

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY VA O‘RTA MAXSUS TA‘LIM VAZIRLIGI
O‘RTA MAXSUS, KASB-HUNAR TA‘LIMI MARKAZI

**ISKANDAR TUXLIYEV
BAHODIRXON SAFAROV**

TURIZM ASOSLARI

*Kasb-hunar kollejarining turizm tayyorlov yo‘nalishi(3810100) va
Turizm va mehmonxona xo‘jaligi servisi tayyorlov yo‘nalishi
(3811700) bo‘yicha ta‘lim ta‘lim olayotgan o‘quvchilar ichun
o‘quv qo‘llanma*

TOSHKENT
«YANGI NASHR»
2012

I. S. Tuxliyev., B Sh. Safarov

Turizm asoslari: O‘quv qo‘llanma – 2012. b.

Taqrizchilar:

Dilbar Aslanova, *iqtisod fanlari nomzodi, dotsent*

Nurali Ibodullayev, *iqtisod fanlari nomzodi*

Mazkur o‘quv qo‘llanmada turizmga oid fanlarni o‘qitishda va amaliyotda zarur bo‘lgan tushuncha va atamalar hamda turizmning iqtisodiy va ijtimoiy ahamiyati yoritib berilgan. Shuningdek o‘quv qo‘llanmada turizm xizmatlarining tasniflanishi, turlari, turizm industriyasi, turizmga oid rasmiyatchilik, turizmga huquqiy asoslar, turizm xizmatlari va mahsulotlari hamda turistik xizmatlarni loyihalashtirish va turistik sayohatning texnologik xaritasini tuzish, yangi turistik korxonasini tashkil qilishda litsenziya olish tartibi kabi murakkab mavzular ravon tilda, batafsil yoritib berilgan.

Ushbu o‘quv qo‘llanma o‘rta maxsus kasb-hunar kollejlarning turizm sohasi yo‘nalishlarida tahsil olayotgan talabalar uchun mo‘ljallangan

KIRISH

O‘zbekistonda turizm faoliyatigamustaqillikning dastlabki kunlaridanoq davlat siyosati darajasida qaralmoqda. Turizm sohasining rivoji uchun barcha zarur tashkiliy-huquqiy mexanizm vujudga keltirilib, muhim me‘yoriy hujjatlar qabul qilindi va bu ish hozirda ham davom etmoqda. Mamlakatimizda turizmning ravnaqi, uni yangi pog‘onalarga ko‘tarish, yurtimizni jahon turizm markazlaridan biriga aylantirish uchun, avvalo, turizm xizmat bozorini shakillantirishga zamin yaratish lozim bo‘lmoqda. Bunda turizm sohasi mamlakatlar va mintaqalar iqtisodiyotini rivojlantirish uchun muhim ahamiyat kasb etishini va u yigirma birinchi asr jahon xo‘jaligining ustuvor tarmoqlaridan biri ekanligini alohida ta’kidlash kerak.

Mamlakatimizdagi o‘rta maxsus kasb-hunar kollejarining turizm va servis ta’lim yo‘nalishlarida malakali, ijodkor va tashabbuskor, qobiliyatli, kelajakda kasbiy va hayotiy muammolarni mustaqil hal qila oladigan, yangi texnika va texnologiyalarga tez moslashishga layoqatli, mas’uliyatli kadrlarni tayyorlash maqsadida ta’lim jarayonini zamonaviy o‘quv adabiyotlar bilan ta’minlash zamon talabi bo‘lib qolmoqda. Shularni hisobga olib, turistik korxonalarda ijrochilar va o‘rta bo‘g‘indagi xodimlar lavozimlarida faoliyat olib

boruvchi kadrlarni turizm sohasidagi kasb-hunar kollejlari tayyorlab bermoqda. Ushbu kasb-hunar kollejlarida turizm tayyorlov yoʻnalishi (3810100) va turizm va mehmonxona xoʻjaligi servisi tayyorlov yoʻnalishi (3811700) boʻyicha mutaxassis kadrlar tayyorlanmoqda.

Bu oʻquv maskanlarida oʻqitiladigan fanlar qatorida turizm asoslari fani ham oʻzining salmoqli oʻrniga ega boʻlib, turoperator, turagent, turanimator, turizm biznesi, mehmonxona biznesi, restoran biznesi tashkilotchisi ixtisosliklari boʻyicha fanlarning alifbosi vazifasini bajaradi, chunki uni mukammal egallamay turib, mutaxassislikka oid boshqa fanlarni oʻzlashtirib olish qiyin kechadi.

Oʻquv qoʻllanma oʻrta maxsus kasb-hunar kollejlarida taʼlim oluvchilarni faol boʻlishga va tanqidiy fikrlashga undaydi, faqatgina nazariy bilimlar bilan cheklanibgina qolmay, amaliy koʻnikmalarni shakllantiruvchi muammoli savollar, mashqlar va ijodiy topshiriqlar berilgan.

Ushbu kursning yangiligini nazarda tutgan holda ushbu oʻquv qoʻllanma turizm asoslarini oʻqitishda turizm sohasidagi kasb-hunar kollejlari talabalariga yaqindan yordam beradi degan fikrdamiz.

I BOB. TURIZM ASOSLARI KURSINING MAQSAD VA VAZIFALARI

1. 1. Turizm asoslari kursining maqsad va vazifalari.
1. 2. O‘zbekistonda turizm sohasini rivojlantirishning ahamiyati.
1. 3. Markaziy Osiyo mintaqasi sayohatchilari
1. 4. Sayohat va turizm tushunchslarining mohiyati va ularning o‘zaro farqi.

1. 1. Turizm asoslari kursining maqsad 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. Buning uchun malakali kadrlarni tayyorlash hozirgi muhim vazifalardan biri hisoblanadi. Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, Singapur menejment universiteti, Buxoro, Urganch va Nukus davlat univervisitetlari va turizm sohasidagi kasb-hunar kollejlari (1- jadval) bu ishga o‘z hissalarini qo‘shib kelmoqdalar.

1- jadval

O‘zbekistondagi turizm sohasida kasb-hunar kollejlarning kadrlar tayyorlashdagi ulushi¹

Ta’lim muassasalarining nomi	Tashkil etilgan yili	Jami o‘quvchilar soni	2011- yilgi bitiruvchilar soni
Toshkent turizm kasb-hunar kolleji	1999- yil	2397	772
Toshkent turizm va biznes kolleji	2009- yil	1208	391
Toshkent mehmonxona xo‘jaligi kolleji	2010- yil	712	150
Toshkent mehmonxona va servis kolleji	2010- yil	1117	335
Samarqand turizm va maishiy xizmat kolleji	2001- yil	1440	413
Buxoro turizm kolleji	2003- yil	1181	410
Urganch turizm va tadbirkorlik kolleji	2006- yil	969	288
Termizturizm vamehmonxonaxo‘jaligikas b-hunarkolleji	2009- yil	570	–
NavoiyviloyatidagiKarmanaoziq-ovqatvamehmonxonaxo‘jaligikolleji	2010- yil	1010 (150 nafari sohaga tegishli)	–

¹ «O‘zbekiturizm» MKning 2011- yil 7- yanvardagi «Turizm sohasida kadrlar tayyorlash tizimi: holati, vazifalari, rivojlanish yo‘llari» mavzuidagi ilmiy-amaliy konferensiya materiallaridan.

***1- rasm. Samarqand iqtisodiyot va servis instituti tomonidan 2007–
2011- o‘quv yillari davomida turizm sohasi uchun tayyorlangan
bakalavrlar.***

Rasmdagi ma’lumotlardan ko‘rinib turibdiki, turizm sohasidagi bakalavrlar soni yildan yilga oshib bormoqda. Agar Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining xalqaro turizm fakulteti bitiruvchilarini ham qo‘shib hisoblaganda, katta miqdorni tashkil etadi.

Bu o‘quv maskanlarida qator fanlar, jumladan, mutaxassislik fanlari o‘qitilib, ularda kasbiy bilimga taalluqli muammolar o‘z yechimini topmoqda. Shunday fanlar qatorida turizm asoslari fani ham o‘z o‘rniga ega.

Tajriba shuni ko‘rsatadiki, turizm tarixi, uning asosiy yo‘nalishlari, turlari, kategoriyalari, turistik xizmatlar, umuman, turizm ilmi bilan bog‘liq barcha masalalar haqida bilim berish, turizmga oid tushuncha va atamalarining har birini atroflicha sharhlash muhim ahamiyatga ega bo‘lib, bu alohida predmet darajasidagi masala hisoblanadi. Shularni e‘tiborga olgan holda turizmga oid barcha mutaxassislik fanlarining alifbosi bo‘lgan turizm asoslari fani ham aynan shunday vazifani bajaradi.

Ushbu kursning asosiy maqsadi – turizmga oid fanlarni o‘qitishda va amaliyotda zarur bo‘lgan tushuncha va atamalar hamda turizmning iqtisodiy, siyosiy, ma’naviy va ijtimoiy ahamiyatini yoritib berishdan iborat.

Qo‘yilgan maqsadni amalga oshirish uchun quyidagi vazifalar

bajariladi: turizm xizmatlarining tasniflanishi, turoperator va turagentlik faoliyatining xususiyatlari, turizm xizmatlari va mahsulotlari, turizm industriyasi va infratuzilmasi, turizmni rivojlantirishda turistik yoʻnalishlarni shakllantirish texnologiyasi, turistik firmasini ochish va litsenziya olish bosqichlari, turizmga oid rasmiyatchilik va turizmga huquqiy asoslar.

Amaliy mashgʻulotlarning maqsadi oʻquvchilarda turistik mahsulotni shakllantirish va turistlarga xizmat koʻrsatish boʻyicha koʻnikmalarni shakllantirishdan iborat. Mustaqil ishlash jarayonida har bir talaba oʻzining boʻlajak turistik firmasini ochish boʻyicha tegishli koʻnikmalar oladi.

Mazkur fan turizm menejmenti, turizm marketingi, turizm faoliyatini tashkil etish, turizm geografiyasi, xalqaro turizm, ish yuritish kabi fanlar bilan uzviy aloqador hisoblanadi.

Kursni oʻzlashtirish jarayonida va oʻqitishda turistik ekskursiya, ekspeditsiya va maxsus turlar tashkil etish; turizm xizmat bozori, Xalqaro Toshkent turizm yarmarkasida ishtirok etish; mehmonxonalar faoliyati, turistik firmalar ishi bilan tanishish, ekologik, tarixiy-madaniy yodgorliklarni namoyish etuvchi multimedia, slaydlardan, buklet, yoʻnalishlar xaritalarini ishlab chiqish, internet aloqa tizimidan turli maʼlumotlar olish muhim ahamiyatga ega.

Turizm asoslari kursi turizm va mehmonxona xoʻjaligi servisi tayyorlov yoʻnalishi boʻyicha taʼlim olayotgan kasb-hunar

kollejarining 1- bosqich talabalari uchun mo'ljallangan. 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 yo'nalishlari, bukletlari va yo'l ko'rsatkichlardan foydalanish tavsiya etiladi.

1. 2. O'zbekistonda turizm sohasini rivojlantirishning ahamiyati

Mamlakatimizda turizm faoliyati mustaqillikning dastlabki kunlaridanoq iqtisodiy taraqqiyotning ustuvor yo'nalishi sifatida talqin qilinib, unga e'tibor davlat siyosati darajasiga ko'tarilgan. Turizm sohasining rivoji uchun zaruriy tashkiliy-huquqiy mexanizmlar vujudga keltirilib, hukumat tomonidan tegishli me'yoriy hujjatlar qabul qilindi va bu boradagi ishlar hozir ham davom etmoqda.

O'zbekistonda 1993–2010- yillarda turizm sohasida xizmatlar hajmi oshishining barqaror sur'atlari kuzatilmoqda. Agar 1993- yilda O'zbekistonda turizmning barcha turlari bo'yicha 461 ming kishiga xizmat ko'rsatilgan bo'lsa, «O'zbekturizm» MKning ma'lumotlari bo'yicha 2011- yilda xizmat ko'rsatilgan chet ellik va mahalliy turistlarning umumiy soni 1 mln kishidan oshgan bo'lib, shu jumladan, turizm sohasi korxonalari tomonidan 463,4 ming nafar

chet ellik turistlarga xizmat ko'rsatilgan².

Shuni ham ta'kidlab o'tish kerakki, 1993- yilda mamlakatimizda bor yo'g'i 4 ta xususiy turistik firmasi bo'lgan bo'lsa, hozirgi paytda turizm xizmatlarining nodavlat sektorida 738 ta turistik firmasi, shu jumladan, umumiy sig'imi 12,8 ming o'rindan iborat 241 ta mehmonxona va 500 ga yaqin turoperator va turagentlar faoliyat olib bormoqdalar³.

Hozirgi paytda turizm sohasining umumiy rivojlanishi va raqobatbardosh turistik mahsulotini yaratish maqsadida, tarmoqda zaruriy islohotlar izchillik bilan amalga oshirilmoqda. O'zbekistonda olib borilayotgan turizm sohasidagi islohotlarni shartli ravishda to'rt bosqichga ajratsakbo'ladi.

Birinchi bosqichda 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 sohasining mintaqaviy bo'linmalarini tuzish, xalqaro miqyosda turizm mahsulotini reklama qilish, xususiylashtirilgan turistik korxonalarini litsenziyalashtirish kabi masalalarga alohida e'tibor

²<http://uzbektourism.uz>.

³ O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasi Fan, ta'lim, madaniyat va sport masalalari qo'mitasining 2010- yil 25- iyundagi «O'zbekiston turizm salohiyatini oshirish va sohani huquqiy tartibga solish: muammo va yechimlar» mavzuyidagi ilmiy-amaliy konferensiya materiallaridan.

berildi. Turizm sohasiga oid ishlab chiqilgan ilk me'yoriy hujjat bu – O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1992- yil 27- iyuldagi «O'zbekturizm» MKni tashkil etish to'g'risida»gi Farmoni va O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1992- yil 20-oktabrdagi «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» MKni tuzish uchun dastur bo'lib xizmat qildi.

1993- yilda «O'zbekturizm» Milliy kompaniyasi Butunjahon Turistik Tashkilotiga (BTT) haqiqiy a'zo bo'lib kirdi va bu, o'z navbatida, xalqaro turizmni rivojlantirishda muhim omil bo'lib xizmat qildi.

1994- yilda YUNESKO tashkilotining hamda O'zbekiston Hukumatining 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 korxonalarni xususiylashtirish 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% turistik obyektlari xususiylashtirildi va davlat tasarrufidan chiqarildi.

Amalga oshirilgan o‘zgarishlar turistlarni qabul qilish shaklini jadallik bilan rivojlantirdi. 1995- yilda qabul qilingan O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «Buyuk Ipak yo‘lini qayta tiklash va xalqaro turizmni rivojlantirish to‘g‘risida»gi Farmoni⁴ Buyuk Ipak yo‘lida turistik mahsulotni tiklash borasida strategik xarakterga ega bo‘ldi. Bu, o‘z navbatida, O‘zbekistonda turizm sohasidagi islohotlarning *ikkinchi bosqichini* boshlab berdi. Natijada Buyuk Ipak yo‘lidagi shaharlar va turistik manzillar ro‘yxatga olindi, Imom al-Buxoriy, Bahouddin Naqshband, Abduxoliq G‘ijduvoni, Ahmad al-Farg‘oniy, Imom al-Motrudiy, Mahdumi A‘zam, Hakim at-Termiziy, Hazrati Imom, Shayx Shamsiddin Kulol, Burxoniddin Marg‘inoniy kabi allomalarimizning maqbaralari ta‘mirlandi va ziyoratgoh majmualarga aylantirildi, Toshkent shahrida muntazam ravishda «Buyuk Ipak yo‘li bo‘ylab» xalqaro sayyohlik yarmarka tashkil etila boshlandi, bu davrga kelib mehmonxonalaridagi xalqaro talablarga javob beruvchi o‘rinlar soni 4,8 barobarga ko‘paytirildi.

Turizm sohasidagi islohotlarning *uchinchi bosqichi* 1999- yil 15-aprelda O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «2005- yilgacha bo‘lgan davrda O‘zbekiston turizmini rivojlantirish davlat dasturi

⁴ «Xalq so‘zi» gazetasi. 1995- yil 3- iyun.

to'g'risida»gi Farmoni e'lon qilingan paytdan boshlandi. Bu davrdan boshlab turizm sohasidagi bozor munosabatlari uzil-kesil yo'lga qo'yildi hamda dunyo bozorida raqobatbardosh turistik mahsulot yaratila boshlandi, turizm tizimini boshqarishning markazlashtirilishiga chek qo'yildi. Ko'pchilik turistik obyektlar o'zlarini o'zlari boshqara boshlashdi, xizmat bozorida raqobatlasha olmaydigan korxonalar yopilib, samarali ishlovchi yangi turistik korxonalarga o'rin ochib berildi.

2000- yildan boshlab respublikamiz turizm sohasi yuqori sur'atlar bilan rivojlana boshladi. Turizm sohasidan olinayotgan daromadlar yiliga 30% va undan ko'p miqdorda o'sdi. 2001- yil oxirida Afg'onistondagi «Tolibon»larga qarshi harakatlarning boshlanishi o'lkamizga kelayotgan turistlar oqimini ikki yil davomida ancha kamaytirib yuborganidan so'ng, 2003- yilning 2- yarmiga kelib o'lkamiz turizmi yana o'zini o'nqlab 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.

O'zbekistonga 2004- yilda tashrif buyurgan turistlar oqimi Sharqiy Osiyo, Tinch Okeani mintaqasidan va Yevropadan kelishgan (1- rasm). Butunjahon Turistik Tashkiloti (BTT) tomonidan o'rnatilgan tasnif bo'yicha, barcha MDH mamlakatlari Yevropa mintaqasiga kiradi. Shuning uchun O'zbekistonga qo'shni hamdo'stlik mamlakatlaridan keluvchi turistlar ham Yevropa

mamlakatlaridan kelgan hisoblanadi.

1- rasm. O‘zbekistonga dunyo qit‘alaridan keluvchi sayyohlarning umumiy sonidagi ulushi

Xorijiy turistlarning tashrifidan maqsadlari bo‘yicha tarkibi muhim ahamiyatga ega. Uning 2000–2004- yillardagi o‘zgarish dinamikasi diagrammada ko‘rsatilgan (2- rasm).

2- rasm. Keluvchi turistlarning maqsadlari bo‘yicha tarkibi

2004- yilda jami keluvchi turistlarning soniga nisbatan dam olish va sog‘lomlashtirish maqsadida kelganlar 13,1% ni, tadbirqorlik va kasbiy maqsadlarda kelganlar 21,9% ni, boshqa va shaxsiy maqsadlarda keluvchilar soni 65% ni tashkil etdi.

O‘zbekistonda 2005- yil holatiga doir ma’lumotlarga qaraganda,

jami turistik faoliyat bilan shug'ullanadigan tashkilotlarning soni 351 tani tashkil etgan. Shundan 290 tasi xususiy turistik firmalar bo'lib (83%), ularning xizmat ko'rsatish sohasidagi ulushi 90% ni tashkil etgan.

Hozirgi paytda turizm sohasidagi islohotlarning *to'rtinchi bosqichi* boshlangan bo'lib, unda Xususiy turistik tashkilotlar assotsiatsiyasiga va tashkil etiladigan boshqa turistik assotsiatsiyalarga (masalan, Gid – tarjimonlar assotsiatsiyasi, Mehmonxona egalari assotsiatsiyasi, Transportchilar assotsiatsiyasi) «O'zbekturizm» Milliy kompaniyasining bir qator vakolatlarini o'tkazish ustida izlanishlar olib borilmoqda. Bu o'lkamiz turizm bozorida faoliyat yurituvchi korxonalarimizning yanada tezroq sur'atlarda rivojlanishiga yordam beradi.

Butunjahon Turistik Tashkilotining ma'lumotlariga ko'ra, har yili turistlar sonining 7% ga o'sishini hisobga olganda, 2010- yilda sayyohlar soni bir milliardga yetishi belgilangan edi. Ammo 2008- yilda boshlangan jahondagi moliyaviy-iqtisodiy inqiroz tufayli rivojlangan xorijiy mamlakatlarda keyingi yillar mobaynida turistlar sonining kamayishi kuzatilmoqda. Shunday bo'lishiga qaramasdan O'zbekistondagi siyosiy barqarorlik va taraqqiyotning o'zbek modeli afzalligi tufayli hozirgi paytda xizmat ko'rsatilgan turistlar soni ham o'sib bormoqda. O'zbekistonda turizm sohasining 2001–2010- yillar davomidagi rivojlanish dinamikasini «O'zbekturizm» MKning ma'lumotlari ko'rsatib turibdi (3- rasm).

**3- rasm. O‘zbekiston Respublikasida 2000–2010- yillar davomidagi
turistlarga ko‘rsatilgan xizmatlarning rivojlanish dinamikasi (ming kishi)**

O‘zbekistonga keluvchi xorijiy turistlarning aksariyati Toshkent–Samarqand–Buxoro–Xiva yo‘nalishi bo‘yicha sayohat qiladilar. Chunki O‘zbekiston turizm infratuzilmasi aynan shu mintaqalarda yaxshiroq rivojlangan hamda Buyuk Ipak yo‘liga taalluqli ko‘pgina obyektlar aynan shu joylarda saqlanib qolingan (O‘zbekistonga guruhlarda tashrif buyuruvchi turistlarning aksariyati Buyuk Ipak yo‘li yo‘nalishi bo‘yicha harakatlanadilar). Shuningdek, Surxondaryo, Qashqadaryo va Farg‘ona vodiysi viloyatlarida ham turistlarni jalb etishi mumkin bo‘lgan ko‘plab muhim turistik jozibador manzillar mavjud bo‘lsa-da, turistik infratuzilmaning rivojlanmaganligi tufayli turistlarning bu joylarga kelishlariga to‘sqinlik qiladi. Bu kabi kamchilarni bartaraf etish maqsadida hukumatimiz tomonidan Qamchiq dovonidan o‘tuvchi yo‘l qayta ta‘mirlandi. Samarqanddan Surxondaryoga, Toshkent shahridan Buxoro va Samarqand shaharlariga turistlarni tashish uchun elektrlashtirilgan yangi temir yo‘l qurildi. Toshkent–Samarqand yo‘nalishini tashkil etuvchi 344 kilometrli masofani atigi 2 soatda bosib o‘tadigan, yuqori tezlikda harakatladigan «Talgo–250» rusumli yo‘lovchi tashuvchi elektropoyazdlar qatnovi yo‘lga qo‘yildi.

Bu poyezdlardan foydalanish maqsadida temir o‘l infratuzilmasini modernizatsiya qilish va takomillashtirish bo‘yicha keng ko‘lamdagi ishlar amalga oshirildi. Jumladan, 600 kilometr uzunlikdagi yo‘llar qaytadan tiklandi, 68 kilometrdan iborat yangi temir yo‘l izlari yotqizildi. Toshkent va Samarqand shaharlaridagi temiryo‘l vokzallari qaytadan to‘liq rekonstruksiya qilindi.

Xorijiy turistlarga yuqori servis xizmatlarini tashkil qilish maqsadida bu shaharlarda ko‘plab turistik mehmonxonalar bunyod etilmoqda va yangi turistik yo‘nalishlar ishlab chiqilmoqda.

Turizm sohasi rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar iqtisodiy taraqqiyotining kuchli katalizatori bo‘lib, chet el valutasini va sarmoyalari oqimini ta‘minlaydi, unga yaqin bo‘lgan sohalarning tez o‘shishiga ko‘mak beradi, aholi bandligi muammolarini hal etishga yordam beradi va mamlakatning dunyo hamjamiyatidagi obro‘sinini oshiradi. Boshqa sohalar bilan qiyoslaganda ancha kam sarf-xarajat bilan turizm sohasida katta miqdordagi valuta kelib tushishini ta‘minlash mumkin.

Ko‘pgina mamlakatlarda turizm uchta yetakchi sohalar qatoriga kiradi, tez sur‘atlarda rivojlanadi va muhim ijtimoiy hamda iqtisodiy ahamiyatga ega bo‘ladi. Chunki turizm:

- mahalliy daromadni o‘stiradi;
- yangi ish o‘rinlarini yaratadi;
- ishlab chiqarishning turistik xizmatlar bilan bog‘liq bo‘lgan barcha sohalarini rivojlantiradi;

- turistik markazlarida ijtimoiy va ishlab chiqarish infrastrukturasi rivojlantiradi;
- xalq hunarmandchiligi markazlari faoliyatining rivojlanishini tezlashtiradi;
- mahalliy aholi yashash darajasining o‘shishini ta’minlaydi;
- valuta tushumlari miqdorining o‘shishiga yordam beradi.

1. 3. Markaziy Osiyo mintaqasi sayohatchilari

Sayohlik O‘rta Osiyo o‘lkasida qadim zamonlardan rivojlangan bo‘lib, o‘lkamizdagi ilk sayyohlik ko‘rinishlari Buyuk Ipak yo‘liga borib taqaladi. Miloddan avvalgi II asrda ochilgan Buyuk Ipak yo‘lining ahamiyati nihoyatda katta bo‘lgan. Bu yo‘l faqat savdo yo‘li bo‘lmay, ayni paytda, dunyo xalqlari o‘rtasidagi madaniy hamda davlatlararo aloqalar yo‘li bo‘lgan.

O‘rta osiyolik sayyohatchilarning ma’lum bir qismini ziyoratchilar tashkil etgan bo‘lib, muqaddas joylarga borib ziyorat qilish maqsadida uzoq va mashaqqatli sayohatlarni amalga oshirganlar.

VII–VIII asrlarda arablar Movarounnahrni zabt etish yo‘li bilan mahalliy xalqning urf-odati, dini va e’tiqodi, qadimdan rivojlanib kelayotgan madaniyatiga o‘z ta’sirini o‘tkazib, asta-sekinlik bilan islom dinini targ‘ib eta boshlashdi. Mahalliy xalqning islom diniga o‘tishi bilan, Markaziy Osiyo Arabistondagi Makka-yu Madina bilan bog‘landi. Islom dini farzlaridan biri hajga borish hisoblanib,

movarounahrliklar o'z yurtlaridan chiqib, Afg'oniston, Eron, Iroq, Suriya orqali o'tib, Saudiya Arabistonidagi Makka va Madina shaharlarida haj amalini bajarganlar. Bu yo'l mashaqqatli, og'ir, bir necha oy va yillar ichida bosib o'tiladigan masofaga teng bo'lsa-da, yildan yilga hajga boruvchilarning soni ortib borgan.

Ziyoratchi-olimlarning eng mashhuri deb buyuk muhaddis **Imom al-Buxoriy**ni kiritishimiz mumkin. Imom Ismoil al-Buxoriy o'z onasi bilan 17 yoshda hajga borib, bir necha yil Arabistonda yashaydi. U 40 yil mobaynida Bog'dod, Damashq, Balx, Nishopur, Misr va boshqa ko'pgina arab mamlakatlari shaharlarini sayohat qilib, hadislarni to'playdi. Bundan tashqari, **Abu Iso Muhammad at-Termiziyni** ham misol qilish mumkin. Shu davrda uning Bog'dodda ko'pgina shogirdlari ham bor edi.

Arab xalifaligiga kirgan Movarounahrda, Xurosonda, Xorazmda mahalliy tillarda yozilgan asarlar yo'q qilinadi, natijada yerli olimlar, tolibi ilmlar xalifalikning markaziy shaharlari: Damashq, Qohira, Bog'dod, Kufa va Basraga borib bilim olishga va arab tilida ijod qilishga majbur bo'ladilar. Bu shaharlar o'sha davrda Sharqning yirik ilm va madaniyat markazlari 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 astranomik 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'ullanganlar. Bu yerda o'rta asar ilm-u faniga katta hissa qo'shgan ko'pgina movarounnahrlik va xurosonlik olimlar ijod qilishgan.

Jumladan, 20 dan ortiq asarlar muallifi, qomusiy olim **Muhammad Muso al-Xorazmiy** o'z bilimini oshirish maqsadida Xuroson, Eron, Iroq va Suriya mamlakatlariga borib, matematika, geografiya, astronomiya fanlari bilan shug'ullangan va olamshumul kashfiyotlar qilgan.

«Bayt ul-hikma»da faoliyat ko'rsatgan olimlardan yana biri buyuk astranom, matematik, geograf **Ahmad al-Farg'oniydir**. U Farg'onalik bo'lib, avval Marv, so'ngra Bog'dod, Damashq va Qohira shaharlariga borib, astronomiya, matematika, geografiya fanlari bilan shug'ullanadi. U Qohira shahri yaqinida joylashgan Ravzo orolida joylashgan Nil daryosi sohilidagi qadimgi gidrometr – daryo oqimi sathini o'lchaydigan «Miqyos an-Nil» inshooti qurilishiga rahbarlik qiladi.

Buyuk vatandoshlarimiz – **Abu Nasr Farobiy, Abu Ali ibn Sino, Abu Rayhon Beruniy** kabi allomalar fan taraqqiyotiga o'z hissalarini qo'shishi bilan birga el kezgan olimlardir. Al-Beruniyning «O'tmish avlodlaridan qolgan yodgorliklar», «Hindiston» asarlarida Markaziy Osiyo xalqlari madaniyati, geografiyasi haqida boy ma'lumot to'plangan.

Zahiriddin MuhammadBobur (1483- yil 14- fevral, Andijon shahri–1530- yil 26- dekabr, Hindistonning Agra shahri) – o‘zbek mumtoz adabiyotining yirik vakili, tarixchi, sayyoh-olim, temuriylar sulolasi vakili. «Buyuk mo‘g‘ullar imperiyasi» deb nomlangan Hind davlatining, aslida, Boburiylar davlatining asoschisi bo‘lgan. Bobur o‘zining mashhur «Boburnoma» nomli asarida XV asrning ikkinchi yarmi va XVI asrning birinchi yarmidagi Movarounnahr, O‘rta Osiyo, Afg‘oniston hamda Hindiston tarixi, madaniyati va tabiati haqida juda boy ilmiy ma’lumotlar keltiradi, bu, albatta, Boburning ushbu yurtlarni kezib chiqqanligidan dalolat beradi.

Xulosa qilib aytish mumkinki, O‘rta Osiyoda qadimgi sayyohlik Buyuk Ipak yo‘lining paydo bo‘lishi bilan bog‘liq bo‘lib, IX–XI asrlarda sayyohlik tufayli kishilar bilimini oshiradigan turizmning ilmiy turiga asos solingan va ziyoratchilik turizmi keng rivojlangan.

Rossiya davlati ham mashhur sayohatchilarga boy.Eng qadimgi sayohatchilardan biri **Igumen Danill** 1065- yilda Afon Muqaddas yerga ziyorat qilgani borgan va safar davomida ko‘pgina xalqlar va o‘lkalar haqida batafsil yozib qoldirgan. 1471–1474- yillarda Eron va Hindistonga sayohat qilgan **Afanasiy Nikitin** «Uch dengiz osha sayohat» nomli ajoyib asar bitgan. Keyinroq, mashhur sayohatchilar – **N. N. Mikluxo-Maklay** (1846–1888), **N. M. Perjevalskiy** (1839–1888), **V. I. Bering** (1681–1741) va boshqalar o‘z nomlarini sayohatchilar tarixida yozib qoldirganlar.

1. 4. Sayohat va turizm tushunchalarining mohiyati va ularning o'zaro farqi

Sayohat va turizm (*travel and tourism*) – bir-biriga yaqin tushuncha bo'lib, ular inson hayot faoliyatining ma'lum bir tarzini ifodalaydi. Bu dam olish, faol yoki passiv ko'ngil ochish, sport, atrof-muhitni anglash, savdo, fan, davolanish va boshqa ko'plab jihatlarni qamrab oladi.

*Sayohat*tushunchasi, odamlarning maqsadlaridan qat'i nazar, ularning makondan makonga erkin ko'chib yurishini anglatadi hamda bu sayyohatchilarning turmush tarzi bo'lib hisoblanadi.

«*Turist*– 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)»⁵.

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

Bugungi kunda zamonaviy turizm asoschisi deb tan olingan baptist pastori **Tomas Kuk** birinchilardan bo'lib sayyohatchilarning ommaviy safar uyushtirishining mohiyati va foydaliligini anglab

⁵ O'zbekiston Respublikasining «Turizm to'g'risida»gi Qonuni.

yetdi hamda 1843- yilda u dastlabki temir yo‘l orqali turni tashkillashtirdi va muvaffaqiyatga erishdi. 1851- yilda u mamlakatning barcha burchagidan kelgan inglizlarning Parijdagi ko‘rgazmada ishtirok etishini tashkillashtirdi. U ko‘rgazmaga 165 ming kishini olib kelishga musharraf bo‘ldi. Ko‘rgazma turlari katta foyda keltirganligi sababli, Kuk 1865- yilda Angliyalik sayyohlarning Parijdagi Butunjahon ko‘rgazmasiga ommaviy ravishda tashrif buyurishlarini tashkil etdi. 1856- yildan boshlab Yevropa bo‘ylab turlar odatiy holga aylandi, Kukning turistik agentligi va uning filiallari tuzildi. Turistik kompaniyasining misli ko‘rilmagan muvaffaqiyatga erishganligini Kuk tomonidan sayyohlarga taklif etilgan katalogdan 8 mingdan ortiq mehmonxonalarining o‘rin olganligi ham tasdiqlaydi. 1870- yilda «Tomas Kuk» turistik firmasi mijozlari soni 500 ming kishiga yetdi.

1832- yilda Yevropa va Amerika qit‘alari o‘rtasida muntazam kema katnovi yo‘lga qo‘yilgan bo‘lib, 1866- yilda Kuk AQSHga sayyohlarning dastlabki ikki guruhini jo‘natadi. Turlar uzoq muddatli bo‘lib, besh oygacha davom etgan. Tomas Kukning xizmatlaridan foydalangan amerikalik taniqli sayyohlardan biri Mark Tven bo‘lib, u oltmish kishidan iborat guruh tarkibida bo‘lgan va keyinchalik bu sayohat taassurotlarini qalamga olgan. Tomas Kuk 1872- yilda birinchilardan bo‘lib jahon bo‘ylab sayohat uyushtirishni taklif qilgan. Dastlabki 20 sayohatchi butun jahon bo‘ylab 220 kun davomida sayohat qilganlar. Tomas Kuk 1892- yilda vafot etgach,

uning ishini o'g'illari va sheriklari davom ettirishgan. Kompaniya o'z faoliyat sohasini kengaytirib, yirik moliyaviy institutga aylangan va sayohatchilar uchun yo'l cheklari chiqara boshlagan. Bu esa o'z mohiyatiga ko'ra asr ixtirosi – xavfsiz pullar edi. Bugungi kunda «Tomas Kuk» kompaniyasi butun dunyoda 12000 dan ortiq turistik agentliklarga ega bo'lib, yiliga 20 milliondan ortiq turistga xizmat ko'rsatadi.

Sayohatlardan hayotiy faoliyatning alohida jozibador usuli sifatida yangi shakl – turizm ajralib chiqqan bo'lib, u o'ziga xos xususiyatlar va hislatlari bilan tavsiflanadi.

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 hokazo) xizmat qilib, manfaatdor shaxslar, tashkilotlar, davlat va xususiy jamg'armalar tomonidan moliyalashtiriladi

Bugungi kunda bo'sh vaqt va yetarli mablag'ga ega bo'lgan deyarli har bir shaxs jahon bo'ylab turli transport vositalarida sayr qilishi, dunyoning inson qadami yetmagan joylariga tashrif buyurishi mumkin. Sarguzashtli turizmga ixtisoslashgan turistik firmalar Janubiy Amerika, Afrika va Osiyo bo'ylab maxsus tayyorlangan avtomobillarda uzoq muddatli (30 haftagacha) qit'alararo sayohatlarni taklif qilmoqda. Buyuk yangi yer ochuvchilarning yo'nalishlarini takrorlovchi, narxi 50 ming AQSH dollariga teng

bo'lgan 190 kunlik dengiz sayohatlari ham taklif etilmoqda.

Turizmni uyushtirish va amalga oshirish bo'yicha ma'lum bir sharoitlarda u turistik industriyasi korxonalari va turistik tashkilotlar tomonidan taqdim etiluvchi turistik xizmatlardan foydalanishni ko'zda tutishi mumkin.

Turizm sayohatlarning bir turi bo'lsa-da, biroq o'ziga xos jihatlariga 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 uchraydigan soha hisoblanadi. Turizmbu turistlar tomonidan amalga oshiriluvchi, aniq belgilangan turistik maqsadlarga ega ommaviy sayohatlar turi, ya'ni sayyohning faoliyati va bunday sayohatlarni uyushtirish va amalga oshirish bo'yicha xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlardan iborat. Bunday faoliyat turli xil turistik industriya korxonalari va ular bilan bog'liq tarmoqlar tomonidan amalga oshiriladi.

Turizm faoliyati, asosan, bo'sh vaqtda amalga oshiriladi. Bunday hol sodir bo'lishi uchun ikki shart bo'lishi kerak: dam olishga ajratilgan bo'sh vaqt va tegishli mablag'. Uzoq vaqt davomida turistik faoliyat bilan faqat badavlat kishilargina shug'ullanishgan. Hozirgi paytda aholining turli qatlamlari bo'sh vaqtini va jamg'arilgan mablag'larini turli turistik safarlarga borishga sarflamoqdalar.

Hozirgi tushunchalarda qabul qilingan turizm XIX asrning oxiriga borib shaklangan bo'lsa-da, faqat XX asrga kelib u jadal sur'atlarda rivojlandi hamda texnika va texnologiyalarning rivojlanishi, jamiyat munosabatlarining yuksalishi natijasida u «XX asr fenomeni» nomini oldi. Bugungi kunda turizm jahon miqyosidagi iqtisodiyotning juda kuchli tarmog'i bo'lib, uning jahon yalpi ichki mahsulotidagi ulushi 10 % ni tashkil etadi hamda bu sohaga juda ko'p sonli xodimlar, asosiy vositalar va yirik kapital mablag'lar jalb qilingan. Bu yirik biznes, katta pul va global miqyosdagi jiddiy siyosatdir.

Jamiyatning rivojlanishi bilan sayyoramizning tobora ko'plab aholisi turizm sohasiga jalb qilinmoqda. Bugungi kunda turizm ko'pgina mamlakatlarda shiddat bilan rivojlanayotgan industriyaning ijtimoiy-iqtisodiy tarmog'idir. Butunjahon Turistik Tashkiloti (BTT)ning baholashiga ko'ra, turistik servisi rivojlangan shaharga tashrif buyurgan 100 nafar turist 20 ming AQSH dollari atrofida sarflaydi, ya'ni bir sutkada shaharga har bir turist tomonidan 200 AQSH dollari miqdorida foyda keladi. Agar misollar bilan taqqoslaydigan bo'lsak, bu miqdordagi foydani olish uchun hatto rivojlangan mamlakat ham kamida jahon bozoriga 1 tonna paxta yoki 2 tonna bug'doy olib chiqishi kerak bo'ladi.

Hozirgi paytda dunyoning ajoyib, jozibador turistik zaxiralariga ega bo'lgan barcha burchaklari hali yaxshi o'zlashtirilmaganligi va keng sayyohlar ommasi uchun ochiq emasligini ham hisobga olish lozim. Bunda tabiiy iqlim sharoitlari va siyosiy-iqtisodiy omillar,

mintaqadagi tinchlik, turizm industriyasining rivojlanishi kabilar muhim rol o'ynaydi. Turizm infratuzilmasi va industriyasi turizmga turdosh bo'lgan bir necha tarmoqlarning 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 o'rinlarining ochilishiga yordam beradi. Shu bilan birga, mahalliy mintaqalarning rivojlanishiga ham ijobiy ta'sir qilib, jumladan, qishloq xo'jaligi mahsulotlarni, mahalliy mahsulotlarini va milliy hunarmandchilik mahsulotlarini sotishga yordam beradi.

2- jadval

Turizmni sayyohatdan ajratib turuvchi asosiy xususiyatlar

№	Farq qiluvchi xususiyatlar	Turizm (turist)	Sayohat (sayohatchi)
1	Mamlakat iqtisodiyotiga ta'siri bo'yicha	Turizm kuchli jahon miqyosidagi iqtisodiyot tarmog'i bo'lib, uning jahon yalpi ichki mahsulotidagi ulushi mavjud. Bu yirik biznes, katta pul va global miqyosdagi jiddiy siyosatdir	Sayohatlarning iqtisodiyotiga 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 mobaynida	Yo'llanma bilan chegaralangan bo'lib, 1–2 kunlik (dam olish kunlari); 3–7 kunlik; 8–28	Muddati chegaralanmagan

		kunlik; 29–91 kunlik bo‘lishi mumkin	
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 mobaynida 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	Turist borgan joyida haq to‘lanadigan faoliyat bilan shug‘ullanishi mumkin emas	Sayohatchi borgan joyida uchun haq to‘lanadigan faoliyat bilan shug‘ullanishi mumkin
7	Mablag‘ bilan ta’minlash	Turistning shaxsiy mablag‘idan va ijtimoiy fondlardan	Homiy tashkilotlar, davlat va xususiy jamg‘armalartomonidan 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 foliyatiga ta’siri	Turistning sayohatga borib kelishi yashash faoliyatiga bevosita ta’sir qilmaydi	Sayyohat sayohatchi uchun kasbi yoki kun ko‘rish manbai, turmush tarzi bo‘lib xizmat qiladi

Tayanch tushunchalar: Markaziy Osiyo sayohatchilari, kashfiyotlar, qadimgi sayohatlar va ziyoratchilik, sayohat va sayohatchi,

sayyoh haqidagi tushunchalar, ziyoratchi olimlar, turizmni sayyohatdan ajratib turuvchi asosiy xususiyatlar, turizm jahon miqyosidagi kuchli iqtisodiyot tarmogʻi, zamon va makonda koʻchib yurish, boʻsh vaqtning va mablagʻning mavjudligi.

Savol va topshiriqlar:

1. Sayohat deganda nimani tushunasiz?
2. Ilk sayyohatchilar kimlar boʻlgan?
3. Ziyoratchilar qanday sayohatlarni amalga oshiradilar?
4. Savdogarlar sayohati haqida nimalarni bilasiz?
5. Markaziy Osiyo sayyohatchilarining maqsadi nimadan iborat boʻlgan?
6. Nima uchun Tomas Kuk turizmning asoschisi deyiladi?
7. Turizmning taʼrifini aytib bering?
8. Turizmning sayohatdan farqi nimalardan iborat?

II BOB. TURIZM XIZMATLARI VA MAHSULOTLARI

2. 1. Turizm xizmatlarining faoliyati boʻyicha tasniflanishi.
2. 2. Turizm turlarining tasniflanishi va koʻrinishlari
2. 3. Asosiy va qoʻshimcha turistik xizmatlar.
2. 4. Jozibador turistik mahsulot yaratish va xizmat koʻrsatish klasslari.

2. 1. Turizm xizmatlarining faoliyati boʻyicha tasniflanishi

Zamonaviy turizmning oʻziga xos xususiyatlarini belgilash

maqsadida uning muhim tasnifiy belgilarini aniqlab olish zarur bo‘ladi. Jumladan, geografik belgilari, turistik oqim yo‘nalishi, safar maqsadi, harakatlanish usuli, turistlarni joylashtirish vositalari va ishtirokchilar soni bo‘yicha tashkiliy-huquqiy shakllarini tasniflash maqsadga muvofiqdir.

3- jadval

Turizm sohasining faoliyati bo‘yicha tasniflanishi

№	Tasniflanadigan belgilar	Turizm turlari
1	Geografik prinsip bo‘yicha	1. 1. Milliy 1. 2. Xalqaro 1. 3. Ichki
2	Turistik oqimlar yo‘nalishi bo‘yicha	2. 1. Kiruvchi 2. 2. Chiquvchi
3	Maqsadlar bo‘yicha	3. 1. Rekreatsion 3. 2. Sog‘lomlashtiruvchi dam olish 3. 3. Bilimini oshiradigan dam olish 3. 4. Malakaviy ish turizmi 3. 5. Ilmiy turizm 3. 6. Sport turizmi 3. 7. Shop-turlar 3. 8. Sarguzashtli 3. 9. Ziyorat (haj) safari 3. 10. Qo‘msash 3. 11. Ekoturizm 3. 12. Ekzotik

4	Moliyalashtirish manbayi bo'yicha	<ul style="list-style-type: none"> 4. 1. Sotsial turizm 4. 2. Tijoriy turizm
5	Harakatlanish usuli bo'yicha	<ul style="list-style-type: none"> 5. 1. Yayov, piyoda 5. 2. Aviatransport 5. 3. Dengiz transporti 5. 4. Daryo transporti 5. 5. Avtoturizm 5. 6. Temir yo'l transporti 5. 7. Velosiped transporti 5. 8. Ulovlarda 5. 9. Aralash
6	Joylashuv vositalari bo'yicha	<ul style="list-style-type: none"> 6. 1. Otellarga, mehmonxonalarga 6. 2. Motellarga 6. 3. Pansionatlarga 6. 4. Kempinglarga 6. 5. Palatkalarga 6. 6. Rotellarga 6. 7. Botellarga 6. 8. Sanatoriylarga 6. 9. Flotellarga 6. 10. Xostellarga 6. 11. Otel-klublarga 6. 12. Turbazalarga 6. 13. Turistik uylarga 6. 14. Appartomentlar
7	Ishtirok etuvchilar soni	<ul style="list-style-type: none"> 7. 1. Individual

	bo'yicha	7. 2. Oilaviy 7. 3. Guruhlar bo'lib
8	Tashkiliy shakllari bo'yicha	8. 1. Tashkil qilingan 8. 2. Tashkil qilinmagan

1. Ichki turizm – o'z davlati chegarasi doirasida doimiy yashovchi fuqarolarning vaqtinchalik tashrif buyuruvchi joyiga (to'lanadigan faoliyatsiz) turistik maqsadlarda sayohat qilishi.

Ichki turizm davlat chegaralarini kesib o'tish bilan va turistik rasmiyatchilik bilan bog'liq emas. Milliy valuta, til, hujjatlar oldingidek o'zgarmasdan qoladi. Dunyodagi safarlarning 80–90 foizi ichki turizm ulushiga to'g'ri keladi. Ayniqsa u AQShda ommabop hisoblanadi.

2.Xalqaro turizm – vaqtinchalik kelgan joyiga faoliyati to'lanmaydigan, doimiy yashaydigan mamlakat chegarasidan tashqariga turistik maqsadlarda safar qilishi.

Chet el turistlariga biror davlatga 24 soatdan kam bo'lmagan muddatga vaqtinchalik tashrif buyurgan shaxslarning barchasi kiradi. Shuni qayd qilish kerakki, ba'zi davlatlarda Birlashgan Millatlar Tashkiloti (BMT) statistik komissiyasining tavsiyalaridan chetlanishga ruxsat beriladi. Masalan, ba'zi davlatlarda 3 kun muddatdan kam bo'lmagan muddatga tashrif buyurganlar xalqaro turistlar hisoblansa, ba'zilarida 2 hafta, ba'zilarida esa bu muddat 1 oydan kam bo'lmagan muddatga tashrif buyurganlar xalqaro turistlar hisoblanadi.

Barcha xalqaro turistik sayohatlarning o'rtacha 65 foizi Yevropaga, 20 foizi Amerikaga va qolgan 15 foizi boshqa mintaqalarga to'g'ri keladi.

So'ngi yillarda ichki va xalqaro turizmning bir-biriga yaqinlashish tendensiyasi kuzatildi, bu esa turistik rasmiyatchiliklarni soddalashtirish bilan izohlanadi (masalan, Birlashgan Yevropadagi Shengen Bitimi).

3. Kiruvchi turizm– faoliyati to'lanmaydigan turistik maqsadlarda doimiy yashamaydigan shaxslarning o'zga mamlakat hududiga tashrifi, sayohati.

4. Chiquvchi turizm – bir mamlakat hududida doimiy yashovchi shaxsning boshqa mamlakatga faoliyati to'lanmaydigan sayohati, tashrifi.

5. Rekreatsion turizm dam olish maqsadidagi turist bo'lib, qator davlatlar uchun turizmning ommaviy shakli hisoblanadi. Ispaniyaga, Italiyaga, Fransiyaga, Avstriyaga chet el turistlarining tashrifi, avvalo, mana shu maqsadni ko'zda tutadi. Dam olish maqsadidagi safarlar xilma-xilligi bilan farqlanadi va qiziqarli tomosha dasturlarini (teatr, kino, festival va hokazo), qiziqishlar bo'yicha mashg'ulotlar (ov, baliq ovlash, musiqali, badiiy ijodiyot va hokazolar bilan shug'ullanishni) o'zga mamlakatning milliy madaniyatini o'rganish bilan bog'liq bo'lgan etnik sayohatlarni o'z ichiga olishi mumkin.

6. Sog'lomlashtiruvchi dam olish turizmi o'ta shaxsiy individual xarakter kasb etadi. Inson organizmiga ta'sir etish vositasiga qarab

davolanish uchun dam olish iqlimli, dengiz, balchiq bilan davolanish va hokazolarga bo‘linadi.

7.Tanishuv (ekskursion) turizmi o‘z ichiga tanishuv (bilish, ko‘rish va eshitish) maqsadlari bilan bog‘liq tashrif va sayohatlarni o‘z ichiga oladi. Ekskursiya bilishning bir shakli bo‘lib, shaxs intellekti va dunyoqarashini kengaytirish vazifasini bajaradi.

8.Malakaviy ish turizmiga ish maqsadlari bilan bog‘liq safarlar kiradi. Hozirgi taraqqiy etgan zamonaviy jamiyatda hayot xalqaro aloqalarni bog‘lash zaruriyatini tug‘dirmoqda. So‘nggi yillarda ishchan soha vakillarining, tadbirkorlarning tashriflari ommaviy tus olmoqda.

Qator turistik firmalar guruhlariga jamlangan biznesmenlarning turli maqsadlardagi tashriflarini tashkil etishga ixtisoslashtirilmoqda. Ushbu turdagi turizmning o‘ziga xos xususiyatlari shundan iboratki, ishchanlik vaziyatida o‘tadigan uchrashuv ishtirokchilari oddiy sayyohga qaraganda mamlakat bo‘ylab sayohat paytida ko‘proq mablag‘ sarflaydi. Shuning uchun ko‘pgina davlatlar xalqaro forumlarni va shunga o‘xshash tadbirlarni o‘zlarida o‘tkazishga harakat qiladilar.

9.Ilmiy turizm xalqaro turizmning o‘qish, ta’lim olish maqsadida, malaka oshirish maqsadida amalga oshiriladigan nisbatan yangi turi hisoblanadi. Xorijda ta’lim olish uchun safar qilish O‘zbekistonda ham turbiznesining o‘rnatilgan segmentlaridan biri bo‘lib hisoblanadi. Safarlarning ommabop bo‘lib borayotgan turi bu til

o'rganish maqsadida, ayniqsa Buyuk Britaniyaga va boshqa ingliz tilida so'zlashadigan davlatlarga safarlar kengayib bormoqda.

10.Sport turizmining asosiy maqsadi turistlarga o'zlari tanlagan sport turi bilan shug'ullanishiga imkoniyat yaratib berishdan iborat. Sport turizmi zaruriy baza mavjudligini talab etadi: turli inventarlarni, maxsus trassalarni, yo'llar, sport maydonchalarini, asbob-uskunalar. Sport sayohatlariga qo'yiladigan asosiy talablardan biri bu dam oluvchilarning xavfsizligini ta'minlash hisoblanadi.

11.Shop-turlar Rossiya va MDH davlatlari uchun xosdir. Xorijiy mamlakatlarga tashrifning asosiy maqsadi xorijdan xalq iste'moli tovarlarini xarid qilib, uni o'zining mamlakatida yana qayta sotishdan iborat. (poyabzal, trikotaj va boshqa tovarlarni Turkiya, Italiya, Portugaliya, Suriyadan; yozgi to'qilgan kiyimlarni Indoneziyadan; po'stinlar Gretsiya va Argentinadan; mebellarni Polsha va Italiyadan; elektronika mahsulotlarini BAAdan; avtomashinalarni Germaniya, Shvetsiya, Finlandiya, Gallandiyadan sotib olishadi).

12.Diniy turizm (haj safari, ziyorati) hozirgi vaqtda juda yuqori talabga ega bo'lib, ommaviy tus olmoqda. Har yili yuzlab vatandoshlarimiz Makka-yu Madinaga haj va umra safarlarini amalga oshirmoqdalar.

Turizmدا diniy maqsadlarning bir necha turlarini ajratib ko'rsatishi-miz mumkin:

1. Haj ziyorati (gunohlarni yuvish maqsadida, diniy e'tiqod

maqsadida ziyoratgoh joylariga tashrif buyurish).

2. Tanishuv tashrifi (diniy qadamjolar, haykallar; din tarixi, din madaniyati bilan tanishuv).

3. Ilmiy tashriflar (diniy masalalar bilan shug'ullanuvchi tarixchilar va boshqa mutaxassislarning tashrifi).

13. Sog'inish, qo'msash turizmi qarindoshlarinikiga, tug'ilgan joylariga va yaqinlarinikiga tashrif buyurish ehtiyojiga asoslangan va xalqaro turistik almashuvda muhim o'rinni egallaydi. Qo'msash turizmga yaqqol misol qilib, sobiq Ittifoq davrida O'zbekistonda yashagan va hozirgi paytda ham ularning qarindosh-urug'lari respublikamizning turli shaharlarida faoliyat ko'rsatib kelayotgan qrim-tatar, zakavkaz xalqlari, yaxudiylar, nemislar va boshqa millatga mansub bo'lgan aholini ko'rsatishimiz mumkin.

14. Ekoturizm. Hozirgi kunda ekologik turizmga har qachongidan ham talab katta. Bu dunyoning barcha davlatlariga tegishli bo'lib, faol dam olishning bir turi hisoblanadi. Unga ko'ra inson o'z sog'ligini tiklabgina qolmay balki, bir qancha estetik hissiyotlar oladi. Hozirgi kunda ekologik turizm eng rivojlangan dam olish turi bo'lib, bu sport turi ham hisoblanadi va u turizmning eng rivojlangan sohasiga aylanmoqda. Ekoturizmning maqsadi hozirgi va kelajak avlodlarning ekologik xavfsizligi va barqaror rivojlanishini ta'minlash uchun tabiatdan turistik maqsadlarda oqilona foydalanishdan iborat.

2. 2. Turizm turlarining tasniflanishi va ko‘rinishlari

Turistik oqimlarning yo‘nalishi bo‘yicha turizm turlari «Kiruvchi» va «Chiquvchi» toifalarga bo‘linadi. Ko‘pgina rivojlangan mamlakatlarda turizm uyg‘un holatda taraqqiy etadi, «ichki» va «tashqi» turizm sohasida muvozanat saqlanadi.

Talab nuqtayi nazaridan turizmning uchta turini ko‘rsatish mumkin: ichki, kiruvchi va chiquvchi turizm. Geografik prinsip asosida turizm sohasining tasniflanishi bo‘yicha xalqaro, milliy va mamlakat chegarasidagi ichki turizm turlari mavjud.

4- rasm. Turizmning turlari bo‘yicha tasniflanishi

Hozirgi kunda Rossiyada 10 nafar chiquvchi turistga 1 nafar ichki turist to‘g‘ri keladi.

2010- yilda O‘zbekiston bo‘yicha o‘tkazilgan tadqiqotlar natijasiga ko‘ra, har 6 nafar chiquvchi turistga 1 nafar ichki turist to‘g‘ri kelgan.

Turizm bozorini muvofiqlashtirishda Butunjahon Turistik Tashkiloti (BTT) ishlanmalari bo‘yicha quyidagi proporsiya tavsiya qilinadi:

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

Bu proporsiya BTT tavsiyalari bo'yicha eng optimal nisbat hisoblanadi, uni amalga oshirish uchun turistik faoliyatini tartibga soluvchi tegishli me'yoriy hujjatlar va qonunlar qabul qilishga to'g'ri keladi.

Hozirgi paytda O'zbekiston Respublikasiga xorijiy fuqorolarning kelishi va fuqorolarning chet elga chiqishlari haqidagi batafsil ma'lumot quyidagi jadvalda ko'rsatilgan:

4- jadval

**O'zbekiston Respublikasiga 2009- yilda fuqorolarning
kelishi va fuqorolarning chet elga chiqishlari
(rasmiiy deklaratsiyadan o'tgan, kishilar hisobida)**

Ko'rsatki chlar	Jami	Shu jumladan safar maqsadlari bo'yicha							
		Tadbir korlik (xizmat doirasida)	O'qish	Ishlash	Turistik	Qarindoshlarmikiga tashrif	Davolanish	DTJ (doimiy turar-joyi)	Tijorat
Kirish	1294429	71099	5864	27520	149678	914803	40194	52158	33113
Shu jumladan : MDH davlatlari	1101034	54044	4858	14818	65606	874061	38659	37980	11008
Boshqa chet el davlatlari	193395	17055	1006	12702	84072	40742	1535	14178	22105
Chiqish	918055	36795	5778	16148	94194	108370	5883	635147	15788

Shu jumladan :MDH davlatlariga	729843	23463	5165	10157	49614	101443	4280	530455	5266
Boshqa chet el davlatlariga	188212	13332	610	5991	44535	6927	1603	104692	10522

Manba: O‘zbekiston Respublikasi Davlat Bojxona qo‘mitasi ma’lumotlari

Jadvalda qayd etilganidek, 2009- yilda fuqarolarning chiqish oqimi 918055 kishini tashkil etgan bo‘lsa, kirish oqimi 1294429 kishini qamragan, bu hol respublikada turizm eksporti salmog‘ining nihoyatda oshganligidan dalolat beradi. Demak, respublika byudjetiga kirib keluvchi mablag‘ chikuvchi oqimidan olinadigan daromadga nisbatan ancha oshib bormoqda. Bu holatni O‘zbekiston milliy iqtisodiyotining rivojlanishidagi ijobiy ko‘rsatkichlardan biri sifatida baholash mumkin. Ammo O‘zbekistonga amalga oshirilgan sayohatlarni maqsadlariga ko‘ra tahlil qilsak, quyidagi holatni kuzatamiz kiruvchi oqimda ikkinchi va uchinchi o‘rinlarda bevosita turistik maqsad bilan va xizmat vazifasiga ko‘ra tashrif maqsadlari turadi. Milliy turistik mahsulotning bunday shakllaridan biri ishbilarmonlar turizmidir, uning ommabopligi hordiq olish va xizmat vazifalarining uzviy bog‘liq bo‘lgani bilan izohlanadi, shuning uchun bu tur chet ellik mehmonlar uchun qiziqarlidir. Tadbirkorlarning ish

bo'yicha sayohat-safarlari keyingi vaqtlarda ommaviylashib bormoqda. Bir qator turistik firmalar biznesmenlarning turli maqsadlarga yo'naltirilgan guruhviy safarlarini tashkil etishga ixtisoslashgan. Ish turizmining katta afzalligi shundaki, uni nomavsumiy pallada ham tashkil etish imkoniyati mavjud. Bunda turistik firmalar turistik xizmatlarni – transport, joylashuv, ovqatlanish, ekskursion xizmatlarni tashkil qilish bilan bir qatorda, mintaqaga xos ma'lumotlarni o'rganish, bo'lajak ish hamkorlari haqida ma'lumot yig'ish, tarjimalar, zaruriy iqtisodiy materiallar taqdimoti, ish bo'yicha uchrashuvlar tashkil etish kabi xizmatlarni ham taqdim qilishi mumkin. Turizm bozoridagi bu turning muhim xususiyati shundan iboratki, ish bo'yicha o'tkaziladigan uchrashuvlarning ishtirokchilari mamlakatga tashrifi jarayonida oddiy turistdan ko'ra ko'proq mablag' sarflaydilar.

Shunday qilib, turizm xizmatlar bozorida malakaviy ish turizmini O'zbekiston turizm industriyasi rivojlanishining eng istiqbolli yo'nalishi sifatida belgilash mumkin. Buning uchun xizmat ko'rsatishning mazkur segmentidagi sezilarli o'sishni MDH mamlakatlari va uzoq xorij bilan avvalgi aloqalar tizimini tiklash va yangi aloqalarni o'rnatish tufayligina ta'minlash mumkin. Sayohatlarining maqsadlariga ko'ra kiruvchi va chiquvchi xorijiy fuqarolar sonining taqsimlanish ko'rsatkichlari, bevosita turizm maqsadi bo'yicha tashriflar ulushining kamligi, bizningcha, kerakli turpaket, brend va turistik xizmatlar servisining nisbatan past

darajada ekanligidan dalolat beradi. Mamlakatimiz turizm industriyasining faoliyatida mavsumiylik omili mavjudligi O‘zbekistonning iqlimiy shart-sharoitlari va turmahsulotni shakllantirishda aynan tabiiy-iqlimiy omillar muhim rol o‘ynashi bilan izohlanadi. Bu, ayniqsa, turizm maskani bo‘lgan Samarqand hududining turizm tizimi misolida yaqqol namoyon bo‘ladi. Ichki turizm bo‘yicha turistlar, asosan, fevralda (5,2%), iyunda (19%) va avgust oylarida (15,1%) sayohat qilishgan. Kiruvchi turizmda esa, asosan, aprel (10,7%), may (18,3%) oylarida tashrif buyurishgan bo‘lsa, dekabr, yanvar, fevral va mart oylarida bu ko‘rsatkich atigi 1,8% ni tashkil qilgan. (5- jadval va 5- rasmga qarang)

Mamlakatimiz turistlarining o‘z imkoniyatlaridan kelib chiqib, dam olishni, asosan, yoz oylarida amalga oshirishlarining turg‘un holati shakllangan bo‘lib, bu oylarda sayohatlar hajmi 42,8% ga to‘g‘ri keladi. Bunda, asosan, oilaviy dam olishga etibor beriladi – sentabrda sayohatlar sonining 2 karra tushib ketishi o‘quv yilining boshlanishi bilan izohlanadi, o‘rtacha oilaviy sayohat 3 kishidan iborat bo‘lgan oila bilan amalga oshiriladi.

5-jadval

2009- yilda Samarqandga qilingan sayohatlarni amalga oshirish mavsumiga ko‘ra xizmat ko‘rsatilgan turistlar sonining taqsimlanishi (ming kishi)

Jami xizmat ko‘rsatilgan	Ichki turizm	Kiruvchi turizm	Chiquvchi turizm

turistlar soni	26,4	100%	70,8	100%	0,79	100%
Yanvar	1,1	4,3	0,7	1,2	0,034	1,0
Fevral	1,4	5,2	0,6	1,1	0,055	5,0
Mart	1,9	6,9	2,2	3,3	0,039	2,4
Aprel	2,3	8,2	7,5	10,7	0,037	1,9
May	2,4	9	13,1	18,3	0,112	13,8
Iyun	4,7	19	8,7	12,4	0,044	3,7
Iyul	2,3	8,7	2,1	3,1	0,092	13,5
Avgust	3,8	15,1	10,5	14,8	0,044	3,7
Sentabr	2,2	7,8	8,2	11,4	0,039	1,1
Oktabr	1,8	6,5	10,4	14,4	0,161	34,7
Noyabr	1,3	4,8	5,5	7,5	0,094	16,8
Dekabr	1,2	4,5	1,3	1,8	0,039	2,4

Manba: «O‘zbekturizm» MK Samarqand mintaqaviy boshqarmasi ma’lumotlari asosida.

5- rasm. 2009- yilda Samarqandga sayohat qilish mavsumiga ko‘ra xizmat ko‘rsatilgan turistlar sonining taqsimlanish diagrammasi

Yuqoridagi 5- jadval va 5- rasmda ko'rsatilganidek, chiquvchi turistik oqim dinamikasi taklif spektorining kengligiga ko'ra mavsumiylik ta'siriga deyarli uchramaydi, bunda jami xizmat ko'rsatilgan turistlar soniga nisbatan may, iyun va iyul oylarida 31,0% hamda avgust, oktabr va noyabr oylarida 55,2% turistlar boshqa mamlakatlarga sayohat qilganlar. Kiruvchi turistlar oqimi jami xizmat ko'rsatilgan turistlar soniga nisbatan may oyida 18,3%, oktabr oyida 14,4% tashkil qilib, asosan, yilning issiq vaqtiga to'g'ri keladi va uning o'sish sur'ati yetarli darajada barqaror hisoblanadi. Yilning yanvar, fevral va dekabr oylarida turistlar oqimining keskin pasayishi turoperatorlarimiz tomonidan tayyorlangan dasturlar ta'sirchanligining pastligi va bir oz zerikarliligi bilan baholanadi, bu esa oilaviy va guruh sayohatlarning turizm bozorida o'rnini yo'qotishga olib kelmoqda.

Shuningdek, sayohat davomiyligini uzaytirishga moyillik ham ahamiyatli ko'rsatkichlardan biri hisoblanadi. Avvallari dam oluvchilarning barchasiga mehnat kodeksida o'rnatilgan tartib asosida yo'llanma muddati (binobarin, sayohat muddati) har yilgi mehnat ta'tili muddatiga bog'liq ravishda 21 yoki 28 kundan iborat edi.

Mazkur holatning asosiy sabablari sifatida quyidagilarni ko'rsatish mumkin:

– yil davomida ta'til vaqtini bo'laklarga ajratib, bir necha marta

sayohatlar qilishga intilish(shu jumladan, bayram kunlarida);

– yangi mehnat munosabatlarida ko‘pchilik uchun ta’til davomiyligining qisqarishi va “bevosita xizmat vazifasini, ishini” uzoq muddatga (ikki haftadan ortiq) tashlab qo‘yishning imkoni yo‘qligi;

– to‘lov qobiliyatining cheklanishi, zero, ommabop turlar xarajati kishi boshiga 400–500 AQSh dollariga to‘g‘ri keladi.

Sayohatlarning davomiyligi turlarni amalga oshirish maqsadi bilan muvofiqlashadi. Jumladan, xordiq chiqarish, faol dam olish va turizm (motivatsiya jihatdan yetakchi tur) bilan bog‘liq sayohatlar, odatda, qisqa muddatli bo‘ladi, kruizli turlar va davolanish bilan bog‘liq sayohatlar esa uzoq muddatga mo‘ljallangan bo‘ladi. Shunday qilib, bizning iste’molchi-turistlarda dasturi mazmunan boyitilgan va qisqa muddatda katta taassurot va natija olish imkoniyatini amalga oshirishni ta’minlovchi turmahsulotdan foydalanishni ma’qul ko‘rish holatlari yaqqol kuzatilmoqda. Bu, o‘z navbatida, turizm industriyasi xizmatlarini qayta o‘zgartirilishini talab etadi hamda tur dasturlarni va uning muddatlarini xizmat ko‘rsatishning jahon standartlariga moslashtirishni taqozo etadi.

Turizm soxasining xilma-xilligi uning bosh maqsadiga bog‘liq holda quyidagi ko‘rinishlarga ajratiladi:

1. Dam olish yoki rohatlanish, ko‘ngil ochar (tur-rlisure tour, delights tour). Bu turistlik dam olish va turistlikning keng tarqalgan turidir;

2. Dam olish va sogʻlomlashtirish maqsadidagi kurort (resort or health resort or resortspa).

Sogʻlomlashtirish va davolash maqsadlarida qilinadigan turizm – health and fitness tour or resort tour. Spa yoki health spa – sanatoriylar, kurortlar, pansionatlar sogʻlomlashtiruvchi-davolovchi tashkilotlar, kurort zonalarida, shifobaxsh suvlar, shifobaxsh balchiqlar va boshqalar yordamida (shifobaxsh mineral suvli kurortlarda) olib boriladi. Turistik prospektlarda ixtisoslashtirilgan sogʻlomlashtirish maqsadlariga qarab, kempinglarda mineral suvlarni ichish yoki mineralli va oltingugutvodorodli vannalar qabul qilish imkoniyatlarini belgilaydilar. Mashhur chet el shifobaxsh suvli kurortlaridan – Vishi, Vittel va Eks-le-Ben (Fransiya); Bad-Naukeym, Visbaden va Baden-Baden (Germaniya); Bad-Ishl, Bad-Gastayn va Baden-bey-Vin (Avstriya); Spa (Belgiya); Bat va Bakston (Buyuk Britaniya); Bursa (Turkiya); Atami (Yaponiya) Termal buloqlarining kattagina qismi Gretsiya va Vengriyada taniqlidir.

Oʻzbekistonda ham uning boy tabiati va iqlimidan kelib chiqqan holda, Fargʻona vodiysida joylashgan «Chortoq», «Shohimardon», «Arslonbob», «Oltiariq», «Chimyon», Samarqand viloyatida joylashgan «Nagorniy», Buxorodagi «Mohi xossa» va Toshkent viloyatida joylashgan Bustonliq va Birchmulla oromgoxlari, «Chinobod» hamda «Turon» kabi mineral suv bilan davolash hamda dam olish imkoniyatiga ega boʻlgan sanatoriylar,

dam olish oromgohlari mavjud.

Ko'ngil ochar turlar– (entertainment) turizm dasturlarida ma'lum ma'noda turistlar uchun qo'shimcha xizmat ko'rsatishga yo'naltirilgan. «Turistning yaxshi ko'ngil ochishi» uchun xizmatlarning barcha qirralarini ochishda yordam beradi. Bu faol o'yinlar (golf, kriket, kegli), otlarda sayr qilmoq, attraksionlarga borish (tematik bog'lar, masalan, Disneylend, Delfi kari, zooparklar), restoranlar, dangsinglar, disko klublar, magazinlar, kazino va boshqalar shular jumlasiga kiradi. Xorij mutaxassislarining fikricha, 110 dan ortiq keng qo'llaniladigan turizm amaliyotidagi ko'ngil ochar turlar mavjud.

Familiarization trip yoki famtrip, ya'ni tanishtiruvchi, reklama safari. Marshrutni qaytadan batafsil ishlash va uning shartlari bilan tanishish uchun reklamali sayohatlarga asosan turli dilerlar va turoperatorlar yoki turistlik agentliklar ishchilari borishadilar. Ular butun marshrutni to'laligicha bosib o'tishadi va yashash sharoitlarini, ekskursiya dasturlarini, ovqatlanish asosini, transforni, madaniy va ko'ngil ochar dasturlarni aniqlashadilar. Ularni mahalliy sharoitlar, udumlar, meditsina va sug'urta xizmatlari, jinoiy holatlar va boshqa kritik holatlarda davlat organlari bilan birgalikda olib boriladigan ishlar haqida to'liq ma'lumotlar bilan ta'minlaydilar. Qoida bo'yicha tanishtiruvchi turizmga ma'lum chegirmalar beriladi yoki bunday turizm to'laligicha qatnashuvchi kompaniya tomonidan to'lanadi. Ba'zi mamlakatlar, masalan, Isroil qabul qilish bo'yicha turistlik

faoliyatni faol qo‘llab-quvvatlab, tanishtirish bilan bog‘liq safarlarni davlat byudjetidan dotatsiyalaydi.

O‘rganuvchi turizm – sonnoisscur tour. Turizm markazlariga biror narsa o‘rganish uchun borishdan iborat. Bular dunyoga mashhur Nyu- York (har yili 32 mln turist bu yerga o‘rganish maqsadida borishadi), Parij, Madrid, Rim, Peterburg, Qoxira, Singapur, Gongkong, Rio-de-Janero va shu kabi shaharlardir. Turistlarning qiziqish ob‘yekti bo‘lib qadimgi joylar, muzeylar, haykallar, shaharlarning chiroyli landshaftlari xizmat qiladi.

Qishloq turizmining rivojlanishi.

Qishloq turizmi – farm tour, riral tour. Dam olish vaqti har qanday shaharlik uchun qishloqdami yoki dala xovlidami juda ham maroqlidir. Bu xayot talabi bo‘lib, doimo dala xovlilarini yoki boshqa joylarni ko‘p yillar davomida sinalgan va tekshirilgan joylarda dam olish uchun ijaraga olinadi. Qishloq turizmining o‘ziga xos tomonlari shundaki, masalan, Sitsiliyaning agrar viloyatlarida ishchi kuchi yetishmasligi tufayli kambag‘al turistlar yoki studentlarni ish haqi to‘lamasdan, boshpana va ovqat uchun ishga yollashi mumkin. Bunday «dam oluvchi» usha yerga borib qaytishi uchun mablag‘ topsa bo‘lgani. Yo‘l-yo‘lakay bir-ikki kun plyajlarda cho‘milishi, muzeylarni, yodgorliklarni va boshqalarni ko‘rishi mumkin.

Hozirgi vaqtda qishloq turizmi alohida daromad keltiradigan tur hisoblanib, dunyo turizm xizmat bozorida alohida o‘rin tutadi.

Qishloq turizmi dengiz kurortlari kabi katta hajmlar bilan raqobatlasha olmasa ham, shunga qaramay turizm ishlarida alohida o‘rin tutib, uni o‘rganib rivojlantirish alohida e‘tiborga loyiq. Respublikamizda qishloq turizmi yo‘q darajada. Qishloqlardagi aholining samimiyligi, tabiatning tozaligi, ekologik jihatdan qulayligi tufayli uning kelajagi bor. Lekin, shunga qaramay, xorijiy turoperatorlarning fidoyiligi, turistlarni o‘z qishloqlariga tortishi, turistlarni o‘z xalqining va davlatining rivojlanishi uchun olib kelishi, ish joylarini tashkil etishlari, o‘z yurtining turistik resurslarini mustahkamlab, davlatga valyuta olib kirishlari va shu daromadlaridan soliqlar to‘lab xazinani to‘ldirishlari taxsinga loyiq. Umuman qishloqlarda turist bo‘lib turish, sanatoriy-kurort zonalarida yoki mashhur turistik markazlarga nisbatan ancha arzon. Hamma ham qimmatbaho turistik markazlarda dam ola olmaydi, shu jihatdan qishloq turizmini rivojlantirish katta ahamiyatga ega.

Qishloq turizmi quyidagi hollarda amalga oshiriladi:

- qishloq joylarda alohida kategoriya odamlar uchun ularning pul mablag‘lari miqdoriga qaramay, oilasining an‘analariga qarab amalga oshiriladi;
- shifokor maslahatiga binoan qishloq iqlim sharoitlarida sog‘lomlashtirishni olib borishga qarab;
- tabiat bilan yaqinlik, ko‘proq vaqtni toza havoda o‘tkazish maqsadida;
- ekologik toza va arzon mahsulotlar bilan ovqatlanishi

mumkinligi uchun;

– qishloq xo‘jaligi ishlari bilan band bo‘lishi, ishlash uchun real imkoniyatlar borligi uchun;

– boshqa ijtimoiy toifadagi odamlar bilan muloqotda bo‘lishi, ularning madaniyati, urf-odatlarini bilan tanishish, bayramlari va o‘yinlarida qatnashish imkoniyatining mavjudligi uchun.

Qishloqda dam olish – bu tabiat qo‘ynida bo‘lish, yillar davomida shahar sharoitida yig‘ilib qolgan charchoqlarni chiqarish, toza havo, ekologik toza bo‘lgan oziq-ovqatlar, iqlim sharoitlarini o‘zgartirish, aholi sonining kamligi, boshqa tartib-qoida va yashash madaniyati, qishloq xo‘jalik ishlarida ishtirok etish, bog‘dorchilik, chorvachilik, tabiat bergan in‘omlarni to‘plash va qolaversa, dam olishning arzonligidan iborat. Shulardan kelib chiqib, bu turizm turi o‘z harakteriga ko‘ra ekologik turizmning bir ko‘rinishiga kiradi.

Shahar aholisining yozgi issiq kunlardagi va qishki qorli kunlardagi xordiq olishlarini to‘g‘ri tashkil etish imkoniyati mavjudligini e‘tiborga olib, qishloq turizmini respublikamiz hududida quyidagi tarzda tashkil etish tavsiya etiladi: katta bo‘lmagan uylarni, qishloqlardagi katta bo‘lmagan xonalarni, kottejlarni, tabiat manzaralari chiroyli bo‘lgan joylarni ijaraga olish yo‘li bilan.

Turistlar qishloqdagi fermerning uyida oilasini joylashtirishi maqsadga muvofiqdir, bu – turistlarni qishloq hayoti va u yerdagi yangi insonlar bilan yaqindan tanishtirishga, ularning urf-odatlarini va

qishloq xo‘jalik ishlari bilan kuchi yetgan darajada ishlashga imkon beradi. Shubhasiz, bu uy egalari uchun noqulayliklar yaratadi, lekin fermerlar uchun qo‘shimcha pul va yangilik olib keladi. Bunda turistlar uchun maxsus bir yoki bir necha xona ajratilib, barcha zaruriy narsalar yetkazib beriladi. Bunday turizmdan davlat ham, fermerlar ham daromad ko‘radi. Shu jihatdan qishloq turizmini qulay va kamharajat turizm turi deyish mumkin.



Go‘zal tog‘li

mavzelerga sayohat, tog‘larda sayr qilish, guzal joylarni tomosha qilish va h.k. Turistlar e‘tiborini quyidagi ajoyib joylar lol qoldiradi. Grand Kanon, Tosh barmoqlar vodiysi (Avstraliya). Ulkan sharsharalar (Niagara, Viktoriya). Turistlar uchun ularni tomosha qiladigan maydonchalar, moslamalar o‘rnatilgan. O‘zbekistonda bunday go‘zal joylar asosan, Surxandaryonning Saraosiyo tog‘li hududlari, Jizzaxning Zomin tog‘ manzaralari, Toshkent viloyatidagi Chotqol tog‘ tizmalari, hamda Qashqadaryodagi Kitob xalqaro geografik kengliklarida joylashgan.



Safari Safary tour –

qo‘riqxonaga hayvonlarni tomosha qilish uchun sayr, ovchilik, baliq ovi maqsadidagi sayohat, fotoovchilik, Keniya yoki JAR qo‘riqxonalariga sayr, tabiatda ajoyib hayvonlarni erkin holda ko‘rish maqsadidagi sayrlar.

Tabiat qo‘yniga yoki qo‘riqxonadagi e‘tiborga loyiq yerlarga jip mashinalarida (Jip-Safary) sayohat. Sayohat davomida turistlar o‘tirgan jiplardan tashqari kuzatuvchi mashinalar kalonnasi bo‘lib, ular oziq – ovqat, palatkalar, yoqilg‘i va shu kabilar bilan yuklanadi. Sayohat dasturiga nafaqat mahalliy joylarni ko‘rish, balki tog‘li hududda avtomobil boshqarish, tusiqlarni yengib o‘tish, lager hayotiga o‘rganish, favqulodda vaziyatlarda yashab keta olish kabilarni o‘rgatadi.

Urushlar va tarixiy janglar bo‘lgan joylarga urush ishtirokchilari va ularning avlodlari uchun uyushtirilgan turizm. Ular o‘z ichiga kuyidagilarni oladi: harbiy ob‘yekt va poligonlar, harbiy texnikada sayr, tanklar, kiruvchi samolyotlar, harbiy qurollardan foydalanish, harbiy o‘quv mashqlari, kosmik kemalar uchirishni tomosha qilish kabilar. Bularni- military tour,-deb ataladi. Shuningdek bu

sayohatlarga yana konslagerlar va qamoqxonalarga tashriflar kiradi.

Qumsash turizmi – bu asosan qarindosh yoki do‘stlarini ziyorat qilishga mo‘ljallangan bo‘lib, o‘z mamlkatlaridan ayrim sabablarga ko‘ra ko‘chib ketgan kishilar bilan bog‘liq. 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 – o‘z yurtlarini yaxshi hayot izlab tashlab ketganlar.

Majburiy ko‘chganlar – sayyoramizda ko‘pchilikni tashkil qiladi. Aholi migratsiyasi iqtisodiy, siyosiy va diniy omillar ta‘sirida bo‘ladi. Ming yillar oldin Norvegiyaliklar va Irlandiyaliklar, Islandiya va Grilandiyaga ko‘chgan edilar. Tarixda Angliyadan Amerika qit‘asiga diniy qarashlari tufayli ko‘chganlar haqida ham ma‘lumotlar bor. Jahon urushlari sanoqsiz kulfatlar va yangi qochoqlar tulqinini vujudga keltirdi, ularga urushdan qochganlar va asrlar kirib, o‘z vatanlariga qaytishdan xavfsirab boshqa yerlarga ko‘chganlar.

Keyingi turdagi ko‘chganlarga Volga buyi nemislarini kiritish mumkin. Bu yerda ular rus shohlari tomonidan yashashga taklif qilingan, 200 yildan keyin esa kommunistlar ularni vatan xoini deb Qozog‘istonga ko‘chirishgan, qayta ko‘rish va ittifoqning birligini yo‘qolishi, ular hayotini yanada qiyinlashtirdi, faqatgina 300 yil o‘tib ular o‘zlarining vatani – Germaniyaga (minglab aholi) qaytib

kelishmoqda.

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, zakavkaz xalqlari, turklar, nemislar va boshqa millatga mansub bo‘lgan aholini ko‘rsatishimiz mumkin.

Diniy ziyorat – (religious or pilgrim tour) diniy maqsaddagi sayohat va sayrlardan iborat. Diniy maqsaddagi ziyorat tarixiy sayohat bo‘lib, uning ildizlari tarixga boradi. Bu kabi turistlarning birinchilari o‘rta asr ibodatchilaridir. Bu xildagi sayr diniy ishonch, o‘z va o‘zga dinlarga qiziqish asosida vujudga keladi.

Dunyodagi ko‘p odamlar Makkai Mukarramaga, muqaddas yer bo‘lgan Vatikan ibodatxonalariga va boshqa joylarni ziyorat qilish uchun sayohat qilishadi. O‘zbekistonda bunday muqaddas ziyorat qiladigan joylarga Samarqanddagi, Buxorodagi, Xorazmdagi va boshqa viloyatlarimizda joylashgan tarixiy yodgorliklar misol bo‘la oladi. Ayniqsa, musulmon olami uchun kichik haj hisoblangan Imom al-Buxoriy ziyoratgohi diniy turizmni rivojlantirishda muhim o‘ringa egadir.

Turizm bozorida Rojdestvo va boshqa bayramlarni nishonlash uchun, Finlyandiya va boshqa Skandinaviya, G‘arbiy Yevropa davlatlariga sayr qilishadigan xizmatlar mavjud. Turistlar ichida ayniqsa Finlyandiyaning qutb chegarasida joylashgan Rovaniymiga, Santa Klaus vataniga sayohat mashhur bo‘lib bormoqda. Bu yerda

bolalar va kattalar uchun tantanalar o‘tkaziladi. Laplandiyada zamonaviy aeroport qurilib, u yerga xatto samolyotlar ham qatnaydi. Mehmonlar uchun Santa Klaus va gnomlar ishtirokida tomoshalar uyushtiriladi, Santa Klaus qishlog‘ida supermarket, g‘orlarda bolalar tomoshagohlari qurilgan.

Marosim turizmi (ritual tour), odatda, qarindoshlarning qabrlari yoki janglarda vafot etganlar dafin etilgan joylarga uyushtiriladi. Qarindoshlar yoki yaqinlar qabrlari va maqbaralarini ziyorat qilish marosim turizmining asosini tashkil etadi. Ko‘pgina turistlar tarixiy yurtlarga aynan qarindoshlarini kabrlarini ziyorat qilishga boradilar. Yana bir marosim turizmi – bu yaqin orada janglar bo‘lib o‘tib, shu janglarda halok bo‘lgan askar va zobitlar qabrini ziyorat qilish uchun uyushtiriladigan sayohatdir. Respublikamizda bu turdagi turizm bilan «Nuroni», «Shaxidlar xotirasi», «Oltin meros» jamg‘armalari shunday ezgu ishlar bilan shug‘ullanadilar.

Klubli dam olishni egallash tizimi va uning turlari.

Klubli dam olish tizimi jahon turizm biznesida tez o‘sib borayotgan sektorlardan biri hisoblanadi, u jahonning 81 mamlakatida o‘z rivojiga ega, mazkur tizimda ishlovchi 4500 dan ziyod kurort – turmajmualar faoliyat ko‘rsatmoqda. Dam olishning bu turi dam olishni tashkil etish, yashash va ovqatlanishni erkin tanlash xususiyati tufayli G‘arb davlatlarida ulkan ommaviylik bilan foydalaniladi. Hozirgi vazifa shundan iboratki, dam olishni bu to‘rini ommabop, qiziqarli va ochiq bo‘lishni ta‘minlashdan iborat. Klubli

dam olishni farqli tomonlaridan biri shundaki, turistlar nomerda emas, balki jihozlangan oshxonalarga ega bo'lgan shinam, dang'illama uy, koshonalarda (apartament) dam oladilar. Bu oshxonada shoshmasdan nonushta tayyorlashni va ayvonda kofe ichishni xush ko'radiganlar uchun juda qulay hamda zavqli hisoblanadi. Agar sizni yosh farzandingiz bo'lsa yoki siz parhezda bo'lsangiz mazkur usul eng maqbul, yaxshi variant hisoblanadi. Bu yerda nafaqatgina oddiy tungi nonushta qilish, balki qo'shimcha to'lov evaziga tamaddi qilishning ma'lum turi: pansion (ta'minot) yoki yarim pansionlarni olish mumkin bo'lgan restoran va qaxvaxonalar ham mavjud.

Apartament (dang'illama uy, koshona) lar studiyadan (bu kattagina xona), jihozlangan oshxonalardan tortib to bir, ikki, uch kishilik tunash joylariga ega bo'lgan apartamentlar kabi bir necha turlarga bo'linganligi sababli kichik oilalar ham klubda shinam joylashishlari mumkin.

Haqiqatda – bu turistlar o'z uylariga tashrif buyurganidek obod, shinam har tomonlama qulay kvartira hisoblanadi. Kvartiradan yagona farqli jihati u saroyda yoki otelda joylashgan bo'lishi mumkin. Klub – bu faqatgina klub a'zolari va ularning mehmonlari dam oladigan yopiq hudud hisoblanadi.

Bu yerdagi barcha dam oluvchilar klubli dam olishni imkoniyatlari va afzalliklari bilan tanishtiriladigan uchrashuvda ishtirok etishi zarur. Butun dam olish davomida har bir oila juftligiga

ularni klubga kelish payti dan boshlab to ketish vaqtigacha dam olish sifatini nazorat qiluvchi va turli-tuman sayohat (ekskursiya) dasturini taklif etuvchi gid (ekskursiya boshlovchisi) birlashtiriladi.

Dam olish klubi – turizm industriyasining tarkibiy qismi bo‘lib hisoblangan, turoperatorlik va turagentlik faoliyatini amalga oshiruvchi klub a‘zolarini dam olishni tashkil etish maqsadida yaratilgan tijorat yoki notijorat tashkilotdir.

Klubli dam olish – klub tomonidan belgilangan muddatlarda va qo‘yilgan shartlar asosida klubga tegishli bo‘lgan joylashtirish dam olish joylarida dam olishning bir turidir.

Bo‘lingan vaqt tartibida klubli dam olish (taymshe) – davomiyligi bir haftadan kam bo‘lmagan muddatda har yilning ma‘lum davrida klubda dam olish.

Dam olish klub a‘zosi – klub tomonidan aniqlanadigan huquq va majburiyatlarga ega bo‘lgan, dam olish klubi a‘zolik reyestiriga qayd qilingan huquqiy yoki jismoniy shaxs hisoblanadi. Sotuvchi – shaxsiy tadbirqorlar yoki huquqiy shaxslar, jumladan, tadbirqorlik faoliyati doirasida klubli dam olishga xuddi turagent sifatida huquqli sotishni amalga oshiruvchi dam olish klublaridir.

Sotishning tashkilotchisi tadbirqorlik faoliyati doirasida uni sotishdan tashqari, qonunda ta‘qiqlanmagan istalgan usulda klubda dam olish huquqini bozorga chiquvchi xususiy) tadbirqor yoki huquqiy shaxs hisoblanadi; haridor – maqsadi foyda olish bilan bog‘liq bo‘lmagan klubda dam olish huquqini harid qiluvchi yoki

harid qilish niyatida bo'lgan huquqiy yoki jismoniy shaxsdir. Sotuvchi va haridor o'rtasidagi munosabatlar mos ravishdagi shartnoma bilan tartibga solinadi.

Klubda dam olish huquqini sotish maqsadlarida tuzilgan klub shartnomaga (bundan keyin – klubda dam olish shartnomasi) rus tilida rasmiylashtiriladi yoki haridorni talabiga ko'ra u yashaydigan hudud respublikasidagi davlat tilida rasmiylashtiriladi. Agar dam olish klubini a'zosi klubda dam olish shartnomasi tuzilgandan keyin chet el davlati hududida ro'yxatdan o'tkazilgan bo'lsa, unda ko'rsatilgan shartnoma bilan birga sotuvchi dam olish klubi qayd qilingan hududda belgilangan tartibda davlatni rasman tiliga tarjima qilib, qonuniylashtirib (rasmiylashtirib) berishi kerak.

Klubda dam olish shartnomasi uning a'zolariga qabul qilinadigan dam olish klubi tomonidan ko'rsatiladigan joylashuv vositalari va xizmatlari bilan tanishtirilgandan keyingina tuzilishi zarur. Joylashuv vositalari bilan tanishish maqsadlarida tashrif buyurish harajatlari klubli dam olish shartnomasi kuchga kirgan kundan boshlab qoplanadi. Ko'rsatilgan harajatlar miqdori sotuvchi va haridor o'rtasida oldindan kelishiladi.

Joylashish vositalari bilan haridorni oldindan tanishtirish faqatgina u yerga haridorni tashrifdan voz kechgan holatlarda ruxsat etiladi. Bu to'g'risida klubda dam olish shartnomasida mos ravishdagi yozuvlar qayd etiladi yoki klubda dam olish shartnomasi qonunga mos ravishda belgilangan qoidalar bo'yicha kimoshdi

savdolarini tashkil etish yoʻli bilan klubda dam olish huquqini ulgurji bozorini shakllantiruvchi maxsuslashtirilgan tashkilotlar orqali tuziladi.

Klubda dam olish shartnomasini tuzishdan oldin sotuvchi oldindan haridorga taqdim etilgan maʼlumotlarni toʻldirish huquqiga ega. Sotuvchi va sotish tashkilotchisi haridorga ham yozma shaklda ham ogʻzaki shaklda taqdim etilgan maʼlumotlarni ishonchligini qonunlarga mosligi (muvofig kelishi) ustida javobgardirlar.

Agar sotuvchi klubda dam olish shartnomasini tuzishda dam olish klubi boʻlmasa, haridorga koʻrsatilgan shartnoma tuzish huquqini sotuvchiga beruvchi hujjatlar nusxasini berishga majbur. Dam olish klubi va koʻrsatilgan klub aʼzosi oʻrtasidagi munosabatlar dam olish klubi aʼzolarining huquq va majburiyatlarini belgilovchi klub aʼzosi va dam olish klubi oʻrtasidagi munosabatlarni tartibga soluvchi hujjatlarni haridorga berishi zarur. Bu toʻgʻrida klubda dam olish shartnomasida tegishli mos ravishda yozuvlar qayd etiladi.

2. 3. Asosiy va qoʻshimcha turistik xizmatlar

Turistik xizmatlar turist ehtiyojlarini qondirish va taʼminlashga qaratilgan, xizmat sohasidagi bir maqsadga yoʻnaltirilgan harakatlar toʻplami boʻlib, ular turizm maqsadlariga, xarakteriga va turistik xizmatning qanday yoʻnaltirilganligiga javob berishi kerak. Davlat standarti talablariga koʻra, turistik xizmatlar turistlarning

ehtiyotlarini qondirish faoliyati bilan shug'ullanuvchi turizm tashkilotlari faoliyatining mahsulidir.

Umuman, turistik xizmatlar – bu ko'zga ko'rinmas tovarning o'ziga xos turi. 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 xizmatlarda esa iste'molchi bevosita xizmatning amalga oshiriladigan joyiga olib boriladi. Shuning uchun ham turistik xizmatlarni tayyorlash va sotish moddiy tovarlarni sotishga tegishli bo'lgan qonunlar asosida emas, balki boshqa qonunlar majmuyi bilan boshqariladi.

Turistik xizmatlar ikki turga bo'linadi: asosiy va qo'shimcha. Asosiy va qo'shimcha turistik xizmatlarning bir-biridan farqli tomonlari quyidagilardan iborat:

1. Asosiy xizmatlar (*transfert* – tashish, joylashtirish, ovqatlantirish va ekskursiya) turpaketga kiritiladigan xizmatlardan iborat bo'ladi. Qo'shimcha turistik xizmatlar esa turpaket tarkibiga kiritilmaydi;

2. Asosiy turistik xizmatlar oldindan sotib olingan yo'llanma asosida (sayohatni boshlashdan oldin), ya'ni to'lov oldindan amalga oshirilgan bo'ladi. Qo'shimcha turistik xizmatlarda esa to'lov jarayoni bevosita xizmatdan foydalanish paytida amalga oshiriladi.

Yuqorida aytib o'tilgan farqlardan kelib chiqqan holda, qo'shimcha turistik xizmatlar deganda turpaketda nazarda

tutilmagan, turist o‘zining qo‘shimcha to‘lovi asosida foydalanadigan xizmatlar tushuniladi.

Butunjahon Turistik Tashkiloti qo‘shimcha turistik xizmatlarning 400 xil turini keltirib o‘tgan. Qo‘shimcha turistik xizmatlarning ahamiyati shundaki, unda turist yuzaga kelgan ehtiyojlarini tulaqonli qondiradi, ma’lum bir vazifalarni bajarishda o‘zini urintirmaydi (masalan, mehmonxonada yashayotganida kiyimini tozalash yoki dazmollash uchun mehmonxona xodimlariga murojaat qiladi). Qo‘shimcha turistik xizmatlardan turist 2 xil vaziyatda foydalanadi: turpaketning tanaffus qismida yoki turist bo‘sh qolgan vaqtda foydalanadigan xizmatlar (masalan, Registon maydonida namoyish etiladigan ovozli va nurli panorama tomoshasi).



Registon maydoni. Samarqand.

Turistik mahsulot tarkibi turizm maqsadlari va jarayonida

turistning ehtiyojlarini qondirish uchun yetarli bo'lgan, eng kamida ikkita yoki ko'plab turistik xizmatlar, ishlar, tovarlar va ta'minot vositalari, boshqa turistik zaxiralardan tashkil topgan turistik xizmatlar paketining tarkibiga kiruvchi majmuadan iborat (6- rasm).

O'zbekiston Respublikasining «Turizm to'g'risida»gi Qonunining 3- moddasiga asosan: «Tur – muayyan yo'nalish bo'yicha turistik xizmatlar majmuyi (joy bandlash, joylashtirish, ovqatlanirish, transport, rekreatsiya, ekskursiya xizmatlari va boshqa xizmatlar) bilan ta'minlangan aniq muddatlardagi turistik sayohat», – deb belgilangan.

Yuqoridagi fikrlardan kelib chiqib, turistik mahsulotning asosiy elementlari bo'yicha turistik xarajatlar tarkibi quyidagi holatda bo'ladi (6- rasm):

6- rasm. Turistik mahsulotning asosiy elementlari bo'yicha turistik xarajatlar tarkibi

Turistik xarajatlar tarkibida ko'rsatilganidek, turist sayohat uchun sarf qiladigan umumiy xarajatlarning 50% ini asosiy xizmatlar turpaketning xarajatlari, 30% ini qo'shimcha turistik xizmatlar, 20% ini tovar (sotib olish: suvenir va boshqalar) xarajatlari tashkil etadi.

Bundan ko‘rinib turibdiki, asosiy xizmatlar turist xarajatlarining asosini tashkil etsa-da, qo‘shimcha xizmatlar uchun ham turist qolgan pulining aksariyat qismini sarflay olishi mumkin ekan.

2. 4. Jozibador turistik mahsulot yaratish va xizmat kursatish klasslari

Turoperator faoliyatning asosiy vazifasi tegishli xizmat ko‘rsatish dasturi bilan mustahkamlangan tur yaratish hisoblanadi. Aynan shu turistik mahsulot turoperator tomonidan yaratilgan bo‘lib, bozorga chiqariladigan asosiy turistik mahsulot hisoblanadi. Sotishni tashkil etish usuli va turist talabnomasining turiga qarab turlar **individual** va **guruhli** bo‘lishi mumkin.

Individual turlar. Turistlarga ko‘proq erkinlik va mustaqil harakatlanish imkonini beradi. Ammo bunday turlar guruhli turlarga nisbatan qimmatroq, chunki individual turlar tarkibiga kiruvchi ichki yo‘nalishdagi transport, gid (tarjimon) xizmatlari va ba’zi boshqa xizmatlar uchun to‘lov to‘lig‘icha turist zimmasiga tushadi. Guruhli turlarda esa to‘lov guruhdagi a‘zolar o‘rtasida taqsimlanadi.

Guruhli turizm. Nisbatan arzon, ko‘p sonli turistlar uchun hamyonbop, ammo guruhli turizmدا guruhning barcha a‘zolari o‘rnatilgan tartibga bo‘ysunishlari lozim bo‘ladi.

Jozibador turistik mahsulot yaratish turoperatorlarning eng muhim va birinchi vazifasidir. Turistik tashkilotlar faoliyatining ushbu sohasi ishlab chiqarish jarayonlari bilan bevosita bog‘liq. «Turistik

mahsulot yaratishda turist nima sotib oladi?» degan savolga aniq javob berish lozim. Axir, turist mehmonxonaga joylashtirish uchun emas, yangi hissiyotlar va notanish narsalar bilan tanishish uchun, restorandagi bifshteks yoki go'shtli qiyma uchun emas, balki e'tibor, qulaylik, xizmatlar uchun pul to'laydi. Shuning uchun turistik mahsulot yaratish turistning iste'molchilik xususiyati va sifatlarini o'rganishdan, turistlar uchun eng jozibali tomonlarni ochishdan boshlanadi. Aynan shu ko'rsatkichlar turistik mahsulotni ishlab chiqish va sotishdagi eng muhim yo'naltiruvchilar hisoblanadi.

Yuqorida ta'kidlangan tamoyillarning barchasi xizmat ko'rsatish texnologiyasiga kiritilishi lozim. Turni tashkillashtirish texnologiyasida turistlar va xizmat ko'rsatuvchi xodimning o'zaro ta'sir muhiti ham, turistlar tomonidan xizmatlar qabul qilinishining psixologik jihatlari ham birdek muhimdir. Bu shuni anglatadiki, turistning shaxsiy qiziqishlari, unga bo'lgan samimiy munosabat doimo birinchi o'ringa qo'yilishi lozim.

Xizmat ko'rsatishni tashkil qilishda ozodlik tamoyilini inobatga olish juda muhimdir, ya'ni sayohat chog'ida barcha ko'ngilsiz narsalardan ozod bo'lishi lozim. Masalan, turistlarni transportga biletlar buyurtma qilishdan, konsert va teatrlarga biletlar buyurtma qilishdan, har qanday turdagi xizmatlarni kutishidan butunlay xalos qilish lozim.

Xizmat ko'rsatishning optimalligi – mehmondo'stlikka aloqador bo'lgan iste'molchi xususiyatlaridan biri. Xizmat ko'rsatishning

optimallasuvi quyidagilarni nazarda tutadi:

- barcha xizmat turlarining yagona klassga mos kelishi;
- barcha xizmatlarning tur mazmuniga mos kelishi;
- tur iste'molchilarining ma'lum maqsadli guruhiga yo'naltirilganligi;
- xizmat ko'rsatish dasturini oldindan kelishish;
- dasturlarning o'zgaruvchanligi u yoki bu xizmatlarni almashtirish imkonining mavjudligi;
- taqdim etiladigan xizmatlar soni bo'yicha xizmatlarning maqsadga muvofiq tarkibi;
- xizmat ko'rsatishda majburiylik alomatlarining yo'qligi.

Ushbu tamoyillarning barchasini turistik mahsulotni tayyorlash bosqichidayoq inobatga olish muhim. Bunda noto'g'ri tayyorlangan mahsulotga nafaqat talab mavjud bo'lmisligi, balki bunday mahsulot tashkilotdan bo'lajak potensial mijozlarning ixlosini ham qaytarishi mumkinligini unutmaslik lozim. Bugungi kunda turist bozorda hukm surayotgan raqobat sharoitida yuqoridagilar kuchli omillar bo'lib hisoblanadi.

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 siljitish va sotishda shartli ravishda tur bo'yicha xizmatlarni luks, birinchi klass, turist klass, ekonom (iqtisod) klass kabi turlarga bo'linadi.

Luks 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, luks klass mashinalari, alohida gid xizmatlari va hokazo. 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 joylashtirishi, biznes klass darajadagi samolyotlarda uchishni, obro'yli 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'rsatishni nazarda tutadi.

Iqtisod klassi. Eng arzon xizmat ko'rsatish turidir. Odatda iqtisod klassidan 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, yotoqxona va xostellarga joylashtirish, o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish tamoyili bo'yicha faoliyat yurituvchi kichik mehmonxonalarga joylashtirish, charter aviareyslarida uchish, kutib

olish va kuzatish jamoat transportida amalga oshirilishi mumkin. Bir soʻz bilan aytganda, hammasi tejamli va arzon boʻladi.

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

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 boʻyicha turli xizmat koʻrsatish variantlari taklif etiladi:

- joylashtirish – joylashgan joyi va turi, darajasi boʻyicha turli xil mehmonxonalar;

- ovqatlanish – turli variantlar (toʻliq yoki toʻliq yarim pansion, yoki umuman ovqatlanishsiz), shved stoli yoki «alya kort» va hokazo;

- ekskursiyalar, xarid-koʻngilochar xizmatlar;

- transport xizmatlari – aviauchish variantlari, temiryoʻl tashuvlar, avtomobil ijarasi va hokazo variantlar;

- sport va davolanish kurort xizmatlari;

- viza xizmatlari, shuningdek, sugʻurta xizmatlari.

Yuqorida aytilganidek, bunday turlarni tuzishda turistning oʻzi bevosita ishtirok etadi. Turist tomonidan talangan xizmatlar tur dasturda shakllantiriladi. Narx hisoblanadi, uni turist turpaketga ega

bo'lgach to'laydi. Odatda, bunday buyurtmalar agentliklarda shakllantiriladi, so'ng joriy qilish uchun turoperatorga yo'naltiriladi. Buyurtmali turlarda turoperator doimiy ravishda mehmonxonalaridagi tasdiqlanmagan o'rinlarga kvotalarni ushlab turishi lozim.

Inkluziv 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 tarqqalgan inkluziv turlar deb yo'nalishli turlarni aytilish 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 inkluziv turlardir. Inkluziv turlarni sotishda xizmatlar tarkibi o'zgarmaydi.

Turist bunday turni to'lig'icha sotib olishi yoki undan butunlay voz kechishi mumkin. Inkluziv turlar barqaror talabga ega taniqli turizm va dam olish maskanlaridagi yo'nalishlarda tashkil etiladi va taklif etiladi. Inkluziv turlar narxining katta qismini joylashtirish, ovqatlanish to'lovlari tashkil etadi. Xalqaro aviatransportlar assotsiatsiyasi talabiga binoan, inkluziv turlar o'z ichiga 3 tadan kam bo'lmagan xizmatlarni oladi: aviauchish, joylashtirish, butun yo'nalish bo'ylab sayohat va yuqoridagi 2 tasi bilan bog'liq bo'lmagan biror xizmat (ekskursiya, avtomobil ijarasi va hokazo).

Bunday turlarga bo'lgan talabning o'zgarishiga qaramasdan,

ularni rivojlantirishning ma'lum afzalliklari mavjud:

– umuman olganda, kompleks sayohat alohida sotib olinadigan xizmatlar to'plamidan arzonidir;

– narxlari oldindan ma'lum bo'lganligi uchun turagentlarning turistlarga qanday yo'nalishni 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.

Inkluziv turlarning kamchiliklari quyidagilardan iborat:

– bunday turda mijozni qiziqtirmagan xizmatlarning mavjud bo'lishi ehtimoli bor;

– dasturning haddan tashqari to'yinganligi;

Bunday tur reklamasi iste'molchilarning faqatgina bir qisminigina jalb qilishi mumkin.

7- rasm. Turistik mahsulotning tarkibi

Amaliy mashg'ulotlar:

1. O'zbekiston turoperatorlarining ikki xil turistik mahsulotni (turini) tanglang va ularning iste'molchilik xususiyatlarini baholang. Ularni taqqoslang va xulosa chiqaring.

2. Turoperatorlarning reklama e'lonlarini tahlil qiling va ular orasidagi inkluziv turlarni ajrating. Bunda o'z qaroringizni tushuntirib bering.

3. Biror-bir inkluziv turning qo‘shimcha xizmatlarini inobatga olgan holda asosiy xizmatlar to‘plamini tuzing.

Tayanch tushunchalar: turistik mahsulot, tur, jozibador turistik mahsulot yaratish, individual turlar, guruhli turizm, xizmat ko‘rsatish klasslari, luks klass, iqtisod klassi, xizmatlar paketi (to‘plami), kompleks xizmat ko‘rsatish, buyurtmali tur, inkluziv tur.

Savol va topshiriqlar:

1. Turistik xizmatlarga nimalar kiradi?
2. Turistik mahsulot deganda nimani tushunasiz?
3. Jozibador turistik mahsulot yaratish qanday amalga oshiriladi?
4. Xizmat ko‘rsatish klasslarining turlarini ayting.
5. Xizmatlar paketiga nimalar kiritiladi?
6. Amaliy mashg‘ulotlar natijalarini asoslab bering.

III BOB. TURIZM INDUSTRIYASI VA INFRAUZILMASI

3. 1. Turoperator va turagentlik faoliyati.
3. 2. Transport, mehmonxona va ovqatlanish xo‘jaligi.

3. 1. Turoperator va turagentlik faoliyati

Turizm industriyasi – bu mehmonxonalar va joylashtirish vositalari, transport vositalari, umumiy ovqatlanish obyektlari, ko‘ngil ochish obyektlari va vositalari, davolash, sog‘lomlashtirish, diniy-marosimchilik, turizm operatorlari va turizm agentligini amalga oshiruvchi, shuningdek, turistik-ekskursiya va gid-tarjimonlik xizmatlarini taklif qiluvchi tashkilotlar majmuyidir.

O‘zbekiston Respublikasining «Turizm to‘g‘risida»gi Qonunda turistik industriya tushunchasi quyidagi tarzda ta’riflanadi: «Turistik industriya – turistik faoliyatning turistlarga xizmat ko‘rsatishni ta’minlovchi turli subyektlari (mehmonxonalar, turistik komplekslar, kempinglar, motellar, pansionatlar, umumiy ovqatlanish, transport korxonalari, madaniyat, sport muassasalari va boshqalar) majmuyi»⁶.

Turizm tashkilotchilariga turizm sohasidagi ikki xil korxonalar mansubdir: turoperatorlar va turistik agentliklar. Bu korxonalar turizm xizmatining o‘zi bilan bevosita shug‘ullanmaydi, balki faqat iste’molchi (turist) bilan bevosita xizmat ko‘rsatuvchining o‘rtasida vositachilik vazifasini bajaradi. O‘z navbatida, ularning faoliyati ham xizmat ko‘rsatishdir.

Turoperatorlar turistik mahsulotni shakllantirishni (tuzish yoki loyihalash), uning bozor tomon harakatini, shuningdek, realizatsiya qilinishini amalga oshiruvchi yuridik yoki jismoniy shaxsdir.

⁶ O‘zbekiston Respublikasining «Turizm to‘g‘risida»gi Qonuni // «Xalq so‘zi» gazetasi, 1999- yil 14- sentabr.

Turni shakllantirish deganda muddatlari, maqsadini aniqlash bo'yicha tartiblashtirilgan va bir-biriga bog'langan, narxi va sifati bo'yicha, ketma-ketligiga ko'ra kelishilgan xizmat ko'rsatish va ish bajarish, ularni taklif etish bo'yicha shartnomalar tuzish, tegishli ravishdagi bronlashtirish va rezervlashtirish tushiniladi.

An'anaviy turistik faoliyat shakliga ko'ra turoperator, turistik agent, ya'ni turistik xizmat ko'rsatuvchi turistik mahsulotni faqat ulgurji va chakana sotishni amalga oshiradilar. Turistik agent turistik mahsulotni mintaqalar bo'yicha taqsimlaydi va ularni mahalliy turistik firmalar orqali sotilishini yo'lga qo'yadi.

Turoperator turistik xizmat sifati uchun iste'molchi (turist) oldida javob beradi hamda turistik xizmat sifati nazorat qilish va uning ijrosini kuzatib borishni amalga oshiradi.

Turoperator turistik mahsulot iste'molchisi oldida javobgar hisoblanadi, iste'molchi ko'pgina turli xil korxonalar xizmatini o'z ichiga olgan xizmat ko'rsatish paketini aynan undan sotib oladi. Bu javobgarlik turoperatorning tegishlicha kafolatlarini, ya'ni ma'lum summadagi mablag' depoziti yoki boshqa ta'minot uchun bank kafolati, agar litsenziyalashtirish qonunlari bo'yicha mumkin bo'lsa, malakaviy javobgarlikni sug'urtalashni nazarda tutadi. Turli mamlakatlarda javobgarlikning ta'minlanish darajalari turlicha belgilangandir, masalan, 10 dan 250 ming AQSH dollarigacha.

Turistik agentliklar (turagent) – bu iste'molchiga, ya'ni turistga yoki mijozlarga ayrim turistik xizmatlar va turlarni chakana sotish

vazifasini 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.

Hozirgi paytda turlarni iste'molchiga Internet tarmog'i orqali sotish shakllanmoqda, lekin iste'molchiga faqat axborot berish va mahsulot taklif etish, uni mijozning talabnomasi bo'yicha o'zlashtirish bosqichlarinigina avtomatlashtirish imkoniyati bor, ba'zi hollarda, masalan, bankdagi hisob-kitoblarni yoki kredit kartalarining raqamlarini ko'rsatishda haq to'lash ham nazarda tutiladi.

3. 2. Transport, mehmonxona va ovqatlanish xo'jaligi

Turistlarni bir joydan boshqa joyga olib boruvchilar turistik xizmat tarkibidagi o'rniga muvofiq ravishda asosiy va yordamchi tashuvchilarga bo'linadi. Ish bosqichlariga ko'ra ularni quyidagilarga bo'lish mumkin:

– transfer, ya'ni biror transport vositasida turistlarni aeroport terminalidan, vokzaldan mehmonxonaga eltish hamda xuddi shu

jarayonlarni turistlar vatanlariga qaytayotganlarida bajarish;

– turistlarni borishlari kerak bo‘lgan uzoq masofalarga eltish;

– avtobus va temir yo‘l turlarida yo‘nalish 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 yo‘nalishlarni ham kiritish mumkin;

– ekskursion yo‘nalishlardagi tashish, masalan, shahar bo‘yicha, tematik bog‘lardagi va boshqa tashishlar;

– shopping turlar uchun yuk tashish.

Joylashtirish turizm industriyasining eng muhim elementlaridan biri hisoblanadi. Mehmonxona industriyasi mehmondo‘stlik tizimining mohiyatidir. U insoniyat tarixidagi har qanday jamiyatga xos bo‘lgan mehmonni hurmat qilish, uni qabul qilib olish va xizmat ko‘rsatish kabi eng qadimgi marosimlardir.

Mehmon qabul qilish industriyasini turli xildagi otellar, mehmonxonalar, motellar, yoshlarning xostel va yotoqxonalari, appartamentlar, turistik xutorlar, shuningdek, turistlarni joylashtirishda ishtirok etuvchi xususiy sektor vositalari tashkil etadi.

8- rasm. Turistlar va sayyohlarni joylashtirish vositalari

Mehmonxonalarining turlari, ularning batafsil va aniq tafsiloti quyidagi 6- jadvalda berilgan.

Mehmonxonalarning turi	Tavsifi
Otel-luks	O'z sig'imi bo'yicha mehmonxonaning mazkur tipi kichik yoki o'rta korxonalar safiga kiradi. Odatda shahar markazida joylashadi. Yaxshigina ta'lim olgan personal xodim konferensiya, xizmat uchrashuvlari ishtirokchilari – biznesmenlar hisoblangan talabchan mijozlarga servisning juda yuqori darajasini ta'minlaydi. Barcha mumkin bo'lgan xizmat turlarini o'z ichiga oluvchi nomerlarning narxlari ancha qimmat turadi
O'rta bo'g'inli mehmonxona (klass)	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 mintaqa darajasiga teng yoki undan birmuncha yuqoriroq bo'lishi mumkin. Biznesmenlar, xususiy turistlar, kongress, konferensiya ishtirokchilari va hokazolarni qabul qilishi mumkin
Mehmonxona-apartament (apart-otel)	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 uzoq muddatga o'z-o'ziga xizmat ko'rsatiladigan kvartira (ijara) tipidan tashkil topadi. Mehmonxonaning mazkur turida narxlar, qoidaga

	ko'ra, joylashuv muddatiga bog'liq ravishda belgilabadi. Uzoq muddatga to'xtab o'tuvchi oilaviy turistlar, biznesmenlar va ijarachilarga xizmat ko'rsatadi.
Iqtisodiy bo'g'in (klass) mehmonxonasi	Kichik yoki o'rta sig'imli korxonalar (150 o'rinli va undan ortiq) magistral yo'l yoqalarida joylashadi. Xizmatlar to'plamining cheklanganligi, oddiy va tez xizmat ko'rsatish bilan ajralib turadi. Ular ko'rsatilgan (iste'mol qilingan) xizmatlar uchun haqiqiy to'lovni amalga oshirishga intiluvchi va to'liq pansionga muhtoj bo'lmagan biznesmenlar, xususiylar uchun mo'ljallangan turistlar
Otel-kurort	O'z sig'imi bo'yicha mehmondorchilikning to'liq xizmatlar to'plamini taklif etishi bilan ajralib turadigan korxonalar. Bundan tashqari, bu yerda parhez taomlar va mahsus tibbiy xizmat ko'rsatish majmuasini olish mumkin. Kurort mintaqalarida joylashadi
Motel	Shahar tashqarisida, magistral yo'l bo'ylarida joylashgan bir yoki ikki qavatli oddiy binolar. Bu kichik yoki o'rta korxonalar (sig'imi 400 o'ringacha). Kam sonli xodimlarning o'rta darajali xizmat ko'rsatishi bilan xarakterlidir. Mijozlari havaskor avtoturizmga urg'u berilgan turli toifadagi turistlar hisoblanadi
«Tunash va	AQShda keng tarqalgan. Bu mehmonxonalar kichik

nonushta» xilidagi xususiy mehmonxonona	(baʼzida oʻrta) sigʻimli. Shahar atrofida yoki qishloq joylarda joylashgan. Xizmat koʻrsatishga, qoidaga koʻra, nonushta va uy sharoitidagi yengil tamaddi kiradi. Mijozlari uy sharoitiga intiladigan tijoratchilar va yoʻnalishdagi turistlar hisoblanadi
Otel-garni	Mijozlarga cheklangan miqdordagi xizmatlarni: joylashuv va kontinental nonushtani taqdim etuvchi korxonalar
Pansion	Xizmatlar darjasi cheklangan va oddiy standartli korxonalaridir. Otel-garnilardan farqli ravishda bu yerda nonushta, tushlik va kechki ovqat (toʻliq pension) taqdim etiladi. Biroq ovqatlanish xizmati faqat mijozlargagina koʻrsatiladi
Mehmonxonona-hovli	Otellardan sigʻimi, xizmat koʻrsatishi, sodda standartligi bilan ajralib turuvchi korxonona, uchrashuvlar va mehmonlar tashrifi uchun qator jamoa xonalarining mavjud emasligi bilan ajralib turadi. Mehmonxonona-hovli tarkibi (strukturasi)da restoran yoki barni mavjud boʻlishi majburiydir
Rotel	Tunash uchun moʻljallangan kreslolar joylashtirilgan bir yoki ikki oʻrinli vagonlardan tashkil topuvchi harakatlanadigan mehmonxonadir. Hojatxonona, oshxonona, muzlatgich va kiyinish uchun moʻljallangan xonalar mavjud
Botel	Mos ravishda jihozlangan kichik kema sifatida foydalaniladigan, suvdagi uncha kata boʻlmagan

	mehmonxona
Flotel	Ko'p hollarda «suvdagi kurort» deb nomlanuvchi katta mehmonxona bo'lib, undauristlarga keng turdagi xizmatlarni taqdim etuvchi shinam nomerlar, basseyn, suv chang'ilari, baliq ovlash uchun sharoit, suv ostida suzish, suv osti ovi, trenajor zallari, konferensiya va kongresslar uchun zallar, kutubxona, turli-tuman ta'minotlar (telefon, telefaks, teletayn, televizor va hokazolar) mavjud.
Flaytel	Agromehmonxona yoki «uchuvchi otel». Favqulodda qimmat va mehmonxonaning kamyob turi hisoblanadi. Qo'nish maydonchasi va meteorologik xizmat aloqalari bilan jihozlangan

Ovqatlanish har qanday insonning tabiiy ehtiyojidir. Ovqatlanish, turizm odatdagi oddiy va zaruriy ehtiyojdan tashqari, yana ko'ngil ochish va mahalliy madaniyatning, xususan, gastronomiyaning muhim tarkibiy qismini anglash sifatida ham qaraladi. Milliy taom xalq madaniyatining muhim qismi bo'lib, o'zida aniq ajralib turuvchi xususiyatlarni mujassamlashtiradi, bilish jarayonining elementi va huzur-halovat olishning vositasi hisoblanadi.

Umumiy ovqatlanish tizimi turistik markaz yoki mintaqaga tashrif buyuruvchilarning ehtiyojlarini qondiruvchi turli toifadagi restoranlar, barlar, kafe hamda oshxonalar, tez ovqatlanish va o'ziga-

o'zi xizmat ko'rsatish punktlaridan tashkil topadi. Ovqatlanishning turi – 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.

Shuningdek, taklif etilayotgan ovqatning zichlik gradatsiyasi (miqdori bo'yicha) va ko'pincha kaloriyaliligi hamda xizmat ko'rsatishning turlari belgilangan bo'ladi. Masalan, nonushta xillarining miqdori tashrif buyurilayotgan mamlakat yoki mintaqaning an'analariga bog'liq bo'ladi (yevropacha, kontinental, inglizcha, amerikacha, va hokazo). Mehmonlarga xizmat ko'rsatishning turi ham muhimdir (shvedcha dasturxon).

Umuman olganda, turist ertalab yengil ovqat tanovvul qilishi, ya'ni yengil nonushta qilishi qabul qilingan. Shuning uchun, odatda, mehmonxonalarining ko'p qismi ovqatlanish punktlariga yoki restoranlarga ega bo'lib, mehmondo'stlikning zaruriy tarkibiy qismi hisoblangan xizmat ko'rsatishlarni taklif qiladi, bu esa ko'p hollarda joylashtirishning qiymatiga kiritilgan bo'ladi. Mehmonxona qoshidagi restoranda ovqatlantirish joylari mavjudligining ko'rsatkichi juda muhim. Agar bu ko'rsatkich mavjud nomerlar fondi

miqdoriga mos bo'lsa, yana ham yaxshi bo'ladi.

Nonushta masalasida eng yaxshisi, turist mehmonxonadan tashqariga chiqmasligi kerak, garchi ovqatlanish punktlari nazarda tutilmagan, turistlarga esa yaqinroqda joylashgan restoranda ovqatlanishi mumkinligi tavsiya qilingan joylashtirish vositalari ham mavjud bo'lsa-da. Bunday holda joylashtirish xizmatining qiymati keskin pasayib ketadi.

Ovqatlantirishni tashkil etish tibbiy sohani ham hisobga olgan bo'lishi kerak. Noto'g'ri ovqatlanish, yomon (qoidalarga rioya qilinmagan holda) 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, sifatsiz restoranlardagi taomlar xavflidir. Ayrim toifadagi turistlarning diniy e'tiqodidan kelib chiqqan cheklanishlarni (masalan, cho'chqa go'shtini iste'mol qilmaslik, ro'za tutish), vegeterianlarning 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.

Turizm infratuzilmasiga turistlarning turistik zaxiralaridan bemalol foydalanishini ta'minlovchi binolar tizimi, muhandislik va kommunikatsiya tarmoqlari, shu jumladan, yo'llar, turizmning turli xizmat ko'rsatish korxonalari va ularni kerakli darajada ishlatish va ta'minlash tushuniladi.

Turizm infratuzilmasi bu avtomobil va temir yo'llar, havo yo'llari, dengiz va daryo yo'llari, issiqlik, elektr va telefon aloqalari hamda boshqa kommunikatsiya tizimlari majmuyidir. Ma'lumki, turizm sohasida turistik zaxiralari, yani tabiiy iqlim, tarixiy-madaniy, ma'rifiy, ijtimoiy-maishiy turizm obyektlari bo'lgan hududlarda kerakli infratuzilmani yaratish muhim masalalardan biri hisoblanadi. Yo'l qurilishi sohasini olib ko'raylik. Albatta, turistlar oddiy yo'lovchilar emas. Yo'llarning ravonligiga qarab ham turistlar oqimining oshishi yoki kamayishi mumkin. Yo'llar, bozorlar mamlakatning iqtisodiy va madaniy ahvoli qay darajada rivojlanganidan dalolat beradi.

Mehmonxona va shunga tenglashtirilgan joylardagi kommunikatsiya va muhandislik tarmoqlarida ham muammolar bo'lmasligi 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 nosoz, kanalizatsiya tarmog'i bo'lmagan yoki ichimlik suvi talab darajasida bo'lmagan mehmonxonalar turist va boshqalar turizm sohasining rivojlanishidagi kechiktirib bulmas va tezda xal qilinishi zarur bo'lgan muammolardir. Ayniqsa, olis, tog'li joylarda bu muammolarni hal etish katta kapital mablag' talab qiladi. Shuningdek, avtomobillar qatnaydigan trassalarda shohbekatlarining ahvoli xorijiy turistlarga xizmat ko'rsatadigan darajada bo'lmasligi, turist tezda hojatini chiqarib oladigan yoki zarur tibbiy yordam

beradigan obyektlarning yoʻqligi xorijiy turistlar oqimiga salbiy taʼsir qiladi.

Hozirgi paytda turizm infratuzilmasida bank va moliyaviy tashkilotlar – xizmatlarning oʻrni alohida. Axborot xizmati ham turizm infratuzilmasida turistlarga, uning tashkilotchilariga juda zarurdir. Turist sayohatga tayyorlanayotganda hamda sayohat vaqtida oʻzi boradigan joy haqida, oʻsha mamlakat yoki boradigan hududning qonun-qoidalari, odatlari, mehmondoʻstligi haqida qoʻshimcha maʼlumotlarga, shuningdek, oʻsha joyning xaritasiga, transport magistrallari chizmasiga muhtoj boʻladi.

Turizm infratuzilmasini zamonaviy komputer xizmatisiz tasavvur etish qiyin. Tezkor axborot va soʻzlashuv, yangiliklardan xabardor etish turizmning yana bir jihatidir. Internet, faks va boshqa zamonaviy texnika vositalari mavjudligi va ularning sifati turizm infratuzilmasini qay darajada ekanligidan yana bir nishonadir.

Tayanch tushunchalar: turizm industriyasi, turoperator, turagentliklar, transport va mehmonxona xoʻjaligi, ovqatlanish xoʻjaligi, pansion, yarim pansion, turistlarni joylashtirish, turistlarning boʻsh vaqtini mazmunli oʻtkazish, turistlarni sayohat joylari bilan tanishtirish, tashish vositalari.

Savol va topshiriqlar:

1. Turizmni tashkil etuvchi tashkilotlarga nimalar kiradi?
2. Turizm sohasida turoperator qanday vazifani bajaradi?

3. Turagentliklar haqida nimalarni bilasiz?
4. Transport xo'jaligiga nimalar kiradi?
5. Mehmonxona xo'jaligiga nimalar kiradi?
6. Turistlarni tashish vositalari deganda nimani tushunasiz?
7. Turistlarni ovqatlantirish nimalardan iborat?
8. Turizm industriyasi deganda nimani tushunasiz?
9. Turizm infratuzilmasi deganda nimani tushunasiz?

IV BOB. TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA TURISTIK YO'NALISHLARNI SHAKLLANTIRISH TEXNOLOGIYASI

4. 1. Turistik xizmatlarni loyihalashtirish va turistik sayohatning texnologik xaritasini tuzish
4. 2. Turistik sayohatning yo'nalishini va dasturini tuzish

4. 1. Turistik xizmatlarni loyihalashtirish va turistik sayohatning texnologik xaritasini tuzish

O'zbekistonda turistik xizmatlarni shakllantirish Davlat standartlari bilan tartibga solinadi. Turistik xizmatni yo'lga qo'yish uchun uning qisqacha xizmatlar bayoni asos bo'lib xizmat qiladi. Bu bozor ehtiyojlarini o'rganish natijasida aniqlangan buyurtmachi bilan

muvoqilashtirilgan xizmatlar va xizmatlarni bajaruvchining imkoniyatlarini hisobga oluvchi talablar yig'indisidan iboratdir.

Turistik xizmatlarni loyihalashtirish quyidagi tartibda amalga oshiriladi:

1. Xizmatlarning me'yorlashtirilgan tavsifini belgilash.
2. Turistlarga xizmat ko'rsatish jarayoni texnologiyalarini belgilash.
3. Texnologik hujjatlarni ishlab chiqish.
4. Sifat nazorati metodlarini belgilash.
5. Loyihaning tahlili.
6. Loyihani tasdiqlash uchun taqdim etish.

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 xarita tuziladi.

Bosqichlarning mazmuni va ketma-ketligi xizmat turiga qarab o'zgarishi mumkin. Turistik xizmatni loyihalashtirishning natijasi texnologik hujjatlar hisoblanadi (texnologik xaritalar, yo'riqnomalar, qoidalar, reglamentlar va boshqalar)

Ayrim turistik xizmatlarni loyihalashtirishni turistik sayohat misolida ko'rib chiqamiz:

turistik sayohat xizmatini loyihalashtirish tartibi ikki bosqichni nazarda tutadi:

1. Turistlarga xizmat ko'rsatish dasturiga muvofiq turistik sayohatga qo'shiladigan har bir xizmatni loyihalashtirish;

2. turistik sayohat xizmatini yaxlit loyihalashtirish.

Turistik korxonalar amalga oshiradigan turistik sayohat xizmatlarini loyihalashtirish turistik korxonalar imkoniyatlarining turistlar ehtiyoji bilan o'zaro mutanosibligini nazarda tutadi.

Turistik sayohat xizmatining qisqacha bayoni aholining sayohatlar turi va shakliga bo'lgan ehtiyoji hamda muayyan hududdagi rekreatsion imkoniyatlarni o'rganish asosida tuziladi. Xizmatning qisqacha bayoni turistlarga xizmat ko'rsatish dasturining loyihasida aniqlanadi.

4. 2. Turistik sayohatning yo'nalishini va dasturini tuzish

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

- sayohat yo'nalishi;
- xizmatlar ijrochisi bo'lgan turistik korxonalar ro'yxati;
- xizmatlar ijrochisi bo'lgan har bir korxonalar taqdim etadigan turlar vaqti;
- ekskursiyalar va qadamjo obyektlar tarkibi;
- turistlar sayri va safarlar ro'yxati;
- dam olish tadbirlari majmuasi;
- yo'nalishning har bir punktida to'xtash vaqti;
- sayohatda qatnashayotgan turistlar soni;

- ichki yoʻnalish boʻyab harakatlanuvchi transportlar turi;
- turizm boʻyicha yoʻriqchi-uslubchi, ekskursovod, gid-tarjimon, boshqa xizmat koʻrsatuvchi personalga va ularni zaruriy qayta tayyorlashga boʻlgan ehtiyoj;
- transport vositalari;
- reklama, axborot va kartografik materiallar shaklini tayyorlash, turistik yoʻllanmalari uchun axborot varaqalarida sayohat tavsifi.

Turistik sayohat xizmatini loyihalashtirishning natijasi turistik korxonaning quyidagi texnologik hujjatlarida aks etadi:

turistik sayohatning texnologik xaritasi (1- ilova);

turistik korxonaning yuklanish grafigi (2- ilova);

isteʼmolchiga taqdim etiladigan turistik yoʻllanmaning axborot varaqasi (3- ilova).

«Turistik safar» xizmatini loyihalashtirish quyidagilarni nazarda tutadi:

turistik safar kechadigan hudud va yoʻnalishning ekspeditsion tekshiruvini oʻtkazish;

turistik safar yoʻlidagi (trassadagi) joylashtirish va uskunalar, turar joylar loyihalarini ishlab chiqish va tayyorlash;

zaruriy turistik jihozlar, uskunalar va transport vositalarining sonini hisob-kitob qilish;

turizm boʻyicha yoʻriqchi-uslubchilar, boshqa xizmat koʻrsatuvchi xodimlarga boʻlgan talabni oʻrganish 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 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 yo‘nalishning ekspeditsion tekshiruvi va turistlar xohishini sotsiologik so‘rov o‘tkazilganligi to‘g‘risidagi hisobot hisoblanadi (4- ilova).

«Turistik safar» xizmatini loyihalashtirishning natijasi uning yo‘l pasporti hisoblanadi (5- ilova).

«Turistik safar»ning yo‘l pasporti quyidagi tashkilotlar bilan kelishiladi:

sanitariya-epidemologiya xizmati organlari;

transport vositalari harakatini nazorat qiluvchi boshqa tashkilotlar (YPX, suv inspeksiyasi va boshqalar);

yer maydoni boshqaruvi organlari (mulkdorlar) bilan, agar ular hududdan turistik safar yo‘li o‘tgan bo‘lsa.

Turistik sayohatning yo‘nalishini va dasturini tuzishbo‘yicha barcha jarayonlarni tushuntirishga imkon beruvchi quyidagi

texnologiya taklif etiladi. O‘z tarkibiga Toshkent, Buxoro va Samarqand shaharlarini oluvchi «Buyuk Ipak yo‘lidagi qadimgi shaharlar» nomli turistik mahsulotni ko‘rib chiqamiz. Mazkur yo‘nalish Fransiya turistlariga tavsiya etiladi. Sayohat muddati – 7 kun va 6 kecha. Hisob-kitobni bir nafar turist uchun amalga oshiramiz. Asosiy turistik mahsulot (turprodukt) tarkibiga quyidagilarni kiritamiz:

1) transport xizmatlari (TSer), masalan, Parijdan Toshkentgacha uchib kelish va orqaga. Biletning borib kelish narxi 980 dollarni tashkil etadi;

2) transfert xizmatlari (SerTr) – bu turistni aeroportdan mehmonxonagacha eltish va orqaga hamda turistni mamlakat bo‘ylab tansprortda olib yurish xarajatlaridir. Aytaylik, bir kunlik mazkur xarajatlar 30 dollarni tashkil qilsin;

3) mehmonxonalarda yashash (Acc) – Toshkentda (2 sutka), Buxoroda (2 sutka) va Samarqandda (2 sutka) o‘rtacha bitta ikki o‘rinli nomer sutkasiga 40 dollar. Mazkur xarajat tarkibiga ertalabki nonushta xarajatlari ham kiritilgan;

4) yuqorida qayd qilingan uchta shahar restoranlarida ovqatlanish (tushlik va kechki ovqat – 20 dollar);

5) uchta shaharda tarjimon, ekskursiya yetakchilarining (SerG) xizmatlari – sutkasiga 5 dollar miqdorida;

6) diqqatga sazovor joylarga tashrif buyurish (TurS) – muzeylar, Ko‘kaldosh madrasasi, Ulug‘bek observatoriyasi, Registon maydoni,

Shohi zinda ansambli, Labi hovuz majmuyi va boshqa tarixiy, madaniy obyektlar (jami – 50 dollar).

7) turni tashkil etgan turistik firma xarajatlari va foydasi (IaP), turetakchining kutib olishi-kuzatishi – 100 dollar.

8) boshqa davlatga tashrif buyurgan turistning barcha kunlari uchun ixtisoslashgan kompaniyaga sugʻurta toʻlovi (badali) (SK) – sutkasiga 2 dollar miqdorida.

Shunday qilib, turistik mahsulot summasi: $OTur = Tser (980 \text{ AQSh dollari}) + SerTr (30 \text{ AQSh dollari} \times 7 \text{ kun}) + Acc (30 \text{ AQSh dollari} \times 6 \text{ kun}) + FR (20 \text{ AQSh dollari} \times 7 \text{ kun}) + SerG (5 \text{ AQSh dollari} \times 7 \text{ kun}) + TurS (50 \text{ AQSh dollari}) + IaP (100 \text{ AQSh dollari}) + SK (2 \text{ AQSh dollari} \times 7) = 1709 \text{ AQSh dollari}$.

Shuni hisobga olish zarurki, bu dastlabki narxlaridir, biroq, turistik firma doimo xarajatlarni qisqartirishi va aviakompaniyalardan, avtotransport tashkilotlaridan, mehmonxonalardan, diqqatga sazovor korxonalaridan chegirmalar olishi mumkin.

Qoʻshimcha xizmatlar mijozning istak-xohishi boʻyicha kiritilishi mumkin. Masalan, turistlar uchun boʻsh vaqt ajratiladi (xarid uchun, mustaqil sayohat uchun va hokazo). Bunda Xumson togʻlarida otda sayr qilish (Boʻstonliq tumani), qimizdan tatib koʻrish, Buxoroda hammomga yoki shaxsiy turar-joylarga tashrif buyurish, Samarqandda toʻyda yoki tantanali marosimlarda ishtirok etish. Firma bunday madaniy xizmatlarni taqdim etuvchi tashkilot va muassasalar bilan olidindan shartnoma tuzgan boʻlishi kerak.

Tabiiyki, bunday qo‘shimcha xizmatlar turistik mahsulot narxini qimmatlashtiradi .

Turistik mahsulot o‘z tarkibiga yo‘nalishni batafsil ifodalashni kiritadi. U quyidagicha bayon qilinishi mumkin:

Birinchi kun. Parijdan Toshkentga uchib kelish (6.05). Mehmonxonaga transfert (8.00). Joylashish va dam olish (to 9.30 gacha). Shahar bo‘ylab sayohat (10.00–13.30). Restoranda tushlik (13.30–14.30). Ekskursiya yetakchisi hamrohligida madrasalar va madaniy markazlarga tashrif (13.30–17.30). Teatrlashtirilgan namoyishda ishtirok etish (18.00–19.30). Kechki ovqat (20.00). Uyquga yotish yoki 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). Uyquga yotish yoki 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 sayr qilish, Registondagi teatrlashtirilgan shouda ishtirok etish (15.00–20.00). Kechki ovqat (20.00). Uyquga yotish yoki bo‘sh vaqt.

To‘rtinchi kun. Nonushta (7.30–8.00). Tarixiy obidalarga sayohat (8.00–13.30). Tushlik (13.30–14.30). Bo‘sh vaqt (14.30–20.00). Kechki ovqat (20.00–21.00). Uyquga yotish yoki 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 sayohat, Labi hovuzdagi teatrlashtirilgan shouda ishtirok etish (15.00–20.00). Kechki ovqat (20.00–21.00). Uyguga yotish yoki bo‘sh vaqt.

*Oltinchi kun.*Nonushta (7.30–8.00). Tarixiy obidalarni sayr qilish (8.00–13.30). Tushlik (13.30–14.30). Bo‘sh vaqt (14.30–20.00). Kechki ovqat (20.00–21.00). Uyguga yotish yoki 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 sayr qilish (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, shaharning harakatlanish chizma-xaritalari uning tarkibida mavjud bo‘lishi talab etiladi. Unda barcha diqqatga sazovor joylar, mehmonxonalar, restoranlar, pochta va telegraf va boshqa joylar haqida 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 hayoti va ilmiy faoliyatiga batafsil to‘xtalish, ma’lumot berish zarur. Yuqorida qayd etilganidek, turistik mahsulot 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. Turistik mahsulotning narxini me'yoriy kalkulyatsiya usuli bilan hisoblash mumkin. Unga turistlarga xizmat ko'rsatish, turistlar guruhini kuzatish bilan bog'liq bo'lgan barcha sarf-xarajatlar kiradi. Turistik mahsulot narxini hisoblash formulasi quyidagicha:

формула

Bu yerda: P_{tur} – milliy valutada 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 valutadagi foydasi (yoki dollar ekvivalentidagi); ZT – turpaket tarkibiga kiruvchi alohida xizmat turlari uchun turistga turoperator taqdim etayotgan chegirma; Kd – turpaketni sotuvchi turagentni komission mukofotlash; Ngr – guruhga yo'lboshchi sifatida hamkorlik qiluvchilarning soni.

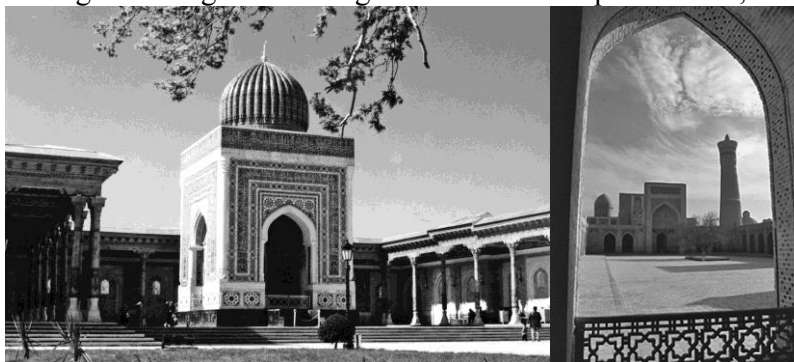


Xasti Imom masjidi. Toshkent.

Turpaket narxi to‘g‘risida fikir 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;



Imom Ismoil al-Buxoriy maqbarasi.inorayi Kalon.

Buxoro.

Samarqand.— ba'zidanomavsumiyvaqtlardatransportga, mehmonxonalarga, diqqatgasazovorobyektlarnisayrqilishgayanadapastnarxlartaklifqilina di, turistlarningyoshtarkibiga (masalan, bolalarvamaktabo'quvchilariga) ko'rako'pginaturistikxizmatlarnarxigakattaginachegirmalarberiladi, ba'zidavlatlarchetelturistlariniko'proqjalbetishmaqsadidaturizmfaoliy atiuchunturlixilimtiyozlartaqdimetadi;

– turpaket narxiga kiruvchi foyda turizm korxonasi tomonidan xarajatlar tannarxiga nisbatan foizlarda belgilanadi, ammo bunda mazkur turistik mahsulotga ehtiyoj darajasini hisobga olish zarur.

Bularning barchasida narx doimo elastik, moslashuvchan bo'lishini, ya'ni bozor talabining o'zgarishlariga aniq moslashishini hisobga olish zarur.

Tayanch tushunchalar: turistik xizmatlarni loyihalashtirish, xizmat ko'rsatish dasturi, loyiha tahlili, turistik sayohatning texnologik xaritasi, turistik korxonaning yuklanish grafigi, «Turistik safar» xizmati xavfsizligi, «Turistik safar»ning yo'l pasporti, pekij tur, eksklyuziv tur, safar trassa pasporti.

Savol va topshiriqlar:

1. Turistik xizmatlarni loyihalashtirish qanday amalga oshiriladi?

2. Xizmat ko‘rsatish dasturini yaratish qanday amalga oshiriladi?
3. Turistik mahsulotni hisoblash jarayoni qanday amalga oshiriladi?
4. Turistik yo‘nalishni ishlab chiqish bosqichlari nimalardan iborat?
5. Turistik sayohatning yo‘llanmasi va texnologik xaritasini tuzish mazmuni nimalardan iborat?
6. Turistik korxonaning yuklama grafigi va yo‘nalishini tuzish qanday amalga oshiriladi?
7. Turistik safar yo‘nalishining ekspeditsion tekshiruvdan o‘tganligi to‘g‘risidagi hisobot qanday tuziladi?
8. Safar trassa pasporti tarkibi nimadan iborat?

V BOB. TURISTIK FIRMANI OCHISH VA LITSENZIYA OLIISH BOSQICHLARI

5. 1. Yangi turistik korxonani tashkil qilishda litsenziya olish tartibi
5. 2. Yangi tashkil qilinadigan turistik korxonaning xizmatlarini sertifikatlashtirish.

5. 1. Yangi turistik korxonani tashkil qilishda litsenziya olish tartibi

O‘zbekistonda turizm faoliyati litsenziyalanadi hamda bu jarayonni o‘tkazish mexanizmi tegishli qonun bilan belgilangan. Turizm biznesini tashkil etish uchun rasmiyatchilikning 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 qabul qilingan qaror asosida amalga oshiriladi, uning bu boradagi ishchi organi vazifasini «O‘zbekturizm» MK bajaradi. Eng asosiy talab: litsenziya tadqiqotchilari faqatgina yuridik shaxs bo‘lishi shart.

Litsenziya olish uchun Davlat tomonidan o‘rnatilgan talablar mavjud bo‘lib, ular qatoriga quyidagilar kiradi:

- «Turizm to‘g‘risida»gi 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;

- turizm sohasi yangi texnologiyani va boshqaruv tajribasini joriy etishni talab qilganligi 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 oshirishi zarur;

- shakillangan nizom jamg‘armasi kamida minimal ish haqining

400 barobari miqdorida bo‘lishi kerak, chunki u tegishli moddiy va iqtisodiy zaxiraga ega bo‘lishi lozim;

– mijozlar bilan ishlash va turistik mahsulotni ishlab chiqish mos ravishdagi ishchanlik muhitini talab etishi sababli xususiy yoki ijaraga olingan xizmat binosida tegishli jihozlar mavjud bo‘lishi kerak;

– taqdim etiladigan turizm xizmatlariga muvofiqlik sertifikatlari mavjud bo‘lishi shart, chunki bu har qanday turga qonuniy tus berish va xavfsizlik talablari bilan bog‘liqdir;

– turizm xizmatlari faqatgina mijoz (turist) bilan turistik firma o‘rtasida O‘zbekiston Respublikasi qonunlari talablariga mos ravishda shartnoma tuzilgandan keyingina ko‘rsatiladi. Boshqa holatlarda shartnoma huquqiy kuchga ega bo‘lmaydi va sud orqali bekor qilinishi mumkin;

– chet el davlatlariga tashrif buyurish, chiqish, kirishning o‘ziga xos xususiyatlari to‘g‘risida, turistik tashrif vaqtida va har bir aniq davlatga tashrif buyurishning boshqa qoidalarining o‘ziga xos xususiyatlari to‘g‘risida mukammal ma’lumotlar belgilangan tartibda har bir turistga yetkazilishi kerak;

– mijozga ish tartibi to‘g‘risida, uning huquqiy manzili, litsenziyaning mavjudligi, ko‘rsatiladigan xizmatlar uchun sertifikatlarning mavjudligi, turizm faoliyatining aniq yo‘nalishlarini yuritish uchun javobgor bo‘lgan lavozimli shaxslarning familiyasi, ismi, sharifi haqida to‘la ma’lumot berish shrt;

– turistlar xavfsizligini ta'minlash, jarohatlanganda, betob bo'lganda va boshqa holatlarda tibbiy hamda boshqa birinchi yordam ko'rsatish tizimi mavjud bo'lishi lozim.

9- rasm. Turizm faoliyatiga litsenziya berish va arizalar bilan ishlash jarayonlari

Litsenziya olish uchun tegishli zaruriy hujjatlarni tayyorlashga to'g'ri keladi. Ularga quyidagilar kiradi:

1. Huquqiy shaxsning tashkiliy-huquqiy shakllari hamda nomi, uning joylashgan manzili (pochta manzili), huquqiy shaxsga xizmat ko'rsatuvchi bank muassasasining hisob raqami va bank muassasining nomi to'g'risidagi ma'lumotlar hamda turistik faoliyatni amalga oshirish bo'yicha litsenziya berish to'g'risidagi ariza.

2. Huquqiy shaxsning davlat ro'yxatidan o'tganligi to'g'risidagi guvohnomaning notariusdan tasdiqlangan nusxasi.

3. Litsenziya oluvchining arizasini ko'rib chiqish uchun to'lanadigan minimal ish haqining 5 barobari miqdoridagi litsenziya

yig'irlarini o'tgazganligini tasdiqlovchi hujjat. Agar litsenziya oluvchi tomonidan berilgan ariza rad qilingan holatlarda to'langan summa qaytarilmaydi.

4. Litsenziya oluvchining binodan foydalanish huquqini tasdiqlovchi hujjatlar hamda «O'zbekturizm» MK vakillari tomonidan tuzilgan komissiyaning binoning moddiy-texnikaviy jihozlangani faoliyat turini litsenziyalash talablariga javob berishini tasdiqlovchi va uni ko'zdan kechirganligi haqidagi hujjat.

5. Shakillantirilgan nizom jamg'armasi miqdori to'g'risida bank ma'lumotnomasi.

6. Mutaxassislarda turizm sohasidagi yetarli ish staji yoki maxsus bilimning mavjudligini tasdiqlovchi hujjat (diplom yoki mehnat daftarchasining nusxasi, ishga qabul qilish to'g'risidagi buyruqning nusxasi).

7. Rahbarning ismi, sharifi, familiyasi, tug'ilgan yili, pasport ma'lumotlari, uy manzili, ma'lumoti, telefon raqamlari to'g'risidagi ma'lumotlar.

Qarorlarni qabul qilish jarayoni «O'zbekturizm» MK tomonidan 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 «O'zbekturizm» MKning qarori litsenziya oluvchi tomonidan barcha zaruriy hujjatlar ariza bilan birgalikda taqdim etilganidan so'ng 30 kundan ortiq bo'lmagan muddatda qabul qilinadi. Ekspertlarning fikriga

qaraganda, bu huquqni muhofaza qilish organlari, moliya va soliq organining zaruriy tekshirishlari bilan bog'liqdir. Masalan, turizm sohasidagi faoliyat uchun litsenziya oluvchi firma egalari (xo'jayinlari) to'g'risida ma'lumotlar jo'natiladigan muassasalar ro'yxatiga Milliy xavfsizlik xizmati, Ichki ishlar Vazirligi (IIV), 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 uni rad etish (bermaslik) to'g'risidagi qaror bayonnomasini tasdiqlaydi.

Undan so'ng «O'zbekturizm» MK uch kun muddat ichida litsenziya oluvchini natijalar to'g'risida xabardor qiladi, ya'ni unga bank rekvizitlari ko'rsatilgan holda yozma shaklda bevosita taqdim etadi yoki jo'natadi (unda davlat poshlinalarini to'lash muddati va hisob raqamlari aks etishi kerak). Bir vaqtning o'zida litsenziya oluvchiga litsenzion kelishuvni imzolash uchun jo'natadi. Shuni qayd qilish kerakki, agar 3 oylik muddat ichida yuqorida qayd qilingan litsenziat kelishuvi tuzilmasa va davlatposhlinasi to'lanmagan holatlarda hukumat komissiyasi litsenziyani bekor qilish to'g'risida qaror qabul qilish huquqiga ega.

Litsenziya egasining litsenziya talablari va shartlariga rioya qilishini nazorat qilish qonunda belgilangan tartibda «O'zbekturizm» MK tomonidan amalga oshiriladi. Bunda «O'zbekturizm» MK quyidagi huquqlarga ega:

– litsenziya egasining litsenziya talablari va shartlariga rioya qilishini rejali tekshirish va ushbu holatlarda litsenziya egasi tomonidan litsenziya shartlari va talablari buzilganligi aniqlangan taqdirda rejadan tashqari tekshiruvlarni o‘tkazish;

– litsenziya talablari va shartlariga rioya qilinishini tekshiruvdan o‘tkazishda litsenziya egasidan tegishli ma’lumotlarni so‘rash hamda olish;

– tekshiruv natijalari asosida litsenziya egasining litsenziya talablari va shartlarini buzganligini aniq ko‘rsatgan holda dalolatnoma yoki ma’lumotnoma tuzish.

– litsenziya egasiga nisbatan aniqlangan kamchiliklarni bartaraf etish majburiyatini yuklovchi va bunday buzulishlarni bartaraf etish muddatlarini belgilovchi qarorni chiqarish;

– litsenziya harakatini to‘xtatib qo‘yish, ta’qiqlash yoki bekor qilish to‘g‘risidagi masalani ko‘rib chiqish uchun komissiyaga taqdim etish.

«O‘zbekturizm» MK turizm faoliyatiga doir litsenziya reyestrini yuritadi hamda jismoniy va huquqiy shaxslar u haqdagi ma’lumotlarni erkin olishlari mumkin (7- jadval).

7-jadval

**«O‘zbekturizm» MK va litsenziya egasining ayrim rasmiyatchiliklari
mazmuni va maqomi**

Maqomi	Mazmuni
--------	---------

Litsenziya kelishuvi	<ul style="list-style-type: none"> – kelishuvni imzolagan mansabdor shaxsning familiyasi, ismi va sharifi; – tomonlarning rekvizitlari; – litsenziya beriladigan faoliyat turining nomi; – litsenziya egasiga qo‘yiladigan litsenziya talablari va shartlarini buzganlik uchun tomonlar javobgarligi; – litsenziya egasining litsenziya kelishuvi talablari va shartlarini bajarishi ustidan ishchi organi tomonidan o‘rnatilgan nazorat tartibi
Litsenziyalar reyestri	<ul style="list-style-type: none"> – huquqiy shaxs nomi, uning tashkiliy-huquqiy shakli, pochta manzili, telefon va faks raqami; – rahbarning familiyasi, ismi va sharifi; – litsenziya raqami va berilgan vaqti; – litsenziyaning amal qilish muddati; – litsenziyani qayta rasmiylashtirish vaqti va asos, amal qilish muddatini uzaytirish, amal qilishni to‘xtatib qo‘yish va amal qilishni boshqatdan yo‘lga qo‘yish; – litsenziyani taqiqlash uchun asos va vaqti (sana); – litsenziyani bekor qilish uchun asos va vaqti (sana); – dublikatni berish sanasi va asos.

Beriladigan litsenziyalarda turistlarga xizmat ko‘rsatish sifati va darajasini hisobga olingan holda ikki xil turizmning indeksatsiyasi amalga oshiriladi:

- Ch – chet el turizmi;
- M – milliy turizm.

5. 2. Yangi tashkil qilinadigan turistik korxonaning xizmatlarini sertifikatlashtirish

Sertifikatlash – bu aholi salomatligini va xavfsizligini ta’minlash maqsadida tayyorlangan korxonada mahsulotlari yoki xizmatlari sifatini tartibga solish jarayonidir. Shuni qayd qilish kerakki, sertifikatlash nafaqat chetdan kelayotgan import tovar va xizmatlarga, balki mahalliy ishlab chiqariladigan tovar va xizmatlarga ham tegishlidir. Ekspert ma’lumotlariga ko‘ra, O‘zbekistonda 2,5 mingdan ortiq tovar va xizmatlar sertifikatlanadi.

Turizm va mehmonxona xizmatlarini sertifikatlashtirish majburiy hisoblanadi. Turizm sohasida tovar va xizmatlarni sertifikatlash quyidagi maqsadlar uchun amalga oshiriladi:

- inson hayoti, atrof-muhit uchun xavfli bo‘lgan mahsulotlarni, huquqiy va jismoniy shaxslar mulkini sotishni nazorat qilish;
- jahon bozorini raqobatbardosh mahsulotlar bilan ta’minlash;
- iste’molchini insofsiz ishlab chiqaruvchidan himoya qilish;
- mahsulotning yaratilgan (kelib chiqqan, ishlab chiqarilgan) manzilini 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 jumlasiga mahsulotlar, xizmatlar hamda

sifat tizimlari kiradi. Shuni qayd qilish kerakki, sertifikatlashning ikki turi qo'llaniladi: ixtiyoriy va majburiy sertifikatlash.

Ixtiyoriy sertifikatlash quyidagi holatlarda qo'llaniladi: uchinchi shaxslar yoki qo'shma korxonadagi chet el sheriklari ishlab chiqariladigan tovarlar va taqdim etiladigan xizmatlar uchun qo'shimcha sertifikatni talab qilgan vaziyatlarda foydalaniladi.

Sertifikat beruvchi davlat organi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Standartlash, sertifikatlashtirish va metrologiya agentligi («O'zdavstandart») hisoblanadi. Bundan tashqari, alohida sertifikatlashtirish markazlari, tadqiqot laboratoriyalari, sertifikatni nazorat qilish organlari hamda «O'zdavstandart» tomonidan tan olingan va akkreditatsiyadan o'tgan sifat ekspert-auditorlari ham faoliyat ko'rsatadi.

Sertifikatlash muddati sertifikatsiyalanadigan mahsulotlar va xizmatlarning toifasiga bog'liq ravishda 1 kundan to 1 oygacha bo'lishi mumkin. Sertifikatlashtirish organiga beriladigan hujjatlar soni ham sertifikatlash muddatiga ta'sir ko'rsatadi. Turistik korxonalarining turistik xizmatlarini sertifikatlash olti bosqichdan iborat.

10- rasm. O‘zbekistonda turizmni sertifikatlash jarayonining bosqichlari

Rasmga izoh:

1. Buyurtmachi «O‘zbekturizm» MKga sertifikatlashni o‘tkazish uchun ariza beradi. Sertifikatlash bo‘yicha tashkilot uni qabul qiladi va qayd etadi.

2. «O‘zbekturizm» MK dastlabki tahlil o‘tkazish maqsadda mazkur hujjatning (korxonaga to‘g‘risidagi ma’lumotlar – korxonaga nomi, ustav fondi, rahbarning 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» MK arizaga binoan sertifikatlash sxemasini tanlash bo‘yicha qaror qabul qiladi, xizmatlarni tekshirish natijalarini ko‘rib chiqadi, buyurtmachi va «O‘zbekturizm» MK o‘rtasida sertifikatlash bo‘yicha ishlarni bajarish to‘g‘risidagi shartnomani tayyorlaydi. Agar salbiy qaror qabul qilinsa, bu holatda

uning sabablari buyurtmachiga yozma ravishda xabar qilinadi. Ariza bo'yicha qaror qabul qilish muddati – ariza qabul qilingan kundan boshlab 1 oy.

3. Buyurtmachi turistik xizmatlarni sertifikatlash uchun to'lovni amalga oshirib, shartnomani imzolagach, «O'zbekturizm» MK sertifikatsiya nazoratini o'tkazish bo'yicha komissiyani tuzadi (komissiya tarkibi kompaniya xodimlaridan va shtatdan tashqari mutaxassislardan iborat bo'ladi) va ishlarni amalga oshirishga kirishadi.

4. Komissiya sertifikatlash nazoratini buyurtmachiga anketa-savolnomaning ikkinchi qismini to'ldirishni taklifi etishdan boshlaydi (asosan, korxonaning faoliyat ko'rsatishi bilan bog'liq bo'lgan savollar) hamda qator tasdiqlovchi hujjatlarni taqdim etishni suraydi. Turagentlikni sertifikatlashda idora (ofis, ish tartibi, aloqa vositalari va hokazo), litsenziya, turoperatorlar bilan shartnoma, ishchi xodimlar malaka-tajribasi va hokazolarni tekshiriladi.

5. Sertifikatsiya tekshiruvini tugaganidan so'ng barcha materiallar asosida buyurtmachini sertifikatlashni o'tkazish to'g'risidagi dalolatnoma tuziladi.

6. Komissiya tomonidan dalolatnoma tuzilganidan so'ng «O'zbekturizm» MK barcha materiallar ekspertizasini o'tkazadi (dalolatnomani, ekspert xulosalarini, anketa natijalarini va hokazolarni) hamda imzolangandan so'ng 10 kun muddat ichida qaror qabul qiladi:

- a) maxsus reyestrda qayd qilingan sertifikatni berish to‘g‘risida;
- b) hujjatni berishni rad etish to‘g‘risida.

Agar buyurtmachi «O‘zbekturizm» MK qaroridan norozi bo‘lsa, u O‘zdavstandart qoshidagi maxsus komissiyaga appellatsiya (qayta ko‘rish uchun ariza) berish huquqiga egadir.

Sertifikatlashni o‘tkazish uchun narxlar ishning murakkabligiga bog‘liq ravishda «O‘zbekturizm» MK tomonidan belgilanadi (8-jadval).

8- jadval

**Turizm va mehmonxona xizmatlarini sertifikatlash bo‘yicha ishlar
tannarxlarining kalkulyatsiyasi (so‘mlarda)**

№	Turi	Ishning narxi	QQSni hisobga olgan holda
1	Kiruvchi turizm	110340	132408
2	Chiquvchi turizm	85525	102630
3	Ichki turizm	77125	92550
4	Turzimni aktiv turlari	107950	129540
5	Kiruvchi/chiquvchi, kiruvchi/ichki, chiquvchi/ichki, kiruvchi/chiquvchi/ichki	160825	192990
6	Kiruvchi, turizmning aktiv turlari	142725	171270
7	Sig‘mi 10 ta o‘ringa mo‘ljallangan mehmonxonalar	54925	65910

8	Sig'imi 25 ta o'ringa mo'ljallangan mehmonxonalar	89790	107748
9	Sig'imi 50 ta o'ringa mo'ljallangan mehmonxonalar	162495	194994
10	Sig'imi 100 ta o'ringa mo'ljallangan mehmonxonalar	210120	252144
11	Sig'imi 200 ta o'ringa mo'ljallangan mehmonxonalar	336270	403524
12	Sig'imi 350 ta o'ringa mo'ljallangan mehmonxonalar	444565	533478
13	Sig'imi 500 ta o'ringa mo'ljallangan mehmonxonalar	710925	853110
14	Sig'imi 100 o'ringacha bo'lgan mavsumiy turbaza	78795	94554
15	Sig'imi 200 o'ringacha bo'lgan mavsumiy turbaza	126100	151320

«Turizm to'g'risida»gi Qonunning 10- moddasiga asosan, «turizm xizmatlari majburiy sertifikatlashga tortiladi». Turizm xizmatlarini sertifikatlash va sertifikat berish belgilangan qonun doirasida amalga oshiriladi.

Tayanch tushunchalar: turistik faoliyatni litsenziyalashtirish,

litsenziya, litsenziya reyestrining tarkibi, hujjatlarni taqdim etish, litsenziya egasi, mintaqaviy bo'limga uzatish, litsenziya tadqiqotchisi, dublikatni berish sanasi, litsenziyani taqiqlash uchun asos, ixtiyoriy sertifikatlash, majburiy sertifikatlash.

Savol va topshiriqlar:

1. Turistik faoliyatni litsenziyalashtirish rasmiyatchiligi nimalardan iborat?
2. Litsenziya olish uchun davlat tomonidan o'ratilgan talablar nimalardan iborat?
3. Turizm faoliyatiga litsenziya berish va arizalar bilan ishlash jarayonlari nimalardan iborat?
4. Litsenziya olish uchun qanday hujjatlarni taqdim etish kerak?
5. Litsenziyatni tekshirishni amalga oshirishda «O'zbekturizm»MK qanday huquqlarga ega?
6. Turizm sertifikatlashtirishning mazmuni va turlari nimalardan iborat?
7. Turizm va mehmonxona xizmatlarini sertifikatlash uchun narxlar qay tartibda belgilanadi?
8. O'zbekistonda turizmni sertifikatlash jarayonining bosqichlari nimalardan iborat?

**VI BOB. TURIZM SOHASIGA OID
RASMIYATCHILIK VA TURIZMDA HUQUQIY**

ASOSLAR

6. 1. Turizm sohasida bojxonaga oid rasmiyatchiliklar, pasport va vizaga oid rasmiyatchiliklar

6. 2. Turizmga oid hujjatlar: turistik firmada uslubiy ta'minot, asosiy turizm hujjatlarini aniqlash.

6. 3. Davlatning turizm sohasidagi siyosati.

6. 4. Xalqaro turizmدا turistlar hayoti xavfsizligini ta'minlashning huquqiy me'yorlari.

6. 1. Turizm sohasida bojxonaga oid rasmiyatchiliklar, pasport va vizaga oid rasmiyatchiliklar

«Rasmiyatchilik»biror-bir muhim va ma'suliyatli ishni bajarishda talab qilinadigan, qonunchilik tomonidan o'rnatilgan shartlar yoki harakatlardan iborat.

Xorijiy mamlakatga birinchi marta turist sifatida tashrif buyurmoqchi bo'lgan shaxslar, odatda, faqat chegaraga oid va bojxona rasmiyatchiliklar mavjud deb o'ylashadi. Biroq turistning sog'ligi, ya'ni insonlar hayoti uchun o'ta xavfli kasalliklar tashuvchisi emasligi, tropik mamlakatlarga kirishni tartibga solib turadigan sanitar-epidemiologik qoidalar ham juda muhim. Tibbiy-sanitariya qoidalarini bilish va ularga qat'iy amal qilish turistni sayohat chog'idagi ko'plab ko'ngilsizliklardan saqlaydi.

Turizm rasmiyatchiligi bu turist, turistik firma va boshqa davlatga

qilinayotgan sayohatni uyushtirish va o'tkazishga aloqador barcha tashkilotlar amal qilishi lozim bo'lgan, u yoki bu davlat yoxud bir guruh davlatlar qonunchiligida qabul qilingan qat'iy shartlardan iborat.

Xalqoro turizm rivojiga turli davlatlar bojxona tizimlari sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Bojxona qonunchiligi xalqaro turizm faoliyati rivojini qo'llab-quvvatlashi ham, turli turizmga oid rasmiyatchiliklarni murakkablashtirish yo'li bilan to'sqinlik qilishi ham mumkin.

Turizm rasmiyatchiliklari deganda – mamlakatning davlat organlari o'rnatgan kirish va istiqomat qilishga oid qoida va talablar, ma'lum shartlarga davlat chegarasidan o'tayotgan shaxslar, turistlar rioya qiladigan jarayon tushuniladi.

1998- yil imzolangan turizm bo'yicha Gaaga Deklaratsiyasi davlatlar va turistik pasportlar, vizalar, tibbiy va valuta 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, turistlarning boshqa mamlakat va mintaqalarga tashrifini yengillashtirishga qaratilgan bo'lishi lozim.

Turizm sohasiga oid rasmiyatchiliklar bir necha katta bo'limlarga bo'linadi, jumladan:

– chet el pasportlari;

- vizalar;
- bojxona qoidalar;
- valuta nazorati va valuta almashtirish tartibi;
- sanitar qoidalar;
- kirish-chiqish tartibi;
- xorijiy turistlarning mamlakatda yashashi va harakatlanishining o‘ziga xosligi;
- immigratsiya qoidalar;
- ba’zi boshqa tartiblar.

Xalqaro turizmدا turistik politsiya va sanitar rasmiyatchiliklar bir-biridan farqlanadi. Bu o‘rinda turistik politsiya rasmiyatchiliklari deganda davlat chegarasidan o‘tayotgan shaxslarning o‘rnatilgan pasport-viza tartibiga amal qilishi bilan bog‘liq tadbirlar tushuniladi. Nazoratning bu turini aeroportlar, temir yo‘l va shosselarda, dengiz va daryo portlarida amalga oshirish maxsus organlar zimmasiga yuklatilgan (O‘zbekistonda esa bu vazifa O‘zbekiston Respublikasi Ichki ishlar vazirligiga yuklatilgan).

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 chegara punktlarida maxsus sanitar xizmati tomonidan amalga oshiriladi va, odatda, turistlarda emlash haqidagi xalqaro sertifikat mavjudligini tekshirishdan iborat bo‘ladi.

Zarur holatlarda sanitar rasmiyatchilik yuzasidan turistlarni va sayohatchilarni joyida emlash va xavf tug'lsa, ularni vaqtincha izolatsiya qilish ham ko'zda tutilgan. Turistlar va sayohatchilar olib o'tadigan hayvonlar uchun veterinar tomonidan beriladigan 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, qonunchilikda belgilangan tartibga javob bermaydigan yuklarni to'xtatishni amalga oshiruvchi davlat organidir.

Bojxona rasmiyatchiliklari davlat chegarasidan o'tayotgan shaxslarning buyumlar, tovar va valutani olib kirish va olib chiqish qoidalariga rioya qilishni tekshirishdan iborat. 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 joylar).

Turistlar va sayohatchilar uchun bojxona rasmiyatchiliklari, odatda, olib o'tishga ruxsat berilgan narsalar, tovarlar va pul (valuta) ning ro'yxati va miqdorini yozma yoki og'zaki deklaratsiya qilishdan iboratdir. Bunda T-6 shaklidagi bojxona deklaratsiyasi to'ldiriladi.

Butunjahon Turistik Tashkilotining valuta operatsiyalari xususidagi tavsiyalari quyidagilar:

1. Valutaning 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 valutani qayta almashtirish imkoniyatini yaratish.

4. Olib kiriladigan valutani milliy pulga almashtirish turist istagiga binoan amalga oshiriladi.

5. Nazorat punktida valuta 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;

1. Xorijlik pasporti (shaxsini tasdiqlash) yoki mamlakatda doimiy istiqomat qilayotgan xorijiy fuqaroga beriladigan fuqaroligi yo'q shaxslar hujjati.

2. Er va xotinga (farzandli yoki farzandsiz) beriladigan oilaviy pasportlar.

3. Bola pasporti, dengizchi pasporti va boshqalar.

4. 1995- yil 26- martdan yettita Yevropa davlatida Shengen bitimi kuchga kirdi va unga muvofiq Belgiya, Niderland, Luksemburg, Germaniya, Fransiya, Ispaniya va Portugaliya ichki chegaralarida chegara tekshiruvi osonlashdi. Keyinchalik Shengen bitimiga Yunoniston ham qo'shildi. Ikki xil vizalar joriy etildi.

5. Yagona Shengen vizasi, uch oygacha muddatga beriladi va Shengen bitimini tuzgan mamlakatlar hududida erkin harakatlanish huquqini beradi.

6. Uch oydan ortiq muddatda beriladigan milliy kirish vizasi, uni berish Shengen bitimiga kirgan davlatning alohida huquqidir. Yevropa ittifoqiga kirmagan davlatlar, jumladan, rossiyalik turistlar uchun kirishning vizali tartibi saqlangan. Kirishning imtiyozli tartibi Vengriya, Polsha, Chexiya, Slovakiya, Latviya va Estoniya fuqaroligiga tegishli.

O'z mijozlari uchun viza rasmiylashtirishda turistik firmalar shartli uch guruhga bo'linadigan talay muammolarga duch kelishadi.

Birinchisi – xorijiy elchixonalar va ularning xodimlari ishini tashkillashtirish bilan bog'liq.

Ikkinchisi – elchixonalar uchun me'yoriy bo'lgan, tegishli mamlakatlar Ichki va Tashqi ishlar Vazirliklari belgilaydigan vizalarni rasmiylashtirish tartibi bilan bog'liq:

- zaruriy hujjatlar ro'yxati;
- ularni qabul qilish va ko'rib chiqish tartibi;

- vizalarni rasmiylashtirish muddatlari;
- turistik firmalarni akkreditatsiya qilish tartibi;
- beriladigan vizalar turlari va hokazolar.

Muammolarning uchinchi guruhi – O‘zbekiston tomonidan kirish vizalarini olish bilan bog‘liq masalalarni davlat tomonidan yo‘lga qo‘yilishi, ma‘lum cheklashlar it, mushuk kabi mayda uy jonivorlarini olib kirish va olib chiqish uchun mavjud. Bu ayniqsa elita uy hayvonlariga taalluqli. Qoida bo‘yicha, uy hayvonlarini olib kirish-olib chiqish emlanganini tasdiqlaydigan veterinar sertifikatini va qutirishga qarshi emlanganlik haqida ma‘lumotnoma ko‘rinishdagi hujjatlar talab qilinadi.

O‘zbekistondagi bojxona qoidalari.

Xorijiy valuta olib kirish va olib chiqish cheklanmagan, deklaratsiya shartnomasida 2000 AQSh dollaridan ortiq miqdorda xorijiy valutani olib chiqishga mamlakatga muvofiq miqdorda pul olib kirilganini tasdiqlovchi bojxona deklaratsiyasi bo‘lsa, ruxsat beriladi. Milliy valutani naqd ko‘rinishida olib chiqish va olib kirish 272000 sum qilib cheklangan (274 AQSh dollari atrofida). Yirik miqdordagi milliy valutani olib kirish va olib chiqish Markaziy bank ruxsati bilan mumkin (ko‘plab nazorat punktlarida olib chiqiladigan pullar tekshiruvini 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 pardozi vositalari,

shuningdek, umumiy miqdori 10 000 AQSh dollaridan 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 reseptsiz), qurol va o'q-dori, O'zbekiston davlat siyosati va islom aqidalariga qarshi yo'naltirilgan fotosur'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 hokazo) 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.

O'zbekistonga tashrif buyuruvchilar uchun vizalarni rasmiylashtirish.

Mehmonxonada istiqomat qilsangiz, sizni mehmonxona rasmiylashtiradi. Qo'lingizga ro'yxatga olinganligingiz haqida hujjat beriladi. Mamlakatdan chiqishda chegara xizmati O'zbekistonda bo'lganlikning barcha kunlariga qaydnoma mavjudligini tekshiradi.

Vaqtinchalik ro'yxatga kirish (propiska)dan parlament va hukumat delegatsiya rahbarlari, ularning oila a'zolari, shuningdek, mazkur delegatsiya texnik xodimlari, O'zbekistonga BMT pasporti

bilan kelgan shaxslar, O‘zbekistonga 15 kungacha bo‘lgan muddatga kelgan xorijiy fuqarolar, 18 yoshga yetmagan shaxslar ozod etiladi.

O‘zbekiston Respublikasiga vizalar uchun konsullik yig‘ini quyidagi miqdorda belgilangan:

A) Bir marotabalik vizalar uchun:

- 7 kungacha – 40 AQSh dollari;
- 15 kungacha – 50 AQSh dollari;
- 30 kungacha – 60 AQSh dollari;
- 1 oygacha – 80 AQSh dollari;
- 6 oygacha – 120 AQSh dollari;
- 1 yilgacha – 160 AQSh dollari.

Izoh: Vizaning har marotabaligi uchun tarif stavkasi 10 AQSh dollariga oshadi.

B) Ko‘p marotabalik vizalar uchun:

- 6 oygacha – 150 AQSh dollari;
- 1 yilgacha – 250 AQSh dollari.

V) Tranzit vizalar uchun:

- 24 soatgacha – 20 AQSh dollari;
- 48 soatgacha – 25 AQSh dollari;
- 72 soatgacha – 30 AQSh dollari.

G) Guruhli vizalar uchun (guruhlarda 10 kishidan kam bo‘lmasligi, 16 yoshgacha bolalardan tashqari)

- 15 kungacha – 15 AQSh dollari (har bir kishidan);

– 30 kungacha – 25 AQSh dollari (har bir kishidan).

Shuningdek, ko‘rsatilgan to‘lovlardan tashqari boshqa xarajatlar uchun ham to‘lov olinadi. Bunday to‘lovlar hajmi viza rasmiylashtirilayotgan joyga bog‘liq (ariza beruvchining fuqaroligidan qat’i nazar).

Izoh: Ikki tomonlama kelishuvlar mavjud davlatlar fuqarolari uchun O‘zbekiston Respublikasiga kirish vizalarini rasmiylashtirish boshqa tartiblarda ham amalga oshirilishi mumkin⁷.

6. 2 Turizmga oid hujjatlar: turistik firmada uslubiy ta’minot, asosiy turizm hujjatlarini aniqlash.

Turoperator tashkil qilgan turistik mahsulotning firmadagi uslubiy ta’minlanishini ko‘zda tutadi. Uslubiy ta’minot deganda sayohatni, uning amalga oshirilishi va sayyohlarga taqdim etiladigan xizmatlarni batafsil tavsiyalaydigan maxsus texnologik hujjatlarni tayyorlash tushuniladi. Bu – firma xodimlarining aniq va tezkor faoliyati yuritishlari uchun, shuningdek, sayohat mazmuni, uning amalga oshirilishi hamda takomillash ishlarini doimiy nazorat qilish uchun zarurdir.

Sayohatlar texnologik hujjatlari tarkibi va mazmuni me’yoriy hujjatlarda ko‘rsatilgan talablarga javob berishi lozim. Ular turizm mahsulotini sertifikatlash jarayonida nazorat qilinadi. Texnologik

⁷ Manba: www.e-samarkand.narod.ru.

hujjatlar sayohatlarga oid (yoki yoʻnalishlar) tegishli papkalarga joylashtiriladi.

Har bir sayohat uchun texnologik hujjatlar majmuyi quyidagicha:

- yoʻnalish boʻyicha turistik sayohatning texnologik xaritasi;
- turizm tashkilotining sayyohlar guruhlar bilan maʼlum vaqtga yuklanganlik jadvali;
- turizm sayohati yoʻllanmasiga maʼlumot varaqasi;
- «Tur-1» turizm yoʻllanmasining namunaviy shakldagi blankalari;
- bron qilish varaqasi;
- mijoz va turagentlar oʻrtasidagi shartnomalar blankalari;
- hamkorlikda xizmat taqdim qiluvchilar (mehmonxonalar, transport kompaniyalari, sayohat byurolari va hokazolar) bilan shartnomalar;
- sayohat xarajatlarini hisoblash;
- yoʻnalish tafsilotlari;
- yoʻnalish boʻyicha harakatlanish jadvali;
- yoʻnalishning xarita-chizmasi;
- yoʻl maʼlumotlari matni (avtobusda sayohat qilish uchun);
- sayohat texnik oʻziga xosliklarining tasviri (transportga buyurtmalar, chiptalar, ekskursiyalar va mehmonxonalarga xona buyurtma berish, ovqatlanish tadbirlariga buyurtma berish muddati haqida eslatma;
- arizalar blankalari;

- transport vositasining yo‘nalish bo‘yicha harakatlanish jadvali;
- ehtimolli transport almashtirish, kutish haqidagi eslatmalar);
- turistlar uchun eslatmalar matni (alohida vaziyatlarda, masalan: karantin o‘rnatilgan mamlakatlarga safar uchun, maxsus sport yoki sarguzasht sayohatlar uchun va hokazolar);
- yo‘nalish bo‘yicha ma’lumot materiallari;
- reklama vositalarining variantlari;
- prays varaqalar (kataloglar).

Avtobusdagi turlarda avtobus yo‘nalishi pasporti to‘ldiriladi (xorijiy variantda safar varaqasi). Bu hujjat O‘zbekiston Respublikasi Transport vazirligi tomonidan tasdiqlangan bo‘lib, unda nafaqat yo‘nalish chizmasi va xizmatlar texnologiyasi, balki avtobusning texnik jihatlarini, avtoyo‘llar xususiyatlari va masofasi, avtoyo‘l harakati ta‘qiqlari va cheklashlar, hordiq va ovqatlanish joylari, sanitar xizmat manzillari aks ettiriladi.

Asosiy turizm hujjatlarini aniqlash.

Turistik sayohatning texnologik xaritasi – mazkur sayohat bo‘yicha barcha zaruriy ma’lumotlar va xabarlarini yaqqol hamda lo‘nda ko‘rinishda beradigan hujjat. Bir qator vaziyatlarda (yo‘nalishning o‘ziga xosligi va xizmat xususiyatlariga ko‘ra) ba’zi bandlar qoldirilishi mumkin. Yo‘nalish bo‘yicha turistik tashkilotlarining yuklanganlik jadvali yo‘nalishi bo‘yicha turistik tashkilotlari yuklanganligining aniq manzarsini aks ettiradi va uni kuzatish hamda nazorat qilish imkonini beradi. (1- ilova)

Turistik sayohat yo‘llanmasidagi ma’lumot varaqasida turistlar

uchun yoʻnalish boʻyicha zaruriy va qoʻshimcha maʼlumotlar mavjud boʻlib, u yoʻllanma yoki vaucherning ajratilmas ilovasidir. (2- ilova)

Maʼlumot varaqasi oʻzida quyidagilarni aks ettiradi:

– turistik sayohatning turi va koʻrinishi, sayohatdagi xizmat dasturining asosiy mazmuni, butun yoʻnalish uzunligi va davomiyligi, safarlar toifalari va boshqa xususiyatlar koʻrsatiladi;

– sayohat yoʻlining bayoni – istiqomat manzillari, istiqomat vaqti va har bir xizmat koʻrsatish manziliga joylashish shartlari (bino tipi, xonadagi oʻrinlar soni, uning sanitar-texnik jihatlari);

– sayohat hududining qisqa bayoni (eʼtiborli joylar, tabiatning oʻziga xosligi), sayohatning har bir manzilida xizmat koʻrsatish dasturi;

– qoʻshimcha toʻlovlar talab taqdim etiladigan xizmatlar roʻyxati;

– sport inshootlari va maydonchalari, avtoullov toʻxtash joylari, dor yoʻllari, tomoshagohlar, bolalar oʻyin maydonchalari, kutubxonalar, kinozallarning qisqacha tavsifi va mavjudligi haqida maʼlumot;

– turizm sayohati boshlanadigan manzil va unga borish yoʻllari.

Qoʻshimcha maʼlumot roʻyxatiga sayohatning oʻziga xosligi bilan bogʻliq maʼlumotlar kiradi:

– yoshga oid cheklovlar, farzandli kishilar, oilaviy juftliklarni qabul qilish haqida;

– safarli turistik sayohatlar uchun maxsus maʼlumot;

– aniq biror sayohat yoki yoʻnalishning oʻziga xos

xususiyatlaridan kelib chiqadigan boshqa ma'lumot va tavsiyalar.

Turizm yo'llanmasining «Tur-1» shakli qat'iy hisob-kitob blanki bo'lib, u mijozga rejalashtirilgan sayohat haqida imkon qadar to'liq ma'lumot beruvchi rekvizitlar majmuyidan iborat. Yo'llanmaning bu shakli namunaviy hisoblanadi va turistik tashkilotlar yo'llanmalarni ko'paytirganlarida ularni boshqa zaruriy ma'lumotlar bilan to'ldirishlari mumkin.

Mazkur yo'llanma shaklidan mijoz bilan naqd pul orqali hisob-kitob qilinganda qat'iy hisob-kitob blanki sifatida foydalaniladi. Yo'llanma yozilgan sana va uning amal qilish muddati buxgalteriya hisobida aks ettiriladi. Mijoz yo'llanma berilganida, uning yirtib olinadigan talon qismi turizm mahsulotini amalga oshirish sanasi va dalilini tasdiqlaydigan hujjat sifatida buxgalteriyada qoladi va u QQS bo'yicha imtiyozni qo'llash uchun asos bo'lib xizmat qiladi. Naqd pul bilan hisob-kitob qilinganda yo'llanma kareshoklari boshqa kassa hujjatlari bilan birga saqlanadi. Naqd pulsiz hisob-kitobda tashkilot hisobni ta'minlashi va berilgan yo'llanmalar kareshoklarini saqlashi lozim.

Bronlash varaqasi – bu bir guruh turistlarning vakili bo'lgan shaxs yoki turist turizm mahsulotini tashkil qilish uchun turoperatorga bergan aniq buyurtmasidir. U oldindan kelishuv xususiyatiga ega shartnomadek yozma ravishda rasmiylashtiriladi.

Shartnomaning muhim shartlari quyidagilar:

– turoperator (sotuvchi) haqida ma'lumot, jumladan turizm

faoliyatini yuritish huquqini tasdiqlovchi litsenziya, tashkilotning yuridik manzili va bank rekvizitlari haqidagi ma'lumotlar;

– turizm tadbirini amalga oshirilishi hamda turist (haridor) haqida ma'lumot;

– qabuldagi turoperator (sotuvchining sherigi) haqida, litsenziyasi, yuridik manzili, bank rekvizitlari va aloqa telefonlari haqida ma'lumotlar;

– turizm mahsulotining iste'mol xususiyatlari, istiqomat dasturi va sayohat yo'nalishi, sayohatlar xavfsizligi shartlari va turizm mahsulot sertifikatlanganligi haqida ma'lumotlar;

– sayohatning boshlanish va tugallanish vaqti, uning davomiyligi;

– turistlarni kutib olish, kuzatish va ularga hamrohlik qilish tartibi;

– tomonlarning huquqlari, burchlari va mas'uliyatlari;

– turizm mahsulotining chakana narxi va uni to'lash tartibi;

– turistlarning guruhdagi minimal soni;

– guruh to'lmaganligi sababli sayohat qoldirilishi, bu haqida turistni ogohlantirish muddati;

– shartnomani o'zgartish yoki bekor qilish shartlari, bu bilan bog'liq tortishuvlarni xal qilish va tomonlar zararini qoplash tartibi;

– turistning turistik mahsulot yuzasidan e'tiroz bildirish muddati va tartibi (turist turoperator yoki turagentga shartnoma vaqti tugaganidan so'ng 20 kun davomida yozma shaklda bildirilishi mumkin va ushbu e'tiroz turistik tashkilot tomonidan 10 kun

davomida ko‘rib chiqilishi zarur).

Shartnomaning boshqa shartlari tomonlar kelishuviga binoan belgilanadi. Hamkorlikda xizmat ko‘rsatuvchilar (mehmonxonalar, aviakompaniyalar, avtotransport tashkilotlari va boshqalar) bilan tuzilgan shartnomalar tegishli xizmatlar ko‘rsatish imkoniyatlarini tasdiqlaydi.

Kalkulatsiya yoki sayohat narxining hisobi bronlash varaqasida ko‘rsatadi. Bunda sayohatning umumiy narxi har bir xizmat tannarxini jamlash va unga daromadning me‘yoriy belgilangan foizini (u, odatda, turoperator xizmati uchun sayohat tannarxining 15–20 foizini tashkil qiladi) qo‘shish yo‘li bilan chiqariladi.

Yo‘nalish bayoni menejerlar yoki yo‘nalish bo‘yicha supervayzerlar, gidlar ishining qulayligi, shuningdek, turagent bilan shartnomaga ilova qilinish va yo‘llanma ma‘lumot varaqasi matniga kiritish uchun erkin shaklda tuziladi.

Yo‘nalish bo‘yicha harakat jadvali yo‘nalish bo‘ylab borish va kelish sanasi va vaqti ko‘rsatilgan jadval shaklida tuziladi.

Sayohatning texnologik xususiyatlari tavsifi – bu transportga, ekskursiyalarga, mehmonxonalarda joy band qilish, ovqatlanish kabilarga buyurtma berish muddatlari hamda viza va sug‘urtalarni rasmiylashtirish qoidalari va muddatlari, transport almashtirish, kutish, qabuldagi gidlar yoki xorijiy vakillar, hamrox gidlar haqidagi eslatma tarzidagi hujjat. Ishni qulaylashtirish uchun sanab o‘tilgan xizmatlar uchun ariza blankalari maxsus tayyorlanadi. Bularning

barchasi mazkur sayohat o'tkazilishini nazorat qilayotgan xodimlarning tezkor ishlashi uchun zarurdir.

Turistlar uchun eslatmalar matni alohida zaruriy vaziyatlarda tuziladi. Masalan, maxsus sayohatlar tashkil qilinganida (sarguzasht, sport-sog'lomlashtirish yoki turistlarning epidemik mamlakatlarga safar qilish holatlarida. Xavfli infeksiyalar (vabo, o'lat, sariq bezgak, OITS, bezgak kabilar) tarqalganligi bois karantin e'lon qilingan davlatlarga boradigan har bir turistga turaperator imzosi va firma muhri bilan tasdiqlangan individual eslatma berish zarur. Bunday eslatmalar bojxona tekshiruvida, albatta, talab qilinadi.

Yo'nalish bo'yicha ma'lumot materiallari – bu har xil ma'lumotnomalar, bukletlar, transport harakati jadvali, muzeylar ish vaqti, mehmonxonalar manzili va ularga olib boruvchi yo'llar haqidagi hamda sayohatning o'ziga xosligini eslatadigan boshqa materiallar.

Reklama va bukletlar sayohatlar bo'yicha turoperator xizmatlari bilan turistlarni tanishtirish uchun zarur (sayohat yo'nalishlari bo'yicha muvofiq rekvizitlar bilan tizimli reklama ma'lumotlari).

Prays sahifa (varaqa). Har bir turistik firma uchun prays sahifa eng muhim ishchi hujjatlardan biri hisoblanadi. Turagentlar bilan hamkorlikning omadli kechishi ko'p jihatdan prays sahifada ma'lumot nechogli lo'nda va savodli bayon qilinganligiga bog'liq. Prays sahifalar varaqa, buklet va katalog (turli turistik xizmatlarning narxi ko'rsatilgan holda) shaklida bo'lishi mumkin.

Mufassal narxlar taklifi katta hajimli nashrlar (katalog, buklet) bo'lib, ular nafaqat taklif qilinayotgan sayohatlarning mavsumiy narxlari, balki tavsiyaviy va tavsifiy tarzda qo'shimcha ma'lumotlarni ham o'z ichiga oladi: sayohatni rasmiylashtirish uchun zaruriy hujjatlar ro'yxati, viza va bronlarni rasmiylashtirish qoidalari, aviaparvozlar jadvali, avtomobillar ijarasi, mehmonxonalar va ularning narxlari haqida ma'lumot.

6. 3. Davlatning turizm sohasidagi siyosati

Davlatning turizm sohasidagi siyosati – bu turizm industriyasini va turizm bozori subyektlari (turoperatorlar va turagentlar)ni rivojlantirish, fuqarolarga turistik xizmat ko'rsatish shakllarini takomillashtirish hamda shu asosda siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy salohiyatini mustahkamlash bo'yicha davlat faoliyatidir.

Turizm siyosati O'zbekiston Respublikasining barcha hududida, avvalombor, mintaqadagi alohida subyektlar, undagi mavjud bo'lgan turizm bilan mintaqa iqtisodiyoti o'rtasidagi ziddiyatlarni bartaraf etish maqsadida amalga oshiriladi.

Turizm rivojiga uning davlat tomonidan boshqaruv tizimi samaradorligini oshirishda muayan choralar qo'llash orqali erishish mumkin (11- rasm). Hozirgi paytda 20 dan ortiq mahalliy va respublika miqyosida turizmni rivojlantirish bo'yicha dasturlar amalga oshirilmoqda va yirik loyihalar qabul qilinmoqda.

11- rasm. Turizm sohasida davlat boshqaruvining yo‘nalishlari

Davlatning turizm siyosatini amalga oshirish mexanizmi quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

- turizm sohasini rivojlantirish konsepsiyasini ishlab chiqish;
- mintaqalar va respublika miqyosida turizmni rivojlantirish bo‘yicha maqsadli dasturlarni ishlab chiqish;
- qo‘yilgan maqsadlarga erishish uchun aniq chora-tadbirlarni ishlab chiqish;
- turizm faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish;

Turizmda siyosatining asosiy yo‘nalishlari turistlar huquqlarini himoya qilish, mahalliy turistik mahsulot ishlab chiqaruvchilarni hamda ichki va kiruvchi turizmni har tamonlama qo‘llab-quvvatlash hisoblanadi.

6. 4. Xalqaro turizmدا turistlarining hayoti xavfsizligini ta‘minlashning huquqiy me‘yorlari

Biror mamlakatga sayohat qilmoqchi bo‘lgan kishi, albatta, o‘sha mamlakatdagi siyosiy-ijtimoiy vaziyat bilan qiziqadi, unga doir axborotlarni to‘playdi va u yerda hech qanday xavf-xatar yo‘qligiga ishonch hosil qilgach, aniq bir qarorga keladi. Shu sababli turizmning rivojini ta‘minlovchi asosiy omillardan biri xalqaro tinchlik-totuvlik va osoyishtalikdir. Chunki turistik xizmat ko‘rsatishning sifati,

birinchi navbatda, ko'p jihatdan siyosiy-ijtimoiy barqarorlikka bog'liq, ya'ni turistlarning xavfsizligini ta'minlash turizm sohasi bilan shug'ullanuvchi tashkilotlarning birinchi galdagi vazifasidir.

Turizmga oid xalqaro huquqiy me'yorlarga amal qilingan mamlakatlarda turistlar xavf-xatarsiz, erkin harakat qilishadi. Shu bilan birga, turizmning rivojlanishida turistik oqimlarning muayyan davlatda yoki davlatlarda ko'payishi xalqaro turistik tashkilotlarning faoliyatiga ham bog'liq bo'ladi. Har bir davlatda, shuningdek, xalqaro miqyosda turizmni tashkil etishning eng muhim elementlaridan biri – turistlarning sog'lig'i va hayoti xavfsizligining ta'minlanishi hisoblanadi.

Turistlarning hayoti xavfsizligi va buyumlarining saqlanish kafolati, ularning harakatlanish xavfsizligi huquqiy jihatdan ta'minlanishini talab qiladi.

Turizm sohasi xavfsizligiga taalluqli xalqaro tajribalarni Butunujahon Turistik Tashkiloti (BTT) tadqiq qiladi va tadqiqot natijalari asosida ishlab chiqilgan tavsiyalarni 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 BTTdagi Bosh Assambleyaning VI sessiyasida qabul qilingan. Hartiya 9 ta modda va yana 9 ta moddani o'z ichiga olgan turistik kodeksdan iborat.

Hartiyaning IV moddasida bayon etilgan turistlarning sog'ligi va

hayoti xavfsizligini ta'minlash, ularning buyumlari saqlanishi, har bir davlat hududlarida erkin harakat qilishlari bo'yicha quyidagi talablarga dunyodagi barcha davlatlar amal qilishi shart:

- davlatlarning ma'sulligi;

- turistlarga barcha imkoniyatlarning yaratilishi, xususan, mahalliy 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 tanishishi, o'rganishi, foydalanishi uchun sharoitlarni yaratish;

- turistlarning bilimi va madaniyati o'sishiga hamkorlik qilishi va sayohat qilayotgan davlatlarining mahalliy aholisi bilan o'zaro do'stona munosabat muhitni yaratish;

- turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlash va buyumlarining saqlanish chora-tadbirlarini xalqaro qonunlarga mos holda ishlab chiqish;

- gigiyena va sog'liqni saqlash xizmatlariga murojaat qilish, yordam olishning barcha shart-sharoitlarini yaratishi, yuqumli kasalliklar va baxtsiz hodisalardan saqlanish haqida ogohlantirish;

- turizmga buzg'unchilik maqsadlarida qilingan har qanday xatti-harakatlarning oldini olish;

- turistlar va mahalliy aholini giyohvandlik moddalaridan noqonuniy foydalanish manbalaridan himoya qilish tizimlarini ishlab

chiqish.

1980- yil 27- sentabrdan 20- oktabrgacha Filippin davlatining poytaxti Manila shahrida turizm bo'yicha butunjahon konferensiyasi bo'lib o'tdi. Konferensiyaga 107 ta davlat delegatsiyalari va 91 ta davlatdan kuzatuvchi delegatsiya qatnashdi.

«Dunyoda tinchlikni, hamkorlik, hamjihatlikni saqlash, xalqlarning madaniy merosini rivojlantirishda turizmning hissasi» mavzusida bo'lib o'tgan Manila konferensiyasida 27- sentabr – «Butunjahon turizm kuni» deb belgilandi va BTTning Manila Deklaratsiyasi qabul qilindi.

Xalqaro turizm va davlatlar turizmida xavfsizlikni ta'minlash bo'yicha aniq va jiddiy tavsiyalar ishlab chiqilgan xalqaro konferensiyalardan yana biri Gaagada bo'lib o'tdi. Unda BTTning turizm bo'yicha Gaaga Deklaratsiyasi qabul qilindi.

1989- yil 30- martdan 14- aprelgacha Niderlandiyaning Gaaga shahrida Butunjahon Turistik Tashkilotining (BTT) turizm bo'yicha dunyo davlatlarining Parlamentlariaro xalqaro konferensiyasi bo'lib o'tdi. Konferensiya ishida Parlamentlararo ittifoq (MGTS) vakillari ham qatnashdi. Bu xalqaro tashkilotni Niderlandiya davlatning parlamenti taklif qilgan edi.

Turizm bo'yicha 10 ta tamoyilni o'z ichiga olgan Gaaga deklaratsiyasida jahonda turizmning rivojlanishida turizm xavfsizligi xalqaro miqyosda ta'minlanishi shartligi ta'kidlangan. Bunga erishish uchun quyidagilarni amalga oshirish tavsiya qilinadi:

– 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 yo'lga qo'yish.

Turistlarning sog'lig'i va hayoti xavfsizligini ta'minlash Gaaga Deklaratsiyasida bayon etilgan bo'yicha tavsiyalari (7- tamoyil):

– turistlarni hurmat qilish, qadr-qimmatini, huquqini va xavfsizligini himoya qilish turizm rivojlanishining ajralmas qismidir.

Shuning uchun ham:

a) turistlarning qadr-qimmatini, hayoti xavfsizligini ta'minlash chora-tadbirlari ular harakatlanadigan barcha turistik obyektlar, safar, sayohat, mehmonxonalar uchun ishlab chiqilgan bo'lishi;

b) turistik obyektlarga va turistlar hayotiga xavf soluvchi vaziyatlar va omillar haqidagi barcha axborotlar, ma'lumotlarning turistlarga o'z vaqtida yetkazilishini ta'minlash;

d) har bir davlatda turistlarning erkin harakat qilish, xavfsizligini ta'minlashning huquqiy me'yorlari ishlab chiqilishini ta'minlash va turistlarning huquqni himoya qilish organlariga o'z vaqtida murojaat qilish, haq-huquqlarini himoya qilish imkoniyatlarini yaratish;

e) turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlashda, xavfga qarshi

chora-tadbirlar tizimini yaratishda har bir davlat o'zining BTT bilan o'zaro hamkorlik qilishini ta'minlashga erishish.

Gaaga deklaratsiyasining yana bir muhim jihati shu bo'ldiki, terrorizm turizm va sayyohlik harakatlanishning rivojiga real xavf soluvchi omil deb tan olindi.

Shuningdek, Afina Konvensiyasida turistlarning yuklarini tashishdagi xalqaro huquq me'yorlari belgilab berildi. Turagentliklar assotsiatsiyasining Butunjahon federatsiyasi (UFTAA) va Butunjahon mehmonxonalar assotsiatsiyasi (MGA) mehmonxonalarda turistlarni joylashtirish, ularning erkin harakatlanishi, sog'lig'i va hayoti xavfsizligini ta'minlashning xalqaro huquqiy mezonlarini ishlab chiqdilar va bu haqda BTTga a'zo bo'lgan davlatlar o'z milliy turizm siyosatiga mos bo'lgan huquqiy me'yorlarni qabul qilishlarini tavsiya qildi. Qayd qilish lozimki, BTT 1994- yilda o'z boshqaruvi tarkibida turistik xizmatlar sifati bo'yicha Qo'mita tashkil qildi. Bu Qo'mita xalqaro turizm faoliyatidagi turistlar xavfsizligi masalalariga ham javob beradi.

Turizm sohasi rivojlangan mamalakatlarining 25% ida maxsus turistik politsiya tashkil qilingan bo'lib, bu politsiya asosan, turistlar xavfsizligini, haq-huquqlarini himoya qiladilar. Bundan tashqari, turizm politsiya zimmasiga turistik zaxiralarni va atrof-muhitni muhofaza qilish, giyohvandlikka qarshi kurashish, mahalliy etnik guruhlarni himoya qilish vazifalari ham yuklatilgan.

Xalqaro turizm amaliyotidan ma'lumki, ko'pgina davlatlarda

mintaqalar, mamlakatlar xavfsizligi, ijtimoiy-siyosiy holati, turli davlatlarda olib borilayotgan turizm siyosati hamda turistlarning xavfsizligi va haq-huquqlarining himoyalanih darajasi haqida ommaviy axborot vositalari orqali muntazam ravishda aholiga ma'lumotlar berib boriladi.

Tayanch tushunchalar: turizmga oid rasmiyatchilik, bojxonaga oid turizm rasmiyatchiliklari, turistik sayohatning texnologik xaritasi, pasport va vizaga oid rasmiyatchiliklar, sanitar qoidalar, kirish-chiqish tartibi, tibbiy rasmiyatchiliklar, prays varaqa, reklamalar, davlatning turizm siyosati, turistlarning hayoti xavfsizligi.

Savol va topshiriqlar:

1. Turizmga oid rasmiyatchilik haqida gapirib bering.
2. Turizm rasmiyatchiligi qanday bo'limlardan iborat?
3. Bojxonaga oid turizm rasmiyatchiliklari deganda nimani tushunasiz?
4. O'zbekistonda bojxonasi rasmiyatchiligi nimalardan iborat?
5. Turizmga oid hujjatlar to'plamiga nimalar kiradi?
6. Pasport va vizaga oid rasmiyatchiliklar haqida so'zlab bering.
7. Turistik sayohatning texnologik xaritasi deganda nimani tushunasiz?
8. Davlatning turizm sohasidagi siyosati haqida nimalarni bilasiz?
9. Davlatning turizm siyosatini amalga oshirish mexanizmlari nimalardan iborat?
10. Xalqaro turizmga turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlashning huquqiy me'yorlari haqida so'zlab bering.

ILOVALAR

1- ilova

Turistik sayohatning texnologik xaritasini tuzish

Yoʻnalishga xizmat koʻrsatuvchi turistik korxonaning nomi

2011- yil uchun

Yoʻnalish nomi

Yoʻnalish boʻyicha turistik sayohatning

TEXNOLOGIK HARITASI

1. Yoʻnalishning asosiy koʻrsatkichlari

Yoʻnalish turi _____

Murakkablik toifasi _____

Yoʻnalish uzunligi (km), jumladan, yayov, qayiqda _____

Sayohat muddati (sutka) _____

Turistik guruhlar soni _____

Guruhlardagi turistlar soni _____

Yoʻnalishdagi jami turistlar soni

Jami turistlarga xizmat koʻrsatish muddati _____

Yoʻnalishda birinchi guruhga xizmat koʻrsatishning boshlanishi

Yoʻnalishda soʻnggi guruhga xizmat boshlanishi

So‘nggi _____ guruhga xizmat ko‘rsatishning oxiri _____

Oy	Bir oydagi turistlar soni	Oylar bo‘yicha turistik guruhlarning kelish grafigi	Bir oydagi guruhlar soni
01			
02			
...			
12			

Sayohat boshlanadigan turistik korxonalar manzili

Yo‘llanma narxi _____

2. _____ yo‘nalish bo‘yicha turistlarga xizmat ko‘rsatish dasturi

Aholi punktlari, ular orasidagi masofa, vositalar	Turistik korxonalar nomi	Rejalashtirilgan turistik xizmatlar. Ekskursiya nomi (- dan)	Yo‘nalish ichidagi tashuvlar	1 kishiga ekskursion xarajatlar

Jami: _____

Jumladan, 1 _____ korxonalar

Jumladan, 2 _____ korxonalar

Jumladan, va hokazo _____
korxonalar

Yo‘nalish ichidagi tashuvlarning muhri.

Yo‘nalishga xizmat quyidagi korxonalar amalga ko‘rsatuvchi korxonalar oshiradi: rahbarlari imzosi

Guruhlar topshiriladigan punktlar:

Shartli belgilar

X – Turistik korxonalarida xizmat ko‘rsatiladi

MYe – ma’lum muddatga belgilangan me’yorda beriladigan yegulik.

Toh – tunash ochiq havoda (safari palatkalari)

Moliya xizmatlari rahbarlari (bosh hisobchilar) imzosi

«_____» 2011- yil

3. Sayohatning qisqacha bayoni (Turistik yo‘llanmasi ilovasida takrorlanadi)

Yoʻnalishda xizmat koʻrsatuvchi turistik korxonada Rahbari

Imzo

2- ilova

**Turistik korxonasi tomonidan 2012- yil ____ - _____ da
turistlar guruhlarining
YUKLANISH GRAFIGI**

Guruh №	Turistik yoʻnalishi raqami	Xizmat koʻrsatish sanasi		
		1	2...30	31

3- ilova

**Turistik yoʻllanmasiga
AXBOROT VARAQASI**

Sayohat nomi

Zaruriy maʼlumotnoma

1. Turistik safarning turi va xili, sayohat davomida va uning safar qismida ko'rsatiladigan xizmatlarning asosiy mazmuni ko'rsatiladi.

2. Sayohat yo'lining bayoni: to'xtash joylari, masofani bosib o'tish vaqti, mehmonxonalarga joylashish shart-sharoitlari va xizmatlar turi (bino xili, nomerdagi o'rinlar miqdori, uning sanitar-gigiyenik jihozlar) ko'rsatiladi.

3. Sayohat hududining qisqacha bayoni (yodgorliklar, relefining o'ziga xosliklari), safarning har bir punktidagi xizmatlar dasturi (turistik safarning texnologik xaritasiga mos ravishda) beriladi.

4. Qo'shimcha to'lovlar evaziga ko'rsatiladigan xizmatlar ro'yxati.

5. Sport inshootlari, maydonchalari, avtomobil turar joyi, yo'lovchilar uchun osma ko'priklar, bolalar o'yin maydonchasi (xonalari) kutubxona, kinozal va boshqalarning qisqacha tavsifi.

6. Turistik safari boshlanadigan turistik korxonalar manzili va unga borish yo'li.

Qo'shimcha ma'lumotlarning taxminiy ro'yxati

1. Yosh cheklovi, bolali turistlar, oilalilar qabuli to'g'risida ma'lumot.

2. Poxodli turistik safar uchun maxsus ma'lumot.

3. Boshqa ma'lumot va tavsiyalar

Izoh: Doimiy tibbiy nazoratda bo'lishi lozim bo'lgan shaxslarga sayyohatning yo'nalishlari tavsiya etilmasligini ta'kidlash maqsadga muvofiqdir.

4- ilova

Turistik safar yo'nalishining ekspeditsion tekshiruvi o'tkazilganligi to'g'risidagi hisobotning tuzilishi va mavzusi

Yo'nalishning ekspeditsion tekshiruvi o'tkazilganligi to'g'risidagi

hisobot yangi turistik sayohatni loyihalashtirish uchun asosiy ma'lumotnoma hisoblanadi.

Hisobot matni quyidagilardan iborat bo'lishi mumkin:

1. Safar hududi to'g'risida ma'lumotlar: safarga tayyorgarlik va uni o'tkazish paytida hududning taktik va texnik masalalarga ta'siri.

2. Safar to'g'risida ma'lumot: uning masofasi va bosib o'tish davomiyligi, transfer usuli.

3. Safarni tashkil etish, jumladan aynan shu yo'nalish tanlanishining sababi.

4. Safar harakatining jadvali va texnik tavsifi.

Xavf-xatar ehtimoli bo'lgan, ekstremal vaziyatlar, ko'rish cheklangan sharoitlarda mo'ljallarga alohida e'tibor beriladi.

Safar xulosasi, natija va tavsiyalar.

Hududning o'ziga xos jihatlari, o'tishni yengillashtirish yo'llari, xavfsizlik va qiziqarli o'tkazish takliflari.

Safarga tayyorgarlik va hisobot tayyorlashda foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati, Turistik hisobotlari va boshqa manbalar.

Ilova:

– shaxsiy va guruh jihozlari, jihoz va inventarlar jamlanmasi bo'yicha tavsiyalar;

– safarda ovqatlanish ratsioni, yo'lda oziq-ovqat mahsulotlarini olish imkoniyatining mavjudligi;

– guruh va har bir kishiga tegishli mahsulot va uskunalar hajmi;

– safar xarajatlari smetasi;

– transport, aloqa, tibbiyot punktlarining ish tartibi;

– hisobotga ilova qilinadigan suratlar (chizmalar);

– safar yo'lining murakkab nuqtalarini, yodgorliklarni, tabiatini aks ettirishi lozim. Fotosuratlar va chizmalar raqamlanishi, nomlanishi va imzolanishi kerak.

– safar hududining yo'nalishi ko'rsatilgan, zaxira yo'li qayd

etilgan, yoʻnalishlar belgilangan, tunash joylari koʻrsatilgan, toʻsiq va moʻljallar aks etgan, asosiy nuqtalarning fotosurati berilgan xarita. Xarita safarning ogʻir uchastkalari va ularning oʻtish yoʻllarini aks ettiradi.

Hisobotni tayyorlash.

Hisobot komputerda (1,5 intervalda) terilishi, ilovalari bilan raqamlanishi va muqovalanishi shart. Hisobotning umumiy hajmi, odatda, 100 sahifagacha boʻladi, jumladan, matn – 50 sahifagacha. Hisobot sarlavhali titul varagʻiga, boʻlimlar, fotosuratlar, xarita (chizma)lar koʻrsatilgan mundarijasiga ega boʻlishi shart. Muqovaning ichki tomoniga xarita va hujjatlar uchun konvert yelimlanadi.

5- ilova

Safar trassa pasporti

Turistik korxonaning nomi _____

Turizm turi _____ safar trassasi

asosiy geografik punktlar nomi

Uzunligi _____ km, davomiyligi _____ sutka

Bir guruhdagi turistlar soni _____ nafar

Ish davri _____ dan _____ gacha

Pasport tuzilgan payt 20__ - _____ yil, _____ nusxada

Oʻzgarishlar kiritilgan: 20__ - _____ yil, _____ sahifa

20__ - _____ yil, _____ sahifa

Pasport nusxalari joʻnatilgan:

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

2. Safar trassasini bosib o‘tish rejasini

Yo‘l kunlari	Trassa uchastkasi	Km	Harakat vositalari

Jami faol harakat vositalari bilan _____ km.

3. Safar trassasi chizmasi (safari trassasi ko‘rsatilgan, mashtabi 1 : 200000 dan kam bo‘lmagan bosma xarita va chizmalar yelimlanishi mumkin).

Shartli belgilar:

Safari trassasi

Trassaning zaxira varianti

Dam olish nuqtasi

Pana joylar

Tibbiy yordam punkti

Tunash joyi

Aloqa punkti (turi ko‘rsatiladi)

Safari trassasining qisqacha tavsifi, yo‘lning murakkab uchastkalarining bayoni

Safar trassasi hududidagi iqlim to'g'risida ma'lumot (mazkur yo'nalish ishi davriga to'ldiriladi)

Ma'lumotlar	Oylar	06	07	08	09
Harorat ($^{\circ}C$)	O'rtacha Minimal Maksimal				
Shamol tezligi (m/s)	O'rtacha Maksimal				
Yog'ingarchilikning o'rtacha miqdori(mm)	O'rtacha Maksimal				

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

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

№	Mavzu	Mashg'ulotlar o'tkazish vaqti	O'tkazish shakli

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

kiritadi.

Trassani bosib o'tish uchun turistik jihozlar:

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

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

Trassaning obodonchiligi

Markirovka (ramziy belgilar) _____

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

Korxonada direktori _____

Katta instruktor _____

«Kelishilgan»

(kelishuvchi tashkilotlar imzosi)

Pasport tuzish bo'yicha ko'rsatmalar

1. Pasport davomiyligi 1 sutkadan kam bo'lmagan har bir asosiy yoki sinov safari trassasi uchun alohida tuziladi.

2. Pasport safar boshlanadigan turistik korxonadan tomonidan tuziladi.

3. Sayohat hududidagi iqlim va ehtimoli bo'lgan favqulotda hodisalar to'g'risidagi ma'lumotlar gidrometeorologiya xizmati ma'lumotlari asosida kiritiladi.

4. Pasport safar trassasida xizmat ko'rsatuvchi har bir turistik korxonaga jo'natiladi.

Safar trassasi ekspluatatsiyasi jarayonida yuzaga kelgan o'zgarishlar pasportining barcha nusxalariga bir oy ichida kiritilishi kerak. Zarur hollarda ba'zi sahifalar almashtiriladi yoki yangi pasport tuziladi.

6- ilova

**YOSHLAR TURIZMIGA BAG'ISHLANGAN
«KELAJAK SARI INTIL» TURPAKETI**

21:00 - Yoshlarni, ya'ni turistlarni kutib olish (avtobus orO'ali keladi) ($2*5000=10000$ sum)

21:30 - Mexmonxona uylari, ya'ni yulduzga ega bulmagan mexmonxonalarga joylashtiriladi ($2*3000=6000$)

21:30 - Kechki uyO'u

1-KUN

07:00 - 07:45 - Ertalabki nonushta (shu uy xonadonida) (800)

08:00 - 12:00 - Tarixiy obidalarga sayoo'at:

08:00-09:00 - GO'ri Amir maO'barisiga sayoo'at (300)

09:00-09:30 - Ruxobod maO'barasiga sayoo'at (200)

YO'l davomida «Afrosiyob-Palas «meo'monxonasi, «DO'stlik « favvorasi, yangi bunyod etilgan o'iyobon o'aO'ida ma'lumotlar berib, Registon maydonigacha piyoda borish.

09:45-11:00 - Registon maydoniga sayoo'at (200)

11:00-11:45 - Shayboniyxoniyklar daxmasi o'amda Chorsu galleriyasiga sayoo'at (300)

12:00-13:00 - «Labi O'or «restoranida tushlik (1500)

13:15-13:45 - 21 maktab, ya'ni Prezident maktabiga sayoo'at

13:55 - 18:00 - Tarixiy obidalarga sayoo‘at (davomi):

13:55-14:25 - Bibixonim masjidiga sayoo‘at (300)

YO‘l davomida «Siyob «bozorini tomosha O‘ilgan o‘olda Shoo‘i-Zinda ansambligacha piyoda borish.

14:35-15:10 - Shoo‘i-Zinda ansambliga sayoo‘at (200)

15:20-16:00 - O‘azrati Xizr masjidiga sayoo‘at (200)

16:10-17:00 - XO‘ja Doniyor maO‘barasiga sayoo‘at (200)

17:10-18:00 - Mirzo UluO‘bek rasdxonasiga sayoo‘at (300)

18:15-21:00 - Gala Osiyo nonlarini pishiruvchi nonvoylarning xonodoniga sayoo‘at va kechki ovO‘atni o‘am shu sayoo‘atning ichida tashkillashtirish (1000)

21:15 - YotoO‘xonaga O‘aytish va kechki uyO‘u

2-KUN

07:00-08:00 - Ertalabki nonushta (shu uy xonadonida) (800)

08:15-09:30 - Davlat tarixi va madaniyati muzeyi (300)

09:45-10:30 - Yoshlar markazi o‘ayoti bilan tanishish (BEPUL)

10:45-11:10 - Ona o‘aykaliga sayoo‘at (BEPUL)

11:20-12:05- O‘zbekiston O‘orakO‘lchilik va chO‘llar ekologiyasi ilmiy tadO‘iO‘ot instituti (BEPUL)

12:10-13:00 - «Romantik «kafesida tushlik (2000)

13:00-17:00 - Tarixiy obidalarga sayoo‘at:

13:00-13:30 - Murod avliyo ziyoratgoo‘i (BEPUL)

14:00-14:45 - Maxdumi A‘zam ziyoratgoo‘i sayoo‘at (200)

15:15-17:00 - Imom al-Buxoriy ziyoratgoo‘iga sayoo‘at

17:05-17:45 - Imom al-Buxoriy choyxonasida kichik kechki ovO‘at (1500)

18:45 – Kuzatish

**Yoshlar turizmiga bag‘ishlangan «Kelajak sari intil»
turpaketining xizmat turlari va ularning narxi**

№	XIZMAT TURLARI	NARXI
1-KUN		
1.	Yoshlarni, ya'ni turistlarni kutib olish (avtobus orqali keladi)	2*5000=10000
2.	Mexmonxona uylari, ya'ni yulduzga ega bulmagan mexonxonalarga joylashtiriladi	2*3000=6000
3.	Ertalabki nonushta (shu uy xonadonida)	800
4.	Go'ri Amir maqbarasiga sayohat	300
5.	Ruxobod maqbarasiga sayohat	200
6.	Registon maydoniga sayohat	200
7.	Shayboniyxoniyalar daxmasi hamda Chorsu galleriyasiga sayohat	300
8.	«Labi g'or» restoranida tushlik	1500
9.	Bibixonim masjidiga sayohat	300
10.	Shohi-Zinda ansambliga sayohat	200
11.	Hazrati Xizr masjidiga sayohat	200
12.	Xo'ja Donyor maqbarasiga sayohat	200
13.	Mirzo Ulug'bek rasdxonasiga sayohat	300
14.	Gala Osiyo nonlarini pishiruvchi nonvoylarning xonadoniga sayohat va kechki ovqatni ham shu sayohatning ichida tashkillashtirish	1000
15.	JAMI:	21500
2-KUN		
1.	Ertalabki nonushta (shu uy xonadonida)	800

2.	Davlat tarixi va madaniyati muzeyi	300
3.	«Romantik» kafesida tushlik	2000
4.	Maxdumi A'zam ziyoratgohi sayohat	200
5.	Imom al-Buxoriy choyxonasida kichik kechki ovqat	1500
6.	Gid uchun kunlik	2*4000=8000
7.	JAMI:	4800
JAMI:		26300
FOIZI 15%		3950
TURPAKETNING UMUMIY NARXI		38250
GURUH BO'YICHA UMUMIY HISOB		38250*10=382500

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

Karimov I. A. Jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi, O'zbekiston sharoitida uni bartaraf etishning yo'llari va choralari. – T.: O'zbekiston, 2009.

Karimov I. A. O'zbekiston XXI asrga intilmoqda – T.: O'zbekiston, 1999.

Karimov I. A. O'zbekiston XXI asr bo'sag'asida: xavfsizlikka tahdid, barqarorlik shartlari va taraqqiyot kafolatlari. – T.: O'zbekiston, 1997.

Karimov I. A. O'zbekiston: milliy istiqlol, iqtisod, siyosat, mafkura. – T.: O'zbekiston, 1993.

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‘risida»gi Farmoni. // «Xalq so‘zi» gazetasi, 1995- yil 3- iyun.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti I. A. Karimovning 2011- yilning asosiy yakunlari va 2012- yilda O‘zbekistonni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlariga bag‘ishlangan O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi majlisidagi «2012- yil Vatanimiz taraqqiyotini yangi bosqichga ko‘taradigan yil bo‘ladi» mavzusidagi ma‘ruzasini o‘rganish bo‘yicha o‘quv qo‘llanma. – T.: Iqtisodiyot, 2012.

O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «O‘zbekiston Respublikasida xalqaro turizmning zamonaviy infrastrukturasi barpo etish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi Qarori. // «Xalq so‘zi» gazetasi, 1995- yil 4- iyun

O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «Turistik tashkilotlar faoliyatini tashkil etishni takomillashtirish to‘g‘risida»gi Qarori. // «Xalq so‘zi» gazetasi, 1998- yil 9- avgust

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «O‘zbekistonda turizm sohasi uchun malakali kadrlar tayyorlash to‘g‘risida»gi Farmoni. // «Xalq so‘zi» gazetasi, 1999- yil 1- avgust.

O‘zbekiston Respublikasining «Turizm to‘g‘risida»gi Qonuni. // «Xalq so‘zi» gazetasi, 1999- yil 14- sentabr.

O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «Turizm faoliyatini litsenziyalash to‘g‘risidagi nizomni tasdiqlash haqida»gi Qarori. // «Xalq so‘zi» gazetasi, 2003- yil 12- noyabr.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «O‘zbekiston Respublikasida 2006–2010- yillarda xizmat ko‘rsatish va servis sohasini

rivojlantirishni jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risida»gi Qarori. // «Xalq so'zi» gazetasi, 2006- yil 18- aprel

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «O'zbekiston Respublikasida 2010- yilgacha bo'lgan davrda xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida»gi Qarori. // «Xalq so'zi» gazetasi, 2007- yil 22- may

Александрова А. Ю. Международный туризм. Учебное пособие для ВУЗов. – М.: Аспект Пресс, 2001.

Агзамов С., Тошмуродов Т. Менеджмент международного туризма. – Т.: ТГЭУ, 1996.

Aliyeva M. T., Umarjonov A. Turistik mamlakatlar iqtisodiyoti. – T.: Moliya, 2005.

Балабанов И. Т., Балабанов А. И. Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 2004.

Ефремова М. В. Основы технологии туристского бизнеса. Учебное пособие. – М.: Издательство «Ось–89», 2001.

Кабушкин Н. Н. Менеджмент туризма. – М.: Новое знание 2005.

Kamilova F. K. Xalqaro turizm bozori. – T.: TDIU, 2001.

Квартальнов В. А. Менеджмент туризма: Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 2004.

Квартальнов В. А. Туризм. – М.: Финансы и статистика, 2004.

Qudratov G. X., Tuxliyev I. S. «Turizmiqtisodiyoti». Uslubiy qo'llanma. Samarqand: SamISI, 2007.

Mirzayev M. A. Turizm asoslari. Ma'ruzalar matni. – T., 2005

Pardayev M. Q. Turizm asoslari. Ma'ruzalar matni. – Samarqand.

2006.

Tuxliyev I. S. va boshqalar. Turizm asoslari. O'quv qo'llanma (uchunchi nashri). – Samarqand: SamISI, 2010.

Tuxliyev I. S. Turizmda strategik marketing. O'quv qo'llanma. – Samarqand: SamISI, 2010.

Tuxliyev I. S. va boshqalar. Turizmni rejalashtirish. Darslik. – T.: Iqtisod-molia, 2010.

Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Формальности в системе туризма Республики Узбекистан. – Т.: O'zbekistonmilliyensiklopediyasi, 2007.

Тухлиев Н., др. Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистана. – Т.: O'zbekistonmilliyensiklopediyasi, 2006.

Тухлиев Н., др. Национальные модели развития туризма. – Т.: O'zbekistonmilliyensiklopediyasi, 2006.

Hamidov O. X. Transport servisini tashkil qilish. Uslubiy qo'llanma – T.: TDIU, 2007.

Хасанова Л. Г. Основы туризма. Учебно-методический комплекс по дисциплине. – Т., 2006.

Xodiyev V. Yu. va boshqalar. O'zbekiston iqtisodiyoti mustaqillik yillarida. Ilmiy-ommabop risola. – T: Iqtisodiyot, 2007.

Чудновский А. Д. Туризм и госиничное хозяйство. – М.: ЮРКИНГА, 2005.

Яковлев Г. А. Экономика и статистика туризма. Учебное пособие. – М., 2005.

Qo'shimchaadabiyotlar:

Биржаков М. Б. Введение в туризм. – С.Пб.: Издательский

Торговый Дом «Герда», 2006.

Nazarova G. G. va boshqalar. Turizm huquqi. – T.: Talqin, 2003.

Internet saytlari:

www.interunion.ru – туристские ассоциации

www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация

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

<http://www.wto-marketing.ru> – сайт ВТО

<http://www.tourism.uz/>

<http://www.tour.uz/>

<http://uzbektourism.uz>

<http://www.advantour.com/rus/>

<http://www.tours.ru/country/uz/>

<http://www.tours.ru/films/db/default.asp>

<http://uza.uz/ru/business/3405/>

<http://uza.uz/ru/documents/3403/>

www.ftk.cc.uz

<http://lex.uz/uz/doc/act2008-07.html>

<http://ftk.cc.uz/index.phtml>