

ХАЛҚАРО ТУРИЗМ РИВОЖЛАНИШИНИНГ ЗАМОНАВИЙ ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ ВА УНДАГИ МУАММОЛАР

Уктам ЖИЯНОВ

катта ўқитувчи

Ўзбекистон халқаро ислом академияси

Тошкент, Ўзбекистон

uktam.jiyanov87@gmail.com

Аннотация

Мақолада халқаро туризмни ривожлантиришнинг замонавий тенденциялари ва улар билан боғлиқ экологик ва ижтимоий-иқтисодий муаммолар кўриб чиқилган. Туризм инфратузилмаси, транспорт ва туризм фаол турларининг табиий муҳитга таъсири таҳлил қилинган. Мақола сўнггида умумий хулосалар келтирилган.

Таянч сўзлар: халқаро туризм, туризм тенденциялари, туристик йўналишлар, экологик ва ижтимоий-иқтисодий муаммолар.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА И ЕГО ПРОБЛЕМЫ

Уктам ЖИЯНОВ

Старший преподаватель

Международная исламская академия Узбекистана

Ташкент, Узбекистан

uktam.jiyanov87@gmail.com

Аннотация

В статье рассматриваются современные тенденции развития международного туризма и связанные с ними экологические и социально-экономические проблемы. Проанализировано влияние туристической инфраструктуры, транспорта и активных видов туризма на природную среду. Общие выводы приведены в конце статьи.

Ключевые слова: международный туризм, направления туризма, туристские дестинации, экологические и социально-экономические проблемы.

Замонавий туризмга бўлган эътибор XX асрда бошланган бўлсада, унинг ривожланиши XXI асрга тўғри келади. Бугунги кунда дунёнинг 193 давлатидан 150 дан ортиғи туризм билан шуғулланади. Covid-19 пандемиясидан олдинги ўн йилликларда жаҳон туризмнинг барқарор ўсиш суръати кучайди. Жаҳон ялпи ички маҳсулотида салмоқли улушни эгаллаган туризм жаҳон иқтисодиётининг ривожланишида муҳим аҳамиятга эга бўлмоқда. Жумладан, 2019 йилда халқаро

туризмнинг дунё ЯИМдаги ҳиссаси 10,3 фоизни ташкил этди. Бу даврда саёҳат ва туризм сектори 3,5 фоизга ўсган, жаҳон иқтисодиёти эса атиги 2,5 фоизга ўсган. Жаҳон туризм минтақаларида энг тез ўсиш 5,5 фоизни ташкил этиб, бу Осиё – Тинч океани минтақасига тўғри келди, кейинги ўринни 5,3 фоиз ўсиш билан Яқин Шарқ эгаллади [4].

Бироқ, 2020 йилда эпидемиологик вазиятнинг кескинлашуви ҳозирги халқаро туризмга таъсир қилувчи муҳим омилга айланди. Мисли қўрилмаган глобал саёҳат чекловлари Иккинчи жаҳон урушидан кейинги глобал иқтисодиётнинг энг жиддий таназзулига сабаб бўлди. Халқаро, минтақавий ва маҳаллий саёҳат чекловлари шиддат билан миллий иқтисодиётга, шу жумладан, туризм секторига, яъни халқаро саёҳатлар, ички туризм, бир кунлик саёҳатлар, шунингдек, ҳаво транспорти, круизлар, жамоат транспорти, тураржой ҳамда кафе ва ресторанлар, фестиваллар ва бошқа туризм индустриясининг турли сегментлари фаолиятига кескин салбий таъсир кўрсатди.

Умуман, жаҳон туризмнинг жадал ўсиши мамлакатлар ва минтақаларнинг ривожланишига бевосита иқтисодий самаралар билан бир қаторда ижтимоий-иқтисодий характердаги ижобий ва салбий тенденцияларга эга эканлигини таъкидлаш лозим. Бу тенденцияларнинг юзага келиши қайсидир маънода туризм соҳасидаги рўй бераётган қуйидаги жараёнлар билан боғлиқ дейиш мумкин:

1. Дунёга сайёҳлар келишининг тобора ортиб бориши. Бутунжаҳон туризм ташкилоти (UNWTO) маълумотларига кўра, халқаро сайёҳлар оқими 2010 йилда 940 миллион кишини ташкил этган бўлса [12], пандемиядан олдинги барқарорлик даврида, яъни, 2019 йилда бу рақам қарийб 1,5 миллиардни қайд этди.

Жаҳон аҳолисининг онги, тафаккури, дунёқараши, кизиқишлари ҳамда даромадлари ўсиб бораётганлиги қадимий обидалар, гўзал масканларни томоша қилиш, халқларнинг урф-одатларини яқиндан билиш ва бошқа маданий дам

олишлар учун саёҳатлар қилиш одат тусига кириб бормоқда.

2. *Туристик оқимлар географиясини унинг ўзгариши тенденциясининг кучайиши шароитида сақлаб қолиш.* 2019 йилда халқаро сайёҳлар ташрифи бўйича етакчи ўринни 744 миллион киши билан Европа эгаллади, кейинги ўринлар Жануби-Шарқий Осиё ва Тинч океани – 362 миллион, Шимолий ва Жанубий Америка – 219 миллион, Африка – 70 миллион, Яқин Шарқ – 65 миллион киши билан бошқа минтақаларга тегишли бўлди [4]. Биринчи ўнта қабул қилувчи мамлакатларда баъзи ўзгаришлар кузатилмоқда. Хусусан, туризм бозорининг анъанавий етакчилари – Франция, АҚШ, Испания, Италия, Буюк Британия, Германия билан бир қаторда Хитой, Туркия, Малайзия, Индонезия, Сингапур каби давлатлар ҳам ушбу рўйхатдан ўрин эгаллади.

Саёҳат географияси сайёрамизнинг энг чекка ва ривожланмаган бурчакларини ҳам қамраб олиб, кенгайишда давом этмоқда ва бу хусусиятлар билан бирга саргузашт туризми шаклланиб, тобора жозибали бўлиб бормоқда. Техник ва технологик ривожланиш ва транспорт тизимидаги нархларнинг пасайиши Антарктида, Ўрта Осиё тоғлари, Африка чўллари, Амазон ўрмонлари каби экзотик ҳудудларни аста-секин туризмга жалб қилмоқда.

3. *Аҳолининг ҳаракатчанлигини ошириши ва транспортни ривожлантириши.* Сўнгги ўн йилда аҳолининг ҳаракатчанлиги сезиларли даражада ошди. Кўпгина сайёҳлар шахсий енгил машиналарида осонгина саёҳатни амалга оширмоқдалар. Бундан ташқари, жамоат транспортининг жадал ривожланиши (юк ва йўловчи ташиш ҳажмининг кўпайиши, транспорт инфратузилмасининг яхшиланиши, янги юқори технологияли ва юқори тезликдаги транспорт турларининг пайдо бўлиши) кузатилмоқда. UNWTO маълумотларига кўра, халқаро сайёҳларни ташишда йўл транспортининг ҳиссаси 35 фоизни ташкил этмоқда [4]. Ушбу тенденция биринчи таъкидланган тенденция билан чамбарчас боғлиқ бўлиб, саёҳатчилар сонининг ўсишини рағбатлантиради. Бунга транспорт хизматлари сифатининг ўсиши, шунингдек,

турйўналишларда қолиш саёҳат даврининг қисқариши ва саёҳатлар частотасининг ошиши сабаб бўлмоқда. Масалан, Германияда 1976 йилда саёҳатларнинг ўртача давомийлиги 18 кун бўлган бўлса, 30 йилдан кейин у 12,7 кунгача камайгани кузатилган [6].

UNWTO маълумотларига кўра, 2019 йил учун туризмда энг машҳур транспорт турлари: ҳаво (59 фоиз), автомобиль (35 фоиз), сув (5 фоиз) ва темир йўл (1 фоиз) [4] бўлган. Ҳаво транспортининг ўсиши саёҳат килувчилар даромадларининг кўпайиши, вақт қийматининг ўзгариши, юқори даражадаги транспорт хизматларига бўлган талабнинг ошиши, арзон рейсларнинг ортиши билан боғлиқ.

4. Туризм индустриясида концентрация ва трансмиллийлашувнинг кучайиши. Бу жараён туризм индустриясининг барча тармоқларини қамраб олди. Тураржой ва умумий овқатланиш соҳасида йирик меҳмонхона ва ресторан тармоқлари шаклланди. Туристлик маҳсулотни сотишнинг асосий бозорлари устидан назорат ўрнатган сайёҳлик агентликлари орасида бир қатор туроператорлар ажралиб турди, ҳаво транспорти бозори дунёнинг етакчи авиакомпаниялари ўртасида тақсимланди. Жаҳон сайёҳлик бозорининг шаклланиши кучли трансмиллийлашув жараёнлари билан бирга келади, улар хусусий капиталнинг халқаро ўзаро тўқнашувида, турли мамлакатлар монополиялари ўртасидаги алоқаларнинг мустаҳкамланишида ва туризм бизнесида ТМКларнинг кенг ривожланишида ўз ифодасини топади. Бу жараён туристик хизматларнинг халқаро стандартларини тасдиқлаш ва оммалаштиришга хизмат қилади.

5. Туристларнинг ёш сегментацияси ва улар билан боғлиқ саёҳатни таъкил этишнинг ўзига хос хусусиятлари. Замонавий туризмда туристик бозор истеъмолчиларининг икки ёш сегментига бўлиниши аниқ намоён бўлмоқда. Биринчи ёш гуруҳи ривожланган мамлакатлардан келган пенсионерлардир. Улар учун туризм нафақат дам олиш имконияти, балки фаол ҳаёт тарзи шаклига

айланган. Истеъмолчиларнинг ушбу ёш сегменти “вақтга бой бозор” деб аталадиган бозорни шакллантирди. Унинг ривожланишининг муҳим хусусиятлари бошқа ёш сегментларига нисбатан дам олишнинг юқори давомийлиги, соғлиқнинг тикланишига қаратилганлиги, шунингдек, саёҳат маданий компонентининг мазмуни юқорилиги [2]дан иборат.

Иккинчи ёш гуруҳи ўрта ёшлиларни ташкил этиб, пулга бой бозорни ифодалайди. Бу ерда иккита асосий тенденция устунлик қилади: таътил даврининг бир неча қисмга бўлиниши ва қисқа муддатли саёҳатларнинг ўсиши. Шу билан бирга, туристик маҳсулотнинг диверсификациялашуви ва сифатининг яхшиланиши, шунингдек, ўйин-кулгуга бўлган талабнинг тобора ортиб бориши бу гуруҳ характерига мос.

6. Туристларни рағбатлантиришнинг ўзгариши ва туризм турларини диверсификация қилиш. Соҳилдаги пассив ўйин-кулгу таътилнинг энг кенг тарқалган шакли бўлсада, индивидуал сўровларнинг ўсиб бораётган диверсификацияси жараёнига камроқ мос келади. “3S” ёки “денгиз–қуёш–пляж” (Sea–Sky–Sand) аста-секин “3L” ёки “миллий анъаналар – ландшафт – дам олиш” (Lore–Landscape–Leisure) формати билан алмаштирилмоқда [1].

Бундан ташқари, таълим туризми жаҳон туризм индустриясининг етакчи тармоқларидан бирига айланиб бормоқда. Юқори сифатли таълим олиш имкониятининг йўқлиги истеъмолчиларнинг таълим олиш имкониятларини яхшилаш учун миграцияга ундайдиган асосий омил ҳисобланади. АҚШ, Буюк Британия, Канада ва Ирландия каби давлатлар таълим олиш учун энг афзал йўналишлардан бири ҳисобланади. Бундай жойлардаги таълим муассасалари юқори академик стандартларга эга ва сифатни сақлаб қолиш учун қатъий амалиётларга амал қилади, шунингдек, ўз талабаларига юқори даражадаги таълимни таклиф қилиш учун яхши қўллаб-қувватланади. Жаҳон таълим туризми бозори ҳажми 2023-2028 йиллар прогноз даврида мураккаб йиллик

ўсиш суръати (CAGR) даражасида 16,8 фоизга ўсиши ва 2027 йилга келиб 1031,9 миллиард долларга етиши кутилмоқда [14].

Шунингдек, экологик, саргузашт, экстремал дам олиш турлари ҳам туризмда жозибадор йўналишларга айланмоқда.

7. *Туристик агентликлар ва туристик марказлар ихтисослашувининг кучайиши.* Ўз фаолиятининг асосий йўналишларини аниқлаш ва уларга барча саъй-ҳаракатларни жамлаш ўз секторида “энг яхши” бўлишга, туризмнинг ушбу йўналишида етакчи компания ёки марказ қиёфасини яратишга имкон беради. Ихтисослашув истеъмол бозорини сегментациялаш ва туризм монотузилмасини шакллантириш билан чамбарчас боғлиқ.

8. *Туризмда ахборот технологияларининг ривожланиши.* Замонавий туризм бизнесини тегшли ахборот таъминотисиз тасаввур қилиб бўлмайди. Дунё бўйлаб кенг қамровли авиакомпанияларнинг ташқи алоқа тизимларини меҳмонхоналар, сайёҳлик агентликлари ва автоуловларни ижарага бериш фирмаларининг компьютер тармоқлари мажмуаси билан бирлаштирган глобал бронлаш компьютер тармоқлари билан таъминланади. Янги ахборот технологиялари “турист–агент–туроператор” классик схемасини аста-секин йўқотмоқда, сайёҳлик агентликлари хизматлари эса тобора камайиб бормоқда. Унинг ўрнини интернет орқали бронлаш ва буюртма бериш амалиёти эгалламоқда.

Маълумки, интернет бутун дунёда кенг оммалашган маълумот етказиб бериш манбаи ҳисобланади. Интернетнинг ҳозирги кунда жаҳон ҳамжамияти ҳаётида ҳамда туризмни ривожлантиришда тутган ўрни беқиёс. Барча туризм соҳалари бўйича фаолиятини олиб бораётган ташкилотлар интернетдан бевосита фойдаланиб, у орқали ўз ташкилотларини реклама қилиш билан бирга, турмахсулотларни онлайн тарзда сайёҳга етказиб бормоқда. Бундан ташқари Интернет узоқ масофадан туриб ҳамкор туристик ташкилотларга ўз ташкилотлари ҳақида маълумотлар бериш имконини яратмоқда. Бугунги кунга

келиб виртуал воситачи – меҳмонхона, ресторан, туристик ташкилотларнинг шахсий веб саҳифалари вужудга келди. Бу сайёҳ учун бир қанча қулайликларни яратди, хусусан, туристик ташкилот аралашувисиз меҳмонхона ва бошқа турхизматлар ва турмахсулотлар ҳақида маълумот олишни таъминлаб бермоқда.

9. Табиий, иқтисодий ва геосиёсий жараёнларнинг беқарорлиги. Халқаро туризм ривожига сўнгги ўн йил ичида тез-тез учраган табиий офатлар ва ижтимоий-иқтисодий кескинликнинг кучайиши сезиларли таъсир кўрсатмоқда. Масалан, Жануби-Шарқий Осиёда 2004 йилдаги цунами, 2010 йилда Исландиядаги Эйяфьаллайекюль вулканининг отилиши, 2008 йилдаги иқтисодий инқироз, Яқин Шарқдаги инқилоблар ва террористик хужумлар; 2000-2020 йиллар оралиғида содир бўлган йирик ҳалокатли воқеалар: 11 сентябрь терактлари (2001), оғир ўткир респиратор синдром (SARS) эпидемияси (2003), 2008-2009 йилларда бошланган глобал иқтисодий инқироз, 2015 йилги Яқин Шарқ нафас олиш тизими синдроми (MERS), 2020 йил бошида авж олган Covid-19 пандемияси кабилар шулар жумласидан.

Биргина Covid-19 пандемиясининг таъсири ва ундан тикланиш имкониятлари жуда узоқ вақтни талаб қилишини алоҳида таъкидлаш лозим. UNWTO маълумотларига кўра, 2020 йилнинг тўққиз ойида халқаро туристик саёҳатлар сони 2019 йилнинг шу даврига нисбатан 72 фоизга камайди. Бутун дунё бўйлаб сайёҳлик оқимининг максимал қисқариши 2020 йилнинг апрель ойида 97 фоизга етди [7].

Туризмда кузатилаётган глобал ўзгаришларнинг салбий оқибатлари уларни батафсил таҳлил қилиш ва бартараф этишнинг оптимал ёндашувларини излашни талаб қилади. Халқаро туризмнинг аниқланган тенденцияларини шартли равишда икки қисмга – экологик ва ижтимоий-иқтисодий қисмларга ажратиш мумкин:

1. Халқаро туризмнинг экологик муаммолари. Соҳа мутахассисларининг

ишларини таҳлил қилиш туризмнинг табиий муҳитга таъсирининг бир қанча муҳим йўналишларини умумлаштириш ва ажратиб кўрсатиш имконини беради: туристик ҳаракатчанлик ва транспортни ривожлантириш билан боғлиқ жараёнларнинг ландшафтларга таъсири; туризм инфратузилмасини яратиш натижасида юзага келадиган салбий оқибатлар; туризмнинг фаол турлари ва рекреацион юкларни баҳолаш орқали ландшафтга салбий босимнинг кучайиши.

Туристик ҳаракат ва транспортнинг ривожланиши билан боғлиқ ҳолда ландшафтга таъсир ва босим кучайиб бормоқда. Европа мамлакатларида транспорт ва транспорт инфратузилмасининг ландшафтга таъсирини ўрганиш узок тарихга эга бўлганлиги сабабли, “туризм – ҳаракатчанлик – табиий муҳит” соҳасидаги зиддиятли вазиятларни ҳал қилиш бўйича ушбу тажриба катта амалий қизиқиш уйғотади.

Энергия сарфи ва зарарли моддалар чиқиндилари бўйича қиёсий ҳисоб-китоблар шуни кўрсатадики, энг кам “зарарли” транспорт турлари туристик автобуслар ва темир йўллардир. Сўнгги йилларда уларнинг Европа (хусусан, Германия) бозоридаги улуши пасайиб бормоқда. Бунга сабаб сифатида темир йўл тарифларининг юқорилиги ва автоуловлардан тобора кўпроқ фойдаланиладиган индивидуал саёҳатларнинг кўпайишини келтириш мумкин. Масалан, Германия ва Швейцарияда фуқароларнинг 68-75 фоиз туристик саёҳатлар учун автомобилдан фойдаланади [8].

Европа мамлакатлари туризмда фойдаланиладиган автомобилларнинг атроф-муҳитга таъсирини баҳолаш тизимини ишлаб чиқди. Ўрганилган энг аниқ таъсирлар орасида чиқинди газлар, шовқин, ҳавонинг ифлосланиши, транспорт инфратузилмасини тайёрлашда энергия ва тупроқ ресурсларини истеъмол қилиш киради. Масалан, 1980 йиллар охирида Швейцариянинг транспорт инфратузилмаси жами 80 минг гектар майдонни эгаллаган, шундан 89 фоиз автомобиль транспортига, 9 фоиз темир йўлга, 2 фоиз ҳаво транспортига тўғри келган. Шу билан бирга, ҳар йили қўшимча 8 км² майдон шу мақсадда

ўзлаштирилган [9]. Маълумки, Швейцария 41285 км² ер майдонига эга [13].

Автомобиль транспорти атмосфера ҳавосини (иссиқлик энергияси билан бир қаторда) асосий ифлослантирувчи воситалардан бири бўлиб, жуда кўп миқдордаги зарарли моддаларни: карбонат ангидрид, олтингугурт диоксиди, оғир металлларни ҳавога чиқаради. Автотранспорт воситаларидан кенг миқёсда фойдаланишнинг билвосита салбий оқибатлари қуйидагилардан иборат: автоҳалокатларда ўлим, кислотали ёғингарчилик, иссиқхона газлари ва озонни бузувчи газ чиқиндилари, тупроқни оғир металллар билан ифлосланиши кабилар [9]. Айниқса, тоғли ҳудудларда жойлашган туристик йўналишларда ҳаракатланадиган автотранспортнинг табиий муҳитга таъсири жиддий.

Ҳудудларнинг экологик муаммоларидан туризм учун яна бир таҳдид – табиий офатларнинг ривожланиши. Шундай қилиб, ўрмон ландшафтларини вайрон қилиш (туристик инфратузилма объектларини қуриш учун тозалаш, йўл қурилиши, шунингдек, кислотали ёғингарчилик туфайли) қор кўчкилари, тошлар, сув ва сел оқимлари таъсирининг кучайишига олиб келади [5].

Жаҳон туризмида ҳаво қатновининг кўпайиши ҳам атроф-муҳитга антропоген таъсир кўрсатувчи кучли омилга айланиб бормоқда. Ҳаво қатнови ландшафтга ҳудудий таъсир кўрсатадиган инфратузилмани, самолёт шовқинини, энергия истеъмолини ва албатта, озон қатламига таъсирини ва иссиқхона эффектини юзага чиқаради. Европа транспорт ва атроф-муҳит федерацияси маълумотларига кўра, ҳаво транспорти чиқарадиган карбонат ангидрид чиқиндилари ҳар йили 730 миллион тоннани ташкил этади. Умуман, глобал исишнинг 4,9 фоиз ҳаво транспорти ҳиссасига тўғри келади [10].

Кўп жиҳатдан инсон фаолияти натижасида юзага келган иқлим ўзгариши туризм саноатининг глобал ўзгаришларига олиб келиши мумкин. Шундай қилиб, нафақат туристик марказларнинг ихтисослашуви юз бериши (масалан, қишда қорнинг кам ёғиши ва қор қопламанинг қисқариши анъанавий тоғ-чанғи курортлари имкониятларининг қисқариши; глобал исиш қутб музликларининг

эришига ва натижада, денгиз сатҳининг кўтарилиши туфайли денгиз қирғоқларини сув босиши), балки жаҳон туризми географияси ҳам ўзгариши мумкин.

Туризм инфратузилмасини яратишдан келиб чиқадиган салбий оқибатлар. Бу масала алоҳида ўрин тутadi, чунки Европада туризмни меҳмонхона ёки жойлаштириш воситаларисиз тасаввур қилиб бўлмайди.

Экологик туризм туризм индустриясининг жадал ривожланаётган тармоқларидан бири бўлиб, миллий боғлар ва жаҳон табиий мероси объектларига ташриф буюриш ортиб бормоқда.

Шу билан бирга, асосий эҳтиёжлар товар ва хизматларни сотиб олиш орқали қондирила бошлаган постиндустриал жамиятда қарама-қарши тенденция шаклланмоқда. Истеъмолчининг хулқ-атвор стратегияси дам олишга бўлган муносабатни ўзгартирмоқда ва туризмни ҳудудий ташкил этишга янги талабларни қўймоқда. Бир вақтлар тоғларда анъанавий дам олишга бўлган талаб қисқариб, оммавий туризм нуқтаи назаридан зерикарли машғулот сифатида баҳоланмоқда. Бугунги кунда тоғли ҳудудлар муҳандислик таъсирида оммавий тадбирлар ўтказиладиган гавжум масканга айлантирилмоқда, бу эса ландшафтга ҳудудий босимни оширади.

Ландшафтга босим қўшимча транспорт инфратузилмаси (тўхташ жойлари, спорт яхталари учун тўхташ жойлари, ёқилғи қуйиш шахобчалари) ва тўғридан-тўғри сайёҳлик объектлари, масалан, чанғи учадиган тоғли масканлар ва гольф майдончалари қурилиши билан ортиб бормоқда.

Сайёҳлик инфратузилмаси фаолияти билан боғлиқ кўплаб экологик ва иқтисодий, хусусан, энергия ва сув таъминоти, канализация масаласи ва чиқиндиларни йўқ қилиш билан боғлиқ муаммолар. Сайёҳлар кундалик одатлари ва эҳтиёжларини ўзгартиришни хоҳламайдилар ва кўпинча таътилда уйдагидан кўра кўпроқ энергия ва сув истеъмол қиладилар. Бу муаммони, айниқса, қурғоқчил ва ярим қурғоқчил ҳудудларда, шунингдек, кичик

оролларда яққол кузатиш мумкин. Сув истеъмоли бўйича етакчилик пляж туризми (киши бошига кунига 245-260 л) ҳиссасига тушади. Оқова сувларнинг катта қисми (шу жумладан, ифлосланган) табиий сув ҳавзаларига тушади. Айниқса, куруқ ҳудудларда кўп миқдорда сув талаб қиладиган гольф майдончаларини сақлаш билан боғлиқ жиддий муаммолар юзага келади. Масалан, Дубайдаги каби тоғларда сунъий қорни ташкил этиш жуда кўп сув ва электр энергиясини талаб қилади [11].

Туризмда машҳур бўлган тематик парклар янги муаммо туғдирмоқда. Ушбу дам олиш марказлари 1980 йилларнинг ўрталарида пайдо бўла бошлади. Алоҳида ҳудудда бунгаловлар, фаол ва пассив дам олиш ва сув аттракционларининг кўп турларини бирлаштиради. Улар кўпинча энг қизиқарли ландшафт ҳудудларини эгаллайди, ўзида кўп сонли қизиқувчиларни жамлайди, жуда кўп сув ва энергия истеъмол қилади, канализация ва ахлатларни ишлаб чиқаради, шунингдек, транспорт тирбандлигини келтириб чиқаради [11].

2. *Халқаро туризмнинг ижтимоий-маданий ва ижтимоий-иқтисодий муаммолари.* Халқаро туризмни ривожлантириш муаммоларининг ушбу гуруҳи ҳам бир қатор аниқ жиҳатларга эга, уларнинг асосийларини анъанавий жамоаларнинг ижтимоий-маданий деформацияси, ердан фойдаланиш соҳасидаги манфаатлар тўқнашуви ва туристик йўналишларнинг демографик муаммолари деб ҳисоблаш мумкин.

Кўпайиб бораётган аҳоли ва ҳудудларни қамраб олган туризм глобаллашув агентига айланиб, маҳаллий маданий анъаналарни йўқ қилиб, халқларни этник ўзига хослигидан маҳрум қилмоқда. Ижтимоий-этник интеграция жараёнлари “оммавий” техноген истеъмол маданиятининг таназзулга учраши ва баъзан маънавиятининг йўқолиб бориши фонида тарқалиши билан бирга, этник гуруҳларнинг экологик ўзига хос маданияти ва миллий ўзига хосликларини йўқолишига, анъанавий маданий ландшафтларнинг зарарланиши ва сайёрадаги маданий хилма-хилликнинг йўқолишига олиб

келади.

Техноген истеъмол маданияти тарқалишининг яна бир муҳим натижаси – бу психологик жиҳатдан аниқланган аҳоли моддий эҳтиёжларининг доимий равишда ошиб бориши. Кўпгина мамлакатларда ҳўжалик фаолиятининг ресурс базаси бўлиб қолаётган табиий муҳитнинг бузилиши ўткир ижтимоий-иқтисодий муаммоларни келтириб чиқаради.

Туризм билан боғлиқ иқтисодий фаолиятнинг кенгайиши ва иқтисодиётнинг бир қатор анъанавий тармоқларининг сиқиб чиқарилиши кузатилмоқда. Шу билан бирга, туризм монотузилмасининг шаклланиши бу мамлакатлар ва ҳудудларни сиёсий ва иқтисодий жиҳатдан янада қарам бўлишига олиб келиши мумкин.

Юқоридагиларни умумлаштирган ҳолда шуни таъкидлаш керакки, туризм табиий ресурсларсиз мавжуд бўла олмайди – табиий муҳит, бундан ташқари, унинг ҳолатига, ўзига хос ресурсларга эга бўлишга алоҳида талаблар қўяди. Шу сабабли, инсон фаолиятининг энг даромадли соҳаларидан бири – туризмни ривожлантириш учун табиатнинг тозаллиги, унинг гўзаллиги ҳақида ғамхўрлик қилиш ҳаётий муҳим масала ва табиий заруриятдир. Туристик фаолият жараёнида муқаррар равишда табиий муҳит ўзгариши, шу билан бирга, салбий ўзгаришлар устун бўлиб, унга сезиларли даражада зиён етказишини камайтириш табиатга эҳтиёткорлик билан муносабатда бўлиш зарурлигини исботлайди. Аммо, амалиёт шуни кўрсатадики, агар биз фақат шу билан чекланиб, табиатни туризмнинг салбий таъсиридан ҳимоя қилиш учун янада самарали чоралар кўрмас эканмиз, бундай оммалаштириш ва ахлоқийлаштиришнинг самарадорлиги аҳамиятсиз бўлиб қолади. Уни ҳал қилиш учун табиий ресурслардан сайёҳлик мақсадларида фойдаланишда турли хил ва ўзаро боғлиқ таъсир чораларини ўз ичига оладиган тизимли ёндашувлардан фойдаланиш, уни жорий этиш талаб қилинади. Бундай таъсир чоралари қўшимча техник, ташкилий, социологик, ресурсшунослик ва экологик

билимларни жалб қилишни ўз ичига олади. Бу эса кенг маънода экологик йўналтирилган туризмни бошқариш ва чегаралари торроқ, лекин экологик ҳаракатлар учун янада самарали воситаларга эга бўлган экологик туризмни бошқариш масаласини келтириб чиқаради. Табиий муҳитнинг туристик мақсадларда назоратсиз ишлатилиши натижасида қайта тикланмас жараёнларнинг пайдо бўлиши, кўпинча экологик табиий муҳитнинг қуриб кетишига олиб келади.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР:

1. Александрова А.Ю. Современные тенденции развития международного туризма // Пространственные структуры мирового хозяйства: сб.научн.ст. – Москва: Пресс-Соло, 1999.
2. Кусков А.С. Современные тенденции развития международного туризма / А.С. Кусков, Н.И. Полещук. // Современные проблемы географии (к 85-летию кафедры экономической географии СГУ): сб. науч. тр.. – Саратов: СО «ЕАГО», 2011.
3. Родоман Б.Б. Непал. Экзотика в объятиях глобализации // Газета «География» [Э/р]: Ежемесячная газета. / Электрон. версия. - М., 2009. № 13-14. - Р/д: <http://geo.1september.ru/articles/2009/13/06>
4. UNWTO. International Tourism Highlights, 2020 Edition. URL: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456>
5. Batzing, W. Orte guten Lebens. Die Alpen jenseits von Uebernutzung und Idyll. - Zurich: Rotpunktverlag, 2009(a).
6. Schmied, M. Innovative Vermarktungskonzepte nachhaltiger Tourismusangebote fur den Massenmarkt / M. Schmied, K. Gotz, E. Kreilkamp, M. Buchert, T. Hellwig, S. Otten Traumziel Nachhaltigkeit. - Heidelberg: Physika-Verlag, 2009.
7. Global and Regional Tourism Performance, UNWTO. Available at:

<https://www.unwto.org/global-and-regional-tourism-performance> (accessed 28.06.2022).

8. Grundlagenuntersuchung Freizeit und Urlaubsmarkt Wandern: Forschungsbericht № 591. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi). - Bahlingen, 2010.

9. Müller, H. Tourismus und Ökologie: Wechselwirkungen und Handlungsfelder. - München: Oldenbourg Wissensch. Verlag, 2007.

10. Kamp, Ch. Flugverkehr im Klima-Deal // Tourismwatch. - September, 2009.

11. <https://www.umweltbundesamt.de/themen/wirtschaft-konsum/nachhaltiger-tourismus>

12. <https://www.unwto.org/archive/global/news/2011-06-29/unwto-presents-overview-international-tourism-2010>

13. <https://uz.wikipedia.org/wiki/Shveysariya>

14. <https://www.expertmarketresearch.com/reports/educational-tourism-market>