

O`zbekiston Respublikasi Oliy va O`rta



Maxsus Ta`lim Vazirligi



Buxoro Davlat universiteti



Ijtimoiy-iqtisodiy fakulteti

Iqtisodiy ta`lim va turizm kafedrası

Himoyaga ruxsat etildi

Kafedra mudiri _____ i.f.n. dots. H.R.HAMROEV

Fakultet dekani _____ i.f.n. dots. A. T. Jo`rayev

« ____ » _____ 2014 yil

BITIRUV MALAKAVIY ISHI

Mavzu: Ekoturizmni rivojlantirishda marketingning o`rni.

Bajardi: 5811700 –“SERVIS” (turizm va mehmonxona xo`jaligi bo`yicha)

yo`lanishi 4 kurs “T” guruhi bitiruvchisi Sharifova Shahloxon

Ilmiy rahbar, o`qituvchi

O` N. Mahmudova

Himoya sanasi

D.A.K.ning bahosi

« ____ » _____ 2014yil

D.A.K.ning xulosasi

Buxoro – 2014

Ijtimoiy-iqtisodiy fakulteti
Mehmonxonaxo'jaligini tashkilot va boshqarish yo'nalishi
4-T guruhtalabasi
Sharifova Shahloxon tomonidan tayyorlangan
"Ekoturizmni rivojlantirishda marketingning o'rni" mavzusidagi bitiruv
malakaviy ishiga

TAQRIZ

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. Yurtimiz qanchalik go'zal ekoturistik resurslariga ega bo'lganiga qaramay, turizm va ekoturizm sanoat, ishlab chiqarish, qishloq xo'jaligi, transport va boshqa mamlakat makroiqtisodiy tarmoqlar qatori o'zining munosib o'rniga egallashishiga erishishimiz bugungi kunning asosiy vazifasidir. Hozirgi va kelajak avlodlarning ekologik xavfsizligi va barqaror rivojlanishini ta'minlash uchun tabiatdan turistik yo'nalishda oqilona foydalanish. Barqaror rivojlanuvchi O'zbek ekoturizm marketing strategiyalarini ishlab chiqish.

Birinchi bobda Ekoturizmning mohiyati va ekoturizm bozorining xususiyatlari nazariy jihatdan o'rganilgan bo'lib, ekoturizmga qo'yiladigan mezonlar va ekoturizm bozorining o'sish tendensiyalari tahlil qilingan. Ikkinchi bobda Ekoturizm marketing profili o'rganilib chiqilgan. Unda 4 "P" asosida Ekoturizm marketing muhiti, Xorijiy mamlakatlar ekoturistik marketingini bilish maqsadida Malayziya ekoturizmi marketing tahlili bilan yaqindan tanishib chiqilgan. Uchinchi bobda O'zbekistonda ekologik turizmning rivojlanish istiqboli haqida so'z borib, O'zbekistonda ekologik turizmning rivojlanishi shart-sharoitlari haqida me'yoriy qonuniy hujjatlar asosida yoritilgan, O'zbekistonda ekoturizm marketingi tahlili va "O'zbek ekoturizm jozibasi" logotipi yaratilgan.

Talaba Sharifova Shahloxon bitiruv malakaviy ishi talabga to'la javob beradi va himoyaga tavsiya etiladi.



5 ujn

"Связующий междисциплинарный"
директор Р. Н. Бакаева

Ekoturizmning rivojlanishida marketingning usullaridan foydalanish

Kirish

I bob. Ekoturizmning mohiyati va ekoturizm bozorining xususiyatlari

1.1. Ekoturizmga qo`yiladigan mezonlar

1.2. Ekoturizm – turizmning barqaror rivojlanuvchi shakli sifatida

1.3. Ekoturizm bozorining o`shish tendensiyalari

II. bob. Ekoturizmning marketing profili (Malayziya misolida)

2.1. Ekoturizmda marketing muhiti (4 “P” asosida)

2.2. Malayziya ekoturizmi marketing tahlili

III bob. O`zbekistonda ekologik turizmning rivojlanish istiqboli

3.1. Mamlakatimizda ekologik turizmning rivojlanish shart-sharoitlari

3.2. O`zbekistonda ekoturizm marketingi tahlili

3.3. ”O`zbek ekoturizm jozibasi” logotipi

Xulosa va takliflar

Foydalanilgan adabiyotlar ro`yxati

Annotatsiya

Ilova

KIRISH

Tozalik- Sog`lik garovi!

Tartib- hammasidan ustun!

Bugungi kunda mehmondo`stlik sanoati jahon tovar va xizmatlar eksportida yuqori o`rinlarni zabt etgan sohadir. Xalqaro turistik oqimlar yiliga 1 mlrd kishidan ortgan va bu ko`rsatgich, shubhasiz, barqaror o`sib boradi. Ta`kidlash joizki, bu mamlakatimizga tashrif buyurayotgan xorijiy sayyohlar sonini ortishiga xizmat qiladi. Operativ statistika ma`lumotlariga asosan, 2013-yilda O`zbekistonga 1977600 xorijiy sayyoh tashrif buyurgan. Turistik xizmatlar umumiy hajmi 2012-yilga nisbatan 16%ga ortdi. Xizmatlar eksporti esa 9%ga ortgan. 2014-yil boshida turistik xizmat ko`rsatuvchi tashkilotlar umumiy soni 900 birlikdan oshgan, jumladan, 400dan ziyod mehmonxona xo`jaliklari va 500 ta turistik kompaniyalar faoliyat yuritib kelmoqda.

Vatanimiz boy qadimiy va salobatli tarixiy madaniy yodgorliklarga ega bo`lish bilan birqatorda, benazir va ko`rkam tabiiy landshaftlari, noyob va o`ziga xos flora va faunasi, har bir fasli o`zgacha betakror bo`lgan yil mavsumlari, ta`mi bir umr tilga qoladigan xushta`m meva va sabzavotlari, zilol suvlari, viqorli tag`lari, umuman o`zgacha tabiati mavjud. Bu esa o`z navbatida, yurtimizda ekoturizm sanoatini yo`lga qo`yishga katta potensial borligidan dalolat.

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 tadbiiq qilish maqsadida Tabiatni muhofaza qilish Davlat qo`mitasi «O`zbekiston Respublikasida ekologik turizmni rivojlantirish Konsepsiyasi va uning yaqin kelajakdagi istiqbollari»ni ishlab chiqdi.

Yurtimiz qanchalik go`zal ekoturistik resurslariga ega bo`lganiga qaramay, turizm va ekoturizm sanoat, ishlab chiqarish, qishloq xo`jaligi, transport va boshqa mamlakat makroiqtisodiy tarmoqlar qatori o`zining munosib o`rniga egallashishiga erishishimiz bugungi kunning asosiy vazifasidir.

Tadqiqotning dolzarbligi. O`zbekistonda xorijiy va mahalliy ekoturistlarni jalb qilishda ko`plab resurslar mavjud: Flora va Faunaga boy bo`lgan cho`l, qir adir va qo`riqxonalar, tog`

cho'qqilari va daryolar, ko'plab shifobaxsh mineral suv manbalari - ekoturizmni faol jadal rivojlantirish uchun katta potentsialdir.

Yurtimizning o'ziga xos ekologik resurslariga yetarli darajada ekoturistik nazari bilan qaralmayotganligi, ko'plab ekoturistik manzilgohlarning imkoniyatlaridan to'laligicha amalda qo'llanilmayotganligi va mahalliy aholi va yoshlarga ekologik turizm madaniyatini shakllantirish, tabiatga bo'lgan muhabbatni uyg'otish va uni asrab avylash bo'yicha chora – tadbirlarni ishlab chiqishning zarurligi.

Ayni paytda mamlakatimizda sayyohlikning ekoturizm, ekstremal, ma'rifiy, madaniy va jismoniy sayohatlar kabi turlari ham izchil rivojlanmoqda. Sayyohlar orasida alpinistlar, chang'i sportiga qiziquvchilar ko'paymoqda. Yurtimizga tashrif buyurayotgan sayyohlar tarixiy, madaniy, diniy sohaga oid ko'plab foydali va qiziqarli ma'lumotlarga ega bo'lishi mumkin. Shuningdek, Farg'ona vodiysi, Bo'stonliq, Zomin, Urgut, Kitob, Boysun, Qizilqum kabi hududlarda tog`, sport, ekoturizm va rekreatsiyani rivojlantirish uchun yetarli shart-sharoitlar bor. Ammo bu hududlardagi¹ ekoturistik tabiiy resurslardan to'laligicha va samarali ishlatilmayotganligi, hamda hudud doirasida zamonaviy eko marshrutlarning yo'qligi va xizmat ko'rsatish darajasining segmentlashmaganligi dolzarb muammolarga olib kelmoqda.

Tadqiqotning maqsadi. Hozirgi va kelajak avlodlarning ekologik xavfsizligi va barqaror rivojlanishini ta'minlash uchun tabiatdan turistik yo'nalishda oqilona foydalanish. Barqaror rivojlanuvchi O'zbek ekoturizm marketing strategiyalarini ishlab chiqish.

Maqsadga erishish uchun qo'yilgan vazifalar:

- ✧ *Ekoturizm tushunchasi, kategoriyalari, mohiyati va xususiyatlarini yoritish;*
 - ✧ *Aholining tabiatni asrab avaylashi va uni kelajak avlodga butunligicha yetkazishiga ekoturizm orqali erishish;*
 - ✧ *Ekoturizm marketing muhiti bilan tanishib chiqish;*
 - ✧ *O'zbekistondagi ekoturistik muhit va uning kelajak istiqbollarini tahlil qilish;*
 - ✧ *Ekoturizm sanoati rivojlangan xorijiy mamlakatlar tajribasidan foydalanib, O'zbekistonning ekoturistik marketing muhitini tahlil qilish;*
 - ✧ *Yangidan – yangi ekoturistik mahsulotlar, ekoturizm bozorlari va xorijiy ekoturistlarga erishish;*
 - ✧ *O'zbekistonning ijobiy ekoturistik imdjini yaratish;*
-

- ⊠ *Ekoturistik olg`a siljitishdagi muammolarni aniqlash va ularning yechimini izlab toppish;*
- ⊠ *“O`zbek ekoturizm jozibasi” logotipini yaratish.*

Tadqiqot obyekti – ekoturizm rivojlantirishda ekoturistik marketing muhitini (ekoturistik mahsulot, bozor, narx , promotion, ekoturist xulq atxorini) o`rganib chiqish bo`lib, **predmeti esa** ekoturizmni rivojlantirishning ilg`or marketing tahlillari asosida O`zbekistonning xaridorbob ekoturistik mahsulotlarni yaratish va ekoturistlarga taqdim etish usullaridir.

Bitiruv ishining tarkibi. Bitiruv malakaviy ish tuzilishi jihatidan kirish , uchta bob, 9 paragraf, xulosa va takliflar, foydalanilgan adabiyotlar ro`yxati hamda ilova qismlaridan iborat. Birinchi bobda Ekoturizmning mohiyati va ekoturizm bozorining xususiyatlari nazariy jihatdan o`rganilgan bo`lib, ekoturizmga qo`yiladigan mezonlar va ekoturizm bozorining o`shish tendensiyalari tahlil qilingan. Ikkinchi bobda Ekoturizm marketing profili o`rganilib chiqilgan. Unda 4 “P” asosida Ekoturizm marketing muhiti, Xorijiy mamlakatlar ekoturistik marketingini bilish maqsadida Malayziya ekoturizmi marketing tahlili bilan yaqindan tanishib chiqilgan. Uchinchi bobda O`zbekistonda ekologik turizmning rivojlanish istiqboli haqida so`z borib, O`zbekistonda ekologik turizmning rivojlanishi shart-sharoitlari haqida me`yoriy qonuniy hujjatlar asosida yoritilgan, O`zbekistonda ekoturizm marketingi tahlili va ”O`zbek ekoturizm jozibasi” logotipi yaratilgan. Shu barcha muammolarni yechimi izlanib, istiqbolli takliflar kiritilgan. Shuningdek, bitiruv malakaviy ishida – 11ta jadval, 6ta chizma va 14 ta rasmlar mavjud.

I bob. Ekoturizmning mohiyati va ekoturizm bozorining xususiyatlari

1.1. Ekoturizmga qo'yiladigan mezonlar

Ekoturizm shakllanishida ommaviy turizmning tabiiy va madaniy- tarixiy turistik resurslarga bo'lgan antropogen bosimning kuchayishi asosiy rol o'ynaydi. Bu bosim turistik o'sishga to'g'ri proporsional tarzda o'sadi. Butunjahon Turistik Tashkiloti (BTT)ning XXI asr turizm rivojlanishi bashoratlari ko'rsatkichi tahlili asosida aniqlanishicha, bu o'sish turistik talabni qondirish hamda turistik resurslardan ratsional foydalanish haqidagi savollarga teskari tarzda o'zgaradi.

Ommaviy turizmning atrof-muhitga va turistik resurslarga salbiy ta'siri 1970-yillardayoq o'tkazilgan xorijiy tadqiqotlarda qayd etilgan. Bugun kunga kelib antropogen pressing va uning o'sishi amaliy jihatdan turizmning barcha turlarida va turizm sanoatining barcha sektorlarida yaqqol ko'zga tashlanmoqda. Masalan, 1973-1983-yillarda ushbu sabab bilan Polsha turistik suv yo'llari hajmini daryo va ko'llar orqali 40% ga, dengiz orqali esa 70% ga qisqartirdi. Zararlangan o'rmonlar hajmi 60% ga yetdi. 1976- yilda turistlarga xizmat ko'rsatuvchi avtotransport qatnovi natijasida AQSHning Balinger kanyonida yerning hosildor grunt qatlamining yemirilishi odatdagidan 86 marta oshib ketgan. Jahon iqtisodiyotining globallasuv jarayonining o'sishi Yerning geografik qobog'idagi negative o'zgarishlar bilan bir xil temp asosida sodir bo'lyapti, jumladan:

- iqlimiy o'zgarishlar;
- tuproq degradatsiyasi;
- ekosistemaning buzilishi va bioxilma-xillikning kamayib borishi;
- suv, tuproq va havo tarkibining ifloslanishi;
- inson faoliyati natijasida ro'y bergan tabiiy ofatlar;
- nazorat qilib bo'lmas aholi o'sishi hamda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning notekisligi;
- aholi sog'lig'ga zarar yetkazuvchi omillarning ko'pligi;
- energiya va boshqa tabiiy zaxiralarning cheklanganligi.

Yuqoridagi muammolar xarakteridan kelib chiqib, ularni milliy yoki mintaqaviy darajada hal etish imkonsizdir.

Muammo aktualigi hisobidan tabiiy va madaniy-tarixiy turistik resurslardan oqilona foydalanishga bag'ishlangan ommaviy tashviqotlar, konferensiya va yig'ilishlar soni ham ortdi. Faqatgina 1999-yilning o'zidayoq chet elda yuqoridagi mavzuga bag'ishlangan 400 dan ziyod materiallar chop etildi. Bir necha yillik tadqiqotlar natijasida 1996-yilda BTTning Tutizm va sayohat Muttasil izlanishlar natijasi o'laroq 1996-yilda BTT, ButunJahon Sayohat va Turizm Vazirligi(WTTC), "Yashil Dunyo" tashkiloti tomonidan XXI asrda turizmningbarqaror rivojlanish konsepsiyasi "Agenda 21 for travel and tourism industry"ni ishlab chiqishdi. Bu dastur turizm bo'yicha milliy ma'murlar,turistik va savdo tashkilotlari hamda turistik mahsulotlar xaridorlariga yo'naltirilgan. Konsepsiya182 hukumat a'zolari qatnashgan BMT ning atrof-muhit va rivojlanish boyicha 1992-yil 14-iyunda o'tkazilgan" 21-asrda turizm va sayohat sanoatining kun mavzusi"("Повесткедня 21 для индустрии туризма и путешествий") programmasi asosiga qurilgan.

Barqaror rivojlanish deganda, turistik resurslarga zarar yetkazmasdan holda ro'y beradigan jarayon tushuniladi.Bu holat resurslarni tasarruf etish tezligida qayta tiklash yoki sekin tiklanadigan resurslarni tezda tiklashga erishish boshqaruviga imkon yaratadi.

"Kun mavzusi 21" quyidagilarni o'z tarkibiga qamrab oladi:

- ✚ sayohat va turizm sanoati turistik biznes asosi bo'lmish tabiiy va madaniy resurslar himoyasini qat'iy talab qilib, so'zsiz shart etib qo'yadi;
- ✚ barqaror rivojlanish strategiyasini tuzishda barcha hukumat a'zolarining, sanoatlarning, nodavlat –notijorat tashkilotlarining o'zaro kelishib bamaslahat ish yuritishlari lozimligini uqtiradi;
- ✚ masalaning birinchi darajali ko'lamini, aniq maqsadlar va ularga erishish yo'l-yo'riqlarini belgilab beradi;
- ✚ davlatlataro, sanoat va nodavlat tashkilotlarining hamkorliklari muhimligiga alohida urg'u berib, turizm va sayohatning strategik-iqtisodiy nafliligi analiz qiladi, raqobatbardosh turizm sanoatini yaratishdan ko'zlanayotgan ulkan yutuqlarni qo'lga kiritishni ta'minlaydi.

Hujjat turizmni rivojlantirishda quyidagi prinsiplardan foydalanishga chaqiradi:

- - sayohat va turizm insonlarga tabiat va jamiyatning uyg'unligini asrashga yordam berishi lozim;
- -sayohat va turizm ekosistemani tiklashga, himoya qilishga,asrashga o'z hissasini qo'shishi lozim;

- -sayohat va turizm ishlab chiqarish va iste'molning hayotiy modellariga asoslanishi lozim;
- -sayohat va turizm xizmatlari savdosida proteksionizm siyosati qisman yoxud butunlay o'zgartirilishi lozim;
- -atrof-muhitni asrab avaylash turizm rivojlanishining eng muhim jarayoniga aylanishi lozim;
- -turizmni rivojlantirishdagi muammolar ular bilan qiziqqan shaxslar ya'ni mahalliy aholi ishtirokida hal etilishi lozim, qarorlar mahalliy darajada ham ahamiyatga molik bo'lishi shart;
- - davlatlar bir-birlarini turistlar va turizm sohasiga bevosita daxldor munosabatlar yuzasidan yuzaga keladigan tabiiy ofatlardan ogohlantirishlari lozim;
- -sayohat va turizm sohalari ayollar va mahalliy aholini bevosita ish o'rinlari bilan ta'minlashga qodir bo'lishi lozim;
- -turizmning rivojlanishi mahalliy aholi madaniyati hamda qiziqishlarini ta'minlashi va qo'llab quvvatlashi lozim;
- -sayohat va turizm sanoati huquqiy tomondan atrof muhitni asrashning xalqaro normalariga asoslanishi lozim.

Milliy ma'murlarning turizm bo'yicha amalga oshirishlari kerak bo'lgan asosiy ishlari yo'nalishlari 9 qismga ajratilgan:

1. Turizmning hayotiyligini ta'minlash maqsadida mavjud bo'lgan turistik infrastrukturaning qamrab olishini baholash.
2. Tur tashkilotlar rivojlanishini iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy va tabiiy ta'minotchilarini baholash.
3. Barqaror rivojlanishning ilmiy, amaliy va ijtimoiy tushunilishi.
4. Barqaror rivojlana oladigan turizmni rejalashtirish.
5. Rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlararo barqaror rivojlanadigan turizm texnologiyalari, tajribalari hamda ma'lumotlari bilan tezkor almashishni ta'minlash.
6. Jamiyatning barcha bo'g'imlarini rivojlanish jarayonida qatnashishini ta'minlash.
7. Turmahsulotlarini yaratishda barqaror rivojlanish prinsiplariga asoslanish.
8. Barqaror rivojlanish maqsadiga erishish ko'lamini mahalliy darajada o'lchash.
9. Barqaror rivojlanish maqsadida o'zaro hamkorlik qilish.

O'z yo'lida turistik kompaniyalar uchun quyidagi 10 masala muhim qilib qo'yilgan:

- 1) Tabiiy turistik resurslar ishlatilish resikulyatsiya jarayonini va qayta ishlanishini minimumga yetkazish;
- 2) Ishlatiladigan energiyani boshqarish va asrab qolish;

- 3) Chuchuk suv resurslarini boshqarish;
- 4) Oqar suvlarni boshqarish;
- 5) Xavfli vositalarni boshqarish;
- 6) Transport va transpartirovkani boshqarish;
- 7) Yerdan foydalanishni boshqarish va rejalashtirish;
- 8) Atrof muhit muammolarini yechishda ishchilar, mijozlar va mahalliy aholini jalb etish;
- 9) Barqaror rivojlanish projektlarini yaratish;
- 10) Barqaror rivojlanish maqsadida o`zaro hamkorlik qilish.

Mahalliy hokimiyatlarga, sanoatlarga, nodavlat tashkilotlarga va ommaviy axborot vositalariga yo`naltirilgan ushbu hujjat dunyo bo`ylab keng tarqaldi. Ushbu hujjat qabul qilinganidan so`ng uning amaliy tadbir`init a`minlash maqsadida dunyoning barcha mintaqalarida 5 yillik rivojlanish dasturi ishga tushdi. Dastlaki London (1997-yil fevral) hamda Jakarta (1997-yil noyabr) da o`tkazilgan uchrashuvlar quyidagi to`xtamlarga kelishga izn berdi:

- turizm sanoati o`zining oqilona boshqaruvi bilan barqaror rivojlanish dasturiga o`z hissasini qo`shishga real potensialga ega soha hisoblanadi. "Kun mavzusi 21" sohaning rivojlanishiga asosiy hujjat sifatida keng targ`ib etilishi, undagi ko`rsatmalar barcha tarafdorlar tomonidan bajarilishi ta`minlanishi lozim;
- iste`molchilar, turistik tashkilotlarning davlat hamda xususiy bo`limlari orasidagi qalin hamkorlik aloqalari talab etiladi;
- barqaror rivojlanishni ta`minlashda progress yutuqlarini ulkan miqdordagi baholash sistemalariga ehtiyoj seziladi;
- barqaror turizm maqsadi yo`lida turistik infratuzilmalar kengaytirilishini nazorat etib boorish lozim;
- ekologik soliqlar adolatli hamda tahqirlanmas darajada bo`lishi lozim, qo`lga kiritilgan daromadlar esa kelajakdagi turizm atrof muhitni asrab avaylash maqsadlari uchun sarf etilishi lozim;
- xalqaro, milliy, mahalliy organlar moliyaviy ko`mak berish jarayonida iqtisodiy yordamning ne chog`lik barqaror rivojlanishga qaratilganligini nazorat etib borishlari lozim;
- barqaror rivojlanish bo`yicha zamonaviy tadqiqotlar turoperatorlik ishini mustahkamlashga qaratilishi lozim;
- atrof muhitni himoya qilish ta`limi ayniqsa mehmonxona va turistik firmalarga kadrlar tayyorovchi muassasalarning asosiy maqsadiga aylanishi lozim;
- reklama iste`molchilarni undovchi sanoatlarni yangi prisiplar asosida ishlashga majbur etuvchiasosiy kuch hisoblanadi;
- "Kun mavzusi 21" ni keng ko`lamda targ`ib etish uning umumbashariyligini ta`minlaydi.

Turizmning barqaror rivojlanish prinsiplari BTT ekspertlari 1997-yildan ishlay boshlashgan "Turizmning global etika kodeksi"da o'z aksini topgan. Hujjatning kirish so'zi sifatida quyidagilar qayd etilgan, "jahon turistik sanoatining vakillari, davlatlar delegatlari, BTT a'zolarining hududlari, tashkilotlari, bo'linmalari, jamiyatlari turizmning barchaga ochiq bo'lgan, qat'iy, javobgarlik asosida rivojlanish maqsadini tantanali ravishda qabul qiladilar. Bu rivojlanish sayohat va hordiq chiqarishga bo'lgan huquqni barcha xalqlarning umumiy sayloviga hurmat va adolatli o'rnatib, javobgarlikni his etgan holda va jahon turistik tartibning qat'iyligiga amal qilib ochiq va raqobatli jahon iqtisodiy bozori sharoitida jamiyatning barcha sektorlariga foyda keltiradigan harakatga hurmat doirasida bo'lishini ta'minlaydilar."

Barqaror rivojlanish muammolari ayniqsaturizm gataaluqli unikal tabiiy obyektlarivamo'jizal ariborbo'lgan, tabiiy qo'riqxonalar uchun muhim hisoblanadi. Bunday hududlar atrofida yashovchi aksariyat aholining daromadi sayyohlar oqimidan shakllangan bo'ladi. Bu holat tog'li va tog'oldi hududlari uchun ko'proq xarakterlidir. 2002-yilning BMT Bosh Assambleyasi tomonidan Xalqaro Tog' yili hamda Xalqaro Ekoturizm yili sifatida e'lon qilingani ham tasodif emas. Bu ikki tantanali tadbirlarning o'tkazilishi barcha qiziqqan tomonlarning mavjud bo'lgan maksimal potensial natijalarga erishishlariga katta imkoniyatlar ochadi.

2002-yil BMT Atrof- muhit bo'yicha Konferensiyasining 10 yilligini va keyinchalik prorammaning amalga oshishi hamda rivojlanishi uchun zamin yaratib bergan "Kun mavzusi 21" qabul qilingan Rio-de-Janeyro rivojlanishini nishonladi.

Barqaror rivojlanish konvensiyasi bilan bir qatorda turizm bo'yicha ko'plab ekspertlar ham tasdiqdan o'tishdi. Shu orada "qat'iy rivojlanish" atamasi qabul qilindi. Ko'pchilikka ma'lumki, zamonaviy turizm ko'rinishlarining asosiy qismi tabiiy turistik resurslar hisobiga to'g'ri keladi. Xorijda bu turlar "nature based tourism" (tabiatga asoslangan turizm) nom ostida birlashtirilgan. O'z navbatida Ekoturizm deb ham atalgan. Jahon tajribasi shuni ko'rsatadiki, ekoturizm barqaror rivojlanish g'oyasini ro'yobga chiqaruvchi haqiqiy instrument hisoblanadi. Lekin shu bilan birga agar u ochko'z va nodon kishilar qo'lida bo'lsa ommaviy turizm keltirgan zarardan ham ko'proq ziyon yetkazadi, chunki uning asnosida oson buziladigan tabiat komplekslari yotadi.

Turizmning tabiat komplekslariga yetkazadigan ta'siri ko'lami vabog'liqligi jihatidan aniqlash qiyin bo'lgan bevosita va bilvosita ta'sirlarga ajratiladi.

Jadval 1. Turizmning tabiat komponentlariga ta'siriga misollar

Komponent	Turizm ta'sirining ko'rinishi	Sabab
-----------	-------------------------------	-------

Tuproq	Hosildor qismning yo`qotilishi Yumshoqlikning kamayishi Namlikning, miroflora haroratining o`zgarishi	Yerning yuza qismining toptalishi, qattiqlashishi va namlikning chiqib ketishi
O`simliklar	Tashqi ko`rinish tarkibining o`zgarishi, o`simliklarning individual xususiyatlaridan kelib chiqib hududlar bo`yicha tarqalishi	Toptalish, o`simliklar va ularning qismlarini (ildizi, urug`I, gullari) turli maqsadlarda terilishi, o`rmon yong`inlari va b.
Suv	Sohil joylari xususiyatlarining o`zgarishi, tubning o`zgarishi, to`planib qolishlar va loyqalanish miqdorining ortishi, organik va kimyoviy tarkibning o`zgarishi	Toptalish, o`rmonlarning kesilishisuv zaxitalarining va suv qurilmalarining yo`qotilishi

Manba: Храбовченко В.В. , "Экологический туризм" kitobi, 9-bet
Bevosita yoki to`g`ridan to`g`ri ta`sir quyidagilardan iborat:

- 1) flora va fauna namoyondalarining ov jarayonida, baliqchilikda yo`q qilinishi, madaniylashtirish maqsadida hududlarni egallab olish natijasida tabiiy yashash sharoitini o`zgartirish, va boshqalar;
- 2) o`simlik va hayvonlarning boqish, sun`iy sharoitlarga moslashtirish, ularning inlari, go`rlariga shovqinlar orqali va boshqa yo`llar bilan ularning tabiiy yashashiga xalaqit berish;
- 3) insonning maishiy mahsulotlari (mehnat qurollari, organik ozuqalarchiqindilarivab.), xo`jalik faoliyat natijasida (o`rmonlarni kesish, tuproqgata`sir qilishvab.) keltirilgan vatarqatilgan kasalliklar va infeksiyalarta`siri.

Bilvosita ta`sirlar quyidagilardan iborat:

- 1) tabiiy yashash muhitining o`zgarishi;
- 2) geografik muhit komponentlariga global antropogen ta`sir (suv yuzasi va tuproqning ifloslanishi, o`rmonlarni kesish va eroziyaning rivojlanishi, iqlimning global o`zgarishi, atmosferaning ifloslanishi va boshqalar);
- 3) hayvonlarni sun`iy ajratish, inson tomonidan genlarga ta`sir orqali hayvon va o`simliklar yaratish (mutantlar, genetik o`zgarishlar);

Eng ko`p kichik populyatsiyali, sekin rivojlanadigan kamyob o`simlik va hayvonlar turlari zarar ko`radilar. Tabiatni turizm siyosati orqali boshqarish ham bevosita va bilvosita amalga oshadi. To`g`ridan to`g`ri boshqaruv usuli tashrif buyuruvchilar umumiy sonining tabiiy kompleks ruxsat etilgan turistik yuklamaning qisqartirilishini, turistik tomosha obyektlari

hududlarini va qattiq qo`riqlanadigan tabiiy hududlarni zonalashni, atrof muhit ifloslanishini minimallashtiruvchi maxsus texnologiyalar qo`llanilishini o`z ichiga qamrab oladi. Lo`nda qilib aytganda, bu kuchga asoslangan siyosat (jarimalar, tariflar, bojlar, kvotalar va b.). Bilvosita boshqarish usuli esa turistlar xulq-atvorini o`zgartirish ta`lim darajasini ko`tarish orqali, mahalliy aholi, jonivor va o`simliklarga hurmat yuzasidan munosabatda bo`lish orqali qo`lga kiritiladi va o`z navbatida bu ta`sir chuqurroq hamdir. Har ikkala variantni alohida alohida qo`llaganda kutilgan natijaga erishilmasa, unda ularni birgalikda amalga oshirish zarur.

Ekoturizmning asl ma`nosini anglash o`z navbatida hududlarga quyidagilar orqali ijtimoiy-iqtisodiy naf keltiradi:

- Turizm sanoati singari boshqa qo`shma tarmoqlarda mahalliy aholi uchun qo`shimcha ish o`rinlarining yaratilishi;
 - Mahalliy iqtisodiyotning daromadli qismlarining ortishi (mehmonxona xo`jaligi, umumiy ovqatlanish, transport komplekslari, suvenir ishlab chiqarish, xalq xo`jaligi va b.);
 - Valyutaayirboshlashnirag`batlantirish;
 - Qo`shimchainvestitsiyalarvaishlabchiqarilayotgamahsulotgabo`lgantalabningortishiqishloqxo`jaligihamdaoziqovqatsanoatiningrivojlanishigaolibkeladi;
 - Yashash komunal xo`jaligi hamda transport tashkilotlari xizmatining yaxshilanishi;
 - Turistik resurslardan(turistik e`tiborga molik maskanlar) ratsional foydalanishga o`z navbatida tabiiy himoyalangan hududlarga ham investitsiyalar kiritilishi;
 - Yer maydonlarini o`z holicha tabiiy saqlashga bo`lgan talab orqali intensive qishloq xo`jaligi yuritish;
 - Global kommunikatsiyaning rivojlaishi;
 - Turistikhamjamiyatningdavomlietiboritufaylimahalliytabiiyhamdamadaniymerosniasrab avaylashgayo`naltirilganstimul;
 - Rekreatsionkomplekslariningrivojlanishi,
- buesao`zo`rnidamahalliyaholininghordiqchiqarishiuchunulkansharoitlaryaratadi.

Chizma 1. Ekoturizm omillari orasidagi o`zaro mutanosiblik



Manba: Tadqiqot natijasida olingan ma'lumotlar asosida muallif ishlanmasi.

Chizma 2. Ekoturizm tushunchasining asosiy jihatlari.



Manba: Tadqiqot natijasida olingan ma'lumotlar asosida muallif ishlanmasi

1.2. Ekoturizm – turizmning barqaror rivojlanuvchi shakli sifatida

Keng miqyosidagi tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, “**ekoturizm**” atamasi uzoq yillardan beri yetarlicha yo'lib brogan chegaralar doirasida ishlatilib kelinmoqda. Atamaning ilk bora qo'llanilishi, marketologlar fikricha, sayyohlarni tabiatga aloqador, uniasrashga bag'ishlangan va faol hordiq chiqarishga undash tufayli yuzaga kelgan. Umuman olganda, esa bunda turoperatorlarni tabiatning muhofazasi unchalik ham qiziqitirmagan. Shuning uchun ham “ekoturizm” atamasi uzoq yillar davomida turizm nazariyachilari tomonidan skeptic (shubhali) hisoblangan. Masalan, Kubada ekoturda qatnashgan B. Viller sayyohlar tushlik qilgunlaricha, ya'ni taxminan 1 soat avtobus haydovchisi salonda konditsioner ishlab turishi uchun avtomobil dvigatelini o'chirmaganini qayd etib qo'ygan. Dvigateldan chiqayotgan shovqin hisobiga yaratilgan diskomfort esa o'z navbatida yaqin orada turgan mahalliy aholini xursand etmagani aniq. BTTning Yevropadagi vakili P. Sheklfordning so'zlariga qaraganda, “**ekoturizm**” atamasi turizm sanoatida 10yildan ziyod ishlatilib kelinmoqda. Termin ilk bor Miller 1978-yilda turizmning barqaror rivojlanishi variantlaridan biri sifatida ishlatgani haqidagi tasdiqlar ham bor. Sayohat sifatida tabiatning sivilizatsiya yetmagan burchaklarida bo'lishni ham anglatadi: “ekoturizm”- bu yetarlicha bulg'anmagan va ifloslanmagan tabiatning unikal obyektlari ko'rinishidan bahra olish va rohatlanish, yovvoyi o'sadigan va hayot kechiradigan o'simlik va hayvonlar hayoti bilan tanishish hamda bunday joylardagi har qanaday madaniy ko'rinishga aloqador tushunchadir.. Boshqa holatlarda esa ekologik uyg'unlik va mutanosiblikni ushlab turish vositasi hisoblangan.

Ekoturizm nuqtai nazaridan geografik tafovutlar ham farqlanadi. Rivojlangan mamlakatlardagi ekspertlar- ekoturizm ta'minotchilari eko-turizmga iste'molchilar (mehmonlar), aniqrog'i, ularning xohishlari va rekreatsion talablari nuqtai nazaridan baho berishadi. Qabul qiluvchi mamlakat (mezmonlar) tadqiqotchilari va turoperatorlari ushbu turizmga mamlakatning iqtisodiy ijtimoiy tarmoqlariga keltiradigan foyda nuqtai nazaridan qarashadi. Rossiyada “ekologik turizm” atamasi 80-yillar o'rtalarida Xalqaro Yoshlar Turizm Byurosining “Sputnik” mutaxassislari “Baykal bo'ylab temir yo'l eko turi”, “Goloustnoy daryosi vodiysi bo'ylab eko tur” va boshqa marshrutlar bilan dunyoga kelgan edi. Bu marshrutlar mamlakatdagi dastlabki “ekologik turizm marshturlari” sifatida “Sputnik” kataloglaridan o'rin oldi. O'sha vaqtlarda “Ekologik turizm” atamasi ostida turistlarni tabiatga imkoni boricha kamroq zarar yetkazib, ularni Baykal atrofi hududlari muammolaridan boxabar etish maqsadi ko'zlanar edi, bu esa muammolar yechimiga oz bo'lsada erishishga olib keladi deb o'ylangan.

Ekoturizm terminini birinchi bo'lib V.V. Xrebovchenko fanga kiritgan bo'lib, eng to'g'ri

tushunchani 1997-yil G.S. Gujin, M.Yu. Belikov va E.V. Klimentov bergan: “ *Ekoturizm asosida tabiatni muhofaza etish tashvishlari yotadi*”. Bunday sayohatdagi kamsonli sayohatchilar guruhini turli projeklarni amalga oshirish uchun qilgan ishlarini nazarda tutadi. Bu tushuncha – xalqaro ekoturizm jamiyatining tushunchasiga ham toʻgʻri kelib unda yozilishicha, ekoturizm – “tabiat zonalariga mas’ul sayohat boʻlib, unda mahalliy aholining ijtimoiy ahvoli muhofaza etiladi. **Tabiatni muhofaza qilish Xalqaro Ittifoqi (TMQXI)** ekoturizmni «atrof tabiiy muhitni muhofaza qilish, unga sayr qilganda «ayab» taʼsir koʻrsatish yoʻli bilan madaniy va tabiiy merosni oʻrganish hamda zavqlanish, nisbatan buzilmagan tabiiy hududlarga ekologik mas’uliyatli sayohat», deb tushuntiradi. Sayohatning ushbu turini chuqurroq anglashimiz uchun Xalqaro Ekoturizm Tashkiloti belgilab bergan “Ekoturistning 10 qasamyodi”ni keltirib oʻtamiz:

- 1) Yerning qarshilikka imkonsizligini yodda tutish;
- 2) Faqatgina izlar qoldirib, faqatgina rasmlar etish;
- 3) Tushib qolgan dunyoni uning xalqi madaniyati, geografiyasini oʻrganish;
- 4) Mahalliy aholini hurmat qilish;
- 5) Atrof muhitga ziyon yetkazadigan sanoat mollari xarid qilmaslik;
- 6) Hammavaqt belgilangan yoʻlakchalardan yurish;
- 7) Atrof muhitni himoya qilish programmlarini qoʻllab quvvatlash;
- 9) Tabiatni himoya qiluvchi tashkilotlarni qoʻllab quvvatlash;
- 10) Ekoturizm prinsiplarini qoʻllovchi firmalar bilan sayohat qilish.

Natasha K. Vard ekoturizmning maʼlum taʼriflarini passiv hamda aktivga boʻladi. Birinchisiga u M. Maya taʼrifidan foydalaniladi: “Ekoturizm madaniy va tabiiy turistik resurslarga mahalliy yodgorliklar va tabiatning mahalliy aholi va kelajak avlod uchun saqlanishi muhimligini tan olib muvofiqlashtiradi, stimullar va yordam beradi. Xalqaro asrab qolish jamiya (Международногообществавыживания) fikri esa aktiv tushunchani taʼriflaydi:”Ekoturizm mahalliy aholining turistik hududlariga boʻlgan qiziqishini orttirib, mahalliy flora hamda faunani asrab avaylashga stimullar baxsh etadi.” TMQXIga yaqin tushuncha **Ekoturizm jamiyati** taʼrifida mavjud. U ekoturizmni «mahalliy aholi va undagi tabiatni muhofaza qilishga koʻmaklashuvchi tabiiy hududlarga mas’uliyatli sayohat», deya izohlaydi.

Ekoturizm belgilari spektrini butunligicha koʻzga tashlanadi:

- Sayohatchi oʻz sayohati davomida tabiatni oʻrganadigan har qanday sayohat;
- Tabiat asosiy qiymat hisoblangan sayohat;
- Ekoturizmdan keladigan foyda atrof muhitni himoyalashni moliyalashtirishga yoʻnaltiriladi;

- Ekoturistlar tabiatni asrash yoki qayta tiklash ishida shaxsan ishtirok etadilar;
- Ekotur- bu barcha harakatlar ekologik mayin hisoblangan sayohat.

“Tabiat turizmi”, “Mayin turizm”, “Yashil turizm”, “Mas’ul turizm”, “Agroturizm” kabi atamalar ham Ekoturizm atamasining ko`rinishlari hisoblanadi, yoki ularning ma`nolari shunchalik bir biriga yaqinki, also biror chegara kiritish qiyin. Ekoturizm jamiyatining raisi D. Vestern ma`lum qilishicha: “Hech qachon turizm hamda ekoturizm tushunchalari orasida biror qat’iy farq bo`lmaydi. Ekoturizm o`zini turistik bozorga eng yaxshi amallarni keltiruvchi va butun dunyoga naf keltirish bo`yicha oldigi qatorda turuvchi bo`g`im bo`lishi shart.”

Markus Endikott ko`rsatilgan tushunchani quyidagichani taklif etgan: “Qat’iy aytganga, ekoturizm- bu atrof muhitga kamroq antropogen ta`sir bilan sayohat qilish yoki tabiatga turlardir. ” ***Butunjahon yovvoyi tabiat jamg`armasi ekoturizmni*** «atrof-muhitni muhofaza qiluvchi tabiiy turizmdir» deydi.

O'zbekistonda xalqaro Ekosan jamg'armasi huzurida «Ekosan-tur» markazi 2002-yildan buyon faoliyat yuritib kelmoqda. U barcha davlat va nodavlat organlari bilan birgalikda Respublikamizning go'zal tabiat maskanlariga sayohatlarni uyushtirish, fuqarolarimizni o`zga yurt tabiati bilan tanishtirishni o'z oldiga maqsad qilib qo'ygan. «Ekosan-tur» xalqaro markazi «Ekoturizm va barqaror rivojlanish» mavzusida davlat idoralari, shaxsiy turistik firmalar va kompaniyalar, jamoat tashkilotlari, diplomatik korpus hamda xalqaro tashkilotlar rahbarlari va vakillari ishtirokida 2005-yil mart va 2006-yil iyul oylarida Toshkent shahrida xalqaro konferensiya hamda ommaviy bayramlarni o'tkazdi.

Konferensiyada kelajakda O'zbekistonda ekoturizmni rivojlantirish uchun tavsiyalar ishlab chiqildi va ular tegishli davlat organlari hamda turistik kompaniyalarga mazkur tadbirlarni amalga oshirish uchun taqdim etildi.

Ekoturizm o'z mazmun va mohiyatiga ko'ra shaxslarning turg'un yashab turgan joylaridan muayyan (ekologik) maqsadlarni ko'zlagan holda o'zga tabiiy obyekt (joy va makonga) ga qilgan sayohatlari. Bu o'rinda ikki masalaga aniqlik kiritib olish maqsadga muvofiq. Bular *sayohatchi*, *sayyohlik* tushunchalari Kishilarning qanday harakatlari aynan sayyohlikka kiradi.

O'zbekiston Milliy ensiklopediyasida unga turizm deb ta'rif berilgan¹. *Kishi sayohatchi bo'lishi uchun doimiy yashash joyidan pul to'lanadigan faoliyat bilan shug'ullanmagan holda 24 soatdan 6 oygacha bo'lgan uzluksiz muddatga vaqtinchalik yashash joyiga (mamlakatga) borib kelishi yoki u yerda kamida bir tunni o'tkazishi zarur*². Ekologik sayyohlik - zamonaviy turizmning yangi yo'nalishlaridan³ biri bo'lib, oxirgi o'n yillikda butun dunyoda keng miqiyosda rivojlanmoqda. Ma'lumotlarga qaraganda⁴, u sayyohlik bozorining 10—20% ini qamrab olgan, o'sish sur'ati esa umumiy turizm industriyasining o'sish sur'atidan 2—3 marotaba yuqori,

Shuningdek, ekoturizm atrof-muhit muhofazasining samarali vositasi va barqaror rivojlanishning mustahkam «kaliti»dir. Ekoturizm birinchi navbatda tabiat bilan bevosita muloqotda bo'lishga, uning go'zalligini va salbiy hodisalarini his etishga, tabiat qo'ynida faol dam olish va ekotizimlarni tiklash inson uchun qanchalik katta ahamiyat kasb etishini anglashga qaratilgandir.² Ekoturizmning maqsadi ham, - hozirgi va kelajak avlodlarning ekologik xavfsizligi va barqaror rivojlanishni ta'minlash uchun turistik yo'nalishlarda tabiatdan oqilona foydalanish, uni qayta tiklash va muhofaza qilishdir. «Bugun, - degan edi O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimov, — XXI asr bo'sag'asida ekologik xavfsizlik, inson bilan tabiat munosabatlarini to'g'ri yo'lga solish muammolari har qachongidan ham dolzarb masala bo'lib turibdi. Zero, bu muammoning yechilishi barcha xalqlarning manfaatlariga daxldordir, jahon sivilizatsiyasining buguni va kelajagi ko'p jihatdan shunga bog'liqdir»⁴.

Barcha ta'riflarni umumlashtirganimizda, V. V. Xrabovchenko fikricha, ekoturizmning asosiy 3 tarkibi yaqqol namoyon bo'ladi:

- 1) "Tabiatni anglash", sayohat tabiatni bevosita idrok etishga imkon yaratib, sayyohlarga yangi bilim va ko'nikmalar beradi;
- 2) "Ekosistemani asrab qolish" faqatgina ekoturda ishtirok etgan turistlarninggina emas balki atrof muhitni asrash bo'yicha o'tkaziladigan tadbirlar va dasturlar ishtirokchilari hamda turoperatorlarning xulq atvoriga ta'sir;
- 3) "Mahalliy aholi qiziqishlariga hurmat" – mahalliy aholining faqatgina turmush tarsi va qonun qoidalariga hurmat emas, balki o'sha yerning madaniy ,ijtimoiy, iqtisodiy sharoitiga turistik destinatsiyalarni rivojlantirish orqali ijobiy ta'sirga ega bo'lish;

Sayohatchi bo'lish san'ati- yaxshi mehmon bo'lish san'atidir. Bu haqda turizm bo'yicha o'tkazilgan ingliz yoshlari konferensiyasining logotipida ham eslatib o'tilgan.

¹ O'zbekiston Milliy ensiklopediyasi. — T.: «O'zME davlat ilmiy nashr.», 2004, 7-son. 428-b.

²Yuridikensiklopediya. — T.: «Sharq», 2001. 457-b.

³ *Ердаветов С.Р.* География туризма: история, теория, методы, практика. — Алматы: «Изд КазНУ», 2000. — 336 с.

⁴*I.A. Karimovning.* YUNESKO Ijroiya Kengashi 155-sessiyasining yakunlovchi majlisida 1998-yil 6-noyabr daso'zlagan nutqidan // Biz kelajagimizni o'z qo'limiz bilan quramiz. - T.: «O'zbekiston», 1999. 193-206-b.

Rasm 1. Turizm bo'yicha o'tkazilgan ingliz yoshlari konferensiyasining logotipi



Bizning bayramimiz – ularning uylari.

Tajriba shuni ko'rsatadiki, dunyoning turli mintaqalarida o'tkaziladigan tabiatni asrab avaylash tadbirlari u yer tabiati ustida emas balki u yerlik aholi qarashlari ustida ish olib borish kerak, ya'ni mahalliy aholini o'z atrof muhitlarini asrab avaylashlari, boshqarishlaridagi faolliklarini oshirishdan manfaatdor qilish zarur. Yuqoridagi komponentlardan hattoki birining ham bo'lmagan paytda ekoturizm haqida gap ham bo'lishi mumkin emas.

Jadval 2. Ba'zi Ekoturizm ta'riflarining ba'zi kamchiliklar

Ta'rif	Kamchiliklar
Milliy parklar va boshqa tabiat obyektlariga o'simliklar va hayvonlarni hamda mahalliy aholi madaniyatini tomasha qilib bahra olish maqsadida tashrif	Mahalliy aholi qiziqishlari hamda ekosistemaning asralishi nazarda tutilmagan
Bilish sayohati, inson faoliyati yetib borib buzmagani tabiatni o'rganish hamda ekosistemani asrash haqidagi	Mahalliy aholi qiziqishlariga hurmat ifodalanmagan
Mas'ul turizm, tabiiy muhit obyektlarini asrab avaylovchi hamda mahalliy aholi turmush darajasini yaxshilovchi turizm	Turistlarni tabiatnin o'rganishi istisno etilgan
Turizmning yetarlicha bulg'anmagan va ifloslanmagan tabiatning unikal obyektlariga peyzajdan bahra olish va rohatlanish, yovvoyi o'sadigan va hayot kechiradigan o'simlik va hayvonlar hayoti bilan tanishish hamda bunday joylardagi har qanaday madaniy ko'rinishga aloqador tushunchasi	Mahalliy aholi qiziqishlari hamda ekosistemaning asralishi nazarda tutilmagan
Nisbatan tegilmagan tabiat qo'yniga, uni zararlamasdan, davomiy himoyani ta'minlagan hoda sayohat	Mahalliy aholi qiziqishlariga hurmat ifodalanmagan

Atrof muhitga ta'sirli bo'lgan turizm	Mahalliy aholi qiziqishlari hamda ekosistemaning asralishi nazarda tutilmagan
Tabiatning tarixi va madaniyatni tushunish maqsadidagi, iqtisodiy nafni bir chekkaga surib va ayni vaqtda ekosistemaga zarar yetkazmasdan sayohat qilish	Mahalliy aholi qiziqishlariga hurmat ifodalanmagan

Manba: Храбовченко В.В., "Экологический туризм", 15-bet.

Yuqorida qayd etib o'tilganidek, "Ekoturizm" atamasi olimlar, turizm nazariyotchilari tomonidan emas balki, marketologlar tomonidan taklif etilgan, bundan chiqdi bu atama ekoturlarga xaridor bo'lgan ekoturistlar talabidan shakllangan. Agarda ilgari soha rivojiga turizm faoliyatini yurituvchi tashkilotlar hissador bo'lishgan bo'lsa, ekoturizm tabiatni o'rganish va uni asrab avaylash istagida bo'lgan insonlar tomonidan ilgari surilgan. Bundan ko'rinib turibdiki, ekoturizmyangi, iqtisodiy jihatdan turoperatorlar faoliyatiga yangicha stimul baxsh eta oladigan soha. Sarguzasht turizmi jamiyati (The Adventure Travel Society) vakili Jeyms Pirsons o'zlari beixtiyor ko'zoldimizda gavdalanadi: "Ekologik mas'ul turizmdan farqli boshqa har qanday atama turizm sohasidan yiroq bo'lgan shaxslar ta'rifidir. Ular tabiatga ziyon yetkazmasdan va mahalliy aholini hurmat qilib turistik ehtiyojlarni qondirishni hatto tasavvurga keltira olmaydilar."... "Shubhasiz, iqtisodiyot – turizmning xavfsizlik kamaridir." V. V. Xrabovchenko bo'yicha esatara'rif quyidagicha: "Ekoturizm- turizmningshunday turiki, turistik talabning tabiatni o'rganish va ekosistemanis aqlashehtiyojinimahalliy aholi qiziqishlari bilan qondirish tushuniladi."

Hozirgi vaqtda ekoturizm va ekoturlarning 4 turi ajratiladi.

1. **Ilmiy turizm.** Turistlar ilmiy turizm jarayonida turli xildagi tabiat tadqiqotlarida qatnashib, dala nazoratlarini olib borishadi. Masalan, keng miqyosda mashhur bo'lgan ekoturlar Lotin Amerikasi noyob qushlari harakatlarini kuzatish, Tinch okeanida kitlar ko'payishini nazorat qilish. Qonun bunday ekoturlar turistik destinatsiyalar Qattiq qo'tiqlanadigan tabiiy hududlar (QQTH) doirasida: qo'riqxonalar, ta'sirga o'ta sezuvchan maxsus tabiiy hududlar, milliy parklar va tabiiy yogorliklarda kechadi. Ilmiy turizmda xorijiy ilmiy tadqiqot ekspeditsiya vakillari, institute va universitetlarning tabiiy ilmiy fakultetlarda tahsil oladigan talabalari qatnashadilar.

2. **Tabiat tarixiga sayohatlar.** Bu sayohat atrof muhitni va mahalliy madaniyatni o'rganish bilan bog'liq. Bunday turlar o'zining ta'limga aloqadorligi mashhur ilmiy va tematik ekskursiyalar,

maxsus ekologik sharoitlar doirasida kechishi bilan farqlanadi. Ular ham ko`proq qo`riqxonalar va milliy parklar hududlarida o`tkaziladi. Aynan bu turda maktab o`quvchilarini uchratish mumkin. Ular o`qituvchilari hamda gidlar yordamida tabiat va uning ajoybotlari to`g`risida ekskursiyalar va suhbatlar o`tkazishadi. Ekoturizmning bu turi ayniqsa Germaniyada mashhur, Bekorga uning ikkinchi nomi “Ekoturizm rivojlanishining nemis modeli” emas.

3. **Sarguzasht turizmi.** Turizmning bu turi faol harakat bilan va tabiat qo`yniga sayohat (outdoor), yangi taassurotlar olish, turistning fiziologik ko`rinishini yaxshilash hamda uning sportdagi yutuqlar natijalariga bog`liq bo`lgan barcha sayohatlarni umumlashtiradi. Bu yerga alpinizm, cho`qqiga chiqish, muzda yurish, speleoturizm, tog` turizm, piyoda turizm, suv, chang`I tog` chang`ilari turizmi, kanyonning, ot turizmi, mountbayk, dayving, paraplanerizm va boshqalar tegishlidir. YUqoridagi turlarning ko`pchiligi yaqinda paydo bo`lgan bo`lib, tavakkal bilan bog`liq bo`lganligi uchun ekstremal hisoblanadi. Shu bilan birga bular ekoturizmning tez ommalashadigan, qimmat bo`lishiga qaramasdan ko`p foyda keltiradigan turi bo`lib hisoblanadi. Sarguzasht turizmi, turistlarning sarguzashtga chanqog`I tufayli tabiatni asrab avaylash motivlariga mos kelmasdan, tez- tez “og`ir ekoturizm” deb ham ataladi. Hozirgi vaqtda sarguzasht turizmi jahon bozorida sarguzasht turizmi bu–oddiygina sarguzashtlar bilan sayohat emas, balki noodatiy elementlar bilan, g`ayrioddiy holatlarda sayohat qilish tushuniladi. Ayni o`sha turoperator bozorning ushbu segmentiga mo`ljallab, o`rmon bo`ylab dabdabali piyoda turdan , Antarktida bo`ylab ekspeditsiyalargacha tashkil etishi mumkin. Masalan, mashhur ingliz turo operatori “**Exodus**” quyidagi sayohat turlarini taqdim etadi:

- **Discovery and Adventure Holiday**–planetamizning uzoq oyoq yetmagan hududlariga faol harakatlar bilan sayohat.

- **European Destinations**–qisqa va qimmat bo`lmagan turlar Yevropaning QQTH velo yoki piyoda sayohat.

- **Walking and Trekking**–sarguzasht turizmining tipik ko`rinishi. Bu maxsus ekologik yo`laklar orqali piyoda va yuklarsiz bo`ladigan turizm, bunda yuklar maxsus shaxslar yoki ulovlar orqali tashiladi.

- **Multi Activity Holidays**–sezilarli jismoniy yuklamalar talab qiladigan o`rtacha 1 hafta davom etadigan sayohat. Bunga:rafting, kanyonning, speleologing, cho`qqiga tirmashib chiqish, baliq ovi, djipping va h.k.

- **Overland**–bir necha davlatlarga maxsus yashash sharoiti mavjud bo`lgan avtomobillarda sayohat. (Afrika, Janubiy Amerika, Janubiy-Sharqiy Osiya davlatlariga asosan uyushtiriladi.)

4. **QQTH, Tabiiy qo`riqxonalariga sayohat.** QQTHdagi tabiiy obyektlar va ajoybotlarning yuqori darajadagi unikalligi, ekzotikligi hamda o`ziga tortishi ko`plab turistlarni maftun etib kelmoqda. Masalan, Lotin Amerikasiga tashtif buyuruvchi sayyohlarning 48%i tabiiy qo`riqxonalar maqsadida sayohatga chiqqan. Milliy parklar, qo`riqxonalari boshqaruvchilari ekologik ekskursiyalarni haqiqiy shouga aylantirishyapti. Misol sifatida AQSHdagi Yellotouns milliy parkini keltirish mumkin. U yerda geyzerlar faolligini minutlargacha hisobga olib ekskursiyalar tashkil etiladi. Tabiiy obyektlarga ayniqsa g`orlarda ekskursiyalar turli chiroqlar, musiqa, aborigenlar hayotidan parchalar ko`rsatiladigan teatrlashtirilgan sahnalar hamohangligida tashkil etiladi. Ekoturizmning ushbu turi Avstraliyada juda rivojlangan, shuning uchun ham uni "Ekoturizm rivojlanishining Avstraliya modeli" deyishadi.

1.3. Ekoturizm bozorining o`shish tendensiyalari

BTT ma`lumotiga asosan, 1993- yil xalqaro sayohatlarning 7%i ekoturizm hisobiga to`g`ri kelgan, Xalqaro resurslar instituti hisob kitoblariga binoan har yili jahon turizmi ekoturizm tashriflari soni 4%ga, undan keladigan iqtisodiy foyda 10-30%gacha ortadi. Yuqori ko`rsatkichlar Osiyo-Tinch okeani hududlari turistik regioniga to`g`ri keladi. Muttaxassislar fikricha, 40%dan 60%gacha xalqaro turistlar ekoturizm maskanlari markazlariga tashrif buyurishadi, ulardan 20-40% yovvoyi tabiatning turistik resurslariga o`z sayohatlarini mo`ljallashgan.

Bir vaqtning o`zida aynan shu temp asosida ov va baliq ovi turizmi hajmi ham o`shib bormoqda. Fikrimiz dalili sifatida, Xalqaro Safari klubi (SCI), jahon bo`yicha eng katta ov jamiyati, har yili o`rtacha 500 ta yangi a`zoga ega bo`ladi.

Jahon ekoturizm bozori o`shish dinamikasi. Xalqaro ekoturizm tashkilotlarida faoliyat yurituvchi AQSH turoperatorlari tadqiqotlari ma`lumotlariga asoslanib shuni aytish mumkinki, 1987-yil 78 turkompaniyalardan atigi 3 tasi yiliga 1000 dan ziyod mijozga xizmat ko`rsatgan. 1992-yilgi o`shish 80-yillar o`shishining 125%ni tashkil etgan. 1994-yilga kelib 35 kompaniya yiliga 1000dan ortiq xalqaro ekoturistlargaxizmat ko`rsatgan, bozorni 40%ini yiliga 49012mijozga xizmat ko`rsatgan firmalar o`z qo`liga olgan.

Nepalda 1980-1991 yillar mobaynida trekking turlarga qatnashgan turistlar soni 255%ga ortdi. Masalan, 2000-yil bahorida Everest hududi atrofida 50 ta xalqaro ekspeditsiyalar o`tkazilgan. Har yili Qirollik ekoturizmdan 200 mln AQSH dollari foyda ko`radi. Kosta-Rika, ekoturistlar qabul qilish bo`yicha yetakchi bo`lgan mamlakat, har yili ekoturizm tashtiflari soni 781 ming ta ortadi. Mamlakatga tashrif buyuruvchi sayyohlarning 66%i QQTHda sayohat qiladilar. Gondurasda har yili ekoturistlardan keladigan daromad yiliga 13-15% gacha o`sadi.

Keniyada 1983-1993- yillar oralig`ida ekoturistlar soni 45%ga o`tdi. Mamlakatga tashrif buyuruvchi 80% dan ortiq sayyoh tabiiy turistik resurslarga qiziqish bildirgan.

Ma`lumki, turmahsulot istemolchisining marketing profilini aniqlashda uning turni tanlashdagi psixologik, xulq- atvor va motivatsion aspektlari xususiyatlarini namoyon etish zarur. Bu tur firmalarga marketing strategiyasining 5 asosi (tovar,narx, joy, olg`a surish, omma bilan aloqa)ni belgilab olishga imkon yaratadi. Xalqaro ekoturist marketing profilini yaratish Xalqaro Ekoturizm Jamiyati (TIES) buyurtmasiga asosan Amerika konsalting firmasi "HLA&ARA" tomonidan olib borilgan.Natijada ekoturistni (asosan Yevropa va AQSH) ifodalovchi quyidagi xususiyatlar aniqlandi:

- yosh 35-54 atrofida;
- iste`molchilarning jinsiy strukturasi 50% ayollar, 50% erkaklarni tashkil etadi;
- m`alumoti- minimum kollejni bitirgan;

-sayohatni 60% insonlar juft bo`lib, 15%i oila bilan, 13% yolg`izlikda amalga oshirishni istashgan;

- Tur davomiyligi o`rtacha 8-14 kunbo`lgan;
- eko sayohatga sarflanadiganpul 1-1,5 AQSH dollarini tashkil etadi, bu o`z navbatida boshqa sayyohlar sarflashga tayyor bo`lgan puldan ancha ortiq;
- turning attraktiv elementlari –yovvoyi tabiat, tirik tabiatni o`rganish, piyoda sayohat, trekking, madaniyat o`choqlarini o`rganish, mahalliy aholi tarixini o`rganish kabilar tajribali ekoturistlar uchun xos bo`lib, oddiy havaskorlar esa peyzajdan rohatlanish, tabiatning o`zi uchun yangi va noyob qirralarini kashf etish motivlari eko sayohatga otlanishga turtki bergan.

Keyingi tadqiqotlar mijoz tanlovini amalga oshiruvchi ekoturning eng muhim 3 elementlarini bilishga imkon yaratgan:

- 1) bo`lajak sayohat hududining unikalligi;
- 2) professional gid hamrohligiga ega bo`lish;
- 3) aktiv dam olish imkonining mavjudligi (sayrlar, piyoda yoki otda yurish, sport turizmi mashg`ulotlari bilan shug`ullanish va h.k.).

Mahalliy aholi madaniyatiga qiziqadigan ekoturistlar uchun qdimiy vayronalar,muzeylar va mahalliy aholi vakillari bilan uchrashuvlar ehtimoli yuqori bo`ladi. 10% dan ziyod tajribali ekoturistlar gidning malakasini sayohatga chiqish motivatsiyasida eng yuqori o`rinlarga qo`yadilar.Bu ko`pchilik tur firma mijozlarining ular tashtif buyuradigan joy tabiati,madaniyati va tarixi haqidagi ma`lumotlar kamligidan qilgan shikoyatlari bilan bog`liq.

Ekoturistlarning rekreatsion ehtiyojlari jadallik bilan o`zgarishi alohida e`tiborga molik:

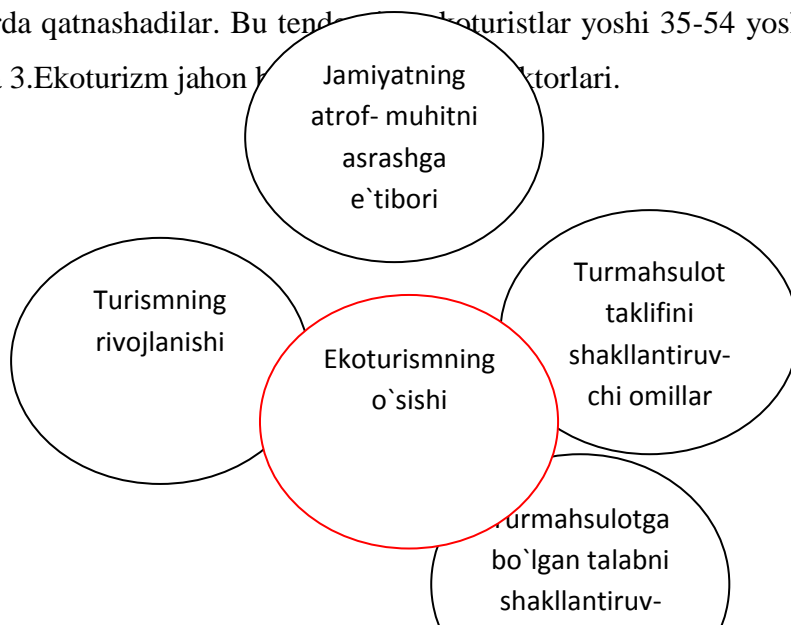
Faqatgina 45% turist o`zining keyingi sayohatini oldingiday o`tishini xohlaydi. Qolganlari har doim biror yangilik yoki sarguzashtni izlab murojaat etishadi. Shuning uchun turoperatorlar katta tajribaga ega bo`lgan turistlar ehtiyojiga nozik yondoshib, ular uchun doimiy ravishda yangi programmalar yaratib eskilarini esa havaskor ekoturistlar uchun qoldirishlari kerak.

Tajribali ekoturistlar, yuqorida qayd etganimizdek, bir necha faol hordiq chiqarish elementlarini (trekking, otda yurish, rafting, kanyonning, va b.) o`zida qamrab olgan, ayniqsa, suvda kechadigan turlarga e`tiborlarini qaratishadi. Joylashuv maskanlari tanlovi kelganda, 40% ekoturistlar qishloq uylarida, 27% palatali lagerlarda, 21% qulay mehmonxonalarda, 33% esa oddiy mehmonxonalarda tunashni afzal k`orishadi. Kanada turizm xizmati ma`lumotlariga ko`ra, sarguzasht turizmi ixlosmandlarining 41% i kottej yo qishloq kulbalarida, 40% dan ortig`i esa palatkali lagerlarda yo maxsus qisqa muddatli yotoqlarda tunashni xohlashlarini qayd etishgan.

Xalqaro sayohatlar dinamikasini, xalqaro turistik tashkilotlar (WTO, WTTC) prognozlarini, xalqaro ekspertlar fikrlarini analiz etib, hozirgi kun xalqaro turizm va ekoturizmning quyidagi tendensiyalarni belgilash mumkin. BTT "Tourism Vision 2020" prognoziga ko`ra, 2020-yilga kelib xalqaro turistik tashriflar soni 1,6 mlrd birlikkacha o`sadi. 2000-yilda 702 mln xalqaro tashriflar kutilgan bo`lsa, 2010-yilda bu ko`rsatkich 1,018 mlrd, 2020-yilda esa 1,6 mlrd tashrif kutilgan. Bu 1996-yildagidan 3 marta ko`p (592mln tashrif) degani. Shu o`rinda mamlakatlarda turizm sohasini rivojlantirish yanada oshayotganiga tayanib, bu ko`rsatkichlar yanada ortadi degan farazlar ham yo`q emas. Yaqin kelajakda turizmning eng ommabop turlari kruizlar, ekologikturlar, sarguzasht, bilish hamda tematik turizm bo`lishi nazarda tutilyapti.

Ko`plab mualliflar turmahsulotga bo`lgan talab nafaqa yoshidagi (senior) insonlar guruhi tomonidan o`sishi mo`ljallanmoqda. Bo`sh vaqtning ko`pligi, moddiy to`yinganlik, ijtimoiy hamda psixologik gedonizatsiya bularning hammasi kelajak avlodga optimistic ruhda qarashni bildiradi. Seniorlarning ko`pchiligi ayniqsa, AQSH, Germaniya, Yaponiya nafaqaxo`rlari ekoturlarda qatnashadilar. Bu tendensiyalar ekoturistlar yoshi 35-54 yoshlar oralig`ini ko`rsatiladi.

Chizma 3. Ekoturizm jahon k...





Manba: Tadqiqot natijasida olingan ma'lumotlar asosida muallif ishlanmasi.

Turizmning global bozoriga kirmoqchi bo'lgan mamlakat va regionlar uchun narx raqobatini yengib o'tish bir muncha qiyin bo'ladi. Bozorning uncha katta bo'lmagan hamdan yetarlicha mablag'ga ega bo'lmagan vakillari o'zlarining xarajatlarini zo'rg'a qoplashlari yoki biror bir foyda ko'rishlari biroz mushkul, ular o'z mahsulotlarini juda past narxlarda taklif etishlariga to'g'ri keladi. Bundan kelib chiqib, region tabiiy muhiti hamda madaniy o'ziga xosligi sababli bozorga taklif etilayotgan turistik mahsulotlarning yangi sifatlarining roli oshib boradi.

Talab diversifikatsiyasiga borib taqaluvchi bu tendensiya regionalizatsiya sifatida qayd etilishi mumkin. Regionalizatsiyaning ijtimoiy- iqtisodiy natijalari turizm globalizatsiyasi salbiy effektlariga qarama- qarshi tushuncha hisoblanadi. Uning ijobiy roli shundaki, ma'lumki, faqatgina madaniy emas, balki ekologik aspect jihatidan ham ommaviy va sanoatlashgan jahon turizmi allaqachon ko'plab noxushliklarni olib kelgan va bu hol hozirgacha davom etyapti, ko'plab turistik regionlar tabiiy ekosistemalari buzilishiga katta ta'sir ko'rsatib kelmoqda.

Dunyoning turli makro regionlarida bir xil bo'lmagan temp asosida hamda intensivlikda rivojlanib borayotgan turistik globalizatsiya jarayoni bugungi kunda va kelajakda ham turlicha rol o'ynaydi. Ayniqsa, Yevropa davlatlari uchun bu kam ahamiyatli bo'lib, hozirda turmahsulotning juda ahamiyatli bo'lgan regional diversifikatsiyasi uchun xarakterlidir. Buni Yevropa qit'asiga yo'nalgan hamda undan butun dunyo tomon harakatlanayotga sayyohlik oqimidan ham bilish mumkin.

Shuni belgilab o'tish zarurki, 1996-yilgi BTTning 2000- yil prognozlari real turistik oqim o'sishi va intensivlik darajasi ko'rsatkichdan farq qilgan ya'ni, Yevropada o'sha yili bu ko'rsatkich 403,3 mln kishida yetgan, bu esa prognozlangan natijadan 50mln kishiga ortiqdir. Bu shuni anglatadiki, turizm sohasidagi globalizatsiya kutilganidan ko'ra katta templar asosida rivojlanib bormoqda.




Qit'alararo turistik oqimlar ham kutilganidan ancha ko'p ya'ni, Yevropa va Shimoliy Amerika qit'alri aro oqimlar 30mln kishiga, Shimoliy Amerika va Janubiy-Sharqiy Osiyo orasida 10mln kishiga ortiqdir. Oqimlar oshish tempida Janubiy-Sharqiy Osiyo liderlik qilmoqda.

Bu ketishda, qit`lar aro turistik oqimlar o`rtacha 22%dan 27%gacha ortib, Afrikada-5,5%ga, Amerika uchun 3,9%ga, Janubiy-Sharqiy Osiyoga 6,5%ga, Yevropa uchun 3,0%ga, Janubiy Osiyo uchun 6,2%ga ortishi kuzatiladi.

BTTning 2020-yilga qilgan prigozi bo`yicha, Osiyoga bo`lishlar soni Yevropaga tenglashib, Xitoy eng ko`p tashrif buyuriladigan mamlakat sifatida Fransiyani ortda qoldirib, eng katta sayyoh uzatuvchi mamlakatlar orasida to`rtinchi bo`lishi kutilmoqda. Jahon Ekoturizm bozori haqida ma`lumotga ega bo`lish uchun avvalo, dunyo Turizm statistika ma`lumotlarini ko`zdan kechirish foydadan xoli emas.

Xalqaro turistik tashriflar 2012-yilda 1.035 mlrd ga yetgan, bu esa 2011-yil ko`rsatkichi 983 mlndan ortiqdir. 2011-2012-yillarda xalqaro sayohatga bo`lgan talab 2000-yillar resessiyadan keyingi pasayishdan tuzalishda davom etdi. 2008-yilning birinchi yarmidagi 5%li o`shishdan so`ng, xalqaro turizm oqimi salbiy tomonga o`zgara bordi va yiliga 2%li ko`rsatkich bilan yil yakunlandi.(Taqqoslash uchun bu ko`rsatkich2007 yilda 7%ni tashkil etgan). Salbiy holat 2009-yil davomida chuqurlashib, ba`zi mamlakatlarda H1N1 grip virusi tufayli yanada ahvolni og`irlashtirdi va butun dunya bo`yicha 2009-yil xalqaro sayohatlarga jo`nashni 4.2%ga (880mln), xalqaro turizm qabul qilishni 5.7%ga tushirib yubordi.

Jadval 3. BTT quyidagi 10 ta mamlakatni xalqaro turistlar tashrifi bo`yicha lider davlatlar sifatida belgilagan.

O`rin	Mamlakat	<u>BTT</u> Hududi	Xalqaro turistik tashriflar (2012)	Xalqaro turistik tashriflar (2011)	O`zgarish (2011 - 2012) (%)	O`zgarish (2010- 2011) (%)
1	 Fransiya	Europe	83.0 million	81.6 million	▲ 1.8	▲ 5.0
2	 Qo`shma Shtatlar	North America	67.0 million	62.7 million	▲ 6.8	▲ 4.9
3	 Xitoy	Asia	57.7 million	57.6 million	▲ 0.3	▲ 3.4

O`rin	Mamlakat	BTT Hududi	Xalqaro turistik tashriflar (2012)	Xalqaro turistik tashriflar (2011)	O`zgarish (2011 - 2012) (%)	O`zgarish (2010- 2011) (%)
4	 Ispaniya	Europe	57.7 million	56.2 million	▲ 2.7	▲ 6.6
5	 Italiya	Europe	46.4 million	46.1 million	▲ 0.5	▲ 5.7
6	 Turkiya	Europe	35.7 million	34.7 million	▲ 3.0	▲ 10.5
7	 Germaniya	Europe	30.4 million	28.4 million	▲ 7.3	▲ 5.5
8	 Birlashgan Qirollik	Europe	29.3 million	29.3 million	▼ 0.1	▲ 3.6
9	 Rossiya	Europe	25.7 million	22.7 million	▲ 13.4	▲ 11.9
10	 Malayziya	Asia	25.0 million	24.7 million	▲ 1.3	▲ 0.6

Manba: <http://www.world-tourism.org> sayti

Xalqaro turizm tushumlari 2011-yilda 1.035 trln dollargacha oshdi (€740 mlrd), real ko`rsatkichlar 2010-yilga qaraganda 3.8%ga o`sgan.

Jadval 4. BTT ma`lumotlariga asosan quyidagi mamlakatlar xalqaro turizmdan eng ko`p daromad olgan davlatlardir.






O`rin	Mamlakat	BTT Hududi	Xalqaro turizm tushumlari (2012)	Xalqaro turizm tushumlari (2011)	O`zgarish (2011 - 2012) (%)	O`zgarish (2010 - 2011) (%)
-------	----------	---------------	---	---	--------------------------------------	--------------------------------------






O`rin	Mamlakat	BTT Hududi	Xalqaro turizm tushumlari (2012)	Xalqaro turizm tushumlari (2011)	O`zgarish (2011 - 2012) (%)	O`zgarish (2010 - 2011) (%)
1	 Qo`shma Shtatlar	North America	\$126.2 milliard	\$115.6 milliard	▲ 9.2	▲ 11.7
2	 Ispaniya	Europe	\$55.9 milliard	\$59.9 milliard	▼ 6.6	▲ 14.0
3	 Fransiya	Europe	\$53.7 milliard	\$54.5 milliard	▼ 1.5	▲ 16.2
4	 Xitoy	Asia	\$50.0 milliard	\$48.5 milliard	▲ 3.2	▲ 5.8
—	 Makao	Asia	\$43.7 milliard	\$38.5 milliard	▲ 13.7	▲ 38.3
5	 Italiya	Europe	\$41.2 milliard	\$43.0 milliard	▼ 4.2	▲ 10.9
6	 Germaniya	Europe	\$38.1 milliard	\$38.9 milliard	▼ 1.9	▲ 12.1
7	 Birlashgan Qirollik	Europe	\$36.4 milliard	\$35.1 milliard	▲ 3.7	▲ 8.2
—	 Gan Kong	Asia	\$32.1 milliard	\$27.7 milliard	▲ 16.0	▲ 24.6
8	 Avstraliya	Oceania	\$31.5 milliard	\$31.5 milliard	▲ 0.2	▲ 8.1
9	 Tayland	Asia	\$30.0 milliard	\$27.1 milliard	▲ 9.6	▲ 25.9

O`rin	Mamlakat	BTT Hududi	Xalqaro turizm tushumlari (2012)	Xalqaro turizm tushumlari (2011)	O`zgarish (2011 - 2012) (%)	O`zgarish (2010 - 2011) (%)
10	 Turkiya	Europe	\$25.6 milliard	\$25.0 milliard	▲ 2.4	▲ 10.1

Manba: <http://www.world-tourism.org> sayti

Jadval 5. BTT quyidagi davlatlarni 2012-yilning Xalqaro Turizm Sarflari bo`yicha top o`ntalikka kiritgan.

O`rin	Mamlakat	BTT Hududi	Xalqaro turizm sarflari (2012)	Xalqaro turizm sarflari (2011)	Bozordagi ulushi (%)	O`zgarish (2011 - 2012) (%)
1	 Xtoy	Asia	\$102.0 milliard	\$72.6 milliard	9.5	▲ 28.9
2	 Germaniya	Europe	\$83.8 milliard	\$85.9 milliard	7.8	▼ 2.5
3	 Qo`shma Shtatlar	North America	\$83.5 milliard	\$78.2 milliard	7.8	▲ 6.4
4	 Birlashgan Qirollik	Europe	\$52.3 milliard	\$51.0 milliard	4.9	▲ 2.5
5	 Rossiya	Europe	\$42.8 milliard	\$32.9 milliard	4.0	▲ 23.2

O`rin	Mamlakat	BTT Hududi	Xalqaro turizm sarflari (2012)	Xalqaro turizm sarflari (2011)	Bozordagi ulushi (%)	O`zgarish (2011 - 2012) (%)
6	 Fransiya	Europe	\$37.2 milliard	\$44.1 milliard	3.5	▼ 15.7
7	 Kanada	North America	\$35.1 milliard	\$33.3 milliard	3.3	▲ 5.2
8	 Yaponiya	Asia	\$27.9 milliard	\$27.2 milliard	2.6	▲ 2.6
9	 Avstraliya	Oceania	\$27.6 milliard	\$26.7 milliard	2.6	▲ 3.3
10	 Italiya	Europe	\$26.4 milliard	\$28.7 milliard	2.5	▼ 8.1

Manba: <http://www.world-tourism.org> sayti

Havo yo'llari ma'lumotlariga asosanib MasterCard Global Destination Cities Index quyidagi shaharlarni 2013-yilning eng mashhur turizm destinatsiyalari sifatida qayd etgan.

Jadval 6. Eng mashhur turizm destinatsiyalari.

O`rin	Mamlakat	BTT Hududi	Xalqaro turizm tashriflari
-------	----------	------------	----------------------------

O`rin	Mamlakat	BTT Hududi	Xalqaro turizm tashriflari
1	 Bangkok	Asia	15.98 million
2	 London	Europe	15.96 million
3	 Parij	Europe	13.92 million
4	 Singapur	Asia	11.75 million
5	 Nyu York City	North America	11.52 million
6	 Istanbul	Europe	10.37 million
7	 Dubai	Asia	9.89 million
8	 Kuala Lumpur	Asia	9.20 million
9	 Hong Kong	Asia	8.72 million
10	 Barcelona	Europe	8.41 million

Manba: <http://www.world-tourism.org> sayti

Jadval 7. MasterCard quyidagi shaharlarni 2013-yilda dunyoning turizmdan eng ko`p daromad olgan shaharlari sifatida qayd etadi.

O`rin	Shahar	BTT Hududi	Xalqaro turistlar xarajatlari
-------	--------	------------	-------------------------------

O`rin	Shahar	BTT Hududi	Xalqaro turistlar xarajatlari
1	 New York City	North America	\$18.6 milliard
2	 London	Europe	\$16.3 milliard
3	 Parij	Europe	\$14.6 milliard
4	 Bangkok	Asia	\$14.3 milliard
5	 Singapur	Asia	\$13.5 milliard
6	 Tokyo	Asia	\$12.7 milliard
7	 Seul	Asia	\$10.8 milliard
8	 Dubai	Asia	\$10.4 milliard
9	 Sidney	Oceania	\$10.4 milliard
10	 Barcelona	Europe	\$8.9 milliard

Manba: <http://www.world-tourism.org> sayti

Global Turizm hajmi: Butun dunyo iqtisodiyotining eng katta biznes sektori hisoblangan Turizm va Sayohat Industriyasi dunyoning 230 million ish o`rni hamda butun dunyo yalpi milliy mahsulotining 10%ini tashkil etadi.

Ekoturizm : Tabiiy muhitni asrab, mahalliy aholi farovonligini oshirish maqsadida tabiiy hududlarga mas`ul sayohat. (TIES,1990)

Global ekoturizm hajmi:

1990-yillar boshlarida ekoturizm 20-34% yiliga o`tdi

2004-yilda tabiat turizmi turizm industriyasidan 3 marta tezroq o`tdi.

Xalqaro bozorda Tabiat turizmi yiliga 10-12% o`syapti.

Ekoturizm, tabiat, meros, madaniy, sarguzasht, qishloq turizmini o`z ichiga olgan empiric turizm keyining 20 tillikda eng tez o`sadigan soha bo`ladi.

United Nations Environmental Programme(UNEP) va Conservation International turizmning kengayishi asosan qolgan tabiiy hududlarda bo`lishini ko`rsatib o`tishdi.

Barqaror turizm jahon sayohat bozorining 25% ini egallab, yillik 473.6mlrd dollar qiymatga ega bo`ldi.

Ekoturizm iqtisodiyoti va Ommaviy Turizm:

Dominika, Karib oldi davlatlariga tashrif buyurgan kichik, tabiiy xavfsiz qo`noqlarda boshpana topgan "stay over" sayyohlari o`z sayohatlari uchun kruiz passajirlaridan ko`ra 18 marta ko`proq pul sarflashadi .

Indoneziyaning Komodo milliy parkiga mustaqil sayyohlar har kelishlarida qariyb 100 dollar sarflaydi, package holidaymakerlar esa shuning yarmicha. Taqqoslash uchun kruiz kema tashuvlar mahalliy iqtosodga atigi 3 sent foyda keltirishadi.

All inclusive package turlarning 80%i havo yo`llari, mehmonxonalar va boshqa xalqaro kompaniyalarga tegadi. Eko-boshpana ijarasi va mahalliy savdo esa foydaning 95%ini mahalliy iqtisodiyotga borishini ta`minlaydi.

Madaniy sayohatga chiqqan turistning kunlik sarf hajmi (\$90), oddiy tur a`zolari (\$67), plyaj dam oluvchilari (\$62)dan ancha ko`p.

II. bob. Ekoturizm marketing profili (Malayziya misolida)

2.1. Ekoturizm marketing muhiti (4 “P” asosida)



1.Product-Ekoturizm mahsuloti.

Tabiat ekoturizmning asosiy resursi hisoblanadi. Milliy parklar, qo`riqxonalar, biosfer qo`riqxonalar, qo`riqlanadigan tabiiy landshaftlar, tabiiy parklar va boshqalarning umumiy atalishi *qo`riqlanadigan tabiiy hududlar (QTH)* bugungi kun ekoturizm rivojlanishining asosiy omilidir. Butun jahon QTH ning ma`muriy, ilmiy, asraladigan, yordamchi tuzilmalari ekologik turizmning asosiy ustanovkalarini amalga oshiradi; ta`minlaydi, ya`ni: rekreatsion tabiatni asrashning suiste`mol qilmaslik, Rasm 2. *Nurato Tog` Lolalari.* ekologik ta`lim, mahalliy aholini turistik jarayonga jalb etish, insonlarni tabiiy ofatlardan saqlash kabi maqsadlarga yo`nalgan.

Milliy parklar yaratish fikri XIX asr oxirlarida AQSHda dunyoga kelgan. Dunyoning birinchi milliy parki Yellowstone milliy parki bo`lib, u 1896-yilning sentyabrida Montano shtatining Daymondd –siti mahalliy aholisining joy haqidagi qiziqarli mishmishlaridan paydo bo`lgan. 1872-yilning 1-martida AQSH kongressi tomonidan hududga “maxsus qo`riqlanadigan, xo`jalik faoliyati taqiqlangan va umumxalq rohatlanishi va bahra oladigan” joy degan maqom berilgan.

Milliy parklar g'oyasi industrial asrning boshlarida insoniyatni o'ylantira boshlagan. Bebaho tabiatni texnika faoliyati bilan buzilishidan asrash uchun uni davlat nazorati ostiga olish zarur edi. QTH lar sirasiga quyidagilar kiradi:

- Milliy parklar;
- Tabiiy parklar;
- Tabiiy davlat qo'riqxonalari;
- Tabiat yodgorliklari;
- Dendrologik va botanic bog'lar;

Sog'lomlashrish va salomatlik uchun foydali joylar va kurortlar.

Rasm 3. *Xitoy Panda Ayiqlari.*



1. Ilmiy qo'riqxonalar/Qattiq nazoratga olingan qo'riqxonalar – tabiatni himoya qilish, undagi tabiiy jarayonlarni, genetic resurslarning evolyutsion holatini, ekologik tasavvurni shakllantirish asrab qolish o'z holicha ilmiy tadqiq etib kelajak avlodga beshikast yetkazish maqsadida yaratiladi.

2. Milliy park- ma'lum milliy va xalqaro ahamiyatdagi tabiiy landshaftni ilmiy, tadqiqot va dam olish maskani sifatida saqlab qolish maqsadida yaratiladi. Parklar katta maydonni egallab, u yer inson faoliyati natijasida ro'y beradigan buzilishdan asraladi va tijorat maqsadiga yo'naltirilmaydi.

Rasm 4. *Sahara Cho'li.*

3. Tabiat yodgorligi/ tabiiy diqqatga sazovor joy – milliy ahamiyatga ega bo'lgan tabiat yodgorliklarini asrash va saqlash maqsadida yaratilib, ulat uncha katta bo'lmagan hududni egallab, unikal xususiyatga va beqiyos qiziqishga sabab bo'lgan rayonlardir.

4. Boshqariladigan qo'riqxonalar/ yovvoyi hayvonlar qo'riqxonasi – ma'lum tur, to'da yoki zotlarni asrab qolish maqsadida tabiiy sharoit bilan ta'minlangan joy bo'lib, unda insonning spesifik qatnashishi talab etiladi, ba'zi hollarda bir qancha resurslardan foydalanishga ruzsat etiladi.

5. Qo'riqlanadigan landshaftlar – yerda inson va yer hamkorligi uyg'unlashgan milliy ahamiyatdagi tabiiy landshaftlarni asrash maqsadida yaratilib, u yerda sayohat va dam olish maqsadida imkoniyatlar mavjud bo'lgan hamda oddiy hayot tarzi orqasidan iqtisodiy naf keltirayotgan rayonlardir.

6. Resurs qo`riqxonasi - tabiat resurslaridan oqilona foydalanish hamda ularni kelajak avlodlarga yetkazish maqsadida yaratilib, u hududda tabiatga ziyon yetkaziladigan ekspluatatsion faoliyatga ruxsat etilmaydi.

7. Tabiiy biotik hudud/antropologik qo`riqxonalar –tabiat bilan uyg`unlikda yashab kelayotgan xalqlarning turmush tarziga ziyon yetkazmaslik, an`anaviy hayot kechirish uchun imkon yaratish va ular hayotini turli xil texnikalar vositasida sun`iylashtirmaslik maqsadida yaratiladi.

Ekoturizm resurslari tabiatga befarq bo`lmagan barcha mamlakatlar hududida yetarlicha topiladi, zeroki, yer yuzasining har bir qismi takrorlanmas va o`ziga xosdir. Bu resurslardan turizm maqsadida foydalanish uchun ularni ekologik obyektga, ya`ni inson ta`siri juda sezilmas darajada bo`lishini ta`minoti zarur xolos. Bunda ekoturist xulq atvori imkon yaratadi. Ekoturistlar ham sayyohlarning bir turi bo`lib, farqi shandaki, ekoturistlar ekouyg`unlik saqlangan hududlarga borishni xohlashadi va u yer uchun ko`proq pul to`lashga moyil, tabiiy muhitga ziyon yetkazmaslik va sun`iy dabdaba, o`ta qulaylikdan haddan ziyod qochishadi.

2. Place-Ekoturizm bozori.

Marketing turmahsuloti va turizm tizimining mukammalashuviga yo`naltirilgan marketing faoliyatini ishlab chiqish iqtisodiy o`rinishni ta'minlovchi yadro hisoblanadi. Turmahsulot bozori respublika ichkarisida va chet elda mavjud. Turistik korxonalar murakkab bozor sharoitlarida faoliyat yuritayotib kimga, qanday xizmat ko`rsatish lozimligini aniq bilishi shart. Marketing nuqtai nazaridan, har bir bozor bir-biridan ta'bi, istaklari, ehtiyojlari bilan farq qiladigan va turistik xizmatlarning turli motivlaridan kelib chiqib, xarid qiladigan iste'molchilardan iborat. Shu sababli muvaffaqiyatli marketing faoliyatining amalga oshirilishi iste'molchilarning turli guruhlarining o`ziga xos afzalliklarini hisobga olishni ko`zda tutadi. Aynan shu bozorni segmentlashning asosini tashkil etadi. Segmentlash yordamida potentsial iste'molchilarning umumiy miqdoridan turistik mahsulotga u yoki bu darajada bir xil talablarga ega bo`lgan aniq turlar (bozor segmentlari) tanlab olinadi.

Ekoturizm bozorining asosiy ishtirokchilari ekoturistlar va ekosayohatlarni tashkilotchilari. Butundunyo ekosayohat qiziquvchilari oldida katta tanlovlar turadi. Ekosayohat tashkilotchilari esa shu ekoturistlarni ko`proq o`z ekomahsulotlariga jalb etish borasida shiddatli raqobatga kirishishadi. Raqobatda esa har doimgidek faqatgina kuchlilar va o`z ishining haqiqiy professionallari yutib chiqishadi. Eng ajoyib, unikal, diqqatni tortuvchi, haqqoniy bilimlar bilan boyitilgan, ko`pchilikka ma`qul, tajribali, punktual, yuqori xizmat sifatini taklif etadigan ekotur kompaniyalarining mijozlari mo`l bo`lib, ular ekoturizm sanoatida mustahkam o`rin egallab barqaror rivojlanishga erishadilar. O`rinishlarga, albatta, katta bilim, ko`nikma va malaka, ishonchli hamkorlar, siyosiy va ijtimoiy tinchlik hukm surgan makon, jahon iqtisodiyotining barqarorligi va boshqa bir qator omillar ko`magida erishiladi. Tajribali ekoturizm kompaniyalari

o`z ishlarini avvalo, aniq va to`g`ri tanlangan bozor segmentiga qaratishadi. Dunyoning mashhur ekoturistik destinatsiyalari Annapurna area in Nepal, Mayan sites in Belize, Galapagos Islands, Kenya, Australia, Peru, Brazil, Janubiy Africa va boshqalardir.

Ekoturizm bozori ham boshqa turizm bozorlari singari mijozlar nuqtai nazaridan ikki segmentga bo`linadi:

Chizma 4.Ekoturizm bozori xaridorlari

Mahalliy ekoturizm bozori

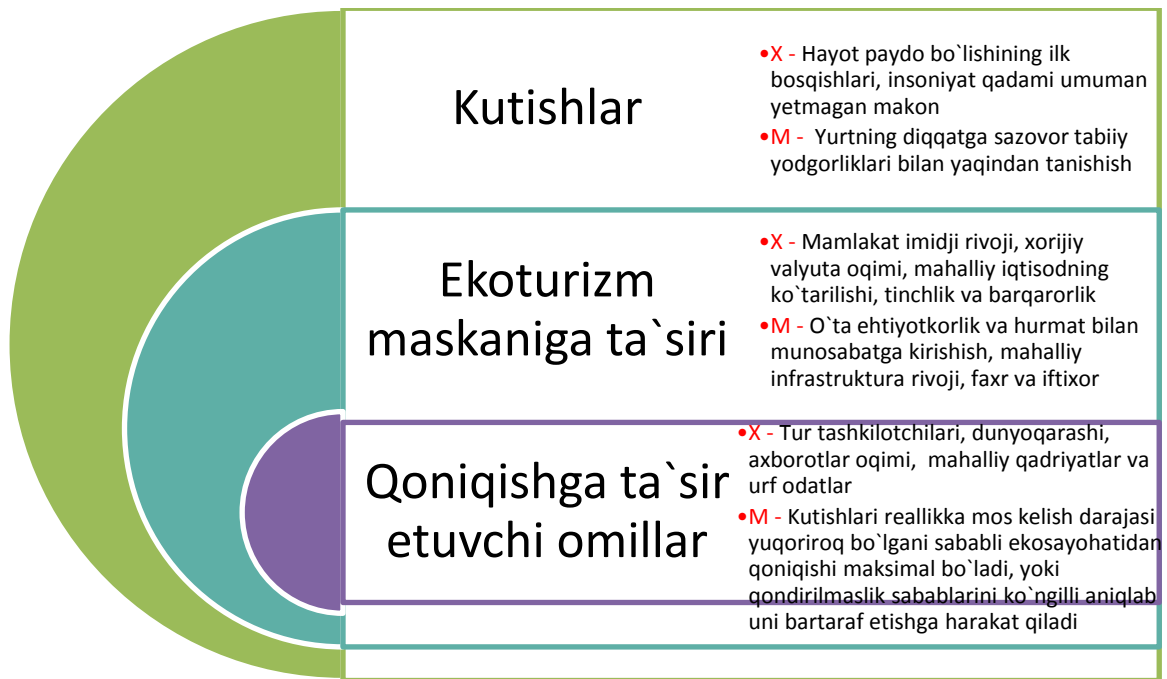
- Xaridorlar ayni mamlakat fuqarolari bo`lib, ularning asosiy maqsadi yashab turgan yurti tabiati: flora va faunasi, iqlimi, landshaftlari, geologik qatlamlari, tarixiy qo`rg`onlari, agrar faoliyati, texnologiyasiz yashay olish potentsiali, natural xo`jalikka ixtisoslashgan hudud sharoitlari, tabiiy osori atiqalari, sof tabiiy hududlarni o`rganish, tadqiq qilish va ulardan ehtiyotkorlik asosida bahra olishga ehtiyojli bo`lishadi.

Xalqaro ekoturizm bozori

- Xaridorlar chet el fuqarolari bo`lib, ularning asosiy maqsadi boshqa mamlakat tabiati: flora va faunasi, iqlimi, landshaftlari, geologik qatlamlari, tarixiy qo`rg`onlari, agrar faoliyati, texnologiyasiz yashay olish potentsiali, natural xo`jalikka ixtisoslashgan hudud sharoitlari, tabiiy osori atiqalari, sof tabiiy hududlariga qiziqishadi va sayohat uchun mahalliy sayyohlardan ko`proq to`lashga tayyor bo`lishadi.

Manba:Tadqiqotlar natijasida olingan ma`lumotlar asosida muallif ishlanmasi.

Chizma 5.Mahalliy va Xorijiy Ekoturistlarning bir biridan farqi



Manba: Tadqiqotlarnatijasida olingan ma`lumotlar asosida muallif ishlanmasi.

3.Price-Ekoturizm narxi.

Talab egri chiziqclarini baholash turlicha narxlardagi talab istiqbollarinini belgilashni talab etadi. Masalan, Economic intelligence Unit(EIU) tadqiqotlari ko`rsatadiki, safar xarajatlarining 20% ga pasayishi talabni 35% ga ko`paytiradi; narx 10% pasayganda talab 23% ga ortadi; narx 5% ga pasaysa, talab 15% ga ortadi. EIU ning bu tadqiqotlari O`rtayer dengizida o`tkazilgan, holda tadqiqotlar boshlanishidan avval narxdan tashqari barcha talabga ta'sir etuvchi omillar o`zgarmas deb sanalgan.

Tadqiqotlarda boshqa barcha omillar o`zgarmas deb faraz qiluvchi modellardan foydalaniladi. Biroq, menejerlar uchun buning hammasi bunchalik oddiy emas. Oddiy biznes xolatida boshqa omillar ham talab darajasiga ta'sir etadi. Bularga raqobat, iqtisodiy sharoitlar, reklama kabilar kiradi. Agar kurort o`z narxlarini pasaytirib, hamda reklama kompaniyasini o`zgartirsa, talabning aynan qancha qismi narxning pasayishi hisobiga, aynan qancha qismi reklama hisobiga oshganini aniqlash mushkul bo`ladi. Narx boshqa omillardan ajratib qo`yilishi mumkin. Tovar o`z jixatlariga binoan takrorsiz yoki u yuqori sifat, obro`ga ega bo`lib, odatdan tashqaridagi tovar bo`lgan holda xaridorlar narxga nisbatan kamroq sezgir (egiluvchan) bo`lishadi. Turistik tashkilotlar mijozlarda o`z takliflarining takrorlanmasligi taassurotini qoldirish uchun o`z savdo markalarini differentsiyalashsa, uni alohida xususiyatlarga ega qilishga intilishadi. Shuningdek, o`rinbosar tovarlarni topish qiyin bo`lgan xollarda ham iste'molchilar narxga nisbatan kamroq egiluvchan bo`lishadi.

Ekoturistlar ekotur davomida yuksak qulaylikni kutmasliklari bilan bir qatorda, ular ushbu “qiyinchiliklarga boy sayohat”(Eko destinatsiya tabiiyligini saqlab qolish maqsadida unda inson qulayligi va dam olishiga o`ta talabchanlik bilan yondoshiladi.) uchun ko`proq pul to`lashga moyilliklarini yuqorida ham qayd etib o`tdik. Buning asosiy sababi har qanday unikal mahsulot, u nima yoki qanday bo`lishidan qat`iy nazar, bebaho sanaladi. Eko sayohatning bebaholigini anglagan har qanday ekoturist uning narxi borasida ehtiyoj tug`ilmasa xasislik qilmaydi, chunki biladiki, tobora shiddat bilan rivojlanib borayotgan ushbu texnika texnologiya asrida tabiatni boricha, o`z holicha saqlab qolish uning o`rnida yaratilishi mumkin bo`lgan har qanday sanoat va ishlab chiqarishdan ham iqtisodiy ham ijtimoiy jihatdan qimmatliroq hisoblanadi.



Rasm 5. *Togoda ekoturizm.*

Quyida 2014-yil ekoturistlari uchun mashhur eko destinatsiyalarga sayohat detallarining o`rtacha narxi (Toursloretto.com ma`lumotlarga asoslangan holda).

Kunlik ekosayohat (ertalabdan to kech soat 19gacha) 40- 50 Yevro. Narx o`z ichiga transport va oziq ovqatni o`z ichiga olmaydi. Faqat belgilangan ekomarkazlarga kirish narxlari va ekskursavod haqi birlashtirilgan (3 €qo`shilganda turkompaniya mahalliy transport va lozim bo`lgan uzoq yoki mahalliy transport bilan borishning imkoni bo`lmagan joylarga taksi xizmati bilan ta`minlaydi. Turkompaniya moslik va qulaylikni ta`minlash maqsadida quyidagi avto ulovlar ijarasini taqdim etadi:



Rasm 6. *Gana ekoturizmi.*

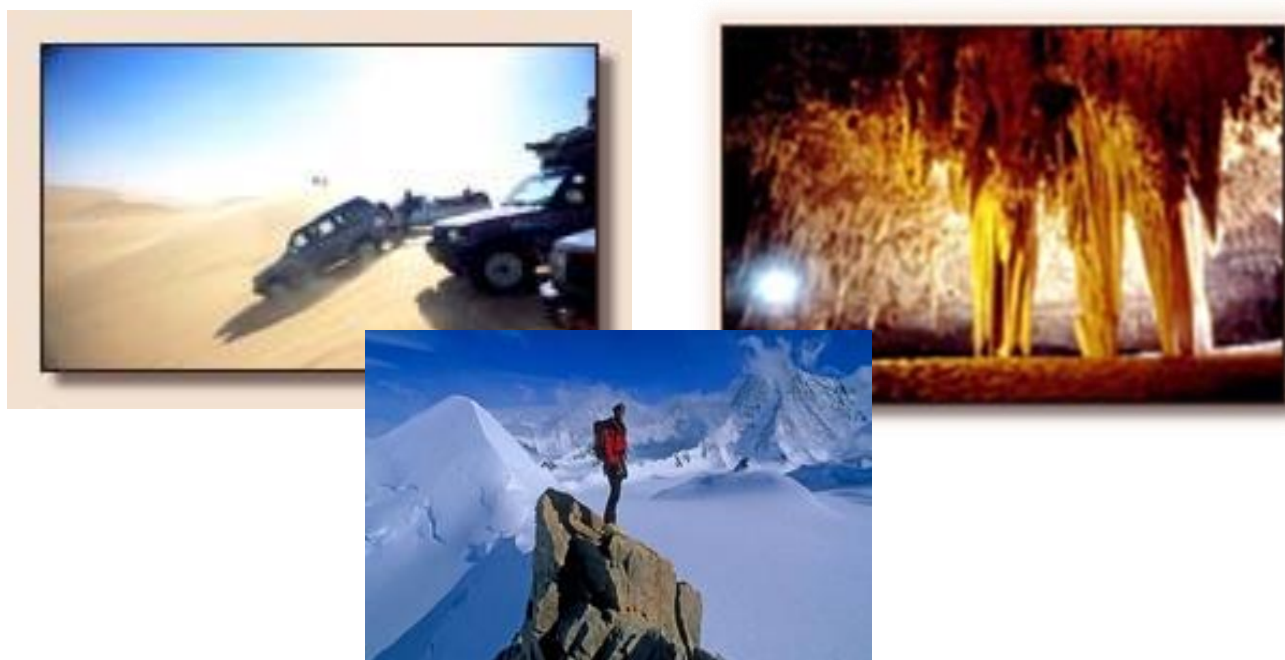
- 4x4 Landrover Defender kunlik 70 €
- 4x4 Landrover Discovery kunlik 80-90 €
- 4x4 Nissan Patrol kunlik kunlik 80-90 €
- 4x4 Mitsubishi Pajero kunlik 80-90 €
- 4x4 Chevrolet Tracker kunlik 80-90 €
- Toyota Hiace busses kunlik 80-90 €
- Toyota Coastal avtobuslari va katta sayohat furgonlari 100-120€ narxlarda taqdim etiladi. Avtomashina ijara haqiga haydovchi litsenziyasi kiradi. Ulovlar konditsionerga egaligi va ega emasligiga qarab, sayohat davomiyligi va destinatsiyalar uzqligiga qarab narx belgilangan. Qizig`i shundaki, narx yoqilg`i haqini o`z ichiga olmaydi.

Tunash va ovqatlanish xizmatlari o`rtacha ikki kishi uchun kuniga 35-100 yevro va undan yuqori bo`ladi.

Aeroportdan/ga mehmonxonaga/dan transfer xizmati 25 yevro bir qatnoviga.

Ma`muriy va tashkiliy xarajatlar har bir xizmatning 15%ini tashkil etadi(turkompaniya tashkil etgan xizmatlar).

Rasm 7. *Dunyo Ekoturistik mahsulotlari.*



Jadval 8. Eko sayohatning ayrim xizmat va moslamalari narxlari ko`rsatilgan.

Mashg`ulotlar	Narxlar	Ijara anjomlari	Narxlar
Isla Coronado Snorkel	\$65/kishiga	Baydarka qayiq	\$10 /soatiga(min. 2 soat)
Qayiq yoki sol bilan	\$15/kishiga	Sol	\$15 /soatiga(min. 2 soat)
Sport Fishing	\$250 qayiqmax 2 kishi (ovqat, ichimlik, jihozlar,parkovka)	Velosiped	\$15 1/2 kun, \$20 kun davomida
	Litsenziya, hayvonlar oziq ovqati, kapitan choychaqasi narxga kiritilmaydi.	Cortez SCUBA Diving	
Blue Whale watching	\$130 /kishiga		

Grey Whale watching	\$140 /kishiga	SCUBA 2 bakikunlik	\$100 /kishiga
Guided kayaking day trips	\$240 /kishiga	SCUBA barcha jihozlari	\$130 /kishiga
Coronado	\$95 /kishiga	Jihozlar	
Danzante	\$115 /kishiga	BCD	\$12
San Javier Mission	\$85 /kishiga	Regulator	\$12
Petroglyphs of Canipole	\$ 85 /kishiga	Maxsus kostyum	\$10
Hiking	\$ 60 /kishiga	Maska vatrubka	\$8
Bird Watching	\$ 55 /kishiga	To`liq paket	\$30
		Bak to`ldirgich	\$8 /bakga
		Bak	\$10 /kuniga
		SCUBA mashg`ulotlari	\$150/kishiga
		PADI Open Water Certification	\$550/kishiga

Manba: jolly ecotour.com ma`lumotlari asosida muallif ishlanmasi.

Yuqoridagi ma`lumotlardan kelib chiqib, Afrika qit`asi davlatlarining biriga bir kishilik ekosayohatning o`rtacha narxi 1250Yevroni tashkil etadi. Bu narxga Aeroport chiptalari narxlari, sug`urta va viza olish xarajatlari biriktirilmagan. Madaniy turizm xarajatlari o`rtacha 500 yevroni tashkil etadi. Ko`rinib turibdiki, ekoturizm ancha qimmat sayohat bo`lib hisoblanadi.

4. Promotion -Ekoturizmni ommaga tanitish

Turizmni ko`tarish dasturi asosida qator elementlar yotadi. Bularga marketing strategiyasi, marketing taqsimlash kanallarini bilish, mavjud reklama – axborot ishlari usullari kiradi. Reklama – axborot smetasida doimiy xarajatlar ko`rsatiladi. Bunday xarajatlarga turistlarni jo`natuvchi mamlakatlardagi vakolatxonalarning va maxalliy turistik ma`lumotlar byurosini saqlash xarajatlari misol bo`la oladi. Reklamaaxborot tarqatish usullari ichida eng ko`p turkanallari quyidagilar:

- bosma materiallar tayyorlash. Masalan broshyurlar, plakatlar, xaritalar, otkritkalar va turagentlar uchun qo'llanmalar. Ularni turagentlar, operatorlar va turistik mahsulot iste'molchilari o'rtasida tarqatish;

- turagentlar uchun seminarlarda va boshqa anjumanlarda foydalanish uchun slaydlar xujjatli filmlar, videoroliklar kabi audiovizual materiallar tayyorlash;

- gazeta va jurnallarda, televidenie va radioda potentsial mijozlarga reklama uyushtirish, shuningdek maxsus turistik matbuotda turoperatorlar uchun mo'ljallangan reklama chop ettirish;

- keyingi vaqtlarda Yevropada, Shimoliy Amerikada va Sharqiy Osiyoda ko'plab o'tkazilayotgan turistik, 2000VYular va yarmarkalarda ishtirok etish;

- turagentlar va turoperatorlar bilan aloqa qilish uchun turistlar jo'natuvchi mamlakatlarga maxsus reklama – axborot sayohatlari uyushtirish;

- turoperatorlar va turistik matbuot vakillarini, shuningdek fotograflarni ham, taklif qilish va sayohatlar uyushtirish;

- tegishli hudud bo'yicha umumiy ko'rinishdagi axborot materiallari va yo'l ko'rsatkichlari (agar, ular savdoda bo'lmasa) tayyorlash va chop ettirish;

- turizmning maxsus turlari, masalan dengiz sayohati va kongress turizmi, marketing uchun maxsus usullarni bilish va ulardan foydalanish lozim.

Marketingning muhim elementlaridan biri turistlar tashrif etadigan joylariga kelgunlariga qadar va kelganlaridan keyin ham ma'lumotlar bilan ta'minlashdir. Turli ma'lumotlarni ularga taklif qilish lozim. Bunday ma'lumotlarga tegishli hududning geografiyasi, tarixiy va madaniyatiga doir umumiy ma'lumotlar. Mavjud diqqatga sazovor joylar, ob'ektlar va xizmatlar (ularning narxlari) to'g'risidagi, transportning ish rejimi, savdo nuqtalar, tabiiy punktlar, aloqa bo'limlari, konsulxonalar, elchixonalar va din muassasalarining manzilgohlari to'g'risidagi va shuningdek boshqa aniq ma'lumotlar kiradi. Ma'lumotlarni iste'molchilarga yetkazishning zamonaviy va qulay usullaridan yana biri bu ulan internet tarmoqlari orqali potentsial xaridorga yo'naltirishdir. Internet sahifalari, saytlar, tarmoq bloblari va ulardagi fikrlar ekostinatsiyalarning imidjini yaratib, ekoturistlarni jalb qilishning qulay, tez, zamonaviy va arzon usuli hisoblanadi.

Ekoturizm promotioniga eng katta ta'sir etuvchi kuch bu Ekodestinatsiyaning imidjidir. Ma'lumki sayohat qimmat bo'lishiga qaramay, mavhum mahsulotdir. Bugungi shiddat bilan rivojlanayotgan bozor iqtisodiyoti sharoitida mahsulot sotilishini yaxshi yo'lga qo'yish uchun uning ajoyib sifati bilan birga, jozibador ko'rinishi ham bo'lishi darkor. Turmahsulot turli xizmatlar kompleksidan iborat bo'lgan mavhum tushuncha bo'lgani bois, uning ko'rinishi bu tur kompaniyalar taklif etayotgan xizmatlar shu bilan bir qatorda ularning brendi hisoblanadi. Omadli diqqatni jalb qiladigan ma'noli brend har qanday biznesning rivojlanish va foyda olish

manbai bo`lib xizmat qiladi. Ekoturist odatda o`rta va katta yoshli, oily ma`lumotli, yuqori daromadli inson ekanligini hisobga olib, Ekoturkompaniyalar bozorning aynan shu segmentiga yo`naltirib o`zlarining brendlarini ishlab chiqqanlar.



Yuqoridagilar ba`zi ekotur kompaniyalari, ekomarkazlar va ekoturizm jamiyati brendlari bo`lib, ulardagi asosiy e`tibor tabiatga, uni asl holicha kelajak avlodga yetkazish g`oyasiga qaratilgan. Ishonchli, tirik tabiat aks etgan ko`rkam brend ekoturkompaniyalar daromadining asosidir.

2.2. Malayziya ekoturizmi marketing tahlili

Umumiy ma`lumotlar. Malayziya ekoturizm top distenatsiyalar ro`yxatida bo`lishga potentsiali bor bor mamlakat. U dunyoning 12 ta xilma-xil tabiatga ega bo`lgan hududlardan biri, mangrovzorlar, ko`lmaklar, tog`lar, marjon qoyalar, ohaktoshlar va g`orlar ekosistema rang-barangligini namoyish etadi. Shunga qaramay ekoturizm sanoatini Malayziyada juda taraqqiy topgan deb bo`lmaydi, u sanoatlashgan qishloq xo`jaligi, konchilik va boshqa sohalar bilan yerdan foydalanish bo`yicha o`zaro raqobatda.

Malayziya umumiy 329 847 km² yer hududiga ega bo`lib, asosan ikki regionga ya`ni g`arbiy va sharqiy Malayziyaga bo`lingan. G`arbiy Malayziya Malay yarimorolining janubiy va atrofdagi orollarni o`z ichiga oladi. Malayziya 13 shtatdan va 3 ta federal hududdan iborat bo`lgan federatsiya bo`lib, yer yuzidagi bir nechta muhim tabiatlari bor. Asosiy sanoatlar rezina va palma yog`ini yetishtirish va qayta ishlash, yengil sanoat, elektronika, olovyanka qazib olish va eritish, o`rmon materiallari va ularni tashish, neft mahsulotlari va boshqalardir.

Jahon Ekoturizmi. Sof ekoturizmning iqtisodiy ta`sirini aniqlash mushkul. Butunjahon turizm sanoati Dunyo YMMning 10%ini ko`rsatishi ma`lum. Bugungi bozor uchun sea-sand turizmi ko`rsatkichlari o`sayotgani hamda kelajakda katta ekoturizm bozorini yuzaga keltirishi tayin. Ekoturizm mahalliy iqtisodga turistlar tomonidan sarflarni oshirib, milliy boylikning ko`payishiga olib keladi. Turli hududlar tajribasidan shu ma`lumki, ekoturizm o`zining 95% foydasini mahalliy iqtisodga yo`naltiradi. Bunga qo`shimcha qilib, ekoturistlarning kunlik pul sarfi oddiy turistlardan ko`ra 2-3 barobar ko`p. Misol uchun, Kosta Rikada bir turist tashrifiga o`rtacha \$1000 sarflasa bu ko`rsatkich Fransiya uchun \$400 ni tashkil qiladi. Oddiy kuzatuvlar bo`yicha, Dominika sayyohlari kichik tabiatga ziyonsiz qo`noqlarga kruiz kemalaridan ko`ra 18

marta ko`proq pul to`lashadi. Ekoturizm katta bozorlari Kosta Rika, Ekuador, Nepal, Kenya, Madagasgar, Shimoli yarimshar mamlakatlari ham ekoturizm rivoji tomon harakatlanishmoqda.

Ekoturizmga Talab. Ekoturizmga bo`lgan talabni bilishda oldin, avvalo, ekoturist tushunchasini yaxshi anglash zarur. Umumiy shaklda ekoturist bu yuksak ijtimoiy, tabiiy va madaniy hushyorlikni o`ziga qabul qilgan sayyohdir. Tabiiy hududni ko`rishga bo`lgan chanqoqlik uning asosiy xususiyati.

Ekoturizmga bo`lgan talab asosan AQSH, G`arbiy Yevropa va Avstraliya davlatlari tomonidan boshqariladi. 2/3 qismdan ortiqroq AQSH va Avstraliya sayohatchilari va Inglizlarning 90%i atrof muhitni himoya qilish va mahalliy aholiga moddiy ko`mak berish tarafdorlari.

Yevropada:

- 20-30% sayohatchilar ekoturizm talablari va qiymatidan boxabar.
- 10-20% sayohatchilar “yashil” variantlar tarafdori.
- 5-10% sayohatchilar “yashil” dam olishlar tafdori.

Germaniyada: 65% (39mln) sayohatchilar tabiiy sifatni kutishadi; 42%(25mln)i esa tabiatga do`stona turar joylarga tunashni afzal bilishadi.

Britaniyada o`tkazilgan tadqiqotlar birida so`raluvchilarning qariyb yarmi yaxshi ish sharoitini yaratgan, tabiatni muhofaza etadigan va turistik destinatsiyalar mahalliy aholisiga xayriyalar o`tkazib turadigan kompaniyalar bilan shartnomalar tuzishni afzal ko`rishlarini qayd etib o`tishgan.

AQSH, Britaniya, Avstraliya sayyohatchilari orasida o`tkazilgan so`rovda, ularning 70%i “tabiatga do`stona munosabatli” mehmonxonalar uchun haftasiga qo`shimcha \$150 pul berishga roziliklarini aytib o`tishgan.

Birlashgan Qirollikda o`tkazilgan so`rovda, sayohatchilarning 87%i ularning sayohatlari tabiatga ziyon yetkazmasligi kerakligi, 39%i esa etika qoidalari ta`minlangan sayohat uchun qo`shimcha 5% to`lashga tayyorliklarini aytib o`tishgan.

Amerikalik sayyohatchilarning 53%i sayohatlari davomida mahalliy xalq urf- odat hamda madaniyatlari haqida kengroq ma`lumot olsalar sayohatlaridan ko`ngil to`lishini bildirishgan.

95% Shved sayohatchilari dam olish destinatsiyasini tanlashda mahalliy madaniyat birinchi o`rinda turishi lozimligi qayd etilgan.

Qariyb 33% AQSH sayohatchilari (46mln) o`z mablag`ining ma`lum qismini xayriya ishlariga sarflovchi kompaniyalar tovarlarini sotib olishlarini aytib o`tishgan.

Yevropada ekoturistlar profili:

- ◆ Tajribali sayyohlar;
- ◆ Oliy ma`lumotli insonlar;
- ◆ Yirik daromad egalari

- ◆ O`rta va katta yoshlilar;
- ◆ Liderlik xususiyatli insonlar;
- ◆ Ko`plab axborotlarga ega insonlar;
- ◆ Do`stlari va yaqinlariga sayohatlarini so`zlab maqtanuvchilar.

Janubiy Sharqiy Osiyoda Ekoturizm. Malayziyaga qarab boshqa qo`shni mamlakatlar ham ekoturizmni rivojlanish to`g`risida bosh qotira boshlashdi. Aniq ko`rsatkichlarni turizm ko`rsatkishlaridan ajratib tahlil qilish ancha qiyin. Tayland va Indoneziya ekoturizm tajribasi bo`yicha Malayziyadan so`ng keying o`rinlarda turadi. Ba`zi tadqiqotlar Taylandga kelgan xorijiy sayyohlarning 20%i tabiat turizmiga kelishgan. (1990) Janubiy Sharqiy Osiyo davlatlari keng ko`lamli ekoturizm imkoniyatlarini taqdim etadi, bu davlatlarga bo`lgan talab Shimoliy Amerika va G`arbiy Yevropa kabi rivojlangan yuqori daromadli davlatlardan daromadi sal kamroq bo`lgan mamlakatlardan shakllanadi. Janubiy Sharqiy Osiyo davlatlari ekoturistlari Yevropa hamda Amerikalik sayyohlardan ko`ra kamroq servis talab qiladi.

Malayziya Turizmi. Turizm sanoati 1990-tilgacha asosiy e`tiborni katta plyajlari va kurortlariga ()boy bo`lgan Langkawi va Penang kabi turizm destinatsiyalariga qaratgan edi. Turizm sohasi 1970-yillardan boshlab rivojlanib, 1980-yillarda davlatning birinchi turizm strategic siyosatini ishlab chiqdi(World Travel &Tourism Council:2002). 1999-yilda “Malaysia Truly Asia” omadli brandi Malayziya turistik destinatsiyalarini mashhur bo`lishiga sabab bo`ldi(Economic Planning Unit, 2001). Turizm Malayziya YMMning 4.8%ini va 4.9% umumiy ishchilar soniga to`g`ri keladi (WTTC, 2008). Sayyohlik oxirdi 10 yillik davomida bardavom o`sdi. Malayziya Janubiy Sharqiy Osiyo davlatlari orasida turizm destinatsiyalari bo`yicha asosiy davlatlardan biri jadvalda Malayziya Tayland va Indoneziya bilan birga taqqoslab ko`rsatilgan , Buning sababi ushbu davlatlar nisbatan Malayziyaga o`xshash Ekoturizm hamda Ekoturist profiliga ega.

Jadval 9. MalayziyaMalayziya, Indoneziya va Taylandda turizmning ta`siri

	Malayziya	Indoneziya	Tayland
2010-yil			
Sohaning ta`siri	\$10 mlrd(YMM4.8%)	\$11mlrd(YMM2.3%)	\$17mlrd(YMM6.4%)
Sohaning	532 000 (umumiy)	1 926 000 (umumiy)	1 858 000 (umumiy)

ishchi o`rni	ishchilarning 4.9%)	ishchilarning 1.9%)	shchilarning 5%)
--------------	---------------------	---------------------	------------------

Manba: World Economic Forum, Tourism Competitiveness Report

Yuqidagi jadval ma`lumotlariga asoslanib Malayziya qo`shni davlatlariga nisbatan turizmda yaxshi natijalarga erishyapti. Xalqaro sayyohlar kelishi va qabul qilinishi muntazam oshayotganining hisobiga bu ketishda Malayziya Taylanddan ham o`tib ketishi taxmin qilish qiyin emas.

Raqobatbardoshlik

10-Jadval. Malayziya, Tayland, Indoneziya, Kosta Rika davlatlari turizmining jahon turizmida tutgan o`rni.

	Malayziya	Tayland	Indoneziya	Kosta Rika
Umumiy o`rni	31	43	60	41
Turizm infrastrukturasi	60	53	87	36
Tabiiy va madaniy resurslari	101	77	58	28
Sayohat va Turizm Davlatning boshchiligi	21	25	6	34
Atrof muhitni tartibga solish	20	39	81	35
Inson resurslari	34	75	62	28

Manba: World Economic Forum, Tourism Competitiveness Report 2007

Jadval shuni ko`rsatadiki, Malayziya turizmida raqobat ustunligi uning ikki asosiy raqobatchisidan ancha yuqori. Umumiy ko`rsatkichlarda u hatto Kosta Rikadan ham yuqoriroqda. Malayziyaning Tabiiy va madaniy resurslar ko`rsatkichi ancha pastligi kam himoyalangan maydonlar hisobidan kelib chiqadi. Lekin, Malayziyaning ustunligi, u atrof muhitni himoyalash bo`yicha yuqoridagi to`rt davlatdan yuqori o`rinlarda turadi.

Davlat e`tibori. Ekoturizm davlat e`tibor berayotga turizm sohalarining biridir. U 7-Malayziya Rejasi ("7th Malaysia Plan") dan davlat yillik rejalarida akslanib boryapti. 9th Malaysia Plan s dasturi ko`p turizm tarmoqlariga nazarni MICE (Meeting Incentives Conferences and Exhibitions) orqali kuchaytirdi. Eng asosiy e`tibor Turizm Vaziri Dato` Sei Azalina Othman

Said nutqiga asosan, MICE, ekoturizm, hududiy va umundavlat turizmini rivojlantirishga qaratiladi.

Malayziya Ekoturizmi. Umumiy olganda, Ekoturizm Malayziyada oddiygina tabiatga asoslangan turizm, uning tabiat muhofazasi aspekti unchalik ham nazarda tutilmaydi. Malayziyaning ekoturizmni rivojlanayotgan destinatsiyasi Borneodagi Danum Vodiysi. U yerda turistlar trekking, qushlarni kuzatishlari va daryoda suzishlari mumkin bo'lgan jungle qo'riqxonasi mavjud. Turargohlar qulay uychalardan to umumiy yotoqxonaga va palatkalargacha. Malayziyaning Endau Robin State Parki dunyoning eng qadimgi o'rmonlaridan biridir. Tur qatnashchilari Palatka va umumiy yotoqxonalarda tunashlari mumkin. Eng ajoyibi Borneodagi Mount Kinabali cho'qqishiga chiqish zavqidir.

Tashrif buyuruvchilar va Tendensiyalar. Malayziya turizm sohalari orasida Ekoturizm yiliga 35% li ko'rsatkich bilan o'syapti. Aniq klassifikatsion sistema bo'lmagani tufayli ekoturizm sohasining yaqqol ma'lumotlarini ko'rsatish ancha mushkul. Sabah ekoturizm destinatsiyasi va uning ma'lumotlari mavjud. Shu ma'lumotlarga asosan, 2002-yilda xorijiy sayyohlar oqimining ortishi kuzatilyapti. Sabahga keladigan xorijiy sayyohlar vatani butun Malayziyaga keladigan sayyohlar vatanidan bir oz farq qilishini kuzatish mumkin. Bu yerga keladigan sayyohlartaniatning ajralmas qiymatini qadrlay oladigan sayyohlar Yevropa davlatlari, Shimoliy Amerika va Okeania kabi mamlakatlardan tashrif buyuruvchilardir. Bu shuni anglatadiki, tabiatning jonkuyar ixlosmandlari asosan rivojlangan mamlakatlardan bo'lib, ular ekosayohatlar uchun biroz ko'proq pul sarflashga moyil bo'lishadi.

Davlat Siyosati

Yuqorida qayd etilganidek, Malayziya hukumati ekoturizmga 90-yillar o'rtalaridan jiddiy e'tibor qarata boshlagan. 1995-yilda Malayziya Butunjahon Yovvoyi tabiat Fondi bilan birgalikda Milliy Ekoturizm Rejasini ishlab chiqdilar. Rejada Malayziyaning 52 ta ekoturizm joylari va ekoturizmga bo'lgan katta potentsiali qayd etilgan. Davlat ekoturizm sanoatini mustahkamlash uchun quyidagi siyosatni o'z oldiga maqsad qilgan:

- ❖ Ekoturistik hududlar menejmentini yaxshilash
- ❖ Mahsulot sifatini yaxshilash
- ❖ Gidlarni qayta tayyorlash va sertifikatlashni ko'rib chiqish
- ❖ Ustuvor brending strategiyasini ishlab chiqish

Shundan keyin davlat 7th, 8th, va 9th Malasia Plan larni ko'rib chiqib, Malayziya taqdim eta oladiga turizm mahsulotlar diversifikatsiyasini uzoq muddatli strategiyalar asosida ishlab chiqdi.

Davlat Malayziyani ekoturizm destinatsiyalarini ilgari suradi ammo, bir ko'rinishda emas. Federal hukumati turizm saytida ekoturizm alohida tanlov sifatida ko'rsatilgan, sayt turistlar

Malayziyada bo`lgan vaqtlarida vaqtlari mazmunli o`tkazish uchun bir necha mashg`ulotlar namoyish etilib, hududlar ham kirgizilgan. Lekin, saytda ekoturistlarni qiziqtiradiga maxsus turoperatorlar, mehmonxonalar bilan bog`lanishlar mavjud emas. Saytda Virtualmalaysia.com linki mavjud, bu potensial sayyohlarga turarjoy va mashg`ulotlarni topishda yordam beradi. Sayt bog`lanishga imkon beradi. Saytda ekoturizmga “Nature and Adventure ” orqali bog`lanish mumkin.

Ekoturizm Klasteri

Sabah va Sarawak ekoturizmga qattiq e`tiborni qaratilgan hududlar. Ikkala hudud han tabiatga asoslangan turizmga yo`nalgan, ulardan Sabah bu masalaga o`ta jiddiy yondoshgan. Boshqa shtatlar ham o`ziga xos regional xususiyatlarga ega, ammo, u yerlarda davlat qo`llab quvvatlagan turoperatirlarning yo`qligi ekoturistik salohiyatni yuzaga chiqarolmagan. Ko`p vazirliklar va agentliklar ekoturizm sanoatiga atrof muhitni himoya qilish orqali yondoshadilar.

Xususiy turoperatorlar mamlakatning ekoturistik destinatsiyalar rivojiga hukumat ko`rsatmalari asosida o`z hissalarini qo`shib kelmoqda. Malayziya ekoturizmini taklif qilayotgan ko`pgina agentliklar nisbatan yosh va yangidir. Ularning asosiy mijozlari xorij fuqarolari, asosan, Yevropa va Shimoliy Amerika.

Borneo Eco Tours operatori tabiat sayohatlarini taqdim etayotgan turoperatorlar orasida salmoqli o`rin egallaydi. U bird watching tours, wildlife river safari, white water rafting, jungle trekking, health&wellness, holiday home kabi turmahsulotlarni taklif etadi. Borneo Eco Tours tabiatni himoyalash va bosgqa davlat loyihalariga faol qatnashib, Kota Kinabaludagi 50 o`rinli Borneo Backpackerlar va Sakau Rainforest Lodge dagi 20 o`rinli ekoturargohlarni ham boshqarib kelmoqda. Davlat bunday home-stay programmalarini 8th Malasia Plan dan beri o`z himoyasiga olib unga homiylik qilyapti. Dalil sifatida 2007-yilda 138ta qishloqda 2611 ta sayyoh qo`nim topganini keltirib o`tamiz(SME Annual Report, 2007).

Malayziya “Olmoslari”

Malayziya yaxshi tabiat in`omlariga boy mamlakat. Qariyb 10% Malayziya huhudi muhofazalanadigan joylar va bu mamlakat asosiy sho`ng`ish destinatsiyasi sifatida o`zining 40dan ziyod suvli parklari bilan ham maqtana oladi. WEF Malaysia ga asosan, suvli makonlar Umumjahon Merosiy Hududlar va Milliy Parklarga nisbatan kamroq.

Kasb malakasi borasida ham Malayziya boshqa turist qabul qiluvchi mamlakatlar bilan bermalol raqobatlasha oladi. National Tourism Development Council ning ekoturizm mutaxasislari va mas`ul turizmga javobgar menejerlarga bilim ko`nikma va malakalar beriladi. 1999-yilgi tadqiqotlariga asosan gid va ekskursavodlarning ekoturistik bilimlarining sayozligi tufayli bu soha tabiatga jiddiy shikastlar yetkazgani ma`lum. Daniel & Nadeson (2006) tadqiqotlari esa Malayziyada atrof muhitga hushyorlik va milliy merosni asrab avaylashga qiziqishning kamligi

va shu sababdan ekologik bilimlarni ta'limning barcha jabhalari o'quv dasturiga kiritish taklifini berishgan. Bu Malayziyada ekoturizm gidlarini qayta o'qitishga talab yuqoriligini bildiradi. Bularning natijasi o'laroq, mamlakatning har to'rtalaoliy o'quv yurtlarida turizm sohasida tadqiqotlar o'tkazilib, ularning biriga turizm fakulteti va bir necha ekoturistik nashrlar ham mavjud. Nashrlarning asosiy maqsadi ekoturizmni biznes sifatida emas tabiatga hurmat yuzasidan rivojlantirishga qaratilgan.

Talab. Malayziyaga keladigan 7-10% turistlar ekoturistlar bo'lib, ular asosan Sabah va Sarawakni destinatsiya sifatida tanlashgan. Barcha turistlarning 70% ASEAN mamlakatlari fuqarolaridir. Masalaning biroz muammoli yeri shundaki, bu turdagi sayyohlar ekoturizm prinsiplariga daxldorlikni kamroq his etishadi. Malayziya turizmining 50%i mahalliy turizm tashkil etib, milliy parklarga tashrif buyuruvchilarning yarmidan ko'pi mahalli fuqarolardir. Mahalliy aholini ekologiya himoyasi haqidagi bilimlarining sayozligi va loqaydligi sohaga innovativ yondashilishini talab qilmoqda. Asta sekinlik bilan aholi ongiga Malayziyaning ekoturistik salohiyati va agar u yaxshi yo'lga qo'yilsa katta iqtisodiy va ijtimoiy foydalar keltirilishi targ'ibot qilinyapti.

O'zaro Mustahkam Hamjihatlik. Malayziya Turizm Vazirligining ma'lumotiga asosan 2008 – yilda mamlakatda 3 308ta turagent va turoperatorlar ro'yxatga olingan. Ulardan 2 000tasi ekosayohat tashkilotchilaridir. Bu raqobatning shiddatligiga ishora. Shunday bo'lsada ekoturizmning aniq statistikasi yo'q. Soha mutaxasislari fikriga asosan, ekoturizm sohasidagi raqobat yetarlicha optimal darajada emas, ya'ni sohaga jalb qilingan xususiy investitsiyalar ekoturistik mahsulotlar ishlab chiqarish kuchlariga ega bo'lgan hamda yerdan va bank kreditlaridan foydalanishda imkoniyatlar mavjud bo'lgan qishloq hududlarida rivojlangan. Malayziya kapitaldan foydalanish bo'yicha ham yuqori o'rinlarda turadi.

Ba'zi institutlar hamkorlikka tayyor ammo, ularning ba'zilar aniq tadbirkorlik rivoklanishiga (NGO) yoki ekoturizm maqsadlariga (savdo asotsiatsiyalari) yo'naltirilmagan. Xususiy sektorlar ekoturizm sohasida o'zaro hamkorlikni yilida ikki marta o'tkaziladigan APECO kabi konferensiyalar orqali oshirishga harakat qilyapti. Turizm klasterida avtobus xizmatlari, hunarmandchilik, restaranlar va boshqa sanoatlar kiradi. Ulardan har birida ekoturizm prinsiplariga doir bo'lgan kamida bitta jihat mavjud.

Yuqoridagilardan shuni xulosa qlish mumkinki, Malayziya:

- ✧ Ekoturizm bo'yicha gid va ekskursavodlarni treninglar va malakasini oshirishga e'tibor qaratishi;
- ✧ Mahalliy aholiga ekoturizm asoslarini atroflicha tushuntirib, ommaviy targ'ibot tashviqot ishlarini olib borishi;

- ✧ Mamlakatning barcha sanoatlarni kelishib hamkorlikda ishlashlarini rag`batlantirishi kerak.

III bob. O‘zbekistonda ekologik turizmning rivojlanish istiqboli

3.1. O‘zbekistonda ekologik turizmning rivojlanishi shart-sharoitlari

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 kiritilgan.

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‘sovchi o‘simliklar, ulardan 9 % endemiklardir. 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 mavjud. Muhofaza etiladigan tabiiy hududlarning

umumiy maydoni 20520 kv.km, yoki O‘zbekiston hududining 5,2 % tashkil etadi.

Tabiatni boshqarishga davlat hokimiyatining barcha bo‘g‘inlari qonun chiqaruvchi, ijroiya, sud hokimiyati bevositaaloqador. 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 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 amalgaoshirish, ekologik dasturlarni ishlab chiqish va amalgaoshirish, 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 amalgaoshirish; ekologik xavfsizlik, biologik xilma- xillikni asrash, ekologik nazorat, davlat ekologik ekspertizasi, o‘z ixtiyoridagi davlat qo‘riqxonalari va boshqa alohida muhofaza qilinadigan hududlarni boshqarish. Tabiatdan foydalanishni boshqarish tizimi ekologik prokuratura, maxsus ixtisoslashgan ichki ishlar bo‘linmalari, sud hokimiyati ishtirok etadi.

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.), Xitoy Xalq Respublikasi bilan (11 dekabr 1997 yil). Niderlandiya qirolligi, Vengriya, Slovakiya Respublikasi, Isroil, Lyuksemburg, Litva davlatlari bilan shartnomalar imzolandi. 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.

BMTyer 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 amalgaoshirayotir. Uning asosiy faoliyati ifloslantirish manbalari monitoring dasturini amalgaoshirishga 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‘lganikabi atrof muhitni muhofaza qilishning va tabiiy resurslardan foydalanishning standartlari va normativ huquqiy tizimi O‘zbekistondaham yaratilgandir. Mazkur standart va normativlar atrof muhit sifatigaqo‘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 vositasidaaholi 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‘unva 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 standardlar 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 normativlarning iqtisodiy, ijtimoiy, rekreasiya, tabiiy muhitga fizik, kimyoviy, biologik, o‘zgarishlari ko‘rsatkichlarini belgilashgaasos bo‘ladi. Atrof muhit sifatiga ta‘sirining yo‘l qo‘yish mumkin bo‘lgan normativlari vakolatli davlat organlari tasdiqlagan texnik normalardir.

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‘shishga 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. Qolgan mintaqalarda turistlarni qabul qilishning rivojlanib borishini 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‘shib bormoqda. Jami turistlar soni 2005 yilda 621,7 ming, 2006ming, 2008 yilda 288 ming kishini 2013yilga kelib esa

bu ko`rsatkich 1mlnga yaqinlashdi.

3.2. O`zbekistonda ekoturizm marketingi tahlili

guruxlarga bo`linadi:

1. Asrlar davomida turli xududlarda quriladigan va xalqning boyligi sifatida davlat tomonidan muxofaza qilinadigan tarixiy va arxiologik ob'ektlar. O`zbekistonda ularning soni 7 mingdan oshik va tarixiy ob'ektlarning o`zi 2,5 mingtani tashkil etadi.

2. Xalqning tarixi va madaniyati bo`yicha ko`rgazma va muzeylar yoki xalq xo`jaligi tarmoqlari yutuqlari ko`rgazmalari. Ular O`zbekistonda turli xil tarixiy va madaniy yo`nalishlari bo`yicha 100 dan ortiq.

3. O`z ichiga tur bazalar, pansionatlar, dam olish maskanlari va boshqalar shu guruhga kiruvchi profilaktoriylar, kurortlar, davolash ob'ektlarini oluvchi ko`rgazma ob'ektlari. Ular O`zbekiston hududida 300 dan ortiq.

4. Turistlarga ko`rsatiladigan sanoat ob'ektlari. Bular yirik sanoat, zavod va fabrikalari.

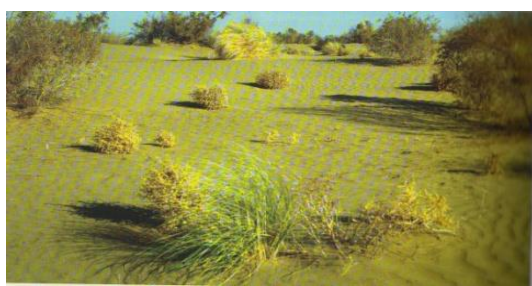
5. Xalq ijodi ob'ektlari – bular metall, oltin, chinni buyumlar ishlab chiqaruvchi xususiy tashkilotlar. Faqatgina Farg`ona vodiysida xalq ijodiy buyumlarini ishlab chiqaruvchilar soni 2,5 mingdan ortiqni tashkil qiladi.

6. Tabiat – o`rmon, tog` landshaftlari, milliy parklar, tog` yon bag`irlari, daryo o`zanlari va boshqa diqqatga sazovor joylar. Ba'zi bir davlatlarda dengiz turistlardan keluvchi valyuta tushumining asosiy vositasidir.

7. Temir yo`llar shaharlar bo`ylab, turistlarning ekskursiyasi, dam olishi va ovqatlanishining optimal uyg'unlashuvidir.

O`zbekistonning butun hududlaridengiz sathidan belgilangandabirbiridantabiiyekologik jihat dan farqlanuvchi 5ta vertical mintaqalarga bo`linadi. Bu mintaqalarning iqlimi, o`simliklar dunyosi va hayvonot olami ham turli tuman. Shuningdek, chet ellik turistlarni qiziqtiruvchi 4 ta fasl ham ekoturizmning muhim resurslari hisoblanadi. Bu ekologik turizm resurslariga 11 ta yirik daryolarimiz va 53 ta suv omborlari havzalari ham qo`shish mumkin.

1. Cho`llar mintaqasi dengiz sathidan 400-500 metr balandlikdagi joylarni o`z ichiga oladi va O`zbekistonning 70%ini tashkil qiladi, o`simliklari 498 tur. Shulardan, 64 turi shifobaxsh o`simliklar, 273 turi chorva mollari uchun ozuqaviy xususiyatlarga ega bo`lgan o`simlik turlari hisoblanadi. Bu mintaqaning o`simliklari qurg`oqchil iqlimga moslashgan va asosan sho`rxok va qumli tuproqlarda yaxshi rivojlanadi.



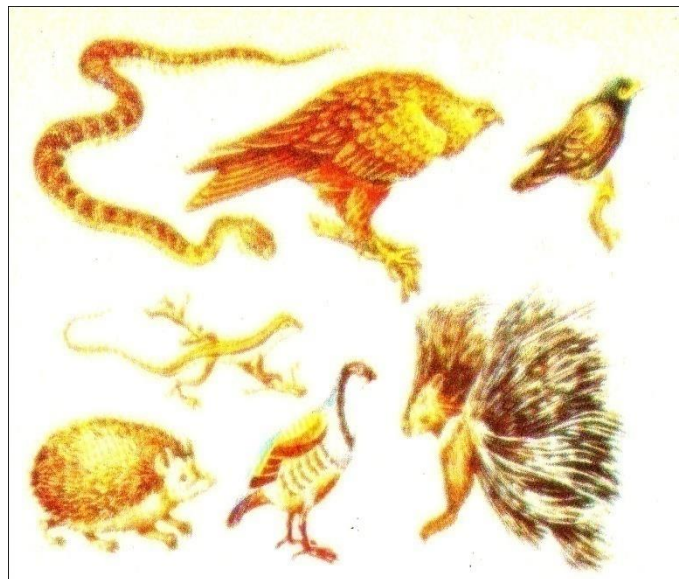
Rasm 8. *O`zbekiston cho`llari ko`rinishi.*

O`zbekistonning cho`llari quyidagilar: Qizilqum, Ustyurt cho`li, O`rta cho`l, Qarnobcho`l, Konimex cho`l, Muborok cho`l, Qarshi cho`li, Mirza cho`l, Markaziy Farg`ona cho`llari, Kattaqum va Sandiqli cho`llari. Bulardan tashqari 1.9 mln gektarli o`simliksiz ko`chma barxanli qum hududlari bor.



Rasm 9. *Cho`l mintaqasi hayvonlari.*

2. To`qay mintaqasi. Respublikamizning Sirdaryo, Amudaryo, Zarafshon, Chirchiq, Ohangaron kabi daryolari sohillarida to`qaylar alohida mintaqalar holida uchraydi. To`qaylar o`zga xos tabiat landshaftlari bo`lib, siyrak zax o`rmon va chakalakzorlardan iborat. To`qaylar turli hayvonlar yashashi uchun muayyan sharoitga ega. Ular ekologik turizmning eng qiziqarli resurslaridir.



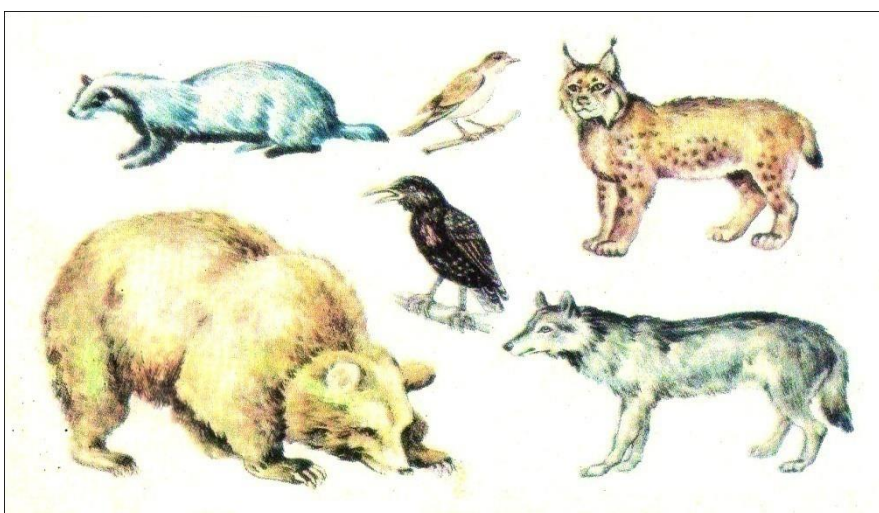
Rasm 10. *To`qayzorlarning hayvonlari.*

3. **Adir mintaqasi** okean sathidan 1000-1200 metrdan 2700-2800metrgacha bo`lgan balandliklarini o`z ichiga oladi. Balandlikka ko`tarilgan sari hovo harorati pasayib yog`inlar miqdori orta boradi.

4. **Tog`lar mintaqasi.** Tog`larda yoz salqinroq, cho`ldagiga nisbatan qisqaroq bo`ladi. Tog`larimizda 1048 tur shifobaxsh, dorivor o`simliklar o`sadi. Okean sathidan 1400-2500 metr balandlikda archa daraxti o`sadi. Archazorlar shifobaxsh oromgohlardir.



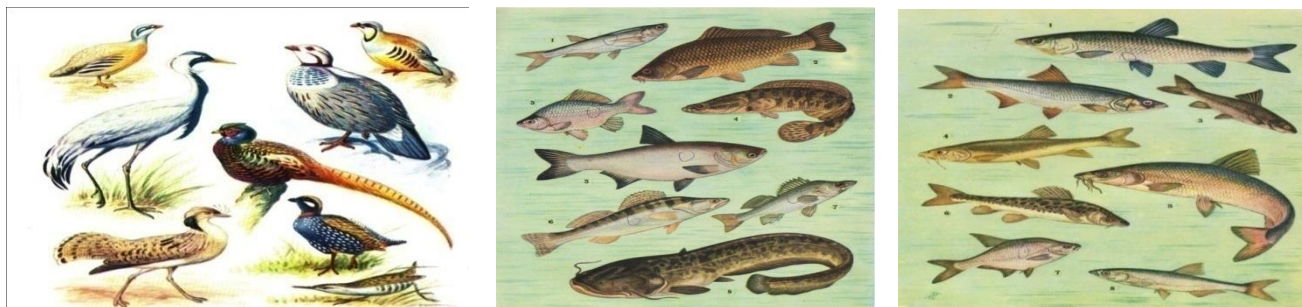
Rasm 11. *Adir mintaqasi hayvonlari.*



Rasm 12. *Tog` mintaqasi hayvonlari.*

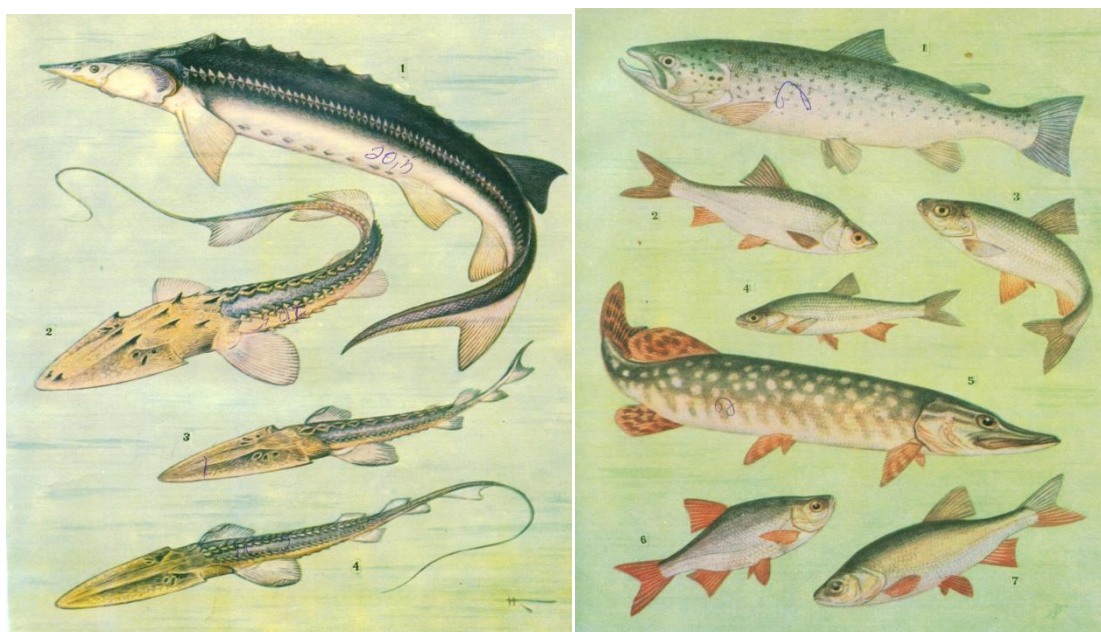
5. **Baland tog` mintaqasidengizsathidan** 2700-2800

metrbalandlikkajoylashganbumintaqahududiunchakattaemas. Mintaqadagi sovuq va nam iqlim sharoitida och qo`ng`ir va o`tloq tuproqlar hosil bo`ladi. Baland tog` mintaqalari subalp va alp o`tloqlaridan iborat. Ayrim quyoshga teskari yonbag`irlarida yil bo`yi qor va muzliklar saqlanishi mumkin.Ekologik turizmning ekosafari (ov vabaliq ovlash) resurslari ham g`oyat



biologik xilma-xillikka ega. Birgina ovlanadigan baliqlarning 83 turi daryolarimiz va suv havzalarimizda ko`patrib muhofaza etilmoqda. Shulardan 18 turi O`zbekiston Respublikasi “Qizil Kitobi”ga kiritilgan. Ovchilik mavsumida suv havzalarimizda ichki va tashqi turist ovchilarini taklif qilishning katta imkoniyatlari bor.

Rasm 12. *O`zbekiston Ekosafariresurslari.*



Ekologik turizmni rivojlantirishda “O`zbekiston Ekologik turizmni rivojlantirish konsepsiyasi” dasturlari bo`yicha ishlar amalga oshirilib kelinyapti.

Jadval 11. O`zbekiston Respublikasining muhofaza etiladigan tabiiy hududlar ro`yxati

Tabiiy landshaft	Muhofaza maskani	Maydoni	Tashkil etilgan yil

		(ga)	
Davlat qo`riqxonalari		175536	1971
Baday To`qay	Amudaryo past tekisliklari to`qay ekotizimlari	6462	1983
Hisor	Hisor tog` tizmasi ekotizimlari	80986	1959
Zomin	Turkiston tizmasi yog` ekotizimlari	21735	1975
Zarafshon	Zarafshon daryosi o`rta oqimi to`qay eko tizimlari	2352	1971
Qizil qum	Amudaryo o`rta oqimi va qo`shni sahrolar to`qay ekotizimlari	10311	1975
Nurota	Nurota tizmasi tog` ekotizimlari	26895	1971
Surxon	Ko`hitang tog` tizmasi ekotizimlari va Amudaryo o`rta oqimi to`qay ekotizimlari	26895	1975
Kitob	Noyob geologic kon	3938	1987
Uyum- Chotqol davlat milliy bog`i	G`arbiy Tiyanshan ekotizimlari	574590	1990
Xalq bog`I (Zomin)	Turkiston tizmasi ekotizimlari	24110	1977
Yozyovon sahrosi	Noyob tabiat yodgorliklari	1000	1991
Mingbuloqtumanita biatyodgorligi	O`simlik va hayvonot dunyasi	1000	1991
Chust tumani tabiat yodgorligi	O`simlik va hayvonot dunyasi	96	1990

		Buyurtmax onalar	1503206
Oqtog`	Noyob va yo`qolib borayotgan hayvon va o`simliklar	15400	1997
Dengizko`l	Hayvonot va o`simliklar olami	50000	1990
Qarnobcho`l	Hayvonot va o`simliklar olami	40000	1992
Qoraqir	Hayvonot va o`simliklar olami	30000	1992
Qo`shrabot	Hayvonot va o`simliklar olami	16300	1992
Muborak	Noyob va yo`qolib borayotgan hayvonot va o`simliklar	264469	1997
Sarmish	Hayvonot va o`simliklar olami	5000	1997
Sayg`ochi	Yovvoyi hayvonlar	1000000	1997
Sechanko`l	Baliqlar	7037	1998
Sudochye	Yovvoyi hayvonlar	50000	1991
Xuraba	Tuvaloq va uning yashash joylari	25000	1998
	Tabiiy parvarishxonalar	7122	
“Jayron” ekomarkazi	Jayron, qulon, prejevalsk otlari	7122	1976
Baliq xo`jaligi hududlari	Suv havzalaridagi antropogen tizimlar	-	
Muhofaza etiladigan landshaftlar	Alohida tabiiy ekotizimlar	1004005	
Kurort tabiati hududlari	Antropogen ekotizimlar	338	
Rekreatsiya	Antropoden va tabiiy ekotizimlar	70	

hududlari			
Davlat biosfera rezervatorlari	Tabiat ekotizimlari	35724	
Chotqol davlat biosfera ekotizimi	Chotqol tog` tizimi ekotizimlari	35724	1947

Manba: «O`zbekiston Respublikasida atrof tabiiy muhit muhofazasi va tabiiy resurslardan foydalanishning holati to`g`risida Milliyma`ruza», Toshkent , 2006.

O`zbekiston boy ekoturistik resurslarga ega bo`lganiga qaramay, ulaning faqatgina bir qismi ekoturizm obyektiga aylantirilgan. O`zbekiston ekoturizm bozoriga taklif qilayotgan mahsulotlar quyidagi yo`nalishlarda:

1. O`zbekistonning daryolari, ko`llari, suv omborlari
Orol dengizi, Amudaryo, Sirdaryo, Aydar ko`l, Chorvoq suv ombori.
2. O`zbekistonning Tabiat qo`riqxonalari
Chotqol Tog` o`rmon qo`riqxonasi, Zomin tog` o`rmon tabiat qo`riqxonasi (Mojjevelnik), Nurota tog` yong`oq va mevalar tabiat qo`riqxonasi, Hisor Davlat qo`riqxonasi, Surxon Davlat qo`riqxonasi, Qizilqum Davlat qo`riqxonasi, Baday To`qay Davlat qo`riqxonasi, Zarafshon Davlat qo`riqxonasi, Abdusamadskiy, Oqbuloq, Arnasoy, Sangardak, Jayron eko markazi.
3. O`zbekiston Milliy Ko`ngilochar bog`lari
4. O`zbekiston Cho`llari.
5. O`zbekiston ov turizmi.

1. Qorako`l davlat o`rmon ovchilik hududi. Buxoro viloyatining 875ga maydonini egallagan bu hudud yovvoyi hayvonlarni ko`paytirishga yo`naltirilgan. Ov hayvonlari yovvoyi to`ng`iz, shoqol, tulki, quyon va yovvoyi bedana.
2. Dalvorzin davlat o`rmon ovchilik hududi. Toshkentning bekobod tumanida joylashgan, 5360 ga maydonni egallaydi. Ovg`a ruxsat etilgan hayvonlar tuvaloq, yovvoyi to`ng`iz, shoqol, yovvoyi mushuk, quyon, fazan. Hududda ovchilar qo`nalgohi va baliq ovchilik sharoitlariga ega.
3. Arnasoy davlat o`rmon ovchilik hududi. Jizzax viloyatining Forish hududida joylashgan bo`lib, 11000 ga maydonni egallaydi. Rangba rang flora va faunaga ega. Palatkalar,

ovchilar qo`nalgohi, rekreatsion va baliqovchilik tashkil etiladi.

4. Buxoro davlat o`rmon ovchilik hududi. Olot tumanida joylashgan bo`lib, 39000 ga maydonni egallaydi. Ov qurollari bilan ta`minlanmagan. Dengizko`ldan uncha uzoq emas.
5. Qo`ng`irot davlat o`rmon ovchilik hududi. Qaraqalpog`iston hududida joylashgan bo`lib 2606515 ga maydonni qamrab oladi. Baliq ovi va hayvon ivlarini tashkil etish bo`yicha barcha qulaylilarga ega.
6. Qashqadaryo davlat o`rmon ovchilik hududi. Mo`ynoq hududining 400970ga maydonini egallagan. Cho`l va to`qay hayvonlarini ovlashga ruxsat etilgan.



Manba: Orexca.com ma`lumotlari asosida tayyorlandi.

Chizma 6.O`zbekiston Ekoturizm Resurslari



Manba: Tadqiqot natijasida olingan ma`lumotlar asosida muallif ishlanmasi

Sentob qishlog`i o`ziga xos ekoturizm mahsuloti.

Qizilqum sahrosi va Nurato Tog` tizmalari orasida maftunkor Sentob qishlog`I joylashgan. Bahavo bu o`lka har qanday sanoat va texnikalarning salbiy ta`sirlaridan batamom xoli bo`lgan bu joy, kishi ko`nglini yayratuvchi xushmanzara tabiatga ega. Bu yerda yashovchi



har bir xonadon o`z mahsulotlarini o`zi yetishtiradi. Xonaki chorva va parrandalardan go`sht, sut, tuxum, jun kabi mahsulotlar olib 100% natural oziq ovqatga ega. Uylar ham qum, shag`al, toshlar yordamida qo`l mehnati asosida barpo etilgan. Qishloqda O`zbekiston Qizil Kitobiga kiritilgan bir qancha noyob hayvonlar, hasharotlar, qushlar,

qurt qumursqalar va sudralib yuruvchilarni tabiatda erkin holda

yashash tarzi bilan yaqindan tomosha qilish imkoni bor. Qishloq

aholisidan Gulmurad Zarifullayev 2007-yildan beri tug`ulib o`sgan

makonining ekoturistik salohiyatini tarannum etib, qishloqqa

ekoturistlar e`tiborini va tashrifini jalb etib kelyapti. Bugungi kunga

kelib qishloqda 3 ta gestxaus mehmonlarga xizmat ko`rsatyapti.

Sentob qishlog`iga qarab qo`shni qishloqlar: Eski Forish, Hayot,

Uhum, Asraf va Yuqori Uhum qishloqlari ham ekoturistlarniqabul

qilishni boshlagan. Qishloqlar elektr energiyasi va toza suv bilan

ta`minangan.

Ekoturistlar qishloq tabiatidan bahramand bo`lish bilan birga mahalliy aholi turmush faoliyati bilan yaqindan tanishib , tandirda non yopish, eshak ot va xachirlarda minish, qishloq to`y marosimlari va ko`pkarilarda ishtirok etishlari mumkin.



Rasm 13. *Sentob Qishlog`i hayoti*

O`zbekiston ekoturizm bozori potensial mijozlari. Mamlakatimiz ulkan ekoturistik salohiyati bilan butun dunyo ekoturistlar e`tiborini sekin astalik bilan o`ziga qaratib kelmoqda. Bizdagi ekoturlarning nisbatan arzonligini hisonga olib, bizning potensial ekoturist mijozlarimiz rivojlangan mamlakatlar fuqarolari bilan bir qatorda, rivojlanayotgan O`rta va Sharqiy Osiyo

davlatlari fuqarolari bo`lib hisoblanadi. Ulardan tashqari ichki 30 mln kishilik mahalliy bozor iste`molchilariga ham egamiz. Albatta, sayyohlarning to`liq hammasi ham ekoturizmni maqsad qilmasligi mumkin, lekin insoniyatni tabiatga bo`lgan hurmat va e`tibori kundan kunga ortib borayotganini hisobga olib, jami turistlar orasida ekoturist bo`lishni xohlaganlari salmog`i ortishiga prognozlar yo`q emas. O`zbekiston ekoturizm mahsuloti potensial xaridorlari yirik ikki qismga ajratiladi: milliy va xorijiy ekoturistlar. O`zbekistonda ekoturizmning sarguzasht turi ko`p ham rivojlanmagani sababli (jungle, o`rmon, tog`, shiddatli daryoda suzish va b.) O`zbekistonga tashrif buyurishni xohlagan ekoturistlarning aksariyati o`rta va katta yoshli insonlardir. Ekoturist profiliga asosan, ular oliy ma`lumotli ziyoli kishilardir. O`zbekiston ekoturizmi ayni kunda madaniy turizm bilan bir qatorda taklif etilayotganini hisobga olib, ekoturistlarni tarix asoslaridan ham yetrli bilim va tasavvurga ega insonlar deyish mumkin. O`zbekiston ekoturistlarining asosiy mashg`ulotlari safariylar, tabiat sayohatlari, yovvoyi hayvonlarni kuzatish, daryolarda suzish, Chimyon tog`larida chang`i uchish, ov mashg`ulotlari, o`simliklar dunyosiga sayohat va boshqalar kiradi.

O`zbekistonda Ekoturizm Promotion.

O`zbekiston keng miqyosli ekoturistik reklamalarni internet orqali amalga oshirib kelyapti shunga qaramay, uning milliy ekoturistik sayti mavjud emas. O`zbekiston ekoturizmi deb global tarmoqqa chaqiruv yuborilganda quyidagi saytlar namoyon bo`ladi:

www.orexca.com/nature_uzbekistan.shtml

www.advantour.com > ... > Uzbekistan Tourism

www.advantour.com > ... > Uzbekistan > Nurata

travelornament.com/eco_tourism_in_uzbekistan

nuratau.com

ag.arizona.edu/oals/ALN/aln43/uzbekistan.html

www.usbekistan.at/index.php?...ecotourism-in-...

www.welcomeuzbekistan.uz/en/.../eco-tur.html

caravanistan.com/ecotourism/uzbekistan/

www.uzdaily.com/articles-id-15635.htm va boshqalar.

Bu saytlar orasida “O`zbekturizm MK”ning rasmiy sayt welcomeuzbekistan.uz saytida O`zbekistonning barcha sayyohlik potensialini ko`rsatib berishga harakat qilingan. Sayt 3 tilda ingliz, rus va nemis tillarida bo`lib, xorijiy kirish turizmiga yo`naltirilgan. Saytning **ekoturizm** qismida O`zbekistonning tabiati va ekotur salohiyati atroflicha yoritilgan. Saytga birinchi nazardayoq o`zbek milliy kuylari taraladi. Saytda ma`lumotlar 7 bo`limga ajratilib taqdim etilgan. Bular News, About Uzbekistan, Tourism centers, Tourism types, Useful, contact

information, About project kabilar. Sytda mehmonxonalar, turoperatorlar, muzeylar, restoranlar, diqqatga sazovor joylar, kin ova teatrlar yurtimiz viloyatlari bo`yicha tartiblanib joylashtirilgan. Ob havo va valyuta kursi haqidagi ma`lumotlar oynaning chap qismida. Pastroqda hafta surati va turistik tadbirlar vaqtlari ko`rsatilgan. Ijtimoiy tarmoqlarga ulanish linklari ham mavjud.

Saytning kamchiliklari. Welcomeuzbekistan.uz saytining domeni ko`rinib turganidek .uz. Ma`lumki, yer yuzidagi barcha aholi ham barcha mamlakatlar domenini yoddan bilmaydi. Ayniqsa xorijiy sayyohlarga qaratilgan saytlarning domeni .com yoki .org dabo`lishi maqsadga muvofiq.

Saytning brendida *Uzbekistan* yozuvi bilan birgalikda madrasa shakli, yashil rangda tog`lar va tekisliklar, ko`k rangda daryo, qizil rangda oy tasvirlangan. Bir qarashda bu brend orqali ham madaniy ham tabiiy turizmni ko`rish mumkin. Ammo qizil yarim oyning ko`rinishi va ma`nosi biroz tushunarsiz. Mamlakatimizning ham madaniy ham ekoturizmining brendini umumiy lashtirish unchalik to`g`ri fikr emas. Ma`lumki, brend tovarning tashqi ko`rinishi u tez yodda qoladigan va har qanday chalg`ituvchi narsalardan xoli bo`lishi lozim.

Ekoturizm qismida O`zbekistondagi ekoturistik resurslar keng yoritilmagan. Faqatgina qurib borayotgan Orol dengizi haqida ma`lumotlar bor xolos.

Turoperatorlar qismi mamlakat regionlari yuzasidan tartiblangan. Bu qismda turoperatorlari mavjud bo`lmagan viloyatlar esa bekordan joy saqlab turibdi. Joyni iqtisod qilish, undan samarali foydalanish maqsadida turoperatorlarni ularning mahsulot tematikalari orqali tartiblash maqsadga muvofiq dab o`ylayman.

Ekosan.uz sayti Ekosan tashkilotining rasmiy sayti bo`lib, unda ham O`zbekiston bo`yicha ekoturistik marshrutlar takif qilingan. Bu saytning asosiy foydalanuvchilari O`zbekiston fuqarolari bo`lishiga qaramay saytda ekoturistik mahsulotlar ungliz tilida berilgan. Agar bu saytdan xorijiy sayyoh foydalanishi nazarda tutilgan bo`lsa, unda ekosayohat turistni qiziqtiradigan barcha ma`lumotlardan xoli. Ya`ni takliflar hech qanday bezaklarsiz, qiziqtiruvchi belgilsiz oddiy so`zlar orqali matn shaklida berilgan. Bunday sifatdagi saytlar o`z xorijiy foydalanuvchilari ehtiyojlarini to`laligicha qondirolmaydi, sayt o`z maqsadiga erisha olmaydi, deb aytish mumkin.

Yuqorida keltirilgan har ikkala sayt ustida ham internet sayt programistlari va turizm soha mutaxasislari birgalikda ish olib borsalar umud qilamanki, turistik saytlarimiz yanada jozibali va xorijiy potensial sayyohlar diqqat markazida bo`ladi.

3.3. "O`zbek ekoturizm jozibasi" logotipi

Logotip yoki logo mahsulot yoki tovar belgisini o`zida aks ettiradigan so`z, harflar jamlanmasi, belgilar, rasmlar, ranglar, grafikli symbol va reklama devisi ularning biri yoki bir nechtasini o`zida namoyon etadigan savdo belgisidir.

Tovar ishlab chiqaruvchi yoki xizmat ko'rsatuvchi korxonalar o'zlari yaratayotgan mahsulot yoki xizmatni ma'lum logotip orqali tanitishga urunishadi. Buning asosiy sababi ular o'z logotiplarini mashhur qilib, so'ng u orqali daromad va nufuzga ega bo'lishni istashadi. Logotip ham brendga o'xshab mavjud real yo mavhum mahsulotni ma'lum darajada moddiylashtirishga imkon beradi. Xizmatlar sohasi ayniqsa turizmda logotiplarning o'rni beqiyos. Ular xizmatning turini, sifatini, belgisini, aniq bozorga yo'nalganligini va potensial xaridorlari sususiyatlarini ma'lum darajada bildiradilar.

Ushbu bitiruv ishimni yozish jarayonida "O'zbek ekoturizm jozibasini" logotipini yaratishga harakat qildik. Unda O'zbekiston xaritasi shakli orqali mamlakatimiz, undagi ekoturistik resurslar namoyon etilgan. Ko'rib turganingizdek, yurtimizda ekoturizmning barcha turi: o'simliklar, qushlar va hayvonlarni erkin tabiatda tomosha qilish, kuzatish va o'rganish, suv osti dunyosiga sho'ng'ish va u yerdagi ajoyibotlardan bahramand bo'lish, tog', chang'i turizmi, ov va baliq ovi turizmi, sahrolardagi hayot va jeeping, eko-turargohlarning o'ziga xos turi ya'ni o'tovlar, palatkalar, ekstremal turlaridan parashutdan sakrash, tog'ga chirmashib chiqish, alpinizm, sirli afsonalarga ega tabiat yodrorliklari, o'zbekona o'ziga xos ekoturular Navro'z va lola sayllari, agrar turizm, mazzasi tilni yoradigan mevalar va poliz mahsulotlari, shifobaxsh va noyob o't o'simliklar, sanatoriya va parklar, hayvonot va nabotot olami parklari va muzerlari, suv havzalari bo'yidagi plyajlar va umuman musaffo havo, zilol suv, jo'shqin tabiat serquyosh o'lka tasvirlangan.

Zaminimizga quyosh o'z zarrin nurlarini sohib turibdi. Bulutlar bemisl obi hayot yomg'ir elchilari. Quyosh va bulut o'z ramziy ma'nolariga ega.

Quyosh – oqilona va to'g'ri yo'lga qo'yilgan marketing. Uning nurlari eas xorijiy va mahalliy ekoturistlar oqimidir. Aniqki, marketing –mahsulot, uning yaratilishi, ehtiyojni qondirish darajasi, uning bozori, xaridorlari, raqobatchilari ,tashqi omillar va promotion aniq ma'lumotlar ya'ni marketing tadqiqotlari asosida yaxshi yo'lga qo'yilgan bo'lsa, undan keladigan foyda ya'ni ekoturistlar oqimi shunchalar ko'p bo'ladi. Quyosh nurlari tabiat va undagi hayotning yorqinligini ta'minlaydi. Ekoturistlar oqimi esa o'z navbatida iqtisodiy rivojlanish, ijtimoiy hamjihatlik, tabiatga hurmat bilan yondashuvni olib keladi.

Ommaviy ekoturizm biz birinchi bobda keltirib o'tgan tabiatga zarar (yani,yemirilish, cho'llanish, ifloslanish, hosildorlikni pasayishi, tabiat jonivorlari va o'simliklari turlarining qirilib ketishi, o'rmonlarning yo'qolib ketishi tufayli iqlimning isib ketishi, ozon qatlamining yemirilishi, va boshqa turli ofatlar) yetkazishi mumkin. Bular quyosh nurlarining ultrabinafsh

nurlari, ular ko`zga ko`rinmasada mavjud. Biz har doim ularning xavflaridan ogoh bo`lishimiz tabiatimizni degradatsiyaga uchrashidan asrash chora tadbirlarini ko`rishimiz lozim.

Bulutlar quyosh nurlarini o`tishiga vaqtinchalik yo`l qo`ymaydi. Shunday bo`lsada ular salqinlik, soya, hayotbaxsh yomg`irlar olib keladi. Bulutlarning ramziy ma`nosi davlat tabiatni asrash to`g`risidagi qonun va uni halokatdan asrovchi taqiqlari, tabiatni himoya qiluvchi turli xalqaro va nodavlat tashkilotlari umumiy harakatlari va insonlar shu jumladan mahalliy aholini tabiatni asrash unga zarar yetkazmay faoliyat yuritish to`g`risidagi bilim, malaka va ko`nikmalaridir.

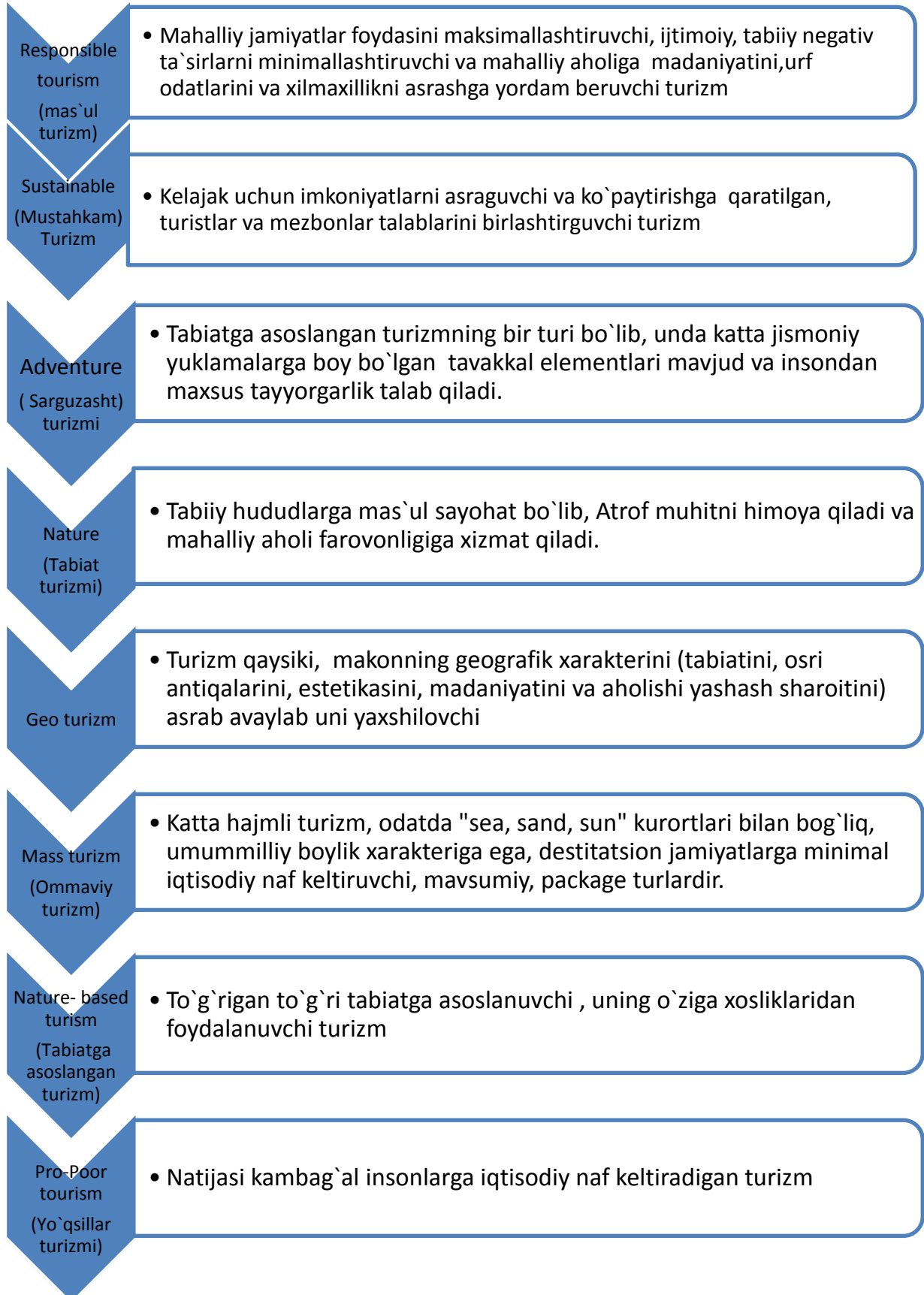
Ma`lumki, tabiat tirik va yangilanuvchandir. Uning kuch qudrati shunchalik ulug`ki, u o`zini o`zi qayta tiklay oladi. Bunga to`squinlik qiladigan insoniyat nafsigajavoban u katta ofatlar balolar keltirish qudratiga ham ega. Shuning uchun kelinglar, tabiatga ziyon yetkazmay uni sevib asrashda davom etsak, u bizlarga sog`lik omillari in`om etish bilan birga ekoturizm orqali iqtisodiy naflar ham keltiradi.



"O'ZBEK EKOTURIZM JOZIBASI"

Xulosa va Takliflar

Xulosa qilib aytganda, ekoturizm quyida keltirilgan tabiat, insoniyat va barqaror rivojlanish kategoriyalarining jamlanmasidir.



Ekoturizmning asosiy maqsadi tabiatni asrab avaylagan holda undan foyda ko`rish, uning asosida xalqlar totuvligi, bahamjihatligi va farovon yashashini ta`minlab, uni kelajak avlodga ham bus butun holicha yetkazish demakdir. Bu maqsadni amalga oshirishda to`g`ri ishlab chiqilgan oqilona marketing ko`magiga hamisha ehtiyoj mavjud. Har qanday qaror maqsadga aniq yo`naltirilgan bo`lsagina muvaffaqiyatga olib keladi.

Qarorlar qabul qilishda marketingning o`rni beqiyos. Eng muvofiq to`g`ri strategiyalar esa bugungi kun ekoturizm rivojlangan mamlakatlari qilgan ishlarini o`z yurtimiz uchun mos keladigan jihatlarini qo`llash bilan bir qatorda unga o`zimizning o`zbekona tabiatga mehrni ko`rsatib, O`zbekistonni ham ekoturizm rivojlangan mamlakatlar qatorida bo`lishni ta`minlaydi. Bitiruv makakaviy ishimda Aynan Malayziya davlatini ekoturizm sanoti bilan qiziqqanim boisi shundaki, Malayziyada yaqin o`tgan o`n yillik mobaynida ekoturizm unchalik ham rivojlanmagan soha bo`lganligida. Davlatning ekologiyaga qaratgan e`tibori, to`g`ri yuritgan siyosati va ekoturizm marketing strategiyalari qisqa fursatlarda Malayziyani Osiyo ekoturistik destinatsiyasiga aylantirdi. Malayziya ekoturistik bozorining Kosta Rikadan farqli shundaki, u rivojlanayotgan mamlakat ekoturistlari va daromadi nisbatan yuqori bo`lmagan sayyohlarga ekoturistik xizmat ko`rsatishga qaratilganligi. O`zbekiston bilan bir qit`ada joylashganligi tufayli u potensial mijozlar va raqobatchilar borasida yurtimizga o`xshashdir.

Xorijiy mamlaktlar tajribasidan to`g`ri xulosa chiqarish bilan bir qatorda, O'zbekiston Respublikasi Prezidenti rahbarligida, O'zbekiston Respublikasi Tabiatni muhofaza qilish davlat qo'mitasi, Soliq Davlat qo'mitasi, Qishloq va suv xo'jaligi vazirligi, Madaniyat va sport ishlari vazirligi, Adliya vazirligi, Oliy va o'rta maxsus o'quv yurti vazirligi, "O'zbekturizm" Milliy Kompaniyasi, "Ekosan" Xalqaro tashkiloti qoshidagi "Ekotur" markazi va boshqa ekoturizmning rivojlantirish bilan bog'liq bo'lgan qo'mitalar, vazirliklar hamda boshqa mutasaddi tashkilotlar bilan hamkorlikda umumiy ilmiy-iqtisodiy asoslangan O'zbekistonda ekoturizmning bosqichma-bosqich rivojlanish strategiya dasturini ishlab chiqib, hayotga izchil tadbir etish kerak.

Bitiruv malakaviy ishimizni yozishda quyidagi takliflar berishni o`rinli deb bildik:

1. O`zbekiston boy ekologik resurslarga ega bo`lganiga qaramay, yurtimiz ekoturistik salohiyatini to`liq o`ziga aks ettirgan milliy **ekoturistik saytini** yaratishimiz lozim. Chunki rivojlangan texnika asrida hayotimizning hech bir sohasini global tarmoqsiz tasavvur etish qiyin.
2. O`zbekiston o`zining **ekoturistik brendiga** ega emas. Ma`lumki, xizmatlar mavhum soha bo`lib, ularning rivoji diqqatga sazovor brendi orqalidir.
3. O`zbekiston muntazam o`tkaziladigan turli **ekotadbirlar** ishtirokchisi hamda, imkon darajasida ularning tashkilotchisiga aylanishi lozim.
4. Davlatimizda, ko`pchilik mamlakatlar qatori, **ekoturizm statistikasi** yuritilmaydi. Ekoturizm ko`rsatkichlari haqidagi aniq ma`lumotlar soha rivojining poydevori va kamchiliklarni bartaraf etishig yordam beradi.
5. O`zbekiston ekoturistik destinatsiyalarining hech birida hozirgacha **marketing tadqiqotlari**, so`rovnomalar va tahlillar o`tkazilmagan. Ko`plab ekoturizm rivojlangan mamlakatlar mavjud bozor istiqbollari va kamchiliklarini aniqlash maqsadida joylarda marketing tadqiqotlari o`tkazib turib mavjud holat ustidan nazorat o`rnatishadi.
6. Ekoturizm ma`lum asboblar, jihozlar, ov qurollari hamda avtotransportlar ijarasidan katta foyda keltiradigan sohadir. O`zbekistonning ayrim ekoturistik destinatsiyalarida(Buxoro, Qashqadaryo davlat o`rmon ovchilik hududlari) bunday **ijaralar** yo`lga qo`yilmagan.

7. Mamlakatimizda yuksak ekologik bilimli va ekologik madaniyatli **ekotur va ekogidlarga** talab yuqori. Bu sohada malakali kadrlar tayyorlash uchun oliy va o`rta maxsus o`quv yurtlarida ekoturizm yo`nalishi bo`lib, talabalarga tabiatga ziyonsiz turistik xizmat ko`rsatish bilim va ko`nikmalarini shakllantirish lozim.
8. Ekoturistik potensialga ega bo`lgan qishloq hududlarini soha rivoji uchun zarur bo`lgan **infrastruktura va turizmutaxasislari** bilan ta`minlash lozim.
9. Ekologik turizm Vatanimizning tabiiy resurslaridan oqilona foydalanish sohasida, ona Vatanimizning landshafti, hayvonot va nabotot dunyosiga boy va betakror tabiati bilan tanishtirish, xalqlar o`rasidagi do`stlik va hamkorlik rishtalarini bog`lashmamlakatlar va turli xalqlarning bir birini kengroq bilishi, balki shu bilan birga O`zbekiston hududida qirilib ketish arafasida turgan noyob hayvonot va nabotot dunyosini saqlash va ko`paytirish maqsadida qo`riqxonalar (Surxon, Nurota, Hisor, Baday- To`qay, Zarafshon, Qizilqum, Chotqol, Zomin, Kitob) parvarishxonalar“Jayron Eko markazi”, Sayhun xo`jaligi tarkibida va atrofida jahon talablariga javob beraoladigan milliy tabiiy bog`larni amalga oshirish orqalimoddiy texnika bazasini yaratish uchun **xorijiy chet el investitsiyalarni** jalb qilishdan kerak.
10. O'zbekiston ekoturizm destinatsiyalari bo'yicha yangi **ekoturistik dasturlar, yo`nalishlar, ekoturistik xaritalar** tuzish lozim.
11. Ekoturistiklar oqimini ko`paytirish evaziga tabiatga ziyon yetkazmaslik chora tadbirlarini puxta amalga oshirish. Bunda Kosta Rika tajribasiga tayangan holda ekoturizm xizmatlari **narxlarini** xorijiy turistlar uchun **balandroq** qilish kerak.
12. Ekoturizm xizmatlari bilan birga vitaminturlar, sog`lomlashtirish va hordiq chiqarish **rekreatsion xizmatlarni** ham yo`lga qo`yish.
13. Mamlakatimiz go`zal tabiiy go`shlarida joylashgan **sanatoriyalariga** mahalliy aholi bilan birga xorijiy turistlar oqimini ko`paytirish.
14. Ekoturizm bilan **fitochoy** sanoatini yo`lga qo`yish va yurtimizdagi shifobaxsh o`simliklar damlamalarini keng targ`ib qilish.
15. Daryolarimiz, ko`llarimiz va mavjud suv omborlarimiz atrofida maxsus turistlar uchun **baliqovchilik** markazlarini yaratish hamda **scuba diving** xizmatlarini yo`lga qo`yish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Bosh maqsadimiz – keng ko'lamli islohotlar va modernizatsiya yo'lini qat'iyat bilan davom etish. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Islom Karimovning 2012 yilda mamlakatimizni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish yakunlari hamda 2013 yilga mo'ljlangan iqtisodiy dasturning eng muhim ustuvor yo'lanishlariga bag'ishlangan Vazirlar Mahkamasining majlisidagi ma'ruzasi. “Xalq so'zi”, 2013 yil 23 yanvar. 1-2 betlar.
2. 1992-yil 9-dekabrda qabul qilingan va amaldagi O'zbekiston Respublikasi «Tabiatni muhofaza qilish to'g'risida»gi Qonunning 4-moddasida
3. 2006-yil 17-aprelda Prezident Islom Karimovning «O'zbekiston Respublikasida 2006—2010-yillarda xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risida» gi 325-sonli qarori
4. I.A. Karimovning. YUNESKO Ijroiya Kengashi 155-sessiyasining yakunlovchi majlisida 1998-yil 6-noyabrda so'zlagan nutqidan // Biz kelajagimizni o'z qo'limiz bilan quramiz. - T.: «O'zbekiston», 1999. 193-206-b.
6. Karimov I.A. 2012 yil vatanimiz taraqqiyotini yangi bosqichga ko'taradigan yil bo'ladi. T.: «O'zbekiston», 2012 yil.
7. Karimov I.A. Barcha reja va dasturlarimiz vatanimiz taraqqiyotini yuksaltirish, xalimiz farovonligini oshirishga xizmat qiladi. T: O'zbekiston, 2011. 3-5-b.
8. Prezident Islom Karimovning “Yuksak bilimli va intellektual rivojlangan avlodni tarbiyalash – mamlakatni barqaror taraqqiy ettirish va modernizatsiya qilishning eng muhim sharti” mavzusidagi xalqaro konferensiyaning ochilish marosimidagi nutqi. 17.02.2012. http://www.press-service.uz/uz/news/show/main/vyistuplenie_prezidenta_respubliki_uz_15/
9. Karimov I.A. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralari. T.: O'zbekiston, 2009. 5-7-b.
10. I.A. Karimov. O'zbekistonning o'z istiqloq va taraqqiyot yo'li.
T.: «O'zbekiston», 1992. 3-5-b.
11. Atrof tabiiy muhitni muhofaza qilish. Qonunlar va normativ hujjatlar. -T.: «Adolat», 2004.
12. O'zbekiston Respublikasida atrof tabiiy muhit muhofazasi va tabiiy resurslardan oqilona foydalanishning holati to'g'risida Milliy ma'ruza. — T.: Chinor ENK, 2006.

13. O`zbekistonda atrof-muhitning holati va tabiiy resurslardan foydalanish: faktlar va raqamlar. 2000—2004 // Statistik to`plam. — T, 2006. 14-17-b
14. A. Nig`matov, N. Shomurodova - Ekoturizm asoslari - T.: << Toshkent- Iqbol>> 2007. 35-37-b.
15. Храбовченко В.В. Экологический туризм. — М.: Финансы и статистика, 2003. 25-31-с.
16. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Экологический туризм: сущность, тенденции и стратегия развития. — Т.: «O`zbekiston Milliy Ensiklopediyasi», 2006. 17-21-с.
17. Бочкарёва Т.В. Экотуризм: анализ существующего международного опыта. — М., 2003. 54-57-с.
18. Александрова А.Ю. Международный туризм. — М.: Аспект пресс, 2002. 17-25-с.
19. Быржаков М.Б., Никифоров В.И. Индустрия туризма: Перевозки. Москва — Санкт-Петербург, «Невский Фонд», «Издательский дом Герда», 2001. 54-57-с.
20. Глобальные прогнозы развития туризма до 2000 года и в последующий период. Мир в целом. Мадрид, 1994. с. 3—68, 123—210.
21. Davidov R. Turizm, — London, 1990. p. 21-25
22. Егоренков Л.И. Экология туризма и сервиса. — М.: Финансы И статистика, 2003. с 21-28
23. A. Nig`matov. Ekologiya nima ? — T.: «Turon-iqbol», 2005. 35-41-b.
24. A. Nig`matov., N. Shomurodova. Ekologik turizm -- yangi fan sohasi // j. Ekologiya xabarnomasi, 2003. 6-зоп. 14—17-b.
25. Окладникова Е.А. Международный туризм. География туристских ресурсов мира. М.: Омега — Л., 2002. 51-55б.
26. Рабочая программа развития экотуризма на участке Чимган—Бел-дерсай// Угам—Чаткальский национальный парк, Узбекистан. — Проект-июнь, Ташкент, 2005.
27. Рабочая программа развития экотуризма на участке Хумсан — Ак-таш// Угам — Чаткальский национальный парк, Узбекистан. — Проект -июнь, Ташкент, 2005.
28. Соколова М.В. История туризма — М.: Мастерство 2002. 33-37б.

29. *A. Soliyev, M.R. Usmonov. Turizm geografiyas. SamDU*, 2005. 55-58-b.
30. *Таксанов Л. Азбукатуризма. Ассоциация путешественников Рабат Малик. — Т., 2005. 27-29 б.*
31. *Уокер Д. Введение в гостеприимство. Учебник. — М., 1999. 51-55 б.*
32. *А.Б. Косолапов, И.Г. Мызь. Экологический туризм в Приморском крае и работа гида на маршруте (методические рекомендации). — Владивосток, 2002. 21-27 б.*
33. *Дроздов А.В. Экотуризм: определения, принципы, признаки, формы / / Акт. пробл. туризма — 99. Перспективы развития туризма в южном Подмосковье. Сб. докл. и тез. сообщений науч.-практ. конф. — М., 1999. 32—41 б.*
34. *Емельянов Б.В. Экскурсоведение. РМАТ, — М., 2001. 21-25б.*
35. *Петрасов И. Концепция устойчивого развития применительно к мировому туризму [http:// www.publication.narod.ru/FauthorFpetrasovfamin. htm](http://www.publication.narod.ru/FauthorFpetrasovfamin.htm).*
36. *Разработка и описание экотуристических маршрутов. МАНТ—ДВ, Хабаровск, 2000.*
37. *В.Аминов, Т. Тилонов. Odam va uning salomatligi. -- Т.: «O'qituvchi», 1995. 77-79 б.*
38. *Ербавлетов С.Р. География туризма: история, теория, методы, практика. - Алматы, 2000—336 б.*
39. *М. Алиев. Табиат ва тақдиримиз. — Т.: «Медицина», 1989. 201-205 б.*
40. *М. Маманазаров. Ekologik xavfsizlikni ta'minlashning ustuvor yo`nalishlari //j. Ekologiya xabarnomasi. N93, 2005. 26—27-b.*
41. *Mustaqillik: Izohli ilmiy-ommabop lug'at. — Т.: «Sharq»,1998. 155-157 б.*
42. *Тетюхин Г.Ф, Маматкулов М., Батунская Б.А Некоторые аспекты рационального использования и охраны неживой природы Узбекистана.. -Т., «Фан» 1987. 17 б.*
43. *Yu. Sh. Shodimetov. Ijtimoiy ekologiyaga kirish. — Т.: «O'qituvchi», 1993. 55-59 б.*
44. *А. Nig'matov. Ekologiya. — Т.: «Cho'lpon», 2006. 81-85 б.*

WEB- SAHIFALAR

1. <http://site-ru.net/jh/kp/>
2. http://uzforyou.com/q_a.htm
3. [http://F.Fuzforyou.com/Ftours/Fvelotur-pustinya Kizilkum.htm](http://F.Fuzforyou.com/Ftours/Fvelotur-pustinya-Kizilkum.htm)
4. <http://www.travelgroup.ru/ecotourism>
5. <http://www.geographia.com/>
6. [http://www.jonathanangelascott.com/.](http://www.jonathanangelascott.com/)
7. <http://www.videoglobetrotter.com/>
8. http://www.crusadertravel.com/red_sea/
9. <http://www.unitours.ru/>
10. <http://www.constanttour.ru/>
11. <http://www.goperu.ru/>
12. <http://www.lonelyplanet.com/worldguide/destinations/south-america>
13. <http://www.tourism.com/>
14. <http://www.yandex.ru/yandsearch?text=beach&stype=www>
15. <http://shalkamy-eg.com/>
16. <http://www.bcrereservation.com/canoe.html>
17. <http://www.famous-india.com/packages-tour-india/rajasthan-camel-safari-tour.html>
18. <http://www.newride.ru/rafting.htm>
19. <http://www.issyk-kul.com/>
20. <http://www.newride.ru/index.html>
21. <http://www.elbrusspeedclimb.com/?p=foto&m=menu2&l=ru>
22. http://www.sustainabletravelinternational.org/documents/op_et_exective.html
23. <http://www.ecoventura.com/photogallery/default.as>

Annotation

**OF THE BACHELOR'S GRADUATION QUALIFICATION THESIS OF THE
STUDENT OF 4 T GROUP Sharifova Shahlokhon**

Title of the thesis: *The usage of marketing methods to develop ecotourism*

Importance of the subject: There are abundant attractive resources for national and foreign ecotourists in Uzbekistan: deserts and mountainous lands, ecological centers, rivers rich in flora and fauna, a lot of water resources – are a great potential to develop ecotourism actively.

To prevent Uzbekistan's not to use ecological potencies effectively, not taking opportunities of some ecotouristic places, and to develop ecological culture in youth and native people, to arise love for nature and saving it for future generation.

The main aim of the thesis: To use natural resources effectively and reasonably in a touristic way in order to ensure ecological safety and sustainable development of present and future generation. To create sustainable developing Uzbek ecotourism marketing strategies.

The goals for the aim:

- to explain the term Eco-tourism, its significance and categories;
- to achieve saving the environment and to forward the intact nature as possible to future by local people through eco-tourism;
- to become familiar with marketing sphere of eco-tourism;
- to analyze eco-touristic sphere of Uzbekistan and its future prosperity;
- to analyze eco-touristic marketing sphere by foreign developed eco-tourism countries' experiments;
- to achieve new eco-touristic products, eco-tourism markets and foreign eco-tourists;
- to create positive eco-touristic image of Uzbekistan;
- to define the problems of eco-tourism promotion and solve them;
- to create logo "Uzbek eco-tourism attractiveness"

Object of the thesis: Eco-tourism marketing sphere (Eco-tourism product, market, price, promotion, customer behavior of eco-tourist) and the ways of creating Uzbekistan's needed eco-tourism product and offering them to eco-tourists through analyzing foreign developed eco-tourism countries.

The contents of the thesis: My scientific research consists of:

- introduction;

- 3 units , 8 sections;
- conclusion and suggestions;
- the list of used literature;
- supplement.

The first unit explains the significance of eco-tourism and characters of eco-tourism market. Ecotourism definition criteria and increasing behavior of eco-tourism market are the main objects there. The second unit discusses the eco-tourism market profile. There the explanation of eco-tourism marketing sphere through 4 “P” conceptions Finally, the third unit is about Eco-touristic prosperity and marketing analysis of Uzbekistan. We created the “Uzbek eco-tourism attractiveness” logo. These problems are thoroughly discussed and solved. Besides, 11 tables, 6 charts and 14 images are available in my scientific research.

The brief view of the thesis: Ecotourism is a form of [tourism](#) involving visiting fragile, pristine, and relatively undisturbed natural areas, intended as a low-impact and often small scale alternative to standard commercial tourism. According to the definition and principles of ecotourism established by The International Ecotourism Society (TIES) in 1990, ecotourism is "Responsible travel to natural areas that conserves the environment and improves the well-being of local people." (TIES, 1990). There are 13 characteristics of ecotourism, which are:

1. Interest in nature
2. Contributes to conservation
3. Reliance on parks & protected areas
4. Benefits local people / long-term benefits
5. Education and study
6. Low impact/non-consumptive
7. Ethics/responsibility
8. Management
9. Sustainable
10. Enjoyment&appreciation
11. Culture
12. Adventure
13. Small scale

An environmental protection strategy must address the issue of ecotourists removed from the cause-and-effect of their actions on the environment. More initiatives should be carried out to improve their awareness, sensitize them to environmental issues, and care about the places they visit. Tour guides are an obvious and direct medium to communicate awareness. With the confidence of ecotourists and intimate knowledge of the environment, they can actively discuss conservation issues. Quantitative demand and market volume.

Ecotourism is considered as a small niche market in constant growth. An overwhelming majority of interviewed tour operators expect the nature tourism and ecotourism markets to grow in the future. Sensitivity to environmental matters and level of requirements are increasing in all segment of the conventional market. For example:

- In Germany, according to the information of the German Travel Agency and Tour Operator Association (DRV), at least 122 tour operators specialise, at least partially, in ecotourism, which is around 6 – 8% of all tour operators. The vast majority of these tour operators are either small or very small. For this reason the estimated share of ecotourism trips among all package tours sold in Germany is less than 1 %.”

- In Spain, an approximation of 5-6% of the outbound tourism departures can be considered as nature or eco-tourism according to a survey of 20 tour operators.

- In USA, of the 1200 tour operators listed in the National Tour Association (NTA), 62 offered ecotours (5%) . In general, the studies show a relatively low market share of organized ecotourism trips. This can be explained partly by the dominance of individual trips in this special interest segment. For example, an in-flight survey conducted in the USA has revealed that only about one-third of the ecotourists surveyed used package tours. CONSUMER DEMAND:

- More than two-thirds of U.S. and Australian travelers, and 90% of British tourists, consider active protection of the environment, including support of local communities, to be part of a hotel’s responsibility. In Europe:
 - o 20%-30% of travelers aware of needs & values of sustainable tourism
 - o 10%-20% look for ‘green’ options
 - o 5%-10% demand ‘green’ holidays
- In Germany, 65% (39 million) of travelers expect environmental quality; 42% (25 million) “think that it is particularly important to find environmentally-friendly accommodation.”
- Nearly half of those surveyed in Britain said they would be more likely to go with a ‘company that had a written code to guarantee good working conditions, protect the environment and support local charities in the tourist destination... Ethical tourism will rightly be a big issue in the new millennium.”
- A survey of U.S., British, and Australian travelers revealed that 70% would pay up to \$150

more for a two-week stay in a hotel with a “responsible environmental attitude.

- In U.K., 87% say their holiday should not damage the environment; 39% said they were prepared to pay 5% extra for ethical guarantees. In the ecotourism world, it appears that the market that actually selects ecotours for social and environmental responsibility may be about 10% of the total ecotourism market. Less than 100,000 Americans selected their overseas travel providers according to eco-social criteria, while approximately 700,000 Americans took ecotours without specific eco-social standards in mind.

Small and medium sized enterprises around the world are developing business plans for ecotourism that are based on market demand estimates that are not including the “green gap” in their estimates. This could lead to business failure. Uzbekistan touristically secures leading position in Central Asia, and proper position among top 15 countries of the world. Ecotourism in Uzbekistan presents all the beauty of Uzbekistan nature. During such eco-tours you will feel the unity and harmony with nature. According to the information World Tourism Organization(UNWTO) stated, 1.6 In tourists visit Uzbekistan in 2012, while every year Uzbekistan, in fact, can afford to receive more than 2 mln foreigners.

As “UzTourism” recorded , the share of tourist service comprises only 5.6% in Gross National Product (GNP) in 2012. One of the main defects for developing ecotourism in Uzbekistan is that conditions in ecotours are not good enough for visitors in the preserved natural areas .

On April 17, 2006 President Islam Karimov decreed on the subject of developing Tourism and Service Industry in the Republic of Uzbekistan in 2006-2010. The Nature Conservancy Comity, along with scholars of National University of Uzbekistan named after Mirzo Ulubek, introduced a reasonable concept in order to develop ecotourism in Uzbekistan . The general distribution of tourism industry in Uzbekistan did its good to develop ecotourism throughout the country. Recently the number of national organizations and centers dealing with ecotours amounts to 12 . Accordingly, the number of travel agencies dealing with other tours along with ecotourism comprised more than 30.

Tourism 2020 Vision is the World Tourism Organization's long-term forecast and assessment of the development of tourism up to the first 20 years of the new millennium. An essential outcome of the *Tourism 2020 Vision* are quantitative forecasts covering a 25 years period, with 1995 as the base year and forecasts for 2010 and 2020.

Although the evolution of tourism in the last few years has been irregular, UNWTO maintains its long-term forecast for the moment. The underlying structural trends of the forecast are believed not to have significantly changed. Experience shows that in the short term, periods of faster

growth (1995, 1996, 2000) alternate with periods of slow growth (2001 to 2003). While the pace of growth till 2000 actually exceeded the *Tourism 2020 Vision* forecast, it is generally expected that the current slowdown will be compensated in the medium to long term.

The research within the area of eco-tourism still appears to be at its infancy stage. The definitional perspective of the concept is lacking both in terms of scope and criteria used, as well as in aspects of its planning and operationalisation. There are a variety of eco-tourism definitions all reflecting a range of paradigms and perspectives.

Logo is a symbol or other small design adopted by an organization to identify its products, uniform, vehicles, etc. The logo of a company or organization is the special design or way of writing its name that it puts on all its products, notepaper, or advertisements.

Writing my bachelor thesis, we managed to create “Uzber eco-tourism attractiveness” logo. Inside the map of Uzbekistan Republic there are amount of uzbek eco-tourism resources. As you see: watching plants, birds, animals freely living, learning about their nature, diving into deep rivers of Uzbekistan and watch its beautyness, mountain tourism, hunting and fishing tourism, desert tourism and jeeping, attractive and 100% naturel eco-lodges, yurts, utovs, tents, extremal tourism, jumping from parachute, mount rock climbing, nature wonders, examples of uzbek eco-tours “Navruz” and tulip walking, agro tourism, vitamin tours, rare and healthy plants, vegetables, fruits, zoo and green parks & museums, sun& sand beach and many others are available in our country. There is a sun and clouds there. They have conseptual idea. The sun is a right marketing. Its sunshines are foreign and national eco-tourists. As well, The sun is source of life together with ultraviolet rays. These rays are negative impacts of eco-tourism. Air and water pollution, degradation, dying af eco-systems, desertation, pooring of local people are the meaning of ultraviolet rays in logo. They are impossible to see but are exist. Clouds are source of life rains. Here it means, the attention of government, NGOs, worldwide organizations and local people`s eological notions about preventing ecology and developing eco-tours.

Ilovalar

Web-sahifa sifatini quyidagi suratlarda ko`rishimiz mumkin:

