad, | | 20000 |

| | | | |
|--------|--------------------|--|--------|
| | jami 20% miqdorida | | |
| 1 0 | Jami | | 293300 |

Ekskursion marshrutlarni ishlab chiqishda muqobil takliflar katta ahamiyatga ega. Masalan, turistik tashkilot marshrut bo‘ylab shaharlardan birortasida ham mehmonxona o‘rinlarini topa olmasligiga ishonch hosil qilgan bo‘lsa, u firmaga rad javobi bermasligi kerak. Nima bo‘lganda ham muqobil variantni tanlash va firmaga taklif qilish lozim.

O‘sha Toshkent –Jizzax – Zomin – Toshkent marshrutini olaylik va 5.07 dan 8.07 gacha Jizzaxda bo‘sh o‘rinlar yo‘q deb faraz qilaylik. Bu holda firmaga bir necha variantni taklif qilish mumkin:

-muddati o‘zgartirilgan marshrut. Bunda turistlar Jizzaxga u erda bo‘sh o‘rinlar bo‘lgan sanalarda tashrif buyuradi;

-Jizzax o‘rniga boshqa shaharlarga safar qilishni nazarda tutuvchi muqobil marshrut.

Bu holda bunday o‘zgartirishlar nafaqat mehmonxona o‘rinlarining mavjudligi, balki qiziqarli ekskursiya dasturi bilan ham ta’minlanishi lozim.

Zarur transport vositalarini bronlashtirishda qiyinchilik tug‘ilgan holda muqobil variantlarni qidirish, masalan, ertalabki reysni kechki reysga almashtirish yoki temir yo‘lda tashishni avtobusda tashishga almashtirish kerak.

Shaharlarni o‘zgartirish harakatlari natijasida chet el firmasi o‘zi bilan kelishilgan marshrutni tasdiqlaydi. Bunda butun ekskursion marshrut bo‘ylab safarning boshidan oxiriga qadar mehmonxona o‘rinlari va transportda tashishning bronlashtirilishi ta’minlanadi.

Toshkent – Zomin – Toshkent marshrutini tuzish

Ekoturistik marshrut: Turist Toshkentdan mikroavtobusda jo‘natiladi va qaytib keladi: Zominda «O‘rikli» dam olish zonasidagi mehmonxonalarga ikki kun muddatga joylashtiriladi; ekskursiyalar – tog‘ bo‘ylab, Zomin tog‘-archa qo‘riqxonasiga, Zomin milliy parkiga va maxalliy aholining xayot tarzi bilan tanishish. Ovqatlanish – uch mahal mehmonxona kafesida va ekommarshrut bo‘ylab. Ekoturistik marshrutning muddati – ikki kun.

Ekotur: Toshkentdan jo‘nash – 1-iyulda mikroavtobusda soat 18.00 da.

Chimyonga etib kelish – 1 iyulda soat 22.00 da.

1-kun – Ertalab «O‘rikli» mehmonxonasida nonushta, Zomin tog‘-archa qo‘riqxonasiga sayr. Butun kun davomida, tushlik – qo‘riqxona teritoriyasida, kechki ovqat – mehmonxonada.

2-kun - mehmonxonada nonushta, Zomin milliy parkiga ekskursiya, mehmonxonada tushlik, bo‘sh vaqt (aholining xayot tarzi bilan tanishish).

Zomindan jo‘nab ketish – mikroavtobusda soat 20.00 da.

Nazorat va mulohaza savollari

1. Turistik marshrut nima.
2. Turistik marshrutlar haqida tushuncha bering.
3. Marshrutlar asosan kimlar tomonidan tuziladi.
4. Turistik marshrutlarning turlarini sanab bering.
5. Tematik marshrutlar qanday tuziladi.
6. Ugom-Chotqol ekoturistik zonasi bo‘yicha yangi marshrut tuzing.
7. Chiziqli marshrut tuzishda nimalarga e‘tibor qaratiladi.
8. Jizzax ekohududi bo‘yicha yangi marshrutlar tuzing.
9. Muayyan ekoturistik marshrutlarni ishlab chiqish nimalarni taqozo etadi.
10. Ekskursion marshrutlarni ishlab chiqishda nimalar asosiy vazifani bajaradi.

Adabiyotlar ro‘yhati

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг “Мамлакатимизни модернизация қилиш ва кучли фуқаролик жамияти барпо этиш – устувор мақсадимиздир” ҳамда “Асосий вазифамиз – Ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир” номли маърузаларини ўрганиш бўйича ўқув-услубий мажмуа. – Тошкент: Иқтисодиёт. - 2010. -281 б.

2. Бу муқаддас Ватанда азиздир инсон. Ўзбекистоннинг 19 йил мустақил тараққиёт йўлида жамиятни модернизациялаш ва иқтисодиётни инновацион ривожлантиришнинг дадил одимлари ва муваффақиятлари: талаба ёшлар ва кенг жамоатчилик билан учрашувларда фойдаланиш учун ижтимоий-иқтисодий ва маънавий-маърифий мавзуда илмий-оммабоп рисола. – Т.: “Иқтисодиёт”, 2010. - 148 бет.

3. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислам Каримовнинг БМТ саммитининг Мингйиллик ривожланиш мақсадларига бағишланган

- ялпи мажлисидаги нутқини ўрганиш бўйича ўқув-услубий мажмуа. Тошкент: “Иқтисодиёт” нашриёти, 2010. – 146 бет.
4. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития. –Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – 415 стр.
 5. Бердиёров Б. Экотуризм ва унинг Ўзбекистон туризм хизмати бозоридаги ўрни. Номзодлик диссертацияси. –С.: СамИСИ. 2010 й. 76-89 б.
 6. Wright, L.T. and Crimp, M. The Marketing Research Process. 5th ed., Financial Times/Prentice-Hall, 2002. – p.123-129.
 7. Норчаев А.Н. Экотуризм. //Ж: Ўзбекистон қишлоқ хўжалиги. №2. 2004.- 45-46 б.
 8. www.bashexpo.ru – выставки, конференции
 9. www.interunion.ru – туристские ассоциации
 10. www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация
 11. www.wttc.org – Всемирный Совет по путешествиям и туризму
 12. www.e-tours.ru – деловые туры, выставки, конференции
 13. www.travel-library.com – Электронная библиотека путешествий

IX-BOB. EKOLOGIK TURIZM YO‘NALISHDA TASHRIF BUYURGAN TURISTLARGA XIZMAT KO‘RSATISH HAJMINI ANIQLASH

- 9.1. Turistlarning ekologik turizmga bo‘lgan talab va taklifini aniqlash.
- 9.2. Qo‘riqxonalarining turistlarni qabul qilish sig‘imini aniqlash.
- 9.3. Ekologik resurslarni reklama qilish samaradorligini aniqlash
- 9.4. Ko‘rsatilgan xizmatlarning samaradorligini aniqlash

9.1. Turistlarning ekologik turizmga bo‘lgan talab va taklifini aniqlash

Hozirgi vaqtda birgalikda harakat qilishni yo‘lga qo‘yadigan nodavlat tashkilotlari yoki tuzilmalari mavjud emas. Bundan shunday xulosa kelib chiqadiki, biznes-sektor yoki nodavlat tashkilotlari davlat bilan hamkorlikda Ugam-Chotqol tabiiy bog‘i bo‘yicha turizm reklamasi va marketingni tashkil qilishlari lozim.

Shuni aytish kerakki, hozircha marketing tadqiqotlari turistik firmalar darajasida olib borilmoqda. Ular turistlarni Ugam-Chotqol tabiiy milliy tabiiy bog‘ maydonida joylashgan dam olish uylari va pansionatlarda uyushgan holda dam olishga davat qilishmoqda. O‘z balanslarida bolalarni sog‘lomlashtirish lagerlari, pansionatlar, dam olish uylari mavjud bo‘lgan kasaba tashkilotlari va idoralarning reja bo‘limlari ham tadqiqotlar o‘tkazmoqda. “Chimyon-Beldorsoy”, “Chorvoq Oromgohi” mehmonxonalarining marketing bo‘limlari ham o‘z mehmonxonalari va turistik xizmatlarga bo‘lgan talabni o‘rganishlari lozim.

Samarali turistik mahsulotni va marketing strategiyasini rivojlantirish uchun to‘liq va ishonchli axborotlar mavjud bo‘lishi juda muhim. Shuning uchun turistik bozordagi haqiqiy ahvolni va salohiyatni bilish juda zarur.

Shu munosabat bilan qo‘yidagi vazifalar amalga oshirilsa maqsadga muvofiq bo‘ladi:

Birinchi, tashrif buyuruvchilarni ro‘yxatga olish. Mahalliy uyushmaning barcha provayderlari mehmonlarni (statik va yuridik maqsadlarda) ro‘yxatga olishlari va ularga baholash varag‘ini to‘ldirishni taklif qilishlari lozim. Qo‘riqxonalar va muzeyga tashrif buyurgan turistlar ro‘yxatdan o‘tishlari va baza axborotnomasini to‘ldirishlari (ismi-sharifi, yoshi, millati, bu erda bo‘lish muddati va h.k.) zarur.

Ikkinchidan tashrif buyuruvchilar bilan so‘rovnoma o‘tkazish. Tashrif buyuruvchilarni ro‘yxatga olishdan tashqari ularning tajribalarini chuqurroq baholash uchun ular bilan jiddiyroq so‘rovnomalar o‘tkazish va bu ishni muntazam bajarish lozim. Bunday so‘rovnomalarni tashkiliy ravishda mahalliy uyushma provayderlari tomonidan hamda qo‘riqxonaga kirish oldidan shu hududga kelgan turoperatorlar orqali o‘tkazish tavsiya qilinadi. ZTSHSB loyihasini amalga oshirish paytida turistlarga so‘rovnomalar tarqatiladi va ular to‘ldirib berganlaridan keyin o‘rganib chiqiladi. Broshyura va xaritalar tarzidagi mukammal va aniq reklama va axborot materiallari bosib chiqarish juda muhim hisoblanadi. Har bir tashrif buyuruvchiga qo‘riqxonada bo‘lish qoidalari, normalari va h.k. to‘g‘risida ma’lumot berish ularning shu hududning barcha afzalliklaridan unumli foydalanishlariga, ularning tashrifini boyitishga va tabiatga salbiy ta’sirni kamaytirishga yordam beradi.

Bizga ma’lumki har qanday turistik sayohatlar oldindan tuzilgan turpaket yoki reja asosida amalga oshiriladi. Shuning uchun statistikada ularni sigmentlar bo‘yicha hisoblash imkoniyatini yaratadi. Zomin milliy qo‘riqxonasida turistlarga xizmat ko‘rsatish sig‘imini aniqlash va uning kelajakdagi imkoniyatlarini prognozlashda bir qator faktorlardan foydalanishimiz maqsadga muvofiq bo‘ladi. Unda birinchi bo‘lib quyidagi ko‘rsatkichni olamiz – tashkillashtirilgan turizm koeffisienti, u hududga turistik markazga umumiy tashrif buyurgan sayyohlar ichida turoperatorlar bilan, kasaba uyushmalari yo‘llanmasi orqali, ya’ni rejalashtirilgan tashrif bo‘yicha keluvchilar sonini ifodalaydi. U quyidagicha aniqlanadi:

$$Korgtour = \frac{Norgtour}{Nalltour} \times 100\% ,$$

bu erda:

Korgtour – tashkillashtirilgan turizm koeffisienti;

Norgtour – vaucher yoki yo‘llanma bilan kelgan turistlar soni;

Nolltour – mazkur hududga kelgan jami turistlar soni.

Aytaylik, Zomin tumaniga 2008 yil yozida 438 ming kishi tashrif buyurishdi, ulardan 120 ming kishi korxonalarining, turfirmalar va kasaba uyushmalarining yo‘llanmalari orqali bolalar sog‘lomlashtirish oromgohlarida, pansionatlarida, turbaza va mehmonxonalarda dam olishdi. Bu holda: $120/438 \times 100\% = 27,3\%$, ya’ni jami tashriflarning 27% dan ko‘prog‘i tashkillashtirilgan edi.

Navbatdagi ko‘rsatkich – tashriflar intensivligi indikatorini, u ekologik nozik hududlarda turistlarning tashrif buyurishi mumkin bo‘lgan qiymati sonini ifodalaydi:

$$I_{\text{int viz}} = \frac{N_{\text{toyr}}}{T_{\text{viz}}},$$

bu erda:

$I_{\text{int viz}}$ - tashriflar intensivligi indikatorini;

N_{toyr} - qo‘riqxonaga tashrif buyurgani turistlar soni;

T_{viz} – ushbu hududda tashrif buyurgani uchun mumkin bo‘lgan vaqt.

Misol keltiramiz, Zomin qo‘riqxonasiga bir kunda 110 kishi tashrif buyuradi. Tashrif buyurish uchun mumkin bo‘lgan vaqt esa kunduzi, ya’ni 16 soat. SHunday qilib, $110/16=6,8$ ega bo‘lamiz. Bu degani, qo‘riqxonada 1 soatda 7 kishi mavjud bo‘ladi. (maksimal ko‘rsatkich quriqxonada ma’muriyati tomonidan belgilanadi).

9.2. Qo‘riqxonalarining turistlarni qabul qilish sig‘imini aniqlash

O‘rta kunlik xarajatlar indikatorini bizga ma’lum 1 mamlakatlar hududga tashrif buyurgan sayyohning turmahsulot iste’moli uchun valyutadagi (milliy yoki mahalliy) sarf xarajatini ko‘rsatadi:

$$I^s_{rt} = \frac{O_r \times N_{\text{tour}}}{T^s},$$

bu erda:

I^s_{rt} - O‘rta kunlik xarajatlar indikatorini;

O_r - turistning safar bilan bog‘liq (yo‘lkira, yashash, ekskursiya, ovqatlanish) sarfxarajatlari hajmi;

N_{tour} – mahsulot iste’mol qilgan turistlar soni;

T^s – sayohat kunlari.

Faraz qilaylik, Zomin tumaniga ekoturizm maqsadida Rossiyadan 2000 ta sayyoh keldi va ularning har biri mamlakatda etti kun bo‘lganida, 1250

AQSh dollardan xarajat qilishdi. U holda kuniga: $2000 \times 1250/7 = \$257142$ ga to'g'ri keladi. Ya'ni xorijiy sayyohlarga xizmat qilishdan Zomin qo'riqxonasi hududi bir kunda \$250 ming dollardan ortiq daromadga ega bo'ldi.

Lekin, bunday katta miqdordagi sayyohlar birdaniga kelmasligini ham hisobga olish kerak, odatda ushbu jarayon butun turistik mavsumga cho'zilib ketadi, ekoturizmda u 120 kunga teng. U holda bu ko'rsatkich $2000 \times 1250/120 = \$20833$ teng bo'ladi. Bundan kelib chiqib, bir kunda turistlarga xizmat ko'rsatish hajmi indikatorini hisoblasa bo'ladi:

$$I^s \text{ oviz} = \frac{N_{\text{tour}} \times T^s}{T_{\text{seas}}}$$

bu erda:

I^s ovez – hududga bir kunda turistlarga xizmat ko'rsatish hajmi indikatorini;

N_{tour} – mazkur hududga tashrif buyurgan turistlar soni;

T^s - o'rtacha sayohat kunlari;

T_{seas} – turistik mavsum kunlari.

U holda: $2000 \times 7/120 = 116,6$ ya'ni bir kunda 117 kishiga xizmat ko'rsatilgan.

Shuning uchun sayyohatni tashkil etuvchi menedjerlar oldida turistlarga xizmat ko'rsatishga qaratilgan quvvatlarni aniqlash vazifasi quyilgan. Bunday ko'rsatkichlardan biri joylashtirish quvvati koeffisienti hisoblanadi:

$$K^m \text{ acc} = N_{\text{acc}}^y \times 365 + N_{\text{acc}}^s \times 120,$$

bu erda,

$K^m \text{ acc}$ - joylashtirish quvvati koeffisienti,

N_{acc}^y – yil davomida mavjud bo'lgan joylar soni,

365 – yildagi kunlar soni,

N_{acc}^s – mavsum payti tashkil etgan joylar soni, (palatkalar, taxtalar, supalar, yurtalar va h. k.), 120 – mavsumdagi kunlar soni.

Masalan: Zomin tumanidagi mehmonxona va turbazalardagi joylar soni 2500 ga teng, mavsum paytida esa (bahorda va yozda), ya'ni 1200 ta joy tashkil etiladi. Bu holda $2500 \times 365 + 1200 \times 120 = 2352500$ ta joy.

Turizm statistikasida, shuningdek, tashriflar nomutanosibliki ko'rsatkichidan ham foydalaniladi. U orqali qo'riqxonani ma'lum bir davr

davomida (hafta, oy, chorak, yil) ziyorat etgan maksimal va minimal turistlar soni o'rtasidagi farq aniqlanadi:

$$K_{nviz} = \frac{N_{tour_{max}}}{N_{tour_{min}}},$$

bu erda,

K_{nviz} - tashriflar nomutanosibligi ko'rsatkichi,

$N_{tour_{max}}$ - turistlarning maksimal soni,

$N_{tour_{min}}$ - turistlarning minimal soni.

Shunday qilib, iyul oyida Zomin qo'riqxonasiga eng ko'p - 24200ta va eng kam -46 ta kirish chiptasi (bilet) sotildi.

Bu holda $24200/46=526$, ya'ni tashriflar nomutanosibligi ko'rsatkichi 526ga teng. Indikatorlarning 2-guruhi – bu dinamik qatorlar, ular ma'lum bir vaqt davomida turizm tarmog'ining rivojlanishini ko'rsatadi.

9.3. Ekologik resurslarni reklama qilish samaradorligini aniqlash

Ekologik resurslarni reklama qilishda va uning samaradorligini aniqlashda respublikamiz markazi Toshkentga yaqin bo'lgan hudud ustida tadqiqot olib borish maqsadga muvofiq bo'ladi. Bunda Ugam-Chotqol tabiiy bog'i va Chotqol vodiysi bo'yicha umumiy broshyura (buklet) rang-barang tabiat manzarasini chiqarish lozim. Unda mahalliy uyushma xizmatlari, har xil marshrutlar va mahalliy qiziqarli joylar to'g'risida ham ma'lumotlar bo'ladi. Mablag' (byudjet)ning "cho'g'i"ga qarab, broshyura oddiy, arzon, bosma va kserokopiya usulda bosilgan bo'lishi mumkin. Uni o'zbek, qozoq, tojik, qirg'iz, rus, nemis, fransuz va ingliz tillarida chiqarish va tarqatish zarur. Broshyura mahalliy uyushma, mahalliy hokimiyat va bog' ma'muriyati kanallari orqali tarqatilsa yaxshi bo'ladi.

MDH ning boshqa respublikalari mahalliy turistik bozorlaridagi marketingni o'rganishga ham katta e'tibor qaratilish lozim. Mahalliy uyushma turistik mahsulotlari bo'yicha dastlabki xulosalarga asoslanib shu narsa ta'kidlanadiki, O'zbekiston, Qozog'iston va Qirg'izistonning G'arbiy Tyan-Shan hududida marketing uchun muayyan salohiyat va imkoniyat mavjud.

Madaniy-ma'naviy turizmni tiklash g'oyasini qo'llab-quvvatlash uchun rangli xarita tayyorlash lozim. Unda muqaddas va tarixiy joylar to'g'risidagi ma'lumotlar, turli hududlarni birlashtiruvchi marshrutlar

hamda tashrif buyuruvchilarni qabul qilish imkoniyati bo'lgan xizmatlar provayderlari ro'yxati beriladi.

Internetda uchta hudud bo'yicha ekoturizmga bag'ishlangan sahifalar, yaratish muhim ahamiyatga ega. Internet ekoturizm bo'yicha zarur ma'lumotlar to'plangan eng muhim axborotlar manbai bo'lib bormoqda. Shuning uchun uchta turistik hududni Internet orqali reklama qilinadigan bo'lsa uning sahifalarida qo'yidagi ma'lumotlar bo'lishi lozim:

- Qo'riqlanadigan tabiiy hududlar to'g'risida;
- Hududning madaniyati va tarixi to'g'risida;
- Ayni hudud doirasida transport (tashish) variantlar to'g'risidagi;
- Uyushma mahalliy guruhlari va turoperatorlar taklif qilayotgan turlar va paketlar to'g'risida;
- Joyning xaritasi;
- Mumkin bo'lgan marshrutlar;
- Mahalliy xizmatlar provayderlari to'g'risidagi ma'lumotlar;

Bu masala "Rabat Malik" sayohatchilar Assosiasiyasi tomonidan qisman bajarilgan. Ushbu vebportallar:

<http://humsan.freenet.uz>,

<http://chimgan.freenet.uz>,

<http://brichmulla.freenet.uz> vebportallarda uchta hudud; Xumson, Chimyon va Burchmulla hududlari to'g'risidagi qisqacha axborotlar qo'yilgan.

Marketing mahalliy uyushmani rivojlantirishda asosiy tutib turuvchi omil hisoblanadi. Alohida xizmatlar provayderining marketing salohiyatini yaxshilash uchun turistik firmalar bilan uzviy hamkorlik qilish lozim. Marketingga doir navbatdagi tadbirlar Assosiasiya kanali orqali amalga oshiriladi:

Chimyon-Beldorsoy hududisining xizmatlar provayderini xususiy sayyohlik uyushmasi milliy yo'l ko'rsatkichiga kiritish:

- Xususiy sayyoxlik uyushmasi milliy va hududiy axborot markazlari orqali reklama qilish;
- turistik mahsulotlarni mahalliy uyushma milliy kitobiga kiritish;
- Chotqol xizmatlar provayderlarini milliy yo'l ko'rsatkichiga kiritish;
- Chotqol xizmatlar provayderlarini internet sahifasiga kiritish;
- Sayohatchilar uchun xalqaro yo'l ko'rsatkichlar (trevel servayvl kit, Odissey yo'l ko'rsatkichi Kadogunbuk va h.k);
- Xalqaro xizmat provayderlarining bronlash tizimida ishtirok etishi (O'zbekiston turoperatorlari bilan hamkorlikda).

Turlar va ekskursiyalarning mavjudligi mahalliy turistik mahsulotlarni turistlar uchun osonroq va jozibaliroq qiladi, yangi-yangi maqsadli guruhlarni jalb qilishi mumkin bo'ladi. Mahalliy xizmatlar provayderlari profesional turoperatorlar jumlasiga (paketiga) kiritilgan bo'lsa, ular ham turlarda qatnashishi mumkin. Turistik bozordan tushayotgan foydaning ko'p qismi shu hududda qolishi uchun turni tashkil qilish va muvofiqlashtirish iloji boricha mahalliy darajada amalga oshirilishi lozim.

Hozirgi vaqtda Toshkentda joylashgan 20 dan ortiq turistik firma Xumson, Chimyon va Burchmulla mahalliy uyushmasiga qiziqish bildirgan. Biroq, bu tashkilotlar bilan cheklanib qolish kerak emas, balki aralash turlar doirasida Ugam-Chotqol tabiiy bog'i bo'yicha marshrutlarni taklif qila oladigan boshqa tashkilotlar va ayniqsa, O'zbekistonning boshqa viloyatlarida joylashgan firmalar bilan aloqalarni kengaytirish lozim.

Ekoturlar paketini rivojlantirishdagi asosiy qiyinchilik mahalliy shart-sharoitlarning standartlari pastligi, xizmatlarni tashkil qilish va ta'minlashda ishonchli mahalliy salohiyatining yo'qligi hamda ruxsat berish sistemasining nomukammaligidir. Bular esa turistlar uchun uncha xush kelmaydi. Biroq, shunga qaramay, Toshkentda joylashgan turoperatorlar orasida turistik bozorni tadqiq qilish borasida o'tkazilgan ishlar shuni ko'rsatdiki, agar yuqorida aytilgan kamchiliklar to'zatsilsa, sharoitlar yaxshilansa, Ugam-Chotqol tabiiy bog'i turistlarni jalb qilishi mumkin. Bundan tashqari, bu huduning Toshkentda joylashgan turoperatorlar paketiga borar joy sifatida kiritilsa, bu hol g'arb turistlari uchun ishonchli kafolat bo'ladi.

Ugam-Chotqol tabiiy bog'ini rivojlantirish bo'yicha turlar modullarini ishlab chiqish kerak. Turistik xizmatlar va taklif qilinadigan marshrutlarning modullari mavjud qiziqarli joylarga moslab ishlab chiqilishi va taklif qilinishi lozim. Ularni alohida turistlar mustaqil ravishda bevosita band (bron) qilinishi yoki mahalliy va halqaro turoperatorlar paketiga kiritilishi mumkin.

Turoperatorlar uchun axborot tizimini yaratish o'ta muhim vazifa. Hozirgi vaqtda ko'pchilik O'zbekistonlik turoperatorlar Ugam-Chotqol tabiiy bog'ining (Chimyon-Beldorsoy va Burchmulla-Nanay hududlarining o'ziga xos xususiyatlari to'g'risidagi ma'lumotlardan xabardorliklarini hisobga olmaganda), Qirg'izistonlik turoperatorlar esa Besh-Orol qo'riqxonasining turistik imkoniyatlarini bilmaydilar. Shuning uchun har bir turoperatorlarni tegishli ma'lumatlardan xabardor qilish juda

muhim. Ayni hududlar va ularning turistik mahsulotlari to'g'risida aniq va mukammal axborot berish uchun oddiy ma'lumotnoma tuzish lozim. Unda boshqa umumiy ma'lumotlardan tashqari ushbu ma'lumotlar ham bo'lishi shart: hudud va undagi qiziqarli joylarning tavsifi, xizmatlar turi, narx-navo, iqlim, sayohat sharoitlari, sheriklik qilishi mumkin bo'lgan tashkilotlar va aniq modullarga misollar to'g'risidagi ma'lumotlar shular jumlasidandir. Ugam-Chotqol tabiiy bog'i va Chotqol vodiysidagi ekoturizm mahsulotlarini (joylashtirish sharoitlari, qiziqarli joylar, marshrutlarni) amalda ko'rsatish maqsadida turoperatorlar uchun tanishtiruv safarini uyushtirish imkoniyatini hisobga olish lozim. Shunday safardan so'ng turoperatorlar uchun kichik seminar tashkil qilish mumkin. Unda shu bog' va hududlarda ekoturizm mahsulotlarini yanada rivojlantirish imkoniyati muhokama qilinadi. Seminarining asosiy maqsadlaridan biri o'zaro ish munosabatlarini o'rnatishdan iborat bo'ladi. Ana shu tanishtiruv safari turoperatorlarning mavjud va bo'lajak turistik mahsulotlar borasidagi qimmatli fikrlarini olishga imkon beradi.

Turoperatorlarning xalqaro bozorlari to'g'risida axborot berib borish kerak. O'zbekiston va Qirg'iziston ekoturizm mahsulotlari xalqaro bozorida raqobatbardosh bo'lgan ekoturistik mahsulotlarni rivojlantirish uchun katta imkoniyatlarga ega. Biroq, chet el turoperatorlari turistik manzillar, xususan, aniq xizmatlar to'g'risida juda kam xabardor qilingan, mahalliy turoperatorlar chet el mamlakatlarida xususiy marketingni yo'lga qo'yish uchun resurslar kamligiga duch keladilar. Respublikalarda hozircha markazlashtirilgan marketing tashkiloti yo'q. Tajriba shuni ko'rsatadiki, agar ishonchli sheriklar professional mahsulotlar bilan murojaat qilishsa, Evropada turoperatorlar yangi turistik manzil marketing to'g'risidagi masalani ko'rib chiqishga tayyorlar. SHuning uchun mahalliy uyushma guruhlari, mahalliy turoperatorlar va xalqaro turistik bozor orasida muvofiqlashtirilgan dasturni tuzish lozim. Xalqaro turoperatorlar bozorlari bilan aloqani Toshkent va Bishkekdagi mahalliy turoperatorlarga murojaat qilib ham, mahalliy turistik mahsulotlar uchun xalqaro reklama servisi orqali ham o'rnatish mumkin.

9.4. Ko'rsatilgan xizmatlarning samaradorligini aniqlash

Xizmatlar samaradorligini aniqlash bo'yicha mintaqada ekoturistlarga xizmat ko'rsatishi mumkin bo'lgan gid-ekskursovodlar bo'yicha ma'lumotlarni tahlil qiladigan bo'lsak, sifatli xizmat ko'rsatgan aniqlangan

guruhlar soni $622(a+s)$ ta bo'lib, ulardan xizmat ko'rsatish jarayonida $471(a)$ tasi mahsus tayyorgarlikdan o'tgani, $151(s)$ tasi mahsus tayyorgarliksiz faoliyat olib borganligi ma'lum bo'ldi. Guruhlardagi gid-ekskursovodlar tomonidan $378(b+d)$ ta xolatdagi xizmatlardan ekoturistlar qoniqish xosil qilmagan. Shundan maxsus tayyorgarlik ko'rgan $148(b)$ ta va mahsus tayyorgarliksiz xizmat ko'rsatgan $230(d)$ ta guruh aniqlangan. Jami bo'lib, xizmat ko'rsatishda mahsus tayyorgarlikdan o'tganlar $619(a+b)$ ta, mahsus tayyorgarliksiz $381(c+d)$ ta bo'lgan. Bu ko'rsatkichlarning assosiasiya koeffisientini hisoblaymiz:

$$Ka = \frac{471 \times 230 - 148 \times 151}{\sqrt{619 \times 381 \times 622 \times 378}} = 0,365$$

demak, turistlarga xizmat ko'rsatish sifati va gid ekskursovodlar tayyorgarligi o'rtasida korrelyasion bog'liqlik mavjud.

2-ko'rsatkich – ranglar korrelyasiyasi koeffisienti, u orqali korrelyasion bog'liqlik darajasi aniqlanadi. Ekoturizm uchun K spirmen koeffisienti qo'llash mumkin:

$$H = 1 - \frac{6 \sum d^2}{hx(n^2 - 1)}$$

Bu erda:

I – r.k.k,

d - o'rganilayotgan qatorlardagi ranglar ayirmasi;

h – o'rganilayotgan qatordagi ranglar miqdori;

Bunda koeffisient +1 dan – 1gacha o'zgaradi.

Bu ko'rsatkichni ko'rib chiqamiz, ekoturlar taklif etuvchi 10ta turistik firmaning daromadlari va ekoturlarni reklama qilishga harajatlar to'g'risida quyidagi 10ta turfirma ma'lumotlarini tahlil qilamiz. Birinchi turfirma olgan daromadlar 4,3 mln. so'm, reklamaga xarajatlari 22,4 ming so'm, daromad rangi(R_1) 4, reklamaga xarajat rangi (R_2) 8, $d=R_1-R_2$ (4), d_2 (16). Ikkinchi turfirma olgan daromadlari 5,4 mln. so'm, reklamaga xarajatlari 18,6 ming so'm, daromad rangi(R_1) 6, reklamaga xarajat rangi (R_2) 5, $d=R_1-R_2$ (-1), d_2 (1). Uchinchi turfirma olgan daromadlari ,6 mln. so'm, reklamaga xarajatlari 3,1 ming so'm, daromad rangi(R_1) 1, reklamaga xarajat rangi (R_2) 2, $d=R_1-R_2$ (1), d_2 (1). To'rtinchi turfirma

olingan daromadlari 6,9 mln. so‘m, reklamaga xarajatlari 25,1 ming so‘m, daromad rangi (R_1) 10, reklamaga xarajat rangi (R_2) 10, $d=R_1-R_2$ (0), d_2 (0). Beshinchi turfirma olgan daromadlari 3,9 mln. so‘m, reklamaga xarajatlari 10,2 ming so‘m, daromad rangi (R_1) 2, reklamaga xarajat rangi (R_2) 1, $d=R_1-R_2$ (-1), d_2 (1). Oltinchi turfirma olingan daromadlari 4,7 mln. so‘m, reklamaga xarajatlari 19,2 ming so‘m, daromad rangi (R_1) 5, reklamaga xarajat rangi (R_2) 6, $d=R_1-R_2$ (1), d_2 (1). Ettinchi turfirma olingan daromadlari 4,0 mln. so‘m, reklamaga xarajatlari 115,7 ming so‘m, daromad rangi (R_1) 3, reklamaga xarajat rangi (R_2) 3, $d=R_1-R_2$ (0), d_2 (0). Sakkizinchi turfirma olingan daromadlari 6,4 mln. so‘m, reklamaga xarajatlari 23,4 ming so‘m, daromad rangi (R_1) 8, reklamaga xarajat rangi (R_2) 9, $d=R_1-R_2$ (1), d_2 (1). To‘qqizinchi turfirma olingan daromadlari 5,5 mln. so‘m, reklamaga xarajatlari 16,0 ming so‘m, daromad rangi (R_1) 7, reklamaga xarajat rangi (R_2) 4, $d=R_1-R_2$ (-3), d_2 (9). O‘ninchi turfirma olingan daromadlari 6,8 mln. so‘m, reklamaga xarajatlari 21,5 ming so‘m, daromad rangi (R_1) 9, reklamaga xarajat rangi (R_2) 7, $d=R_1-R_2$ (-2), d_2 (4). Jamini hisoblaganimizda $d=R_1-R_2$ (+7 va -7), d_2 (34)larga ega bo‘lamiz. Bularni quyidagicha ifodalaymiz:

Shunday qilib;

$$U = 1 - \frac{6x34}{10x(100 - 1)} = 0,79$$

Ushbu koeffisient daromad hajmi bilan reklama xarajatlari o‘rtasida to‘g‘ri bog‘liqlik mavjudligini ko‘rsatmoqda.

3-ko‘rsatkich – induvudual ma’lumotlar orqali to‘g‘ri chiziqli tenglamaning parametrlari hisobi. Agar natija omil belgisining o‘zgarishiga mos ravishda ortib borsa yoki kamaysa, u holda ushbu bog‘liqlik chiziqli bo‘ladi va quyidagi formula bilan ifodalanadi:

$$y = a_0 + a_1x$$

Bu erda:

U- natijaning induvidual qiymati;

X – omil belgisining induvidual qiymati;

a_0 va a_1 – chiziqli tenglamaning parametrlari (regressiya tenglamasi)

Bunda tenglamalar parametrlari to'g'ridan-to'g'ri eng kichik kvadratlar usuli bilan olingan me'yoriy tenglamalar tizimini hal qilish yo'li bilan aniqlanadi:

$$na_0 + a_1 \sum x = \sum y ;$$

$$a_0 Yx + a_1 \sum x^2 = \sum yx .$$

Formulani quyidagicha ko'rib chiqamiz. Bir xizmatchiga kVt/ch elektr uskunalarning sarflanishi va turistlarga xizmat ko'rsatishdan tushadigan daromadning bir ishchiga mln. so'm hisobida olinadigan xususiy xonadon mehmonxonalarida quyidagi ma'lumotlar aniqlangan. Birinchi xonadon mehmonxonasida bir xizmatchiga mehnatning elektr bilan ta'minlanganligi 2 kVt/ch (x), xizmat ko'rsatishdan daromad 3 mln. so'm (u), 6(xu), 4(x²), 3,61(u_x) bo'lgan. Ikkinchi xonadon mehmonxonasida bir xizmatchiga mehnatning elektr bilan ta'minlanganligi 5 kVt/ch (x), xizmat ko'rsatishdan daromad 6 mln. so'm (u), 30(xu), 25(x²), 6,0(u_x) bo'lgan. Uchinchi xonadon mehmonxonasida bir xizmatchiga mehnatning elektr bilan ta'minlanganligi 3 kVt/ch (x), xizmat ko'rsatishdan daromad 4 mln. so'm (u), 12(xu), 9(x²), 4,41(u_x) bo'lgan. To'rtinchi xonadon mehmonxonasida bir xizmatchiga mehnatning elektr bilan ta'minlanganligi 7 kVt/ch (x), xizmat ko'rsatishdan daromad 6 mln. so'm (u), 42(xu), 49(x²), 7,59(u_x) bo'lgan. Beshinchi xonadon mehmonxonasida bir xizmatchiga mehnatning elektr bilan ta'minlanganligi 2 kVt/ch (x), xizmat ko'rsatishdan daromad 4 mln. so'm (u), 8(xu), 4(x²), 3,61(u_x) bo'lgan. Oltinchi xonadon mehmonxonasida bir xizmatchiga mehnatning elektr bilan ta'minlanganligi 6 kVt/ch (x), xizmat ko'rsatishdan daromad 8 mln. so'm (u), 48(xu), 36(x²), 6,80(u_x) bo'lgan. Ettinchi xonadon mehmonxonasida bir xizmatchiga mehnatning elektr bilan ta'minlanganligi 4 kVt/ch (x), xizmat ko'rsatishdan daromad 6 mln. so'm (u), 24(xu), 16(x²), 5,20(u_x) bo'lgan. Sakkizinchi xonadon mehmonxonasida bir xizmatchiga mehnatning elektr bilan ta'minlanganligi 9 kVt/ch (x), xizmat ko'rsatishdan daromad 9 mln. so'm (u), 81(xu), 81(x²), 9,19(u_x) bo'lgan. To'qqizinchi xonadon mehmonxonasida bir xizmatchiga mehnatning elektr bilan ta'minlanganligi 8 kVt/ch (x), xizmat ko'rsatishdan daromad 9 mln. so'm (u), 72(xu), 64(x²), 8,38(u_x) bo'lgan. O'ninchi xonadon mehmonxonasida bir xizmatchiga mehnatning elektr bilan ta'minlanganligi 4 kVt/ch (x),

xizmat ko'rsatishdan daromad 5 mln. so'm (u), $20(xu)$, $16(x^2)$, $5,20(u_x)$ bo'lgan. Jami o'rtacha o'nta xonadon mehmonxonasida mehnatning elektr bilan ta'minlanganligi 50 kVt/ch (x), xizmat ko'rsatishdan daromad 60 mln. so'm (u), $343(xu)$, $304(x^2)$, $60(u_x)$ bo'lgan holda quyidagiga ega bo'lamiz:

$$10a_0+50a_1=60; \quad 50a_0+304a_1=343; \quad 50a_0 +250a_1=300; \quad 50a_0+304a_1=343; \\ 50a_0+250$$

$$a_1=300; \quad 50a_0+304a_1=343. \quad 43=54a_1, \text{ bu erda } a_1=43/54=0,7963, \quad a=2,02.$$

Korrelyasion aloqa tenglamasi quyidagi ko'rinishga ega bo'ladi:

$$y_x = 2,02 + 0,796x$$

Shunday qilib, xususiy mehmonxona uyi mehnatining elektr ta'minlanganligini 1 kVt/chga oshirishda turistga xizmat ko'rsatishdan tushgan daromad 0,79 mln. so'mga ortadi.

Nazorat va mulohaza savollari

1. Turistlarning ekologik turizmga bo'lgan talab va taklifini aniqlash qanday amalga oshiriladi.
2. Tashrif buyuruvchilar bilan so'rovnomma o'tkazish tartibi qanday amalga oshiriladi.
3. Tashkillashtirilgan turizm koeffisienti deganda nimani tushunasiz.
4. Tashriflar intensivligi indikatorini deganda nimani tushunasiz.
5. Qo'riqxonalarining turistlarni qabul qilish sig'imini aniqlash qanday amalga oshiriladi.
6. Nimka uchun turizm statistikasida tashriflar nomutanosibliigi ko'rsatkichidan foydalaniladi.
7. Ekologik resurslarni reklama qilish samaradorligi qanday aniqlanadi.
8. Nima uchun turoperatorlar uchun axborot tizimini yaratish o'ta muhim vazifa hisoblanadi.
9. Ko'rsatilgan xizmatlarning samaradorligi qanday aniqlanadi.
10. Turizmda nima uchun korrelyasion aloqa tenglamasidan keng foydalaniladi.

Adabiyotlar ro'yhati

1. Александров А.Ю. Международный туризм. Учебное пособие. - М: Аспект Пресс. 2004. – 321-342 с.

2. Opperman, Martin and Kye – Sung Chon. Successful Tourism Management: Fundamentals of Tourism – New Delhi: Sterling Publish. Private LTD., 2002. –р. 25-56.
3. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития. –Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – 415 стр.
4. Бердиёров Б. Экотуризм ва унинг Ўзбекистон туризм хизмати бозоридаги ўрни. Номзодлик диссертацияси. –С.: СамИСИ. 2010 й. 76-89 б.
5. Норчаев А.Н. Экотуризм. //Ж: Ўзбекистон қишлоқ хўжалиги. №2. 2004.- 45-46 б.
6. www.bashepro.ru – выставки, конференции
7. www.interunion.ru – туристские ассоциации
8. www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация
9. www.wttc.org – Всемирный Совет по путешествиям и туризму
10. www.e-tours.ru – деловые туры, выставки, конференции
11. www.travel-library.com – Электронная библиотека путешествий

X-BOB. O‘ZBEKISTONDAGI QO‘RIQXONALARNING EKOLOGIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDAGI IMKONIYATLARINI PROGNOZLASH

10.1. Qo‘riqxonalariga tashrif buyurayotgan turistlarga xizmat ko‘rsatishni prognozlash metodikasi.

10.2. Ekologik turizmga prognozlashning turlari.

10.3. Qo‘riqxonalarining turistlarni qabul qilishi ko‘rsatkichlarini taqqoslama tahlil qilish va prognozlash.

10.4. Qo‘riqxonalarining turistlarni qabul qilish sig‘imini prognozlash.

10.1. Qo‘riqxonalariga tashrif buyurayotgan turistlarga xizmat ko‘rsatishni prognozlash metodikasi

Hozirgi tez rivojlanayotgan fan-texnika zamonda har bir sohani rivojlantirishda aniq reja va kelajakda qanday ishlarni amalga oshirish yuzasidan hisob-kitoblar olib boriladi. Uning natijasiga qarab ish faoliyatini davom ettiradi. Shuning uchun hududning ekoturizm holatini hisoblash uchun qo‘yidagi turli ko‘rsatkichlar tizimidan foydalanishimiz mumkin:

- absolyut va nisbiy qiymatlar formulalari;
- dinamik qatorlar;
- hodisalar o‘rtasidagi bog‘liqlikni o‘lchash uchun korrelyatsiya nazariyasi va hokozalar.

Birinchi guruhdagi ko‘rsatkichlarni ko‘rib chiqamiz. Iqtisodiy voqealarning tahlilida kordinasiyaning nisbiy qiymatlari muhim ahamiyatiga ega. O‘zbekiston bo‘ylab sayohat etuvchi chet ellik va mahalliy turistlarning nisbat ko‘rsatgichi qo‘idagicha hisoblanadi;

$$K_{trvl} = \frac{T_{for}}{T_{nat}}$$

bu erda:

K_{trvl} – nisbat ko‘rsatgichi;

T_{for} – chet ellik turistlar soni;

T_{nat} - mahalliy turistlar soni.

Agar, misol qilib aytadigan bo'lsak, 2009 yilda respublikaga 380 ming chet ellik turistlar kelgan va 670 mingta mahalliy aholi sayohati qayd etilgan (mahalliy turistlar tomonidan) bo'lsa, u xolda fuqarolar: $380/670=0,56$ ga teng bo'ladi, ya'ni har 100 o'zbek sayohatchisiga 56 ta xorijiy sayyoh to'g'ri keladi.

Iqtisodiy statistikada, shuningdek, intensivlik ko'rsatkichidan ham foydalanish mumkin; turistik markazlarning to'yinganlik ko'rsatkichi:

$$KinTour = \frac{Ntour}{Pterr}$$

bu erda;

Kin tour – tuyinganlik ko'rsatkichi:

Ntour – kelgan turistlar soni:

Pterr- turistik markaz tabiiy hududining maydoni.

Bu kabi prognozlashlar mintaqaga ekoturistlar kelishi va undan olinadigan daromadlarning o'zini qoplashi yoki zarari haqidagi ma'lumotlarni beradi va keyingi faoliyat olib borishga zamin yaratadi.

10.2. Ekologik turizmda prognozlashning turlari

Turizm ham boshqa iqtisodiy sohalar kabi prognozlashning nazariy muhim muammolaridan biri prognozlar turlarining tuzilishi hisoblanadi. Turlar - har xil mezonlar va belgilariga asoslanib qurilishi mumkin. Masalan, ob'ektlarga, prognozlash usullariga, echiladigan masalalarga, vazifalarga va boshqalarga. Bulardan eng muhimlariga quyidagilar kiradi:

- prognozlash ko'lami;
- prognozlash muddati;
- ob'ekt xarakteri;
- prognoz funksiyalari (funktional belgi).

Prognozlash ko'lami bo'yicha quyidagilar ko'rsatib o'tilgan.

a) Makroiqtisodiy (xalq xo'jaligi) va tarkibiy (tarmoqlararo va regionlararo) prognozlash;

b) halq xo'jaligi majmualarining prognozlari (yoqilg'i, energetika, agrosanoat, ishlab chiqarish infratuzilmasi, aholiga xizmat ko'rsatish sohalari va boshqalar);

v) tarmoq va regional prognozlar;

g) xalq xo'jaligi tizimining boshlang'ich bo'g'inlarini prognozlash (korxonalarda ishlab chiqarish uyushmalarini va hokazo).

Tuzilish muddati bo'yicha prognozlar operativ, qisqa muddatli, o'rta muddatli, uzoq muddatli turlarga bo'linadi.

Operativ prognoz bir oygacha;

-qisqa muddatli prognozlar 1 oydan 1 yilgacha;

-o'rta muddatli prognozlar 1 yildan 5 yilgacha;

-uzoq muddatli prognozlar 5 yildan 20 yilgacha;

-o'ta uzoq muddatli prognozlar 20 yildan ortiq tasdiqlanish muddatiga ega.

Prognozlarning izlanilayotgan ob'ekt xarakteriga ko'ra bo'linishlari har xil qayta ishlab chiqarish jarayonlari bilan bog'liq. SHunga ko'ra, prognozlash quydagilarga ajratiladi.

- ishlab chiqarish munosabatlarining rivojlanishi;
- ilmiy-texnik jarayonlarni ijtimoiy iqtisodiy xarakterlari va oqibatlari;
- iqtisodiyot dinamikalari (sur'atlari, faktlari va tuzilishlari);
- bandlik, mehnat resurslari va kadrlarni qayta tayyorlash;
- tabiiy resurslardan oqilona foydalanish;
- tadqiqotning yashash sharoiti;
- asosiy fondlar va kapital qo'yilmalarni qayta tiklash.

Prognozlar funksional belgisiga qarab ikkiga - normativ va izlanuv prognozlarga bo'linadi.

Izlanuv prognozi izlanayotgan ob'ektlarning kelajakdagi rivojlanish darajasiga asoslangan bo'lib, bu darajalarni qo'llash sharoitlaridan cheklashadi. Uning vazifasi o'rganilayotgan ob'ekt bor tendensiyalar saqlangan holda qanday rivojlanishini o'rganishdir.

Normativ prognoz izlanuv prognozlaridan farqli o'laroq oldin qo'yilgan maqsadlar bazasida ishlab chiqiladi. Uning vazifasi maqsad qilib olinayotgan obektning kelajakdagi hlatini prognozlash yo'i va erishish vaqini aniqlashdir.

Izlanuv prognozi ob'ektning oldingiga nisbatan kelajakdagi holatini aniqlashdan qaytayotgan bir vaqtda, normativ prognoz teskari tartibda amalga oshiriladi, ya'ni kelajakdagi holatini qo'yilgan maqsadining tendensiyalari va uni qo'llash tartibida amalga oshiriladi.

Prognozlar turlanishi prognozlash yo'llari bilan uzviy bog'liq. Bir - birini to'ldiruvchi uch xil prognozlash usullari mavjud.

1. Ekspert usuli. Bu usul boshlang'ich axborotlarni yig'ish (anketa, интервью) va ularni tahlil qilishga asoslanadi. Shu bilan birga prognoz maqsadi ekspertlar tomonidan qilingan tahlilga asoslanadi.

2. Ekstropolyasiya –bu, ob’ektning bo’lishi mumkin bo’lgan rivojlanishini o’rganish va uning kelajakdagi rivojlanish qonuniyligidir.

3. Modellash – bu, prognozlashtirilayotgan ob’ekt tuzilishida kutilayotgan o’zgarishlarning normativ modellaridagi izlanishdir.

Prognozlash amaliyotida sanab o’tilgan prognozlarni ishlab chiqish yo’llari birgalikda qo’llaniladi.

Turizmni rivojlantirishning asosiy imkoniyatlari, undan muammolar va to’sqinlik qiluvchi omillar aniqlanadi, turistik biznes sifatini pasaytiruvchi to’siqlarni bartaraf etish bo’yicha zarur tavsiyalar ishlab chiqiladi.

O’xshash turistik mahsulotlar va bozorlarga ega mavjud va ehtimol tutilgan potensial raqobatchilarning faoliyati hisobga olinadi.

Turizmni rivojlantirish siyosati va tegishli strukturaviy reja ishlab chiqiladi. Birinchi navbatda rivojlantirishning sarf-xarajatlar va foyda muvozanatda bo’ladigan muqobil variantlari ko’rib chiqiladi. Bunda quyidagi mezonlar qo’llaniladi: rivojlantirish masalalarini hal qilishning ehtimol tutilgan murakkabligi, iqtisodiy foydalarni optimallashtirish, ijobiy ekologik va ijtimoiy-madaniy omillarni kuchaytirish, salbiylarining ta’sirini eng kam darajaga etkazish, boshqa turistik korxonalar bilan samarali raqobat qilish. Ko’p variantli baholash asosida siyosatning so’nggi yo’nalishlari va reja tuzilishi aniqlab olinadi.

Rejalashtirishning ushbu bosqichida turizmni rivojlantirish va takomillashtirishning eng maqsadga muvofiq modellarini qabul qilish uchun mahalliy hokimiyat organlari va boshqa manfaatdor tomonlar bilan mustahkam aloqa bog’lash zarur.

Ko’pvariantli modellar tuziladi va ulardan eng maqsadga muvofiqlari tanlab olinadi. Rejaning so’nggi varianti haqqoniy va bajarish mumkin bo’lishi uchun zarur bo’lgan rejani amalga oshirish modellari ishlab chiqiladi.

Rejani amalga oshirish bo’yicha ishlar davomida uni bajarish muddatlari va bo’limlari bo’yicha nazorat qilinadi. Bu yo’l qo’yilgan chekinishlarni aniqlash va ularni bartaraf qilish bo’yicha tezkor choralar qabul qilishga imkon beradi.

Rejalar va dasturlarni ishlab chiqishda birinchi navbatda rasional rejalashtirish prinsiplarini qo’llash zarur. Ular biror-bir ekologik yoki ijtimoiy muammolarsiz katta iqtisodiy foyda olishga imkon beradi. Bunda kompleks yondashuvga alohida e’tibor qaratish zarur. U iqtisodiy, ekologik, ijtimoiy va madaniy jihatlarining mutanosibligini nazarda tutadi va barcha bosqichlarda turizmning barqaror rivojlanishini ta’minlaydi.

Kompleks rejalar va tavsiyalar ko‘plab o‘zaro bog‘langan, har xil elementlarni o‘z ichiga olishi zarur. Ulardan asosiylari quyidagilardir:

-turizmni rivojlantirishning iqtisodiy, ekologik, ijtimoiy, madaniy va boshqa maqsadlari hamda yo‘nalishlari;

-umumiy bazaviy tahlil – mamlakat, mintaqa haqida tarixiy ma’lumotlar olish, ularning qisqacha geografik tavsifi, tabiiy halokatlarga moyilligi (vulqonlar, zilzilalar, bo‘ronlar va sh.k.) iqlimiy sharoitlar, atrof-muhitning sifati, mintaqani umumiy rivojlantirish rejaları va dasturlari hamda ularning turizmga ta’siri, demografik, madaniy modellar, iqtisodiyotdagi mavjud sektorlarning modellari i ularni rivojlantirish tendensiyalari (aholining daromadlari, uning bandligi va b.);

-infrastruktura jihatidan tahlil va tavsiyalar – mintaqa yoki mamlakatga turli transport vositalari bilan kirish, o‘tkazish potentsiali va turistlar uchun qulayliklar; turistik zonalardagi kanalizasiya, telekommunikasii; infrastrukturani takomillashtirish bo‘yicha mavjud va amalga oshirilayotgan rejalar va dasturlar; turizmning rivojlanishini to‘xtatib qo‘yadigan infrastruktura omillari, infrastrukturani takomillashtirish bo‘yicha tavsiyalar;

-turistik diqqatga sazovor joylar, ularni yaxshilash bo‘yicha faoliyat turlari – mavjud potensial diqqatga sazovor joylarni tadqiq etish va ularni toifalarga bo‘lgan holda (tabiiy, madaniy va boshq.)ro‘yxatini tayyorlash; diqqatga sazovor joylardan foydalanish nuqtai nazaridan ularni baholash; ularni saqlab qolish bo‘yicha tavsiyalar va chora-tadbirlar; sezilarli ijobiy va salbiy omillar (siyosiy beqarorlik, tabiiy halokatlar, jinoyatchilik va boshq.);

-mavjud va rejalashtirilayotgan turistik ob’ektlar va xizmatlarni baholash va ularni yaxshilash – turlar va sayohatlar tashkil qilish, joylashtirish vositalari, restoranlar, banklar, valyuta almashtirish punktlari, magazinlar bo‘yicha tavsiyalar;

-turizmning tavsiya qilinadigan hajmlari va shakllari – mamlakat yoki mintaqa (rayon) doirasida turistik o‘tkazish potentsiallarini turistlarning qoniqqanligini hisobga olgan holda aniqlash, turizmning eng maqsadga muvofiq shakllari, hajmlari va ko‘lamini asoslab berish;

-bozorni tahlil qilish va bashorat qilish – umumjahon, xalqaro, mintaqaviy va mahalliy modellar; turistik kelishlarning modeli va tendansiyalari; mazkur mamlakat yoki mintaqaga kelayotgan turistlarning umumiy xarakteristikasi; raqobatlashayotgan turistik ob’ektlarning ta’siri; turistik diqqatga sazovor joylardan, ob’ektlardan va xizmatlardan mahalliy aholining foydalanishi; bozor maqsadlariga erishish uchun joylashtirish

vositalarini bashorat qilish;

-tavsiya qilinadigan turizmni rivojlantirish va strukturaviy reja – iqtisodiy, ekologik va ijtimoiy-madaniy omillarni qamrab oladigan strategik ko‘rsatma; turistik diqqatga sazovor joylarning tiplari va joylashishi; turizmni rivojlantirish rayonlari (turistik zonalar) va transport aloqalari; muddatlar bo‘yicha qurilish bosqichlari; turistik-ekskursiya marshrutlarini ko‘rsatgan holda turlarning modellari va dasturlari;

-iqtisodiy tahlil va tavsiyalar – turistik xarajatlarning mavjud va bashorat qilinayotgan hajmi va turlari; turizmning mamlakat (mintaqa) iqtisodiyotiga bashorat qilinayotgan ta’siri, xorijiy valyutadagi daromadlar; tushgan daromadlar; aholining bandligi; davlat daromadlariga qo‘shilgan ulush; turizmning mahalliy, mintaqaviy va milliy darajadagi iqtisodiy foydasini kuchaytirish bo‘yicha tavsiyalar;

-ekologik jihatlar va tavsiyalar – turizm bilan bog‘liq mavjud ekologik muammolar va ularni yumshatish bo‘yicha tavsiyalar; kelgusida ekologik salbiy oqibatlarni bartaraf etish va ijobiy ta’sirlarni kuchaytirish, turistik rayonlarning umumiy ekologik sifatini kuchaytirish, atrof-muhitni saqlash, ekologik merosni asrash sohasidagi siyosat va dasturlarning zarur yo‘nalishlarini tanlab olish bo‘yicha chora-tadbirlar; konkret turistik loyihalarning ekologik ta’sirini baholash;

-ijtimoiy-madaniy jihatlar va tavsiyalar – turizm keltirib chiqargan ijobiy va salbiy ijtimoiy-madaniy ta’sirlar; salbiy ta’sirlarni engillashtirish va ijobiylarini kuchaytirish; turizmga nisbatan ma’rifat dasturlari, turistlarga mahalliy madaniy an’analar va xulq-atvor qoidalarini tushuntirish to‘g‘risidagi axborot beruvchi materiallar; mahalliy aholining turizmning barcha aspektlarida ishtirok eitishi;

-institutson jihatlar va tavsiyalar – davlat, tijorat va xususiy tuzilmalarning turizm sohasidagi o‘zaro hamkorligini baholash, turizmni samarali boshqarish va davlat idoralari, davlat sektori va xususiy sektor o‘rtasida faoliyatni muvofiqlashtirish uchun mavjud tuzilmalarga o‘zgartirish kiritish yoki yangilarini tuzish; turizm sohasida amaldagi qonun-qoidalariga baho berish, amaldagi tavsiyalarga o‘zgartirishlar kiritish yoki yangilarini qabul qilish; turizm sektoriga investisiyalar keltirish uchun moliyaviy va odam resurslarini baholash; ta’lim va kasbiy tayyorgarlik dasturlari va boshqalar.

Rejalashtirish jarayonining muhim qirrasi strategiya va reja tavsiyalarini amalga oshirish metodlarini aniqlash hisoblanadi. Buning uchun avvaldan uni bajarish yo‘llari va usullarini ishlab chiqish zarur. Keyingi paytlarda maxsus tushuntiruvchi qog‘oz tobora keng tarqalmoqda.

U rejani amalga oshirishdagi izchillik bo'yicha rahbariy ko'rsatma hisoblanadi.

Loyihani tegishli darajada (hukumat, mintaqaviy va mahalliy hokimiyat organlari, firma) har tomonlama ko'rib chiqqach va kelishib olingach, rejaning so'nggi varianti qabul qilinadi va uning moliyaviy asosi tashkil qilinadi. U bajarilishi davomida o'zgartirishlar kiritilishi mumkin.

Rejani amalga oshirishning uzviy tarkibiy qismi uning quyidagi yo'nalishlar bo'yicha bajarilishin nazorat qilib borish hisoblanadi: turistik kelishlar soni va xususiyati; turistlarning qoniqqanlik darajasi; turizmning ham umumiy, ham alohida konkret loyihalarga nisbatan iqtisodiy, ekologik va ijtimoiy-madaniy ta'siri.

Rejadagi tadbirlarni bajarish muddatlariga qat'iy amal qilish muhim ahamiyatga ega. Bunda matematik metodlar va kompyuter texnikasidan foydalanish maqsadga muvofiq.

Uzluksiz boshqarish haqida hech qachon yoddan chiqarmaslik kerak. U quyidagilarni qamrab oladi:

-bozorlardagi o'zgarayotgan tendensiyalarga va mahsulotlarning evolyusiyasiga moslashish;

-ob'ektlar va xizmatlarning sifatini qo'llab-quvvatlash va oshirish;

-ijtimoiy va geografik jihatdan turizmning foydasini doimiy ravishda oshirib borish;

-muammolar yuzaga kelishi bilan ularni hal qilib borish va h.k..

Shunday qilib, turizmning barqaror rivojlanishi uchun rejalarda ishlab chiqilgan tadbirlarni aniq bajarish va ushbu jarayonni samarali boshqarish talab etiladi.

Hududning iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishini prognozlashda bir qator modellardan foydalaniladi, shulardan uch xilini ko'rib chiqamiz:

- 1) iqtisodiy baza modellari (IBM)
- 2) "xarajat-chiqarish" modellari (XCHM)
- 3) Ekonometrik modellar (EM)

Iqtisodiy baza modellari mintaqaviy iqtisodiyot mahsulot ayirboshlash bozorlariga muvofiq keluvchi ikkita ishlab chiqarish sektoriga bo'linishiga asoslanadi. a) mintaqadan tashqarisida (bazali sektor); b) mintaqada ichida (xizmat ko'rsatuvchi sektor).

Ba'zi bir shartli mintaqada uchun IBM quyidagi umumiy holda yozilishi mumkin:

$$Y=(E-M)+X \quad (1)$$

Bu erda Y – mintaqadagi daromadlar summasi; E – shaxsiy xarajatlar (investisiya va mintaqadagi mahalliy boshqaruv xarajatlar ham kirai); M – mintaqaga etkazib berilgan mahsulotlar. Y orqali E va M ning qiymatini ifodalashdan

$$E=e*Y \quad (2)$$

$$M=m*Y \quad (3)$$

$$X=X \quad (4) \text{ ni keltirib}$$

chiqaramiz.

X tepasidagi chiziq berilgan modelda o‘zgaruvchilar ekzogen xarakterda ekanligini ko‘rsatadi. (2), (3), (4) larning qiymatini (1) ga qo‘ysak:

$$Y=e*Y-M*Y+X \text{ kelib chiqadi.}$$

U tenglamani echsak: $Y=X/(1-e+M)$ ni olamiz. Shu erdan bazali mul‘tiplikator formulasi kelib chiqadi:

$$K=Y/X=1/(1-e+M).$$

Bu formula mintaqadagi xarajatlarning yig‘indisi va mintaqadan etkazib berilgan mahsulotlar nisbatini ifodalaydi. IBM bozorga faqatgina umumiy ta‘mirni baholash imkoniyatini beradi.

Bu ta‘sirning tarmoqdan tarmoqqa tarqalish jarayonini hamda uning turli tarmoqlarga va multiplikator kattaligidagi tarmoqlararo farqlarga ta‘sir darajasini tushunish uchun mintaqa iqtisodiy tizimining tarkibi to‘lib tasvirlanishi lozim.

Bu holda “xarajat-chiqarish” modellari ishlatilishi mumkin. Bu modellardan foydalanayotganda mintaqadagi ishlab chiqarish tarmoqlarining umumiy miqdori ko‘rib chiqiladi. Ularning har biri bir-biriga bog‘liq hisoblanadi. Birinchi tarmoqdagi ishlab chiqarish yoki “chiqarish” ikkinchi tarmoqdagi xarajat sifatida ishlatilishi mumkin. Ikkinchi tarmoqda ishlab chiqarilgan mahsulot o‘z navbatida uchinchi tarmqning ishlab chiqarish xarajatlari sifatida ishlatilishi mumkin va hokazo. Bu iqtisodiyotga tashqi ta‘sirdan kelib chiqadigan mul‘tiplikator samaralarini IBMga qaraganda aniqroq kuzatish imkoniyatini beradi. n

tarmoqdan iborat bo'lgan, ochiq statistik iqtisodiy tizim quyidagicha tasvirlanishi mumkin:

$X_i = \sum_{j=1}^n a_{ij} X_j + Y_i$, $i, j = 1, 2, \dots, n$, (1) bu erda

X_i - i-inchi tarmoqning yalpi ishlab chiqarilishi.

X_j - j-inchi tarmoqning ishlab chiqarilishiga xarajat qilingan, i-inchi tarmoqning mahsulotlar miqdori.

Y_i - iste'molchilarning foydalangan i-inchi tarmoqning mahsulotlar miqdori. Agar bir nechta soddalashtirilgan ehtimollarni qabul qilsak:

- 1) har bir mahsulot guruhi yagona tarmoqda ishlab chiqariladi;
- 2) xarajatlarni ko'paytiruvchi va qisqartiruvchi tashqi omillar mavjud emas;
- 3) har bir mahsulot uchun yagona ishlab chiqarish jarayoni bo'lib, u mahsulotning o'zaro o'rnini bosishni mustasno etadi.

Shunda (3)dan $X_j = a_{ij}$ kelib chiqadi. Bu erda a_{ij} - j-inchi mahsulot birligini ishlab chiqarish uchun xarajat qilinadigan i-inchi mahsulot miqdorini aniqlab beradigan texnologik koeffitsient. X_i - j-inchi tarmoqning ishlab chiqarishi.

Unda (I) formulasi quyidagicha o'zgartirilishi mumkin:

$$X_i = \sum_{j=1}^n a_{ij} X_j + Y_i$$

Yoki matrisa ko'rinishida $X = AX + Y$ (3)

(3)ga Xga nisbatan echayotganda, $X = (I - A)^{-1} Y$ (4)

(4) formula Y yakuniy iste'molning vektor ahamiyatining berilgan prognozi va (I-A) matrisaning tuzilmaviy koeffitsientlari asosida yakuniy hamda oraliq iste'molni ta'minlash zarur bo'lgan yalpi ishlab chiqarish hajmini topish imkonini beradi.

Ekonometrik modellar orasida 2 xil turini ajratish mumkin: oddiy va qo'shma tenglamalar tizimi bilan. Birinchilar umummilliy va mintaqaviy o'zgaruvchilarni bog'lovchi regressiv tenglamalardan tashkil topadi.

Qo'shma tenglamalar tizimga ega bo'lgan modellarda ichki o'zgaruvchili modellar va alohida tenglamalar orasidagi prinsipial aloqalar hisobga olingan. Mintaqaviy tahlilning ko'rib chiqilgan modellari mintaqaning iqtisodiy o'sishini prognozlash uchun mo'ljallangan bo'lib, ular aynan iqtisodiy o'sish muammolari va imkoniyatlari nuqtai nazaridan mintaqaviy qarorlar bahosini beradi.

Ammo mintaqalarning ijtimoiy-iqtisodiy qarorlarning ko'p rejali bahosini tuzilishi, qarorlarni qabul qilish va amalga oshirish jarayonida qatnashuvchilar manfaatlarining kelishuvi nuqtai nazaridan ularni baholash

zarurligini va imkoniyatlarini, bu qarorlarning mintaqadagi ijtimoiy-iqtisodiy va ekologik holatlarga ta'sirini ko'zda tutadi.

Amaliyotda bunday kelishuvni faqatgina mintaqaning iqtisodiy-ijtimoiy tizimining faoliyatini amalga oshiruvchi modullar tizimi ta'minlashi mumkin. Bunday tizimlarni ishlab chiqish bizning mamlakatimiz va xorijda ham olib borilmoqda.

10.3. Qo'riqxonalarining turistlarni qabul qilishi ko'rsatkichlarini taqqoslama tahlil qilish va prognozlash

Turizm dinamikasi koeffisienti ma'lum vaqt oralig'idagi sayohatchilar (kishi) yoki daromad (so'm, dollar)ning o'sishi sur'atlarini ko'rsatadi:

$$Kd_{int\ our} = \frac{N_{tour_1}}{N_{tour_0}} \times 100\%$$

bu erda:

Kd_{intour} - Turizm dinamikasi koeffisienti;

N_{fjur_1} – hisobot yilida tashrif buyurgan turistlar soni;

N_{fjur_0} – bazis yilida tashrif buyurgan turistlar soni

Masalan: 2009 yilda Zomin qo'riqxonasiga 2567 xorijiy sayyoh tashrif buyurdi, 2008 yilda esa – 2371. Bu holda $2567/2371 \times 100\% = 108\%$, ya'ni o'sish sur'ati 8% ga teng. Ushbu qiyoslashni pul ko'rinishdagi indikatorlar bilan ham amalga oshirish mumkin. (daromad, yalpi pul aylanma va hakoza). Ilg'orlik koeffisienti, bir hududdagi turizmning rivojlanish dinamikasini boshqa bir hududdagi turizmga nisbatan tezroq rivojlanayotganini ko'rsatadi:

$$Koper = \frac{Kdin_a}{Kdin_b}$$

Masalan, 2008 yilda Zomin qo'riqxonasiga 231 ming, 2009 yilda esa 251 ming sayyoh tashrif buyurdi. Nurota qo'riqxonasiga esa, mos ravishda 7,5 ming va 8,0 ming kishi sayohat qilgan. Bu holda: $Kdin_a = 251/231 = 1,08$; $Kdin_b = 8,0/7,5 = 1,06$, $Koper = 1,08/1,06 = 1,018$, ya'ni Zomin qo'riqxonasida turizm Nurota qo'riqxonasiga nisbatan 101,8% ga jadalroq rivojlangan.

Sotilgan turmahsulot fizik (jismoniy) hajmining agregat indeksi ma'lum bir vaqt oralig'ida natural qiymatlar (mahsulot soni) va ularning bahosi (pul ko'rinishdagi) o'rtasidagi munosabatni ifodalaydi:

$$Intourpr = \frac{\sum q_1 P_0}{\sum q_0 P_0}$$

bu erda:

In_{tourpr} - Sotilgan turmahsulot fizik hajmi;

$\sum q_1 p_0$ – o'tgan yildagi narxlarda joriy yilda sotilgan natural o'lchamdagi (q_1) turmahsulot miqdori;

$\sum p_0 p_0$ – o'tgan yilda sotilgan turmahsulot miqdori.

Masalan: 2008 yilda "Turkturizm» turistik firmasi Zomin qo'riqxonasiga o'rtacha narxi 1400 \$ dan 567 ta turli yo'llanma sotdi, 2009 yilda esa – 601 ta. Bu holda $\sum p_0 p_0 = 567 \times 1400 = 793800$ \$, $\sum q_1 p_0 = 601 \times 1400 = 841400$ \$. Bu erda $841400 / 793800 = 1,059$, yoki sotuv hajmining o'sishi 5,9% ga teng bo'ladi.

Yuqorida ko'rib o'tilgan hisoblash omillaridan tashqari yana bir qator faktorlar borki, bular hududning turistlarni qabul qilishi va kelajakda rivojlanishiga katta hissa qo'shadi.

10.4. Qo'riqxonalarining turistlarni qabul qilish sig'imini prognozlash

Qo'riqxonalarining turistlarni qabul qilish sig'imini aniqlashda va prognozlashda Zomin qo'riqxonasini misol qilib olishimiz mumkin. Masalan: 2009 yilda Zomin qo'riqxonasiga (63,2 ming. ga), 3,1 ming chet ellik sayyoh ziyorat etishdi deylik, u holda, $3,1 / 63,2 = 0,049$ yoki 100 ga maxsus qo'riqlanadigan hududga 5 nafar turist to'g'ri keladi. Bu ko'rsatkich orqali ushbu hududdan o'tuvchi turistik oqimlarning intensivligini aniqlash mumkin.

O'rta ko'rsatkichlar bir xil hodisalarning o'rganilayotgan belgilari bo'yicha qiymatini ifodalaydi. Masalan: turagentlik xodimining ish haqi koeffitsienti – bu turfirmaning 1 ishchisiga to'g'ri keladigan o'rtacha ish haqi u ish haqi fondining ishchilar soniga nisbati olinadi. Misol uchun: "Ekotrevel" turfirmasida 12 nafar xodim ishlaydi, bir oylik ish haqi fondi esa 2,4 mln. so'm, u holda, $2,4 \text{ mln.} / 12 = 200$ ming so'mdan 1 kishiga to'g'ri keladi.

Birinchi ko'rsatkich – elastiklik koeffisienti. Ushbu ko'rsatkich ma'lum bir turmahsulot narxi 1% ga o'zgarganda, unga bo'lgan talabning o'zgarishini ifodalaydi. Agar indikator birdan katta bo'lsa, u holda talab elastik, kichik bo'lsa, u holda talab noelastik hisoblanadi:

$$Kel = \frac{(Kpr_1 - Kpr_0) / Kpr_0}{(Kpc_1 - Kpc_0) / Kpc_0}$$

bu erda:

Kel – turmahsulot elastikligi koeffisienti;

Kpr_1 – hisobot davrida sotib olinayotgan turmahsulot hajmi;

Kpr_0 – bazis davrida sotib olinayotgan turmahsulot;

Kpc_1 – hisobot davrida turmahsulot narxi;

Kpc_0 – bazis davrida turmahsulot narxi.

Masalan: 2009 yilda “Davrtur” firmasi Zomin qo'riqxonasiga har biri \$220 dan 120 yo'llanma (putyovka) sotdi, 2008 yilda esa mazkur yo'llanmalardan 107 tasini \$235 dollardan sotdi. SHunday qilib elastiklik koeffisienti: $(120 - 107)/107/(220 - 235)/235 = 0,1214/0,0638 = -1,902$. Bu degani, agar narx 10% ga kamaytirilsa, Zomin qo'riqxonasiga bo'ylab ekoturlarga bo'lgan talab 19,02% oshardi.

Ikkinchi ko'rsatkich – ekoturlar koeffisienti, u maxsus qo'riqlanadigan hududlarga kelgan jami turistlardan ekologik maqsadlarda kelgan ziyoratchilarning ulushini aniqlab beradi:

$$Kecot = \frac{Necotour}{Nalltour} \times 100\%$$

bu erda,

$Kecot$ - ekoturlar koeffisienti,

$Necotour$ - hududga ekologik maqsadda kelgan turistlar soni,

$Nalltour$ – hududga jami kelgan turistlar soni.

Faraz qilaylik, Zomin qo'riqxonasiga 2009 yilda 1231 kishi tashrif buyurdi, ulardan 234 nafari 1-2 kunlik ekskursion xizmatlardan foydalandi. U holda, $234/1231 \times 100\% = 19,0\%$ ya'ni ekoturlar ulushi 19% ga yoki 1/5 ga teng.

Narxlarning agregant indeksi turmahsulot sotilishidagi narx siyosatining o'zgarishini ifodalaydi:

$$Intour = \frac{\sum q_1 p_1}{\sum q_1 p_1}$$

bu erda:

In_{tourpr} – sotilgan turmahsulot narxlarini indeksi;

$U\Sigma q_1 p_1$ – hisobot davrida hisobot yilidagi narxlarda sotilgan (q_1) natural o'lchamdagi (q_1) turmahsulot miqdori;

$U\Sigma p_1 p_0$ – hisobot yilida o'tgan davr narxlarida sotilgan turmahsulot miqdori.

Yuqorida keltirilgan misolga 2008 yilda yo'llanmalar - 1370 \$ + sotilganini kiritsak, $U\Sigma q_1 p_1 = 601 * 1370 = 823370$, $823370 / 841400 = 0,978$, yoki narxlar 2,2% ga tushdi.

Ko'rsatkichlarning 3-guruhi o'z ichiga indikatorlarni oladi:

1-ko'rsatkich – assosiasiya koeffisienti. Alternativ xarakterga ega bo'lgan ikkita belgi, variatsiyalar o'rtasidagi bog'liqlik darajasini aniqlash uchun foydalaniladi. Buning uchun 4 bo'limli jadval chiziladi va

$$K_2 = \frac{ad - bc}{\sqrt{(a+b)x(b+c)x(a+c)x(c+d)}}, \text{ formula bilan hisoblanadi,}$$

bu erda,

$K_a > 0,3$ bo'lsa, u holda o'rganilayotgan belgilar o'rtasida bog'liqlik bor, degani.

2-ko'rsatkich – ranglar korrelyatsiyasi koeffisienti, u orqali korrelyatsion bog'liqlik darajasi aniqlanadi. Ekoturizm uchun K spirmen koeffisienti qo'llash mumkin:

$$H = 1 - \frac{6 \sum d^2}{hx(n^2 - 1)}$$

Bu erda:

I – r.k.k,

d - o'rganilayotgan qatorlardagi ranglar ayirmasi,

h – o'rganilayotgan qatordagi ranglar miqdori.

3-ko'rsatkich – induvidual ma'lumotlar orqali to'g'ri chiziqli tenglamaning parametrlari hisobi. Agar natija omil belgisining o'zgarishiga mos ravishda ortib borsa yoki kamaysa, u holda ushbu bog'liqlik chiziqli bo'ladi va quyidagi formula bilan ifodalanadi:

$$y = a_0 + a_1x$$

Bu erda

U- natijaning induvidual qiymati,

X – omil belgisining induvidual qiymati,

a_0 va a_1 – chiziqli tenglamaning parametrlari (regressiya tenglamasi)

Bunda tenglamalar parametrlari to‘g‘ridan-to‘g‘ri eng kichik kvadratlar usuli bilan olingan me‘yoriy tenglamalar tizimini hal qilish yo‘li bilan aniqlanadi:

$$na_0 + a_1 \sum x = \sum y ;$$

$$a_0 \sum x + a_1 \sum x^2 = \sum yx .$$

Korreyasion aloqa tenglamasi quyidagi ko‘rinishga ega bo‘ladi:

$$y_x = 2,02 + 0,796x$$

Shunday qilib, xususiy mehmonxona uyi mehnatining elektr ta‘minlanganligini 1 kVt/chga oshirishda turistga xizmat ko‘rsatishdan tushgan daromad 0,79 mln. so‘mga ortadi.

To‘rtinchi ko‘rsatkich – A. Chuprovnig o‘zaro bog‘liqlik koeffisienti. Undan sifat belgilar aloqasining zichligini o‘lchash uchun foydalaniladi va quyidagi formula bo‘yicha hisoblanadi:

$$K = \frac{Y^2}{\sqrt{(K_1 - 1)x(K_2 - 1)}} ,$$

Bu erda,

K_1 – birinchi statistik kattalikning mumkin bo‘lgan belgilari miqdorini anglatadi (guruhlar miqdori);

K_2 – ikkinchi statistik kattalikning mumkin bo‘lgan belgilari miqdori;

Y^2 – o‘zaro birikish koeffisienti bo‘lib, u taqsimlash jadvalining har bir bo‘limi chastotasi kvadratlarining muvofiq qator va ustunlarning jami chastotasi yuritilishiga nisbati summasi sifatida aniqlanadi. Bundan birlik summasini ayirgan holda Y_2 kattaligini olamiz.

Quyidagi misolga qarang: Zomin qo‘riqxonasiga tashrif buyurgan sayohatchilar tadqiq qilingan:

| Oilaviy holati | Sayohat qiluvchilar | | Jami |
|----------------|---------------------|---------|------|
| | Ba'zi hollarda | Tez-tez | |
| Yolg'izlar | 16 | 10 | 26 |
| Oilalilar | 6 | 28 | 34 |
| Jami | 22 | 38 | 60 |

Hisob-kitob qilgan holda quyidagi xulosaga kelish mumkin:

$$Y^2=1,127-1,$$

Bu erda $K = \frac{0,127}{\sqrt{1 \times 1}} = 0,127$,

Shunday qilib, K_1 va K_2 2 ga teng, chunki jadval ikki bo'limli. Xulosa qilib oldigan bo'lsak, Zomin qo'riqxonasining kelajakdagi rivojlanish istiqbolarini bashoratlash natijalari bo'yicha ekoturistik faoliyat parloq ekanligini ko'rsatadi.

Nazorat va mulohaza savollari

1. Hududning ekoturizm holatini hisoblash uchun qanday ko'rsatkichlardan foydalaniladi.
2. Intensivlik ko'rsatkichidan ekologik turizmga qanday foydalaniladi.
3. Ekologik turizmga prognozlashning qanday turlaridan foydalaniladi.
4. Ekologik turizmga modellashtirish qanday amalga oshiriladi.
5. Qo'riqxonalarining turistlarni qabul qilishi ko'rsatkichlarini taqqoslash tahlil qilish va prognozlash qanday amalga oshiriladi.
6. Tuzilish muddati bo'yicha prognozlar necha turga bo'linadi.
7. Necha xil prognozlash usullari mavjud.
8. Qo'riqxonalarining turistlarni qabul qilishi ko'rsatkichlarini taqqoslash tahlil qilish va prognozlash qanday amalga oshiriladi.
9. Qo'riqxonalarining turistlarni qabul qilish sig'imini prognozlash qanday amalga oshiriladi.
10. O'zaro bog'liqlik koeffitsienti qanday aniqlanadi.

Adabiyotlar ro'yhati

1. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг «Мамлакатимизни модернизация қилиш ва кучли фуқаролик

жамияти барпо этиш – устувор мақсадимиздир» ҳамда «Асосий вазифамиз – Ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир» номли маърузаларини ўрганиш бўйича Ўқув-услубий мажмуа. – Тошкент: Иқтисодиёт. - 2010. – 63-85 б.

2. Сенин В.С. Организация международного туризма. Учебное пособие. -М.: Финансы и статистика. 2004. – 345-354 с.

3.Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития. –Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – 415 стр.

4. Бердиёров Б. Экотуризм ва унинг Ўзбекистон туризм хизмати бозоридаги ўрни. Номзодлик диссертацияси. –С.: СамИСИ. 2010 й. 76-89 б.

5. Норчаев.А.Н. Халқаро туризм ривожлантиришнинг иқтисодий ўсишга таъсири. Номзодлик диссертацияси. –Т.: ТДИУ. 2004. – 45-57 б.

5. Норчаев А.Н. Экотуризм. //Ж: Ўзбекистон қишлоқ хўжалиги. №2. 2004.- 45-46 б.

TURIZM ATAMALARI LUG‘ATI

1. Arxeologiya – xalqlarning va millatlarning saqlanib qolgan tarixiy va madaniy yodgorliklari yordamida inson jamiyatining o‘tmishini o‘rganuvchi fan.
2. Investisiyalash – turistik faoliyat obekti yoki tadbirkorlik loyixasiga ma’lum, shartnomada aytib o‘tilgan shartlarda investisiyani amalga oshirish.
3. Arxitektura – qurilish san’ati, qurilmaning xarakteri va shakli, badiiy bezagi.
4. Botel – jihozlangan kema o‘rnida foydalansa bo‘ladigan suvdagi kichik mehmonxona.
5. Butundunyo turistik tashkiloti (BTT) – hukumatlararo tashkilot (1975 yilda tashkil topgan) bo‘lib, turizmning rivojlanishiga ko‘maklashadi, 170 dan ortiq a‘zosi bor.
6. Vaucher – ko‘rsatiladigan asosiy xizmatlarning (mehmonxonada to‘xtash, ovqatlanish, transport va b.) hakki to‘langanligini tasdiqlovchi hujjat
7. Diler-turistik xizmatlarning oldi-sotdisi bilan shug‘ullanuvchi turistik firmalar, ko‘pincha ular o‘z hisobiga va o‘zining nomidan ish olib borishadi.
8. Investisiya – daromad olish maqsadidagi uzoq muddatli kapital qo‘yilmalar.
9. Ichki turizm-bir mamlakat fuqarolarning o‘z hududlari chegarasida amalga oshiradigan taqrizmi.
10. Imidj – firmaning bozordagi obro‘si
11. Investisiyalar-yangi tadqiqotlar va ishlanmalar bo‘lib, ilmiy-texnik taraqqiyotining namoyon bo‘lish shakli sifatida amaliy ahamiyatga ega bo‘ladi.
12. Kemping – avtoturist, mototurist va veloturistlar uchun shahar tashqarisida joylashgan mehmonxona. Kempingda turistlar palatka yoki o‘zi ovqat tayyorlashi mumkin bo‘lgan oshxonali yozgi uylar va ba’zida eng oddiy qulayliklar bilan ta’minlanadi.
13. Mehmonxona-turli turdagi xizmatlar taklif qiluvchi turistlarni joylashtirish ob’ekti.
14. Motel-avtoturistlar uchun mehmonxona, yo‘l bo‘yidagi otel bo‘lib, unda qulay va shinam nomerlardan tashqari avtomashina uchun to‘xtash joyi mavjud.

15. Pansion –bu erkin shaklda, qurilish paytida mehmonxona sifatida barpo etilmagan uylardir. Pansionlar 10-20 kishiga mo‘ljallanadi.
16. Rotelъ – ko‘chib yuradigan mehmonxona. Unda 1 yoki 2 o‘rinli nomer – uxlash va kiyim alamashtirish joyi, oshxona va umumiy pardozi-andoz (tualet) xonasi bo‘ladi.
17. Ishbilarmonlik turizmi-turizmning bir turi bo‘lib, uning asosida maълum xizmat yoki kasbiy vazifalarni hal qilish zarurati yotadi.
18. Turist –o‘z qiziqishlarini qondirish maqsadida 24 soatdan kam va 6 oydan ko‘p bo‘lmagan muddatga chegarani kesib o‘tgan kishi
19. Tur –turistlarni aniq yo‘nalish bo‘yicha, xizmatlar majmuasi va muddati aniq bo‘lgan tashishni uyushtirish.
20. Turizm industriyasi –turizmning material-texnik bazasini tashkil qiluvchi xalq xo‘jaligining turli sohalari yig‘indisi.
21. Turistik uy – faol harakatdagi ko‘chib yurish uchun, yoki qisqa fursatli kelib-ketish uchun mo‘ljallangan joy.
22. Turistik baza –turistlarni qabul qilish va joylashtirish xonalariga ega bo‘lgan turistik majmua bo‘lib, unda restoran yoki oshxona, ko‘ngilli dam olish uchun xonalar va xizmatlar taklif etiladi
23. Turizm Xartiyasi – xalkaro turizmning rivojlanishi haqidagi Konun, BTT Bosh assambleyasi tomonidan 1985 yili 6-sessiyasida qabul qilingan
24. Flotel –suzib yuruvch mehmonxona, suvdagi katta otelъ, maxsus jihozlangan kema. Qulay nomerlardan tashqari bunda turistlarning ko‘ngilli xordiq chiqarishi uchun turli xizmatlar ko‘rsatiladi.
25. Fraxt –dengiz orqali turistlarni aniq vaqt davomida tashish uchun to‘lov turi
26. Xizmat maksadlarida vaqtincha borish va xizmat safarni, komandirovka joyida daromad olmay turib, koferensiyalar va s‘ezdlarda qatnashishni o‘z ichiga oladi.
27. Motel –avtoturistlar uchun mehmonxona, qulay nomerlardan tashqari turistlarga avtomashinalarini turar joylari bilan ham ta‘minlanadi. Odatda motellarda restoran, bar, kino-videofilъmlar ko‘rish, konferensiya zallari, sport bilan shug‘ullanish va o‘yin maydonlari, basseyn, tennis kortlari ham xizmat ko‘rsatadi.
28. Kemping–odatda shahar chekkasida moteldan uzoq bo‘lmagan erda joylashgan bo‘ladi. Avtoturistlar, mototuristlar va veloturistlar uchun qulaylik yaratilgan bo‘ladi. Turistlarga yotish uchun xona beriladi, ko‘pincha palatka yoki yozgi uychalar va ba’zi qulayliklari bilan jihozlangan oshxonalarda maxsus taomlarni tayyorlash mumkin.

29.«Rotel» –harakatlanuvchi mehmonxona, vagon ko‘rinishidagi 1 yoki 2 o‘rinli nomerga ega bo‘lgan, kiyinish xonasi, umumiy ovqatlanish, umumiy xojatxonaga ega bo‘lgan mehmonxona.

30.Flotel –suzib yuruvchi mehmonxona kemasi. Suvdagi ulkan otel, maxsus jihozlangan bo‘ladi. Qulay nomerlardan tashqari, yaxshi dam olish uchun qulaylik yaratilgan, vaqtinchalik ofisdan foydalanish, operativ vosita aloqalari: telefon, kseroks, faks va boshqa xizmatlar ko‘rsatiladi.

31.BotelЬ –unchalik katta bo‘lmagan suvdagi mehmonxona. Jihozlangan qulayliklarga ega bo‘lgan kema.

32.Turistik baza –bu turistik majmua bo‘lib, uning tarkibiga turistlarni qabul qilish va joylashtirish binosi hamda faol dam olishni ta‘minlovchi xizmatlar kiradi. Turistik bazalar asosan faol turizm bilan shug‘ullanuvchi turistlarni qabul qiladi. Ularga alpinistlar, suv, chang‘i sporti bilan shug‘ullanuvchilar va boshqalar kiradi.

33. Turistik uy –faol harakatdagi turistlarni qisqa muddat dam olishi uchun mo‘ljallangan bosh panadir. Bular asosan tog‘ yon bag‘rida joylashgan bo‘lib shart-sharoitlari minimal darajada bo‘ladi.

TAVSIYA ETILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

I. O‘zbekiston Respublikasi qonunlari

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. -Т.: Ўзбекистон. 2009. - 40 б.
2. Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги қонуни. - Ўзбекистоннинг янги қонунлари. Т. 22. –Т.: Адолат, 2000. -131-140 б.

II. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti farmonlari va qarorlari

3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1995 йил 2 июндаги 1162 рақамли ”Буюк Ипак йўли”ини қайта тиклашда Ўзбекистон Республикасининг иштирокини авж олдириш ва республикада Халқаро туризмни ривожлантириш борасидаги чора –тадбирлар тўғрисида”ги фармони. //Халқ сўзи, 1995 йил 3-июнь.
4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Ўзбектуризм” МҚсининг ташкил топиши” тўғрисидаги фармони № ПФ-447. //Халқ сўзи. 1992. 27 июл.
5. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг №346 1998 йил 8 августда қабул қилинган “Туристтик ташкилотларнинг фаолиятини такомиллаштириш тўғрисида”ги фармойиши. //Халқ сўзи, 1998 йил 9 август.
6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2006 йил 17 майдаги «Хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини 2006-2010 йилларда ривожлантириш ҳақида»ги ПҚ-325-сонли қарори.
7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2007 йил 21 майдаги «Ўзбекистон Республикасида 2010 йилга қадар хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш бўйича қўшимча чора-тадбирлар ҳақида»ги ПҚ-640-сонли қарори.
8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори. Ишлаб чиқариш ва ижтимоий инфратузилмани янада ривожлантириш юзасидан қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида. 2009 йил 20 январь, ПҚ-1041-сон.
9. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2011 йил 7 февралдаги “Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик йили” Давлат дастури тўғрисида”ги ПҚ 1474-сонли қарори.

III. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi qarorlari va O‘zbekiston Respublikasi vazirliklarining huquqiy- me‘yoriy hujjatlari

10. “Сайёхларининг Ўзбекистон Республикасига келиши ва кетиши тартиби тўғрисида”ги низом. “Ўзбектуризм” МК 13.09.2004 йил 23-сон.

11. “Туризм фаолиятини лицензиялаш тўғрисида”ги низом 2003 й №-497

IV. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti asarlari

12. Каримов И.А. Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси (Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг қўшма мажлисидаги маъруза), “Халқ сўзи”, 2010 йил 13 ноябрь (№ 220),

13. Каримов И.А. Барча режа ва дастурларимиз Ватанимиз тараққиётини юксалтириш, халқимиз фаровонлигини оширишга хизмат қилади. - Президент Ислон Каримовнинг 2010 йилда мамлакатимизни ижтимоий-иқтисодий ривожлантириш якунлари ва 2011 йилга мўлжалланган энг муҳим устувор йўналишларга бағишланган Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузаси //Халқ сўзи, 2011 йил 22 январь.

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

15. Асосий вазифамиз – Ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлиги янада юксалтиришдир/И.А.Каримов. – Тошкент: «Ўзбекистон», 2010. – 80 б.

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

17. Ўзбекистон Конституцияси – биз учун демократик тараққиёт йўлида ва фуқаролик жамиятини барпо этишда мустаҳкам пойдевордир. – Президент Ислон Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Конституцияси қабул қилинганининг 17 йиллигига бағишланган тантанали маросимдаги маърузаси // Халқ сўзи, 2009 йил 6 декабрь.

18. Каримов И.А. “Бизнинг бош мақсадимиз – жамиятни демократлаштириш ва янгилаш, мамлакатни модернизация ва ислох этишдир”. – Т.: Ўзбекистон, 2005. – 136 б.
19. Каримов И.А. Мамлакатимиз тараққиётининг қонуний асосларини мустаҳкамлаш фаолиятимиз мезони бўлиши даркор. Халқ сўзи, 2006 йил 25 февраль.
20. Каримов И.А. Эришилган ютуқларни мустаҳкамлаб, янги марралар сари изчил ҳаракат қилишимиз лозим. Халқ сўзи, 2006 йил 11 февраль.

V. Darsliklar

16. Пардаев А., Норчаев А.Н. Халқаро туризм. Дарслик. – Т.: ТДИУ 2010. -320 бет.
17. Алиева М.Т. Меҳмонхона менежменти. Дарслик. – Т.: ТДИУ. 2007. -275 б.
18. Биржаков М.Б. Введение в туризм. - С.Пб.: Издательский Торговый Дом «Герда». 2004. -444 с.
19. Бутуров И.Н. Маркетинг и менеджмент иностранного туризма. - М.: Финансы и статистика. 2003. -107 с.
20. Кабушкин Н. И. Менеджмент туризма. – М.: Новое знание. 2005. - 644 с.

VI. O‘quv qo‘llanmalar

21. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг “Мамлакатимизни модернизация қилиш ва кучли фуқаролик жамияти барпо этиш – устувор мақсадимиздир” ҳамда “Асосий вазифамиз – Ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир” номли маърузаларини ўрганиш бўйича ўқув-услубий мажмуа. – Тошкент: Иқтисодиёт. - 2010. -281 б.
22. Бу муқаддас Ватанда азиздир инсон. Ўзбекистоннинг 19 йил мустақил тараққиёт йўлида жамиятни модернизациялаш ва иқтисодиётни инновацион ривожлантиришнинг дадил одимлари ва муваффақиятлари: талаба ёшлар ва кенг жамоатчилик билан учрашувларда фойдаланиш учун ижтимоий-иқтисодий ва маънавий-маърифий мавзуда илмий-оммабоп рисола. – Т.: “Иқтисодиёт”, 2010. - 148 бет.

23. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг БМТ саммитининг Мингйиллик ривожланиш мақсадларига бағишланган ялпи мажлисидаги нутқини ўрганиш бўйича ўқув-услугий мажмуа. Тошкент: “Иқтисодиёт” нашриёти, 2010. – 146 бет.
24. Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг Ўзбекистон Республикаси Олий Мажлиси Қонунчилик палатаси ва Сенатининг 2010 йил 12 ноябрдаги қўшма мажлисидаги “Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш ва фуқаролик жамиятини ривожлантириш концепцияси” мавзусидаги маърузасини ўрганиш бўйича ўқув-услугий мажмуа, Т.: “Иқтисодиёт” 2010. – 281 б.
25. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития. –Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – 415 стр.
26. Александров А.Ю. Международный туризм. Учебное пособие. - М.: Аспект Пресс. 2004. -470 с.
27. Балабанов И.Т. Балабанов А.И. Экономика туризма. Учебное пособие. -М.: Финансы и статистика. 2003. - 176 с.
28. Биржаков М.Б. Введение в Туризм: Учебник. - СПб.: «Издательский дом Герда». 2006. – 512 с.
29. Гуляев В.Г. Правовое регулирование туристской деятельности. - М: Финансы и статистика. 2006. -304 с.
30. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе. Учебное пособие. - М.: КНОРУС. 2005. - 192 с.
31. Здоров А.Б. Экономика туризма. -М.: Финансы и статистика. 2004. -266 с.
32. Козырев В.М., Зорин И.В., Сурин А.И. и др. Менеджмент туризма. Экономика туризма. Учебник. -М: Финансы и статистика, 2004. -253 с.
33. Мирзаев. Р. Солнце путешествует по миру чтобы рассеять тени. – Т.: Ипак “Шарқ”. 2005. -230 с.
34. Норчаев А. Халқаро туризм. Ўқув қўлланма. –Т.: ТДИУ. 2007. - 235 б.
35. Самойленко А.А. География туризма: Учебное пособие. - Ростов на Дону: «Феникс». 2006. – 368 с
36. Сапожникова. Е.Н. Страноведение: Теория и методика туристского изучения стран. –М.: КНОРУС. 2005. -240 с.
37. Сенин В.С. Организация международного туризма. -М.: Финансы и статистика. 2004. - 400 с.

38. Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма: Учебное пособие. – М.: КНОРУС. 2005. – 448 с.
39. Travel Guide Uzbekistan – Tashkent: National Company Uzbekturizm. 2008. -10 p.

VII. Statistika to‘plamlari ma’lumotlari

40. Основные показатели развития туризма в 2009 г. ВТО. – Мадрид. 2010. -30 с.
41. Tourism: 2020 vision. –Madrid. 1997-2010. -21 с.

VIII. Internet saytlari

42. www.bashepro.ru – выставки, конференции
43. www.interunion.ru – туристские ассоциации
44. www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация
45. www.wttc.org – Всемирный Совет по путешествиям и туризму
46. www.e-tours.ru – деловые туры, выставки, конференции
47. www.travel-library.com – Электронная библиотека путешествий