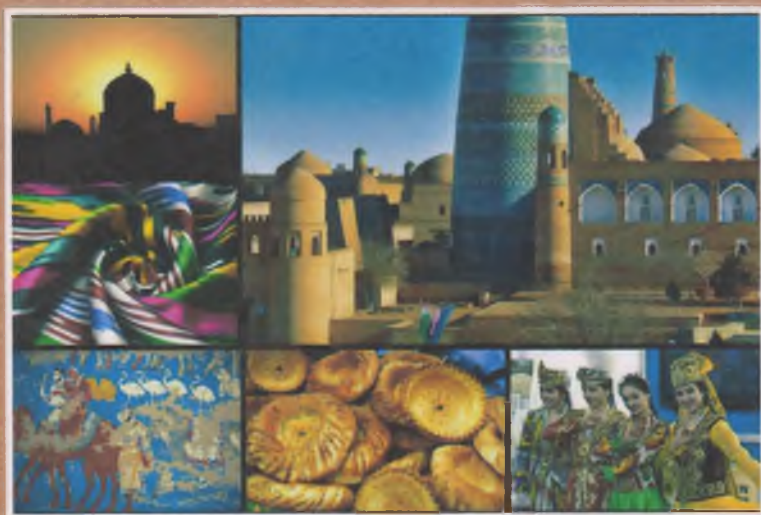


I.S. TUXLIYEV, R. HAYITBOYEV,
B.SH. SAFAROV, G.R. TURSUNOVA

TURIZM ASOSLARI



TOSHKENT

65.433175.81
7-53

**O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIIY VA O'RTA MAXSUS
TA'LIM VAZIRLIGI**

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI

**I.S.TUXLIYEV, R.HAYITBOYEV, B.SH.SAFAROV,
G.R.TURSUNOVA**

TURIZM ASOSLARI

*O'zbekiston Respublikasi Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligi
tomonidan «Turizm» ta'lim yo'nalishlari talabalari uchun darstik
sifatida tavsiya etilgan.*

TOSHKENT – 2014

TerDU ARM
400228

UDK 338.482.22 (075)
KBK 65.433+75.81
T-53

T-53 I.S. Tuxliyev, R.Hayitboyev, B.Sh. Safarov, G.R.Tursunova. Turizm asoslari. Darslik. O'zbekiston Respublikasi Oliy va O'rta Maxsus Ta'lim Vazirligi.
-Toshkent: Fan va texnologiya, 2014, - 332 bet.

ISBN- 978-9943-975-50-7

Ma'sul muharrir:

Z.D.Adilova

Toshkent Davlat iqtisodiyot universiteti,
iqtisod fanlari doktori.

Taqrizchilar:

i.f.d. professor M.Q. Pardayev,
f.f.n. M.X.Boboyorov.

Darslikda O'zbekistonda turizm sohasining rivojlanishi, uning mazmun va mohiyati, turizm sohasining resurslari, turizm industriyasi, turizmning menejmenti, turizmning marketingi, turizmda amalga oshirilayotgan islohotlar va davlat siyosati kabi muhim masalalarning uslubiy asoslari yoritib berilgan. Shuningdek, darslikda turizmning turlari, turistik marshrutlarini yaratish, turizm sohasidagi xizmatlar, ekoturizm, qishloq turizmi va gastronomiya turizmlarini tashkil qilishning ijtimoiy-iqtisodiy asoslari keltirilgan. Darslikda har bir mavzuni talaba tomonidan yaxshi o'zlashtirish bo'yicha tayanch so'z va iboralar, mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rishi uchun topshiriqlar va test savollari berilgan.

Darslik oliy o'quv yurtlarining turizm (faoliyat yo'nalishlari bo'yicha), mehmonxona xo'jaligini tashkil etish va boshqarish, marketing va menejment (turizm) bakalavriat ta'lim yo'nalishlarida tahsil olayotgan talabalarga, magistr'larga mo'ljallangan. Undan turizm kasb-hunar kollejarining o'qituvchilari va turizm sohasida faoliyat ko'rsatayotgan mutaxassislar ham foydalanishlari mumkin.

UDK 338.482.22 (075)
KBK 65.433+75.83

ISBN- 978-9943-975-50-7

©«FAN VA TEXNOLOGIYA» nashriyoti, 2014.

«Turizm sodda qilib aytganda, dunyoni tushunish, dunyoni anglash, shu bilan birga dunyo sahniga chiqish demakdir. Biz ana shu muhim sohani rivojlantirishimiz, uning keng imkoniyatlaridan foydalanishimiz kerak...»¹.

I.A.Karimov

KIRISH

O‘zbekistonda mustaqillikning dastlabki kunlaridanoq xizmatlar ko‘rsatish sohasidagi turizm xizmatlari zamonaviy xizmat turlari sifatida talqin qilinib, unga e‘tibor davlat siyosati darajasiga ko‘tarilgan. Soha rivoji uchun zaruriy tashkiliy-huquqiy mexanizmlar vujudga keltirilib, hukumat tomonidan tegishli me‘yoriy hujjatlar qabul qilindi. Bu yo‘nalishdagi ishlar hozir ham davom etayotgani fikrimizning isbotidir. Shu tufayli «Jahon sayohat va turizm kengashi» (WTTC) ning ko‘rsatkichi bo‘yicha O‘zbekiston Respublikasi 2013- yilda turizm sohasida eng tez rivojlanayotgan beshta mamlakatlar qatoriga qo‘shildi².

Bugungi kunda turizm sohasi mamlakatlar va mintaqalar iqtisodiyotini rivojlantirish uchun muhim ahamiyat kasb etishini va uXXI asr jahon xo‘jaligining ustuvor tarmoqlaridan biri ekanligini alohida ta’kidlash lozim .

O‘zbekiston zamonaviy turizm industriyasini rivojlantirish uchun barcha zarur manbalarga ega. Buyuk Ipak yo‘li ustida joylashgan Vatanimiz qulay tabiiy-iqlim sharoitlariga, boy tarixiy, madaniy merosga va ayni paytda ham ichki, ham xalqaro turizmni rivojlantirish uchun yuqori salohiyatga ega.

Mamlakatni modernizatsiyalash bosqichida turizm va mehmondo‘stlik industriyasi sohasidagi yechimini kutib turgan masalalar qatorida, turizm industriyasi mehnat bozorida ishlovchi xodimlarga qo‘yiladigan malakaviy talablarga javob bera oladigan kadrlarni tayyorlash dolzarb masala bo‘lib turibdi. Shularni hisobga olib,

¹Каримов И.А. «Бунёдкорлик йўлидан». Т.: Ўзбекистон, 1996 й.-285 б.

²<http://www.economics.uzreport.uz>

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan «Samarqand iqtisodiyot va servis institutini tashkil etish to'g'risida» gi qaroriga asosan Samarqand iqtisodiyot va servis institutida turizmning ustuvor yo'nalishlari bo'yicha yuqori malakali mutaxassislar tayyorlash belgilandi. Hozirgi paytda ushbu o'quv dargohida «Turizm (faoliyat yo'nalishlari bo'yicha)», «Mehmonxona xo'jaligini tashkil etish va boshqarish», «Turizm (faoliyat turlari bo'yicha)», «Turizm va mehmonxona xo'jaligi servisi», «Marketing (turizm)», «Menejment (turizm)», «Turizm marketingi», «Turizm menejmenti», «Turizm operatorlik xizmatini tashkillashtirish», «Servis (turizm va mehmonxona xo'jaligi)» ta'lim yo'nalishlari bo'yicha kadrlar tayyorlanmoqda. Bu borada turizm sohasidagi oliy o'quv yurtlari, Davlat ta'lim standartlari va o'quv dasturidagi ixtisoslik fanlar blokida turgan «Turizm asoslari» fani ham muhim ahamiyatga ega.

Ushbu darslik turizm yo'nalishida o'qiyotgan talabalar uchun jiddiy chegaralanishlar, fan haqida aniq tushunchaga ega bo'lishni va uning mohiyatini tushuna olish darajasida qo'l keladi. Shuning uchun ham ushbu darslik birinchi navbatda, fanni anglab olish mezonini talab qilsa, ikkinchi navbatda esa talabalarning o'zlarining yo'nalishidagi qiziqishlari, fanga yanada mas'uliyat bilan yondashishni o'z oldiga maqsad qilib qo'yadi.

Shuni ham ta'kidlab o'tish joizki, fan bo'yicha hozirda lotin alifbosida darslik va o'quv qo'llanmalarining yetishmasligini hisobga olgan holda va turizm ta'limi yo'nalishlari bo'yicha Samarqand iqtisodiyot va servis instituti Respublikada tayanch oliy dargoh bo'lganligi tufayli, mualliflar tomonidan tayyorlangan ushbu darslik turizm asoslarini o'qitishda boshqa oliy o'quv yurtlari va turizm kollejlari talabalariga yaqindan yordam beradi degan fikrdamiz.

1-mavzu. «TURIZM ASOSLARI» FANINING MAQSADI VA VAZIFALARI

Reja:

- 1.1. «Turizm asoslari» fanining maqsadi va vazifalari
- 1.2. O'zbekistonda turizm sohasining rivojlanish bosqichlari

1.1. «Turizm asoslari» fanining maqsadi va vazifalari

O'zbekiston mustaqillikka erishgach, bozor iqtisodiyotiga asoslangan jamiyat qurishni o'zining asosiy maqsadi qilib belgilab oldi. Bu ishda turizm sohasi ham yetakchi tarmoqlardan biri hisoblanadi. Turizm nafaqat o'tmishni o'rganish, o'zga xalqlar va elatlar bilan tanishish, ularning madaniy yodgorliklaridan bahramand bo'lish, shuningdek, u katta biznes hamdir. Mazkur faoliyatni yo'lga qo'yish esa mutaxassislariga bog'liq bo'lib, buning uchun malakali kadrlarni tayyorlash hozirgi kunning muhim vazifalaridan biri hisoblanadi. Ushbu vazifani amalga oshirishda Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, Toshkent Davlat iqtisodiyot universiteti, Singapur menejmentni rivojlantirish universiteti, Buxoro, Urgench va Nukus Davlat universitetlari va respublikamizdagi turizm sohasidagi kasb-hunar kollejlari o'z hissalarini qo'shib kelmoqdalar.

Bu o'quv maskanlarida qator fanlar, jumladan, mutaxassislik fanlari o'qitilib, ularda kasb ilmiga taalluqli muammolar o'z yechimini topmoqda. Shunday fanlar qatorida «Turizm asoslari» fani ham o'z o'rniga ega bo'lib, u yangi o'quv fanlaridan biri hisoblanadi. Bu fan Toshkent Davlat iqtisodiyot universitetining «Xalqaro turizm» fakulteti talabalariga 2002–2003-o'quv yilidan boshlab o'qitilib kelinmoqda.

Tajribalar shuni ko'rsatadiki, turizm tarixi, uning asosiy yo'nalishlari, turlari, turistik xizmatlar, umuman turizm ilmi bilan bog'liq barcha masalalar haqida bilim berish, turizmga oid tushuncha va atamalarning har birini tasniflash muhim ahamiyatga ega bo'lib, bu alohida predmet darajasidagi masala hisoblanadi. Shularni e'tiborga olgan holda, turizmga oid barcha mutaxassislik fanlarining alifbosi sifatidagi «Turizm asoslari» fani aynan shunday vazifani bajaradi, uni mukammal o'rganmasdan, mutaxassislikka oid boshqa fanlarni o'zlashtirib olish qiyin kechadi.

«Turizm asoslari» fanining maqsadlari quyidagilardan iborat:

- turizmning mohiyatini ochib berish;
- turizmning taraqqiyot yo'li, tajribasi, hozirgi kundagi muammolarini aniqlab olish;
- turizmning iqtisodiy, siyosiy, ma'naviy va ijtimoiy ahamiyatini yoritib berish;
- O'zbekiston va jahon turizm biznesining ildizlarini o'rganish.

«Turizm asoslari» fanining vazifalari quyidagilardan iborat:

- sayohatchi va turist haqidagi tushunchalarning mohiyatini tushuntirish;
- turizm sohasining tasniflanishi va turlari haqida ma'lumotlarni yoritib berish;
- turizm sohasining resurslari haqida tushuncha berish;
- turizm sohasidagi xizmatlar va mahsulotlarning farqini aniqlash;
- turizm industriyasi va infratuzilmaining ahamiyatini yoritish;
- ekologik, gastronomiya va qishloq turizmlarini rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalarini o'rganish;
- turizm xizmatlarida menejment va marketing tadqiqotlarini amalga oshirish jarayonlari;
- O'zbekiston Respublikasining turizm sohasidagi davlat siyosati haqida ma'lumot berish;
- turizm xizmatlarini litsenziyalashtirish, sertifikatlashtirish va standartlashtirish tartibini tushuntirish.

Mazkur fanni o'rganish «Turizmni rejalashtirish», «Xalqaro turizm», «Turizm marshrutlarni ishlab chiqish texnologiyasi», «O'zbekistonning turistik resurslari», «Turizmda ekskursiya xizmatlari», «Turizm operatorlik xizmatini tashkillashtirishning asoslari», «Turizm geografiyasi» kabi fanlar bilan uzviy aloqada olib boriladi.

Fanni o'zlashtirish jarayonida – o'qitishda Samarqand, Buxoro, Xiva shaharlariga turistik ekskursiya, ekspeditsiya va maxsus turlar tashkil etish, har yili o'tkaziladigan an'anaviy Xalqaro Toshkent turizm yarmarkasida ishtirok etish, mehmonxonalar va turistik firmalar faoliyati bilan yaqindan tanishish, ekologik, tarixiy-madaniy yodgorliklarni namoyish etuvchi multimediya slaydlardan foydalanish, tur marshrutlar xaritalarini ishlab chiqish lozim bo'ladi.

«Turizm asoslari» fani «Turizm (faoliyat yo'nalishlari bo'yicha)», «Mehmonxona xo'jaligini tashkil etish va boshqarish», «Marketing (turizm)», «Menejment (turizm)» ta'lim yo'nalishlarining II-bosqich bakalavrlari uchun mo'ljallangan. O'quv mashg'ulotlari 1-semestrda, 56

soat ma'ruza va 58 soat amaliy mashg'ulot hajmida olib boriladi. Unda xorijiy davlatlar va respublikamizda nashr etilgan turizm sohasiga oid ilmiy, o'quv, uslubiy qo'llanmalardan hamda jurnal va gazetalardagi maqolalardan, internet saytlaridan, turistik firmalarning namunaviy marshrutlari, bukletlar va yo'l ko'rsatkichlardan foydalanish tavsiya etiladi.

1.2. O'zbekistonda turizm sohasining rivojlanish bosqichlari

O'zbekistonda iqtisodiyotning boshqa tarmoqlari qatorida turizm sohasining Markazlashgan Ma'muriy Boshqaruv tizimi 1971–1991-yillar davriga to'g'ri keldi. Bu davrda salbiy oqibatlar ham ko'zga tashlana boshladi. Qurilmay qolgan turistik-rekreasion maqsadidagi obyektlar sonining ko'payishi, mavjudlarida esa mijozlarga ko'rsatilgan xizmatlarning sifati bo'yicha ko'plab e'tirozlar paydo bo'la boshladi. Ijtimoiy tadqiqotlarga ko'ra mehmonxonalar, turbazalar, dam olish uylari hamda pansionatlar tomonidan taklif qilinadigan 50 foizgacha bo'lgan barcha xizmatlar fuqarolarning noroziligini keltirib chiqargan. Joylashtirish va ovqatlantirish xizmatlari bilan birga hordiq chiqarish va tibbiy xizmat ko'rsatish talab darajasida bo'lmagan. Turistik xizmat turlari va hajmi sezilarsiz va sifatsiz bo'lgan.

O'zbekistonning turizm sohasidagi rivojlanishni shartli ravishda to'rtta bosqichga ajratsak bo'ladi.

Birinchi bosqich. Mustaqillikka erishgach, 1991-yildan keyin O'zbekistonning turistik xizmatlar bozori shakllana boshladi. Aynan shu davrda Respublika o'zining iqtisodiy mustaqilligini va mustaqil ravishda tashqi dunyo bozorlariga chiqishini e'lon qildi. Shu davrda qabul qilingan tashqi iqtisodiy faoliyat to'g'risidagi qonun turistik xizmatlarni sotuvchi korxonalariga yangi asos yaratdi. Natijada, tarmoqda yangi boshqaruv tizimini shakllantirish, turistik biznesni yuritishga yordamlashadigan qo'shimcha biznes turlarini yaratish, sohaga xizmat qiladigan bank, audit, maslahat xizmatlarini tashkil etish, viloyatlarda turizm tarmog'ining mintaqaviy bo'linmalarini tuzish, xalqaro miqyosda turizm mahsulotini reklama qilish, xususiy lashtirilgan turistik korxonalarni litsenziyalashtirish kabi masalalarga alohida e'tibor berildi. Mustaqillikdan keyin, turizm sohasida bir vaqtning o'zida uchta muhim jarayon amalga oshirildi:

- birinchi jarayon: eski tizimdagi korxonalar va tashkilotlarning tanazzulga uchrashi (ekskursiya byurosi, sayohat byurosi), o'zlarining tuzilishi va faoliyat turiga ko'ra yangi xizmat ko'rsatish talablariga javob bermay qoldi;

- ikkinchi jarayon: turoperator va turagent sifatida nomlangan yangi tashkilotlar tuzildi;

- uchinchi jarayon: eski turistik korxonalarini qayta qurish yo'li bilan O'zbekiston va xorijiy iste'molchilar talab qiluvchi turistik mahsulotni ishlab chiqish yo'lga qo'yildi.

1992-yilda Respublikada «O'zbekturizm» Milliy Kompaniyasi tashkil etildi va turizm sohasida bu kompaniya barcha tashkiliy, boshqaruv hamda muvofiqlashtirish funksiyalarini amalga oshira boshladi. 1993-yilda «O'zbekturizm» Milliy Kompaniyasi Butunjahon turizm tashkilotiga (BTT) haqiqiy a'zo bo'lib kirdi. Bu jarayon o'z navbatida xalqaro turizmni rivojlantirishda muhim omil bo'lib xizmat qildi. 1994-yilda BMT ning YUNESKO tashkiloti hamda O'zbekiston hukumati-ning tashabbusi bilan Samarqand shahrida Buyuk Ipak yo'lidagi shaharlarda xalqaro turizmni rivojlantirish bo'yicha Samarqand Deklaratsiyasi qabul qilindi.

Bu bosqich mobaynida, ya'ni 1994-yilda ishlab chiqilgan «Turistik korxonalarini xususiy lashtirish va davlat tasarrufidan chiqarish dasturi» chuqur tizimli - institutsional o'zgarishlarni amalga oshirishda juda katta ahamiyat kasb etdi. 1994–1995-yillar mobaynida «O'zbekturizm» Milliy Kompaniyasining 87,8 foiz turistik obyektlari xususiy lashtirildi va davlat tasarrufidan chiqarilgan edi.

Amalga oshirilgan o'zgarishlar turistlarni qabul qilish shaklini jadallik bilan rivojlantirdi. 1995-yilda qabul qilingan O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Buyuk ipak yo'lini qayta tiklashda O'zbekiston Respublikasining ishtirokini avj oldirish va Respublikada xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora-tadbirlar» to'g'risidagi Farmoni³ Buyuk Ipak yo'lida turistik mahsulotni tiklash borasida strategik ahamiyatga ega bo'ldi.

Bu o'z navbatida O'zbekiston turizm sohasidagi islohotlarning **ikkinchi bosqichini** boshlab berdi. Natijada Buyuk Ipak yo'lidagi shaharlar va turistik manzillar ro'yxatga olindi, Imom al-Buxoriy, Bahouddin Naqshband, Abduholiq G'ijduvoni, Ahmad al-Farg'oni, Imom al-Motrudiy, Mahmudi A'zam, Hakim at-Termiziy, Hazrati Imom, Shayx Shamsiddin Kulol, Burxoniddin Marg'iloniy, Buxorodagi

³<http://www.Lex.uz>

Chor Bakrlar kabi allomalarimizning maqbaralari tamirlandi va ziyoratgoh majmualarga aylantirildi. 1998-yildan boshlab, Toshkent shahrida muntazam ravishda Xalqaro turistik ko'rgazma tashkil etiladi boshlandi, mehmonxonalaridagi xalqaro talablarga javob beruvchi o'rinlar soni 4,8 barobarga ko'paytirildi.

Bu bosqichda O'zbekistonning turizm sohasida quyidagi masalalari amalga oshirildi:

- davlat tasarrufidan chiqarish va xususiylashtirish jarayoni;
- yangi xorijiy investorlarni jalb qilish;
- tashqi bozorlarga chiqishning yangi yo'llarini izlash;
- xalqaro ko'rgazmalarga chiqish (Berlin, London, Madrid, Moskva);
- turistik korxonalar va sayohatchilarning manfaatlarini himoyalovchi nodavlat tashkilotlarning vujudga kelishi;
- turistik yo'nalishlarning rang-barangligini ta'minlash, mahsulotning ekologik talablarini kuchaytirish, yangi hududlarni turistik diqqatga sazovor joylar sifatida ochish;
- O'zbekiston mehmonxonalarida xorijiy menejmentni qo'llash;
- kichik mehmonxonalar tarmog'ini kengaytirish;
- turizm sohasida mutaxassislarni tayyorlash (o'rta maxsus hamda oliy ta'lim bosqichida);
- xorijiy tajribalarni o'rganish;
- ilmiy loyihalar tayyorlash;
- BTT tadqiqot guruhining O'zbekistonga kelishi va «Turizm to'g'risida»gi Qonunni tayyorlash borasidagi ishlar;
- turfirmalarning nodavlat va korporativ tashkilotlar «Ustoz», «Meros», «Ekosan» va h.k. bilan aloqalari yo'lga qo'yildi.

Turizm sohasidagi islohotlarning **uchinchi bosqichida**, 1999-yil 15-aprelda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «2005-yilgacha bo'lgan davrda O'zbekistonda turizmni rivojlantirish davlat dasturi to'g'risida»gi Farmoni e'lon qilindi, shu yilning 20-avgustida esa O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi tomonidan «Turizm to'g'risida»gi Qonun qabul qilindi. Buning asosida turizm sohasidagi bozor munosabatlari uzil-kesil yo'lga qo'yildi hamda xalqaro bozorda raqobatbardosh turistik mahsulot yaratila boshlandi, turizm tizimini boshqarishning markazlashtirilishiga chek qo'yildi. Ko'pchilik turistik obyektlar o'zlarini mustaqil ravishda boshqara boshladi, xizmatlar

bozorida raqobatlasha olmaydigan korxonalar yopilib, ular o'rniga samarali ishlovchi yangi korxonalar tashkil etildi.

2000-yildan boshlab, Respublikamiz turizm sohasi yuqori sur'atlar bilan rivojlana boshladi. Turizm sohasidan olinayotgan daromadlar yiliga 20 va undan ortiq foizlarda o'sa boshladi. 2001-yilning oxirida Afg'onistondagi tolibonlarga qarshi harakatlarning boshlanishi o'lkamizga kelayotgan turistlar oqimini ikki yil davomida ancha kamaytirib yuborganidan so'ng, 2003-yilning ikkinchi yarmiga kelib, o'lkamiz turizmi yana o'zini o'nlab oldi. Sharqiy Osiyoda o'tgan yillarda tarqalgan odatdan tashqari Pnevmaniya (Sars) va Parranda grippi kabi kasalliklar O'zbekiston turizmiga 2001-yil 11-sentabr voqealaridek kuchli ta'sir ko'rsata olmadi.

Turizm sohasidagi islohotlarning to'rtinchi bosqichi 2000-yildan boshlangan bo'lib, hozirgi kungacha davom etmoqda. Bu davrda xususiy turistik tashkilotlar assotsiatsiyasiga va tashkil etiladigan boshqa turistik assotsiatsiyalarga asos qo'yildi (Gid-tarjimonlar assotsiatsiyasi, Mehmonxona egalari assotsiatsiyasi, Transportchilar assotsiatsiyasi) va «O'zbekturizm» Milliy Kompaniyasining bir qator vakolatlarini o'tkazish ustida izlanishlar olib borildi. Bu o'lkamiz turizm xizmatlar bozorida faoliyat yurituvchi korxonalarning yanada tezroq sur'atlarda rivojlantirishga yordam berdi.

O'zbekiston Respublikasining bu davrdagi amalga oshirilgan o'lgan ishlarini hisobga olib, Islom konferensiyasi tashkiloti (OIK) tarkibidagi muassasalardan biri – Ta'lim, Fan va madaniyat masalalari bo'yicha Xalqaro islom tashkiloti (ISESCO) Toshkentni 2007-yilda Xalqaro islom madaniyati markazi deb e'lon qildi. O'zbekistonning islom madaniyati va ilmi oldidagi, islom merosi va yodgorliklarini asrash va yanada boyitish borasidagi mislsiz xizmatlari uchun Toshkent shunday yuksak va faxrli unvonga sazavor bo'ldi.

Shuni ham ta'kidlab o'tish kerakki, 1993-yilda mamlakatimizda bor yo'g'i 4 ta xususiy turistik firma bo'lgan bo'lsa, hozirgi kunda turizm xizmatlarining nodavlat sektorida 800 ta turistik firma va mehmonxona, shu jumladan umumiy sig'imi 30 ming joydan iborat 500 ta mehmonxona va 300 ga yaqin turoperator va turagentlar faoliyat olib bormoqdalar.⁴

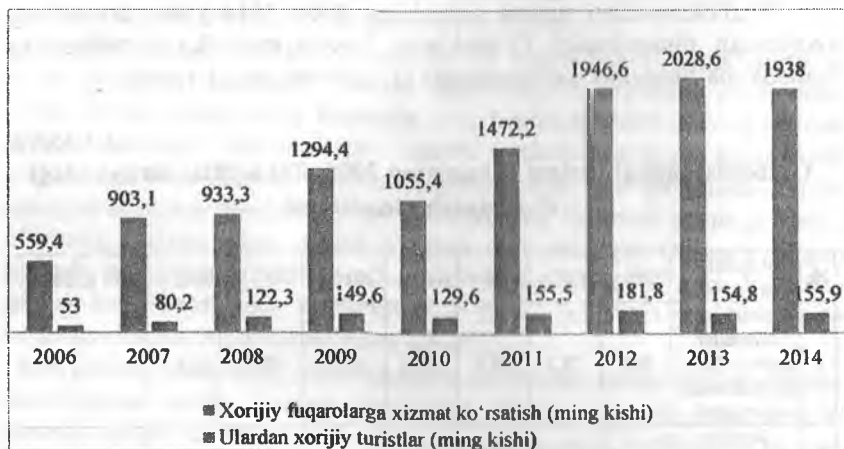
⁴Turizm istiqbollari. // O'zbekiston iqtisodiy axborotnomasi. № 1. 2014.-11.b.

O'zbekistondagi turizm sohasining 2006–2014-yillar davomidagi rivojlanish dinamikasini O'zbekiston Davlat statistika qo'mitasining statistik ma'lumotlari ko'rsatmoqda (1.1-jadval va 1.1-rasm).

1.1-jadval

O'zbekistondagi turizm sohasining 2006–2014-yillar davomidagi rivojlanish dinamikasi

№	Ko'rsatkichlar nomi	2006 y.	2007 y.	2008 y.	2009 y.	2010 y.	2011 y.	2012 y.	2013 y.	2014 y.
1.	Ko'rsatilgan xizmatlar hajmi – (mlr. so'm, nominal narxlarda)	58,0	78,2	69,9	120,2	153,8	186,8	222,4	253,4	293,9
2.	Xorijiy fuqarolarga xizmat ko'rsatish (ming kishi)	559,4	903,1	933,3	1294,4	1055,4	1472,2	1946,6	2028,6	1938,0
3	Ulardan xorijiy turistlar (ming kishi)	53,0	80,2	122,3	149,6	129,6	155,5	181,8	154,8	155,9
4	O'zbekiston Respublikasi fuqarolari (ichki turizm) (ming kishi)	135,3	223,8	277,9	191,4	134,5	151,9	200,6	216,9	191,6
5.	O'zbekiston fuqarolarning chet elga chiqishlari (ming kishi)	47,8	108,5	167,4	252,0	230,1	222,9	258,6	359,2	357,8
6	Xizmatlar eksporti (ming AQSH dollarida)	19740,7	29287,2	37465,4	39347,6	50483,5	572075,9	60925,4	58049,2	58337,2



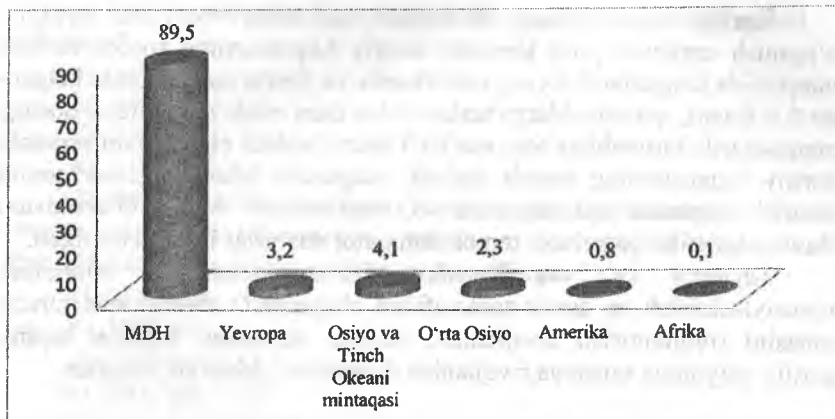
1.1-rasm. O'zbekistondagi turizm sohasining 2006–2014-yillar davomidagi rivojlanish dinamikasi⁵

Jadval va rasmlar ma'lumotlari bo'yicha O'zbekistondagi turizm sohasi muntazam ravishda o'sish sur'atlarini ko'rsatmoqda. O'zbekiston fuqarolarning chet elga chiqishlari 2014-yilda 2006-yilga nisbatan 7,5marta ko'payganligini yuqoridagi jadvaldan ko'rishimiz mumkin.

Turistik xizmatlar bozori har qanday davlat, viloyat, tumanning iqtisodiyotiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Iqtisodchilarning baholariga qaraganda, undan olinadigan pul tushumlari bir yil davomida 3 martadan 5 martagacha muomalada bo'ladi. Katta mablag'lar talab qilishiga qaramay, turizm sohasiga kapital qo'yish ancha foydalidir, chunki bu mablag'lar nisbatan tez muddatda o'zini oqlaydi, bundan tashqari O'zbekiston iqtisodiyotiga asosan xorijiy valyutada sarmoya keltiradi.

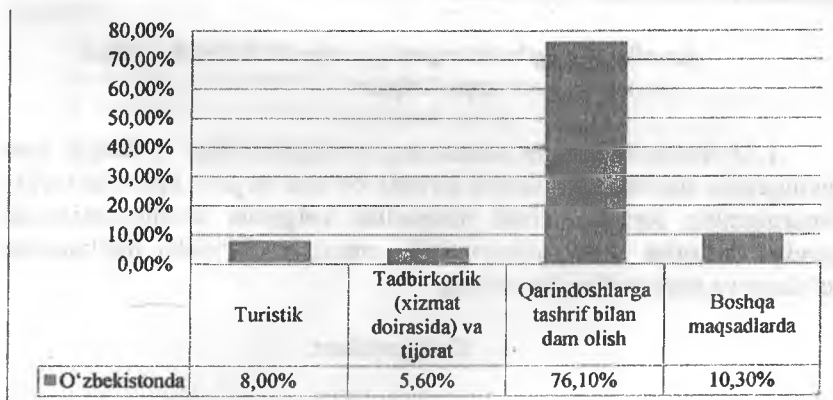
O'zbekistonga 2014-yilda turistlar oqimining mintaqaga tashrif buyurishi 1.2-rasmda ko'rsatilgan, unga ko'ra turistlar oqimi MDH, Yevropa, Osiyo va Tinch okeani mintaqalaridan kelishgan. Butun jahon turizm tashkiloti (BTT) tomonidan o'rnatilgan tasnif bo'yicha, barcha Sobiq Ittifoq hamdo'stlik mamlakatlari Yevropa mintaqasiga kiradi. Shuning uchun O'zbekistonga qo'shni hamdo'stlik mamlakatlardan kiruvchi turistlar ham Yevropa mamlakatlaridan kelgan hisoblanadi.

⁵O'zbekiston Davlat statistika qo'mitasining statistik ma'lumotlari



1.2-rasm. O'zbekiston Respublikasiga 2014-yilda chet el mamlakatlaridan turistik maqsadlarda kelgan xorijiy fuqarolarning umumiy sonidagi ulushi

Xorijiy turistlarning turistik tovar va xizmatlarga bo'lgan talab tarkibini va hajmini tahlil qilishda xorijiy fuqarolarning maqsadlari bo'yicha tarkibini o'rganish muhim ahamiyatga ega. Uning 2014-yildagi o'zgarish dinamikasi 1.3-rasmda ko'rsatilgan.



1.3-rasm. O'zbekiston Respublikasiga 2014- yil mobaynida xorijiy fuqarolarning kelishi (rasmiy deklaratsiyadan o'tgan, kishilar hisobidan)⁶

⁶O'zbekiston Respublikasi statistika qo'mitasi ma'lumotlari

Xorijiy fuqarolarning 2014-yilda maqsadlari bo'yicha tarkibini o'rganish natijalari jami kiruvchi xorijiy fuqarolarning sonida turistik maqsadida kelganlar 8 foizni, tadbirkorlik va tijorat maqsadlarda kelganlar 5,6 foizni, qarindoshlarga tashrif bilan dam olish 76,1 foizni, boshqa maqsadlarda kiruvchilar soni esa 10,3 foizni tashkil etgan. Jami kiruvchi xorijiy fuqarolarning sonida turistik maqsadlar bilan kelganlar sonini oshirish borasida hukumatimiz, «O'zbekturizm» M.K., O'zbekiston Davlat statistika qo'mitasi tomonidan qator dasturlar ishlab chiqilgan.

Tayanch so'z va iboralar: Turizm sohasidagi islohotlar, xususiyLashtirish va davlat tasarrufidan chiqarish, O'zbekistonda turizm sohasini rivojlantirish bosqichlari, turistik xizmatlar, turistlar oqimi, xorijiy valyutada sarmoya, rivojlanish dinamikasi, kiruvchi turistlar.

Mustaqil ishlash uchun savollar:

1. «Turizm asoslari» fani nimani o'rgatadi?
2. Fanning maqsadi nimalardan iborat?
3. Fanning vazifasini ta'riflab bering?
4. Nima uchun mazkur fan turizmga oid fanlarning alifbosi deyiladi?
5. O'zbekistonda turizm sohasini rivojlantirish bosqichlari nimalarni ifodalaydi?

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar:

1. O'zbekiston turizm sohasining rivojlanishidagi to'rtinchi bosqichigayana qanday masalalarni kiritsak bo'ladi va jami kiruvchi xorijiy fuqarolarning sonida turistik maqsadida kelganlar sonini oshirishda qanday dasturlar qabul qilingan? Bu masalalar bo'yicha ma'lumotlar to'plang va taqdimotini tayyorlang.

Test savollari:

1. O'zbekiston Respublikasi BTTga qachon a'zo bo'lgan?
- a) 1993-yil
 - b) 1994-yil
 - d) 1995-yil
 - e) 1996-yil

2. Turizm bo'yicha Samarqand deklaratsiyasi qachon qabul qilingan?

- a) 1994-yil
- b) 1993-yil
- d) 1996-yil
- e) 1997-yil

3.«2005-yilgacha bo'lgan davrda O'zbekistonda turizmni rivojlantirish davlat Dasturi to'g'risida» gi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni qachon qabul qilingan?

- a) 1999-yil
- b) 1998-yil
- d) 2000 - yil
- e) 2001-yil

4.Turizm sohasidagi xususiylashtirish va davlat tasarrufidan chiqarish jarayonlari turizm sohasidagi rivojlanishning qaysi bosqichiga to'g'ri keladi?

- a) ikkinchi bosqich
- b) birinchi bosqich
- d) to'rtinchi bosqich
- e) uchinchi bosqich

5. Xalqaro islom tashkiloti (ISESCO) Toshkentning qaysi xizmatlari uchun «Xalqaro islom madaniyati markazi» deb e'lon qilgan?

- a) islom madaniyati, ilmi, merosi uchun
- b) qadimiy yodgorliklarini asrash va yanada boyitish
- d) turizm turlarini rivojlantirgani uchun
- e) a va b javoblar to'g'ri

2- mavzu. SAYOHATCHI VA TURIST HAQIDAGI TUSHUNCHALARNING MOHIYATI

Reja:

- 2.1. Turizm tushunchasi va uning shakllanishi
- 2.2. Sayohatchi va turistni ajratib turuvchi asosiy farqlar
- 2.3. Markaziy Osiyo allomalarining turizm bilan bog'liq sayohatlari

2.1. Turizm tushunchasi va uning shakllanishi

Bugungi kunda zamonaviy turizm asoschisi sifatida Angliyalik **Tomas Kuk** tan olingan. U birinchilardan bo'lib, sayohat maqsadida ommaviy safar uyushtirishning mohiyati va foydaliligini anglab yetdi hamda 1843- yilda u dastlabki temiryo'l orqali turni muvaffaqiyatli tashkillashtirdi. 1851- yilda u mamlakatning barcha xududlaridan kelgan 165 ming kishini Parijdagi ko'rgazmada ishtirok etishini tashkil qildi.



Tomas Kuk

Ko'rgazmaga qilingan sayohat katta foyda keltirganligi sababli, Kuk Angliyalik turistlarning 1865-yilda Parijga Butunjahon ko'rgazmasiga ommaviy ravishda tashrif buyurishining tashkilotchisi bo'ldi. 1856-yildan boshlab, Yevropa bo'ylab turlar odatiy holga aylandi, Kukning turistik agentligi va uning filiallari tuzildi. Turistik kompaniyaning misli ko'riimagan muvaffaqiyatga erishganligini Kuk turistlarga taklif etgan katalogdan 8 mingdan ortiq mehmonxonalarning o'rin olganligini ham tasdiqlaydi. Tomas Kuk 1872-yilda birinchi bo'lib sanoat asosida jahon bo'ylab sayohat uyushtirishni taklif qilgan. Bugungi kunda «Tomas Kuk» kompaniyasi butun dunyoda 12000 dan ortiq turistik agentliklarga ega bo'lib, yiliga 20 milliondan ortiq turistga xizmat ko'rsatadi.

Salb yurishlari o'rta asrlarning mashhur hodisalari sifatida qayd etiladi. Hozirgi paytda ziyoratchilik diniy turizmning asosini tashkil qilib, o'z faoliyatiga ko'ra, keng miqiyosga ega hisoblanadi. Bunga misol tariqasida islom dini vakillarining muqaddas Makkayu Mukarrama shahriga hajga borishi yoki xristianlarning Quddus shahriga ziyorat qilishlarini keltirib o'tish kifoya.

Turizm sohasi oxirgi 30 yil ichida ayniqsa jadal sur'atlarda rivojlandi. Bu vaqt oralig'ida xalqaro turistlar soni 3,8 marta, bu sohadan keladigan foyda 25 martaga o'sdi. Hozirgi kunda turizm sohasiga dunyo yalpi mahsulotining 6 foizi, xalqaro sarmoyalarning 7 foizi, ish o'rinlarning har 16 chisi, dunyo iste'mol harajatlarining 12 foizi to'g'ri kelmoqda. Bugungi kunda turizm-jahon miqyosidagi iqtisodiyotning juda kuchli tarmog'i bo'lib, bu sohaga juda ko'p sonli xodimlar, asosiy vositalar va yirik kapital mablag'lar jalb qilingan. Turizm yirik biznes, katta pul va global miqyosdagi jiddiy siyosatdan iborat.

Bugungi kunda jamiyatning rivojlanishi bilan sayyoramizning ko'plab aholisi turizm sohasiga jalb qilinmoqda. 1995-1997-yillar mobaynida sayohat qiluvchilar sonining barqaror o'sish tendensiyasi yiliga o'rtacha 4 foizga kuzatilib, 2008- yildan Jahondagi moliyaviy-iqtisodiy inqiroz sababli bu sohadagi faollikning kamayganligi qayd qilindi. Turizm sohasi ko'pgina mamlakatlarda shiddat bilan rivojlana-yotgan industriyaning ijtimoiy-iqtisodiy tarmog'i hisoblanadi. Butunjahon turizm tashkilotining (BTT) baholashiga ko'ra, turizm xizmatlari rivojlangan shaharga tashrif buyurgan 100 nafar turist 20 ming AQSH dollar atrofida mablag' sarflaydi, ya'ni har bir turist tomonidan bir sutkada shaharga 200 AQSH dollari miqdorida foyda kelishi mumkin.

Turizm infratuzilmasi va industriyasi turizmga turdosh bo'lgan bir necha tarmoqlarni ham rivojlanishiga sabab bo'ladi. Bundan tashqari turizmning rivojlanishi yana bir katta muammo bo'lgan ishsizlikni hal qilishga yordam beradi. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, mamlakatga tashrif buyurgan har 20 nafar turist, 1 ta bevosita turizm sohasida va 2 ta turizmga bog'liq bo'lgan xalq xo'jaligining boshqa tarmoqlarida yangi ishchi joylarning ochilishiga yordam beradi. Shu bilan birga mahalliy mintaqalarning rivojlanishiga ham ijobiy ta'sir qilib, jumladan, qishloq xo'jalik mahsulotlarini, mahalliy sanoat mahsulotlarini va milliy hunarmandchilik mahsulotlarini sotishga yordam beradi.

Turizm ko'pgina mamlakatlar iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismi bo'lib, u mahalliy aholi bandligini, mehmonxonalarini to'ldirish, restoran, tomosha tadbirlari, chet el valyutasining kelib tushishini ta'minlaydi. Turizmning ichki iqtisodiy tabiati turist tashrif buyurgan mamlakatda o'z mablag'ini, albatta sarflab ketishini taqozo etadi. Turizm mahalliy turistik resurslar ekspluatatsiyasiga asoslanadi va buning evaziga shu mintaqa yoki mamlakat foyda olishi kerak bo'ladi.

Hozirgi tushunchalarda qabul qilingan turizm XIX asrning oxiriga borib shakllangan bo'lsada, faqat XX asrga kelib u jadal sur'atlarda

rivojlandi hamda texnika va texnologiyalarning rivojlanishi, jamiyat munosabatlarining yuksalishi natijasida u «XX asr fenomeni» nomini oldi.

Turizm sohasidagi adabiyotlarda turizmga uch xildagi umumiy ta'rif berilmoqda. Birinchisi, tor ma'nodagi ta'rif bo'lib, unga binoan bu tushuncha turistik korxonalar faoliyati bilan chegaralanadi. Ikkinchisi, bir yoqlama iste'molchiga qaratilgan bo'lib, bu ta'rifga asosan turizm faoliyati doimiy istiqomat qilish joyidan tashqarida va ishlab chiqarish tashvishlaridan holi holatda xizmat va tovarlarni iste'mol qilish jarayoni sifatida tushuniladi. Uchinchisiga ko'ra esa, turizm tushunchasi jamiyatda insonlarning istiqomat qilish joyidan tashqarida bo'sh vaqtdan foydalanishi va buning uchun zarur bo'lgan xizmat va tovarlar turlarini qayta ishlash shartlari bilan bog'liq bo'lgan munosabatlar majmuasini ifodalaydi.

Bizningcha, so'nggi ta'rif nafaqat keng va atroflicha, balki, turizmning jamiyatdagi o'rniga yangi sifat va baho beradi. Bunga, birinchi navbatda, turizm sohasiga, reklama – axborot xizmatlari, transport, qurilish, qishloq xo'jaligi, qayta ishlash kabi tarmoqlar bilan boshlanadigan hamda ta'lim, sog'liqni saqlash, sport va madaniyat kabi tarmoqlar bilan tugaydigan keng miqiyosdagi faoliyat turlari kirishi sabab bo'ladi.

Hozirgi paytda turizm milliy iqtisodiyotning o'zaro bog'liq bo'lgan, maqsadi insonlarning bo'sh vaqtda dam olishi va sayohat qilishning turli xillariga hamda mavjud bo'lgan turistik resurslardan samarali tarzda foydalanishga, tobora o'sib borayotgan ehtiyojlarni qondirishga qaratilgan faoliyatni ta'minlovchi korxonalar va tarmoqlarning majmuini ifodalovchi iqtisodiy kategoriya sifatida ko'rilmogda.

2.2. Sayohatchi va turistni ajratib turuvchi asosiy farqlar

Sayohat va turizm (*travel and tourism*) – bir-biri bilan bog'liq tushunchalar bo'lib, ular inson hayot faoliyatining ma'lum bir tarzini ifodalaydi. Bu dam olish, ko'ngil ochish, sport, atrof-muhitni anglash, savdo, fan, da'volanish va boshqa ko'plab jihatlarni qamrab oladi. Biroq, bunda har safar sayohatni boshqa faoliyat turlaridan ajratib turuvchi o'ziga xos harakat – insonning vaqtinchalik boshqa joyga, mamlakatga, qit'aga borishi, uning doimiy yashash joyidan uzoqlashishi nazarda tutiladi.

Sayohatlar ayrim shaxslar tomonidan alohida, yagona maqsad va qiziqishga ega bo'lgan shaxslar tomonidan ekspeditsiyalar, jumladan,

ilmiy ekspeditsiyalar tuzilgan holda amalga oshirilib, ular tarkibiga yuzlab va hattoki minglab mutaxassislar, diplomatlar, migrantlar va ko'chib yuruvchilar ham kiradi. Dengiz, havo va boshqa transport vositalari ekipajlari oylab o'z uylarida bo'lmaydilar, shu tariqa, ular uchun sayohat turmush tarzi, kunlik ish faoliyati bo'lib hisoblanadi.

Sayohat tushunchasi, odamlarning maqsadlaridan qat'iy nazar zamon va makonda ko'chib yurishni anglatadi hamda sayohatchilarning turmush tarzi bo'lib xizmat qiladi.

Ko'p asrlik tarixdan ma'lumki, insonga savdoni rivojlantirish, yangi yerlarni ochish va o'zlashtirish, resurslar va yangi transport yo'llarini izlab topish maqsadida jahon bo'ylab sayohat qilish xos bo'lgan. Sivilizatsiyamizning rivojlanishiga ajratilgan vaqt unchalik katta bo'lmay, besh ming yilga yaqin davr bilan belgilanadi, biroq bizgacha faqat yaqin o'tmishdagi sayohatlar haqidagi hikoya va tasvirlargina saqlanib qolgan. O'tmishdan bizga yangi qit'a va yerlarni, xalqlar va tabiiy hodisalarni ochgan, o'ziga xos geografik tizimlarni asoslab bergan buyuk sayohatchilarning nomlari ma'lum.

Sayohatlar va turizmning bir-biridan farqlarini ko'rib chiqishda ushbu faoliyatning maqsadlari va moddiy ta'minotiga to'xtalib o'tish joiz. Sayohat va ekspeditsiyalarning asosiy qismi ma'lum bir maqsadlarga (savdo, fan, yangi yerlarni ochish, mahsulot reklamasi va h.k.) xizmat qilib, manfaatdor shaxslar, tashkilotlar, davlat va xususiy jam'armalar tomonidan moliyalashtiriladi.

Sayohatchi – bu birinchi navbatda kasb bo'lib, odamlarning kasbi yoki kun ko'rish manbai, yo bo'lmasa sayohatda ishtirok etuvchilarning turmush tarziga aylanishi mumkin. Bu esa faoliyatning maqsadi bo'lib, turizm maqsadlaridan tubdan farq qiladi.

Turist–O'zbekiston Respublikasi hududi bo'ylab yoki boshqa mamlakatga sayohat qiluvchi (doimiy istiqomat joyidan turizm maqsadida jo'nab ketgan) jismoniy shaxs⁷(1-ilova).

Turizm-sayohatlarning bir turi bo'lsada, biroq o'ziga xos jihatlarga ko'ra, ma'lum bir tavsifga ega bo'lib, unda ishtirok etuvchi shaxs turist deb nomlanadi. Muhimi turistni sayohatchi deyishimiz mumkin, ammo sayohatchini esa har doim ham turist deya olmaymiz. Sayohatlardan farqli ravishda, turizm iqtisodiyot va siyosatning kuchli ta'siriga uchrovchi soha bo'lib hisoblanadi. Turizmbu

⁷Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида»ги Қонуни//«Халқ сўзи» газетаси, 1999.

turistlar tomonidan amalga oshiriluvchi, aniq belgilangan turistik maqsadlarga ega ommaviy sayohatlar turi bo'lib, turistning faoliyati va bunday sayohatlarni uyushtirish va amalga oshirish bo'yicha maxsus xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlardan iborat. Bunday maxsus xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlar faoliyati avallambor turistik firmalar, mehmonxonalar va shu xizmatlar bilan bog'liq bo'lgan turli xil boshqa tarmoqlar tomonidan amalga oshiriladi.

Turizm faoliyati asosan bo'sh vaqtda amalga oshiriladi. Turizm faoliyatini amalga oshirish uchun uchta omil bo'lishi shart: dam olishga ajratilgan bo'sh vaqt, tegishli mablag' va xohish-istagi. Uzoq vaqt davomida turizm faqat badavlat kishilarga mansub bo'lgan. Hozirgi paytda aholining turli qatlamlari bo'sh vaqtini va jamg'arilgan mablag'larini turli turistik safarlarga borishga bemalol sarflay olishi mumkin.

O'zbekiston Respublikasining «Turizm to'g'risida»gi Qonunida turizm tushunchasiga quyidagi tarzda ta'rif berilgan: «**Jismoniy shaxsning doimiy istiqomat joyidan sog'lomlashtirish, ma'rifiy, kasbiy-amaliy yoki boshqa maqsadlarda borilgan joyda (mamlakatda) haq to'lanadigan faoliyat bilan shug'ullanmagan holda uzog'i bilan bir yil muddatga jo'nab ketishi (sayohat qilishi)**».

Iqtisodiy omillarni hisobga olish nuqtai nazaridan tashrif buyuruvchilar tunovchi, ya'ni, bir kecha yotib qoluvchilar va bir kunlik, ya'ni 24 soatgacha (mehmonxonada) bo'luvchi turistlarga bo'linadi. Turizm-sayohatlarning bir turi bo'lsada, biroq o'ziga xos jihatlari ko'ra, ma'lum bir tavsifga ega bo'lib, unda ishtirok etuvchi shaxs turist, deb nomlanadi. Turizmning mohiyati va turistik faoliyatni yaxshi bilish uchun 2.1-jadval ma'lumotlarini to'liq o'zlashtirish maqsadga muvofiq bo'ladi.

2.1-jadval

Turizm sohasida turistni sayohatchidan ajratib turuvchi asosiy farqlari

№	Farq qiluvchi belgilar	Turizm (turist)	Sayohat (sayohatchi)
1	Mamlakat iqtisodiyotiga ta'siri bo'yicha	Turizm jahon miqiyosidagi kuchli iqtisodiyot tarmog'i bo'lib, uning jahon yalpi ichki mahsulotidagi ulushi mavjud. Bu yirik biznes, katta pul va global miqiyosdagi jiddiy siyosatdir	Sayohatlarning iqtisodiyotga bevosita ta'siri yo'q

2	Qo'yilgan maqsadlar bo'yicha	Yo'llanmada ko'rsatilgan aniq qo'yilgan maqsadlar bilan chegaralangan	Aniq qo'yilgan maqsadlar bilan chegaralanmagan
3	Muddat maboytida	Muddatlari: 3-7 kunlik; 8-28 kunlik; kunlar bilan belgilangan	Muddati chegaralanmagan
4	Ma'lum makonda bo'lishi	Bo'ladigan joyi yo'llanma bilan chegaralangan	Makoni yoki bo'ladigan joyi chegaralanmagan
5	Bo'sh vaqtning mavjudligi	Asosan bo'sh vaqt maboytida amalga oshiriladi	Bo'sh vaqt bo'lishi shart emas. Sayohat qilish hayot tarzi hisoblanadi
6	Borgan joyida haq to'lanadigan faoliyat bilan shug'ullanishi bo'yicha	Qonun bo'yicha borgan joyida turist uchun haq to'lanadigan faoliyat bilan shug'ullanish mumkin emas	Borgan joyida sayohatchi uchun haq to'lanadigan faoliyat bilan shug'ullanish mumkin
7	Mablag' bilan ta'minlash	Turistning shaxsiy mablag'idan va ijtimoiy fondlardan	Homiy tashkilotlar, davlat va xususiy jamg'armalar tomonidan moliyalashtiriladi
8	Tashkil qilish va xizmat ko'rsatish	Bu faoliyat turli xil turistik korxonalar va xizmat ko'rsatish sohalari bilan bog'liq tarmoqlar tomonidan amalga oshiriladi.	Tashkil qilish homiy tashkilotlar, davlat va xususiy jamg'armalar tomonidan amalga oshiriladi, sayohlarga xizmat ko'rsatish esa bevosita o'zi tomonidan amalga oshiriladi.
9	Yashash foyiatiga ta'siri	Turist uchun sayohatga borib kelish dam olish va o'z bilimlarini oshirishga xizmat qiladi.	Sayohatchi uchun sayohat kasbi yoki kun ko'rish manbai, turmush tarzi bo'lib xizmat qiladi.



2.1-rasm. Ekoturistik sayohat

2.3. Markaziy Osiyo allomalarining turizm bilan bog'liq sayohatlari

O'zga mamlakatlarga aniq maqsadlar bilan sayohat qilish Markaziy Osiyo o'lkasida qadim zamonlardan rivojlangan bo'lib, o'lkamizdagi ilk sayyohlik ko'rinishlari «Buyuk Ipak yo'li» ga borib taqaladi. Bunda milloddan avvalgi II asrda ochilgan Buyuk Ipak yo'lini ahamiyati nihoyatda katta bo'lgan. Bu yo'l faqat savdo-sotiq yo'li bo'lmay, ayni paytda dunyo xalqlari o'rtasida madaniy-ma'rifiy va ilm-fan taraqqiyoti hamda xalqaro aloqalar yo'li bo'lgan.

VII-VIII asrlarda Arablar Movarounnahrni zabt etish yo'li bilan mahalliy xalqning urf-odati, dini va e'tiqodi, qadimdan rivojlanib kelayotgan madaniyatga o'z ta'sirini o'tkazib, asta-sekinlik bilan islom dini kirib kela boshladi. Mahalliy xalqning islom diniga o'tishi bilan Markaziy Osiyoni Arab mamlakatlari Makkayu Madina bilan bog'ladi. Islom dini farzlaridan biri hajga borish hisoblanib, Movarounnahrliklar o'z yurtlaridan chiqib, Afg'oniston, Eron, Iroq, Suriya orqali o'tib, Saudiya Arabistondagi Makka va Madinada haj amalini bajarganlar. Bu yo'l mashaqqatli, og'ir, bir necha oy va yillarni o'z ichiga olgan bo'lsada, yildan-yilga hajga boruvchilarning soni ortib borgan.

Ziyoratchi-olimlarning eng mashhuri deb buyuk muhaddis Imom **Ismoil al-Buxoriy**ni tan olamiz. Imom Ismoil al-Buxoriy o'z onasi bilan

17 yoshida hajga borib, bir necha yil Arabistonda yashaydi. U fiqh hadislarini yig'ish maqsadida Bog'dod, Damashq, Balx, Nishopur, Misr va boshqa ko'pgina arab shaharlarida 40 yil davomida sayohat qilib, hadislarini to'playdi. Bunga Imom al-Buxoriyning zamondoshi **Abu Iso Muhammad at -Termiziy**ni ham misol qilish mumkin. Shu davrda uning Bog'dodda ko'pgina shogirdlari ham bor edi.

Arab halifaligiga kirgan Movarounnahr, Xuroson va Xorazmda mahalliy tillarda yozilgan asarlari yo'q qilinib, yerli bilimdonlar, tolibi ilmlar halifalikning markaziy shaharlari Damashq, Qohira, Bog'dod, Kufa va Basraga borib bilim olishgan va arab tilida ijod qilishga majbur bo'ladilar. Bu shahar Sharqning yirik ilm va madaniyat markazi bo'lib, ular orasida Bog'dod shahri eng mashhuri edi. IX asrda bu shaharda «Bayt-ul hikma» – «Donishmandlar uyi» Sharqning o'z davridagi Fanlar Akademiyasi tashkil etilgan edi.

«Bayt-ul hikma»da katta kutubxona hamda Bog'dodda va Damashqda astronomik kuzatishlar olib boriladigan rasadxonalar mavjud edi. Bu yerdagi toliblar tadqiqotlar bilan bir qatorda, qadimgi yunon va hind olimlarining ilmiy merosini o'rganish va asarlarini arab tiliga tarjima qilish bilan shug'ullanadilar. Bu yerda o'rta asar ilmu faniga katta hissa qo'shgan ko'pgina Movarounnahr va Xurosonlik olimlar ijod qilishgan. Quyida Markaziy Osiyolik sayyoh olimlarning sayohatlari (turizm) bilan bog'liq faoliyatini keltiramiz:

Xorazm ilmiy maktabining ilk ko'zga ko'ringan namoyondasi Muhammad Xorazmiy bo'lib, u amerikalik sharhshunos D.Sarton ta'biri bilan aytganda, «Barcha zamonlarning eng ulug' matematiklaridan biri edi» –deb aytib o'tgandi.

Muhammad Xorazmiy Xorazmda tug'ilgan va Bag'dodda vafot etgan. Al- Xorazmiyning asarlarida hammasi bo'lib, 537 joyning nomi, shaharlar, tog'lar (203 ta nom), dengizlar va orollarning nomlari, oxirida esa daryolar alohida-alohida yozilgan. Qizil dengiz Hind va Atlantika okeanlari kabi nomlar uchraydi. Shuningdek, Azov dengizi, Nil daryosi havzalariga izoh berilgan. Italiyalik sharhshunos K. Nallino – «Yevropadagi hech bir xalq al-Xorazmiy erishgan yutuqqa erishgan emas va bunday asar yaratishga qobil emas edi» – deb yozgan edi. Al-Xorazmiyning sayohatlari natijasida yaratilgan geografik g'oyalari bu fanni yangi pog'onaga ko'tarib, IX asr boshlarida Sharqda yangi geografiya fanining yaratilishiga olib keldi.

Ahmad Farg'oniy Farg'onada tug'ilgan va dastlabki ilmni shu yerda olib voyaga yetgan. So'ng o'sha zamonda Sharqda mashhur

bo'lgan Bag'doddagi «Bayt ul- hikma» akademiyasida Muhammad al-Xorazmiy bilan ishlash baxtiga muyassar bo'lgan. Ahmad Farg'oniy Quyosh va Oy tutilishlarini ham ilmiy jihatdan isbotlab bergan, yulduzlar ilmining sultoni deyilgan Mirzo Ulug'bekdan besh asr oldin Quyosh va yulduzlarning harakat yo'nalishlarini, Yer shar shaklida ekanligini va u qutblar deb ataluvchi ikki o'q atrofida harakatlanishini ham isbotlab bergan.

Oradan 800 yil o'tgach, Xristofor Kolumb hamda XVI asrda Yer shari bo'ylab aylanma sayohatni oshirgan Fernando Magellan ham Ahmad Farg'oniyning Yer shari hajmini hisoblash uchun ishlatgan bir daraja meridian uzunligi haqidagi hisob-kitoblarning naqadar to'g'ri ekanligini yozib qoldirgan. Ahmad Farg'oniy Nil daryosining suvini doimiy o'lchab turuvchi nilometr asbobini yasagan. Bu asbob bo'yicha butun Nil daryosi havzasida muvafaqqiyatli dehqonchilik qilingan. Bu asbob bo'yicha Nil daryosining toshqinli davrlari oldindan ma'lum bo'lgan.

Misir hukumati vatandoshimiz Ahmad Farg'oniyning ushbu mamlakat oldidagi xizmatlariga yuksak ehtirom sifatida Nil daryosidagi Roda orolida uning haykalini o'rnatishga qaror qildi. Ushbu haykal Prezidentimiz Islom Karimovning 2007- yilda Misrga qilgan rasmiy tashrifi chog'ida tatanali rivishda ochilgan.

Abu Rayhon Beruniyning umri doimo sayohat va bir shahardan ikkinchisiga ko'chib yurib, tadqiqotlar o'tkazish bilan o'tgan. Bag'dodda oy tutilishini isbotlab bergan. Agar Beruniyning butun umri davomida qilgan sayohatlarini sarhisob qilsak, u shimolda Xorazmga, janubda Hindistonga, g'arbda Kaspiy dengizi sohili va Bag'dod oralig'ida sayohat qilgan.



Nil daryosining Roda orolidagi Ahmad Farg'oniyya o'rnatilgan haykal



Tehronda Abu Rayhon Beruniyya o'rnatilgan haykal

Abu Ali ibn Sino. Ibn Sino hayoti davomida tez-tez sayohat qilgan va ko'p yurtlarni kezgan. Buxorodan keyin Xorazmda, Turkmanistonda, Eron shaharlarida va Kaspiy dengizi sohillariga sayohat qilgan.



Hamadon shahridagi Ibn Sino maqbarasi

Ibn Sino Kasbiy dengizi bo'yida, Marv daryosi bo'ylarida va Qoraqum sahrosini kesib o'tishda, Eron, Turkmaniston mamlakatlari xududlaridagi sayohatlari davrida

dorivor o'simliklarning o'sish ariallari, ularning shifobaxshlik xususiyatlarini o'rganish davomida joylarning geografik xaritalardagi o'rni, tabiiy iqlim sharoitlari ayniqsa, buloqlar, betakror tabiiy go'shalar, issiq suvlarning davolash xususiyatlari haqida juda ko'p ma'lumotlarni o'z asarlarida qayd etgan.

Nosir Hisrav Balx shahri yaqinidagi Qobodiyon qishlog'ida tug'ilgan. U 1045-yilning kuzida Murg'ob daryosi bo'ylab janubga yurib, daryoning boshlanishigacha yetib borishda ko'rganlarini o'zining esdaliklariga tushirgan. Ikkinchi sayohatini u 1046-yil Arabistonga qarab



Nosir Hisrav sayohati (XI asr)

boshladi. Manbalarda keltirilishicha, uning bu safari XI asrda amalga oshirilgan eng uzoq muddatli, qiziqarli va ma'lumotlarga boy bo'lgan sayohatlardan biri hisoblanadi.

Mazkur sayohat Marvdan boshlanib, Eronning shimoliy qismi, Armaniston, Turkiya janubi, Arabistonning Makka va Madina shaharlari, Livan va hozirgi Isroil yerlaridan o'tib, Misrgacha davom etgan. Shundan keyin, olim Hindistonning shimoliy viloyatlariga sayohat qilgan. Uning «Safarnoma» asari jahon geografiyasidagi eng nodir asarlardan biri sifatida qabul qilingan.

Mahmud Qoshg'ariy Xitoyning Qashqar shahrida tug'ilgan. Manbalarga ko'ra, u Janubiy-G'arbiy Osiyoning ko'plab shaharlarida bo'lgan, Bag'dodda ham yashagan. Turkiy tillarning xususiyatlarini o'rganish maqsadida olim ko'p yillar davomida Rumdan Mochingacha O'rta yer va Qora dengizlari bo'ylaridan to Xitoygacha sayohat qilgan, turkiy qabilalar yashaydigan yerlar, shahar va qishloqlarni kezgan. Uning «Devoni lug'atit turk» (Turkiy so'zlar lug'ati – «Devon») dunyo ilmining nodir qomusiy asari sifatida tan olingan. Shuning uchun ham sharhshunos N. Baskakov Mahmud Qoshg'ariyini «Turkiy tillarni qiyoslash borasida yo'lchi yulduz»– deb atagan bo'lsa, yana bir taniqli sharhshunos olim «XI asrning Radlovi» deya ta'riflagan edi. Uning safar marshrutlari davomidagi tabiiy geografik mintaqalarning iqlim xususiyatlari va ulardagi farqlar haqidagi ma'lumotlari hozirgi turizm sohasi uchun xizmat qilmoqda.

Abdulqosim Mahmud ibn Umar az-Zamahshariy (1075–1144) 1075- yilning 19-martida Xorazmning Zamahshar qishlog'ida tug'ilgan. U hayoti davomida tinmay sayohat qilgan. Sayyoh-olim Sharq, xususan, musulmon mamlakatlarini 1100–1122 va 1127–1139 yillarda ikki marta aylanib chiqqan. Zamahshariy Xuroson, Eron, Arabiston, Iroq, Yaman, Suriya, Marv, Nishopur, Isfaxon, Bag'dod, Xijoz, Damashq va Makka shaharlarida bo'lib, asarlari uchun boy manbalar to'plagan.

Uning tilshunoslikka oid «Asos al-balog'a» (Suzga ustalik asoslari), «Samim al-Arabiya» (Arab tili mag'izi) va «Al-Kashshof» Qomusiy asari Qur'on tafsiriga oid asarlar o'rtasida eng mukammali ekanligi sharhshunos va arabshunos olimlar tomonidan tan olingan. Shu sababli, mazkur asardan dunyoning turli mamlakatlari universitetlarida asosiy darslik sifatida hozirgacha qo'llanilib kelinmoqda.

Hofizi Abru (1362–1431) Temuriylar sulolasining tarixchi va geografi Hofizi Abru Hirot shahrida tug'ilgan. Hayoti davomida ko'plab sayohatlarga chiqqan, Yevroosiyoning Hindistondan to Shomgacha bo'lgan yerlarini, Kavkaz va Rossiyaning ko'plab viloyatlarini kezgan. Uning o'zi bu haqda shunday yozib qoldirgan «Yiroq safarlar asnosida Movarounnahr, Turkiston, Dashti Qipchoq, Xuroson, Iroq, Ozarboyjan, Eron, Mug'on, Gurjiston, Katta va kichik Armaniston, Rus va Shom yerlarining barchasini, Frot daryosi sohillarini, Xazar sohillarini, Qobulni, Mo'lttonni va Hindistonni ko'rdim».

Abdurazzoq Samarqandiy (1423–1482) 1441–1444-yillarda (Afanasiy Nikitindan 25 yil oldin, Vasko da Gamadan 56 yil oldin) Hindistonga dengiz orqali borish yo'lini birinchi bo'lib bosib o'tgan va

ushbu yo'nalishdagi hududlarni geografik jihatdan tasvirlab bergan sayyoh, vatandoshimiz Abdurazzoq Samarqandiydir. U sayohati davomida Xurosonning qumli cho'llari, Markaziy Osiyoning janubi, Ozarbayjon, Eron, Iroq orqali o'tib, Fors ko'rfazidan Arabistonga chiqqan va mazkur dengiz orqali Hindistonga yetib borgan. Hindistonga borgan mashhur rus sayyohi Afanasiy Nikitin va golland sayyohi Vasko da Gamalar Hindistonga dengiz yo'li bilan borishda vatandoshimiz Abdurazzoq Samarqandiyning asarlaridan foydalanganliklarini yozib qoldirgan.

Zahiriddin Muhammad Bobur (1483–1530) Zahiriddin yoshlik chog'laridanoq turli sayohatlarni yaxshi ko'rgan. U 15-16 yasharligida Farg'ona, Samarqand va Toshkent hududlarini bir necha marta aylanib chiqqan. 19 yoshga to'lganda, Hisor

tarafidan toqqa ko'tarilib, Fandaryo va Iskandarko'l orqali Zarafshon vodiysiga o'tib, Samarqandga kelgan. Boburning yozishicha, 21 yoshigacha Farg'onadan Buxorogacha, Toshkentdan Hisor va Hirotgacha bo'lgan barcha shahar va qishloqlarda hamda dashtu tog'larda bo'lgan. U umrining 30 yilini safarlarda o'tkazdi. Sayohatlari davrida o'zining shoh asari «Boburnoma» uchun boy ma'lumotlar to'plagan.



Hindistonning Agra shahridagi Boburiylar saroyi. Qizil qal'a.

«Boburnoma» O'rta Osiyo, Afg'oniston va Hindiston davlatlarining geografiyasi, tarixi, ijtimoiy-iqtisodiy hayoti, tabiati, etnografiyasi va tibbiyotiga oid muhim ma'lumotlar to'plami jihatidan dunyodagi eng mukammal asarlar ro'yhatiga kiritilgan. «Boburnoma» da 1000 dan ortiq geografik nomlar, mamlakat, shahar, qishloq, qal'a, dasht, tog', dovon, dara, daryo, ko'priq, kechuv, ko'l, chashma, bog', yaylov va joylarning nomlari keltirilgan.

Xulosa qilib aytish mumkinki, Markaziy Osiyoda qadimgi sayyohlik Buyuk Ipak yo'lining paydo bo'lishi bilan bog'liq bo'lib, IX–XI asrlarda rivojlangan sayyohlik tufayli kishilar bilimni oshiradigan turizmning ilmiy turiga asos solingan va ziyoratchilik keng rivojlangani tufayli diniy turizmning ham ochilishiga asos qo'yilgan edi.

Tayanch so'z va iboralar: Markaziy Osiyo sayohatchilari, qadimgi sayohatlar va ziyoratchilik, sayohat va sayohatchi, turist haqidagi tushunchalar, ziyoratchi olimlar, turizmni sayohatdan ajratib turuvchi

asosiy farqlar, turizm kuchli jahon miqiyosidagi iqtisodiyot tarmogʻi, zamon va makonda koʻchib yurish, boʻsh vaqtning va mablagʻning mavjudligi.

Mustaqil ishlash uchun savollar:

1. Sayohat deganda nimani tushunasiz?
2. Ilk sayohatchilar kimlar boʻlgan?
3. Ziyoratchilar qanday sayohatlarni amalga oshiradilar?
4. Savdogarlar sayohati haqida nimalarni bilasiz?
5. Markaziy Osiyo sayohatchilarining turizmga qoʻshgan hissasi nimadan iborat?
6. Nima uchun Tomas Kuk turizmning asoschisi deyiladi?
7. «Turizm» gaberilgan taʼrifni keltiring.
8. Turistni sayohatchidan farqi nimalardan iborat?

Amaliy mashgʻulotlarga tayyorgarlik koʻrish uchun topshiriqlar:

1. Yana qaysi Markaziy Osiyo sayohatchi allomalarning ilmiy faoliyatini va safar qilgan joylarni bilasiz? Markaziy Osiyo allomalarning ilmiy faoliyatlari davomida qilgan sayohatlarini chuqurroq bilish uchun adabiyotlardan va Internet maʼlumotlaridan foydalangan holda maʼlumotlar toʻplang va taqdimotini oʻtkazing.

Test savollari:

1. Sayohat tushunchasiga toʻgʻri taʼrif berilgan qatorni belgilang.

a) fuqoralarning maʼlum biror vaqt davomida qanday maqsadligidan qatʼiy nazar boshqa joyga borishi

b) uzogʻi bilan bir yil muddatga joʻnab ketishi

d) uzogʻi bilan olti oyga joʻnab ketishi

e) aniq maqsadli va tashkillashtirilgan faoliyat

2. Turizm sohasining isteʼmolchilari kimlar?

a) turistlar

b) xizmatchilar

d) turagentlar

e) oshpazlar

3. **Ilk sayohatchilarni toping.**

- a) ko'chmanchilar.
- b) savdogarlar, ziyoratchilar.
- d) chorvadorlar.
- e) a va b javoblari to'g'ri

4. **Turizmning sayohatdan farqi nimada?**

- a) aniq maqsad va muddatning chegaralanganligida
- b) aniqlikda va rejalikda
- d) faqatgina tashkillashtirilganda.
- e) turmush tarzida

5. **Ommaviy ravishda tashrif buyurishning tashkilotchisi sifatida Tomas Kuk qaysi shaharga tur tashkil etgan?**

- a) Parij
- b) Shvetsariya
- d) Angliya
- e) Avstriya

3-mavzu. TURIZM SOHASINING TASNIFLANISHI VA TURLARI

Reja:

- 3.1. Turizm sohasining tasniflanishi va turlari
- 3.2. Aktiv va passiv turizm turlarining xususiyatlari

3.1. Turizm sohasining tasniflanishi va turlari

Zamonaviy turizmning o'ziga xos xususiyatlarini belgilashmaqsadida, uning muhim tasnifiy belgilarini aniqlab olish zarur bo'ladi. Jumladan, geografik va turistiktalab yo'nalishi bo'yicha, safar maqsadi, harakatlanish usuli, turistlarni joylashtiruv vositalari va ishtirokchilar soni bo'yicha, tashkiliy-huquqiy shakllarini tasniflash maqsadga muvofiqdir.

3.1-jadval

Turizm sohasining tasniflanishi

No	Tasniflanadigan belgilar	Turizm turlari
1	Geografik va turistik talab yo'nalishi bo'yicha	1.1. Milliy 1.2. Xalqaro 1.3. Hududiy (mintaqaviy) 1.4. Ichki 1.5. Kiruvchi 1.6. Chiquvchi
2	Maqsadlar bo'yicha	2.1. Tarixiy obidalar turizmi 2.2. Arxeologik turizm 2.3. Rekreatsion turizm 2.4. Sog'lomlashtiruvchi dam olish 2.5. Malakaviy ish turizmi 2.6. Ilmiy turizm 2.7. Sport turizmi 2.8. Shop-turlar 2.9. Diniy turizm (haj safari, ziyorati) 2.10. Qo'msash, sog'inish turizmi 2.11. Ekoturizm 2.12. Ovchilik turizmi 2.13. Gastronomiya turizmi 2.14. Safari turizmi
3	Moliyalashtirish manbai bo'yicha	3.1. Ijtimoiy turizm 3.2. Tijoriy turizm

4	Harakatlanish usuli bo'yicha	4.1. Yayov 4.2. Aviatsiya transport 4.3. Dengiz transporti 4.4. Daryo transporti 4.5. Avto transport 4.6. Temir yo'l transporti 4.7. Velosiped transporti 4.8. Ulovlarda 4.9. Aralash
5	Joylashuv vositalari bo'yicha	5.1. Otellarga, mehmonxonalarga 5.2. Motellarga 5.3. Pansionatlarga 5.4. Kempinglarga 5.5. Palatkalarga 5.6. Rotellarga 5.7. Botellarga 5.8. Sanatoriylarga 5.9. Flotellarga 5.10. Xostellarga 5.11. Otel-klublarga 5.12. Turbazalarga 5.13. Turistik uylarga 5.14. Apartamentlar
6	Ishtirok etuvchilar soni bo'yicha	6.1. Individual-yakka 6.2. Oilaviy 6.3. Guruhlar bo'lib
7	Tashkiliy shakllari bo'yicha	7.1. Tashkil etilgan 7.2. Tashkil etilmagan

Geografik va turistiktalab yo'nalishi bo'yicha turizmning quyidagi turlarini ko'rsatish mumkin: «Milliy», «Xalqaro», «Hududiy (mintaqaviy)», «Ichki», «Kiruvchi» va «Chiquvchi».

Xalqaro turizm –mamlakat fuqarosining chet davlatlarga turistik maqsadlarda chiqishi va chet davlat fuqarolarining turistik maqsadlar bilan ushbu davlatga tashrif buyurishi hisoblanadi. Xalqaro turist tushunchasiga ko'ra, tashrif buyurgan xorijiy davlatga 24 soatdan kam bo'lmagan muddatga kelgan va malakaviy faoliyatiga haq to'lanmaydigan vaqtinchalik tashrif buyurgan turistlar kiradi.

Turistik oqimlarning yo'nalishi bo'yicha turizm turlari «Kiruvchi» va «Chiquvchi» toifalariga bo'linadi. Ko'pgina rivojlangan

mamlakatlarda turizm turlari uyg'un holatda rivojlanadi, «ichki» va «tashqi» turizm sohasida muvozanat saqlanadi.

Turizm xizmatlar bozorini muvofiqlashtirishda Butunjahon turizm tashkiloti (BTT) ishlanmalari bo'yicha quyidagi nisbat tavsiya qilinadi:

1 ta kiruvchi turist–1 ta chiquvchi turist–4 ta ichki turist.

Ushbu nisbatning O'zbekiston bo'yicha o'tkazilgan tadqiqotlar natijasiga ko'ra, har bitta kiruvchi turistga 2,3ta chiquvchi turist to'g'ri kelib, shularga nisbatan ichki turistlar soni 0,3tani tashkil etmoqda.

1 ta kiruvchi turist–2,3 ta chiquvchi turist–0,3 ta ichki turist.

BTT tavsiyalari asosida O'zbekiston bo'yicha o'tkazilgan tadqiqotlar natijasiga ko'ra chiquvchi turistlar sonining kiruvchi turistlarga nisbatan 1,3ta kishiga ko'pligini ko'rsatmoqda. Bu vaziyat O'zbekiston fuqarolarining oilaviy byudjetidan bevosita turistik maqsadlarga ajratilgan qismi ortib borayotganligini ifodalaydi. Bu o'z navbatida ijobiy ko'rsatkich bo'lishi bilan birgalikda uning salbiy oqibatlari ham mavjud bo'lib, Respublikadan chet el valyutasining chiqib ketishiga ham sabab bo'lmoqda. Yuqoridagi BTTning nisbatiga ko'ra ichki turizm 4 ta kishiga ega bo'lishi kerak edi, ammo O'zbekiston sharoitida bu ko'rsatkich 0,3 ta kishinitashkil qilib, ichki turizm salohiyatidan samarali foydalanish yetarli darajada emasligini ko'rsatmoqda.

Ichki turizm – O'zbekiston Respublikasida doimiy yashaydigan fuqarolarning O'zbekiston hududi bo'ylab qiladigan sayohati. Ichki turizm davlat chegaralarini kesib o'tish bilan va turistik rasmiyatchilik bilan bog'liq emas. Milliy valyuta, til, hujjatlar oldingidek o'zgarmasdan qoladi. Dunyodagi safarlarning 80-90 foizi ichki turizm ulushiga to'g'ri keladi. Unga qilinadigan harajatlar xalqaro turizm harajatlaridan 5-7 barobar kam bo'ladi. Ayniqsa, turizmning bu turi AQSH, Fransiya, Angliyada ommabop hisoblanadi.

Kiruvchi turizm – O'zbekiston Respublikasida doimiy yashamaydigan fuqarolarning O'zbekiston hududi bo'ylab qiladigan sayohati.

Chiquvchi turizm – O'zbekiston Respublikasida doimiy yashaydigan fuqarolarning o'zga mamlakatlarga qilgan sayohati.

Tarixiy obidalar turizmi–Buxoro, Xiva, Samarqand, Shahrisabz, Toshkent shaharlaridagi va respublikamiz tumanlaridagi tarixiy obidalarni ko'rishga qiziqish.

Arxeologik turizm– Samarqand, Buxoro, Xorazm va boshqa shaharlarning qoldiqlari, qadimiy qal'alar harobalari, ko'hna qadimiy

Markaziy Osiyo xalqlari hayoti haqidagi arxeologik topilmalarni o'rganish.

Rekreatsioon turizm – (recreacia-tiklanish ma'nosida) dam olish maqsadidagi, turizm sifatida o'z tarkibida sog'lomlashtirish va jismoniy tiklanish maqsadlarini ham tashkil etadi. Rekreatsioon turizm qator davlatlar uchun turizmning ommaviy shakli bo'lib hisoblanadi. Shuningdek, **sog'lomlashtirish va davolash** maqsadlarida qilinadigan turizm – health and fitness tour or resort tour. Spa yoki health spa – sanatoriylar, kurortlar, pansionatlar sog'lomlashtiruvchi – davolovchi tashkilotlar, kurort zonalarida, shifobaxsh suvlar, shifobaxsh balchiqlar va boshqalar yordamida (shifobaxsh mineral suvli kurortlarda) olib boriladi. Turistik sohaga ixtisoslashtirilgan sog'lomlashtirish maqsadlariga qarab, dam olish maskanlarida mineral suvlarni ichish yoki mineralli va oltingugurt vodorodli vannalar qabul qilish imkoniyatlari belgilanadi. Bunga misol tariqasida chet el shifobaxsh suvli kurortlaridan – Rossiyadagi Kavkazda joylashgan Kislovodsk, Jeleznovodsk, Pyatogorsk, Yesentuki; Vishi, Vittel va Eks-le-Ben (Fransiya); Badenaukeym, Visbaden va Baden-Baden (Germaniya); Karlava Vari (Chexiya); Spa (Belgiya); Bat va Bakston (Buyuk Britaniya); Bursa (Turkiya); Atami (Yaponiya) termal buloqlarining kattagina qismini keltirish mumkin.

O'zbekistonda ham uning boy tabiati va iqlimidan kelib chiqqan holda, Farg'ona vodiysida joylashgan «Chortoq», «Shohimardon», «Arslonbob», «Oltiariq», «Chimyon», Samarqand viloyatida joylashgan «Abu Ali Ibn Sino», Buxorodagi «Sitorai Mohi-Xosa» va Toshkent viloyatida joylashgan «Chinobod» hamda «Turon» kabi mineral suv bilan davolash dam olish imkoniyatiga ega bo'lgan sanatoriylar, dam olish oromgohlari mavjud.

Malakaviy ish turizmi. Turizmning mazkur turiga ish maqsadlari bilan amalga oshirilgan safarlar kiradi. Hozirgi iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida xususiy tadbirkorlarning faoliyati xorijiy hamkorlar bilan ishlashni taqozo qilmoqda, shu tufayli mahalliy tadbirkorlarning xalqaro munosabatlari rivojlanib bormoqda. Ishchanlik turizmining afzalligi shundan iboratki, uni turizm sohasi uchun nomavsumiy paytda ham tashkil etish imkoniyatini beradi.

Turizmni mazkur turining o'ziga xos xususiyatlari shundan iboratki, ishchanlik vaziyatida o'tadigan uchrashuv ishtirokchilari mamlakat bo'ylab qilingan sayohat paytida oddiy turistga nisbatan ko'proq mablag' sarflaydi. Shuning uchun ko'pgina davlatlar xalqaro

forumlarni va shunga o'xshash tadbirlarni o'z mamlakatida o'tkazishga harakat qiladilar (masalan, turli forum, festival, qishki va yozgi sport musobaqalari va h.k.).

Ilmiy turizm. O'qish, ta'lim olish maqsadida, malaka oshirish maqsadida safar qilish xalqaro turizmning nisbatan yangi turlari safiga kiradi. Xorijda ta'lim olish uchun safar qilish O'zbekistonda ham turbiznesning yangi segmentlaridan biri bo'lib hisoblanadi. Ushbu safarlarning ommabop bo'lib borayotgan turi bu xorijiy til o'rganish maqsadida Buyuk Britaniyaga va boshqa ingliz tilida so'zlashadigan davlatlarga safarlarni amalga oshirish.

Hozirgi vaqtda katta qiziqish uyg'otayotgan **sport turizmining** asosiy maqsadi turistlarga o'zlari tanlagan sport turi bilan shug'ullanishga imkoniyat yaratib berishdan iborat. Sport turizmi zaruriy baza mavjudligini talab etadi: turli inventarlarni, maxsus trassalarni, arqon yo'llar, sport maydonchalarini, asbob-uskunalarni talab etadi. Sport turizmi bo'yicha sayohatlarga qo'yiladigan asosiy talablardan biri budam oluvchilarning xavfsizligini ta'minlash hisoblanadi. Sport turizmining sayohatlari safarlarning maqsadiga bog'liq ravishda 2 turga bo'linadi: aktiv va passiv ravishda bo'lishi mumkin.

Shop-turlar Rossiya va Mustaqil davlatlar hamdo'stligi (MDH) davlatlari uchun xos bo'lgan xorijga tashrifning asosiy maqsadi bo'lib, ushbu mamlakatda tanqis bo'lgan xalq iste'mol tovarlarini harid qilish va uni o'z mamlakatida sotish hisoblanadi (poyafzal, trikotaj, yozgi va qishki kiyimlar va boshqa mahsulotlar – Xitoy, Turkiya, Italiya, Portugaliyadan; mebel va jihozlar – Dubay, Xitoy va Italiyadan; tele-radio mahsulotlar – Birlashgan Arab Amirliklari (BAA), Xitoydan; avtomashinalar – Germaniya, Janubiy Koreya, Birlashgan Arab Amirliklaridan).

Diniy turizm (religious or pilgrim tour) ziyorat qilish maqsadidagi sayohat sifatida hozirgi kunda juda yuqori talabga ega bo'lib, ommaviy tus olmoqda. Mustaqilligimiz sharofati bilan har yili ko'plab vatan-doshlarimiz Makkayu Madinaga haj va Umra safarlarini amalga oshirmoqdalar. Dunyodagi ko'pgina odamlar Makkai Mukarrama, muqaddas yer bo'lgan, Vatikan ibodatxonalari va boshqa joylarni ziyorat qilish uchun sayohat qilishadi. O'zbekistonda bunday muqaddas ziyorat qiladigan joylarga Samarqand, Buxoro, Xorazm va boshqa viloyatlarimizda joylashgan tarixiy yodgorliklar misol bo'la oladi. Ayniqsa, musulmon olami uchun kichik haj hisoblangan, Imom al-Buxoriy, Bahouddin Naqshband, Abduholiq G'ijduvoniy, Imom al-Motrudiy,

Mahmudi A'zam, Hakim at-Termiziy, Hazrati Imom ziyoratgohlari diniy turizmni rivojlantirishda muhim o'ringa ega bo'lmoqda.

Qo'msash, sog'inish turizmi– bu asosan qarindosh yoki do'stlarini ko'rishga mo'ljallangan bo'lib, o'z mamlakatlaridan ayrim sabablarga ko'ra ko'chib ketgan kishilar bilan bog'liqdir. Ko'chib ketganlar shartli ravishda ikki turga bo'linadi:

- majburiy ko'chganlar, o'zlarining tarixiy yerlarini diniy, harbiy yoki siyosiy sabablariga ko'ra tashlab ketganlar.

- o'z xohishlari bo'yicha ko'chganlar – yaxshi hayot izlab o'z yurtlarini tashlab ketganlar.

Majburiy ko'chganlar – sayyoramizda ko'pchilikni tashkil qiladi. Aholi migratsiyasi iqtisodiy, siyosiy va diniy omillar ta'sirida bo'ladi. Bunga misol tariqasida, Sobiq Ittifoq davrining 1940- yillarida amalga oshirilgan majburiy qator millatlar bo'lgan qrim-tatarlar, Kavkaz orti mamlakatlari fuqarolari, nemislar, yahudiylar, turklarning ko'chib kelishlari va o'z yurtlariga qayta ko'chib ketishlarini keltirish mumkin.

Qo'msash turizmga yaqqol misol bo'lib, O'zbekistonda Sobiq ittifoq davrida yashagan va hozirgi paytda ham ularning qarindosh urug'lari respublikamizning turli shaharlarida faoliyat ko'rsatib kelayotgan qrim-tatar, kavkaz xalqlari, nemislar va boshqa millatga mansub bo'lgan aholini ko'rsatishimiz mumkin.

Ekoturizm deganda, nafaqat ma'rifiy-ma'naviy maqsadlarni ko'zlagan holda betakror tabiiy hududlarga, ularning hayvonot va o'simlik dunyosiga sayohat, balki ijtimoiy-iqtisodiy masalalarni amalga oshirilishi yordamida ekologik muammolarini hal qilish bilan bir-biriga bog'liq majmualar yig'indisini tushunamiz. (O'zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirish Konsepsiyasi.// Ekologiya xabarnomasi. № 6, 2007y.).

Ovchilik turizmi –Respublikamizda ov qilishning huquqiy-qonuniy me'yorlari yaratilgan bo'lib, ovchilikning turli yo'nalishlari bo'yicha katta salohiyatga ega bo'lgan tabiiy-hududiy mintaqalari bo'lgan daryolarning suv havzalari, tog' oldi zonalari, cho'l va adir hududlarining mavjudligi. Bunga misol qilib, Nurota, Forij, Birchmulla, Baxmal, Zomin tog' zonalari, Arnasoy, Haydarko'l, To'dako'l, Shurko'l suv havzalari; Ustyurt platosi, Qizilqum, Konimehcho'l zonalarini keltirsak bo'ladi.

Gastronomiya turizmi – bu mamlakatlar va qit'alar bo'ylab sayohat qilish hisoblanib, maqsadi mahalliy oshxona xususiyatlari bilan tanishish hamda kelgan sayyohlarga antiqa taom va mahsulotlardan

tatib ko'rishga imkon yaratadi. Gastronomik tur xizmat sifatida nafaqat sayohat qilish bo'lib hisoblanadi, balki dunyoning boshqa biror joyida takrorlanmaydigan va betakror ta'mga ega bo'lgan masalliqlardan tarkib topgan ma'lum bir hududdagina uchrovchi taomlarni tatib ko'rishga qaratilgan tadbirlar majmuiga kiradi.

Safari turizmi qo'riqxonaga hayvonlarni tomosha qilish uchun sayr, ovchilik, baliq ovi maqsadidagi sayohat, fotoovchilik, tabiatda ajoyib hayvonlarni erkin holda ko'rish maqsadidagi sayrlar. Sayohat dasturiga nafaqat mahalliy joylarni ko'rish, balki tog'li hududda avtomobil boshqarish, to'siqlarni yengib o'tish, lager hayotiga o'rganish, favqulodda vaziyatlarda yashab keta olish kabilarni o'rgatadi.

Ijtimoiy turizm – bu davlat tomonidan ijtimoiy ehtiyojlarga ajratiladigan mablag'lar hisobidan sayohat qilish hisoblanadi. Ijtimoiy turizmning maqsadi foyda olish emas, balki daromadi kam bo'lgan kishilarni dam olishga bo'lgan huquqini amalga oshirish uchun ularni qo'llab-quvvatlash hisoblanadi. Turizmning mazkur turi chet elda keng tarqalgan. Sobiq Ittifoq davrida ham turizmning mazkur turi ommabop hisoblangan, uning ulushiga ichki turizmning qariyb 80 foizi va xalqaro turizmning 50 foizi to'g'ri kelardi.

Tashkil etilgan turizm – bu tur tashkilotlar tomonidan tashkil etilgan alohida shaxslarni yoki bir guruh turistlarning sayohatidir. Tashkil etilgan tur bo'yicha turistlar turistik yo'llanmani harid qilish yo'li bilan sayohatga chiqish huquqini qo'lga kiritadilar. Bunda xizmat turlari turlicha bo'lishi mumkin. Masalan, turistlar turistik yo'llanmasiz borganda, xizmatlar majmuasini, ya'ni transport, ovqatlanish, yashash xizmatlari uchun borgan joyida kursovkani harid qilib olishlari mumkin.

3.2. Aktiv va passiv turizm turlarining xususiyatlari

Turizmning aktiv va passiv turlarga bo'linishining asosiy mazmuni, odamlarning turizm jarayonida harakatlanishi va mijozlarning turlarini aniqlash bilan belgilanadi.

Katta jismoniy kuch talab qilinadigan va hamma turistlar qatlamiga ham to'g'ri keladigan turizmning **aktiv turlariga**– dam olish va sayohat, vaqti chog'lik, sport kabilar kiradi. Aktiv turizmga har xil sarguzashtli sayohatlarni ham kiritish mumkin: sarguzashtli turizm (adventure tour), ekzotik joylarga, vulqonlarga, orollarga, sharsharalarga va shu kabi joylarga borishga aytiladi. Odatda bu ekzotik va ekologik jihatdan toza tabiiy hududlar, g'arb sayohatlari, noan'anaviy transport

vositalari bilan bog‘liq bo‘lgan, biror-bir qolipga tushmagan turizmdir. Ba‘zi holatlarda bu xildagi turizm jiddiy jismoniy zo‘riqishlar (extreme tour) bilan bog‘liq bo‘ladi. Turistdan mustahkam sog‘liq va dovyuraklik talab qilinadi. Masalan, Koloradaning toshqin daryolarida qayiqlarda sayr qilish, Shimoldagi mamalakatlarda itlar tortadigan chanalarda va tog‘-chang‘i kurortlaridagi dam olish va boshqalar shular jumlasiga kiradi. Ularda qatnashish uchun turistlar oldindan ma‘lumko‘nikmagava jismoniy tayyorgarlikka ega bo‘lishlari kerak bo‘ladi.

Turizmning passiv turiga turistik sayohatning tinchroq va kam kuch sarf qilinadigan, jismoniy zo‘riqishga xos bo‘lmagan turi kiradi. Bu tur bir maromda dam olishga moslashgan shaxslarga mo‘ljallangan, tanishish turizmi bo‘lib, davolovchi xarakterdagi sog‘lomlashtiruvchi xususiyatlardan iborat, ya‘ni turli sanatoriy va kurortlarni shular qatoriga kiritish mumkin. Bunday turdagi turizm ko‘proq yosh farzandli oilalarga, katta yoshdagi turistlarga va nafaqaxo‘rlarga tegishli bo‘ladi.

Hozirgi paytda O‘zbekistonga kiruvchi va chiquvchi fuqarolarning jami maqsadlari bo‘yicha amalga oshirilgan sayohatlardagi bevosita turistik maqsadlar bo‘yicha tashriflarning ulushi 3.2-jadvalda ifodalangan.

3.2-jadval

O‘zbekistonga 2014- yilda safar maqsadlariga ko‘ra kiruvchi (xorijiy fuqorolar) va chiquvchi (O‘zbekistonlik) fuqarolar sonining taqsimlanishi

Ko‘rsatkichlar	Kiruvchi fuqarolar		Chiquvchi fuqarolar	
Xizmat ko‘rsatilgan fuqarolar soni, jami	1938035	100%	4225947	100%
Shu jumladan safarlar maqsadlariga ko‘ra:				
Tadbirkorlik (xizmat vazifasiga ko‘ra)	108006	5,6	256668	6,0
O‘qish	9682	0,5	34244	0,8
Ishlash	34330	1,8	1435024	34,1
Turistik	155957	8,0	357877	8,5
Qarindoshlarga tashrif bilan dam olish	1475175	76,1	2074386	49,0
Davolanish	85400	4,4	29176	0,7
DTJ(doimiy turar joyi)	41744	2,2	5077	0,1
Tijorat	27741	1,4	33495	0,8

Manba: O‘zbekiston Respublikasi Davlat Bojxona qo‘mitasi ma‘lumotlari asosida muallif tomonidan tayyorlangan.

Tashriflarning safar maqsadiga ko'ra taqsimlanishi (2014-yil)

Safarlar maqsadiga ko'ra	Dunyoda	Rossiyada	O'zbekistonda
Turistik	51%	8,0%	8,0%
Tadbirkorlik(xizmat doirasida) va tijorat	15%	19,3%	5,6%
Qarindoshlarga tashrif bilan dam olish	27%	70,7%	76,1%
Boshqa maqsadlarda	7%	2%	10,3%

Manba: O'zbekiston Davlat statistika qo'mitasi, russiatourism.ru va unwto.org saytlaridan olingan ma'lumotlar asosida muallif tomonidan tayyorlangan.

3.2 va 3.3-jadvalardan, amalga oshirilayotgan tashriflar qiyosiy tahlili shundan dalolat beradiki, tashriflarning turistik maqsadlarda qilingan safarlar bo'yicha ma'lumotlari dunyoda 51% ni, Rossiyada 8% ni va O'zbekistonda 8% ni tashkil qilmoqda. Bunda kiruvchi oqim uchun mahalliy turizm industriyasi taklifi nuqtai nazaridan ham, ichki turizmda iste'mol jihatidan ham jami amalga oshirilgan tashriflarning safar maqsadiga ko'ra qarindoshlarga tashrif bilan xordiq olishi 76,1% ni tashkil etgan, keyingi o'rinda esa bevosita turistik maqsadlar bilan keluvchilar 8% ni tashkil qilmoqda. Taqqoslash uchun dunyodagi fuqarolarning tashrif maqsadlari bo'yicha tahlili, unda bevosita turistik maqsadlar bilan keluvchilar 51% ni tashkil etgan (3.3-jadval).

Tayanch so'z va iboralar: kirish turizmi, chiqish turizmi, xalqaro turizm, sog'lomlashtirish va davolash maqsadlarida qilinadigan turizm, ekologik turizm, safari tur, qo'msash turizmi, diniy turizm, aktiv va passiv turizm.

Mustaqil ishlash uchun savollar:

1. Turizm sohasining tasniflanishi qanday amalga oshiriladi?
2. Harakatlarning turlariga nisbatan turistik marshrutlar tasnifi qanday ko'rinishlarga ega?
3. Turizm turlarining tasnifi bo'yicha yana qanday turlarni bilasiz?
4. Diniy turizmning hozirgi faoliyati nimadan iborat?
5. Aktiv va passiv turizm turlaridagi xususiyatlarining farqi nimadan iborat?

6. O'zbekistonga safar maqsadlariga ko'ra fuqarolarning tashriflar ma'lumotlari nimani ifodalaydi?

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar:

1. Turizm sohasining tasniflanishidagi harakatlanish usuli bo'yicha turizm turlarini aniqlang va taqdimot tayyorlang.

2. Turizm sohasining tasniflanishidagi joylashuv vositalari bo'yicha taqdimot tayyorlang.

3. Turizm sohasida ishtirok etuvchilar soni bo'yicha turizm turlarini aniqlang va taqdimot tayyorlang.

Test savollari:

1. Quyidagi ta'riflardan qaysi biri «ichki turizm» tushunchasini ifodalaydi?

a) O'zbekiston Respublikasida doimiy yashaydigan fuqarolarning O'zbekiston hududi bo'ylab qiladigan sayohati

b) bir mamlakat fuqarosining boshqa mamlakatga sayohat qilishi

d) biror bir mamlakat fuqarosining o'z aholisi bo'lmagan mamlakatga sayohat qilish uchun kelishi

e) uzoq qarindoshlarni ko'rish va sog'liqni tiklash maqsadida davolanish

2. Xalqaro turizmga ta'rif qaysi javobda to'g'ri ko'rsatilgan?

a) shaxsning turistik maqsadlarda doimiy yashaydigan mamlakatidan tashqariga sayohati

b) vaqtinchalik bo'ladigan mamlakatda sayohatchilarni sayyohlik resurslari bilan tanishtirish maqsadidagi faoliyatni tashkillashtirish bo'lib, bunda joylashtirish yuzasidan xizmat ko'rsatish nazarda tutilmaydi

d) o'z davlati chegarasi doirasida doimiy yashovchi fuqarolarni vaqtinchalik tashrif buyuruvchi joyda (to'lanadigan faoliyatsiz) turistik maqsadlarda sayohat qilishga aytiladi

e) vaqtinchalik kelgan joyida faoliyati to'lanmaydigan, doimiy yashaydigan mamlakat chegarasidan tashqariga turistik maqsadlarda safar qilish

3. Kiruvchi turizmga ta'rif qaysi javobda to'g'ri ko'rsatilgan?

a) O'zbekiston Respublikasida doimiy yashamaydigan fuqarolarning O'zbekiston hududi bo'ylab qiladigan sayohati

b) vaqtinchalik bo'ladigan mamlakatda sayohatchilarni sayyohlik resurslari bilan tanishtirish maqsadidagi faoliyatni tashkillashtirish bo'lib, bunda joylashtirish yuzasidan xizmat ko'rsatish nazarda tutilmaydi

d) jismoniy shaxslarning doimiy yashash joyidan 12 oydan oshmagan muddatga, boradigan joyida ish haqqi to'lanadigan faoliyat bilan shug'ullanmasdan, davolanish, o'rganish, ish yoki boshqa maqsadda sayohati hisoblanadi

e) vaqtinchalik kelgan joyida faoliyati to'lanmaydigan, doimiy yashaydigan mamlakat chegarasidan tashqariga turistik maqsadlarda safar qilish

4. Chiquvchi turizmga to'g'ri ta'rif berilgan qatorni belgilang.

a) O'zbekiston Respublikasida doimiy yashaydigan fuqarolarning o'zga mamlakatlarga qilgan sayohati

b) faoliyati to'lanmaydigan turistik maqsadlarda doimiy yashamaydigan shaxslarni o'zga mamlakat hududiga tashrifi, sayohati hisoblanadi

d) vaqtinchalik bo'ladigan mamlakatda sayohatchilarni sayyohlik resurslari bilan tanishtirish maqsadidagi faoliyatni tashkillashtirish bo'lib, bunda joylashtirish yuzasidan xizmat ko'rsatish nazarda tutilmaydi

e) jismoniy shaxslarning doimiy yashash joyidan 12 oydan oshmagan muddatga, boradigan joyida ish haqqi to'lanadigan faoliyat bilan shug'ullanmasdan, davolanish, o'rganish, ish yoki boshqa maqsadda sayyohati hisoblanadi.

5. Ijtimoiy turizm – bu?

a) davlat tomonidan ijtimoiy ehtiyojlarga ajratiladigan mablag'lar hisobidan sayohat qilish hisoblanadi

b) xorijga tashrifning asosiy maqsadi bo'lib, olib yana qayta sotish uchun xalq iste'moli tovarlarini harid qilish hisoblanadi

d) o'ziga xos tarzda dam olishni bir turi bo'lib, turistlarni nafaqat ular uchun jalb qiluvchi joylar bilan ta'minlash, balki g'alati, g'ayritabiiy faoliyat turi bilan shug'ullanishga jalb qiladi

e) turizmning mazkur turi qarindoshlarinikiga, tug'ilgan joylarga va yaqinlarinikiga tashrif buyurish.

4-mavzu. TURIZM SOHASINING RESURLARI

Reja:

- 4.1. Turizm resurslari tushunchasi
- 4.2. Turizm resurslarining guruhlanishi
- 4.3. Turistik resurslar va turistik akvatoriya

4.1. Turizm resurslari tushunchasi

Turizm sohasining resurslari– turizm maqsadlarida va turizm jarayonida insonning ehtiyojini qondirishga qodir tabiiy-iqlim, ijtimoiy – madaniy, tarixiy, me'moriy, ilmiy va xizmat ko'rsatishga doir, tomosha qilinuvchi obyektlar yoki hodisalar to'plamidan iborat.

Turizm sohasining resurslaridagi bir mamlakatning milliy boyligi bo'lib, ular davlat mulki hisoblanadi. Ammo ulardan bir qismi jahon ahamiyatiga molik obyektlar va yodgorliklar hisoblanib YUNESKO ning «Jahon merosi» ro'yxatiga kiritilgan. Bunday ro'yxat har yili YUNESKO tomonidan o'rganiladi va yangilanadi, ro'yxatdagi ushbu tabiiy, tarixiy va madaniy yodgorliklar davlat tomonidan muhofaza qilinadi, umumjahon ahamiyatidagi obyektlar va yodgorliklarni ta'mirlashga, saqlab qolishga BMT tomonidan tegishli mablag' ajratiladi.

Bugungi kunda O'zbekiston katta turistik resurslarsalohiyatiga ega bo'lib, uning hududida 7000 dan ortiq tarixiy-arxitektura yodgorliklari va go'zal tabiiy-iqlimiy resurslari mavjud. Mamlakatimizda mavjud jami turistik-rekreatsion obyektlaridan Toshkent shahrida 144 tasi, Samarqandda 118 tasi, Buxoroda 201 tasi va Xiva shahrida 310 tasi joylashgan bo'lib, ushbu turistik obyektlardan foydalanidigan turistik firmalar esa asosan markaziy mintaqalarda joylashganini ko'ramiz. Turistik resurslarning 3/1 qismigina turizm uchun faoliyat ko'rsatmoqda, qolganlari esa turistik infratizimning shakllanishini va yangi turmahsulotlar tayyorlashni talab qilmoqda. Hozirgi vaqtda ko'pgina tarmoqlar kabi turizm industriyasi ham tez rivojlanib bormoqda. Turistik biznesni mavjud investitsiya, texnologiya, hamda malakali ishchi – xodimlar orqaligina shakllantirib bo'lmaydi. Buning uchun birinchi navbatda, turistik resurslardan samarali foydalanish zarur bo'ladi.

Mutaxassislar turistik resurslarga quyidagicha ta'rif berishgan: turistik resurslar tabiiy, tarixiy, ijtimoiy – madaniy va boshqa obyektlar bo'lib, turistlarni sayohatga qiziqtiradigan, insonning jismoniy, ruhiy va aqliy kuchini tiklashi va rivojlanish ehtiyojlarini qondirishga qodir obyektlarga aytiladi. Turistik resurslarning mohiyati shundan iboratki,

ular turistik mahsulot shakllanishiga asos bo'lib hisoblanadi. Turistik resurslardan sog'lomlashtirish, turistik, sport va tanishuv maqsadida foydalaniladi. Undan tashqari, turistik resurslarni shartli ravishda ikki guruhga bo'lish mumkin: *tabiiy va infratuzilmali*. Turistik biznesning rivojlanishida yuqoridagi ikki guruhning ham ahamiyati katta. Har qanday yuqori turistik resurs salohiyatidan, kommunikatsiya, aloqa vositalari, xizmat ko'rsatish sohalarisiz foydalanib bo'lmaydi. Mavjud turistik resurslar majmuasini tabiiy – iqlimiy, madaniy – tarixiy, ijtimoiy – iqtisodiy, axborot beruvchi resurslarga bo'lish mumkin.

4.2. Turizm resurslarining guruhlanishi

1. Tabiiy turistik resurslar. Tabiiy turistik resurslarning asosiy ahamiyati shundan iboratki, insonlarning jismoniy va ruhiy qobiliyatlarini tiklashda foydalanish vositalari bo'lib xizmat qiladi. Turistlar asosiy ehtiyojlarini tabiatdan qondiradilar. Turistik faoliyatni tashkillashtirishda landshaftlar, iqlim, suv obyektlari, dengizlar, mineral suv va davolovchi botqoqlar asosiy resurs vazifasini bajaradi. Bu resurslar o'zi yoki inson tomonidan qayta tiklanishi mumkin. Bu resurslarni geografik, biologik, geologik va boshqa jihatlariga ko'ra baholash mumkin. Dam olishni tashkil etish uchun tabiiy turistik resurslarni tahlil etish talab qilinadi. Tabiiy resurslar sifatida alohida tabiat komponentlari yoki bir butun tabiat majmualarini olish mumkin.

Barcha tabiiy resurslarga rekreatsiya yoki turistik salohiyat nuqtai nazardan qarash lozim. Tabiiy turistik resurslarning tasnifi mavjud bo'lib, u ikki yoqlama xususiyatga ega, birinchi xususiyatiga ko'ra tabiiy kelib chiqishi bilan, ikkinchi xususiyati esa turizm uchun iqtisodiy ahamiyati bilan bog'liq. Tabiiy resurslar quyidagicha guruhlanadi:

Kelib chiqishiga ko'ra:

- tabiiy (geologik, iqlimiy, gidrologik, termal suvlar);
- biologik – tirik tabiat (tuproq resurslari, flora, fauna);
- energoinformatsiyali, tabiatdan o'ziga xos maydon va landshaft sifatida foydalanish bo'lib, bu resurslar madaniy, ziyorat kabi turizm turlarini rivojlantirishga asos bo'lib xizmat qiladi.

Rekreatsiya sifatida foydalanish turiga ko'ra:

- mineral suvlar;
- botqoqlar;
- tuzlar;
- o'rmonlar;

- daryo sohillar;
- buloqlar;
- tabiatdagi so‘lim joylar.

Resurslarning davomiylik darajasiga ko‘ra:

- tugaydigan tabiiy resurslar, ular o‘z navbatida yangilanib tura-digan (chuchuk suv, o‘simlik va hayvonot dunyosi) va yangilan-maydigan (minerallar) turlarga bo‘linadi.

- tugamaydigan tabiiy resurslar, ularga quyosh energiyasi, shamol, dengiz to‘lqinlari, suvlari kiradi.

O‘zi qayta tiklanishi va o‘sishi imkoniyatiga ko‘ra:

- qayta tiklanadigan resurslar, bunga o‘rmonlarni misol keltirish mumkin, o‘rtacha 20-30 yilda qayta tiklanadi.

- qayta tiklanmaydigan resurslar.

Tabiiy turistik resurslar orasida asosiy o‘rinni rekreatsiya resurslari egallaydi, ular mamlakat aholisini hamda turistlarni dam olishi va davolanishi uchun xizmat qiladi. Tabiiy resurslardan to‘g‘ridan-to‘g‘ri foydalanish natijasida bir qancha muammolar ham kelib chiqmoqda. Bunda tabiatdan noto‘g‘ri foydalanish, ko‘plab rejasiz qurilishlarni amalga oshirish tufaylidir. Natijada tizim muvozanati buzilib, ekologik muammolarni kelib chiqishiga sabab bo‘lmoqda.

2. Madaniy – tarixiy resurslar. Ma‘lum hududda turizmni rivojlantirishda u joyning tarixiy – madaniy resurslari salohiyati asosiy o‘rinni egallaydi. Turistik xizmatda madaniy – tarixiy resurslardan ko‘p maqsadlarda foydalanish mumkin. Madaniy majmualarning joziba-dorligi, ularning tarixiy va tasviriy bahosidan foydalanish qulayligiga bog‘liq.

Mavjud resurslardan turizm faoliyatida intensiv foydalanish, ya‘ni antropogen yukning oshib borishi natijasida tabiiy turistik resurslarning ifloslanishiga, tarixiy obidalarning tez buzilishiga olib keladi.

Madaniy – tarixiy resurslar, moddiy va madaniy turli yodgorliklarmajmuasi ma‘lum mintaqaning turistik qiziqish obyektlari hisoblanadi.

Mintaqalarning arxitektura yodgorliklariga boyligi turizmning rivojlanishiga sabab bo‘ladi. Ammo oxirgi paytlarda, turistik oqimning oshishi ayrim muammolarni ham keltirib chiqarmoqda. Madaniy – tarixiy resurslarni turizm maqsadida saqlashni quyidagicha amalga oshirish taklif qilinadi:

- mavjud tarixiy joylar, binolar va yodgorliklarni turistik qiziqish obyektlari sifatida qayta tiklash;

- tabiiy resurslarni muhofaza qilishni faollashtirish;
- turistik ehtiyojni qondirish maqsadida atrof – muhitni saqlash va yaxshilashda boshqaruv tashkilotlari ma'suliyatini oshirish.

Turistik resurslar ichida jahon ahamiyatidagi madaniy obyekt va yodgorliklar asosiy o'rinda turadi. «Madaniy obyekt» deyilganda quyidagilar tushuniladi:

- yodgorliklar: arxitektura binolari, arxeologik ahamiyatidagi joylar, ilmiy, madaniy va tarixiy ahamiyatga ega g'orlar, tarixiy yozuvlar;
- ansambllar: ilmiy, madaniy yoki tarixiy ahamiyatga ega o'zaro bog'langan binolar guruhi. Masalan Registon, Shoxizinda, Xazrati Imom ansambli;
- inson yoki tabiat tomonidan yaratilgan estetik, etnografik, tarixiy ahamiyatga ega bo'lgan, o'ziga jalb qiluvchi o'ziga xos joylar.

Butunjahon madaniy merosi ro'yxatiga kiritiladigan obyektlarning quyidagi xususiyatlari hisobga olinadi:

- inson ijodining noyob namunalari;
- ajoyib madaniy, arxitektura obyektlari hamda madaniy landshaftlarning alohida ahamiyatga ega hududlari;
- zamonaviy sivilizatsiyaning noyob namunalari, qurilishlari;
- inson tarixi bilan bog'liq binolar yoki arxitektura ansambllari, landshaftlari.

Tabiatning noyob ko'rinishlarini butunjahon ro'yxatiga kiritiladigan xususiyatlari quyidagilardan iborat:

- yer qatlamining shakllanishida geologik-geomorfologik jarayonlar asosida shakllangan yodgorliklar;
- turli-tuman o'ziga xos ekosistemalar, landshaftlar;
- ma'lum mintaqaning o'ziga xos o'simlik va hayvonlari;
- kamyob biologik turlari.

3. Ijtimoiy – iqtisodiy turistik resurslar. Turizm – iqtisodiyotning ko'plab tarmoqlarini o'z ichiga olganbo'lib, qurilishdan boshlab transport xizmatigacha bo'lgan faoliyatning ixtisoslashgan turi hisoblanadi. Undan tashqari turizm iqtisodiyotning ko'plab tarmoqlari, qishloq xo'jaligi korxonalari, transport vositalari, ishlab chiqaruvchi zavodlar, mebel ishlab chiqaruvchi korxonalar va boshqalar bilan o'zaro aloqada rivojlanadi.

Mehnat resurslari. Turistik mahsulot ishlab chiqarish jarayonida insonlarning jismoniy va aqliy mehnati ishlatiladi. Bunda insonlarni

sogʻligi va jismoniy kuchi, maʼlumoti hamda malakasi asosiy oʻrinni egallaydi. Mehnat resurslarining miqdori, malakasi iqtisodiy omil sifatida katta ahamiyatga ega. Hozirgi kunda jahonda tashkil etilgan har 7 ishchi oʻrindan biri turistik biznesga toʻgʻri keladi. Yaqin oʻn yil ichida Yevropa mamlakatlarida va boshqa qator mamlakatlarda ham turizm sohasi yangi ishchi joylarni tashkil qilishning yirik manbai boʻlib qolmoqda.

Turizm jahon xoʻjaligi mehnat resurslarini koʻp talab qiluvchi tarmoqlaridan hisoblanadi. Turizm sohasidagi band ishchi kuchining oʻziga xos xususiyati shundan iboratki 70 foizi malakasiz hisoblanadi. Ularning yarmidan ortigʻi ayollarni tashkil qiladi. Undan tashqari turizm industriyasida yoshlar va chet el ishchi kuchidan keng foydalaniladi. Yevropa Ittifoqi mamlakatlarida har bir uchinchi 16 yoshdan 21 yoshgacha boʻlgan oʻsmir turizmning xizmat koʻrsatish sohasida ishlaydi.

Butunjahon mehnat tashkiloti turizmga bandlikni uchta asosiy shakllarga boʻladi:

1. Mavsumiy ish, bunda asosan sayyohlik mavsumida turistlar soni bir necha barobarga oshib ketadi, shunda qoʻshimcha ishchi kuchiga talab oshadi.

2. Toʻliqsiz ish kuni, bu asosan rivojlangan mamlakatlarning mehmonxona va restoran xoʻjaligidagi band ishchi kuchlari kiradi.

3. Turli mamlakatlarda toʻliqsiz ish kuni bilan ishlayotganlar butun mehmonxona biznesida band ishchi kuchlarining 12 foizidan 52 foizigacha tashkil etadi.

4. Vaqtinchalik ish bilan bandlik (dam olish kunlari, koʻrgazmalar tashkil etish)

Asosiy vosita resurslari ishlab chiqarishning birinchi omili hisoblanib, unga turli inshootlar, jihozlar kiradi, ulardan mehnat faoliyati orqali foydalaniladi. Asosiy vosita elementlari tasnifi mutaxassislar tomonidan quyidagicha belgilangan:

- asosiy binolar: otellar, bar, restoran, klub va b.;
- yordamchi binolar: garaj, isitish tizimi va b.;
- inshoot va qurilmalar: yoʻllar, turistik poʻezdlar, sport maydonlari va b.;
- kommunikatsiya qurilmalari: elektrooʻtkazgichlar, quvurlar va b.;
- mashina va jihozlar: transformator, kompyuter va b.
- transport vositalari: yengil avtomobil, avtobus va b.

4. Turistik axborot resurslari. Sayohat vaqtida yoki unga tayyorgarlik ko'rishda turistlar ehtiyojidan kelib chiqib, ularga beriladigan ma'lum hudud, obyekt to'g'risidagi ma'lumotlar majmuasi turistik axborot resurslari hisoblanadi.

Mutaxassislar turistik axborot resurslariga turistik marshrutda joylashgan hamda tarixiy, ilmiy ahamiyatga ega obyektlar bo'yicha ma'lumotlarni kiritishadi. Undan tashqari turizm ahamiyatiga ega shaharlar, qishloqlar, tabiat manzaralari ularga bog'liq afsona va qissalar, har xil adabiyotlar, haritalar, ta'sviriy albomlar, rasmlar, audio-video mahsulotlarini ham kiritishadi. Ko'pgina shaharlarda turistik axborot beruvchi markazlar ishlab turibdi. Ular iste'molchilarga barcha tegishli ma'lumotlarni yetkazib berishadi.

Umuman olganda, hozirgi kunda turistlar uchun ma'lumot asosiy o'rinni egallaydi. Chunki turist borayotgan joyi haqida qancha ko'p bilsa, sayohatini samarali o'tkazadi. Albatta har qanday turist ma'lum vaqt oralig'ida iloji boricha ko'proq joylarga borishga harakat qiladi. Buning uchun u albatta ma'lumotlarga yetarli darajada ega bo'lishi kerak.

Infratuzilma resurslari quyidagi guruhlarini o'z ichiga oladi: transport ta'minoti, joylashtirish tizimi, ovqatlanirish tizimi, suviner mahsulotlari ishlab chiqarish tizimi. Hozirgi kunda turizmni rivojlanishini turizm infratuzilmasini jadallashuviz ko'rish mumkin emas. Chunki mavjud turistik resurslardan samarali foydalanishda bu resurslarning o'rni benihoya katta ahamiyatga ega.

4.3. Turistik resurslar va turistik akvatoriya

Turistik hudud yoki akvatoriya – bu qimmatli bo'lgan turistik resurslar, turistik mintaqa tarkibida ajratib ko'rsatiladigan turistik ehtiyojlar obyektini reestr va kadastrlarda hamda boshqa hujjatlarda qayd qilish bilan turizm maqsadlarida foydalanish bilan ma'lum geografik o'ringagi majmualari turistik resurslar ko'rinishidan iborat.

Hudud – quruqlikda yoki yer ostida bo'lishi mumkin. Quruqlikdagi, yer ustidagi hudud qo'shimcha tushuntirishni talab etmaydi. Yer osti hududi mos ravishda shaxta va tog' ishlanmalarida g'arshunos turizmni sevuvchilar uchun resurs vazifasini o'taydi. Masalan, turistlar Logannasburg (JAR) dagi oltin konlari shaxtalariga va olmos konlariga tashrif buyuradilar. Ba'zi shaxtalar faqatgina ekskursiya maqsadlarida emas, balki yer ostida tabiat yaratgan o'ta

o'ziga xos iqlimda davolanish maqsadalarida foydalaniladi. Bunga misol qilib, Alp tog'idagi eski oltin qazib olinadigan shaxtadagi Bad Gastoyi joyini ko'rsatish mumkin (yuqori temperatura va yuqori namlikdagi radion ingalatsiyasi).

G'orlarga tashrif – g'orshunoslik turizmi va ekskursiyaning eng keng tarqalgan turlaridan biri hisoblanib, faqatgina Gresiyada turistlar tashrif buyurishi mumkin bo'lgan 3500 ga yaqin g'orlar hamda undan ham ko'proq tashrif buyuradigan g'orlar mavjud. Ulkan g'orlar Meksika, AQSH, Janubiy Afrika, Rossiya va boshqa davlatlarda, hattoki o'zimizda ham mavjud. Bugungi kunda O'zbekiston Respublikasi tog' tizmalari va hududlarida turli xildagi 400 dan ortiq g'orlar mavjud.

Akvatoriya – muhim turistik resurs hisoblanadi. Suv insonga oziqlanish vositasi sifatida zarur va shu sababli tanishuv yoki sarguzashtli ma'noda bu juda qiziq hisoblanadi. Dunyoda maska bilan unchalik chuqur bo'lmagan chuqurlikda va akvalang bilan 70m chuqurlikkacha tushuvchi suvosti turizmining 50 mln. ga yaqin ishqibozlari mavjud. Katta Bar'er rifi suv osti qoyalari Avstraliya milliy boyligi hamda jahon ahamiyatiga molik akvapark deb e'lon qilingan. Ikkinchi kichik Bar'er qoyasi Beliz qirg'oqlarida joylashgan hamda suvosti dunyosi ishqibozlari va suvosti sarguzashtlarini sevuvchilar uchun haqiqiy jannat bo'lib hisoblanadi. Qizil dengiz suvostida suzuvchilar uchun cheklanmagan imkoniyatlarni tug'diradi va kurortda dam oluvchilar ko'ngil yozishining ajralmas qismi bo'lib hisoblanadi.

Qadimgi suvosti boyluklarni izlab topish, oltini bilan cho'kib ketgan kemalarni qidirish bugun turizmning muhim turini tashkil etadi. Gresiya, Kipr, Italiya, Turkiya kabi O'rta Yer dengizining boshqa davlatlari o'z suvosti xazinalaridan faol, oqilona foydalanadilar. Suvdagi hayvonot dunyosini va marjon suvosti qoyalarni kuzatish uchun turistik suvosti qayiqlaridan hamda deyarli barcha dengiz bo'yi turistik markazlarida mavjud bo'lgan suvning tubi musaffo tarzda ko'rinib turadigan kemalardan foydalaniladi. Maxsus turistik suvosti qayiqlari Bermud, Kanar orollari, Qizil dengiz, Bolear orollarida va Ispaniyaning Kosta-Bravo kurortli qirg'oqlarida mavjud. Cho'kib ketgan kemalarni izlab topish – sarguzashtli turizmning ommabop turi hisoblanadi.

Muhim turistik resurslar bo'lib antiqa-noyob madaniy qurilmalar, piramidalar, mavzoleylar, haykallar, ibodatxona me'moriy ansambllar, parklar, muzey kolleksiyalari, zamonaviy qurilmalar – osmono'par binolar, to'g'onlar va boshqa gidrotexnik qurilmalar hamda boshqa obyektlar hisoblanadi. Qanchalik taajublanarli bo'lmasin, turizmni

o'ziga tortuvchi kuchi barcha asrlarda mavjud bo'lgan qabristonlar ham, Misrda qurilgan minglab piramidalar ham turizm doirasida tasarruf qilinmoqda. «Dunyoning yetti mo'jizasi»: Misr ehromlari, Bobilning osma bog'lari, Artemida ibodatxonasi, Galekarnas maqbarasi, Quyosh xudosi, Gelios haykali, Aleksandr Mayoqi, Olimpiya xudosi Zevs haykali ro'yxati miloddan avvalgi ikkinchi asrda yashab o'tgan grek arxitektori Antipar Sidonskiy tomonidan tuzilgan edi. Bugungi kunda YUNESKO mutaxassislari fikricha, dunyoda 800 dan ortiq mo'jiza deb atashga loyiq yodgorliklar mavjud ekan.

Shvesariyalik kinorejssyor Bernard Veberning tashabbusi bilan 2007 yilda dunyoning yangi yetti mo'jizasini aniqlash bo'yicha telefon va internet orqali so'rov o'tkazildi. Mazkur so'rovga sayyoramizning turli mamlakatlaridan 100 mln.dan ortiq kishi javob berdi⁸.

Ovoz berish natijalari 2007-yil 7- iyul kuni soat 7 da Portugaliyaning Lissabon shahridagi 50 ming kishidan ziyod tomoshabin to'plangan stadionda dunyoning yangi yetti mo'jizasi tantanali ravishda e'lon qilindi. Unga quyidagi tarixiy yodgorliklar kiritildi: Buyuk Xitoy devori, Rio-de-Jineyrotdagi Iso Masih haykali, Ay-Petri (Petra) tosh shahri, Machu-Pikchudagi inklarning tosh shahri, Chichen-Itsadagi mayyalar ibodatxonasi, Rim kolizeyi va Tojmahal.

Tayanch so'z va iboralar: Turizm resurslari, tabiiy turistik resurslar, madaniy – tarixiy resurslar, turizm resursining tasnifi, turistik axborot resurslari, turistik qiziqish va turistik taassurot, ijtimoiy – iqtisodiy turistik resurslar, turistik akvatoriya, YUNESKO tomonidan qo'riqlanayotgan obyektlar, dunyoning yangi mo'jizalari.

⁸ Гадоев К., Бердиева С. Сайёрамиз муъжизалари. –Т.: «Ўзбекистон» 2012. -816.

TURIZM RESURSLARINING TASNIFI

Tasniflanadigan
belgilar

Tasniflanadigan belgilarning
turlari

1. Tabiiy – iqlimiy sharoitlar

Tog'lar, landshaftlar, cho'llar, dengizlar, ko'llar, daryolar, vohalar, o'rmonlar, bog'lar, hiyobonlar.

1. Shakllanishiga ko'ra:

- tabiiy (geologik, iqlimiy, gidrologik, termal suvlar);
- biologik – tirik tabiat (tuproq resurslari, flora, fauna);

• energoinformatsiyali, tabiatdan o'ziga xos maydon va landshaft sifatida foydalanish bo'lib, bu resurslar madaniy, ziyoratli kabi turizm turlarini rivojlantirishga asos bo'lib xizmat qiladi.

2. Rekreatsiya sifatida foydalanish turiga ko'ra:

- mineral suvlar; botqoqlar; tuzlar; o'rmonlar; daryo sohillar; buloqlar; tabiatdagi so'lim joylar.

3. Resurslarning davomiyligidarajasiga ko'ra:

- tugaydigan tabiiy resurslar, ular o'z navbatida yangilanib turadigan (chuchuk suv, o'simlik va hayvonot dunyosi) va yangilanmaydigan (minerallar) turlarga bo'linadi.

- tugamaydigan tabiiy resurslar, ularga quyosh energiyasi, shamol, dengiz to'lqinlari, suvlar kiradi.

4. O'zi qayta tiklanishi va o'sishi imkoniyatiga ko'ra:

- qayta tiklanadigan resurslar, bunga o'rmonlarni misol keltirish mumkin, o'rtacha 20-30 yilda qayta tiklanadi.
- qayta tiklanmaydigan resurslar.

2. Madaniy – tarixiy obyektlar

• yodgorliklar: arxitektura binolari, arxeologik ahamiyatidagi joylar, ilmiy, madaniy va tarixiy ahamiyatga ega g'orlar, yozuvlar;

• ansambllar: ilmiy, madaniyokitarixiyahamiatgaegao'zarobog'la nganbinolarguruhi. Masalan, Registon ansambli;

• mehmondo'stlik joylari: inson yoki tabiat tomonidan yaratilgan estetik, etnografik, tarixiy ahamiyatga ega bo'lgan, o'ziga jalb qiluvchi o'ziga xos joylar;

• milliy bayramlar, festival va simpoziumlar;

• muqaddas joylar;

3. Ijtimoiy – iqtisodiy omillar

1. Mehnat resurslari

2. Asosiy vosita resurslari

3. Iqtisodiyot tarmoqlari

4. Infratuzilma

4. Turistik axborot resurslari

1. Internet tarmog'i

2. Adabiy va tasviriy nashrlar

3. Axborot tashuvchilar

4. Turli axborot manbalari

5. YUNESKO tashkiloti tomonidan qo'riqlanayotgan obyektlar

1. Dunyoga mashhur bo'lgan obidalar

2. Tabiat maskanlari

3. Madaniy merosni saqlash va undan foydalanish

4. Milliy folklor, festivallar

6. Dunyo mo'jizalari

1. Misr chomlari

2. Bobilning osma bog'lari

3. Artemida ibodatxonasi

4. Golekarnas maqbarasi

5. Quyosh xudosi Gelios haykali

6. Aleksandr Mayoqi

7. Olimpiyaxudosi Zevs haykali

Dunyoning yangi mo'jizalari:

1. Buyuk Xitoy devori

2. Rio-de-Jineyrodagi Iso Masih haykali.

3. Al-Batri (Petra) tosh shahri

4. Machu- Pikchudagi inklarning tosh shahri

5. Chichen-Itsadagi mayyalar ibodatxonasi.

6. Rim kolizeyi.

7. Toj mahal

Mustaqil ishlash uchun savollar:

1. Turizm resurslari tushunchasi nimani bildiradi?
2. Tabiiy turistik resurslarga nimalar kiradi?
3. Turizmning madaniy – tarixiy resurslariga nimalar kiradi?
4. Turizmning ijtimoiy – iqtisodiy resurslariga nimalar kiradi?
5. Turistik qiziqish va turistik taassurot turizm resurslariga qanday aloqasi bor?
6. Turizm resursining tasnifi nimani ifodalaydi?

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar:

1. O'zbekiston hududida joylashgan turistik resurslar bo'yicha taqdimot tayyorlash maqsadida mavjud tarixiy, madaniy, arxeologik resurslarni tahlil qiling.
2. Grek arxitektori Antipar Sidonskiy tomonidan tuzilgan dunyoning yetti mo'jizalari ro'yxatining turistik obyektlari bo'yicha hamda dunyoning yangi yetti mo'jizasi obyektlari haqida ham batafsil ma'lumot to'plang va ular bo'yicha taqdimot tayyorlang.

Test savollari:

1. Turistik resurslarga to'g'ri ta'rif berilgan qatorni belgilang.
 - a) tabiiy, tarixiy, ijtimoiy – madaniy va boshqa obyektlarga turistlarni qiziqtiradigan, insonning jismoniy, ruhiy va aqliy kuchini tiklashi va rivojlanishi ehtiyojlarini qondirishga qodir obyektlarga aytiladi
 - b) inson tomonidan yaratilgan noyob, tarixiy va arxitektura yodgorliklari majmuasi
 - d) insonlarning hayoti, urf-odati va milliy bayramlarining namoyish bilan bog'liq resurslar
 - e) inson tomonidan yaratilgan noyob asarlardan turizm maqsadida foydalanish
2. Tabiiy turistik resurslar kelib chiqishiga ko'ra qanday guruhlanadi?
 - a) tabiiy (geologik, iqlimiy, gidrologik, termal suvlar)
 - b) mineral suvlar
 - d) botqoqlar
 - e) tuzlar

3. Tabiiy resurslar rekreatsiya sifatida foydalanish bo'yicha qanday guruhlanadi?

- a) mineral suvlar, botqoqlar, tuzlar, o'rmonlar
- b) tugaydigan tabiiy resurslar, ular o'z navbatida yangilanib turadigan

(chuchuk suv, o'simlik va hayvonot dunyosi) va yangilanmaydigan (minerallar)turlarga bo'linadi

d) energoinformatsiyali, tabiatdan o'ziga xos maydon va landshaft sifatida foydalanish bo'lib, bu resurslar madaniy, ziyoratli kabi turizm turlarini rivojlantirishga asos bo'lib xizmat qiladi

- e) qayta tiklanmaydigan resurslar

4. Resurslarning davomiylik darajasiga ko'ra qanday guruhlanadi?

- a) tugaydigan tabiiy resurslar, tugamaydigan tabiiy resurslar

- b) mineral suvlar, botqoqlar, tuzlar, o'rmonlar va h.k.

- d) qayta tiklanmaydigan resurslar

e) tabiiy (geologik, iqlimiy, gidrologik, termal suvlar); biologik – tirik tabiat (tuproq resurslari, flora, fauna); energoinformatsiyali

5. Turistik hudud yoki akvatoriya tushunchasiga to'g'ri ta'rif berilgan javobni toping.

a) bu qimmatli bo'lgan turistik resurslar, turistik mintaqa tarkibida ajratib ko'rsatiladigan turistik ehtiyojlar obyektini reestr va kadastrlarda hamda boshqa hujjatlarda qayd qilish bilan turizm maqsadlarida foydalanish bilan ma'lum geografik o'rindagi kompleks turistik resurslar ko'rinishidan iborat

b) ma'lum hududda turizmni rivojlantirishda u joyning tarixiy – madaniy resurslari salohiyati asosiy o'rinni egallaydi

d) asosiy vosita resurslarini ishlab chiqarishning birinchi omili hisoblanib, unga turli inshootlar, jihozlar kiradi, ulardan mehnat faoliyati orqali foydalaniladi

e) turizm – iqtisodiyotning ko'plab tarmoqlarini o'z ichiga olgan, qurilishdan boshlab, transport xizmatigacha bo'lgan faoliyatning ixtisoslashgan turi hisoblanadi.

**5-mavzu. TURIZM SOHASINI
RIVOJLANTIRISHDA O'ZBEKISTONDAGI TARIXIY
SHAHARLARNING AHAMIYATI**

Reja:

- 5.1. O'zbekiston turizmini rivojlantirishda tarixiy shaharlarning o'рни
- 5.2. O'zbekistonning tarixiy va arxitektura yodgorliklariga ega bo'lgan shaharlari
- 5.3. O'zbekistonning YUNESKO ro'yxatidagi tarixiy shaharlari

**5.1. O'zbekiston turizmini rivojlantirishda tarixiy
shaharlarning o'рни**

O'zbekistonda jahon madaniyati xazinasiga kiruvchi ko'plab arxitektura yodgorliklari mavjud. Xiva, Buxoro va Shahrisabz shaharlarining tarixiy markazlari, qadimiy Samarqandning tarixiy yodgorliklari YUNESKO ning «Jahon merosi» deb nomlangan ro'yxatiga, Boysun tumani aholisining folklor ansambli «Jahon nomoddiy merosi xazinasini» ro'yxatiga kiritilgan.

O'zbekistonda turizmni rivojlantirish va uni yangi bosqichlarga ko'tarish borasida, avvalo ko'hna madaniy va arxitektura yodgorliklariga boy bo'lgan Samarqand, Buxoro, Xiva, Shahrisabz, Marg'ilon kabi shaharlar muhim ahamiyatga ega. Bu shaharlarda butun dunyo aholisini hayratga soluvchi va lol qoldiruvchi qadimiy tarixiy yodgorliklar mavjud. Yer yuzining turli mamlakatlarida istiqomat qiluvchi har bir inson bu shaharlarni o'z ko'zlari bilan ko'rish orzusida yashaydilar. Ko'p mamlakatlarda O'zbekiston o'zining ana shu shaharlari bilan mashhurdir.

Toshkent-Markaziy Osiyoning eng yirik shaharlaridan biri – O'zbekiston Respublikasining poytaxtidir. Islom konferensiyasi tashkiloti (OIK) tarkibidagi muassasalardan biri – Ta'lim, Fan va madaniyat masalalari bo'yicha Xalqaro islom tashkiloti (ISESCO) Toshkentni 2007-yilda Islom madaniyati poytaxti, deb e'lon qildi. O'zbekistonning islom madaniyati va ilmi oldidagi, islom merosi va yodgorliklarini asrash va yanada boyitish borasidagi mislsiz xizmatlari uchun Toshkent shunday yuksak va faxrli unvonga sazavor bo'ldi.

Toshkent



**O'zbekiston Respublikasining
Oliy Majlis binosi**



Biznes markaz

Toshkentda «Jahon madaniyati yodgorliklari» ro'yxatiga kiritilgan Usmon Qur'oni hamda Beruniy kutubxonasi saqlanmoqda. Toshkent haqidagi eng dastlabki ma'lumotlar eramizdan oddingi II- asrdagi qadimgi Xitoy solnomalarida uchraydi. Xitoyda u Yuni, deb nomlangan bo'lsa, Eron shohi Shopur I ning eramizdan oldingi yozuvlarida Toshkent atroflari Choch, deb atalgan. Choch turli mamlakatlarning oltin, qimmatbaho toshlar, ziravorlar va ajoyib otlar eksport qilinadigan yo'llar chorrahasida joylashgan. Hozirgi kunda Toshkent o'zida O'zbekistonning tarixiy o'tmishini eslatib turuvchi taraqqiy topgan zamonaviy sanoat shahri hisoblanadi.

Toshkentda ko'plab muzeylar mavjud. Masalan, Tasviriy san'at muzeyi haykallar, rasmlar va hunarmandchilik mahsulotlarining Markaziy Osiyodagi eng yirik to'plamiga ega. O'zbekiston Amaliy san'at muzeyi 30 mingdan ortiq hunarmandchilik va xalq milliy merosi namunalarini to'plagan. Temuriylar tarixi davlat muzeyi butun Temuriylar davri tarixi namunalarini o'zida jamlagan muzeydir.

Tarixiy Eski Juva – shaharning eng qadimiy bozorlaridan biri, unda hozir ham oziq-ovqat mahsulotlaridan tortib sanoat mahsulotlarigacha barchasini topish mumkin. Eski shaharning markazida XVI-asrning ajoyib yodgorligi-Baroqxon madrasasi joylashgan. MDH mamlakatlarining ruhoniylari ta'lim oladigan Islom Universiteti ham shu yerda joylashgan. Bulardan tashqari, 1966-yil zilzilasidan Yunusxon maqbarasi, Ko'kaldosh madrasasi kabi ajoyib yodgorliklar omon qolgan. Toshkent metrosi jahonning zamonaviy arxitektura durdonalaridan biri bo'lib hisoblanadi.

2007- yilning noyabr oyida o'tkazilgan YUNESKOning 34-sessiyasida ham Toshkent shahrining 2200-yilligini keng nishonlash tadbirlarini o'tkazish yuzasidan qaror qabul qilingan edi. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti 2008-yilning 2- aprelida «Toshkent shahrining 2200- yilligini nishonlashga tayyorgarlik ko'rish va uni o'tkazish» to'g'risida qaror qabul qildi. Unga ko'ra O'zbekiston poytaxti, ilm-fan va madaniyat markazi, tinchlik va do'stlik ramziga aylangan Toshkent shahrining 2200- yilligini keng nishonlash va munosib o'tkazishga alohida e'tibor qaratildi. Yubiley munosabati bilan ko'plab tarixiy yodgorliklar qayta ta'mirlandi, yangi binolar qurildi va shaharning ijtimoiy infratuzilmasi yanada obod bo'ldi.

Toshkentning asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari:

1. Ko'kaldosh madrasasi (XIV asr);
2. Kaffol Shoshiy maqbarasi (XV asr);
3. Hazrati Imom arxitektura majmuasi (XVI asr);
4. Abulqosim madrasasi (XIX asr);
5. Baroqxon madrasasi (XVI asr);
6. Jome' masjidi (XIX asr);
7. Zangi ota majmuasi (XVII–XX asr);
8. Tilla Shayx masjidi;
9. Hazrati Imommajmuasi (XVI-XIX asrlar);
10. Xadra maydoni;
11. Sufi Ota maqbarasi.

5.2. O'zbekistonning tarixiy va arxitektura yodgorliklariga ega bo'lgan shaharlari

Termiz

Surxondaryo viloyatining markazi bo'lgan Termiz shahri eramizdan oldingi II–I asrlarda Hindistonni Markaziy Osiyo orqali Yevropa bilan bog'lovchi karvon yo'llarining chorrahasida paydo bo'lgan, keyinroq u Xitoyga eltuvchi «Buyuk Ipak Yo'li» da ham muhim ahamiyat kasb etdi. Kushonlar davrida 500 gektar maydonni egallagan. Shuningdek, Termiz yonida eramizdan oldingi III–II asrlarda Yunon-Baqriya davlatiga tegishli turar joylar topilgan. Qoratepada Buddha madaniyatiga tegishli turli yodgorliklar, Fayoztepada Buddha ibodatxonasi harobalarida qiziqarli lavhalar va haykallar topilgan.

Termizning asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari:

1. Qirq qiz saroyi (IX asr)

2. Termiz hukmdorlari saroyi (XX asr)
3. Hakim at Termiziy arxitektura majmuasi (X asr)
4. Sulton – Saodat arxitektura majmuasi (X asr)
5. Qoratepa ibodatxonasi (II asr)
6. Fayoztepa ibodatxonasi (I asr)

Farg‘ona

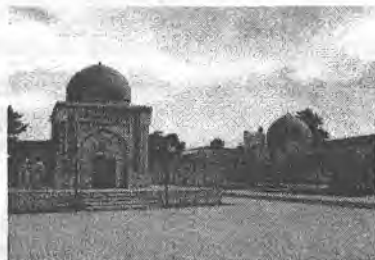
Farg‘ona butun dunyoga Shohimardon, Qiziltepa kabi kurortlari bilan mashhur bo‘lgan. Tabiatshunoslik muzeyida shaharning butun tarixi bilan tanishish mumkin. Qo‘qon ilgari Qo‘qon xonligining poytaxti bo‘lgan, O‘zbekistonning eng mashhur shaharlaridan biri.

XX asr boshlarida Qo‘qon Toshkentdan so‘ng ikkinchi yirik shahar bo‘lib hisoblangan, aholisining soni barcha hududiy markazlardan ortiq bo‘lgan. Qo‘qonning oxirgi xoni Xudoyorxonning saroyi shaharning eng muhim arxitektura yodgorliklaridan biri bo‘lib hisoblanadi. Xon saroyi hashamatli va bezaklari bilan o‘chmas taassurot qoldiradi. Shuningdek, shoira Nodirabegim nomi bilan bog‘liq ikki minorali Modarixon maqbarasi ham qiziqarlidir. Qatl etilgan shoira xotirasiga bag‘ishlab maqbara yonida oq marmar va bronzadan ishlangan haykal o‘rnatilgan.

Marg‘ilon



Al-Marg‘inoniy bog‘i



Pirsiddiq majmuasi

Marg‘ilon shahrining 2000-yilligi hukumat qarori asosida 2007-yilda keng nishonlandi. Marg‘ilonga Buyuk Ipak Yo‘lining kashf etilishi bilan ozodlikni tan oluvchi mag‘rur sug‘dlar tomonidan asos solingan. Unda ipak matolar ishlangan. X asrda Marg‘ilon butun dunyoga o‘zining ipak matolari bilan mashhur bo‘lgan. XV asr oxirlari XVI asr boshlarida Marg‘ilon vodiyni eng muhim shaharlaridan biriga aylangan. Marg‘ilonning monumental yodgorliklaridan bezatilgan masjid minora-maq-

bara va kaptarxonadan iborat bo'lgan Kaptarlik kompozitsiyasi (XVIII asr) hamda Shouda masjidini keltirish mumkin.

Farg'ona vodiysining asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari:

1. Xudoyorxon saroyi (1870-y.)

2. Rishtlik masjidi (1913-y.)

3. Jome masjidi va minorasi (1809-y.)

4. Mulkobod masjidi (1913-y.)

5. Said Ahmadhoji madrasasi (XIX asr boshlari)

6. Chokar masjidi (1911-y.)

7. Xuja Magiz maqbarasi (XVIII asr)

8. Mullo Dirgiz madrasasi (XX asr boshlari)

9. Axsikent qadimiy shaharchasi (eramizdan avvalgi II asr).



Al-Farg'oniyy haykali

5.3. O'zbekistonning YUNESKO ro'yxatidagitarixiy shaharlari Samarqand



Registon maydoni



Al-Buxoriy majmuasi

Samarqand o'zining noz-ne'matlari, tabiati, boy ma'naviy merosi, betakror tarixi, olamshumul me'moriy obidalari bilan butun dunyo jamoatchiligining diqqat-e'tiborini o'ziga qaratib kelayotgan «sayqali ro'yi zamindir». So'g'diyona va Turon davlatlarining ulug'vor an'analari, dunyoviy sivilizatsiyaning eng muhim bosqichlari rivojlangan bu shaharning tarixi va madaniyati bilan uzviy bog'liqdir.

Dunyoning e'tiborli sarmoyadorlari, rivojlangan mamlakatlarning mashhur tijoratchi va bankirlari, xalqaro tashkilot rahbarlari, iqtisodchi va siyosatchilari, san'atshunoslarining nigohi bugun Samarqandga qaratilganligi bejiz emas. Bu esa Samarqandning O'zbekistonning yirik sanoat, fan va madaniyat markazi sifatidagi mavqei tobora oshib borayotganligidan, mamlakatning gullab-yashnashi va ravnaqi uchun muhim hissa qo'shayotganidan dalolat beradi.

Jahon bankinging prezidenti Jeyms D.Uolfenson Samarqandga tashrif buyurganida «Keyingi 40 yil davomida men qariyb butun dunyoni kezib chiqdim, biroq, Samarqanddek shaharni hech joyda ko'rmadim», deb o'z qalb so'zlarini aytgan edi. Amerikadan kelgan sayyohlarning fikricha, «dunyoda bittagina Parij va bittagina Samarqand mavjud». Ommaviy fransuz jurnallaridan birining e'tirof etishicha: «Samarqand tasavvurni junbo'shga keltiradigan shahar bo'lib borayapti. Ko'zingizni yumib muloyim ohangda «Samarqand» so'zini talaffuz qilsangiz, xuddi ertaklardagidek tasavvuringizda go'zal va sehrli manzaralar oqimi paydo bo'ladi». Bu o'rinda uzoq tarix sahifalarida qoldirilgan ushbu satrlarni ham eslash joizdir: «Bu shahar va uning atrofidagi zamin shunchalik boy va farovonki, bundan hayratga tushmasdan bo'lmaydi. Ehtimol shuning uchundir u Samarqandeya, deb atalgan».

Samarqandliklar o'zlarining zaminlari kabi sahiy, bobolari kabi sobitqadam, hissiyotli, tarixlari misoli betakror va noyob, tinchliksevar va sahovatlidir. Ularning bu noyob fazilatlarining tengi yo'q, O'zbekistonga tashrif buyurayotgan barcha davlat rahbarlari, arboblari, fan va madaniyat vakillari tomonidan tan olinib, «Turizm Makkasi» deya e'zozlanmokda. Samarqandga kelish baxtiga sazovor bo'lgan, orzulari ruyobga chiqqan xorijiy sayyohlar uni «butun dunyoga yuz ochgan shahar», «Ming bir kechadagi afsona va ertaklar shahri» deya atamoqdalar. «Musulmon dunyosining qimmatbaho durdonasi»ga dunyoning turli burchaklaridagi dindorlarning ham qiziqishlari cheksiz. Ular uchun Samarqand «Olloh panohidagi shahar»dir. O'rta asr manbalarida ham shaharni shunday, deb ataganlar.

Samarqand 2750 yillik tarixga ega. Temuriylar sulolasi davrida qurilgan arxitektura yodgorliklari ahamiyati jihatidan qadimgi Misr, Xitoy, Hindiston, Yunoniston va Rimdagi arxitektura durdonalari qatorida turadi.

Qadimiy Samarqandning markazi bo'lgan Registon XV–XVIII asrlardagi Markaziy Osiyo bunyodkorligining yuksak namunalaridan

biridir. Maydon uch tomondan Ulug‘bek, Sherdor va Tillakori madrasalari bilan o‘ralgan. Samarqand shahrining janubida joylashgan Amir Temur maqbarasida (XIV–XV asrlar) Amir Temur, Mirzo Ulug‘bek kabi Temuriylar sulolasi vakillari dafn etilgan. Temuriylar davrida Samarqand yanada gullab yashnagan edi.

Samarqandda har bir ko‘cha, suv havzasi o‘z tarixiga ega. Ziyoratgoh sanaluvchi Shohi Zinda (Tirik Shox) majmuasi Muhammad Rasululloh amakisining o‘g‘li-Qusam ibn Abbos nomi bilan bog‘liq. Mirzo Ulug‘bek tomonidan qurilgan Rasadxona 1449-yilda buzib tashlangan bo‘lsada, uning yaxshi saqlanib qolgan yerosti qismi bilan tanishish mumkin. Shuningdek, Samarqandda ko‘plab dam olish manzillari mavjud. Viloyatda neandertal odamlarning turar joylari topilgan.

Mustaqillikka erishilgandan so‘ng, O‘zbekiston «ochiq eshiklar siyosati»ni joriy qildi va jahon hamjamiyati bilan integratsiyalashuv jarayoniga faol kirib bordi. Buning yorqin misoli sifatida, Samarqand Respublikaning yirik turistik markaziga aylandi. Turizmning rivojlanishi O‘zbekiston va Samarqandning qulay geopolitik holati, uning Markaziy Osiyo mintaqasidan o‘tgan «Buyuk Ipak yo‘li» ustida joylashgani, qulay geografik va iqlimiy sharoiti, bu sohaning ravnaqiga xizmat ko‘rsata oladigan mutaxassislar va zarur qonuniy bazalarning mavjudligidadir. Xalqlar o‘rtasida do‘stlik, bir-birlarini anglash, tinchlik, hamkorlik va mamlakatda barqarorlikni rivojlantirishda turizmning ahamiyati beqiyosdir. Bularning hammasi turizmning xilma-xil shakllarini qayta tiklash va rivojlantirish, xalqaro andozalar asosida xizmat ko‘rsatishni yo‘lga qo‘yish, mahalliy xususiyatlar turizmning milliy modelini yaratish uchun qulay imkoniyatlar yaratmokka.

2014-yil 7-iyul kuni Amerikaning taniqli «The Huffington Post» nashri «Dunyoning albatta borib ko‘rish lozim bo‘lgan 50 shahari ro‘yhatini e‘lon qildi. Dunyoning eng mashhur shaharlari orasida «Sharq marvaridi» –Samarqand ham bor. Mazkur nashr reytingida qayd etilganidek «Registon maydonidagi madrasalar va qadimgi inshootlardagi naqshlar Buyuk Ipak yo‘lining ko‘hna shahri-Samarqandni jahon islom me‘morligining eng go‘zal namunalaridan biriga aylantirilgan».

Ushbu reyting «The Huffington Post» nashri tomonidan minube.net sayohatchilar hamjamiyati bilan o‘zaro hamkorlikda tuzilgan. Bundan ko‘zlangan maqsad «Buyuk ko‘hna poytaxtlardan tortib, to Osiyo, Amerika va ulardan tashqari dunyodagi eng a‘lo joyni topish» bilan izohlanadi. Reyting mualliflarining fikr bildirishlaricha,

odamlar o'z hayoti davomida albatta borib ko'rish lozim bo'lgan qadamjolar ro'yhatidan dunyoning 50 shahari joy olgan.

Samarqand–MDH mamlakatlari shaharlari o'rtasida ushbu nufuzli ro'yhatga kirgan yagona shahardir.⁹

Samarqand viloyatining asosiy tarixiy-arkitektura yodgorliklari:

1. Afrosiyob (eramizdan oldingi VIII asr);
2. Mirzo Ulug'bek rasadxonasi (1424-1428 y.);
3. Shoxi Zinda arxitektura majmuasi (XI-XX asr);
4. Hazrati Hizr masjidi (XIX asr o'rtalari);
5. Bibixonim jome' masjidi (1399 y.);
6. Registon maydoni (1417-1647 y.);
7. Ruxobod maqbarasi (1380 y.);
8. Oqsaroy maqbarasi (1451-1469 y.);
9. Amir Temur maqbarasi (1404 y.);
10. Ishratxona maqbarasi (1464 y.);
11. Xoja Ahrori Valiy majmuasi (XV-XX asrlar);
12. Cho'pon-Ota maqbarasi (1430 y.);
13. Xoja Abdu Darun qabristoni (XV asr);
14. Xoja Abdu Berun qabristoni (XVII asr);
15. Imom al-Buxoriy majmuasi (IX-XX asr);
16. Maxdumi A'zam majmuasi (XVI-XIX asr);
17. Xuja Doniyor maqbarasi (1870-1880 y.).

Buxoro



Ismoil Somoniy maqbarasi



Buxoro Arki

«Buxoro» so'zi sanskrit tilida «Ibodatxona», sug'd tilida «langri jamoli» ma'nolarni anglatadi. Buxoro «Buyuk Ipak Yo'li»ning yirik tijorat markazi bo'lib hisoblangan. Buxoro O'rta asrlarga mansub 140

⁹Samarqand «dunyoning albatta borib ko'rish lozim bo'lgan 50 shahri» // Zarafshon. 2014- yil 10- iyul, № 83.

dan ortiq arxitektura yodgorliklariga ega bo'lgan «muzey-shahardir». Poyi Kalon, Qo'shmadrasa, Minorai Kalon, Ismoil Somoniy maqbarasi kabi ko'plab yodgorliklar bundan ming yillar oldin qurilgan bo'lib, hozirgi kunda ham mehmonlarni o'ziga jalb etmoqda. Buxoroning mashhuriligini al-Buxoriy, Narshaxiy, Rudakiy, Daqiqiy, Abu Ali ibn Sino va Bahouddin Naqshband kabi siymolar yanada sharaflashgan.

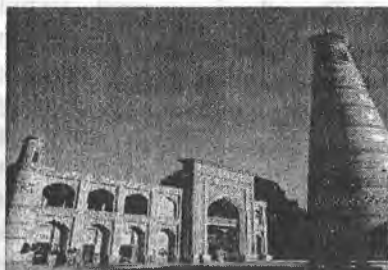
Islom dunyosida Buxoroning ismiga «Sharif» ya'ni «Muqaddas» qo'shimchasi qo'shib ishlatilgan. X asrda Buxoro eng yirik ilmiy va madaniy markaz bo'lgan. Mag'ofi Attori, Namozgoh masjidi, Chashmai Ayub kabilar ushbu davrdan yodgor bo'lib qolgan. Sitorai Mohi Xosa oxirgi Buxoro Amirining yozgi saroyi, u hashamatli arxitekturaning eng yorqin namunalaridan biridir. Labi Hovuz (XVI asr), Xo'ja Nasriddin haykali, Nodir Devonbegi madrasasi, Devonbegi xonaqosi, vaqtida Markaziy Osiyodagi yetakchi bo'lgan Ko'kaldosh madrasasi (Abdullaxon tomonidan bunyod etilgan) shaharning o'ziga xos diqqatga sazovor joylari hisoblanadi. Ismoil Somoniy maqbarasi shahardagi yaxshi saqlanib qolgan eng qadimiy bino bo'lib, nafis arxitekturaga ega. Poyi Kalon ansambli (XII asr) shaharning markazidan o'rin olgan. Shu yerdan piyoda Ark binosiga, Chorminorga o'tish mumkin. Shahar atrofidagi Varaxsha xarobalaridan janglar va ov marosimlarini aks ettiruvchi ko'plab rangli lavhalar, qimmatli buyumlar topilgan va muzeylarga topshirilgan. Buxoro qorako'li xalqaro bozorda e'tirof etilgan. Bundan tashqari Buxoro zardo'zlik san'atining Vatani ham hisoblanadi.

Buxoro viloyatining asosiy tarixiy- arxitektura yodgorliklari:

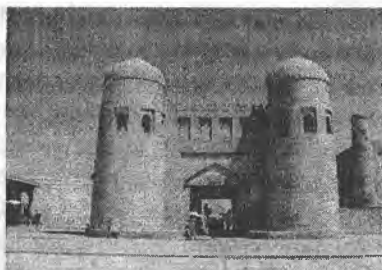
1. Ark (XI asr);
2. Bolo-Hovuz majmuasi (XVIII asr);
3. Ismoil Somoniy maqbarasi (IX asr);
4. Chashmai-Ayub (1380 y.);
5. Abdullaxon madrasasi (1596 y.);
6. Modari-Xon madrasasi (1556 y.);
7. Masjidi Baland (XVI asr);
8. Gavkushon majmuasi (XVI asr);
9. Zayniddin Xoji xonaqosi (1555 y.);
10. PoyiKalon majmuasi (XII asr);
11. Labi Hovuz majmuasi (XVI asr);
12. Ko'kaldosh madrasasi (1568 y.);
13. Nodir Devonbegi xonaqosi (1622-1623 y.);
14. Ulug'bek madrasasi (1417 y.);

15. Abdulazizxon madrasasi (1652 y.);
16. Bolohovuz masjidi (1712 y.);
17. Sayfiddin Boharziy maqbarasi (XIII asr);
18. Bayonqulixon maqbarasi (XIV asr);
19. Namozgoh masjidi (XII asr);
20. Fayzobod xonaqosi (1598 y.);
21. Chorminor madrasasi (1807 y.);
22. Buxoro Amirining Sitorai Mohi Xosa yozgi saroyi (XIX asr);
23. Chor-Bakr majmuasi -Jo'ybor xo'jalari qabristoni (1560 y.).

Xiva



Isomxo'ja minorasi



Ko'hna Ark

Xiva shahri ko'plab arxitektura yodgorliklari joylashgan Ichanqal'ada qadimiy sharq ruhini saqlab qolgan shahardir. Xorazm viloyatining arxitektura yodgorliklari asosan madrasa, masjid va minoralar, Pahlavon Mahmud maqbarasi (1835-yil), Muhammad Aminxon madrasasi (1850–1855-yillar), Ko'na Ark, Tosh Hovli, Olloqulixon Timi va Karvonsaroyi (XIX asr) kabilardan iborat. Rangli bezaklar berilgan Kalta Minor (1835-yil) va 218 ta naqshli ustunga ega bo'lgan Juma masjidlarni alohida ta'kidlab o'tish mumkin. 2,5 kilometr uzunlikdagi devorga ega bo'lgan Ichan-qal'a Otadarvoza, Shimoliy, Sharqiy, Janubiy, Buxoro va Toshdarvozalariga ega. Unda 40 dan ko'proq quduqlar mavjud.

Xorazm viloyatining asosiy tarixiy- arxitektura yodgorliklari:

1. Ichan qal'a, Saidboy masjidi va madrasasi (XVIII asr boshi);
2. Pahlavon Mahmud maqbarasi (1835 yil);
3. Olloqulixon madrasasi (1834 y.);
4. Qutlug'murod-inoqmadrasasi (1804 y.);
5. Olloqulixon Timi va Karvonsaroyi (XIX asr);

6. Abdullaxon madrasasi (1865 y.);
7. Anushaxon masjidi va hammomi (1657 y.);
8. Toshhovli (Olloqulixonning karvonsaroyi) (1855 y.);
9. Oq masjid (1832 y.);
10. Juma masjidi va minorasi (1788 y.);
11. Said Olovuddin maqbarasi (XIV asr);
12. Muhammad Aminxon madrasasi (1850-1855 yy.);
13. KaltaMinor (1835 y.);
14. Ko'hna Ark (1868 y.);
15. To'ramurod minorasi (1888 y.);
16. Sherniyozxon madrasasi (1718 y.);
17. Borlandi masjidi (XIX asr);
18. Arabxona madrasasi (1838 y.).

Shahrisabz

Bog'lar va uzumzorlarga burkangan Shahrisabz shahri hunarandchilik markazi bo'lgan. Shahrisabzdagi dastlabki turar joylarga V–VI asrlarda asos solingan bo'lsa, IX–X asrlarga kelib u yirik savdo va hunarmandchilik markaziga aylangan. Amir Temur tomonidan devor bilan o'ralganidan so'ng u madaniyat va ilm-fan shahriga aylangan.

Shahrisabzning asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari:

1. Oqsaroy (XIV - XV asr);
2. Dorus – Saodat majmuasi (XIV asr);
3. Hazrati Imom masjidi (XIV asr);
4. Jahongir maqbarasi (XIV asr);



Oqsaroyning umumiy ko'rinishi

Dor-ut-Tilovat arxitektura

5. majmuasi (XIV - XV asr);
6. Ko'kgumbaz masjidi (XV asr);
7. Gumbazi Saidon (XV asr);
8. Shamsiddin Kulol maqbarasi (XV asr)

Qarshi shahri Samarqand va Buxorodan Afg'oniston va Hindistonga o'tuvchi karvon yo'llari asosida yuzaga kelgan. Qarshi bir necha arxitektura yodgorliklariga ega. Bular: Mirzo Ulug'bek tomonidan qurilgan Ko'kgumbaz masjidi (1463-y.), Jome' masjidi, Minorali

Qo'rg'oncha (XIX–XX asrlar), Xo'ja Abdulaziz madrasasi (XX asr), Qilichboy madrasasi (1714-y.), Zaxkok- Moron shaharchasi harobalari (eramizdan avvalgi I asr-eramizning V asri) va Qashqadaryo daryosi ustidan o'tgan qadimiy ko'priklar kabilardir. Shaharda O'lkashunoslik muzeyi bor. Qashqadaryoning muhim arxitektura yodgorliklari-Temuriy sulolasiga tegishli Shamsiddin Mir Kulol maqbarasi, Ko'kgumbaz masjidi, Gumbazi Saidon maqbarasidir.





Hisor tog'larning janubi-g'arbida 1975-yilda Qizilsoy qo'riqxonasi tashkil etilgan. Bu yerda silovsin, ayiq, qor barsi kabi noyob hayvonlarni uchratish mumkin. Shuningdek, Markaziy Osiyodagi eng yirik g'orlardan biri – Amir Temur g'ori ham shu tizmada joylashgan. Qashqadaryoda Xoja Ubaydulla, Jarroh Abduraxmon Ota, G'ulom Naqshbandiyalar ziyoratgohlari, Sulton Mirhaydar maqbarasi kabi ziyoratgohlari ham bor.

Tarixiy obidalarining YUNESKO «Jahon merosi» ro'yxatiga kiritilishining asosiy maqsadi- o'z hududida mashhur bo'lgan obyektlarni dunyoga tanitish va himoya qilishdir. Ma'lumki, O'zbekiston tarixiy va madaniy yodgorliklarga boy mamlakat. Mana shu bebaho merosimizning 140 ta obyektlari YUNESKO tomonidan muhofazaga olingan va tarixiy obyektlar ro'yxatiga kiritilgan¹⁰. YUNESKO ning «Jahon merosi» ro'yxatiga Xivadagi Ichan Qal'a 1990-yil, Buxoroning tarixiy markazi 1993-yil, Shahrisabzning tarixiy markazi 2000-yil kiritilgan. 2001-yil 12–16-dekabr kunlari Finlandiyaning Xelsinki shahrida YUNESKOning Jahon merosi Qo'mitasining navbatdagi yig'ilishi bo'lib, unda Samarqand shahri ham YUNESKO ning «Jahon merosi» ro'yxatiga kiritildi.

Tayanch so'z va iboralar: Tarixiy shaharlar, «Sharqning qadimiy obidalari», «Jahon merosi», akvapark, Islom konferensiyasi tashkiloti (OIK), Xalqaro islom tashkiloti (ISESCO), YUNESKO tashkiloti, tarixiy va arxitektura yodgorliklar, Toshkent, Samarqand, Buxoro va Xiva shaharlari.

¹⁰ <http://www.Turkistonpress.uz>

O'zbekistonning YUNESKO ro'yxatidagitarixiy shaharlari

№	SURATLAR	OB'EKTLAR NOMI	JOYLASHGAN JOYI	RO'YHATGA OLINGAN VAQTI	RAQAMI	MEZONLARI
1		Ichan-qal'a	Xiva shahri	1990	543	III, IV, V
2		Buxoro	Buxoro	1992	602	II, IV, VI
3		Shahrisabz	Shahrisabz	2000	885	III, IV
4		Samarqand	Samarqand	2001	603	I, II, IV

Mustaqil ishlash uchun savollar:

1. O'zbekistonda turizmni rivojlantirishda tarixiy shaharlarning o'rnini nimadan iborat bo'lgan?
2. Samarqand, Buxoro, Xiva shaharlari «Sharqning qadimiy obidalarini» sifatida ifodalashining sababi nimada?
3. Toshkent shahrining asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklarini gapirib bering.
4. Samarqand shahrining asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklarini gapirib bering.
5. Buxoro shahrining asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklarini gapirib bering.
6. Xiva shahrining asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklarini gapirib bering.
7. Farg'ona vodiysi shaharlarining asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklarini sanab bering.
8. Termiz shahrining asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklarini sanab bering.

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar:

1. YUNESKO ning «Jahon merosi» ro'yxatidagi tarixiy obidalarni tavsiflang.
2. YUNESKO ning «Jahon merosi» ro'yxati talablari va uning muhofazasiga olinadigan 140 ta tarixiy obidalar ro'yxatini tayyorlang va taqdimotini o'tkazing.
3. Sizning fikringiz bo'yicha O'zbekistonda joylashgan yana qanday tarixiy, madaniy arxeologik obidalarni YUNESKO ro'yxatiga qo'shish mumkin deb o'ylaysiz?

Test savollari:

1. **Imom Ismoil al-Buxoriy majmuasi qayerda joylashgan?**
 - a) Samarqand shahri, Payariq tumani, Hartang qishlog'ida
 - b) Samarqand shahri, Nurobod tumani, Hartang qishlog'ida
 - d) Buxoro shahri, G'ijduvon tumanida
 - e) Buxoro viloyati Kogon tumani Qasri Orifon qishlog'ida

2. Shayx Xovandi Taxur maqbarasi, Qaldirg'ochbibini maqbarasi, Yunusxon maqbarasi; Hazrati Imom majmuasi; Abubakr Muhammad Qaffol Shoshiy maqbarasi; Shayx Zayniddin bobo maqbarasi kabi tarixiy yodgorliklar qayerda joylashgan?

- a) Toshkent shahrida
- b) Qashqadaryo viloyatida
- d) Xiva shahrida
- e) Surxondaryo viloyatida

3. Hakim at-Termiziy majmuasi; Sulton Saodat yodgorligi, Fayoztepa ibodatxonasi kabi tarixiy yodgorliklar qayerda joylashgan?

- a) Surxondaryo viloyatida
- b) Qashqadaryo viloyatida
- d) Jizzax viloyatida
- e) Toshkent shahrida

4. Samarqand shahri «Registon» maydonidagi qaysi madrasa birinchi va kim tomonidan qurilgan?

- a) Ulug'bek madrasasi, Mirzo Ulug'bek tomonidan
- b) Sherdor madrasasi, Bahodur Yalangtush tomonidan
- d) Tillokori madrasasi, Mirzo Ulug'bek tomonidan
- e) Sherdor madrasasi, Mirzo Ulug'bek tomonidan

5. Quyidagilardan qaysi biri Termiz shahriga xos yodgorliklar sanaladi?

- a) Fayoztepa ibodatxonasi (I asr)
- b) Chorsu bozori (XVIII asr oxiri)
- d) Ismoil Somoniy maqbarasi (IX asr)
- e) Dorus-Saodat majmuasi (XIV asr)

6-mavzu. TURIZM SOHASIDAGI XIZMATLAR VA MAHSULOTLAR

Reja:

6.1. Turistik xizmatlar

6.2. Turistik mahsulotlar

6.3. Turistik xizmatlar xususiyatlarining «To‘rtta S» bilan ifodalanishi

6.4. Xizmat ko‘rsatish klasslari va xizmatlar paketi

6.1. Turistik xizmatlar

Bugungi kunda turizm jahondagi uchta yetakchi sohalar qatoriga kiritilmoqda. Tez sur‘atlarda rivojlanmoqda va uning muhim ijtimoiy hamda iqtisodiy ahamiyatga ega bo‘lishi quyidagi omilarga ta‘siri bilan belgilanadi:

- mahalliy daromadni o‘stiradi;
- yangi ish o‘rinlarini yaratadi;
- turistik xizmatlar ishlab chiqarish bilan bog‘liq bo‘lgan barcha sohalarni rivojlantiradi;
- sayyohlik markazlarida ijtimoiy va ishlab chiqarish infratuzilmasini rivojlantiradi;
- xalq hunarmandchilik markazlari faoliyatining rivojlanishini tezlashtiradi;
- mahalliy aholi yashash darajasining o‘shishini ta‘minlaydi;
- valyuta tushumlari miqdorining o‘shishiga yordam beradi.

O‘zbekiston Respublikasining «Turizm to‘g‘risida»gi Qonunida ayrim moddalarda turistik xizmatlar bilan bog‘liq tushunchalarning ta‘rifi berilgan. Jumladan, Qonunning 3-moddasida turistik xizmatlar tushunchasi haqida: «turistik xizmatlar turistik faoliyat subyektlarining joylashtirish, ovqatlantirish, transport, axborot-reklama xizmatlari ko‘rsatish borasidagi, shuningdek, turistlarning ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan boshqa xizmatlar», – deb ta‘riflanadi. Qonunning 11-moddasi: «Turistik sayohat va turistik xizmatlar majmui», – deb nomlanib, unda quyidagi fikrlar bayon qilinadi – «turistik sayohat yakka tartibda yoki turistlar guruhi tarkibida amalga oshiriladi.

Turistik xizmatlar majmui transport xizmati ko‘rsatishni, yashash, ovqatlantirish, ekskursiya xizmati ko‘rsatish, madaniy, sport dasturlarini tashkil etish va boshqa xizmatlarni o‘z ichiga oladi», – deb belgilangan. Qonunning 10-moddasi: «Turistik xizmatlarni sertifikatlashtirish», – deb

nomlanib, unda quyidagi jummalarni o'qiyimiz: «Turistik xizmatlar majburiy sertifikatlashtirilishi lozim. Turistik xizmatlarni sertifikatlashtirish va sertifikat berish qonun hujjatlarida belgilangan tartibda amalga oshiriladi.

Turistik faoliyat subyektining turistik xizmatlarni majburiy sertifikatlashtirishdan bosh tortishi, turistik xizmatlarni sertifikatlashtirishning natijasi salbiy bo'lishi, shuningdek, sertifikatning amal qilishini bekor qilish turistik faoliyatni amalga oshirish uchun berilgan litsenziyaning amal qilishini to'xtatib qo'yishiga, yoki litsenziyadan mahrum qilishga sabab bo'ladi». Qonunning 12-moddasi: «Turistik xizmatlar ko'rsatish shartnomasi», –deb nomlanib, quyidagi fikrlar bayon etiladi: «Turistik xizmatlar shartnoma asosida ko'rsatiladi. Shartnomada ko'rsatilgan xizmatlarning ko'lam va sifati, taraflarning huquqlari hamda majburiyatlarini, haq to'lash va hisob-kitoblar tartibini, shartnomaning amal qilish muddatini va uni bajarmaganlik yoki lozim darajada bajarmaganlik uchun javobgarlikni, shuningdek, taraflarning kelishuviga ko'ra boshqa shartlarni belgilaydi». Qonunning 13-moddasida: «Turistik yo'llanma (vaucher)», – deb nomlanib, unda: «Turistik yo'llanma (vaucher) – turistning yoki turistlar guruhining tur tarkibiga kiruvchi turistik xizmatlarga bo'lgan huquqini belgilovchi va bunday xizmatlar ko'rsatilganligini tasdiqlovchi hujjat»,deb qaraladi.

Bizning nazarimizda, turistik xizmatlar sayohat davomida turistning barcha ehtiyojlarini qondirishga, ta'minlashga qaratilgan va xizmat ko'rsatish sohasidagi aniq maqsadga yo'naltirilgan harakatlar to'plami bo'lib, ular turizm maqsadlariga, turiga va turistik xizmatning qanday yo'naltirilganligiga to'la javob berishi kerak.

Turistik xizmatlar – turist va ekskursant ehtiyojlarini qondirish va ta'minlashga qaratilgan, xizmat sohasidagi bir maqsadga yo'naltirilgan harakatlar to'plami bo'lib, ular turizm maqsadlariga, harakteriga va turistik xizmatning qanday yo'naltirilganligiga javob berishi hamda umumnsioniy tamoyillarga qarshi bo'lmasligi kerak. Davlat standarti ta'rifi ko'ra, turistik xizmatlar – turistlarning ehtiyojlarini qondirish faoliyati bilan shug'ullanuvchi turizm tashkilotlari faoliyatining mahsulidir.

Umuman xizmatlar – bu ko'zga ko'rinmas tovarning o'ziga xos turidir. Xizmat bevosita iste'mol jarayonida yuzaga keladi va alohida holda bo'lmaydi, bu xizmatning moddiy tovarga nisbatan asosiy farqidir. Bundan tashqari, tovar iste'molchiga olib kelib beriladi, turistik xizmat esa iste'molchi bevosita xizmatning amalga oshiriladigan joyiga olib boriladi. Shuning uchun ham turistik xizmatlarni ishlab chiqarish va

sotish moddiy tovarlarni sotishga aloqador bo'lgan qonunlar asosida emas, balki boshqa qonunlar majmui bilan boshqariladi.

Turistik xizmatlar ikki turga bo'linadi:

Asosiy va qo'shimcha turistik xizmatlarning bir-biridan farqli tomonlari quyidagilardan iborat:

1. Asosiy xizmatlar (tashish, joylashtirish, ovqatlantirish) turpaketgakiritiladigan xizmatlardir. Qo'shimcha turistik xizmatlar esa turpaketga kiritilmaydi;

2. Asosiy turistik xizmatlar oldindan sotib olingan (sayoat-iboshlashdan oldin) ya'ni to'lov oldindan amalga oshirilgan bo'ladi. Qo'shimcha turistik xizmatlarda to'lov – xizmatdan foydalanish jarayonida turist tomonidan qo'shimcha to'lov sifatida amalga oshiriladi. Amo individual turist hech qanday dastur (turpaket)siz sayohat qilganda, uning asosiy va qo'shimcha turistik xizmatlar to'lovi bir xil ko'rinishda amalga oshiriladi. Yuqoridagi farqlardan kelib chiqqan holda, qo'shimcha turistik xizmatlar deganda turpaketda nazarda tutilagan, turist o'zining qo'shimcha to'lovi asosida foydalanadigan xizmatlar tushuniladi.

Butunjahon turizm tashkiloti qo'shimcha turistik xizmatlarning 400 xil turini keltirib o'tgan. Qo'shimcha turistik xizmatlarning ahamiyati shundaki, unda turist yuzaga kelgan ehtiyojlarini to'laqonli qondiradi, ma'lum bir vazifalarni bajarishda o'zini urintirmaydi (masalan: mehmonxonada yashayotganida kiyimini tozalash yoki dazmollash uchun mehmonxona xodimlariga murojaat qiladi). Turist qo'shimcha turistik xizmatlar tufayli to'la dam olishga erishadi. Natijada o'z sayohatidan ko'ngli to'ladi.

Qo'shimcha turistik xizmatlardan turist ikki xil vaziyatda foydalanadi:

- turpaketning tanaffus qismida yoki turist bo'sh qolgan vaqtda foydalanadigan xizmatlar (masalan: kechqurin Registon maydonida namoyish etiladigan ovozi va nurlil panoramaning tomoshasi);

- asosiy xizmatlar ko'rsatilishi davomida yoki turist ehtiyojidan kelib chiqqan holda foydalanadigan xizmatlar (masalan: qo'shimcha gid xizmati).

Turistga birinchi vaziyatdagi qo'shimcha turistik xizmatlarni ko'rsatish uchun quyidagilarga e'tibor berish kerak:

- turistlar qiziqishlarini inobatga olib, iloji boricha turistlarga faqat yaxshi kayfiyat bag'ishlaydigan qo'shimcha xizmatlar taqdim etish o'rinli hisoblanadi. Shu o'rinda bu xizmatlar turistga ijobiy taassurot qoldira olishi kerak. Masalan: o'zbek milliy to'ylariga va oilalarga olib

borish, turistni milliy konsert, festivallarga taklifetish. Buning uchun Respublikada turistlarga xizmat qiladigan milliyansambl guruhlarini tashkil etish maqsadga muvofiq bo'ladi;

- turist uchun yangilik bo'lgan va bunday vaziyatga oldin duch kelmagan qo'shimcha turistik xizmatlarni ko'rsatish. Masalan: Samarqandda bir –biriga masofa jihatidan yaqin joylashgan yodgorliklar (Amir Temur maqbarasi, Registon maydoni, Bibixonim masjidi, Shohizinda ansambli va boshqalar)ga sayohat qilishda turistlarni tuya, ot-aravalarda olib borish chuqur taassurot qoldiruvchi xizmatlardir. Buning uchun shu yodgorliklar joylashgan hududda piyoda turistik yo'laklar tashkil etib, turistik-tomosha hududiga aylantirish kerak;

- turistlarni milliy urf – odatlar va an'analar bilan tanishtirish orqali milliy hunarmandchilik va kasanachilik jarayonlarida bevosita qatnashishini tashkil etish. Yokio'zbek milliy taomlarining pishirilishjarayonini tomosha qilish kabi xizmatlar ko'rsatish. Buning uchun mamlakatimizda hunarmandchilik, kasanachilik va milliy oshxonalarni turizm sohasiga jalb qilib, bu sohalarni rivojlantirish.

Turistga ikkinchi vaziyatdagi qo'shimcha turistik xizmatlarni ko'rsatish uchun quyidagilarga e'tibor berish kerak:

- mehmonxonalaridagi qo'shimcha turistik xizmatlarni rivojlanirish. Bu xizmatlarga: nomerga taom yoki mehmon buyurtmalarini yetkazib berish xizmati, kiyim tozalash va dazmollash xizmati, seyf xizmati, telefon, internet, pochta xizmatlari, trenajor zali xizmati, basseyn (ochiq yoki yopiq), massaj, sauna, sartarosh xizmati, texnikani ta'mirlash xizmati, valyuta ayriboshlash xizmati, ijara xizmati va boshqalar;

- ovqatlanish korxonalarida qo'shimcha turistik xizmatlar maxsus turist buyurtmasi va tanloviga asosan ko'rsatiladigan xizmatlardir.

Qo'shimcha turistik xizmatlardan turist ketma-ket ravishda ham foydalanishi mumkin. Ya'ni, turist bo'sh vaqtda shahardan tashqariga tog'li manzaralarni ko'rish uchun borganda u valyuta almashtirish xizmati, avtomobil ijara xizmati, qo'shimcha ovqatlanish xizmati (shahardan tashqarida) dan ketma – ket foydalanadi. Xulosa qilib aytganda, qo'shimcha turistik xizmatlar nafaqat tashkil qilinishi va taklif qilinishi, balki sifatli va foydali ravishda ko'rsatilishi kerak bo'ladi.

6.2. Turistik mahsulotlar

Turistik mahsulot turizm maqsadlari va jarayonida turistning ehtiyojlarini qondirish uchun yetarli bo'lgan, barcha turistik xizmatlar,

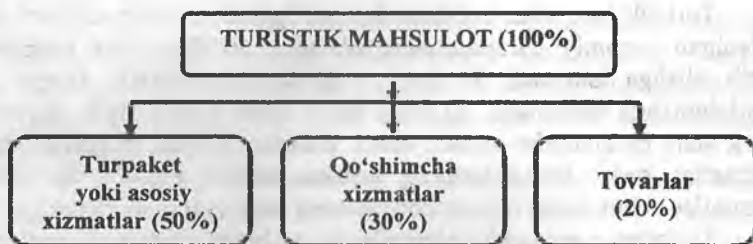
ishlar, tovarlar va ta'minot vositalari hamda turpaketga kiritilgan boshqa turistik xizmatlar majmuidan iborat. Turistik mahsulot (turpaket) xizmatlar harakatining 24 soatdan ortiq vaqtiga ega va yoki tunab qolish (joylashtirish) va joydan -joyga ko'chib o'tish (yuk tashish) ni o'z ichiga oladi. Turistik mahsulot barcha ko'rsatilgan xizmatlar va barcha harajatlarni o'z ichiga olgan umumiy narx bo'yicha taklif etiladi, uning iste'mol xususiyatlari esa shartnoma shartlari asosida amalga oshiriladi.

Turist turistik mahsulotlar (turistik xizmatlar, ishlar va tovarlar) iste'molchisidir. Turistik mahsulotlar-turistik asosiy xizmatlardan (bronlashtirish, transfert, joylashtirish, ovqatlantirish, ekskursiyalar), qo'shimcha xizmatlar turistik-ishlardan (foto xizmati, sug'urta, axborot, moliya, bank xizmati) va turistik tovarlardan (esdalik sovg'alar, xilma-xil tur tovarlari, iste'mol tovarlari- parfyumeriya, tamaki, spirtli ichimliklar, maishiy texnika, kiyim-kechak) iboratdir.

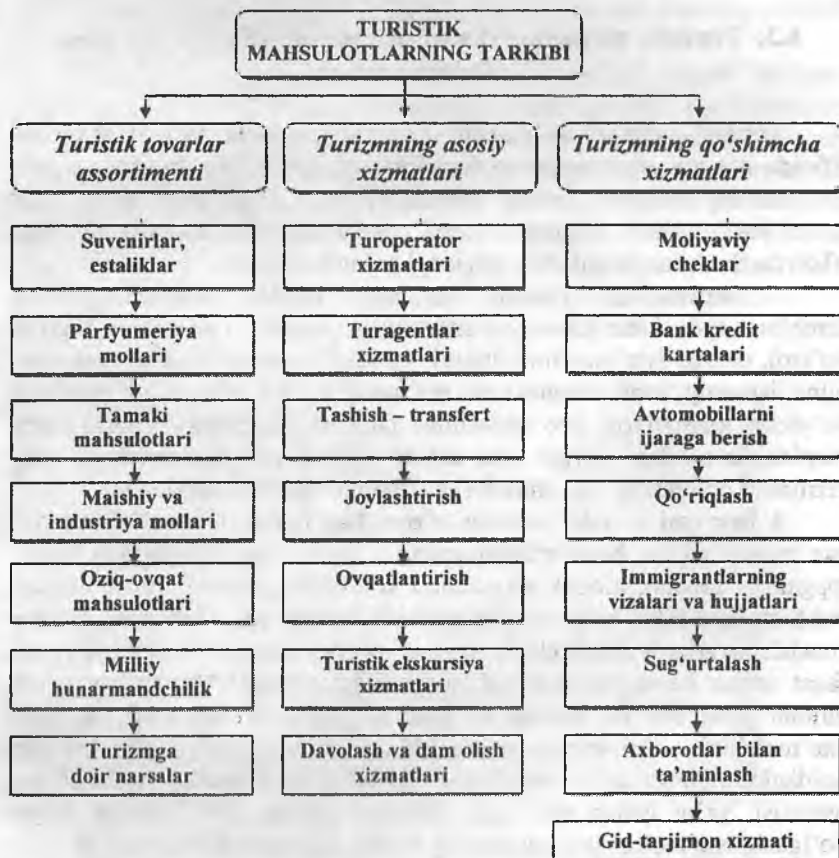
Agar biz turistik xizmatlar ko'rsatish jarayonini sinchiklab kuzatadigan bo'lsak, unda turizm tashkilotchilari (turoperatorlar) aynan xizmat ko'rsatish bilan emas, balki ular turistlarning ehtiyojlariga qarab, turistik mahsulotni shakllantiradilar va ularning turli kombinatsiyalarini tuzadilar, buning evaziga ular foiz ko'rinishida mukofot oladilar. Shunday qilib, turizm tashkilotchilari turistlar va xizmat ko'rsatuvchilar o'rtasida vositachi vazifasini o'taydilar.

«Turizm tashkilotchilari nima bilan savdo qiladilar va turistik yo'llanma yoki vaucherni harid qilgan turist bevosita nimaga ega bo'ladi?» degan savol tug'iladi. Agar ushbu jarayon diqqat bilan o'rganilsa, unda turist ushbu yo'llanmaning o'rnatilgan muddatida turistik xizmatdan foydalanish huquqiga ega bo'ladi. Turistik yo'llanma (vaucher) bu turistning yoki turistlar guruhining tur tarkibiga kiruvchi turistik xizmatlarga bo'lgan huquqini belgilovchi va bunday xizmatlar ko'rsatilganligini tasdiqlovchi hujjat hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasining «Turizm to'g'risida»gi Qonunining 3-moddasiga asosan: «**Tur – muayyan yo'nalish bo'yicha turistik xizmatlar majmui (joy bandlash, joylashtirish, ovqatlantirish, transport, rekreatsiya, ekskursiya xizmatlari va boshqa xizmatlar) bilan ta'minlangan aniq muddatlardagi turistik sayohat**», deb belgilangan. Yuqoridagi fikrlardan kelib chiqib, turmahsulot bo'yicha turistik harajatlar tarkibi quyidagi holatda bo'ladi:



6.1-rasm. Turmahsulotning turistik harajatlar bo'yicha tarkibi



6.2-rasm. Turistik mahsulotning tarkibiy tuzilishi

Turistik harajatlar tarkibida ko'rsatilganidek, turist sayohat uchun qiladigan umumiy harajatlarning o'rtacha 50 foizi –tur (turpaket)ni sotib olishga ishlatadi, 30 foizi – qo'shimcha turistik xizmatlardan foydalanishga sarflanadi, 20 foizi esa – tovar (sotib olish: suvenir va sovg'alar) harajatlarini tashkil etadi. Bundan ko'rinib turibdiki, asosiy xizmatlar turist harajatlarning asosini tashkil etsa-da, qo'shimcha xizmatlar uchun turist qolgan bor pulining aksariyat qismini sarflar ekan.

Turistlarga nomoddiy xizmatlardan tashqari moddiy xizmatlar yoki maxsus mahsulotlar taqdim etilishi mumkin, masalan, shahar rejasi, metro haritasi, suvenirlar, turistik jihozlar va b.

6.3. Turistik xizmatlar xususiyatlarining «To'rtta S» bilan ifodalanishi

Turizm xizmat ko'rsatish jarayoni sohaning tashkil etuvchisi sifatida o'z xususiyatlariga va funksiyasiga ega bo'lib, bu uni xo'jalik yuritishning avtonom sohasi ekanligini belgilaydi. Boshqa xizmat turlari kabi turistik xizmatlar o'ziga xos xususiyatlarini shartli ravishda «To'rtta S» bilan belgilasak, quyidagi holatda bo'ladi:

1. Sezilmaslik. Turistik xizmatlar moddiy mahsulot bo'lib hisoblanmaydi. Ular ijtimoiy – madaniy (nomoddiy) sohalarga tegishli bo'ladi, chunki iste'molchini ijtimoiy-madaniy xizmatlarga bo'lgan ehtiyojini jismoniy, etnik-intellektual, ma'naviy va h.k. ehtiyojini qondirish bo'yicha xizmatlarni ijro etuvchilar faoliyati aniqlaydi. Ularni harid vaqtida ko'z bilan ko'rish yoki ushlab ko'rish mumkin emas. Bunday xizmatlar obyekti bo'lib, shaxsan iste'molchi (turist) hisoblanadi.

2. Servisini va iste'molchini o'zaro bog'liqligi. Xizmatlar jarayoni iste'molchi va uni hosil etuvchilarning o'zaro ta'siri natijasidan tashkil topganligi sababli, turistik xizmatlarni ko'rsatish jarayoni (ishlab chiqarish) iste'mol bilan birga parallel ravishda yuz beradi. Ma'lumki, moddiy shaklda tovarlarni ishlab chiqarish, uni sotuvidan oldin amalga oshiriladi, faqat undan keyingina iste'mol jarayoni boshlanadi. Muhim xususiyatlaridan yana biri bu turistik tovarlar va xizmatlar iste'moli faqatgina iste'molchini, ya'ni turistni uning ishlab chiqilgan joyiga olib borilgan holdagina amalga oshiriladi. Oddiy tovarlar va xizmatlar iste'moli esa teskarisi, ya'ni ishlab chiqilgan mahsulot joyidan qat'iy nazar tayyor bo'lgach, iste'molchi uni shu yerning o'zida iste'mol qilishi mumkin.

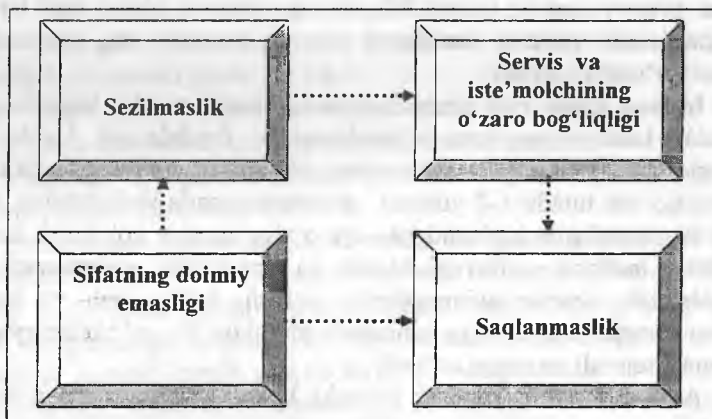
3. Saqlanmaslik. Turistik xizmatlarning saqlanmasligi (saqlash mumkin emasligi). Turistik xizmatlarning hayotiy sikli moddiy

tovardan tubdan farq qiladi, xususan saqlash bosqichining mavjud bo'lmaganligi bilan turistik xizmatlarni saqlanmasligi bozor kon'yukturasini yaxshilab o'rganishni, talab va taklifni mutanosibligini talab etadi, chunki xizmatlar talab bo'lmagunga qadar «omborlarda» turib qoladigan mahsulot emas.

4. Sifatning doimiy emasligi (xizmatlar sifati ko'p hollarda manbaning holati, xizmat ko'rsatuvchining malakaviy tajribasi, kayfiyatiga bog'liq bo'ladi). Mehmondo'stlik sohasidagi xizmatlar o'zining o'zgaruvchanligi bilan ajralib turadi. Bunday o'zgaruvchanlikning bir necha sabablari mavjud. Birinchidan, bunday turdagi xizmatlar bir vaqtning o'zida ko'rsatiladi va qabul qilinadi, bu esa ularning sifatini nazorat qilish imkoniyatini cheklaydi.

Ehtiyojning vaqtinchalik nobarqarorligi ehtiyoj yuqori bo'lgan davrda xizmat sifatini saqlashni muammoli qilib qo'yadi. Ko'p narsalar xizmat ko'rsatish vaqtida uni rad etish holatiga bog'liq bo'ladi. Aynan bir kishi bugun sizga yaxshi xizmat ko'rsatishi mumkin, ammo ertasi kuni sifatsiz xizmat qilishi mumkin. Bunday sifatsiz xizmat ko'rsatishni turli sabablari bo'lishi mumkin: xizmat sifatidagi o'sish va tebranishlar, mehmondo'stlik industriyasi sha'niga mijozlar tomonidan aytiladigan e'tirozlar norozilikning bosh sababi bo'lib hisoblanadi.

Turistik xizmatlarning o'ziga xos xususiyatlari 6.3-rasmda keltirilgan.



6.3-rasm. Turistik xizmatlar xususiyatlarining «To'rtta S» bilan ifodalanishi

6.4. Xizmat ko'rsatish klasslari va xizmatlar paketi

Xizmat ko'rsatish klasslari taqdim etilayotgan xizmatlar sifatini belgilash uchun ishlatiladi. Turistik mahsulot turli-tuman xizmatlar yig'indisidan iborat bo'lganligi uchun ularni turistga sotishda darajasini belgilash bilan bog'liq muammolar kelib chiqadi. Turlar va xizmatlarning darajasini belgilash bo'yicha bizning mamlakatimiz bozorlarida ham xalqaro bozorda ham me'yoriy standartlar mavjud emas. Shuning uchun turoperator va turagentlar turni sotishda shartli ravishda tur bo'yicha xizmatlarni lyuks, birinchi klass, turistik klass, ekonom (iqtisod) klass qilib belgilaydi.

Lyuks klass. Ushbu klass bo'yicha turlarni tashkil qilishda odatda eng yuqori darajali xizmatlar jalb qilinadi: 5 yulduzli hashamatli mehmonxonalar, birinchi klass va biznes aviatsiya samolyotlarida uchish, hashamatli restoranlarda ovqatlanish, alohida transport, lyuks klass mashinalarida, alohida gid xizmatlari va h.k. Bunday turlar VIP-xizmat ko'rsatish turkumi (razryadi) bo'yicha taqdim etiladi.

Birinchi klass – bu ham nisbatan yuqori darajali xizmat ko'rsatish bo'lib, 4-5 yulduzli mehmonxonalarga joylashtirish, biznes klass darajadagi samolyotlarda uchishni, qimmatbaho restoranlarda ovqatlanishni, individual transfertni, gid xizmatlarini nazarda tutadi.

Turistik klass. 2-3 yulduzli mehmonxonalarda joylashtirishni, doimo aviareyslarning iqtisod klasslarida uchishni, shved stoli bo'yicha ovqatlanishni, guruhli transfertni nazarda tutuvchi eng ommalashgan xizmat ko'rsatish turidir.

Iqtisod klass. Eng arzon xizmat ko'rsatish turidir. Odatda iqtisod klassdan talabalar va kam ta'minlanganlar foydalanadi. Ushbu klass dasturlari yuqori darajada bo'lmagan xizmatlarni kam miqdorda taqdim etishni ko'zda tutadi: 1-2 yulduzli mehmonxonada joylashtirish, yotoq-xona va xostellarda joylashtirish, o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish tamoyili bo'yicha faoliyat yurituvchi kichik va kooperativ mehmonxonalarda joylashtirish, charter aviareyslarida uchish, kutib olish va kuzatish jamoat transportida amalga oshirilishi mumkin. Bir so'z bilan aytganda, hammasi tejamli va arzon bo'ladi.

Ammo shuni unutmaslik lozimki, ushbu belgilashlarning barchasi shartlidir va ko'pincha ular milliy variantlar va farqlarga ega. Nima bo'lganda ham turni sotib olishda har bir xizmat darajasini va uning tarkibini aniqlashtirish lozim.

Xizmatlar paketi (to'plami)

Amaliyotda asosiy turistik mahsulot bu xizmat ko'rsatish majmuasidir, ya'ni turistlarga yagona paketda sotiluvchi xizmatlarning standart to'plami. Xizmatlar paketi (to'plami)-turoperator tomonidan yaratilgan bo'lib, ma'lum xizmatlar to'plamidan: tashish, joylashtirish, ovqatlanish, ekskursiyalar va h.k.dan iborat turistik mahsulotdir. Turdagi xizmatlar paketi turist tomonidan tanlangan turistik dam olish turi bo'yicha ularning ehtiyojlari va sayohat maqsadidan kelib chiqqan holda shakllantiriladi. Tur va uning paketini shakllantirishda turistlar bilan ishlashning ikki varianti mavjud:

- a) buyurtmali turlar sotilishi;
- b) inklyuziv turlar sotilishi.

Buyurtmali tur. Buyurtmali turlarni sotishda dasturni shakllantirish va xizmatlar tarkibini yaxlitlash turist xohishiga binoan, uning bevosita ishtirokida amalga oshiriladi. Turistga taklif etilayotgan dam olish maskanida turli xil tur xizmatlarning har biri bo'yicha turli xizmat ko'rsatish variantlari taklif etiladi:

- joylashtirish-joylashgan joyi va turi, darajasi bo'yicha turli xil mehmonxonalar;
- ovqatlanish-turli variantlar (to'liq yoki yarim pansion, yoki umuman ovqatlanishsiz) shved stoli yoki «alya kard» va h.k.;
- ekskursiyalar va ko'ngilochar xizmatlar;
- transport xizmatlari – aviauchish variantlari, temiryo'l tashuvlari, avtomobil ijarasi va h.k.;
- sport va davolanish kurort xizmatlari;
- viza xizmatlari, shuningdek, sug'urta xizmatlari.

Yuqorida aytilganidek, bunday turlarni tuzishda turistning o'zi bevosita ishtirok etishi ham mumkin.

Turist tomonidan tanlangan xizmatlar tur dasturda shakllantiriladi, narxi hisoblanadi, uni turist turpaketga ega bo'lgach to'laydi. Odatda bunday buyurtmalar agentliklarda shakllantiriladi va so'ng joriy qilish uchun turoperatorga yo'naltiriladi. Buyurtmalarni tez va sifatli ta'minlash uchun bugungi kunda xalqaro turizmدا turagentliklar va operatorlik kompaniyalari tomonidan zamonaviy kompyuter texnologiyalaridan foydalanmoqda. Xalqaro turizmда paketni yaxlitlash muammolari, narxni hisoblash va turni sotishni operativ hal qilish uchun kompyuter va telefaks aloqasidan keng foydalaniladi.

Inklyuziv tur (IT) Bu oldindan rejalashtirilgan va dam olishning yoki turizmning ma'lum turi, hamda turistlarning ma'lum ijtimoiy guruhiga va uning yoniga yo'naltirilgan qat'iy xizmatlar to'plamidir. Eng ko'p tarqalgan inklyuziv turlar deb, marshrutli turlarni aytish mumkin. Ya'ni bunda turistlar guruhi avtobusda bir nechta shaharlar va mamlakatlar bo'ylab sayohat qiladi. Ushbu turning o'ziga xos xususiyatlari (sayohat grafigi va muddatlari bilan qat'iy bog'langan, barcha uchun yagona dastur) uning buyurtmali bo'lishiga yo'l qo'ymaydi. Kruiz turlar, hobbi turlar ham inklyuziv turlardir. Inklyuziv turlarni sotishda xizmatlar tarkibi o'zgarmaydi. Turist bunday turni to'lig'icha sotib olishi yoki undan butunlay voz kechishi mumkin. Inklyuziv turlar barqaror talabga ega taniqli turizm va dam olish maskanlaridagi marshrutlarda tashkillashtiriladi va taklif etiladi. Inklyuziv turlar narxining katta qismini joylashtirish va ovqatlanish to'lovlari tashkil etadi. Xalqaro (avia) havo transportlari assotsiatsiyasi talabiga binoan, inklyuziv turlar o'z ichiga 3 tadan kam bo'lmagan xizmatlarni: avia-uchish, joylashtirish butun marshrut bo'ylab sayohat va yuqoridagi 2 tasi bilan bog'liq bo'lmagan biror xizmatni (ekskursiya, avtomobil ijarasi va h.k.) oladi.

Bunday turlarga bo'lgan talabning tebranishiga qaramasdan, ularni rivojlantirishning ma'lum afzalliklari mavjud:

- umuman olganda, majmuali sayohat alohida sotib olinadigan xizmatlar to'plamidan arzonidir;

- narxlari oldindan ma'lum bo'lganligi uchun turagentlarning turistlarga qanday marshrutni tanlash borasida maslahat berishlari oson kechadi. Bunda dasturlar ham oldindan belgilangan bo'ladi;

- o'z mahsulotining jozibadorligini ko'rsatish uchun ko'proq imkoniyat bo'ladi.

Inklyuziv turlarning kamchiliklari:

- bunday turda mijozni qiziqtirmagan xizmatlarning mavjud bo'lish ehtimoli bor;

- dasturning haddan tashqari to'yinganligi;

- bunday turning reklamasi iste'molchilarning faqatgina bir qismini jalb qilishi mumkin.

Buyurtmali turlarda turoperator doimiy ravishda mehmonxonalaridagi tasdiqlanmagan o'rinlarga kvotalarni ushlab turish lozim. Sotishda turli talabnomalar bo'lishi mumkin. Turoperator turli mehmonxonalarda joylashtirilgan turistlar bilan ishlashiga to'g'ri keladi. Turistlarni bir mehmonxonada joylashtirib xizmat ko'rsatish ancha oson

kechadi. Yuqorida aytib o'tilganidek, turistning shaxsiy xususiyatlaridan kelib chiqqan holda, barcha turistik sayohatlar individual yoki guruhli tarzda amalga oshiriladi.

Turto'plam(turpaket) – iste'molchilarga guruhli yoki individual variantlar bo'yicha taqdim etiladigan xizmatlar to'plamiga kiradi. Turpaketni tashkillashtirishga ta'sir etuvchi omillar:

- berilgan sayohatga talabning mavjudligi;
- xizmatlar, infratuzilma, moddiy bazaning mavjudligi;
- aviakompaniyalar va boshqa transport kompaniyalari bilan munosabati;
- jo'natuvchi va qabul qiluvchi mamlakatlar o'rtasidagi munosabatlar;
- hamkor turistik tashkilotlar bilan munosabat;
- belgilangan mamlakatda turizmning rivojlanish darajasi;
- belgilangan mamlakatning siyosiy barqarorligi.

Shuni ta'kidlash lozimki, siyosiy barqarorlik omili turoperator tomonidan o'zining strategiyasini ishlab chiqishda muhim hisoblanadi. Turizmda Suriya, Levandagi voqealar, Misrdagi terroristik portlashlar bilan bog'liq hodisalar talabning keskin pasayish hollariga olib keladi. Ushbu yo'nalishlarga ixtisoslashgan turoperatorlar katta yo'qotishlarni boshdan kechirdilar. Ammo shuni ham ta'kidlash lozimki, ushbu hududlarda vaziyat barqaror bo'lishi bilan turistlar oqimi yana kuchaya boshlaydi. Berlindagi xalqaro turizm birjasida qayd etilganidek, turist xavf-xatarni yengib o'tishga moyil. Siyosiy barqarorlik qayta yaxshilangan mamlakatlarda, shu bilan birga turpaketning narxлари arzonlashganda turistik oqim yana kuchaya boshlaydi.

Turpaket narxi. Turpaketning muvafaqqiyatiga ta'sir etuvchi eng muhim omil bu – narxdir. Ommaviy bozor turoperatorlari asosan raqiblar narxiga asoslanib narx belgilashadi, ayniqsa turpakatlarga talab pasayganda (o'lik mavsumda). Turpaket narxini aniqlashda turoperatorlar bozor yetakchilari narxlariga amal qilishadi. Yirik turoperatorlar harajatlarni kamaytirishadi va shu bilan raqiblarining narxlashtirishda omadga erishishlariga yo'l qo'ymaydi. Eng ko'p qo'llaniladigan narxlashtirish usullaridan biri bu harajatlarga asoslangan narxlardir, ya'ni mahsulot tannarxi hisoblanadi va daromadning ma'lum foizi qo'shiladi. Turpaket narxiga kiruvchi daromad foizi qo'shimcha harajatlarni qoplash, fondlarga ajratmalar, maosh va sof daromadni hisoblash orqali aniqlanadi va 15 % dan 30% gacha bo'ladi.

Turizmda narxlar harajatlar va daromadlar notekis taqsimlangan vaqtda bozordagi talabning tebranishini ifodalaydi. «o'lik mavsum»da narxlar pasayadi va mavsumda ular qayta tiklanadi (daromad evaziga). Turpaketlar narxi nafaqat turistik bozorning holati, raqobatchilarning narxiga, balki boshqa turlar narxiga ham bog'liq bo'ladi.

Tayanch so'z va iboralar: Turistik mahsulot, tur, individual turlar, guruhli turizm, xizmat ko'rsatish klasslari, «Lyuks klass», «Iqtisod klass», xizmatlar paketi (to'plami), majmuali xizmat ko'rsatish, buyurtmali tur, inklyuziv tur, tur paket, turistik xizmatlarning xususiyatlari, «To'rtta S», sezilmaslik, servisni va iste'molchini o'zaro bog'liqligi, saqlanmaslik, sifatning o'zgaruvchanligi.

Mustaqil ishlash uchun savollar:

1. Turistik xizmatlarga nimalar kiradi?
2. Asosiy va qo'shimcha turistik xizmatlar deganda nimani tushunasiz?
3. Asosiy va qo'shimcha turistik xizmatlarning bir-biridan farqli tomonlarini tushuntirib bering.
4. Turistik mahsulot deganda nimani tushunasiz?
5. Jozibador turistik mahsulot yaratish qanday amalga oshiriladi?
6. Xizmat ko'rsatish klasslarining ta'riflarini bayon qiling.
7. Xizmatlar paketiga nimalar kiritiladi?
8. Milliy turistik mahsulotning tarkibiga nimalar kiradi?
9. Turistik xizmatlar xususiyatlarining «To'rtta S» bilan ifodalinishi nimani bildiradi?

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar:

1. Turistik mahsulotni turistik xizmatlardan ajratib turuvchi farqlar nimalardan iborat?
2. «Buxoro shahriga sayohat» nomli turpaket tayyorlang va taqdimotini o'tkazing.
3. Samarqand shahri mehmonxonalarida xizmatlar ko'rsatish klasslarini aniqlang.

Test savollari:

1. «Turizm to'g'risida»gi Qonunning 3-moddasida turistik xizmatlarga qanday ta'rif berilgan?

a) turistik xizmatlar–turistik faoliyat subyektlarining joylashtirish, ovqatlantirish, transport, axborot–reklama xizmatlari ko'rsatish borasidagi, shuningdek, turistlarning ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan boshqa xizmatlar

b) turistik sayohat yakka tartibda yoki turistlar guruhi tarkibida amalga oshiriladi

d) asosiy va qo'shimcha turistik xizmatlar

e) muayyan yo'nalish bo'yicha turistik xizmatlar majmui (joy bandlash, joylashtirish, ovqatlantirish, transport, rekreatsiya, ekskursiya xizmatlari va boshqa xizmatlar) bilan ta'minlangan aniq muddatlardagi turistik sayohat

2. «Lyuks klass» xizmatlari to'g'ri ta'riflangan qatorni belgilang.

a) ushbu klass bo'yicha turlarni tashkil qilishda odatda eng yuqori darajali xizmatlar jalb qilinadi

b) bunga nisbatan yuqori darajali xizmatlar ko'rsatiladi

d) 2-3 yulduzli mehmonxonalarda joylashtirishni doimo aviareyslarning iqtisod klasslarida uchishni, shved stoli bo'yicha ovqatlanishni, guruhli transfertni nazarda tutuvchi eng ommalashgan xizmat ko'rsatish turidir

e) eng arzon xizmat ko'rsatish turidir

3. Birinchi klass xizmatlari to'g'ri ta'riflangan qatorni belgilang.

a) bu ham nisbatan yuqori darajali xizmat ko'rsatish bo'lib, 4-5 yulduzli mehmonxonalarga joylashtirish, biznes klass darajadagi samalyotlarda uchishni, obro'yli restoranlarda ovqatlanishni, individual transfertni, gid xizmatlarini nazarda tutadi

b) ushbu klass bo'yicha turlarni tashkil qilishda odatda eng yuqori darajali xizmatlar jalb qilinadi

d) 1-2 yulduzli mehmonxonalarda joylashtirishni doimo aviareyslarning iqtisod klasslarida uchishni, shved stoli bo'yicha ovqatlanishni, guruhli transfertni nazarda tutuvchi eng ommalashgan xizmat ko'rsatish turidir

e) eng arzon xizmat ko'rsatish turidir

4. Buyurtmali tur bu?

a) buyurtmali turlarni sotishda dasturni shakllantirish va xizmatlar tarkibini yaxlitlash turist xohishiga binoan, uning bevosita ishtirokida amalga oshiriladi

b) eng arzon xizmat ko'rsatish turidir

d) bu oldindan rejalashtirilgan va dam olishning yoki turizmning ma'lum turi, hamda turistlarning ma'lum ijtimoiy guruhiga va uning yoniga yo'naltirilgan qat'iy xizmatlar to'plamidir

e) bu ham nisbatan yuqori darajali xizmat ko'rsatish bo'lib, 4 yulduzli mehmonxonalarga joylashtirish, biznes klass darajadagi samalyotlarda uchishni, obro'li restoranlarda ovqatlanishni, individual transfertni, gid xizmatlarini nazarda tutadi

5. Asosiy xizmatlarni aniqlang.

a) turistlar taklif qilgan xizmatlar

b) transport, joylashtirish, ovqatlantirish, gid-ekskursiya va ko'ngilochar xizmatlar

d) joylashtirish va ovqatlantirish xizmatlari

e) mehmonxona xizmatlari

7-mavzu. TURIZM SOHASIDA JOYLASHTIRISH XIZMATLARI

Reja:

7.1. Turizm sohasida joylashtirish vositalari va xizmatlari

7.2. Mehmonxonalarning turlari va tasnifi

7.1. Turizm sohasida joylashtirish vositalari va xizmatlari

Joylashtirish – turizm industriyasining eng muhim bo‘g‘inlaridan biri hisoblanadi. Mehmonxona xo‘jaligi insoniyat tarixidagi har qanday ijtimoiy formatsiyaga xos bo‘lgan, mehmonni hurmat qilish, uni qabul qilib olish va xizmat ko‘rsatish tantanalari kabi eng qadimgi an‘analaridan kelib chiqadi. Shuni ta‘kidlash kerakki, mutlaqo tranzit turistlar va ekskursion xizmat ko‘rsatish hisobiga yashaydigan turistik markaz va joylar mavjud.

Mehmondo‘stlik (mehmon qabul qilish) industriyasi - bu mintaqa yoki turistik markaz xo‘jaligining kuchli tizimidir va turizm iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismidir. Mehmon qabul qilish industriyasini guruhli va yakka joylashtirishning turli xildagi otellar, mehmonxonalar, motellar, yoshlarning xostel va yotoqxonalari, appartementlar, turistik qishloqlar, shuningdek, turistlarni joylashtirishda ishtirok etuvchi xususiy sektor vositalari tashkil etadi.

Mehmonlarni ro‘yxatga olish, ularning kelishi va ketishini boshqarish, mehmonlarga turli-tuman xizmatlar ko‘rsatish mehmonxonaning ma‘muriy qismida amalga oshiriladi. Mijozlarga xizmat ko‘rsatishni tashkil etish ishining murakkabligi turli-tuman ishlar nomenklaturasining kattaligida bo‘lib, bu ularni bajarish vaqtini kelishishda muayyan qiyinchiliklar tug‘diradi. Mehmonlar oqimi har xil: keluvchilar, ketuvchilar, yashovchilar. Mehmonlarga xizmat ko‘rsatishda mehmonxona xodimlari ham, boshqa korxonalar (tashkilotlar, muassasalar)ning xodimlari ham ishtirok etadiki, bu ushbu xonalar guruhida samarali texnologiyalarni ta‘minlashni og‘irlashtiradi.

Joylashtirish xizmati asosan quyidagi ishlarni o‘z ichiga oladi:

- mehmonlar ularning hujjatlariga ko‘ra qabul qilinadi. Ma‘mur mehmon bilan yashash joyini (nomer toifasi, uning joylashgan o‘rni va sh.k.), ko‘rsatiladigan xizmatlarni, yashash muddatini kelishib oladi. Yashash uchun haq olinadi. Rasmiylashtirish yakunlanganidan keyin mehmonga nomer kartasi va kaliti beriladi.

- mehmonlar nomerda yashashi davrida ularga xizmat ko'rsatish, yashash muddatini uzaytirish, mehmonni bir nomerdan boshqa nomerga o'tkazish (zarur hollarda), yashash uchun haq olish, mijozning xohishiga qarab unga qo'shimcha xizmatlar ko'rsatishni o'z ichiga oladi.

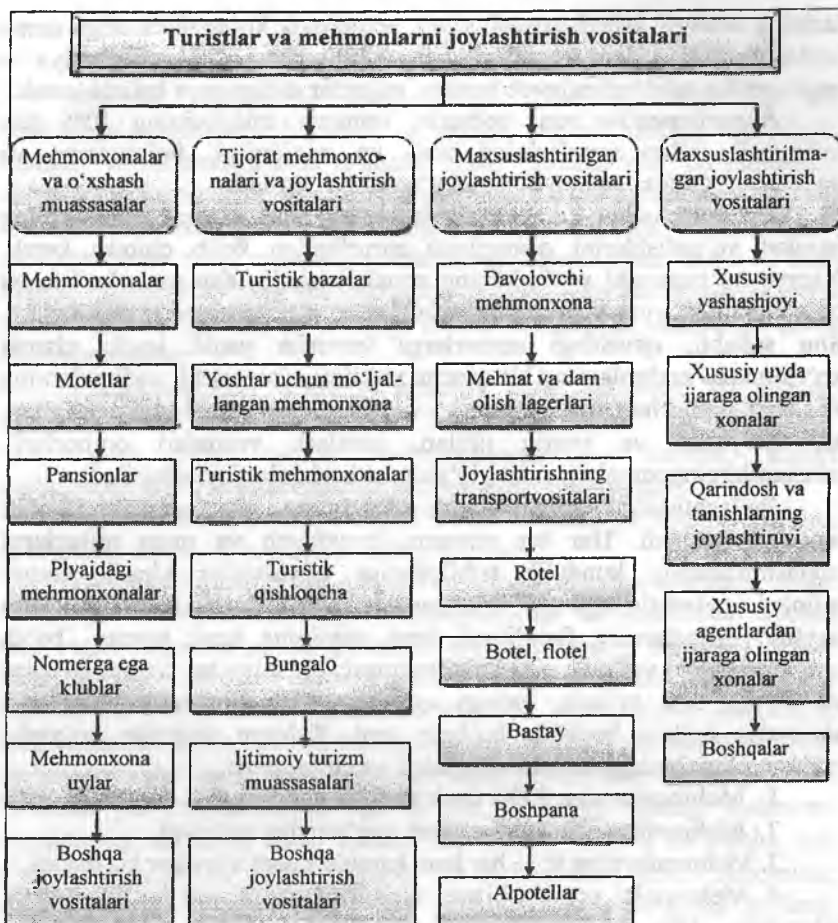
- mehmonning jo'nab ketishini rasmiylashtirish chog'ida ko'rsatilgan xizmatlar uchun u bilan to'liq hisob-kitob qilinadi (foydalanilmagan avans qaytarib beriladi), mijoz nomer va kalitni topshiradi. Mijoz bilan hisob-kitob naqd pul bilan ham, pul o'tkazish yo'li bilan ham amalga oshirilishi mumkin. Yagona hisob-kitob soati (12 soat) tizimini joriy etish mehmonxona ma'muriyatiga mijozlar bilan texnik hisob-kitob qilish jarayonini soddalashtirish imkonini beradi. Mijozga kredit kartalaridan foydalanish imkonini berish yo'li bilan mehmonxona uning erkinlik darajasini oshiradi.

Qabul qilish xizmatining ishini yengillashtirish uchun axborot hisoblash tizimlari ishlab chiqilgan va tatbiq etilmoqda. Umumiy holda axborot hisoblash tizimi quyidagi to'rt funksional qismdan tashkil topadi:

- joylarni oldindan buyurtma qilish kichik tizimlari;
- xizmatga doir axborot berilishini ta'minlash tizimlari;
- navbatchi ma'mur tizimlari;
- mehmonxona ma'muriyati tizimlari.

Axborot hisoblash tizimining imkoniyatlari juda keng. Joylarni oldindan buyurtma qilish jarayonini avtomatlashtirish bilan bir qatorda kelayotganlar ro'yxatga olinadi, nomer fondining hisobi yuritiladi, mijozlar uchun hisob varaqlar tayyorlanadi.

Mehmonxona qator qo'shimcha pullik xizmatlar ko'rsatadi. Jumladan zarur axborot olish, pasportlar va turistik hujjatlarni rasmiylashtirish, ekskursiyaga ro'yxatga olish, valyuta ayirboshlash, teatr, muzey, konsert zallari, stadionlarga chiptalar sotish, samolyot, po'ezd va boshqa qatnov vositalariga chiptalarni buyurtma qilish, ijaraga avtomobil olish shular jumlasidandir. Ayrim mehmonxonalarda ish yuzasidan tashrif buyurgan mijozlar uchun biznes markazlari tashkil etiladi. Markaz mijoz ishlashi va kasbiy ta'lim olishi uchun zarur shart-sharoitlar yaratadi. Biznes markazida hujjatlarni tarjima qilish, qayta chop etish ishlari bajariladi, kompyuter xizmatlari ko'rsatiladi. Markaz teleks va faksimil aloqa vositalari, videomagnitofon va proyeksiyon apparatlar bilan jihozlanadi.



7.1-rasm. Turistlar va mehmonlarni joylashtirish vositalari

Mehmonxona nomeri ko'p funktsiyali ahamiyatga ega bo'lib, u mijozning tunashi, dam olishi, ovqatlanishi, yuvinishi, ishlashi, muloqot qilishini ta'minlaydi. Nomerda mehmonning shaxsiy buyumlari saqlanadi. Nomerlar o'rinlar soni, xonalar soni, maydoni, jihozlanishiga qarab tasniflanadi. Jahon amaliyotida bir yoki ikki kishiga mo'ljallangan bir xonali nomerlar ayniqsa keng tarqalgan. Ayrim mehmonxonalarda har bir yashovchiga nisbatan bir xonali nomerlar ulushi nomer fondining 60-100% ga yetadi. Nomerlarda mebel nomerining gabariti, devor-

larining oraliği, isitish xususiyatlari, texnologik ko'rsatkichlariga qarab joylashtiriladi. Mebel foydalanuvchi uchun qulay bo'lishi, sanitariya va ergonomika talablariga javob berishi, mijozlar didiga mos kelishi kerak.

Appartamentlar soni nomerlar umumiy miqdorining 10% dan oshmaydi. Ular xonalarining soni va vazifasiga, hojatxonasi va vannasiga, dahlizi va maydoniga ko'ra har xil bo'ladi.

Xodimlar uchun xonalarni joylashtirishda ish vaqtida xodimlarning harakat yo'nalishlarini qisqartirish zarurligidan kelib chiqish kerak. Xizmat ko'rsatuvchi xodimlarning xonalari ish joyidan uzoq bo'lsa, bu qo'shimcha quvvat sarfiga, xodimlar ko'proq charchashiga olib keladi. Shu sababli, qavatdagi nomerlarga bevosita yaqin joyda xizmat ko'rsatuvchi xodimlarning bir qancha xonalari, chunonchi: xodimalarning xonalari, omborlar (toza choyshab va yostiq jildlari, sarflash materiallari, kir choyshab va yostiq jildlari, tozalash vositalari omborlari), ofitsiantlarning xonalari, axlat yig'gich va boshqalar joylashtiriladi.

Joylashtirish xizmati nomer fondining ekspluatatsion holati hisobini yuritadi. Har bir nomerni tayyorlash va unga mijozlarni joylashtirishning kundalik tafsilotlariga quyidagilar kiradi: nomer mijozni joylashtirishga tayyorlangan payt; mijozlar kelgan va ketgan paytlar; mijozlarning familiyasi, ismi, otasining ismi; nomer bo'sh qolgan soatlar; yashash narxi va summasi; qo'shimcha xizmatlar narxi va ularga haq to'lash; bronga qo'yish vaqti, nomer ta'mirlashda, sanitariya ishlovi berishda bo'lgan vaqt. Xalqaro statistika bo'yicha mehmonxonalaridagi turistlarning talab va ehtiyojlari:

1. Mehmonlarning 95%i dush va 5 %i vanna qabul qiladi.
2. Mehmonlarning 40%i ertalab uyg'onishni so'raydi.
3. Mehmonlarning 95% har kuni kamida 1 soat televizor ko'rishadi.
4. Mehmonlar orasida biznes turistlar 40% ni, juft bo'lib sayohat qiluvchilar 43% ni, yolg'iz erkaklar 32% ni, yolg'iz ayollar 22% ni tashkil qiladi.



Mehmonxonaning qabul qilish bo'limi



Mehmonxona nomerining ko'rinishi

7.2. Mehmonxonalarining turlari va tasnifi

Mijozlar ehtiyojidan kelib chiqib, mehmonxonalar har xil funksional vazifalarni bajaradi va ularga har xil talablar qo'yiladi. Bunday mehmonxonalarda mijozlar bilan ishlash ular bo'ysunuvchi idoralar rahbariyati tomonidan tasdiqlangan mehmonxonalar xizmatlari ko'rsatish qoidalari asosan amalga oshiriladi. Ammo mazkur mehmonxonalarda amal qiluvchi qoidalarning birorta ham bandi O'zbekiston Respublikasining mehmonxonalar biznesini tashkil etish bo'yicha qonun hujjatlariga zid bo'lmasligi kerak. Funksional vazifasiga qarab mehmonxonalar:

- ish-bilarmonlar uchun – umumiy tipda, idoraviy, yig'ilishlar, kengashlar va h.k. uchun;
- dam olish uchun mehmonxonalar – turistik, kurort mehmonxonalar, avtoturistlar uchun, motellar, kempinglar;
- mehmonxonalarining maxsus turlari – tranzit yo'lovchilar uchun, sportchilar uchun va boshqalar uchun quriladi.

Mamlakatimizda asosan ma'lum ish yuzasidan nisbatan qisqa muddatga keluvchi odamlarga shuningdek, har xil maqsadda sayohat qilayotgan fuqarolarga mo'ljallangan umumiy tipdagi mehmonxonalar keng tarqalgan. Bunday mehmonxonalar shaharning markaziy qismida, jamoat, ma'muriy, savdo markazlari yaqinida joylashadi va shaharning turli tumanlari bilan yaxshi transport aloqasini nazarda tutadi. Mazkur mehmonxonalar odatda maxsus ko'kalamzorlashtirilmagan nisbatan kichkina yer maydonlariga ega bo'ladi. Umumiy tipdagi mehmonxonalarining nomerlar fondi asosan bir, ikki o'rinli va ko'pincha uch o'rinli nomerlardan tashkil topadi. Bu nomerlarda, qoida tariqasida, ishlash uchun joy mavjud bo'ladi. Mehmonxonalarda aloqa bo'limi, ayrim hollarda – bank bo'limi ishlab turadi, muzokara va yig'ilishlar o'tkazish uchun alohida joylar nazarda tutiladi. Mehmonxonalarining quyidagi tipologiyasi jahon amaliyotida ularni har birini batafsil tafsiloti bilan aniq ifodalangan ko'rinishi 7.1-jadvalda berilgan.

7.1-jadval

Mehmonxonalar tipologiyasi

Mehmonxonalarining xili	Tavsifi
Otel-lyuks	O'z sig'imi bo'yicha mehmonxonaning mazkur tipi kichik yoki o'rta korxonalar safiga kiradi. Odatda shahar markazida

	<p>joylashadi. Yaxshigina ta'lim olgan personal-xodim konferensiya, xizmat uchrashuvlari ishtirokchilari biznesmenlar bo'lib hisoblangan talabchan mijozlarga servisning juda yuqori darajasini ta'minlaydi. Barcha xizmat turlarini o'z ichiga oluvchi nomerlarning narxlarini ancha qimmat turadi.</p>
<p>O'rta (klass) bo'g'inli mehmonxona</p>	<p>O'z sig'imi bo'yicha oteldan katta (400-200 o'rinli) shahar markazida yoki shahar atrofida joylashgan. Yetarli darajada keng xizmatlar turini taqdim etadi, ulardagi narxlar u joylashgan mintqa darajasiga teng yoki undan bir muncha yuqoriroq bo'lishi mumkin. Biznesmenlar, xususiy turistlar, kongress, konferensiya ishtirokchilari va h.k.ni qabul qilishi mumkin.</p>
<p>Mehmonxonapartament (apart-otel)</p>	<p>Sig'imi bo'yicha kichik yoki o'rta o'lchamli (400 o'ringacha) yirik shaharning doimiy bo'lmagan aholisi uchun xosdir. Vaqtinchalik turar joy sifatida ko'p yillardanberi o'z-o'ziga xizmat ko'rsatishdan foydalaniladigan kvartira (ijara) tipidan tashkil topadi. Mehmonxonaning mazkur tipida narxlar qoidaga ko'ra joylashuv muddatiga bog'liq ravishda (turlanib) to'lanadi. Uzoqmuddatgato'xtabo'tuvchiloilaviy turistlarga, biznesmenlarga vajjarachilargaxizmatko'rsatadi.</p>
<p>Iqtisodiy bo'g'in (klass) mehmonxonasi</p>	<p>Kichik yoki o'rta sig'imli korxonalar (150 o'rinli va undan ortiq) magistral yo'l yoqalarida joylashadi. Xizmatlar to'plamini cheklanganligi, oddiy va tez xizmat ko'rsatish bilan ajralib turadi. Iste'molchilari – ko'rsatilgan (iste'mol qilingan) xizmatlar uchun haqiqiy to'lovni amalga oshirishga intiluvchi va to'liq pansiyaga muhtoj bo'lmagan biznesmenlar, xususiy turistlar uchun mo'ljallangan.</p>
<p>Otel-kurort</p>	<p>O'z sig'imi bo'yicha mehmondo'stlikning to'liq xizmatlar to'plamini taklif etish bilan ajralib turadigan korxonalar. Bundan tashqari, bu yerda parhez taomlar va maxsus tibbiy xizmat ko'rsatish majmuasini olish mumkin. Kurort mintaqalarida joylashadi.</p>
<p>Motel</p>	<p>Shahar tashqarisida, shahar bo'yida, magistral yo'l yoqalarida joylashgan oddiy bir yoki ikki qavatli binolar. Bu kichik yoki o'rta korxonalaridir (400 o'ringacha). Kam sonli xodimlarni o'rta darajali xizmat ko'rsatishi xarakterlidir. Mijozlari bo'lib havaskor avtoturizmiga urg'u berilgan turli kategoriyadagi turistlar hisoblanadi.</p>
<p>«Tunash va nonushta» xilidagi xususiy mehmonxona</p>	<p>AQShda keng tarqalgan. Bu mehmonxona kichik (ba'zida o'rta) sig'imli. Shahar atrofida yoki qishloq joylarda joylashgan. Xizmat ko'rsatishga, qoidaga ko'ra, nonushta va uy sharoitidagi yengil tamaddi kiradi. Mijozlari bo'lib uy sharoitiga intiladigan tijoratchilar vashu yo'nalishtadagi turistlar hisoblanadi.</p>

Otel-garni	Mijozlarga cheklangan miqdordagi xizmatlarni: joylashuv va kontinental nonushtani taqdim etuvchi korxonalar.
Pansion	Xizmatlar darajasini cheklanganligi va oddiy standartli korxonalaridir. Otel-garnilardan farqli ravishda bu yerda nonushta, tushlik va kechki ovqat (to'liq pansion) taqdim etiladi. Biroq ovqatlanish xizmati faqat mijozlargagina ko'rsatiladi.
Mehmonxona-hovli	Otellardan sig'imi, xizmat ko'rsatishi, sodda standartligi bilan ajralib turuvchi korxonalar, uchrashuvlar va mehmonlar tashrifi uchun qator jamoa xonalarining mavjud emasligi bilan ajralib turadi. Mehmonxona-hovli tarkibi (strukturasi)da restoran yoki barning mavjud bo'lishi majburiydir.
Rotel	Tunash uchun mo'ljallangan kreslolar joylashtirilgan bir yoki ikki o'rinli vagonlardan tashkil topuvchi harakatlanadigan mehmonxonadir. Xojatxona, oshxona, muzlatgich va kiyinish uchun mo'ljallangan xonalar mavjud.
Botel	Mos ravishda jihozlangan kichik kema sifatida foydalanuvchi, suvdagi uncha katta bo'lmagan mehmonxona.
Flotel	Ko'pxollarda debnomlanuvchikattamehmonxona. «suvdagikurort» Turistlargakengturdagixizmatlarnitaqdimetuvchishinamnomerlar: basseyn, suvchang'ilari, baliqovlashuchunsharoityaratadigan, suvostidasuzish, suvostiovi, trenajerzallari, konferensiyavakongresslaruchunzallar, kutubxona, turli-tumanta'minotlar (telefon, telefaks, teletayp, televizor, vax.k). So'nggi vaqtlarda turlarga o'qituvchi kongress-kruizlar, kongress-turlar, biznes-turlarni tashkil etish uchun foydalaniladi.
Flaytel	Agromehmonxona yoki «uchuvchi otel». Favqulodda qimmat va mehmonxonani kamyob turi hisoblanadi. Qo'nish maydonchasi va meteorologik xizmat aloqalari bilan jihozlangan.

Hozirda jahonda ma'lum bo'lgan 30 dan ortiq tasniflash tizimlari zamirida shinamlik darajasi yotadi. Ular orasida quyidagi tasniflash tizimlari ayniqsa keng tarqalgan:

- Yevropa tasniflash tizimi yoki «yulduzlar» tizimi. Fransiya milliy tasniflash tizimi asosida tuzilgan. Uning zamirida mehmonxonalarini 1 dan 5 yulduzgacha bo'lgan toifalarga ajratish yotadi. Bunday tizim Fransiya, Avstraliya, Vengriya, Misr, Rossiyada va boshqa bir qancha mamlakatlarda qo'llanadi;

- harflar tizimi (A, B, C, D). Gresiyada qo'llanadi;
- «tojlar» tizimi. Buyuk Britaniyada amal qiladi;

- hind tizimi.

Rivojlanayotgan mamlakatlarda mehmonxonalarni tasniflashning hind tizimi ayniqsa keng tarqalgan. Bu tizim ham mehmonxonalarni besh toifaga: «bir yulduzli», «ikki yulduzli», «uch yulduzli», «to'rt yulduzli», «besh yulduzli» toifalarga ajratishni nazarda tutadi. Bu toifalarni maxsus komissiya ballar bo'yicha baholash asosida belgilaydi. *Misol.* «1 yulduz» toifasi: bu toifaga mansub mehmonxona yaxshi hududda, mehmonxona uchun yaroqli binoda joylashgan bo'lishi kerak (maksimal baho 15 ball); mijozlar bilan aloqa qiluvchi xodimlar ingliz tilini ish uchun zarur hajmda bilishi kerak (maksimal baho 5 ball) va h.k. «2 yulduz» toifasini olish uchun 150 ball, «3 yulduz» uchun – 210 ball, «4 yulduz» uchun – 250 ball, «5 yulduz» uchun – 290 ball to'plash kerak. Har bir davlatda mehmonxonalarni tasniflash mezonlari – shinamlik darajasi har xil tushuniladi, shuningdek davlatlarning madaniy-tarixiy va milliy an'analari bilan belgilangan bir qancha omillar jahonda mehmonxonalarning yagona tasnifini joriy etishga mone'lik qiladi. Butunjahon turizm tashkiloti (BTT), Yevropa hamjamiyati, Mehmonxona va restoran sanoati qo'mitasi, Xalqaro mehmonxonalar uyushmasining bu yo'nalishdagi faoliyati hozircha samara bermayapti. BTT faqat joylashtirish vositalarining standart tasnifini taklif etgan. Bu tasnifda mehmonxonalar va shunga o'xshash korxonalar to'rt katta guruhdan biriga kiritiladi.

Jahon amaliyotida bir mamlakat doirasida bir nechta tasniflash tizimlari amal qiladi. Masalan, Buyuk Britaniyada «tojlar» tizimi bilan bir qatorda, Britaniya turistik agentliklar uyushmasi – «*British Travel Authority*» (BTA) tomonidan taklif qilingan tasniflash tizimi qo'llaniladi. Buyuk Britaniyada amal qiluvchi «tojlar» tizimini «yulduzlar» tizimi bilan uyg'unlashtirish uchun «tojlar»ning umumiy miqdoridan bitta «yulduz»ni ayirish kerak (masalan, to'rt «tojli» daraja uch «yulduzli» darajaga teng). Yuqorida ko'rib chiqilgan Britaniya agentliklari uyushmasi tomonidan taklif qilingan mehmonxonalarni tasniflash tizimi ham shunday muvofiqlikni nazarda tutadi:

- byudjet mehmonxonalari – 1 yulduz;
- turistik toifa mehmonxonalari – 2 yulduz;
- o'rtacha toifa mehmonxonalar – 3 yulduz;
- birinchi toifa mehmonxonalari – 4 yulduz;
- oliy toifa mehmonxonalari – 5 yulduz.

Jahonda mehmonxonalarni Fransiya milliy tasniflash tizimida darajalash keng tarqalgan. Bu tizim turistik mehmonxonalarni 6 toifaga

ajratadi. Shulardan besh toifa mehmonxonalariga ma'lum miqdorda yulduzlar berishni nazarda tutadi (1 yulduzli, 2 yulduzli, 3 yulduzli, 4 yulduzli yoki 5 yulduzli mehmonxonalar). Bir toifa – yulduzsiz. Bunday tizim mehmonxonalar xizmatlari bozorini ancha to'liq qamrab olish imkonini beradi. Minimal talab-mezonlarga javob bermaydigan mehmonxonalar toifa olishga da'vogar bo'la olmaydi. Bunday talab-mezonlar quyidagi guruhlarga birlashtirilgan:

- A – xonalar miqdori;
- B – umumiy binolar va xonalar;
- C – mehmonxonaning jihozlanishi;
- D – yashash joyining shinamligi;
- E – xizmat ko'rsatish;
- F – nogironlar hamda harakatlanishi cheklangan shaxslarga

yaratilgan qulayliklar.

Germaniya tasniflash tizimiga ko'ra, mehmonxonalar korxonalariga besh toifaga ajratiladi. Bu tizimni Yevropa tizimi bilan uyg'unlashtirish maqsadida bu yerda har bir toifa ma'lum yulduzlar miqdoriga mos kelishi nazarda tutiladi:

- turistik toifa – 1 yulduz;
- standart toifa – 2 yulduz;
- komfortli toifa – 3 yulduz;
- birinchi toifa – 4 yulduz;
- lyuks – 5 yulduz.

Boshqa tasniflash tizimlari ham o'zining «yulduzlar» tizimiga muvofiqligini belgilashga harakat qiladi. Masalan, Gresiyada A toifa mehmonxonalariga to'rt yulduzli darajaga, B toifa mehmonxonalariga uch yulduzli darajaga, C toifa mehmonxonalariga ikki yulduzli darajaga, D toifa mehmonxonalariga bir yulduzli darajaga mos keladi. Italiyada birinchi toifa mehmonxonalar shartli ravishda to'rt yulduzli darajaga, ikkinchi toifa mehmonxonalar uch yulduzli darajaga, uchinchi toifa mehmonxonalar ikki yulduzli darajaga mos keladi.

Germaniya tasniflash tizimining o'ziga xos jihati shundan iboratki, unda pansionlar, karvonsaroylar, «garni» otellar singari mehmonxonalar korxonalariga uchun ham toifalar nazarda tutilgan. Bunday turdagi mehmonxonalar korxonalariga tegishli toifalarni belgilashda «restoran», «ovqatlanish xizmati» kabi majburiy talablar nazarda tutilmaydi, qo'shimcha talablarning zarur miqdori esa ancha kam:

- birinchi toifa uchun – 90;
- komfortli toifa uchun – 50;

- standart toifa uchun – 15.

Bundan tashqari, mazkur korxonalariga ko'pi bilan birinchi toifa (4 yulduz) berilishi mumkin.

Tayanch so'z va iboralar: Mehmonxonona, mehmonxonona industriyasi, joylashtirish xizmati, ovqatlantirish xizmati, mehmonxonona tiplari, Yevropa tasniflash tizimi, Fransiya milliy tasniflash tizimi, Hind tasniflash tizimi, Germaniya tasniflash tizimi.

Mustaqil ishlash uchun savollar:

1. Mehmonxonona industriyasining tarixiy ahamiyatini aytib bering.
2. Xalqaro mehmonxonona va restoran tarmoqlarining tashkil topishi, rivojlanish bosqichlarini tushuntiring.
3. Mehmonxonona xo'jaligida mehmonlarga xizmat ko'rsatish tartibini tushuntiring.
4. Mehmonxononaning mijozlar yashaydigan qismi va unga xizmat ko'rsatish tartibini tushuntiring.
5. Xalqaro mehmonxononalarining tasniflanish darajalari deganda nimani tushunasiz?
6. Fransiya milliy tasniflash tizimining mohiyatini aytting.
7. Germaniya tasniflash tizimini tushuntiring.
8. «Toj» tizimini va «Hind» tizimini tushuntirib bering.

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar:

1. Samarqandda mavjud mehmonxononalarda ko'rsatiladigan asosiy va qo'shimcha xizmat turlarining ro'yxatini tuzib chiqing va uning taqdimotini tayyorlang.

Test savollari:

1. Mehmonxononalarining sig'imi bo'yicha tasniflashda kichik mehmonxononalar necha o'rinli bo'ladi?

- a) 150 o'ringacha
- b) 200 o'ringacha
- d) 150dan ortiq
- e) 200dan ortiq

2. Xalqaro turizmda mehmonxonalarining nechta tasniflash tizimi mavjud?

- a) 30 ta
- b) 4 ta
- d) 15 ta
- e) 25 ta

3. Mehmonxonalar sig'imiغا ko'ra necha turga ajratiladi?

- a) kichik, o'rtta, katta
- b) kichik, katta
- d) kichik, o'rtta
- e) kichik, o'rtta, katta, mayda

4. Yulduzlar» tizimi qaysi davlat milliy tasniflash tizimi asosida tuzilgan?

- a) Fransiyada
- b) Germaniyada
- d) Amerikada
- e) Hindistonda

5. «Harflar» tizimi qaysi mamlakatda foydalaniladi?

- a) Gresiyada
- b) Germaniyada
- d) Amerikada
- e) Hindistonda

8- mavzu. TURIZM SOHASIDA OVQATLANTIRISH XIZMATLARI

Reja:

8.1. Turizm sohasida ovqatlantirish xizmatlari

8.2. Turizm sohasida ovqatlantirish xizmatlarining turlari va tasnifi

8.1. Turizm sohasida ovqatlantirish xizmatlari

O'zbekistonda turizmni rivojlantirish, turistlarga xizmat ko'rsatish tizimini kengaytirish va ular uchun barcha sharoitlarni yaratish maqsadida yangi turistik majmualar, mehmonxonalar, kempinglar, restoranlar, barlar, transport sohalari, qurilish uchun katta mablag'lar ajratilmoqda. Bunday sur'atda turizmni rivojlantirish albatta umumiy ovqatlanishni ham rivojlantirishini taqoza etadi, chunki barcha turistlar goh ichki turist bo'lsin, goh tashqaridan kelsin, ulardan qat'iy nazar restoran xo'jaligiga yoki ovqatlanish tarmog'idan foydalanishga majbur. Aks holda insonlar ovqatlanish uchun barcha mahsulotlarni o'zlari bilan olib yurishi kerak yoki uy sharoitlarida tayyorlab, iste'mol qilishi kerak bo'ladi. Ammo turistlarda bunday imkoniyatlar yo'q, shuning uchun ham ular ovqatlanish xizmatidan foydalanishga majburdir va mana shu holatlarning mavjud bo'lishi turizm umumiy ovqatlanishni uyg'un holda rivojlantirishi uchun imkon beradi. Shuning uchun ham turizmda asosiy xizmat turlaridan birini ovqatlantirish xizmati tashkil etadi.

Dunyo bo'yicha ovqatlanish korxonalarining yagona tasniflari mavjud emas. Lekin, shunga qaramasdan ko'p mamlakatlarda ommaviy tarqalgan ma'lum bir ko'rinishdagi (tipdagi) ovqatlanish korxonalari ajratilib ko'rsatiladi. Milliy oshxonaga ega bo'lgan restoranlar ham mavjud bo'lib, ular italyanacha, xitoycha, grekcha, turkcha, inglizcha, amerikacha, hindcha, fransuzcha, nemischa kabi restoranlar bilan mashhur. Ularning ayrimlari narxlarining juda arzonligi bilan ajralib tursa, ayrimlari esa qimmatligi bilan ajralib turadi.

Odatda turistlar, qaysi mamlakatda bo'lsalar, o'sha mamlakatning oshxonasi bilan tanishishga qiziqadilar. Ko'p hollarda mezbon shaharning qiziqarli milliy hamda arzon restoranlari haqida ma'lumot berib o'tadi, milliy restoranlar bilan tanishtirish nuqtai nazarda ham sayohatlar tashkil etiladi. Masalan, Bavariyada turistlarni Bavariya (Germaniya) oshxonasi bilan, ya'ni mashhur oq sosiskalar hamda bavarcha pivo bilan mehmon qilishadi. Myunxenda esa turistni albatta

«Xofbrayxaus»ga, ya'ni eng katta pivo zaliga olib borishadi. Avstriyada dunyoda eng mashhur bo'lgan vencha shmitsellarni (katlet turi) tamaddi qilishga olib borishadi va albatta Italiyada esa tushlik ovqatlanish pastasiz (makaronli taom) o'tmaydi. AQSH da va barcha ko'pgina mamlakatlarda afg'oncha, kolumbcha, hindcha, chexcha kabi restoranlar ishlab kelmoqda. So'nggi paytlarda vegeterianlarga xos oshxonalar ham paydo bo'la boshladi, yoki yahudiyilar uchun maxsus tayyorlanadigan taomlar restoranlari ham faoliyat ko'rsatib kelmoqda.

Ovqatlanishning turlari bu ertalabki nonushta, yarim pansion, to'liq pansion doimo turistik xizmatlar ko'rsatish tarkibida belgilangan bo'ladi. Yarim pansionda (ikki marta ovqatlanish) ertalabki nonushta va tushlik yoki kechki ovqat nazarda tutilgan bo'ladi. Pansion – bu uch martalik ovqatlanishdir. Qimmatbaho xizmat ko'rsatish variantlarida butun kun davomida va hattoki tunda istalgan vaqtda va istalgan miqdorda ovqatlanish hamda ichimliklar (spirtli ichimliklarni ham qo'shib hisoblaganda) ichish imkoniyati nazarda tutilishi mumkin.

Nonushta masalasida eng yaxshisi shundaki, turist mehmonxonadan tashqariga chiqmasligi kerak, garchi ovqatlanish joylari nazarda tutilmagan, turistlarga esa yaqinroqda joylashgan restoranda ovqatlanish mumkinligi tavsiya qilingan joylashtirish vositalari ham mavjud bo'lsada. Bunday hollarda joylashtirish xizmatining narxi keskin pasayib ketadi.

Ovqatlantirishni tashkil etish turistning sog'ligini ham hisobga olgan bo'lishi kerak. Noto'g'ri ovqatlanish, yomon tayyorlangan ovqat zaharlanishga olib kelishi mumkin. Masalan, 40% gacha turistlar Misr va Hindistonga borganlarida diareyadan aziyat chekadilar. Ayniqsa, ko'chadagi mayda sotuvchilar qo'lidagi suv va ovqat shuningdek, restoranlardagi sifatsiz taomlar xavflidir. Ayrim toifadagi turistlar ruhida diniy belgilar bo'yicha umumiy qabul qilgan cheklanishlar (cho'chqa go'shtini iste'mol qilmaslik, ro'za tutish), vegeterianlarni o'ziga xos talablari, bolalar ovqati talablarini ham hisobga olish kerak. Ovqatlanishga bo'lgan bunday talablarning o'ziga xosligini turistlar tur sotib olayotganlarida ko'rsatishlari kerak.

Restoran xo'jaliklarida chet ellik turistlarini qabul qilish muhim ahamiyatga egadir. Chunki chet ellik turistlarga odatda ovqat yeyishni tashkil qilish alohida zallarda yoki umumiy zalning chegaralangan qismida amalga oshirilib ularga xizmat ko'rsatish juda ham e'tibor va did bilan tayyorlangan joylarda bo'lishi kerak. Turistlarni restoran

hududida ovqatlanish jarayoni restoran binosidagi savdo zallari va qo‘shimcha yordamchi xonalarni tartibga keltirish, stol va stullarni qabul qilingan tartibda qo‘yish, idish-tovoq olish, stollarga dasturxonni yoyish, tushlik stollarini va ofitsiantlarni ishga tayyorlash jarayonlari kiradi. Restoran ishni tashkil qilish uning binosini ichki va tashqi ko‘rinishini go‘zal bo‘lishi va restoran ochilishiga qadar tayyor bo‘lishi kerak.

Shuningdek, turistlarni turli xildagi servislardan foydalanishi uchun imkoniyatni yaratib qo‘yish kerak. Turistlarni qabul qilish va ularga sifatli xizmat ko‘rsatish maqsadida xodimlar restoran korxonasidagi mebellarni joylanishiga ham e‘tibor qaratish kerak, stollarni to‘g‘ri chiziq yoki shaxmat tartibida o‘rnatish, o‘rtalaridan bemalol yura oladigan bo‘lishi, shuningdek, boshqa jihozlarni ham turistlarni xohish irodasi, qaysi yurtdan kelayotganini va hokazolarni hisobga olgan holda ta‘min etish kerak.

Xalqaro turistlarni ovqatlantirish turizm faoliyatida turistlar uchun xizmat ko‘rsatishning muhim qismini tashkil etadi. Shuning uchun ham turistlar uchun xizmat ko‘rsatish turi ikki qismdan iborat: birinchisi - oshxona va boshqa oziq-ovqatlarni sifati va assortimenti, ikkinchisi - oziq-ovqat va xizmatlarni iste‘molchilarga sotishda sifat jarayonini takomillashtirishdir. Sifat va assortiment umumiy ovqatlantirish korxonalarining turiga va uni turli kategoriyalariga qaramasdan barcha uchun bir xil ahamiyatga egadir.

Oziq-ovqat va xizmatlarni turistlarga sotish va iste‘molchilarni talablarini qondirish shartlaridan biri bu o‘z vaqtida mahsulotlarni sotish va barcha talab qilingan xizmatlarni qondirishdan iboratdir. Masalan: korxonada yoki mehmonxonalarda tez xizmat ko‘rsatish hal qiluvchi ahamiyatga ega bo‘lib, bularga buyurtma qilingan taomning stolga berilishi tezligi va mijozning o‘zini-o‘ziga xizmat qilishi kiradi. Restoranlarda esa xizmat qilish sifati mehnat turlari ya‘ni xodimlarni qaysi xizmat bilan shug‘ullanishga bog‘liq bo‘ladi. Bularga ma‘muriy xizmat, ofitsiantlar, garderobdagilar va boshqalar shu xizmat ko‘rsatuvchilar qatoriga kiradi.

Ovqatlanish sohasida bu faoliyatining xizmat ko‘rsatish sifati va ko‘rsatkichlari quyidagilardan iboratdir:

- beriladigan taom, dessertning issiq sovuqligi va taom sifatini yuqori darajada tashkil etish;

- restoranda beriladigan taomlar assortimentining turli-tumanligi, ichimlik va boshqa mahsulotlar turi bo‘yicha mijozlarga mos kelishi;

- ovqatlanish jarayonida xizmat ko'rsatilayotgan shaxsga nisbatan xushmuomalada bo'lish, menyu-kartochkalaridan haridorning o'zi foydalanishi, haridorlar talab-ehtiyojlariga xushyor bo'lib turish lozim. Buyurtmachining buyrug'ini bajarilish tezligi va ovqatlanib bo'lgandan so'ng taom haqqini to'lash usulini qo'llash;

- taom iste'mol qilinadigan vaqtda mijozlarga xizmat ko'rsatish, ofitsiantlarni vino va ichimliklarni ryumka va fuje'larga quyish, ular stoliga xizmat ko'rsatish jarayonida ofitsiantlar barcha qoidalarga rioya qilishi shart;

- zaldagi tozalik va shinamlikni ta'minlash, madaniy inson didiga javob berishi, xizmat ko'rsatiladigan shaxslarga zallarda boshqa sharoitlar yaratishi zarur; shaxsiy gigiyena, tashqi ko'rinish restoran kategoriyalariga javob berishi kerak.

Ovqatlanish sohasida taom va ichimliklarni o'rnatilgan sertifikat-siya va standartlar asosida va belgilangan narxlarda iste'molchilarga yetkazish asosiy talablardan biridir.

8.2. Turizm sohasida ovqatlantirish turlari va tasnifi

Hozirgi iqtisodiy modernizatsiyalash jarayonlari amalga oshirilayotgan bir paytda iqtisodiyotning asosiy qismini xizmat ko'rsatish sohasi korxonalari egallamoqda. Ularning ulushi yalpi ichki mahsulotda, iqtisodiyotda band bo'lganlarning tarkibida, davlat byudjetiga to'lanadigan soliqlarda, yangi ish o'rinlarini yaratish kabi eng muhim masalalarda muttasil oshib bormoqda va kelajakda ham bu jarayonning davom etishi huquqiy-me'yoriy hujjatlar bilan mustahkamlanmoqda.

Prezidentimiz tomonidan 2006-yilda e'lon qilingan, «O'zbekiston Respublikasida 2006–2010-yillarda xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi qarorida belgilangan vazifalarni amalga oshirish xizmat ko'rsatish sohasi, jumladan, umumiy ovqatlanish sohasini, uning faoliyati, turizm sohasidagi o'rni va ahamiyati bo'yicha tadqiqotlar olib borish, soha taraqqiyotining konseptual yo'nalishlarini ishlab chiqishni taqozo etadi. Shuningdek, xizmat ko'rsatish sohasi rivoji xalqimiz farovonligining oshishiga bevosita ta'sir qiladi. Umumiy ovqatlanish korxonalari turli xususiyatlariga ko'ra tavsiflanadi va tasniflanadi. Umumiy ovqatlanish sohasi subyektlarini quyidagi 10 ta belgiga ko'ra tasniflanishi 8.1- jadvalda ko'rsatilgan.

Umumiy ovqatlanish sohasi subyektlarini tasnifiy belgilari va turlari bo'yicha bir-biriga to'g'ri keladigan jihatlarini jadvalda ko'rinib turibdi. Ushbu jadvalni tahlil qilganimizda unda ko'rsatilgan ayrim belgilarni biz yuqorida ko'rib o'tdik. Faoliyat muddatiga ko'ra esa – doimiy va mavsumiy turlarga bo'linadi. Mamlakatimizga tashrif buyuruvchi turistlar mavsumiy davrda kelganliklari uchun biz ularga doimiy shaklda xizmat ko'rsata olmaymiz. Shuning uchun biz faoliyat muddatiga ko'ra yilning ma'lum mavsumlarida, kunning aniq bir ovqatlanish davrida turistlarga xizmat ko'rsatamiz. Bundan ko'rinib turibdiki, turizm faoliyatida ovqatlantirish xizmati aniq bir vaqtni belgilashni talab qiladi.

8.1-jadval

Umumiy ovqatlanish sohasi subyektlarining tasniflanishi¹¹

№	Tasnifiy belgilari	Tasniflanishi
1.	Maqomiga ko'ra	-jismoniy shaxs maqomiga ega yakka tartibda faoliyat yurituvchi subyektlar; -huquqiy shaxs maqomiga ega subyektlar (korxonalar va tashkilotlar).
2.	Mulk shakliga ko'ra	-shaxsiy yoki xususiy mulkka asoslangan korxonalar; - jamoat mulkiga asoslangan korxonalar; - davlat mulkiga asoslangan korxonalar; - aralash mulkka asoslangan korxonalar; -xorijiy davlatlar va fuqarolar mulkiga asoslangan korxonalar.
3.	Joylashuviga ko'ra	- shaharlarda; - qishloqlarda; - mehmonxonalar qoshida; - mahalla markazlarida; - ta'lim muassasalari qoshida, vagonlarda; - dam olish va sog'lomlashtirish oromgohlarida; - ishlab chiqarish korxonalarida; - turli xildagi klublarda; - bozorlar qoshida; - avtotrassa bo'ylarida; - aeroportlarda; - portlarda;

¹¹Шарипов Т. С. Umumiy ovqatlanish korxonalarini samaradorligini oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish (Samarqand viloyati misolida) va f.n. ilmiy darajasini olish uchun dissertatsiya. - S.: SamIISI, 2010.

		- kemalarda; - boshqa ruxsat etilgan joylarda.
4.	Xizmat shakliga ko'ra	- o'z-o'ziga xizmat ko'rsatuvchi shved stoli usulida; - ofitsantlar xizmatidan foydalanuvchi; - aralash; - mahsulotlarni yetkazib beruvchi (uyga, dam olish joylariga, ish joylariga); - ko'chma xizmatni amalga oshiruvchi.
5.	Xizmat darajasiga ko'ra	- lyuks; - oliy; - birinchi; - ikkinchi; - uchinchi daraja.
6.	Tashkiliy tuzilishiga ko'ra	- tizimli; - mustaqil.
7.	Ixtisoslashuviga ko'ra	- ixtisoslashmagan; - ixtisoslashgan (mahsulotlar assortimenti bo'yicha, ma'lum millatlar taomlari bo'yicha, milliy taomlar bo'yicha, iste'molchilar guruhlariga bo'yicha, xizmatlar bo'yicha).
8.	Faoliyat muddatiga ko'ra	-doimiy (yil davomida, butun sutka davomida); -mavsumiy (yilning ma'lum mavsumlarida, kunning aniq bir ovqatlanish davrida).
9.	Tashkiliy shakliga ko'ra	- restoran; - kafe; -bar; -oshxona; - choyxona; - bazmgoh – to'yxona; - tamaddixona va boshqalar.
10.	Joylashuvi va harakatiga ko'ra	- stasionar (muqim bir joyda turuvchi); -harakatdagi (avtooshxona, vagon-restoran, kupe-bufet, avto-bufet va boshqalar).

Umumiy ovqatlanish korxonasi - ma'lum turdagi korxonalar xizmatlarining o'ziga xos belgilarining mavjudligi, mijozlarga ko'rsatilgan xizmat sifatining darajasi va sharoiti bilan ifodalanadi. Umumiy ovqatlanish korxonalarining beshta turi mavjud: restoran, bar, kafe, oshxona, tamaddixona (yahna ovqatlar). Korxonaning turini belgilashda quyidagilarga e'tibor beriladi:

- realizatsiya qilinadigan mahsulotlar assortimenti, ularni tayyorlashdagi turli-tumanlik va murakkablik;
- texnik jihozlanish- moddiy baza, injener-texnik jihoz va uskunalardan bilan ta'minlanishi, bino tizimi, arxitektura-rejalar va h.k.;
- xizmat qilish usullari;
- xodimlarning malakalari;
- xizmat ko'rsatish sifati, binoning ichki bezagi, ahloq-odob, muomala, estetika va h.k.

Restoran va barlarga korxonalar toifalari sifatida lyuks, oliy va birinchi toifali, degan nomlar beriladi. Kafe, oshxona, tamaddixonalar toifalarga bo'linmaydi.

Lyuks toifa. Umumiy ovqatlanish korxonalarining lyuks toifasiga restoran va barlar kiradi, bular boshqa toifalardan quyidagi belgilari bilan farq qiladi: binolar noyob harakterdagi hajm rejaga ega bo'lishi, mijozlar uchun zalla darajada ko'ngildagidek qilib yasatilishi shart. Bu talab an'anaviy arxitekturadagi restoran va barlarga, shuningdek, tematik restoran va barlarga ham tegishlidir. Hozirgi zamon injenerlik jihozlarning mavjudligi, turli musiqa dasturlaridan keng foydalanish, maxsus mebel, alohida idish-ovoqlarda taom buyurish, yoritish vositalari arxitektura-badiiy bezakni takomillashtiradi, xizmatning umumiy didli manzarasini namoyish qiladi. Bundan tashqari restoran mahsulotlari, buyurtma va firma ichimliklarining keng assortimenti taklif qilinadi.

Oliy toifa. Ularning ham noyob binolari, bino ichki bezaklari, chiroyli jihozlari, noyob assortiment, ko'ngildagidek buyurtma va firma taomlari va mahsulotlari shuningdek, murakkab usulda tayyorlangan har xil darajadagi ichimliklar bo'ladi.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2003- yil 13-fevraldagi 75-sonli qarori bilan tasdiqlangan «O'zbekiston Respublikasida umumiy ovqatlanish mahsulotlarini (xizmatlarini) ishlab chiqarish va sotish qoidalari»da umumiy ovqatlanish korxonalarini quyidagi turlarga bo'linadi va ularga quyidagicha tavsif beriladi¹².

Restoran - o'z nomiga ega bo'lgan, iste'molchilarga murakkab usulda tayyorlanadigan yuqori sifatli taomlar, kulinariya mahsulotlarining keng assortimentini hamda ichimliklarni taqdim etadigan eng qulay umumiy ovqatlanish korxonasi. Restoran taomnomasiga majburiy

¹² O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2003 yil 13 fevraldagi 75-sonli qarori bilan tasdiqlangan «O'zbekiston Respublikasida umumiy ovqatlanish mahsulotlarini (xizmatlarini) ishlab chiqarish va sotish qoidalari»

tartibda porsiyali va firma ovqatlari kiritiladi. Xizmat ko'rsatish dam olish, ovqatlar pishirish va xizmat ko'rsatish bilan uyg'unlashtirilgan holda yuqori malakali oshpazlar va ofitsiantlar tomonidan amalga oshiriladi.

Xorijiy turistlarga xizmat qiladigan restoran ofitsiantlari birorta chet tilini bilishi va mehmonlar bilan gaplasha olishi lozim. Restoranlar ayrim mijozlargagina xizmat qilish bilan cheklanmaydi. Davlat miqiyosidagi katta anjumanlar, majlislar, konferensiya, seminar, rasmiy kechalar, qabul marosimlari, to'ylar, oila tantanalari, banket, tematik kechalar va boshqalarga xizmat qiladi. Restoranlarda mijozlarga, kattayig'inlar, kengashlar, konferensiya qatnashchilariga taomning to'la ratsioni beriladi. Restoranlar markaziy, odamlar gavjum ko'chalarda, temir yo'l, avtomobil vokzallarida, aeroportlar, kemalar to'xtash joylarida, teploxod, dengiz kemalarida, suzuvchi dam olish uylarida, shuningdek, stadion, shaharlararo xududlarda, ma'muriy, tomosha maskanlari majmualarida, tarixiy va arxitektura yodgorliklari joylashgan yerlarda, O'zbekiston sharoitida katta bozorlar, o'yingohlar yaqinida ochiladi. Ko'pgina restoranlarda bayram kuni oldidan, shanba va yakshanba kunlari milliy taomlar ta'mini aniqlash (degustatsiya) tadbiri o'tkaziladi. Ba'zi restoranlar faoliyatida oilaviy ovqatlanish tajribasi amalga oshirilmoqda. Xizmatning bu turida maxsus taomnoma tuziladi, bunda yosh bolalar hisobga olinadi.

Lyuks toifadagi restoranda buyurtma va firma taomlaridan tashqari, taomnomada yozilmagan taomlarning buyurtmasini ham qabul qilish mumkin. Restoranda mahsulotlar assortimentida shokolad, konfetlar, xo'l mevalar va boshqalar bo'lishi kerak. Lyuks va oliy toifadagi restoran vitrinalari turli manzarali badiiy materiallar, optik yoritkichlar, rangli diapozitivlar, fotosuratlar bilan bezatiladi. Vitrinalar shunday yasatiladiki, unda korxonaning faoliyati yaqqol ko'rinadi, oshxonaning o'ziga xos xususiyati, mijozlarga ko'rsatiladigan xizmat majmui aks etadi. Oshxonalarda foydalaniladigan matodan qilingan buyumlar -sochiqlar, dasturxon, salftkalar, qo'l sochiqlari zal xususiyatiga qarab buyurtma bilan tayyorlanadi. Bu buyumlarning har birida ham restoran tamg'asi bo'lishi shart. Lyuks va oliy toifadagi restoran taomnomasi bosmaxonada chop etilishi zarur. Bu restoranlarda xorijiy mehmonlarga xizmat qilinadigan bo'lsa, taomnoma uch tilda: ingliz, fransuz, neinis tillarida bosiladi. Taomnomaning firmali jildi, reklama afishalari, bukletlar, varaqalar, tabrik va taklif qog'ozlar va boshqa nashr reklamalari zich, qalin qog'ozlar yoki yaltiroq ishlov

berilgan kartondan tayyorlanadi. Taomnomaning jildida restoran nomi va tamg'asidan tashqari, restoranning mavzu yo'nalishini ifodalovchi rasm ham bo'ladi.

Lyuks toifadagi restoranlarda albatta quyidagi qo'shimcha xizmatlar bo'lishi shart: bayram taomlari tayyorlash va xizmat uyushtirish, uyga ovqat olib borib berish, taom va boshqalarga buyurtmalar qabul qilish, ma'lum muddatga joyni band qilib qo'yish, mijoz iltimosiga ko'ra taksi chaqirib berish, gul va sovg'alar sotish. Bundan tashqari, lyuks va oliy toifadagi restoranlarda orkestr chiqishiga mo'ljallangan joy bo'ladi. Ansambllar, teatr guruhlarini konsert dasturlari bilan mijozlarning yaxshi dam olishiga sharoit yaratiladi. Lyuks toifali restoranlarda yuqori sifatli stereofonik radioapparaturadan foydalaniladi, har bir stolda ovozni bir me'yorda tartibga soluvchi dinamiklar bo'ladi. Restoranlar bir-birlaridan quyidagilar bilan farqlanadi:

-tayyorlab beriladigan taomlar assortimenti bo'yicha (milliy taomlar, xorijiy mamlakat taomlari);

- o'rnatilgan joyi -shaharda, vokzallarda, mehmonxonada, dam olish zonasi, vagon-restoran va boshqalar.

Restoran zallarida mijozlar uchun qulayliklar yaratish maqsadida arxitektura-konstruktiv manzarali elementlar, mebel va boshqa jihozlar o'rnatish uchun maydonlar barpo etiladi. Restoranlarda mebellarning asosiy turlari: ikki, to'rt, olti kishi sig'adigan stollar (to'g'ri burchakli, kvadrat, dumaloq va boshqa shaklda); restoran kreslolari, divanlar, ofitsiantlar uchun servantlar, guldonlar, xizmat uchun stollar va hokazo. Shahar restoranlari shahar ichida joylashgan bo'ladi, belgilangan ma'lum soatlardagina ishlaydi. Ular taom, gazaklar, ichimliklarning keng assortimentini tavsiya etadi, asosan tushki va kechki ovqatlar tayyorlaydi. Vokzal restoranlari - temir yo'l, aerovokzallarda joylashgan bo'ladi va yo'lovchilarga kecha-yu kunduz xizmat qiladi. Bu restoranlar taomnomasida taomlar, gazak va ichimliklar cheklangan bo'ladi.

Mehmonxona majmualariga tegishli mehmonxonona tarmog'i tarkibiga ikkita restoran – serhasham firma taomi bo'lgan va kichik, taom va ichimliklari bahosi yuqori darajada bo'lmagan restoranlar kiradi. Kema restoranlari turistlar va yo'lovchilarga xizmat qilishga mo'ljallangan. Bu restoranlarda nonushta, tushlik, kechki ovqat tayyorlanadi, ovqat, qandolat mahsulotlari, sovutilgan ichimliklar, yo'l anjomlari sotiladi. Yo'lovchilarga xizmat qilish ofitsiantlar tomonidan amalga oshiriladi. Vagon-restoranlar uzoq masofalarga qatnovchi temir yo'l po'ezdlarida bo'ladi. Odatda bunday restoranlar bir kecha-

kunduzdan ortiqroq safarga boruvchi yo'lovchilar uchun xizmat qiladi. Avtosayyohlar uchun restoran-katta yo'l chorrahalarida, yirik avtostansiyalarda joylashadi, sayyohlar bu yerlarda ovqatlanadi, hordiq chiqaradi.

Bar- kichkina restoran, ilgari mayxona deb ham ataganlar. Keng assortimentda har xil ichimliklar sotiladi. Shuning bilan birga barda taomlar, gazaklar, qandolat mahsulotlari ham bo'lishi mumkin. Barlarning vazifasi- bu yerga keluvchilarga yaxshi xizmat ko'rsatish, shinam jihozlangan, chiroyli joyda ko'ngildagidek dam olish sharoitini yaratish, musiqa, stereofonik ovoz chiqaradigan apparat, sanoatkorlar chiqishi, televizor, videoshittirishlarni tashkil qilishdan iborat. Hattoki bardao'yin avtomatlari va 50 dan ko'p kishiga mo'ljallangan raqsga tushish maydonchalari ham bo'lishi mumkin. Sotiladigan ichimliklar va mahsulotlar turlariga ko'ra barlar quyidagi turlarga bo'linadi: pivo barlari, vino, sut-qatiq, kokteyl-xoll, kokteyl-barlar. Kokteyl-xoll kokteyl-bardan zalining kattaligi, jihozlanishining turli-tumanligi bilan ajraladi. Barlar odatda ma'muriy-madaniy va savdo markazlarida, mikrorayonlarda, restoran, kafe, mehmonxonalar qoshida ochiladi. Binolarning tuzilishiga ko'ra barlar quyidagicha joylashadi:

- vestibyullarda - bu yerda kishilar uchrashadilar, suhbat qiladilar;
- restoran barlari - bino ichida, zalda joylashadi;
- yordamchi barlar- mehmonxonaga qavatlarida joylashadi.
- banket barlari - banket zallarida joylashadi.
- mini-barlar-mehmonxonaning mehmonlar uchun mo'ljallangan xonalarida joylashadi.

Salat-barlar -maxsus peshtaxta bilan jihozlangan, ochiq sovutgich vitrinasiga ega. Maxsus idishlarda tayyorlangan har xil salatlar: ko'k salat, bodring, rediska, pomidor, tuxum, kartoshka, sabzi, qizilcha, ukrop, piyoz, petrushka, karam, shuningdek, go'sht, baliq, kolbasa, pishloq va boshqalar qo'yiladi. Alohida idishlarda: yog', sirka, gorchitsa, krem, qaymoq, mayonez, shakar, tuz, garmdori beriladi. O'z didi va ishtahasiga qarab har bir xo'randa tegishli mahsulotlardan idishlariga solib oladi. Bu barlar «shved stoli» ning bir ko'rinishidir. Ho'l meva barlari-umumiy ovqatlanish korxonalarining yangi bir turi. Ijtimoiy vazifalarni hal qilishga qaratilgan, alkohol ichimliklar iste'molini kamaytirish nazarda tutilgan tadbir sifatida paydo bo'ldi. Bu xildagi barlar o'ziga xos usulda binolarda joylashgan, oddiygina jihozlangan: peshtaxtalar qo'yilgan, vitrinalarda 15 xilgacha sharbatli

ichimliklar, sut kokteyllari, elektrokofeyniklar, samovarlar mavjud. Mijozlar sharbatlardan tashqari, choy, kofe idishlari, restoranning qandolat sexidan keltirilgan qandolat mahsulotlaridan bahramand bo'lishlari mumkin. Sut mahsulotlari barlari -o'z mahsulot assortimenti bilan boshqalardan farqlanadi. Sut va sariyog' kokteyllaridan tashqari barning kundalik taomnomasida buterbrodlar, pishloq, kolbasa, bir necha xil sutli taomlar, quymoqlar, qaymoqli, tvorogli somsalar, unqandolat mahsulotlari, shirin taom va ichimliklar bo'ladi. Ovqat tayyorlashda mijozlarning o'zlari qatnashadigan barlar keng ommalashib bormoqda. Sut mahsulotlari barlari firma sut mahsulotlari magazinlari qoshidagi yirik savdo markazlarida barpo etiladi. Ularning asosiy maqsadi mijozlar taomni tatib ko'rishi bilan mazasiga tushunadi va bar mashhur bo'la boradi.

Disko-barlar - kunduz kunlari kafe sifatida ish olib boradi, kechqurun esa bar xizmatini o'taydi. Bu yerlarda doimo diskoteka uyushtiriladi. Disko-barlar alohida binolarda yoki mehmonxonalarining yarim yerto'alarida faoliyat ko'rsatadi. Disko-bar zallari zamon talabiga javob beradigan darajada badiiy bezatilishi kerak. Raqs maydoni rangli parket bilan qoplanishi, umumiy ko'rinishga mos yorug'lik berilishi shart. Disko-barlarda slaydlar ko'rsatish uchun katta ekran o'rnatiladi, quvvati kuchli musiqa apparati, yorug'likni har xil qilib ko'rsatish uchun asboblarni shuningdek televizorlar, videomagnitofonlar joylashtiriladi. Musiqiy dasturni disko-bar xodimi boshqarib boradi. Bu barlarda orkestrlar, ashulachi, aktyorlar ishtirokida yoshlarning dam olish kechalari o'tkaziladi. Tavsiya etiladigan mahsulotlar assortimenti turlichadir: odatda, yengil, sovutilgan, aralash ichimliklar, gazaklar, buterbrod, issiqtaomlar bo'lishi ham mumkin. Qandolat-shirinliklar va muzqaymoqning turli xillari tavsiya qilinadi.

Ekspress-barlar (bir zumda xizmat qilish)-savdo markazlarida, mehmonxona va vokzallarda faoliyat ko'rsatadi. Mahsulotlar assortimenti bar vazifasiga mos tushishi kerak: buterbrodlar, parchalangan, qiymalangan go'shtlar non betiga qo'yilgan taomlar, har xil qandolat va sut mahsulotlari. Tikka turib ovqatlanib ketadigan barlarda taom assortimenti cheklangan bo'ladi. Bular-bifshtekslar, langetlar, parranda go'shtidan tayyorlangan ovqatlar, chanqovbosdi ichimliklar, sharbat, kokteyl, kofe.

Pivo barlari-maxsus joylarda pivo quyib sotiladi yoki shishalarda beriladi. Quyib sotiladigan pivolar maxsus idishlardan yoki ishlab chiqargan zavod avtotsisternasidan bevosita avtomatlar orqali quyib

sotilishi mumkin. Savdoda mevali va mineral suvlar bo'lishi tavsiya qilinadi. Hisob-kitob ofitsiantlar cheki orqali, o'z-o'ziga xizmat qilish joylarida bufetchi yoki sotuvchiga to'lanadi. Pivo barlari pivo sotish bilan birga issiq va sovuq gazaklar ham sotadi. Bular jumlasiga: buterbrod, pivoga mos keladigan pishloqlar, har xil tuzlangan narsalar, quritilgan baliq, qalamcha qilib qovurilgan kartoshka, quritilgan qora non, sho'r danak, sho'r bodom va boshqalar kiradi.

Vino barlari - mehmonxonalar, restoran, kafelar qoshida faoliyat ko'rsatadi. Yengil ovqatlanish ham mumkin, vaqti cheklangan, shoshilgan odamlar tez tamaddi qilib ketishi uchun juda qulay. Bunday barlar yirik restoranlar ichida joylashgan bo'lsa, do'stlar bilan uchrashish, mehmonlar kutish, suhbatlar qilish mumkin bo'ladi. Xotirjamlik bilan bir piyola choy yoki kofe ichib ketish mumkin.

Gril-barlar - savdo markazlarida, shahar mavzellarida, dam olish zonalarida, odamlar gavjum magistrallarda, restoranlarda joylashgan bo'ladi. Gril-barda xo'randa tanqis, noyob ovqatlarni olishi mumkin. Bu yerdagi taom assortimenti xo'randaning tezlik bilan ovqatlanishiga imkon beradi. Bu barlarda eng ko'p tarqalgan ovqatlardan qovurilgan baliq, jo'ja, kabob, bifshteks bo'ladi. Gril-barlarda taom xo'randaning ko'z oldida tayyorlanadi. Gril-barlarda bar peshtaxtalari ro'parasida stolchalar yoki uzun kursilar qo'yiladi. Peshtaxtaning ichki tomonida sotuvchi xizmat qiladi.

Kafe (qahvaxona) - iste'molchilar ovqatlanishi va dam olishini ta'minlaydi. Restoran mahsulotlariga qaraganda bularning assortimenti kam. Kafe firma va buyurtma taomlar tayyorlash, mijozlarga yetkazib berishdek vazifani bajaradi. Bularning assortimenti cheklangan va taom tayyorlashi murakkab emas. Kafeda issiqchoy, kofe, kakao, muzday sharbatlar, mineral suvlar, qatiq-sut, qandolat va shirin taomlar mavjud. Ikkinchi taom sifatida tayyorlanishi oson bo'lgan -qovurilgan tuxum, sosiska, sardelka, quymoqlar, birinchisiga sho'rva berilishi mumkin. Alkogolsiz kafeda ichimliklar assortimentidan vino-arog mahsulotlari olib tashlanadi, alkogolsiz ichimliklar va qandolat mahsulotlari sotish ko'paytiriladi. Bu kafelarda diskoteka bor. To'ylar, yubileylar, oilaviy tushliklar, yangi taom va mahsulotlar ko'rgazmasi o'tkaziladi.

Muzqaymoq kafesi - hordiq chiqarish uchun eng gavjum joy. Hamma oilalar ham restoran yoki barga boravermaydi, chunki u joylar yoshi jihatidan katta toifadagilarga mo'ljallangan, narx-navosi ham yuqori. Muzqaymoq kafelari esa hammabop, butun oila a'zolari bilan

kelib muzqaymoq iste'mol qilish va dam olish mumkin. Muzqaymoq tayyorlash jarayoni ham o'ziga xos. Muzqaymoq kafesi uchun uncha katta maydon talab qilinmaydi. Muzqaymoq kafelari savdo zalida: past haroratli vitrinada muzqaymoq assortimenti namunalari qo'yiladi. Mebel bo'ladi, choy va kofe qaynatadigan anjomlar yordamida mijozlarga issiq choy, kofe tayyorlanadi. Bundan tashqari, muzqaymoq kafesida har xil pishiriqlar, qandolat mahsulotlarini ham harid qilish mumkin.

Kafeteriyalar-yirik oziq-ovqat yoki nooziq-ovqat magazinlarida tashkil qilinadi. Kafeteriyalarda issiq ichimliklar, sut-qatiq mahsulotlari, buterbrodlar, qandolat mahsulotlari va boshqalar tayyorlanishi va sotilishi mumkin, tayyor uncha qiyin bo'lmagan mahsulotlar bo'ladi. Alkogol ichimliklar sotish taqiqlanadi. Hisob-kitobni bufetchining o'zi bajaradi.

Oshxona -Umumiy ovqatlanish korxonalari orasida oshxonalar eng keng tarqalgan umumiy ovqatlanish joyi hisoblanadi. Asosiy faoliyati - o'z mahsulotidan aholi uchun taomlar tayyorlash, ularning mijozlar talablarini qondirish, nonushta, tushlik, kechki ovqatlar yoki ularning bir qismi tayyorlanadi. Oshxonalar joylashgan joyiga va xizmat ko'rsatiladigan mijozlariga ko'ra umumiy ravishda foydalaniladigan sanoat korxonalari, muassasalar, qurilishlar, o'quv yurtlari va shu kabilar huzuridagi oshxonalarga bo'linadi. Ishlab chiqarish korxonalari, o'quv yurtlari va muassasalar huzuridagi oshxonalarda asosan hafta kunlari bo'yicha turli xil majmua tushliklar, nonushtalar va kechki ovqatlar tashkil etiladi. Oshxonalardan uyga ham ovqat beriladi, oldindan buyurtmalar qabul qilinadi, shuningdek, ovqat mahsulotlari, chala tayyor mahsulotlar sotiladi. Ularda o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish va stollarga majmua ovqatlarni oldindan qo'yish usullari qo'llaniladi. Oshxonalar bir-birlaridan farqlanadi:

- mahsulotlari assortimenti bo'yicha: umumiy va parhez taomlar oshxonalari;

- xizmat ko'rsatiladigan mijozlar: maktab bolalari, talabalar va shunga o'xshashlar;

- manzili bo'yicha: hamma uchun, o'quv va korxonalar, muassasa xodimlari uchun. Iste'molchilar tarkibi bo'yicha - yoshlar kafesi, bolalar kafesi va h.k.

Tamaddixonalar assortimenti cheklangan bo'lib, sovuq va issiq taomlar, hammabop va tez tayyorlanadigan taomlar: sosiska, sardelkalar, chuchvara, qovurilgan tuxum taklif kilinadi. Tamaddixonalarda xohlagan ovqat tanlanadi, ko'p hollarda tik turib tamaddi qilinadi. Taom

tanlangach, hisob-kitob birdaniga amalga oshiriladi. Bu ish avtomatkassalar orqali ham bo'lishi mumkin. Tamaddixonalarda spirtli ichimliklar sotish taqiqlanadi.

Bufet-bu iste'molchilarga cheklangan turdagi qaynoq va salqin ichimliklar, sovuq taomlar, non-bulka va qandolatchilik mahsulotlari shuningdek, oson tayyorlanadigan issiq va shirin taomlar bilan tezkor xizmat ko'rsatishga mo'ljallangan korxonadir. Unda o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish yoki ofitsiantlar tomonidan xizmat ko'rsatish mumkin. Hisob-kitob bufetchi yoki savdo avtomati orqali bajariladi. Bufetlar quyidagi joylarda faoliyat ko'rsatadi: mehmonxonalarda, maktablarda, tomosha maskanlarida, sport maydonlari atrofida, vokzallarda, daryo, dengiz kemalarida, ishlab chiqarish va transport korxonalarida, kurilish va boshqa muassasalarda. Odatda bufetlar mahsulotlarni o'zlariga qarashli umumiy ovqatlanish korxonalaridan oladi. Bundan tashkari ommaviy o'yin-tomosha joylaridagi bufetlarda oliy sifatli qandolatlar, konfetlar, meva va ma'danli suvlar, ho'l mevalar bo'lishi kerak. Spirtli ichimliklar bilan savdo qilish mumkin emas. Maktab va bilim yurtlari qoshidagi bufetlar kuni uzaytirilgan maktablarda qoluvchi o'quvchilar va maktab xodimlari uchun nonushta va tushliklar beradi. Umumta'lim maktablarida maktab qurilish loyihasida belgilangan tartibda bufetlar joylashtiriladi.

Baxt uylari qoshidagi bufetlarda meva-chevalar, shokolad, konfetlar shuningdek, gullar va sovg'a buyumlari bo'ladi. Nikohdan o'tuvchilarning xohishiga qarab, oldindan dasturxon tuzatilishi va ofitsiantlar xizmat qilishi mumkin.

Choyxonalarda choy va undan tayyorlangan pishiriqlar, qandolat mahsulotlari, go'shtli ovqatlar, baliq, tuxum, mol go'shti, qovurilgan tuxum, kolbasa va boshqalar sotiladi. Bu yerda asosan o'z-o'ziga xizmat qilish amalga oshiriladi. Bu choyxonalar Markaziy Osiyo davlatlarida umumiy ovqatlantirish tizimining asoslarini tashkil qiladi. Mustaqillik tufayli O'zbekistonda choyxonalar keng imkoniyatlar berildi. O'tgan yillar ichida shunday choyxonalar bunyod etildiki, ular faqat choy ichish joyigina emas, ajoyib hordiq chiqarish, ko'ngil ochish, do'stlarning suhbatlashish makoniga aylandi. Bu yerda mijozlarning o'zlari xohlagan ovqatlarini tayyorlashlari, ayniqsa, choyxona palovi juda mashhur. Choyxonalar madaniy dam olish maskaniga aylandi.

Tayanch so'z va iboralar: Umumiy ovqatlanish korxonalari turlari, umumiy ovqatlanish korxonalari tasnifi, xizmat turlari, xizmat ko'rsatish, pazandachilik, stol servirovkasi.

Mustaqil ishlash uchun savollar:

1. Turizmda ovqatlantirish xizmatining maqsad va vazifalari nimalardan iborat?
2. Umumiy ovqatlanish sohasining iqtisodiyotda tutgan o'rnini va ahamiyati qanday?
3. Umumiy ovqatlanish korxonalarining asosiy turlarini sanab bering.
4. Restoran va lyuks toifali restoranlardagi ko'rsatiladigan xizmatlarning farqlanishini tushuntiring.

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar:

1. Ertalabki nonushta va kechki ovqat uchun stol servirovkalarini tayyorlab keling va uning taqdimotini o'tkazing.

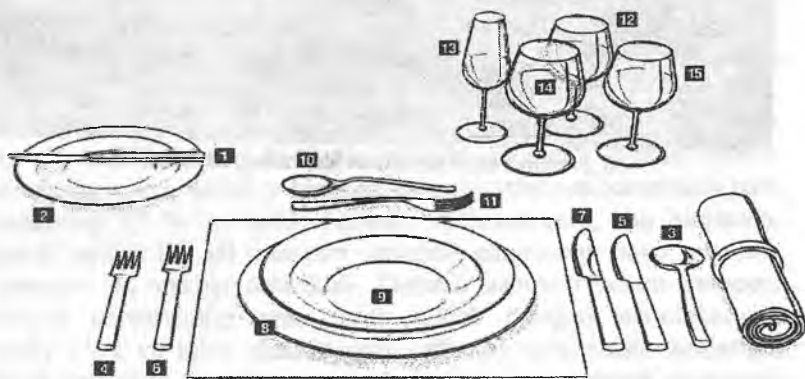
Test savollari:

1. Restoranlar bir-biridan nimasi bilan farqlanadi?
 - a) joylashgan joyi va taomlar assortimenti bilan
 - b) mijozlar ko'pligi bilan
 - d) ichimliklar turi bilan
 - e) xizmat turlari bilan
2. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «O'zbekiston Respublikasida umumiy ovqatlanish mahsulotlarini (xizmatlarini) ishlab chiqarish va sotish qoidalari to'g'risida»gi Qarori qachon qabul qilingan?
 - a) 2003- yil 13- fevral
 - b) 2003- yil 17- mart
 - d) 2007- yil 2-avgust
 - e) 2005- yil 16- oktabr
3. Oshxonalar bir-birlaridan qanday farqlanadi?
 - a) xizmat ko'rsatiladigan mijozlari bilan
 - b) menyusi bilan
 - d) ichimliklar turi bilan
 - e) xizmat turlari bilan
4. BTT mavjud barcha xizmatlarning necha turini e'tirof etadi?
 - a) 160 turini

- b) 12 turini
- d) 120 turini
- e) 200 turini

5. Silver service xizmat turi bo'yicha bitta ofitsiantga nechta mehmon to'g'ri keladi?

- a) 10 ta mehmon
- b) 8 ta mehmon
- d) 5 ta mehmon
- e) 3 ta mehmon



8.1-rasm. Stol servirovkasining ko'rinishi

1.Yog' uchun pichoq; 2. Non va yog' uchun tarelka; 3.Qoshiq (1 taom uchun); 4.Dengiz mahsulotlari uchun sanchqi (sovuq yaxna); 5.Dengiz mahsulotlari uchun pichoq; 6.Go'sht va salat uchun sanchqi (asosiy taom); 7.Oshxona pichog'i; 8.Dekarativ tarelka; 9.Sup uchun tarelka; 10. Dissert pichog'i; 11.Dissert sanchqisi; 12.Suv uchun stakan; 13. Shanpan vinosi uchun bakal; 14. Qizil vino uchun bakal; 15.Oq vino uchun bakal.

9-mavzu. TURIZM SOHASIDA TRANSPORT XIZMATLARI

Reja:

9.1. Turizm sohasida transport xizmatlari

9.2. Turizm sohasida transport vositalari

9.3. Turizm sohasida transport xizmatlari turlari va qulaylik darajalari

9.1. Turizm sohasida transport xizmatlari

Turizm industriyasi ishlab chiqadigan turistik mahsulot, xizmatlar va tovarlarning tarkibi ancha katta va rang-barang majmuani o'z ichiga qamrab oladi. Bu mahsulotdan kishilar sayohat qilishda, shuningdek, turizm doirasida dam olish, xordiq chiqarish, davolanish, o'z bilim va kasbiy darajasini oshirishda foydalanishlari mumkin. Bunda turistik mahsulotning asosiy tarkibiy qismiga kiruvchi transport xizmatlari jami xizmatlarning 27 % ini tashkil qiladi. Yo'lovchilarni, shu jumladan, turistlarni tashish har xil transport turlarida, chunonchi: havo, yer usti, suv transportida amalga oshiriladi. Turistik tashuvlar uchun transport turlarining ommaviyligi yoki talab etilish darajasi mamlakatning jo'g'rofiy o'rni va iqlim sharoitlariga, iqtisodiy rivojlanish darajasiga, milliy an'analariga, odamlarning ijtimoiy holati va turmush darajasiga hamda boshqa omillarga bog'liq bo'ladi.

«O'zbekiston havo yo'llari» - xalq xo'jaligi va aholini aviatsiya xizmati (yuk, yo'lovchi tashuvlari, maxsus aviatahshishlar) bilan ta'minlovchi O'zbekiston Respublikasi Milliy aviakompaniyasidir. Aviakompaniya 1992-yil 28-yanvarda O'zbekiston Respublikasi Prezidenti farmoniga binoan tashkil etilgan. Ana shu vaqtdan boshlab samolyot parkini zamonaviylashtirish, yangi aeroportlar qurish, havodagi harakatni boshqarish tizimini tubdan o'zgartirish, aerodromlarni yangi zamonaviy texnika bilan ta'minlash, yuqori malakali mutaxassislarni tayyorlovchi baza hamda boshqaruv tizimini takomillashtirishga yo'naltirilgan respublika Fuqaro aviatsiyasini rivojlantirish davlat dasturi amalga kirdi. O'tkazilgan islohotlar O'zbekiston aviatsiya transportining xalqaro, iqtisodiy, diplomatik va madaniy aloqalarini rivojlantirishda yetakchi sohalardan biriga aylanishiga omil yaratdi. Shuningdek, Respublika aeroportlarida sifat menejmenti tizimi joriy etilib, sertifikatlar bilan tasdiqlangan.

«O‘zbekiston havo yo‘llari» Milliy aviakompaniyasi xalqaro aviatashuvlar bozorida o‘zining munosib o‘rniga ega. U o‘z faoliyati davomida bir necha marotaba nufuzli mukofotlar: faol ishlari uchun «Yevromarket – 2000» sovrini, Xalqaro aviatsiya xavfsizligi jamg‘armasi diplomi, Xalqaro aeroportlar birlashmasi mukofotlariga sazovar bo‘ldi. Aviakompaniya Amerika, Yevropa, Yaqin va O‘rta Sharq davlatlari, Janubi-Sharqiy va Markaziy Osiyo hamda MDHning 40 ortiq shaharlariga muntazam qatnovlarni amalga oshiradi. Hozirgi kunda O‘zbekistonda 11 ta xalqaro aeroport faoliyat yuritmoqda, jumladan, Toshkent, Samarqand, Buxoro, Urgan aeroportlari va boshqalar.

«TOSHKENT» xalqaro aeroporti. Poytaxtning «Toshkent»¹³ aeroporti so‘zsiz yetakchi aeroportdir. Yaqin chet el mamlakatlari aeroportlariga qaraganda, geografik jihatdan juda qulay, yani MDH davlatlaridan Janubi-Sharqiy Osiyo, Yevropa va Amerikaga havo trassalarining kesishgan nuqtasida joylashgan. «Toshkent» xalqaro aeroporti dunyoning barcha katta shaharlari bilan havo yo‘llari orqali bog‘langan. U IKAOning ikkinchi kategoryasiga ega bo‘lib, turli rusumdagi samolyotlarni qabul qiladi. Aeroport soatiga 1000 nafar yo‘lovchini qabul qilish va xizmat ko‘rsatish imkoniyatiga ega. Har yil uning xizmatidan 2 milliondan ortiq yo‘lovchi foydalanadi. Bundan tashqari, aerovokzalda tranzit yo‘lovchilar uchun alohida terminal va xizmat ko‘rsatish shahobchalari ham mavjud. Shahar transportining qulay yo‘nalishlari ham yo‘lovchilarni poytaxtning istalgan joyiga olib boradi. Aerovokzal binosida O‘zbekiston aholisi va mehmonlari uchun:

- barcha qulayliklarga ega keng va yorug‘ kutish zallari;
- tunu-kun ishlaydigan pasport, bojxona, chegara xizmatlari;
- ma‘lumotlar xizmati;
- bagaj jo‘natishning yangi konveyr tizimi;
- xalqaro telefon aloqasi;
- bilet sotish va bronlashtirish kassalari;
- Duty-Free savdo shahobchasi;
- restoran, bar, «bir zumda» ovqatlanish punktlari;
- valyuta almashtirish shahobchalari;
- VIP zali (yuqori martabali kishilarga xizmat ko‘rsatish);

¹³Маматкулов Х.М. «Туризм инфратузилмаси» Ўқув қўлланма. –Т.: «Ўзбекистон файлафуслар жамияти» нашриёти. 2011.

- CIP zali (yuqori qulayliklarga ega) joylashgan.

Mahalliy yo'nalishlar terminali binosi ham barcha qulayliklarga ega. Bu yerdan siz respublikamiz shaharlari bo'lmish Samarqand, Buxoro, Xiva hamda boshqa viloyat markazlariga borishingiz mumkin. Mamlakatimizning bosh aeroporti dunyoning 30dan ortiq aviakompaniyalariga xizmat ko'rsatayapti. Bu yerda har kuni o'nlab bortlar yonilg'i bilan ta'minlanadi. «Toshkent aeroportini rivojlantirish istiqbolli rejasi»da uni mintaqalararo yo'lovchi, yuk tashuvlari amalga oshiruvchi xalqaro markazga aylantirish mo'ljallangan.

«SAMARQAND» xalqaro aeroporti. Samarqand shahri nafaqat O'zbekistonda, balki Markaziy Osiyoda mashhur sayyohlik markazidir. Zamonaviy RJ-45 havo kemasi 45 daqiqada sayyohlarni poytaxtdan qadimiy shaharga yetkazib keladi. Hozirgi kunda «Samarqand» xalqaro aeroporti xalqaro tranzit yo'nalishlar uchun muhim bo'g'inlardan biriga aylanayapti. U qayta ta'mirlangandan so'ng, IKAOning birinchi kategoriyasiga ega bo'lgan aeroport hisoblanib, g'arbda ishlab chiqarilgan turli rusumdagi laynerlarni hamda sharqiy havo kemalarini qabul qilish imkoniyatiga ega bo'ldi. Aeroport soatiga 400 yo'lovchini qabul qilish va xizmat ko'rsatish imkoniyatiga ega. Toshkent, Moskva, Sankt-Peterburg, Simferopol va Qozon shaharlari bilan havo aloqalari ham o'rnatilgan. Bu yerga Yevropa mamlakatlari va Yaponiyadan charter qatnovlar amalga oshiriladi. Aeroport xalqaro tashuvlarni amalga oshirgani uchun «Gabriel» va «Sita» bronlashtirish tizimiga kiritilgan.

«BUXORO» xalqaro aeroporti 1997-yilda ishga tushirilib, xalqaro maqomga 1999-yilda erishgan, soatiga 150 yo'lovchini qabul qiladi va xizmat ko'rsatadi. Unda keng kutish maydoni, bufetlar, do'konlar, tibbiyot punkti, yuklarni saqlash xonasi, milliy an'analarda bezatilgan VIP va CIP - maydonlari mavjud. Buxoro aeroportidan Toshkent, Moskva, Sankt-Peterburg shaharlariga, shuning MDH mamlakatlari va boshqa davlatlarga uchish mumkin. «MDH mamlakatlari orasida yilning eng yaxshi aeroporti» unvoni tashuvlar hajmi borasida 2012-yilda besh yuz ming nafargacha yo'lovchiga xizmat ko'rsatgan «Buxoro» xalqaro aeroportiga topshirildi.

«URGANCH» xalqaro aeroporti. Fuqaro aviatsiyasi «Aeroport» Assotsiatsiyasining «MDH davlatlari bo'yicha yilning eng yaxshi aeroporti» tanlovida 2012-yilda «Ishlab chiqarishga qo'shgan salmoqli hissasi uchun» nominatsiyasi g'olibi bo'ldi. «Urganch» xalqaro aeroporti soatiga 300 nafar mijozga xizmat ko'rsatish imkonini

beruvchi, barcha qulayliklarga ega yo'lovchilar uchib kelish zali foydalanishga topshirilgan. Unda kutish maydoni, tibbiyot punkti, barlar, kafe, valyuta ayirboshlash shahobchasi, suvenirlar do'koni mavjud. Aeroportdan Toshkent, Moskva shaharlariga va dunyoning boshka mamlakatlariga uchib borish mumkin.

«NAVOIY» xalqaro aeroporti. «Navoiy» xalqaro aeroporti 1962-yilda barpo etilib, 2007-yilda qayta modernizatsiya qilinib ta'mirlandi. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2008-yil 2-dekabr kunidagi PF-4059-sonli «Navoiy» erkin industrial-iqtisodiy zonasi faoliyatini tashkil etish chora-tadbirlari to'g'risida»gi Farmoniga asosan hududda sanoat sohasini rivojlantirish, zamonaviy va yuksak texnologiyali ishlab chiqarishni ishga tushirish maqsadida «Navoiy» erkin industrial-iqtisodiy zona tashkil etilgan. Navoiy viloyati, xususan, Navoiy shahrining ishlab chiqarish salohiyatini yanada oshirish, transport-tranzit va ijtimoiy infratuzilmasini rivojlantirish, yuqori texnologiyalarni o'zlashtirish, xorij sarmoyasini jalb qilishda muhim omil bo'layotir. Navoiy shahri xalqaro ayeroporti hududida «Navoiy» erkin industrial-iqtisodiy zonasi tashkil etilishi jahon bozorida raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishni ko'paytirish, qo'shimcha ish o'rinlari yaratish, aholi farovonligini yanada yuksaltirish borasida muhim ahamiyat kasb etadi.

2008-yil «O'zbekiston havo yo'llari» MAK va «Korean Air» aviakompaniyalari bilan hamkorlikda Navoiy aeroporti konsalting xizmatini taqdim etish bo'yicha kelishuv imzolandi. Hozirgi kunda aeroport yuk tashishlar bilan birgalikda yo'lovchilarni ham tashish imkoniyatiga ega bo'ldi. Yo'lovchilarga xizmat ko'rsatish uchun zamonaviy aerovokzal, VIP-yo'lovchilarga xizmat ko'rsatish zali, ona va bola xonasi, bufet, tibbiyot punkti, aloqa va transport xizmatlari mavjud.

Turistlarni temiryo'l transportida tashish. Temiryo'l transporti o'rta masofalarga turistlarni maqbul narxlarda tez va qulay sharoitda yetib borishlarini ta'minlaydi. Alohida xollarda temiryo'l transportidan turistik sayohat maqsadlarida ham foydalanish mumkin. Turistlarni temiryo'l da tashish turizm transport ta'minotining samarali vositasi hisoblanadi. Sayohatning yuqori shinamligi, yuqori tezlik va maqbul narxlarda turistlar guruhini ixcham joylashtirish bu transport turini kichik va o'rta masofalarga harakatlanishda raqobatbardoshligini oshiradi. Temiryo'l transportidan ichki va chegara yaqinida sayru

tomosha, ekskursion safarlar va dam olish kunlarini tashkil etishda ko'proq foydalaniladi. O'tgan davr mobaynida minglab kilometr yangi temir yo'l liniyalari barpo etildi. Toshkent – Samarqand, Toshkent – Buxoro, Toshkent – Qarshi yo'nalishlarida «Registon», «Sharq» va «Nasaf» tezyurar poyezdlarining qatnovi yo'lga qo'yildi. Toshkent markaziy temir yo'l vokzali va boshqa shaharlarimizdagi vokzallar qayta rekonstruksiya qilindi, ta'mirlandi, yangilari barpo yetildi. Xalqaro va mahalliy yo'nalishlarda qatnovchi poyezdlarda ko'rsatilayotgan xizmatlar sifati zamon talablari darajasiga ko'tarildi.

Yuqori tezlikda harakatlanuvchi yo'lovchielektropoyezdlari qatnovini tashkil etish borasidagi sa'y-harakatlar Prezidentimiz Islom Karimovning 2009-yil Ispaniya Qirolligiga tashrifi doirasida erishilgan kelishuv asosida boshlab yuborildi. «O'zbekiston temir yo'llari» Davlat aksiyadorlik kompaniyasi hamda Ispaniyaning «Patentes Talgo S.L.» kompaniyasi o'rtasida o'zaro hamkorlik bo'yicha memorandum imzolanib, Ispaniyadan yuqori tezlikda harakatlanuvchi yo'lovchi elektropoyezdlarini sotib olishga kelishib olindi.

Bundan tashqari yaqinda esa yurtimizdagi xorijiy hamda mahalliy sayyohlar uchun mo'ljallangan «Afsona» poyezdi «Toshkent-Markaziy» vokzalidan «Toshkent – Samarqand», «Qarshi – Buxoro – Urganch» yo'nalishlari bo'ylab yo'lga chiqdi. U yuqorida qayd etilganidek, aynan o'zimizda ishlab chiqarilgan va modernizatsiya qilingan yangi vagonlardan tashkil topgan edi. Aytish kerakki, «Afsona» poyezdi ilk bor 2013-yilning 11-apreldan Toshkent – Samarqand – Qarshi – Buxoro – Urganch yo'nalishida ishga tushirildi. Ayni paytda zamonaviy qulayliklarga ega 8 vagon, qolaversa, lyuks, kupe va vagon-restorandan tarkib topgan pojezd mijozlar xizmatida. Yangi pojezd sayyohlar va yo'lovchilarni O'zbekistonning boshqa joylaridan, jumladan, Toshkent, Samarqand, Buxoro va Qarshidan Xorazm viloyatiga yetkazish uchun yo'lga qo'yilgan bo'lib, u O'zbekistonda ichki turizmning rivojlanishiga yordam beradi¹⁴.

9.2. Turizm sohasida transport vositalari

Turistik mahsulotlar tarkibida turistlarni tashish xizmati yetakchi o'rinlardan birini egallaydi. Bu shu bilan ifodalanadiki, barcha turistik

¹⁴<http://www.Turkistonpress.uz>

yo'nalishlarda (piyodalardan tashqari) sayohatchilarni dam olish yoki ekskursiyaga eltish va uyga qaytishi uchun transport bo'lishi tabiiy xol bo'lib qolmoqda.

Turizm faoliyat turi sifatida turistlarni doimiy yashash joyidan tashqariga chiqishi bilan uzviy bog'langan va uni transport ta'minotisiz tasavvur qilib bo'lmaydi. Transport ta'minoti turistik infratuzilmaning muhim elementi hisoblanadi va turistik mahsulotlar tarkibiga kiritilgan asosiy majmualar xizmatlarni tashkil qiladi. Transport korxonalarini turizm sohasini shakllantiruvchi turistik korxonalarining alohida ko'rinishlari sifatida qarab chiqiladi.

Turizm sohasida transport ta'minoti tizimi quyidagicha farqlanadi: turga qo'shilgan va asosiy turistik xizmatlarga kiruvchi turistik tashish vositasi sifatida, turistlarni doimiy yashash joyidan belgilangan manzilga eltib qo'yish (yoki yo'nalish boshlanadigan joyga) va qayta olib kelish; transfer – turistlarni kutib olish va kuzatib qo'yish uchun transport vositasini taqdim etish; tur-safar bo'yicha dasturlashtirilgan tadbirlarga xizmat ko'rsatish: ekskursion xizmat, dasturdagi tadbirlarga borish, atrofga tashrif buyurish, yo'nalish bo'yicha ko'chish; turga kiritilgan sayohat davomida ijaraga beriladigan yengil avtomashina.

Transportda tashish xizmatlarining xili va turi bo'yicha tasniflanishi quyidagi 9.1-rasmda ifodalangan. Transportda tashish xizmatlarining xili va turi bo'yicha quyidagicha tasniflanadi:

Tashishning yer ustida olib yurish turlari bo'yicha:

- insoning jismoniy kuchi bilan amalga oshiriladigan tashishlar va harakatlanishlar (piyoda, chang'ida, velosipedda, rikshalar);
- hayvonlar yordamida (ulovli, tuyada, otda, itlarda);
- mexanik vositalar bilan kanatli yo'llar;
- avtomobil transportida (g'ildirakli, zanjirli);
- relsli transport-temir yo'llar, metro, tramvay;
- havo bolishli transport vositalari.

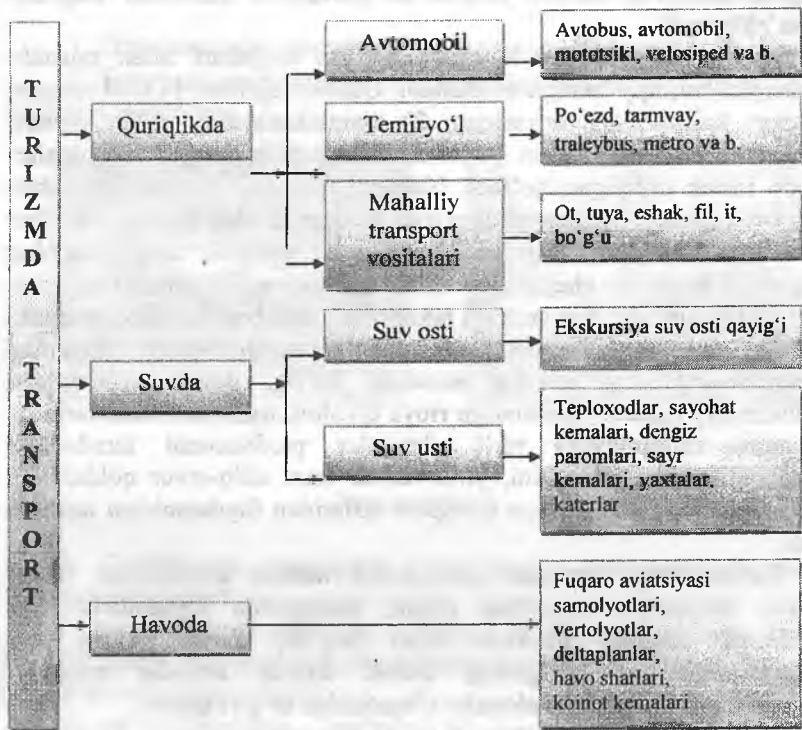
Havo orqali tashish turlari:

- havo sharlari va dirijabllar, delpalanlar, parashyutlar;
- vertalyotlar;
- kichik aviatsiya samolyotlari, gidrosamolyotlar, keng fyuzelyajli samolyotlar, tovushdantez uchar laynerlar;
- kosmik apparatlar.

Dengiz va daryo suvlari orqali tashish transportlari:

- sol va qayiqalar;

- elkanli kemalar;
- kichik mexanik kuchga ega flot qayiqlari;
- dengiz va daryo kemalari;
- havo bolishli kemalar;
- suv osti kemalar.



9.1-rasm. Turizm maqsadlari uchun foydalaniladigan transport vositalarining turlari¹⁵

9.3. Turizmدا transport xizmatlari turlari va qulaylik darajalari

¹⁵Биржаков М.Б. Введение туризма. Издательский дом. «Герда» 2006. -276 стр.

Transport tizimlarining barcha turlari yagona maqsadni-tashish xizmatlarini ko'rsatishda sayohatchilarning ehtiyojlarini to'laqonli qondirishni amalga oshiradi.

Turistlarga transport xizmatlarini ko'rsatish, turistlarni va ularning yuklarini bir joydan ikkinchi joyga mumkin qadar tez va qulay sharoitlarda tashish uchun mo'ljallangan xizmatlar majmui, deb ta'riflanadi.

Transport xizmatlari ko'rsatish qonun hujjatlari bilan mustahkamlangan huquqiy bazaga asoslanadi. Ushbu hujjatlar: 1) turli xalqaro transport tashkilotlari tomonidan; 2) mamlakatlarning milliy qonunchiligi doirasida; 3) yuk va yo'lovchi tashuvchilarning ichki qoidalari tarzida ishlab chiqilgan bo'ladi. Xalqaro turizmni amalga oshirishda transport xizmatlari ko'rsatishning turli jihatlariga alohida diqqat-e'tibor berish lozim. Sayohatlar sohasida xalqaro hamkorlik chegaralarining kengayishi bo'xona, chegara va sanitariya nazoratini amalga oshirish me'yorlari va qoidalarini muttasil takomillashtirib borishni taqozo etadi.

Yo'lovchilarning xavfsizligini ta'minlash transport xizmatlari ko'rsatishning eng muhim masalasi bo'lib, u harakatlanadigan tarkibdan foydalanish qoidalariga rioya qilishni, transport vositalarining harakatini ta'minlovchi turli xizmatlar professional tarzda va uyushqoqlik bilan ishlashini, yo'lovchilar ham xulq-atvor qoidalariga rioya qilishini, ekologik toza transport turlaridan foydalanishni nazarda tutadi.

Turistlarning uyushgan guruhlarini tashish marshrutlar ishlab chiqish, chiptalarni buyurtma qilish, transportda joylashtirish, tur dasturlarini amalga oshirish bilan bog'liq ayrim o'ziga xos xususiyatlarga ega bo'lganligi uchun turistik firmalar transport kompaniyalari bilan yaqin aloqalar o'rnatishiga to'g'ri keladi.

Tayanch so'z va iboralar: Transportda xizmat ko'rsatish, turistlarga transportda xizmat ko'rsatish, «O'zbekiston Havo yo'llari», «O'zbekiston temir yo'llari», tashish marshrutlarini ishlab chiqish, chiptalarni buyurtma qilish, transport kompaniyalari, transport ta'minoti, transportning ulushi, transportda tashish xizmatlariningtasniflanishi.

Mustaqil ishlash uchun savollar:

1. Turistik mahsulotlar tarkibida transport xizmatlarining ulushi qanday aniqlanadi?
2. Turizm sohasida transport ta'minoti tizimi nimadan iborat?

3. Transportda tashish xizmatlarining xili va turi bo'yicha tasniflanish qanday amalga oshiriladi?

4. Transportda xizmat ko'rsatishning iqtisodiyotdagi o'rminimadan iborat?

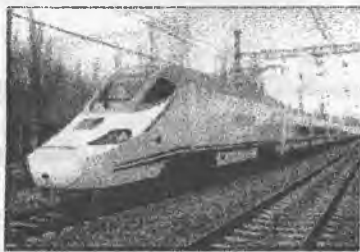
Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar:

1. O'zbekistonda mavjud transport vositalarini tasniflang.

2. Transport vositalarini tasniflashda ularning har biri uchun taqdimot tayyorlang.



Havo transporti



Temir yo'l transporti

Test savollari:

1. Turistlarga transport xizmatlarini ko'rsatish deganda nimani tushunasiz?

a) turistlarni va ularning yuklarini bir joydan ikkinchi joyga mumkin qadar tez va qulay sharoitlarda tashish uchun mo'ljallangan xizmatlar majmuiga aytiladi.

b) yo'lovchilarning yuklarini bir joydan ikkinchi joyga eltib qo'yish

d) turistlarni boradigan mamlakatidagi diqqatga sazovor joylariga olib borish

e) turistlarni tranzit tashish

2. Transport vositalarining rivojlanishi bilan xalqaro turizmدا nima o'zgardi?

a) vaqt tejaldi, narx arzonlashdi

b) aholi turmush darajasi yaxshilandi

d) xizmat turlari ko'paydi

e) aholi ish bilan ta'minlandi

3. «O‘zbekiston havo yo‘llari» aviakompaniyasi qachon tashkil etilgan?

- a) 1992- yil 28- yanvarda
- b) 1991- yil 25-aprelda
- d) 1993- yil 27- mayda
- e) 1992- yil 16- martda

4. «Buxoro» xalqaro aeroporti nechanchi yilda xalqaro maqomga erishgan?

- a) 1999- yilda
- b) 1997- yilda
- d) 1998- yilda
- e) 1996- yilda

5. Transfer tushunchasiga to‘g‘ri ta’rif ko‘rsatilgan qatorni belgilang.

- a) turistlarni kutib olish va kuzatib qo‘yish uchun transport vositasini taqdim etish
- b) tur-safar bo‘yicha dasturlashtirilgan tadbirlarga xizmat ko‘rsatish: ekskursion xizmat, dasturdagi tadbirlarga borish, atrofga tashrif buyurish, yo‘nalish bo‘yicha ko‘chish;
- d) turga kiritilgan sayohat davomida ijaraga beriladigan yengil avtomashina
- e) bir davlatga borish uchun ikkinchi davlat hududidan o‘tish.

10-mavzu. GID-EKSKURSIYA XIZMATLARINI AMALGA OSHIRISH JARAYONLARI

Reja:

10.1. Turistik-ekskursiya xizmatlarining asoslari va huquqiy me'yorlari

10.2. Gid-ekskursiyachi xizmatlarining mohiyati va tasnifi

10.3. Ekskursiya xizmatlarida gid-ekskursiyachi faoliyatini baholash metodikalari

10.1. Turistik-ekskursiya xizmatlarining asoslari va huquqiy me'yorlari

«Ekskursiya» so'zi lotincha ekskursion (tanishuv) qisqa muddatli safar yoki sayohat, sayohatga jo'namoq, sayohat qilib kelmoq ma'nolarini anglatadi. Turizm so'zi paydo bo'lmasdan, insonlarda atrof-muhitga qiziqish, uzoqlarda nimalar bor, tog'lar ortida yoki daryoning yoki qir-tepaliklardan keyin nimalar borligiga oid ko'plab savollarning to'planib qolishi natijasida ularni safarga (uydan chiqib ketishga) chorlaydigan ichki his-tuyg'u-qiziqishning harakatga kelishi bo'lgan. Hozirgi rivojlangan jamiyatimizda jahonda ekskursiyaga-sayohat-sayrga chiqmagan bironta inson bo'lmasa kerak. Ushbu sayrlarning asosiy sababchisi, tabiatdagi biologik xilma-xillik, betakrorlik, boyliklar bo'lgan. Jamiyatdagi dastlabki sayohatlar albatta o'zga yurt, mamlakatlar haqidagi xabarlar natijasida yuz bergan. Ekskursiya xizmatlarini turizmning yuragi, deb ta'riflashadi. Haqiqatdan ham turist mehmonxonaga joylashganidan so'ng birinchi navbatda ekskursiyaga chiqishga harakat qiladi. Ichki turizmda barcha davlatlarda ekskursiya xizmatlari birinchi o'rinda turadi. Chunki mamlakat ichkarisidagi aholi turizmning deyarli barcha turlari bo'yicha doimo ekskursiya xizmatlaridan foydalanadi. Shu o'rinda turist bilan ekskursantni farqlash lozim bo'ladi, chunki turizmni rejalashtirishda turistning talabi nafaqat ekskursiya xizmatlari bilan chegaralanmasdan, balki boshqa ko'rsatiladigan xizmatlarni ham hisobga olishni taqozo qiladi.

Turist - O'zbekiston Respublikasi hududi bo'ylab yoki boshqa mamlakatga sayohat qiluvchi (doimiy istiqomat joyidan turizm maqsadida jo'nab ketgan) jismoniy shaxs¹⁶.

¹⁶Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида»ги Қонуни //«Халқ сўзи» газетаси, 1999.

Ekskursant -tunab qolmaydigan va ekskursiya marshrutida 24 soatdan ko'p bo'lmaydigan shaxsning sog'lomlashtirish, ma'rifiy, kasbiy-amaliy, qiziqish, ko'rish, bilish, tanishish yoki boshqa maqsadlarda sayohatga chiquvchi hisoblanadi.

Ekskursiya xizmatlari quyidagi talablarga javob beradi:

1. Ekskursiya xizmatlari iqtisodiy faoliyatni bajaradi (turistik firma ekskursiya marshrutlarini sotishdan daromad oladi, ekskursiya a'zolaridan tushgan mablag' hisobiga daromad oladi, gid-tarjimon ish o'rinlari yaratiladi, ekskursiya obyektida turistik infratuzilmalar hosil bo'ladi);

2. Ekskursiya xizmatlarining g'oyaviy siyosiy faoliyati (vatanning tarixiy meroslari, yangi texnologiyalar bilan tanishishda g'urur hissi, siyosiy mo'tadillikni sezish xususiyatlari paydo bo'ladi);

3. Ekskursiya xizmatlarining umumiy ta'lim berish faoliyati (ekskursiya ekskursantlarga universal bilim beradi-tarixiy madaniy meros haqida, ishlab chiqarish haqida, madaniy-ma'rifiy ma'naviyat haqida, san'at haqida, yangi texnologiyalar va h.k.);

4. Ekskursiya xizmatlari axborot tashish, axborotlar berish faoliyatini bajaradi (o'tmish va hozirgi voqealar, jarayonlar, sivilizatsiya taraqqiyoti, hozirgi rivojlanish, global voqealar, xalqaro integratsiya va h.k.);

5. Ekskursiya xizmatlari tarbiyaviy faoliyatni bajaradi (Vatan boyluklarini asrash, avaylash, g'urur hissiyotlari, faxrlanish va h.k.);

6. Ekskursiya xizmatlari mazmunli dam oldirish faoliyatini bajaradi (tabiatga va uning so'lim go'shalariga ekskursiya, daryo sohillariga ekskursiya, o'rmonlarga, tog'larga, soylarga ekskursiya va h.k.);

7. Ekskursiya xizmatlari insonlarda dunyo qarashni kengaytirish faoliyatini bajaradi (olamnig cheksizligi, olamning bir butunligi, hayotning davriyligi, jismlarning aylanma biologik harakati va h.k.);

8. Ekskursiya xizmatlari insonlarda qiziqishni shakllantiradi (hayotga qiziqish, yashashga qiziqish, ijodga qiziqish, san'atga qiziqish, yangi texnologiyalarga qiziqish, tarixga qiziqish va h.k.);

9. Ekskursiya xizmatlari mutaxasislarni, kadrlarni qayta tayyorlaydi, malakasini oshiradi va h.k.

10.2. Gid-ekskursiyachi xizmatlarining mohiyati va tasnifi

Gid-ekskursiyachi tushunchasi turistlar guruhini boshqaradi; diqqatga sazovor joylarga ekskursiya o'tkazadi; ekskursiya mavzusini, marshrutini ishlab chiqadi; mavzu bo'yicha materiallar to'playdi; ekskursiyaning matnini tuzadi, materiallarini hikoya qilib beradi; «gid portfeli»ni tahlil qiladi; ish jarayoni yuqori darajadagi muloqot madaniyatini talab qiladi.

Gid-ekskursiyachi quyidagi bilim, ko'nikma va malaka talablari ega bo'lishi lozim: tarix, adabiyot, geografiya, iqtisodiyot, siyosat, jurnalistika sohalariga qiziqishi; ekskursiya o'tkazish metodikasi va texnikasini, ekskursantlarga xizmat ko'rsatish tartibini bilishi; kamida ikkita xorijiy tilda erkin muloqot qila olishi; tahlil, mulohaza qilishi; hujjat va materiallar bilan ishlay olishi kerak.¹⁷

Turizm ekskursiya xizmatlari xizmatlarning qay darajada tashkil qilinganligiga va xizmatlarning sifatiga qarab rivojlanadi. Bunda albatta turizm infratuzilmasidagi texnologiyalarning darajalari ham birinchi navbatga chiqadigan sharoitlardan va asoslardan biri hisoblanadi. Shu bilan birga turizmning asosiy xizmatlarning texnologik-servis darajalari ham ekskursiya xizmatlarining tashkil qilinishiga bog'liq bo'ladi. Ekskursiya xizmatlari yuqori darajada tashkil qilinib, turizm infratuzilmalari anashu yuqori darajalarga javob bermasa ekskursiya xizmatlarining amalda o'tkazish natijalari yuqori sifat darajalariga erisha olmaydi. Lekin har qanday sharoitda ham ekskursiya xizmatlarining maqsadi va vazifalarini yaxshi anglab olish, yaxshi o'zlashtirib olish turoperator yoki gid-tarjimon boshlovchidan talab qilinadi. Ekskursiya xizmatlarining maqsadi va vazifalarini to'g'ri belgilash ekskursantlarda qoniqish, yaxshi kayfiyat holatlarini keltirib chiqaradi va natijada turistik firmaning nufuzi, raqobatbardoshligi ortadi.

Ekskursiya xizmatlarining maqsadini belgilashda juda ko'p omillarni keltirish mumkin. Masalan, ekskursiya – vatanparvarlik, mehnatni sezish, estetik va ekologik tarbiya, o'tmish madaniy va tarixiy merosni, o'tmish va hozirgi hayotni, tabiatdagi biologik resurslarni, iqlimiy o'zgarishlarni, zamonaviy va o'tmishdagi ishlab chiqarishni, milliy liboslar va o'tmishdagi yashash tarzini (muzeylar), o'tmishdagi va zamonaviy texnologiyalarni, o'tmishdagi transport va zamonaviy

¹⁷ Амридинова Р.С. Мехнат ресурсларини бошқариш асосида туризм хизматларининг рақобатбардошлигини ошириш йўллари (Самарқанд вилояти туризм корхоналари мисолида) и.ф.н. илмий даражасини олиш учун диссертация. - С.: СамИСИ, 2012.

transport vositalarini, o'tmishdagi dehqonchilik va zamonaviy dehqonchilikni, o'tmishdagi san'at va zamonaviy san'atni milliy o'yinlar, milliy hunarmanchilik va hokazolarni o'rgatadi, dunyoqarashni kengaytiradi.

Ekskursiya xizmatlarining maqsadi va vazifalari shu qadar keng qamrovli va turli tumanki, bu yo'nalishlarning barchasi insonning kamol topishiga xizmat qiladi. Ekskursiya xizmatlari maqsadi va vazifasi bo'yicha insonlarni dam oldiradi, bilim darajasini oshiradi, yashashga bo'lgan his to'yg'ularni kuchaytiradi. Ekskursiyalarni tasniflash ham yuqorida qayd qilingan maqsad va vazifalardan kelib chiqadi. Shuning uchun ham ekskursiyalar mohiyatiga qarab tasnif guruhlarini hosil qiladi.

I. Ekskursiya xizmatlarini tasniflashda quyidagi belgilarga e'tibor beriladi:

1. Mazmuni bo'yicha;
2. Ekskursantlar tarkibi bo'yicha;
3. O'tkazilish joylari bo'yicha;
4. Harakatlanish vositalari bo'yicha;
5. O'tkazilish shakllari bo'yicha.

II. Mazmuni bo'yicha ekskursiyalar tayyorlash ekskursiyalari va mavzuli ekskursiyalarga bo'linadi. Mavzuli ekskursiyalar ham quyidagi ekskursiya guruhlariga bo'linadi.

1. Tarixiy mavzudagi ekskursiyalar;
2. Harbiy-tarixiy mavzudagi ekskursiyalar;
3. Ishlab-chiqarish mavzusidagi ekskursiyalar;
4. Tabiashunoslik mavzusidagi ekskursiyalar;
5. San'at yo'nalishlari mavzularidagi ekskursiyalar;
6. Adabiyot mavzularidagi ekskursiyalar;
7. Me'morchilik, shaharsozlik mavzularidagi ekskursiyalar.

I. Ekskursiyalar ekskursiyada qatnashuvchilar tarkibi bo'yicha ham tasniflanadi:

1. Katta yoshdagilarga mo'ljallangan ekskursiyalar (studentlar, ishlab chiqaruvchilar, mutaxassislar va boshqalar);
2. Har xil yoshdagi bolalarga mo'ljallangan ekskursiyalar (maktabgacha tarbiyadagi bolalar, boshlang'ich sinf o'quvchilari, o'rta va yuqori sinf o'quvchilariga mo'ljallangan)
3. Mahalliy aholi ehtiyojlari va talablariga mo'ljallangan ekskursiyalar;
4. Shaharliklarga mo'ljallangan ekskursiyalar;
5. Chet elliklarga mo'ljallangan ekskursiyalar.

II. O'tkazish joylari bo'yicha ekskursiyalar quyidagicha tasniflanadi:

1. Shaharlarda o'tkaziladigan ekskursiyalar;
2. Shaharlarning tashqarisida o'tkaziladigan ekskursiyalar;
3. Ishlab chiqarish maskanlarida o'tkaziladigan ekskursiyalar;
4. Muzeylarda o'tkaziladigan ekskursiyalar;
5. Madaniyat saroylarida o'tkaziladigan ekskursiyalar;
6. Tabiat bag'rida o'tkaziladigan ekskursiyalar.

III. Ekskursiyalar o'tkazilish shakllari bo'yicha quyidagicha tasniflanadi:

1. Odatdagi ekskursiyalar;
2. O'quv-uslubiy ekskursiyalar;
3. Ommoviy chiqish ekskursiyalari;
4. Sayr-ekskursiyalari;
5. Konsertlarga ekskursiya.

Shunday qilib, ekskursiyalar obyektlari sifatida quyidagilardan foydalanishimiz mumkin:

1. Tabiatdagi ekskursiya obektlari—geologik yotqiziqlar, alohida daraxtlar, butalar, o'simliklar, qo'ziqorinlar, tabiat mintaqalari, vodiylar, daryolar, ko'llar, o'rmonlar, tog'lar, suv havzalari, muzliklar, g'orlar, daralar, soylar va boshqalar;

2. Me'morchilik va shaharsozlik ekskursiya obyektlari – fuqarolarning uylari, saroylar, qo'rg'onlar, arklar, mavzoleylar, masjidlar, madrasalar, manastirlar, cherkovlar, mashhur imoratlar, fontanlar, vokzallar, parklar, haykallar, kinoteatrlar, teatrlar, san'at va hukumat saroylari va h.k.;

3. Ko'chalar, maydonlar, posyolkalar;

4. O'zbekiston hayotidagi o'tmishda qurilgan tarixiy-madaniy obidalar;

5. Mashhur kishilar hayoti bilan bog'liq joylar va mashhur kishilarning haykallari;

6. Arxeologik yodgorliklar – qadimiy shaharlar harobalari, qal'alar qadimiy rasmlar, tabiat yodgorliklari va haykallari.

Ekskursiyaning obyektlariga qarab uning mavzulari ham turli-tuman yo'nalishlarga bo'linib ketadi. Ekskursiyalarni tartibga solish uchun guruhlash usullari ko'plab ishlatiladi:

I. Tabiatshunoslik mavzularidagi ekskursiyalar:

1. Geografik mavzudagi ekskursiyalar;
2. Geologik mavzulardagi ekskursiyalar;

3. Hidrologik mavzulardagi ekskursiyalar;
4. Landshaftlar mavzularidagi ekskursiyalar.

II. Ekologik mavzudagi ekskursiyalarning bir qismi:

1. Ekologiya va inson mavzusidagi ekskursiyalar;
2. Suv havzalari ekologiyasi mavzusidagi ekskursiyalar;
3. Flora va fauna mavzusidagi ekskursiyalar;
4. Tog' tabiati mavzusidagi ekskursiyalar.

III. Tarixiy mavzudagi ekskursiyalar:

1. Tarixiy-o'lkashunoslik mavzusidagi ekskursiyalar;
2. Arxeologik mavzudagi ekskursiyalar;
3. Etnografiya mavzusidagi ekskursiyalar.

IV. San'atshunoslikka bag'ishlangan ekskursiyalar:

1. Tasviriy san'at mavzusidagi ekskursiyalar;
2. Musiqa-teatr mavzularidagi ekskursiyalar.

V. Adabiyotshunoslik mavzusidagi ekskursiyalar:

1. Mashhur yozuvchilar hayoti bilan bog'liq mavzudagi ekskursiyalar;
2. Badiiy adabiyotning mashhurlari bilan uchrashuv mavzularidagi ekskursiyalar.

VI. Me'morchilik – shaharsozlik mavzularidagi ekskursiyalar:

1. Me'morchilik obidaları mavzusidagi ekskursiyalar;
2. Me'morchilik san'ati mavzusidagi ekskursiyalar;
3. Shaharsozlik mavzusidagi ekskursiyalar.

VII. Ishlab chiqarish sohasi mavzusidagi ekskursiyalar:

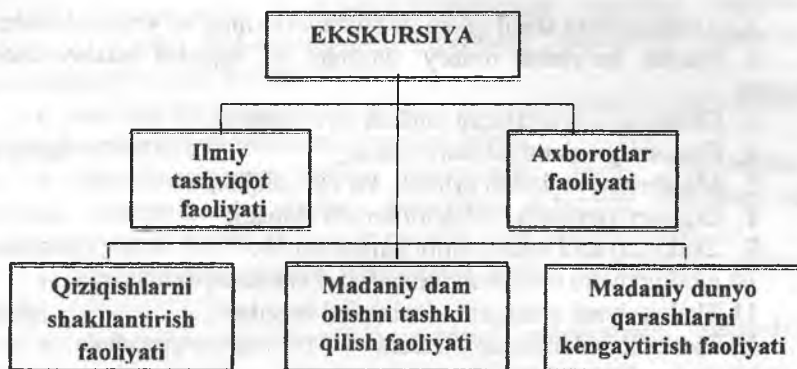
1. Tarixiy ishlab chiqarish mavzusidagi ekskursiyalar;
2. Alohida zavod va fabrikalar mavzusidagi ekskursiyalar;
3. Zamonaviy texnologiyalar mavzusidagi ekskursiyalar.

Yangi gid-ekskursiya xizmatlarini tayyorlash texnologiyalari.

Yangi ekskursiya xizmatlarini tayyorlash asosan quyidagi 3 bosqichda bajariladi:

I-Bosqich – Bu bosqichda yangi ekskursiya mavzusi tanlanadi, ilmiy-amaliy manbalar o'rganiladi, ushbu ekskursiyaning obyektlari mavzu bo'yicha tanlanadi.

II-Bosqich – Bu bosqichda ekskursiyaning marshrutlari ishlab chiqiladi, marshrutdagi ekskursiyalarning texnologik haritasi, safar trassa pasporti tayyorlanadi, ekskursiyaning dasturi va axborotlar varaqasi ishlab chiqiladi.



10.1-rasm. Ekskursiya xizmatining asosiy faoliyati

III -Bosqich –Bu bosqichda ekskursiya loyihasi himoya qilinadi, marshrut oldindan o‘rganilib chiqiladi, ekskursiya rahbari tayinlanadi, ekskursiyaning gid-boshlovchisi tayinlanadi va ekskursiya loyihasi tasdiqlanadi.

Ekskursiya xizmatini o‘tkazish jarayoni 3 qismdan iborat bo‘ladi: kirish, asosiy qism va xulosalar.

1. Ekskursiyaning kirish qismi asosan 2 bo‘limdan iborat hisoblanadi:

a) ekskursiya guruhi bilan tanishuv;

b) ekskursiyachilarning ekskursiya marshrutida bo‘lgan paytida hayot xavfsizligini ta‘minlash haqida ko‘rsatiladigan chora-tadbirlar (xavfsizlik mezonlari);

c) axborotlar (mavzu haqida qisqacha axborot, marshrut muddatlari haqida, ekskursiyaning boshlanishi va tugashi, sanitariya-tibbiyot holati, ekskursiyachilarning taassurotlari).

2. Asosiy qism – bu qismda asosan ekskursiya qatnashchilariga ekskursiya haqida qisqacha axborotlar beriladi. Shuningdek, ekskursiyachilarga boshqa ekskursiyalar haqida axborotlar ham yetkaziladi.

3. Ekskursiyaning xulosalari qismida ekskursiyaning o‘tkazilganligi haqida hisobot tayyorlanadi va muhokamaga qo‘yiladi, so‘ngra tasdiqlanadi.

Bu bosqichda ekskursiyani ishlab chiqish 15 ta jarayonni o‘z ichiga oladi:

1. Ekskursiyaning maqsadi va vazifalarini aniqlash;
2. Mavzuni tanlash;

3. Adabiyotlarni tahlil qilish va adabiyotlarning ro'yxatini tuzish;
4. Mavzu bo'yicha muzey fondlari va tegishli adabiyotlarni tanlash;
5. Ekskursiyaobyektlarini tanlash va o'rganish;
6. Ekskursiya marshrutlarini tuzish;
7. Marshrutni oldindan aylanib, ko'rib chiqish;
8. Ekskursiyaningobyektlarini ko'rib chiqish;
9. Ekskursiyachi «portfelini» jamlashtirish;
10. Ekskursiyani o'tkazish metodlarini aniqlash;
11. Ekskursiyani o'tkazish texnikasini belgilash;
12. Metodik ishlanmalarni tuzish;
13. Ekskursiya marshrutini ishlab chiqish;
14. Ekskursiya loyahasini topshirish;
15. Ekskursiyani tasdiqlash.

10.3. Ekskursiya xizmatlarida gid-ekskursiyachi faoliyatini baholash metodikalari

Har qanday kasb mehnat faoliyat bilan bog'liq bo'lib shu kasbning asosiy xususiyatlarini belgilaydigan bilim va tajribaga ega bo'lishni talab qiladi. Bunday bilimlar ushbu kasb yo'nalishidagi ta'limni o'rganishdan, tajribalar esa mehnat faoliyati davomida o'zlashtiriladi. Shuning uchun ham gid-ekskursiyachiga, uning malakaviy kasbiga qo'yiladigan talablarning dastlabkisi quyidagilardan iborat bo'ladi:

1. Intellektuallik;
2. O'z-o'ziga ishonchliligi, qat'iyligi;
3. Javobgarlik;
4. Shaxs-mutaxassis sifatida o'ziga ishonishi va boshqa ijobiy xususiyatlari;
5. Kasbiy mahoratiga ishonishi yuzasidan yuqori pog'onalarda turishini his qilish.

Gid-ekskursiyachi kasbini egallashda esa quyidagi xususiyatlarga ega bo'lishi talab qilinadi:

1. Tashkilotchilik;
2. Har tomonlama dunyoqarashga ega bo'lish;
3. Madaniyatlilik;
4. Tahlil qila bilish.

Gid-ekskursiyachi faoliyatini baholashda quyidagi talablar qo'yiladi. Ya'ni gid-ekskursiyachi quyidagi malakaviy ishlarini bajarishga qobiliyatli bo'lishi lozim:

- ma'lum bir mavzuga oid ekskursiya marshrutlarini yig'a bilishi va yangi ekskursiya marshrutini tayyorlay bilish;
- ekskursiyaning metodlarini (texnologik karta, marshrutlar sxemasi, ekskursiyaning dasturi, ekskursiyani o'tkazish metodlari va boshqalar) yaxshi bilishi va amalda erkinlik bilan qo'llay olishi;
- ekskursiyaning o'tishi davomida yangi metodlarni qo'llay bilish;
- ekskursiyaning yo'l-yo'lakay yangi axborotlarini tayyorlay olishi;
- ekskursiyada davomida ko'rgazmali qurollar bilan ishlay olishi, ularni ularni tayyorlab qo'yishi;
- ekskursiyachilarni (guruhlarni) boshqara bilishi;
- ekskursiyalarni reklama qila bilish.

10.1-jadval

Gid-ekskursiyachi mutaxassisligini egallash bosqichlari

Bosqichlar	Jarayonlarning nomlanishi	Harakat joylari
I	Odamlar bilan madaniy-ommaviy ishlarni o'tkazish qiziqishlarining hosil bo'lishi	Yoshlikda klublardagi tadbirlarga qatnashish, maktabdagi umumiy ta'limdagi qiziqishlar
II	Mutaxassislik bo'yicha sistemali ta'lim olish	Mustaqil ravishda qiziqish, kollej va institutlarda o'qish
III	Kasbiy mahoratni egallash uchun ishlash jarayonlarni tashkil qilish	Ekskursiyachilar tayyorlash kurslarida o'qish, turizm mutaxassisligi bo'yicha oliy ta'limda tahsil olish
IV	Mutaxassislik bo'yicha kasbiy mahoratini oshirish, mustaqil ishlay olish	Tajribali ekskursiyachilardan o'rganish metodlarni o'zlashtirish, malaka oshirish

Gid-ekskursiyachining shaxsiy fazilatlariga qo'yiladigan talablar quyidagilardan iborat bo'ladi: yoqimli tashqi ko'rinish; e'tiborli; kuchli xotira; ishda ijodiy yondashuv; tez qaror qabul qilish

qobiliyati; tashkilotchi; o'ziga ishonuvchan; dunyoqarashi keng; nutq madaniyati, to'g'ri talaffuzga ega bo'lish, so'z boyligiga ega bo'lishi kerak.

Shaxsiy fazilatlariga to'g'ri kelmaydigan ko'rsatmalar: yurak qon-tomiri kasalliklari bilan og'riqanlarga, ruhiy va asab tizimlari buzilganlarga, nutqida va jismoniy kamchiligi borlarga bu ish tavsiya etilmaydi.

Tayanch so'z va iboralar: ekskursiya, gid-ekskursiyachi xizmati, gid-ekskursiyachi, gid-ekskursiyachining vazifalari, gid-ekskursiyachilik kasbining shakllanishi, gid-ekskursiyachining individualligi, gid-ekskursiyachining nutq madaniyati, gid-ekskursiyachiga qo'yiladigan talablar, gid-ekskursiyachining imo-ishoralari, gid-ekskursiyachining o'zini tutish madaniyati, ekskursiya metodikalari, shaxsiy fazilat, ko'nikma, malaka oshirish.

Mustaqil ishlash uchun savollar:

1. Turizmida gid-ekskursiya xizmatlarining ahamiyatini tushuntirib bering.
2. Gid-ekskursiya xizmatlari, ularning mazmuni va tasnifini tushuntiring.
3. Gid-ekskursiyachining malaka va ko'nikmasiga qo'yiladigan talablar nimalardan iborat?
4. Ekskursiya xizmatlarida gid-ekskursiyachi faoliyatini baholash metodikalari deganda nimani tushunasiz?
5. Gid-ekskursiyachining nutq madaniyatini tushuntiring.
6. Gid-ekskursiyachining imo-ishoralari va ularning ekskursiya sharoitidagi ahamiyati qanday?

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar:

1. Shaharda joylashgan ma'lum bir turistik obyektga ekskursiya xizmatlarini tashkil qilish rejasini tayyorlang.
2. Ushbu obyektga gid-ekskursiyachi bo'lgan shaxsning faoliyatini metodika bo'yicha baholang.

Test savollari:

1. Ekskursiyaga ta'rif qaysi javobda to'g'ri ko'rsatilgan?

a) bu tanishish yoki o'rganish maqsadida aniq belgilangan reja bo'yicha o'tkaziladigan, mavzuli hikoyalar bilan olib boriladigan biror obyektни ko'rsatish jarayonidir

b) jismoniy shaxslarning doimiy yashash joyidan 12 oydan oshmagan muddatga, boradigan joyida ish haqi to'lanadigan faoliyat bilan shug'ullanmasdan, davolanish, o'rganish, ish yoki boshqa maqsadda sayohati hisoblanadi

d) o'z davlati chegarasi doirasida doimiy yashovchi fuqarolarni vaqtinchalik tashrif buyuruvchi joyda turistik maqsadlarda sayohat qilishga aytiladi

e) vaqtinchalik kelgan joyida faoliyati to'lanmaydigan, doimiy yashaydigan mamlakat chegarasidan tashqariga turistik maqsadlarda safar qilish tushuniladi.

2. Ekskursiyani olib borish texnikasiga nimalar kiradi?

a) guruhning obyekt oldida joylashishi; avtobusga qaytish, texnologik sxemaga mos ravishda ekskursiya rejasiga amal qilish

b) sayyohlarning avtobusdan tushishi; avtobusdan obyektgacha bo'lgan harakat

d) sayyohlar bilan savol-javob o'tkazish

e) ekskursiya jarayonida individual matndan foydalanish «gid portfeli» va ovoz yozish tasmasidan foydalanish; mikrofon bilan ishlash

3. Ekskursiya jarayonida turistlar qanday qoidalarga rioya qilishlari zarur?

a) avtobus harakat paytida o'rindan turmaslik va yurmaslik; to'xtash joylarida gidni ogohlantirmay biror joyga ketib qolmaslik, faqat o'z joyiga o'tirish, avtobusda chekmaslik; haydovchiga halaqit bermaslik

b) to'xtash joylarida gidni ogohlantirmay biror joyga ketib qolmaslik, avtobus harakati paytida o'rindan turmaslik; haydovchiga halaqit bermaslik; gid bilan savol-javob qilmaslik

d) gid bilan savol-javob qilmaslik; faqat o'z joyiga o'tirish; avtobusda chekmaslik

e) to'g'ri javob ko'rsatilmagan

4. Ekskursiya maqsadlari –

a) vatanparvarlik, mehnatni sharafdash, estetik va ekologik tarbiya, shahar tarixi va uning davlat iqtisodiyotiga qo‘shgan hissasini o‘rganish, o‘lka tabiati bilan tanishish va boshqalar bo‘lishi mumkin

b) vaqtinchalik kelgan joyida faoliyati to‘lanmaydigan, doimiy yashaydigan mamlakat chegarasidan tashqariga turistik maqsadlarda safar qilish

d) shahar va hududlarning ekskursiya imkoniyatlaridan kelib chiqib, turistik korxonaning doimiy mijozlari ehtiyojiga asoslangan holda, ekskursiyaga yangi mavzular ishlab chiqishdir

e) barcha javoblar to‘g‘ri

5. Gid nutqi madaniyatiga qo‘yilgan talablar

a) to‘g‘ri talaffuz, xushmuomilalik va og‘zaki nutqdan ko‘proq foydalanish

b) to‘g‘ri gapirish va xushmuomilalik

d) mimikalardan foydalanish

e) mustaqil fikrga egalik va hozirjavoblik.

11- mavzu. TURIZM MARSHRUTLARINI ISHLAB CHIQISH JARAYONI

Reja:

- 11.1. Turizm marshrutlarining turlari va tasnifi
- 11.2. Turizm marshrutlarini ishlab chiqish bosqichlari va texnologik haritasini tuzish
- 11.3. Turlarni shakllantirishda xizmat ko'rsatish dasturini tayyorlash jarayoni

11.1. Turizm marshrutlarining turlari

Xalqaro turizmni shuningdek, milliy turizmni rivojlantirishning asoslaridan biri turistik marshrutlarni ishlab chiqish va bu marshrutlarga turistlarni jalb qilish hisoblanadi. Puxta, qiziqarli ishlangan turistik marshrut turistlarning barcha talablarini qondiradi va natijada ko'plab turistlarni o'ziga jalb qiladi. Shuning uchun ham, turistik marshrutlarni mukammal ishlab beradigan malakali mutaxassislariga talab juda katta bo'lib, turizm marshrutlarini ishlab chiqishni o'qitish, o'rgatish O'zbekistonda turizmni rivojlantirishdagi dolzarb masala hisoblanadi.

Inson ko'rib, eshitib yurgan har qanday mo'jizaviy, qiziqarli inshootlar, tabiatning so'lim go'shalari, qadimdan saqlanib kelinayotgan tarixiy obidalar, daryolar, sharsharalar, hayvonot yoki turli – tuman o'simliklar o'sadigan joylar, tomosha bog'larining hammasiga ma'lum bir yo'ldan boriladi. Bu yo'l turizmda «marshrut» deyiladi. Marshrut – fransuzcha – marche – yurish, oldinga harakat, route – yo'l.

Respublikamizdagi barcha turistik resursga – obyektga- manzilu- makonga- maskanga turli yo'llar olib boradi. Bu yo'llar asfaltli, toshli, mahalliy tuproq yo'llari, so'qmoqlar va hakoza ko'rinishlarida bo'ladi. Lekin, bu yo'llarni turistik marshrutga aylantirilgandan keyingina turistik resursda turistlar soni ko'payishi mumkin.

Turistik marshrutlar. «Marshrut» so'zi aniqlangan, belgilangan yo'lni bildiradi. Marshrut so'zi faqat turizm sohasida tegishli emas balki, insonlarning turizm bilan bog'liq bo'lmagan doimiy, muntazam ravishda ma'lum tomonga, aniqrog'i o'ziga ma'lum geografik manzilga harakatlanishini ham anglatadi. Turistik marshrut deyilganda, bu yo'ldan turist maqomini olgan yakka inson yoki insonlar guruhi yuradigan harakatlanadigan, ma'lum bir makonga boradigan va qaytadigan yo'l tushiniladi.

Hozirgi paytda turizm marshrutlari quyidagi marshrutlarga bo'linadi:

1. Qadimgi marshrutlar.
2. Buyuk geografik kashfiyotlar davridagi marshrutlar.
3. O'zgartirilgan marshrutlar
4. O'zgarmaydigan marshrutlar
5. Tiklanadigan marshrutlar.
6. Tiklanmaydigan marshrutlar
7. Yangi, zamonaviy marshrutlar.

Qadimiy marshrutlar insoniyatning to buyuk geografik kashfiyotlargacha bo'lgan davrni o'z ichiga oladi. Dastlabki marshrutlar oldindan o'rganiladigan joylarga sayohatlar uyushtirish hisoblanadi. Insoniyat taraqqiyotida qadimiy ibtidoiy odamlarning ovqat izlab ko'chib yurishlarining izlari ham hozir topilgan, isbotlangan. Eng katta va dastlabki sayohat Misr firaoni Nexao topshirig'i bo'yicha Afrikaning dengiz qirg'oq chiziqlari bo'ylab amalga oshirilgan 3 yillik sayohati hisoblanadi. Bu sayohatni Finikiyaliklar amalga oshirdi. Ular kemalarda Qizil dengizdan Hind okeaniga chiqishdi, 3 yildan so'ng Gibraltar bo'g'ozidan o'tib O'rta yer dengizi orqali Misrga yetib kelishdi. Bunday sayohatlar tarixda juda ko'plab qayd qilingan. Nexao topshirig'i bo'yicha finikiyaliklar sayohatini keltirganimizning bosh sababi shundaki, aynan shu sayohatdan keyin 2 ta qit'a nomlandi:

1. «Asy», «Az» - kunchiqar – keyinchalik Osiyo nomi
2. «Ereb» - kun botar – keyinchalik Yevropa nomi.

Qadimiy marshrutlarni harakatlanish jihatidan 2 xil sharoitga bo'lishimiz mumkin:

1. Dengiz – suv yo'li marshrutlari.
2. Quriqlikdagi marshrutlar.

Dengizlar orqali amalga oshirilgan marshrutlar: Fernando Magellanning yer shari bo'ylab sayohati, Robert Skott va Raul Amundsen, shimoliy va janubiy qutblarga sayohatlari, Semyon Dejnyov va Vitus Beringning shimoliy muz okeani bo'ylab sayohatlari, M.Lazarov va N.Lisyanskiyning janubiy qutbga sayohati, Mikluxo Maklay sayohati, Xristofor Kolumb va Jeyms Kukning okeanlar bo'ylab sayohat marshrutlari.

Quruqlikda o'tgan eng katta marshrutlardan biri «Buyuk ipak yo'li» marshruti hisoblanadi. Shuningdek, xitoylik Chjan Syan yurgan yo'l ham jahondagi eng katta marshrutdir.

Buyuk geografik kashfiyotlar davridagi marshrutlarga 1490–1504- yillardagi Xristofor Kolumb, Amerigo Vespucci, Vasco da Gama, Jeyms Kuk, David Livingiston, Afanasiy Nikitin, A.Tasman, Mikluxe Maklay, D.Dikson va boshqa sayyohlar ochgan marshrutlar kiradi.

Yangi zamonaviy marshrutlar Yevropada va Amerikada dastlabki avtomobillar, poyezdlar va samolyotlar, bug' bilan suzadigan kemalar ixtiro qilingan XVII–XVIII asrlarga to'g'ri keladi.

O'zgartirilgan marshrutlarni inson o'zi uchun qulaylik, sharoit yaratadigan geografik relf shakllari o'zgariganidan keyin o'zgartiradi. Albatta, yangi yo'l oldingisiga (eskisiga) qaraganda o'zining xavfsizligi, qulayligi, harakatlar uchun ko'plab sharoitlar, imkoniyatlar mavjudligi bilan ajralib turadi. O'zgartirilgan marshrutlar ko'pincha davlatlar o'rtasidagi siyosiy, iqtisodiy me'yorlarning buzilishidan kelib chiqadi. Xuddi shuningdek, davlat ichidagi marshrutlar yangi shaharlar qurilishi, boy tabiiy mineral resurslarning ochilishi bilan bog'liq bo'ladi. Sanoat obyektlarining markazlashuvi, arxeologik topilmalar va tabiat qo'riqxonalarning tashkil qilinishi ham ko'pincha yangi marshrutlarning kelib chiqishiga sabab bo'ladi.

O'zgarmaydigan marshrutlar – barcha yo'llar Rimga olib boradi shiorida bo'ladi va asosan dunyoning qadimiy – tarixiy obidalari, diniy rahnomalar dafn etilgan joylar, tabiatning noyob haykallari joylashgan manzillar bilan bog'liq bo'ladi. Masalan, Misrdagi piramidalar, Xitoy, Hindiston, Tailanddagi qadimiy, toshdan qurilgan ibodatxonalar, Makka, Madina, Quddus, Buxoro, Samarqand, Xiva, Vatikan kabi shaharlarga, tabiat haykallari, Niagara sharsharasiga, g'orlar, buloqlar, tog'larga boriladigan marshrutlar o'zgarmaydi. Shaharlar, davlatlar o'rtasidagi temir yo'l, havo yo'li, avtomobil yo'llari marshrutlari ham deyarli o'zgarmaydi. «Buyuk Xitoy devori» bo'ylab o'tgan marshrut ham bu devor to yo'qolib ketguncha harakatda bo'ladi, o'zgarmaydi.

Tiklanadigan marshrutlar. Bunday marshrutlar asosan qadimiy marshrutlar bo'lib asrlar o'tishi va ilmiy-texnika taraqqiyoti, marshrutda transport turlarining o'zgarishi tufayli dastlabki ahamiyatini yo'qotgan marshrutlar hisoblanadi. Masalan: Eramizdan oldingi II-III asrlarda mashhur bo'lgan, asosan tuya karvonlari bilan harakatlanadigan «Buyuk ipak yo'li» marshrutini tiklash uchun xalqaro harakatlar boshlandi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimovning 1995-yil 2-iyunda «Buyuk ipak yo'li»ni qayta tiklashda O'zbekiston Respublikasi ishtirokini avj oldirish va Respublikada xalqaro turizmni rivojlantirish

borasidagi chora-tadbirlar to'g'risida» Farmoni qabul qilindi. Ushbu farmon asosida «Buyuk ipak yo'li» marshrutini tiklash masalasi qadimiy yo'l marshruti aniqlanib, zamonaviy avtomagistral yoki zamonaviy temir yo'l transporti tarmoqlariga aylanishi ham ko'rib chiqildi. Shu bilan birga tuya karvonlari marshrutini ekzotik turizmni rivojlantirish uchun qisqa masofalarda ham tashkil qilish rejasi ishlab chiqilmoqda.



A.F. Magellanning 1519–1522- yillardagi Yer shari bo'ylab aylanma sayohati.

Tiklanmaydigan marshrutlar ham sobiq imperiya davlatning yoki alohida davlatning parchalanib ketishi, shaharlar, sanoat markazlarining salohiyati pasayishi yoki ilmiy-texnika taraqqiyoti rivoji bilan o'z mavqeini yo'qotadi. Masalan: Xristofor Kolumb, Tur Xeerdal yoki Fernando Magellanning okeanlararo kemalarda o'tkazgan, oylab muddatlar ketgan dengiz marshrutlarini tiklashga hech hojat ham, zarurat ham yo'q. Bunday marshrutlarni tiklash va turizmda foydalanish iqtisodiy jihatdan haddan tashqari qimmat bo'lishi tushunarli holatdir. Bu marshrutlarni zamonaviy samolyotlarda 12-14 soatda bosib o'tishi mumkin bo'lmoqda.

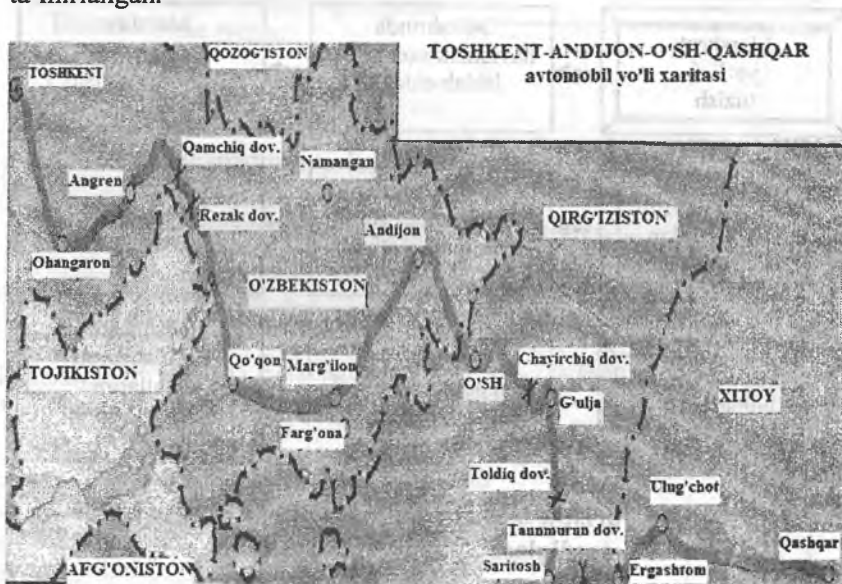
Agarda turistlar talabi bilan ekoturizm marshruti ishlab chiqilganda ekologik turizm resurslari asosan uzoq masofalarda joylashganligidan turistlar zerikmasligi uchun yo'l bo'yi turistik obyektlarni ham turmarshrutga kiritiladi va yo'l-yo'lakay qiziqarli ekskursiyalar uyushtiriladi. Bunday marshrutlar **majmualiy mavzudagi turistik marshrutlar** deyiladi. Demak turistik marshrutlarning mavzulari ko'p hollarda turizmning turlari nomi bilan bog'liq bo'ladi.

Yevropa – Osiyo transkontinental avtomagistral yo'li. Xitoy va Markaziy Osiyo mamlakatlarini Rossiya orqali G'arbiy Yevropa mamlakatlari bilan bog'laydigan avtomagistral Jahondagi eng yirik avtomagistralardan biri bo'ladi. Rotterdam (Gollandiya) – Shanxay (Xitoy) portlarini bog'laydi. Umumiy uzunligi 10 ming km. dan ortiq.

Avtomagistralning O'zbekiston hududidan o'tadigan qismi – Andijon – Toshkent – Nukus – Qo'ng'iro't trassasining umumiy uzunligi

1422 km, barcha kirish yo'llarining uzunligi 500 km bo'lib, Farg'ona vodiysi viloyatlaridan boshlanib, so'ngra Toshkent, Sirdaryo, Jizzax, Samarqand, Navoiy, Buxoro viloyatlari, Qizilqum orqali Xorazm viloyati hududidan o'tib Nukusga chiqadi. Trassa Afg'oniston va Turkmaniston yo'nalishidagi xalqaro trassalarni ham kesib o'tadi.

Toshkent – Andijon O'sh-Qashqar avtomobil yo'li. Bu yo'l xalqaro ahamiyatdagi yo'l hisoblanadi. Umumiy uzunligi 940 km. O'zbekiston (408 km), Qirg'iziston (272 km), Xitoy (260 km) hududlaridan o'tadi. Yo'lda dengiz sathidan turlicha balandlikda bo'lgan 6 ta dovon bor. Shundan O'zbekistonda Qamchiq (dengiz sathidan 2268 m) va Rezak (2254 m) dovonlarida tunellar qurilgan. Qirg'iziston hududida Chayirchiq (2406), Toldiq (3645 m) va Taunmurun (3536 m) dovonlari osha o'tiladi. Bu yo'l qadimda Buyuk ipak yo'lining asosiy yo'nalishlaridan biri hisoblangan karvon yo'li bo'lgan. 1960–1970-yillar oraliq'ida yo'ldagi transport qatnovining ortib borayotganligi hisobga olinib, yo'lning parametrlari (kengligi) III-IV toifaga (10-12 m) ga keltirilib, tegishli, zaruriy qismlariga asfalt-beton yotqizilib, qayta ta'mirlangan.



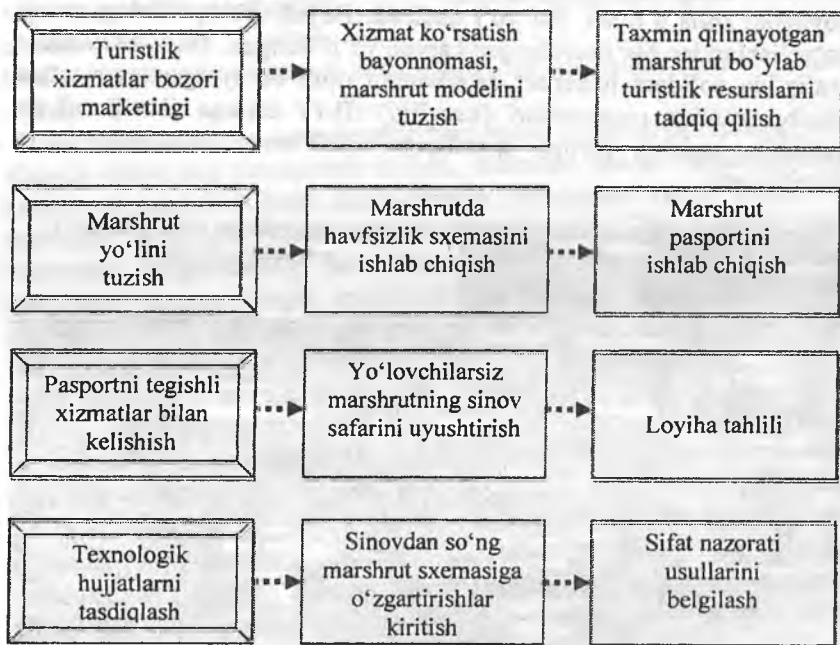
11.1-rasm. Toshkent – Andijon – O'sh – Qashqar avtomobil yo'li

11.2. Turizm marshrutlarini ishlab chiqish bosqichlari va texnologik haritasini tuzish

Marshrut ishlab chiqilib, tasdiqlangach, tur deb ataluvchi bir «qobiqqa» qator xizmatlar va tovarlarni «jamlash»ga kirishiladi. Yuqorida aytilganidek, turning ikki xil ko'rinishi mavjud:

- *pekij-tur*, ya'ni joylashish, ovqatlanish, ekskursiya xizmati, transport, maishiy, sport-sog'lomlashtirish, jismoniy tarbiya, tibbiy va boshqa xizmatlarni qamrovchi kompleks turistik xizmati. Bu turning narxi katalog va prays-varaqalarda ko'rsatiladi.

- *eksklyuziv-tur*, ya'ni ixtiyoriy ravishda tanlanadigan alohida turistik xizmatlari.



11.2-rasm. Turistik marshrutini ishlab chiqish bosqichlari va tasdiqlash ketma-ketlik rasmi

**Marshrut bo'yicha turistik sayohatining
TEXNOLOGIK HARITASI**

1. Marshrutning asosiy ko'rsatkichlari

Marshrutning mavzusi _____
Marshrut turi _____
Murakkablik darajasi _____
Marshrut uzunligi (km), jumladan yayov, qayiqda, transportda _____
Sayohat muddati (sutka) _____
Turistlarning soni _____
Turistlar kelgan davlatning nomi _____
Marshrutdagi turistlar va xizmatchilar soni _____
Marshrutda xizmat ko'rsatishning boshlanishi _____
Marshrutda xizmatlarning tugashi _____
Turistik firma rahbari _____

Muhr:

Sayohat boshlanadigan turistik firmaning manzili

**2. marshrut bo'yicha turistlar va sayohatlarga xizmat
ko'rsatish dasturi**

Ekskursiya obyektlari	Ekskursiya obyektiga kirish	Ekskursiya obyektidan chiqish	Ekskursiya obyektlar orasidagi masofa va harakatlanish usuli	Dam olish va ovqatlanish manzili	1 kishi uchun harajatlar

Marshrut davomida xizmat ko'rsatuvchi turistik firmalarning rahbarlari, manzillari, telefonlari haqida ma'lumotlar

1- turistik firma _____

2- turistik firma _____
 3- turistik firma _____
 Marshrutning xizmatlar dasturini ishlab chiquvchi
 turistik firma rahbari imzosi _____

Muhr:

SAFAR TRASSA PASPORTI

3. Turistik korxonaning nomi _____
 Turizmturi _____ safar trassasi _____

asosiy geografik punktlar nomi

Uzunligi _____ km, davomiyligi _____ sutka

Guruhdagi turistlar soni _____ nafar

Ish davri _____ dan _____ gacha

Pasport tuzilgan payt 201 _____ yil, _____ nusxada

O'zgarishlar kiritilgan: 201 _____ yil, _____ sahifa

200 _____ yil _____ sahifa

Pasport nusxalari jo'natilgan:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

4. Safar trassasini bosib o'tish rejasi

Yo'l kunlari	Trassa uchastkasi	Km	Harakat vositasi

Jami faol harakat vositalari bilan _____ km.

**Safar trassasining qisqacha tavsifi, yo'lning murakkab
uchastkalarining bayoni**

1. Safar trassasi hududidagi iqlim to'g'risida ma'lumot (mazkur
marshrut ishi davriga to'ldiriladi)

Ma'lumotlar	Oylar	06	07	08	09
Harorat S°			O'rtacha Minimal Maksimal		
Shamol tezligi m/s			O'rtacha Maksimal		
Yog'ingarchilikning o'rtacha miqdori <i>mm</i>			O'rtacha Maksimal		

2. Sodir bo'lishi mumkin bo'lgan favqulotda hodisalar va
guruhning bu paytdagi harakati.

3. Turistlarning safar oldi tayyorgarligiga talab. Nazariy va amaliy
mashg'ulotlar turbazada

№	Mavzu	Mashg'ulotlar soat hajmi	O'tkazish shakli

4. Yo'llanma ilova varaqasi matni uchun tavsiyalar. Yo'llanma
matniga turistik jihozlar, kiyim-kechak, poyafzal bo'yicha tavsiyalar
kiritadi.

5. Trassani bosib o'tish uchun turistik jihozlari:

a) yo'llanma bo'yicha turistik korxonasi tomonidan beriladigan, shu
jumladan butun guruh uchun (_____ nafar sayyoh va bir
instruktorga);

b) qo'shimcha to'lov e'vaziga beriladigan

6. Safar trassaning obodonchiligi

Markirovka (ramziy belgilar) _____

Dam olish joyi, tunash joyi, pana joylar, yo'l obodonchiligi _____

Korxonada direktori _____

Katta instruktor _____

«**Kelishilgan**»

(kelishuvchi tashkilotlar imzosi)

11.3. Turlarni shakllantirishda xizmat ko'rsatish dasturini tayyorlash jarayoni

Xizmatning har bir tavsifi ist'emoilchi va ijrochi uchun imkoniyat darajasida ahamiyatli bo'lishi shart. Xizmatning muayyan tavsifi tegishli xizmat turlariga belgilangan davlat standarti talablaridan kam bo'lmasligi lozim.

Turistlarga xizmat ko'rsatish jarayoniga qo'yiladigan talablarni batafsil yorituvchi hujjatlar quyidagilarni qamrab olishi shart:

- turistlarga xizmat ko'rsatish jarayoni, shakli va usullari bayoni;
- turistlarga xizmat ko'rsatish jarayoni tavsifinining mazmuni;
- foydalaniladigan uskunalarning turiga, miqdoriga va qabul qilish qobiliyatiga talablar;
- zarur xizmatchilar soni va ularning kasbiy malakasi darajasini;
- buyurtmalar va xizmatlarning shartnomaviy ta'minoti;
- kafolatlar;
- zaruriy kelishuvlar (rekratsion zaxiralar mulkdorlari, sanitariya – epidemiologiya va yong'in xavfsizligi, DAN va boshqa organlar bilan).

Turistlarga xizmat ko'rsatish jarayoniga qo'yiladigan aniq talablar amaldagi me'yoriy hujjatlar talablaridan kam bo'lmasligi lozim.

Turistlarga xizmat ko'rsatish jarayonini loyihalashtirish xizmat ko'rsatishning har bir bosqichi bo'yicha (masalan, xizmatlar bo'yicha ma'lumot berish, xizmat ko'rsatish, xizmatlar uchun hisob-kitob) amalga oshiriladi va ularning har biri uchun alohida texnologik harita tuziladi.

Xizmat ko'rsatish dasturini yaratish quyidagi tushunchalarni o'z ichiga oladi:

- sayohat marshruti;
- xizmatlar ijrochisi bo'lgan – turistik korxonalar ro'yxati;
- xizmatlar ijrochisi bo'lgan har bir korxonaga taqdim etadigan turlar vaqti;
- ekskursiyalar va qadamjo obyektlar tarkibi;
- sayyohlar sayri va safarlar ro'yxati;
- dam olish tadbirlar majmuasi;
- marshrutning har bir punktidato'xtashvaqti;
- sayohatda qatnashayotgan sayyohlar soni;
- ichki marshrut yuk tashuvidagi transportlar turi;

- turizm bo'yicha yo'riqchi-uslubchi, ekskursovod, gid-tarjimon, boshqa xizmat ko'rsatuvchi personalga va ularni zaruriy qayta tayyorlashga bo'lgan ehtiyoj;

- transport vositalari;

- reklama, axborot va kartog'rafik materiallar shaklini tayyorlash, turistik yo'llanmalari uchun axborot varaqalarida sayohat tavsifi.

«Turistik sayohati» xizmatini loyihalashtirishning natijasi quyidagi turistik korxonasining texnologik hujjatlari hisoblanadi:

- turistik sayohatining texnologik haritasi;

- turistik korxonasining yuklanish grafigi;

- iste'molchiga taqdim etiladigan turistik yo'llanmasining axborot varaqasi.

«Turistik safari» xizmatini loyihalashtirish quyidagilarni nazarda tutadi:

- turistik safari kechadigan hudud va marshrutni ekspeditsion tekshiruvini o'tkazish;

- turistik safar yo'lidagi (trassadagi) joylashtirish va uskunalar, turar joylar loyihalarini ishlab chiqish va tayyorlash;

- zaruriy turistik jihozlari, uskunalarni va transport vositalarini sonini hisob-kitob qilish;

- turizm bo'yicha yo'riqchi-uslubchilar, boshqa xizmat ko'rsatuvchi personalga bo'lgan talabni aniqlash hamda ularning tayyorgarligini tashkil etish;

- safar yo'li bayonnomasi ko'rsatilgan reklama – axborot materiallarini tayyorlash;

- «turistik safar» xizmati xavfsizligi bo'yicha choralarni belgilash.

Safar yo'lini ishlab chiqish hududlar bo'yicha mo'tadil iqlim sharoiti, ekologik va sanitariya me'yor va talablariga javob beradigan, amaldagi me'yoriy hujjatlarda belgilangan tarzda (SSBT, tabiat muhofazasi sohasi standartlariga mos keladigan), hamda aniq turizm turi rivojining real imkoniyatlaridan kelib chiqqan holda amalga oshiriladi.

«Turistik safar» xizmatini loyihalashtirishning hujjatli asosi marshrutning ekspeditsion tekshiruvi va sayyohlar xohishini sotsiologik o'rganish o'tkazilganligi to'g'risidagi hisobot hisoblanadi.«Turistik safar» xizmatini loyihalashtirishning natijasi uning yo'l pasporti hisoblanadi.

Turistik safarining yo'l pasporti quyidagi tashkilotlar bilan kelishiladi:

- sanitariya – epidemiologiya xizmati organlari;

- transport vositalari harakatini nazorat qiluvchi boshqa tashkilotlar (DAN, suv inspeksiyasi va b.);

- er maydoni boshqaruvi organlari (mulkdorlar) bilan, agar ular hududidan turistik safari yo'li o'tgan bo'lsa.

Turmahsulotni hisoblash jarayoni. Ushbu xolatda soddallashtirilgan, ammo barcha jarayonlarni tushuntirishga imkon beruvchi texnologiya taklif etiladi. O'z tarkibiga Toshkent, Buxoro va Samarqand shaharlarini oluvchi «**Buyuk ipak yo'lidagi qadimgi shaharlar**» nomli turpaketni ko'rib chiqamiz. Mazkur yo'nalish Fransiya turistlari uchun tavsiya etiladi. Sayohat muddati—7 kun va 6 kecha. Hisob-kitobni bir nafar turist uchun amalga oshiramiz. Asosiy turmahsulot (turprodukt) tarkibiga qo'yidagilarni kiritamiz.

Birinchiidan, **transport xizmatlari (TSer)** – Parijdan Toshkentgacha uchib kelish va uchib ketish. Biletning narxi ikki tomonga 980 dollarni tashkil etadi.

Ikkinchiidan, **transfert xizmatlari(SerTr)**—bu turistni aeroportdan mehmonxonagacha olib boorish, turistni mamlakat bo'ylab tansprortda olib yurish va mehmonxonadan aeroportga olib ketish harajatlaridir. Aytaylik, bir kunlik mazkur harajat—30 dollarni tashkil qilsin.

Uchinchiidan, **mehmonxonalarda yashash(Acc)** – Toshkentda (2 sutka), Buxoroda (2 sutka) va Samarqandda (2 sutka), o'rtacha bir o'rinli nomer sutkasiga – 30 dollar. Mazkur harajat tarkibiga ertalabki nonushta harajatlari ham kiritilgan.

To'rtinchiidan, yuqorida qayd qilingan uchta shahar **restoranlarida ovqatlanish** (tushlik va kechki ovqat – 20 dollar).

Beshinchiidan, uchta shaharda **tarjimon – ekskursiya yetakchilarning(SerG)** xizmatlari – sutkasiga 5 dollar miqdorida.

Oltinchiidan, **diqqatga sazovor joylarga tashrif buyurish(TurS)** – muzeylar, Ko'kaldosh madrasasi, Ulug'bek observatoriyasi, Registon maydoni, Shohi-Zinda ansambli, Labi-xovuz majmui va boshqa tarixiy, arxitektura, madaniyat obyektlari (jami – 50 dollar).

Yettinchiidan, turni tashkil etgan **turfirma harajatlari va foydasi(IaP)**, turetakchining kutib olishi-kuzatishi – 100 dollar.

Sakkizinchiidan, boshqa davlatda turistni tashrif buyurgan barcha kunlari uchun ixtisoslashgan **kompaniyaga sug'urta to'lovi** (badali) **(SK)** – sutkasiga 2 dollar miqdorida.

Shunday qilib, turmahsulot summasi:

OTur = TSer (\$980) + SerTr (\$30x7 kun) + Acc (\$30x 6 kun) + FR (\$20x7 kun) + SerG (\$5x7 kun) + TurS (\$50) + IaP (\$100) + SK (\$2x7) = 1709 dollar.

Shuni hisobga olish zarurki, bu dastlabki narxlardir, biroq, turfirmada doimo harajatlarni qisqartirishi va aviakompaniyalardan, avtotransport tashkilotlaridan, mehmonxonalaridan, diqqatga sazovor joylardan chegirmalar olishi mumkin.

Qo'shimcha xizmatlar mijozning istak-xohishi bo'yicha kiritilishi mumkin. Masalan, turistlar uchun bo'sh vaqt ajratiladi (harid uchun, mustaqil sayohat uchun va h.k.). Bunda Xumsan tog'larida otda sayr qilish (Bo'stonliq tumani), qimizdan tatib ko'rish, Buxoroda hammomga yoki shaxsiy turar joylarga tashrif buyurish, Samarqandda – to'ya yoki tantanali marosimlarda ishtirok etish. Firma bunday madaniy xizmatlarni taqdim etuvchi tashkilot va muassasalar bilan olidindan shartnomaga ega bo'lishi kerak. Tabiiyki bunday qo'shimcha xizmatlar turmahsulot narxini qimmatlashtiradi.

Turmahsulot o'z tarkibiga marshrutni batafsil ifodalashni kiritadi. U quyidagicha bayon qilinishi mumkin:

Birinchi kun. Parijdan Toshkentga uchib kelish (soat 6.05.). Mehmonxonaga transfert (8.00). Joylashish va dam olish (to 9.30 gacha). Shahar bo'ylab ekskursiya (10.00-13.30). Restoranda tushlik (13.30-14.30). Gid-ekskursiyachi hamrohligida madrasalar va madaniy markazlarga tashrif (13.30-17.30). Teatrlashtirilgan dasturda ishtirok etish (18.00-19.30). Kechki ovqat (20.00 da). Tungi uyqu (bo'sh vaqt).

Ikkinchi kun. Nonushta (7.30-8.00). Tarixiy joylarga sayohat (8.00-13.30). Tushlik (13.30-14.30). Bo'sh vaqt (14.30-20.00). Kechki ovqat (20.00-21.00). Tungi uyqu (bo'sh vaqt).

Uchinchi kun. Nonushta (7.30-8.00). Samarqandga jo'nash (8.00-13.00). Joylashish va dam olish (13.00-14.00). Tushlik (14.00-15.00). Shahar bo'ylab ekskursiya, Registondagi teatrlashtirilgan shouda ishtirok etish (15.00-20.00). Kechki ovqat (20.00). Tungi uyqu (bo'sh vaqt).

To'rtinchi kun. Nonushta (7.30-8.00). Tarixiy joylarga sayohat (8.00-13.30). Tushlik (13.30-14.30). Bo'sh vaqt (14.30-20.00). Kechki ovqat (20.00-21.00). Tungi uyqu (bo'sh vaqt).

Beshinchi kun. Nonushta (7.30-8.00). Buxoroga jo'nash. (8.00-12.00) Joylashish va dam olish (12.00-13.00). Tushlik (13.00-14.00). Shahar bo'ylab ekskursiya, Labi-Hovuzdagi teatrlashtirilgan shouda

ishtirok etish (15.00-20.00). Kechki ovqat (20.00-21.00). Tungi uyqu (bo'sh vaqt).

Oltinchi kun. Nonushta (7.30-8.00). Tarixiy obidalarga sayr qilish (8.00-13.30). Tushlik (13.30-14.30). Bo'sh vaqt (14.30-20.00). Kechki ovqat (20.00-21.00). Tungi uyqu (bo'sh vaqt).

Yettinchi kun. Nonushta (7.30-8.00). Toshkentga jo'nash (8.00-18.00). Yo'lda tushlik (13.00-14.00). Shahar bo'ylab ekskursiya (18.00-21.00). Aeroportga transfert (21.00). Parijga uchib ketish (24.00).

Yuqoridagilardan shu narsa ma'lum bo'lmoqdaki, yo'nalish batafsil va mukammal bo'lishi, shahar bo'ylab harakatlanish xaritalari uning tarkibida mavjud bo'lishi talab etiladi. Unda barcha diqqatga sazovor joylar, mehmonxonalar, restoranlar, aloqa telefonlari va boshqa zarur bo'lgan foydali ma'lumotlar bo'lishi zarur. Masalan, turistlar o'z sayohatlari davomida astronomiya fanining rivojiga buyuk hissasini qo'shgan alloma – Mirzo Ulug'bekning observatoriyasiga tashrif buyuradi. Shu sababli, Ulug'bekning tarixiy hayoti va ilmiy faoliyatiga batafsil to'xtalish, ma'lumot berish zarur. Bundan tashqari turistlar yo'lidagi qadimgi kishilarni to'xtagan joylarini ham qayd etish mumkin. Bularning barchasini jarangli va mazmunli nomlar bilan yetkazish lozim.

Yuqorida qayd etilganidek, turmahsulot turistlarga paket («pekidj») larda sotiladi. Turoperator turagentlarga komission chegirmalar taqdim etadi yoki turagent o'z xizmatlari – reklama, mijozlarni topish, hujjatlarni rasmiylashtirish va boshqalar uchun ustama haq qo'yadi. Shu bilan birga, paketdagi taqdim etilayotgan turning narxini hisoblashni bilish lozim. Turmahsulotning narxini normativ kalkulyatsiya usuli bilan hisoblash mumkin. Unga turistlarga xizmat ko'rsatish va turistlar guruhini kuzatish bilan bog'liq bo'lgan barcha sarf-harajatlar kiradi. Turmahsulot narxining formulasi qo'yidagicha hisoblanadi:

$$P_{tur} = \frac{SU + Stax + PrT - ZT \pm Kd}{N_{tour} + N_{gr}}$$

Bu yerda, P_{tur} – milliy valyutada bitta turistning turpaket narxi (yoki dollar ekvivalentida);

SU – turoperatorning turpaketi ichiga kiradigan xizmatlar tannarxi;
 $Stax$ – alohida xizmat turlari bo'yicha bilvosita soliqlar summasi (NDS);

PrT – turoperatorning milliy valyutadagi foydasi (yoki dollar ekvivaletidagi);

ZT – turpaket tarkibiga kiruvchi alohida xizmat turlari uchun turistga turoperator taqdim etayotgan chegirma;

Kd – turagentni komission mukofotlash (ko'p hollarda bu turpaket narxiga qo'shimcha yoki turoperatorningi turagent foydasiga narxdan chegirmasi);

Ntour – guruhdagi turistlar soni;

Ngr – guruhga yo'lboshchi sifatida hamkorlik qiluvchilarning soni.

Turpaket narxi to'g'risida fikr yuritilganda, quyidagilarni qayd qilish juda muhim, jumladan:

– turist mazkur turpaket narxi ichiga kirmaydigan qo'shimcha xizmatlarni buyuradi, biroq, buning uchun qo'shimcha haq to'lashga tayyor;

– turistlar soni qanchalik ko'p bo'lsa, turoperator turagentga taqdim etayotgan chegirmasi shunchalik katta bo'ladi va kishi boshiga hisoblaganda turning tannarxi shuncha past bo'ladi;

– ba'zida tur narxi nomavsumiy vaqtda transportga, joylashtirish vositalariga, diqqatga sazovor joylarga ekskursiyalar yanada past narxlarda belgilanadi, turistlarni yosh tarkibiga (bolalar va maktab o'quvchilariga) turizmni ko'pgina xizmatlarining narxiga kattagina chegirmalar beriladi, mintaqaga ba'zi davlatlar chet el turistlarini ko'proq jalb etish maqsadida turizm faoliyati uchun imtiyozlar taqdim etadi;

– turpaket narxiga kiruvchi foyda turizm korxonasi tomonidan harajatlar tannarxiga nisbatan foizlarda belgilanadi, ammo bunda mazkur turmahsulotga ehtiyoj darajasini hisobga olish zarur.

Bularning barchasida narx doimo elastik, moslashuvchan bo'lishi, ya'ni bozor o'zgarishlariga aniq moslashishini hisobga olishi zarur.

Tayanch so'z va iboralar: Turistik marshrutlar, marshrut turlari, turistik resurs, marshrut tamoyillari, xizmat ko'rsatish dasturi, turistik sayohatining texnologik haritasi, turistik korxonasining yuklanish grafigi, «Turistik safar» xizmati xavfsizligi, turistik safarining yo'l pasporti, pekiy-tur, eksklyuziv-tur.

Mustaqil ishlash uchun savollar:

1. Turistik marshrut deganda nimani tushunasiz?
2. Turistik marshrutning qanday turlarini bilasiz?
3. Turizm marshrutining tasnifini tushuntiring.

4. Turistik marshrutini ishlab chiqish bosqichlari nimalardan iborat?
5. Turistik sayohatning yo‘llanmasi va texnologik haritasini tuzish mazmuni nimalardan iborat?
6. Turistik marshrutning xizmatlar dasturi qanday ishlab chiqiladi?
7. Turistik safar marshrutining ekspeditsiyali tekshiruv o‘tkazilganligi to‘g‘risidagi hisobotning tuzilishi nimadan iborat?

Amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar:

1. Toshkent–Samarqand–Buxora –Xiva turni shakllantirishda muhim bo‘lgan marshrut bo‘yicha turistik sayohatning texnologik haritasi va safar trassa pasportini tayyorlang. Ushbu tur uchun turistik marshrut ishlab chiqing va uning taqdimotini o‘tkazing.
2. «Madina-tur» turfirmasi tomonidan taklif etiladigan Toshkent, Samarqand Buxoro va Xiva shaharlarini tomosha qilish uchun Italiyalik turistlarga «**Sharq durdonalari**» nomli turpaketni shakllantiring. Turpaketni shakllantirishda ko‘rsatiladigan barcha xizmatlarning narxlarini hisoblang.

Test savollari:

1. «**Marshrut**» so‘zi qanday manoni anglatadi?
 - a) yur degani
 - b) harakat qilmoq
 - d) yo‘lda yurmoq
 - e) harakatni boshla degani
2. **Qadimiy marshrutlar qaysi davrlarni o‘z ichiga oladi?**
 - a) insoniyatning to buyuk geografik kashfiyotlargaacha bo‘lgan davr
 - b) 1490–1504- yillar
 - d) XVII–XVIII asrlar
 - e) XX asr boshlari
3. **Xristofor Kolumb, Amerigo Vespuchchi, Vasko da Gama va boshqa sayyohlar ochgan marshrutlar davri qanday nomlanadi?**
 - a) buyuk geografik kashfiyotlar davri
 - b) yangi zamonaviy marshrutlar

d) o'zgartirilgan mashrutlar davri

e) turistik mashrutlar davri

4. Ekoturizm va ovchilik marshrutlari qaysi marshrut belgisi bo'yicha tasniflanadi?

a) turistik marshrutlar

b) quriqlikdagi transport marshrutlari

d) temir yo'llar marshrutlari

e) marshrut darajalar bo'yicha marshrutlar

5. Eksklyuziv-turga to'g'ri ta'rif berilgan qatorni belgilang.

a) ixtiyoriy ravishda tanlanadigan alohida turistik xizmatlari

b) asosiy xizmatlar majmui

d) qo'shimcha xizmatlar majmui

e) ekskursiya xizmati

12-mavzu. TURIZM INDUSTRIYASI VA INFRATUZILMASI

Reja:

12.1. Turizm industriyasi va turizm infratuzilmasi
tushunchalarining mohiyati

12.2. Turoperatorlar va turagentlar faoliyati

12.3. O'zbekistonda turizm infratuzilmasini rivojlantirish chora-
tadbirlari

12.1. Turizm industriyasi va turizm infratuzilmasi tushunchalarining mohiyati

Bugungi kunda «turizm industriyasi» tushunchasining ko'plab ta'riflari mavjud bo'lib, bunday ta'riflardan eng ishonchli va mukammalroqlaridan biri Birlashgan Millatlar Tashkilotining 1971-yilda o'tkazilgan savdo va taraqqiyotga bag'ishlangan anjumanida berilgan edi¹⁸. Ushbu anjumanda e'tirof etilganidek, turizm industriyasi turistlar ehtiyojini qondirish uchun turistik mahsulotlar yaratishga yo'naltirilgan barcha turistik tashkilotlarning turli faoliyatlar yig'indisidan iborat.

Keyingi yillar davomida ushbu ta'rifning mazmun va mohiyatini aniqlash hamda turizm industriyasining tarkibiy qismlarini tavsiflash yo'lida ko'plab tadqiqotlar bo'ldi. Ammo bunga qo'l urgan tadqiqotchi va amaliyotchilar turli qiyinchilik, to'siqlarga duch keldilar. Bunday qiyinchiliklarning yuzaga kelishiga asosiy sabab turizm industriyasining iqtisodiyotning boshqa sohalari bilan chambarchas bog'liqligidir. Turizmning keng darajadagi ehtiyojini qondirishda sanoat va qishloq xo'jaligi, qurilish va savdo sohalari yagona, alohida bir tuzilmalar sifatida ishtirok etadilar. Shu sababli, turizm industriyasini boshqa sohalardan keskin chegaralash o'ta mushkul masaladir.

Hozirgi kunda faol iste'molchi o'ziga kerakli, xizmatlar haqida individual tasavvurini shakllantiradi va bu taklifga bevosita ta'sir o'tkazadi. Natijada turizm industriyasi o'z tarkibini o'zgartirib, yangi, zamonaviy turistning xohish-istaklari hisobga olingan turistik-rekreatsiyon obyektlarni yaratadi hamda turistlarga xizmat ko'rsatish sohasiga yashash tarzining qulayligi va ko'rsatilayotgan xizmatlarning yuqori sifatligini, originalligini ta'minlash uchun zarur bo'lgan yangi faoliyat turlarini jalb etadi. Bu esa, o'z navbatida, turizm infratuzil-

¹⁸<http://www.unwto.org>

masini tashkil etuvchi muhit va resurslardan jadal foydalanishga hamda avvallari turistik hisoblanmagan yangi resurslarni (qishloq va ekologik turizm) muomalaga jalb etishga undaydi. Turizm industriyasi mavjud resurslardan shunchaki foydalanib qolmasdan, balki muhitga nisbatan o'z individual talabini shakllantirib, o'zaro ta'sir harakterini o'zgartiradi.

Turizm industriyasi – bu mehmonxonalar va joylashtirish vositalari, transport vositalari, umumiy ovqatlanish obyektlari, ko'ngil ochish obyektlari va vositalari, davolash, sog'lomlashtirish, sportga doir, diniy-marosimchilik, ishbilarmonlikka va boshqa maqsadlarga molik vositalar, turizm operatorlari va turizm agentligini amalga oshiruvchi, shuningdek, turizm infratuzilma tashkilotlari majmuidan iborat bo'ladi.

O'zbekiston Respublikasining «Turizm to'g'risida»gi Qonunida turistik industriya tushunchasi quyidagicha ta'riflanadi: **turistik industriya – turistik faoliyatning turistlarga xizmat ko'rsatishini ta'minlovchi turli subyektlar (mehmonxonalar, turistik komplekslar, kempinglar, motellar, pansionatlar, umumiy ovqatlanish, transport korxonalari, madaniyat, eksport muassasalari va boshqalar) majmui, deb berilgan.**

Taraqqiyotning hozirgi bosqichida mamlakatning yoki turistik markazning ijtimoiy tuzilishidan qat'iy nazar turizm industriyasida turistik faoliyatni amalga oshiruvchi bir qancha turli xildagi korxonalar, chunonchi: turizmni tashkillashtiruvchi turoperator va turistik agentliklar mavjud. Bundan tashqari turistlarni tashuvchi, mehmonxonalar va joylashtirish tizimining boshqa korxonalari, umumiy ovqatlanish, attraksionlar va ko'ngil ochar joylari, shuningdek, ular qatoriga bank sohasidagi muassasalar, sug'urta xizmati va boshqalar kiradi. Turizmning maxsus turlarida davolash muassasalari, o'qitish tizimi muassasalari hamda aniq turistik mahsulotning maqsadlariga muvofiq keladigan sport va boshqa muassasalar ishtirok etishlari mumkin. Bu tashkilotlarning barchasi bir-birlarini uyg'un ravishda to'ldirishi va iste'molchi uchun zarur bo'lgan hamda assortiment bo'yicha yetarli darajadagi barcha xizmatlarni ko'rsatadi.

Turizm infratuzilmasi tushunchasi- turistik faoliyatni amalga oshirishda turistlarning turistik resurslaridan bemalol foydalanishini ta'minlovchi binova inshootlar tizimi, muxandislik va kommunikatsiya tarmoqlari, shu jumladan yo'llar, turizmning turli xizmat ko'rsatish korxonalari va ularni kerakli darajada ishlatishva ta'minlash tushuniladi.

Bu avtomobil va temir yo'llar, yo'l harakatini, havo yo'llarini, dengiz va daryo yo'lari harakatini tartibga soluvchi, issiqlik, suv, elektr va telefon aloqalari bilan ta'minlash va boshqa kommunikatsiya tizimlaridir. Ma'lumki, turizm sohasida turistik resurslari, ya'ni tabiiy-iqlim, tarixiy-madaniy, ma'rifiy, ijtimoiy-maishiy turizm obyektlari bo'lgan hududlarda kerakli infratuzilmani yaratish muhim masalalardan biri hisoblanadi. Yo'llarning ravonligiga qarab ham sayyohlar oqimining oshishi yoki kamayishi mumkin. Yo'llar, bozorlar mamlakatning iqtisodiy va madaniy ahvoli qay darajada rivojlanganidan dalolat beradi.

Turist-avvalo dam oluvchi bo'lib, ungap'rsatiladigan xizmatlar iste'molchisi ekanligini unutmasligimiz lozim. Bular nafaqat avtomobil yo'llari, shuningdek, temir yo'llarga ham taa'luqlidir. Vokzal va po'ezd relslaridan tortib, uning ichidagi kommunikatsiya va muhandislik tarmoqlarining barchasi – turizm infratuzilmasining tarkibiy qismi bo'lib hisoblanadi. Nafaqat avtomobil yoki temir yo'llar, xatto turistlar uchun maxsus ajratilgan yo'llar va yo'laklar ham talab darajasida bo'lmog'i kerak.

Mehmonxona va shunga tenglashtirilgan joylardagi kommunikatsiya va muxandislik tarmoqlarida ham muammolar bo'lmashligi turizm sohasining yangi pog'onalarga ko'tarilishida o'ziga xos o'rinni egallaydi. Bir tasavvur qilib ko'raylik: issiqlik tarmog'i ishlamaydigan, elektr tarmog'i past, kanalizatsiya tarmog'i bo'lmagan yoki ichimlik suvi talab darajada bo'lmagan mehmonxonalarda turistning bo'lishi, bular va boshqalar turizm infratuzilmasining rivojlanishidagi kechiktirib bo'lmash va tezda xal qilinishi zarur bo'lgan muammolardan biri hisoblanadi.

Ayniqsa, olis, tog'li joylar, yo'l trassalari kabi hududlarda bu muammolarni hal etish katta kapital mablag' talab qiladi. Hozir Respublikamizning avtomobillar qatnaydigan trassalarida shoh bekatlarning ahvoli xorijiy turistlarga xizmat ko'rsatadigan darajada emas. Turistlar tezda hojatini chiqarib oladigan yoki zarur tibbiy yordam beriladigan obyektlarning zamon talabi darajasida emasligi infratuzilma obyektlarini qurish borasidagi dolzarb ishlar qatoriga kiradi.

Bir vaqtlar Buyuk ipak yo'li o'tgan joylardagi muhim maskanlarda karvonsaroylar bo'lgan. Karvonsaroylar savdo karvonlari uchun hozirgi vaqtlardagi mehmonxonalar xo'jaligi vazifasini o'tagan. Unda karvonlar va savdogarlar tunaydigan xonalardan tortib, ichimlik suvi, ovqatlanish xizmati va boshqa xizmatlar (tabiblar, mashshoqlar, qo'riqchilar) o'z joyiga qo'yilgan. Yurtimiz ko'hna tarix va madaniyatga ega.

Hozirda kanalizatsiya deb ataluvchi tarmoq bundan uch ming yil avval xizmat ko'rsatganligini isbotlovchi dalillarni arxeologiya sohasi olimlarimiz tadqiqot ishlarida ko'rsatib berishgan. Bu esa kommunikatsiya tarmoqlari, ichimlik suvi (sardobalar) maxsus quvurlarkulochilik mahsulotlari sopol quvurlar orqali olib kelinganligidan dalolat beradi. Mana shunday tarixiy, an'anaviy merosimizni yana tiklash, zamonaviy holatga keltirish ham bugungi kuningdolzarb masalasidir.

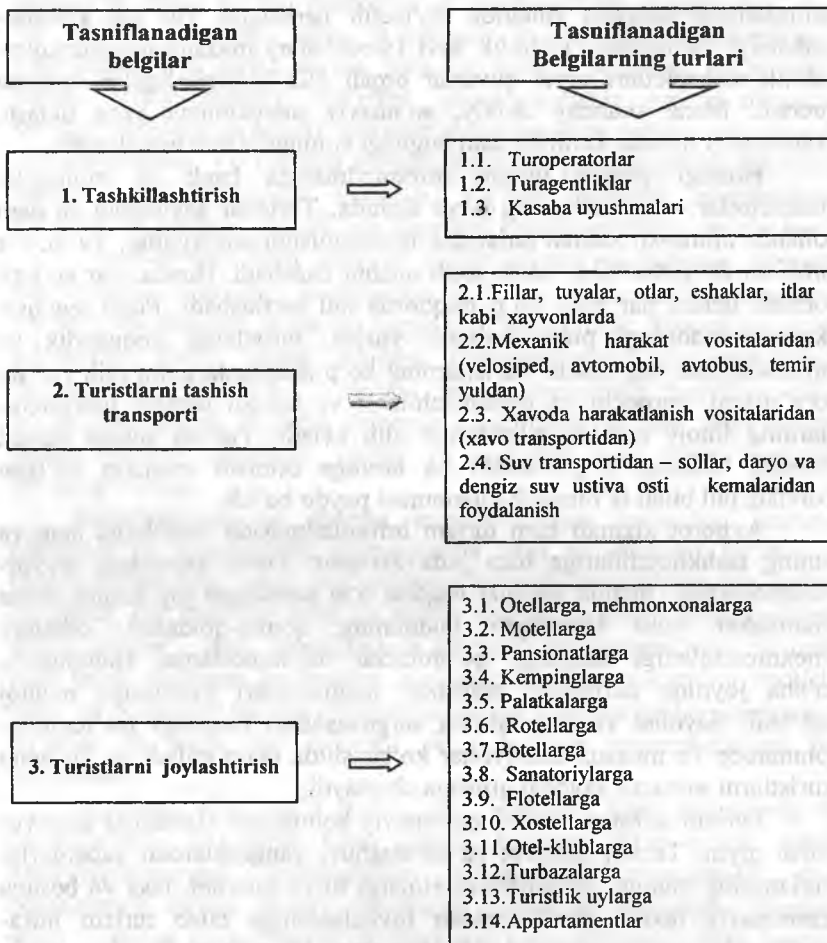
Hozirgi paytda turizm infratuzilmasida bank va moliyaviy tashkilotlar – xizmatlarning o'rni alohida. Turistlar sayohatda va dam olishda xilma-xil xizmat turlaridan foydalanishni xoxlaydilar. Ya'ni, o'z xohishi bo'yicha biror narsa sotib olishni istashadi. Bunda ular ko'ngil ochish uchun har kuni ko'p miqdorda pul sarflashadi. Pulni ayniqsa, katta miqdordagi pulni ko'tarib yurish, turistlarga noqulaylik va qiyinchiliklar tug'diradi. Turistlarning ko'p miqdorda pulni olib yurishi o'g'rilar, qaroqchi va tovlamachilarni va har-xil turdagi jinoyatchilarning jinoiy harakat qilishlariga olib keladi. Turizm sohasi tashkil topishi bilanoq, to'g'rilanishi va tartibga olinishi mumkin bo'lgan xavfsiz pul bilan ta'minlash muammosi paydo bo'ldi.

Axborot xizmati ham turizm infratuzilmasida turistlarga ham va uning tashkilotchilariga ham juda zarurdir. Turist sayohatga tayyorlanayotganda hamda sayohat vaqtida o'zi boradigan joy haqida o'sha mamlakat yoki boradigan hududning qonun-qoidolari, odatlari, mexmondo'stligi haqidagi qo'shimcha ma'lumotlarga, shuningdek, o'sha joyning haritasiga, transport magistrallari sxemasiga muhtoj bo'ladi. Sayohat va turistlarning sarguzashtlari haqidagi ma'lumotlar ommabop va maxsus adabiyotlar ko'rinishida chop etiladi va bu holat turistlarni samarali sayohat qilishga chorlaydi.

Turizm infratuzilmasini zamonaviy kompyuter xizmatidagi tasavvur etish qiyin. Tezkor axborot va so'zlashuv, yangiliklardan xabardorlik turizmning muhim bir jihatidir. Hozirgi turist internet, faks va boshqa zamonaviy texnika vositalaridan foydalanishiga talab turizm infratuzilmasini qay darajada ekanligidan yana bir nishonadir. Zamonaviy elektron vositalari, shu jumladan, turistik xizmatlar, turistik markazlar haqidagi ma'lumotlar joylashgan millionlab saytlarga ega bo'lgan Internet tarmoqlari nafaqat sayohat va turistik agentliklarni tanlash, hattoki, tur sayohatning chiptalari, xizmatlar uchun to'lovlarni ham oldindan tayinlab qo'yish mumkin.

Tasniflanadigan belgilarning turlari bo'yicha turizm industriyasi va infratuzilmasining tarkibiy qismi quyidagi rasmda batafsil ifodalangan.

Turizm industriyasining tarkibiy qismi



4. Turistlarni ovqatlantirish

- 4.1. Kafelarda
- 4.2. Barlarda
- 4.3. Restoranolarda
- 4.4. Sharq taomlari oshxonalarida
- 4.5. G'arb taomlari oshxonalarida
- 4.6. Yevropa taomlari oshxonalarida
- 4.7. Milliy taomlar oshxonalarida
- 4.8. Pavilonlarda

5. Turistlarni sayohat joylari bilan tanishtirish

- 5.1. Tarixiy-me'moriy obidalar bilan
- 5.2. Mustaqillik inshootlari bilan
- 5.3. Arxeologik qazilmalar bilan
- 5.4. G'aroyib voqealardan qolgan qoldiqlar bilan
- 5.5. Ko'rkam bog'lar bilan
- 5.6. Xushmanzara tog'lar bilan
- 5.7. Orombaxsh suv havzalari bilan

6. Turistlarning bo'sh vaqtini mazmunli o'tkazish

- 6.1. Har xil sport inshootlarida
- 6.2. Kinoteatlarda
- 6.3. Teatlarda
- 6.4. Konsertlarda
- 6.5. Har xil tinch-osuda joylarda

7. Turoperatorlar

Turoperatorlar turistik mahsulotni shakllantirishini, uni bozor tomon haraktaini, shuningdek, realizatsiya qilinishini taminlovchi yuridik shaxsdir.

8. Turistik agentliklar (turagent)

Bu iste'molchiga - turistga yoki mijozlarga ayrim turistik xizmatlar va turlarni chakana sotish funksiyasini amalga oshiruvchi korxonona yoki jismoniy shaxsdir.

9. Transport xo'jaligi

- transfer, ko'p hollarda avtobus, turistlarni jo'natish joyidagi asosiy tashuvchiga yetkazib berish, turistlarni aeroport terminalidan, vokzaldan mehmonxonaga eltish hamda xuddi shu operatsiyalarni turistlar vatanlariga qaytayotganlarida bajarish;

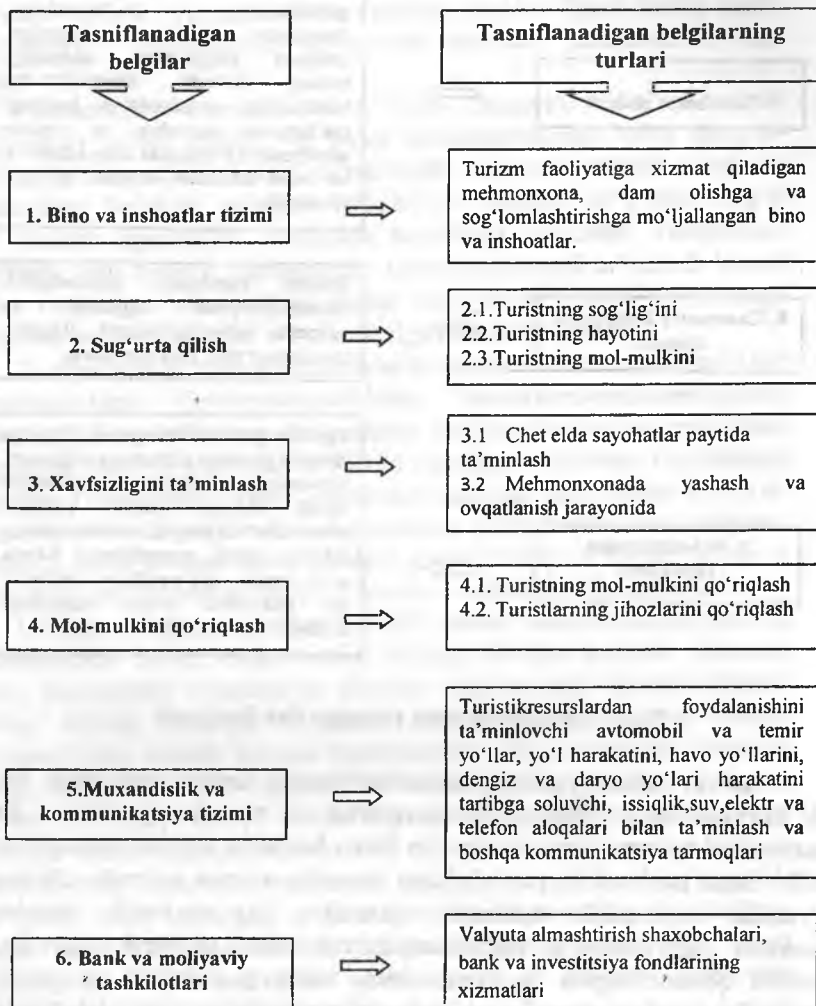
- borishlari kerak bo'lgan uzoq masofalarga eltish;

- avtobus va temir yul turlarida marshrut bo'yicha olib yurish, bunda tashish bosqichi aslida turning zaruriy va asosiy elementi bo'ladi. tashish vositalari esa, ko'pincha tunash joylariga aylanadi, bunga dengiz sayohatiga doir marshrutlarni ham kiritish mumkin.

10. Mehmonxona xo'jaligi

Joylashtirish vositalari va tizimi, ya'ni asosiy vositalar - bular vaqtincha kelib ketuvchilarga (mijozlarga) turli darajada xizmat ko'rsatish bilan bog'liq holda ularni qabul qilish va tunashlarini tashkil etish buyicha maxsus moslashtirilgan turli xildagi va ko'rinishdagi (chayladan tortib to ulkan mehmonxonalargacha bulgan) binolardir. Mehmondo'stlikning (mehmon qabul qilish) bugungi industriyasi - bu region yoki turistik markaz xo'jaligining eng kuchli tizimidir va turizm iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismidir.

Turizm infratuzilmasining tarkibiy qismi



7. Axborot xizmati

Sayohat hududining qonun-qoidolari, odatlari, mehmondo'stligi haqidagi qo'shimcha ma'lumotlarga, shuningdek, o'sha joyning haritasiga, transport magistrallari sxemasiga muhtoj bo'ladi. Sayohat va turistlarning sarguzashtlari haqidagi ma'lumotlar ommabop va maxsus adabiyotlar ko'rinishida chop etiladi va bu holat turistlarni sayohat qilishga chorlaydi.

8. Zamonaviy kompyuter xizmati

Internet tarmoqlari, bronlashtirish dasturlari. Sayohat chiptalari va xizmatlar uchun to'lovlarni oldindan tayinlab qo'yish. Elektron tijorat.

9. Gid-ekskursiya xizmatlari

Turistlar guruhini boshqaradi; diqqatga sazovor joylarga ekskursiya o'tkazadi; ekskursiya mavzusini, marshrutini ishlab chiqadi; mavzu bo'yicha materiallar to'playdi; ekskursiyaning matnini tuzadi, materiallarini hikoya qilib beradi; «gid portfeli»ni tahlaydi; ish jarayonida yuqori darajadagi muloqot madaniyatini talab qiladi.

12.2. Turoperator va turagentlar faoliyati

Turizm industriyasining tashkilotchilariga turizm sohasidagi ikki xil korxonalar to'g'ri keladi: turoperatorlar va turistik agentliklar. Bu korxonalar turizm xizmatining o'zi bilan bevosita shug'ullanmaydilar, balki faqat iste'molchi (turist) bilan bevosita xizmat ko'rsatuvchining o'rtasida vositachilik vazifasini bajaradilar. O'z navbatida ularning faoliyati ham xizmat ko'rsatishning asosini tashkil qiladi. Fransiyaning turistik qonunchiligida bu korxonalarni ularning mohiyati va vazifasining harakteriga muvofiq ravishda turizm tashkilotchilari deb to'g'ri nomlaydilar. Turizm industriyasining shiddat bilan rivojlanishi, turizm bozorida raqobatning yuzaga kelishi va kuchayishi turoperatorlar faoliyatiga ta'sir ko'rsatdi va ularning keyingi ixtisoslashuvini aniqlab berdi.

Turoperator bu– tijorat maqsadi uchun turizm mahsulotini sotishga taklif etuvchi, uni tayyorlash va rejalashtirishda bevosita

ishtirok etuvchi turizm bozorini faol subyekti hisoblanadi. Tur-operator o'z faoliyati davomida vakolat imtiyoziga ega haridor agentlari nomidan turistik xizmatlarni bir necha muddat ilgari harid etish, bronlashtirish, o'zlashtirish, turpaketlar hozirlash jarayonlarini ham amalga oshiradi.

Turoperator – turistik paket ishlab chiquvchi sifati u turistik yo'nalishlar ishlab chiqish va turlar komplektatsiyasi bilan shug'ullanadi, ularning amal qilishini ta'minlaydi, reklamani tashkil qiladi, bu yo'nalishlar bo'yicha narxlarni hisoblaydi, turlarni to'g'ridan-to'g'ri yoki turistik agentliklar vositasida turistlarga sotadilar. Turoperator turistlarni turli turistik xizmatlardan tanlash imkonini ta'minlab beradi va bir vaqtning o'zida boshqa shahar va joylarda xizmat ko'rsatishga buyurtma berish vazifasini o'z zimmasiga olib osonlashtiradi.

Turoperatorlar turizm industriyasida maxsus rolni bajaradilar. Ular turmahsulotlarni (joylarni-samolyotda, nomerlarni-mehmonxonada) sotib oladilar, turistik xizmatlar paketini shakllantiradilar va foyda olish maqsadida turli to'g'ri yoki bilvosita foydalanuvchilarga (turistlarga) sotadilar. Turoperator turistik xizmatlarni alohida ham sotishi mumkin. Bu yo foyda olish, yoki zaruriyat yuzasidan qilinadi. Masalan, imtiyozli narxlarda sotib olingan samolyotdagi joylar sonini to'ldirish uchun u chiptalarni ham sotishi mumkin va bunda u vositachi sifatida bo'ladi.

Birinchi holda turoperator turistik paketni shakllantirayotganda u turmahsulotlar ishlab chiqaruvchisi sifatida faoliyat yuritadi. Ikkinchi holda, turoperator xizmatlarini alohida sotayotganda turistik xizmatlarning ulgurji dileriga aylanadi. Bu holat turoperator ishlab chiqaruvchidan turistik paketni shakllantirish uchun keragidan ortiqcha turistik xizmatlar sotib olganda bo'lishi mumkin. Bundan tashqari, hozirda ommaviy (ko'p) sotib olgani uchun mehmonxonalar va xizmatlar yetkazib beruvchilar orasida tegishli imtiyozlarga ega bo'lgan maxsuslashgan ulgurji turoperatorlari mavjud. Turoperatorning yana bir ahamiyatli jihati shundaki, u turistlar uchun iqtisodiy qulay bo'lgan turistik paketlarni shakllantirish uchun oladigan xizmatlarining narxi o'zgarishidan kafolatlana olish qobiliyatiga ega. Ulgurji turoperator narxlari har doim mehmonxonalar narxlaridan arzon bo'ladi. Ammo baribir turoperatorlar mahsulotlarning keng ko'lamining ulgurji sotuvchisi sifatida emas, balki yangi mahsulotlar ishlab chiqaruvchi sifatida ko'rib chiqish lozim. Shunda u haqiqatga to'g'ri bo'ladi, turoperatorning asosiy faoliyati turlar yoki turpaketlarni shakllantirishdan iboratdir.

O'zbekiston Respublikasi «Turizm to'g'risida»gi Qonuni bo'yicha o'z turistik mahsulotini shakllantiradigan va unga o'z yo'llanmasini chiqaradigan turistik tashkilotgina turoperator hisoblanadi. Bunday talablarni turistik firma bajaradi. Yo'llanma turistlar bilan qilinadigan bitimga rasmiy ilovadir (xizmat ko'rsatish joyiga ko'rsatiladigan asosiy hujjat – vaucherdir).

Turoperatorlik faoliyatida xizmat ko'rsatishni shakllantirish va sotish jarayonlarida turoperatorlarning turni ishlab chiqishdagi tashkiliy bosqich ishlari quyidagi ketma ketlikda amalga oshiriladi:

1. Imkoniyatlar tahlili;
2. Talabni o'rganish;
3. Istiqbolni rejalashtirish;
4. Xizmatlarini ta'minlovchilar bilan shartnomalar tuzish;
5. Tashuvchilar bilan shartnomalar tuzish;
6. Putyovka (yo'llanma) bahosini ishlab chiqish va realizatsiya qilish;
7. Turni tovar-metodik jihatdan ta'minlash;
8. Turistlarni o'tuvchi hujjatlari bilan ta'minlash;
9. Realizatsiya;
10. Reklama va axborotlar;
11. Mutaxassis kadrlar tayyorlash;
12. Marshrutga kadrlar tayyorlash;
13. Turni o'tkazish va xizmat ko'rsatish sifati yuzasidan nazorat o'rnatish.

Turoperatorlar va turagentlar hamkorligi har ikkala tomonga manfaat keltiradi. Turoperatorda mavjud tarmoqlangan kontragentlik tarmog'i unga turistik safarlarni sotish hajmini o'stirishga imkon beradi, yangi bozorga chiqadi, jumladan, chiqish turizmining hududiy bozoriga kirib boradi. Bu bilan o'z xodimlarini ta'minlash harajatlarini, ijara binolarini, ularni uskunalarini tejaydi. O'z navbatida turagent safarlarni oxirgi iste'molchisiga sotib bergani uchun vositachiligiga komission mukofat oladi. Uning hajmi odatda sotilgan turistik mahsulot bahosiga nisbatan foiz hisobida aniqlanadi va 10 % ni tashkil qiladi. U ko'paytirilishi ham mumkin (masalan, kelishilgan hajmdan ko'proq turistik xizmat sotilganda). Komission mukofat turagentlikning asosiy daromad manbai bo'lib xizmat qiladi.

Turoperator har doim sotish uchun turmahsulot resursiga ega bo'ladi, turagent bo'lsa mijoz sotib olish istagini bildirgan holdagina ma'lum xizmatlarni talab etadi. Biroq amaliyotda ba'zan turoperator va

turagent orasidagi farqni ajratib bo'lmaydi, chunki har ikkalasi o'xshash vazifalarni hal qilishlari mumkin. Masalan, firma turoperator sifatida yo'nalishlar ishlab chiqishi, turistlar va boshqa agentliklarga sotishi ham mumkin. Xuddi shu vaqtda aynan shu turistik tashkilot turagent sifatida boshqa firmalardan xizmatlar sotib olishi va turistlarga sotishi ham mumkin.

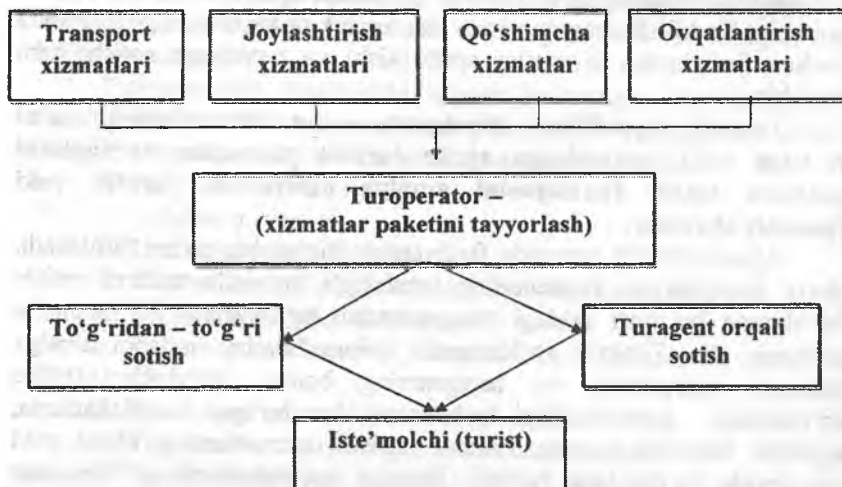
Turistik agentliklar (turagent) – bu iste'molchiga, ya'ni turistga yoki mijozlarga ayrim turistik xizmatlar va turlarni chakana sotish funksiyasini amalga oshiruvchi yuridik yoki jismoniy shaxsdir.

Agentlashtirish sohasida faoliyatning bir nechta turlari farqlanadi, shaxs nomidan va korxonaning topshirig'i bo'yicha turlarni sotish. Mohiyatan bu turli xildagi turoperatorlarning «turistik yo'llanmalar do'koni» dir. Turistik yo'llanmada doimo bunday sotishni amalga oshirgan turoperator va turagentning barcha rekvizitlari to'liq ko'rsatiladi, agentlik foizi tushunchasi bor bo'lgan mamlakatlarda, agentlik foizining summasi doimo turistik xizmatlarning cheki yoki vaucherida ko'rsatilgan bo'ladi. Bunday mamlakatlarda yo'llanmalar **vaucheri** bo'lib, unda kassa apparatidagi ma'lumotni yozib qo'yish uchun maxsus xoshiya mavjud. Bunday holda agentlikning o'zi barcha oqibatlari va javobgarliknibo'yniga olgan holda turoperatorlik funksiyasini bajaradi.

Hozirgi paytda turlarni iste'molchiga Internet tarmog'i orqali sotish shakllanmokda, lekin iste'molchiga faqat axborot berish va mahsulot taklif etish, uni mijozning talabnomasi bo'yicha o'zlashtirish bosqichlarga avtomatlashtirishimkoniyatiga ega, ba'zi hollarda, masalan, bankdagi hisob-kitoblarni yoki kredit kartalarining raqamlarini ko'rsatishda haq to'lash ham nazarda tutiladi. Turizm sohasida turoperatorlar qayd qilganimizdek, turizm industriyasining harakatlantiruvchi asosiy bo'g'inlaridan biri hisoblanadi. Turoperatorlar va turagentliklar hamkorligi turizmni rivojlantirishga asos bo'ladi va turizm bozorida turistga (iste'molchiga) mahsulotlar va xizmatlar yetkazib berishga xizmat qiladi (12.1-rasm).

Keltirilgan 12.1-rasm ma'lumotlaridan ma'lum bo'ladiki, turoperatorlar turizm bozorida yetakchi rol o'ynaydi. Turoperatorlar turni ishlab chiqish jarayonida turizmdagi asosiy xizmatlar ko'rsatuvchi korxonalar (transport xizmatlari, joylashtirish xizmatlari, ovqatlantirish xizmatlari, gid-ekskursiya xizmatlari va boshqalar) bilan mustahkam aloqada bo'ladi va ular bilan xizmatlar ko'rsatishni tashkil qilish

bo'yicha shartnomalar tuzadi. O'z o'rnida turizmda asosiy xizmatlar ko'rsatuvchilar ham turoperator xizmatlaridan manfaatdor hisoblanadi.



12.1- rasm. Tashkillashtirilgan turizm bozorining tarkibi

12.3. O'zbekistonda turizm infratuzilmasini rivojlantirish chora-tadbirlari

Keyingi yillarda respublikamizda turizm infratuzilmasini zamon talabiga moslashtirish maqsadida ko'pgina ishlar qilinmoqda. Ayniqsa, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1995-yil 2-iyundagi «Buyuk Ipak yo'li» ni qayta tiklashda O'zbekiston Respublikasining ishtirokini avj oldirish va respublikada xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora-tadbirlar to'g'risida» gi Farmoni bu ishni yuksak darajaga ko'tarish muammolarini hal qilishda o'z o'rniga ega bo'ldi.

Mazkur farmonni amalga oshirish yuzasidan respublika Vazirlar Mahkamasi 1995-yil 3-iyunda «O'zbekiston Respublikasida xalqaro turizmning zamonaviy infratuzilmasini barpo etish chora-tadbirlari to'g'risida»gi qarori e'lon qilindi. Ushbu qarorda Prezident farmonini to'ldirib, yana quyidagi muhim masalalar amalga oshirilishi ta'kidlab o'tildi: tegishli tashkilotlar bilan birgalikda turistlarni avia va temir yo'l transporti orqali tashishda imtiyozlar berish tartibini ishlab chiqish, maxsus bojxona hududlarini tashkil etish, ularni zamonaviy nazorat texnikasi

bilan jihozlash vazifasi yuklatildi. Qarorda turizm tizimidagi xusussiyashtirilayotgan obyektlardan tushgan mablag'lar «O'zbekturizm» MK bo'linmalarini qayta qurish va texnika bilan jihozlash maqsadida «O'zsayohatinvestbank» ka o'tkazish belgilab qo'yildi.

Valyuta operatsiyalarida imtiyozlar, Toshkent, Samarqand, Buxoro, Urganch-Xiva yo'nalishlarida yo'llarni obodonlashtirish, servis xizmatlarini tashkil etish dasturlarini ishlab chiqish, shahardan tashqarida joylashgan turistik obyektlar uchun kommunikatsiya tarmoqlari to'lovi bo'yicha imtiyozlar berish, turistik inshootlar qurilishi bo'yicha tenderlar o'tkazish, turistlar bo'ladigan joylarda amaliy va tasviriy san'at, xalq ijodkorligi buyumlari, reklama mahsulotlarini tayyorlash-sotishda shahobchalar tashkil etish, xorijda turistik vakolatxonalar ochish ham mazkur qarorda belgilab qo'yilgan vazifalar edi. Shuningdek, xalqaro turizmni rivojlantirish bilan bog'liq bo'lgan barcha masalalarning o'z vaqtida hal etish uchun javobgarlik «O'zbekturizm» MK, «O'zbekiston havo yo'llari», «O'zbekiston temir yo'llari» kompaniyalarining, Ichki ishlar va Tashqi ishlar vazirliklarining, chegara va bojxona xizmatlarining rahbarlari zimmasiga yuklatildi.

Tayanch so'z va iboralar: Turizm industriyasi, turoperator, turagentliklar, turistlarni joylashtirish, turistlarning bo'sh vaqtini mazmunli o'tkazish, turistlarni sayohat joylari bilan tanishtirish, tashish vositalari, turizm infratuzilmasi, turizm inshootlari, temir yo'llari tizimi, kommunikatsiya tarmoqlari, avtomobil yo'llarining turizm infratuzilmasidagi o'rni, muxandislik tarmoqlari.

Mustaqil ishlash uchun savollar:

1. Turizmni tashkillashtiruvchi tashkilotlarga nimalar kiradi?
2. Turizm sohasida turoperator qanday vazifani bajaradi?
3. Turizm industriyasining mohiyatini tushuntirib bering.
4. Turizm infratuzilmasining mohiyatini tushuntirib bering.
5. Muxandislik va kommunikatsiya tarmoqlari faoliyatining turizm infratuzilmasidagi o'rni nimadan iborat?
6. Avtomobil yo'llarining turizm infratuzilmasidagi o'rni nimadan iborat?
7. Temir yo'llari tizimining turizm infratuzilmasidagi o'rni nimalardan iborat?
8. Aloqa tarmog'ining turizm infratuzilmasidagi o'rni nimadan iborat?

9. Mehmonxona xo'jaligining turizm industriyasidagi o'rni nimadan iborat?

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar:

1. Turizm industriyasi va turizm infratuzilmasi chizmalarining taqdimotini tayyorlang.

2. Mehmonxona infratuzilmasi tavsifini o'rganib chiqing va uning taqdimotini tayyorlang.

Test savollari:

1. Turoperator va turagent o'rtasida tuziladigan hujjat nimadan iborat?

- a) shartnoma
- b) franchayzing
- d) faktura
- e) agent bitimi

2. Turizm industriyasiga to'g'ri ta'rif berilgan qatorni toping.

- a) turistik faoliyatning turistlarga xizmat ko'rsatishini ta'minlovchiturli subyektlari
- b) turizm sohasiga xizmat qiluvchi turistik resurslar
- d) turizmning asosiy va qo'shimcha xizmatlarini tashkil etuvchi majmua

e) tarixiy, madaniy, arxeologik turistik obyektlar

3. Turni yaratishda qaysi texnologiyalarni hisobga olish lozim?

- a) iste'molchi o'z buyurtmasini amalga oshira boshlashi yoki yo'llanmani sotib olish bosqichida ma'lumot beriladigan ilmiy asoslangan me'yor va standartlar bo'yicha xizmat ko'rsatish
- b) har bir turistning individual ehtiyojlarini hisobga olish
- d) tematik-xronologik
- e) turistlarning faol va mazmunli faoliyatga yo'naltirilganligi

4. Turizm infratuzilmasiga to'g'ri ta'rif berilgan katorni toping.

- a) turistik faoliyatni amalga oshirishda turistlarning turistikresurslaridan foydalanishini ta'minlovchibinova inshoatlar tizimi
- b) qo'shimcha turizm sohasini boshqaruvchi majmua
- d) turizmga xizmat qiluvchi uskunalar
- e) turmahsulotlarni shakllanishida ishtirok etuvchi tarmoqlar

5. Turizm industriyasida turoperatorning asosiy vazifasi nimalardan iborat?

- a) tijorat maqsadi uchun turizm mahsulotini sotishga taklif qiladi
- b) turni tayyorlash va rejalashtirishda ishtirok etadi
- d) turistik ekskursiyalarni tashkil etadi va ishtirok qiladi
- e) a va b javoblar to'g'ri

13-mavzu. EKOLOGIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING ZAMONAVIY TENDENSIYALARI

Reja:

- 13.1. Ekologik turizmning maqsadi va vazifalari
- 13.2. Ekologik turizmning iqtisodiyotni rivojlantirishdagi o'рни
- 13.3. Ekologik turizmni rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalari
- 13.4. O'zbekiston Respublikasining ekoturistik rayonlari

13.1. Ekologik turizmning maqsadi va vazifalari

Ekologik turizm o'tgan asrning oxirlaridan boshlab jahon turizmi industriyasiga asta-sekin kira boshladi. Butunjahon turizm tashkilotining ma'lumotlari bo'yicha keyingi besh yilda ekologik turizmدا turistlar oqimi tobora ko'payib borayotganligi haqida hisob – kitob natijalari keltirilgan. Ushbu turizm yo'nalishida janubiy Yevropa, Janubiy – sharqiy Osiyo, kichik Osiyo, Xitoy va Afrika qit'asidagi davlatlar oldingi o'rinlarda borishmoqda. Albatta, qayd qilingan geografik tabiiy manzillar betakror tabiat mintaqalar bo'lib, doimiy bahor va yoz iqlimiga ega bo'lgan davlatlarning tabiatdagi biologik xilma-xillik resurslari, sharoitlari bu mintaqalarda yil davomida turistlar oqimining ko'payishini ta'minlaydi, imkoniyatlar yaratadi. Hozirgi kunga kelib jahonda ekologik turizm jadal suratlar bilan rivojlanib borayotgan turizm sohalaridan biriga aylandi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A.Karimov ta'kidlagan-dek *«Go'zal geografik va tabiiy sharoitlar Respublikamiz hududida ekologik turizmni rivojlantirish uchun g'oyat qulaydir. Bu borada mamlakatning tog'li hududlarida joylashgan, zamonaviy jihozlangan sayyohlik majmualarida qishki va noyob sayyohlik dasturlari tashkil etilgan. Sayyohlikning yangi yo'nalishi-yirik qo'riqxonalar va bog'lar xududida tashkil etilgan tabiatshunoslik turizmi rivojlanmoqda»¹⁹.*

Darhaqiqat, O'zbekistonda ekologik turizm rivojlanib borishining yana bir sababi turist o'zi qiziqqan tabiat va uning tabiiy sharoiti, biologik resurslari bilan tanishibgina qolmasdan, bu tabiat bag'rida dam oladi, tabiat go'zalligini chuqur his qiladi. Uning resurslarini avaylash xohish-istagi paydo bo'ladi. Respublikamizning ekologik turizm salohiyatini hisobga olganimizda ekologik turizmni rivojlantirishning asosiy resurslari – 4 faslli tabiat mavsumlari, o'zining ekologik

¹⁹Экологический вестник. Ж. Тошкент, № 6, 2007.

tizimlariga ega bo'lgan 5 ta tabiiy landshaft bio-xilma-xilliklarida endemik (faqat O'zbekiston tabiatida) turlarning mavjudligidan iborat. O'zbekistonning ekologik turizmdagi resurslar salohiyatiga alohida to'xtalganimizda, quyidagi ekoturizm manbalarini keltirish, tavsiflash masalaga ravshanlik kiritadi.

O'zbekiston 3,8 mln. gektarga ega bo'lgan ovchilik – baliqchilik yer maydonlariga ega, ulardan 1 mln. gektarini suv fondi tashkil etadi. Respublikamiz faunasi 97 turdagi o'txo'r hayvonlar, 424 turdagi



qushlar, 58 turdagi sudralib yuruvchilar va 83 tur baliqlarga ega. Bulardan, 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'lumotlari bo'yicha, O'zbekistonda hozirgi kunda 4148 tur o'simliklar mavjud. Shulardan, 3000 turlari oliy, yovvoyi o'suvchi o'simliklar, ulardan 9 foizi endemiklardan iborat. O'zbekiston hududining muhofaza etilayotgan tabiiy hududlar tarkibida 2164 km² ni tashkil qilgan 10 ta davlat qo'riqxonasi, 6061 km² ni tashkil etgan 2 ta milliy bog' va noyob turlarga kiruvchi hayvonlarni ko'paytirish respublika markaziy – «Jayron» ekomarkazi, 12186 km² maydonni tashkil etgan 17 ta davlat buyurtmaxonalari mavjud.

Keltirilgan ma'lumotlarga qo'shimcha qilib qayd qilish mumkinki, O'zbekiston Markaziy Osiyoning o'rtasida, ekologik turizmning rivojlanishi uchun qulay transport, geografik hududlarida joylashgan. Ekspertlarning ma'lumotiga qaraganda ekoturizm sayyohlik bozorining 10-20 %ini qamrab olgan, o'sish sur'ati esa umumiy turizm industriyasining o'sish sur'atidan 2 – 3 marotaba oshib ketdi. Shuning uchun ham bugungi kunda ekologik turizmni rivojlantirish asoslarini va ekologik resurs maskanlariga turistik marshrutlar tuzishning uslubiy asoslarini ishlab chiqish zarur bo'lmoqda.

O'zbekistonlik ekolog olimlarning fikricha, – ekoturizm ma'rifiy-ma'naviy tushunchalar ostida ekoturistlarning ekzotik tabiiy hududlarga, ularning hayvonot va o'simliklar dunyosiga, tabiiy hududlarning tarixiy

yoʻdgorliklariga, arxeologik topilmalariga, geologiyasiga, paleontologiya qoldiqlariga sayohatlari kabi tabiat bilan bogʻliq majmualar kiradi.

Ekoturizmning maqsadi – hozirgi va kelajak avlodlarning ekologik xavfsizligi va barqaror rivojlanishini taʼminlash uchun tabiatdan turistik yoʻnalishda oqilona foydalanishdir. Ekoturizmning maqsadini amalga oshirish uchun «Oʻzbekistonda ekologik turizmni rivojlantirish Konsepsiyasi» da keltirilgan rejaviy dasturni keltirish kifoya qiladi. Bu konsepsiyada respublikamizda ekologik turizmni rivojlantirish uchun quyidagi vazifalarni bajarish muhimligi alohida qayd qilingan:

- ekoturizm industriyasini shakllantirish uchun maxsus qonunlarni ishlab chiqish va ularning huquqiy mexanizmini yaratish;

- ekoturistik fan, taʼlim va amaliyotning nazariy asoslarini ishlab chiqish;

- aholining ekologik ongi va madaniyatini ekoturizm orqali oʻstirish;

- ekoturizm yoʻnalishidagi taʼlim va tarbiyani yoʻlga qoʻyish;

- ekoturizm boʻyicha mutaxassislarni tayyorlash va qayta tayyorlash;

- ekoturistikobyektlarni har tomonlama baholash va ularning kadastrini olib borish;

- ekoturizm monitoringi va istiqbolini olib borishni yoʻlga qoʻyish;

- milliy davlat hududlarini ekoturizm boʻyicha rayonlashtirish;

- davlatlarning va xalqaro jamiyatning ekoturizmga oid taktik reja va strategik dasturlar va tadbirlarini ishlab chiqish;

- biologik xilma-xillikni saqlash.

Qayd qilingan vazifalarni bajarishda quyidagi ekoturistik tamoyillarniyaʼni ekologik munosabatlarni turizm orqali tartibga solishga yoʻnaltirilgan qoidalarga qattiq, maʼsuliyat bilan rioya qilish talab qilinadi:

- ekoturizmga tabiatni muhofaza qilish va barqaror rivojlanish masalalarining ustivorligi;

- ekoturizmning tarixiy, madaniy va boshqa turizm turlari bilan bogʻlanganligi;

- turizm va servis sohasi yoʻnalishidagi barcha taʼlim muassasalarida ekoturistik oʻquv kiritilishining maqsadga muvofiqligi;

- mahalliy aholining ekologik ongi va madaniyatini oʻstirishda ekoturizmni jalb qilish zaruriyati;

- tabiatdan oqilona foydalanish va tabiatni muhofaza qilishning mazmunini ekoturistik marshrutlarda aks ettirish;
- davlat, jamiyat, mahalliy boshqaruv idoralarining ekologik turizmdan manfaatdorligi;
- ekoturizmda ekologik ijtimoiy-iqtisodiy manfaatdorlikning yagonaligi;
- ekoturizmda milliy g'urur va iftixorni shakllantirishning zarurligi.

Qayd qilingan tamoyillarning bajarilishi O'zbekistonda ekologik turizمنى jadal rivojlantirishning asoslarini ta'minlaydi.

Ekoturizمنى rivojlantirish bo'yicha «O'zbekistonda ekologik turizمنى rivojlantirish Konsepsiyasi» qabul qilingan. Ushbu konsepsiyaning 1.4. bandida – ekoturizmning ijtimoiy-iqtisodiy masalalari yechimini topishi lozim bo'lgan dolzarb masalalari qayd qilingan. Ular quyidagilar:

- ekoturizm obyektlarida aholini ish bilan ta'minlash, ijtimoiy muhofaza qilish muammolarini hal qilish;
- ekoturizm qadamjoylarida kichik va o'rta biznesni rivojlantirish orqali qo'shimcha ish o'rinlarini yaratish, turistik infratuzilmalarni hosil qilish;
- ekoturizmning jahon talablariga javob beraoladigan moddiy – texnik, axborot–tahliliy bazasini yaratish xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirish;
- ekoturizm maskanlarini elektr energiyasi va issiq suv bilan ta'minlash maqsadida ekologik toza, qayta tiklanuvchi muqobil energiya qurilmalari yordamida foydalanishni keng yo'lga qo'yish.

13.2. Ekologik turizmning iqtisodiyotni rivojlantirishdagi o'rni

G'arb mamlakatlarida ekoturizmga iqtisodiy soha jihatidan qaraladi, chunki chet ellarda jadal sura'tlar bilan rivojlanib borayotgan ekoturizm iqtisodiy foyda keltiruvchi turizmning eng istiqbolli turlaridan biri hisoblanadi. Ekspertlarning ta'kidlashlariga binoan, ekoturistlar ko'pincha o'rta yoki o'rtadan yuqori sarmoyaga ega bo'lgan, har tomonlama ta'minlangan sayohatchilardan iborat. Sayyoramizda inson faoliyati tegmagan yovvoyi tabiat juda kam qolganligi sababli, odatda bunday hududlarga sayohat qilish cheklangan, hamda ularga sayyohat qilish ham sezilarli darajada qimmat bo'ladi. Shu sababli, ekoturizmda turizmning boshqa turlaridan tushgan daromadlardan bir necha marotaba

ko'pdir. Hozirgi kunda ekoturizm «Jahon sayohat va turizm kengashi» (WTTC) va Butunjahon turizm tashkiloti (BTT) ma'lumotlariga ko'ra, jadal sur'atlar bilan rivojlanib borayotgan turistik industriyalardan biri hisoblanadi.

Masalan, Kanada davlatida yovvoyi tabiatga sayohat, turizmning umumiy hajmi ichki turizmdan tushgan daromadning 25 % ini tashkil etadi. Kanada hukumati, faqatgina ekoturizmdan tushgan soliq hisobidan har yili 1,7 mlrd. AQSH dollarida foyda oladi. Bu esa, hukumat tomonidan yovvoyi tabiatni muhofaza qilish dasturiga ajratilgan mablag'dan (300 mln. dollar) 5 baravar ko'pdir. Demak, ekoturizm tabiatni muhofaza qilish tadbirlarini amalga oshirishga katta iqtisodiy hissa qo'shadi, hamda bunday tadbirlarni to'la-to'kis o'tkazishga katta moliyaviy ko'mak ham berishi mumkin.

BMT va BTT tashkilotlarining ma'lumotlari bo'yicha, oxirgi 20 yil ichida endi rivojlanib borayotgan mamlakatlarda ekoturistlar soni ko'payib va undan olinadigan daromadlar yildan-yilga o'sib bormoqda. Masalan, har yili ekoturizmdan Keniya – 1,4 mlrd. Nepal – 1,5 mlrd. AQSH dollarida daromad oladilar. Qayd qilish lozimki, ushbu mamlakatlarning ekoturizmdan olgan daromadi davlat yalpi ichki mahsulotining 60 % iga teng.

O'zbekiston Respublikasining ekosafari resurslari

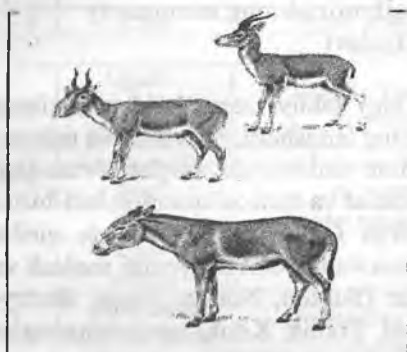


Nurota qo'riqxonasidagi arharlar



Qizilqum echkemari

13.1-rasm. Ekologik turizmning asosiy biologik xilma-xil resurslari



13.2-rasm. Ekologik turizm markazidagi qushlar

13.3. Ekologik turizmni rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalari

Ekologik turizm Vatanimizning tabiiy resurslaridan oqilona foydalanish sohasida, ona Vatinimizning landshafii, hayvonot va nabotot dunyosiga boy va betakror tabiati bilan tanishtirish, xalqlar o'rtasidagi do'stlik rishtalarini bog'lash, mamlakatlar va turli xalqlarning biri-birini kengroq bilishi, balki shu bilan birga O'zbekiston hududida qirilib ketishi 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») ekomarkazi, Sayhun xo'jaligi) tarkibida va atrofida jahon talablariga javob beraoladigan milliy tabiiy bog'larni amalga oshirish orqali muhofaza qilinadigan hududlarda ekoturizm obyektlarining moddiy-texnika bazasini yaratish uchun qo'shimcha chet el investatsiyalarini jalb qilishdan iboratdir.

13.1-jadval

O'zbekiston Respublikasining davlat tomonidan muhofaza etiladigan tabiiy hududlari

№	Tabiiy landshaft	Muhofaza maskani	Maydoni, ga	Tashkil etilgan yil
1	2	3	4	5
		Davlat qo'riqxonalari	175536	1971
1	Baday – to'qay	Amudaryo pasttekisliklari to'qay ekotizimlari	6462	1983
2	Hisor	Hisor tizmasi tog' ekotizimlari	80986	1959
3	Zomin	Turkiston tizmasi tog' ekotizimlari	21735	1975
4	Zarafshon	Zarafshon daryosi o'рта oqimi to'qay ekotizimlari	2352	1971
5	Qizil-qum	Amudaryo o'рта oqimi va qo'shni sahrolar to'qay ekotizimlari	10311	1975
6	Nurota	Nurota tizmasi tog' ekotizimlari	26895	1971
7	Surxon	Qo'hitang tog' tizmasi ekotizimlari va Amudaryo o'рта oqimi to'qay	26895	1975

		ekotizimlari		
8	Kitob	Noyob geologik kon	3938	1987
Milliy bog'lar				
1	Ugam – Chotqol milliy davlat bog'i	G'arbiy Tyan'-shan ekotizimlari	574590	1990
2	Zomin milliy bog'i	Turkiston tizmasi ekotizimlari	24110	1977
Davlat tabiat yodgorliklari				
1	Yozyovon sahrosi	Noyob tabiat yodgorliklari	1000	1991
2	Mingbuloq tumani tabiat yodgorligi	O'simlik va hayvonot dunyosi	1000	1991
3	Chust tumani tabiat yodgorligi	O'simlik va hayvonot dunyosi	96	1990
Alohida tabiiy obyektlar va komplekslarni saqlash, ko'paytirish va tiklash uchun hududlar				
		Buyurtmaxonalar	1503206	
1	Oqtog'	Noyob va yo'qolib borayotgan hayvon va o'simliklar	15400	1997
2	Dengizko'l	Hayvonot va o'simliklar olami	50000	1990
3	Qarnobcho'l	Hayvonot va o'simliklar olami	40000	1992
4	Qoraqir	Hayvonot va o'simliklar olami	30000	1992
5	Qo'shrabod	Hayvonot va o'simliklar olami	16300	1992
6	Muborak	Noyob va yo'qolib borayotgan hayvon va o'simliklar	264469	1997
7	Sarmish	Hayvonot va o'simliklar olami	5000	1997
8	Sayg'ochi	Yovvoyi hayvonlar	1000000	1997
9	Sechanko'l	Baliqlar	7037	1998
10	Sudoche	Yovvoyi hayvonlar	50000	1991
11	Xubara	Tuvaloq va uning yashash joylari	25000	1998
		Tabiiy parvarishxonalar	7122	
1	«Jayron» ekomarkazi	Jayron, qulon, Prejevalsk otlari	7122	1976

2	Baliq xo'jaligi hududlari	Suv havzalaridagi antropogen tizimlar	-	
3	Muhofaza etiladigan landshaftlar	Alohida tabiiy ekotizimlar	1004005	
4	Kurort tabiati hududlari	Antropogen ekotizimlar	338	
5	Rekreatsiya hududlari	Antropogen va tabiiy ekotizimlar	70	
6	Davlat biosfera rezervatorlari	Tabiat ekotizimlari	35724	
7	Chotqol davlat biosfera qo'riqxonalari	Chotqol tog' tizimi ekotizimlari	35724	1947

Keltirilgan jadval ma'lumotlari bilan tanishib chiqib, Respublikamizda ekoturizm rivojlanishi kerak bo'lgan birinchi navbatdagi ekoturizm resurslari davlat muhofazasida ekanligi ma'lum bo'ladi. Bu holat juda to'g'ri qaror qilingan. Dunyoning barcha davlatlarida ham 13.1-jadvaldagi tabiiy hududlar o'zining o'simliklar olami va hayvonot dunyosi bilan qattiq qo'riqlanadi. Shu bilan birga ta'kidlash lozimki, juda ko'plab davlatlarda, ayniqsa tabiatda noyob o'simlik yoki hayvon turlari muhofaza qilinadigan qo'riqxonalardan ham ekologik turizm maqsadlarida samarali foydalanishadi. Bunga misol qilib Afrika, Kanada, Amerika, Avstraliyadagi qo'riqxonalalar, rezervatlar va milliy parklar haqidagi kino seriallarning tobora ommaviylashib borayotganligini keltirish mumkin.

Bu holatning eng muhim sababi, bu muhofazadagi manzillardan ekoturizmga foydalanishning huquqiy-qonuniy me'yorlari yaratilganligidir va bu qonunlarga «mehmonlar» ham «mezbonlar» ham qattiq rioya qilishadi. Respublikamizdagi tabiat qo'riqxonalariga faqat ilmiy xodimlar kirishga ruxsat beriladi. Bu qo'riqxonalarga xatto maxsus ilmiy ekspeditsiyalar ham O'zbekiston Respublikasi Tabiatni muhofaza qilish davlat qo'mitasining ruxsatnomasini olishi kerak bo'ladi.

O'zbekistonda muhofaza qilinadigan tabiiy hududlarda ekoturizmni rivojlanishini ta'minlaydigan asosiy chora va tadbirlar «O'zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirish Konsepsiyasi»da mukammal holatda berilgan. Ekoturizmning dunyoda tutgan o'rni, mavqei hamda O'zbekistondagi salohiyati va uning rivojlanishiga e'tiborga olgan holda «Tabiatni muhofaza qilish Davlat qo'mitasi» Vatanimizning

muhofaza qilinadigan tabiiy hududlarida ekoturizmning rivojlanishini ta'minlaydigan quyidagi asosiy chora va tadbirlar ishlab chiqdi:

1. Respublikamizda ekoturizm sohasida xizmat qiluvchi, jahon talablariga javob bera oladigan yuqori malakali mutaxassislarning yetishmasligini hisobga olgan holda, yosh mutaxassislarni ekoturizm rivojlangan mamlakatlarga (AQSH, Yaponiya, Kanada, Fransiya, Germaniya) malakalarini oshirish uchun o'qishga, ishga yuborish.

2. Jahon andozalari va talablariga mos keladigan ilmiy va iqtisodiy asoslangan katta –kichik, qisqa va uzoq muddatga mo'ljallangan loyihalar va biznes rejalar ishlab chiqib amalga oshirish (imtiyozli kredit asosida).

3. O'zbekistonda ekoturizmning jahon talablariga javob bera oladigan moddiy-texnik, axborot tahliliy bazasini yaratish, xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirish.

4. Vatanimizning tarixiy yodgorliklari, go'zal va betakror tabiati, landshafti, nobotat va hayvonot dunyosi haqida bukletlar, turistik atlas va haritalar yordamida dunyo ekoturizm bozorida targ'ibot ishlarini amalga oshirish.

5. Baday-tuqay va «Jayron» ekomarkaziga qo'shni hududlarda Markaziy Osiyoda qirilib ketishi xavfli bo'lgan noyob hayvonlarni saqlash va ko'paytirish uchun Milliy bog'lar tashkil qilish lozim.

6. O'zbekiston viloyatlari bo'yicha yangi ekoturistik dasturlar, yo'nalishlar va haritalar tuzish kerak.

7. Ekoturizm sohasi bilan bog'liq tashkilotlarga ko'proq huquqlar, imtiyozli kreditlar berish, tabiatni muhofaza qilish davlat qo'mitasi tomonidan ishlab chiqilgan «Tabiatni muhofaza qilish to'g'risida»gi qonunga ekoturistlarga nisbatan huquqiy nazorat ishlarini yengillash- tirish bo'yicha ayrim qonun hujjatlariga o'zgartirish va qo'shimchalar kiritish lozim.

Vatanimizning ekoturizmning taraqqiyot salohiyati nihoyatda katta va uni jadal sura'tlar bilan rivojlantirish uchun barcha imkoniyatlar mavjud. Faqat bu salohiyat va imkoniyatlardan jahonda ekoturizmi taraqqiy etgan mamlakatlar tajribasiga tayangan holda oqilona foydalanish hamda ilmiy asosda xatolarsiz amalga oshirish lozim.

Milliy parklar– bu tabiiy landshaftni har taraflama muhofaza qiluvchi va dunyoning ko'plab davlatlari ekoturizmda foydalanayotgan, biri-birini quvvatlab kelayotgan tabiiy majmualardir. Hozirgi vaqtda dunyoda 3,4 ming milliy parklar mavjud.

Tabiat qo'riqxonalarining tabiatidagi umumiy jozibador, betakror ko'rinishlarining reklamasini ishlab chiqishda ham turizm bozori, turizm haridori talab qiladigan shartlari bor. Ular quyidagilar:

- tabiat qo'riqxonalarida ekoturizm so'qmoqlari, marshrut yo'llari atrofida o'zgaruvchan tabiiy landshaft uchastkalari ajratiladi (archali soy, qoyatoshli dara, tog' yoki soydagi buloq, tekis o'tloqzor va h.k.).

- agar tabiat qo'riqxonasi tog'larda joylashgan bo'lsa qo'riqxonahududidagi soylar, daralar ko'p bo'lib o'simliklari, rel'efi tuzilishi bo'yicha o'xshash bo'lsa, bu ko'rinishlardan eng jozibadori, betakrori reklamaga olinadi.

- qo'riqxonalarimizning tashkil qilinganiga 60 yillardan ko'proq vaqt o'tdi. Shuning uchun ham ko'plab qo'riqxonalarimizda 100, 200 hatto ming yillik daraxtlar bor. Anashu daraxtning hozirgi ko'rinishi va xalq so'zlari bilan ifodalanadigan qisqacha tarixi bilan tabiatning umumiy ko'rinish reklamasiga alohida rasm va lavhalar bilan qo'shiladi.

- agar tabiat qo'riqxonasida bir necha tabiat lanshaftlari bo'lsa har bir tabiat landshaftlaridan eng chiroyli ko'rinishlari reklamada berilishi kerak.

O'zbekistonda ekologik sayohatni rivojlantirish borasida mahalliy aholini jalb qilish loyihalari ishlab chikilmoqda. TASHIS tashkilotining moliyalashtirishga asosan Qozog'iston, O'zbekiston, Qirg'iziston davlatlari davlatlararo G'arbiy Tyan-Shan bioxilmaligini saqlash bo'yicha loyiha tuzdilar. Bu Nurota-Qizilqum tabiatni muhofaza qilish kompleksida, ruxsat etilgan jonivorlarni ov qilish faoliyatidan daromad keltirib va bu jonivorlarning ko'payishini va tiklashga yordam beradigan harajatlarga ishlatiladi.

13.4. O'zbekiston Respublikasining ekoturistik rayonlari

O'zbekiston Respublikasi Tabiatni muhofaza qilish Davlat Qo'mitasining mutaxassislari O'zbekistonning ekoturistik rayonlari haritasini ishlab chiqishgan. Haritaga muvofiq, butun mamlakatimiz hududi XIV ekoturistik rayonga ajratilgan. Har bir ekoturistik tumanga ekoturistik zona deb ham qarash mumkin. Ular jumlasiga Ustyurt, Orol va Orolbo'yi, Amudaryo, Qizilqum, Nurota, Zarafshon, Aydarkul, Sirdaryo, Chirchiq, Ohangaron, Farg'ona, Turkiston, Qashakadaryo, Hisor, Surxondaryo ekoturistik rayonlari kiritilgan.



13.3-rasm. O‘zbekiston Respublikasining ekoturistik rayonlari²⁰

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

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

Orol va Orolbo‘yi ekoturistik rayoni ekologik inqirozli ekoturistik hudud bo‘lgani uchun ham ekstremal ekoturistik obyekt bo‘lib

²⁰O‘zbekiston Respublikasi Tabiatni muhofaza qilish Davlat ko‘mitasi ma‘lumotlari asosida

hisoblanadi. Ekoturistik marshrutlar bir paytning o'zida ham Orolning qurigan, ham uning ta'sirida bo'lgan Orol atrofi hududlarini qamrab oladi. Ekoturlar nafaqat trekning (piyoda) yoki tuya va otlarda, balki samolyot va vertolyotlar orqali ham amalga oshirilishi mumkin.

Amudaryo ekoturistik rayoni. Amudaryoning o'zaniga yaqin sohillarida to'qayzorlar mavjud bo'lib, ular ekoturlar uchun juda qiziqarli noyob landshaft hisoblanadi. Quyi Amudaryoning o'ng sohilida to'qay landshaftidagi qushlar va hayvonlarni muhofaza qilish uchun Badayto'qay qo'riqxonasi tashkil etilgan. Ornitafaunani saqlash uchun Xorazm buyurtmaxonasi tashkil etilgan. Bulardan tashqari, Qizilqumning g'arbiy qismida, Amudaryoning o'ng qirg'og'ida, kembriy va kembriygacha davrda burmalangan tog' jinslari ochilmalaridan iborat, balandligi 485 metrlik Sulton Uvays tog'lariga ekoturlar uyushtirish mumkin. Amudaryo rayonida O'zbekistonning ko'hna shaharlaridan biri Xorazm joylashgan, uning arxitektura yodgorliklari tarixiy turizm markazlaridan biri hisoblanadi. Ekoturlarni tarixiy turlar bilan kompleks olib borish mumkin.

Qizilqum rayoni cheksiz qumliklardan iborat bo'lsada, lekin boy o'simlik va hayvonot olamiga ega. Masalan - rekreatsion, geoeologik, geomorfologik, geodemografik, geopolitik, geokartografik, geobotanik rayonlar va h.k. Ekoturistik obyektlardan biri bo'lgan qo'riqxonada Buxoro bug'usi (xongul), to'ng'iz, qirg'ovul, echkamar, jayron, qum charx iloni, Turkiston kobrasini va hattoki, Prjivalskiy otlari saqlanadi. Qizilqumda bahor oylarida kishilarga estetik zavq berib, hordiq chiqaradigan chiroyli gulli o'simliklar lola, chuchmoma, eremurus, boy g'alcha, lolaqizg'aldoq, boychechak kabilar o'zgacha go'zallik kasb etadi. Tuyalar karvoni esa unga yana ham ekzotik tus beradi hamda uni jozibadorligini oshiradi.

Nurota ekoturistik rayoni o'zining ajoyib tabiat manzaralari, tarixiy arxitektura yodgorliklari bilan kishilarni maftun etadi. 1975-yilda tashkil etilgan va maydoni 17,8 ming ga bo'lgan Nurota tog' yong'oqzor-meva qo'riqxonasi mavjud. Bu qo'riqxonaga «Ekosan» qoshidagi «Ekosantur» firmasi tomonidan ko'plab marshrutlar uyushtirilgan. Oqtog'ning janubiy yon bag'rida joylashgan shamol ta'sirida tebranib turuvchi bahaybat harsang toshli «Sangijumon», «Koriz qoldiqlar» kabi tabiat yodgorligi ekoturizmning muhim obyektlaridan bo'lib hisoblanadi.

Ko'p asrlik ziyoratgoh «Chashma buloq» yaqinida «Chilustun» masjidi, madrasa, Abul Xasan Nuriy maqbarasi va qal'asi joylashgan.

Qoratog' tizmasining janubiy yon bag'rida «Sarmish darasi»dagi qoyalarda avlodlarimizning hayoti va madaniyatini aks ettiruvchi lavhalar, rasmlar ishlangan.

Janubiy Nurota tizmasida uzunligi 110 m, absolyut balandligi 1060 m, maydoni 163 m keladigan «Maydon karst g'ori», Shimoliy Nurota tizmasidagi uzunligi 130 m, absolyut balandligi 1100 m, maydoni 70 m keladigan «Xonaixudo karst g'or» da g'orshunoslikni rivojlantirish mumkin. Bulardan tashqari, XI asrda bunyod etilgan va XVIII asr boshlarigacha turgan «Raboti Malik karvonsaroyi» sayyohlarning to'xtash joyi shuningdek, savdogarlarning savdo qilish joyi bo'lgan. Raboti Malik yonida ming yillik tarixga ega bo'lgan madaniy yodgorlik-sardoba uchraydi. Yer ichiga 12 m botirilgan sardobada butun yoz bo'yi muzdek va toza suv saqlangan.

Zarafshon ekoturistik rayonida Zarafshon daryosi bo'ylarida joylashgan to'qay landshafti, undagi o'simlik va hayvonot dunyosini muhofaza qilish uchun tashkillashtirilgan «Zarafshon qo'riqxonasi» mavjud. Buxoro viloyatining Shofrikon o'rmon xo'jaligi hududida joylashgan qum cho'l landshafti, u yerdagi o'simliklar va hayvonlar hamda tarixiy yodgorliklar (Vardanza shahar harobalari) davlat tomonidan qo'riqlanadi. «Vardanza qo'riqxonasi», «To'dako'l flora va faunasini boyitish buyurtmaxonasi», Qoravulbozor xo'jaligida joylashgan «Jayron-ekomarkazi», suv va botqoqqa moslashgan qushlarni ko'paytiruvchi «Dengizko'l buyurtmaxonasi», Zarafshon tog tizmalaridagi Omonqo'ton va Temurlang karst g'orlari, Zirabuloq-Ziyovuddin tog' tizmalaridagi ko'p qavatli «G'untak g'ori» va boshqalar diqqatga sazovordir.

Aydarko'l rayonidagi ko'llar tizimining paydo bo'lishi bevosita Mirzacho'lining o'zlashtirilishi bilan bog'likdir. Siz ot suvlari hamda zovur-drenaj suvlarining Aydarko'l botig'I tomon harakatlanishi natijasida botiqdagi Tuz kon ko'lining kengayishi Arnasoy hamda Aydarko'l ko'llarining paydo bo'lishiga olib keladi. Botiqdagi keyingi dinamik o'zgarishlar Chor-dara suv omboridagi (1969 y.) ortiqcha suvlarning tashlanishi bilan bog'liq. Bu suvlarning to'planishi natijasida Arnasoy ko'llari birlashib yagona Aydarko'llar tizimini va undagi faunani boyitib beruvchi "Arnasoybuyurtmaxonasi"ni tashkil etilishiga olib keldi.

Sirdaryo rayoni Sirdaryo rayoni o'zanidagi to'qayzorlari bilan ajralib turadi. Sirdaryoning ba'zi joylarida doimiy yoki mavsumiy

orolchalar mavjud bo'lib, unda juda ko'p qushlar yig'iladi va manzarali ekoturistik obyekt bo'lib hisoblanadi.

Chirchiq-Ohangaron tog'li ekoturistik rayonida xalqaro ekologik rezervat joylashgani uchun ham uning huquqiy maqomi tabiatga aralashmaslik prinsipiga moslashtirilishi lozim. Undagi ekoturistik sayohatda vertolyot va samolyotlardan foydalanishga ruxsat berilmaydi. Ekoturlar oldindan belgilab berilgan kichik yo'lakchalar orqali, kam sonli turistik guruhchalarga bo'lingan tarzda, yilning hayvonot olamida uchramaydigan va ko'paymaydigan davrlarida piyoda va otlarda aylanish maqsadga muvofiqdir. Mazkur ekoturistik marshrutlarda mahalliy aholining xizmatidan atroflicha foydalanish ularni noekologik yo'naltirilgan turmush tarzini ijobiy tomonlarga o'zgartiradi.

Farg'ona rayoni ekoturizmni rivojlantirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Chunki undagi landshaftlarining turli-tumanligi markazdagi cho'llardan tortib, to maftunkor tog' cho'qqilari barchani o'ziga jalb etadi. Tog'lardagi tezoqar va ba'zida kechuv qiyin bo'lgan daralarda raftlarda oqish (rafting), Janubiy Farg'onadagi balandligi 10 m keladigan, dam olayotgan tuyalarni eslatuvchi ekzotik relief shakllariga hamda "Yoz yovon davla tabiat yodgorligi"dagi ajoyib tabiiy qum massivi (1994-yilda tashkil etilgan va maydoni 1,9 mingga) piyoda turlar uyushtirish mumkin. Koksuv vodiysida 120 yil avval vujudga kelgan, oq, kulrang qoyalar bilan o'ralgan toza, muzdek suvli ko'k va yashil ko'llar ham ekoturizm obyektidir.

Farg'ona vodiysida milliy hunarmandchilik juda ham rivojlanganligi tufayli uni ekoturizm bilan uyg'unlikda olib borish mumkin. Rishtonda avlodan-avlodga o'tib keluvchi kulolchilik san'ati, Chustda do'ppido'zlik, pichoqchilik va temirchilik, Marg'ilonda atlas to'qish kabi milliy xunarmandchilik asrlar davomida taraqqiy etib kelmokda.

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

Qashqadaryo ekoturistik rayoni cho'l, dasht, tog' oldi va tog'li hududlardan iborat. Bu rayonda yoz va bahor oylarida cho'l va dashtlarda, yilning barcha fasllarida esa tog' oldi va tog'li hududlariga

ekoturlar uyushtirish mumkin. Qashqadaryo rayonida 1979-yilda tashkil etilgan, 3938 ga maydonga ega bo'lgan, MDH davlatlari ichida yagona «Kitob davlat geologiya qo'riqxonasi», 1992-yilda tashkil etilgan «Muborak buyurtmaxonasi», 1992- yilda tashkil etilgan «Sechenko'1 buyurtmaxonasi» mavjud.

Hisor rayoni 1983-yilda tashkil topgan. O'zbekiston Respublikasi Qishloq va suv vazirligiga qarashli, absolyut balandligi 1150-4349 m. bo'lgan, 870 xil o'simlik, 140 xil hayvonot olamiga ega, maydoni 80,9 mingga bo'lgan Hisor davlat qo'riqxonasi mavjud. Bu rayonda ekoturlarni mahalliy aholining madaniyatini aks ettiruvchi "Boysun" etnografik folklor ansambli chiqishlari bilan uyg'unlikda olib borish sayohlarni o'ziga ko'proq jalb qilish imkoniyatini beradi.

Surxandaryo ekoturistik rayonida Ko'hitang tog'li hududda 1987-yilda tashkil etilgan, 53,7 ming ga maydonda 800 xil o'simlik va 290 ta qush hamda 20 dan ortiq hayvon turlarini muhofaza qilishga yo'naltirilgan «Surxon davlat qo'riqxonasi» mavjud. Surxondaryo rayoni Respublikamizning o'ziga xos rayonlaridan biri, bu yerda quruq subtropik iqlim mintaqasi hukmron. Shuning uchun ham yilning ko'p oylarida ekoturlar uyushtirish imkoniyati bor²¹.

Yuqoridagilardan ko'rinib turibdiki, O'zbekistonda ekoturizmni rivojlantirish uchun shart-sharoitlar yetarli, imkoniyatlar katta. Ekoturni yilning barcha fasllarida o'tkazish va uni tarixiy, diniy turizm bilan qo'shib olib borish mumkin.

Toshkent shahriga yaqin bo'lgan Xumson-Oqtosh zonasining turistik salohiyati tur mahsulot xizmatlarining narxi uncha baland emasligi va xududning katta imkoniyatlari bilan farqlanadi. Xumsonga qilinadigan tashriflarning o'rtacha soni har mavsumda 10 ming kishiga yetadi, Xumsonning-Oqtosh zonasigabir kunlik tashriflarni ham qo'shib hisoblaganda kamida 120 ming kishiga yetishi mumkin.

Xumson xalqaro turizm yo'nalishida kam tilga olinadi. Chet el sayohatchilari bu yerlarga faqat Toshkentga qilgan tashriflari doirasida kelishadi (ularning ulushi atigi 2% ni tashkil qiladi, bo'lish muddatlari 2 kungacha). Bu hol xalqaro miqiyosda reklama ishlari hali to'liq yo'lga qo'yilmaganligini anglatadi. Shu bilan birga, Xumson-Oqtosh turistik zonasiga qiziqish bildiradigan mahalliy turoperatorlar mavjud. Masalan, Asia rast, Ecosan tour, Elena tour, AST, Ark-Osiyo firmalari shular jumlasidandir. Xumson-Oqtosh zonasi bo'yicha tavsiya qilinadigan turistik mahsulot yo'nalishlari:

²¹O'zbekiston Respublikasi Tabiatni muhofaza qilish Davlat ko'mitasi ma'lumotlari asosida

- tog'da otda yurish marshrutlari;
- tog'da piyoda yurish marshrutlari;
- folklor va gastronomiya;
- tabiat qo'ynida hordiq chiqarish, joylarga ekologik turlar uyushtirish;

- baliq ovi, dorivor o'simliklar yig'ish.

Yuqorida ko'rsatilgan marshrutlar o'tkazish uchun eng qulay vaqtlar:

- trekkinglar-aprel-iyun oxiri va sentyabr-oktyabr o'rtalari;
- tog'larga chiqish-may-sentyabr;
- suvda sayr qilish-may-iyul;
- otda sayr qilish-iyun-iyul va sentyabr-oktyabr;
- iznes iva sayr qilish-may-oktyabr;
- paraglayding va deltaplenerlik-may-oktyabr;
- tog' chang'isi va taxtalari (snoubording)-yanvar-mart oxiri.

Tayanch so'z va iboralar: Ekologik turizm, xorijiy ekoturizm bozori, turistik resurslar, turistik jozibadorlik, tabiiy boyliklar, alohida qo'riqlanuvchi tabiiy hududlarining tavsifi, davlat qo'riqxonalari, milliy parklar, maxsus tashkilotlar, buyurtmaxonalar, tabiat yodgorliklari, o'rmon va ovchilik xo'jaliklari.

Mustaqil ishlash uchun savollar:

1. Ekologik turizm tushunchasi nimani anglatadi?
2. O'zbekistonda ekologik turizm qanday rivojlanmoqda?
3. O'zbekistonda turistik resurslarga bo'lgan talab va undan foydalanish qanday ahvolda?
4. O'zbekistonning turistlar e'tiboriga molik asosiy tabiiy boyliklari nimalardan iborat?
5. O'zbekiston Respublikasining alohida qo'riqlanuvchi tabiiy hududlarining tavsifini ifodalang.
6. O'zbekistonning ekoturistik rayonlari haritasi bo'yicha qanday zonalarni bilasiz?
7. Ekologik marshrut yo'nalishlari va uning vazifalari qanday guruhlarga bo'linadi?

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar:

1. O'zbekistonda ekologik turizmni jadal rivojlantirish bo'yicha qanday takliflar berasiz?

2. O'zbekiston Respublikasining davlat tomonidan muhofaza etiladigan tabiiy hududlar tarkibi nimalardan iborat? Ular bo'yicha batafsil ma'lumotlarni to'plang va taqdimot tayyorlang.

Test savollari:

1. Ushbu qatorga ekoturizmning inglizcha nomini yozing?

- a) yashil turizm
- b) yumshoq turizm
- d) tabiat turizmi
- e) ekologik turizm

2. «Baday-To'qay» davlat qo'riqxonasi qayerda joylashgan?

- a) Qoraqalpog'iston Respublikasida
- b) Qashqadaryo viloyatida
- d) Jizzax viloyatida
- e) Samarqand viloyatida

3. O'zbekiston Respublikasida qanday milliy bog'lar mavjud?

- a) Zomin
- b) Zarafshon
- d) Baday-to'qay
- e) Nurota

4. O'zbekistonda ekoturizmni rivojlantirish konsepsiyasi qachon ishlab chikilgan?

- a) 2007- yilda
- b) 2005- yilda
- d) 2006- yilda
- e) 2004- yilda

5. O'zbekistonda nechta davlat qo'riqxonasi mavjud?

- a) 11 ta
- b) 9 ta
- d) 10 ta
- e) 8 ta

14-mavzu. GASTRONOMIYA TURIZMINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

Reja:

14.1. Gastronomiya turizmining turlari, rivojlantirishning maqsadi va vazifalari

14.2. O'zbekistonda gastronomiya turizmini shakllantirish xususiyatlari

14.1. Gastronomiya turizmining turlari, rivojlantirishning maqsadi va vazifalari

Hozirgi vaqtda gastronomiya turizmining rivojlanishi «milliy iqtisodiyotga ijobiy ta'siri, bandlikni ta'minlash va madaniy meros sifatida har tomonlama tavsif» sifatida BTT ning doimiy nazoratida hisoblanadi. BTT ekspertlarining taqdim etgan ma'lumotlariga binoan «turizm sohasidagi 30% harajatlarni gastronomiya turizmi tashkil etib, gastroturizm mahalliy madaniyatning asosiy elementi va ishlab chiqarishning asosini tashkil etadi, bunda asosiy e'tibor Buyuk Ipak yo'lidagi turistik yo'nalishlarning turistik takliflarini takomillashuvini va milliy oshxonani rivojlantirishga qaratilgandir»²².

Sayohatga chiqar ekanmiz biz o'z oldimizga odatda qator maqsadlarni qo'yamiz, jumladan, Sinay tog'lariga ko'tarilish, Qadimgi Misr va Rim ehromlarini tomosha qilish, yoxud dengiz bo'yida miriqib dam olish kabi maqsadlar bilan birgalikda, muhimi asrlar davomida saqlanib kelgan mahalliy milliy taomlar ta'midan bahra olish va ularni tayyorlanish madaniyati bilan tanishishdan iborat bo'ladi.

Gastronomik turlarning maqsadi yoki bu mamlakat oshxonasining xususiyatlari bilan tanishishdan iborat bo'lib, bunda bir necha tansiq taomlarni tatib ko'rish yoxud ko'plab taomlarni iste'mol qilish emas, balki asrlar davomida saqlanib kelgan mahalliy reseptlarni va urf-odatlarni o'zida jamlagan milliy taomlardan bahra olish va ularni tayyorlanish madaniyati bilan tanishishdan iborat bo'ladi.

Gastronomik sayohat – bunda sayohatchi u yoki bu mamalakat to'g'risidagi tushunchani izohlash bilan birga, milliy taom orqali shu mamlakat xalqining ruhiyatini o'rganadi va uning mentaliteti haqida ma'lumot oladi. **Shunday qilib, gastronomiya turizmi – bu**

²² Данилов С. Туризм со вкусом узбекского плова. Т.: 2013

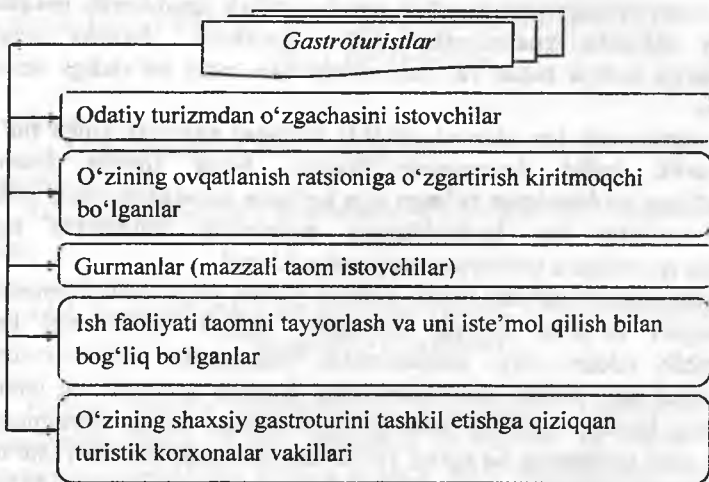
mamlakatlar va qit'alar bo'ylab sayohat qilish hisoblanib, maqsadi mahalliy oshxona xususiyatlari bilan tanishish hamda kelgan sayyohlarga antiqa taom va mahsulotlardan tatib ko'rishga imkon yaratadi.

Gastronomik tur xizmat sifatida nafaqat sayohat qilish bo'lib hisoblanadi, balki dunyoning boshqa biror joyida takrorlanmaydigan va betakror ta'mga ega bo'lgan masalliqlardan tarkib topgan ma'lum bir hududdagina uchrovchi taomlarni tatib ko'rishga qaratilgan tadbirlar majmuiga kiradi.

Gastronomiya turizmi turiga qiziqish yildan-yilga oshib bormoqda. Bu qiziqish ko'proq Buyuk Britaniya, Italiya va Peruda keng ommalashib, yildan -yilga gastroturnistik marshrutlar ishlab chiqqan mamlakatlar soni tabora ortib bormoqda. Bunday qiziqishning oshishi turizmning boshqa turlarini ham rivojlantirishga zamin yaratmoqda. Insonlar dam olishining bu turini yarim fabrikat mahsulotlarni iste'mol qilish ko'ngliga urganidan so'ng, ko'ngli istagan taomni asl holda tatib ko'rishga intilish, deb ham tushunish mumkin.

Gastronomiya turizmi birinchi navbatda gurmanlar, ya'ni mazali taom istovchilar uchun jozibador bo'lib, ularga tansiq taom, bu nafaqat yegulik balki, ko'tarinki kayfiyat bag'ishlovchi lahzalar hisoblanadi. Ikkinchidan, gastronomik sayohatlar ish faoliyati ovqat tayyorlash va tanovvul qilishga bevosita bog'liq bo'lgan kasb egalarini- xususan restoran boshqaruvchilarini, tatib ko'ruvchilar (degustatorlar), restoran tanqidchilari kabi insonlarni o'ziga jalb qiladi. Bu insonlar gastroturnlarga o'zlarini kasbiy mahoratlarini oshirishga, bilimlarini oshirish va ko'nikmalarini mohirona boshqarishga yo'naltirish maqsadida gastroturnlarga chiqishadi. Shundan kelib chiqib, bu gastronomik turlarda eng mohir bosh oshpazlar (shef-povarlar)dan iborat master-klasslar bo'lib, bunda ular o'z kasbiy sirlari bilan bajonidil baham ko'rishadi. Nihoyat gastronomik turlarda turistik kompaniya vakillari o'z tijoratini kengaytirish maqsadida kulinar sayohatlarga chiqishadi.

Bugungi kunda aholi qatlamining quyidagi vakillari gastronomik turistlarni hosil qiladi:



14.1-rasm. Gastronomik turistlarning tarkibi

Gastroturlar ikki turga bo'linadi: qishloq («yashil» deb nomlanuvchi) va shahar gastroturlariga bo'linadi. Buning o'ziga xos farqi shundakim, qishloq joyiga sayohatga chiqayotgan turist ekologik toza mahsulotni tatib ko'rishga yo'naltirilgandir. Masalan: «yashil» turlarda o'rmonlarda o'sib turgan yovvoyi mevalarni yig'ish, dalalarda o'sib yotgan meva va sabzavotlarni yig'ish, ruxsat berilgan joylarda ov va vino ishlab chiqarish yo'llari bo'ylab sayohatni taklif qiladi. Shahar gastroturlari konditer fabrikasiga sayohatni yoki kichik kolbasa sexi, shu sex qoshida joylashgan restoran va shu yerda tayyorlanadigan taniq taom sexi mahsulotlari bilan tanishtiriladi.

Bundan tashqari, bizlarga bir hududning turli-xil taomlari va bir xil taomni turli xil mamlakatlarda tayyorlanishi bilan ham aynan shu gastroturlar tanishtiradilar. Bu juda ham mashhur bo'lgan fransuz bolgar vinolari turi bo'lib sayyohlarni uzum ishkamlari bo'ylab sayohatga, uzum yig'ishga va vinolar tatib ko'rish (degustatsiyasi)ga chorlaydi.

Gollandiya, Shvesariya va Italiyaga pishloqli turlarda sayohatchilar pishloqlarni eng sara navini tatib ko'rish va pishloqli yarmarkalarga tashrif buyurishi mumkin. Germaniya, Avstriya, Chexiya, Belgiya bo'ylab pivo turlarida bu ichimlik ishqibozlariga pivoning turli-xilligidan tashqari, pivo tayyorlanish xonalari, mashhur pivo barlari va

festivallarga tashrifi bilan ham ajralib turadi. Shuni ta'kidlash joizki, har bir davlatni o'ziga xos gastroturizm salohiyati mavjuddir.

Zero har bir davlatning o'ziga xos milliy oshxonasi va unda boshqa bir mamalakatda takrorlanmaydigan, asrlar osha saqlanib kelayotgan, o'zining takrorlanmas mehmondo'stligi va milliy taomlari bo'lgan oshxonasi mavjuddir. Masalan, Yaponiyada turistlar gid boshlovchi yordamida ularning milliy taomi bo'lgan «sushi»ni tayyorlash uchun mahsulotlar harid qilishadi va sayyohlar ko'z oldida mashhur bosh oshpazlar (shef-povarlar) tomonidan «sushi» tayyorlanadi. Pasta nazarimizda Italiya sarhadlaridan chiqib ketgan juda ham oddiy taom bo'lib, ko'ringani bilan, kulinar sayohatda turist bu taomni turli xilligi, uning takrorlanmas ta'mi va bir xil reseptda turli xil oshpazlar tomonidan tayyorlangan pastaning mo'jizaviy ta'mi bilan tanishadi hamda uni bir-biri bilan qiyoslaydi.

O'zbekistonda ham turbiznesning bu yo'nalishi bo'yicha afzalliklarini tushunayotgan turfirmalar soni tobora ko'paymoqda. Bizda asosan «yashil gastroturizm keng rivojlanadi», degan fikrdamiz, chunki, O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2012-yil 10-oktabrda «Umumiy ovqatlanish tashkilotlari faoliyatini takomillashtirish va xodimlar malakasini oshirish bo'yicha» Qarori²³ ga asosan O'zbekiston oshpazlar uyushmasi qoshida milliy oshpazlik san'ati xalqaro Markazi tashkil etildi. Ushbu qaror bilan uning vakolati kengaytirilgan hamda mustahkamlandi. Uzoq tarixga ega an'analarning borligi va milliy taomlarning turli-tumanligi o'zbek oshpazchiligining xorijiy mamlakatlarda keng ommalashishiga olib kelishi ushbu hujjatda o'z aksini topgan. Buning uchun bizda mavjud qadimdan shakllangan, ekologik toza va inson organizmini tetik qiladigan milliy taomlarimiz degustatsiyasini tashkil qilish lozim bo'lmoqda. Bunda antiqa milliy taomlarimiz orqali gastronomiya turizmini qishloq turizmi bilan bog'lash imkoniyati yaratilmoqda. Darhaqiqat, viloyatlarda joylashgan qishloqlarda faqat shu joyga xos bo'lgan tayyorlanadigan taomlar mavjud bo'lib, uning mazasi va tarkibi boshqa viloyat qishloqlarida takrorlanmaydi. Aynan shu jihati bilan bunday taomlar xorijiy turistlar va mahalliy aholi uchun ham mazali hisoblanadi. Bunga misollar quyidagi jadvalda batafsil keltirilgan.

²³ "Umumiy ovqatlanish tashkilotlarining faoliyatini yanada takomillashtirish va xodimlarining kasbiy darajasini oshirish chora-tadbirlari to'g'risida" Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Махкамасининг 2012 йилдаги 289-сонли Қарори.

14.2. O'zbekistonda gastronomiya turizmini shakllantirish xususiyatlari

Pazandachilikda har bir xalqning urf-odatlari, tarixiy an'analari va o'ziga xos xususiyatlari aks etadi. Manashu o'ziga xoslik milliy oshxonalarda ajoyib taomlarning yuzaga kelishi va turli-tuman bo'lishiga ham sabab bo'ladi. Barcha taomlarimizning mazzali va xushta'mlilik darajasiga ko'tarilishida quyoshli o'lkamiz zaminida yetishtiriladigan dexqonchilik mahsulotlarining xilma-xilligi muhim ahamiyat kasb etadi. Dasgurxonimizning o'ziga xos xususiyatlarini to'la namoyon etadigan omillardan biri-taomlarimizning turli-tumanligidir. Chunonchi, chorvachilik bilangina shug'ullanadigan joylarda go'sht-yog', sut-qatiq ko'proq iste'mol qilinsa, dexqonchilik rivojlangan xududlarda esa sabzavotli, don-dukkakli ovqatlar asosiy o'rin oladi. Shunday taomlar borki, bularni kundalik iste'mol uchun emas, balki bayram dasturxonlariga mo'ljallab, aziz mehmonlar uchun tayyorlanadi. Qazi-qarta, po'stdumba o'ramasi, tandir kabob, norin, xasip kabi tansiq taomlar shular jumlasiga kiradi.

Bir xududda yashayotgan turli millatlar va elatlarning taomlari bir-biriga o'xshashi tabiiy holdir. Masalan, agar o'zbek taomnomasiga nazar tashlaydigan bo'lsak, unda rus, tojik, ukrain, kavkaz, tatar, qozoq, uyg'ur va boshqa xalqlar taomlarining o'nlab xillari uyg'unlashib, tobora takomillashib borayotganligining guvohi bo'lamiz. O'z navbatida, palovlarimiz, suyuq oshlarimiz, hamir taomlarimiz qardosh xalqlarning dasturxonini ham bezab turibdi.

Xalqimiz pazandachiligida yilning ma'lum fasllaridagina dasturxonga tortiladigan taomlar ham bor. Masalan, bahorda qaymoq, qo'shilgan rediskali gazak, shovul sho'rva, sumalak, halim, ko'k chuchvara, ko'k somsa, kovatok palov (tok oshi), qovurma gulkaram, yalpizli moshxo'rda iste'mol qilinadi. Yozda esa pomidor kabob, karam do'lma, dumbil sho'rva, qalampir do'lma, lag'mon, qatiqli ugra oshi, suzmali gazak, chalop, go'ja oshi, bug'lama kabob, go'shtli dimlama, sabzavotli dimlamalar, ayron, yaxna choy, meva kompotlari va hokazolar xush keladi. Kuzda qovurma baliq, laqqa kabob, barra go'sht, kalla sho'rva, bedana kabob, behili palov, kartoshkali manti, asalli behi, kesma lag'mon, oshqovoq somsa kabilar ko'proq dasturxonlardan arimaydi. Ayoqli kunlarda qazi-qarta, po'stdumba, qo'y yog'li palov, kart dumba palov, qazili palov, barra kabob, turpli salat, qovurma

sho'rva, moshkichiri, qishga saqlanadigan mevalar, ularning murabbo, kompot, qoqilari, sirkalangan va tuzlangan sabzavotlar iste'mol qilinadi.

O'zbekiston sharoitida gastronomiya turizmini shakllantirishdagi milliy taomlarning turlari quyidagi 14.1-jadvalda berilgan.

14.1-jadval

Gastronomiya turizmini shakllantirishdagi milliy taomlarning turlari

№	TAOM NOMI	TAYYORLASH XUDUDLARI	IZOH
1.	Atala	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi. (Sut atala, un atala, ko'k atala)	Atala -- yurtimizdagi eng qadimiy taomlardan biri hisoblanadi. Qadimdan ota bobolarimiz atalani quvvat bag'ishlovchi darivor taom sifatida iste'mol qilishgan. Bu taom to'yimliliigi bilan bir qatorda, oshqozon kasalliklariga davo hisoblanadi.
2.	Qurtoba	Navoiy, Surxondaryo, Jizzax, Samarqand, Buxoro viloyatlarida tayyorlanadi.	Qurtoba – eng qadimiy taomlarimizdan biri hisoblanadi. Bu taom deyarli barcha xonadonlarda tayyorlangan. Chunki qurtoba inson organizmiga nihoyatda foydali, tanani qizdiruvchi va qo'shimcha quvvat beruvchi taom.
3.	Shirchoy	Bu taom ham yurtimizning barcha viloyatlari dasturxoniga nonushtasiga tayyorlanadi.	Shirchoy – ham qadimdan xalqimiz orasida eng mashhur taomlardan biridir. Chunki bu taom oson tayyorlanishi bilan birga yengil xazm bo'luvchi taom hisoblanadi. Oshqozon, buyrak va yurak kasalliklariga davo hisoblanadi. U o'zining badanga tez singishi, ko'p quvvatliliigi bilan mashhur.
4.	G'ilmindi	Surxandaryo va Samarqand viloyatining Bulung'ur, Qo'shrabot tumanlarida, Jizzax viloyatining G'allaorol, Baxmal, Zomin	G'ilmindi- qadimdan ota-bobolarimiz dalada ishlab xoldan toyganlarda shuningdek, mo'tabar mehmonlarga tayyorlab berilgan. Chunki xalqimiz orasida juda kuchli taom hisoblanadi. Bu taomni faqatgina ustasigina maromiga yetkazib tayyorlashi mumkin. Tayyorlash usuli murakkabligi bois xalqimizning barcha xonadonlarida ham tayyorlanmaydi. Taom kam quvvatlilikga tavsiya etiladi.

		tumanlarida maromiga yetkazib tayyorlanadi.	Yengil, ishtahani ochuvchi, kishini uzoq muddat to'q tutish xususiyatiga ega.
5.	Yupqa	Surxandaryo va Samarqand viloyatining Bulung'ur, Qo'shrabot tumanlarida, Jizzax viloyatining G'allaorol tumanlarida maromiga yetkazib tayyorlanadi.	Yupqa – xalqimizda qadimda asosan qish oylari juda sovuq kelganda, oiladagilardan biri qattiq shamollaganda tayyorlangan. Janglarda askarlarga ham aynan shu taom ko'pincha tayyorlab berilgan. Bu taom nihoyatda kuchli taom hisoblanadi. Hamma organizm ham bu taomni ko'tara olmaydi. Faqat kuchli organizmli insonlarga bu taomni ist'emol qila oladi.
6.	Go'ja	Yurtimizning tog'oldi tumanlarining barchasida tayyorlanadi.	Go'ja xalqimizning yozning issiq oylarida chanqoqbosdi taom sifatida iste'mol qilinadigan taomi hisoblanadi. Sutli go'ja Toshkent va Farg'ona vodiya tomonlarda tayyorlanadi. Shuning uchun ham bu taom juxori, makkajuxori va bug'doy yetishtiriladigan joylarda ko'proq tayyorlanadi. Ushbu taom holsizlikning oldini oladi.
7.	Tandir kabob	Surxondaryo, Qashqadaryo va Jizzax viloyatining tog'li tumanlarida tayyorlanadi.	O'zbekistonning barcha viloyatlari aholisining eng sevimli taomlari sifatida iste'mol qilinadi.
8.	Kulchatoy	Yurtimizning barcha tumanlarida tayyorlanadi.	O'zbekistonning barcha viloyatlari aholisining eng sevimli taomlari sifatida iste'mol qilinadi. Ko'pincha mehmonlar taomi deb yuritiladi.
9.	Mosh kichiri	Yurtimizning barcha tumanlarida ayniqsa Toshkent viloyatida tayyorlanadi.	O'zbekistonning barcha viloyatlari aholisining eng sevimli taomlari sifatida iste'mol qilinadi, parhez taomlari turiga kiradi.
10.	Moshxo'r da	Yurtimizning barcha tumanlarida ayniqsa Toshkent viloyatida tayyorlanadi.	O'zbekistonning barcha viloyatlari aholisining eng sevimli taomlari sifatida iste'mol qilinadi. Ayniqsa, Toshkent shahri va Toshkent viloyatlari aholisi sevib iste'mol qiladigan taom hisoblanadi.

11.	Ugra palov	Samarqand viloyati va unga yaqin joylarda tayyorlanadi.	Samarqand viloyati va unga yaqin joylar aholisining eng sevimli taomlari sifatida iste'mol qilinadi.
12.	Sumalak	Yurtimizning barcha tumanlarida tayyorlanadi.	O'zbekistonning barcha viloyatlari aholisi bahor faslida pishiradigan milliy taomi sifatida qadrlanadi. Bu taom insonlarga kuch-quvvat bag'ishlaydi. Musulmon dunyosida Navruz taomi deb yuritiladi.
13	Nisholda	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi.	Nisholda ota-bobolarimizdan qolib kelayotgan, to'y va marakalarda tortiladigan shirinliklardan biri bo'lib, hozir ham iste'mol qilinadi. Nisholda oppoq piyolaga solib qo'yilsa dasturxonni bezatadi, hazm qilish xususiyatlari kuchli.
14	Xolvaytar	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi.	O'zbekistonning barcha viloyatlari aholisining sevimli shirinliklari sifatida iste'mol qilinadi. Aholi orasida mashhur shirinlik bo'lib, ko'pincha to'y va marakalarda pishiriladi.
15	Qatlama	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi.	O'zbekistonning barcha viloyatlari aholisining sevimli non mahsulotlari sifatida iste'mol qilinadi. Aholi orasida mashhur non mahsuloti bo'lib, ko'pincha to'y va marakalarda pishiriladi.
16	Norin	Yurtimizning Toshkent shahri va Toshkent viloyatlari xududlarida tayyorlanadi.	Sumalak va xalimdan (xalisa) keyin eng uzoq tayyorlanadigan taomlardan biri, taomdagi turli tuman maza-ta'm hozirgacha norinning dovruq'ini, sirliligini saqlab kelmoqda.
17	Xasip	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi.	Bu taom ham xalqimizning eng sevimli taomlaridan bo'lib, asosan so'yilgan molning kalla oyoqlari, oshxozon va ichaklaridan tayyorlanadi hamda to'yimli, quvvat bag'ishlovchi taom hisoblanadi.
18	Qiyma kabob	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi.	Bu taomning dovro'g'i butun mamlakat va hattoki xorijlik mehmonlarga ham yetib borgan. O'zining pishirilish jarayoni, ta'mi, ko'rinishi har qanday kishining ishtahasini ochadi.
19	Chalop	Yurtimizning	Yurtimizning hamma viloyatlarida ayniqsa

		barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi.	yoʻz mavsumida tayyorlanib isteʼmol qiladigan asosiy suyuq taom hisoblanadi. Chalop issiq kunlarda ishtaha ochuvchi va tez hazm qiluvchi taomdir.
20	Tuxum barak (xorazmcha taom)	Yurtimizning Xorazm, Buxoro va Navoiy viloyatlarida tayyorlanadi.	Tuxum barak asosan Xorazm, Buxoro va Navoiy viloyatlarida tayyorlanadigan taom boʻlib, milliy oshxonamizda qadimiyligiga va muhlisiga ega boʻlgan quvvat bagʻishlovchi mazali taomlardan hisoblanadi.

Shuni ham taʼkidlash joizki, hozirgi paytda Go Uzbekistan.uz, Restoran.uz portali bilan hamkorlikda «Oʻzbekiston gastronomiya turizmi» nomli yangi loyihasi faoliyat koʻrsatmoqda. Bu bilan mamlakatimizning oshpazlik sanʼatidagi taomlardagi xilma -xilligi va mahalliy xususiyatlarga tegishli ekanligi, oddiy va qadimiyligi hududlardagi ilgʻor tajribalar bilan xalqaro turizm bozoriga kirib borishiga imkoniyat yaratadi.

Tayanch soʻz va iboralar:gastronomiya turizmi, mahalliy oshxona, mahalliy taom turlari, gastronomiya turizmini rivojlantirish istiqbollari.

Mustaqil ishlash uchun savollar:

1. Oʻzbekistonda gastronomiya turizmini rivojlantirish uchun qanday ishlarni amalga oshirish lozim boʻladi?
2. Gastronomik turlarning maqsadi nimadan iborat?
3. Aholi qatlamining qaysi vakillari gastronomik turistlarni hosil qiladi?
4. Gastronomiya turizmining qanday turlarini bilasiz?

Amaliy mashgʻulotlarga tayyorgarlik koʻrish uchun topshiriqlar:

1. Siz yashab turgan shahar yoki tumaningizda shu hududga tegishli boʻlgan qanday mahalliy taomlarni bilasiz? Sanab bering va tavsiflang.

2. Qaysi mahalliy taomga xorijiy turistlarni jalb qilish tadbirlarini ishlab chiqish mumkin?

Test savollari:

1. Gastronomiya turizmi bu.....?

a) gastronomiya turizmi – bu mamlakatlar va qit’alar bo‘ylab sayohat qilish hisoblanib, maqsadi mahalliy oshxona xususiyatlari bilan tanishish hamda kelgan sayyohlarga antiqa taom va mahsulotlardan tatib ko‘rishga imkon yaratadi

b) pishloqli turlarda sayohatchilar pishloqlarni eng sara navini tatib ko‘rishi

d) gastronomik sayohatlarning ish faoliyati ovqat tayyorlash va tanovvul qilish

e) taomlar xorijiy turistlar va mahaliy aholi uchun jozibador turlar ishlab chiqish

2. BTT ekspertlarining taqdim etgan ma’lumotlariga binoan turizm sohasidagi harajatlarning necha foizini gastronomik turizm tashkil etadi?

a) 30%

b) 20 %

d) 26%

e) 35%

3. Gastronomik turlarni tashkil qilishdan maqsad.....?

a) asrlar davomida saqlanib kelgan mahalliy reseptlarni va urf-odatlarni o‘zida jamlagan milliy taomlardan bahra olish va ularni tayyorlanish madaniyati bilan tanishishdan iborat

b) bir necha tansiq taomlarni tatish yoxud ko‘plab taomlarni iste’mol qilish

d) u yoki bu hudud oshxonasining xususiyatlari bilan tanishish

e) u yoki bu davlat oshpazlarining faoliyatini o‘rganish

4. Qishloq va shahar gastroturlarining bir-biridan farqi nimada?

a) ekologik toza mahsulotni tatib ko‘rishga yo‘naltirilgan.

b) taomlar assortimentini ko‘rish va ulardan bahra olish

d) u yoki bu millat oshxonasining xususiyatlari bilan tanishish

e) o‘zga xalqlar noodatiy taomlarini iste’mol qilish

5. Hozirgi kunda qaysi davlatlarda gastronomiya turizm turiga qiziqish ortib bormoqda?

a) Buyuk Britaniya, Italiya

b) Kanada

d) Malayziya

e) O‘zbekiston



14.2-rasm. O'zbek milliy taomlari

15-mavzu. QISHLOQ TURIZMINI RIVOJLANTIRISH XUSUSIYATLARI

Reja:

15.1. Jahonda qishloq turizmining shakllanish jarayoni

15.2. Qishloq turizmini rivojlantirishning xalqaro modellari va uni O'zbekiston sharoitida qo'llash

15.3. Qishloq turizmini rivojlantirishda Yevropa davlatlarining dasturlari

15.1. Jahonda qishloq turizmining shakllanish jarayoni

XX – asrning ikkinchi yarmidan insoniyatning tarixiy – madaniy boyligi va tabiat resurslarini asrab – avaylashning muhimligi keng jahonda e'tirof etila boshlandi. Natijada qishloq turizmi jadal sur'atlar bilan rivojlana boshlandi. Hozirda esa odamlarning (turistlarning) mahalliy aholi bilan tanishuv va muloqatga kirishi, do'stlashuvi, qishloq hayoti bilan hamnafas bo'lish, qishloq xo'jalik ishlari bilan shug'ullanish, qishloq tabiati bag'rida dam olish, sport bilan shug'ullanish turizmida qishloq turizmining imkoniyatlari katta ekanligini isbotladi. So'ngi yillarda esa qishloq turizmining ko'p faoliyatligi natijasida dunyoda uning ommaviyligini tobora oshirib, kuchaytirib bormoqda. Qishloq turizmini ekologik turizmning bir tarmog'i deb talqin qiluvchilar ham o'zlarini haq deb bilishadi. Masalan, ekologik turizm ko'p hollarda tabiat bag'rida joylashgan qishloqlarda yuz beradi yoki turistlar turistik infratuzilmalar va turistik xizmatlarni ekotur vaqtida qishloq aholisidan sotib olishadi. Jahon ilmiy adabiyotida ekologik turizmning nomlanishiga e'tibor bersak, bu holatni tezda ilg'ab olamiz:

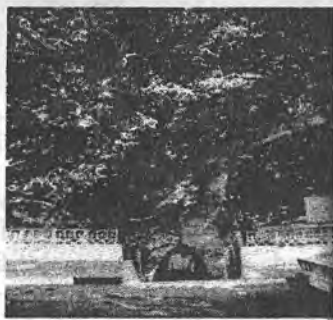
- yumshoq turizm (Soft Tourismus);
- tog' turizmi (Mountain Tourismus);
- tabiat turizmi (Nature Tourismus);
- yovvoyi turizm (Wilderness Tourismus);
- yashil turizm (Green Tourismus);
- sarguzasht turizmi (Adventure Tourismus);
- qishloq turizmi (Agro Tourismus);
- ekoturizm (Ecotourismus).

Qayd qilingan turizmning barcha turlari ham nomlanishi ham albatta tabiat va uning resurslarini eslatib turadi. Qayd qilingan

talablardan ma'lum bo'ladiki, qishloq turizmi ko'p faoliyatlari jihatidan ekoturizmдан ancha farq qiladi. Qishloq turizmida turistlar qishloq aholisi (fermer, dehqon, cho'pon) bilan birga yashaydi, ko'p hollarda birga ishlaydi, ularning turmush kechirishi, hayot tarzi bilan qiziqadi. Shu jihatlardan ham qishloq turizmini ekoturizmga qo'shish noto'g'ri xulosalarni keltirib chiqaradi.



Tog'dagi qishloqning ko'rinishi



Ming yoshli chinor

Qishloq turizmini rivojlantirishning nazariy va amaliy asoslarini o'rganishdan quyidagi xulosalar kelib chiqadi:

1. Qishloq turizmi mehnat resurslarini qo'shimcha, yangi ish o'rinlari bilan ta'minlashda katta imkoniyatlarni yaratadi;

2. Tabiat va tabiiy resurslardan foydalanishning yangi texnologiyalarini jalb qiladi;

3. Qishloq turizmi ekologik toza oziq – ovqat mahsulotlarini ishlab chiqishni ta'minlaydi;

4. Qishloq turizmi tabiat muhofazasida investitsiyalar kirishini axborotlaydi va qishloqda xizmatlar servisini takomillashtiradi;

5. Qishloq turizmi qishloqlarda mahalliy aholining ijtimoiy – iqtisodiy darajalarini o'stiradi;

6. Qishloq turizmi mahalliy mahsulotlar, hunarmandchilikka keng yo'l ochadi;

7. Qishloq turizmi tabiatni muhofaza qiluvchi mahalliy boshqaruvni rivojlantiradi va ma'naviy, moddiy jihatlar bo'yicha rag'batlantiradi;

8. Qishloq turizmi xalqlar o'rtasida hamdo'stlik aloqalarini yuzaga keltiradi;

9. Qishloq turizmi turistik resurslarni muhofaza qiladi, ta'mirlaydi va obodonlashtiradi;

10. Qishloq turizmi insonlarni ruhiy, jismoniy jihatdan dam oldiradi;

11. Qishloq turizmi dehqonchilik, bog‘dorchilik va chorvachilikni o‘rgatadi, bu sohalarining mahsulotlaridan manfaatdor bo‘lishni ta‘minlaydi.

15.2. Qishloq turizmini rivojlantirishning xalqaro modellari va uni O‘zbekiston sharoitida qo‘llash

Jahonda qishloq turizmini tashkil qilishning ancha mukammal modellari Yevropa davlatlarida ishlab chiqilgandir. Bu modellar deyarli biri – biriga o‘xshamaydi. Eng muhimi, quyida qayd qilingan modellar hozirda Yevropa davlatlarida muvoffaqiyat bilan ishlamoqda va jahondagi ko‘plab davlatlar bu modellar asosida o‘z mamlakatlarida qishloq turizmini rivojlantirishmoqdalar.

Britaniya modelida asosan qishloq turizmida turistlarni joylashtirishga ko‘proq e‘tibor berilgan. Boshqa jihatlar esa Yevropadagi davlatlar tajribasidan olingan hisoblanadi.

Turistlarning ommaviylashgan, ular yaxshi ko‘radigan yashash tarzi 3 tipga bo‘linadi:

1. Fermerning uyida yashash va uning oilasi bilan nonushta qilish. Bu sharoitda fermer bilan, uning oila a‘zolari bilan do‘stona aloqalarni boshlash imkoniyatlari, sharoitlari yuzaga keladi;

2. Alohida binoda, qisman qulaylik sharoitida o‘z – o‘ziga xizmat qilish bilan yashash;

3. Atroflari o‘ralgan, o‘rtacha 8 – 15 turistni joylashtiradigan binoda, o‘z – o‘ziga xizmat qiladigan sharoitda yashash.

Uchinchi variant Britaniya modelida juda daromadli hisoblanadi. Bir kunlik tunash har bir turist uchun 10 yevro miqdorida. Bu variantning daromadlilikining asosiy sababi yoshlarga va guruhlariga mo‘ljallanganligidadir. Bu sharoitni o‘quvchilar va ayniqsa studentlar ma‘qul ko‘rishadi. Shu bilan birga Britaniya modelida qishloqda joylashishning 3 xil darajasi bor: lyuks –puldorlar uchun maxsus qurilgan uy, o‘rtacha boylar uchun maxsus qurilgan hovli va yuqoridagi 3 ta sharoitli yashash tarzi.

Britaniya modelida yana bir muhim xizmatlar borki, qishloqlardagi tadbirkorlar turstlar uchun mahalliy ahamiyatga ega bo‘lgan milliy va sport o‘yinlari, bolalar uchun poni (pakana) otda sayr, otlarda sayr, golf

o'yinlarini tashkil qilishadi. Shuning uchun ham shaharliklar bahor va yoz oylarida qishloqlarga shoshilishadilar.

Britaniya modelidagi yana bir muhim jihatlar shundan iboratki, ota – onalar bolalarini ekologik madaniyat, bilim ruhida tarbiyalash uchun ham bolalarini qishloqlarga olib borishadilar va qishloq tadbirkorlari maxsus tayyorlangan maydonchalarda (og'il, molxona) chorva mollarining bir – ikki oylik uloqchalar, buzoqchalar, qo'zichoqlar bilan birga o'ynashadi, quyonlarga, qushlarga ovqat, don berishadi. Bu jarayonlarda bolalarda hayvon va parrandalarga mehr tuyg'ulari hosil bo'ladi.

Fransiya modeli.Fransiya jahonda qishloq turizmini rivojlantirgan birinchi mamlakat hisoblanadi. Bu davlat XX asrning o'rtalarida qishloq turizmini rivojlantirishning davlat dasturini ishlab chiqqanedi. Hozirga kelib qishloq turizmi fransiyaning barcha departamentlarida yaxshi tashkil qilingan. Fransiya modelida qishloq turizmi ancha murakkab va maxsus ixtisoslashtirilgan hisoblanadi. Mamlakatning janubida qishloq – cho'milish plyaj turizmi infratuzilmalari yetarli darajada yaratilgan. Bu qishloqlarda turistlar uchun maxsus kotedj uylari qurilgan. Markaziy rayonlarda agroturizm yaxshi rivojlangan. Bu yerdagi qishloqlarda turistlar uchun kichik uylar barcha sharoitlari bilan turistlarning ixtiyoriga beriladi. Chunki, faranglar ovqatni o'zlari tayyorlashni xush ko'rishadi.

Fransiya vino va gastronomiya turizmi bo'yicha ham jahonda oldingi o'rinlarda turadi. Bu turizmida asosan boy turistlar dam olishadi. Ular qishloq uylarda joylashib kuniga uch mahal (to'liq pansion) ovqatga buyurtmalar berishadi va bu ovqatlarning tayyorlanish jarayonlariga qatnashadilar.

«Vino turizmi» shaharlik faranglarning eng yaxshi ko'rgan qishloq xo'jalik turizmi yo'nalishiga kiradi. Ma'lumki, faranglar eng ko'p vino ichadigan xalqlardir. Vino turizmidagi turistlar vinoning ta'mini sinab ko'rishga qatnashadilar, shampan vinosidagi farqni bilish uchun ko'plab vinochilik xo'jaliklariga borishadilar, vino tayyorlashni o'rganishadilar, vinoni mehmonlarga uzatishni mashq qilishadi, vinoning navlarini to'plab uylariga olib ketishadilar.

Ko'plab turistlar qadimiy qal'alar, tarixiy ibodatxonalar, arxeologik topilmalar joylashgan qishloqlarda hafta – o'n kunlab qolib ketishadi. Ular qishloq uylarida joylashib kuni bilan piyoda sayrga chiqishadi, ibodatxonalar, tarixiy joylarni o'rganishadi va ovqatlanishga to'liq haq to'lashadi, o'zlari ovqat tayyorlashmaydi. Alp tog'laridagi

qishloqlar esa asosan chang'i sporti havaskorlariga turistik xizmatlar ko'rsatishadi.

Germaniya modeli. Germaniyada qishloq turizmini fermer turizmi deb nomlashadi. Tabiiylikka intilgan nemislar imkoni boricha qishloqlardagi eski uylarda yashashga intiladilar. Shuning uchun ham nemislar qishloqlarda zamonaviy qulayliklarga ega bo'lgan uylarni qishloqlarda qurishmaydilar. Nemis turistlari qishloqlarda dam olishda yerda ishlash, hayvonlarni boqish, madaniy o'tirishlar, suhbatlar va baliq ovlashga qiziqishadi.

Qishloq turizmi tashkilotchilari asosan yozgi – ta'til mavsumidaga to'g'ri keladigan xalqning milliy bayramlari, milliy folklor festivallariga moslab turmahsulot tayyorlashadi, qishloqlarda xalqaro ko'rgazmalar ko'plab tashkil qilinadi. Masalan, «Oktobrfest» bayramiga jahonning deyarli barcha mamlakatlaridan turistlar kelishadi. Shuningdek, nemis qishloqlarida 100 yillab o'z tarkibini o'zgartirmasdan tayyorlanayotgan pivo ichimligi bayramlari ham ko'plab uyushtiriladi.

Italiya modeli. Italiyada qishloq turizmi ko'pincha dehqon turizmi deb ataladi va turistik dasturlar asosan 3 mavzuda tuziladi va ishlab chiqiladi:

1. Tabiat va sog'liq
2. An'anaviy gastronomiya
3. Sport

Qayd qilingan tur mahsulotlar ishlab chiqilgan maxsus, ixtisoslashgan qishloqlar bor. Masalan, K'yaniiy, Umbriya va Sitsiliya provinsiyalari faqat «tabiat va sog'liq» yo'nalishiga moyil turistlarni qabul qilishadi.

Vinochilik turizmi ham xuddi Fransiyadagidek, turistlar vino tayyorlash uchun bog'bonga yordam beradi, bog'bon esa ish haqqiga uzum beradi va uzumni achitish jarayoni, uzumning vinoga aylanish texnologiyasini o'rgatadi va boshqalar.

Dengiz yoqasiga asosan baliq ovlashga chiquvchi turistlar, Abruppoga – zaytun yog'iga qiziquvchi turistlar tashrif qilishadi.

' Qishloq turizmida joylashish vositalarini' tanlash tarkibi quyidagicha: appartementlarda – 44%, xona – appartementlarda – 22%, faqat xonalarda – 4 %. Qishloq turizmini rivojlantirishda asosan Yevropa davlatlaridagi modellarni keltirishimizning asosiy sababi shundan iboratki, dunyodagi ko'plab mamlakatlar o'zlarida qishloq turizmini rivojlantirish uchun hozirda asosan qayd qilingan modellarni joriy qilishmoqdalar.

Eng muhimi shundaki, Yevropa davlatlari qishloq turizmini rivojlantirish uchun hamkorlikda «Qishloq turizmini rivojlantirish strategiyasi va dasturi», «Qishloq turizmi bozorida takliflar va talablarning o'zgarish istiqbollari»ni ishlab chiqdilar. Ushbu hamkor dasturlar asosida Buyuk Britaniya davlati 1998-yilda qishloq turizmida 350 ming yangi ish o'rinlarini tashkil qildilar.

Qayd qilinganlardan xulosa qilish mumkinki, mamlakatimizda qishloq turizmini rivojlantirishda Yevropa modellarini yaxshi o'rganishimiz, bu modellardan qishloqlarimizda foydalanish imkoniyatlarini o'rganishimiz, hamda qishloq turizmini rivojlantirish strategiyasini ishlab chiqishimiz kerak bo'ladi.

Qishloq turizmi rivojlangan Yevropa davlatlarining tajribalaridan ma'lum bo'ldiki, ushbu davlatlar qishloq turizmini rivojlantirishga bundan 50 yil oldin kirishgan. Dunyoda qishloq turizmi rivojlanishi bo'yicha birinchi o'rinda turuvchi Fransiya davlatining qishloq turizmini rivojlantirish modelini, Buyuk Britaniya modelini, Germaniya modelini va Italiya modelini qishloq turizmini xalqaro modellar deb tan olishining sababi ham shunda.

Endi O'zbekistonda qishloq turizmini rivojlantirish uchun qayd qilingan modellarning qaysi biri o'ng'ayroq va qulayroq? Agar bu modellarning tuzilishi va ishlash tamoyillarini o'rganganimizda ularning barchasini qishloq turizmini rivojlantirishimiz uchun qo'llash hech qanday muammolarni keltirib chiqarmaydi, shu bilan birga oson ham. Chunki, qishloq turizmini rivojlantirishdagi asosiy manba – turistik resurslarning xilma – xilligi bizda yuqorida qayd qilingan Yevropa davlatlaridagidan ham ko'p.

Yevropa davlatlari qishloq turizmini rivojlantirish uchun, dastlab qishloq turizmini rivojlantirishning maqsadi va vazifalarini belgilab olishgan, so'ngra qishloq turizmini rivojlantirishga javob beruvchi, davlat vakolatini olgan tashkilot tuzishgan (masalan, Fransiyada – «Turizm va qishloq yerlari assotsiatsiyasi»; Britaniyada – «Britaniya turistik kengashi» va «Qishloq yerlarini rivojlantirish agentligi»; Avstriyada – «Avstriya fermerlik turizmi assotsiatsiyasi» va boshqalar).

O'zbekistonda qishloq turizmini rivojlantirishdagi **dastlabki bosqichda** qishloq turizmini tashkil qilish va boshqarishning tashkiliy – iqtisodiy mexanizmlarini ishlab chiqish lozim. **Ikkinchi bosqichda** esa ana shu tashkiliy – iqtisodiy mexanizmlar asosida qishloq turizmini rivojlantirishning huquqiy – me'yoriy qonunlarini ishlab chiqish maqsadli yo'nalish bo'ladi. **Uchunchi bosqichda** mamlakatimizda

turizmni rivojlantirishning huquqiy – me'yoriy qonunlariga asoslanib qishloqlarimizdagi turistik resurslarimizni ro'yhatga olishimiz, ularning ta'rif-tavsiflarini tayyorlashimiz, foydalanish imkoniyatlarini hisoblab chiqishimiz, turistik obyektlarda turistik infratuzilmalar va turistik marshrutlar yaratishimiz lozim bo'ladi.

Yevropa davlatlari qishloq turizmni rivojlanishini bashoratlashda va istiqbolli strategik rejalar ishlab chiqishda doimiy ravishda ijtimoiy so'rov o'tkazishadi. Yevropa ittifoqining statistik ma'lumotlari bo'yicha 30 % aholi qishloq turizmida dam olish istagi aniqlandi.

Ijtimoiy – so'rov o'tkazishdan oldin albatta qishloq aholisi o'rtasida qishloq turizmining mohiyati, mazmuni, maqsadi va vazifalari bo'yicha jiddiy tashkiliy ishlarni amalga oshirish talab qilinadi.

15.3. Qishloq turizmni rivojlantirishda Yevropa davlatlarining dasturlari

Qishloq turizmni rivojlantirishda jahonning ko'plab davlatlari Yevropa modelidan, dasturlaridan, strategik rejalaridan nusxa olmoqdalar. Chunki, hozirda qishloq turizmi asosan Yevropa davlatlarida mukammal, barqaror rivojlanmoqda. Bunday yutuqlarning bosh sababi shundaki, Yevropa davlatlari qishloq turizmni rivojlantirishda o'zaro hamkorlikni, hamdo'stlikni yaxshi yo'lga qo'yganlar. Yevropa hamkorligi natijasida 1990-yilda qishloq turizmni rivojlantirish maqsadida «Umumevropa «Lider» dasturini» ishlab chiqdilar.

Dasturning loyihalari «Yevropa Ittifoqi» fondidan loyihalashtiradi. Dastur loyihalari bo'yicha Yevropadagi davlatlarning 2000 ta mintaqasida qishloq turizmi maqsadli strategik reja bo'yicha rivojlanmoqda. Hozirga kelib ma'lumki, Yevropa davlatlari qishloq turizmni rivojlantirish va undan daromadlar olish bo'yicha jahondagi mamlakatlar ichida yetakchi o'rinlarni egallab kelmoqdalar.

Jadvaldagi ma'lumotlardan Yevropa mamlakatlarida qishloq turizmining nihoyatda rivojlanib borayotganligini ko'ramiz. Bu holatning asosiy sabablari quyidagilardan iborat:

1. Yevropa davlatlari o'zaro hamkorlikda har bir mamlakatda qishloq turizmini rivojlantirishning strategik rejalarini ishlab chiqadilar va amalga oshiradilar;

2. Yevropa davlatlarida qishloq turizmini rivojlantirishda Yevropa Ittifoqining «Umumevropa «Lider» dasturi» muhim rol o'ynaydi va bu dastur loyihalarini «Yevropa ittifoqi» moliyalashtiradi;

3. Qishloq turizmini rivojlantirishda asosan noqulay yerlarni o'zlashtirish, iqtisodiy holati qoniqarsiz rivojlanayotgan rayonlar e'tiborga olinadi;

4. Qishloq turizmini rivojlantirishda chegaradosh davlatlar o'xshash dasturlarni qabul qiladi;

5. Qishloq turizmini rivojlantirishga davlat kreditlar va dotatsiyalar ajratadi, xususi investorlar yordam beradi;

6. Qishloq turizmini rivojlantirishda qishloqlardagi barcha imkoniyatlardan foydalaniladi;

7. Qishloq turizmini rivojlantirishda qishloqliklar Yevropa standartlari asosida xizmatlar ko'rsatishga davlat tomonidan o'qitiladi;

8. Qishloq turizmini rivojlantirishda qishloq infratuzilmalarini yaratish, transport yo'llarini yaxshilash, joylashtirish vositalarini yaratish ishlariga davlat mablag'lar ajratadi.

Tayanch so'z va iboralar: qishloq turizmi, fermer turizmi, qishloq turizmini rivojlantirishning xalqaro modellari, qishloq turizmini rivojlantirish bosqichlari, Yevropa davlatlarining dasturlari, strategik rejani ishlab chiqish.

Mustaqil ishlash uchun savollar:

1. Qishloq turizmini rivojlantirish mintaqada qanday natijalarni berishi mumkin?

2. Jahonda qishloq turizmini tashkil qilishning qanday modellari mavjud?

3. O'zbekistonda qishloq turizmini rivojlantirish bosqichlari nimalardan iborat?

4. Yevropa mamlakatlarida qishloq turizmining rivojlanish sabablari nimadan iborat?

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar:

1. O'zbekistonda qishloq turizmini rivojlantirishning qanday imkoniyatlari mavjud?
2. O'zingizning yashab turgan hududingiz misolida qishloq turizmining resurslari bo'yicha taqdimot tayyorlang.

Test savollari:

1. XX asrning o'rtalarida qishloq turizmini rivojlantirishning davlat dasturini ishlab chiqqan davlat qaysi qatorda to'g'ri ko'rsatilgan?

- a) Fransiya
- b) Britaniya
- d) Avstraliya
- e) Germaniya

2. Germaniya modeli bo'yicha qishloq turizmining o'ziga xos jihatlari qaysi qatorda ko'rsatilgan?

- a) yerda ishlash, hayvonlarni boqish, madaniy o'tirishlar, suhbatlar va baliq ovlash
- b) turistlarni joylashtirishga ko'proq e'tibor berilgan
- d) vino va gastronomiya turizmi
- e) tabiat va sog'liq, an'anaviy gastronomiya, sport

3. Ispaniya davlati qishloq turizmini rivojlantirish bo'yicha dasturida ko'rsatilgan asosiy vazifalar nimalardan iborat?

- a) bolalar lager tarmoqlarini rivojlantirish
- b) dehqonning tadbirkorlik madaniyatini oshirish
- d) voqealar, hodisalar, turizm bazasida qishloq va fermerlik turizmlarini rivojlantirish
- e) qishloq turizmini rivojlantirish darajalarida hududiy farqlarni yo'qotish

4. Hozirgi paytda O'zbekistonda qishloq turizmini rivojlantirishda qanday chora-tadbirlar ishlab chiqilishi kerak?

- a) strategik reja ishlab chiqilishi kerak
- b) turistik siyosat olib borish kerak
- d) joriy dasturlar ishlab chiqilishi kerak
- e) konsepsiya ishlab chiqilishi kerak

5. Italiya davlatida qishloq turizmi qanday nomlanadi?

- a) dehqon turizmi
- b) qishloq turizmi
- d) agro turizm
- e) yashil turizm

16-mavzu. TURIZM XIZMATLARIDA MENEJMENT TIZIMINING SAMARADORLIGI

Reja:

16.1. O'zbekistonda turizm majmuasini boshqarishning tashkiliy tuzilmasi

16.2. Turizm menejmentining samaradorligi

16.1. O'zbekistonda turizm majmuasini boshqarishning tashkiliy tuzilmasi

Hozirgi vaqtda O'zbekiston Respublikasi Butunjahon turizm tashkiloti tamonidan belgilagan me'yoriy qonunlar asosida o'zining turizm menejmentini tashkil qilmoqda. Bu o'rinda xalqaro turizm menejmenti tarkibini keltirish lozim bo'ladi. Nufuzli boshqaruvga ega bo'lgan xalqaro turizm tashkilotlari quyidagilardan iborat:

1. Butunjahon turizm tashkiloti (World Tourism Organization, WTO) – 1975 yilda tuzilgan. Bu tashkilot xalqaro turizm menejmentida BMT tizimidagi eng obro'li tashkilot hisoblanadi.

2. Butunjahon turistik agentliklarning federatsiyasi – 1963-yilda tuzilgan.

3. Fuqarolarning butunjahon aviatsiyasi tashkiloti –1944-yilda tashkil qilingan. 180 ta davlat a'zo. Butunjahon havo transporti assotsiatsiyasi –1944- yilda tuzilgan.

4. Butunjahon kasbiy ishchanlik turizmi assotsiatsiyasi - 1974-yilda tashkil qilingan.

5. Koorparativ sayohatlarni tashkil qilish bo'yicha mutaxassislar assotsiatsiyasi. Bu tashkilotda 29 ta davlatdan 2400 mutaxassis ishlaydi.

6. Butunjahon turistik assotsiatsiyalar ligasi – 1998- yilda tuzilgan.

7. Butunjahon mehmonxonalar assotsiatsiyasi – 1946- yilda tuzilgan.

8. Butunjahon kemping federatsiyasi – 1932- yilda tuzilgan.

9. Turizm bo'yicha butunjahon ilmiy ekspertlar assotsiatsiyasi 1951-yilda tuzilgan.

10. Butunjahon ijtimoiy turizm byurosi – 1963- yildatuzilgan.

Mamlakatimizda turistik faoliyatni davlat tomonidan boshqarishda turli tamoyillarga amal qilinadi. Davlat turistik faoliyatni O'zbekiston iqtisodiyotining yetakchi tarmoqlaridan biri sifatida e'tirof etib, turistik

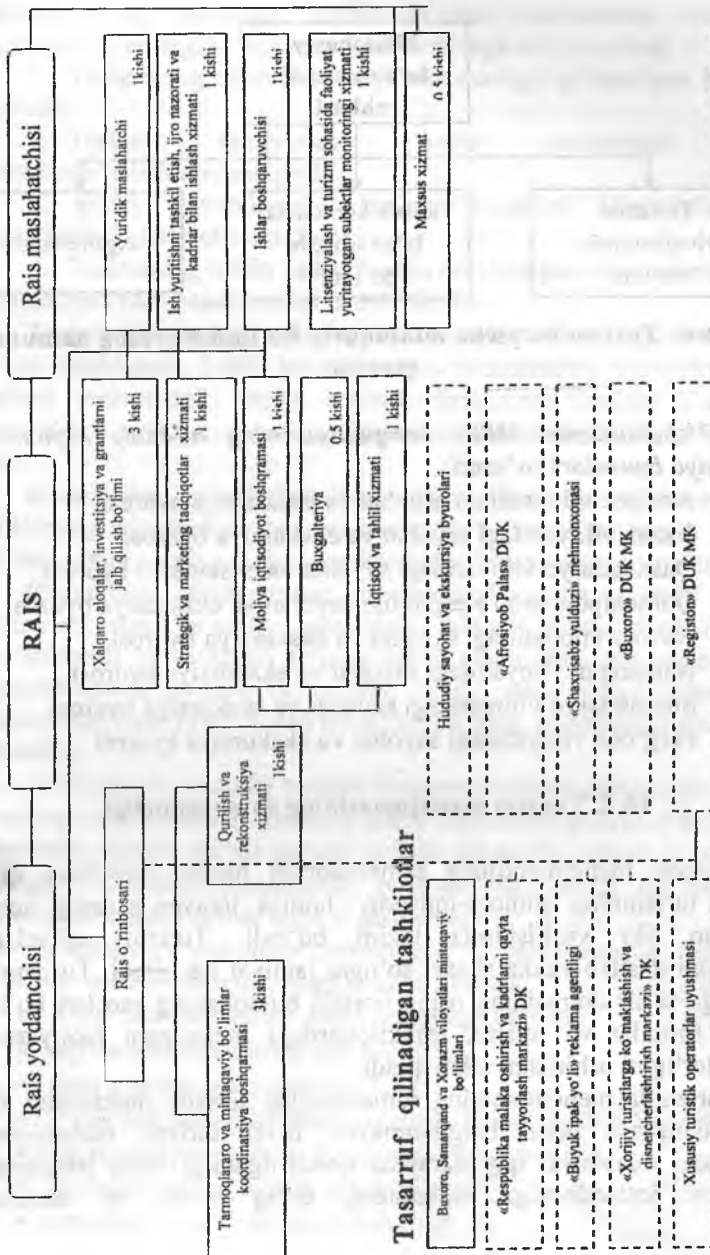
faoliyatni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlaydi va uni amalda bajarish uchun qulay sharoitlar yaratadi; ahamiyatli yo'nalishlarni aniqlab, ularni rag'batlantiradi; xorijda O'zbekistonning turizm uchun qulay mamlakat sifatidagi nufuzini shakllantiradi hamda uni xalqaro maydonda reklama qiladi; shuningdek, o'zbek turistlari, turoperatorlari va turagentlarining faoliyatini qo'llab-quvvatlaydi.

Turizm majmuasining boshqaruv tizimini tashkil etishning mikroiqtisodiyot darajasida ish yuritayotgan turli mulk shakliga ega bo'lgan tashkilotlar, korxonalar va «O'zbekturizm» Milliy Kompaniyasining viloyatlardagi mintaqaviy bo'limlari va byurolari faoliyat yuritmoqda. O'zbekistonda 550 ta sayyohlik kompaniyasi-turoperatorlari faoliyat yuritmoqda. Bugungi kunda turizm sohasida 200 mingdan ortiq kishi mehnat qilmoqda²⁴. Demak, o'rtacha olganda har bir turistik firmada 3,6 kishi mehnat qilmoqda.

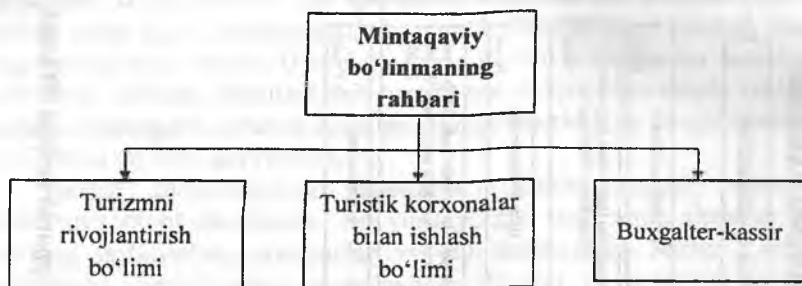
Hozirgi paytda O'zbekistonda shakllangan turizm tizimi yuz berayotgan davlat mulki shakllari ustunligiga asoslanuvchi yuqori darajada markazlashgan ma'muriy tizimdan mulkning turli shakllarini birlashtiruvchi xo'jalik mexanizmiga o'tish jarayonini aks ettiradi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida markazlashmagan turistik faoliyatni amalga oshirish huquqini mulkchilik shaklidan qat'i nazar, korxonalarga berishni taqozo qiladi. Ushbu jarayon «O'zbekturizm» Milliy kompaniyasi va uning viloyat mintaqaviy bo'linma hamda hududiy sayohat va ekskursiya byurolari tamonidan amalga oshirilmoqda.

²⁴ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Islom Karimovning BMT Jahon sayёhlik tashkiloti Ijroiya kengashi 99-sessiyasining ochilish marosimidagi nutqi // Moхият. 2014. 3 oktyabr. № 40.

«O'ZBEKTURIZM» MILLIY kompaniyasi Markaziy Apparatining Tarkibi



«O'zbekturizm» MKning 08.04.2013- y., 27-sonli buyrug'iga asosan markaziy apparat tarkibi 30 kishi, jumladan boshqaruv xodimlari 14 kishi qilib tasdiqlandi.



16.2-rasm. Turizm bo'yicha mintaqaviy bo'linmalarning namunaviy tarkibi

«O'zbekturizm» Milliy kompaniyasining hududiy sayohat va ekskursiya byurolari ro'yxati:

- Andijon viloyatidagi sayohat va ekskursiya byurosi
- Jizzax viloyatidagi sayohat va ekskursiya byurosi
- Qashqadaryo viloyatidagi sayohat va ekskursiya byurosi
- Qoraqalpog'iston Respubliki sayohat va ekskursiya byurosi
- Navoiy viloyatidagi sayohat va ekskursiya byurosi
- Namangan viloyatidagi sayohat va ekskursiya byurosi
- Surxandaryo viloyatidagi sayohat va ekskursiya byurosi
- Farg'ona viloyatidagi sayohat va ekskursiya byurosi

16.2. Turizm menejmentining samaradorligi

Turizm menejmentining samaradorligi haqida mulohaza qilganimizda turizmning ijtimoiy-iqtisodiy hodisa, jarayon ekanligi nuqtai-nazaridan fikr yuritishimiz lozim bo'ladi. Turizm oqibatlarini, natijalarini dastlab yakka shaxs, so'ngra jamiyat his qiladi. Turizmning jamiyatga ta'sir doirasining oshib borishi bu sohaning asoslari bo'lgan turistik firmalar va turistik tashkilotlardagi menejment faoliyatining samaradorligini oshirishni talab qiladi.

Turizmda menejmentning samaradorligi turistik mahsulotni ko'p ishlab chiqarish bilan belgilanmaydi, balki turistik mahsulotning iste'molchi talablarini qay darajada qondirilganligi bilan belgilanadi. Mamlakat iqtisodiyotiga turizmning to'liq ta'siri va mamlakat

iqtisodiyotining turizmga o‘zaro ta‘sirini tushunishda biri-biriga bog‘langan quyidagi to‘rtta masalani yechishga to‘g‘ri keladi.

1. Turizmning mamlakat yalpi daromadiga qo‘shadigan hissasini aniqlash;

2. Turizm faoliyatidan kelib chiqadigan yangi iqtisodiyot bo‘lanishlarni aniqlash;

3. Milliy iqtisodiyotda turizm hissasini ijtimoiy-iqtisodiy ko‘rsatkichlari bo‘yicha aniqlash;

4. Turizmning milliy iqtisodiyotga qo‘shadigan «hissasi»ni rivojlantirish chora-tadbirlarini ishlab chiqish.

Turistik firmaning menejeri firma faoliyatini boshqarishda bosh ma‘sul hisoblanadi. Lekin barcha turistik firmalarning menejeri bir xil vazifani bajarmaydi, balki turistik firmaning faoliyat ko‘rsatish yo‘nalishlari turli-tuman bo‘lganligidan menejerlar faoliyati ham xilma-xildir.

*Birinchi*dan, turistik firmada boshqaruv haqidagi qarorlarni va bu qarorlarning bajarilishini menejer boshqaradi. Firmaning to‘g‘ri faoliyat yuritishga ham asosiy javobgar rahbarlardan biri menejer hisoblanadi.

*Ikkinchi*dan, menejerning axborotlar bo‘yicha turistik firmani boshqarishi ham o‘ta ma‘sul, zamonaviy talabdir. Boshqaruvda menejer eng ishonchli axborotlarni to‘plab tahlil qiladi. Menejer axborotlarni qanchalik puxta tanlasa va tegishli, to‘g‘ri qaror qabul qilsa ijroni bajaruvchilar ham firma ishlab chiqarishida aniq, belgilangan yutuqlarni erishadilar.

*Uchinchi*dan, menejer turistik firmaning rahbari sifatida ish ko‘rib, firmaning ichki va tashqi muhitini ijobiy holatda belgilaydi. Menejer bu tashkilotda alohida mavqe‘ga ega bo‘lgan ishonchli shaxs. U o‘zining orqasidan odamlarni ergashtiradi, odamlar ham uning ish uslubiga, g‘oyasiga ishongani uchun unga ergashadilar.

Bozor iqtisodiyoti sharoitida zamonaviy turizmga turistik firmaning zamonaviy menejeridan quyidagilar talab qilinadi:

- o‘z-o‘zini boshqarish qobiliyatiga ega bo‘lishi;
- aql-farosat hislatlariga ega bo‘lishi;
- aniq shaxsiy maqsadlari bo‘lishi;
- o‘z-o‘zini har xil jihatlarda o‘stirib, kamol toptirib borishi;
- muammolarni yechish ko‘nikmalarining bo‘lishi;
- innovatsiyalarni to‘g‘ri qabul qilishi;
- atrofda qilargana ta‘sir qila bilishi;

- zamonaviy boshqaruvga yondasha bilishi;
- tashkilotchilik qobiliyatiga ega bo'lishi;
- ishlovchilarini o'qita bilishi;
- mehnat jamoasini shakllantirish va rivojlantirish qobiliyatiga ega.

Tayanch so'z va iboralar: marketing, bozor tushunchasi, talab va taklif, raqobat, «O'zbekturizm» Milliy kompaniyasi, vaziyat tahlili, turizm menejmentining samaradorligi, menejer, turizmda zamonaviy menejer.

Mustaqil ishlash uchun savollar:

1. Nufuzli boshqaruvga ega bo'lgan xalqaro turizm tashkilotlarining asosiylarini sanab o'ting.

2. Respublikamizda turizmni rivojlantirish yo'nalishi va strategiyasi kim tomonidan ishlab chiqiladi?

3. O'zbekistonda turizm majmuasini boshqarishining tashkiliy tuzilmasi nimalardan iborat?

4. Turistik firma darajasida boshqaruv vazifalarining taqsimlanishi qanday amalga oshiriladi?

5. Mamlakat iqtisodiyotiga turizmning ta'siri nimalardan iborat?

6. Zamonaviy menejerga qo'yiladigan talablar nimalardan tashkil topgan?

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar:

1. «O'zbekturizm» Milliy kompaniyasi Respublikada turizmni rivojlantirish maqsadida qanday vazifalarni bajaradi va bu borada qanday dasturlar ishlab chiqilgan?

2. «O'zbekturizm» Milliy kompaniyasining boshqaruv faoliyati bo'yicha taqdimot tayyorlang.

Test savollari:

1. Butunjahon turizm tashkiloti qachon tuzilgan?

- 1975 -yil
- 1985- yil
- 1977- yil
- 1989- yil

2. Turistik firmaning zamonaviy menejeridan nimalar talab qilinadi?

- a) o'z-o'zini boshqarish qobiliyatiga ega bo'lishi
- b) raqobatbardosh usullarni qo'llay olish qobiliyati
- d) marketing va texnologik jarayonlarga tayyor ekanligi
- e) raqobatga qarshi tura olishi

3. Turizmda menejmentning samaradorligini qanday belgilash mumkin?

a) turistik mahsulotning iste'molchi talablarini qay darajada qondirilganligi bilan belgilanadi

- b) turistik mahsulotni ko'p ishlab chiqarish bilan belgilanadi
- d) firmaning ichki va tashqi muhiti bilan belgilanadi
- e) menejment tizimining mukammalligi bilan belgilanadi

4. Zamonaviy boshqaruvga yondasha bilishi qobiliyati qaysi xodimga tegishli hisoblanadi?

- a) menejer
- b) marketolog
- d) gid tarjimon
- e) turoperator

5. Butunjahon mehmonxonalar assotsiatsiyasi qachon tuzilgan?

- a) 1946- yil
- b) 1985- yil
- d) 1970- yil
- e) 1959- yil

17- mavzu. TURIZM XIZMATLARIDA MARKETING TADQIQOTLARINI AMALGA OSHIRISH JARAYONLARI

Reja:

17.1. Turizm xizmatlarida marketing faoliyatining mazmuni

17.2. Turizm marketing tadqiqotlarini amalga oshirish

17.1. Turizm xizmatlarida marketing faoliyatining mazmuni

Hozirgi paytda turizm oqimi turizm sohasi rivojlangan mamlakatlardan rivojlanayotgan mamlakatlarga tomon o'zgarimoqda. Bu o'zgarishlar o'z navbatida turizm xizmatlar bozoriga ham bog'liq bo'ladi. Rivojlanayotgan mamlakatlarda turizm xizmatlar bozori qanchalik kengaysa va bozorda turistik mahsulotlar qanchalik ko'paysa, ushbu bozorda turizm mahsulotlarini oluvchilar soni ham ko'payadi. Turistik bozorda turistik mahsulotlarning ko'payishi o'sha bozor joylashgan mamlakatlarda turizm sohasining rivojlanganligini ko'rsatadi. Marketingning birinchi ma'nosi – «bozor»; ikkinchi ma'nosi – «bozorda sotish yoki sotib olish»; uchinchi ma'nosi – bozorbop, bozorgir, haridorbop so'zlarida ifodalanadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitlarida marketing faoliyati mahsulotlar va xizmatlarga bo'lgan, talab va takliflarning biri-biriga to'g'ri kelishi uchun erkin va raqobatli almashuvdan iborat bo'ladi. Marketingning mazmuni hozirgi vaqtda turizm marketingining ta'rifi ko'proq quyidagi olimlarning xulosalari bo'yicha berilmoqda. **Kvartalnov V.A.**²⁵ – «Marketing bu-mahsulotlar va xizmatlar ishlab chiqaruvchining – iste'molchiga harakatlanishi faoliyatidir. Turizm tovar va xizmatlarning ishlab chiqaruvchidan – iste'molchiga oqimi jarayonlari har xil talqinda berilmoqda. Turizm marketingi turistik mahsulotni sotish va reklama qilish faoliyatigina emas. Bu turizm marketingining bir tomonigina xolos. Marketing turizm tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarish va bu tovar va xizmatlarni bozorga chiqarishini ta'minlash, sotish tizimini – maqsadli, strategik boshqarish faoliyatidir». **Durovich A.**²⁶ – «Marketing – bu zamonaviy biznesni boshqarishning bozor tizimini o'zida mujassamlashtirgan iste'molning hamma tomonlarini, talablarini diqqat bilan tizimli o'rganish natijasida o'sha iste'molchiga moslashgan ishlab chiqaruvni tashkil qilish va iste'molchilar, haridorlarni jalb qiladigan

²⁵ Квартальный В.А. Теория и практика туризма. Учебник 2-е изд., стер. М.: Советский спорт, 2004.

²⁶ Дурович А. Маркетинговое исследование в туризме. Питер, 2008.

tovar va xizmatlarni bozorga chiqarish tizimidir». **Ahmadxo‘jayev H. va boshqalar**²⁷– «Marketing falsafasi quyidagicha – korxonada sotilishi mo‘ljaldagi darajada foyda miqdorlari oldindan ta‘minlangan mahsulotni ishlab chiqarishi lozim». Marketing faoliyati ishlab chiqarishni oldindan belgilangan hajmlarda va muayyan texnik – iqtisodiy taklifnomalarga javob beradigan, ya‘ni sotilishini, firmaning eng yuqori foyda olishini, yoki bozorda mustahkam mavqe egallashni ta‘minlay oladigan, raqobatbardoshli mahsulotni, bozor talabini o‘rganish va uni hisobga olish orqali mavjud ehtiyojni ko‘paytirib, uni to‘la ta‘minlashga qaratilgan». **Kotler F.**²⁸– «Marketing bu – ayirboshlash asosida talab va ehtiyojni qondiradigan kishilik faoliyatining turi. Marketing – tadbirkorlik faoliyatining falsafasi va instrumenti».

Tuxliyev I.S.– «Turizm marketingi, milliy turizm tashkilotlari yoki turizm muassasalarining, milliy va xalqaro tarkibda turistlarning talab va ehtiyojlarini qondiradigan tizimli harakatlardan tashkil topadi. Turizm marketingi, turistik ehtiyojlarni qondiradigan mahsulot va xizmatlarning turistga taqdim etilishi va sotilishi bilan bog‘liq harakatlardir». Turizm marketingi sohasida tan olingan yuqoridagi olimlar, mutaxassislarining turizm marketingidagi ta‘rifi mazmuni deyarli bir xil – turistlarning talab va ehtiyojlarini qondiradigan tovarlar va xizmatlarni bozorga chiqarishdan iborat.

Turistik firmalar faoliyatida marketing yondoshuvlarini qo‘llashning zarurligini tushuntirish uchun marketing rivojlanishi bosqichlarining qisqacha tarixiga to‘xtalish kerak. Turizmning taniqli mutaxassislar marketingdan 1950 yillarda Yevropada foydalana boshladilar. Bu yo‘nalishlarda birinchilardan bo‘lib aviakompaniyalar o‘z mijozlari va raqobatchilari haqidagi marketing axborotlarini tahlil qilib, o‘zlarining kompaniyalaridagi samolyotlarning uchish vaqti va salonlardagi qulayliklarni raqobatchilariga nisbatan yaxshilab borishdi.

Turizm sohasida marketing strategiyasidan foydalanish quyidagi usullarda amalga oshiriladi:

Strategik marketing – bu iste‘molchilar (ya‘ni turistlarni) ehtiyojlarini va talablarining tizimli, doimiy tahlili bo‘lib hisoblanadi hamda turfirmalarga barqaror raqobat holatini ta‘minlovchi samarali mahsulot va xizmatlar konsepsiyasini ishlab chiqishdan iborat.

²⁷ Ahmadxo‘jayev H. va boshqalar. Marketing tashkilotlari. T.: 2002.

²⁸ Kotler F. Marketing, menedjment. Peter, 2002.

Operatsion (jarayonli) marketing – ancha soddalashtirilgan holat bo‘lib, sotishni tashkil etishga yo‘naltirilgan va salohiyatli iste‘molchilarga ma‘lumot berish uchun kommunikatsiya siyosati hamda harajatlarni pasaytirishda, haridorlarni qidirishda tovar sifatini o‘ziga xos xususiyatda, usullarda namoyish qilish hisoblanadi. Marketingda ikkala yondashuv ham biri-birini to‘ldiradi va firmaning yagona marketing siyosatini belgilaydi.

Taktik marketing – usullaridan foydalanish turfirmada tovar va xizmatlarni realizatsiya qilishga imkoniyat tug‘dirsa shu bilan birga uning faoliyatida qisqa muddatli tijorat rentabelligini ham ta‘minlaydi²⁹.

Xalqaro turistik marketing strategiyasi global xususiyatlarga ega bo‘lib, alohida davlatlar chegarasidan ham o‘tib ketadi. Turizm bugun mintaqaviy va milliy chegara bilmaydigan xalqaro ijtimoiy-iqtisodiy hodisa bo‘lib hisoblanadi. Turizmda mahsulotlar, investitsiyalar, ishchi kuchi bozorlaridan tashqari yana bir muhim bozor – xizmatlar bozori ham bor. Xizmatlar ko‘rsatish sohasi iqtisodiyot sohasining eng istiqbolli va tez rivojlanayotgan tarmoqlaridan hisoblanadi.

Dunyoda iqtisodiyoti yuqori rivojlangan mamlakatlarda xizmat ko‘rsatish sohasiga yalpi milliy mahsulotning 3/2 qismi va tashkil etilgan yangi ishchi o‘rinlarining asosiy qismi to‘g‘ri kelmoqda. Shuningdek, barcha xizmatlar ko‘rsatish sohasidagi band mehnat resurslarining G‘arbiy Yevropada 66 % ni (jami bandlardan), AQShda esa 73 % ni tashkil qiladi.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2012-yil 10-maydagi PQ-1754 – sonli « 2012–2016- yillarda O‘zbekiston Respublikasida xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish dasturi to‘g‘risida»gi qarori xizmat ko‘rsatish va servis sohasida katta tarixiy voqea bo‘lib hisoblanadi. Ushbu qaror asosida respublikamizning barcha xizmat ko‘rsatish sohaslarida 2012–2016- yillarga mo‘ljallangan xizmat ko‘rsatish va servisni rivojlantirish dasturlari ishlab chiqilmoqda. 2006–2011-yillarda xizmat ko‘rsatish sohasini jadal rivojlashtirish hisobidan eng avvalo kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasida 1,1 mln yangi ishchi o‘rinlari yaratildi.³⁰ Bu qaror asosida «O‘zbekturizm» Milliy kompaniyasi turizm xizmatlar ko‘rsatish bozorini tashkil qilish bo‘yicha keng qamrovli tadbirlarni ishlab chiqmoqda.

²⁹ Кудратов Ф.Х., Тухлиев И.С. «Туризм иктисодиёти». Қўлланма. С.: СамИСи. 2007.

³⁰ 2012-2016 йилларда Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатишни ривожлантириш дастури туғрисидаги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2012 йил 10 майдаги ПҚ-1754-сонли Қарори.

17.2. Turizmda marketing tadqiqotlarini amalga oshirish

Turizm sohasidagi sharoit o'zgarishi bilan faoliyatlar ham o'zgarib turadi. Sharoitning o'zgarishi esa sohada davlat siyosatining o'zgarishi, zamonaviy ilg'or tajriba va takliflarning kirib kelishi bilan bog'liq bo'ladi. Ikkinchidan, ma'lum bir davlatda yangi turistik obyektlarning ochilishi va barpo qilinishi, turizmga milliylik an'analarning ta'siri ham sohada tovarlar ishlab chiqish va xizmatlar ko'rsatish sharoitlarini o'zgartirishni talab qiladi. Bunday sharoitlarda turistik tashkilotlar to'xtovsiz, doimiy ravishda marketing tadqiqotlarini o'tkazib turishlari shart bo'ladi. Aks holda turistik tashkilot bozorda o'z mavqeyini pasaytirib yuborishi mumkin.

Marketing tadqiqotlari tushunchasi nima va bu tadqiqotlar qanday amalga oshiriladi. Ilmiy va amaliyotga bag'ishlangan adabiyotlarda marketing tadqiqotlarining ma'nosi, ta'rifi turlicha talqin qilinadi. Eslatib o'tish lozimki, marketingning hozirgi paytda 2000 dan ziyod ta'rifi bor. Lekin qayd qilish lozimki, keyingi 10 yillardagi yaratilgan ilmiy adabiyotlarda marketing tadqiqotlarining eng muhim yo'nalishlarida umumiylikga e'tibor berila boshlandi. Hozirgi vaqtda marketing tadqiqotlari ta'rifi chet el ilmiy adabiyotlarida ham Rossiyalik mutaxassislar ilmiy adabiyotida ham bir xil ta'rifda berilmoqda.

Marketing *tadqiqotlarining obyeksi* – iste'molchilar, iste'molchilar xohlaydigan tovar-xizmatlar xususiyati, raqobatli tovarlar, tovarlarning turlari, servis xizmatlari darajasi, tovarlarni o'rash va iste'molchilarning istiqboldagi talablari hisoblanadi.

Marketing *tadqiqotlarining predmeti* – quyidagilar hisoblanadi:

- munosabatlar (iqtisodiy, ijtimoiy, shaxsiy);
- marketing instrumentlarini qo'llash natijalari (xabardor qilish, sotib olish, iste'molchilarning ehtirosli ta'sirchanligi, raqobatchilarning qarshi tadbirlari);
- tarkiblar – bozor, talab, taklif, marketing;
- tavsiflar – turistik mahsulot, iste'molchilarning marketing instrumentlari;
- marketing tadbirlarining samaradorligi.

Marketing *tadqiqotlarining maqsadi* – mahsulotning sifati va ko'rsatkichlarning texnik iqtisodiy parametrlarga mos kelishi, iste'molchilarning talablariga mos kelishi, tovar va xizmatlarning raqobatbardoshligini o'rganish hisoblanadi. Tovarlarni tadqiq qilish natijasida

iste'molchilarning mahsulotlar parametrlari (dizayn, mustahkamlik, ishonchlilik, servis va h.k.) bilan yaqindan tanishish, tanlashini va saralashini ta'minlashdan iborat.

Bozor qonuniyatlari bo'yicha bozordagi tovarlarni haridor tanlashni, saralashni boshladimi, u albatda harid qiladi. Bu holatda ko'proq tanlangan tovarlarning reklamasini ishlab chiqarish zarurati, imkoniyatlari yuzaga keladi. Turizmda marketing tadqiqotlarining maqsadini umumiy fikrlarni jamlab quyidagicha belgilash mumkin:

1. Katta va kichik muammolarni aniqlash.
2. Korxonaning maqsadli bozorlar bilan aloqalarini quvvatlash.
3. Harajatlarni pasaytirish.
4. Yangi daromad manbalarini ishlab chiqish.
5. Tovar va xizmatlarni sotishning eng qulay usullari va amaliyotini ishlab chiqish.
6. Haridorlar tomonidan qulay, xushmuomila munosabatlarni yaratish.

Marketing *tadqiqotlarining asosiy vazifasi* – bozorda raqobatchilar faoliyati va ulardan o'tib ketishni ta'minlash asoslarini yaratishdir. Bu vazifalarni amalga oshirish uchun hatto raqobatchilar bilan hamkorlik qilish, kooperatsiyalarga qo'shilish ham mumkin. Bu maqsadlarga, yechimlarga kelish uchun raqobatchilarning kuchli va kuchsiz tomonlari o'rganiladi. Ularning bozordagi o'rni, iste'molchilarning raqobatchilar faoliyatiga, tovarlariga munosabati, raqobatchilarning moliyaviy imkoniyatlari, ularning boshqaruv usullari tahlil qilinadi. Raqobatchilar, «faoliyati» to'liq o'rganib chiqilgandan keyin bozorda «liderlik» qilish tadbirlarini ishlab chiqishga o'tish yoki boshlash mumkin bo'ladi. Marketing tadqiqotlarining aniq natijalari turistik tashkilotning strategiyasi va taktikasini belgilashga va uni amalga oshirishga xizmat qiladi.

Marketing tadqiqotlarining yo'nalishlari turlicha bo'lib, bu yo'nalishlarning barchasi ham o'ziga xos, kerakli natijalarni berishi isbotlangan. Biz turistik tashkilotlarda o'tkaziladigan marketing tadqiqotlari shakllarining muhimlariga to'xtalamiz.

Bozorni tadqiq qilish – marketing tadqiqotlaridagi eng ommaviylashgan yo'nalish hisoblanadi. Bu tadqiqotlar turistik tashkilotning bozordagi faoliyatini belgilab beradi. Mutaxassislarning ta'kidlashicha bozorni tadqiq qilmasdan bozorda muvaffaqiyatlarga erishib bo'lmaydi. Bozorni tadqiq qilishdan olingan natijalar bo'yichagina

turistik tashkilotning bozor haqidagi mukammal qarorlarini qabul qilishi mumkin.

Iste'molchilarni tadqiq qilish – tovarlarni tanlash jarayonida iste'molchilarning iqtisodiy-ijtimoiy holati (daromadlari, ijtimoiy holati, jinsiy tarkibi, yoshi, ma'lumoti va h.k.) tadqiq qilinadi. Ob'ekt sifatida yakka iste'molchi, oila, uy xo'jaligi, iste'molchi tashkilotlar mo'ljalga olinadi. Tadqiqot predmeti bo'lib iste'mol qilish xulqi, bozorda iste'molchining harakatlari, tavsifi va boshqa omillar kuzatuvga olinishi mumkin. Bu tadqiqotlarda iste'mol tarkibi, tovarlar bilan ta'minlanganlik, talab an'analari, iste'molchilarning talablari qondirilishi darajalari o'rganiladi. Natijada iste'molchining tovarlarni keng assortimentda saylab olishi ishlab chiqiladi.

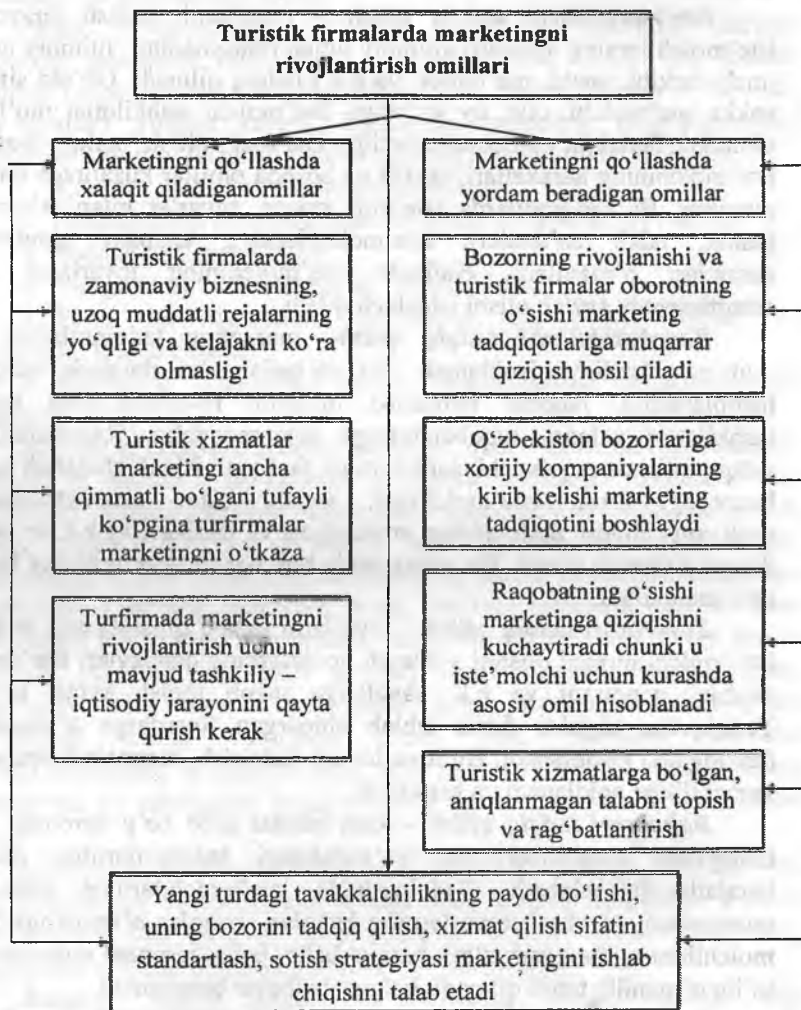
Raqobatchilarni tadqiq qilish– marketing tadqiqotlarida eng muhim yo'nalish hisoblanadi. Bu yo'nalish shu darajada istiqbolli hisoblanadiki, raqobat natijasida turizmni rivojlantirishda turistik tashkilotlar xalqaro raqobatchilarga aylanmoqdalar. Raqobatchilarni tadqiq qilishda raqobatchi tashkilotning faoliyati, ishlab chiqarish hajmi, bozordagi o'rni, iste'molchilari, sotish, baho, raqobatchilarning moliyaviy ahvoli, faoliyatidagi strategiyasi va taktikasi va h.k.lar doimo diqqat e'tiborda turadi. Bu yo'nalishda boy berish liderlikni boy berish, deb tushuniladi.

Tovarlarni tadqiq qilish – tovarlarni tadqiq qilishda eng muhimi, iste'molchi nimani olishni xohlaydi, tovarlarning qandaylari iste'molchi talabini qondiradi va h.k. savollarga javob topish kerak bo'ladi. Tadqiqotlar obykti firma ishlab chiqargan tovarlarga o'xshashlari (analoglari) hisoblanadi. Bu tovarlarni solishtirish, taqqoslash natijasida kamchiliklar aniqlanadi va tuzatiladi.

Baholarni tadqiq qilish – kam harajat qilib ko'p daromad olish tamoyiliga asoslanadi. Bu yo'nalishdagi tadqiqotlarning obykti harajatlar hisoblanadi. Tadqiqotlarda iste'molchilarning baholarga munosabati, o'xshash tovarlarning baholari, baholar o'zgarishga iste'molchilarning munosabatlari, harajat-baho, baho-daromad qonuniyatlari to'liq o'rganilib tahlil qilinadi, kelgusi tadbirlar belgilanadi.

Sotish va reklamani me'yorlashtirishni tadqiq qilish – marketing tadqiqotlaridagi eng muhim strategik yo'nalish hisoblanadi. Bu tadqiqotlar tovarlarni bozorda realizatsiya qilish, tovar ishlab chiqaruvchilarning obro'sini ko'tarish, reklamani ta'sir kuchi qanday, iste'molchilarning reklamalarga munosabatlari, reklamalar iste'molchi

asabiga tegmayaptimi, xullas biz ikir-chikir deyiladigan barcha ko'rsatkichlar o'rganiladi.



17.1-rasm. Turistik firmalarda marketingni rivojlantirish omillari

Tayanch soʻz va iboralar: turizm xizmatlar bozori, marketing, talab va taklif, turistik xizmatlardagi farqlanuvchi tavsiflar, marketing tadqiqotlari, marketing strategiyasi, isteʼmolchilarni tadqiq qilish, raqobatchilarni tadqiq qilish, tovarlarni tadqiq qilish, baholarni tadqiq qilish, sotish va reklamani meʼyorlashtirishni tadqiq qilish.

Mustaqil ishlash uchun savollar:

1. Turizm xizmatlarida marketing faoliyatining mazmuni nimadan iborat?
2. Turizm sohasida marketing strategiyasidan foydalanish qanday usullarda amalga oshiriladi?
3. Turizm marketing tadqiqotlarining maqsadi nimadan iborat?
4. Marketing tadqiqotlarining obyekti va predmeti nimadan iborat?
5. Turistik tashkilotlarda oʻtkaziladigan marketing tadqiqotlari qanday shakllardan iborat?
6. Turizm xizmatlar bozorida marketing tadqiqotlari oʻtkazilganda turistik ishoniruvchi dastur usuli nimalardan tashkil topadi?
7. Turistik firmaning marketing tadqiqotlarini oʻtkazish qanday bosqichlarda amalga oshiriladi?

Amaliy mashgʻulotlarga tayyorgarlik koʻrish uchun topshiriqlar:

1. Faoliyat koʻrsatadigan turistik tashkilotning maʼlumotlari asosida marketing tadqiqotini oʻrnatilgan tartibda amalga oshiring.

Test savollari:

1. Bozorni qamrab olish strategiyasiga qanday omillarni kiritish mumkin?

- a) firmaning resurslari va mahsulotlarning bir xillik darajasi
- b) vaziyatni, holatni tahlil qilishni oʻtkazish
- d) salohiyatli haridorlar guruhini aniqlash
- e) strategik pozitsiyani egallash

2. Marketing tadqiqotlarining asosiy vazifasi nimalardan iborat?

- a) bozorda raqobatchilar faoliyati va ulardan oʻtib ketishni taʼminlash asoslarini yaratishdir.

b) marketing tadqiqotlaridagi eng ommaviylashgan yo'nalish hisoblanadi. Bu tadqiqotlar turistik tashkilotning bozordagi faoliyatini belgilab beradi.

d) haridor bozordagi o'zgaruvchanlikni xushyorlik bilan kuzatib, bozordagi o'zgarishlardagi segmentni tanlashi mumkin.

e) kam harajat qilib ko'p daromad olish tamoyiliga asoslanadi.

3. Marketing tadqiqotlarining maqsadi to'g'ri ifodalangan javobni toping.

a) tovarlarning sifati va ko'rsatkichlarining texnik iqtisodiy parametrlarga mos kelishi, iste'molchilarning talablariga mos kelishi, tovar va xizmatlarning raqobatbardoshligini o'rganish hisoblanadi.

b) marketing instrumentlarini qo'llash natijalari hisoblanadi

d) turistik tashkilotning bozordagi faoliyatini belgilab beradi

e) marketing tadqiqotlarining xillari o'z vaqtida uslubiy jihatdan to'g'ri bajarilganda va olingan natijalar har tomonlama ko'rib chiqilib, tegishli qarorlar qabul qilish

4. Miqdoriy jihatdan o'tkaziladigan marketing tadqiqotlari nima uchun o'tkaziladi?

a) kim, qayerda, qachon, qancha savollariga javob olish uchun o'tkaziladi?

b) nima, qanday, nima uchun kabi savollarga aniq javoblar olish uchun bajariladi

d) salohiyatli haridorlar guruhini aniqlash uchun o'tkaziladi

e) strategik pozitsiyani egallash uchun o'tkaziladi

5. A.Kvartalnovning marketing bo'yicha bergan ta'rif qaysi qatorda to'g'ri ko'rsatilgan?

a) marketing bu-mahsulotlar va xizmatlar ishlab chiqaruvchining – iste'molchiga harakatlanishi faoliyatidir

b) marketing – bu turistik tashkilotning haridor, iste'molchining talabini qondiradigan mahsulotlar va xizmatlar ishlab chiqarishdir

d) marketing – bu zamonaviy biznesni boshqarishning bozor tizimini o'zida mujassamlashtirgan iste'molning hamma tomonlarini, talablarini diqqat bilan tizimli o'rganish natijasida xizmatlarni bozorga chiqarish tizimidir

e) marketing faoliyati ishlab chiqarishni oldindan belgilangan hajmlarda va muayyan texnik-iqtisodiy taklifnomalarga javob beradigan, raqobatbardoshli mahsulotni, bozor talabini o'rganish va uni hisobga olish orqali mavjud ehtiyojni ko'paytirib, uni to'la ta'minlashga qaratilgan.

18- mavzu. O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASINING TURIZM SOHASIDAGI DAVLAT SIYOSATI

Reja:

18.1. Davlatning turizm sohasidagi siyosati

18.2. Davlatning turizm siyosatini amalga oshirish mexanizmi

18.3. Turizm faoliyatining davlat tomonidan tartibga solishning asosiy maqsadlari

18.4. O‘zbekiston Respublikasidaturizm sohasiga oid farmon va qarorlarning xronologiyasi

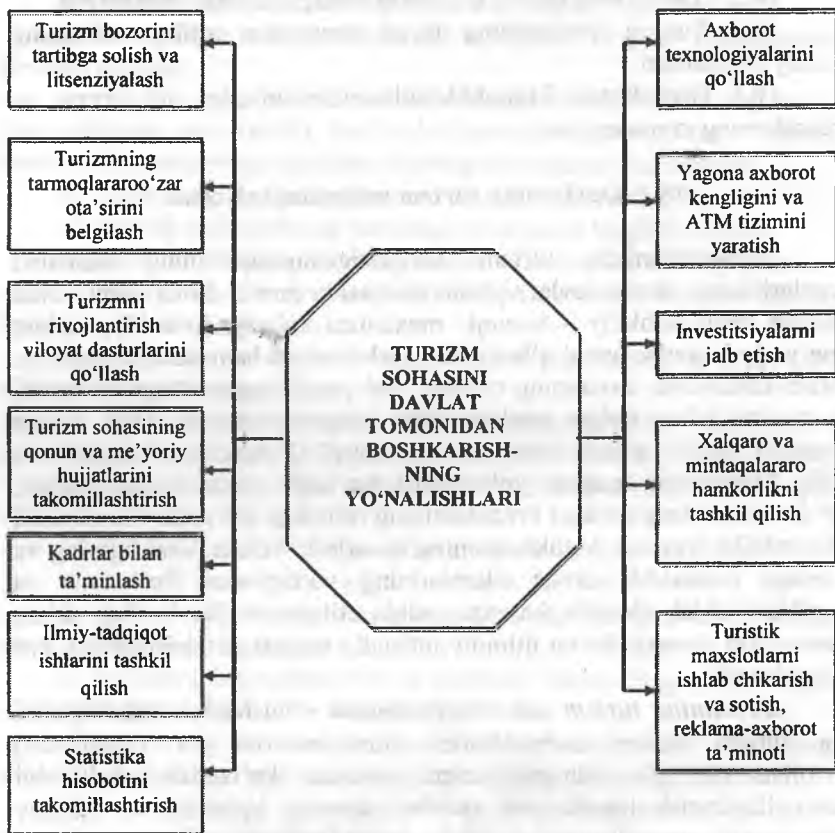
18.1. Davlatning turizm sohasidagi siyosati

Mamlakatimizda turizm faoliyatigamustaqillikning dastlabki kunlaridanoq, asosiy davlat siyosati darajasida qaraldi. Soha rivoji uchun barcha zarur tashkiliy – huquqiy mexanizm vujudga keltirilib, muhim me‘yoriy hujjatlar qabul qilindi va bu ish hozirda ham davom etmokda. Mamlakatimizda turizmning ravnaqi, uni yangi pog‘onalarga ko‘tarish, yurtimizni jahon turizm markazlaridan biriga aylantirish uchun avvalo huquqiy zamin yaratish lozim edi. Shu tufayli O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining mazkur yo‘nalishga taa‘luqli qonun va kodekslari, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining turizmga oid qator Farmonlari, Respublika Vazirlar Mahkamasining qarorlari, Adliya Vazirligining va boshqa mutasaddi davlat idoralarining yo‘riqnoma, ko‘rsatma va tartiblari ishlab chiqilib, hayotga tadbiiq etilmoqda. Davlatning turizm sohasidagi siyosati davlat ijtimoiy-iqtisodiy siyosat ko‘rinishlaridan biri hisoblanadi.

Davlatning turizm sohasidagi siyosati – bu turizm industriyasini va turizm bozori subyektlarini (turoperatorlar va turagentlar) rivojlantirish, fuqarolarga turizm xizmat ko‘rsatish shakllarini takomillashtirish hamda shu asosda siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy salohiyatini mustahkamlash bo‘yicha davlat faoliyatidan iborat.

Turizm siyosati O‘zbekiston Respubikasiining barcha hududida amalga oshiriladi, avvalambor mintaqa alohida subyektlar darajasida, undagi mavjud bo‘lgan turizm bilan mintaqa iqtisodiyoti o‘rtasidagi ziddiyatlarni bartaraf etish maqsadida amalga oshiriladi. Davlatning turizm siyosati xalq xo‘jalik majmuasini rivojlantirish va aniq maqsadlarga erishish uchun turizm sohasi faoliyatiga davlat ta‘sirining shakllari, usullari va ta‘sir qilish yo‘nalishlarining yig‘indisidan iborat.

Turizmni rivojlantirishda boshqarish strategik tizimi samaradorligini oshirishga muayyan choralar majmuasining ishlatilishini qo'llash orqali erishish mumkin. Hozirgi paytda respublikada 20 dan ortiq mahalliy va respublika darajasida turizmni rivojlantirish dasturlari amalga oshirilmoqda va yirik loyihalar yaratilmoqda.



18.1-rasm. Turizm sohasini davlat tomonidan boshqarishning yo'nalishlari

18.2. Davlatning turizm siyosatini amalga oshirish mexanizmi

Davlatning turizm siyosatini amalga oshirish mexanizmi quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- turizm sohasini rivojlantirish konsepsiyasini ishlab chiqish;
- mintaqa darajasida va respublika darajasida turizmni rivojlantirish bo'yicha maqsadli dasturlarni ishlab chiqish;
- qo'yilgan maqsadlarga erishish uchun aniq chora-tadbirlarni ishlab chiqish;
- turizm faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish.

Turizm siyosatining asosiy yo'nalishlari sayohatchilar xuquqlarini himoya qilish, mahalliy turizm mahsulotini ishlab chiqaruvchilarni hamda ichki va kiruvchi turizmni har tamonlama qo'llab-quvvatlash bo'lib hisoblanadi. Bunday qo'llab-quvvatlash shakllari turizm infratuzilmasini shakllantirish, yo'naltiriladigan investitsiyalar, kadrlarni tayyorlashga sarflanadigan harajatlar, investitsiyalar oqimini rag'batlantiruvchi, jahon bozorida milliy turizm mahsulotini siljituvchi, ilmiy va reklama-axborot ta'minoti ko'rinishidan to soliq va bojxona imtiyozlarigacha, ichki va kiruvchi turizmni rivojlantirishga ketgan harajatlarga bog'liq ravishda o'zgarib turadi.

Davlatning turizm siyosati strategiya va taktikaga asoslanadi. Strategiya deganda qo'yilgan maqsadga erishish uchun vositalardan foydalanish usuli va umumiy yo'nalishlar tushuniladi. U qabul qilingan strategiyani inkor qilmaydigan, qolgan barcha variantlarni chetga surib, oldinga qo'yilgan vazifani yechish yo'lidagi xatti-harakatlarni bir joyga to'plashga imkon beradi.

Turizm strategiyasi turizmni rivojlantirish va qayta tashkil-lashtirish sohasidagi davlat faoliyatini belgilaydi. Bu faoliyat avvalo amalga oshirish uchun vaqt va kattagina moliyaviy resurslarni talab etuvchi maqsadli dasturlar va rivojlanishning umumiy konsepsiyasini ishlab chiqishga qaratilgan.

Taktika deganda, ma'lum maqsadga erishish usuli bo'lib, tanlangan xatti-harakatlar yo'li tushuniladi.

Turizm taktikasi – bu aniq sharoitlarda qo'yilgan maqsadga erishish usullari va aniq chora tadbirlardir (masalan, xalqaro turizm faoliyatini litsenzialash tartibi, turizmda narxni shakllantirish, soliqqa tortish va h.k.). Turizm taktikasining maqsadi turizm xo'jaligi vaziyatida yanada maqbul yechimni tanlashdan iboratdir.

Konsepsiyaning bosh maqsadi – bir tomondan O‘zbekiston va chet el fuqarolarini turizm xizmatlariga bo‘lgan ehtiyojni qondirish uchun keng imkoniyatlarni ta‘minlovchi zamonaviy, yuqori samarali va raqobatbardosh turizm majmuasini yaratish bo‘lsa, ikkinchi tomondan mamlakat iqtisodiyotini rivojlantiradi, jumladan ishchi o‘rinlari sonini ko‘payishi hisobidan, respublika byudjetiga soliq tushumlarini tushirish bilan, madaniy va tabiiy merosimizni saqlab qolish hamda oqilona foydalanish bilan bog‘liq amalga oshiriladigan dasturlardir.

Bu maqsadlarga erishish uchun quyidagilar nazarda tutilgan:

- turizm sohasini O‘zbekiston iqtisodiyotining tarkibiy qayta qurishdagi asosiy yo‘nalishlarni ro‘yxatiga kiritish;

- «O‘zbekiston Respublikasida turizmni rivojlantirish» davlat dasturini bajarish;

- xalqaro huquqiy amaliyotga mos keluvchi turizmni rivojlantirishni me‘yoriy-huquqiy bazasini yaratish;

- tashqi va ichki turizmni rivojlantirishning rag‘batlantiruvchi iqtisodiy mexanizmlarni shakllantirish, bu sohaga investitsiyalarni jalb qilish va davlat kafolatlarini soliq va bojxona imtiyozlarini va davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashni boshqa usullarini taqdim etish yo‘li bilan xalqaro va ichki turizm bozorini himoya qilish;

- turizm faoliyatini litsenziyalash (ruxsatnoma berish) va sertifikatlashning qat‘iy tizimini yuritish;

- tarmoqning moddiy texnika bazasini rivojlantirish va turizm xizma-ting yuqori texnologiyali majmuasini shakllantirish maqsadida turizm, bank tuzilmalari, transport, mehmonxona va sug‘urta kompaniyalari kooperatsiyasi uchun qulay sharoitlarni yaratish.

18.3. Turizm faoliyatining davlat tomonidan tartibga solishning asosiy maqsadlari

Turizm faoliyatining davlat tomonidan tartibga solishning asosiy maqsadlari bo‘lib quyidagilar hisoblanadi:

- fuqarolarning dam olish, sayohatga chiqqanda harakatlanish erkinligi va boshqa huquqlarini ta‘minlash;

- tabiiy atrof-muhitni muhofaza qilish;

- turistlarni sog‘lomlashtirish, tarbiyalash va ta‘lim berishga yo‘naltirilgan faoliyatlar uchun shart-sharoitlarni yaratish;

• fuqarolarning sayohatdagi ehtiyojlarini ta'minlovchi turizm industriyasini rivojlantirish, yangi ish o'rinlarini yaratish, xalqaro aloqalarni rivojlantirish, turizmga doir obyektlarni saqlab qolish, tabiiy va madaniy merosimizdan oqilona foydalanish.

Turizm faoliyatini davlat tomonidan tartibga solishning ustuvor yo'nalishlari bo'lib, ichki, kiruvchi, ijtimoiy va tashabbuskor turizm turlarini qo'llab-quvvatlash va rivojlantirish hisoblanadi. Turizmni davlat tomonidan boshqarishning asosiy funksiyalari va usullari quyidagi 18.1-jadvalda ko'rsatilgan:

18.1-jadval

Turizmni davlat tomonidan boshqarishning funksiyalari va usullari

Funksiyalari	Usullari
1. Turistik faoliyatni umumiy tashkillashtirish va huquqiy me'yorlari	-yagona tushuncha va ta'riflarini aniqlash -hamkorlik va oldi-sotdi shartnomalarini tuzish jarayonlari -viza olish -mahsulotlarni chegaradan o'tkazish bilan bog'liq bo'lgan tartiblar
2. Turizm rivojini rejalashtirish	-turizmni rivojlantirish umumiy strategiyasini va konsepsiyasini ishlab chiqish -turizm obyektlarini mintaqaviy joylashtirishni boshqarish -infratuzilmaning rivojlanishini rejalashtirish
3. Alohida faoliyat turlarini boshqarish	-litsenziyalashtirish -standartlashtirish -sertifikatlashtirish
4. Turizm xavfsizlikni ta'minlash	-litsenziyalashtirish -standartlashtirish -sertifikatlashtirish -turistlarga maxsus qo'llanmalar tayyorlash -sug'urtalash.
5. Turizm sohasini kadrlar bilan ta'minlash	-uzluksiz kadrlar tayyorlash tizimini shakllantirish maqsadida davlat standartlari va dasturlarini tayyorlash -turkorxonalar xodimlarining malakasini oshirishni tashkil qilishga ko'maklashish
6. Turizm xizmat bozorining ilmiy-tadqiqot jarayonini ta'minlash	-turizm xizmat bozorida marketing tadqiqotlarini olib borish -turizmni tadqiq qilish milliy markazlarini yaratish

	-turistik korxonalarni ma'lumotlar bilan ta'minlash.
7. Turfirmaning tashqi iqtisodiy faoliyatini qo'llab-quvvatlash	-chet ellarda vakolatxonalar va bo'linmalarni ochish -xalqaro shartnomalar tuzish -milliy turmahsulotning reklama va brendini yaratish.
8. Tarixiy yodgorliklar hamda atrof-muhitni muhofaza qilishni ta'minlash	-tabiiy resurslarni tiklash va saqlash bo'yicha tegishli tartib-qoidalar, qonunlarni yaratish -tarixiy obidalarni ta'mirlash -turistik rentaning taqsimlanishi.
9. Mamlakat va mintaqalarning salmoqli va yuqori nufuzini yaratish	-marketing -reklama, axborot-tahlil jarayoni (bukletlar, turmarshrut kartalari, multimedia va disklar) -soliqqa tortish -investitsiyalash.
10. Nazorat va monitoring	-joriy nazorat -audit -xalqaro raqobatbardoshlikning monitoringi -milliy turmahsulotlar monitoringi.

Turizm faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish quyidagi yo'llar bilan amalga oshiriladi:

- turizm industriyasi sohasidagi munosabatlarni takomillashtirishga yo'naltirilgan me'yoriy-huquqiy hujjatlarni yaratish;
- ichki va jahon turizm bozorlarida turizm mahsulotini siljitishga hamkorlik qilish;
- turistlar huquq va manfaatlarini himoya qilish, ularning xavfsizligini ta'minlash;
- turizm industriyasida standartlash, litsenziyalash, turizm mahsulotini sertifikatlash;
- turizmni rivojlantirish manfaatlarini hisobga olgan holda O'zbekiston Respublikasiga kirish, O'zbekiston Respublikasidan chiqib ketish va O'zbekiston Respublikasi hududiga tashrif buyurish tartiblarini belgilash;
- turizmni rivojlantirishda davlatning maqsadli dasturini ishlab chiqish va amalga oshirishga bevosita byudjet ajratmalarini ko'paytirish;
- turizm industriyasiga investitsiyalar kiritish uchun qulay sharoitlarni yaratish;
- soliq va bojxona tizimini tartiblashtirish;

• O‘zbekiston Respublikasi hududida turizm faoliyati bilan shug‘ullanuvchi va O‘zbekiston Respublikasi hududida turizm bilan shug‘ullanish uchun chet el fuqarolarini jalb etuvchi turoperator va turagentlarga imtiyozli kreditlar taqdim etish, soliqlar va bojxona imtiyozlarini berish;

- turizm faoliyatida kadrlar tayyorlashga hamkorlik qilish;
- turizm industriyasi sohasidagi ilmiy tadqiqotlarni rivojlantirish;
- xalqaro turizm dasturlarida O‘zbekiston turistlari, turoperatorlari, turagentlari va ularning birlashmalari ishtirokiga hamkorlik qilish;
- kartografik mahsulotlar ta‘minotini yaratish;
- O‘zbekiston Respublikasi qonunlarida belgilangan tartibda qo‘llaniladigan boshqa usullar.

18.4.O‘zbekiston Respublikasida turizm sohasiga oid farmon va qarorlarning xronologiyasi

Turizm sohasiga oid ishlab chiqilgan ilk me‘yoriy hujjat bu – O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 1992-yil 27-iyuldagi «O‘zbek-turizm» M.Kni tashkil etish to‘g‘risida»gi Farmoni va O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining shu yil 20-oktyabrdagi «O‘zbekturizm» MK faoliyatini tashkil etish masalalari haqida»gi qaroridir. Mamlakatimizda jahon andozalariga javob beradigan turizm tizimini barpo etish, ushbu soha boshqaruvini takomillashtirish, uning iqtisodiy samaradorligini oshirish, shuningdek, mamlakatimizda mavjud bo‘lib kelgan va sobiq ittifoqqa bo‘ysungan turistik tashkilotlar va muassasalarni Respublika ixtiyoriga o‘tkazish ushbu farmon va qarorning bosh maqsadi qilib olindi. Mazkur farmon O‘zbekistonda turizm sohasini takomillashtirish, uni yangi bosqichga ko‘tarish, «O‘zbekturizm» MK ni tuzish uchun dastur bo‘lib xizmat qildi. 1993-yilda esa «O‘zbekturizm» Milliy kompaniyasi Butunjahon turizm tashkilotiga (BTT) haqiqiy a‘zo bo‘lib kirdi ya bu o‘z navbatida xalqaro turizmni rivojlantirishning katta imkoniyatlarini yaratdi.

Jahon bo‘yicha turizmni keng targ‘ib qilish, mazkur sohaning iqtisodiyotda naqadar muhim o‘rin tutishini jamoatchilikka atroflicha tushuntirish, davlatlar o‘rtasidagi aloqalarni yanada rivojlantirish maqsadida Butunjahon turizm tashkilotining 1979-yil Ispaniyaning Torremolino shahrida o‘tkazilgan Bosh assambleyasida 27- sentyabr-

«Xalqaro sayyohlik kuni» deb eʼlon qilindi. Ushbu sana, 1980- yildan boshlab xalqaro hamjamiyat tomonidan katta shodiyona sifatida nishonlab kelindi.

Butunjahon turizm tashkiloti taxminlariga qaraganda, ushbu asrda sayyoramiz boʻyicha turistlar soni qariyb uch barobarga ortib, 1,6 milliard kishiga yetadi. Bir turistning sarflaydigan mablagʻ esa ikki barobarga oshadi. Masalan, 1995-yilda bir kishi ushbu maqsad uchun oʻrtacha 707 AQSH dollari ishlatgan boʻlsa, 2020-yilga borib, bu koʻrsatkich 1248 AQSH dollarini tashkil etishi kutilmoqda.

Birlashgan millatlar tashkilotining YUNESKO tashkiloti hamda Oʻzbekiston hukumatining tashabbusi bilan 1994-yilda Samarqand shahrida Buyuk Ipak yoʻlidagi shaharlarda xalqaro turizmni rivojlantirish boʻyicha Samarqand deklaratsiyasi qabul qilindi. Unda butun dunyo davlatlariga murojaat qabul qilinib, turizmni rivojlantirish masalalariga eʼtibor berildi. Ayniqsa, «Buyuk Ipak yoʻli» ning markazini tashkil etgan, Oʻzbekistonga turizm ishida keng ahamiyat berilishi xususida, yurtimizdagi mavjud turistik resurslardan unumli foydalanish uchun imkoniyatlarni izlab topish haqida fikr-mulohazalar bildirildi.

Keyingi yillarda ishlab chiqilgan muhim hujjatlar qatoriga Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 1995-yil 2-iyundagi «Buyuk Ipak yoʻli» ni qayta tiklashda Oʻzbekiston Respublikasi ishtirokini avj oldirish va Respublikada xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora-tadbirlar toʻgʻrisida»gi Farmoni hamda mazkur farmonni amalga oshirish maqsadida eʼlon qilingan Oʻzbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1995-yil 3-iyundagi «Oʻzbekiston Respublikasida xalqaro turizmning zamonaviy infratuzilmasini barpo etish chora-tadbirlari toʻgʻrisida»gi qarorini kiritish mumkin.

Oʻzbekiston tarixi uzoq, ajdodlari buyuk, madaniy merosi sermazmun koʻhna yurtlardan biridir. Ayniqsa, mamlakatimizni sharq va gʻarbni bogʻlab turuvchi «Buyuk Ipak yoʻli» dagi belbogʻ sifatida yaxshi bilamiz. «Buyuk Ipak yoʻli» qariyb ikki ming yillik tarixga ega. Uning bir uchi Xitoy boʻlsa, ikkinchi uchi Italiyadir. Bu yoʻlni «Ipak yoʻli», «Karvon yoʻli» deb ham ataladi. Bunday nom berilishiga sabab, ipak mahsulotlari karvonlar orqali tashib oʻtilgan, Shuningdek, bronza, chinni, jun xom-ashyolari va ulardan tayyorlangan buyumlar ham olib oʻtilgan. «Buyuk Ipak yoʻli»da nafaqat savdo-sotiq, shu bilan birga madaniyat, sanʼat, ilm-fan, maʼnaviyat, maʼrifat, odob-u-axloq, tinchlik,

turizm, targ'ibot-tashviqot (reklama), talab va taklif (marketing) ham muttasil shakllangan, yuqori darajaga yetgan.

«Buyuk Ipak yo'li»da ko'hna Turkiston hududi yetakchi o'ringa, Samarqand, Buxoro, Xiva, Termiz, Xo'jand, Chorjo'y kabi shaharlar esa muhim ahamiyatga ega bo'lgan. Hozirgi O'zbekiston hududi bu yo'lning markazida joylashgan. Sohbiqiron Amir Temur davrida «Buyuk Ipak yo'li» keng rivojlangan. Shularni e'tiborga olib, qabul qilingan ushbu hujjatlar g'oyat muhim xalqaro turizm yo'nalishi - «Buyuk ipak yo'li»ni qayta tiklash, bunga xorijiy turistlarni jalb etish, shuningdek, mamlakatimizda zamonaviy turizm siyosatini vujudga keltirishga asosiy maqsadni qaratdi. Buning uchun esa: «Buyuk ipak yo'li»dagi shaharlar – Samarqand, Buxoro, Xiva va Toshkentda xalqaro turizm bo'yicha maxsus ochiq iqtisodiy mintaqalar tashkil etish, mazkur shaharlarning aeroportlari va temir yo'l vokzallarida xorijiy turistlar uchun bojxona rasm-rusumlarining xalqaro me'yorlarga mos soddalashtirilgan tartibi, tranzit turistlar uchun maxsus bojxona zonalari, turistik tashkilotlar uchun soliq imtiyozlari joriy qilish, imtiyozli kredit berish ko'zda tutildi.

Navbatdagi hujjatlar – O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1996-yil 21-noyabrdagi «Xorijiy fuqarolarning va fuqaroligi bo'lmagan shaxslarning O'zbekiston Respublikasiga kelishlari, ketishlari, bu yerda bo'lishlari va tranzit o'tishlari tartibi to'g'risida»gi Qarori va unga Respublika Vazirlar Mahkamasining 1999-yil 16-apreldagi Qarori bilan o'zgartirishlar va qo'shimchalarning kiritilishi bo'ldi.

Ushbu qarorlarda «Xorijiy fuqarolarning va fuqaroligi bo'lmagan shaxslarning O'zbekiston Respublikasiga kelishlari hamda O'zbekiston Respublikasidan ketishlari tartibi» tasdiqlandi. Tartibning birinchi bo'limi «Umumiy qoidalar», -deb nomlanib, unda respublikamizga kelish va ketishga haqli deb – xususiy hamda xizmat ishlari bo'yicha, turizm, dam olish, o'qish, ishlash, davolanish va doimiy yashash uchun borayotgan shaxslar va boshqa masalalar belgilab berilgan. Ikkinchi bo'lim «O'zbekiston Respublikasiga kelish «viza» larini rasmiylashtirish tartibi», -deb nomlanib, uning 12-bandida, ayniqsa to'liq ma'lumotlar mujassam. Uchinchi bo'lim «O'zbekiston Respublikasidan ketish «viza» larini rasmiylashtirish tartibi», to'rtinchi bo'lim «O'zbekiston Respublikasiga kelish va undan ketish huquqidagi cheklashlar», beshinchi bo'lim «Chet elga ketish huquqi rad etilganligi ustidan shikoyat qilish tartibi», -deb nomlangan.

Shuningdek, ushbu qarorlarda «Xorijiy fuqarolar va fuqaroligi bo'lmagan shaxslarning O'zbekiston Respublikasida bo'lishlari qoidalarini» tasdiqlangan. Bu qoidaning birinchi bo'limi «Umumiy qoidalar», ikkinchi bo'limi «O'zbekiston Respublikasida vaqtincha bo'luvchi xorijiy fuqarolarni ro'yxatga olish», deb nomlangan. Qoidaning 13-bandida: mehmonxonalar, davolash muassasalari, sanatoriylar, dam olish uylarining mas'ul shaxslari tomonidan kelib joylashgan shaxslarning hisobi yuritiladi. 19-bandida: Mehmonxonalar ma'muriyati O'zbekiston Respublikasiga kelish «viza» siga ega bo'lmagan, shuningdek, boshqa qoida buzishlarga yo'l qo'ygani xorijiy fuqarolar to'g'risida hududiy ichki ishlar organlariga zudlik bilan xabar qilishga majburdir. Bunday shaxslarni mehmonxonalarda rasmiylashtirish va mehmonxonalarga joylashgan xorijiy fuqarolarning bo'lish muddatini uzaytirish qabul qiluvchi tashkilotlarning yozma iltimosnomasida (turistlar uchun turning amal qilish muddatida) ko'rsatilgan, lekin «viza» ning amal qilish muddati darajasida oshiriladi», - deyiladi.

Uchinchi bo'lim «Xorijiy fuqarolarga O'zbekiston Respublikasida doimiy yashash uchun ruxsatnomalar berish», to'rtinchi bo'lim «Xorijiy fuqarolarning O'zbekiston Respublikasi hududida yurishlari», beshinchi bo'lim «O'zbekiston Respublikasida bo'lish muddatini qisqartirish va undan chiqarib yuborish», - deb nomlangan. Vazirlar Mahkamasining mazkur qarorlarida, shuningdek, «Xorijiy fuqarolarning, fuqaroligi bo'lmagan shaxslarning O'zbekiston Respublikasi hududi orqali tranzit o'tishlari qoidalarini» ham tasdiqlangan.

Farmon va qarorlarning muhim jihatlaridan biri shu bo'ldiki, unda O'zbekiston Respublikasi *Vazirlar Mahkamasi huzurida turizm bo'yicha Idoralararo Kengash tuzilib*, ushbu Kengash faoliyatining asosiy vazifalari sifatida quyidagilar belgilab berildi:

- a) turizm sohasida iqtisodiy islohotlarni rivojlantirish;
- b) jahon andozalari darajasida kichik va o'rta mehmonxonalar, motellar va kempinglar tarmog'i shakllantirilishini muvofiqlashtirish;
- d) sayr-tamoshalar zamonaviy industriyasini, madaniy va sport – sog'lomlashtirish markazlarini barpo etishga ko'maklashish;
- e) noyob turizm imkoniyatlari va tarixiy – madaniy merosini keng ko'lamda targ'ib qilinishi va maskanlashtirishni tashkil etish;
- h) turizm tizimida muvofiqlashtirilgan ilmiy-texnikaviy va investitsiya siyosatini o'tkazish;
- i) turizm sohasida kadrlarni tayyorlash va qayta tayyorlashni ta'minlash.

Yurtimizda turizm ishini yanada rivojlantirish va uni tashkil etishni takomillashtirish, turizm xizmatlari bozorida kichik turistik tashkilotlarining qatnashishini faollashtirish, xorijiy sarmoyadorlarni turizm sohasidagi faoliyatga keng jalb qilish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi 1998- yil 8-avgustda «Turizm tashkilotlari faoliyatini tashkil etishni takomillashtirish to'g'risida» Qaror qabul qildi. Qarorda Xususiy turistik tashkilotlar uyushmasi (bundan buyon – XSTU) ni tashkil etish va uni «O'zbekturizm» MK tarkibiga a'zo sifatida kirishi belgilab berildi. XSTU faoliyatining asosiy yo'nalishlari etib quyidagilar belgilandi:

- «Buyuk Ipak yo'li» ni tiklashda, respublikada turizmning zamonaviy infratuzilmasini rivojlantirishda faol qatnashish;

- uyushma a'zolari bo'lgan xususiy turizm tashkilotlariga ko'maklashish va ular faoliyatini muvofiqlashtirish;

- turizm sohasida marketing tadqiqotlarini o'tkazish;

- xususiy turizm tashkilotlarini rivojlantirishga xorijiy sarmoyadorlarni va mamlakatimizdagi yuridik va jismoniy shaxslarning mablag'larini jalb qilish;

- «O'zbekturizm» MK da, davlat organlarida va jamoat tashkilotlarida uyushma a'zolari bo'lgan xususiy sayyohlik tashkilotlarining manfaatlarini ifodalash;

- uyushma a'zolariga axborot, maslahat va uslubiy yordam ko'rsatish;

- turizm biznesi sohasida xodimlarning kasb tayyorgarligiga va ularni qayta tayyorlashga ko'maklashish.

«O'zbekturizm» MK tomonidan Vazirliklar, korxonalar, tashkilotlarning taklif va mulohazalarini inobatga olgan holda O'zbekiston davlat standartlashtirish, metrologiya va sertifikatlashtirish markazi 1998-yil 31-dekabrda ro'yxatdan o'tkazgan «Mehmonxonalar klassifikatsiyasi» ishlab chiqildi. Mazkur standart kamida 10 nomerga ega bo'lgan mehmonxonalar, motellar, kempinglar, turistik bazalar, shuningdek, O'zbekiston Respublikasiga kelayotgan turistlar va fuqarolarning boshqa vaqtincha yashab turish joylarining klassifikatsiyasini belgilaydi. Unda shuningdek, ishlatiladigan asosiy terminlarning sharhi, mehmonxonalar qo'yiladigan umumiy talablar, ularning javobgarligi, turli toifadagi mehmonxonalar qo'yiladigan talablar haqida batafsil ma'lumotlar berilgan. Ayniqsa, turli toifadagi mehmonxonalar qo'yiladigan talablarda: bino va unga tegishli hudud, texnik jihozlar,

nomerlar fondi, texnik ta'minot, mebel va boshqa jihozlar ta'minoti, jihozlash va nomerlardagi sanitariya-gigiyena buyumlari, umumiy foydalanish sanitariya obyektlari, jamoat joylari, ovqatlanish xizmatlari ko'rsatish joylari, xizmatlar, ovqatlanish xizmatlari, xizmatchilar va ularni tayyorlashga bo'lgan talablar haqida 1-5 yulduzli mehmonxonalariga xos aniq vazifalar berilgan.

1999-yil 20-avgustda O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi tomonidan «Turizm tug'risidagi» Qonun qabul qilindi. Bu qonun asosida turizm sohasidagi bozor munosabatlari uzil-kesil yo'lga qo'yildi hamda dunyo bozori bo'yicha raqobatbardosh turistik mahsulot yaratila boshlandi.

O'zbekistonda turizm sohasini yangi bosqichga kutarishda Respublika Prezidentining 1999-yil 15-apreldagi «2005-yilgacha bo'lgan davrda O'zbekistonda turizmni rivojlantirish Davlat dasturi to'g'risida» gi Farmoni alohida ahamiyatga egadir. Ushbu Farmon millatlararo aloqalarni kengaytirish va mustahkamlashga ko'maklashish hamda xalqaro turizm bozoriga uzviy qo'shilish, O'zbekistonning madaniy-tarixiy va ma'naviy merosini jahon hamjamiyatiga targ'ib qilish, shuningdek, turistlarga xizmat ko'rsatish sifatini xalqaro andozalar darajasiga ko'tarish maqsadida qabul qilinib, 2005 yilgacha bo'lgan davrda O'zbekistonda turizmni rivojlantirish Davlat dasturi va uni amalga oshirish bo'yicha Muvofiqlashtiruvchi Kengash tarkibi tasdiqlandi.

Farmonda mulkchilik shaklidan qat'iy nazar, turistik tashkilotlar xorijdan keltiriladigan texnologiya va mehmonxona uskunalari, turizm maqsadlariga mo'ljallangan transport vositalari uchun bojxona bojlari to'lashdan uch yil muddatga ozod qilinishi ko'rsatib o'tildi. Shuningdek, «O'zbekturizm» MK tizimidagi korxonalariga xorijiy turistlarga erkin ayirboshlanadigan valyuta hisobidan turistik xizmat va qo'shimcha xizmat ko'rsatish huquqi berilib, buning uchun maxsus kassalar ochilishiga ruxsat berildi. «Umid» jamg'armasi har yili studentlarni turizm industriyasi mutaxassisliklari bo'yicha yetakchi xorijiy mamlakatlarga ta'lim olish uchun yuborishni ko'zda tutishi ko'rsatib o'tildi. O'zbekiston Respublikasining Tashqi ishlar, Moliya va Madaniyat ishlari vazirliklarining va «O'zbekturizm» MKning O'zbekiston Respublikasining AQSH, Yaponiya, Buyuk Britaniya, Germaniya, Fransiya va Italiyadagi elchixonalarida madaniyat va turizm masalalari bo'yicha maslahatchi lavozimi birliklarini joriy etishlariga ijozat berildi.

Ushbu Davlat dasturi olti bo'limdan iborat bo'lib, 1-bo'lim: «Turizmning me'yoriy – huquqiy bazasini shakllantirish», deb nomlanib, unda O'zbekiston Respublikasining «Turizm to'g'risida» gi Qonunini tayyorlash, fuqarolarimizning xorijga chiqishi va O'zbekistonga xorijiy fuqarolarning kirishi haqidagi takliflarni o'rgangan holda, xorijiy turistlar uchun boj, viza va boshqa hujjatlarni rasmiylashtirish Nizomiga o'zgartirishlar kiritish; *Madaniy meros yodgorliklarining to'liq ro'yhatini tuzish va nashr etish*; yodgorliklarni noqonuniy tarzda olib chiqib ketgan va ularga ziyon yetkazilgan hollarda davlat, jamoat tashkilotlarining, yuridik va jismoniy shaxslarning javobgarliklari haqidagi tartibni tayyorlash vazifalari belgilab berildi.

Respublikamizda turizm sohasi bo'yicha yuqori malakali kadrlar tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish, turizmning iqtisodiy salohiyatini mustahkamlash va uning samaradorligini yanada oshirish maqsadida *O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1999- yil 30-iyundagi «O'zbekistonda turizm sohasi uchun malakali kadrlar tayyorlash to'g'risida»*gi Farmoni va mazkur Farmon ijrosini ta'minlash uchun O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining shu yil 2-iyuldagi «O'zbekistonda turizm sohasi uchun kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi qarori qabul qilindi. Mazkur hujjatlarga muvofiq, 1999–2000- o'quv yilidan boshlab turizm sohasi bo'yicha oliy ma'lumotli kadrlar tayyorlash Toshkent Davlat Iqtisodiyot Universitetida mujassamlashtirilishi bayon etildi. Shu maqsadda, universitetda «Xalqaro turizm» fakulteti va unga qarashli «Xalqaro turizm», «Turizm menejmenti», «Turizm marketingi», «Turizm servisi» kabi mutaxassislik (va boshqa nomutaxassislik) kafedralari tashkil etildi. Universitetda hozirgi paytda 5340200 – «Menejment» (Turizm), 5810300 – Servis (turizm) ta'lim yo'nalishlari bo'yicha bakalavrlar tayyorlanmoqda va 5A810102 – «Xalqaro turizm menejmenti» mutaxassisligi bo'yicha magistratura ham faoliyat ko'rsatmoqda.

Ushbu qarorga muvofiq, Toshkent shahar mehmonxona xo'jaligi va turizm litseyi negizida Toshkent turizm kasb-xunar kolleji tashkil etish va qayta ixtisoslashish, Samarqand, Buxoro, Xiva, Farg'ona, Termiz va Shahrisabz shaharlarida turizm kasb-hunar kollejlari ochilishini bosqichma-bosqich amalga oshirish vazifasi belgilab berildi.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan 2004-yil 25- martdagi «Samarqand iqtisodiyot va servis institutini tashkil etish

to'g'risida» gi №144 qaroriga asosan Samarqand iqtisodiyot va servis institutida turizmning ustuvor yo'nalishlari bo'yicha yuqori malakali mutaxassislar tayyorlash belgilangan edi. Hozirgi paytda ushbu o'quv dargohida «Turizm marketingi», «Turizm menejmenti», «Turizm operatorlik xizmatini tashkillashtirish», «Servis (turizm va mehmonxona xo'jaligi)», Servis (aholi va turistlarni ovkatlantirishni tashkil etish), «Turizm (faoliyat turlari bo'yicha)» va «Mehmonxona xo'jaligini tashkil qilish va boshqarish», ta'lim yo'nalishlari bo'yicha bakalavrlar tayyorlanmoqda.

2010–2011-o'quv yilidan boshlab turizm bo'yicha «Xalqaro turoperatorlik xizmatini tashkil etish» va «Xizmat ko'rsatish va turistik xizmatlarini tashil etish» mutaxassisliklari bo'yicha magistrlar tayyorlana boshlandi. 2013–2014-o'quv yilidan boshlab «Turoperatorlik xizmatini tashkil etish» va «Mehmonxona xo'jaligini tashkil etish va boshqarish» mutaxassisliklari bo'yicha magistraturaga bakalavrlar qabul qilindi.

Bundan tashqari, Toshkent shahridagi Singapur menejmentni rivojlantirish universiteti, Buxoro, Urgench va Nukus Davlat universitetlari va qator turizm kasb-hunar kollejlari bu ishga o'z hissalarini qo'shib kelmoqdalar.

2006- yil 17- aprelda O'zbekiston Respublikasi Prezidentining O'zbekiston Respublikasida 2006–2010-yillarda xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risida PQ-325-sonli Qarori qabul qilindi. 2010-yil 5-yanvar O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Ispaniyaga qilgan tashrifi chog'ida tezyurur temir yo'l poyezdlari harakatini tashkil etish to'g'risidagi bitimga kelishgan edilar. Ushbu bitim asosida 2010- yil 5- yanvar kuni O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «Ikkita yo'lovchi tashuvchi tezyurur TALGO-250 elektropoyezdini sotib olish» loyihagini amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida 1255-sonli Qarori qabul qilindi. 2012-yil 10-oktabrda O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «O'zbekturizm» milliy kompaniyasi huzuridagi byudjetdan tashqari Turizmni rivojlantirish jamg'armasi mablag'larini shakllantirish va ulardan foydalanish tartibi to'g'risida Nizom qabul qilindi. 2013- yil 20- martda esa O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2013–2015-yillarda Xorazm viloyatida turizm sohasini rivojlantirish dasturi to'g'risida» gi PQ-1940- sonli Qarori qabul qilindi.

**Mustaqillik yillarida mamlakatimizda turizm sohasida qabul qilingan huquqiy-me'yoriy
HUJJATLAR**

№	Yillar	Hujjat turi	Kim tomonidan qabul qilingan	Qabul qilingan sana	Hujjat raqami	Hujjat mazmuni
1	1992	Farmon	O'z.Res. Prezidenti	27.07	PF-447-son	«O'zbekturizm» Milliy kompaniyasini tashkil qilish to'g'risida
		Qaror	O'z.Res. Vazirlar Mahkamasi	20.10.	484-son	«O'zbekturizm» Milliy kompaniyasi faoliyatini tashkil etish masalalari to'g'risida
2	1993	Qaror	O'z.Res. Vazirlar Mahkamasi	4.10		«O'zbekturizm» Milliy kompaniyasi Butunjahon turistik tashkilotga a'zo bo'ldi
		Qaror	O'z.Res. Vazirlar Mahkamasi	05.10	480-son	Respublika mehmonxona xo'jaligi va turizm O'zbekiston-Turkiya litseyini tashkil etish to'g'risida
3	1994	Qaror	O'z.Res. Vazirlar Mahkamasi	09.09	459-son	O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «Ipak yo'li» Butunjahon turistik tashkilotining O'zbekistondagi majlisiga tayyovgarlik va uni o'tkazish to'g'risida
		Deklaratsiya	B. T. T.	05.10		Samarqand shahrida Buyuk Ipak yo'lidagi shaharlarda xalqaro turizmni rivojlantirish bo'yicha Samarqand deklaratsiyasi
4	1995	Qaror	O'z.Res. Vazirlar Mahkamasi	02.03	78-son	«Ipak yo'li turizmi» xalqaro turistik yarmarkani tayyorlash va o'tkazish to'g'risida
		Farmon	O'z.Res. Prezidenti	02.06	PF-1162	Buyuk ipak yo'lini qayta tiklashda O'zbekiston Respublikasining ishtirokini avj oldirish va Respublikada xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora-tadbirlar to'g'risida

Turizm sohasi bo'yicha 2014-yil 1–3-oktyabrda Birlashgan millatlar tashkiloti (BMT) Butunjahon turizm tashkiloti Ijroiya kengashining 99-sessiyasi aynan Samarqand shahrida bo'lib o'tishi ham bejiz emas, chunki bunga barcha asoslar mavjud.

Samarqand shahri 2014-yilda AQShning mashhur internet nashri – «The Huffington Post» tomonidan e'lon qilingan reytingga muvofiq sayyoramizning sayyohlar borib ko'rishi lozim bo'lgan 50 ta eng go'zal shaharlari qatoridan o'rin oldi. E'tiborlisi, MDH davlatlari shaharlaridan ushbu ro'yxatga faqat Samarqand shahri kiritilgan.³¹

Tayanch so'z va iboralar: Davlatning turizm sohasidagi siyosati, mexanizmlari, turizm strategiyasi, turizm taktikasi, Konsepsiyaning bosh maqsadi, «O'zbekturizm» MK, Farmon va qarorlar, Xususiy turistik tashkilotlar uyushmasi, Muvofiqlashtiruvchi Kengash, BTT, YUNESKO, YUNID, PROON «Dispetcherlashtirish va xizmat ko'rsatish markaziy boshqarmasi», «Respublika ilmiy-o'quv konsalting markazi», davlat korxonalari.

Mustaqil ishlash uchun savollar:

1. Davlatning turizm sohasidagi siyosati nimani ifodalaydi?
2. Davlatning turizm siyosatini amalga oshirish mexanizmlari nimalardan iborat?
3. Turizm faolliyatining davlat tomonidan tartibga solishning asosiy maqsadlari nimadan iborat?
4. Turizm faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish qanday yo'llar bilan amalga oshiriladi?
5. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti va Respublika Vazirlar Mahkamasining turizm sohasiga oid farmon va qarorlarining mazmuni nimadan iborat?
6. O'zbekiston turizmidagi asosiy hujjatlar xronologiyasi nimani ifodalaydi?

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar:

1. Samarqand shahrida 2014- yilda bo'lib o'tgan Birlashgan millatlar tashkiloti (BMT) Butunjahon turizm tashkiloti Ijroiya kengashining 99-sessiyasi qanday 7 ta turizm sohasining dolzarb

³¹ Дунёда-элликтадан бири //XXI аср.2014 й., 24-июль., №29 (557).

masalalari ko'rildi? Har birining mazmuni bo'yicha taqdimot tayyorlang.

2. Yuqorida ko'rsatilgan jadval asosida turizm sohasiga oid bo'lgan huquqiy-me'yyoriy hujjatlar xronologiyasini tuzing.

Test savollari:

1. Davlatning turizm sohasidagi siyosati deganda nimani tushunasiz?

a) bu turizm industriyasini va turizm bozori subyektlarini (turoperatorlar va turagentlar) rivojlantirish, fuqarolarga turizm xizmat ko'rsatish shakllarini takomillashtirish hamda shu asosda siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy salohiyatini mustahkamlash bo'yicha davlat faoliyatidan iborat

b) turizm bozorini tahlil qilib, yangi tovar va xizmatlarni taklif qilishda turfirmalar faoliyatida o'z nazoratni olib boradi

d) ehmonxonalar va shunga o'xshash joylashtirish vositalarining faoliyatini tahlil qilib, nazorat qiladi

e) turistik resurslar, tarixiy obidalar va turistik xududlar bo'yicha yangi turistik marshrutlar tuzishni nazorat qiladi.

2. Turizm strategiyasi nima?

a) turizmni rivojlantirish va qayta tashkillashtirish sohasidagi davlat faoliyatini belgilaydi. Bu faoliyat avvalo amalga oshirish uchun vaqt va kattagina moliyaviy resurslarni talab etuvchi maqsadli dasturlar va rivojlanishning umumiy konsepsiyasini ishlab chiqishga qaratilgan.

b) ma'lum maqsadga erishish usuli bo'lib, tanlangan xatti-harakatlar yo'li tushuniladi.

d) turizm industriyasiga investitsiyalar kiritish uchun qulay sharoitlarni yaratadi

e) O'zbekiston Respublikasi hududida turizm faoliyati bilan shug'ullanuvchi va O'zbekiston Respublikasi hududida turizm bilan shug'ullanish uchun chet el fuqarolarini jalb etuvchi turoperator va turagentlarga imtiyozli kreditlar taqdim etish, soliq va bojxona imtiyozlarini beradi

3. Turizm taktikasini nima?

a) bu aniq sharoitlarda qo'yilgan maqsadga erishish usullari va aniq chora tadbirlardir (masalan, xalqaro turizm faoliyatini litsenziyalash tartibi, turizmda narxni shakllantirish, soliqqa tortish va h.k.). Turizm

taktikasining maqsadi mazkur xo'jalik vaziyatida yanada maqbul yechimni tanlashdan iboratdir.

b) turizm industriyasi sohasidagi ilmiy tadqiqotlarni rivojlantirish

d) xalqaro turizm dasturlarida O'zbekiston turistlari, turoperatorlari, turagentlari va ularning birlashmalari ishtirokiga hamkorlik qilish

e) O'zbekiston Respublikasiga kirish, O'zbekiston Respublikasidan chiqib ketish va O'zbekiston Respublikasi hududiga tashrif buyurish tartiblarini belgilash.

4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «2013–2015-yillarda Xorazm viloyatida turizm sohasini rivojlantirish dasturi to'g'risida» gi Qarori qachon qabul qilindi?

a) 2013- yil

b) 2012- yil

d) 2011- yil

e) 2010- yil

5. Turizm sohasini kadrlar bilan ta'minlash usullari qaysi qatorda to'g'ri ko'rsatilgan?

a) uzluksiz kadrlar tayyorlash tizimini shakllantirish maqsadida davlat standartlari va dasturlarini tayyorlash;

b) turizm xizmat bozorida marketing tadqiqotlarini olib borish

d) milliy turmahsulotning reklama va brendini yaratish

e) tabiiy resurslarni tiklash va saqlash bo'yicha tegishli tartib-qoidalar, qonunlarni yaratish

19- mavzu. O‘ZBEKISTONDA XALQARO TURIZMNING RIVOJLANISHI

Reja:

19.1. Xalqaro turizm rivojlanishining O‘zbekiston iqtisodiyotiga ta’siri

19.2. O‘zbekistonda xalqaro turizmning rivojlanish dinamikasi

19.1. Xalqaro turizm rivojlanishining O‘zbekiston iqtisodiyotiga ta’siri

O‘zbekiston xalqaro aloqalarining rivojlanishida turizm sohasi alohida ajralib turadi. Mustaqillikdan oldin O‘zbekiston aholisi sobiq markaz ruxsati bilanгина chet ellarda sayohat qilib kelar edi, xorijiy turistlar ham avval Moskvaga kelib, so‘ng O‘zbekistonga tashrif buyura olishar edi. Buning ustiga, turizmdan olinadigan barcha daromadlarni (shuningdek, valyuta daromadlarining ham hammasini) to‘g‘ridan-to‘g‘ri sobiq markazga jo‘natish majburiy edi. Xorijiy turistlarga ko‘rsatilgan xizmatlar tannarxi O‘zbekiston byudjetidan qoplanar, buning evaziga markazdan hech nima olinmas edi, natijada xalqaro turizmdan O‘zbekiston zarar ko‘rar edi.

Mustaqillikka erishgandan so‘ng O‘zbekiston hukumati xalqaro turizm sohasining rivojlanishiga alohida e’tibor qarata boshladi va buning uchun mas’ul bo‘lgan yagona tashkilot tuzildi. O‘zbekiston Respublikasida turizmning rivojlanishi uchun mas’ul bo‘lgan tashkilot «O‘zbekturizm» Milliy Kompaniyasi hisoblanadi. «O‘zbekturizm» Milliy Kompaniyasining tarkibiga mustaqillikka qadar alohida-alohida xo‘jalik faoliyati yuritgan «Inturist», «Sputnik» va Kasaba ittifoqlarining turizm va ekskursiyalar bo‘yicha Kengashi kabi tashkilotlarning mintaqaviy tarkibiy bo‘linmalari birlashtirildi.

Milliy Kompaniyaning faoliyat yuritishi davomida respublikada xalqaro turizmni rivojlantirishda katta o‘zgarishlar amalga oshirildi. Oldinlari turistlar uchun dam olish uylari, turistik bazalar, kempinglar zamonaviy talablarga javob bera olmas edi, chunki ularni ta‘mirlash, qayta qurish va jihozlash masalalari sobiq Markaz tomonidan ko‘rib chiqilar edi.

Mustaqillikka erishgandan so‘ng bu holatga, shuningdek, xalqaro turizm sohasidan olingan daromadning barchasini respublika tashqarisiga olib chiqib ketilishiga chek qo‘yildi. O‘zbekiston xalqaro

turizm sohasida bozor munosabatlari amal qila boshladi, davlatning ko'plab turistik korxonalari xususiylashtirildi, turistik mahsulot yaratish hamda shu kabi mahsulotga mustaqil narx belgilash erkinligi yaratib berildi. Natijada turistik xizmatlar bozorida korxonalar o'rtasida sog'lom raqobat yuzuga keldi. «O'zbekturizm» Milliy Kompaniyasining vujudga kelishi va bu tashkilotning 1993-yili Butunjahon turizm tashkilotiga a'zo bo'lib kirishi O'zbekiston xalqaro turizmi taraqqiyotida qo'yilgan ulkan qadam bo'ldi. Respublikada xalqaro turizmni yangi bosqichga ko'tarish va samarali faoliyat ko'rsatishiga mos keladigan yangi shart-sharoit va mexanizmlar vujudga keldi.

O'zbekiston Respublikasida xalqaro turizmni rivojlantirish borasida ishlab chiqilgan yana bir muhim hujjatlar qatoriga O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1995-yil 2-iyundagi «Buyuk Ipak yo'li»ni qayta tiklashda O'zbekiston Respublikasi ishtirokini avj oldirish va respublikada Xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora-tadbirlar to'g'risida»gi Farmoni hamda mazkur farmonni amalga oshirish maqsadida e'lon qilingan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1995-yil 3-iyundagi «O'zbekiston Respublikasida xalqaro turizmning zamonaviy infratuzilmasini barpo etish chora-tadbirlari to'g'risida»gi qarorini xalqaro turizmni rivojlantirish dasturi sifatida kiritish mumkin.

O'zbekiston xalqaro turizmining rivojlanishida «Buyuk Ipak Yo'li» ning tutgan o'rni va mohiyati nihoyatda cheksiz. Bir necha asrlar davomida ushbu zaminning G'arb va Sharqida istiqomat qilgan xalqlarni Janubiy-Sharqiy Osiyodan to O'rta yer dengizi mamlakatlarigacha cho'zilgan va «Buyuk Ipak Yo'li» deb nom olgan savdo-sotiq yo'li bir-biri bilan bog'lab turar edi. Bu yo'lga «Ipak Yo'li», deb nom berilishining asosiy sababi, bu yerda tashiladigan mahsulotlarning asosiy qismi ipak matolari va mahsulotlari bo'lganligidandir. Ipak tayyorlash bilan bog'liq bo'lgan sir-asrorlarni Xitoy ustalari ming yillar davomida boshqa davlatlardan yashirib kelgan. Ammo «Buyuk Ipak Yo'li» orqali tashilgan mahsulotlar faqat ipakdangina iborat bo'lmay, balki bu yo'l orqali bronza, chinni, jun, xom ashyolar va ulardan tayyorlangan buyumlar ham edi. «Buyuk Ipak Yo'li» qariyb ikki ming yillik tarixga ega bo'lib, bu yo'l asosan Italiyadan tortib Turkiya orqali Iroq va Eronga borgan. U yerdan esa Markaziy Osiyo hamda Shimoliy Pomir orqali o'tib Qashqar va Yorkentgacha yetgan. Bu yerda yo'l ikkiga ajralgan hamda shimol tomondan Takla-Makon sahrosini aylanib o'tib, Lobnor ko'li yaqinida yana qo'shilgan va Xitoygacha borgan.

Buyuk Ipak Yo'lida Turkiston hududi yetakchi rolni bajarib kelgan. Ushbu hududdagi Samarqand, Buxoro, Xiva, Termiz, Xo'jand, Chorjuy kabi qator shaharlar ipak yo'lidagi asosiy manzillar bo'lgan. O'zbekiston o'zining qo'lay geografik o'rni tufayli bu tarixiy yo'lida markaziy o'rinni egallagan. «Buyuk Ipak Yo'li» ko'p asrlar davomida kishilik madaniyatining vujudga kelishida katta o'rin egallagan. Uning tarixda tutgan o'rni hamda ahamiyatini tiklash, bu yo'lida turizmni rivojlantirish kabi maqsadlarni mo'ljallab, 1994-yilning oktabr oyida Birlashgan Millatlar Tashkiloti va uning nufuzli tashkiloti YUNESKO ishtirokida O'zbekistonda Butunjahon turistik tashkilotining kengashi bo'lib o'tdi. Kengash a'zolari Ipak yo'li bo'ylab turizm faoliyatini tiklash va rivojlantirishga qaratilgan Samarqand Deklaratsiyasini qabul qildi. 1995-yilning oktyabr oyida Toshkent shahrida «Ipak Yo'lida turizm» nomi bilan birinchi marotaba Xalqaro turistik yarmarka o'tkazildi. Shundan keyin ushbu xalqaro turistik yarmarka har yili muntazam ravishda o'tkazilib kelinmoqda.

An'anaviy tarzda o'tkazib kelinayotgan «Ipak yo'lidagi turizm» Toshkent xalqaro sayyohlik ko'rgazmasi qisqa vaqtda xalqaro maydonda tanilib, turizm mahsulotlarini namoyish etish, ishbilarmonlik aloqalarini izchil yo'lga qo'yish, o'zaro tajriba almashish, sayyohlikdagi dolzarb masalalarni atroflicha muhokama qilish, hamkorlik yuzasidan foydali shartnomalar imzolash va yangi yo'nalishlar ochish borasida qulay imkoniyatlarni taklif etib kelmoqda.

2014 yilda «Ipak yo'lidagi turizm» XX Toshkent xalqaro sayyohlik ko'rgazmasida O'zbekiston, Birlashgan Arab Amirliklari, Hindiston, Tailand, Malayziya, Italiya, Singapur, Vengriya, Chexiya, Latviya, Indoneziya, Janubiy Koreya, Ispaniya, Avstriya, Shveysariya, Ruminiya, Polsha, Eron, Turkiya kabi dunyoning qirqdan ortiq mamlakatlaridan ko'plab firma va kompaniyalar vakillari ishtirok etdi.

«Turizm va san'atning ipak bog'lami» shiori ostida o'tkazilgan Toshkent xalqaro sayyohlik ko'rgazmasi doirasida biznes, ekologik, sport va ma'rifiy sayohat, ekskursiya, kruiz, mehmonxona hamda restorán servisi, sohaga doir ko'chmas mulk va sug'urta, sog'lomlashtirish kabi muhim mavzular yuzasidan fikr-mulohazalar almashildi. Ko'rgazmada tashrif buyuruvchilar uchun «O'zbekiston bo'ylab sayohat milliy paviloni», «Milliy taomlar festivali», «Sharq bozori» hamda «Hunarmandlar shahri» bo'limlari haqida ma'lumotlar berildi, hunarmandlarning ijod namunalari namoyish etildi. Bundan tashqari, «Turizm sohasida axborot texnologiyalari», «Mehmonxona va

joylashtirish obyektlari», «Transport xizmatlari», «Sug'urta xizmatlari», «Gastronomik turizm» kabi bo'limlar ham faoliyat ko'rsatdi. O'zbekiston sanatoriy va shifoxonalari esa alohida stendda namoyish etildi. Ko'rgazmada xorijiy sayyohlik kompaniya hamda firmalari, sohada faoliyat olib borayotgan yurtimizning yetakchi turoperatorlari, mehmonxonalar vakillari o'z xizmat turlari haqida ma'lumotlarni taqdim qildilar.

E'tiborga molik jihati, mazkur ko'rgazma doirasida mamlakat turizmida yangi loyiha-«Hosted buyers (Tajribali haridor)» dasturi namoyish etildi. U istiqbolli sheriklar va haridorlar o'rtasidagi uchrashuvlarni oldindan belgilash, ularga muayyan imtiyozlar berish orqali sohada ishbilarmonlik muhitini rivojlantirishga xizmat qilishi bilan g'oyat ahamiyatlidir. Qayd etish jozki, Xalqaro tasnifga ko'ra, «Hosted buyers» avvaldan aniq maqsad bilan ko'rgazmaga maxsus taklif qilinadigan nufuzli haridor bo'lib, u qiziqish bildirgan sotuvchi bilan uchrashib, mahsulot, tovar yoki xizmatni sotish yoki harid qilish, shuningdek maxsus qo'shma dastur yoki loyihani amalga oshirish bo'yicha kelishuv borasida muzokaralar olib boradi.

Toshkent xalqaro sayyohlik ko'rgazmasi doirasida eng yaxshi sayyohlik yo'nalishi taqdimoti, turizm yo'nalishidagi eng yaxshi kompaniya va mehmonxona, taqdimoti, eng yaxshi ko'rgazma stendi, tematik bo'lim va turistik imkoniyatlar, eng yaxshi hududiy taqdimot, eng yaxshi servis, eng yaxshi dizayn kabi qator yo'nalishlarda tanlovlar bo'lib o'tdi.

Shuningdek, ko'rgazmada «Turizm sohasida ijtimoiy hamkorlik: ta'lim va ish bilan ta'minlash» mavzuida xalqaro forum o'tkazildi. Ayni paytda mamlakatda turizm industriyasi uchun zamonaviy mutaxassislar yetishtirib beradigan 5 ta oliy o'quv yurti, jumladan, Singapur menejmentni rivojlantirish institutining Toshkent filiali va 11 kasb-hunar kolleji faoliyat ko'rsatmoqda. «O'zbekturizm» M.K.ning Respublika ilmiy-o'quv konsalting markazi tomonidan gidlar, turoperator va mehmonxona xo'jaligi xodimlari tayyorlanmoqda. Ushbu ko'rgazmada «O'zbekturizm» M.K., Respublika ilmiy-o'quv konsalting markazi, O'rta maxsus, kasb-hunar ta'limi markazi, O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi deputatlari, tegishli vazirlik va idoralar, olim va mutaxassislar qatnashdi.

19.2. O'zbekistonda xalqaro turizmning rivojlanish dinamikasi

Bozor iqtisodiyoti sharoitida O'zbekistonda xalqaro turizm sohasini rivojlantirish uchun qulay imkoniyatlar va shart-sharoitlar yuzaga kelganligi, turizmning respublika iqtisodiyotiga yanada integratsiyalashuvi, mamlakat iqtisodiyotida muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Jahon iqtisodiyoti tajribalaridan ma'lumki, xalqaro turizm sohasi mamlakat byudjeti uchun zarur bo'lgan valyuta tushumini ta'minlash, yangi ish joylarini vujudga keltirish va shu bilan birgalikda aholining turmush darajasini ko'tarish uchun xizmat qiladi. Respublikamiz xalqaro turizm sohasidagi imkoniyatlarining kattaligi bilan qo'shni mamlakatlardan tubdan farq qiladi.

O'zbekistonning geografik o'rni, nihoyatda qulay, tabiiy iqlim sharoitiga ega ekanligi, insoniyat madaniy taraqqiyotida ham katta o'rin tutadi. O'zbekiston betakror, ajoyib tarixiy arxitektura yodgorliklari, shirin-shakar mevalari, xilma-xil milliy taomlari, ajoyib milliy an'analari, urf-odatlariga ega bo'lgan mehmondo'st xalqiga ega. Bularning barchasi chet ellik turistlar e'tiborini o'ziga tortadi va ularni O'zbekistonga yana qayta kelishiga undaydi.

Xalqaro turizmni rivojlantirishda O'zbekistondagi siyosiy barqarorlik, tinchlik- totuvlik muhim ahamiyatga ega bo'lmoqda. O'zbekiston Respublikasiga 2009–2014-yillarda tashrif buyurgan fuqarolarning oqimi qo'yidagi 19.1-jadvalda ifodalangan.

19.1-jadval

O'zbekiston Respublikasiga 2009-2014-yillarda turistik maqsadlarda tashrif buyurgan fuqarolarning mamlakatlar bo'yicha taqsimoti
(rasmiy ravishda deklaratsiyadan o'tganlar, kishi hisobida)

Davlatlarning nomi	2009y	Ulushi % da	2014y.	Ulushi % da	2014 yilda 2009 yilga nisbatan o'sish sur'ati (%)
MDHmamlakatlari					
Ozog'iston	13683	8,22	15919	10,2	116,3
Tojikiston	10568	6,35	4908	3,1	46,5
Qirg'iziston	8587	5,16	5257	3,3	61,2
Turkmaniston	5595	3,36	5325	3,4	95,1
Rossiya	33690	20,23	34870	22,3	103,5

Uzoq chet el mamlakatlari

Turkiya	15393	9,24	19675	12,6	127,7
Janubiy Koreya	12947	7,78	12817	8,2	99,0
Hindiston	4579	2,75	16839	10,7	367,7
Afg'oniston	450	0,27	889	0,6	197,5
Xitoy	5726	3,44	5039	3,2	88,0
Germaniya	8338	5,01	5872	3,7	70,4
Fransiya	9824	5,90	5672	3,6	57,7
Eron	2250	1,35	1393	0,9	62,0
Pokiston	3775	2,27	3 254	2,1	86,2
Italiya	6031	3,62	3087	2,7	51,2
Chexiya	1381	0,83	1430	0,9	103,5
Isroil	2822	1,69	2 250	1,4	79,7
Yaponiya	3246	1,95	2340	1,5	72,0
Buyuk Britaniya	2001	1,20	1391	0,8	69,5
Tailand	729	0,44	736	0,6	100,9
AQSH	961	0,58	765	0,5	79,6

Manba: O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasidan olingan ma'lumotlar asosida muallif tamonidan tayyorlangan.

Tashrif buyurgan fuqarolar oqimlarining tarkibiy tuzilishi to'g'risidagi ma'lumotlarning tahlili bo'yicha O'zbekiston uchun ustuvor tashqi turizm xizmat bozorlari MDH mamlakatlaridan Qozog'iston, Qirg'iziston, Tojikiston, Rossiya va Turkmaniston davlatlari hisoblanadi, uzoq chet el mamlakatlardan esa Turkiya, Hindiston, Janubiy Koreya, Germaniya, Fransiya, Italiyava boshqa mamlakatlarni ko'rsatish mumkin. Tadqiqot davrida (2009-2014-yillarda) MDH mamlakatlaridan O'zbekistonga fuqarolartashrifining 2009-yilga nisbatan 2014-yilda foiz hisobida o'sishi bo'yicha Rossiya birinchi o'ringa bo'lsa (22,3%), Qozog'iston (10,2 %) va Turkmaniston (3,4 %) keyingi o'rinlarni egallaydi.

Turizm sohasi rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar iqtisodiy taraqqiyotining kuchli katalizatori bo'lib, chet el valyutasi va sarmoyalar oqimini ta'minlaydi, unga yaqin sohalarning tez o'sishiga ko'mak beradi, aholi bandligi muammolarini hal etishda yordam beradi va mamlakatning dunyo hamjamiyatidagi obro'sini oshiradi. Boshqa sohalardan qiyoslaganda ancha kam sarf – harajat bilan turizm sohasida katta valyuta miqdori kelib tushishini ta'minlashi mumkin.

Xalqaro turizm jahon iqtisodiyotida yuqori daromadli va jadal rivojlanib boruvchi sohalardan hisoblanib, xalqaro ijtimoiy-siyosiy,

iqtisodiy va madaniy aloqalarni mustahkamlashda muhim o‘rin egallamoqda. Oxirgi yillar ichida jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi davom etayotgan bo‘lishiga qaramay, turizm xizmatlari yuqori iste‘mol talabi va yetarlicha barqarorligini saqlab qolmoqda.

Jahon amaliyotining ko‘rsatishicha, turizm tarmog‘ining rivojlanishi, yuqori samaradorlikning rag‘batlantirilishi iqtisodiyotning muhim sektorlarini, ya‘ni transport, aloqa, qurilish, savdo, qishloq xo‘jaligi, iste‘mol tovarlarini ishlab chiqarish, mashinasozlik va boshqalarning o‘rishiga olib keladi.

Dunyo tajribasiga nazar soladigan bo‘lsak, rivojlangan bozor iqtisodiyoti nafaqat bozorning ishlab chiqarish va tovar almashtirish omillarini, balki turli xil xizmatlar bozorini ham o‘z ichiga oladi. Zamonaviy iqtisodiyotning asosiy harakatga keltiruvchi kuchi xizmat ko‘rsatish sohasi bo‘lib hisoblanadi.

Hozirgi kunda xalqaro turizm jahon iqtisodiyotining yirik yuqori daromad keltiruvchi va barqaror rivojlanib borayotgan tarmoqlaridan biri hisoblanadi. BMTning Butunjahon turizm tashkiloti (BTT) va Xalqaro valyuta fondi ma‘lumotlariga qaraganda, turizm industriyasi 2000-yildan boshlab jahonda eksport qilinadigan xizmatlar, tovarlar va xizmat ko‘rsatish bo‘yicha avtomobilsozlik, kimyo va oziq-ovqat sohalari ortda qoldirib, yetakchi o‘rinni egallab kelmoqda. Tarmoqning yillik pul aylanmasi 900 milliard AQSH dollarini tashkil etadi. Ushbu tarmoq dunyo bo‘yicha 195 million kishini ish bilan ta‘minlaydi, bu esa, jahon bo‘yicha 8% aholi turizm sohasida ish bilan band bo‘lganini ko‘rsatadi. Har yili 935 milliondan ortiq turistlar dunyo bo‘ylab sayohat qilishadi. Jahon turizm tashkiloti mutaxassisleri hisob-kitoblariga ko‘ra, jahon bo‘yicha turistlar oqimi yiliga 4-5 % o‘shishi kuzatilmog‘da.

Turizm sohasi dunyoning boshqa mamlakatlari singari O‘zbekistan iqtisodiyoti uchun ham muhim soha hisoblanadi. Ushbu soha mamlakat byudjetiga xorijiy valyuta oqimini ta‘minlaydi, faqat 2013-yilda sayyohlik xizmatlari eksporti hajmi 615 millon dollardan ziyodni tashkil etdi.³²

³²Ўзбекистон Республикаси Президентининг Ислам Каримовнинг БМТ Жаҳон сайёҳлик ташкилоти Ижроия кенгаши 99-сессиясининг очилиш маросимидаги нутқи. // Моҳият.2014, 3 октябрь №40.

**Butunjahon turistik oqimi dinamikasi va turizmdan keladigan
valyuta tushumi**

Yillar	Kelgan turistlar soni (mln. kishi)	Xalqaro turizmdan keladigan tushum (mlrd. \$)
1995	534	405
1996	567	436
1997	593	448
1998	610	440
1999	632	455
2000	678	475
2001	678	466
2002	698	485
2003	689	532
2004	760	634
2005	805	680
2006	851	745
2007	911	860
2008	929	944
2009	894	855
2010	952	930
2011	996	1,042
2012	1,035	1,075
2013	1,087	1,4
2014	1,133	1,5

Manba: Butunjahon turizm tashkiloti ma'lumotlari asosida muallif tamonidan tayyorlangan

19.2-jadvaldan ko'rinib turibdiki, keyingi o'n yilda jahon turistik oqimi doimiy o'sish surati kuzatilgan: 2000-yildan 2014-yilgacha turistik tashriflar soni 678 mln.dan 1,133 mln.gacha o'sgan. Turizm sohasidan olingan daromadlar esa 2000 yilda 475 mlrd. dollar bo'lgan bo'lsa, 2014-yilda 1,5 trl. dollarni tashkil qilgan. Bu shundan dalolat beradiki, turizm xizmatlar bozorining jahon iqtisodiyotidagi ulushi tobora oshib bormoqda.

O'zbekistonga keluvchi xorijiy turistlarning aksariyati Toshkent-Samarqand-Buxoro-Xiva yo'nalishi bo'yicha sayohat qiladilar. Chunki, O'zbekiston turizm infratuzilmasi aynan shu manzilgohlarda yaxshiroq

rivojlangan hamda Buyuk Ipak yo'liga taalluqli ko'pgina obyektlar aynan shu joylarda saqlanib qolgan (O'zbekistonga guruhlarda tashrif buyuruvchi turistlarning aksariyati Buyuk Ipak yo'li yo'nalishi doirasi harakatlanadilar). Shuningdek, Surxondaryo, Qashqadaryo va Farg'ona vodiysi viloyatlarida ham turistlarni jalb etishi mumkin bo'lgan ko'plab muhim turistik jozibador manzillar mavjud bo'lsada, turistik infratuzilmaning rivojlanmagani turistlarni bu yerga kelishiga tusqinlik qilar edi. Bu kabi kamchilarni bartaraf etish maqsadida hukumatimiz tomonidan Qamchiq dovonidan o'tiluvchi yo'l qayta ta'mirlandi, Surxondaryoga Samarqanddan va Toshkent shahridan Buxoro va Samarqand shaharlariga turistlarni tashish uchun yangi elektrlashgan temir yo'l qurildi, bu joylarda ko'plab turistik mehmonxonalar bunyod etilmoqda.

O'zbekistonga keluvchi turistik sayohatlarning soni o'sishiga salbiy ta'sir etishi mumkin bo'lgan ba'zi hollar bartaraf etib borilmoqda:

- O'zbekiston to'g'risidagi dastlabki va so'nggi taassurotlarni qoldiruvchi bojxona xizmati xodimlarining sayohatchilar bilan bo'lgan muomala madaniyati yaxshilandi;

- mehmonxonalarga tayyorlanayotgan taomlar zamonaviy talablarga javobbera boshladi;

- O'zbekiston ichidagi mehmonxona xizmatlari narxlarining asosiy raqobatchilarimizga nisbatan qimmatligi, transport narxlarining yuqori hollari kamaytirib borilmoqda;

- turistik esdalik uchun harid qilinadigan milliy suvenir-larimizning xilma xilligi oshirilib, yo'qolib ketgan bir qator hunar-mandchilik turlari tiklandi va qayta tashkil etildi;

- targ'ibot masalalariga yetarlicha e'tibor berilib, xorijiy fuqarolarning O'zbekiston to'g'risidagi ma'lumotlarining chegarasi kengaytirib bormoqda, bunda ayniqsa, Germaniya va Italiyalik biznes hamkorlarning vositachiligidan samarali foydalanilmoqda;

- turistlar ixtiyoriga taklif etilayotgan tovar va xizmatlarning sifati narxiga moslashtirib borilmoqda.

Yuqorida sanab o'tilganlarni bartaraf etish bilan birgalikda, ko'rsatilayotgan turistik xizmatlarning sifatli bo'lishiga harakat qilinmoqda. Shuningdek, chet ellarda O'zbekiston turizmini reklama qilishda barcha turistik korxonalarining tashviqot-targ'ibot ishlari raqobatchilardan farq qiluvchi umumiy mavzu ostida birlashtirilishi O'zbekistonning xalqaro turizm bozorida o'z o'rnini mustahkamroq egallashiga yordam beradi. Buning uchun o'zimiz egalik qilayotgan

turistik resurslarimizni yana bir bor qaytadan chuqur o'rganib chiqish, ulardan samarali va barqaror foydalanish yo'llarini aniqlash va shu asosida Milliy turistik brendni ishlab chiqish shart bo'lib qolmoqda. Shu sababli, «O'zbekturizm» Milliy Kompaniyasi tomonidan o'lkamiz turistik resurslari o'rganib chiqilib, turistik resurslarimizning maxsus kadastri yaratilmoqda. O'zbekiston turizmini rivojlantirish uchun xizmat qila oladigan resurslarining anchasi hali ochilmagani katta imkoniyatlar mavjudligini ko'rsatadi.

O'zbekistonda bozor munosabatlari sharoitida xalqaro turizmni rivojlantirish chora-tadbirlari davlat tomonidan belgilangan bo'lib, iqtisodiy aloqalarni yanada rivojlantirish uchun turli bitimlar, kelishuvlar amalga oshirilgan va oshirilmokda. Bugungi kunda xalqaro turizmni rivojlantirishda amalga oshirilishi lozim bo'lgan ishlar qo'yidagilardan iborat bo'lmoqda:

- xalqaro turizmda kichik tadbirkorlik faoliyatidan keng foydalanish va xalqaro bozorlarga chiqishga intilish;
- mahalliy axborot agentliklari orqali rivojlangan mamlakatlarni O'zbekistonning turistik imkoniyatlari bilan yaqindan tanishtirishga harakat qilish;
- turizm sohasida ishlaydigan mutaxassislarni chet ellarda bir yilda kamida bir marta malaka oshirishga y
- uborish, o'qitish, ular uchun barcha imkoniyatlarni yaratib, turistlarga sifatli xizmat ko'rsatishni yo'lga qo'yish;
- respublikamiz vakillarining Yevropa mamlakatlarida o'tkaziladigan turistik yarmarkalarda doimiy ravishda ishtirok etishini ta'minlash;
- xalqaro turistik tashkilotlar bilan axborot almashishni yaxshilash, birgalikda faoliyat yurita oladigan davlatlar bilan qo'shma korxonalar tuzish va ular faoliyatini keng yo'lga qo'yish;
- ichki turistik bozorda o'zaro raqobatni yanada kuchaytirish va boshqa tadbirlarni amalga oshirish muhim ahamiyatga egadir.

Xalqaro turizmni rivojlantirish O'zbekiston iqtisodiyoti uchun g'oyatda zarur bo'lib, uning imkoniyatlaridan kelib chiqqan holda turizm sohasi orqali aholining moddiy farovonligini yaxshilash, ularni doimiy ish bilan ta'minlash maqsadida yangi ish o'rinlarini tashkil qilish lozim bo'lmoqda.

O'zbekiston Respublikasida xalqaro turizmning rivojlanishi, unga bo'lgan munosabatning ijobiy tomonga siljishi bilan belgilanmoqda.

Respublikamiz sharoitida, ayniqsa kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda turizmning imkoniyatlari boshqa sohalarga qaraganda juda katta bo'lib hisoblanadi. Shu tufayli respublikadagi iqtisodiy barqarorlik va bozor iqtisodiyotiga bosqichma-bosqich o'tish jarayoni tadbirkorlarga keng yo'l ochishi bilan birga, uni jadal rivojlantirish imkoniyatlarini tug'dirmoqda. Jahondagi har bir davlatning iqtisodiy yuksalishida asosiy omillardan biri tinchlik, osoyishtalik, barqarorlik va ijtimoiy adolatdan iboratdir. O'zbekiston hozir Markaziy Osiyo mintaqasidagi iqtisodiyoti barqaror rivojlanib borayotgan davlatlardan biri bo'lib, o'ziga xorijiy investorlarni, ishbilarmonlarni va turistlarni jalb qiluvchi hududlardan biri hisoblanadi.

O'zbekistonning jahon turizm bozoridagi salohiyatiga baho beradigan bo'lsak, uning Markaziy Osiyo davlatlari ichida eng yuqori imkoniyatlarga ega ekanligini ko'ramiz, bu haqida respublika hududida mavjud bo'lgan to'rt mingdan ortiq qadimiy me'morchilik, monumental san'at yodgorliklari dalolat beradi. O'zbekiston tarixiy me'morchilik yodgorliklarning umumiy soni bo'yicha jahondagi yetakchi o'nta mamlakatlar qatoriga kiritilib, to'rtta yirik shaharlari Samarqand, Buxoro, Xiva va Shahrizabz YUNESKO tomonidan jahon madaniyati yodgorliklari markazi sifatida tan olingan va xalqaro tashkilot tomonidan muhofazaga olingan.

Respublikada xalqaro turizmni rivojlantirishda tarixiy-madaniy obidalar bilan bir qatorda dam olish va madaniy hordiq chiqarish uchun xizmat qiladigan turistik obyektlarning ham mavjudligi muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Tayanch so'z va iboralar: Xalqaro turizm, xalqaro tashriflar, turistlar oqimini ta'minlab beruvchi asosiy mamlakatlar, «Toshkent xalqaro turistik ko'rgazmasi», xalqaro turizm bozori, ichki turizm bozori.

Mustaqil ishlash uchun savollar:

1. Xalqaro turizm rivojlanishining O'zbekiston iqtisodiyotiga ta'siri nimadan iborat?
2. O'zbekistonda xalqaro turizmning rivojlanish dinamikasi nimani ko'rsatmoqda?
3. O'zbekistonga kelayotgan turistlar oqimini ta'minlab beruvchi asosiy mamlakatlar qatoriga qaysi mamlakatlar kiradi?
4. O'zbekistonda xalqaro turizmni rivojlantirish istiqbollari nimalardan iborat?

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar:

1. O'zbekistonga kelayotgan turistlar oqimini ta'minlab beruvchi asosiy mamlakatlarning turizm faoliyatini tahlil qiling.

Test savollari:

1. Yevropadagi 1-raqamli turistik mamlakat qaysi qatorda to'g'ri ko'rsatilgan?

- a) Fransiya
- b) Ispaniya
- d) Daniya
- e) Angliya

2. Hozirda jahon yalpi mahsulotining necha foizi xalqaro turizmga to'g'ri keladi?

- a) 10%
- b) 15%
- d) 25%
- e) 30%

3. Turizm xalqaro biznesda nechanchi o'rinni egallaydi?

- a) uchinchi
- b) birinchi
- d) ikkinchi
- e) to'rtinchi

4. Yevropaning turizmi rivojlangan mamlakati qaysi qatorda to'g'ri ko'rsatilgan?

- a) Ispaniya
- b) Misr
- d) Kanada
- e) Hindiston

5. Xalqaro turizm rivojlangan hududni belgilang.

- a) Yevropa
- b) Osiyo
- d) Avstraliya
- e) Afrika

20- mavzu. TURIZM XIZMATLARINI LITSENZIYALASHTIRISH, SERTIFIKATLASHTIRISH VA STANDARTLASHTIRISH

Reja:

20.1. Turistik korxonalariga litsenziya olish uchun davlat tomonidan o'rnatilgan talablar

20.2.«O'zbekturizm» Milliy Kompaniyasining litsenziyalarni tekshirish jarayonidagi huquqlari

20.3. Turizmda sertifikatlashtirishning turlari

20.4. Sertifikatlashtirishda davlat standartlaridan foydalanish

20.5.Turizmda standartlashtirish jarayonining mazmuni va mohiyati

20.1. Turistik korxonalariga litsenziya olish uchun davlat tomonidan o'rnatilgan talablar

O'zbekistonda turizm faoliyati litsenziyalanadi, hamda bu jarayonni o'tkazish mexanizmi tegishli me'yoriy hujjatlar va qonun bilan belgilangan. Turizm biznesini tashkil etish uchun rasmiyatchilikni o'ziga xos xususiyatlarini bilish zarur, jumladan, litsenziyalash sohasini va boshqa ruxsatnoma xilidagi hujjatlarni mukammal bilish talab etiladi. Qonunga ko'ra litsenziya berish va uni bekor qilish yoki uning faoliyatini to'xtatib qo'yish, kabi harakatlar Vazirlar Mahkamasining Komissiyasi tomonidan qaror qabul qilinadi, uning bu boradagi ishchi organi funksiyasini «O'zbekturizm» M.K bajaradi. Bunda asosiy talab–litsenziya tadqiqotchilari faqatgina yuridik shaxs bo'lishi shart. Turizm faoliyatini amalga oshirish huquqi doimiy muddatga berilishi mumkin.

Litsenziya olish uchun davlat tomonidan o'rnatilgan talablar qo'yilgan bo'lib, ular qatoriga qo'yidagilar kiradi:

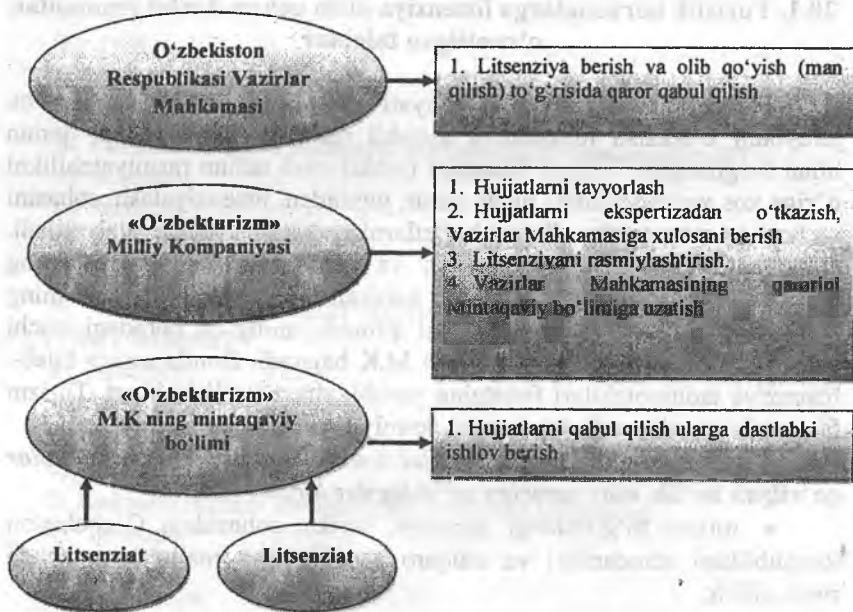
- turizm to'g'risidagi qonunga, turizm sohasidagi O'zbekiston Respublikasi standartlari va xalqaro standartlarga majburiy ravishda rioya qilish;

- huquqiy shaxs shtatida turizm sohasida maxsus ta'lim olgan yoki turizm sohasida 3 yildan kam bo'lmagan ish stajiga ega bo'lgan, kamida bitta xodimning bo'lishi. Shu tarzda turizm korxonasi tegishli bilim, malaka, ko'nikmaga ega bo'lgan soha mutaxassislari bilan aks ettirilishi zarur;

- yangi texnologiyani va boshqaruv tajribasini joriy etish bilan bog'liq bo'lganligi sababli sayohatlarni, ekskursiyalarni tashkil etish va ular bilan bog'liq xizmatlar bilan bevosita band bo'lgan huquqiy shaxs xodimlari har 3 yilda kamida 1 marta malakasini oshirish zarur;

- shakllangan nizom jamg'armasida oilaviy tadbirkorlik uchun faqat mehmonxona xizmatlarini ko'rsatishda eng kam ish xaqining 10 barobar miqdorida, ichki turizmda turoperatorlik xizmatini ko'rsatish uchun eng kam ish xaqining 50 barobar miqdorida va barcha turdagi turizm faoliyat bilan shug'ullanuvchilarga eng kam ish xaqining 400 barobaridan kam bo'lmagan miqdorida bo'lishi kerak;

- mijozlar bilan ishlash va turmahsulotni ishlab chiqish mos ravishdagi ishchanlik muhitini talab etishi sababli xususiy yoki ijaraga olingan xizmat binosida tegishli jihozlarning mavjudligi;



20.1-rasm. Turizm faoliyatiga litsenziya berish va arizalar bilan ishlash jarayonlari

- taqdim etiladigan turizm xizmatlariga muvofiqlik sertifikatlarining mavjudligi, chunki bu har qanday turga qonuniy tus berish va xavfsizlik talablari bilan bog'liqdir;

- turizm xizmatlarini faqatgina mijoz bilan O'zbekiston Respublikasi qonunlari talablariga mos ravishda shartnoma tuzilgandan keyingina ko'rsatish mumkin. Boshqa holatlarda shartnoma huquqiy kuchga ega bo'lmaydi va sud orqali bekor qilinishi mumkin;

- chet el davlatlariga tashrif buyurish, chiqish, kirishni o'ziga xos xususiyatlari to'g'risida, turistik tashrif vaqtida va har bir aniq davlatga tashrif buyurishni boshqa qoidalarini o'ziga xos xususiyatlari to'g'risida mukammal ma'lumotlarni belgilangan tartibda har bir turistga yetkazish;

- mijozga ish tartibi to'g'risida, uning huquqiy manzili, litsenziyaning mavjudligi, majburiy sertifikatlashga tortiladigan xizmatlar uchun sertifikatlarining mavjudligi, turizm faoliyatini aniq yo'nalishlarini yuritish uchun javobgor bo'lgan lavozimli shaxslarning familiyasi, ismi, sharifi haqida to'la ma'lumot berish;

- turistlar xavfsizligini ta'minlash, jarohatlanganda, betob bo'lganda va boshqa holatlarda tibbiy hamda boshqa birinchi yordam ko'rsatish tizimining mavjudligi.

Litsenziya olish uchun tegishli zaruriy hujjatlarni tayyorlashga to'g'ri keladi ularga qo'yidagi ma'lumotlar kiradi:

- huquqiy shaxsni tashkiliy – huquqiy shakllari hamda nomi uning joylashgan manzili (pochta manzili), huquqiy shaxsning amalga oshirishni mo'ljallagan faoliyat turini litsenziyalanadigan bank muassasasining hisob – kitob raqami va bank muassasining nomi, ko'rsatilgan faoliyat turini amalga oshirish muddatlari ko'rsatilgan litsenziya berish to'g'risidagi **arizasi**;

- huquqiy shaxsni davlat ro'yxatidan o'tganligi to'g'risida guvohnomaning notariusdan tasdiqlangan nusxasi;

- litsenziya tadqiqotchisi tomonidan litsenziya tadqiqotchisining arizasini ko'rib chiqish uchun 5 karra minimal ish haqqi miqdorida litsenziya yig'imlarini o'tkazganligini tasdiqlovchi **hujjat**. Agar tadqiqotchi tomonidan berilgan ariza rad qilingan holatlarda to'langan summa qaytarilmaydi;

- litsenziya tadqiqotchisining binodan foydalanish huquqini tasdiqlovchi hujjatlar hamda «O'zbekturizm» MK vakillari tomonidan tuzilgan komissiyaning binoni, moddiy – texnikaviy jihozlangani,

faoliyat turini litsenziyalash talablariga javob berishini tasdiqlovchi va uni ko'zdan kechirganligi haqidagi **hujjati**;

- shakillantirilgan nizom jamg'armasi miqdori to'g'risida bank **ma'lumotnomasi**;

- mutaxassislarga turizm sohasidagi ish staji yoki maxsus ta'limning mavjudligini tasdiqlovchi **hujjat** (diplom yoki mehnat daftarchasining nusxasi, ishga qabul qilish to'g'risida buyruq);

- rahbarning ismi, sharifi, familiyasi, tug'ilgan yili, pasport ma'lumotlari, uy manzili, ma'lumoti, telefon raqamlari to'g'risidagi **ma'lumotlar**.

«O'zbekturizm» MK tomonidan qarorlarni qabul qilish jarayoni qat'iy aniq belgilangan vaqtda amalga oshiriladi, lekin amaliyotda ba'zan ayrim kechikishlar ham kuzatiladi. Shunga qaramasdan litsenziya berish yoki berishni rad etish to'g'risidagi qarori litsenziya tadqiqotchisi tomonidan barcha zaruriy hujjatlarni ariza bilan birgalikda taqdim etgandan so'ng 30 kundan ortiq bo'lmagan muddatda qabul qilinadi.

Ekspertlarni fikriga qaraganda, bu huquqni muhofaza qilish organlarining, moliyaviy va soliq xizmatlarining o'z sohalari bo'yicha zaruriy tekshirishlari bilan bog'liqdir. Masalan, turizm sohasidagi faoliyat uchun litsenziya firma – egalari (rahbarlari) to'g'risida ma'lumotlar jo'natiladigan muassasalar ro'yxatiga Milliy xavfsizlik xizmati, Ichki ishlar Vazirligi (IIB), Tashqi ishlar Vazirligi, Tashqi iqtisodiy aloqalar agentligilari kiradi.

Har qanday holatda «O'zbekturizm» MK 15 kun muddat ichida, taqdim etilgan hujjatlar bo'yicha ekspert xulosalarini tayyorlaydi, hujjatlarni ko'rib chiqadi hamda litsenziyani berish yoki (bermaslik) uni rad etish to'g'risidagi takliflarini komissiyaga tasdiqlash uchun tegishli qaror qilinganligi haqida qaror bayonnomasini tasdiqlaydi.

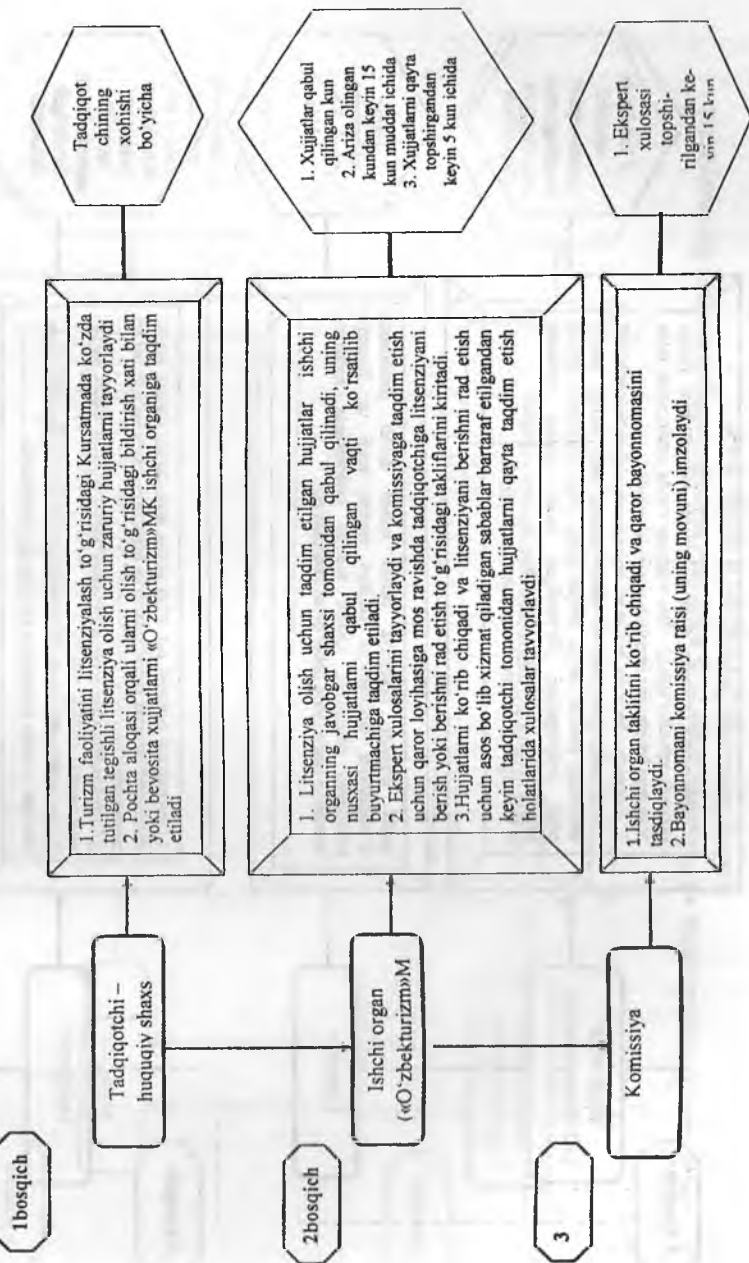
Undan so'ng natijalar to'g'risida Milliy kompaniya uch kun muddat ichida tadqiqotchini xabardor qiladi, ya'ni unga bank rekvizitlari ko'rsatilgan holda yozma shaklda bevosita taqdim etadi yoki jo'natadi (unda davlat bojinito'lash muddati va hisob raqamlari aks etishi kerak). Bir vaqtning o'zida tadqiqotchiga litsenzion kelishuvni imzolash uchun jo'natadi. Shuni qayd qilish kerakki, agar 3 oylik muddat ichida yuqorida qayd qilingan litsenziat kelishuvi tuzilmasa va davlatboji to'lanmagan holatlarda hukumat komissiyasi litsenziyani bekor qilish to'g'risida qaror qabul qilish huquqiga ega.

Quyida O'zbekistonda «O'zbekturizm» MK ning ishchi organi orqali turizm litsenziyasini rasmiylashtirish jarayoni va bosqichlari 20.2-rasmda ko'rsatilgan.

BOSQICHLAR

SUBYEKTLAR

TADBIRLARNI IJRO ETISH MUDDATLARI



20.2. «O‘zbekturizm» Milliy kompaniyasining litsenziyalarni tekshirish jarayonidagi huquqlari

Litsenziat tomonidan litsenziya talablari va shartlariga rioya qilishni nazorat qilish qonunda belgilangan tartibda «O‘zbekturizm» M.K tomonidan amalga oshiriladi. Bunda «O‘zbekturizm» M.K quyidagi huquqlarga ega:

- litsenziatni litsenziya talablari va shartlariga rioya qilinishini rejali tekshiruv va litsenziat tomonidan ushbu holatlarda buzilish faktlari mavjud bo‘lganda rejadani tashqari tekshiruvlarni o‘tkazadi;

- litsenziya talablari va shartlariga rioya qilishni tekshirishni o‘tkazishda tug‘iluvchi masalalar bo‘yicha zaruriy ma‘lumotlarni so‘rash hamda olishga;

- tekshirish natijalari asosida litsenziatni litsenziya talablari va shartlarini aniq buzilishlarini ko‘rsatgan holda akt yoki ma‘lumotnoma tuzadi.

- aniqlangan kamchiliklarni litsenziatga bartaraf etish majburiyatini yuklovchi bunday buzulishlarni bartaraf etish muddatlarini belgilovchi qarorni chiqarishga;

- litsenziya harakatini to‘xtatib qo‘yish, ta‘qiqlash yoki bekor qilish to‘g‘risida masalani Komissiyada ko‘rib chiqish uchun taqdim etadi.

«O‘zbekturizm» M.K turizm faoliyatiga litsenziya reestrini yuritadi, uning ma‘lumotlari jismoniy va huquqiy shaxslar uchun ochiq hisoblanadi (20.1-jadval).

Beriladigan litsenziyalarda turistlarga xizmat ko‘rsatish sifati va darajasini hisobga olgan holda ikki turning indeksatsiyasi amalga oshiriladi:

- CH– chet el turizmi;
- M– milliy turizm.

20.1-jadval

«O‘zbekturizm» M.K va litsenziatning ayrim rasmiyatchiliklarining mazmuni va maqomi

Maqom	Mazmuni
Litsenziya kelishuvi	<ul style="list-style-type: none">- kelishuvni imzolagan mansabdor shaxsning familiyasi, ismi va sharifi;- tomonlarning rekvizitlari;- litsenziya beriladigan faoliyat turining nomi;- litsenziatga qo‘yiladigan litsenziya talablari va shartlarini

	buzganlik uchun tomonlar javobgarligi; - litsenziya kelishuvi talablari va shartlarini litsenziatni bajarilishi ustidan ishchi organi tomonidan nazorat tartibi.
Litsenziyalar reestri	- huquqiy shaxs nomi, uning tashkiliy huquqiy shakli, pochta manzili, telefon va faks nomeri; - rahbarning familiyasi, ismi va sharifi; - litsenziya nomeri va berilgan vaqti; - litsenziyani amal qilish muddati; - litsenziyani qayta rasmiylashtirish vaqti va asos, amal qilish muddatini uzaytirish, amal qilishni to'xtatib qo'yish va amal qilishni boshqatadan yo'lga qo'yish; - litsenziyani ta'qiqlash uchun asos va vaqti (sana); - litsenziyani bekor qilish uchun asos va vaqti (sana); - dublikatni berish sanasi va asos.

20.3. Turizmda sertifikatlashtirishning turlari

Sertifikatlash – bu aholi salomatligini va xavfsizligini ta'minlash maqsadida tayyorlangan korxonada mahsulotlari yoki xizmatlari sifatini tartibga solish jarayonidir. Shuni qayd qilish kerakki, sertifikatlash nafaqatgina chetdan kelayotgan import tovar va xizmatlarga, balki mahalliy ishlab chiqariladigan tovar va xizmatlarga ham tegishlidir. Ekspert ma'lumotlari bo'yicha O'zbekistonda 2.5 mingdan ortiq tovar va xizmatlar sertifikatlanadi.

Turizm va mehmonxona xizmatlari sertifikatlash majburiy hisoblanadi. Turizm sohasida tovar va xizmatlarni sertifikatlash quyidagi maqsadlar uchun amalga oshiriladi:

- inson hayoti, atrof-muhit uchun havfli bo'lgan mahsulotlarni, huquqiy va jismoniy shaxslar mulkini sotishni nazorat qilish;
- jahon bozorini raqobatbardosh mahsulotlar bilan ta'minlash;
- iste'molchini insofsiz, xizmat ko'rsatuvchidan va ishlab chiqaruvchidan himoya qilish;
- mahsulotni yaratilgan (kelib chiqqan, ishlab chiqarilgan) manzili tasdiqlash;
- ishlab chiqaruvchi taqdim etadigan mahsulotlarning xizmatlarning sifat ko'rsatkichlarini tasdiqlash.

Turizmda sertifikatlash «mahsulot va xizmatlarni sertifikatlash to'g'risida»gi qonuni hamda boshqa me'yoriy hujjatlar bilan tartibga solinadi. Uning obyektlari bo'lib, mahsulotlar, xizmatlar hamda sifat

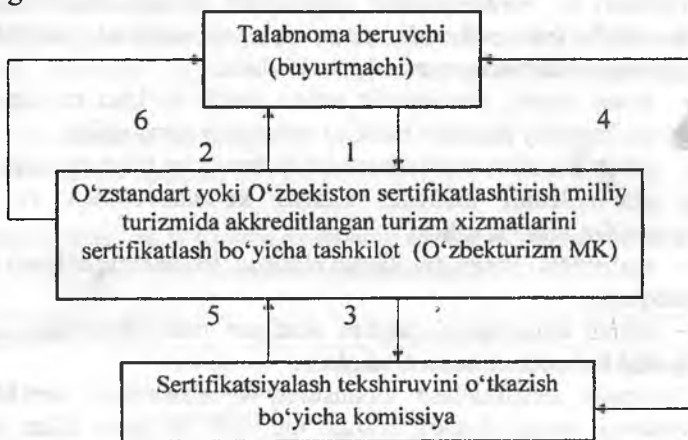
tizimlari hisoblanadi. Shuni qayd qilish kerakki, sertifikatlashni ikki turi qo'llaniladi –**ixtiyoriy vama jburiy** sertifikatlash.

Ixtiyoriy sertifikatlash qo'yidagi holatlarda qo'llaniladi, uchinchi shaxslar yoki qo'shma korxonadagi chet el sheriklari ishlab chiqariladigan tovarlar va taqdim etiladigan xizmatlar uchun qo'shimcha sertifikatni talab etgan vaziyatlarda foydalaniladi.

Sertifikatlash jarayonining davlat organi bo'lib, Vazirlar Mahkamasi qoshidagi standartlash, sertifikatlashtirish va metrologiya agentligi (O'zdavstandart) hisoblanadi. Bundan tashqari, holi bo'lgan sertifikatlashtirish markazlari, tadqiqot laboratoriyalari, sertifikatni nazorat qilish organlari hamda O'zdavstandart tomonidan tan olingan yoki akkreditlashga mos ravishdagi turli sertifikatlashtirish funksiyalarini bajaruvchi sifat ekspert-auditorlari ham faoliyat ko'rsatadi.

Sertifikatlash davomiyligi sertifikatsiyalanadigan mahsulotlar xizmatning kategoriyasiga bog'liq ravishda 1 kundan to 1 oygacha bo'lishi mumkin. Mana shu omil sertifikatlashtirish organiga beriladigan hujjatlar soniga ham ta'sir ko'rsatadi. Turizm korxonalarida bu oltita hujjatdan iboratdir. Turmahsulot marshrut (yo'nalish) ni sertifikatlashtirish uchun to'lov miqdori «O'zbekturizm» Milliy kompaniyasi tomonidan belgilanadi hamda mutahassisni bir kun davomida sarflangan vaqtiga nisbatan hisoblanadi.

Qo'yidagi 20.3-rasmda turizm xizmatlarini sertifikatlash jarayoni ko'rsatilgan.



20.3-rasm. O'zbekistonda turizm sohasida sertifikatlash jarayonining bosqichlari

Rasmga izoh:

1. Buyurtmachi «O'zbekturizm» M.K ga sertifikatlashni o'tkazish uchun ariza beradi. Sertifikatlash bo'yicha tashkilot uni qabul qiladi va qayd qiladi;

2. «O'zbekturizm» M.K dastlabki tahlil o'tkazish maqsadida mazkur hujjatni (korxonaga to'g'risida ma'lumotlar – korxonaga nomi, ustav fondi, rahbari malakaviy darajasini tasdiqlovchi hujjatning nusxasi) faqatgina bir qismini to'ldirish taklifi bilan buyurtmachiga anketa-savolnomalarni jo'natadi (u ariza bilan bir vaqtning o'zida ham taqdim etilishi mumkin). To'ldirilgan anketani olgandan so'ng, «O'zbekturizm» M.K ariza bo'yicha, sertifikatlash sxemasini tanlash bo'yicha qaror qabul qiladi, xizmatlarni tekshirish natijalari jarayonini aniqlaydi, buyurtmachi va «O'zbekturizm» M.K o'rtasida sertifikatlash bo'yicha ishlarni bajarishga shartnomani tayyorlaydi. Agar salbiy qaror qabul qilinsa bu holatda uning sabablarini buyurtmachiga yozma ravishda xabar qilinadi. Ariza bo'yicha qaror qabul qilish muddati ariza qabul qilingan kundan boshlab – 1 oy;

3. Turistik xizmatlarni sertifikatlash bo'yicha ishlarga haq to'lash va imzolangan shartnomani buyurtmachidan olgandan so'ng «O'zbekturizm» MK sertifikatsiya nazoratini o'tkazish bo'yicha komissiyani tuzadi (komissiya kompaniya xodimlaridan va shtatdan tashqari mutaxassislardan tashkil qilinadi) va ishlarni amalga oshirishga kirishadi;

4. Komissiya sertifikatlash nazoratini buyurtmachi anketa-savolnomani ikkinchi qismini to'ldirish taklifi bilan boshlaydi (asosan, korxonani faoliyat ko'rsatishi bilan bog'liq bo'lgan) hamda qator tasdiqlovchi hujjatlarni taqdim etishni suraydi. Turagentlikni sertifikatlashda idora (ofis, ish tartibi, aloqa vositalari va h.k.) litsenziya, turoperatorlar bilan shartnoma, ishchi xodimlar malaka-tajribasini h.k. tekshiradi;

5. Sertifikatsiya tekshiruvini tugagandan so'ng barcha materiallar asosida buyurtmachini sertifikatlashni o'tkazish akti tuziladi;

6. Akti olgandan so'ng, «O'zbekturizm» M.K barcha materiallar ekspertizasini o'tkazadi (akti, ekspert xulosalarini, anketa natijalarini va h.k. ni) hamda imzolangandan so'ng, 10 kun muddat ichida qaror qabul qiladi:

a) maxsus resstrda qayd qilingan sertifikatni berish to'g'risida;

b) hujjatni berishni rad etish to'g'risida.

Agar buyurtmachi «O'zbekturizm» M.K qaroridan norozi bo'lsa, u O'z davstandart qoshidagi maxsus komissiyaga appelyatsiya (qayta ko'rish) uchun da'vo qo'zg'atish huquqiga egadir.

20.4. Sertifikatlashtirishda davlat standartlaridan foydalanish

Sertifikatlashni o'tkazishda mos ravishdagi davlat standartlaridan foydalaniladi, jumladan turizm sohasi bo'yicha bular quyidagildardan iborat bo'ladi:

- GOST 30385-95. Aholiga ko'rsatiladigan xizmatlar. Terminlar va asosiy tushunchalar;

- GOST 28681.1-95. Turizm-ekskursiyaga doir xizmatlar. Turizm xizmatlarini loyihalash;

- GOST 28681.2-95. Turizm-ekskursiyaga doir xizmatlar. Turizmga xos xizmatlar. Umumiy talablar.

- GOST 28681.3-95. Turizm-ekskursiyaga doir xizmatlar. Turistlar va sayohatchilar havfsizligini ta'minlash bo'yicha talablar;

- GOST 28681.4-95. Turizm-ekskursiyaga doir xizmatlar. Mehmonxonalar klassifikatsiyasi;

- ISO/MEK 2 1996. Yo'riqnom. «Standartlashtirish va turli u bilan bog'liq faoliyat sohalarida umumiy terminlar va tushunchalar».

- RD O'z 51-026-94. O'zbekiston Respublikasida sertifikatlashning Milliy tizimi. Appelyatsiyalarni ko'rib chiqish tartibi;

- RD O'z 51-053 -96. O'zbekiston Respublikasida sertifikatlashni Milliy tizimi. Xizmatlarni sertifikatlash. Asosiy qoidalar;

- RD O'z 51-061-97. O'zbekiston Respublikasida sertifikatlashni Milliy tizimi. Xizmatlarni sertifikatlashni milliy tizimi. O'tkazish tartibi.

Shuni qayd qilish kerakki, yuqorida ko'rsatilgan «Tartib» ko'rsatilgan xizmatlarni sertifikatlash bo'yicha ular tomonidan akkreditlangan organlarga hamda turizm faoliyati subyektlariga O'z davstandartga joriy qilinadi.

Majburiy sertifikatlash turizm xizmatlarini taqdim etish bilan bog'liq bo'lgan faoliyatni amalga oshirishga litsenziyasi mavjud bo'lgan turizm faoliyati subyektlari tomonidan ko'rsatiladigan turizm xizmatlari tortiladi.

Sertifikatlashni amalga oshirishda ko'rsatiladigan xizmatlar tavsifi tekshirib ko'riladi hamda quyidagilarga imkon beruvchi tekshirish usullaridan foydalaniladi:

- xizmatlarni identifikatsiyalash (tenglashtirish, aynan o'xshatish) ni o'tkazish, jumladan, klassifikatsiya guruhlanishiga (OKUN) tegishli ekanini tekshirish;

- sertifikatlanadigan turizm xizmatlarini me'yoriy hujjatlarda belgilangan majburiy talablarga mosligini tasdiqlash.

20.5. Turizmda standartlashtirish jarayonining mazmuni va mohiyati

Standart vakolatli davlat organlari tomonidan tasdiqlangan normalar majmuasini, mahsulot va xizmatlarga bo'lgan qoida va talablarni belgilovchi normativ texnik hujjat bo'lib hisoblanadi. Shuni ta'kidlash kerakki, standartlar nafaqat moddiy obyekt (tovarlar, mahsulotlar, xizmatlar, buyum namunalari) balki, normalar, qoidalar, tashkiliy-metodik va umumtexnik harakterdagi obyektlar uchun ham ishlab chiqariladi.

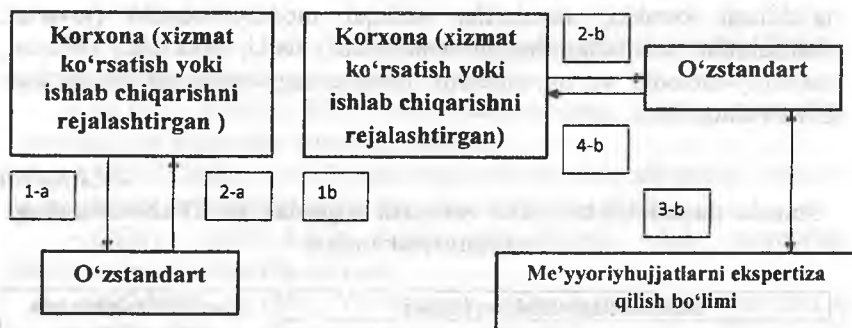
20.2-jadval

Standartlashtirish bo'yicha vakolatli organlar va O'zbekistondagi standartlar toifasi

Standartlashtirish organlari		Standartlashtirishda qo'llaniladigan standartlar toifasi va normativ hujjatlar
Nomi	Funksiyalari	
Standartlashtirish, metralogiya va sertifikatatsiya bo'yicha O'zbekiston agentligi	Standartlashtirish bo'yicha umumma'muriy va yuridik vakolatlar	- xalqaro (davlatlar va mintaqalar bo'yicha) standartlar; - sanoat turi standartlari;
«O'zbekturizm» Milliy Kompaniyasi	Turistik ahamiyatdagi obyektlar standartizatsiyasi	- texnik standartlar, shartlar;
Tabiatni muhofaza qilish davlat qo'mitasi	Atrof-muhit himoyasi va tabiiy resurslardan foydalanish standartlari	- korxonalar standartlari; - boshqa davlatlarning davlat standartlari;
Sog'liqni saqlash Vazirligi	Dori vositalarini ishlab chiqarish va amalga oshirish bo'yicha korxonalar va tibbiy maqsaddagi tovarlar. standarti	- ma'muriy-hududiy standartlar; - O'zbekistonda qo'llanuvchi ta'lim standartlari.
Boshqa sohadagi Vazirliklar va idoralar	Tegishli iqtisodiy sohalar standartlari	

O'zbekistonning Butunjahon Savdo tashkilotiga a'zo bo'lishiga intilishi munosabati bilan, standartlashtirish jarayoni sohalar,

korxonalar, va hududlarga yanada ko'proq dahldor bo'lmoqda. Yangi progressiv standartlarga o'tish, turistik firmalarga qiyinchilik tug'dirishi mumkin, chunki ularning ba'zilari haligacha eski texnologik vositalardan foydalanishmoqda, biroq jahon bozorida raqobatbardosh bo'lish uchun unga rioya qilish kerak bo'ladi.



20.4-rasm. Turizm sohasida standartlashtirish jarayonidagi rasmiyatchiliklar

Rasmga izoh:

1-a GOSTga muvofiqlik sertifikat olish uchun, Uzstandartga ariza va zaruriy hujjatlar paketini berish.

2-a O'zstavstandart ariza tushgan vaqtdan boshlab 15 ish kuni davomida uni ko'rib chiqib, qaror chiqaradi: (a) korxonaga mahsulot ishlab chiqarishni amalga oshirishidagi GOSTni tasdiqlash; (b) rad etish haqida asos. Arizani ko'rib chiqishga tadbirchor bo'lishi shart.

1-b Korxonaga O'zstavstandart instruksiyasiga muvofiq o'zining texnik shartlarini (SH) ishlab chiqaradi. SH lar o'z ichiga quyidagilarni olishi kerak: (a) texnik talablar, (b) havfsizlik talablari, (d) atrof-muhit muhofazasi talablari, (e) qabul qilish qoidalari, (h) sifat nazoratining usullari, (i) tashish va saqlash, (g) ishlab chiqaruvchi kafolatlari, (k) ekspluatatsiya bo'yicha ko'rsatmalar.

2-b Mahsulotni ishlab chiqqandan so'ng, ushbu hujjat ariza bilan birga 3 nusxada o'zbek va rus tillarida O'zstavstandartga topshiriladi.

3-b Ariza va hujjatlar paketi me'yyorihujjatlarni ekspertizasi bo'limiga kelib tushadi va 15 ish kuni ichida materiallar tahlili amalga oshiriladi.

4-b Barcha hujjatlarni ko‘rib chiqqandan so‘ng, (a) korxonalar ishlab chiqarishni amalga oshirishiga muvofiq mahsulotning tasdig‘i haqida; (b) asosli rad etish haqida O‘zdavstandart qaror qiladi. Ekspertizani o‘tkazganligi uchun korxonalar bo‘j to‘laydi.

Turizm sohasiga oid standartlar. O‘zbekistonda tashkiliy-huquqiy shakllaridan qat‘iy nazar, barcha turistik korxonalar tomonidan turistik xizmatlar sifatiga majburiy va tavsiya etiluvchi talablarni belgilovchi standart mavjud. Amaliyotda bu tizim turistning hayoti, sog‘lig‘i va mulkining xavfsizligini hamda atrof-muhitni qo‘riqlashni taminlaydigan turistik xizmatlar sifatiga bo‘lgan majburiy talablarini o‘z ichiga oladi. Shuni aytish kerakki, turistik xizmatlarga (ekskursiya, paxoda, sayohat) va xizmat ko‘rsatishi shartlariga bo‘lgan talablar majburiy va tavsiyalanuvchilarga bo‘linadi. Barcha turistik xizmatlarga majburiy bo‘lgan talablar quyidagilar:

- hayot va sog‘liq xavfsizligi;
- turist va ekskursantlar mulkining saqlanishi;
- atrof-muhit muhofazasi.

Turist va ekskursantlar hayoti va sog‘ligi xavfsizligi. Barcha turistik xizmat turlari iste‘molchilar sog‘ligi, hayoti va mulki uchun xavfsizlik ta‘minlangan bo‘lishi kerak. Turistik xizmatlar xavfsizligi normal sharoitda bo‘lganidek, favqulodda holatlar (tabiiy ofat va boshqalar) da ham ta‘minlanishi kerak. Turistik trassalar ekologik qulay va sanitar-epidemiologik sharoitlari yaxshi bo‘lgan hududlarda joylashtirilishi kerak.

Turistik xizmatlarga va xizmat ko‘rsatish sharoitlarga talablar. Ko‘rsatilayotgan turistik xizmatlar iste‘molchilar uchun qo‘shimcha qulayliklarni o‘z ichiga oluvchi talablarga mos kelishi kerak. Turistik xizmatlar va xizmat ko‘rsatish sohasiga tavsiya qilinuvchi talablar quyidagilar:

- turistik xizmatlar xizmat ko‘rsatiladigan iste‘molchilar xohishi va jismoniy imkoniyatlariga javob berish kerak;
- ijroning aniq va o‘z vaqtida bo‘lishi, iste‘molchilarga ko‘rsatilayotgan turistik xizmatlar hajmi, muddati va xizmat ko‘rsatish shartlariga ko‘ra, yo‘llanma, chipta, kvitansiyada ko‘rsatilgan talablarga mos kelishi kerak;
- majmuiylik (komplekslilik) ko‘rsatiladigan turistik xizmatlar nafaqat asosiy xizmatlarda balki, qo‘shimcha xizmatlardan (maishiy, aloqa, savdo) foydalanish imkonini yaratish kerak;

- xizmat ko'rsatuvchi xodimlarning odob-axloqligi, xizmat ko'rsatuvchi xodimlar axloq normalariga rioya etishi kerak, xodimlar iste'molchilarga nisbatan, muloyim xushmuomila bo'lishlari kerak;

- qulaylik-turistik xizmatlar iste'molchilar uchun yaratilgan qulay sharoitlarda ko'rsatilishi kerak, bino loyihalari qulay, ratsional jihozlangan bo'lishi kerak;

- estetiklik-binolarning badiiy masalalari, turistik korxonaning hududi, tashkilot marshruti, bino inter'arlari jihozlanishi mos kelishi kerak, xodimlar tashqi ko'rinishi va nutq madaniyati estetik talablariga to'la mos kelishi kerak;

- davomiylilik ya'ni xizmat ko'rsatish davomiyligi, turistik va ekskursion marshrutlar davomiyligi va murakkabligi, ishlatilayotgan transport vositalari va boshqa xizmat ko'rsatish vositalari turistlar jismoniy va ruhiy imkoniyatlariga mos kelishi kerak.

O'zbekistonda turistik xizmatlarni loyihalashtirishda hujjatlarni ko'rib chiqish tartibi mavjud. Shuningdek, turistik-ekskursion xizmat ko'rsatish sohasida standartlashtirish obyektlari, standartlar kompleksining strukturasi va boshqa standartlashtirish bo'yicha hujjatlarning maqsadi va vazifasini belgilovchi standart bor. Menejerlar turistik xizmatlar uchun ishlab chiqiluvchi loyiha materiallari, korxonalar va turistik xizmat ko'rsatish obyektlari (mehmonxonalar, turbaza, marshrutlar va boshqalar) davlat ekologik ekspertizasidan o'tishi shart. Xizmatlar esa amaldagi qonunlar va normativ hujjatlardagi talablarga mos kelishi kerak. Turistik xizmatlarni loyihalashtirish turistik korxonalar tomonidan amalga oshirilishi mumkin yoki boshqa tashkilot tomonidan ham bajarilishi mumkin. Bu holda manfaati bo'lgan korxonalar yoki tashkilot tashabbusi bilan shartnoma tuziladi.

Xizmat ko'rsatishni loyihalashtirishni asosi bu turistik xizmatlarning qisqa bayonidir, ya'ni bozorni tadqiq etish natijasida aniqlangan, buyurtmachi bilan kelishilgan va ijro etuvchi imkoniyatlarini e'tiborga olgan talablar majmuasidir. Shu asosda, u quyidagi tartibda amalga oshiriladi:

- xizmatlar tavsifinormalarining belgilanishi;
- turistlarga xizmat ko'rsatish jarayoni texnologiyasini belgilash;
- texnologik mahsulotlarni ishlab chiqish;
- sifat nazorati usullarini aniqlash;
- loyiha tahlili;
- loyihani tasdiqqa taqdim etish.

Turistlarga xizmat ko'rsatish jarayonidagi talablarni loyihalashtirish

Turistlarga xizmat ko'rsatish jarayonidagi talablarni batafsil ko'rsatuvchi hujjatlarga quyidagi elementlar kiritilishi lozim:

- turistlarga xizmat ko'rsatish jarayoni, shakli va usullarini bayon etish;
- turistlarga xizmat ko'rsatish jarayoni tavsifining ahamiyati;
- foydalaniladigan vositalar turi, miqdori va xizmat qilish imkoniyatlariga ega bo'lgan talablar;
- zarur xodimlar miqdori va ularning professional tayyorgarlik darajasi;
- xizmat va mahsulotlar yetkazishning kelishilgan ta'minoti;
- kafolatlar;
- zarur kelushuvlar (rekreatsion resurs egalari, sanitar epimideologik organlar va yong'in nazorati, davlat avtoinspeksiyasi va h.k.).

Alohida turdagi turistik xizmatlar loyihalashtirilishi qanday kechishini misol orqali ko'rib chiqamiz. **Masalan:** «*Chimyon tog'lar*» turistik firmasiga *Chimyon – Bildirsoy rekreatsion hududi bo'ylab turistik sayohat xizmatini loyihalashtirishga kirishildi*. Bu ikki bosqichda amalga oshiriladi.

1. Turistlarga xizmat ko'rsatish dasturiga muvofiq har bitta turdagi xizmatlarni loyihalashtirish.

2. Xizmatlarni to'raligicha loyihalashtirish.

Firma tomonidan amalga oshiriladigan turni loyihalashtirish korxonalar imkoniyatlarining turistlar talabiga mos kelishini ko'zda tutadi. Bu yerda aholining ehtiyojlari va to'lovga qodir talablarini o'rganish asosida tuzilgan xizmatlarning qisqa bayonini kiritish qabul qilingan. Masalan, Toshkent aholisining Toshkent viloyati Chimyon - Bildirsoy rekreatsion hududidagi turistik sayohatlar turi, shakllari va imkoniyatlari. Xizmat ko'rsatish dasturini ishlab chiqish quyidagilarni aniqlashni o'z ichiga oladi:

- marshrutni aniqlash, ya'ni kilometrdragi masofa (5, 10, 20 km va h.k.) va qanday joydaligini (past – baland, tog'li, suvli, o'rmonli va h.k.);
- turistik korxonalar ro'yxatini - xizmatlar ijro etuvchi (mehmonxonalar, transport tashkiloti, restoran, ekskursiya byurosi, ijara punkti);
- har bir xizmat ko'rsatuvchi tomonidan turni taqdim etish vaqti (ish vaqti, mavsum);

- ekskursiya tarkibi va diqqatga sazovor obyektlar (ya'ni guruhning ixtisoslashuvi va ornitologik, tarixiy, ekologik, yo'lda uchraydigan tabiiy va tarixiy joylar);

- turistik safar va sayohatlar ro'yxati (muhitga to'g'ri keladigan yuklamani hisobga olgan holda mavsumda qancha sayohat uyushtirish mumkinligi);

- bo'sh vaqtda o'tkaziladigan tadbirlar majmuasi (diskoteka, o'yin zallari va boshqalar);

- har bir marshrut punktida turish davomiyligi (ya'ni, turistlar necha soat/ kun dam olish joylarida to'xtaydilar);

- sayohatda qatnashayotgan turistlar soni (aniqlangan guruhlar hajmi);

- marshrut ichidagi tashishlar uchun transport turlari (mashina, vertolyot, otlar, velosiped);

- turizm bo'yicha instruktor-metodist ekskursavodlar, gid-tarjimonlar, boshqa xizmat ko'rsatuvchi xodimlarga va ularni qo'shimcha tayyorlashga bo'lgan talab;

- reklama, informatsion va kartografik materiallar shakllari va tayyorlanishi, turistik putyovkadagi informatsion varaqalar uchun sayohat bayoni.

Buning natijasida «Chimyon tog'larining» quyidagi texnologik hujjatlari tuziladi:

- turistik sayohatning texnologik haritasi;
- turistik korxonaning grafik yuklamasi;
- iste'molchiga taqdim etiluvchi turistik putyovkaga axborot varaqa;

- «turistik safar» xizmat loyihasi;

- turistik safar joyi va marshrutining ekspeditsion tekshiruvini o'tkazish;

- turistik manzillar va turistik safar trassasidagi turar joylarni joylashtirish va jihozlash loyihasini tayyorlash;

- zaruriy miqdordagi turistik inventar asboblari va transport vositalarining hisobi;

- turizm bo'yicha instruktor-metodistlar, boshqa xizmat ko'rsatuvchi xodimlar va ularni tayyorlashni tashkillashtirishga bo'lgan ehtiyojni aniqlash;

- reklama-axborot materiallarini safar trassasi bayoni bilan tayyorlash;

- xavfsizlik bo'yicha xizmat choralarini aniqlash.

Safar trassasini ishlab chiqish, qulay tabiiy sharoitli hududlar bo'yicha amalga oshirilishi kerak. Bu hududlar amaldagi normativ hujjatlarda belgilangan ekologik va sanitar – gigiyenik talablarga mos kelishi zarur, shuningdek, aniq turdagi turizm rivojlanishining real imkoniyatlari hisobga olinadi. Turistik marshrutini ekspeditsion tekshirishini o'tkazish haqidagi hisoboti va trassadagi xizmat ko'rsatish bo'yicha berilgan turistlar istaklarini ijtimoiy o'rganish bo'yicha materiallar loyihalashtirishning hujjatli asosi hisoblanadi.

Natijalar bo'yicha turistik safari trassasi pasporti ishlab chiqiladi va ular quyidagilarga muvofiq kelishi kerak:

- sanitar – epidemiologik xizmat organlariga, transport vositalari harakatini nazorat etuvchi boshqa tashkilotlar (avtoinspeksiya, suv inspeksiya va h.k.);

- turistik safari trassasi o'tadigan yer-suv mulklari boshqarmasi organlari.

«Ekskursiya» xizmati loyihalashtirilishi quyidagi belgilarni nazarda tutadi:

- tematik yo'naltirilish;
- ko'rib chiqish obyektlari;
- ekskursiyalar davomiyliligi;
- axborot hajmi;
- ekskursiyani ijtimoiy o'rganish natijalari.

Turistik-ekskursion sohada xizmat ko'rsatishni standartlashtirishning asosiy maqsadi sifat darajasini ko'tarishda normativ texnik ta'minlashdir. Shuningdek, turistik samaradorlik, ekskursion xizmat ko'rsatish va xizmatlardan foydalanuvchi iste'molchilar manfaatini himoyalash.

Standartlashtirishning asosiy vazifalari:

- xizmatlar va turistlarga xizmat ko'rsatish sifat ko'rsatkichlari nomenklaturasini belgilash;

- xizmatlar turistlarga xizmat ko'rsatish va ularning nazorat usuli sifatiga o'sib borayotgan talablarni belgilash;

- xizmatlar xavfsizligi, aholi sog'ligini qo'riqlash, atrof-muhit himoyasi, ijroning aniq va o'z vaqtida bo'lishi, xizmat ko'rsatishning estetikligini ta'minlovchi talablarini o'rnatish;

- turistik xizmatlar sertifikatlashtirish bo'yicha talablarni belgilash;

- turistik korxonalar faoliyati boshqa turistik ekskursion xizmat ko'rsatishda qatnashuvchi korxonalar bog'liqligini ta'minlash;
- standartlashtirish sohasida terminlar va asosiy tushunchalarni aniqlashni va aholiga turistik-ekskursion xizmat ko'satish sifatini boshqarishni belgilash.

Aholiga turistik-ekskursion xizmat ko'satishni standartlashtirish obyektlariga quyidagilar kiradi:

- turistik xizmatlar;
- turistik-ekskursion xizmat ko'satish jarayoni.

O'z davlat standart «O'zbekturizm» MK bilan hamkorlikda xavfsizlikni, aholi sog'lig'i va hayotini, atrof-muhit himoyasi ijrosining aniq va o'z vaqtida bo'lishini, majburiy-umumiy talablarni shuningdek, xizmat ko'rsatish turlariga tavsiya etuvchi talablarni o'rganadi. Ularning rasmiy qarashligidan qat'iy nazar, barcha turistik-ekskursion xizmat ko'satish korxonalari va tashkilotlari tomonidan amal qilinishi kerak. Shuningdek, aholiga turistik-ekskursion xizmat ko'satish faoliyati bilan shug'ullanuvchi kooperativ, qo'shma korxonalar va fuqarolarga ham tegishlidir.

20.3-jadval

Turistik-ekskursion xizmat ko'satish sohasida xizmatlar turi va standartlari

Bir turdagi xizmatlar	Umumiy talablarga doir standartlar
- Turistik va ekskursion xizmatlarni amalga oshirish; - Ekskursiya; - Turistik safarlar; - Reklama - axborot xizmatlari; - Maishiy xizmatlar; - Oziq-ovqat xizmatlari; - Madaniy-ommaviy xizmatlar; - Jismoniy-madaniy sog'lomlashtirish xizmatlari	- belgilash - xavfsizlik - ijroning aniq va o'z vaqtida bo'lishi - ergonomlilik - estetiklik - ekologik - qulaylik - kafolatlar va boshqalar

Aholiga turistik-ekskursion xizmat ko'satish sohasidagi standartlarning asosiy ko'rinishlari quyidagilar:

- asosiy standartlar;
- umumiy texnik standartlar;
- ishlab chiqarish jarayonlari (texnologik, boshqarishni tashkil etishni ta'minlovchi) standartlari;

- xizmatlar standarti.

Tayanch soʻz va iboralar: Turistik faoliyatni litsenziyalashtirish, litsenziya, litsenziya reestrining tarkibi, rasmiyatchiliklarning bosqichlari, hujjatlarni taqdim etish, litsenziat, mintaqaviy boʻlimga uzatish, litsenziya tadqiqotchisi, dublikatni berish sanasi, litsenziyani taʼqiqlash uchun asos, sertifikatlashtirish, standartlashtirish, davlat standartlari, Oʻzdavstandart yoki Oʻzbekiston sertifikatlashtirish milliy turizmida akkreditlangan turizm xizmatlarini sertifikatlash, majburiy sertifikatlashtirish, asosiy standartlar.

Mustaqil ishlash uchun savollar:

1. Turistik faoliyatni litsenziyalashtirish rasmiyatchiligi nimadan iborat?
2. Litsenziya olish uchun davlat tomonidan oʻrnatilgan talablar nimalardan iborat?
3. Litsenziya olish uchun qanday hujjatlarni taqdim etish kerak?
4. Turizm faoliyatiga litsenziya olish rasmiyatchiliklarining bosqichlari va xususiyatlari nimalardan iborat?
5. Litsenziatni tekshirishni amalga oshirishda «Oʻzbekturizm»MK nimani amalga oshirish huquqiga ega?
6. «Oʻzbekturizm»MK turizm faoliyati boʻyicha litsenziya reestrining tarkibi nimadan iborat?
7. Turizmida sertifikatlashtirishning mazmuni va turlari nimadan iborat?
8. Sertifikatlashtirishda davlat standartlaridan foydalanish qanday amalga oshiriladi?
9. Oʻzbekistonda turizmni sertifikatlash jarayoning bosqichlari nimalardan iborat?
10. Xizmatlarni standartlashtirish deganda nima tushuniladi?

Amaliy mashgʻulotlarga tayyorgarlik koʻrish uchun topshiriqlar:

1. Yangi tashkil qilinadigan turistik firmaga oʻrnatilgan tartibda litsenziya olishini taʼminlang va uning koʻrsatadigan barcha xizmatlarini sertifikatlashtirish jarayonini amalga oshiring. Maʼruzada keltirilgan «Chimyon togʻlari» misoli kabi yangi turistik firmaning tegishli texnologik hujjatlarini tuzing. Ushbu jarayonlarni ifodalovchi taqdimot tayyorlang.

Test savollari:

1. Sertifikatlash – bu.....?

a) aholi salomatligini va xavfsizligini ta'minlash maqsadida tayyorlangan korxonada mahsulotlari yoki xizmatlari sifatini tartibga solish jarayonidir

b) mahsulot va xizmatlarga talab

d) jismoniy shaxslar mulkini sotish uchun talab

e) mahsulotlarning, xizmatlarning sifat ko'rsatkichlariga qo'yiladigan talab

2. Sertifikatlashning nechta turi mavjud?

a) 2 ta

b) 1ta

d) 3ta

e) cheksiz

3. Turistik faoliyat bilan shug'ullanish huquqini belgilovchi hujjat qanday nomlanadi?

a) litsenziya

b) sertifikat

d) guvoohnoma

e) ruxsatnoma

4. O'zbekistonda ichki ishlar organlari tomonidan beriladigan «viza»lar necha yilga beriladi?

a) ikki yilga

b) bir yilga

d) bir yil-u olti oyga

e) ikki yil-u olti oyga

5. Standart qanday hujjat hisoblanadi?

a) vakolatli davlat organlari tomonidan tasdiqlangan normalar majmuasini, mahsulot va xizmatlarga bo'lgan qoida va talablarni belgilovchi normativ texnik hujjat bo'lib hisoblanadi;

b) mahsulotlarning, xizmatlarning sifat ko'rsatkichlariga qo'yiladigan talab;

d) turist va ekskursantlar mulkining saqlanishda qo'yiladigan talab;

e) tovar va mahsulotlarning soni hamda miqdoriga qo'yiladigan talab.

21-mavzu. TURIZM SOHASIDA XALQARO XAVFSIZLIKNING HUQUQIY ASOSLARI

Reja:

- 21.1. Turizm sohasida xavfsizlikni ta'minlash tamoyillari
- 21.2. Xalqaro turizmda turistlarining hayoti xavfsizligini ta'minlashning xalqaro huquqiy va me'yoriy hujjatlari
- 21.3. O'zbekiston Respublikasi qonun va qarorlarida turistlar hayoti xavfsizligini ta'minlash
- 21.4. Turizm rasmiyatchiligiga oid hujjatlar

21.1. Turizm sohasida xavfsizlikni ta'minlash tamoyillari

«Turizm xavfsizligi» keng ma'noli tushuncha bo'lib, turizmda xavfsizlik turist va uning yuklarining xavfsizligi, turistik muhit qatnashchilarining muhim hayotiy qiziqishlarini ichki va tashqi havflardan, hamda turizm rivojlanishida atrof-muhitni salbiy omillardan himoyalanganligi tushuniladi.

Turizmdagi xavfsizlik – bu turist hayoti va sog'lig'ini saqlash maqsadida, hamda unga va atrof-muhitga (jamoaga, jamiyatga, davlatga, tabiatga) yetkazilgan zararlarni minimallashtirishga qaratilgan majmuali tadbirlardan iborat. Dunyoda bo'lib o'tayotgan voqea, hodisalar xavfsizlik masalasi qanchalik muhimligini ko'rsatmoqda va bu yerda nafaqat mamlakat ichki tartibi, balki xalqaro darajada muvofiq-lashtirish talab etiladi. Turizmda xavfsizlikni ta'minlash borasidagi qarorlar turistik faoliyat sohasidagi qonunlarning asosiy tarkibiy qismi hisoblanadi.

Hozirgi paytda, turizmda xavfsizlik masalasi quyidagi tamoyillar asosida ta'minlanadi:

1. Milliy qonunlar, xalqaro huquqlar asosida turistlarni jo'natuvchi yoki qabul qiluvchi, davlat ularni himoya qilishi, panohiga olishi shart. Mamlakatda xorijiy turistlar kelishini nazorat qiluvchi, shaxsiy mulkini, shaxsiyatini himoya qiluvchi, joriy-qidiruv ishlarini olib borish, sug'urta to'lovlarini to'lash, valyuta ayriboshlash, madaniy qiymatga ega buyumlarni olib chiqish, axborot olishga imkoniyat, diplomatik va advokat ko'magi va boshqa masalalarga tegishli huquqiy-me'yoriy aktlar qabul qilinadi. Turistik firmalar litsenziya oladilar va mahsulotlarini sertifikatlaydilar. Xalqaro me'yorlar aviatashchilar, suv transporti kompaniyalari, avtokorxonalaridan avariya va favqulodda

hodisalarni oldini olish maqsadida yagona va universal standartni bajarishni talab qiladi.

2. Makrodarajadagi tashkiliy mexanizmlar asosida. Bevosita va bilvosita turistlar xavfsizligini ta'minlash bilan bog'liq davlat va jamoa tarkiblari yordamida amalga oshiriladi. Bular huquqiy, tartibni saqlash kuchlari (militsiya, razvedka xizmatlari) jinoyatchilikning oldini oladi; bojxona tarkibi – bular, eksport – import, kontrabanda bilan kurashadilar; **qutqaruv xizmatlari** (tog' hududlarida, o'rmonlarda, yong'indan, tibbiy, FHV va boshqalar.) – odamlarni tabiiy ofatlar va texnogen xavflari mavjud joylardan qutqaradilar. Tashqi ishlar vazirligi – vaqtinchalik kelgan mamlakatda har xil holatlarga tushib qolgan fuqarolarga konsullik himoyasi xizmatini taqdim etadilar. **Soliq qo'mitasi** – iqtisodiy jinoyatchilikka qarshi kurashadi, **standartlashtirish xizmati** – iste'molchilarga taklif etiladigan tovar va xizmatlar soni va sifatini nazorat qiladi, **prokuratura** – davlat va shaxsga qarshi harakatlarni oldini oladi, **veterinariya va sanepidemiologiya xizmati** – sanitariya talablarini tekshiradi va b.

3. Mikrodarajadagi tashkiliy mexanizm asosida. Bu sayohatchilarga bevosita xizmatlar taklif etuvchi turistik korxonalaridir. Masalan: turfirma marshrutni sertifikatlaydi, sug'urta kompaniyasi – sayohatchi hayotini sug'urtalaydi, mehmonxona yong'in va epidemiologik xavfsizlikni ta'minlaydi, avtotransport korxonalari mashinalarning texnik holatini tekshiradi.

Mahalliy jamoa ham tashrif buyuruvchilarning xavfsizligini ta'minlashlari shart. Buning uchun gidlar maxsus tayyorgarlikdan o'tadilar, marshrutlar xavfsizligi (yo'llar toshloq, zaharli o'simliklar, yovvoyi hayvonlar) tekshiriladi, turistlar maxsus moslamalar (palatka, qutqaruv jileti, dori-darmon) bilan ta'minlanadi, qutqaruvchilar va o'rmon xizmatlari guruh kelgani va ularning bu yerda bo'lish muddati haqida ogohlantiriladi. Turistning o'zi ham xavfsizlik qoidalariga rioya qilishi shart. Ya'ni, uning hayoti va sog'lig'iga nimalar xavf solishini anglashi, qabul qilingan talablarga rioya qilishi, hushyor bo'lishi shart.

4. Iqtisodiy mexanizmlar asosida. Xavfsizlik ta'minlanishining iqtisodiy mexanizmlari turist hayoti va mulkiga zarar yetkazilganda uni moliyaviy qoplashni nazarda tutadi. Masalan: sug'urta kompaniyasining sug'urta fondi zaruriy summani to'lashga qurbi yetadigan bo'lishi kerak.

5. Ijtimoiy – madaniy va siyosiy darajada xavfsizlik jamiyatni boshqa ijtimoiy qarashlardan – diniy, g'oyaviy, udumlarning buzulishi va boshqalar nazarda tutiladi. Afsuski, turizm alkogolizm, narkomaniya

va boshqa salbiy oqibatlariga ham sabab bo'lmogda. Bu yerda xalqaro terrorizmga qarshi kurash, diniy ekstremizmga qarshi davlatlararo koalitsiyalarni tuzish ham e'tiborga olinmogda.

21.1-jadval

Tarmoq miqiyosida turizmga xavfsizlik darajalari³³

Darajalar	Jalb qilingan strukturalar	Faoliyati
Birinchi: <i>Davlat xizmati tarkiblari</i>	Ichki ishlar Vazirligi	Jamoa tartibini saqlash, jinoyatchilik bilan kurashish, kriminal holatlarni nazorat qilish. Turistik politsiya. Xorijiy turistlarni mamlakat bo'ylab harakatlanishnita'minlash
	Milliy xavfsizlik xizmati	Terroristlar, ekstremistlarga qarshi kurash va boshqa davlatga qarshi harakatlarni oldini olish.
	Sog'liqni saqlash vazirligi	Yepidemiya qarshi kurash, kasalliklarni oldini olish, aholi salomatligini nazorat qilish
	Favqulodda hodisalar vazirligi	Texnogen va tabiiy ofatlarni ogohlantirish va oldini olish, operativ – qutqaruv tadbirlarini o'tkazish
	Bojxona qo'mitasi	Kantrabandaga qarshi kurash, eksport-import operatsiyalari jarayonida uyushgan jinoyatchilikni oldini olish, madaniy boyliklarni noqonuniy chiqib ketishga yo'l qo'ymaslik
	Tashqi ishlar vazirligi	Xorijdagi fuqarolarga konsullik himoyasini ta'minlash
	Mahalliy ma'muriyat	Ma'lum hududiy hodisani nazorat qilish
Ikkinchi: <i>Davlat jamoa xizmati tarkiblari</i>	Gidrometeorologi ya xizmatlari, seysmik stansiyalar	Tabiiy ofatlarni bashorat qilish, tabiiy ofatlar oqibatini baholash
	Mudofaa vazirligi	Aholi va shu jumladan turistlarni tashqi agressiyalardan himoyalash
	Standartlash, sertifikatlash va metrologiya	Tovar va xizmatlarni standartlash, ularni iste'mollash uchun xavfsiz ekanini tekshirish, turmahsulotni sertifikatlash

³³Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Основы безопасности в туризме.Т.: 2008.

	xizmati	
	Antimonopoliya qoʻmitasi	Monopoliyaga yoʻl qoʻymaslik, sifatsiz xizmatlardan himoyalash, gʻirrom raqobatning oldini olish
	Milliy turizm maʼmuriyati	Turizm sohasi faoliyati, xizmat sifatini tekshirish, obyektlarda xavfsizlik darajasi
	Turistik tashkilotlar assotsiatsiyasi	Turizmning xususiy sektorida xizmatlar sifatini nazorat qilish
	Isteʼmolchilar huquqini himoya qilish jamiyati	Isteʼmol huquqini himoya qilish, gʻirrom raqobatning oldini olish
	Tabiatni asrash qoʻmitasi	Tabiat bagʻrida odamlarning oʻzlarini tutishlari, xavfli flora va fauna haqida ogohlantirish
Uchinchi: <i>Davlat jamoa xizmati tarkiblari OAV</i>	Yoʻl qurilish xizmati – qurilish vazirligi	Shosse, magistrallar, harakat xavfsizligi. Bino, inshootlar qurilishi va ularning xavfsizligi
	Transport faoliyati ustidan nazorat	Passajirlarni tashishga moʻljallangan transport xavfsizligi
	Yongʻinga qarshi kurash xizmati	Yongʻinga qarshi tadbirlar
	Energiya nazorati va kommunal xizmatlar, telekommunikatsiya	Elektr tarmoqlar xavfsizligi, chiqindilarni olib chiqish, xavf tugʻulganda operativ aloqani taʼminlash
	OAV	Havflar haqida axborot berish
	Mahalliy oʻzini-oʻzi boshqarish organlari	Ijtimoiy-siyosiy barqarorlikni taʼminlash, hududda xavfsizlikni taʼminlash
Toʻrtinchi: <i>Xususiy xizmatlar tarkiblari</i>	Turistik tashkilotlar	Gidlar-marshrutda xavfsizlik qoidalariga rioya qilish, menejer – turistik faoliyat qatnashchilarini boshqarish, turlider – guruhda holatni nazorat qilish, muammoni boshqarish, korxonalarda xavfsizlik – mehmonxonalarda, obyektlarda
	Jismoniy shaxslar	Muammoning oldini olish uchun turistlar shaxsiy xavfsizlikka rioya qiladilar.

21.2. Xalqaro turizmda turistlarining hayoti xavfsizligini ta'minlashning xalqaro huquqiy va me'yoriy hujjatlari

Insonning hayoti xavfsizligini ta'minlash hamma vaqtda ham avvalo insonning o'z hayotini muhofaza qilish, sog'lig'ini saqlash, yashash istagi hissiyotlaridan kelib chiqadi. O'z hayoti xavfsizligining ertasini o'ylamaydigan, hozirgi zamonamizdan juda ko'p yillar ilgari xavfli sharoitlarda tavakkaliga sayohatga chiqqan jasur kishilar (Kuk, Skott, Magellan, Maklay, Livingston, Dikson, Nikitin, Bering, Dejnyov, Perjevalskiy, Polo, Batuta, Lazerev, Kruzshtern, Kolumb, Vamberi va boshqalar) buyuk geografik tadqiqotchi sayyohlar bo'lishgan, lekin, vaqt o'tishi bilan insonning yashashga bo'lgan hissiyotlari ham o'zgaradi. Bunday hissiyotlar zamirida albatta qo'rqish hissi hukmron, ikkilanish hissi kuchliroq bo'lganligi hisoblanadi. Bir mamlakatdan o'zga mamlakatlarga sayohat qilmoqchi bo'lgan turist albatta, bu mamlakatdagi siyosiy-ijtimoiy vaziyat bilan qiziqadi, axborotlarni to'playdi va ko'ngli tinchligi, havotir yo'qligidan aniq bir qarorga keladi.

Turizmning xalqaro miqiyosida rivojlanib borayotganligining sabablaridan biri, xalqaro nizolarning pasayishi, qurollanishning susayganligi natijasida jahon xalqlarining biri-biriga qiziqishi, ko'rishishga, muloqot qilishga, xalqlarning tarixiy-ma'naviy madaniyatiga, xalqlar yashayotgan davlatlar tabiatiga qiziqishi, intilishi hisoblanadi. Turizmdagi xalqaro huquq-me'yorlarini qabul qilgan mamlakatlarda turistlar ana shu huquq-me'yorlarga ishonib, suyanib, erkin harakat qilishadi. Shu bilan birga, turizm rivojlanishida turistik oqimlarning muayyan davlatda yoki davlatlarda ko'payishi turizmdagi xalqaro tashkilotlarning faoliyatiga ham bog'liq bo'ladi. Har bir davlatda, shuningdek xalqaro miqiyosda turizmni tashkil etishning eng muhim elementlaridan biri – turistlarning sog'lig'i va hayoti xavfsizligining ta'minlanishi hisoblanadi. Turistlarning hayoti xavfsizligi va buyumlarining saqlanish kafolati xalqaro miqiyosda va davlatlar hududlarida harakatlanish xavfsizligidagi juda ko'p majmualari tadbirlarning qonun himoyasida ta'minlanishni talab qiladi.

Turizmning xalqaro xavfsizligidagi xalqaro tajribalarni Butunujahon turistik tashkiloti (BTT) tadqiq qiladi va tadqiqot natijalari asosida ishlab chiqilgan tavsiyalarni xalqaro turizm to'g'risidagi qonun va huquqiy-me'yoriy hujjatlar qabul qilgan davlatlarga ko'rsatma – yo'llanma sifatida taqdim qilib kelmoqda.

Sayohatlarning xavfsizligini ta'minlash haqidagi Hartiya 1985- yil BTT dagi Bosh Assambleyaning VI – sessiyasida qabul qilingan. Hartiya tarkibi 9 ta modda va turist kodeksi, yana 9 ta moddadan iborat. Hartiyaning IV-moddasida turistlarning sog'ligi va hayoti xavfsizligini ta'minlashda, ularning buyumlarining saqlanishi, har bir davlat hududlarida erkin harakat qilishida quyidagi talablar bajarilishi dunyodagi barcha davlatlarga tavsiya qilingan:

- turistlarga imkoniyatlarning yaratilishi, o'z davlatida va chet ellik turistlar uchun sayohatlar davrida BMT, BTT, Xalqaro fuqarolar aviatsiyasi tashkiloti, Xalqaro dengiz tashkiloti, Xalqaro bojxona hamkorligi Kengashi va boshqa xalqaro tashkilotlarining turizm to'g'risidagi, xalqaro turizm to'g'risidagi «Holatlar», «Dasturlar», «Huquqiy-me'yorlar» bilan tanishish, o'rganish, foydalanish sharoitlarini yaratishlari;

- turistlarning bilimi va madaniyati o'sishiga hamkorlik qilishi va yetib kelgan davlatlarning mahalliy aholisi bilan bo'lgan muloqatlarda, aloqalarda o'zaro tushunish, o'zaro do'stona muhitlarining yaratilishi;

- turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlash va buyumlarining saqlanish chora-tadbirlarini xalqaro qonunlarga mos holda ishlab chiqishi;

- gigiyena va sog'liqni saqlash xizmatlariga murojaat qilish, yordam olishning barcha shart-sharoitlarini yaratishi, yuqumli kasalliklar va baxsiz hodisalardan saqlanish haqida ogohlantirish;

- turizmda buzg'unchilik maqsadlaridagi qilingan har qanday xatti-harakatlarning oldini olish;

- turistlar va mahalliy aholini giyohvandlik moddalaridan noqonuniy foydalanish manbalaridan himoya qilish tizimlarini ishlab chiqishi kabi xalqaro turizm huquqiy-me'yorlari ishlab chiqilgan.

BTT ning «Jahon turizmi bo'yicha Manila deklaratsiyasi» ni qabul qilgan Turizm bo'yicha Butunjahon konferensiyasi qarorlari muhim ahamiyatga ega. Konferensiya 1980- yil 27- senabrdan 20 oktabrgacha Filippin davlatining poytaxti Manila shahrida bo'lib o'tdi. Konferensiyaga 107 davlatning delegatsiyalari va 91 delegatsiya kuzatuvchi sifatida qatnashdi. Manila konferensiyasidagi eng muhim qaror va tavsiyalar xalqaro miqiyosida va davlatlarda turistlarning hayoti xavfsizligini, sog'lig'ini ta'minlash va ularning buyumlarini saqlash, davlatlarda turistlarning erkin harakatlariga barcha shart-sharoitlarni yaratish natijasida xalqlar, elatlar va millatlarning do'stona aloqalariga

asoslar yaratiladi, millatlar o'rtasidagi urf-odatlarini o'rganish, qiziqish natijasida bir-biriga yaqinlik qiluvchi davlatlararo madaniyat markazlari kelib chiqadi. Konferensiyaning tinchlik shiori – «Dunyoda tinchlikni, hamkorlik, hamjihatlikni saqlash, xalqlarning madaniy merosini rivojlantirishda turizmning hissasi» mavzusi qabul qilindi.

Butunjahon turizm tashkilotining (BTT) dunyo davlatlarining Parlamentlararo turizm bo'yicha xalqaro konferensiyasi Niderlandiyaning Gaaga shahrida 1989-yilning 30-martidan 14-apreligacha bo'lib o'tdi. Konferensiya ishida Parlamentlararo ittifoq (MGS) vakillari ham qatnashdi. Bu xalqaro tashkilotni Niderlandiya davlatning parlamenti taklif qilgan edi. Konferensiya birinchi navbatda BMT ning jahon davlatlarida turizmni rivojlantirishda BTT ning faoliyati muhim ahamiyatga ega ekanligini e'tirof etdi. Ikkinchidan, jahon turizmining rivojlanayotganligida xalqaro tashkilotlar: xalqaro mehnat tashkiloti (MOT), Butunjahon sog'liqni saqlash tashkiloti (VOZ), BMT ning fan va madaniyat, maorif tashkiloti (YUNESKO), Xalqaro fuqaro aviatsiyasi (MKAO), atrof-muhit bo'yicha BMT dasturi (YUNEP), xalqaro jinoiy qidiruv politsiyasi (INTERPOL) va xalqaro iqtisodiyot hamkorlik va rivojlantirish tashkilotlari BTT bilan mustahkam aloqada bo'ladi va yordam beradi.

Turizm bo'yicha Gaaga deklaratsiyasi 10 ta tamoyilni qabul qildi va uni barcha mamalakatlariga tarqatdi. Deklaratsiya jahonda turizmning rivojlanishida turizm xavfsizligi xalqaro miqyosda va milliy davlatlar miqyosida ta'minlanishi shartligini ta'kidladi. Bunga erishish uchun quyidagilarni amalga oshirishni tavsiya qiladi:

- turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlash me'yorlarini ishlab chiqish va turizmda joriy qilish;
- jamoatchilikka aniq axborotlarni yetkazish va tarqatish;
- turistlarning xavfsizligini o'rganuvchi va ta'minlovchi, ayniqsa ekstremal vaziyatlarda xavfsizlikni ta'minlashni tadqiq qiluvchi institutsional markazlar tashkil qilish;
- turistlarning xavfsizligini ta'minlashda xalqaro, qit'alararo hamkorlikni tashkil qilish va harakatlantirish.

Gaaga deklaratsiyasining turistlarning sog'lig'i va hayoti xavfsizligini ta'minlash bo'yicha tavsiyalari (7-tamoyil):

- turistlarni hurmat qilish, qadr-qimmatini, huquqini va xavfsizligini himoya qilish turizm rivojlanishining ajralmas qismidir. Shuning uchun ham:

19–moddasi: Turistlarning xavfsizligini ta’minlash chora-tadbirlari. Turistik faoliyat subyektlari turistlarning xavfsizligini ta’minlash maqsadida:

- turistlarning safarda xavf – xatardan holi bo’lishlari uchun shart-sharoitni, safar, sayr, ekskursiya yo’llari, musobaqalar o’tkaziladigan joylarning ta’minlanishlari;

- turistlarga jarohatlanish va baxtsiz hodisalardan saqlanish hamda ularning oldini olish usullarini o’rgatishlari, birlamchi tibbiy yordam ko’rsatish yuzasidan yo’l-yo’riq berishlari, shuningdek, belgilangan yo’nalishning xususiyati va turistlarning xatti-harakatiga bog’liq holda yuzaga kelishi mumkin bo’lgan xavf manbalari haqida ularning o’zini xabardor qilishlari;

- turistlarning sayohatlar, safarlar, musobaqalar, boshqa turistik tadbirlarga tayyorgarligi ustidan nazoratni amalga oshirishlari;

- falokatga uchragan turistlarga tezkor yordam ko’rsatishlari;

- avtomobil, tog’-chang’i, velosiped, suv, mototsikl, piyoda safar, g’or tuizmi va turizmning boshqa maxsus turlarini tashkil etish va o’tkazishda xavfsizlikning alohida talablarini ishlab chiqishlari va amalga oshirishlari shart.

20–moddasi: «Turistlarni sug’urta qilish». Turistlarni sug’urta qilish majburiydir va u turistik faoliyat subyektlari tomonidan sug’urta faoliyati olib borish huquqiga ega bo’lgan tegishli sug’urta tashkilotlari bilan tuziladigan bitimlar asosida amalga oshiriladi.

O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «Turizm tashkilotlari faoliyatini tashkil etishni takomillashtirish to’g’risida»gi qaroriga³⁴ muvofiq quyidagi moddalar turistlarning hayoti xavfsizligini ta’minlashga qaratilgan:

- xavf-xatar manbalari bo’lgan hududlarga chet ellik sayyohlarni olib chiqishlaridan oldin, O‘zbekiston Respublikasi Favqulodda vaziyatlar vazirligining tegishli boshqarmalaridan baxtsiz hodisalar yoki havf-xatarlar kelib chiqishi mumkin bo’lishi yoki bo’lmasligi yuzasidan tegishli ma’lumotlar olish;

- ruxsat etilgan xavfsiz yo’nalishlar bo’yicha O‘zbekiston Respublikasi Favqulodda vaziyatlar vazirligining tegishli hududiy boshqarmasi bilan kelishilgan holda belgilangan xavfsiz yo’nalish bo’yicha sayyohat qilishni ta’minlash;

³⁴<http://www.Lex.uz>

- belgilangan yo'nalishning xususiyati va sayyohlarning xatti-harakatiga bog'liq holda yuzaga kelishi mumkin bo'lgan havf-xatar manbalari haqida ularning o'zini xabardor qilish va xavfsizligini ta'minlash;

- qabul qiluvchi turistik tashkilot chet el sayyohlari bilan xavfsizlik choralariga rioya etishlari, O'zbekiston Respublikasida bo'lish tartibi, ekologik xavfsizlik talablari, milliy urf-odatlarga hamda sanitariya-gigiyena qoidalariga amal qilishlari to'g'risida tegishli tushuntirish ishlarini o'tkazadi.

Ekologik turizm marshrutlarini ishlab chiqish mavzusida – «Ekologik turizm marshrutlarida turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlash» yuzasidan marshrut rahbari amalga oshiriladigan ishlar ro'yxati keltiriladi. Turistik marshrutlarning barchasida turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlash chora tadbirlari ishlab chiqilishi va marshrutni o'tkazadigan turistik tashkilot rahbarining imzosi va gerbli muhri bilan rasmiylashtirilishi lozim.

21.4. Turizm rasmiyatchiligiga oid hujjatlar

«Forma» lotin tilidan tarjima qilinganda o'rnatilgan tartib ma'nosini beradi. «Formalniy» o'rnatilgan namuna bo'yicha bajarilgan demakdir. «Formalnosti» - «Rasmiyatchilik»- biror bir muhim va ma'suliyatli ishni bajarishda talab qilinadigan, qonunchilik tomonidan o'rnatilgan shartlar yoki harakatlar majmuidir.

Xorijiy mamlakatga birinchi marta turist sifatida tashrif buyurmoqchi bo'lgan shaxslar odatda faqat chegaraga oid va bo'xona rasmiyatchiliklari mavjud deb o'ylashadi. Biroq, turist o'z davlatiga olib kirishi mumkin bo'lgan bir talay hayot uchun o'ta xavfli kasalliklar mavjud, tropik mamlakatlarga kirishni tartibga solib turadigan sanitar – epidemiologik qoidalar ham juda muhim ekanligiga e'tirozlar bo'lmasa kerak. Tibbiy sanitar qoidalarini bilish va ularga qat'iy amal qilish turistni sayohat chog'idagi ko'plab ko'ngilsizliklardan saqlaydi.

Chegaradan hayvonot va o'simliklar namunalari o'tkazishning qat'iy belgilangan tartibi ham xorijga safar chog'ida sug'urta qilish masalasi ham turist uchun muhim ahamiyatga egadir. Bundan tashqari, bir qator boshqa, qonunchilik tomonidan davlat manfaatlari va jamoat xavfsizligi hamda sayohat qilayotgan shaxslar va atrof-muhit muhofazasi nazarda tutilgan xalqaro turizmning keng ommaga deyarli noma'lum shartlari va qoidalari ham mavjud.

Shunday qilib, turizm rasmiyatchiliklari – bu turist, turistik firmasi (keyinchalik turfirma) va boshqa davlatga tashkil qilinayotgan sayohatni tayyorlash va oʻtkazishga aloqador boshqa barcha tashkilotlar amal qilishi lozim boʻlgan, u yoki bu davlat yoxud bir guruh davlatlar qonunchiligini bir vaqtning oʻzida qabul qilgan qatʼiy shartlardan iborat.

Turizm rasmiyatchiligiga amal qilish, goʻyo bu ish ahamiyatli boʻlmagan yoki maʼnosiz, qandaydir ortiqcha va kerakmas rasmiy qoloq marosimlarni bajarish, deb oʻylash haqida gap ham boʻlishi mumkin emas. Shuningdek, bu yerda oʻrnatilgan tartibga uning ichki mohiyati emas, faqat tashqi tomoniga eʼtibor berib, koʻr-koʻrona amal qilishni anglatadigan «quruq rasmiyatchilik - formalizm» atamasini eslash ham nooʻrin. Baʼzi turizm rasmiyatchiliklari bevosita turistga tegishlidir, masalan, xorijiy pasport olish zarur, chegaradagi nazorat va bojxona tekshiruvidan oʻtish tartibiga amal qilish, bir qator tropik mamlakatlarga safar qilishda «sariq bezgak»ga qarshi emlash va hokazolar.

Turizmga oid rasmiyatchiliklar – sayohatni tashkillashtirish, rasmiylashtirish va amalga oshirish jarayonida qonunchilik va mamlakatda oʻrnatilgan tartib boʻyicha rioya qilish majburiy boʻlgan qoidalar, shartlar va harakatlardan iborat boʻladi. Turizm rasmiyatchiliklarining muhimligini tasdiqlash va ularni tartibga solish hamda osonlashtirish uchun bir qator eng muhim xalqaro hujjatlardan koʻchirmalar keltiramiz:

- Yevropadagi hamkorlik va xavfsizlik boʻyicha kengashning yakunlovchi dalolatnomasi (Xelsinki, 1975-y.): «Kengashning ishtirokchi davlatlari xorijiy davlatlarga sayohat uchun talab etiladigan rasmiyatchiliklar bilan bogʻliq masalalarni ijobiy ruhda qarab chiqish orqali turizm rivojini ragʻbatlantirish maqsadida ekanliklarini bildiradilar»;

- Jahon turizmi boʻyicha Manila deklaratsiyasi (Manila, 1980-y.): «Butun jahon turistik tashkiloti oʻzining rivojlanish dasturiga jahonda turizm rasmiyatchiliklari ahvolini oʻrganish, mazkur sohadagi joriy amaliyot va mavjud meʼyorlarni tadqiq etish, sayohatlarni yoʻlga qoʻyish va osonlashtirish uchun umumiy tavsiyanomalar ishlab chiqish masalalarini kiritgan»;

- Turizm boʻyicha Gaaga deklaratsiyasi (Niderlandiya, 1989-y.): «Sayohatlar tez oʻsishi bilan bir vaqtda turizm rasmiyatchiliklarining tushunchasi aniqlanmoqda va kengaymoqda. Ulardan biri bevosita turistlarga, boshqalari esa turizm biznesiga oid. Turizm rasmiyatchiliklarining osonlashuvi oʻzining dastlabki tor chegaraviy

rasmiyatchilik va bojxona tekshiruvlari ramkasidan chetga chiqa oldi. Bugungi kunda gap turizmni rag'batlantirish va ijobiy qo'llab-quvvatlash haqida borishi lozim, xususan har bir shaxsga ichki va xalqaro turizmda ishtirok etishga sharoit yaratish, yoshlar, keksalar va nogironlar orasida turizmga alohida e'tibor ajratishga harakat qilish shart»;

• Barqaror rivojlanish bo'yicha BMT komissiyasi o'zining 1999-yil apreldagi N'yu-York sessiyasida Butunjahon turizm tashkiloti (BTT) tashabbusiga ko'ra, global turizm etik kodeksini ma'qulladi va BTTga xususiy sektorlar, nohukumat va mehnat tashkilotlaridan tushgan takliflar bilan to'ldirishni taklif etishdi. BTT mutaxassislarining xulosasiga ko'ra, turizm Global etik kodeksi joriy hujjat bo'lib, jumladan, turizm rasmiyatchiliklarini tartibga solishda ham dasturilamal bo'lmog'i lozim. Xususan uning 8-moddasida «Turizm sayohatlari erkinligi»da davlatlar tomonidan kiritilgan yoki xalqaro kelishuvlardan kelib chiqadigan, masalan vizalar, sanitar va bojxona rasmiyatchiligini imkon qadar shunday moslashtirish lozimki, erkin turizm va xalqaro turizmga yo'l ochish zarur bo'ladi. Ushbu rasmiyatchiliklarni osonlashtirishga qaratilgan mamlakatlararo bitimlarni rag'batlantirish lozim; turizm sanoatiga og'ir tushadigan va uning raqobat bardoshligiga zarar yetkazadigan maxsus soliq va to'lovlarni bekor qilish yoki qayta ko'rib chiqish kabi choralar ko'rsatilgan.

Bojxonaga oid turizm rasmiyatchiligi. Xalqoro turizm rivojiga turli davlatlar bojxona tizimlari sezilarli ta'sir qiladi. Bojxona qonunchiligi xalqaro turizm faoliyati rivojini qo'llab-quvvatlashi ham, turli turizmga oid rasmiyatchiliklarni murakkablashtirish yo'li bilan tusqinlik qilishi ham mumkin.

Turizm bo'yicha Gaaga deklaratsiyasi 1989-yil davlatlar va turistik pasportlari, vizalar, tibbiy va valyuta nazorati, sayohat, safar va istiqomat qilish bilan bog'liq turizm rasmiyatchiliklari va bojxona tartiblarini osonlashtirish bo'yicha qat'iy choralar ko'rish lozimligini belgiladi. Turizm rasmiyatchiliklari sayohat qilishdagi murakkabliklarni yo'qotish, turistlar tomonidan boshqa mamlakat va mintaqalarga tashrifni yengillashtirishga qaratilgan bo'lishi lozim.

Turizm rasmiyatchiliklari bir necha katta bo'limlarga bo'linadi, jumladan:

- chet el pasportlari;
- vizalar;
- bojxona qoidalari;
- valyuta nazorati va valyuta almashtirish tartibi;

- sanitar qoidalar;
- kirish-chiqish tartibi;
- xorijiy turistlarning mamlakatda yashashi va harakatlanishining o'ziga xosligi;
- immigratsiya qoidalari;
- ba'zi boshqa tartiblar.

Xalqaro turizmda politsiya va sanitar rasmiyatchiliklarni farqlash mavjud. Bu o'rinda politsiya rasmiyatchiliklari deganda davlat chegarasidan o'tayotgan shaxslarning o'rnatilgan pasport-viza tartibiga amal qilishi bilan bog'liq tadbirlar tushuniladi. Nazoratning bu turini amalga oshirish aeroportlar, temir va shosse yo'llarida, dengiz va daryo bekatlaridagi maxsus xizmatlar zimmasiga yuklatilgan (O'zbekistonda O'zbekiston Respublikasi Ichki Ishlar Vazirligiga).

Sanitar (tibbiy) rasmiyatchiliklar deb, davlat chegarasidan o'tayotgan shaxslar va ularning jonivorlari (agar bo'lsa) o'rnatilgan emlash talabiga rioya qilishning nazoratiga aytiladi. Rasmiyatchiliklarga rioya qilishning nazorati mamlakatga kirish va chiqish uchun foydalaniladigan chegaraviy punktlarda maxsus sanitar xizmatlar tomonidan amalga oshiriladi va odatda turistlarda emlash haqidagi xalqaro sertifikat mavjudligini tekshirishdan iborat bo'ladi. Zarur holatlarda sanitar rasmiyatchiliklar tomonidan turistlarni va sayohatchilarni joyida emlash va xavf tug'ilsa ularni vaqtincha izolyatsiya qilish ham ko'zda tutilgan. Turistlar va sayohatchilar olib o'tadigan hayvonlar uchun muvofiq veterinariya sertifikatlar talab qilinadi.

Bojxona milliy qonunchilikka muvofiq holda davlat chegarasi orqali o'tayotgan yuk, yo'lovchilar, pochta jo'natmalari, pul va qimmatbaho buyumlarni nazorat qiladigan, o'rnatilgan bojxona bojlari va boshqa to'lovlarni olish, shuningdek, qonunchilik tomonidan belgilangan tartibga javob bermaydigan yuklarni to'xtatishni amalga oshiruvchi davlat organidir.

Bojxona rasmiyatchiliklari davlat chegarasidan o'tayotgan shaxslarning buyumlar, tovar va valyutani olib kirish va olib chiqish qoidalariga rioya qilishni tekshirish tadbirlaridan iborat bo'ladi. Bojxona rasmiyatchiliklarining amaliyoti mamlakatga kirish va chiqish uchun foydalaniladigan chegara punktlaridagi bojxona xizmati zimmasiga yuklatilgan (Aeroportlar, temiryo'l, dengiz va daryo bekatlari, avtoyo'llardagi chegaradan o'tiladigan joylarda).

Turistlar va sayohatchilar uchun bojxona rasmiyatchiliklari odatda olib o'tishga ruxsat berilgan narsalar, tovarlar va pul (valyuta) ning

ro'yxati va miqdorini yozma yoki og'zaki deklaratsiya qilishdan iboratdir. Bunda T-6 shaklidagi bojxona deklaratsiyasi to'ldiriladi.

Butunjahon turizm tashkilotining valyuta operatsiyalari xususidagi tavsiyalari quyidagilardan iborat:

1) Valyutaning miqdori bojxona deklaratsiyasiga kiritilgan taqdirda uni olib kirishga ruxsat berish.

2) Chegaradan o'tishda molyaviy qiyinchiliklar va noqulayliklarga barham berish uchun tashrifchilar va turistlarga to'liq ma'lumotni taqdim etish.

3) Chiqishda turistlarga valyutani qayta almashtirish imkoniyatini yaratish.

4) Olib kiriladigan valyutani milliy pulga almashtirish turist istagiga binoan amalga oshiriladi.

5) Nazorat punktida valyuta almashtirishni tartibga soluvchi qoidalar va almashtirishning joriy kursi osib qo'yilishi lozim.

6) O'z davlatidan chiqishda mamlakatdan qaytib ketishga yetadigan miqdorda pulga ega bo'lishga ruxsat berish.

Pasport va vizaga oid rasmiyatchiliklar quyidagilardan iborat:

- Pasport fuqaro shaxsini tasdiqlovchi rasmiy hujjatdir. Unda jinsi, yoshi, tug'ilgan va yashaydigan joyi, fuqaroligi haqidagi ma'lumotlar beriladi. Xorijiy pasportdan tashqari alohida vaziyatlarda diplomatik, xizmat, konsullik pasportlaridan foydalanish mumkin;

- Xorijlik pasporti (shaxsini tasdiqlash) yoki mamlakatda doimiy istiqomat qilayotgan xorijiy fuqaroga beriladigan fuqaroligi yo'q shaxslar hujjati;

- Er va xotinga (farzandli yoki farzandsiz) beriladigan oilaviy pasportlar;

- Bola pasporti, dengizchi pasportiva boshqalar;

- 1995-yil 26-martdan yettita Yevropa davlatida Shengen bitimi kuchga kirdi va unga muvofiq Belgiya, Niderland, Lyuksemburg, Germaniya, Fransiya, Ispaniya va Portugaliya ichki chegaralarida chegara tekshiruvini osonlashtirdi. Keyinchalik Shengen bitimiga Yunoniston ham qo'shildi. Ikki xil vizalar joriy etildi:

- Yagona Shengen vizasi, uch oygacha muddatga beriladi va Shengen bitimini tuzgan mamlakatlar hududida erkin harakatlanish huquqini beradi.

- Uch oydan ortiq muddatda beriladigan milliy kirish vizasi, uni berish Shengen bitimiga kirgan davlatning alohida huquqidir.

Yevropaittifoqiga kirmagan davlatlar, jumladan Rossiyalik turistlar uchun kirishning vizali tartibi saqlangan. Kirishning imtiyozli tartibi Vengriya, Polsha, Chexiya, Slovakiya, Latviya va Estoniya fuqaroligiga tegishli.

O‘zbekistondagi bojxona qoidalari. Xorijiy valyuta olib kirish va olib chiqish cheklanmagan, deklaratsiya shartnomasida 2000 AQSH \$ dan ortiq miqdorda xorijiy valyutani olib chiqishga mamlakatga muvofiq miqdorda pul olib kirilganini tasdiqlovchi bojxona deklaratsiyasi bo‘lsa, ruxsat beriladi. Milliy valyutani naqd ko‘rinishida olib chiqish va olib kirish 272000 sum qilib cheklangan (274 AQSH \$ atrofida). Yirik miqdordagi milliy valyutani olib kirish va olib chiqish Markaziy bank ruxsati bilan mumkin (ko‘plab nazorat punktlarida olib chiqiladigan pullar tekshiruvi amalga oshirilmaydi). 16 yoshdan katta shaxslarga 1000 tagacha sigaret yoki 1000 gr. tamaki mahsulotlari; 1,5 litrgacha alkogol ichimliklar va 2 litrgacha vino; shaxsan foydalanish uchun ma‘lum miqdorda parдоз vositalari, shuningdek, umumiy miqdori 10.000 \$ dan ko‘p bo‘lmagan shaxsan foydalanish uchun mahsulotlar bojsiz olib kirishga ruxsat berilgan. Giyohvand moddalar va kuchli ta‘sir qiluvchi dori-darmon (ularni qo‘llash zaruratini tasdiqlovchi resepsiz), qurol va o‘q-dori, O‘zbekiston davlat siyosati va islom aqidalariga qarshi yo‘naltirilgan foto sur‘atlar, bosma va videomateriallarni, hayvonlarni (ularni olib kirish uchun maxsus ruxsat zarur), meva va sabzavotlarni olib kirish ta‘qiqlangan. Barcha qimmatbaho buyumlar (taqinchoklar, foto va video kameralar, kompyuterlar va hakozo) bojxona deklaratsiyasida qayd etilgan bo‘lishi shart.

Qimmatbaho materiallar va toshlar, muyna, qurol va o‘q-dori, badiiy va tarixiy qimmatga ega buyumlar (bunga tayyorlanganiga 100 yildan ko‘proq bo‘lgan har qanday buyum kiradi) ni olib chiqish uchun davlat Madaniyat Vazirligining maxsus ruxsati zarurdir.

Tayanch so‘z va iboralar: Turizmda xavfsizlik, turist, atrof–muhit, tashkiliy mexanizmlar, qutqaruv xizmatlari, Gaaga deklaratsiyasi, Butunjahon turizm kuni, Jahon turizmi bo‘yicha Manila deklaratsiyasi, Afina konvensiyasi, turizm Global etik kodeksi, turizm Hartiyasi, turizmga oid rasmiyatchilik, bojxonaga oid turizm rasmiyatchiliklari, pasport va vizaga oid rasmiyatchiliklar, chet el pasportlar, sanitar qoidalar, kirish-chiqish tartibi, tibbiy rasmiyatchiliklar, prays-varaka, reklama prospektlari.

Mustaqil ishlash uchun savollar:

1. Turizmda xavfsizlik tushunchasi nimalardan iborat?
2. Xalqaro turizmda turizmni rivojlantirish va turistlarining hayoti xavfsizligini ta'minlash borasida qanday xalqaro huquqiy va me'yoriy hujjatlar qabul qilingan?
3. O'zbekiston Respublikasida turistlarning hayoti xavfsizligining ta'minlanganligi haqida qanday qonun va qarorlar mavjud?
4. Turizmga oid rasmiyatchilik tushunchasi va uning mazmuni nimadan iborat?
5. Turizm rasmiyatchiligi qanday bo'limlardan iborat?
6. Bojxonaga oid turizm rasmiyatchiliklari deganda nimani tushunasiz?
7. O'zbekiston bojxonasi qoidalari nimalardan iborat?
8. Turizmga oid hujjatlar to'plamiga nimalar kiradi?
9. Turist uchun tabiiy rasmiyatchiliklar tartibi nimalarni talab qiladi?
10. Pasport va vizaga oid rasmiyatchiliklar nimalardan iborat?

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar:

1. Xalqaro turizmni rivojlantirish va turistlarining hayoti xavfsizligini ta'minlash borasida qabul qilingan xalqaro huquqiy va me'yoriy hujjatlarning mazmunini tushuntiring. Ushbu qabul qilingan xalqaro huquqiy va me'yoriy hujjatlarning joylari va sanasi bo'yicha xronologiyasini tayyorlang.

Test savollari:

1. Turizmga oid rasmiyatchiliklar bu.....?

a) bu sayohatni tashkillashtirish, rasmiylashtirish va amalga oshirish jarayonida qonunchilik va mamlakatda o'rnatilgan tartib bo'yicha rioya qilish majburiy bo'lgan qoidalar, shartlar va harakatlar demakdir.

b) mahsulot va xizmatlarga talab

d) har bir turistning individual ehtiyojlarini hisobga olish

e) turistlarning faol va mazmunli faoliyatga yo'naltirish

2. Turizmdagi xavfsizlik bu.....

a) bu turist hayoti va sog'lig'ini saqlash maqsadida, hamda unga va atrof-muhitga (jamoaga, jamiyatga, davlatga, tabiatga) yetkazilgan zararlarni minimallashtirishga qaratilgan majmuali tadbirlardir

b) xalqaro tinchlik va o'zaro tushinish, jahon savdosi va davlatlararo xo'jalik aloqalarining asosiy ta'minlovchi faktori sifatida turizm rivojini rag'batlantirish

d) har bir turistning individual ehtiyojlarini hisobga olish

e) aholi salomatligini va xavfsizligini ta'minlash maqsadida tayyorlangan korxonalar mahsulotlari yoki xizmatlari sifatini tartibga solish

3. «Turizm to'g'risida» gi qonunning 18 – moddasi qanday nomlanadi?

a) turistlarning xavfsizligi kafolati

b) turistlarning xavfsizligini ta'minlash chora-tadbirlari

d) turistik marshrutdagi joylashtirish xizmatlarida hayot xavfsizligini ta'minlash

e) turistlarni sug'urta qilish

4. «Turizm to'g'risida» gi qonunning 20 – moddasi qanday nomlanadi?

a) turistlarni sug'urta qilish

b) turistlarning xavfsizligini ta'minlash chora-tadbirlari

d) turistlarning xavfsizligi kafolati

e) turistik marshrutdagi joylashtirish xizmatlarida hayot xavfsizligini ta'minlash

5. Turistlar joylashtirilgan joylarda tabiatning favquloddagi hodisalari (suv toshqini, qor ko'chishi, ob-havoning keskin o'zgarishi va hokazolar) dan kelib chiqadigan xavflar qaysi omil tarkibiga kiradi?

a) kutilmagan omillar

b) zararsiz omillar

d) biologik omillar

e) zararli omillar

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YHATI

1. Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида»ги Қонуни. –Т.: 1999 йил 20 август.

2. Ўзбекистон Республикасининг «Давлат статистикаси тўғрисида»ги Қонуни. –Т.: 2002 йил 12 декабр.

3. ««Ўзбектуризм» Миллий Компаниясини ташкил қилиш тўғрисида» ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1992 йил 27 июлдаги ПФ-480-сонли Фармони.

4. «2005 йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш Давлат дастури тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1999 йил 15 апрелдаги ПФ-2286-сонли Фармони.

5. «Ўзбекистонда туризм соҳаси учун малакали кадрлар тайёрлаш тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1999 йил 30 июндаги ПФ-2332-сонли Фармони.

6. «Буюк Ипак Йўлини қайта тиклашда Ўзбекистон Республикасининг иштирокини авж олдириш ва республикада халқаро туризмни ривожлантириш борасидаги чора-тадбирлар тўғрисида» ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1995 йил 2 июндаги ПФ-1162-сонли Фармони.

7. ««Ўзбектуризм» Миллий Компаниясининг фаолиятини ташкил этиш масалалари тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1992 йил 20 октябр 484-сонли Қарори.

8. «Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмнинг замонавий инфраструктурасини барпо этиш чора-тадбирлари тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1995 йил 3 июндаги 210-сонли Қарори.

9. «Сайёҳлик ташкилотлари фаолиятини ташкил этишни такомиллаштириш тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1998 йил 8 август 346-сонли Қарори.

10. «Ўзбекистонда туризм соҳаси учун кадрлар тайёрлаш тизимини такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги

мисолида)и.ф.н. илмий даражасини олиш учун диссертация. - С.: СамИСИ, 2012.

31. Асрор Мўмин. Дунё мўъжизалари. Янги нашр. –Т.: 2012., - 86.

32. Аҳмадхўжаев Ҳ. ва бошқалар. Маркетинг тадқиқотлари. – Т.: 2002.

33. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма. Учеб. Пособие. –М.: Финансы и статистика, 2003.

34. Биржаков М.Б. Введение в туризм.–Издание 9-е переработанное и дополненное. – СПб.: Издательский дом Герда, 2007.

35. Гадоев К., Бердиева С. Жаҳонгашта сайёҳ олимлар. –Т.: Ўзбекистон, 2012.

36. Гольшева Е.Б. Оценка использования ресурсного потенциала туризма Узбекистана // Актуальные проблемы туризма-2009, №1 – Т.: «ДП Патент-Пресс», 2009.

37. Гольшева Е.Б. Развитие сферы туризма Республики Узбекистан в период финансово-экономического кризиса//Актуальные проблемы туризма-2010, № 2. – Т.: 2010.

38. Данилов С. Туризм со вкусом узбекского плова. –Т.: 2013.

39. Дурович А.П. Организация туризма. Учеб. пособ. –Мн. «Новое знание», 2006.

40. Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе: Учебное пособие. 2-е изд., стер. –М.: КНОРУС, 2006.

41. Иватов И. Ресторан менежменти. Ўқув кўлланма. – Т.: Иқтисодиёт, 2007.

42. Илина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. Учебник. –М.: Финансы и статистика, 2000

43. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. Учебник. 4е изд., стереотип. –Мн.: Новое знание, 2004.

44. Кабушкин Н.И., Дурович А.П. Организация туризма. Учеб. пособие. –Мн.: Новое знание, 2003.

45.Квартальнов В.А. Менеджмент и маркетинг в социально-культурной сфере. Учеб.пособие. 2-е изд. –СПб.: Книжный дом, 2003.

46.Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: Современный опыт управления. Изд 2-е, перераб. и доп. –М.: Финансы и статистика, 2001.

47.Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. Учебник 2-е изд., стер. –М.: Советский спорт, 2004.

48.Квартальнов В.А. Туризм: история и современность. –М.: Финансы и статистика, 2002.

49.Квартальнов В.А.Туризм. Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000.

50.Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для вузов. Второе издание. –М.: ЮНИТИ - ДАНА, 2002.

51.Маматқулов Х.М. «Turizm infratuzilmasi» O‘quv qo‘llanma. –Т.: «O‘zbekiston faylafuslar jamiyati» nashriyoti, 2011.

52.Маматқулов Х. М. Мехмонхона ва туристик комплексларда хизматларни ташкил этиш. Ўқув қўлланма. –С.: СамИСИ, 2012.

53.Мирзаев М.А. «Туризм асослари». Маърузалар матни. –Т.: 2005.

54.Mirzayev M.A., Aliyeva M.T. Turizm asoslari. O‘quv qo‘llanma. –Т.: O‘zbekiston faylafuslar jamiyati, 2011.

55.Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства.–М.: Экономика 2000.

56. Сафаров Б.Ш. Минтақавий туризм хизмат бозорининг иқтисодий механизмини такомиллаштириш. Монография –Т.:Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2013. – 150 б.

57.Саак А.Э., Пшеничных Ю.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. – СПб.: Питер, 2006.

58.Статистические бюллетени: Основные показатели развития туризма и отдыха в Республике Узбекистан в 2006-2013 годы.

59. Ташмуратов Т.Т., Саидов А., Умаркулов Э. Туризм иқтисоди. –Т.: ТМИ, 2000.

60. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Основы безопасности в туризме. –Т.: Гос. науч. изд-во Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2008.

61. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. «Формальности в системе туризма Республики Узбекистан» –Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2007.

62. Тухлиев Н., др. «Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистана» –Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006.

63. Тухлиев И.С., Бектемиров А.Б., Усманова З.И.. Туризмда стратегик маркетинг. Ўқув қўлланма. –С.: САМИСИ, 2010.

64. Tuxliyev I.S., Hayitboyev R., Ibodullayev N.E., Amriddinova R.S. Turizm asoslari. O'quv qo'llanma. Qayta ishlangan va to'ldirilgan 3-nashri. –S.: SamlSI, 2010.

65. Tuxliyev I.S., Qudratov G'.H., Pardayev M.Q. Turizmni rejalashtirish. Darslik. – T.: «Iqtisod-moliya» nashriyoti. 2010.

66. Tuxliyev I.S., Safarov B. Turizm asoslari. Kasb-hunar kollejlari uchun o'quv qo'llanma. –Т.: «Yangi nashr» 2012.

67. Тухлиев И.С. ва бошқалар. «Ўзбекистонда туризм хизмат бозорини ривожлантиришнинг ижтимоий – иқтисодий муаммолари» номли монография. –Т.: «Иқтисодиёт» 2012 й

68. Тухлиев И.С. Развития туристского рынка услуг в условиях мирового финансово-экономического кризиса// Голос Узбекистана.–Т.: 2009.-№ 20.

69. Хасанова Л.Г. «Основы туризма». Учебно-методический комплекс по дисциплине . – Т.: 2006

70. Ходиев Б.Ю. ва бошқалар. Ўзбекистон иқтисодиёти мустақиллик йилларида. Илмий оммабоп рисола. –Т: Иқтисодиёт, 2007.

71. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве. – М.: КНОРУС, 2005.

72. Шарипов Т. С. Умумий овқатланиш корхоналари самарадорлигини оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш (Самарқанд вилояти мисолида) и.ф.н. илмий даражасини олиш учун диссертация. – С.: СамИСИ, 2010.

73. Эрбўтаев И. Умумий овқатланиш ва хизмат маданияти. Ўқув қўлланма. –Т.: ЎМКНТМ, «Билим», 2005

74. Eshtayev A.A. Turizm industriasini boshqarishning marketing strategiyasi. Monografiya. – Т.: Fan, 2011.

75. Ўзбекистон Республикаси табиатни муҳофаза қилиш давлат қўмитаси давлат бионазорати, «Ўзбекистонда экологик туризмни ривожлантириш Концепцияси». Экологический вестник, № 6, 2007.

76. Қудратов Ғ.Х., Тухлиев И.С. Туризм иқтисодиёти. Қўлланма.–С.: СамИСИ., 2007.

77. Ҳамидов О.Х. «Транспорт сервисини ташкил қилиш» Услубий қўлланма.–Т.: 2007. ТДИУ.

INTERNET SAYTLARI:

1. www.gdnet.org
2. www.stat.uz
3. www.lex.uz
4. www.uzbektourism.uz
5. www.economics.uzreport.uz
6. www.Turkistonpress.uz
7. www.russiatourism.ru
8. www.unwto.org
9. www.wttc.org
10. www.unwto.org
11. www.gastrotur.ru

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИНИНГ ҚОНУНИ ТУРИЗМ ТЎҒРИСИДА

1-модда. Ушбу Қонуннинг мақсади

Ушбу Қонуннинг мақсади туризм соҳасидаги муносабатларни ҳуқуқий жиҳатдан тартибга солиш, туристик хизматлар бозорини ривожлантириш, шунингдек туристлар ва туристик фаолият субъектларининг ҳуқуқлари ва қонуний манфаатларини ҳимоя қилишдан иборат.

2-модда. Туризм тўғрисидаги қонун ҳужжатлари

Ўзбекистон Республикасининг туризм тўғрисидаги қонун ҳужжатлари ушбу Қонундан ва бошқа қонун ҳужжатларидан иборат.

Қорақалпоғистон Республикасида туризм соҳасидаги муносабатлар Қорақалпоғистон Республикасининг қонун ҳужжатлари билан ҳам тартибга солинади.

Агар Ўзбекистон Республикасининг халқаро шартномасида Ўзбекистон Республикасининг туризм тўғрисидаги қонун ҳужжатларида назарда тутилганидан бошқача қоидалар белгиланган бўлса, халқаро шартнома қоидалари қўлланилади.

3-модда. Асосий тушунчалар

Ушбу Қонунда куйидаги асосий тушунчалар қўлланилади:

○ туризм — жисмоний шахснинг доимий истиқомат жойидан соғломлаштириш, маърифий, касбий-амалий ёки бошқа мақсадларда борилган жойда (мамлакатда) ҳақ тўланадиган фаолият билан шуғулланмаган ҳолда узоғи билан бир йил муддатга жўнаб кетиши (саёҳат қилиши);

○ турист — Ўзбекистон Республикаси ҳудуди бўйлаб ёки бошқа мамлакатга саёҳат қилувчи (доимий истиқомат жойидан туризм мақсадида жўнаб кетган) жисмоний шахс;

○ туристик фаолият — ушбу Қонун ва бошқа қонун ҳужжатлари талабларига мувофиқ саёҳатларни ва улар билан боғлиқ хизматларни ташкил этиш борасидаги фаолият;

○ экскурсия фаолияти — туристик фаолиятнинг тарихий ёдгорликлар, диққатга сазовор жойлар ва бошқа объектлар билан таништириш мақсадида олдидан тузилган йўналишлар бўйича экскурсия етакчиси ҳамроҳлигидаги 24 соатдан ошмайдиган экскурсияларни ташкил этишга доир қисми;

○ туристик ресурслар — тегишли ҳудуднинг табиий-иклим, соғломлаштириш, тарихий-маданий, маърифий ва ижтимоий-маиший объектлари мажмуи;

○ туристик фаолият субъектлари — белгиланган тартибда рўйхатга олинган ва туристик хизматлар кўрсатиш билан боғлиқ фаолиятни амалга ошириш учун лицензияси бўлган корхоналар, муассасалар, ташкилотлар;

○ туристик индустрия — туристик фаолиятнинг туристларга хизмат кўрсатишни таъминловчи турли субъектлари (меҳмонхоналар, туристик комплекслар, кемпинглар, мотеллар, пансионатлар/ умумий овқатланиш, транспорт корхоналари, маданият, спорт муассасалари ва бошқалар) мажмуи;

○ тур — муайян йўналиш бўйича туристик хизматлар мажмуи (жой бандлаш, жойлаштириш, овқатлантириш, транспорт, рекреация, экскурсия хизматлари ва бошқа хизматлар) билан таъминланган аниқ муддатлардаги туристик саёҳат;

○ туристик хизматлар — туристик фаолият субъектларининг жойлаштириш, овқатлантириш, транспорт, ахборот-реклама хизматлари кўрсатиш борасидаги, шунингдек туристларнинг эҳтиёжларини қондиришга қаратилган бошқа хизматлари;

○ туристик гуруҳ раҳбари — туристик фаолият субъектининг вакили бўлган ва унинг номидан иш кўриб, туристларга ҳамроҳлик қилувчи, туристик хизматлар кўрсатиш шартномаси шартларининг бажарилишини таъминловчи жисмоний шахс;

○ гид (экскурсия етакчиси) — тур қатнашчиларига туристик хизматлар кўрсатиш шартномаси доирасида экскурсия-ахборот, ташкилий йўсиндаги хизматлар ва малакали ёрдам кўрсатувчи жисмоний шахс;

○ туристик фаолиятни амалга ошириш учун лицензия — туристик фаолиятни амалга оширишга бўлган ҳуқуқни тасдиқловчи махсус рухсатнома;

○ сертификат — туристик хизматлар сифатини ва уларнинг муайян стандартга ёки бошқа норматив ҳужжатга мувофиқлигини тасдиқловчи ҳужжат.

4-модда. Туризм соҳасидаги давлат сиёсатининг асосий йўналишлари

Туризм соҳасидаги давлат сиёсатининг асосий йўналишлари қуйидагилардан иборат:

- туризм ва туристик индустрияни ривожлантириш;
- фуқароларнинг саёҳат қилиш пайтидаги дам олиш, эркин ҳаракатланиш ва бошқа ҳуқуқларини таъминлаш;
- туристик ресурслардан оқилона фойдаланиш ва уларни сақлаш;
- туризм соҳасидаги норматив базани такомиллаштириш;
- болалар, ёшлар, ногиронлар ва аҳолининг кам таъминланган қатламлари туризми (экскурсиялари) учун шароит яратиш;
- туристик индустрияни ривожлантириш учун инвестициялар жалб этиш;
- тадбиркорлик фаолияти субъектлари учун туристик хизматлар бозорида тенг имкониятлар яратиш;
- туристларнинг хавфсизлигини, уларнинг ҳуқуқлари, қонуний манфаатлари ва мол-мулки муҳофаза қилинишини таъминлаш;
- туризм соҳасининг илмий таъминотини ташкил этиш ва ривожлантириш;
- кадрларни тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш;
- чет мамлакатлар ва халқаро ташкилотлар билан ҳамкорликни ривожлантириш.

5-модда. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг туризм соҳасидаги ваколатлари

Туризм соҳасида Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси:

- туризмни ривожлантириш давлат дастурини тасдиқлайди;
- туристик фаолиятни лицензиялаш тартибини белгилайди;
- туристларнинг бориши тақиқланадиган объектлар ва худудларни белгилайди;
- туристларнинг айрим тоифаларига имтиёзлар бериш тартибини белгилайди;
- ҳукуматлараро шартномалар тузади;
- қонун ҳужжатларига мувофиқ бошқа масалаларни ҳал қилади.

6-модда. Ваколатли давлат органининг туризм соҳасидаги ваколатлари

Туризм соҳасида ваколатли давлат органи:

- туризмни ривожлантириш давлат дастурлари амалга оширилишини таъминлайди;
- туристик хизматлар инфратузилмасини шакллантиради;
- тарихий-маданий меросни тарғиб қилишни, туристик салоҳиятни сақлаш ва ривожлантиришни ташкил этади;
- Ўзбекистон Республикасининг халқаро шартномалари бажарилишини таъминлайди;
- халқаро туристик ташкилотларда Ўзбекистон Республикасининг манфаатларини ифодалайди;
- туристик фаолият субъектларига уларнинг фаолиятини ташкил этиш билан боғлиқ масалаларда услубий ва бошқа йўсинда ёрдам кўрсатади;
- қонун ҳужжатларига мувофиқ бошқа масалаларни ҳал қилади.

7-модда. Маҳаллий давлат ҳокимияти органларининг туризм соҳасидаги ваколатлари

Маҳаллий давлат ҳокимияти органлари туризм соҳасида туризмни ривожлантиришнинг минтақавий дастурларини ишлаб

чиқадилар ва амалга оширадилар ҳамда қонун ҳужжатларига мувофиқ бошқа масалаларни ҳал қиладилар.

8-модда. Туристтик фаолиятни лицензиялаш

Туристтик фаолият лицензия асосида амалга оширилади.

Туристтик фаолиятни лицензиялаш тартиби Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан белгиланади.

9-модда. Туристтик фаолиятни молиялаш манбалари

Туристтик фаолият:

- туристик фаолият субъектларининг ўз маблағлари;
- юридик ва жисмоний шахсларнинг пул бадаллари;
- заём маблағлари (облигация заёмлари ва бошқа заёмлар, банк кредитлари ва бошқа кредитлар);
- чет эл инвестициялари;
- қонун ҳужжатларида тақиқланмаган бошқа манбалар ҳисобидан амалга оширилади.

10-модда. Туристтик хизматларни сертификатлаштириш

Туристтик хизматлар мажбурий сертификатлаштирилиши лозим.

Туристтик хизматларни сертификатлаштириш ва сертификат бериш қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда амалга оширилади.

11-модда. Туристтик саёҳат ва туристик хизматлар мажмуи

Туристтик саёҳат якка тартибда ёки туристлар гуруҳи таркибида амалга оширилади.

Туристтик хизматлар мажмуи транспорт хизмати кўрсатишни, яшаш, овқатлантириш, экскурсия хизмати кўрсатиш, маданий, спорт дастурларини ташкил этиш ва бошқа хизматларни ўз ичига олади.

12-модда. Туристтик хизматлар кўрсатиш шартномаси

Туристтик хизматлар шартнома асосида кўрсатилади.

Шартнома кўрсатиладиган хизматларнинг кўлами ва сифатини, тарафларнинг ҳуқуқлари ҳамда мажбуриятларини, ҳақ тўлаш ва ҳисоб-китоблар тартибини, шартноманинг амал қилиш муддатини ва уни бажармаганлик ёки лозим даражада

бажармаганлик учун жавобгарликни, шунингдек тарафларнинг келишувига кўра бошқа шартларни белгилайди.

13-модда. Туристик йўлланма (ваучер)

Туристик йўлланма (ваучер) — туристнинг ёки туристлар гуруҳининг тур таркибига кирувчи туристик хизматларга бўлган ҳуқуқини белгиловчи ва бундай хизматлар кўрсатилганлигини тасдиқловчи ҳужжат.

Туристик йўлланманинг (ваучернинг) шакли туризм соҳасидаги ваколатли давлат органи томонидан тасдиқланади.

14-модда. Туристнинг ҳуқуқлари

Турист:

- шартномада назарда тутилган туристик хизматлар мажмуидан тўла фойдаланиш;

- саёҳатга тааллуқли тўлиқ ва ишончли ахборот олиш;

- шахсий хавфсизлик, ўз ҳуқуқларининг ҳимоя қилиниши, шунингдек ўз мол-мулкининг асралиши;

- шошилиш тиббий ёрдам олиш;

- шартнома бажарилмаган ёки лозим даражада бажарилмаган тақдирда моддий зарарнинг тўланиши, шунингдек маънавий зиённинг ўрни қопланиши;

- агар турнинг умумий қиймати ошиши унинг шартлашилган қийматидан ортиб кетса, шунингдек форс-мажор ҳолатлари рўй берган тақдирда туристик фаолият субъектига етказилган зарарнинг ўрнини қопламасдан шартномани бекор қилиш ҳуқуқига эга.

Турист қонун ҳужжатларига мувофиқ бошқа ҳуқуқларга ҳам эга бўлади.

15-модда. Туристнинг мажбуриятлари

Турист:

- шартнома шартларига;

- божхона ва чегара назорати қоидаларига;

- борилган мамлакатнинг қонун ҳужжатлари талабларига риоя этиши шарт.

• Турист қонун ҳужжатларига мувофиқ бошқа мажбуриятларга ҳам эга бўлади.

16-модда. Туристлик фаолият субъектининг ҳуқуқлари

Туристлик фаолият субъекти Ўзбекистон Республикаси ҳудудида туристларга хизматлар кўрсатиш пайтида:

• турнинг муддати ва йўналишини, хизмат кўрсатиш даражасини, транспорт хизмати кўрсатиш турини, туристнинг хавфсизлигини таъминлаш ва унинг мол-мулкани кўриқлаш усулини туристнинг розилиги ва хоҳиши билангина ўзгартириш;

• туристнинг розилиги билан ҳамда бу хусусда тур бошланишидан камида йигирма кун олдин туристни хабардор қилиш шarti билан турнинг шартлашилган қийматини ошириш;

• хизматлар кўрсатиш мумкин бўлмаган форс-мажор ҳолатлари рўй берганда, шунингдек гуруҳни тузиш учун зарур миқдорда туристлар йиғилмаган тақдирда туристларни бу ҳақда тур бошланишидан камида йигирма кун олдин хабардор қилган ҳолда туристик хизматлар кўрсатиш шартномасини бекор қилиш;

• туристлар ёки туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш бўйича шериклар томонидан етказилган зарарнинг ўрни қопланишини қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда талаб қилиш ҳуқуқига эга.

Туристлик фаолият субъекти қонун ҳужжатларига мувофиқ бошқа ҳуқуқларга ҳам эга бўлади.

17-модда. Туристлик фаолият субъектининг мажбуриятлари

Туристлик фаолият субъекти:

• туристларга шартномада шартлашилган хизматларни кўрсатиши;

• туристик хизматлар кўрсатилмаган ёки тўла ҳажмда ёхуд лозим даражада сифатли кўрсатилмаган тақдирда туристларга етказилган зарарнинг ўрнини қоплаши;

• туристларга турни ташкил қилиш, уларнинг ҳуқуқлари ва мажбуриятлари тўғрисида тўлиқ ахборот бериши;

- туристик ресурслар, кўрсатиладиган объектларнинг (тарихий-архитектура ёдгорликлари, табиат объектлари ва бошқаларнинг) сақланишига кўмаклашиши;

- туристларнинг борилган жой (мамлакат) қонун ҳужжатларига риоя этишлари устидан назоратни амалга ошириши шарт.

Туристик фаолият субъекти қонун ҳужжатларига мувофиқ бошқа мажбуриятларга ҳам эга бўлади.

18-модда. Туристларнинг хавфсизлиги кафолати

Ўзбекистон Республикаси ҳудудида туристларнинг хавфсизлиги давлат томонидан кафолатланади.

Туризм соҳасидаги ваколатли давлат органи манфаатдор вазирликлар ва идоралар билан биргаликда туристларнинг ҳимоя қилинишини ҳамда хавфсизлигини таъминлаш дастурини ишлаб чиқади ва унинг бажарилишини ташкил этади.

Маҳаллий давлат ҳокимияти органлари туризм соҳасида барча туристик йўналишлар бўйича туристларнинг ҳимоя қилинишини ва хавфсизлигини таъминлаш минтақавий дастурларини ишлаб чиқади ва уларнинг бажарилишини ташкил этадилар.

Туристик фаолият субъектлари туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш, улар жароҳатланганда, касалланганда ва бошқа ҳолларда тиббий ва ўзга хил ёрдам кўрсатиш юзасидан аниқ чора-тадбирлар ишлаб чиқадилар.

19-модда. Туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш чора-тадбирлари

Туристик фаолият субъектлари туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш мақсадида:

- туристларнинг сафарда хавф-хатардан холи бўлишлари учун шарт-шароитни, сафар, сайр, экскурсия йўллари, мусобақалар ўтказиладиган жойларнинг ободлигини таъминлашлари;

- туристларга жароҳатланиш ва бахтсиз ҳодисалардан сақланиш ҳамда уларнинг олдини олиш усулларини ўргатишлари, бирламчи тиббий ёрдам кўрсатиш юзасидан йўл-йўриқ беришлари, шунингдек белгиланган йўналишнинг хусусияти ва туристларнинг

хатти-ҳаракатига боғлиқ ҳолда юзага келиши мумкин бўлган хавф манбалари ҳақида уларнинг ўзини хабардор қилишлари;

- туристларнинг саёҳатлар, сафарлар, мусобақалар, бошқа туристик тадбирларга тайёргарлиги устидан назоратни амалга оширишлари;

- фалокатга учраган туристларга тезкор ёрдам кўрсатишлари;
- автомобиль, тоғ чанғи, велосипед, сув, мотоцикл, пиёда сафар, ғор туризми ва туризмнинг бошқа махсус турларини ташкил этиш ва ўтказишда хавфсизликнинг алоҳида талабларини ишлаб чиқишлари ва амалга оширишлари шарт.

Туристлик саёҳатларни туристлар ҳаракатланишининг фаол шаклларида фойдаланган ҳолда ташкил этишга ихтисослашган туристик фаолият субъектлари туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш, экстремал вазиятларда уларга ёрдам кўрсатиш ва уларни ҳимоя қилиш мақсадида хизмат кўрсатишни кўзлаб қидирув-қутқарув хизматлари билан шартномалар тузадилар. Қидирув-қутқарув хизматлари қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда ташкил этилади.

20-модда. Туристларни суғурта қилиш

Туристларни суғурта қилиш мажбурийдир ва у туристик фаолият субъектлари томонидан суғурта фаолияти олиб бориш ҳуқуқига эга бўлган тегишли суғурта ташкилотлари билан тузиладиган битимлар асосида амалга оширилади.

21-модда. Низоларни ҳал этиш

Туризм соҳасида юзага келадиган низолар қонун ҳужжатларида белгиланган тартибда ҳал қилинади.

22-модда. Туризм тўғрисидаги қонун ҳужжатларини бузганлик учун жавобгарлик

Туризм тўғрисидаги қонун ҳужжатларини бузганликда айбдор шахслар белгиланган тартибда жавобгар бўладилар.

Ўзбекистон Республикасининг Президенти И. КАРИМОВ

Тошкент ш.,

1999 йил 20 август,

830-1-сон

MUNDARIJA

KIRISH	3
1-Mavzu. «Turizm asoslari» fanining maqsadi va vazifalari	
1.1. «Turizm asoslari» fanining maqsad va vazifalari	5
1.2. O'zbekistonda turizm sohasining rivojlanish bosqichlari	7
Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari	14
2-Mavzu. Sayohatchi va turist haqidagi tushunchalarning mohiyati	
2.1 Turizm tushunchasi va uning shakllanishi	16
2.2 Sayohatchi va turistni ajratib turuvchi asosiy farqlar	18
2.3 Markaziy Osiyo allomalarining turizm bilan bog'liq sayohatlari	22
Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari	28
3-Mavzu. Turizm sohasining tasniflanishi va turlari	
3.1. Turizm sohasining tasniflanishi va turlari	30
3.2. Aktiv va passiv turizm turlarining xususiyatlari	36
Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari	38
4-Mavzu. Turizm sohasining resurslari	
4.1. Turizm resurslari tushunchasi	41
4.2. Turizm resurslarining guruhlanishi	42
4.3. Turistik resurslar va turistik akvatoriya	46
Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari	51
5-Mavzu. Turizm sohasini rivojlantirishda O'zbekistondagi tarixiy shaharlarning ahamiyati	
5.1. O'zbekiston turizmini rivojlantirishda tarixiy shaharlarning o'rni	53

5.2.	O'zbekistonning tarixiy va arxitektura yodgorliklariga ega bo'lgan shaharlari	55
5.3.	O'zbekistonning YUNESKO ro'yhatidagitarixiy shaharlari Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari	66
	6-Mavzu. Turizm sohasidagi xizmatlar va mahsulotlar	
6.1.	Turistik xizmatlar	68
6.2.	Turistik mahsulotlar	71
6.3.	Turizm sohasi xizmatlari xususiyatlarining «To'rtta S» bilan ifodalanishi	74
6.4.	Xizmat ko'rsatish klasslari va xizmatlar paketi Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari	80
	7-Mavzu. Turizm sohasida joylashtirish xizmatlari	
7.1.	Turizm sohasida joylashtirish vositalari va xizmatlari	83
7.2.	Mehmonxonalarning turlari va tasnifi Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari	92
	8-Mavzu. Turizm sohasida ovqatlantirish xizmatlari	
8.1.	Turizm sohasida ovqatlantirish xizmatlari	94
8.2.	Turizm sohasida ovqatlantirish xizmatlarining turlari va tasnifi Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari	108
	9-Mavzu. Turizm sohasida transport xizmatlari	
9.1.	Turizm sohasida transport xizmatlari	111
9.2.	Turizm sohasida transport vositalari	115
9.3.	Turizm sohasida transport xizmatlari turlari va qulaylik darajalari Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun	118

savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari

10-Mavzu. Gid-ekskursiya xizmatlarini amalga oshirish jarayonlari

- | | | |
|-------|--|-----|
| 10.1. | Turistik-ekskursiya xizmatlarining asoslari va huquqiy me'yorlari | 121 |
| 10.2. | Gid-ekskursiyachi xizmatlarining mohiyati va tasnifi | 123 |
| 10.3. | Ekskursiya xizmatlarida gid-ekskursiyachi faoliyatini baholash metodikalari | 128 |
| | Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari | 130 |

11-Mavzu. Turizm marshrutlarini ishlab chiqish jarayoni

- | | | |
|-------|--|-----|
| 11.1. | Turizm marshrutlarining turlari va tasnifi | 133 |
| 11.2. | Turizm marshrutlarini ishlab chiqish bosqichlari va texnologik haritasini tuzish | 138 |
| 11.3. | Turlarni shakllantirishda xizmat ko'rsatish dasturini tayyorlash jarayoni | 142 |
| | Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari | 147 |

12-Mavzu. Turizm industriyasi va infratuzilmasi

- | | | |
|-------|--|-----|
| 12.1. | Turizm industriyasi va turizm infratuzilmasi tushunchalarining mohiyati | 150 |
| 12.2. | Turoperatorlar va turagentlar faoliyati | 158 |
| 12.3. | O'zbekistonda turizm infratuzilmasini rivojlantirish chora-tadbirlari | 162 |
| | Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari | 163 |

13-Mavzu. Ekologik turizmni rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalari

- | | | |
|-------|--|-----|
| 13.1. | Ekologik turizmning mohiyati, maqsadi va vazifalari | 166 |
| 13.2. | Ekologik turizmning iqtisodiyotni rivojlantirishdagi o'rni | 169 |
| 13.3. | Ekologik turizmni rivojlantirishning zamonaviy | 172 |

	tendensiyalari	
13.4.	O'zbekiston Respublikasining ekoturistikrayonlari	176
	Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari	182
	14-Mavzu. Gastronomiya turizmini rivojlantirish istiqbollari	
14.1.	Gastronomiya turizmining turlari, rivojlantirishning maqsadi va vazifalari	184
14.2.	O'zbekistonda gastronomiya turizmini shakllantirish xususiyatlari	188
	Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari	192
	15-Mavzu. Qishloq turizmini rivojlantirish xususiyatlari	
15.1.	Jahonda qishloq turizmining shakllanish jarayoni	195
15.2.	Qishloq turizmini rivojlantirishning xalqaro modellari va uni O'zbekiston sharoitida qo'llash	197
15.3.	Qishloq turizmini rivojlantirishda Yevropa davlatlarining dasturlari	201
	Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari	204
	16-Mavzu. Turizm xizmatlarida menejment tizimining samaradorligi	
16.1.	O'zbekistonda turizm majmuasini boshqarishning tashkiliy tuzilmasi	207
16.2.	Turizm menejmentining samaradorligi	210
	Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari	212
	17-Mavzu. Turizm xizmatlarida marketing tadqiqotlarini amalga oshirish jarayonlari	
17.1.	Turizm xizmatlarida marketing faoliyatining mazmuni	214
17.2.	Turizmدا marketing tadqiqotlarini amalga oshirish	217

	Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari	221
18-Mavzu. O'zbekiston Respublikasining turizm sohasidagi Davlat siyosati		
18.1.	Davlatning turizm sohasidagi siyosati	223
18.2.	Davlatning turizm siyosatini amalga oshirish mexanizmi	225
18.3.	Turizm faoliyatining davlat tomonidan tartibga solishning asosiy maqsadlari	226
18.4.	O'zbekiston Respublikasida turizm sohasiga oid farmon va qarorlarining xronologiyasi	229
	Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari	244
19-Mavzu. O'zbekistonda xalqaro turizmning rivojlanishi		
19.1.	Xalqaro turizm rivojlanishining O'zbekiston iqtisodiyotiga ta'siri	247
19.2.	O'zbekistonda xalqaro turizmning rivojlanish dinamikasi	251
	Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari	257
20-Mavzu. Turizm xizmatlarini litsenziyalashtirish, sertifikatlashtirish va standartlashtirish		
20.1.	Turistik korxonalariga litsenziya olish uchun davlat tomonidan o'rnatilgan talablar	259
20.2.	«O'zbekturizm» Milliy kompaniyasining litsenziyalarni tekshirish jarayonidagi huquqlari	266
20.3.	Turizmدا sertifikatlashtirishning turlari	267
20.4.	Sertifikatlashtirishda Davlat standartlaridan foydalanish	270
20.5.	Turizmда standartlashtirish jarayonining mazmuni va mohiyati	271
	Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari	279

21-Mavzu. Turizm sohasida xavfsizlikning huquqiy asoslari

21.1.	Turizm sohasida xavfsizlikni ta'minlash tamoyillari	281
21.2.	Xalqaro turizmda turistlarining hayoti xavfsizligini ta'minlashning xalqaro huquqiy va me'yoriy hujjatlari	285
21.3.	O'zbekiston Respublikasi qonun va qarorlarida turistlar hayoti xavfsizligini ta'minlash	289
21.4.	Turizm rasmiyatchiligiga oid hujjatlar	291
	Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari	297

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI 299

ILOVALAR 306

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
1-Тема. Цель и задачи предмета «Основы туризма»	
1.1. Цель и задачи предмета «Основы туризма»	5
1.2. Этапы развития сферы туризма в Узбекистане	7
Задание и тестовые вопросы для самостоятельного освоения темы, по подготовки к практическим занятиям	14
2-Тема. Сущность определений «путешественник» и «турист»	
2.1. Определение «туризм» и его формирование	16
2.2. Основные различия отличающие путешественника от туриста	18
2.3. Путешествия учёных Центральной Азии связанных с туризмом	22
Задание и тестовые вопросы для самостоятельного освоения темы, по подготовки к практическим занятиям	28
3-Тема. Классификация туризма и его виды	
3.1. Классификация туризма и его виды	30
3.2. Специфика активного и пассивного вида туризма	36
Задание и тестовые вопросы для самостоятельного освоения темы, по подготовки к практическим занятиям	38
4-Тема. Ресурсы сферы туризма	
4.1. Понятие туристских ресурсов	41
4.2. Группирование туристских ресурсов	42
4.3. Туристские ресурсы и туристские акватории	46
Задание и тестовые вопросы для самостоятельного освоения темы, по подготовки к практическим занятиям	51
5-Тема. Значение исторических городов Узбекистана в развитии туризма	
5.1. Роль исторических городов в развитие туризма	53

	Узбекистана	
5.2.	Исторические и архитектурные памятники городов Узбекистана	55
5.3.	Исторические города Узбекистана, включённые в список ЮНЕСКО	57
	Задание и тестовые вопросы для самостоятельного освоения темы, по подготовки к практическим занятиям	66
	6-Тема. Продукты и услуги сферы туризма	
6.1.	Туристские услуги	68
6.2.	Туристские продукты	71
6.3.	Особенности туристских услуг при помощи «Четыре Н»	74
6.4.	Классы обслуживания и пакеты услуг	76
	Задание и тестовые вопросы для самостоятельного освоения темы, по подготовки к практическим занятиям	80
	7-Тема. Услуги размещения сферы туризма	
7.1.	Средства и услуги размещения сферы туризма	83
7.2.	Типы гостиниц и их классификация	87
	Задание и тестовые вопросы для самостоятельного освоения темы, по подготовки к практическим занятиям	92
	8-Тема. Услуги питания сферы туризма	
8.1.	Услуги питания сферы туризма	94
8.2.	Типы услуг питания сферы туризма и их классификация	97
	Задание и тестовые вопросы для самостоятельного освоения темы, по подготовки к практическим занятиям	108
	9-Тема. Транспортное обслуживание сферы туризма	
9.1.	Транспортные услуги сферы туризма	111
9.2.	Транспортные средства сферы туризма	115
9.3.	Типы и уровень комфорта транспортных услуг	117

	Задание и тестовые вопросы для самостоятельного освоения темы, по подготовки к практическим занятиям	118
	10-Тема. Процессы обслуживания услуг гидов-экскурсоводов	
10.1.	Основы и правовые нормы туристско-экскурсионных услуг	121
10.2.	Сущность и классификация услуг гидов-экскурсоводов	123
10.3.	Методики оценивания деятельности гидов-экскурсоводов при экскурсионных услугах	128
	Задание и тестовые вопросы для самостоятельного освоения темы, по подготовки к практическим занятиям	130
	11-Тема. Процесс разработки туристских маршрутов	
11.1.	Типы и классификация туристских маршрутов	133
11.2.	Методы подготовки туристских маршрутов и составление технологических карты	138
11.3.	Процесс подготовки программы обслуживание при формировании тура	142
	Задание и тестовые вопросы для самостоятельного освоения темы, по подготовки к практическим занятиям	147
	12-Тема. Туристская индустрия и инфраструктура	
12.1.	Значение понятий «туристская индустрия» и «туристская инфраструктура»	150
12.2.	Деятельность туроператоров и турагентов	158
12.3.	Мероприятие по развитию туристской инфраструктуры в Узбекистане	162
	Задание и тестовые вопросы для самостоятельного освоения темы, по подготовки к практическим занятиям	163
	13-Тема. Современные тенденции развития экологического туризма	
13.1.	Понятие, цель и задачи экологического туризма	166
13.2.	Роль экологического туризма в развитие экономики	169

13.3.	Современные тенденции развития экологического туризма	172
13.4.	Экотуристические районы Республики Узбекистан	176
	Задание и тестовые вопросы для самостоятельного освоения темы, по подготовки к практическим занятиям	182
14-Тема. Перспективы развития гастрономического туризма		
14.1.	Виды, цель и задачи развития гастрономического туризма	184
14.2.	Специфика формировании гастрономического туризма в Узбекистане	188
	Задание и тестовые вопросы для самостоятельного освоения темы, по подготовки к практическим занятиям	192
15-Тема. Специфика развития сельского туризма		
15.1.	Процесс формирования сельского туризма в мире	195
15.2.	Международные модели развития сельского туризма и его применения в условиях Узбекистана	197
15.3.	Программы Европейских государств по развитию сельского туризма	201
	Задание и тестовые вопросы для самостоятельного освоения темы, по подготовки к практическим занятиям	204
16-Тема. Эффективность системы менеджмента туристских услуг		
16.1.	Организационная структура управления туристским комплексом в Узбекистане	207
16.2.	Эффективность менеджмента туризма	210
	Задание и тестовые вопросы для самостоятельного освоения темы, по подготовки к практическим занятиям	212
17-Тема. Процессы проведения маркетинговых исследований туристских услуг		
17.1.	Значение маркетинговой деятельности туристских	214

услуг	
17.2. Реализация маркетинговых исследований в туризме	217
Задание и тестовые вопросы для самостоятельного освоения темы, по подготовки к практическим занятиям	221
18-Тема. Государственная политика Республики Узбекистан в сфере туризма	
18.1. Государственная политика в сфере туризма	223
18.2. Механизм реализации государственной политики туризма	225
18.3. Основные цели государственного регулирования туристской деятельности	226
18.4. Хронология постановлений и указов Республики Узбекистан в сфере туризма	229
Задание и тестовые вопросы для самостоятельного освоения темы, по подготовки к практическим занятиям	244
19-Тема. Развитие международного туризма в Узбекистане	
19.1. Влияние развитие международного туризма на экономику Узбекистана	247
19.2. Динамика развития международного туризма в Узбекистане	251
Задание и тестовые вопросы для самостоятельного освоения темы, по подготовки к практическим занятиям	257
20-Тема. Лицензирование, сертификация и стандартизация туристских услуг	
20.1. Государственные требования по лицензированию туристских предприятий	259
20.2. Полномочия НК «Узбектуризм» в процессе проверки лицензий	266
20.3. Типы сертификации в сфере туризма	267
20.4. Использование государственных стандартов в процессе сертификации	270

20.5.	Сущность и значение процесса стандартизации в туризме	271
	Задание и тестовые вопросы для самостоятельного освоения темы, по подготовки к практическим занятиям	279
	21-Тема. Правовые основы международной безопасности в сфере туризма	
21.1.	Принципы обеспечения безопасности в сфере туризма	281
	Международные правовые и нормативные документы	
21.2.	обеспечения жизни безопасности туристов в международном туризме	285
21.3.	Обеспечение безопасности жизни туристов в законах и постановлениях Республики Узбекистан	289
21.4.	Документации по формальностям туризма	291
	Задание и тестовые вопросы для самостоятельного освоения темы, по подготовки к практическим занятиям	297
	СПИСОК ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ЛИТЕРАТУР	299
	ПРИЛОЖЕНИЯ	306

TABLE OF CONTENTS

INTRODUCTION	3
Theme 1. Purpose and objectives of the subject "Tourism foundations"	
1.1. The purpose and objectives of the subject "Tourism foundations"	5
1.2. Stages of development of tourism in Uzbekistan	7
In order to strengthen the knowledge vocabulary, phrases, independent work questions, practical work preparation tasks and tests	14
Theme 2. Summary definitions of "traveler" and "tourist"	
2.1 Definition of tourism and its formation	16
2.2 The main differences distinguish the tourist from a traveler	18
2.3 Central Asia scientists' Travel associated with tourism	22
In order to strengthen the knowledge vocabulary, phrases, independent work questions, practical work preparation tasks and tests	28
Theme 3. Classification and types of tourism	
3.1. Classification and types of tourism	30
3.2. Features of active and passive tourism	36
In order to strengthen the knowledge vocabulary, phrases, independent work questions, practical work preparation tasks and tests	38
Theme 4. Resources in tourism	
4.1. Concept of tourism resources	41
4.2. Grouping of tourism resources	42
4.3. Touristic resources and tourist waters	46
In order to strengthen the knowledge vocabulary, phrases, independent work questions, practical work preparation tasks and tests	51
Theme 5. Importance of the historical cities of Uzbekistan in tourism development	
5.1. The role of historical cities in the development of tourism in Uzbekistan	53
5.2. Cities with historical and architectural monuments of Uzbekistan	55
5.3. Historical cities of Uzbekistan, list in the UNESCO	57
In order to strengthen the knowledge vocabulary, phrases,	66

independent work questions, practical work preparation tasks and tests

Theme 6. Products and services in tourism

6.1.	Tourist services	68
6.2.	Travel products	71
6.3.	Expression of tourism services using "Four S"	74
6.4.	Service classes and packages	76
	In order to strengthen the knowledge vocabulary, phrases, independent work questions, practical work preparation tasks and tests	80

Theme 7. Accommodation services in tourism

7.1.	Accommodation facilities and services in tourism	83
7.2.	Hotel types and their classification	87
	In order to strengthen the knowledge vocabulary, phrases, independent work questions, practical work preparation tasks and tests	92

Theme 8. Catiring in tourism

8.1.	Catiring in tourism	94
8.2.	Types of catering services in tourism and their classification	97
	In order to strengthen the knowledge vocabulary, phrases, independent work questions, practical work preparation tasks and tests	108

Theme 9. Transport services in tourism

9.1.	Transport services in tourism	111
9.2.	Means of transport in tourism	115
9.3.	Types of transport services and the level of comfort	117
	In order to strengthen the knowledge vocabulary, phrases, independent work questions, practical work preparation tasks and tests	118

Theme 10. Processes of tour guide services

10.1.	Basics of tourist and excursion services and legal norms	121
10.2.	Essence services of tour guides and their classification	123
10.3.	Estimation techniques of tour guides activities at the tour services	128
	In order to strengthen the knowledge vocabulary, phrases, independent work questions, practical work preparation tasks and tests	130

Theme 11. The process of developing tourist routes		
11.1.	Types and classification of tourist routes	133
11.2.	Methods of preparation of tourist routes and drafting process maps	138
11.3.	The process of preparation of the program service in the formation of the tour	142
	In order to strengthen the knowledge vocabulary, phrases, independent work questions, practical work preparation tasks and tests	147

Theme 12. The tourism industry and infrastructure		
12.1.	Meaning of "tourism industry" and "tourism infrastructure"	150
12.2.	Activities of tour operators and travel agents	158
12.3.	Measures to develop tourism infrastructure in Uzbekistan	162
	In order to strengthen the knowledge vocabulary, phrases, independent work questions, practical work preparation tasks and tests	163

Theme 13. Modern trends in the development of eco-tourism		
13.1.	Concept, purpose and objectives of ecotourism	166
13.2.	The role of eco-tourism in economy	169
13.3.	Modern trends in the development of eco-tourism	172
13.4.	Ecotourism areas of the Republic of Uzbekistan	176
	In order to strengthen the knowledge vocabulary, phrases, independent work questions, practical work preparation tasks and tests	182

Theme 14. Prospects for the development of gastronomic tourism		
14.1.	Types the aim and objectives of gastronomic tourism	184
14.2.	The features of establishing gastronomy tourism in Uzbekistan	188
	In order to strengthen the knowledge vocabulary, phrases, independent work questions, practical work preparation tasks and tests	192

Theme 15. Features of the development of rural tourism		
15.1.	The process of formation of rural tourism in the world	195
15.2.	International models of rural tourism development and its use in Uzbekistan	197
15.3.	Programs of European countries in the development of rural tourism	201
	In order to strengthen the knowledge vocabulary, phrases,	204

independent work questions, practical work preparation tasks and tests

Theme 16. Effectiveness of the management system in tourist services

- 16.1. Organizational structure of tourist complex in Uzbekistan 207
16.2. Effectiveness of tourism management 210
In order to strengthen the knowledge vocabulary, phrases, independent work questions, practical work preparation tasks and tests 212

Theme 17. Processes of marketing research in tourist services

- 17.1. Content of tourism marketing 214
17.2. Implementation of marketing research in tourism 217
In order to strengthen the knowledge vocabulary, phrases, independent work questions, practical work preparation tasks and tests 221

Theme 18. The state policy of the Republic of Uzbekistan in the field of tourism

- 18.1. State policy in the sphere of tourism 223
18.2. Mechanism for the implementation of the state policy in tourism 225
18.3. The main objectives of state regulation of tourism activities 226
18.4. Chronology of decisions and decrees of the Republic of Uzbekistan in the field of tourism 229
In order to strengthen the knowledge vocabulary, phrases, independent work questions, practical work preparation tasks and tests 244

Theme 19. Development of international tourism in Uzbekistan

- 19.1. Impact of international tourism to the economy of Uzbekistan 247
19.2. The dynamics of development of international tourism in Uzbekistan 251
In order to strengthen the knowledge vocabulary, phrases, independent work questions, practical work preparation tasks and tests 257

Theme 20. Licensing, certification and standardization of tourism services

- 20.1. State requirements for obtaining a license for tourism enterprises 259

20.2.	The power of "Uzbektourism" National Company during inspections the licenses	266
20.3.	Types of certification in the field of tourism	267
20.4.	Using the state standards in the certification process	270
20.5.	The nature and significance of the standardization process in tourism	271
	In order to strengthen the knowledge vocabulary, phrases, independent work questions, practical work preparation tasks and tests	279

Theme 21. Legal foundations of international security in the tourism sector

21.1.	Aspects of providing security in the field of tourism	281
21.2.	Legal and regulatory documents providing safety of tourists in international tourism	285
21.3.	Providing safety of tourists in the laws and regulations of the Republic of Uzbekistan	289
21.4.	Documents relating to the formalities of tourism	291
	In order to strengthen the knowledge vocabulary, phrases, independent work questions, practical work preparation tasks and tests	297

REFERENCES	299
THE APPENDIX	306

F
TAN VA 
TEKNOLOGIYALAR

ISBN 978-9943-975-50-7



9 789943 975507