

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIIY VA O‘RTA MAXSUS
TA’LIM VAZIRLIGI**

SAMARQAND IQTISODIYOT VA SERVIS INSTITUTI

TURIZM: NAZARIYA VA AMALIYOT

*O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligi
tomonidan “Turizm” ta’lim yo‘nalishi talabalari uchun
darslik sifatida tavsiya etilgan*

TOSHKENT – 2018

UO‘K: 796.5:338.48 (075)
KBK 85.313 (0)
T-91

**T-91 Turizm: nazariya va amaliyot. –T.: «Fan va texnologiya»,
2018, 400 bet.**

ISBN 978–9943–11–741–9

Darslikda ilg‘or xorijiy tajribalardan foydalangan holda turizm sohasini rivojlantirishning nazariy va amaliy asoslari yoritilgan. Xorijiy turizm bozorini rivojlantirish tendensiyalari, mamlakatimizda turizm sohasida amalga oshirilayotgan islohotlar va davlat siyosatining maqsadli vazifalari aniq misollar yordamida belgilab berilgan.

Darslikdan har bir mavzuni talaba tomonidan yaxshi o‘zlashtirish bo‘yicha tayanch so‘z va iboralar, mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar va test savollari o‘rin olgan.

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

UO‘K: 796.5:338.48 (075)
KBK 85.313 (0)

Mualliflar:

**M.R.BOLTABAYEV, I.S.TUXLIYEV, B.SH.SAFAROV,
S.A.ABDUXAMIDOV**

Mas‘ul muharrir:

M.A. Mahkamova – iqtisod fanlari doktori, professor.

Taqrizchilar:

M.Q. Pardayev – i.f.d., professor;

M.M. Muhammedov – i.f.d., professor.

Darslik F-1-61. «O‘zbekistonning turistik-rekreatsion salohiyatini rivojlantirishda mintaqaviy geoaxborot tizimini shakllantirish» mavzusidagi fundamental loyihaning ish rejasi asosida nashr etildi.

ISBN 978–9943–11–741–9

© «Fan va texnologiya» nashriyoti, 2018.

Turizm – iqtisodiyotning muhim tarmoqlaridan biri. Mavjud imkoniyatlardan samarali foydalangan holda, ushbu tarmoqni yanada takomillashtirish zarur. Buni davrning o‘zi taqozo etmoqda.

Sh.M.Mirziyoyev¹

KIRISH

Jahondagi globallashuv sharoitida turizm muhim ijtimoiy, iqtisodiy va madaniy omillardan biriga aylandi. Iqtisodiyotning ushbu sektorida umumiy daromad hajmi trillionlab dollarni tashkil etmoqda, har yili butun dunyoda bir milliarddan² ziyod kishi sayohat qilmoqda. Turizm nafaqat savdo xizmatlarining bir turi sifatida, balki bugun turizm bozorlarining barqaror rivojlanishi yangi ishchi o‘rinlarni yaratishga va unga turdosh bo‘lgan tarmoqlarni rivojlantirishga imkoniyat yaratmoqda.

Shu tufayli turizm faoliyatini ravnaq toptirish masalasi 2017–2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishlari bo‘yicha Harakatlar strategiyasining iqtisodiyotni rivojlantirish va liberallashtirishning ustuvor yo‘nalishlarida ham o‘z aksini topgani bejiz emas. O‘zbekiston zamonaviy turizm industriyasini rivojlantirish uchun barcha zaruriy manbalarga ega bo‘lib, Buyuk Ipak yo‘li ustida joylashgan. Vatanimiz – qulay tabiiy-iqlim sharoitlariga, boy tarixiy, madaniy merosga va ayni paytda ham ichki, ham xalqaro turizmni rivojlantirish uchun yuqori salohiyatga ega.

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

¹ uza.uz/oz/politics/turizmni-yanada-rivojlantirish-masalalari-muhokama-qilindi-03-10-2017

² BMT Jahon sayyohlik tashkiloti bosh kotibi Taleb Rifaining YUNVTO Ijroiya kengashi 99-sessiyasining ochilish marosimidagi nutqi. // Mohiyat, 2014, 3 oktabr, № 40.

Bugungi kunda hukumatimiz tomonidan turizm sohasiga milliy iqtisodiyotning strategik sektor maqomini berilishi, uning istiqbolda rivojlanishiga katta zamin yaratmoqda. Shu tufayli, yurtimizga sayohat qiladigan mahalliy va xorijiy turistlarga sifatli xizmat ko'rsatish uchun zamonaviy kadrlar turizm sohasini nazariy va amaliy jihatdan mukammal o'rganishi va o'zlashtirishini talab qilmoqda.

Turizm sohasi uchun respublikamizda Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, Samarqand, Urganch, Buxoro, Qarshi, Termiz davlat universitetlari hamda Toshkent shahridagi Singapur menejmentni rivojlantirish instituti va qator turizm kasb-hunar kollejlari malakali kadrlar tayyorlashda o'z hissalarini qo'shib kelmoqdalar. Hozirgi paytda ushbu o'quv dargohlarida «Turizm (faoliyat yo'nalishlari bo'yicha)», «Mehmonxona xo'jaligini tashkil etish va boshqarish», «Turizm (xalqaro va ichki turizm)», «Marketing (turizm)», «Menejment (turizm)» ta'lim yo'nalishlari bo'yicha kadrlar tayyorlanmoqda. Bu borada turizm sohasidagi oliy o'quv yurtlarining o'quv rejalaridagi umumkasbiy fanlari blokida turgan «Turizm: nazariya va amaliyot» fani ham muhim ahamiyatga ega.

O'zbekiston Respublikasining "Ta'lim to'g'risida"gi Qonuni va "Kadrlar tayyorlash milliy dasturi"ning qabul qilinganidan buyon ta'lim mazmuni tubdan o'zgardi. Ta'lim muassasalarining ta'lim-tarbiya jarayoniga uzluksiz ta'limning davlat ta'lim standartlari va talablariga muvofiq kadrlar tayyorlash tizimi shaklan va mazmunan qayta ko'rib chiqilmoqda. Mualliflar tomonidan «Turizm: nazariya va amaliyot» fani bo'yicha tayyorlangan darslik ham Oliy va o'rta maxsus ta'lim vazirligining o'quv adabiyotlarni tayyorlash bo'yicha 2016-yilda belgilagan talablariga ko'ra, ilg'or xorijiy tajribalardan foydalangan holda yaratildi va qayta ishlab chiqildi.

Ushbu darslik turizm yo'nalishida o'qiyotgan talabalar uchun fan haqidagi nazariy tushunchalarga ega bo'lish va uning amaliy mohiyatini tushunib olishlariga yordam beradi. Shuning uchun darslik, birinchi navbatda, fanni bilib olish mezonini talab qilsa, ikkinchi navbatda esa, talabalar o'zlarining ta'lim yo'nalishidagi qiziqishlari va fanga yanada mas'uliyat bilan yondashishlarini o'z oldiga maqsad qilib qo'yimoqda.

Shuni ta’kidlash joizki, «Turizm: nazariya va amaliyot» fani bo’yicha hozirda darslik va o’quv qo’llanmalarning yetishmasligini hisobga olgan holda va turizm ta’limi yo’nalishlari bo’yicha Samarqand iqtisodiyot va servis instituti respublikada tayanch oliy dargoh bo’lganligi tufayli, mualliflar tomonidan tayyorlangan ushbu darslik turizm nazariyasini mukammal o’rganish va amaliyotini o’qitishda mamlakatimizdagi boshqa oliy o’quv yurtlari va turizm kollejlari talabalariga yaqindan yordam beradi, degan fikrdamiz.

Shuningdek, “Turizm: nazariya va amaliyot” fanining elektron darsligi ham tayyorlandi. Bu bo’yicha SamISI “Xalqaro turizm va turizm servisi” kafedrası qoshida tashkil qilingan kutubxonaga murojaat qilishingiz mumkin.

1-mavzu. «TURIZM: NAZARIYA VA AMALIYOT» FANIGA KIRISH

Reja:

1.1. «Turizm: nazariya va amaliyot» fanining maqsadi va vazifalari.

1.2. O'zbekistonda turizm sohasining rivojlanish bosqichlari.

1.1. «Turizm: nazariya va amaliyot» fanining maqsadi va vazifalari

Turizm XXI asrda jahon iqtisodiyotiga juda katta ijobiy ta'sir qiluvchi ijtimoiy-iqtisodiy soha sifatida kirib keldi. Butunjahon turizm tashkilotining ma'lumotlari bo'yicha, dunyoda ishlab chiqarish va servis aylanmasining 10 foizi turizmga to'g'ri kelmoqda. Keyingi 20 yil ichida xalqaro turizmning rivojlanishi dunyo bozorida tovar va xizmatlarning kuchli eksport qilinayotganligi bilan e'tiborlidir. Ya'ni turistik xizmatlarning eksporti 8 foiziga o'sib, jahon bo'yicha umumiy xizmatlar savdosining 30-35 foizini tashkil qilmoqda.

Butunjahon turizm tashkilotining statistik ma'lumotiga ko'ra, 2020-yilga borib xalqaro turistlarning soni 1,6 mlrd. kishini tashkil qilishi, turizmdan olinadigan daromad 2 trln. AQSH dollari bo'lishi kutilmoqda. Turistik oqimning barqaror ravishda o'sishi har yili 3-5 foizgacha ko'payadi,³ deb ta'kidlanadi.

O'zbekistonda ham bu borada mustaqillik yillarida soha rivoji uchun zaruriy tashkiliy-huquqiy mexanizmlar vujudga keltirilgan bo'lib, hukumat tomonidan tegishli me'yoriy hujjatlar qabul qilingan. Bu yo'nalishdagi ishlar bugun ham davom etmoqda. Shu tufayli Jahon sayohat va turizm Kengashi (World Travel and Tourism Council-WTTC)ning ma'lumotlari bo'yicha, O'zbekiston Respublikasi turizm sohasi tezkorlik bilan rivojlanayotgan davlatlar 10 taligi ro'yxatiga⁴ kiritilgan. Istiqbolni belgilash davrida O'zbekiston Respublikasida xorijiy fuqarolarga turistik xizmat ko'rsatishning o'sish tendensiyasi kuzatilmoqda. Bu holat kelajakda

³Manba internet materiali.<http://www.wto-marketing.ru>

⁴<http://www.anons.uz/article/economics/8932/>

O'zbekistonda kiruvchi va chiquvchi turizm bozorida turistik biznes nafaqat turizm industriyasi, balki milliy iqtisodiyotning turizmga turdosh bo'lgan bir qator boshqa sohalarning rivojlanishini ta'minlaydi.

Shu tufayli, yurtimizga sayohat qiladigan mahalliy va xorijiy turistlarga sifatli xizmat ko'rsatish uchun turizmni nazariy hamda amaliy jihatdan o'rganish va bilish talab etilmoqda. Turizm nafaqat o'tmishni o'rganish, o'zga xalqlar va elatlar, ularning urf-odatlar, an'analari, milliy meroslari bilan tanishish, ularning madaniy yodgorliklaridan bahramand bo'lish, shu bilan birgalikda, katta biznes manbasi bo'lib hisoblanadi. Mazkur faoliyatni yo'lga qo'yish esa mutaxassislariga bog'liq bo'lganligi tufayli, yuqori malakali kadrlarni tayyorlash hozirgi kunning muhim vazifalaridan biriga aylanmoqda. Ushbu vazifani amalga oshirishda mavjud o'quv maskanlarida qator mutaxassislik fanlari o'qitilib, ularda kasb ilmiga taalluqli muammolar o'z yechimini topmoqda. Shunday fanlar qatorida «Turizm: nazariya va amaliyot» fani ham o'z o'rniga ega bo'lib, u qayta ishlangan va ilg'or xorijiy tajribalar o'rganilgan holda tayyorlangan, asosiy mutaxassislik fanlaridan biri hisoblanadi.

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

«Turizm: nazariya va amaliyot» fanining maqsadi O'zbekiston va jahon turizm biznesining nazariy va amaliy yondoshuvlar genezisini hamda bugungi kundagi rivojlanish tendensiyalarini, turizm sohasining mohiyatini ochib berish, turizmning taraqqiyot yo'li, tajribasi, hozirgi kundagi muammolarini aniqlab olish, turizm sohasining iqtisodiy va ijtimoiy ahamiyatini yoritib berish, O'zbekiston va jahon turizm biznesining taraqqiyotini xorijiy tajribalar asosida o'rgatishdan iborat.

«Turizm: nazariya va amaliyot» fanining vazifalari sifatida quyidagilar belgilab olingan:

- xorijiy turizm bozorini rivojlantirish tendensiyalarini o‘rganish;
- turizm sohasining tasniflanishi va turlari haqida ma’lumotlarni yoritib berish;
- turizm sohasining resurslari haqida tushuncha berish;
- turizm sohasini rivojlantirishda O‘zbekistondagi tarixiy shaharlarning o‘rni va ulardagi turistik salohiyatdan foydalanish imkoniyatlari haqida ma’lumotlar berish;
- turizm sohasidagi xizmatlar va mahsulotlarning farqini aniqlash hamda ularni tayyorlash texnologiyasini o‘rgatish;
- turizm sohasida joylashtirish, ovqatlantirish hamda transport xizmatlarining o‘rni va rolini tushuntirib berish;
- turizmga gid-ekskursiya xizmatlarining mohiyati, ahamiyati va ekskursiya xizmatlarini amalga oshirish jarayonlari haqida ma’lumotlar berish;
- turizm industriyasi va infratuzilmasining ahamiyatini hamda ulardagi muammolarni yoritish;
- ekologik, gastronomiya va qishloq turizmlarini rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalarini o‘rganish;
- turizm sohasini davlat tomonidan boshqarishning yo‘nalishlari va mexanizmini yoritib berish;
- turizmni rivojlantirishda xalqaro va mintaqaviy tashkilotlarning o‘rnini aniqlash;
- turizm xizmatlarini litsenziyalashtirish, sertifikatlashtirish va standartlashtirish tartibini tushuntirish;
- turizm sohasida xalqaro huquqiy va me’yoriy hujjatlar haqida ma’lumot berish va b.

Mazkur fanni o‘rganish «Ekskursiya xizmatlarini tashkil qilish», «Xalqaro turizm: tajriba va amaliyot», «Mintaqaviy turistik resurslar», «Restoran servisini tashkil qilish», «Ekoturizm», «Turizmga transport xizmatlari», «Turizmga mehmonxona xizmatlari», «Iqtisodiy va turizm geografiyasi» kabi fanlar bilan uzviy aloqada olib boriladi.

Fanni o‘zlashtirish jarayonida Samarqand, Buxoro, Xiva shaharlariga turistik ekskursiya, ekspeditsiya va maxsus turlar

tashkil etish, har yili Toshkentda o'tkaziladigan an'anaviy "Buyuk Ipak yo'lida turizm" Xalqaro turizm yarmarkasida ishtirok etish, mehmonxonalar va turistik firmalar faoliyati bilan yaqindan tanishish, ekologik, tarixiy-madaniy yodgorliklarni namoyish etuvchi multimediya slaydlaridan foydalanish, turistik marshrutlar xaritalarini ishlab chiqish lozim bo'ladi.

«Turizm: nazariya va amaliyot» fani «Turizm (faoliyat yo'nalishlari bo'yicha)», «Mehmonxona xo'jaligini tashkil etish va boshqarish» ta'lim yo'nalishlarining I bosqich bakalavrlari uchun mo'ljallangan. Unda xorijiy davlatlar va respublikamizda nashr etilgan turizm sohasiga oid ilmiy, o'quv, uslubiy qo'llanmalardan hamda jurnallardagi maqolalardan, internet saytlardan, turistik firmalarning namunaviy marshrutlari, bukletlar va GPS yo'l ko'rsatkichlaridan foydalanish tavsiya etiladi.

1.2. O'zbekistonda turizm sohasining rivojlanish bosqichlari

O'zbekistonda iqtisodiyotning boshqa tarmoqlari qatorida turizm sohasining markazlashgan ma'muriy boshqaruv tizimi 1971–1991-yillar davriga to'g'ri keldi. Bu davrda salbiy oqibatlar ham ko'zga tashlana boshladi. Qurilmay qolgan turistik-rekreatsion maqsadidagi obyektlar sonining ko'payishi, mavjudlarida esa mijozlarga ko'rsatilgan xizmatlarning sifati bo'yicha ko'plab e'tirozlar paydo bo'la boshladi. Ijtimoiy tadqiqotlarga ko'ra, mehmonxonalar, turbazalar, dam olish uylari hamda pansionatlar tomonidan taklif qilindigan 50 foizgacha bo'lgan barcha xizmatlar fuqarolarning noroziligini keltirib chiqargan. Joylashtirish va ovqatlanish xizmatlari bilan birga, hordiq chiqarish va tibbiy xizmat ko'rsatish talab darajasida bo'lmagan. Turistik xizmat turlari va hajmi sezilarsiz va sifatsiz bo'lgan. Bugungi kunda O'zbekistonning turizm sohasidagi rivojlanishini shartli ravishda beshta bosqichga ajratish mumkin.

Birinchi bosqich. O'zbekiston mustaqillikka erishgach, **1991-yildan** keyin milliy turistik xizmatlar bozori shakllana boshladi. Aynan shu davrda respublika o'zining iqtisodiy mustaqilligini hamda mustaqil ravishda tashqi dunyo bozorlariga chiqishini e'lon qildi. Bu davrda qabul qilingan tashqi iqtisodiy faoliyat to'g'risidagi qonun turistik xizmatlarni sotuvchi korxonalarga yangi imkoniyat

yaratdi. Natijada, tarmoqda yangi boshqaruv tizimini shakllantirish, turistik biznesni yuritishga yordamlashadigan qo'shimcha biznes turlarini yaratish, sohaga xizmat qiladigan bank, audit, maslahat xizmatlarini tashkil etish, viloyatlarda turizm tarmog'ining mintaqaviy bo'linmalarini tuzish, xalqaro miqyosda turizm mahsulotini reklama qilish, xususiylashtirilgan turistik korxonalarni litsenziyalashtirish kabi masalalarga alohida e'tibor berildi. Mustaqillikdan keyin turizm sohasida bir vaqtning o'zida uchta muhim jarayon amalga oshirildi:

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

- turoperator va turagent sifatida yangi tashkilotlar tuzildi;

- eski turistik korxonalarni qayta tiklash yo'li bilan O'zbekiston va xorijiy iste'molchilar talab qiluvchi turistik mahsulotni ishlab chiqish yo'lga qo'yildi.

1992-yilda respublikada «O'zbekturizm» Milliy kompaniyasi tashkil etildi va turizm sohasida bu kompaniya barcha tashkiliy, boshqaruv hamda muvofiqlashtirish funksiyalarini amalga oshira boshladi. 1993-yilda «O'zbekturizm» Milliy kompaniyasi Butunjahon turizm tashkilotiga (BTT) haqiqiy a'zo bo'lib kirdi. Bu jarayon, o'z navbatida, xalqaro turizmni rivojlantirishda muhim omil bo'lib xizmat qildi. 1994-yilda BMT ning YUNESKO tashkiloti hamda O'zbekiston 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 foiz 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 tiklashda O'zbekiston Respublikasining ishtirokini avj oldirish va respub-

likada xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora-tadbirlar to'g'risida»gi Farmoni⁵ Buyuk Ipak yo'lida turistik mahsulotni tiklash borasida strategik ahamiyatga 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, Abduholiq G'ijduvoni, Ahmad al-Farg'oni, Imom al-Motrudiy, Mahmudi A'zam, Hakim at-Termiziy, Hazrati Imom, Shayx Shamsiddin Kulol, Burxoniddin Marg'iloniy, Buxorodagi Chor Bakr kabi allomalarimizning maqbaralari ta'mirlandi va ziyoratgoh majmualarga aylantirildi. 1998-yildan boshlab, Toshkent shahrida muntazam ravishda "Buyuk Ipak yo'lida turizm" nomli Xalqaro turizm yarmarkasi tashkil etila boshlandi, mehmonxonalardagi xalqaro talablarga javob beruvchi o'rinlar soni 4,8 barobarga ko'paytirildi. Bu bosqichda O'zbekistonning turizm sohasida quyidagi muhim masalalari amalga oshirildi:

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

⁵<http://www.lex.uz>

– turfirmalarning nodavlat va korporativ tashkilotlar «Ustoz», «Meros», «Ekosan» va h.k. bilan aloqalari yo‘lga qo‘yildi.

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

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

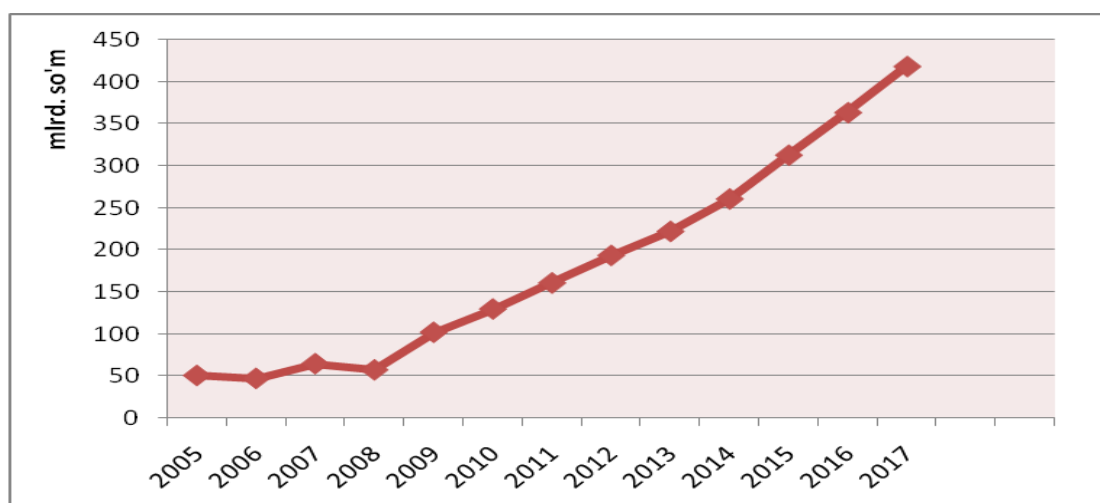
Turizm sohasidagi islohotlarning **to‘rtinchi bosqichi 2000-yildan boshlangan bo‘lib, 2017-yilgacha davom etdi.** Bu davrda xususiy turistik tashkilotlar assotsiatsiyasiga va tashkil etiladigan boshqa turistik assotsiatsiyalarga asos qo‘yildi (Gid-tarjimonlar assotsiatsiyasi, Mehmonxona egalari assotsiatsiyasi, Transportchilar assotsiatsiyasi) va «O‘zbekturizm» Milliy kompaniyasining bir qator vakolatlarini o‘tkazish ustida izlanishlar olib borildi. Bu o‘lkamiz turizm xizmatlar bozorida faoliyat yurituvchi korxonalarning yanada tezroq sur‘atlarda rivojlantirishga yordam berdi.

Turizm sohasi bo‘yicha 2014-yilda xalqaro anjuman Birlashgan millatlar tashkiloti (BMT) Butunjahon turizm tashkiloti Ijroiya kengashining 99-sessiyasining aynan Samarqand shahrida bo‘lib

o'tishi ham bejiz emas. Bunga barcha asoslar mavjud bo'lib, hozirgi paytda butun dunyoda «Samarqand Deklaratsiyasi» deb tan olingan hujjatni qabul qilgan Butunjahon turizm tashkilotining Samarqandda bo'lib o'tgan kengashida (1994-yil 5-oktabr) shahar bir ovozdan «Ipak yo'lining yuragi» deb e'tibor etilgan edi.

Samarqand shahri 2014-yilda AQSHning mashhur "The Huffington Post" internet nashri tomonidan e'lon qilingan reytingga muvofiq, sayyoramizning turistlar borib ko'rishi lozim bo'lgan 50 ta eng go'zal shaharlari qatoridan o'rin oldi. E'tiborlisi, MDH davlatlari shaharlaridan ushbu ro'yxatga faqat Samarqand shahri kiritilgan⁶.

O'zbekistondagi turizm sohasining 2008–2017-yillar davomidagi rivojlanish dinamikasi O'zbekiston Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlarida aks etgan (1.2.1 – 1.2.3 - rasmlar).



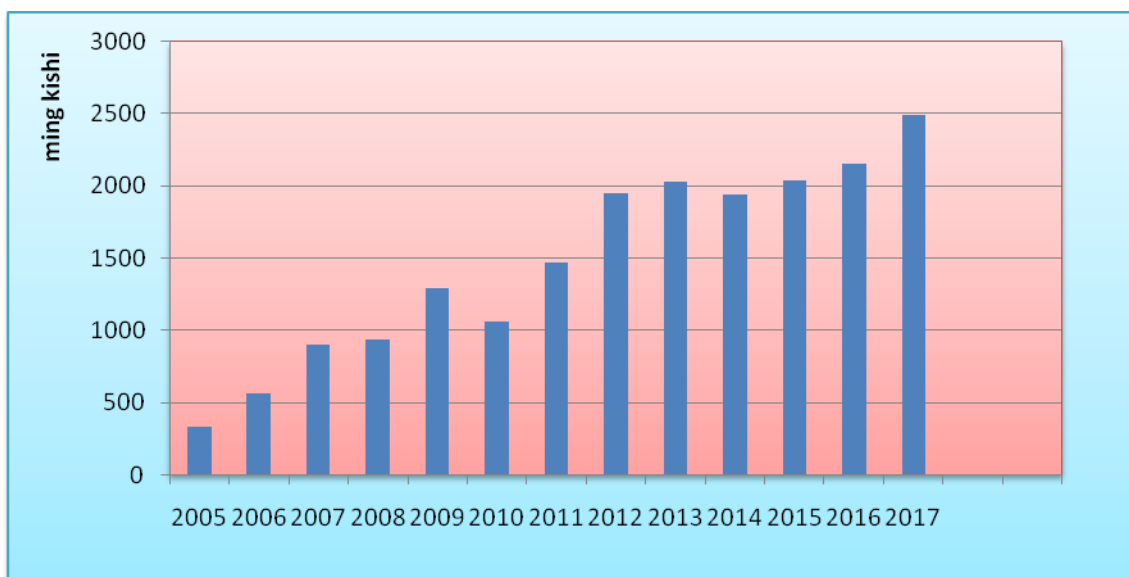
1.2.1-rasm. O'zbekiston Respublikasida 2005–2017-yillardagi turistik xizmatlar hajmi (mlrd. so'm).

1.2.1 – 1.2.3-rasmlarda berilgan ma'lumotlar bo'yicha O'zbekistondagi turizm sohasi muntazam ravishda o'sish sur'atlarini ko'rsatmoqda.

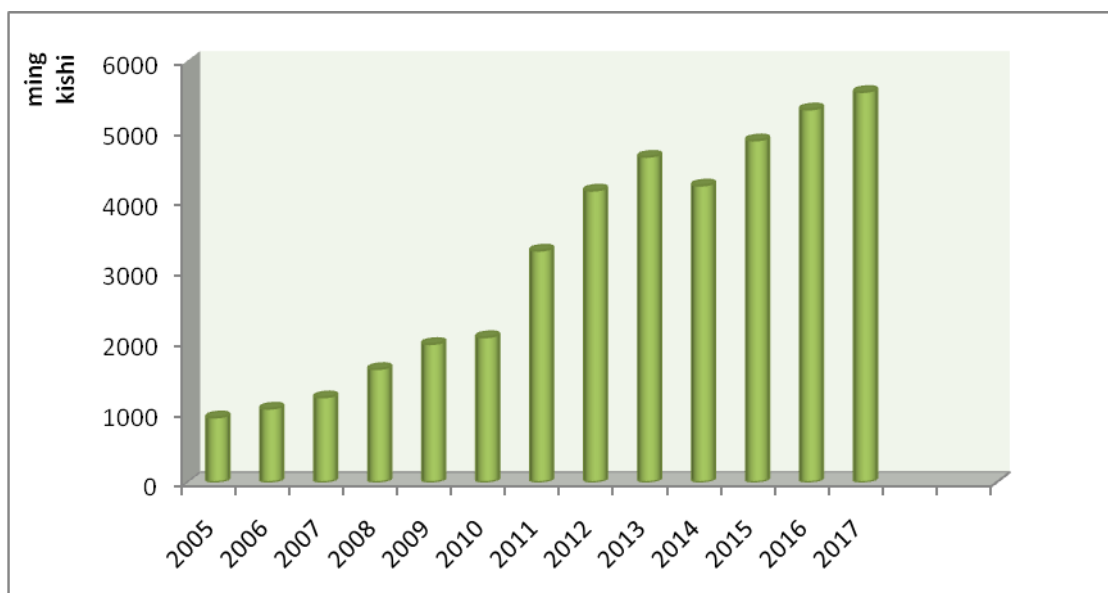
O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoyevning 2016-yil 2-dekabrda "O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi qabul qilgan Farmoni tarixiy ahamiyatga ega bo'lib, iqtisodiyotda birinchi marotaba turizm sohasiga strategik sektor maqomi berildi,

⁶Dunyoda-elliktadan biri //XXI asr. 2014 y., 24-iyul, №29 (557).

natijada O‘zbekistonda turizmning xorijiy hamda ichki turistlarga xizmat ko‘rsatuvchi turdosh sohalari va tarmoqlarining rivojlanishini ta’minlashda **milliy turizm sohasining yangi beshinchi bosqichi boshlandi.**



1.2.2-rasm. O‘zbekiston Respublikasida xorijiy fuqarolarga xizmat ko‘rsatishning 2005–2017-yillardagi ko‘rsatkichlari⁷ (ming kishi).



1.2.3-rasm. O‘zbekiston Respublikasi fuqarolarining chet elga chiqishlarining 2005–2017-yillardagi ko‘rsatkichlari⁸ (ming kishi).

⁷O‘zbekiston Davlat statistika qo‘mitasining ma’lumotlari asosida tuzildi.

⁸O‘zbekiston Davlat statistika qo‘mitasining ma’lumotlari asosida tuzildi.

Farmonda quyidagilar o‘rta muddatli istiqbolda turizm sohasidagi davlat siyosatining maqsadli vazifalari va ustuvor yo‘nalishlari etib belgilandi:

- turizmni rivojlantirishning yaxlit konsepsiyasini shakllantirish va izchil amalga oshirish, turizmga iqtisodiyotning strategik sektori maqomini berish, ushbu sohani barcha hududlarni va o‘zaro bog‘liq tarmoqlarni kompleks ravishda jadal rivojlantirishning yetakchi kuchiga aylanishi lozim bo‘lgan iqtisodiyotni diversifikatsiyalash, tarkibiy o‘zgartirish va barqaror rivojlanishning qudratli vositasiga aylantirish, yaratiladigan yalpi ichki mahsulotda, mahalliy budjet daromadlarida turizmning ulushini ko‘paytirish, ish bilan bandlikni ta‘minlash, aholining turmush darajasi va sifatini oshirish bo‘yicha tizimli chora-tadbirlarni amalga oshirish;

- turizm industriyasi subyektlari faoliyati uchun qulay shart-sharoitlarni shakllantirishga yo‘naltirilgan turizm faoliyati sohasidagi qonun hujjatlarini va normativ-huquqiy bazani yanada takomillashtirish, turizmning rivojlanishidagi barcha to‘siq va g‘ovlarga barham berish, viza va ro‘yxatdan o‘tkazish tartib-tamoyillarini, pasport va bojxona nazoratini soddalashtirish, turizm sohasini davlat tomonidan boshqarish va bozorga xos tarzda tartibga solish mexanizmini maqbullashtirish, turizm sohasida tadbirkorlik faolligini rag‘batlantirish va turizm xizmatlari bozorida raqobatni rivojlantirish bo‘yicha chora-tadbirlarni amalga oshirish, turizm sohasida statistik hisobga olish tizimini takomillashtirish;

- turizm xizmatlarini tashkil etishda, eng avvalo, turistlar joylashtiriladigan joylarda, ovqatlanish punktlarida, respublika hududi bo‘ylab harakatlanishda, turizm obyektlariga tashriflarni uyushtirishda turistlar va ekskursantlarning hayoti va sog‘lig‘i, xavfsizligini ta‘minlash bo‘yicha kompleks chora-tadbirlarni amalga oshirish;

- mamlakatda turizmni jadal rivojlantirish, mavjud ulkan turizm salohiyatidan yanada to‘liq va samarali foydalanish, an‘anaviy madaniy-tarixiy turizm bilan birgalikda turizmning boshqa salohiyatli turlarini – ziyorat qilish, ekologik, ma‘rifiy, etnografik, gastronomik, sport, davolash-sog‘lomlashtirish, qishloq, sanoat, ishbilarmonlik turizmi va boshqa turlarini jadal rivojlantirish, bolalar, o‘smirlar va yoshlar turizmini, oilaviy turizmni, keksalar uchun ijtimoiy turizmni rivojlantirish hisobiga turizmning ijtimoiy ahamiyatini kuchaytirish,

hududlarda yangi turizm yoʻnalishlarini tashkil etish, ularni pasportlashtirish, turizm yoʻnalishlari va turizm obyektlari boʻyicha yagona milliy reestrlarni shakllantirishga yoʻnaltirilgan ichki, kirish va chiqish turizmini kompleks rivojlantirishning milliy va hududiy dasturlarini ishlab chiqish va amalga oshirish;

- turizm faoliyati sohasida xalqaro hamkorlikni, birinchi navbatda, BMTning Butunjahon turizm tashkiloti (UNWTO), xorijiy mamlakatlarning turizm boʻyicha nufuzli xalqaro va milliy tashkilotlari – turizm xizmatlari mintaqaviy va jahon bozorlarining faol ishtirokchilari bilan hamkorlikni kengaytirish, Oʻzbekistonning turizm sohasida tartibga soluvchi universal xalqaro konvensiyalar va bitimlardagi ishtiroki, turizm faoliyati amaliyotiga xalqaro va davlatlararo standartlar va normalarni joriy etish;

- respublikaning barcha mintaqalarida zamonaviy jahon standartlariga, turistlarning ehtiyojlari va talablariga javob beradigan turizm industriyasi obyektlarini – mehmonxonalarni va joylashtirishning shu kabi vositalarini, umumiy ovqatlanish obyektlarini, transport-logistika tuzilmalarini, axborot markazlarini, madaniyat va sport muassasalarini jadal rivojlantirish, asosiy turizm yoʻnalishlari boʻyicha yoʻl-transport va muhandislik-kommunikatsiya infratuzilmasini, yoʻlboʻyi infratuzilmasini jadal qurish va rekonstruksiya qilish, ushbu maqsadlar uchun xorijiy investorlarni keng jalb etish;

- xalqaro turizm rivojlanishi tendensiyalarini va zamonaviy marketing vositalari qoʻllanilishini hisobga olgan holda, raqobatbardosh turizm mahsulotlari va xizmatlarini ishlab chiqish, ularni ichki va xalqaro turizm bozorlarida targʻibot qilish boʻyicha strategiyani ishlab chiqish, qulay turizm axborot muhitini tashkil etish va rivojlantirish, keng reklama-axborot faoliyatini amalga oshirish, mamlakat hududlarida turizm axborot markazlari va chet elda turizm vakolatxonalari ochish, internet tarmogʻidan faol foydalanish, har yili Toshkent xalqaro turizm yarmarkasini oʻtkazish yoʻli bilan turizm sohasida mamlakatimizning ijobiy qiyofasini shakllantirish;

- turizm tarmogʻi uchun, ayniqsa, menejment va marketing sohasida malakali kadrlarni sifatli tayyorlash tizimini tubdan takomillashtirish, gidlar (ekskursiya yetakchilari) tayyorlash, turizm faoliyati subyektlari xodimlarini muntazam ravishda qayta tayyorlash va malakasini oshirish.

Milliy turizm sohasining yangi beshinchi bosqichi 2017–2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishlari bo‘yicha Harakatlar strategiyasining iqtisodiyotni rivojlantirish va liberallashtirishda turizm sohasini rivojlantirish ustuvor yo‘nalishlaridan biriga kiritilishi bilan boshlandi. Harakatlar strategiyasi turizm sohasini isloh qilishda farmonda belgilangan o‘rta muddatli istiqbolda amalga oshiriladigan masalalarga alohida e‘tibor berishni talab qiladi.

Bosqichlarga e‘tibor berilsa, mamlakatimizda turizmni rivojlantirishga mustaqillikning dastlabki kunlaridanoq asosiy davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishi sifatida qaralmoqda. Turizm sohasining rivoji uchun barcha zaruriy tashkiliy-huquqiy mexanizm vujudga keltirilgan bo‘lib, muhim me‘yoriy hujjatlar qabul qilindi, jumladan, O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining qonuni, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining turizmga oid qator Farmonlari, respublika Vazirlar Mahkamasining qarorlari, Adliya vazirligining va boshqa mutasaddi davlat idoralarining yo‘riqnoma, ko‘rsatma va tartiblari ishlab chiqilib, amaliyotga tatbiq etilmoqda.

O‘zbekistonda kelgusida turizmni rivojlantirish vazifalarini samarali amalga oshirish va xorijiy hamda ichki turistlarga xizmat ko‘rsatuvchi turdosh sohalar va tarmoqlar rivojlanishi uchun vertikal diversifikatsiya asosida milliy turizm xizmat bozorini innovatsion rivojlantirish strategiyasini amalga oshirish yo‘li bilan qulay sharoit yaratishda turistik xizmatlar hajmining bashorat ko‘rsatkichlari bir me‘yorda, muntazam o‘shishdan dalolat beradi.

Tayanch so‘z va iboralar: Harakatlar strategiyasi, turizm sohasidagi islohotlar, xususiylashtirish va davlat tasarrufidan chiqarish, O‘zbekistonda turizm sohasini rivojlantirish bosqichlari, turistik xizmatlar, turistlar oqimi, xorijiy valyutada sarmoya, rivojlanish dinamikasi va bashorat, kiruvchi turistlar.

Mustaqil ishlash uchun savollar

1. «Turizm: nazariya va amaliyot» fani nimalarni o‘rgatadi?
2. Fanning maqsadi nimadan iborat?
3. Fanning vazifalarini ta’riflab bering.

4. Mazkur fan turizmga oid fanlarning alifbosi deyilishiga sabab nimada?

5. O‘zbekistonda turizm sohasini rivojlantirish bosqichlari nimalarni ifodalaydi?

6. Turizm sohasi bo‘yicha 2014-yilda xalqaro anjuman Birlashgan millatlar tashkiloti Butunjahon turizm tashkiloti (BTT) Ijroiya kengashining 99-sessiyasi nega aynan Samarqand shahrida bo‘lib o‘tdi?

7. O‘zbekistondagi turizm sohasining 2005–2017-yillar davomidagi rivojlanish dinamikasi qanday o‘zgarishlarni ko‘rsatadi?

Amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar

1. O‘zbekiston turizm sohasining rivojlanishidagi beshinchi bosqichiga yana qanday bo‘lib o‘tgan tadbir va masalalarni kiritsak bo‘ladi? Shu masalalar bo‘yicha ma’lumotlar to‘plang va taqdimotini tayyorlang.

Test savollari

1. O‘zbekiston Respublikasi BTTga qachon a‘zo bo‘lgan?

- a) 1993-yil;
- b) 1994-yil;
- d) 1995-yil;
- e) 1996-yil.

2. O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirish Harakatlar strategiyasining qaysi ustuvor yo‘nalishiga turizm sohasini rivojlantirish kiritilgan?

- a) Ijtimoiy sohani rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlari;
- b) Qonun ustuvorligini ta’minlash va sud-huquq tizimini yanada isloh qilishning ustuvor yo‘nalishlari;
- d) Davlat va jamiyat qurilishi tizimini takomillashtirishning ustuvor yo‘nalishlari;
- e) Iqtisodiyotni rivojlantirish va liberallashtirishning ustuvor yo‘nalishlari.

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

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

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

- a) ikkinchi bosqich;
- b) birinchi bosqich;
- d) to‘rtinchi bosqich;
- e) uchinchi bosqich.

5. Xalqaro islom tashkiloti (ISISCO) Toshkent shahrini qaysi xizmatlari uchun «Xalqaro islom madaniyati markazi» deb e‘lon qilgan?

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

2-mavzu. XORIJIY TURIZM BOZORINI RIVOJLANTIRISH TENDENSIYALARI

- 2.1. Turizmga xorijiy mamlakatlar tomonidan berilgan ta'riflar.
- 2.2. Dunyo mamlakatlarida turizmning rivojlanish holati.
- 2.3. Xalqaro turizm xizmatlar bozorini rivojlantirish tendensiyalari.

2.1. Turizmga xorijiy mamlakatlar tomonidan berilgan ta'riflar

O'zbekiston turizm bozorini shakllantirishda jahon turizm industriyasi faoliyatining ilg'or jihatlarini, mehmonxonalar majmuasi, iste'molchilar xohishining marketing tadqiqotini, turistik mahsulotlarni shakllantirish va ularni taqdim etish borasidagi ilmiy-amaliy tadqiqotlar natijalarini⁹ batafsil o'rganish lozim bo'lmoqda.

Milliy turizm xizmatlar bozorini innovatsion rivojlantirish bilan bog'liq ilmiy izlanishlar jahonning yetakchi ilmiy markazlari va oliy ta'lim muassasalarida, jumladan, Ecole Hôtelière de Lausanne (Shveytsariya), Cornell University (AQSH), Les Roches International School of Hotel Management (Ispaniya), Oxford Brookes University (Buyuk Britaniya), Blue Mountains International Hotel Management School (Avstraliya), University of Surrey (Buyuk Britaniya), Moskva davlat universiteti (Rossiya), Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti (O'zbekiston Respublikasi) tomonidan olib borilmoqda.

⁹Charles A. Goeldner, J.R. Brent Ritchie. *Tourism PRINCIPLES, PRACTICES, PHILOSOPHIES*, New Jersey, John Wiley & Sons, 2012.– 514p. ; Christopher Holloway, Claire Humphreys, Rob Davidson *The Business of Tourism*, UK, Pearson Education, 2009. – 793p.;Adrian Franklin “*Tourism an introductions*”. SAGE Publications London-Thousand Oaks-New Delhi 2003.;Hubbard, Graham, *Strategic Management: Thinking, Analysis and Action*, 2004, 2nd edition, Prentice-Hall, Frechs Forest; Kotler, Bowen & Makens (2006), *Marketing for Hospitality and Tourism* 4th ed, Pearson Education, Inc.; Yvette Reisinger. *International tourism cultures and behavior*.Elsevier 2009, 450 b.; Bob Brotherton.*The International Hospitality Industry*.Oxford, First published 2003, 251 b.; John R. Walker.*Exploring the Hospitality Industry*.Prentice Hall.USA, 2015.;Allcock A., Jones B., Lane S., Grant J. *National ecotourism strategy*. Commonwealth of Australia, 1994, 196 r.; Lindberg K., Hawkins D.E. (eds) *Ecotourism: a Guide for Planners and Managers*. North Bennington, Vermont. 1993, 256 r.; Stephen J. Page.*Transport and Tourism: Global Perspectives*, Third ed. Harlow (England), London. New York [etc.]. Pearson Education Limited. 2009.; Gross, S., Klemmer, L. (Eds.). *Introduction to tourism transport*.CABI. 2004.

Milliy turistik xizmatlar bozorini innovatsion rivojlantirishga oid jahonda olib borilgan tadqiqotlar¹⁰ natijasida qator, jumladan, quyidagi ilmiy natijalar olingan:

- umumjahon tashkilotlari tomonidan tan olingan tamoyillarga asosan milliy turizm xizmat bozorlarining istiqbolli turlari tasniflangan (Ecole Hôtelière de Lausanne);

- turistik xizmat samaradorligini oshirish yuzasidan turistik klaster tizimi asoslangan (Harvard Business School);

- xalqaro institutlar tavsiyalari bo'yicha turizm faoliyati rivojining innovatsion yo'nalishlari ishlab chiqilgan (Oxford Brookes University);

- jahon turistik-rekreatsion bozorini rivojlantirish tendensiyalari asoslangan hamda prognozlashni innovatsion omillar asosida amalga oshirish usullari taklif qilingan (University of Surrey);

- turizm sohasining milliy iqtisodiyotdagi o'rnini aniqlashda BTTning turizmga yordamchi hisoblar metodikasi ishlab chiqilgan (Moskva davlat universiteti).

Dunyoda turizm xizmatlar bozori samaradorligini oshirish bo'yicha qator, jumladan, quyidagi ustuvor yo'nalishlarda tadqiqotlar olib borilmoqda:

- turizm bozorining tashkiliy-iqtisodiy omillarini innovatsion rivojlanish asosida yanada aniqlashtirish;

- turizm xizmatlari eksportini uning yangi istiqbolli turlari (agrar va vino turizmi, ekoturizm, malakaviy – ish turizmi va boshqalar) asosida rivojlantirish; turizm sohasining subyektlari faoliyatini bozor sharoitida boshqarish mexanizmini muvofiqlashtirish;

- turizm xizmatlar bozorini innovatsion texnologiyalar asosida takomillashtirish.

Monte-Karlodagi Turizm akademiyasida berilgan ta'rif bo'yicha, «**Turizm** – odamlarning sog'lig'ini tiklash, bo'sh vaqtda bilishga chorlaydigan, qiziqishlarni qondirish uchun yoki kasbiy-

¹⁰Turizm bo'yicha xorijiy ilmiy tadqiqotlar Nowak J-J., S. Petit and M. Sahli, Tourism and Globalization: The International Division of Tourism Production. In: Dwyer, L. and N. Seeteram (Eds). Recent Developments in the Economics of Tourism, Sydney: Edward Elgar, 2013. pp 77-94; Ketels, Christian H.M. Clusters and Dubai's Competitiveness. Report, Dubai Economic Council, Dubai, United Arab Emirates, October 2009. – 100 p.; Clarke, J., Hawkins, R. and Waligo, V. Sustainability and marketing for responsible tourism. In: McCabe, S., (ed.) 'The Routledge Handbook of Tourism Marketing. London: Routledge. 2013. pp. 41-53; John Tribe. Strategy for Tourism; London: Goodfellow Publishers Limited, 2016, -288 p., asosida amalga oshirilgan.

amaliy maqsadlarda vaqtinchalik yashash joyida maosh to‘lanadigan faoliyat bilan bog‘liq bo‘lmagan holda doimiy yashash joyini vaqtincha tark etishining har qanday ko‘rinishidir». Bu ta’rifda asosiy urg‘u tashrif buyuruvchilarning yashash joyidan tashqarida olib boradigan faoliyatiga qaratilgan.

Turizm sohasidagi atamalar muammosi xalqaro tashkilotlar diqqatini ham o‘ziga tortadi. Manilada 1981-yilda qabul qilingan jahon turizmi haqidagi deklaratsiyada ko‘rsatilishicha, «Turizm davlatlarning ijtimoiy, madaniy, ma’rifiy va iqtisodiy sohalariga va ularning xalqaro munosabatlariga bevosita ta’sir ko‘rsatishi jihatidan xalqlar hayotida muhim rol o‘ynaydigan faoliyat sifatida tushuniladi».

Butunjahon turistik tashkiloti tomonidan 1981-yilda Madridda tashkil etilgan xalqaro turizm konferensiyasi materiallariga asosan, **turizm** – bu turli mintaqalar, yangi mamlakatlar bilan tanishish maqsadida amalga oshiriladigan va bir qator mamlakatlarda sport bilan bog‘liq bo‘lgan faol sayohat turlaridan biridir, deb hisoblanadi.

Bir guruh mualliflar ushbu tushunchaga ta’rif berishda V. Xunsiker - K. Krapflar talqinidagi turizmning umumiy nazariyasiga tayanadilar: «Insonlarning munosabatlari va ularning yashash joyidan tashqaridagi faoliyati doimiy yashash tarziga aylanmasdan va mehnat haqi olish bilan bog‘liq bo‘lmagan holda kun kechirishi natijasida kelib chiqadigan munosabatlar majmuasi»¹¹. Turizmni bu talqinda tushunish uning turoperatorlik va turagentlik faoliyatidan ancha keng tushuncha ekanligidan dalolat bermoqda. Shuni alohida aytib o‘tish kerakki, turizm umumiy nazariyasiga berilgan bu ta’riflarda odamlarning doimiy yashash joyidagi o‘zaro munosabatlari va yashash joyidan tashqarida daromad olishi bilan bog‘liq bo‘lgan munosabatlari hisobga olinmaydi.

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

¹¹Лукачева Л.И., Кварталнов В.А., Исаев В.А. и др. Менеджмент туризма. Основы менеджмента. Учебник. –М.: Финансы и статистика, 2006, 352 с.

bugungi kunda turizm tushunchasiga berilgan ta'riflarning maqbul varianti hisoblanadi.

Hozirgi paytda turizm tushunchasiga nafaqat turli xil ta'riflar berilmoqda, balki birini ikkinchisi bilan qiyoslab bo'lmaydigan ko'pgina hodisalarni ham qo'shib yuborish holatlari kuzatilmoqda, jumladan, mahalliy tarmoqlar va jahon iqtisodiyoti sohalari ham shu tizimga kiritilmoqda. Bir guruh olimlar turizmni iqtisodiy hodisa sifatida turistik tur tushunchasi, ya'ni turoperator va turagentliklar faoliyati bilan bog'laydilar. Bu nuqtayi nazarga rossiyalik ba'zi mutaxassislar ham qo'shilishadi va «tashkilotlarning ayrim qismigina faqat turistlar uchun mo'ljallangan tovar va xizmatlarni ishlab chiqarishga ixtisoslashgan», deb ta'kidlaydilar¹². Bunday fikr tarafdorlari turizmni alohida soha sifatida ajratish zaruriyati yo'q, deb hisoblaydilar.

Ammo shuni ta'kidlash joizki, O'zbekiston Respublikasida bu masala o'z yechimini topgan bo'lib, milliy iqtisodiyotdagi ushbu holatni tartibga solish va ilg'or xorijiy mamlakatlar tajribasini hisobga olish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoyevning 2016-yil 2-dekabrdagi “O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida”gi qabul qilgan Farmoni tarixiy ahamiyatga ega bo'lib, iqtisodiyotda birinchi marotaba **turizm sohasiga strategik sektor maqomining berilishi** bilan ajralib turmoqda. Bunday yondashuv turizmni – barcha hududlarni va o'zaro bog'liq tarmoqlarni kompleks ravishda jadal rivojlantirishning yetakchi kuchiga aylanishi lozim bo'lgan iqtisodiyotni diversifikatsiyalash, tarkibiy o'zgartirish va barqaror rivojlanishning qudratli vositasiga aylantirdi.

Shunday qilib, “turizm” kategoriyasi ma'lum darajada aniqlik kiritishni va yagona shakldagi tavsifga ehtiyoj borligini ko'rsatadi. Adabiyotlardagi ko'p sonli turizm ta'riflarining mavjudligi, ushbu hodisaning serqirra ekanligidan dalolat beradi.

¹² Жукова М.А. Менеджмент в туристическом бизнесе. Учебное пособие. 2-е изд., стер. –М.: КНОРУС, 2006, 193 с.

2.2. Dunyo mamlakatlarida turizm sohasining rivojlanish holati

Birlashgan millatlar tashkilotining “Xalqaro turizm barometri” ko‘rsatkichlariga asosan, 2016-yilda xalqaro kiruvchi turistik oqimning o‘sish darajasi 2015-yilga nisbatan 4,4 foizni tashkil etgan. Agar ushbu tendensiya saqlanib qolsa, 2030-yilda dunyo bo‘yicha xalqaro turistlar soni 1,8 mlrd. kishiga yetadi. Shu sababli, turizm sohasi jahon iqtisodiyotining keyingi yuz yillikdagi rivojlanishini belgilab beruvchi tarmoqlar qatoriga kiritilgan.

Xalqaro turizm sohasi jahon iqtisodiyotida borgan sari o‘z mavqeyini saqlab qolmoqda. Dunyo mamlakatlari o‘rtasida xalqaro turizm ommaviylashib, turistlar tashrifi oshib bormoqda (2.2.1-jadval).

2.2.1-jadval

Xalqaro turizmning rivojlanish dinamikasi (1950–2016-yillar)

Yillar	Xalqaro kiruvchi turistlar soni (mln.kishi)	Kiruvchi turistlardan olingan umumiy daromad (mlrd.dollar)
1950	25	2
1960	70	7
1970	160	18
1980	285	102
1990	460	265
2000	698	476
2001	689-1,3%	464
2002	703	471
2003	694	-
2004	764	633
2005	806	680
2006	820	650
2007	903	856
2008	922	944
2009	880	970
2010	940	927

2.2.1-jadvalning davomi

2011	995	1042
2012	1, 035	1075
2013	1, 087	1197
2014	1, 133	1245
2015	1, 189	1196
2016	1, 235	1220

Manba: Butunjahon turizm tashkiloti (UNWTO). “Turizmda muhim voqealar”, 2017.

BTTning so‘nggi ma’lumotlariga ko‘ra, xalqaro turizmning o‘shishi 2016-yilda 4,4% ga oshib, jami xalqaro tashriflar soni 1 milliard 235 millionni tashkil etmoqda.

BTT Bosh kotibi Taleb Rifai ta’kidlaganidek, “2016-yilda xalqaro turizm yangi yuksaklikka yetdi. Samarali faoliyat sektori dunyoning juda ko‘p joylarida iqtisodiy rivojlanish va ish o‘rinlarini yaratish uchun hissa qo‘shdi. Shuning uchun, bu mamlakatlarda sayohat, inson resurslari rivojlanishi va barqarorligiga ko‘maklashish, shu jumladan, sayyohlikning barqaror o‘shishini rag‘batlantirish siyosati muhim ahamiyatga ega”¹³.

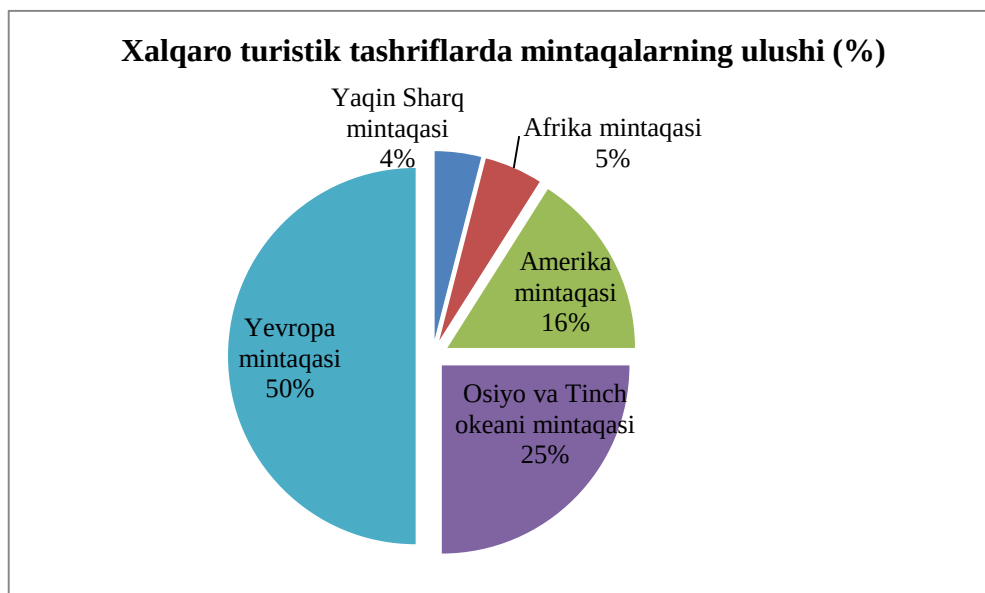
Dunyo mamlakatlari bo‘ylab neft narxlarining, valyuta kurslarining va boshqa iqtisodiyotda katta ahamiyatga ega bo‘lgan mahsulotlar narxlarining kuchli tebranishi, mamlakatlar import salohiyatining pasayishi kabi omillarga qaramasdan, o‘tgan yillar davomida turizm barqaror rivojlanmoqda. 2016-yilda xalqaro turistlar sonining eng katta o‘shishi Osiyo va Tinch okeani mintaqasi (+8%)ga to‘g‘ri keldi. Afrikada bir necha yillik susayishdan keyin jiddiy sakrash amalga oshirilib, (+8%) o‘shish qayd etildi. Amerika ijobiy dinamikasi esa (+4%) o‘shishni tashkil qildi. Yevropa esa umumiy hisobda (+2%) ni qayd etdi. Ammo Yaqin Sharq turizmida pasayish ham kuzatildi. BTTning ma’lumotlari asosida 2017-yilda xalqaro turistlar soni dunyo bo‘ylab 3-4% o‘shishni qayd etmoqda.

¹³ Butunjahon turizm tashkiloti (UNWTO). “Turizmda muhim voqealar”, 2017.

Xalqaro turistlarning 1990–2016-yillar davridagi tashrifi (mln. kishi)

Asosiy turistik yo‘nalishlar	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2016
Butun dunyo bo‘yicha	435	526	674	809	953	1, 189	1, 235
Yevropa	261, 5	303, 5	386, 6	453, 2	489, 0	603, 7	616, 2
Osiyo va Tinch okeani mintaqasi	55, 9	82, 1	110, 4	154, 1	208, 1	284, 0	308, 4
Amerika mintaqasi	92, 8	108, 9	128, 2	133, 3	150, 1	192, 7	199, 3
Afrika	14, 8	18, 7	26, 2	34, 8	50, 4	53, 4	57, 8
Yaqin Sharq	9, 6	12, 7	22, 4	33, 7	55, 4	55, 6	53, 6

Manba: Butunjahon turizm tashkiloti (UNWTO). “Turizmda muhim voqealar”, 2017.



2.2.1-rasm. Xalqaro turistlar tashrifining 2016-yildagi dunyo qit'alaridagi salmog'i (%)¹⁴

¹⁴ Butunjahon turizm tashkiloti (UNWTO) ma'lumotlari asosida tayyorlandi.

Yevropada 2016-yilda xalqaro turizmning oʻsishi 616 million turistni tashkil etdi.

2.2.3-jadval

**Yevropa mamlakatlari boʻyicha xalqaro turistlarning tashrifi
(2016-yil)**

Asosiy turistik yoʻnalishlar	Kiruvchi turistlarning umumiy soni (ming kishi)	Ulushi (%)	Kiruvchi turistlardan olingan daromad (mln, dollar)	Ulushi (%)
Yevropa	616, 190	100, 0	447, 309	100, 0
Avstriya	28, 121	4, 6	19, 300	4, 3
Belgiya	7, 479	1, 2	11, 839	2, 6
Bolgariya	8, 252	1, 3	3, 634	0, 8
Finlandiya	2, 789	0, 5	2, 717	0, 6
Chexiya	12, 090	2, 0	6, 309	1, 4
Fransiya	82, 600	13, 4	42, 481	9, 5
Germaniya	35, 579	5, 8	37, 433	8, 4
Gretsiya	24, 799	4, 0	14, 618	3, 3
Serbiya	1, 281	0, 2	1, 151	0, 3
Irlandiya	-	-	5, 186	1, 2
Italiya	52, 372	8, 5	40, 246	9, 0
Niderlandiya	15, 828	2, 6	14, 054	3, 1
Norvegiya	-	-	5, 205	1, 2
Polsha	17, 463	2, 8	10, 977	2, 5
Portugaliya	11, 423	1, 9	14, 036	3, 1
Rossiya	24, 551	4, 0	7, 788	1, 7
Ispaniya	75, 563	12, 3	60, 346	13, 5
Shveytsariya	10, 402	1, 7	15, 937	3, 6
Turkiya	-	-	18, 743	4, 2
Ukraina	13, 333	2, 2	1, 078	0, 2
Buyuk Britaniya	35, 814	5, 8	39, 615	8, 9

Manba: Butunjahon turizm tashkiloti (UNWTO). “Turizmda muhim voqealar”, 2017.

Fransiya hozirgi kunda Yevropada eng ko‘p turistlar kelib-ketuvchi mamlakat bo‘lib hisoblanadi. 2016-yilda Fransiya tashrif buyurgan turistlarning umumiy soni 82,6 mln. kishidan ortiq bo‘ldi. Eng ko‘p kelib-ketuvchi turistlar Germaniya, Buyuk Britaniya, Belgiya, Lyuksemburg mamlakatlarining fuqarolaridir. Fransiya kelib-ketuvchi turistlarni jalb etuvchi asosiy turistik resurslar mamlakatning xilma-xil, boy tabiiy, tarixiy resurslaridir.

2016-yilda Osiyo va Tinch okeani mintaqasida xalqaro turistlar soni (+5%) o‘shib, 308,4 millionga yetdi hamda 2015-yilga nisbatan 24 million kishiga oshdi. Ammo hududlar bo‘yicha o‘shish turlicha raqamlarni aks etadi. Masalan, Okeaniya (+7%) va Janubi-sharqiy Osiyoda (+ 5%) o‘shish darajasi qayd etilgan bo‘lsa, Janubiy Osiyo va Shimoli-sharqiy Osiyoda esa 4% ga ortdi.

Umuman olganda, Osiyo va Tinch okeani mintaqasi o‘zining takrorlanmas rekratsiya resurslari va tabiat manzaralari bilangina emas, balki yuqori darajadagi servis xizmati bilan ham alohida ajralib turadi. Mintaqada turizmga sarflanadigan xarajatlar miqdori Yevropa va Amerikaga nisbatan ancha kamligi bilan belgilanadi. Xalqaro turistlar soni mintaqada 1970-yilga nisbatan 17 barobarga, turizm sohasidan keladigan daromadlar esa 75 barobarga ko‘payganligi bilan ifodalanadi.

2.2.4-jadval

Osiyo mamlakatlari bo‘yicha xalqaro turistlarning tashrifi (2016-yil)

Asosiy turistik yo‘nalishlar	Kiruvchi turistlarning umumiy soni (ming kishi)	Ulushi (%)	Kiruvchi turistlardan olingan daromad (mln. dollar)	Ulushi (%)
Osiyo va Tinch okeani mintaqasi	308, 409	100, 0	366, 687	100, 0
Avstraliya	8, 263	2, 7	32, 423	8, 8
Kambodja	5, 012	1, 6	3, 207	0, 9
Xitoy	59, 270	19, 2	44, 432	12, 1
Guam	1, 535	0, 5	-	-

2.2.4-jadvalning davomi

Gonkong (Xitoy)	26, 553	8, 6	32, 860	9, 0
Hindiston	14, 569	4, 7	22, 427	6, 1
Indoneziya	-	-	11, 349	3, 1
Eron	4, 942	1, 6	-	-
Yaponiya	24, 039	7, 8	30, 678	8, 4
Koreya Respublikasi	17, 242	5, 6	17, 210	4, 7
Laos Xalq Demokratik Respublikasi	3, 315	1, 1	540	0, 1
Makao (Xitoy)	15, 704	5, 1	29, 881	8, 1
Malayziya	26, 757	8, 7	18, 074	4, 9
Yangi Zelandiya	3, 370	1, 1	9, 638	2, 6
Filippin	5, 967	1, 9	5, 139	1, 4
Singapur	12, 913	4, 2	18, 386	5, 0
Tayvan (Xitoy)	10, 690	3, 5	13, 383	3, 6
Tailand	32, 588	10, 6	49, 871	13, 6
Vyetnam	10, 013	3, 2	8, 250	2, 2

Manba: Butunjahon turizm tashkiloti (UNWTO). “Turizmda muhim voqealar”, 2017.

Shuni qayd qilish zarurki, Osiyo va Tinch okeani mintaqasi, Amerikadagidek turistlar kelishi bo'yicha asosan bir submintaqada o'rnashgan. Ammo turistlar kelishi darajasi ancha past bo'lib, ularning tarqalishi Sharqiy, Janubi-sharqiy Osiyo va Okeaniya hududlarida bir tekisda tarqalgan.

Osiyo va Tinch okeani mintaqasida asosiy turistlar oqimi Sharqiy Osiyo, ya'ni Yaponiya, Janubiy Koreya va Xitoy (3/5 qismi) mamlakatlariga to'g'ri keladi. Ikkinchi o'rinni esa Janubiy-sharqiy Osiyo (1/3) mamlakatlari egallaydi. Avstraliya va Okeaniya hududlariga qariyb 10 % kiruvchi turistlar soni to'g'ri keladi.

Hozirgi kunda Tinch okeani mintaqasi xalqaro turizm bozorida Xitoy Xalq Respublikasi (XXR) alohida o'rinni egallaydi. Uning ulushiga butun mintaqaga kiruvchi turistlarning 1/3 qismi, Syangan (Gonkong) va Tayvanni birgalikda qo'shib hisoblaganda esa 50 %i to'g'ri kelmoqda.

Amerika qit'asining xalqaro turizmida tutgan salmog'i 16,1 % ni tashkil etadi. 2016-yilda Amerikaga xalqaro turizmida kelganlar soni 2015-yilga nisbatan 6 millionga oshdi (+5%) va 199,3 million turistni tashkil etdi. Ushbu natijalar 2015-yildagi yaxshi natijalarni takrorladi. AQSH dollari qadrining ko'tarilishi Amerika Qo'shma Shtatlari aholisining yanada faol turizm bilan shug'ullanishiga zamin yaratdi. Asosiy turistik yo'nalishlar Karib dengizi havzasi va Markaziy Amerika davlatlariga to'g'ri keldi (bu hududlarda +7% o'sish kuzatildi). Janubiy Amerika va Shimoliy Amerika (+4%) da ham o'sish kuzatildi.

So'nggi yillarda Amerikaning Karib havzasi, Markaziy Amerika va asosan Janubiy Amerika turizmining mavqeyi tobora ko'tarilib bormoqda. Janubiy Amerika xalqaro turistlarning tashrifi bilan alohida ajralib turadi. Chunki ushbu mintaqada o'zining xilma-xil, takrorlanmas tabiiy resurslari, tarixiy yodgorliklari, madaniyati, etnik turmush tarzi bilan ajralib turadi.

2.2.5-jadval

Amerika mamlakatlari bo'yicha xalqaro turistlarning tashrifi (2016-yil)

Asosiy turistik yo'nalishlar	Kiruvchi turistlar soni (ming kishi)	Ulushi (%)	Kiruvchi turistlardan olingan daromad (mln. dollar)	Ulushi (%)
Amerika mintaqasi	199, 338	100, 0	313, 215	100, 0
Argentina	5, 559	2, 8	4, 687	1, 5
Aruba	1, 102	0, 6	1, 631	0, 5
Bagam	1, 482	0, 7	2, 591	0, 8
Braziliya	6, 578	3, 3	6, 024	1, 9
Kanada	19, 971	10, 0	18, 213	5, 8
Chili	5, 641	2, 8	2, 737	0, 9
Kolumbiya	3, 317	1, 7	4, 773	1, 5
Kosta Rika	2, 925	1, 5	3, 879	1, 2
Kuba	3, 968	2, 0	2, 907	0, 9
Dominikan Respublikasi	78	0, 0	132	0, 0

2.2.5-jadvalning davomi

Ekvador	1, 418	0, 7	1, 444	0, 5
Salvador	1, 434	0, 7	829	0, 3
Gvatemala	1, 585	0, 8	1, 550	0, 5
Gonduras	908	0, 5	686	0, 2
Yamayka	2, 182	1, 1	2, 539	0, 8
Meksika	34, 961	17, 5	19, 571	6, 2
Nikaragua	1, 504	0, 8	642	0, 2
Panama	2, 007	1, 0	4, 258	1, 4
Peru	3, 744	1, 9	3, 501	1, 1
Puerto-Riko	3, 736	1, 9	3, 985	1, 3
AQSH	75, 608	37, 9	205, 940	65, 8
Urugvay	3, 037	1, 5	1, 835	0, 6
Paragvay	1, 206	0, 6	481	0, 2

Manba: Butunjahon turizm tashkiloti (UNWTO). “Turizmda muhim voqealar”, 2017.

Afrika xalqaro turizm sohasi bo‘yicha yuqori o‘rinni egallamaydi, chunki uning xalqaro turistlar tashrifi bo‘yicha ulushi bor-yo‘g‘i 4,7 % ni egallaydi. Agar 1990-yilda butun Afrika mamlakatlariga kiruvchi turistlar soni 14,8 mln. kishi bo‘lgan bo‘lsa, 2005-yilga kelib ularning umumiy soni 34,8 mln. kishiga, 2016-yilga kelib esa 57,8 mln. ga yetdi.

Afrikada xalqaro turistlar sonining o‘sishi (+7%) ni tashkil etdi, Shimoliy Afrikada esa past natijalar qayd etilib, 8% ga pastladi. Janubiy Afrika mamlakatlari hamda Saxarida o‘shish (+ 13%) ga yetib, qit‘ada eng yuqori natijalarni qayd etdi.

Afrika turizmining tahlili shuni ko‘rsatadiki, mintaqaga tashrif buyuruvchi turistlar bo‘yicha birinchi o‘rinni Janubiy Afrika Respublikasi (JAR) egallaydi. Janubiy Afrikada turizmga bo‘lgan qiziqish borgan sari ortib, turistik servisni takomillashtirish va uning xilma-xilligini oshirishga e‘tibor kuchayib bormoqda. Xorijiy mamlakatlardan kelayotgan sarmoyalarning bir qismi turizm industriyasini rivojlantirishga yo‘naltirilmoqda.

2016-yilda Janubiy Afrika Respublikasi mamlakatga kiruvchi turistlar soni 10 mln. kishidan ortiq bo‘lgan. Keyingi o‘rinlarni Marokko (10,3 mln. kishi), Tunis (5,7 mln. kishi), Zimbabve (2,1

mln. kishi) kabi mamlakatlar egallaydi. Xalqaro turizmdan keladigan tushum (daromad) bo'yicha ham birinchi o'rinni JAR (7,910 mln. doll.) egallaydi. Keyingi o'rinlarni Marokko (6,548 mln. doll.), Tunis (1,239 mln. doll.), Mavrikiy (1,572 mln. doll.), Tanzaniya (2, 135 mln. doll.) kabi davlatlar egallaydi.

2.2.6-jadval

Afrika mamlakatlari bo'yicha xalqaro turistlarning tashrifi (2016-yil)

Asosiy turistik yo'nalishlar	Kiruvchi turistlar soni (ming kishi)	Ulushi (%)	Kiruvchi turistlardan olingan daromad (mln. dollar)	Ulushi (%)
Afrika	57, 771	100, 0	34, 776	100, 0
Sudan	-	-	1, 009	2, 9
Tunis	5, 724	6, 8	1, 239	3, 6
Benin	267	0, 5	-	-
Kabo-Verde	598	1, 0	368	1, 1
Marokko	10, 332	17, 9	6, 548	18, 8
Eritreya	142	0, 2	48	0, 1
Efiopiya	-	-	280	0, 8
Mavritaniya	1, 275	2, 2	1, 572	4, 5
Mozambik	1, 639	2, 8	108	0, 3
JAR	10, 044	17, 4	7, 910	22, 7
Tanzaniya	-	-	2, 135	6, 1
Uganda	-	-	768	2, 2
Zambiya	956	1, 7	683	2, 0
Zimbabve	2, 168	3, 8	-	-
Madagaskar	293	0, 5	-	-

Manba: Butunjahon turizm tashkiloti (UNVTO). “Turizmda muhim voqealar”, 2017.

Yaqin Sharq mamlakatlariga 2016-yilda kelgan turistlar soni qariyb 53,567 mln. kishini tashkil qildi. Bu mintaqada xalqaro turizmda turistlar tashrifi bo'yicha 4,3 % ni tashkil qiladi. 1990-2016-yillar davomida Yaqin Sharq mamlakatlariga xorijiy turistlar

kelib-ketishi jadal rivojlanib bormoqda. 2016-yilda xalqaro turistlar soni Yaqin Sharqda 3% ga o'sdi va umumiy hisobda 53,5 million tashrifni tashkil etdi. Ularning asosiy qismi Saudiya Arabistoni (18 mln. kishi), Birlashgan Arab Amirligi (15 mln. kishi), Misr (5,2 mln. kishi), Iordaniya (3,8 mln. kishi), Qatar (2,9 mln. kishi)ga tashrif buyurganlar.

2.2.7-jadval

Yaqin Sharq mamlakatlari bo'yicha xalqaro turistlarning tashrifi (2016-yil)

Asosiy turistik yo'nalishlar	Kiruvchi turistlar soni (ming kishi)	Ulushi (%)	Kiruvchi turistlardan olingan daromad (mln. dollar)	Ulushi (%)
Yaqin Sharq	53, 567	100, 0	57, 595	100, 0
Baxreyn	-	-	-	-
Misr	5, 258	9, 8	2, 645	4, 6
Iordaniya	3, 858	7, 2	4, 044	7, 0
Livan	1, 688	3, 2	6, 824	11, 8
Oman	-	-	-	-
Saudiya Arabistoni	18, 049	33, 7	11, 096	19, 3
Suriya Arab Respublikasi	-	-	-	-
Qatar	2, 906	5, 4	5, 411	9, 4
BAA	14, 910	27, 8	19, 496	33, 9

Manba: Butunjahon turizm tashkiloti (UNWTO). "Turizmدا muhim voqealar", 2017.

Turizmdan keladigan daromad ham mintaq bo'yicha 2016-yilda 57,6 mlrd. doll atrofida baholanadi. Turizmdan eng ko'p daromad olgan mamlakatlar qatoriga BAA (19 mlrd. doll.), Saudiya Arabistoni (11 mlrd. doll.), Livan (6,8 mlrd. doll.), Iordaniya (4 mlrd. doll.) davlatlari kiradi. Yaqin Sharq mamlakatlari turizmida diniy turizm sohasi alohida o'rin egallaydi.

2.3. Xalqaro turizm xizmatlar bozorini rivojlantirish tendensiyalari

Milliy va mintaqaviy turizmni rivojlantirish muammolarini yechishga bag'ishlangan ilmiy ishlar va adabiyotlar tahlili, statistik ma'lumotlar, jumladan, turizm va sayohatlar bo'yicha Butunjahon kengash (WTTC) materiallari va boshqa manbalar tahlili jahon turizm taraqqiyotining umumiy tendensiyalarini aniqlashga imkon beradi. Bu, o'z navbatida, O'zbekiston va uning mintaqalari turizm industriyasining rivojlanishiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Aynan, jahon turistik-rekreatsioon bozorini rivojlanish tendensiyalarini aniqlash va ularning ilmiy tahlili, milliy va mintaqaviy turizmning istiqbolini prognozlash va rejalashtirish jarayonlariga imkon yaratadi, ular aniq turistik-rekreatsioon tizimni shakllantirish dasturlarini va konsepsiyasini ishlab chiqishda hisobga olinadi. Ilmiy tadqiqotlar rivojlangan davlatlarda xizmatlar sohasida yuz beradigan jarayonlarning ko'p jihatdan umumiy xususiyatlarga ega ekanligidan dalolat beradi, shu sababli xorij tajribasini mahalliy sharoitlarda qo'llash maqsadida batafsil o'rganish muhim hisoblanadi.

Xalqaro darajada turistik xizmatlar bozorining rivojlanish tendensiyalarini ko'rib chiqishda ko'pgina davlatlar uchun chiquvchi turistlar oqimining o'sishi, jumladan, 2014-yildan keyingi davrda chiquvchi turizmning yuqori suratlarda ko'payishi kuzatilmoqda. Chiquvchi oqimning yillik eng yuqori ko'payish sur'atlari Birlashgan Arab Amirlikida – 49,8 %, Kipr mamlakatida – 40,7 %, Turkiya mamlakatida – 31,9 % ni tashkil qilmoqda¹⁵.

Hajmi bo'yicha barqaror hisoblangan ekskursiya-tanishuv turizmi bo'yicha Fransiya davlati ustun hisoblansa, AQSH va Germaniya davlatlari esa xizmat maqsadidagi safarlar bo'yicha ustunlik qilmoqda.

Turizmni rivojlantirish bo'yicha o'nta yetakchi mamlakatlar qatoridan Avstraliya chiqib ketadi, uning o'rnini Meksika davlati egallash ehtimoli mavjud. Hozirgi vaqtda turizmdan eng yuqori daromadlarni yozgi dam olish davrida turistlarni qabul qiladigan davlatlar olmoqda va bular Ispaniya, Gretsiya, Turkiya, Kipr,

¹⁵United Nations World Tourism Organization. Yearbook of Tourism Statistics. Madrid: UNWTO, 2015.

Janubi-sharqiy Osiyo davlatlaridir. Bu mamlakatlar turistlarga dam olish uchun mumtoz turto'plamlarni taqdim etmoqdalar. Rossiya davlati esa faqatgina Qora dengiz sohillaridagina bunday dam olishni ta'minlash imkoniyatiga ega. Bu yerda yozgi cho'milish mavsumi O'rta Yer dengizi mamlakatlariga qaraganda 2 oy qisqaroq davom etadi. Qumli plyajlarning uzunligi bo'yicha Rossiya sohillari Turkiya, Ispaniya, Afrikaning O'rta Yer dengizi mamlakatlari qirg'oqlaridan o'nlab marotaba kichikdir. Dengiz suvining ekologik holati ham ijobiy emas, Qora dengizning hozirgi holati ekologlarni birmuncha tashvishlantirmoqda, u yerda bir nechta salbiy hisoblangan jarayonlar kuzatilmoqda.

Bugungi kunda jahon turizmini rivojlantirishda ayniqsa, quyidagi davlatlar yetakchilik qilmoqda: Montenegro, Hindiston, Vyetnam, Angola, Laos, Chad, Gvadelupa, Fidji, Uganda va Xitoy davlatlari. Turizm industriyasining bu davlatlarda rivojlanishiga e'tiborning ortishi ularning iqtisodiyotiga o'zining ijobiy ta'sirini o'tkazmoqda, ma'lumotlarni raqamlarda ifodalasak, jahon yalpi ichki mahsulotiga bevosita 3,8% va bilvosita 10% qo'shilishiga ta'sir qiladi.

Rossiya turizm bozorini rivojlantirishning tajribasidan ma'lum bo'lishicha, 2015-yilda beshta yirik turistik kompaniya inqirozga uchragan. Bunga Rossiyada kechgan turizm sohasining tizimli inqirozi sabab bo'ldi, chunki turoperatorlar piramida tamoyili asosida moliyalashtirilmoqda, ya'ni fuqarolarning bugun to'lagan puli ularning o'zi uchun emas, balki firmaning keyingi turistlari xarajatlarini moliyalashtirish uchun ishlatilmoqda. Ularning tashrifi xarajatlarini esa turfirmaning kelajakdagi mijozlari to'laydi.

Hozirgi vaqtda dunyodagi turistik firmalar o'z mahsulotini umuman mijozlar ommasiga emas, balki imkoniyat darajasida aniq guruhlarining ehtiyojlariga yo'naltirishga harakat qilmoqdalar. Zamonaviy turmahsulot bozorida G'arb davlatlari dam olish uchun oilaviy turlarni, o'quvchilar uchun ekskursiyalar, maxsus tashriflar, sarguzashtli va ov turlari, alohida soha xodimlari uchun maxsus turlarni taklif qilmoqdalar. Turmahsulotni shunga o'xshash farqlanishi uning turli komponentlari va xillarini subyektiv qiyosiy baholash muammosini tug'diradi, bu esa mintaqa turistik

resurslaridan maksimal foydalanuvchi optimal majmualari turlarni shakllantirish uchun asos bo'lib xizmat qiladi.

Jahonda turizm xizmatlar bozorini rivojlantirishning navbatdagi tendensiyasi – turizm industriyasining davlat tomonidan ko'maklashish darajasini oshirishdir. Bugungi kunda ko'pgina davlatlarda turistik mintaqaning mintaqaviy brendlari shakllantirilgan, ba'zi davlatlar o'zining turmahsulotini umumjahon turizm bozorida siljitishga ko'mak beradilar.

G'arb mamlakatlaridagi turistik kompaniyalarni rivojlantirishda davlatning ko'magiga oid ayrim misollarni ko'rib chiqamiz. Masalan, o'z mintaqasida turistik xizmatlarga bo'lgan talabni rag'batlantirish uchun Kipr hukumati viza tartibini yengillashtirishga urindi. Hukumat xatti-harakatlari natijasida Kipr diplomatik missiyasi elchixonasi Rossiya va boshqa davlatlarning vakillari uchun vizalarni bepul qilib belgiladi.

Turistik va rekreatsion xizmatlarni siljitish uchun Chexiya kuchli marketing siyosatini olib bormoqda. Ular psixologlarni jalb qilib, yangi brend ishlab chiqdilar. 2013-yilda Chexiya Respublikasi Milliy turistik boshqaruvi (MTB) 50 dan ortiq tadbirlarni, shu jumladan, qator xizmat uchrashuvlari va mavzuli taqdimotlarni tashkil qilmoqda. Mazkur tadbirlar dunyo bozorlarida yetarli darajada tanish bo'lmagan Chexiya saroylari, kurortlari, YUNESKO ro'yxatiga kiritilgan shaharlari va mintaqaning boshqa diqqatga sazovor joylariga bag'ishlangan.

Shunday qilib, turistik xizmatlar bozorining faoliyat ko'rsatishidagi xorijiy tajribalarning tahlili jarayonida quyidagi xalqaro turizm xizmatlar bozorini rivojlantirish tendensiyalarini kiritish mumkin:¹⁶

1. Turizm sohasini servislashtirish tendensiyasi kuzatilmoqda, zero, rivojlangan davlatlardagi aholining kattagina qismida XX asrning ikkinchi yarmidan boshlab fe'l-atvor va dunyoqarashda ayrim o'zgarishlar kuzatilmoqda, avvalgi «iste'molchilik psixologiyasi» tushunchasi o'rniga jamoaviy psixologiya shakllanishiga ishora qiluvchi «postindustrial jamiyat», «farovon jamiyat», «bo'sh vaqt jamiyati» singari tushunchalar kirib keldi.

¹⁶Safarov B.Sh. Milliy turizm xizmatlar bozorini innovatsion rivojlantirishning metodologik asoslari // Monografiya. – Toshkent: «Fan va texnologiya» nashriyoti, 2016, 184 b.

2. Bugungi kunda jahon turizm bozorida quyidagi maqsadli turistik ko'rsatmalar ustun turadi: yangi taassurotlarning paydo bo'lishi va ularning tezda o'zgarishi, guruhli yoki ikki kishi bo'lib dam olish, ichki sabablar tufayli yoki tashqi ta'sirlarsiz o'z xohish istaklarini tezda qondirishga intilish, tabiat va landshaft go'zalligidan bahra olish.

3. Aniq iste'molchilar fe'l-atvorining turizm industriyasiga ta'siri ostida yuzaga keladigan turistik talabni chuqur o'rganish natijasida turistik mahsulotni differensiyalash harakati kuchaymoqda.

4. Dunyoda turistik xizmatlar tizimli savdosi shakllanmoqda va faol rivojlanmoqda hamda turizmni rivojlantirish sohasida franchayzingdan foydalanish amaliyoti keng tarqalmoqda.

5. Internet turizmi sohasining ko'lami kengayib bormoqda, yil sayin tarmoqda o'zining sahifasini tashkil etishga urinayotgan turli darajadagi turizm bozori subyektlarining soni ortib bormoqda, mutaxassislarning baholashicha, 2018-yilga kelib barcha turistik mahsulotlarning uchdan bir qismi internet orqali sotilishi bashorat qilinmoqda.

Tayanch so'z va iboralar: "Turizm" tushunchasiga berilgan xorijiy mamlakatlar ta'riflari, O'zbekistonda turizm sohasiga strategik sektor maqomining berilishi, turizm xizmatlar bozoridagi vaziyat, turizmda franchayzing shartnomasi, rivojlantirish tendensiyalari, chiquvchi turistik oqim.

Mustaqil ishlash uchun savollar

1. Turizmga xorijiy mamlakatlar tomonidan berilgan ta'riflar o'zaro nimasi bilan o'xshash?

2. Turizm sohasiga strategik sektor maqomini berilishi O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qaysi Farmoni bilan amalga oshirildi va bu maqom nimani anglatadi?

3. Turizm xizmatlar bozorini innovatsion rivojlantirish bilan bog'liq ilmiy izlanishlar jahonning qaysi ilmiy markazlari va oliy ta'lim muassasalarida olib borilmoqda va qanday natijalar olingan?

4. Xorijiy mamlakatlar darajasida bugungi kunda Yevropa, Osiyo va Okeaniya, Amerika, Afrika, Yaqin Sharq hududlarining

turistlarni qabul qilish va ulardan ko‘rilgan daromad hajmi bo‘yicha o‘rnini belgilang.

5. Oxirgi yillar davomida Xitoy xalqaro turistik xarajatlar bo‘yicha qanday mavqega ega bo‘ldi?

6. Bugungi kunda jahon turizmini rivojlantirishda ayniqsa, qaysi davlatlar yetakchilik qilmoqda?

7. Xalqaro turizm xizmatlar bozorini rivojlantirish tendensiyalari nimalardan iborat?

Amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar

Jahon turizmini rivojlantirishda O‘zbekiston turizm sohasining ulushini aniqlang. O‘zbekistonda turizm sohasiga strategik sektor maqomini berilishi bunda qanday imkoniyatlarni berishini asoslab bering.

Test savollari

1. Qaysi xorijiy mamlakatlar tomonidan turizmga berilgan ta’riflar bizga ma’qul keladi?

- a) Amerika Qo‘shma Shtatlari;
- b) Kanada;
- d) Buyuk Britaniya;
- e) BTT Butunjahon turizm tashkiloti.

2. Turizm sohasiga strategik sektor maqomini berish bo‘yicha O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni qachon qabul qilingan?

- a) 1997-yil;
- b) 2001-yil;
- d) 2014-yil;
- e) 2016-yil.

3. Xalqaro turistlar tashrifi bo‘yicha 2016-yilda dunyo qit’alarining o‘rnini qaysi javobda to‘g‘ri ko‘rsatilgan? 1) Osiyo va Tinch okeani; 2) Yevropa; 3) Amerika; 4) Afrika; 5) Yaqin Sharq.

- a) 2, 1, 3, 4, 5
- b) 1, 2, 3, 4, 5
- d) 3, 5, 4, 2, 1

e) 5, 4, 3, 2, 1

4. Xalqaro turizm xizmatlar bozorini rivojlantirish tendensiyalariga nimalarni kiritish mumkin?

- a) turistik xizmatlarning tizimli savdosini;
- b) yangi taassurotlarning paydo bo'lishi va ularning tezda o'zgarishi;
- d) rekreatsion xizmatlarni siljitish;
- e) davlat tomonidan ko'maklashish.

5. Chiquvchi turistlar oqimining yillik eng yuqori sur'atlari qaysi mamlakatda kuzatilmoqda?

- a) Birlashgan Arab Amirli;
- b) Kipr;
- d) Rossiya;
- e) Chexiya Respublikasi.

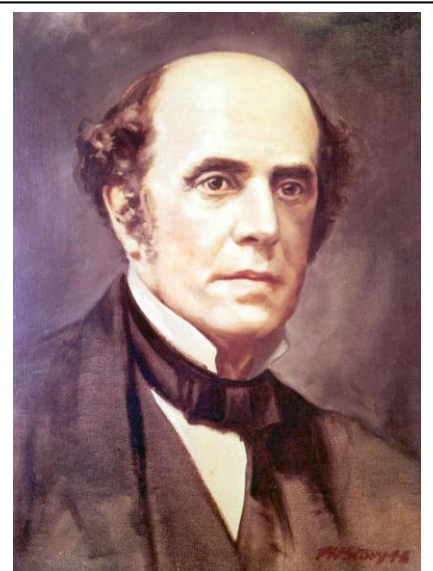
3-mavzu. SAYOHATCHI VA TURIST HAQIDAGI TUSHUNCHALARNING MOHIYATI

Reja:

- 3.1. Turizmning shakllanish tarixi.
- 3.2. Sayohatchi va turistni ajratib turuvchi asosiy farqlar.
- 3.3. Markaziy Osiyo allomalarining turizm bilan bogʻliq sayohatlari.

3.1. Turizmning shakllanish tarixi

Bugungi kunda zamonaviy turizm asoschisi sifatida angliyalik **Tomas Kuk** tan olingan. U birinchilardan boʻlib sayohat maqsadida ommaviy safar uyushtirishning mohiyati va foydaliligini anglab yetdi hamda 1843-yilda u dastlabki temir yoʻl orqali turni muvaffaqiyatli tashkil lashtirdi. 1851-yilda u mamlakatning barcha hududlaridan kelgan 165 ming kishini Parijdagi koʻrgazmada ishtirok etishini tashkil qildi. Koʻrgazmaga qilingan sayohat katta foyda keltirganligi sababli, Kuk angliyalik turistlarning 1865-yilda



Tomas Kuk (1808-1892)

Parijga Butunjahon koʻrgazmasiga ommaviy ravishda tashrif buyurishining tashkilotchisi boʻldi. 1856-yildan boshlab, Yevropa boʻylab turlar odatiy holga aylandi, Kukning turistik agentligi va uning filiallari tuzildi. Turistik kompaniyaning misli koʻrilmagan muvaffaqiyatga erishganligini Kuk turistlarga taklif etgan katalogdan 8 mingdan ortiq mehmonxonalarning oʻrin olganligi ham tasdiqlaydi. Tomas Kuk 1872-yilda birinchi boʻlib sanoat asosida jahon boʻylab sayohat uyushtirishni taklif qilgan. Bugungi kunda «Tomas Kuk» kompaniyasi butun dunyoda 12000 dan ortiq turistik agentliklarga ega boʻlib, yiliga 20 milliondan ortiq turistga xizmat koʻrsatadi.

Salb yurishlari oʻrta asrlarning mashhur hodisalari sifatida qayd etiladi. Hozirgi paytda ziyoratchilik diniy turizmning asosini

tashkil qilib, o'z faoliyatiga ko'ra, keng miqyosga ega hisoblanadi. Bunga misol tariqasida islom dini vakillarining muqaddas Makka-yu Mukarrama shahriga hajga borishi yoki xristianlarning Quddus shahriga ziyorat qilishlarini keltirib o'tish kifoya.

Turizm sohasi oxirgi 30 yil ichida ayniqsa, jadal sur'atlarda rivojlandi. Bu vaqt oralig'ida xalqaro turistlar soni 3,8 marta, bu sohadan keladigan foyda 25 martaga o'sdi. Hozirgi kunda turizm sohasiga dunyo yalpi mahsulotining 10 foizi, xalqaro sarmoyalarning 7 foizi, ish o'rinlarining har 16-si, dunyo iste'mol xarajatlarning 12 foizi to'g'ri kelmoqda. Bugungi kunda turizm – jahon miqyosidagi iqtisodiyotning juda kuchli tarmog'i bo'lib, bu sohaga juda ko'p sonli xodimlar, asosiy vositalar va yirik kapital mablag'lar jalb qilingan. ***Turizm yirik biznes, katta pul va global miqyosdagi jiddiy siyosatdan*** iborat.

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

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, ya'ni bandlik muammosini ham 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 joylarining ochilishiga yordam beradi. Shu bilan birga, mahalliy mintaqalarning rivojlanishiga ham ijobiy ta'sir qilib, jumladan, qishloq xo'jalik, mahalliy sanoat va milliy hunarmandchilik mahsulotlarini sotishga yordam beradi.

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

Hozirgi tushunchalarda qabul qilingan turizm XIX asrning oxiriga borib shakllangan bo'lsa-da, faqat XX asrga kelib u jadal sur'atlarda rivojlandi hamda texnika va texnologiyalarning rivojlanishi, jamiyat munosabatlarining yuksalishi natijasida «XX asr fenomeni» nomini oldi.

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

3.2. Sayohatchi va turistni ajratib turuvchi asosiy farqlar

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

Sayohatlar ayrim shaxslar tomonidan alohida, yagona maqsad va qiziqishga ega bo'lgan shaxslar tomonidan ekspeditsiyalar, jumladan, ilmiy ekspeditsiyalar tuzilgan holda amalga oshirilib, ular tarkibiga yuzlab va hattoki minglab mutaxassislar, diplomatlar, migrantlar va ko'chib yuruvchilar ham kiradi. Dengiz, havo va boshqa transport vositalari ekipajlari oylab o'z uylarida bo'lmay-

dilar, shu tariqa ular uchun sayohat turmush tarzi, kunlik ish faoliyati bo'lib hisoblanadi.

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

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

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

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

Turist – O'zbekiston Respublikasi hududi bo'ylab yoki boshqa mamlakatga sayohat qiluvchi (doimiy istiqomat joyidan turizm maqsadida jo'nab ketgan) jismoniy shaxs¹⁷.

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 har doim ham turist deya olmaymiz. Sayohatlardan farqli ravishda, turizm iqtisodiyot va siyosatning kuchli ta'siriga uchrovchi soha bo'lib hisoblanadi. Turizm bu turistlar tomonidan amalga oshiriluvchi, aniq belgilangan turistik maqsadlarga ega ommaviy sayohatlar turi bo'lib, turistning

¹⁷O'zbekiston Respublikasining «Turizm to'g'risida»gi Qonuni//«Xalq so'zi» gazetasi, 1999.

faoliyati va bunday sayohatlarni uyushtirish va amalga oshirish bo'yicha maxsus xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlardan iborat. Bunday maxsus xizmat ko'rsatuvchi tashkilotlar faoliyati avvalambor turistik firmalar, mehmonxonalar va shu xizmatlar bilan bog'liq bo'lgan turli xil boshqa tarmoqlar tomonidan amalga oshiriladi.

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

Iqtisodiy omillarni hisobga olish nuqtayi nazaridan tashrif buyuruvchilar – tunovchi, ya'ni bir kecha yotib qoluvchilar va bir kunlik, ya'ni 24 soatgacha (mehmonxonada) bo'luvchi turistlarga bo'linadi. Turizmning mohiyati va turistik faoliyatni yaxshi bilish uchun 3.2.1-jadval ma'lumotlarini to'liq o'zlashtirish maqsadga muvofiq bo'ladi.

3.2.1-jadval

Turizm jarayonida turistni sayohatchidan ajratib turuvchi asosiy farqlari

№	Farq qiluvchi belgilar	Turizm (turist)	Sayohat (sayohatchi)
1	Mamlakat iqtisodiyotiga ta'siri bo'yicha.	Turizm jahon miqyosidagi kuchli iqtisodiyot tarmog'i bo'lib, uning jahon yalpi ichki mahsulotidagi ulushi mavjud. Bu yirik biznes, katta pul va global miqyosdagi jiddiy siyosatdir.	Sayohatlarning iqtisodiyotga bevosita ta'siri yo'q.
2	Qo'yilgan maqsadlar bo'yicha.	Yo'llanmada ko'rsatilgan aniq qo'yilgan maqsadlar bilan chegaralangan.	Aniq qo'yilgan maqsadlar bilan chegaralanmagan.

3.2.1-jadvalning davomi

3	Muddat mobaynida.	Muddatlari: 3-7 kunlik; 8-28 kunlik; kunlar bilan belgilangan.	Muddati belgilanmagan.
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.	Qonun bo'yicha borgan joyida turist uchun haq to'lanadigan faoliyat bilan shug'ullanish mumkin emas.	Borgan joyida sayohatchi uchun haq to'lanadigan faoliyat bilan shug'ullanish mumkin.
7	Mablag' bilan ta'minlash.	Turistning shaxsiy mablag'idan va ijtimoiy fondlardan.	Homiy tashkilotlar, davlat va xususiy jamg'armalar tomonidan moliyalashtiriladi.
8	Tashkil qilish va xizmat ko'rsatish.	Bu faoliyat turli xil turistik korxonalar va xizmat ko'rsatish sohalari bilan bog'liq tarmoqlar tomonidan amalga oshiriladi.	Tashkil qilish homiy tashkilotlar, davlat va xususiy jamg'armalar tomonidan amalga oshiriladi, sayohlarga xizmat ko'rsatish esa bevosita o'zi tomonidan amalga oshiriladi.
9	Yashash faoliyatiga ta'siri.	Turist uchun sayohatga borib kelish dam olish va o'z bilimlarini oshirishga xizmat qiladi.	Sayohatchi uchun sayohat kasbi yoki kun ko'rish manbai, turmush tarzi bo'lib xizmat qiladi.

3.3. Markaziy Osiyo allomalarining turizm bilan bog'liq sayohatlari

Turizm qadim zamonlardan boshlab sayyoramiz xalqlari o'rtasida do'stlik rishtalarini mustahkamlashga xizmat qilgan. Odamlar yangi o'lkalarni kashf etish, dunyoni ko'rish va bilish, savdo-sotiqni rivojlantirish, madaniy va diplomatik aloqalarni o'rnatish maqsadida sayohatga chiqqanlar. Savdo karvonlari yo'llari kesishgan, madaniyatlar va sivilizatsiyalar tutashgan chorrahada joylashgani uchun Markaziy Osiyo mintaqasi bu jarayonda muhim o'rin tutgan.

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

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 dini kirib kela boshladi. Mahalliy xalqning islom diniga o'tishi bilan Markaziy Osiyoni Arab mamlakatlari Makkai Madina bilan bog'ladi. Islom dini farzlaridan biri hajga borish hisoblanib, movarounnahrliklar o'z yurtlaridan chiqib, Afg'oniston, Eron, Iroq, Suriya orqali o'tib, Saudiya Arabistonidagi Makka va Madina shaharlarida haj amalini bajarganlar. Bu yo'l mashaqqatli, og'ir, bir necha oy va yillarni o'z ichiga olgan bo'lsa-da, yildan-yilga hajga boruvchilarning soni ortib borgan.

Ziyoratchi-olimlarning eng mashhuri deb buyuk muhaddis **Imom Ismoil al-Buxoriyni** tan olamiz. Imom Ismoil al-Buxoriy o'z onasi bilan 17 yoshida hajga borib, bir necha yil Arabistonda yashaydi. U fiqh hadislarini yig'ish maqsadida Bog'dod, Damashq, Balx, Nishopur, Misr va boshqa ko'pgina arab shaharlarida 40 yil davomida sayohat qilib, hadislarini to'playdi. Bunga Imom al-Buxoriyning zamondoshi **Abu Iso Muhammad at - Termiziyni**



3.3.1-rasm. Imom Ismoil al-Buxoriyning sayohatlari

Bogʻdod, Kufa va Basraga borib, bilim olishgan va arab tilida ijod qilishga majbur boʻlganlar. Bu shaharlar Sharqning yirik ilm va madaniyat markazi boʻlib, ular orasida Bogʻdod shahri eng mashhuri edi. IX asrda bu shaharda «Bayt-ul hikma» – «Donishmandlar uyi» Sharqning oʻz davridagi Fanlar Akademiyasi tashkil etilgan edi.

«Bayt-ul hikma»da katta kutubxona hamda Bogʻdodda va Damashqda astronomik kuzatishlar olib boriladigan rasadxonalar mavjud edi. Bu yerdagi toliblar tadqiqotlar bilan bir qatorda, qadimgi yunon va hind olimlarining ilmiy merosini oʻrganish va asarlarini arab tiliga tarjima qilish bilan shugʻullanganlar. Bu yerda oʻrta asar ilmu faniga katta hissa qoʻshgan koʻpgina Movarounnahr va Xuroson olimlari ijod qilishgan. Quyida Markaziy Osiyo sayyoh olimlarining turizm sifatidagi sayohatlari bilan bogʻliq faoliyatini keltiramiz.

Xorazm ilmiy maktabining ilk koʻzga koʻringan namoyandasi Muhammad al-Xorazmiy boʻlib, u, amerikalik sharqshunos D. Sarton taʼbiri bilan aytganda, “Barcha zamonlarning eng ulugʻ matematiklaridan biri edi”.

ham misol qilish mumkin. Shu davrda uning Bogʻdodda koʻpgina shogirdlari ham bor edi.

Arab halifaligiga kirgan Movarounnahr, Xuroson va Xorazmda mahalliy tillarda yozilgan asarlar yoʻq qilinib, yerli bilimdonlar, tolibi ilmlar halifalikning markaziy shaharlari Damashq, Qohira,



3.3.2-rasm. Abu Iso Muhammad at - Termiziy

Muhammad al - Xorazmiy Xorazmda tug‘ilgan va Bog‘dodda vafot etgan. Al-Xorazmiyning asarlarida hammasi bo‘lib 537 joyning nomi, shaharlar, tog‘lar (203 ta nom), dengizlar va orollarning nomlari, oxirida esa daryolar alohida-alohida yozilgan. Qizil dengiz, Hind va Atlantika



3.3.3-rasm. Muhammad al-Xorazmiy

okeanlari kabi nomlar uchraydi. Shuningdek, Azov dengizi, Nil daryosi havzalariga izoh berilgan. Italiyalik sharqshunos K. Nallino: “Yevropadagi hech bir xalq Al-Xorazmiy erishgan yutuqqa erishgan emas va bunday asar yaratishga qobil emas edi”, – deb yozgan edi. Al-Xorazmiyning sayohatlari natijasida yaratilgan geografik g‘oyalari bu fanni yangi pog‘onaga ko‘tarib, IX asr boshlarida Sharqda yangi geografiya fanining yaratilishiga olib keldi.



3.3.4-rasm. Nil daryosining Roda orolidagi Ahmad Farg‘oniyga o‘rnatilgan haykal

Ahmad Farg‘oniy Farg‘onada tug‘ilgan va dastlabki ilmni shu yerda olib, voyaga yetgan. So‘ng o‘sha zamonda Sharqda mashhur bo‘lgan Bog‘doddagi “Bayt-ul hikma” akademiyasida Muhammad al-Xorazmiy bilan ishlash baxtiga muyassar bo‘lgan. Ahmad Farg‘oniy Quyosh va Oy tutilishlarini ilmiy jihatdan isbotlab bergan, yulduzlar ilmi-ni-ni-ni sultoni deb tan olingan Mirzo Ulug‘bekdan besh asr oldin Quyosh va yulduzlarning harakat yo‘nalishlarini, Yer shar shaklida ekanligini va u qutblar deb ataluvchi ikki o‘q atrofida harakatlanishini ham isbotlab bergan.

Oradan 800 yil o‘tgach, Xristofor Kolumb hamda XVI asrda Yer shari bo‘ylab aylanma sayohatni amalga oshirgan Fernando Magellan ham Ahmad Farg‘oniyning Yer shari hajmini hisoblash uchun ishlatgan bir daraja meridian uzunligi haqidagi hisob-kitoblarning naqadar to‘g‘ri ekanligini yozib qoldirishgan. Ahmad

Fargʻoniy Nil daryosining suvini doimiy oʻlchab turuvchi nilometr asbobini yasagan. Bu asbob boʻyicha butun Nil daryosi havzasida muvaffaqiyatli dehqonchilik qilingan. Bu asbob boʻyicha Nil daryosining toshqinli davrlari oldindan maʼlum boʻlgan va isteʼmol qilingan suv uchun toʻlanadigan soliq miqdori aniqlangan.



3.3.5-rasm. Hamadon shahridagi Ibn Sino maqbarasi

Misr hukumati vatandoshimiz Ahmad Fargʻoniyning ushbu mamlakat oldidagi xizmatlariga yuksak ehtirom sifatida Nil daryosidagi Roda orolida uning haykalini oʻrnatishga qaror qildi. Ushbu haykal Birinchi Prezidentimiz Islom Karimovning 2007-yilda Misrga qilgan rasmiy tashrifi chogʻida tantanali ravishda ochilgan.

Abu Rayhon Beruniyning umri doimo sayohat va bir shahardan ikkinchisiga koʻchib yurib, tadqiqotlar oʻtkazish bilan oʻtgan. Alloma Bogʻdodda Oy tutilishini isbotlab bergan. Agar Beruniyning butun umri davomida qilgan sayohatlarini sarhisob qilsak, u shimolda Xorazmga, janubda Hindistonga, gʻarbda Kaspiy dengizi sohili va Bogʻdod oraligʻida sayohat qilgan.



3.3.6-rasm. Tehronda Abu Rayhon Beruniyga oʻrnatilgan haykal

Abu Ali ibn Sino. Ibn Sino hayoti davomida muntazam ravishda sayohat qilib turgan va koʻp yurtlarni kezgan. Buxorodan keyin Xorazmda, Turkmanistonda, Eron shaharlarida va Kaspiy dengizi sohillariga sayohat qilgan.

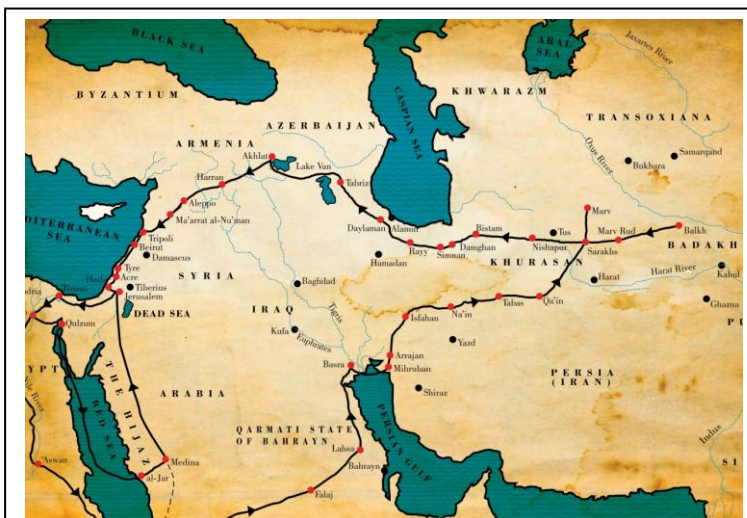
Ibn Sino Kasbiy dengizi boʻyida, Marv daryosi boʻylarida va Qoraqum sahrosini kesib oʻtishda, Eron, Turkmaniston mamlakatlari hududlaridagi sayohatlari davrida dorivor oʻsimliklarning oʻsish ariallari, ularning shifobaxshlik xususiyatlarini oʻrganish davomida joylarning geografik xaritalardagi oʻrni, tabiiy iqlim

sharoitlari, ayniqsa, buloqlar, betakror tabiiy go'shalar, issiq suvlarning davolash xususiyatlari haqida juda ko'p ilmiy ma'lumotlarni o'z asarlarida qayd etgan.

Nosir Hisrav Balx shahri yaqinidagi Qobodiyon qishlog'ida tug'ilgan. U 1045-yilning kuzida Murg'ob daryosi bo'ylab janubga yurib, daryoning boshlanishigacha yetib borishda ko'rganlarini o'zining esdaliklariga tushirgan. Ikkinchi sayohatini u 1046-yil Arabistonga qarab boshladi. Manbalarda keltirilishicha, uning bu safari XI asrda amalga oshirilgan eng uzoq muddatli, qiziqarli va ma'lumotlarga boy bo'lgan sayohatlardan biri hisoblanadi.

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

Mahmud Qoshg'ariy Xitoyning Qashqar shahrida tug'ilgan. Manbalarga ko'ra, u Janubi-g'arbiy Osiyoning ko'plab shaharlarida bo'lgan, Bog'dodda ham yashagan. Turkiy tillarning xususiyatlarini o'rganish maqsadida olim ko'p yillar davomida Rumdan Mochingacha, O'rta Yer



3.3.7-rasm. Nosir Hisrav sayohatlari

va Qora dengizlari bo'ylaridan to Xitoygacha sayohat qilgan, turkiy qabilalar yashaydigan yerlar, shahar va qishloqlarni kezman. Uning «Devoni lug'atit turk» (Turkiy so'zlar lug'ati – «Devon») dunyo ilmining nodir qomusiy asari sifatida tan olingan. Shuning uchun ham, sharqshunos olim N. Baskakov Mahmud Qoshg'ariyni «Turkiy tillarni qiyoslash borasida yo'lchi yulduz» deb atagan bo'lsa, yana bir taniqli sharqshunos olim uni «XI asrning Radlovi» deya ta'riflagan edi. Uning safar marshrutlari davomidagi tabiiy geografik mintaqalarning iqlim xususiyatlari va ulardagi farqlar

haqidagi ma'lumotlari hozirgi turizm sohasi uchun xizmat qilmoqda.

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

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

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

Abdurazzoq Samarqandiy (1423-1482). 1441–1444-yillarda (Afanasiy Nikitindan 25 yil oldin, Vasko da Gamadan 56 yil oldin) Hindistonga dengiz orqali borish yo'lini birinchi bo'lib bosib o'tgan va ushbu yo'nalishdagi hududlarni geografik jihatdan tasvirlab bergan sayyoh vatandoshimiz Abdurazzoq Samarqandiydir. U sayohati davomida Xurosonning qumli cho'llari, Markaziy Osiyoning janubi, Ozarbayjon, Eron, Iroq orqali o'tib, Fors ko'rfazidan Arabistonga chiqqan va mazkur dengiz orqali Hindistonga yetib borgan. Hindistonga borgan mashhur rus sayyohi Afanasiy Nikitin va golland sayyohi Vasko da Gamalar Hindistonga dengiz yo'li

bilan borishda vatandoshimiz Abdurazzoq Samarqandiyning asarlaridan foydalanganliklarini yozib qoldirishgan.

Zahiriddin Muhammad Bobur (1483-1530). Zahiriddin yoshlik chog'laridanoq turli sayohatlarni yaxshi ko'rgan. U 15-16 yasharligida Farg'ona, Samarqand va Toshkent hududlarini bir necha marta aylanib chiqqan. 19 yoshga to'lganda, Hisor tarafidan toqqa ko'tarilib, Fandaryo va Iskandarko'l orqali Zarafshon vodiysiga o'tib, Samarqandga kelgan. Boburning yozishicha, 21 yoshigacha Farg'onadan Buxorogacha, Toshkentdan Hisor va Hirotgacha bo'lgan barcha shahar va qishloqlarda hamda dashtu tog'larda bo'lgan. U umrining 30 yilini safarlarda o'tkazdi. Sayohatlari davrida o'zining shoh asari «Boburnoma» uchun boy ma'lumotlar to'plagan. «Boburnoma» O'rta Osiyo, Afg'oniston va Hindiston davlatlarining geografiyasi, tarixi, ijtimoiy-iqtisodiy hayoti, tabiati, etnografiyasi va tibbiyotiga oid muhim ma'lumotlar to'plami jihatidan dunyodagi eng mukammal asarlar ro'yhatiga kiritilgan. «Boburnoma» da 1000 dan ortiq geografik nomlar, mamlakat, shahar, qishloq, qal'a, dasht, tog', dovon, dara, daryo, ko'pri, kechuv, ko'l, chashma, bog', yaylov va joylarning nomlari keltirilgan.

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



3.3.8-rasm. Hindistonning Agra shahridagi Boburiylar saroyi. Qizil qal'a.

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

iqtisodiyot tarmog‘i, zamon va makonda ko‘chib yurish, bo‘sh vaqtning va mablag‘ning mavjudligi.

Mustaqil ishlash uchun savollar

1. Sayohat deganda nimani tushunasiz?
2. Ilk sayohatchilar kimlar bo‘lgan?
3. Ziyoratchilar qanday sayohatlarni amalga oshiradilar?
4. Savdogarlar sayohati haqida nimalarni bilasiz?
5. Markaziy Osiyo sayohatchilarining turizmga qo‘shgan his-sasi nimadan iborat?
6. Nima uchun Tomas Kuk turizmning asoschisi deyiladi?
7. «Turizm» ga berilgan ta’rifni keltiring.
8. Turistni sayohatchidan farqi nimalardan iborat?

Amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar

Yana qaysi Markaziy Osiyo sayohatchi allomalarning ilmiy faoliyatini va safar qilgan joylarni bilasiz? Markaziy Osiyo allomalarning ilmiy faoliyatlari davomida qilgan sayohatlarini chuqurroq bilish uchun adabiyotlardan va internet ma’lumotlaridan foydalangan holda ma’lumotlar to‘plang va taqdimotini o‘tkazing.

Test savollari

1. Sayohat tushunchasiga to‘g‘ri ta’rif berilgan qatorni belgilang.

- a) fuqarolarning ma’lum biror vaqt davomida qanday maqsadligidan qat’i nazar boshqa joyga borishi;
- b) uzog‘i bilan bir yil muddatga jo‘nab ketishi;
- d) uzog‘i bilan olti oyga jo‘nab ketishi;
- e) aniq maqsadli va tashkillashtirilgan faoliyat.

2. Markaziy Osiyo sayohatchi allomalari turizmning qanday turlarini shakllantirishga asos solganlar?

- a) sog‘lamlashtirish;
- b) ilmiy;
- d) diniy;

e) tanishuv.

3. Ilk sayohatchilar kimlar bo'lgan?

a) ko'chmanchilar;

b) savdogarlar, ziyoratchilar;

d) chorvadorlar;

e) a va b javoblari to'g'ri.

4. Turizmning sayohatdan farqi nimada?

a) maqsad va muddatning chegaralanganligida;

b) aniqlikda va rejalikda;

d) tashkillashtirilganida;

e) turmush tarzida.

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

a) Parij;

b) Shveytsariya;

d) Angliya;

e) Avstriya.

4-mavzu. TURIZM SOHASINING TASNIFLANISHI VA TURLARI

Reja:

- 4.1. Turizm sohasining tasniflanishi va turlari.
- 4.2. Aktiv va passiv turizm turlarining xususiyatlari.
- 4.3. Turistik-rekreatsioon klasterni shakllantirish.

4.1. Turizm sohasining tasniflanishi va turlari

Zamonaviy turizmning o'ziga xos xususiyatlarini belgilash maqsadida, uning muhim tasnifiy belgilarini aniqlab olish zarur bo'ladi. Jumladan, geografik va turistik talab yo'nalishi bo'yicha, safar maqsadi, harakatlanish usuli, turistlarni joylashtirish vositalari va ishtirokchilari soni bo'yicha tashkiliy-huquqiy shakllarini tasniflash maqsadga muvofiqdir.

4.1.1-jadval

Turizm sohasining tasniflanishi

№	Tasniflanadigan belgilar	Turizm turlari
1	Geografik va turistik talab yo'nalishi bo'yicha	1.1 . Milliy turizm 1.2 . Xalqaro turizm 1.3. Hududiy (mintaqaviy) turizm 1.4. Ichki turizm 1.5. Kiruvchi turizm 1.6. Chiquvchi turizm
2	Maqsadlar bo'yicha	2.1. Tarixiy obidalar turizmi 2.2. Arxeologik turizm 2.3. Rekreatsion turizm 2.4. Sog'lomlashtiruvchi dam olish turizmi 2.5. Malakaviy ish turizmi 2.6. Ilmiy turizm

4.1.1-jadvalning davomi

		2.7. Sport turizmi 2.8. Shop-turlar 2.9. Diniy turizm (haj safari, ziyorat bilan bog‘liq safarlar) 2.10.Qo‘msash, sog‘inish turizmi 2.11. Ekoturizm 2.12. Ovchilik turizmi 2.13. Gastronomiya turizmi 2.14. Safari turizmi 2.15. Speleoturizm 2.16. Ma‘rifiy turizm 2.17. Ekstremal turizm 2.18. Etnografik turizm 2.19. Ta‘lim turizmi 2.20. Davolanish turizmi
3	Moliyalashtirish manbai bo‘yicha	3.1. Sotsial turizm 3.2. Tijoriy turizm
4	Ishtirok etuvchilar soni bo‘yicha	4.1. Individual-yakka 4.2. Guruhli (stixiyali tuzilgan guruh) 4.3. Guruhli (bir-biriga tanish insonlardan tuzilgan guruh)
5	Tashkiliy shakllari bo‘yicha	5.1. Tashkillashtirilgan 5.2.Tashkillashtirilmagan
6	Ishtirok etuvchilarning yosh tarkibi bo‘yicha	6.1. Bolalar turizmi 6.2. O‘smirlar turizmi 6.3. Yoshlar turizmi 6.4. O‘rta yoshdagilar turizmi 6.5. Nafaqa yoshdagilar turizmi
7	Ishtirok etuvchilarning o‘ziga xos xususiyatlari bo‘yicha	7.1. Oilaviy turizm 7.2. Jismoniy imkoniyatlari cheklangan insonlar turizmi 7.3. Mavzuli turizm

Geografik va turistik talab yo‘nalishi bo‘yicha turizmning turlari quyidagi tavsifiy xususiyatlarga ega:

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

Turistik oqimlarning yo‘nalishi bo‘yicha turizm turlari «kiruvchi» va «chiquvchi» toifalariga bo‘linadi. Ko‘pgina rivojlangan mamlakatlarda turizm turlari uyg‘un holatda rivojlanadi, «ichki» va «tashqi» turizm sohasida muvozanat saqlanadi.

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

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

Ushbu nisbatning O‘zbekiston bo‘yicha 2015-yilda o‘tkazilgan tadqiqotlar natijasiga ko‘ra, har bitta kiruvchi turistga 1, 4 nafar chiquvchi turist to‘g‘ri kelib, shularga nisbatan ichki turistlar soni 3, 5 nafar turistni tashkil etmoqda.

1 ta kiruvchi turist - 1, 4 ta chiquvchi turist - 3, 5 ta ichki turist.

BTT tavsiyalari asosida O‘zbekiston bo‘yicha 2015-yilda o‘tkazilgan tadqiqotlar natijasiga ko‘ra, chiquvchi turistlar sonining kiruvchi turistlarga nisbatan 0, 4 kishiga ko‘pligini ko‘rsatmoqda. Bu vaziyat O‘zbekiston fuqarolarining oilaviy budjetidan bevosita turistik maqsadlarga ajratilgan qismi ortib borayotganligini ifodalaydi. Bu, o‘z navbatida, ijobiy ko‘rsatkich bo‘lishi bilan birgalikda, uning salbiy oqibatlari ham mavjud bo‘lib, respublikadan chet el valyutasining chiqib ketishiga ham sabab bo‘lmoqda. Yuqoridagi BTTning nisbatiga ko‘ra, ichki turizm 4 kishiga ega bo‘lishi kerak edi, demak, O‘zbekiston sharoitida ichki turizm salohiyatidan samarali foydalanish yetarli darajada emasligini ko‘rsatmoqda.

Ichki turizm – O‘zbekiston Respublikasida doimiy yashaydigan fuqarolarning O‘zbekiston hududi bo‘ylab qiladigan sayohati. Ichki turizm davlat chegaralarini kesib o‘tish bilan va turistik rasmiyatchilik bilan bog‘liq emas. Milliy valyuta, til, hujjatlar oldingidek o‘zgarmasdan qoladi. Dunyodagi safarlarning 80-90 foizi ichki turizm ulushiga to‘g‘ri keladi. Unga qilinadigan xarajatlar

xalqaro turizm xarajatlaridan 5-7 barobar kam bo‘ladi. Ayniqsa, turizmning bu turi AQSH, Fransiya, Angliya mamlakatlarida ommabop hisoblanadi.

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

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

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

Arxeologik turizm – Samarqand, Buxoro, Xorazm va boshqa shaharlarning qoldiqlari, qadimiy qal’alar harobalari, ko‘hna qadimiy Markaziy Osiyo xalqlari hayoti haqidagi arxeologik topilmalarni o‘rganish.

Rekreatsioon turizm – “rekreatsiya” atamasi lotincha “recreation” – “tiklanish” so‘zidan kelib chiqqan bo‘lib, dastlabki mazmuni uning hozirgi zamonaviy tushunchasiga to‘liq mos tushadi. U, odatda, “dam olish, mehnat qilish jarayonida inson tomonidan sarflangan ishchi kuchini tiklash” ma’nosida talqin qilinadi. Dastlabki talqindan farqli ravishda, zamonaviy talqini ko‘proq ijtimoiy ahamiyatga ega.¹⁸ Rekreatsioon turizm qator davlatlar uchun turizmning ommaviy shakli bo‘lib hisoblanadi.

Sog‘lomlashtirish va davolash maqsadlarida qilinadigan turizm – health and fitness tour or resort tour. Spa yoki health spa – sanatoriylar, kurortlar, pansionatlar, sog‘lomlashtiruvchi – davolovchi tashkilotlar, kurort zonalarida, shifobaxsh suvlar, shifobaxsh balchiqlar va boshqalar yordamida (shifobaxsh mineral suvli kurortlarda) olib boriladi. Turistik sohaga ixtisoslashtirilgan sog‘lomlashtirish maqsadlariga qarab, dam olish maskanlarida mineral suvlarni ichish yoki mineralli va oltingugurt-vodorodli vannalar qabul qilish imkoniyatlari belgilanadi. Bunga misol tariqasida chet el shifobaxsh suvli kurortlaridan – Rossiyadagi Kavkazda joylashgan Kislovodsk, Jelesnovodsk, Pyategorsk, Yesentuki; Vishi, Vittel va Eks-le-Ben (Fransiya); Bad-Naukeym, Visbaden va Baden-

¹⁸ Usmanova Z.I. “O‘zbekistonda turistik - rekreatsioon xizmatlarni rivojlantirish xususiyatlari va tendensiyalari”. Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (doctor of philosophy) dissertatsiyasi. 2018 y.

Baden (Germaniya); Karlavi-Vari (Chexiya); Spa (Belgiya); Bat va Bakston (Buyuk Britaniya); Bursa (Turkiya); Atami (Yaponiya) termal buloqlarining kattagina qismini keltirish mumkin.

O'zbekiston tabiati boy va rang-barang bo'lib, mamlakatning turli hududlarida 200 dan ortiq shifobaxsh yer osti mineral suvi va balchiq manbalari aniqlangan. Ushbu yer osti suvlari kimyoviy tarkibi, tibbiy-biologik va boshqa xususiyatlariga ko'ra turli-tumandir. Ushbu manbalar asosida fizioterapevtik shifoxonalar, sanatoriy-kurortlar va boshqa sog'lomlashtirish muassasalari tashkil etilgan. Farg'ona vodiysida joylashgan «Chortoq», «Shohimardon», «Arslonbob», «Oltiariq», «Chimyon», Samarqand viloyatida joylashgan «Abu Ali ibn Sino», Buxorodagi «Sitorai Mohi-Xosa» va Toshkent shahrida joylashgan «Chinobod» hamda «Turon» kabi mineral suv bilan davolash dam olish imkoniyatiga ega bo'lgan sanatoriylar, dam olish oromgohlari mavjud. Bugungi kunda mamlakatimizda 57318 dan ziyod kishiga mo'ljallangan maxsus sanatoriy, profilaktoriy, dam olish uylari ishlab turibdi.¹⁹

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

Turizmni mazkur turining o'ziga xos xususiyatlari shundan iboratki, ishchanlik vaziyatida o'tadigan uchrashuv ishtirokchilari mamlakat bo'ylab qilingan sayohat paytida oddiy turistga nisbatan ko'proq mablag' sarflaydi. Shuning uchun ko'pgina davlatlar xalqaro forumlarni va shunga o'xshash tadbirlarni o'z mamlakatida o'tkazishga harakat qiladilar (masalan, turli forum, festival, qishki va yozgi sport musobaqalari va h.k.).

Ilmiy turizm. O'qish, ta'lim olish maqsadida, malaka oshirish maqsadida safar qilish xalqaro turizmning nisbatan yangi turlari safiga kiradi. Xorijda ta'lim olish uchun safar qilish O'zbekistonda ham turbiznesning yangi segmentlaridan biri bo'lib hisoblanadi.

¹⁹ "2016-yilda O'zbekiston Respublikasida turizm va dam olishni rivojlanishining asosiy ko'rsatkichlari" statistik byulleteni. Toshkent. 2017 y.

Ushbu safarlarning ommabop bo'lib borayotgan turi—bu xorijiy til o'rganish maqsadida Buyuk Britaniyaga va boshqa ingliz tilida so'zlashadigan davlatlarga safarlarni amalga oshirish.

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

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

Diniy turizm (religious or pilgrim tour) ziyorat qilish maqsadidagi sayohat sifatida hozirgi kunda juda yuqori talabga ega bo'lib, ommaviy tus olmoqda. Mustaqilligimiz sharofati bilan har yili ko'plab vatandoshlarimiz Makkai Madinaga Haj va Umra safarlarini amalga oshirmoqdalar. Dunyodagi ko'pgina odamlar Makka-yu Mukarrama, muqaddas yer bo'lgan Vatikan ibodatxonalari va boshqa joylarni ziyorat qilish uchun sayohat qilishadi. O'zbekistonda bunday muqaddas ziyorat qiladigan joylarga Samarqand, Buxoro, Xorazm va boshqa viloyatlarimizda joylashgan tarixiy yodgorliklar misol bo'la oladi. Ayniqsa, musulmon olami uchun kichik haj hisoblangan, Imom al-Buxoriy, Bahouddin Naqshband, Abduholiq G'ijduvoni, Imom al-Motrudiy, Mahmudi A'zam Daxbitiy, Hakim at-Termiziy, Hazrati Imom ziyoratgohlari diniy turizmni rivojlantirishda muhim o'ringa ega bo'lmoqda.

Qo‘msash, sog‘inish turizmi – bu, asosan, qarindosh yoki do‘stlarini ko‘rishga mo‘ljallangan bo‘lib, o‘z mamlakatlaridan ayrim sabablarga ko‘ra ko‘chib ketgan kishilar bilan bog‘liqdir. Qo‘msash turizmiga yaqqol misol bo‘lib, O‘zbekistonda sobiq Ittifoq davrida yashagan va hozirgi paytda ham ularning qarindosh-urug‘lari respublikamizning turli shaharlarida faoliyat ko‘rsatib kelayotgan qrim-tatar, kavkaz xalqlari, nemislar va boshqa millatga mansub bo‘lgan aholini ko‘rsatishimiz mumkin.

Ekoturizm – nafaqat ma‘rifiy-ma‘naviy maqsadlarni ko‘zlagan holda betakror tabiiy hududlarga, ularning hayvonot va o‘simlik dunyosiga sayohat, balki ijtimoiy-iqtisodiy masalalarni amalga oshirilishi yordamida ekologik muammolarni hal qilish bilan bir-biriga bog‘liq majmualar yig‘indisini tushunamiz.

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

Gastronomiya turizmi – bu mamlakatlar va qit‘alar bo‘ylab sayohat qilish hisoblanib, maqsadi mahalliy oshxona xususiyatlari bilan tanishish hamda kelgan sayyohlarga antiqa taom va mahsulotlardan tatib ko‘rishga imkon yaratadi. Gastronomik tur xizmat sifatida nafaqat sayohat qilish bo‘lib hisoblanadi, balki dunyoning boshqa biror joyida takrorlanmaydigan va betakror ta‘mga ega bo‘lgan masalliklardan tarkib topgan, ma‘lum bir hududdagina uchrovchi taomlarni tatib ko‘rishga qaratilgan tadbirlar majmuiga kiradi.

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

Speleoturizm²⁰ – g‘orlarni o‘rganish yoki sport maqsadlarida kirish. Speleoturistlar g‘orlardagi turli to‘siqlarni maxsus asbob-uskunalar yordamida bosib o‘tadi. Ushbu to‘siqlarga devordan tirmashib chiqish, yer osti suvlarini kechish yoki akvalang yordamida suzib o‘tish, tor yo‘laklardan yurish kabilarni kiritish mumkin. Speleoturist toqqa chiqish ko‘nikmalariga ega bo‘lishi, dayver va usta suzuvchi bo‘lishi kerak. Hattoki, eng oddiy speleoturga ham yakka holda emas, balki guruh bilan borish maqsadga muvofiq.

Ekstremal turizm²¹ – xatarli tushdagi turizm – sport turizmining turli xil ko‘rinishi, turist uchun ancha xatarliligi bilan ajralib turadi. Ekstremal turizm ishqibozlari o‘rtasida tog‘dan baland obyektдан parashyutda sakrash, baland obyektlardan rezina arqon bilan ko‘pincha ko‘priklardan sakrash va h.k.lar ommalashgan.

Etnografik turizm – turli xalqlar, elatlar va hududlarning urf-odatları, madaniyati va turmush tarzini o‘rganishga bo‘lgan harakat, intilishlar insonlarni sayohat qilishga undaydi. Masalan, turli xalqlarning urf-odatları, turmush tarzi, milliy taomları, kiyim-kechakları, ro‘zg‘or buyumlari, madaniy-tarixiy obidalari turizm sohasida eng ommalashgan xizmat ko‘rsatish turlari sifatida namoyon bo‘lib kelmoqda.

Madaniy-tanishuv turizmi. Turistning madaniy dunyoqarashini kengaytirishga bo‘lgan ehtiyoji ushbu turizm turining asosini tashkil etadi. Bu turizm madaniy qadriyatlar bilan tanishib, turist o‘z xohishi asosida bilim olish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

Sport turizmi. Sport turizmining 2 ta turi mavjud: aktiv va passiv. Aktiv sport turizmining asosini sportning ixtiyoriy turi bilan shug‘ullanish ehtiyoji tashkil etadi. Passiv sport turizmida esa – sport turiga qiziqish, asosan kuzatuv tashkil etadi. Sport turizmi oxirgi vaqtlarda ancha faollashib borib, uning tarkibiga quyidagi sport faoliyati kiritilmoqda:

Suv turizmi – suv resurslariga ega bo‘lgan mamlakatlarda qadim zamonlardan ma’lum bo‘lgan faol harakatlanish faoliyati hisoblanadi. Oxirgi vaqtlarda yangi zamonaviy shakllarining yaratilishi ushbu turizm turining o‘rishiga olib keldi. Bunga, asosan, turistlar

²⁰ M.Xoshimov “Speleoturizm”. Adabiy-publitsistik nashr. –S.: “Zarafshon” nashriyoti, 2009, 18 b.

²¹ X.M.Mamatqulov “Xizmat ko‘rsatish sohasiga oid atamalar va iboralar izohli lug‘ati”. T.: “Iqtisodmoliya”, 2010, 372 b.

tomonidan xarid qilinadigan yoki ijaraga olinadigan turli hajmdagi yoki ko‘rinishdagi suv transportidan foydalanishning kengayishi katta ta’sir ko‘rsatmoqda. Bu turizm turi infratuzilmasining asosini sport bandargohi tashkil etadi.

Qishqi sport. Qishgi sport amaliyoti an’anaviy turistik faoliyatlardan biri hisoblanadi. U turli ko‘rinishlarga egadir: alp chang‘ilari, tog‘ chang‘ilari va boshqalar. Odatda, qishgi turizm tog‘dagi qishgi stansiyalarda tashkil etiladi.

Ovchilik va baliq ovi. Bu turizm ham an’anaviy turizm turlaridan biri bo‘lib, ma’lum belgilangan qoidalar asosida tashkil etiladi, ya’ni unda ishtirok etish uchun maxsus ruxsatnoma va litsenziyalar talab etiladi. Ovchilik va baliq ovi geografik joylashuv, fasl va hayvonlar hamda baliqlarning ba’zi turlarini saqlash maqsadida joriy qilingan cheklovlar va ruxsatlarga bog‘liq holda tashkil etiladi. Ovchilikning bir turi sifatida Afrikaning qo‘riqxonalari tashkil etiladigan safarilarni kiritish mumkin. Shuni ta’kidlash kerakki, sport turizmining bu turi ixtisoslashgan hisoblanib, o‘zining tarafdorlariga egadir.

Golf sport turizmining bir turi hisoblanib, Buyuk Britaniyada vujudga kelgan va keyinchalik boshqa mamlakatlarga keng tarqalgandir.

Shuni ta’kidlash kerakki, sport turizmi keng infrastrukturaga ega bo‘lishi kerak. Uning tarkibiga sport uskunalarini ijaraga berish joylari, xizmat ko‘rsatish hududlari, kiyim almashtirish xonalari, texnik xizmat ko‘rsatish xizmatlari, maxsus inshootlar (maydonlar, kortlar, basseynlar va boshqalar) kiritiladi. Katta xavf-xatar va jarohat olish ehtimolining yuqoriligi tibbiyot punktlarining mavjudligini talab etadi. Bundan tashqari, joylashuv, ovqatlanish obyektlari, do‘konlar, diskotekalar va shu kabilarni o‘z ichiga oladigan qo‘shimcha xizmatlar uchun hududlar ham bo‘lishi kerak.

Sotsial turizm – kam ta’minlangan va ijtimoiy himoyaga muhtoj aholi qatlamlari hamda chegirmali yo‘llanmalarni xarid qiluvchi shaxslar tomonidan iste’mol qilinadigan, lekin davlat budjeti, davlat va nodavlat jamg‘armalari, homiylar, turizm faoliyat ko‘rsatuvchi korxona va tashkilotlar hamda jismoniy shaxslarning ijtimoiy ehtiyojlarga ajratilgan mablag‘lari hisobidan qisman yoki to‘liq moliyalashtiriladigan turistik sayohatlarning barcha turlariga aytiladi.

Turizm turlarining o‘ziga xos jihatlari

№	Umumiy belgilar	O‘ziga xos tomonlari	Turizm turlari
1	Harakatlanish usuli bo‘yicha	Yayov yurish	Piyoda turizmi, sport turizmi, tog‘ turizmi
		Aviatransportda uchish	Xalqaro turizm, aviakruiz, sport turizmi
		Havo sharlarida uchish	Sport turizmi, ekstremal turizm, madaniy turizm
		Deltaplanda uchish	Sport turizmi, ekstremal turizm, tog‘ turizmi
		Dengiz transporti	Dengiz kruizi, sport turizmi
		Suv usti va suv osti suzish uskunalari	Dayving, syorfig, akvabayking, ekstremal turizm, sport turizmi
		Daryo transportida yurish	Daryo kruizi, ovchilik turizmi
		Avtotransportda yurish	Avtomobil turizmi, karavaning, ekstremal turizm, sport turizmi (ralli), safari
		Avtobusda yurish	Avtobus kruizi, madaniy turizm, tarixiy turizm
		Temir yo‘l transportida yurish	Temir yo‘l kruizi
		Velosipedda yurish	Sport turizmi, ekstremal turizm
		Ulovlarda yurish	Ekstremal turizm, ekzotik turizm, tarixiy turizm, safari
2	Joylashuv vositalari bo‘yicha	Otellarda, mehmonxonalarda joylashish	Turizmning barcha turlari
		Motellarda joylashish	Avtomobil turizmi, sport turizmi, ekstremal turizm
		Pansionatlarda joylashish	Sog‘lomlashtirish turizmi, rekreatsion turizm, qishloq turizmi
		Kempinglarda joylashish	Avtomobil turizmi, sport turizmi, ekstremal turizm, tog‘ turizmi, ekoturizm, yoshlar turizmi, safari
		Palatkalarda joylashish	Rekreatsion turizm, sport turizmi, ekstremal turizm, tog‘ turizmi, speleoturizm, bolalar turizmi, o‘smirlar turizmi, yoshlar turizmi, safari

4.1.2-jadvalning davomi

		Rotellarda joylashish	Ekzotik turizm, avtobus kruizlari, yoshlar turizmi
		Botellarda joylashish	Sport turizmi, dayving, syorfig, ekstremal turizm, ekzotik turizm
		Sanatoriylarda joylashish	Sotsial turizm, sog'lomlashtirish turizmi, davolash turizmi, rekreatsion turizm
		Flotellarda joylashish	Sport turizmi, dayving, syorfig, ekstremal turizm, ekzotik turizm
		Xostellarda joylashish	Sotsialturizm, yoshlar turizmi, ta'lim turizmi
		Otel-klublarda joylashish	Biznes turizm, sport turizm
		Turbazalarda joylashish	Sport turizmi, ekstremal turizm, tog' turizmi, speleoturizm, safari
		Turistik uylarda joylashish	Tarixiy turizm, madaniy turizm, qishloq turizmi
		Appartamentlarda joylashish	Shahar chegarasida tashkil etilgan turizm turlari
		Akvatellarda joylashish	Sport turizmi, dayving, syorfig, ekstremal turizm, ekzotik turizm
		Taymshehlarda joylashish	Shahar chegarasida tashkil etilgan turizm turlari, safari
		Oromgohlarda joylashish	Sotsial turizm, bolalar turizmi, yoshlar turizmi, safari
3	Ovqatlanish xizmatlari bo'yicha	Ovqat iste'mol qilish maqsadidagi sayohat	Gastronomik turizm
		Faqat ma'lum bir turdagi ovqatlarni iste'mol qilish	Gurmanlar turizmi
		Tez tayyorlanadigan ovqatlarni iste'mol qilish	Yoshlar turizmi, piyoda turizmi
		Maxsus ovqatlarni talab etishi	Bolalar turizmi, davolanish turizmi, sog'lomlashtirish turizmi, sport turizmi, jismoniy imkoniyatlari cheklangan insonlar turizmi
4	Turistlar-ning o'ziga xos tomonlari	Maxsus xizmatlarni talab etishi bo'yicha	Bolalar turizmi, yoshlar turizmi, ta'lim turizmi, arxeologik turizm, ekstremal turizm, sport turizmi, ilmiy turizm, jismoniy imkoniyatlari cheklangan insonlar turizmi
		Qo'shimcha sharoitlarni talab etishi bo'yicha	Bolalar turizmi, jismoniy imkoniyatlari cheklangan insonlar turizmi, ta'lim turizmi, safari

Sotsial turizmning maqsadi foyda olish emas, balki daromadi kam bo'lgan kishilarni dam olishga bo'lgan huquqini amalga oshirish uchun ularni qo'llab-quvvatlash hisoblanadi. Turizmning mazkur turi chet elda keng tarqalgan. Sobiq Ittifoq davrida ham turizmning mazkur turi ommabop hisoblangan, uning ulushiga ichki turizmning qariyb 80 foizi va xalqaro turizmning 50 foizi to'g'ri kelar edi. Sotsial turizm xizmatlari – ijtimoiy himoyaga muhtoj aholi qatlamlariga (bolalar, o'smirlar, yoshlar, jismoniy imkoniyatlari cheklangan insonlar, kam ta'minlangan aholi guruhlari) hamda chegirmali yo'llanmalarni xarid qilgan shaxslarga, sotsial turizm subyektlari (sotsial turistik birlashmalar, bolalar va o'smirlar turistik hamda turli sog'lomlashtirish-kurort muassasalari, imtiyozli asosda xizmat ko'rsatuvchi boshqa turistik korxonalari) tomonidan, davlat, davlat va nodavlat jamg'armalari, huquqiy va jismoniy shahslarning mablag'lari hisobiga qisman yoki to'liq moliyalashtiriladigan, turistlarning mutanosib ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan xizmatlar majmuasidir.²²

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

4.2. Aktiv va passiv turizm turlarining xususiyatlari

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

Katta jismoniy kuch talab qilinadigan va hamma turistlar qatlamiga ham to'g'ri keladigan turizmning **aktiv turlariga** – dam olish va sayohat, vaqtichog'lik, sport kabilar kiradi. Aktiv turizmga

²² Norqulova D. "O'zbekistonda sotsial turizm xizmatlarini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish" mavzusidagi iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (doctor of philosophy) dissertatsiyasi. 2018 y.

har xil sarguzashtli sayohatlarni ham kiritish mumkin: sarguzashtli turizm (adventure tour), ekzotik joylarga, vulqonlarga, orollarga, sharsharalarga va shu kabi joylarga borishga aytiladi. Odatda, bu ekzotik va ekologik jihatdan toza tabiiy hududlar, G'arb sayohatlari, noan'anaviy transport vositalari bilan bog'liq bo'lgan, biror-bir qolipga tushmagan turizmdir. Ba'zi holatlarda bu xildagi turizm jiddiy jismoniy zo'riqishlar (yextgame tour) bilan bog'liq bo'ladi. Turistdan mustahkam sog'liq va dovyuraklik talab qilinadi. Masalan, Koloradoning toshqin daryolarida qayiqlarda, shimoldagi mamlakatlarda itlar tortadigan chanalarda sayr qilish va tog'-chang'i kurortlaridagi dam olish va boshqalar shular jumlasiga kiradi. Ularda qatnashish uchun turistlar oldindan ma'lum ko'nikmaga va jismoniy tayyorgarlikka ega bo'lishlari kerak bo'ladi.

Faol (harakatlantiruvchi) turizmning turlari:

✓ *Tog' turizmi* – tog'li hududlar (tik qoyalar, o'tish joylari, toshli joylar, muzliklar, tog' daryolari va boshqalar) bo'ylab piyoda sayohatlarni o'z ichiga kiritadi. Tog' turizmi toza havoda ochiq osmon ostida xilma-xil turistik marshrutlar va ekskursiyalardir;

✓ *Suv turizmi* – katamaranlar, baydarkalar, raftlar va boshqa suzish vositalarida daryolarda suzishdan iborat;

✓ *Chang'i turizmi* – chang'ida turli darajadagi tabiiy to'siqlardan o'tish;

✓ *Speleoturizm* – tanishuv yoki sport maqsadlarida turli shaklli g'orlarda sayohat qilish;

✓ *Piyoda turizmi* – harakatlanish qiyin bo'ladigan hududlarda piyoda sayohatlar;

✓ *Ot turizmi* – otlar ustida yoki aravalarda sayohat qilish;

✓ *Velosiped turizmi* – velosipedda turli marshrutlar bo'yicha harakatlanish;

✓ *Avto yoki mototurizm* – tegishli transport turida sayohatlarni qamrab oladi.

Shu bilan birga, ekstremal dam olish (deltaplan yoki paraplanlarda uchish) ham faol turizm turlariga kiritiladi.

Faol turizm bilan shug'ullanish uchun sport bilan shug'ullanish va yaxshi jismoniy tayyorgarlikka ega bo'lish talab etilmaydi. Qiyinlik darajasi past bo'lgan marshrutlardan boshlab, ularni maxsus guruhlar bilan o'tish maslahat beriladi. Qiyinlik darajasi yuqori

bo'lgan marshrutlarni maxsus tayyorgarlikdan o'tgan insonlarga bajarishi mumkin.

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

4.3. Turistik-rekreatsioon klasteri shakllantirish

Bugungi kunda O'zbekiston iqtisodiyoti raqobatbardoshligini oshirishning amalda sinalgan usullardan biri bo'lgan klasterlarni shakllantirish dolzarb vazifalardan biri bo'lib qolmoqda.

Iqtisodiyotning turizm sohasini klasterli tashkil etish o'zining bir qancha afzalliklariga ega bo'lib, u klaster ishtirokchilarining manfaatdorlik tizimida faoliyat ko'rsatadi va hududni barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlarni yaratadi.

Turizmning ichki tabiati ikki xil xarakterga ega: bir tomondan, u ma'lum hudud bo'ylab harakatlanish-sayohat qilish shakli bo'lsa, boshqa tomondan, iqtisodiy faoliyat turi hisoblangan turistik mahsulotni ishlab chiqarish, uni realizatsiya va iste'mol qilish subyekti hisoblanadi.

Hozirgi paytda amaliyotda sinalgan turistik-rekreatsioon faoliyat klasteri quyidagi muhim vazifalarni bajarish imkoniyatiga ega:

- turistik resurslarni ro'yxatga olish;
- zamonaviy turizm bozorini shakllantirish;
- hududda ichki va tashqi turizmning ustuvor yo'nalishlarini rivojlantirish;
- turistik faoliyatning davlat boshqaruvi tizimini shakllantirish;
- sohadagi turli ko'rinishdagi tadbirkorlik harakatlarini qo'llab-quvvatlash;
- mintaqa turistik faoliyatining milliy va xalqaro turizm bozoriga integratsiyalashuvini ta'minlash hamda sohadagi xalqaro hamkorlikni mustahkamlash;

– turistik obyektlarni qurish va ta'mirlash ishlariga budjetdan tashqari mablag'larni jalb qilish;

– turistik kadrlarni tayyorlash, malakasini oshirishning zamonaviy tizimini joriy etish;

– hududiy xususiyatlarni e'tiborga olgan holda turizm sohasidagi ilmiy tadqiqotlar ko'lamini kengaytirish.

Turistik-rekreatsioon klaster faoliyati ma'lum model yoki namuna asosida shakllanadi va bunday modelda, birinchi navbatda, turizmning hududga xos belgilari inobatga olinadi. Modelda mavjud resurslardan foydalanish uchun zarur bo'lgan unsurlarning o'zaro bog'liqligi va biri ikkinchisini to'ldirishi, ularning raqobatbardosh xizmat turlarini yaratishdagi ulushi inobatga olinadi.

Mamlakatimizda va xorijda turizmni rivojlantirishning klasterlashtirish jarayoniga oid ilmiy ishlarda ayrim mualliflar bu sohani faqat turistik tadbirkorlik tizimi faoliyati doirasidagina tadqiq qilganlar. Bunday holatlarda hududiy klasterlashtirishga ta'sir ko'rsatuvchi globallashtirish jarayoni va uning serqirraliligi o'z aksini topmaydi. Bu jarayonlarda iqtisodiyotning boshqa sektorlari, jumladan, ommaviy foyda keltirmaydigan uy xo'jaligi sektorlari ham muhim rol o'ynaydi.

Mintaqaning turistik-rekreatsioon klasteri uning tarkibiga kiruvchi xo'jalik yurituvchi subyektlar faoliyati samaradorligini oshirishga imkon beradi. Mazkur subyektlar uchun axborot almashinuvi va yangiliklarni joriy etish imkoniyati kuchayadi, hamkorlikdagi harakatlarni muvofiqlashtirish masalasi yengillashadi, turistlarga xizmat ko'rsatuvchi infrastruktura obyektlaridan hamkorlikda foydalanish imkoniyati paydo bo'ladi. Ta'lim tuzilmalarida kadrlar tayyorlash, raqobatchi – xo'jalik yurituvchi subyektlarning faoliyat samaradorligini bir-biri bilan taqqoslash real voqelikka aylanadi. Turistik-rekreatsioon klaster faoliyat ko'rsatadigan hududda mintaqada mavjud kerakli malaka va ko'nikmaga ega bo'lgan mehnat resurslari, klaster ishtirokchilarining xo'jalik yuritish doirasida investitsiya faoliyati va soliqqa tortishning o'ziga xos tartibi bilan bog'liq yangi tuzilmalarning paydo bo'lishi uchun qulay shart-sharoitlar yuzaga keladi.

O'zbekiston mintaqalarida turistik klasterlarning shakllanirishi turistik-rekreatsioon resurslardan to'liq foydalanish zamirida

yangi turistik firmalar ochilishiga va mavjudlarining ishini yanada faollashtirishga turtki beradi va yangi turdagi turistik mahsulotlarning yaratilishiga asos bo'ladi.

Klasterning mintaqada muvaffaqiyatli faoliyatini ta'minlash uchun tegishli biznes muhiti yaratilishi lozim va bu muhit turli tashqi omillarning mavjudligi bilan belgilanadi.

Turistik-rekreatsioon klasterning rivojlanishida ma'muriy muhit muhim ahamiyatga ega bo'ladi. Turizm sohasining davlat siyosati darajasiga ko'tarilishi hamda qonun, qarorlarning qabul qilinganligi mamlakatimizda bu sohani har tomonlama qo'llab-quvvatlanayotganligidan darak beradi.

Turizmga turdosh sohalarning faoliyati klaster rivojining keng quloch yoyishiga turtki bo'ladi. Klaster bunday turdagi korxonalarsiz ham mavjud bo'lishi mumkin, ammo ularning ishtiroki kichik biznes rivojiga imkon beradi. Shuning uchun tahlil turdosh korxonalarining klaster shakllanishidagi, turizmning istiqbolli turlari rivojidagi ulushini inobatga olish imkoniyatini yaratadi.

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

Mustaqil ishlash uchun savollar

1. Turizm sohasining tasniflanishi qanday amalga oshiriladi?
2. Harakatlarning turlariga nisbatan turistik marshrutlar tasnifi qanday ko'rinishlarga ega?
3. Turizm turlarining tasnifi bo'yicha yana qanday turlarni bilasiz?
4. Diniy turizmning hozirgi faoliyati nimadan iborat?
5. Aktiv va passiv turizm turlaridagi xususiyatlarining farqi nimadan iborat?
6. O'zbekistonga safar maqsadlariga ko'ra fuqarolarning tashriflar ma'lumotlari nimani ifodalaydi?

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar

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

2. Turizm sohasining tasniflanishida joylashtiruv vositalari bo'yicha taqdimot tayyorlang.

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

Test savollari

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

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

b) bir mamlakat fuqarosining boshqa mamlakatga sayohat qilishi;

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

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

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

a) shaxsning turistik maqsadlarda doimiy yashaydigan mamlakatidan tashqariga sayohati;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

5. Sotsial turizm – bu...

a) turli moliyaviy manbalar tomonidan ijtimoiy ehtiyojlarga ajratiladigan mablag'lar hisobidan sayohat qilish hisoblanadi;

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

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

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

5-mavzu. TURIZM SOHASINING RESURSLARI

Reja:

5.1. Turizm resurslarining mohiyati.

5.2. Turizm resurslarining guruhlanishi.

5.1. Turizm resurslarining mohiyati

Turizm sohasining resurslari har bir mamlakatning milliy boyligi bo'lib, ular davlat mulki hisoblanadi. Ammo ulardan bir qismi jahon ahamiyatiga molik obyektlar va yodgorliklar hisoblanib, YUNESKO ning «Jahon merosi» ro'yxatiga kiritilgan. Bunday ro'yxat har yili YUNESKO tomonidan o'rganiladi va yangilanadi, ro'yxatdagi ushbu tabiiy, tarixiy va madaniy yodgorliklar davlat tomonidan muhofaza qilinadi, umumjahon ahamiyatidagi obyektlar va yodgorliklarni ta'mirlashga, saqlab qolishga BMT tomonidan tegishli mablag' ajratiladi. Bugungi kunda YUNESKO ning "Jahon merosi" ro'yxatida O'zbekistonning 4 ta shahri va 31 dan ortiq tarixiy yodgorliklari o'rin olgan.

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

Mutaxassislar turistik resurslarga quyidagicha ta'rif berishgan: **turistik resurslar** – tabiiy, tarixiy, ijtimoiy-madaniy va boshqa ob-

yektlar bo'lib, turistlarni sayohatga qiziqtiradigan, insonning jismoniy, ruhiy va aqliy kuchini tiklashi va rivojlanish ehtiyojlarini qondirishga qodir bo'lgan obyektlardir. Turizm sohasining resurslari – turizm maqsadlarida va turizm jarayonida insonning ehtiyojini qondirishga qodir tabiiy-iqlim, ijtimoiy - madaniy, tarixiy, me'moriy, ilmiy va xizmat ko'rsatishga doir, tomosha qilinuvchi obyektlar yoki hodisalar to'plamidan iborat.

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

Turistik resurslar dinamik, ya'ni o'zgarib turuvchi sotsial iqtisodiy jarayon bo'lib hisoblanadi, shu sababli turizm tashkilotchilari tomonidan o'tkaziladigan islohotlar unga yangi sifat o'zgarishlarini taqdim etadi, natijada yangi turdagi turistik faoliyat bilan shug'ullanish imkoniyatlari tug'iladi. Dam olishning yangi turlarining paydo bo'lishi barcha yangi turistik resurslarni jalb qilishga olib keladi.

Turistik faoliyatning yuqori darajadagi dinamikligi ko'pgina sabablar bilan izohlanadi: u yoki bu turdagi dam olish turining ommaviylashgani yoki zamonaviy tusga aylanganligi, tabiiy landshaftlar, tarixiy-madaniy yodgorliklar hamda kishilarning iqtisodiy, sotsial va madaniy hayotidagi o'zgarishlar shular jumlasidandir. Masalan, hududda ekologik turizmning taraqqiy etishi bilan, o'zlashtirilmagan hududlar o'zlashtirilib, turistlar tashrifi uchun jozibador joylarga aylantiriladi. Boshqa tomondan, ko'pgina tashrif buyuruvchilar o'zlarining bo'sh vaqtlarini ekologik vaziyat yomonlashgan hududlarda tabiatni muhofaza qilish faoliyatiga sarf etadilar. Ular o'z tashriflari maqsadi sifatida yirik sanoat hududlarini tanlaydilar, boshqalari esa tabiat uchun xavfli bo'lgan obyektlarni

tanlab, u yerda turli tadbirlarni tashkil etadilar: ommaviy norozilik namoyishlari yoki o‘rmonlarda ommaviy turistlar tomonidan tashlanadigan chiqitlarni kamaytirish va h.k. Shu tarzda bu holat qanchalik jaranglamasin, ekologik xavfli obyektlar ham ba’zi holatlarda turistik resurslar sifatida talqin etiladi.

5.2. Turizm resurslarining guruhlanishi

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

Barcha tabiiy resurslarga rekreatsiya yoki turistik salohiyat nuqtayi nazardan qarash lozim bo‘ladi. Tabiiy turistik resurslarning tasnifi mavjud bo‘lib, u ikki yoqlama xususiyatga ega, birinchi xususiyatiga ko‘ra – tabiiy kelib chiqishi va ikkinchi xususiyati esa – turizm uchun iqtisodiy ahamiyatga egaligi bilan bog‘liq. Tabiiy resurslar quyidagi xususiyatlariga ko‘ra guruhlanadi.

Kelib chiqishiga ko‘ra:

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

Rekreatsiya sifatida foydalanish turiga ko‘ra:

- mineral suvlar;
- botqoqlar;
- tuzlar;

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

Resurslarning davomiylik darajasiga ko‘ra:

- tugaydigan tabiiy resurslar, ular o‘z navbatida, yangilanib turadigan (chuchuk suv, o‘simlik va hayvonot dunyosi) va yangilanmaydigan (minerallar) turlarga bo‘linadi;
- tugamaydigan tabiiy resurslar, ularga quyosh energiyasi, shamol, dengiz to‘lqinlari, suvlari kiradi.

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

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

Tabiiy turistik resurslar orasida asosiy o‘rinni rekreatsiya resurslari egallaydi va ular mamlakat aholisini hamda turistlarning dam olishi va davolanishi uchun xizmat qiladi. “Rekreatsiya” tushunchasining turli talqinlarini tahlil qilish natijasida, uni uydan tashqarida, masalan, tabiatda, turistik sayohatlarda, sanatoriy-kurort, sog‘lomlashtirish muassasalarida dam olish yo‘li bilan sog‘liqni va ishchi kuchini tiklash deb tushunishimiz mumkin.²³

Tabiiy resurslardan to‘g‘ridan-to‘g‘ri foydalanish natijasida bir qancha muammolar ham kelib chiqmoqda. Bular tabiatdan noto‘g‘ri foydalanish, ko‘plab rejasiz qurilishlarning amalga oshirish tufaylidir. Natijada tizim muvozanati buzilib, ekologik muammolarning kelib chiqishiga sabab bo‘lmoqda.

2. Madaniy - tarixiy resurslar. Ma’lum hududdagi turizmni rivojlantirishda u joyning madaniy-tarixiy resurslari salohiyati asosiy o‘rinni egallaydi. Turistik xizmatda madaniy - tarixiy resurslardan ko‘p maqsadlarda foydalanish mumkin. Madaniy majmualarning jozibadorligi, ularning tarixiy va tasviriy bahosidan foydalanish qulayligiga bog‘liq. Mavjud resurslardan turizm faoliyatida intensiv foydalanish, ya’ni antropogen yukning oshib borishi natijasida tabiiy turistik resurslarning ifloslanishiga, tarixiy obidalarining

²³ Usmanova Z.I. “O‘zbekistonda turistik - rekreatsion xizmatlarni rivojlantirish xususiyatlari va tendensiyalari”. Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (doctor of philosophy) dissertatsiyasi. 2018 y.

tez buzilishiga olib keladi. Madaniy - tarixiy resurslar, moddiy va madaniy turli yodgorliklar majmuasi ma'lum mintaqaning turistik qiziqish obyektlari hisoblanadi.

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

- mavjud tarixiy joylar, binolar va yodgorliklarni turistik qiziqish obyektlari sifatida qayta tiklash;
- tabiiy resurslarni muhofaza qilishni faollashtirish;
- turistik ehtiyojni qondirish maqsadida atrof - muhitni saqlash va yaxshilashda boshqaruv tashkilotlari mas'uliyatini oshirish.

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

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

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

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

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

- yer qatlamining shakllanishida geologik-geomorfologik jarayonlar asosida shakllangan yodgorliklar;
- turli-tuman oʻziga xos ekosistemalar, landshaftlar;
- maʼlum mintaqaning oʻziga xos oʻsimlik va hayvonlari;
- kamyob biologik turlari.

3. Ijtimoiy-iqtisodiy turistik resurslar. Turizm – iqtisodiyotning koʻplab tarmoqlari bilan bogʻlangan boʻlib, qurilishdan boshlab transport xizmatigacha boʻlgan faoliyatning ixtisoslashgan turi hisoblanadi. Undan tashqari, qishloq xoʻjaligi korxonalari, transport vositalari, ishlab chiqaruvchi zavodlar, mebel ishlab chiqaruvchi korxona va boshqalar bilan oʻzaro aloqada rivojlanadi.

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

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

Butunjahon mehnat tashkiloti turizmdagi bandlikni uchta asosiy shakllarga boʻladi:

1. Mavsumiy ish, bunda asosan sayyohlik mavsumida turistlar soni bir necha barobarga oshib ketadi, shunda qoʻshimcha ishchi kuchiga talab oshadi.
2. Toʻliqsiz ish kuniga asosan rivojlangan mamlakatlarning mehmonxona va restoran xoʻjaligidagi band ishchi kuchlari kiradi.

3. Turli mamlakatlarda to‘liqsiz ishchi kuni bilan ishlayotganlar butun mehmonxona biznesida band ishchi kuchlarining 12 foizidan 52 foizigachani tashkil etadi.

4. Vaqtinchalik ish bilan bandlik (dam olish kunlari, ko‘rgazmalar tashkil etish).

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

- asosiy binolar: otellar, bar, restoran, klub va b.;
- yordamchi binolar: garaj, isitish tizimi va b.;
- inshoot va qurilmalar: yo‘llar, turistik poyezdlar, sport maydonlari va b.;
- kommunikatsiya qurilmalari: elektr o‘tkazgichlar, quvurlar va b.;
- mashina va jihozlar: transformator, kompyuter va b.;
- transport vositalari: yengil avtomobil, avtobus va b.

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

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

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

Infratuzilma resurslari quyidagi guruhlarni o'z ichiga oladi: transport ta'minoti, joylashtirish tizimi, ovqatlantirish tizimi, suvenir mahsulotlari ishlab chiqarish tizimi. Hozirgi kunda turizmni rivojlanishini turizm infratuzilmasini jadallashuvisiz ko'rish mumkin emas. Chunki mavjud turistik resurslardan samarali foydalanishda bu resurslarning o'zni benihoyat katta ahamiyatga ega.

Turistik resurslar va turistik akvatoriya

Turistik hudud yoki akvatoriya – bu turistik resurslar, turistik mintaqa tarkibida ajratib ko'rsatiladigan turistik ehtiyojlar obyektni reestr va kadastrlarda hamda boshqa hujjatlarda qayd qilish bilan turizm maqsadlarida foydalanish ma'lum geografik o'rindagi majmual turistik resurslar ko'rinishidan iborat.

Hudud – quruqlikda yoki yer ostida bo'lishi mumkin. Quruqlikdagi, yer ustidagi hudud qo'shimcha tushuntirishni talab etmaydi. Yer osti hududi mos ravishda shaxta va tog' ishlanmalarida g'orshunos turizmini sevuvchilar uchun resurs vazifasini o'taydi. Masalan, turistlar Iogannasburg (JAR) dagi oltin konlari shaxtalariga va olmos konlariga tashrif buyuradilar. Ba'zi shaxtalardan faqatgina ekskursiya maqsadlarida emas, balki yer ostidagi tabiat yaratgan o'ta o'ziga xos iqlimda davolanish maqsadlarida ham foydalaniladi. Bunga misol qilib, Alp tog'idagi eski oltin qazib olinadigan shaxtadagi Bad Gastoyi joyini ko'rsatish mumkin (yuqori harorat va yuqori namlikdagi radion ingalatsiyasi).

G'orlarga tashrif – g'orshunoslik turizmi va ekskursiyaning keng tarqalgan turlaridan biri hisoblanib, faqatgina Gretsiyada turistlar tashrif buyurishi mumkin bo'lgan 3500 ga yaqin g'orlar mavjud. Ulkan g'orlar nafaqat Meksika, AQSH, Janubiy Afrika, Rossiya va boshqa davlatlarda, balki o'zimizda ham mavjud. Bugungi kunda O'zbekiston Respublikasi tog' tizmalari hamda hududlarida turli xildagi va ma'lum davrga xos 400 dan ortiq g'orlar mavjud.

Akvatoriya – muhim turistik resurs hisoblanadi. Suv insonga oziqlanish vositasi sifatida zarur va shu sababli tanishuv yoki sarguzashtli ma'noda bu juda qiziq hisoblanadi. Dunyoda maska bilan unchalik chuqur bo'lmagan chuqurlikda va akvalang bilan 70 metr chuqurlikkacha tushuvchi suvosti turizmining 50 mln.ga yaqin ishqibozlari mavjud. Katta Baryer rifi suvosti qoyalari Avstraliya

milliy boyligi bo'lib, jahon ahamiyatiga molik akvapark deb e'lon qilingan. Ikkinchi kichik Baryer qoyasi Beliz qirg'oqlarida joylashgan hamda suvosti dunyosi ishqibozlari va suvosti sarguzashtlarini yoqtiruvchilar uchun haqiqiy jannat bo'lib hisoblanadi. Qizil dengiz suvostida suzuvchilar uchun cheklanmagan imkoniyatlarni tug'diradi va kurortlarda dam oluvchilar ko'ngil yozishining ajralmas qismi bo'lib hisoblanadi.

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

Muhim turistik resurslar bo'lib antiqa-noyob madaniy qurilmalar, piramidalar, mavzoleylar, haykallar, ibodatxona me'moriy ansamblari, bog'lar, muzey kolleksiyalari, zamonaviy qurilmalar – osmono'par binolar, to'g'onlar va boshqa gidrotexnik qurilmalar hamda boshqa obyektlar hisoblanadi. Qanchalik taajublanarli bo'lmasin, turizmni o'ziga tortuvchi kuchi barcha asrlarda mavjud bo'lgan qabristonlar ham, Misrda qurilgan minglab piramidalar ham turizm doirasida yuqori darajada foydalanib kelinmoqda. «Dunyoning yetti mo''jizasi»: Misr ehromlari, Bobilning osma bog'lari, Artemida ibodatxonasi, Galekarnas maqbarasi, Quyosh xudosi, Gelios haykali, Aleksandr Mayoqi, Olimpiya xudosi Zevs haykali ro'yxati miloddan avvalgi ikkinchi asrda yashab o'tgan grek arxitektori Antipar Sidonskiy tomonidan tuzilgan edi. Bugungi kunda YUNESKO mutaxassislari fikricha, dunyoda 800 dan ortiq mo''jiza, deb atashga loyiq yodgorliklar mavjud ekan.

Shveytsariyalik kinorejessyor Bernard Veberning tashabbusi bilan 2007-yilda dunyoning yangi yetti mo''jizasini aniqlash bo'yicha telefon va internet orqali so'rov o'tkazildi. Mazkur

so‘rovga sayyoramizning turli mamlakatlaridan 100 mln.dan ortiq kishi javob berdi.²⁴ Ovoz berish natijalari 2007-yil 7-iyul kuni soat 7 da Portugaliyaning Lissabon shahridagi 50 ming kishidan ziyod tomoshabin to‘plangan stadionda dunyoning yangi yetti mo‘jizasi tantanali ravishda e‘lon qilindi.



5.2.1-rasm. Dunyoning yangi yetti mo‘jizalari.

Unga quyidagi tarixiy yodgorliklar kiritildi: Buyuk Xitoy devori, Rio-de-Janeyrodagi Iso Masih haykali, Ay-Petri (Petra) tosh shahri, Machu-Pikchudagi inklarning tosh shahri, Chechen-Ingushiyadagi mayyalar ibodatxonasi, Rim kolizeyi va Tojmahal.

²⁴ Gadoyev K., Berdiyeva S. Sayyoramiz mo‘jizalari. –T.: “O‘zbekiston”, 2012, 81 b.

TURIZM RESURLARINING TASNIFI

№	Tasniflanadigan belgilar	Tasniflanadigan belgilarning turlari
1.	Tabiiy - iqlimiy sharoitlar	Tog‘lar, landshaftlar, cho‘llar, dengizlar, ko‘llar, daryolar, vohalar, o‘rmonlar, bog‘lar, hiyobonlar.
		1. <i>Shakllanishiga ko‘ra:</i> • tabiiy (geologik, iqlimiy, gidrologik, termal suvlar); • biologik – tirik tabiat (tuproq resurslari, flora, fauna); • energoinformatsiyali, tabiatdan o‘ziga xos maydon va landshaft sifatida foydalanish bo‘lib, bu resurslar madaniy, ziyoratli kabi turizm turlarini rivojlantirishga asos bo‘lib xizmat qiladi.
		2. <i>Rekreatsiya sifatida foydalanish turiga ko‘ra:</i> • mineral suvlar; botqoqlar; tuzlar; o‘rmonlar; daryo sohillari; buloqlar; tabiatdagi so‘lim joylar.
		3. <i>Resurslarning davomiylik darajasiga ko‘ra:</i> • tugaydigan tabiiy resurslar, ular o‘z navbatida yangilanib turadigan (chuchuk suv, o‘simlik va hayvonot dunyosi) va yangilanmaydigan (minerallar) turlarga bo‘linadi; • tugamaydigan tabiiy resurslar, ularga quyosh energiyasi, shamol, dengiz to‘lqinlari, suvlar kiradi.
		4. <i>O‘zi qayta tiklanishi va o‘sishi imkoniyatiga ko‘ra:</i> • qayta tiklanadigan resurslar, bunga o‘rmonlarni misol keltirish mumkin, o‘rtacha 20-30 yilda qayta tiklanadi. • qayta tiklanmaydigan resurslar.
2.	Madaniy - tarixiy obyektlar	• yodgorliklar: arxitektura binolari, arxeologik ahamiyatdagi joylar, ilmiy, madaniy va tarixiy ahamiyatga ega g‘orlar, yozuvlar; • ansambllar: ilmiy, madaniy yoki tarixiy ahamiyatga ega o‘zaro bog‘langan binolar guruhi. Masalan,

5.2.1-jadvalning davomi

		Registon ansambli; • mehmondo'stlik joylari: inson yoki tabiat tomonidan yaratilgan estetik, etnografik, tarixiy ahamiyatga ega bo'lgan, o'ziga jalb qiluvchi o'ziga xos joylar; • milliy bayramlar, festival va simpoziumlar; • muqaddas joylar; maftunkor joylar.	
3.	Ijtimoiy - iqtisodiy omillar	1. Mehnat resurslari. 2. Asosiy vosita resurslari. 3. Iqtisodiyot tarmoqlari. 4. Infratuzilma.	
4.	Turistik axborot resurslari	1. Internet tarmog'i. 2. Adabiy va tasviriy nashrlar. 3. Axborot tashuvchilar. 4. Turli axborot manbalari.	
5.	YUNESKO tomonidan qo'riqlanayotgan obyektlar	1. Dunyoga mashhur bo'lgan obidalar. 2. Tabiat maskanlari. 3. Madaniy merosni saqlash va undan foydalanish. 4. Milliy folklor, festivallar.	
6.	Dunyo mo'jizalari	1. Misr ehromlari. 2. Bobilning osma bog'lari. 3. Artemida ibodatxonasi. 4. Golekarnas maqbarasi. 5. Quyosh xudosi Gelios haykali. 6. Aleksandr Mayoqi. 7. Olimpiya xudosi Zevs haykali.	Dunyoning yangi mo'jizalari: 1. Buyuk Xitoy devori. 2. Rio-de-Janeyrodagi Iso Masih haykali. 3. Al-Batri (Petra) tosh shahri. 4. Machu-Pikchudagi inklarning tosh shahri. 5. Chechen-Ingushiyadagi mayyalar ibodatxonasi. 6. Rim kolizeyi. 7. Tojmahal.

Tayanch so'z va iboralar: turizm resurslari, tabiiy turistik resurslar, madaniy - tarixiy resurslar, turizm resursining tasnifi, turistik axborot resurslari, turistik qiziqish va turistik taassurot,

ijtimoiy - iqtisodiy turistik resurslar, turistik akvatoriya, YUNESKO tomonidan qo'riqlanayotgan obyektlar, dunyoning yangi mo'jizalari.

Mustaqil ishlash uchun savollar

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

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar

1. O'zbekiston hududida joylashgan turistik resurslar bo'yicha taqdimot tayyorlash maqsadida mavjud tarixiy, madaniy, arxeologik resurslarni tahlil qiling.

2. Grek arxitektori Antipar Sidonskiy tomonidan tuzilgan dunyoning yetti mo'jizalari ro'yxatining turistik obyektlari bo'yicha hamda dunyoning yangi yetti mo'jizasi obyektlari haqida ham batafsil ma'lumot to'plang va ular bo'yicha taqdimot tayyorlang.

Test savollari

1. Turistik resurslarga to'g'ri ta'rif berilgan qatorni belgilang.

a) tabiiy, tarixiy, ijtimoiy - madaniy va boshqa obyektlarga turistlarni qiziqtiradigan, insonning jismoniy, ruhiy va aqliy kuchini tiklashi va rivojlanishi ehtiyojlarini qondirishga qodir obyektlarga aytiladi;

b) inson tomonidan yaratilgan noyob, tarixiy va arxitektura yodgorliklari majmuasi;

d) insonlarning hayoti, urf-odat va milliy bayramlarining namoyishi bilan bog'liq resurslar;

e) inson tomonidan yaratilgan noyob asarlardan turizm maqsadida foydalanish.

2. Tabiiy turistik resurslar kelib chiqishiga ko'ra qanday guruhlanadi?

a) tabiiy (geologik, iqlimiy, gidrologik, termal suvlar);

b) mineral suvlar;

d) botqoqlar;

e) tuzlar.

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

a) mineral suvlar, botqoqlar, tuzlar, o'rmonlar;

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

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

e) qayta tiklanmaydigan resurslar.

4. Resurslarning davomiylik darajasiga ko'ra qanday guruhlanadi?

a) tugaydigan tabiiy resurslar, tugamaydigan tabiiy resurslar;

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

d) qayta tiklanmaydigan resurslar;

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

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

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

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

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

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

6-mavzu. TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA O‘ZBEKISTONDAGI TARIXIY SHAHARLARNING AHAMIYATI

Reja:

6.1. O‘zbekistonning YUNESKO ro‘yxatidagi tarixiy shaharlari.

6.2. O‘zbekistonning tarixiy-madaniy va arxitektura yodgorliklariga ega bo‘lgan viloyatlari.

6.1. O‘zbekistonning YUNESKO ro‘yxatidagi tarixiy shaharlari

O‘zbekistonda jahon madaniyati xazinasiga kiruvchi ko‘plab arxitektura yodgorliklari mavjud. Xiva, Buxoro va Shahrisabz shaharlarining tarixiy markazlari, qadimiy Samarqandning tarixiy yodgorliklari YUNESKO ning «Jahon merosi» deb nomlangan ro‘yxatiga kiritilgan (6.1.1-jadval). YUNESKO “Jahon merosi” asosiy ro‘yxatiga 2012-yilda jami dunyoning 962 ta obyekti kiritilgan bo‘lsa, shulardan 4 tasi O‘zbekistonning tarixiy shaharlaridir, bu ular umumiy sonining 0,4% ini tashkil etadi.

6.1.1-jadval

O‘zbekistonning YUNESKO ro‘yxatidagi tarixiy shaharlari

№	Nomi	Joylashishi	Tashkil etilgan sanasi	YUNESKO ro‘yhatiga kiritilgan yili	№	Mezonlari
1	Ichan Qal’a	Xorazm viloyati	taxminan XIV asr	1990	№ 543	III, IV, V
2	Buxoro shahri tarixiy markazi	Buxoro viloyati	XII - XVI asrlar	1993	№ 602	II, IV, VI
3	Shaxrisabz shahri tarixiy markazi	Qashqadaryo viloyati	XV - XVI asrlar	2000	№ 885	III, IV

6.1.1-jadvalning davomi

4	Samarqand madaniyatlar chorrahasi	Samarqand viloyati	XIV - XV asrlar	2001	№ 603	I, II, IV

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

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



6.1.1-rasm. Toshkentning turistik resurslari.

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

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

Tarixiy Eski Juva – shaharning eng qadimiy bozorlaridan biri, unda hozir ham oziq-ovqat mahsulotlaridan tortib sanoat mahsulotlarigacha barchasini topish mumkin. Eski shaharning markazida XVI asrning ajoyib yodgorligi – Baroqxon madrasasi joylashgan. Bulardan tashqari, 1966-yilgi zilziladan Yunusxon maqbarasi, Ko'kaldosh madrasasi kabi ajoyib yodgorliklar omon qolgan. Toshkent metrosi jahonning zamonaviy arxitektura durdonalaridan biri hisoblanadi.

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

Toshkent shahrining asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari: Ko'kaldosh madrasasi (XIV asr), Kaffol Shoshiy maqbarasi, (XV asr), Hazrati Imom arxitektura majmuasi (XVI asr), Abulqosim

madrasasi (XIX asr), Baroqxon madrasasi (XVI asr), Jome' masjidi (XIX asr), Zangiota majmuasi (XV-XX asr), zamonaviy arxitektura durdonasi sanalgan Amir Temur muzeyi, Amir Temur hiyoboni, Mustaqillik maydoni, Xalqlar Do'stligi maydoni, Jasorat monumenti, Xastimom maydoni, Tilla Shayx masjidi, Hazrati Imom masjidi, Xadra maydoni, So'fi Ota maqbarasi va boshqalar.

Toshkent viloyati ulkan turistik salohiyatga ega. Chunonchi, hududda ekstremal va tog' turizmini, ya'ni chanalarda uchish, snoubording, paraplanda va deltaplanda uchish, velosport, motosport va ekstremal sport turlari hamda ekologik va qishloq xo'jalik turizmini rivojlantirishga tabiiy sharoitlar bor. Xususan, Toshkent viloyati tog'larida Chorvoq suv ombori mavjud bo'lib, uning sohilida ko'plab pansionatlar, dam olish zonalari va bolalar sport sog'lomlashtirish oromgohlari joylashgan. Muhtasham g'arbiy Tyan-shan tog'lari ko'plab turistik yo'llar va yo'laklar, sharsharalar, g'orlar, chuqurliklar, yong'oqzorlar va bog'lar 2016-yili YUNESKO ning Butunjahon ro'yxatiga kiritilgan. Bundan tashqari, "Ugom-Chotqol" milliy bog'i 230 turdagi hayvonlar, 1800 o'simlik turlari va 4 ta tabiiy ko'llarni (Urungach, Bodak, Shovuri, Ixnoj) o'z ichiga oladi.

Shularni hisobga olib, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni²⁵ bilan 2017-yilda Toshkent viloyatining turistik salohiyatini yanada rivojlantirish hamda undan foydalanish samaradorligini oshirish, hududga xorijiy va mahalliy turistlarni keng jalb qilish uchun qulay sharoitlar yaratish, zamonaviy infratuzilmani jadal rivojlantirishni ta'minlash, ko'rsatilayotgan turistik, mehmonxona va transport xizmatlarini kengaytirish va sifatini oshirish maqsadida Toshkent viloyatining Chimyon-Chorvoq kurort-rekreatsiya zonasi chegarasi doirasida "Chorvoq" erkin turistik zonasini tashkil etish belgilandi.

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

²⁵ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining «"Chorvoq" erkin turistik zonasini tashkil etish to'g'risida» gi Farmoni. 2017-yil 5 dekabr.

eng muhim bosqichlari rivojlangan bu shaharning tarixi va madaniyati bilan uzviy bog‘liqdir.



6.1.2-rasm. Samarqandning turistik resurslari.

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

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

va farovonki, bundan hayratga tushmasdan bo'lmaydi. Ehtimol shuning uchundir u "Samarqandiya", deb atalgan».

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

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

Qadimiy Samarqandning markazi bo'lgan Registon XV-XVIII asrlardagi Markaziy Osiyo bunyodkorligining yuksak namunalaridan biridir. Maydon uch tomondan Ulug'bek, Sherdor va Tillakori madrasalari bilan o'ralgan. Samarqand shahrining janubida joylashgan Amir Temur maqbarasida (XIV-XV asrlar) Amir Temur, Mirzo Ulug'bek kabi Temuriylar sulolasi vakillari dafn etilgan. Temuriylar davrida Samarqand yanada gullab yashnagan edi.

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

Mustaqillikka erishilgandan so'ng, O'zbekiston «ochiq eshiklar siyosati»ni joriy qildi va jahon hamjamiyati bilan integratsiyalashuv jarayoniga faol kirib bordi. Buning yorqin misoli sifatida

Samarqand respublikaning yirik turistik markaziga aylandi. Turizmning rivojlanishi O‘zbekiston va Samarqandning qulay geopolitik holati, uning Markaziy Osiyo mintaqasidan o‘tgan «Buyuk Ipak yo‘li» ustida joylashgani, qulay geografik va iqlimiy sharoiti, bu sohaning ravnaqiga xizmat ko‘rsata oladigan mutaxassislar va zarur qonuniy bazalarning mavjudligidadir. Xalqlar o‘rtasida do‘stlik, bir-birlarini anglash, tinchlik, hamkorlik va mamlakatda barqarorlikni rivojlantirishda turizmning ahamiyati beqiyosdir. Bularning hammasi turizmning xilma-xil shakllarini qayta tiklash va rivojlantirish, xalqaro andozalar asosida xizmat ko‘rsatishni yo‘lga qo‘yish, mahalliy xususiyatlar turizmning milliy modelini yaratish uchun qulay imkoniyatlar yaratmoqda.

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

Ushbu reyting “The Huffington Post” nashri tomonidan minube.net sayohatchilar hamjamiyati bilan o‘zaro hamkorlikda tuzilgan. Bundan ko‘zlangan maqsad “Buyuk ko‘hna poytaxtlardan tortib, to Osiyo, Amerika va ulardan tashqari dunyodagi eng a‘lo joyni topish” bilan izohlanadi. Reyting mualliflarining fikr bildirishlaricha, odamlar o‘z hayoti davomida albatta borib ko‘rishi lozim bo‘lgan qadamjolar ro‘yhatidan dunyoning 50 ta shahari joy olgan. Samarqand – MDH mamlakatlari shaharlari o‘rtasida ushbu nufuzli ro‘yxatga kirgan yagona shahardir.²⁶

Samarqand shahrida 2020-yilgacha “Samarkand city” turizm zonasi, Samarqand tumanida esa eshkak eshish kanali hududida sport-sog‘lomlashtirish va turistik-rekreatsion majmuasi barpo etiladi.²⁷

²⁶ Samarqand “dunyoning albatta borib ko‘rish lozim bo‘lgan 50-shahri”// Zarafshon. 2014-yil 10-iyul.

²⁷ O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “2017 – 2019-yillarda Samarqand shahri va Samarqand viloyatining turizm salohiyatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 450-son Qarori, 2017-yil 30 iyun.

“Samarkand city” turizm zonasida Samarqand shahrida turistlar kecha-yu kunduz bo’sh vaqtlarini maroqli o’tkazishi uchun qulay shart-sharoitlar va turli xizmatlarning ko’rsatilishini ta’minlovchi zamonaviy mehmonxonalar, kottejlar, madaniy-sog’lomlashtirish va ko’ngilochar-savdo maskanlarining qurilishi nazarda tutilgan.

Samarqand tumanidagi eshkak eshish kanali hududida yil davomida o’quv-mashg’ulot yig’inlarini o’tkazish imkonini beruvchi zamonaviy sportzal, sport maydonchalari, usti ochiq va yopiq basseynlar, oilalar uchun mehmonxona majmualari va kottejlar, suv attraksionlarini o’z ichiga olgan sport-sog’lomlashtirish va turistik-rekreatsion majmuasi barpo etiladi.

“Samarkand city” turizm zonasini qurish loyihasi amalga oshirilishini moliyalashtiruvchi investorlar, jumladan, xorijiy investorlar bilan to’g’ridan-to’g’ri sarmoya kiritish shaklida birgalikda moliyalashtiruvchi bosh tashkilot etib Milliy bank, eshkak eshish kanali hududida sport-sog’lomlashtirish va turistik-rekreatsion hududini barpo etish” loyihasi bo’yicha esa “O’zsanoatqurilishbank” belgilandi.

Shuni ham ta’kidlab o’tish joizki, Buxoro va Samarqand shaharlaridagi turizm hududlari tajribasi asosida Urganch, Toshkent shaharlari va Farg’ona viloyatida turizm hududlari, shuningdek, Toshkent viloyati Bo’shtonliq tumanida tog’ klasterlarini bosqichma-bosqich tashkil etiladi²⁸.

Samarqandning asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari: Afrosiyob (eramizdan oldingi VIII asr), Mirzo Ulug’bek rasadxonasi (1428 y.), Shohizinda arxitektura majmuasi, Hazrati Hizr masjidi (XIX asr o’rtalari), Bibixonim masjidi (1399 y.), Ulug’bek madrasasi (1417 y.), Sherdor madrasasi (1619 y.), Tillakori madrasasi (1647 y.), Chorsu bozori (XVIII asr oxiri), Ruxobod maqbarasi (1380 y.), Oqsaroy maqbarasi (1470 y.), Amir Temur maqbarasi (1404 y.), Namozgoh masjidi (XVIII asr), Ishratxona maqbarasi (1464 y.), Xoja Axror majmuasi (XV-XX asrlar), Cho’pon-Ota maqbarasi (1430 y.), Xoja Abdu Darun qabristoni (XV asr), Imom al-Buxoriy yodgorlik majmuasi (IX-XX asr) va b.

²⁸O’zbekiston Respublikasi Prezidentining “2018–2019-yillarda turizm sohasini rivojlantirish bo’yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to’g’risida”gi PQ-3217-son Qarori, 2017-yil 16-avgust.

BUXORO: «Buxoro» soʻzi sanskrit tilida «Ibodatxona», soʻgʻd tilida «Tangri jamoli» maʼnolarini anglatadi. Buxoro Buyuk Ipak yoʻlining yirik tijorat markazi boʻlib hisoblangan. Buxoro oʻrta asrlarga mansub 140 dan ortiq arxitektura yodgorliklariga ega boʻlgan «Muzey-shahardir». Poyi Kalon, Qoʻshmadrasa, Minorai Kalon, Ismoil Somoniy maqbarasi kabi koʻplab yodgorliklar bundan ming yillar oldin qurilgan boʻlib, hozirgi kunda ham mehmonlarni oʻzlariga jalb etmoqda. Buxoroning mashhurligini Al-Buxoriy, Narshaxiy, Rudakiy, Daqiqiy, Abu Ali ibn Sino va Bahouddin Naqshband kabi siymolar yanada sharaflashgan.

Islom dunyosida Buxoroning ismiga “sharif”, yaʼni “muqaddas” qoʻshimchasi qoʻshib ishlatilgan. X asrda Buxoro eng yirik ilmiy va madaniy markaz boʻlgan. Magʻoqi Attori, Namozgoh masjidi, Chashmai Ayub kabilar ushbu davrdan yodgor boʻlib qolgan. Sitorai Mohi-Xosa oxirgi Buxoro Amirining yozgi saroyi, u hashamatli arxitekturaning eng yorqin namunalaridan biridir. Labihovuz (XVI-XVII asrlar), Xoʻja Nasriddin haykali, Nodir Devonbegi madrasasi, Devonbegi xonaqosi, vaqtida Markaziy Osiyodagi yetakchi boʻlgan Koʻkaldosh madrasasi (Abdullaxon tomonidan bunyod etilgan) shaharning oʻziga xos diqqatga sazovor joylari hisoblanadi. Ismoil Somoniy maqbarasi shahardagi yaxshi saqlanib qolgan eng qadimiy bino boʻlib, nafis arxitekturaga ega. Poyi Kalon ansambli (XII-IV asrlar) shaharning markazidan oʻrin olgan. Shu yerdan piyoda Ark binosiga, Chorminorga oʻtish mumkin. Shahar atrofidagi Varaxsha harobalaridan janglar va ov marosimlarini aks ettiruvchi koʻplab rangli lavhalar, qimmatli buyumlar topilgan va muzeylarga topshirilgan. Buxoro qorakoʻli xalqaro bozorda eʼtirof etilgan. Shuningdek, Buxoro zardoʻzlik sanʼatining Vatani hisoblanadi.

Buxoroning asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari: Ark (XI asr), Bolohovuz majmuasi (XVIII asr), Ismoil Somoniy maqbarasi (IX asr), Chashmai-Ayub (1380 y.), Abdullaxon madrasasi (1596 y.), Modari-Xon madrasasi (1556 y.), Masjidi Baland (XVI asr boshlari), Gavkushon majmuasi (masjid, minora, madrasa) (XVI asr), Zayniddin Xoji xonaqosi (1555 y.), Poyi Kalon majmuasi (XII asr), Labihovuz majmuasi (XVI asr), Koʻkaldosh madrasasi (1568 y.), Nodir Devonbegi xonaqosi (1620 y.), Ulugʻbek madrasasi (1417 y.), Abdulazizxon madrasasi (1652 y.), Bolohovuz masjidi (1712 y.),

Sayfiddin Boharziy maqbarasi (XIII asrning ikkinchi yarmi), Bayonqulixon maqbarasi (XIV asrning ikkinchi yarmi), Namozgox masjidi (XII asr), Fayzobod xonaqosi (1598 y.), Chorminor madrasasi (1807 y.), Buxoro Amirining Sitorai Mohi-Xosa yozgi saroyi (XIX asr oxiri), Chor-Bakr majmuasi – Jo‘ybor xo‘jalari qabristoni (1560 y.) va b..



6.1.3-rasm. Buxoroning turistik resurslari.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “2017–2019-yillarda Buxoro shahri va Buxoro viloyati sayyohlik imkoniyatlarini jadallik bilan rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori asosida Buxoroda hududi 10 gektardan kam bo‘lmagan “Boqiy Buxoro” nomli erkin turistik zona (ETZ) yaratiladi.

Xorijiy sayyohlarga to‘liq dam olish imkoniyatini yaratish maqsadida ETZ hududida turli darajada xizmat ko‘rsatish qulayliklariga ega mehmonxonalar, ko‘ngilochar va savdo muassasalari, xususan, 500 kishilik amfiteatr, bouling-klublar, raqs maydonlari va karaoke, milliy taomlar va dunyoning mashhur oshxonalarini taqdim etuvchi bar, kafe, restoranlar, suvenirlar va boshqa mahsulotlar do‘konlari qurilishi ko‘zda tutilmoqda.

Buxoro shahrining tarixiy qismida (“Shahriston” bozori hududida) ikki qavatli uylardan iborat hunarmandlar dahasi va yopiq bozor yaratiladi. Shuningdek, ushbu dahada an‘anaviy ustaxonalar, milliy suvenirlar, zardo‘zlik mahsulotlari, kitoblar, meva va

sabzavotlar, shirinlik va sayyohlarni jalb etuvchi boshqa mahsulotlar sotiladigan do‘konlar ochiladi.

Bugungi kunda jahonda 7 mingdan ziyod erkin turistik zonalar faoliyat yuritadi. Ular turizmning turli yo‘nalishlariga, shuningdek, iqtisodiy sohaga ham yo‘naltirilgan. Turistik zonalar odatda, tabiati, madaniyati va tarixiy salohiyati yuqori bo‘lgan hududlarda tashkil etiladi.

XIVA: Xiva – ko‘plab arxitektura yodgorliklari joylashgan, Ichan-qal’ada qadimiy Sharq ruhini saqlab qolgan shahardir. Xiva-ning arxitektura yodgorliklari asosan madrasa, masjid va minoralar: Pahlavon Mahmud maqbarasi (1835-yil), Muhammad Aminxon madrasasi (1850–1855-yillar), Ko‘hna Ark, Tosh hovli, Olloqulixon karvonsaroyi (1855-yil) kabilardan iborat. Rangli bezaklar berilgan Kalta Minor (1835-yil) va 218 ta naqshli ustunga ega bo‘lgan Juma masjidlarni alohida ta’kidlab o‘tish mumkin. 2,5 kilometr uzunlikdagi devorga ega bo‘lgan Ichan-qal’a Otadarvoza, Shimoliy, Sharqiy, Janubiy, Buxoro va Toshdarvozalariga ega. Unda 40 dan ko‘proq quduqlar mavjud.



6.1.4-rasm. Xivaning turistik resurslari.

Xivaning asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari: Ichan-qal’a, Saidboy masjidi va madrasasi (XVIII asr boshi), Polvon Darvoza atroflari, Olloqulixon madrasasi (1834 y.), Qutlug‘murod-inoq madrasasi (1804 y.), Olloqulixon timi va karvonsaroyi (XIX

asr), Abdullaxon madrasasi (1865 y.), Anushaxon masjidi va harami (1657 y.), Tosh hovli (Olloqulixonning saroyi) (1830 y.), Oqmasjid (1832 y.), Juma masjidi va minorasi (1788 y.), Said Olovuddin maqbarasi (XIV asr), Muhammad Aminxon madrasasi (1851 y.), Kaltaminor (1855 y.), Ko'hna Ark (1868 y.), To'ramurod minorasi (1888 y.), Sherniyozxon madrasasi (1718 y.), Borlandi masjidi (XIX asr), Arabxona madrasasi (1838 y.) va b..

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

Qarshi shahri Samarqand va Buxorodan Afg'oniston va Hindistonga o'tuvchi karvon yo'llari asosida yuzaga kelgan. Qarshi shahri bir necha arxitektura yodgorliklariga ega. Qashqadaryo viloyatining asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari: Shahrisabz shahrida Oqsaroy (1380 y.), Dorus - Saodat majmuasi (XIV asr), Hazrati Imom masjidi (XIV asr), Jahongir maqbarasi (XIV asr), Dor-ut-Tilovat arxitektura majmuasi, Ko'kgumbaz masjidi (1435 y.), Gumbazi Saidon (XV asr), Temuriylar sulolasiga tegishli Shamsiddin Kulol maqbarasi (XV asr) va b.



6.1.5-rasm. Shahrisabzning turistik resurslari.

Qarshi shahrida Mirzo Ulug'bek tomonidan qurilgan Ko'kgumbaz masjidi (1463 y.), Jome' masjidi, Minorali Qo'rg'oncha

(XIX-XX asrlar), Xo‘ja Abdulaziz madrasasi (XX asr), Qilichboy madrasasi (1714 y.), Zaxkok-Moron shaharchasi harobalari (eramizdan avvalgi I asr – eramizning V asri) va Qashqadaryo daryosi ustidan o‘tgan qadimiy ko‘priklar kabilardir. Shaharda O‘lkashunoslik muzeyi bor. Hisor tog‘larining janubi-g‘arbida 1975-yilda Qizilsoy qo‘riqxonasi tashkil etilgan. Bu yerda silovsin, ayiq, qor barsi kabi noyob hayvonlarni uchratish mumkin.

6.2. O‘zbekistonning tarixiy-madaniy va arxitektura yodgorliklariga ega bo‘lgan viloyatlari

O‘zbekiston Respublikasi Birinchi Prezidenti Islom Karimovning BMT Jahon sayyohlik tashkiloti Ijroiya kengashi 99-sessiyasining ochilish marosimidagi nutqida ta’kidlanganidek, “...Biz O‘zbekistonning ulkan sayyohlik salohiyati haqida gapirganda, birinchi navbatda, mamlakatimiz hududida shakllangan va rivojlangan eng qadimiy sivilizatsiya va madaniyatlar, qoyatoshlardagi yozuvlar va iyerogliflarni, noyob tarixiy obidalar, moddiy madaniyat va me’morlikning ulug‘vor hamda betakror namunalarini nazarda tutamiz. Ayni paytda ularni Yaponiya, Fransiya, Germaniya va boshqa davlatlarning ko‘plab olim va mutaxassislari o‘rganmoqda. Shu bilan birga, o‘zining jozibasi va tarovati bilan dunyodagi eng yaxshi dam olish va sayohat maskanlaridan qolishmaydigan go‘zal tabiatimizning boyligi va xilma-xilligini ham bu boradagi eng katta imkoniyatlarimiz qatorida ko‘ramiz. Bularning barchasi mamlakatimizni jahon turizmi markazlaridan biriga aylantirishi mumkin va zarur”.

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

XX asr boshlarida Qo‘qon Toshkentdan so‘ng ikkinchi yirik shahar hisoblangan, aholisining soni barcha hududiy markazlardan ortiq bo‘lgan. Qo‘qonning oxirgi xoni Xudoyorxonning saroyi shaharning eng muhim arxitektura yodgorliklaridan biri bo‘lib hisoblanadi. Xon saroyi hashamatli va bezaklari bilan o‘chmas taassurot qoldiradi. Shuningdek, shoira Nodirabegim nomi bilan

bog‘liq ikki minorali Modarixon maqbarasi ham qiziqarlidir. Qatl etilgan shoira xotirasiga bag‘ishlab maqbara yonida oq marmar va bronzadan ishlangan haykal o‘rnatilgan.



6.2.1-rasm. Farg‘onaning turistik resurslari.

Marg‘ilon shahrining 2000 yilligi hukumat qarori asosida 2007-yilda keng nishonlandi. Marg‘ilonga Buyuk Ipak yo‘lining kashf etilishi bilan ozodlikni tan oluvchi mag‘rur so‘g‘dlar tomonidan asos solingan. X asrda Marg‘ilon butun dunyoga o‘zining ipak matolari bilan mashhur bo‘lgan. XV asr oxirlari XVI asr boshlarida Marg‘ilon vodiyni eng muhim shaharlaridan biriga aylangan. Marg‘ilonning monumental yodgorliklaridan bezatilgan masjid minora – maqbara va kaptarxonadan iborat bo‘lgan Kaptarlik kompozitsiyasi (XVIII asr) hamda Shouda masjidini keltirish mumkin.

Farg‘ona viloyatidagi mavjud me‘moriy obidalar ichida muqaddas ziyoratgohlar bilan bog‘liq yodgorliklar, masalan, Xojanazar Huvaydo Burhoniddin Marg‘iloniy, Uvaysiy maqbaralari, Ulug‘ mozar, Pur Siddiq majmuasi, Dahmayi shohon, Modarixon, Bibi Ubayda, Poshsho pirim, Bistom buva, Xo‘ja Mu‘oz, Mo‘yi muborak, Puri Siddiq ziyoratgohi, Shohimardondagi Hazrat Ali mozori, Toshkelin (Rishton tumani), Qiz mozar (Marg‘ilon shahri), Childuxtaron (Oltiariq tumani) “Shoh Tolib”, “To‘nga ota” (Oltiariq tumani), “Xo‘ja Ilg‘or” (Rishton tumani), “Yalang‘och ota”, “Sadkak ota” (Farg‘ona tumani) alohida o‘rin tutadi.

Andijon viloyati: Andijon ko‘p asrlik boy tarixga ega. Viloyat hududida eramizdan oldingi XII-VII asrlarga oid bo‘lgan ko‘hna shaharlar va arxeologik komplekslar mavjud. Shundaylar sirasiga Dalvarzin, Eylaton, Mingtepa, Ashqaltepa, Sarvontepa va boshqalarni kiritish mumkin.



6.2.2-rasm. Andijon viloyatining turistik resurslari.

Sayyohlarni, shuningdek, Mirpo‘stin ota, Fozilmon ota, Imom ota, «Tuzluq momo», «Uch buloq», “Mingtepa” arxeologik yodgorligi, “Yilqichi Buva» ziyoratgohi, “Fozilmon ota” ziyoratgohi, Xo‘ja Abdulloh Tug‘dor, Qutayba ibn Muslim maqbarasi, Alisher Navoiy nomidagi madaniyat va istirohat bog‘i, “Bibi seshanba” ziyoratgohi, Otaqo‘zi madrasasi va shunga o‘xshash boshqa diqqatga sazovor yodgorliklar o‘ziga jalb etmoqda. Ayni paytda Andijon viloyatida sal kam 380 ga yaqin madaniy yodgorliklar ro‘yxatga olingan. Bundan tashqari, shifobaxsh manbalar ham mavjud va bu ekoturizmni rivojlantirish uchun yo‘l ochishi ham ehtimoldan xoli emas. Milliy hunarmandchilik ustalari mahsulotlari va an‘analari, boy folklor ham xorijiy sayyohlarni o‘ziga tortadi.

Ko‘hna Andijonning karvon yo‘lida joylashganligi bu yerda savdo-sotiq va hunarmandchilikning jadal rivojlanishiga xizmat qildi. Ipak yo‘li orqali bu yerga Sharq va G‘arb sivilizatsiyasining

kirib kelishi, shu hududda yashovchi mahalliy aholining ongi-shuurini ham o'zgartirib yubordi.

Andijonda qadimda va o'rta asrlarda bunyod etilgan me'moriy yodgorliklar bizgacha yetib kelmagan. Andijon shahrida XIX asr oxirida qurilgan jome masjidi majmuasi saqlangan. Tarkibida masjid, minora va madrasa bor. Jome masjidi Farg'ona vodiysida eng mahobatli binodir.

Shahrixonda o'tgan asrda barpo qilingan bir qancha mahalla masjidlari va madrasalari saqlangan. Shundan biri XIX asr boshida qurilgan Ponsod masjidadir. Masjidning bezak qismlarini farg'onalik ustalar ishlagan. Shahrixonda 1872-yilda qurilgan Gumbaz madrasasi saqlangan. Andijon shahrida XX asr boshida qurilgan ikki qavatli Ahmadbek hoji uyi ham milliy me'morlik namunalaridan biri. Paxtaobod shahrida XX asr boshida qurilgan Otaqo'zi madrasasi yodgorligi ham diqqatga sazovor. Uning 5 minorasi bor.

Shuningdek, sayyohlarning muzeylarga bo'lgan qiziqishini inobatga olgan holda, viloyat o'lkashunoslik muzeyi, adabiyot va san'at muzeyi, "Hunarmandchilik" nomli hunarmandlar mahallasi, Zahiriddin Muhammad Boburning uy-muzeyi ta'mirlangan holda eksponatlarga boyitilmoqda.

Namangan viloyati: Namangan viloyati hududi arxeologik obidalarga boyligi bilan ajralib turadi. Namangan viloyatining turistik resurslari qatoriga Xo'ja Amin maqbarasi, Mullo Bozor Oxund maqbarasi, Qadimiy Axsikent, Mulla Qirg'iz madrasasi, G'oyibnazar Qozi madrasasi, Mavlono Lutfulloh majmuasi, Mavlaviy Namangoniy maqbarasi, Devona Buva maqbarasi, Turaqo'rg'on tumanida Axsikent va Aysi, Pop tumanida Munchoqtepa, Chust tumanida Buonamozor, Kosonsoy tumanida Mugtepa, Uchqo'rg'on va Norin tumanlarida Kayvonot va Eyloton, Chotqol tumanida qadimiy irrigatsiya qurilmalari – korizlar muhim arxeologik yodgorliklar sifatida katta ilmiy qimmatga ega bo'lib, uzoq o'tmishdan xabar berib turadi.

Namangan viloyatining tarixiy yodgorliklarini ilmiy asosda o'rganish Turkistonni Rossiya bosib olgandan so'ng, XIX asr 80-yillarining o'rtalaridan boshlangan.



6.2.3-rasm. Namangan viloyatining turistik resurslari.

Mustaqillik yillarida Namangan viloyatida madaniy merosni asrash va buyuk ajdodlarimizning nomlarini abadiylashtirish borasida qator bunyodkorlik ishlari amalga oshirildi. Jumladan, Nodim Namongoniy maqbarasi, Boborahim Mashrab bog'i, uy-muzeyi va haykali, Ibrat uy-muzeyi, Mavlono Lutfulloh majmuasi, Maxdumi A'zam Kosoniy majmualarining bunyod etilib, xalqimizga topshirilishi ajdodlar ruhiga hurmat va o'zligimizni anglash nishonasidir. Yosh avlodni ajdodlar an'anasi ruhida tarbiyalashda tarixiy-madaniy obidalarining o'rni va ahamiyati katta. Shunday ekan madaniy merosimizni saqlash, ularni ilmiy jihatdan yanada ko'proq o'rganish va kelajak avlodga yetkazish bugungi kunning dolzarb masalasidir.

Xalq hunarmandchiligi ayniqsa, Namangan va Chust shaharlarida qadimdan rivojlangan. Chustda pichoq, idish-tovoq, qishloq xo'jaligi qurollari ishlab chiqariladi, do'ppido'zlik, kashtachilik bilan shug'ullaniladi, beqasam va atlas gazlamalar tayyorlanadi.

Jizzax viloyati: Jizzax viloyati tabiatining o'ziga xos xususiyatlaridan biri tog'lar va tog' yonbag'irlarida tarkibida temir, oltingugurt, vodorod, radiy, kremniy kislotasi, karbon gazi, ishqorli termo-minerallar bo'lgan bir qator shifobaxsh suv manbalarining mavjudligidir. G'allaorol, Forish, Mirzacho'l tumanlarida ana

shunday balneologik suvlar bilan davolovchi “Marjonsuv”, “Birlashgan”, “Gagarin” nomli sanatoriylar va bir necha profilaktoriylar ishlab turibdi.



0.2.1 Jizzax viloyatining tabiiy resurslari

Shuningdek, Zomin, Jizzax, Baxmal tumanlarida ham ma’danga boy suv manbalari bor. Viloyatdagi barcha ma’danli suvlar kimyoviy va balneologik tarkibiga ko’ra eng mashhur mineral manbalardan qolishmaydi.

Jizzax vohasini buyuk qadamjolar va madaniy meros maskani sifatida ham tilga olsak adashmagan bo’lamiz. Ma’lumotlarga qaraganda, Jizzax viloyati hududida jami 372 ta madaniy meros obyektlari, shundan 42 ta tarixiy obida va muqaddas ziyoratgohlar, 267 ta arxeologik manzilgohlar, 63 ta monumental yodgorliklar “Davlat muhofazasi ro‘yxatlari”ga kiritilgan.

Har bir yurtning o‘z tabarruk maskanlari, bosh uzra tutgan muqaddas ziyoratgohlari bo’lgani kabi Jizzax vohasining ham mo‘‘tabar ziyoratgohlari bor. Jizzax madaniy manzillari, bebaho tarixiy maskanlari bilan eng munosib o‘ringa daxldor viloyatlarimizdan hisoblanadi. «Sayhonsoy qoyatoshlari»dagi suratlarni (4,5 ming yil avval) ming yillardan beri aziz tutib kelingan «Temir darboza», «Sa’d ibn Abu Vaqqos», «Parpi ota», «Xo‘jamushkent ota», «Novqa ota», «O‘smat ota», «Said Mir Xalililloh ota»,

«Xo‘jabog‘bon ota», Sayfin ota, Savrik ota, Qulfisar ota kabi ko‘plab mo‘‘tabar ziyoratgoh manzillari va qadamjolari mavjud. Shuningdek, Zomin hamda Baxmal tog‘ va tog‘oldi dam olish joylari, Zomin davlat qo‘riqxonasi va milliy bog‘i ham viloyatning muhim turistik maskanlaridandir.

Viloyatda 20 dan ortiq g‘orlar bor. Garchi ular mutaxassislar tomonidan o‘rganilmagan bo‘lsa-da, birgina Pishog‘or g‘orini kuzatgan havaskorlarning xotirlashlaricha, g‘or ichida sahni keng va uzun maydon (zal), kuli qizg‘ish o‘choq, tosh devorlarga ishlangan rasmlar va petroglif yozuvlar bisyor. Bundan tashqari, uzundan-uzun cho‘zilgan g‘or sun‘iy to‘silib, navbatdagi zal uchun qo‘shimcha zinalar qilingani, bu joyda qadim - qadimda ibtidoiy odamlar yashaganligidan dalolat beradi.

Sirdaryo viloyati: Sirdaryo viloyatida qadimiy kanallarning izlari, sardobalar mavjud. 70 km uzunlikdagi O‘rinboyo‘g‘iz, Iskandarariq, Buxoroariq juda qadimgi kanallardir. XV asrda Shohrux va Ulug‘bek Sirdaryodan Mirzacho‘lga kanal orqali suv chiqartirgan. Keyinchalik Mirzacho‘lning janubi-sharqida Bo‘zariq, Sirdaryoning o‘ng tomonida Dalvarzinariq barpo etilgan. Qiyot ko‘li yonida Sirdaryodan suv oladigan mayda ariqlar bo‘lgan.

Sirdaryo viloyatida 1 ta muzey (Guliston shahridagi «Mirzacho‘lni o‘zlashtirish tarixi muzeyi»), 2 ta madaniyat va istirohat bog‘i faoliyat ko‘rsatadi.

Tarixiy - me‘moriy yodgorliklardan “Gumbaz” tarixiy obidasi, Yusuf bobo, Sherbobo, Xadicha bibi maqbaralari, Gumbaz qishlog‘i sardobasi, Xovos qal’asidagi karvonsaroy, Oq oltin tumanidagi Mirzaquduq sardobasi, Sardoba shaharchasidagi karvonsaroy, “Xovos qal’a”si, Sho‘rbuloqsoy bo‘yida joylashgan yodgorliklar ichida eng qadimgilari Eski Xovos va Nurtepa yodgorliklari, Sayxunobod tumanida joylashgan Nurota yodgorligi, Sardoba tumani, Paxtaobod qo‘rg‘oni hududidagi Sardoba yodgorligi mavjud.

Binobarin, viloyatdagi bugungi kunga qadar saqlanib kelgan va davlat muhofazasiga olingan 19 ta madaniy meros yodgorliklari, X-XII asrlarga oid, deb hisoblangan Yusuf bobo, Sherbobo, Xadicha bibi maqbaralari, Gumbaz qishlog‘i sardobasi, Xovos qal’asidagi karvonsaroy, Oq oltin tumanidagi Mirzaquduq sardobasi, Sardoba

shaharchasidagi karvonsaroy kabi madaniy yodgorliklarning aksariyati qayta ta'mirlanib, obod maskanlarga aylantirildi.

Navoiy viloyati: Navoiy viloyatida qadimgi davr, ilk va o'rta asrlarda qurilgan 10 dan ortiq yodgorliklar mavjud. Jumladan, qadimgi Karmanadagi Mirsaid Bahrom maqbarasi, Qosim Shayx me'moriy majmuasi, Katta Gumbaz masjidi, Buxoro – Navoiy yo'lidagi Raboti Malik karvonsaroyi va sardobasi, Dehgaron majmuasi, Nurota chashmasi kabilarni aytib o'tish mumkin.

Viloyatda 30 ga yaqin arxeologiya yodgorliklari mavjud. Ayniqsa, Navbahor tumani Uchtut qishlog'idagi shaxta (neolit davri), Nurota tumani hududidagi Qoratog'da o'yib yozilgan qoyatosh yozuvlari (mil. av. III asr.) va b. tarixchilar diqqatidir.



6.2.5-rasm. Navoiy viloyatining turistik resurslari.

Deggaron majmuasi, Mir Said Bahrom maqbarasi, Nurota chashmasi, "Chashma" tabiiy me'moriy muzeyi, Nur chashmasi, Nur qal'asi, IX asrda bino qilingan "Panjvaqta" katta gumbaz masjidi, Shayx Abul Hasan Nuriy maqbarasi, Nurgul binni Abul Hasan qabri, Nurgulato qudug'i va madrasa hujralaridan iborat Nurotadagi qal'a harobasi, Raboti Malik (Shoh Raboti) karvonsaroyi, Raboti Malik sardobasi, Navoiy viloyati o'lkashunoslik muzeyi, "Sarmishsoy" tabiat bog'i yuksak ahamiyatga ega. Navoiy viloyati ekoturizmi deganda, ko'z oldimizda Navbahor tumanidagi

besh ming yillik tarixga ega Sarmishsoy qoyatosh suratlari, Nurota tumanidagi «Chashma» majmuasi, Nur qal’asi, Sangijumon darasidagi ajdodlarimizning bundan 5-6 ming yil avvalgi hayot tarzidan «so‘zlovchi» toshlar o‘rmoni kabi 200 dan ortiq bebaho yodgorliklar gavdalanadi. Shuningdek, Qizilqum sahrosidagi «AYDAR-1», «AYDAR-2» va «KAMEL» kabi sayyohlik bazalari tomonidan yaratilgan o‘tovlar ko‘rinishidagi ekzotik manzaralar dunyoning turli burchaklaridan kelayotgan sayyohlarni o‘ziga maftun etmoqda.

Surxondaryo viloyati: Surxondaryo viloyatining markazi bo‘lgan Termiz shahri eramizdan oldingi II-I asrlarda Hindistonni Markaziy Osiyo orqali Yevropa bilan bog‘lovchi karvon yo‘llarining chorrahasida paydo bo‘ldi, keyinroq u Xitoyga eltuvchi Buyuk Ipak yo‘lida ham muhim ahamiyat kasb etdi.

Viloyatdagi qadimgi odamlarning dastlabki manzilgohlari turli yovvoyi hayvonlar va yovvoyi o‘simliklar bilan qoplangan tog‘ o‘rmonlarida, Boysun tog‘laridan oqib tushuvchi daryo etaklarining bo‘ylaridan paydo bo‘ldi.



6.2.6-rasm. Surxondaryo viloyatining turistik resurslari.

Ularning ichida eng qadimgilari sifatida o‘rta va yuqori paleolit davriga mansub Teshiktosh va Machay g‘orlari hisoblanadi. Teshiktosh g‘oridan neandertal bolaning suyaklari topilgan bo‘lib, ushbu

kashfiyot O'rta Osiyo hududi hozirgi odamlarning shakllanish mintaqalaridan biri bo'lgan, degan ilmiy xulosaga olib keldi.

Surxondaryo viloyati hududidagi Kushonlar davriga oid arxeologik yodgorliklar nihoyatda ko'p va xilma-xildir. Dalvarzintepa va Xolchayonda o'tkazilgan qazilmalar kushonlar shahri yuksak madaniyat o'choqlari bo'lganligini ko'rsatadi. Bu davrda hunarmandchilik va qishloq xo'jaligining intensiv ravishda rivojlanishi, tovar-pul munosabatlarining o'sishi arxitektura, monumental haykaltaroshlik va rassomchilik, koroplastika va gliptika san'atining yuksalishi kuzatiladi.

Hududda saqlanib qolgan asosiy yodgorliklar qatoriga Qirq qiz saroyi, Hakim at-Termiziy arxitektura yodgorligi, Sulton-Saodat majmuasi, Termiz hukmdorlari saroyi, Qoratepa ibodatxonasi va Fayoztepa ibodatxonasi kabi bir qancha obyektlarni kiritishimiz mumkin. Shuningdek, Surxondaryo ekoturistik rayonida Ko'hitang tog'li hududda 1987-yilda tashkil etilgan 53,7 ming ga maydonda ega, 800 xil o'simlik va 290 ta qush hamda 20 dan ortiq hayvon turlarini muhofaza qilishga yo'naltirilgan "Surxon davlat qo'riqxonasi" mavjud.

Mamlakatimizning Surxondaryo viloyatida boshqa viloyatlardagi kabi yetarli darajada turistik resurslar mavjud. Viloyat markazi bo'lgan Termiz shahrida joylashgan "Al Hakim at-Termiziy" me'moriy majmuasi, qizlar akademiyasi nomini olgan "Qirq qiz" me'moriy yodgorligi va "Sulton-Saodat" obidalari, Angor tumanida "Bolalik tepa", Muzrobod tumanidagi "Kichik tepa", "Sopolli tepa", "Ayoztepa", Sho'rchi tumanidagi "Dalvarzintepa" manzilgohlari, Boysun tumanidagi "Teshiktosh g'ori", "Konustepa" (dinozavrning izi topilgan), "Dalvarzintepa" (36 kg oltin topilgan), Qumqo'rg'on-da "Makedon ko'prigi harobalari", Jarqo'rg'ondagi "Jarqo'rg'on minorasi", Denovda esa eski masjid, madrasalar kabilar shular jumlasidandir.

Shu bilan birgalikda, vohaning o'ziga xos urf-odatlar, xalq o'yinlari, taomlari va o'ziga xos kiyimlari viloyatlar ichida ajralib turadi.

Qoraqalpog'iston Respublikasi: Respublikada 3 ta maxsus qo'riqlanadigan tabiiy hudud: «Baday-to'qay» davlat qo'riqxonasi, «Sayg'oq» va «Sudoche» buyurtma qo'riqxonalari tashkil etilgan.

Shuningdek, Qoraqalpog‘iston Respublikasi hududida antik, o‘rta asr va yangi davrlarga oid me‘moriy yodgorliklar mavjud. Me‘moriy va tarixiy yodgorliklardan 237 tasi ro‘yxatga olingan, ulardan 145 tasi arxeologik, 25 tasi me‘moriy va 67 tasi monumental yodgorliklardir.

Tuproqqal’a (mil. I–IV asrlar.), Ayoqzal’a (Ayoqzal’a - milodiy II–IV asrlarga oid uchta qal’a harobasidan iborat arxeologik yodgorliklar majmuasi), Katta Guldursin qal’asi (mil.av. III–IV asrlar, mil. XII–XIII asrlar), Qoyqirilgan qal’a (mil.av. IV asr – mil. IV asr), Shilpiq yodgorligi (mil. I–IV asrlar, mil. IX–XI asrlar), Da’ukesken qashisi (Markaziy Osiyodagi eng qadimgi bojxona), Aqshaxan (qadimgi poytaxt), Mizdahqon arxeologik-arxitektura kompleksi (mil. avv. IV asr – mil. XIV asr), Sovitskiy nomidagi davlat muzeyi, Ajiniyaz Bobo maqbarasi, Jantemir Iyshan ota ziyoratgohi kabi yana ko‘plab turistik resruslarni keltirib o‘tish mumkin.



6.2.7-rasm. Qoraqalpog‘iston Respublikasining turistik resurslari.

Beruniy tumanidagi Sulton Uvays Bobo, Kechirmas Bobo; To‘rtko‘l tumanidagi Qalan-dardag‘, Norinjon Bobo majmualari; Xo‘jayli tumanidagi Mazlumxon Sulu va Mizdahqon majmualari; Qo‘ng‘irot tumanidagi Beleuli, Davut Ota maqbaralari; Mo‘ynoq tumanidagi Hakim Ota maqbarasi va qabristoni, Ellikqal’a

tumanidagi Ayoqzal'a-1 va Ayoqzal'a-2, Tuproqqal'a kabilar eng muhim yodgorliklardir.

Tayanch so'z va iboralar: tarixiy shaharlar, «Sharqning qadimiy obidalari», «Jahon merosi», akvapark, Islom konferensiyasi tashkiloti (OIK), Xalqaro islom tashkiloti (ISESCO), tarixiy shaharlarning asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari, erkin turistik zona.

Mustaqil ishlash uchun savollar

1. O'zbekiston turizmini rivojlantirishda tarixiy shaharlarning o'rnini nimalardan iborat?

2. Samarqand, Buxoro, Xiva shaharlari «Sharqning qadimiy obidalari» sifatida ifodalanishining sababi nimada?

3. O'zbekistonning qaysi shaharlari YUNESKO ro'yxatiga kirgan?

4. Toshkent shahrining asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari nimalardan iborat?

5. Samarqand shahrining asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari nimalardan iborat?

6. Buxoro shahrining asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari nimalardan iborat?

7. Xiva shahrining asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari nimalardan iborat?

8. Farg'ona vodiysi shaharlarining asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari nimalardan iborat?

9. Termiz shahrining asosiy tarixiy va arxitektura yodgorliklari nimalardan iborat?

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar

1. O'zbekistonning tarixiy shaharlaridan yana qay birini erkin turistik zonaga aylantirish mumkin? Asoslab bering.

2. O'zbekiston viloyatlarida joylashgan yana qanday tarixiy, madaniy arxeologik obidalarni bilasiz? Ular haqida ma'lumotlar to'plang va taqdimot tayyorlang.

Test savollari

1. Imom Ismoil al-Buxoriy majmuasi qayerda joylashgan?

- a) Samarqand shahri, Payariq tumani, Hartang qishlog‘ida;
- b) Samarqand shahri, Nurobod tumani, Qalacha qishlog‘ida;
- d) Buxoro shahri, G‘ijduvon tumanida;
- e) Buxoro viloyati, Kogon tumani, Qasri Orifon qishlog‘ida.

2. Tarixiy shaharlarni erkin turistik zonaga aylantirishda qanday talablar qo‘yiladi?

- a) iqtisodiyoti rivojlangan;
- b) aholi soni 500 mingdan ortiq bo‘lishi;
- d) tabiati, madaniyati va tarixiy salohiyati;
- e) ilm-fan taraqqiy qilgan shahar.

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

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

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

- a) Ulug‘bek madrasasi, Mirzo Ulug‘bek tomonidan;
- b) Sherdor madrasasi, Bahodur Yalangto‘sh tomonidan;
- d) Tillakori madrasasi, Mirzo Ulug‘bek tomonidan;
- e) Sherdor madrasasi, Mirzo Ulug‘bek tomonidan.

5. Quyidagilardan qaysi biri Termiz shahriga xos yodgorliklar sanaladi?

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

7-mavzu. TURIZM SOHASIDAGI XIZMATLAR VA MAHSULOTLAR

Reja:

- 7.1. Turistik xizmatlar va mahsulotlar.
- 7.2. Turistik xizmatlar xususiyatlarining «4 ta S» bilan ifodalanishi.
- 7.3. Xizmat ko'rsatish klasslari va xizmatlar paketi.

7.1. Turistik xizmatlar va mahsulotlar

Bugungi kunda turizm sohasi tez sur'atlarda rivojlanmoqda va uning muhim ijtimoiy hamda iqtisodiy ahamiyatga ega bo'lishi quyidagi omillar bilan belgilanadi:

- mahalliy daromadni o'stiradi;
- yangi ish o'rinlarini yaratadi;
- turistik xizmatlar ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lgan barcha sohalarni rivojlantiradi;
- sayyohlik markazlarida ijtimoiy va ishlab chiqarish infratuzilmasini rivojlantiradi;
- xalq hunarmandchilik markazlari faoliyatining rivojlanishini tezlashtiradi va yangi yo'nalishlarini shakllantiradi;
- mahalliy aholi yashash darajasining va sifatining o'sishini ta'minlaydi;
- valyuta tushumlari miqdorining o'sishiga yordam beradi;
- ishsizlik muammosini ijobiy hal qiladi.

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

Turistik xizmatlar majmui transport xizmati ko'rsatishni, yashash, ovqatlantirish, ekskursiya xizmati ko'rsatish, madaniy, sport dasturlarini tashkil etish, turistlar bo'sh vaqtini mazmunli o'tkazish va boshqa xizmatlarni o'z ichiga oladi». Qonunning 10-moddasi: «Turistik xizmatlarni sertifikatlashtirish», deb nomlanib, unda quyidagi jummalarni o'qiyamiz: «Turistik xizmatlar majburiy sertifikatlashtirilishi lozim. Turistik xizmatlarni sertifikatlashtirish va sertifikat berish qonun hujjatlarida belgilangan tartibda amalga oshiriladi. Turistik faoliyat subyektniing turistik xizmatlarni majburiy sertifikatlashtirishdan bosh tortishi, turistik xizmatlarni sertifikatlashtirishning natijasi salbiy bo'lishi, shuningdek, sertifikatning amal qilishini bekor qilish turistik faoliyatni amalga oshirish uchun berilgan litsenziyaning amal qilishini to'xtatib qo'yishiga yoki litsenziyadan mahrum qilishga sabab bo'ladi». Qonunning 12-moddasi: «Turistik xizmatlar ko'rsatish shartnomasi», deb nomlanib, quyidagi fikrlar bayon etiladi: «Turistik xizmatlar shartnoma asosida ko'rsatiladi. Shartnomada ko'rsatilgan xizmatlarning ko'lamini va sifati, taraflarning huquqlari hamda majburiyatlarini, haq to'lash va hisob-kitoblar tartibini, shartnomaning amal qilish muddatini va uni bajarmaganlik yoki lozim darajada bajarmaganlik uchun javobgarlikni, shuningdek, taraflarning kelishuviga ko'ra boshqa shartlarni belgilaydi». Bizning nazarimizda, turistik xizmatlar sayohat davomida turistning barcha ehtiyojlarini qondirishga va ta'minlashga qaratilgan hamda xizmat ko'rsatish sohasidagi aniq maqsadga yo'naltirilgan harakatlar to'plami bo'lib, ular turizm maqsadlariga, turiga va turistik xizmatning qanday yo'naltirilganligiga to'la javob berishi kerak.

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

Xizmatlar – bu iste'mol tovarlarining o'ziga xos turidir. Xizmat bevosita iste'mol jarayonida yuzaga keladi va alohida holda bo'lmay-

di, bu xizmatning moddiy tovarga nisbatan asosiy farqidir. Bundan tashqari, tovar iste'molchiga olib kelib beriladi, turistik xizmatda esa iste'molchi bevosita xizmatning amalga oshiriladigan joyiga olib boriladi. Shuning uchun ham turistik xizmatlarni shakllantirish va sotish moddiy tovarlarni sotishga aloqador bo'lgan qonunlar asosida emas, balki boshqa qonunlar majmui bilan boshqariladi.

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

7.1.1-jadval

Asosiy xizmatlar	Qo'shimcha xizmatlar
Turpaketga kiritiladigan xizmatlardir (masalan: tashish, joylashtirish, ovqatlantirish va b.).	Qo'shimcha turistik xizmatlar esa turpaketga kiritilmaydi.
Asosiy turistik xizmatlar sayohatni boshlashdan oldin sotib olingan, ya'ni to'lov oldindan amalga oshirilgan bo'ladi.	Qo'shimcha turistik xizmatlarda to'lov – xizmatdan foydalanish jarayonida amalga oshiriladi.

Yuqoridagi farqlardan kelib chiqqan holda, **qo'shimcha turistik xizmatlar deganda**, turpaketda nazarda tutilmagan, turist sayohat davomida o'zining qo'shimcha to'lovi asosida amalga oshiriladigan xizmatlar tushuniladi.

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

Turpaketning tanaffus qismida yoki turist bo'sh qolgan vaqtda foydalanadigan xizmatlar (masalan, kechqurin Registon maydonida namoyish etiladigan ovozli va nurli panoramaning tomoshasi).

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

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

- turistlar qiziqishlarini inobatga olib, iloji boricha turistlarga faqat yaxshi kayfiyat bag'ishlaydigan qo'shimcha xizmatlar taqdim etish o'rinli hisoblanadi. Shu o'rinda bu xizmatlar turistga ijobiy taassurot qoldira olishi kerak. Masalan: o'zbek milliy to'ylariga va oilalarga olib borish, turistni milliy konsert, festivallarga taklif etish. Buning uchun respublikada turistlarga xizmat qiladigan milliy ansambl guruhlarini tashkil etish maqsadga muvofiq bo'ladi;

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

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

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

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

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

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

Turistik mahsulot. Turizm xizmat bozori o‘ziga xos hodisa bo‘lib, uning ta’sir doirasi turistik mahsulotni yaratish va iste’molchilar o‘rtasidagi iqtisodiy munosabatlar bilan ifodalanadi.

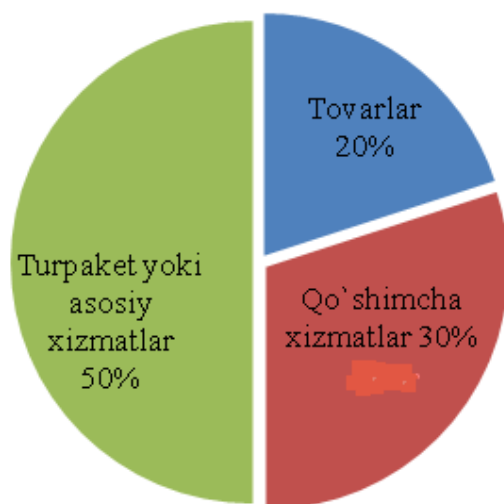
Turistik mahsulot turizm maqsadlari va jarayonida turistning ehtiyojlarini qondirish uchun yetarli bo‘lgan, barcha turistik xizmatlar, ishlar, tovarlar va ta’minot vositalari hamda turpaketga kiritilgan boshqa turistik xizmatlar majmuidan iborat. Turistik mahsulot (turpaket) xizmatlar harakatining 24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

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

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

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

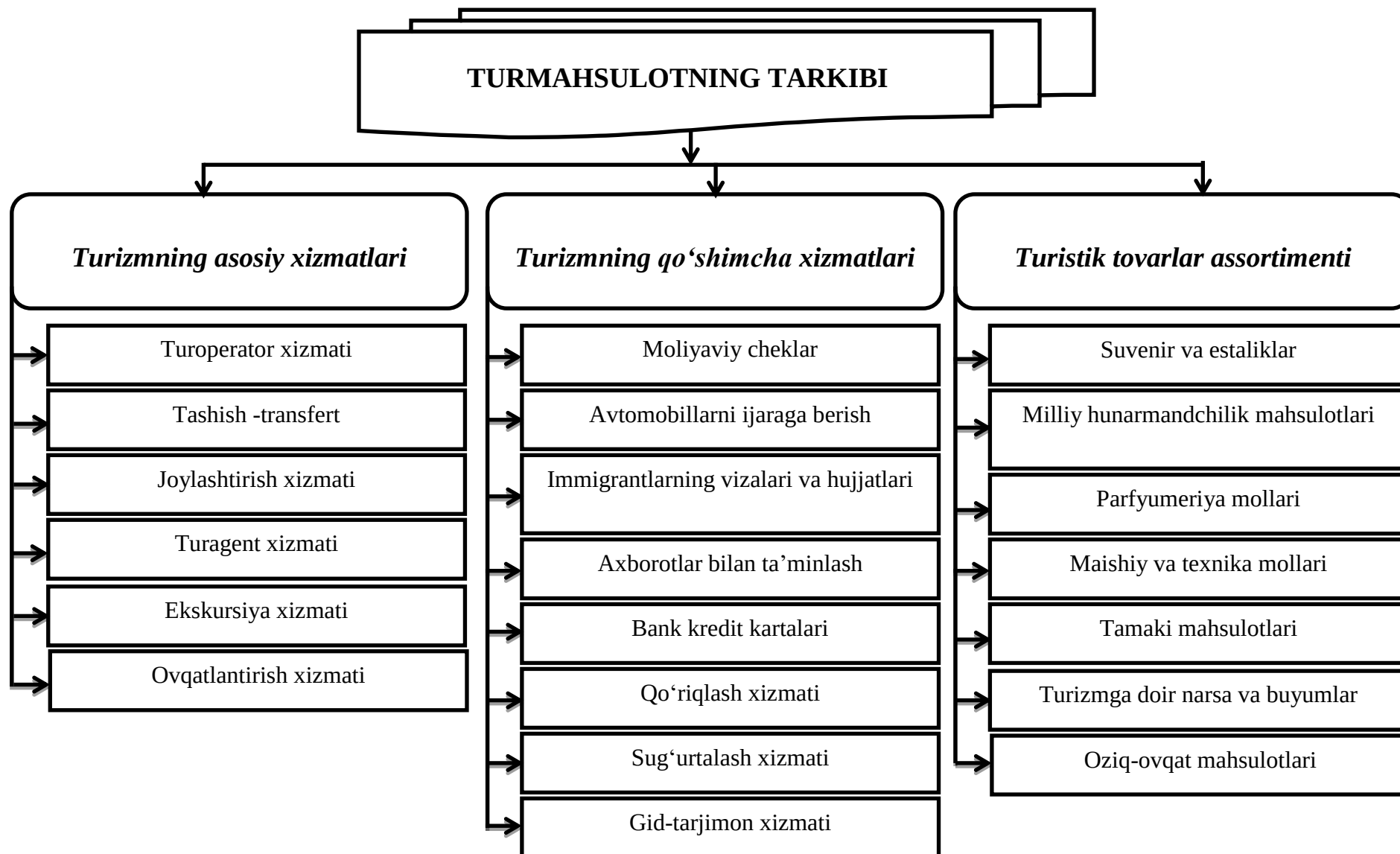
O‘zbekiston Respublikasining «Turizm to‘g‘risida»gi Qonuni-ning 3-moddasiga asosan: **«Tur – muayyan yo‘nalish bo‘yicha turistik xizmatlar majmui (joy bandlash, joylashtirish, ovqatlan-tirish, transport, rekreatsiya, ekskursiya va boshqa xizmatlar) bilan ta‘minlangan aniq muddatlardagi turistik sayohat»**,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



7.1.1-rasm. Turmahsulotning turistik xarajatlar bo‘yicha tarkibi.

Turistik xarajatlar tarkibida ko‘rsatilganidek, turist sayohat uchun qiladigan umumiy xarajatlarning o‘rtacha 50 foizi – tur (turpaket)ni sotib olishga ishlatadi, 30 foizi – qo‘shimcha turistik xizmatlardan foydalanishga sarflanadi, 20 foizi esa – tovar (sotib olish: suvenir va sovg‘alar) xarajatlari tashkil etadi.

7.1.1-rasmdan ko‘rinib turibdiki, asosiy xizmatlar turist xarajatlarning asosini tashkil etsa-da, qo‘shimcha xizmatlar uchun turist qolgan bor pulining aksariyat qismini sarflar ekan.



7.1.2-rasm. Turizm mahsulotining tarkibiy tuzilishi.

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

7.2. Turistik xizmatlar xususiyatining «4 ta S» bilan ifodalanishi

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

1. Sezilmaslik. Turistik xizmatlar nomoddiy mahsulot bo'lib hisoblanadi. Ular ijtimoiy - madaniy (nomoddiy) sohalarga tegishli bo'ladi, chunki iste'molchining ijtimoiy-madaniy xizmatlarga bo'lgan ehtiyojini jismoniy, etnik-intellektual, ma'naviy va h.k. ehtiyojini qondirish bo'yicha xizmatlarni ijro etuvchilar faoliyati aniqlaydi. Ularni xarid qilish vaqtida ko'rish yoki baholash mumkin emas. Bunday xizmatlar obyekt bo'lib shaxsan iste'molchi (turist) hisoblanadi;

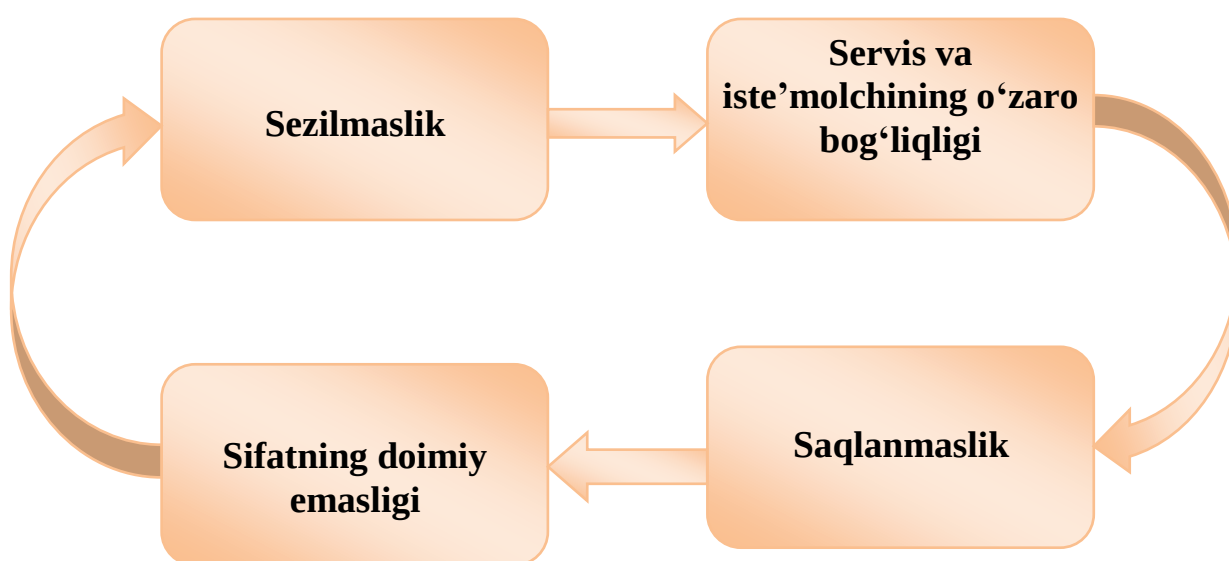
2. Servisni va iste'molchini o'zaro bog'liqligi. Xizmatlar iste'molchi va ijro etuvchilarning o'zaro ta'siri natijasida tashkil topganligi sababli, turistik xizmatlarni ko'rsatish jarayoni (ishlab chiqarish) iste'mol bilan birga parallel ravishda yuz beradi. Ma'lumki, moddiy shaklda tovarlarni ishlab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

3. Saqlanmaslik. Turistik xizmatlarning saqlanmasligi (saqlash mumkin emasligi). Turistik xizmatlarning hayotiy davri moddiy tovardan tubdan farq qiladi, xususan, saqlash bosqichining mavjud bo'lmaganligi bilan turistik xizmatlarni saqlanmasligi bozor kon'yunkturasini yaxshilab o'rganishni, talab va taklifning muta-

nosibligini talab etadi, chunki xizmatlar talab bo'lmagunga qadar «omborlarda» turib qoladigan mahsulot emas.

4. Sifatning doimiy emasligi (xizmatlar sifati ko'p hollarda manbaning holati, uning malakaviy tajribasi, kayfiyatiga bog'liq bo'ladi).

Mehmondo'stlik sohasidagi xizmatlar o'zining o'zgaruvchanligi bilan ajralib turadi. Bunday o'zgaruvchanlikning bir necha sabablari mavjud. Birinchidan, bunday turdagi xizmatlar bir vaqtning o'zida ko'rsatiladi va qabul qilinadi, bu esa ularning sifatini nazorat qilish imkoniyatini cheklaydi.



7.2.1-rasm. Turistik xizmatlar xususiyatining «4 ta S» bilan ifodalanishi.

Ehtiyojning vaqtinchalik nobarqarorligi, ehtiyoj yuqori bo'lgan davrda xizmat sifatining saqlanishini muammoli qilib qo'yadi. Ko'p narsalar xizmat ko'rsatish vaqtida uni rad etish holatiga bog'liq bo'ladi. Aynan bir kishi bugun sizga yaxshi xizmat ko'rsatishi mumkin, ammo ertasi kuni sifatsiz xizmat qilishi ham ehtimoldan xoli emas. Bunday sifatsiz xizmat ko'rsatishning turli sabablari bo'lishi mumkin: xizmat sifatidagi o'sish va tebranishlar, mehmondo'stlik industriyasi sha'niga mijozlar tomonidan aytiladigan e'tirozlar norozilikning bosh sababi bo'lib hisoblanadi. Turistik xizmatlarning o'ziga xos xususiyatlari yuqoridagi 7.2.1-rasmda keltirilgan.

7.3. Xizmat ko'rsatish klasslari va xizmatlar paketi

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Turist tomonidan tanlangan xizmatlar tur dasturida shakllantiriladi, narxi hisoblanadi, uni turist turpaketga ega bo‘lgach to‘laydi. Odatda bunday buyurtmalar agentliklarda shakllantiriladi, so‘ng joriy qilish uchun turoperatorga yo‘naltiriladi. Buyurtmalarni

tez va sifatli ta'minlash uchun bugungi kunda xalqaro turizmدا turagentliklar va operatorlik kompaniyalari zamonaviy kompyuter texnologiyalaridan foydalanmoqda. Xalqaro turizmدا paketni yaxlitlash muammolari, narxni hisoblash va turni sotishni operativ hal qilish uchun kompyuter va telefaks aloqasidan keng foydalaniladi.

Inklyuziv tur (IT). Bu oldindan rejalashtirilgan va dam olishning yoki turizmning ma'lum turi hamda turistlarning ma'lum ijtimoiy guruhiga va uning yoniga yo'naltirilgan qat'iy xizmatlar to'plamidir. Eng ko'p tarqalgan inklyuziv turlar, deb marshrutli turlarni aytish mumkin. Ya'ni bunda turistlar guruhi avtobusda bir nechta shaharlar va mamlakatlar bo'ylab sayohat qiladi. Ushbu turning o'ziga xos xususiyatlari (sayohat grafigi va muddatlari bilan qat'iy bog'langan, barcha uchun yagona dastur) uning buyurtmali bo'lishiga yo'l qo'ymaydi. Kruiz turlar, hobbi turlar ham inklyuziv turlardir. Inklyuziv turlarni sotishda xizmatlar tarkibi o'zgarmaydi.

Turist bunday turni to'lig'icha sotib olishi yoki undan butunlay voz kechishi mumkin. Inklyuziv turlar barqaror talabga ega taniqli turizm va dam olish maskanlaridagi marshrutlarda tashkillashtiriladi va taklif etiladi. Inklyuziv turlar narxining katta qismini joylashtirish va ovqatlanish to'lovlari tashkil etadi. Xalqaro (avia) havo transportlari assotsiatsiyasi talabiga binoan, inklyuziv turlar o'z ichiga 3 tadan kam bo'lmagan xizmatlar: aviauchish, joylashtirish, butun marshrut bo'ylab sayohat va yuqoridagi 2 tasi bilan bog'liq bo'lmagan biror xizmat (ekskursiya, avtomobil ijarasi va h.k.).

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

- umuman olganda, majmuali sayohat alohida sotib olinadigan xizmatlar to'plamidan arzondir;
- narxlari oldindan ma'lum bo'lganligi uchun turagentlarning turistlarga qanday marshrutni tanlash borasida maslahat berishlari oson kechadi. Bunda dasturlar ham oldindan belgilangan bo'ladi;
- o'z mahsulotining jozibadorligini ko'rsatish uchun ko'proq imkoniyat bo'ladi.

Inklyuziv turlarning kamchiliklari:

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

- dasturning haddan tashqari to‘yinganligi;
- bunday tur reklamasi iste’molchilarning faqatgina bir qisminigina jalb qilishi mumkin.

Buyurtmali turlarda turoperator doimiy ravishda mehmonxonalardagi tasdiqlanmagan o‘rinlarga kvotalarni ushlab turishi lozim. Sotishda turli talabnomalar bo‘lishi mumkin. Turoperator turli mehmonxonalarda joylashtirilgan turistlar bilan ishlashiga to‘g‘ri keladi. Turistlarni bir mehmonxonada joylashtirib xizmat ko‘rsatish ancha oson kechadi. Yuqorida aytib o‘tilganidek, turistning shaxsiy xususiyatlaridan kelib chiqqan holda, barcha turistik sayohatlar individual yoki guruhli tarzda amalga oshiriladi.

Turto‘plam (turpaket) – iste’molchilarga guruhli yoki individual variantlar bo‘yicha taqdim etiladigan xizmatlar to‘plamiga kiradi.

Turpaketni tashkillashtirishga ta’sir etuvchi omillar:

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

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

Turpaket narxi. Turpaketning muvafaqqiyatiga ta'sir etuvchi eng muhim omil bu – narxdir. Narxlashtirishda boshqalarnikiga o'xshamagan, alohida xususiyatli turpaketga ega bo'lgan turoperatorlar ko'proq erkinlikka egadir. Ular narxni asosan xizmatlarni sotib olish va boshqa xarajatlar, shuningdek, daromadning ma'lum foizini kiritishga asoslanib belgilaydilar. Ommaviy bozor turoperatorlari asosan raqiblar narxiga asoslanib narx belgilashadi, ayniqsa, turpaketlarga talab pasayganda (o'lik mavsumda).

Turpaket narxini aniqlashda turoperatorlar bozor yetakchilari narxlariga amal qilishadi. Yirik turoperatorlar xarajatlarni kamaytirishadi va shu bilan raqiblarining narxlashtirishda omadga erishishlariga yo'l qo'ymaydi. Eng ko'p qo'llaniladigan narxlashtirish usullaridan biri – bu xarajatlarga asoslangan narxlardir, ya'ni mahsulot tannarxi hisoblanadi va daromadning ma'lum foizi qo'shiladi. Turpaket narxiga kiruvchi daromad foizi qo'shimcha xarajatlarni qoplash, fondlarga ajratmalar, maosh va sof daromadni hisoblash orqali aniqlanadi va 15 % dan 30% gacha bo'ladi.

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

Tayanch so'z va iboralar: turistik mahsulot, tur, individual turlar, guruhli turizm, xizmat ko'rsatish klasslari, «Lyuks klass», «Iqtisod klass», xizmatlar paketi (to'plami), majmualiy xizmat ko'rsatish, buyurtmali tur, inklyuziv tur, turpaket, turistik xizmatlarning xususiyatlari, «4 ta S», sezilmaslik, servisni va iste'molchini o'zaro bog'liqligi, saqlanmaslik, sifatning o'zgaruvchanligi.

Mustaqil ishlash uchun savollar

1. Turistik xizmatlarga nimalar kiradi?
2. Asosiy va qo'shimcha turistik xizmatlar deganda nimani tushunasiz?
3. Asosiy va qo'shimcha turistik xizmatlarning bir-biridan farqli tomonlarini tushuntirib bering.
4. Turizm mahsuloti deganda nimani tushunasiz?

5. Jozibador turizm mahsulotini yaratish qanday amalga oshiriladi?
6. Xizmat ko'rsatish klasslarining ta'riflarini bayon qiling.
7. Xizmatlar paketiga nimalar kiritiladi?
8. Milliy turizm mahsulotning tarkibiga nimalar kiradi?
9. Turistik xizmatlar xususiyatining «4 ta S» bilan ifodalanishi nimani bildiradi?

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar

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

Test savollari

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

- a) turistik xizmatlar – turistik faoliyat subyektlarining joylashtirish, ovqatlantirish, transport, axborot-reklama xizmatlari ko'rsatish borasidagi, shuningdek, turistlarning ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan boshqa xizmatlar;
- b) turistik sayohat yakka tartibda yoki turistlar guruhi tarkibida amalga oshiriladi;
- d) asosiy va qo'shimcha turistik xizmatlar;
- e) muayyan yo'nalish bo'yicha turistik xizmatlar majmui (joy bandlash, joylashtirish, ovqatlantirish, transport, rekreatsiya, ekskursiya xizmatlari va boshqa xizmatlar) bilan ta'minlangan aniq muddatlardagi turistik sayohat.

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

- a) ushbu klass bo'yicha turlarni tashkil qilishda, odatda, eng yuqori darajali xizmatlar jalb qilinadi;
- b) iqtisod (ekonom) klassga nisbatan yuqori darajali xizmatlar ko'rsatiladi;

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

e) eng arzon xizmat ko'rsatish turidir.

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

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

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

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

e) eng arzon xizmat ko'rsatish turidir.

4. Buyurtmali tur bu...

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

b) eng arzon xizmat ko'rsatish turidir;

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

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

5. Asosiy xizmatlarni aniqlang.

a) turistlar taklif qilgan xizmatlar;

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

d) joylashtirish va ovqatlantirish xizmatlari;

e) mehmonxona xizmatlari.

8-mavzu. TURIZM SOHASIDA JOYLASHTIRISH XIZMATLARI

Reja:

8.1. Turizm sohasida joylashtirish vositalari va xizmatlari.

8.2. Mehmonxonalarning turlari va tasnifi.

8.1. Turizm sohasida joylashtirish vositalari va xizmatlari

Mehmonxona xo‘jaligi insoniyat tarixidagi har qanday ijtimoiy formatsiyaga xos bo‘lgan, mehmonni hurmat qilish, uni qabul qilib olish va xizmat ko‘rsatish tantanalari kabi eng qadimgi an‘analardan kelib chiqadi. Mehmonxona xizmatlari turizm sohasining eng muhim tarkibiy qisimlaridan biri hisoblanadi. Mehmonxona biznesida ko‘rsatiladigan xizmatlar sifatini oshirish, bu borada mavjud xorijiy tajribani, ularning rivojlanish tendensiyasini o‘rganish zamon talabi bo‘lib qolmoqda.

Mehmonxona – kecha-yu kunduz, uch smenada, yigirma to‘rt soat davomida murakkab texnologik jarayonlar sodir etiladigan korxona bo‘lib, unda taklif etiladigan xizmatlar turistlar uchun avvalo, qulay va xavfsiz bo‘lishi kerak. Mehmonxona individual va jamoaviy joylashtirish vositasi sifatida jihozlangan aniq nomerlar soniga hamda kategoriyasiga qarab xizmatlar yig‘indisini taklif qiluvchi korxona hisoblanadi.

O‘zbekistonda mehmonxona biznesining rivojlanishidagi asosiy o‘zgarishlar sifatida mehmonxona ixtisoslashuvining chuqurlashuvi, xalqaro mehmonxona tarmoqlarining tashkil topishi, mehmonxona biznesiga zamonaviy kompyuter texnologiyalarining kirib kelishi va ulardan samarali foydalanishning yo‘lga qo‘yilganligi kabi bir qator omillarni keltirib o‘tish mumkin.

Bugungi kunda mamlakatimizda mehmonxona biznesi bilan shug‘ullanadigan tadbirkorlarga keng imkoniyatlar yaratilgan. Sohani rivojlantirishga qaratilgan qonun osti hujjatlari ishlab chiqilgan va bu ish hozirda ham davom ettirilmoqda. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1998-yil 2-mart “Toshkent shahrida xalqaro klassdagi 4 yulduzli mehmonxona qurilishi samaradorligini oshirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”

gi, 2002-yil 2-sentabr “O‘zbekiston Respublikasida mehmonxona biznesi va xalqaro turizmni yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarorlari shular jumlasidandir.

O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2014-yil 13-martdagi 60-sonli «Turizm faoliyatini amalga oshirish va litsenziyalash tartibini takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi qabul qilingan Qarori mehmonxona biznesi bilan shug‘ullanuvchi, ya’ni “mehmonxona xizmatlari ko‘rsatishni mo‘ljallayotgan oilaviy korxonalar” ga juda katta imkoniyatlar eshigini ochib berdi. Unga ko‘ra, “Faqat mehmonxona xizmatlari ko‘rsatishni mo‘ljallayotgan oilaviy korxonalar uchun qonun hujjatlarida belgilanganga teng bo‘lgan ustav fondiga ega bo‘lishlari kerak”²⁹. Endilikda oilaviy tadbirkorlik tipidagi mehmonxona ochish uchun hujjatlarda belgilangan eng kam ish haqining o‘n baravari miqdoridan kam bo‘lmagan ustav fondini shakllantirishi va yashab turgan uylarini noturar joy shakliga o‘tkazmasdan mehmonxona biznesi bilan shug‘ullanishlari mumkin.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoyevning 2016-yil 2-dekabrda “O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi³⁰ Farmoni turizm sohasidagi tadbirkorlik faolligini yanada rag‘batlantirish, turizm infratuzilmasini rivojlantirish, turizm tashkilotlariga qo‘shimcha imtiyoz va preferensiyalar berishga imkon yaratdi. Ushbu farmonga ko‘ra:

- turizm operatorlari ular tomonidan ko‘rsatiladigan turizm xizmatlari uchun tushadigan xorijiy valyutadagi tushumni majburiy sotishdan ozod qilinadi;
- mehmonxonalar xorijiy valyutadagi tushumning faqat 25 foizini belgilangan tartibda majburiy sotadilar;
- xorijiy fuqarolar tomonidan mehmonxonalar xizmatiga haq to‘lash erkin ayirboshlanadigan valyutada amalga oshiriladi, ular uchun to‘lov respublikaning davlat va budjet tashkilotlari tomonidan amalga oshiriladigan holatlar bundan mustasno;

²⁹ O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2014-yil 13-martdagi 60-sonli «Turizm faoliyatini amalga oshirish va litsenziyalash tartibini takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi Qarori.

³⁰ O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoyevning 2016-yil 2-dekabrda “O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Farmoni // Xalq so‘zi, 2016-yil, 7-dekabr.

- yuridik shaxslar kamida “4 yulduzli” darajadagi mehmonxona va motellarni foydalanishga topshirganda, ular yuridik shaxslarning foyda solig‘i, yer solig‘i va mol-mulk solig‘idan, shuningdek, yagona soliq to‘lovidan 5 yil muddatga ozod qilinadi.

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

Mehmonlarni ro‘yxatga olish, ularning kelishi va ketishini boshqarish, mehmonlarga turli-tuman xizmatlar ko‘rsatish mehmonxonaning ma‘muriy qismida amalga oshiriladi. Mehmonlar oqimi har xil kiruvchilar, ketuvchilar, yashovchilardan iborat. Joylashtirish xizmati asosan quyidagi ishlarni o‘z ichiga oladi:

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

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

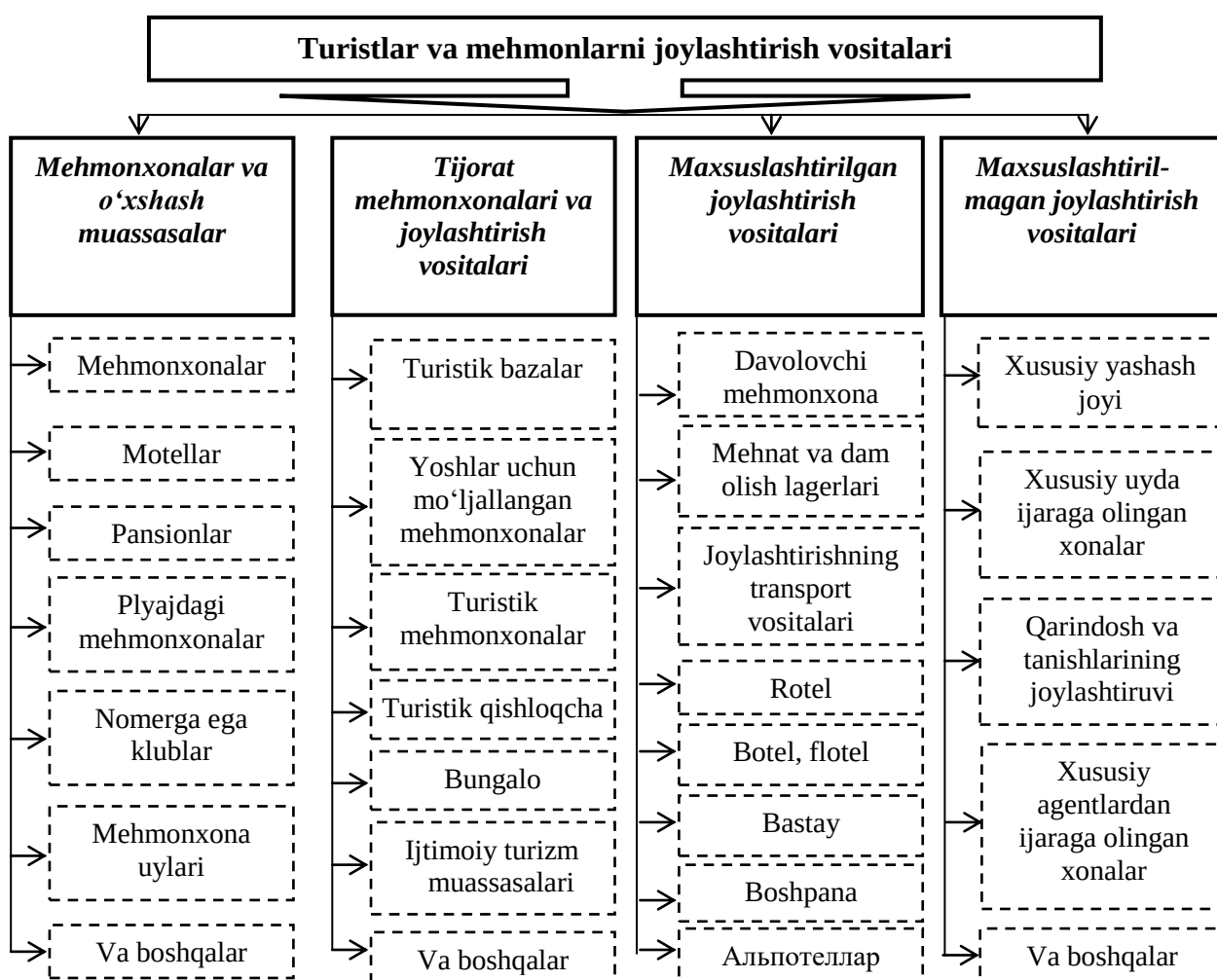
- mehmonning jo‘nab ketishini rasmiylashtirish chog‘ida ko‘rsatilgan xizmatlar uchun u bilan to‘liq hisob-kitob qilinadi (foydalanilmagan avans qaytarib beriladi), mijoz nomer va kalitni topshiradi. Mijoz bilan hisob-kitob naqd pul bilan ham, pul o‘tkazish yo‘li bilan ham amalga oshirilishi mumkin. Yagona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

Qabul qilish xizmatining ishini yengillashtirish uchun axborot-hisoblash tizimlari ishlab chiqilgan va tatbiq etilmoqda. Umumiy

holda axborot-hisoblash tizimi quyidagi to‘rtta funksional qismdan tashkil topadi:

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

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



8.1.1-rasm. Turistlar va mehmonlarni joylashtirish vositalari.

Mehmonxona qator qo‘shimcha pullik xizmatlar ko‘rsatadi. Jumladan, zarur axborot olish, pasportlar va turistik hujjatlarni rasmiylashtirish, ekskursiyaga ro‘yxatga olish va tashkil qilib

berish, valyuta ayirboshlash, konserj xizmati (ya'ni teatr, muzey, konsert zallari, stadionlarga chiptalar buyurtma qilish va sotish), samolyot, poyezd va boshqa qatnov vositalariga chiptalarni buyurtma qilish, ijaraga avtomobil olish shular jumlasidandir. Ayrim mehmonxonalarda ish yuzasidan tashrif buyurgan mijozlar uchun biznes markazlari tashkil etiladi. Markaz mijoz ishlashi va kasbiy ta'lim olishi uchun zarur shart-sharoitlar yaratadi. Biznes markazida hujjatlarni tarjima qilish, qayta chop etish ishlari bajariladi, kompyuter xizmatlari ko'rsatiladi. Markaz teleks va faksimil aloqa vositalari, videomagnitofon va proyeksion apparatlar bilan jihozlanadi.

Mehmonxona nomeri ko'p funksiyali ahamiyatga ega bo'lib, u mijozning tunashi, dam olishi, ovqatlanishi, yuvinishi, ishlashi, muloqot qilishini ta'minlaydi. Nomerda mehmonning shaxsiy buyumlari saqlanadi. Nomerlar o'rinlar soni, xonalar soni, maydoni, jihozlanishiga qarab tasniflanadi.

Mehmonxona nomeri – bu joylashtirish xizmatining asosiy elementi, mehmonlarga dam olish, uxlash, ishlash imkoniyatini yaratuvchi ko'p funktsionalli joy hisoblanadi. Nomerlar jahon amaliyotida quyidagi turlarga ajratiladi:

- ✓ *Bir xonali nomer* – bitta kishi uchun mo'ljallangan yotoq.
- ✓ *Ikki kishilik nomer* – ikki kishilik, ko'pincha oilalilar uchun bazan bir kishi uchun mo'ljallangan joy.
- ✓ *Tvin* – bu ikki kishi uchun ikkita alohida kravatdan iborat, oila a'zolari va guruhlar uchun mo'ljallangan joy.
- ✓ *Ko'p o'rinli nomer* – uch yoki undan ko'p inson, asosan bitta guruh uchun mo'ljallangan nomer.
- ✓ *Oilaviy nomer* – oila a'zolari, ota-ona va farzandlar uchun yoki farzandlarning (tarbiyachi, bobo-buvisi) bilan turishiga mo'ljallangan nomer.
- ✓ *Dormitori* – bu kravatlari soniga qarab yashovchilarni qabul qiluvchi ko'p o'rinli nomer bo'lib, aynan bitta guruh uchun mo'ljallangan.
- ✓ *Djunior syuit* – ishlash, dam olish uchun qo'shimcha joyi bor nomer, bu kategoriyaga kiruvchi uylar bir xonali hisoblanadi. Ishbilarmonlar uchun mehmon kutish, mini oshxona, ishlash joyi bilan ta'minlaydi. Bir-ikki kishi yashashi uchun mo'ljallangan.

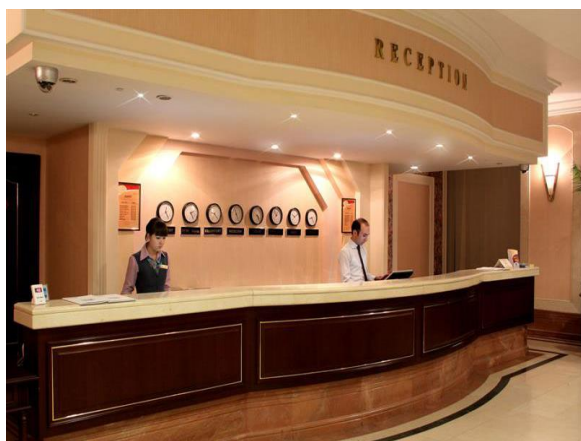
Xonaning yarmi mehmon kutish xonasi, oshxona va kabinetdan iborat.

✓ *Syuit* – yotoq, yotoq joyi, alohida xona, dam olish xonasi, ish xonasidan iborat bo‘lib, uch va undan ko‘proq yashash xonasi va qo‘shimch hojatxonadan iborat.

✓ *Apartament* – bu yotoq, yotoq joyi, alohida yotoq, dam olish xonasi, oshxona va oshxona jihozlari, ikki yoki undan ko‘p xonalar (mehmon kutish, oshxona, yotoq)dan iborat bo‘lib, bitta oila a‘zolari va guruhlar uchun mo‘ljallangan.

Jahon amaliyotida bir yoki ikki kishiga mo‘ljallangan bir xonali nomerlar ayniqsa, keng tarqalgan. Ayrim mehmonxonalarda har bir yashovchiga nisbatan bir xonali nomerlar ulushi nomer fondining 60-100% iga yetadi. Nomerlarda mebel nomerning gabariti, devorlarining oralig‘i, isitish xususiyatlari, texnologik ko‘rsatkichlariga qarab joylashtiriladi. Mebel foydalanuvchi uchun qulay bo‘lishi, sanitariya va ergonomika talablariga javob berishi, mijozlar didiga mos kelishi kerak.

Apartamentlar soni nomerlar umumiy miqdorining 10% idan oshmaydi. Ular xonalarining soni va vazifasiga, hojatxonasi va vannasiga, dahlizi va maydoniga ko‘ra har xil bo‘ladi.



Mehmonxonaning qabul qilish bo‘limi



Mehmonxona nomerining ko‘rinishi

8.1.2-rasm. Mehmonxonaning qabul qilish holati.

Xodimlar uchun xonalarni joylashtirishda, ish vaqtida xodimlarning harakat yo‘nalishlarini qisqartirish zarurligidan kelib chiqish

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

Xalqaro statistika bo'yicha mehmonxonalaridagi turistlarning talab va ehtiyojlari o'rganilganda:

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

8.2. Mehmonxonalarning turlari va tasnifi

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

Funksional vazifasiga qarab mehmonxonalar quyidagi guruhlariga ajratiladi:

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

Mamlakatimizda asosan ma'lum ish yuzasidan, nisbatan qisqa muddatga kiruvchi odamlarga, shuningdek, har xil maqsadda sayohat qilayotgan fuqarolarga mo'ljallangan umumiy tipdagi mehmonxonalar keng tarqalgan. Bunday mehmonxonalar shaharning markaziy qismida, jamoat, ma'muriy, savdo markazlari yaqinida joylashadi va shaharning turli tumanlari bilan yaxshi transport aloqasini nazarda tutadi. Mazkur mehmonxonalar, odatda, maxsus ko'kalamzorlashtirilmagan nisbatan kichkina yer maydonlariga ega bo'ladi. Umumiy tipdagi mehmonxonalarning nomerlar fondi asosan bir, ikki o'rinli va ko'pincha uch o'rinli nomerlardan tashkil topadi. Bu nomerlarda, qoida tariqasida, ishlash uchun joy mavjud bo'ladi. Mehmonxonalarda aloqa bo'limi, ayrim hollarda – bank bo'limi ishlab turadi, muzokara va yig'ilishlar o'tkazish uchun alohida joylar nazarda tutiladi. Mehmonxonalarning turlari, jahon amaliyotida ularning har birini batafsil tafsiloti 8.2.1-jadvalda berilgan.

8.2.1-jadval

MEHMONXONALARNING TURLARI

Mehmonxona turlari	Tavsifi
Otel-lyuks	O'z sig'imi bo'yicha mehmonxonaning mazkur turi kichik yoki o'rta korxonalar safiga kiradi. Odatda shahar markazida joylashadi. Yaxshigina ta'lim olgan personal-xodim konferensiya, xizmat uchrashuvlari ishtirokchilari, biznesmenlar bo'lib hisoblangan talabchan mijozlarga servisning juda yuqori darajasini ta'minlaydi. Barcha xizmat turlarini o'z ichiga oluvchi nomerlarning narxlari ancha qimmat turadi.
O'rta (klass) bo'g'inli mehmonxona	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 h.k.ni qabul qilishi mumkin.
Mehmonxona-apartament	Sig'imi bo'yicha kichik yoki o'rta o'lchamli (400 o'ringacha) yirik shaharning doimiy bo'lmagan aholisi

8.2.1-jadvalning davomi

(apart-otel)	uchun xosdir. Vaqtinchalik turar joy sifatida ko'p yillardan beri o'z-o'ziga xizmat ko'rsatishdan foydalaniladigan kvartira (ijara) tipidan tashkil topadi. Mehmonxonaning mazkur turida narxlar, qoidaga ko'ra, joylashuv muddatiga bog'liq ravishda (turlanib) to'lanadi. Uzoq muddatga to'xtab o'tuvchi oilaviy turistlarga, biznesmenlarga 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. Iste'molchilari – ko'rsatilgan xizmatlar uchun haqiqiy to'lovni amalga oshirishga intiluvchi va to'liq pansionga muhtoj bo'lmagan biznesmenlar, xususiy turistlar uchun mo'ljallangan.
Otel-kurort	O'z sig'imi bo'yicha mehmondo'stlikning to'liq xizmatlar to'plamini taklif etish bilan ajralib turadigan korxona. Bundan tashqari, bu yerda parhez taomlar va maxsus tibbiy xizmat ko'rsatish majmuasini olish mumkin. Kurort mintaqalarida joylashadi.
Motel	Shahar tashqarisida, shahar bo'yida, magistral yo'l yoqalarida joylashgan oddiy bir yoki ikki qavatli binolar. Bu kichik yoki o'rta korxonalardir (400 o'ringacha). Kam sonli xodimlarni o'rta darajali xizmat ko'rsatishi xarakterlidir. Mijozlari bo'lib havaskor avtoturizmga urg'u berilgan turli kategoriyadagi turistlar hisoblanadi.
«Tunash va nonushta» xilidagi xususiy mehmonxona	AQSHda keng tarqalgan. Bu mehmonxona kichik (ba'zida o'rta) sig'imli. Shahar atrofida yoki qishloq joylarda joylashgan. Xizmat ko'rsatishga, qoidaga ko'ra, nonushta va uy sharoitidagi yengil tamaddi kiradi. Mijozlari bo'lib uy sharoitiga intiladigan tijoratchilar va shu yo'nalishdagi turistlar hisoblanadi.
Otel-garni	Mijozlarga cheklangan miqdordagi xizmatlarni: joylashuv va kontinental nonushtani taqdim etuvchi korxonalar.
Pansion	Xizmatlar darajasini cheklanganligi va oddiy standartli korxonalardir. Otel-garnilardan farqli ravishda,

8.2.1-jadvalning davomi

	bu yerda nonushta, tushlik va kechki ovqat (to'liq pansion) taqdim etiladi. Biroq ovqatlanish xizmati faqat mijozlargagina ko'rsatiladi.
Mehmon-xona-hovli	Otellardan sig'imi, xizmat ko'rsatishi, sodda standartligi bilan ajralib turuvchi korxona, uchrashuvlar va mehmonlar tashrifi uchun qator jamoa xonalarining mavjud emasligi bilan ajralib turadi. Mehmonxona-hovli tarkibida restoran yoki barning mavjud bo'lishi majburiydir.
Rotel	Tunash uchun mo'ljallangan kreslolar joylashtirilgan bir yoki ikki o'rinli vagonlardan tashkil topuvchi harakatlanadigan mehmonxonadir. Hojatxona, oshxona, muzlatgich va kiyinish uchun mo'ljallangan xonalar mavjud.
Botel	Mos ravishda jihozlangan kichik kema sifatida foydalanuvchi, suvdagi uncha katta bo'lmagan mehmonxona.
Flotel	Ko'p hollarda «suvdagi kurort» deb nomlanuvchi katta mehmonxona. Turistlarga keng turdagi xizmatlarni taqdim etuvchi shinam nomerlar: basseyn, suv chang'ilari, baliq ovlash uchun sharoit yaratadigan, suv ostida suzish, suv osti ovi, trenajyor zallari, konferensiya va kongresslar uchun zallar, kutubxona, turli tuman ta'minotlar (telefon, telefaks, teletayp, televizor va h.k). So'nggi vaqtlarda turlarda o'qituvchi kongress-kruizlar, kongress-turlar, biznes-turlarni tashkil etish uchun foydalaniladi.
Flaytel	Agromehmonxona yoki «uchuvchi otel». Favqulodda qimmat va mehmonxonani kamyob turi hisoblanadi. Qo'nish maydonchasi va meteorologik xizmat aloqalari bilan jihozlangan.
Mehmon-xona-klub	Bunday turdagi mehmonxonalarda nomer fondidan tashqari bir necha zallar aktiv (faol) dam olishni tashkillashtirishga mo'ljallangan. Joylar: konferensiya zallari, fitnes, kino konsert zallari, suhbatlashish xonalari, banket zallari va boshqalar.
Kongress mehmonxona	Konferensiya, syezdlar, simpoziumlar va majlislar o'tkazilishi uchun mo'ljallangan mehmonxona.
Butik-otel	Jozibador interyerga ega elitaga mansub kichik mehmonxonalar.

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

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

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

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

Jahon amaliyotida bir mamlakat doirasida bir nechta tasniflash tizimlari amal qiladi. Masalan, Buyuk Britaniyada «tojlar» tizimi bilan bir qatorda, Britaniya turistik agentliklar uyushmasi – «*Britich Travel Authority*» (BTA) tomonidan taklif qilingan tasniflash tizimi

qo'llaniladi. Buyuk Britaniyada amal qiluvchi «tojlar» tizimini «yulduzlar» tizimi bilan uyg'unlashtirish uchun «tojlar»ning umumiy miqdoridan bitta «yulduz»ni ayirish kerak (masalan, to'rt «tojli» daraja uch «yulduzli» darajaga teng). Yuqorida ko'rib chiqilgan Britaniya agentliklari uyushmasi tomonidan taklif qilingan mehmonxonalarni tasniflash tizimi ham shunday muvofiqlikni nazarda tutadi:

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

Jahonda mehmonxonalarni Fransiya milliy tasniflash tizimida darajalash keng tarqalgan. Bu tizim turistik mehmonxonalarni 6 toifaga ajratadi. Shulardan besh toifa mehmonxonalarga ma'lum miqdorda yulduzlar berishni nazarda tutadi («1 yulduzli», «2 yulduzli», «3 yulduzli», «4 yulduzli» yoki «5 yulduzli» mehmonxonalar). Bir toifa – yulduzsiz. Bunday tizim mehmonxona xizmatlari bozorini ancha to'liq qamrab olish imkonini beradi. Minimal talab-mezonlarga javob bermaydigan mehmonxona toifa olishga da'vogar bo'la olmaydi. Bunday talab-mezonlar quyidagi guruhlariga birlashtirilgan:

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

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

- turistik toifa – «1 yulduz»;
- standart toifa – «2 yulduz»;
- komfortli toifa – «3 yulduz»;
- birinchi toifa – «4 yulduz»;

- lyuks – «5 yulduz».

Boshqa tasniflash tizimlari ham o‘zining «yulduzlar» tizimiga muvofiqligini belgilashga harakat qiladi. Masalan, Gretsiyada A toifa mehmonxonalari «to‘rt yulduzli» darajaga, V toifa mehmonxonalari «uch yulduzli» darajaga, S toifa mehmonxonalari «ikki yulduzli» darajaga, D toifa mehmonxonalari «bir yulduzli» darajaga mos keladi. Italiyada birinchi toifa mehmonxonalar shartli ravishda «to‘rt yulduzli» darajaga, ikkinchi toifa mehmonxonalar uch yulduzli darajaga, uchinchi toifa mehmonxonalar «ikki yulduzli» darajaga mos keladi.

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

- birinchi toifa uchun – 90;
- komfortli toifa uchun – 50;
- standart toifa uchun – 15.

Bundan tashqari, mazkur korxonalarga ko‘pi bilan birinchi toifa («4 yulduz») berilishi mumkin.

Tayanch so‘z va iboralar: mehmonxona, mehmonxona industriyasi, joylashtirish xizmati, ovqatlantirish xizmati, mehmonxona tiplari, Yevropa tasniflash tizimi, Fransiya milliy tasniflash tizimi, hind tasniflash tizimi, Germaniya tasniflash tizimi.

Mustaqil ishlash uchun savollar

1. Mehmondo‘stlik industriyasi nimalardan iborat?
2. Mehmonxona xo‘jaligida mehmonlarga xizmat ko‘rsatish tartibini tushuntiring.
3. Mehmonxonaning mijozlar yashaydigan qismi va unga xizmat ko‘rsatish tartibini tushuntiring.
4. Xalqaro mehmonxonalarining tasniflanish darajalari nimani ifodalaydi?
5. Fransiya milliy tasniflash tizimining mohiyatini ayting.

6. Germaniya tasniflash tizimini tushuntiring.
7. «Toj» tizimini va «hind» tizimini aytib bering.

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar

1. Samarqand shahrida mehmonxonalarning qanday turlari mavjud va ulardagi ko'rsatiladigan asosiy va qo'shimcha xizmat turlarining ro'yxatini tuzib chiqing, taqdimotini tayyorlang.

Test savollari

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 2-dekabrda "O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmonida mehmonxonalarga qanday imtiyozlar berildi?

- a) mulk solig'idan ozod qilindi;
- b) mehmonxonalar xorijiy valyutadagi tushumning faqat 25 foizini belgilangan tartibda majburiy sotadilar;
- d) mehmonxonalar xorijiy valyutadagi tushumning faqat 15 foizini belgilangan tartibda majburiy sotadilar;
- e) tushadigan xorijiy valyutadagi tushumni majburiy sotishdan ozod qilinadi.

2. Xalqaro turizmda mehmonxonalarning nechta tasniflash tizimi mavjud?

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

3. Mehmonxonalarning sig'imi bo'yicha tasniflashda kichik mehmonxonalar necha o'rinli bo'ladi?

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

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

- a) Fransiyada;

- b) Germaniyada;
- d) Amerikada;
- e) Hindistonda.

5. «Harflar» tizimi qaysi mamlakatda foydalaniladi?

- a) Gretsiyada;
- b) Germaniyada;
- d) Amerikada;
- e) Hindistonda.

9-mavzu. TURIZM SOHASIDA OVQATLANTIRISH XIZMATLARI

Reja:

- 9.1. Turizm sohasida ovqatlantirish xizmatlari.
- 9.2. Turizm sohasida ovqatlantirish xizmatlarining turlari va tasnifi.

9.1. Turizm sohasida ovqatlantirish xizmatlari

Xorijiy adabiyotlarning tahlili bo'yicha ovqatlantirish xizmati qadimiy tadbirkorlik turlaridan biri hisoblanadi. Yevropada bu kabi xizmatlar qadimiy mehmonxona va monastirlardan kelib chiqqan. Dastlab shaharlarda, kichik restoranlar oddiy taomlar va non kabi mahsulotlar bilan xizmat ko'rsatishni boshlagan. Shunday restoranlardan biri, Le restaurant Divin (ilohiy tiklovchi) Parijda 1765-yilda ochilgan. Mashhur ingliz tavernalari mehmonlarni oziq-ovqat va ichimlik hamda uy-joy bilan ta'minlashgan.

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

Dunyo bo'yicha ovqatlanish korxonalarining yagona tasniflari mavjud emas. Lekin shunga qaramasdan, ko'p mamlakatlarda ommaviy tarqalgan ma'lum bir ko'rinishdagi (tipdagi) ovqatlanish

korxonalari ajratilib ko'rsatiladi. **Milliy oshxonaga ega bo'lgan restoranlar ham mavjud bo'lib, ular italyancha, xitoycha, grekcha, turkcha, inglizcha, amerikacha, hindcha, fransuzcha, nemischa kabi taomlar bilan mashhur.** Ularning ayrimlari narxlarining juda arzonligi bilan, ayrimlari esa qimmatligi bilan ajralib turadi.

Odatda, turistlar, qaysi mamlakatda bo'lsalar, o'sha mamlakatning oshxonasi bilan tanishishga qiziqadilar. Ko'p hollarda gidlar shaharning qiziqarli milliy hamda arzon restoranlari haqida ma'lumot berib o'tadi, milliy restoranlar bilan tanishtirish nuqtayi nazaridan ham sayohatlar tashkil etiladi. Masalan, Bavariyada turistlarni Bavariya (Germaniya) oshxonasi bilan, ya'ni mashhur oq sosiskalar hamda bavarcha pivo bilan mehmon qilishadi. Myunxenda esa turistni albatta «Xofbrayxaus»ga, ya'ni eng katta pivo zaliga olib borishadi. Avstriyada dunyoda eng mashhur bo'lgan vencha shnitsellarni tamaddi qilishga olib borishadi va albatta Italiyada esa tushlik ovqatlanish pastasiz (makaronli taom) o'tmaydi. AQSH da va barcha ko'pgina mamlakatlarda afg'oncha, kolumbcha, hindcha, chexcha kabi restoranlar ishlab kelmoqda. So'nggi paytlarda vegeterianlarga xos oshxonalar ham paydo bo'la boshladi yoki yahudiylar uchun maxsus tayyorlanadigan taomlar restoranlari ham faoliyat ko'rsatib kelmoqda.

Xorijiy mamlakatlarda va bizda Arab mamlakatlari va islom diniga mansub bo'lgan musulmonlar uchun "halol" taomlar va mahsulotlar taklif qilinadigan restoranlar soni oshib bormoqda.

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

Nonushta masalasida ma'quli, turist mehmonxonadan tashqariga chiqmasligi kerak, garchi ovqatlanish joylari nazarda tutilmagan, turistlarga esa yaqinroqda joylashgan restoranda ovqatlanish

mumkinligi tavsiya qilingan joylashtirish vositalari ham mavjud bo'lsa-da. Bunday hollarda joylashtirish xizmatining narxi keskin pasayib ketadi.

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

Restoran xo'jaliklarida chet ellik turistlarni qabul qilish muhim ahamiyatga egadir. Chunki chet ellik turistlarga odatda ovqat yeyishni tashkil qilish alohida zallarda yoki umumiy zalning chegaralangan qismida amalga oshirilib, ularga xizmat ko'rsatish juda ham e'tibor va did bilan tayyorlangan joylarda bo'lishi kerak. Turistlarni restoran hududida ovqatlanish jarayoni restoran binosidagi savdo zallari va qo'shimcha yordamchi xonalarni tartibga keltirish, stol va stullarni qabul qilingan tartibda qo'yish, idish-tovoq olish, stollarga dasturxonni yoyish, tushlik stollarini va ofitsiantlarni ishga tayyorlash jarayonlari kiradi. Restoran ishini tashkil qilish, uning binosini ichki va tashqi ko'rinishini go'zal bo'lishi uni ochilishiga qadar tayyor bo'lishi kerak.

Shuningdek, turistlarni turli xildagi servislardan foydalanishi uchun imkoniyatni yaratib berish kerak. Turistlarni qabul qilish va ularga sifatli xizmat ko'rsatish maqsadida xodimlar restoran korxonasidagi mebellarni joylanishiga ham e'tibor qaratishlari kerak, stollarni to'g'ri chiziq yoki shaxmat tartibida o'rnatish, ular orasidan bema'lol yura oladigan bo'lishi, shuningdek, boshqa jihozlarni ham turistlarning xohish-irodasi, qaysi yurtdan kelayotgani va hokazolarni hisobga olgan holda joylashtirish kerak.

Xalqaro turistlarni ovqatlantirish turizm faoliyatida turistlar uchun xizmat ko'rsatishning muhim qismini tashkil etadi. Shuning

uchun ham turistlar uchun xizmat ko'rsatish turi ikki qismdan iborat: birinchisi – oshxona va oziq-ovqatlarning sifati va assortimenti, ikkinchisi – oziq-ovqat va xizmatlarni iste'molchilarga sotishda sifat jarayonini takomillashtirishdir. Sifat va assortiment umumiy ovqatlantirish korxonalarining turiga va uni turli kategoriyalariga qaramasdan barcha uchun bir xil ahamiyatga egadir.

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

Ovqatlanish sohasida bu faoliyatning xizmat ko'rsatish sifati va ko'rsatkichlari quyidagilardan iboratdir:

- beriladigan taom, desertning issiq-sovuqligi va taom sifatini yuqori darajada tashkil etish;
- restoranda beriladigan taomlar assortimentining turli-tumanligi, ichimlik va boshqa mahsulotlar turi bo'yicha mijozlarga mos kelishi;
- ovqatlanish jarayonida xizmat ko'rsatilayotgan shaxsga nisbatan xushmuomalada bo'lish, menyu-kartochkalaridan xaridorning o'zi foydalanishi, xaridorlar talab-ehtiyojlariga xushyor bo'lib turish lozim. Buyurtmachi buyrug'ining bajarilish tezligi va ovqatlanib bo'lgandan so'ng taom haqqini to'lashning turli usulini qo'llash;
- taom iste'mol qilinadigan vaqtda mijozlarga xizmat ko'rsatish, vino va ichimliklarni ryumka va fujerlarga quyish va boshqa shu kabi xizmat ko'rsatish jarayonida ofitsiantlar barcha qoidalarga rioya qilishi shart;
- zaldagi tozalik va shinamlikni ta'minlash, shaxsiy gigiyena, tashqi ko'rinish restoran kategoriyalariga javob berishi kerak.

Ovqatlanish sohasida taom va ichimliklarni o‘rnatilgan sertifikatga va standartlar asosida hamda belgilangan narxlarda iste’molchilarga yetkazish asosiy talablardan biridir.

9.2. Turizm sohasida ovqatlantirish xizmatlarining turlari va tasnifi

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

Shuningdek, xizmat ko‘rsatish sohasi rivojiga umumiy ovqatlanish korxonalarining faoliyati ham bevosita ta’sir qiladi. Umumiy ovqatlanish korxonalari turli xususiyatlariga ko‘ra tavsiflanadi va tasniflanadi. Umumiy ovqatlanish sohasi subyektlarini quyidagi 10 ta belgiga ko‘ra tasniflanishi 9.2.1- jadvalda ko‘rsatilgan.

9.2.1-jadval

Umumiy ovqatlanish sohasi subyektlarining tasniflanishi³¹

№	Tasnifiy belgilari	Tasniflanishi
1.	Maqomiga ko‘ra	-jismoniy shaxs maqomiga ega yakka tartibda faoliyat yurituvchi subyektlar; -huquqiy shaxs maqomiga ega subyektlar (korxona va tashkilotlar).
2.	Mulk shakliga ko‘ra	-shaxsiy yoki xususiy mulkka asoslangan korxonalar; - jamoat mulkiga asoslangan korxonalar; - davlat mulkiga asoslangan korxonalar; - aralash mulkka asoslangan korxonalar; -xorijiy davlatlar va fuqarolar mulkiga asoslangan korxonalar.

³¹ Sharipov T. S. Umumiy ovqatlanish korxonalari samaradorligini oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish (Samarqand viloyati misolida), i.f.n. ilmiy darajasini olish uchun dissertatsiya. –S.: SamISI, 2010.

9.2.1-jadvalning davomi

3.	Joylashuviga ko'ra	- shaharlarda; - qishloqlarda; - mehmonxonalar qoshida; - mahalla markazlarida; - ta'lim muassasalari qoshida, vagonlarda; - dam olish va sog'lomlashtirish oromgohlarida; - ishlab chiqarish korxonalarida; - turli xildagi klublarda; - bozorlar qoshida; - avtotrassa bo'ylarida; - aeroportlarda; - portlarda; - kemalarda; - boshqa ruxsat etilgan joylarda.
4.	Xizmat shakliga ko'ra	- o'z-o'ziga xizmat ko'rsatuvchi shved stoli; - ofitsiantlar xizmatidan foydalanuvchi; - aralash; - mahsulotlarni yetkazib beruvchi (uyga, dam olish joylariga, ish joylariga); - ko'chma xizmatni amalga oshiruvchi.
5.	Xizmat darajasiga ko'ra	- lyuks; - oliy; - birinchi; - ikkinchi; - uchinchi daraja.
6.	Tashkiliy tuzilishiga ko'ra	- tizimli; - mustaqil.
7.	Ixtisoslashuviga ko'ra	- ixtisoslashmagan; - ixtisoslashgan (mahsulotlar assortimenti bo'yicha, ma'lum millatlar taomlari bo'yicha, milliy taomlar bo'yicha, iste'molchilar guruhlari bo'yicha, xizmatlar bo'yicha).
8.	Faoliyat muddatiga ko'ra	- doimiy (yil davomida, butun sutka davomida); - mavsumiy (yilning ma'lum mavsumlarida, kunning aniq bir ovqatlanish davrida).

9.2.1-jadvalning davomi

9.	Tashkiliy shakliga ko'ra	- restoran; - kafe; - bar; - oshxona; - choyxona; - bazmgo'h - to'yxona; - tamaddixona va boshqalar.
10.	Joylashuvi va harakatiga ko'ra	- statsionar (muqim bir joyda turuvchi); - harakatdagi (avtooshxona, vagon-restoran, kupe-bufet, avto-bufet va boshqalar).

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

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

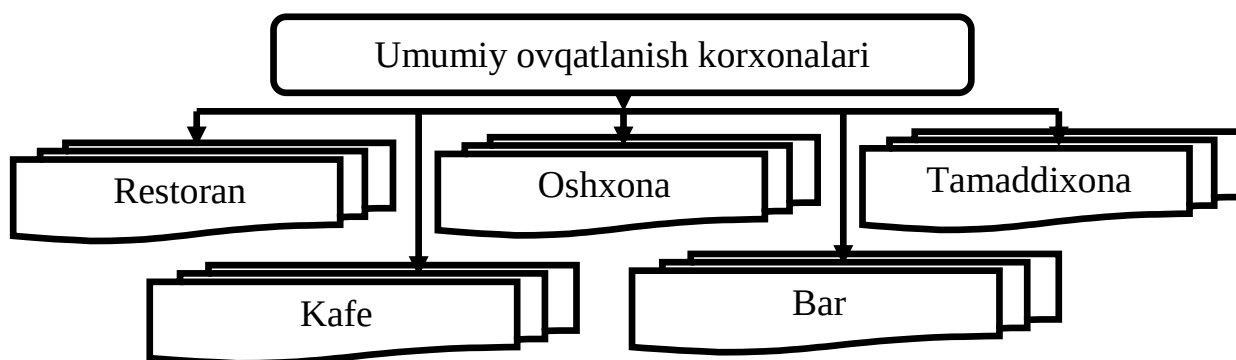
- realizatsiya qilinadigan mahsulotlar assortimenti, ularni tayyorlashdagi turli-tumanlik va murakkablik;
- texnik jihozlanish – moddiy baza, muhandis-texnik jihoz va uskunalar bilan ta'minlanishi, bino tizimi, arxitektura – rejalaniishi va h.k.;
- xizmat qilish usullari;
- xodimlarning malakalari;
-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

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

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

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

O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2003-yil 13-fevraldagi 75-sonli Qarori bilan tasdiqlangan «O‘zbekiston Respublikasida umumiy ovqatlanish mahsulotlarini (xizmatlarini) ishlab chiqarish va sotish qoidalari»da umumiy ovqatlanish korxonalari quyidagi turlarga bo‘linadi va ularga quyidagicha tavsif beriladi³² (9.2.1-rasm).



9.2.1-rasm. Umumiy ovqatlanish korxonalarining turlari.

³² O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2003-yil 13-fevraldagi 75-sonli Qarori bilan tasdiqlangan «O‘zbekiston Respublikasida umumiy ovqatlanish mahsulotlarini (xizmatlarini) ishlab chiqarish va sotish qoidalari».

Restoran – o‘z nomiga ega bo‘lgan, iste’molchilarga murakab usulda tayyorlanadigan yuqori sifatli taomlar, pazandachilik mahsulotlarining keng assortimentini hamda ichimliklarni taqdim etadigan eng qulay umumiy ovqatlanish korxonasi. Restoran taomnomasiga majburiy tartibda porsiyali va firma ovqatlari kiritiladi. Xizmat ko‘rsatish dam olish, ovqatlar pishirish va xizmat ko‘rsatish bilan uyg‘unlashtirilgan holda, yuqori malakali oshpazlar va ofitsiantlar tomonidan amalga oshiriladi.

Xorijiy turistlarga xizmat qiladigan restoran ofitsiantlari bironta chet tilini bilishi va mehmonlar bilan gaplasha olishi lozim. Restoranlar ayrim mijozlargagina xizmat qilish bilan cheklanmaydi. Ular davlat miqyosidagi katta anjumanlar, majlislar, konferensiya, seminar, rasmiy kechalar, qabul marosimlari, to‘ylar, oila tantanalari, banket, tematik kechalar va boshqalarga xizmat qiladi. Restoranalarda mijozlarga, katta yig‘inlar, kengashlar, konferensiya qatnashchilariga taomning to‘la ratsioni beriladi.

Restoranlar markaziy, odamlar gavjum ko‘chalarda, temir yo‘l, vokzallarda, aeroportlar, kemalar to‘xtash joylarida, teploxod, dengiz kemalarida, suzuvchi dam olish uylarida, shuningdek, stadion, shaharlararo hududlarda, ma‘muriy, tomosha maskanlari majmualarida, tarixiy va arxitektura yodgorliklari joylashgan yerlarda, O‘zbekiston sharoitida katta bozorlar, o‘yingohlar yaqinida ochiladi.

Ko‘pgina restoranlarda bayram kuni oldidan, shanba va yakshanba kunlari milliy taomlar ta‘mini aniqlash (degustatsiya) tadbiri o‘tkaziladi. Ba‘zi restoranlar faoliyatida oilaviy ovqatlanish tajribasi amalga oshirilmoqda. Xizmatning bu turida maxsus taomnoma tuziladi, bunda yosh bolalar hisobga olinadi.

Lyuks toifadagi restoranda buyurtma va firma taomlaridan tashqari, taomnomada yozilmagan taomlarning buyurtmasini ham qabul qilish mumkin. Restoranda mahsulotlar assortimentida shokolad, konfetlar, ho‘l mevalar va boshqalar bo‘lishi kerak. Lyuks va oliy toifadagi restoran vitrinalari turli manzarali badiiy materiallar, optik yoritgichlar, rangli diapozitivlar, fotosuratlar bilan bezatiladi. Vitrinalar shunday yasatiladiki, unda korxonaning faoliyati yaqqol ko‘rinadi, oshxonaning o‘ziga xos xususiyati, mijozlarga ko‘rsatiladigan xizmat majmui aks etadi.

Oshxonalarda foydalaniladigan matodan qilingan buyumlar – sochiqlar, dasturxon, salfetaklar, qo‘l sochiqlari zal xususiyatiga qarab buyurtma bilan tayyorlanadi. Bu buyumlarning har birida ham restoran tamg‘asi bo‘lishi shart.

Lyuks va oliy toifadagi restoran taomnomasi bosmaxonada chop etilishi zarur. Bu restoranlarda xorijiy mehmonlarga xizmat qilinadigan bo‘lsa, taomnoma uch tilda: ingliz, fransuz, nemis tillarida bosiladi. Taomnomaning firmali jildi, reklama afishalari, bukletlar, varaqalar, tabrik va taklif qog‘ozlar va boshqa nashr reklamalari zich, qalin qog‘ozlar yoki yaltiroq ishlov berilgan kartondan tayyorlanadi. Taomnomaning jildida restoran nomi va tamg‘asidan tashqari, restoranning mavzu yo‘nalishini ifodalovchi rasm ham bo‘ladi.

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

- ✓ tayyorlab beriladigan taomlar assortimenti bo‘yicha (milliy taomlar, xorijiy mamlakatlar taomlari);

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

Restoran zallarida mijozlar uchun qulayliklar yaratish maqsadida arxitektura-konstruktiv manzarali elementlar, mebel va boshqa jihozlar o‘rnatish uchun maydonlar barpo etiladi. Restoranlarda mebellarning asosiy turlari: ikki, to‘rt, olti kishi sig‘adigan stollar (to‘g‘ri burchakli, kvadrat, dumaloq va boshqa shaklda); restoran kreslolari, divanlar, ofitsiantlar uchun servantlar, guldonlar, xizmat uchun stollar va hokazo.

Shahar restoranlari shahar ichida joylashgan bo'ladi, belgilangan ma'lum soatlardagina ishlaydi. Ular taom, gazaklar, ichimliklarning keng assortimentini tavsiya etadi, asosan tushki va kechki ovqatlar tayyorlaydi.

Vokzal restoranlari – temir yo'l, aerovokzallarda joylashgan bo'ladi va yo'lovchilarga kecha-yu kunduz xizmat qiladi. Bu restoranlar taomnomasida taomlar, gazak va ichimliklar cheklangan bo'ladi.

Mehmonxona majmualariga tegishli mehmonxona tarmog'i tarkibiga ikkita restoran – serhasham firma taomi bo'lgan va kichik, taom va ichimliklari bahosi yuqori darajada bo'lmagan restoranlar kiradi.

Kema restorani turistlar va yo'lovchilarga xizmat qilishga mo'ljallangan. Bu restoranlarda nonushta, tushlik, kechki ovqat tayyorlanadi, ovqat, qandolat mahsulotlari, sovitilgan ichimliklar, yo'l anjomlari sotiladi. Yo'lovchilarga xizmat qilish ofitsiantlar tomonidan amalga oshiriladi.

Vagon-restoranlar uzoq masofalarga qatnovchi temir yo'l poyezdlarida bo'ladi. Odatda bunday restoranlar bir kecha-kunduzdan ortiqroq safarga boruvchi yo'lovchilar uchun xizmat qiladi. Avtosayyohlar uchun restoran – katta yo'l chorrahalarida, yirik avtostansiyalarda joylashadi, sayyohlar bu yerlarda ovqatlanadi, hordiq chiqaradi.

Bar – kichkina restoran, ilgari mayxona deb ham ataganlar. Keng assortimentda har xil ichimliklar sotiladi. Shu bilan birga, barda taomlar, gazaklar, qandolat mahsulotlari ham bo'lishi mumkin. Barlarning vazifasi – bu yerga kiruvchilarga yaxshi xizmat ko'rsatish, shinam jihozlangan, chiroyli joyda ko'ngildagidek dam olish sharoitini yaratish, musiqa, stereofonik ovoz chiqaradigan apparat, sanoatkorlar chiqishi, televizor, videoeshittirishlarni tashkil qilishdan iborat. Hattoki barda o'yin avtomatlari va 50 dan ko'p kishiga mo'ljallangan raqsga tushish maydonchalari ham bo'lishi mumkin. Sotiladigan ichimliklar va mahsulotlar turlariga ko'ra barlar quyidagi turlarga bo'linadi: pivo barlari, vino, sut-qatiq, kokteyl-xoll, kokteyl-barlar. Kokteyl-xoll kokteyl-bardan zalining kattaligi, jihozlanishining turli-tumanligi bilan ajralib turadi.

Barlar odatda, ma'muriy-madaniy va savdo markazlarida, mikrorayonlarda, restoran, kafe, mehmonxonalar qoshida ochiladi.

Binolarning tuzilishiga ko‘ra barlar quyidagicha joylashadi:

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

Salat-barlar – maxsus peshtaxta bilan jihozlangan, ochiq sovitgich vitrinasiga ega. Maxsus idishlarda tayyorlangan har xil salatlar: ko‘k salat, bodring, rediska, pomidor, tuxum, kartoshka, sabzi, qizilcha, ukrop, piyoz, petrushka, karam, shuningdek, go‘sht, baliq, kolbasa, pishloq va boshqalar qo‘yiladi. Alohida idishlarda: yog‘, sirka, gorchitsa, krem, qaymoq, mayonez, shakar, tuz, garmdori beriladi. O‘z didi va ishtahasiga qarab har bir xo‘randa tegishli mahsulotlardan idishlariga solib oladi. Bu barlar «shved stoli» ning bir ko‘rinishidir.

Ho‘l meva barlari – umumiy ovqatlanish korxonalarining yangi bir turi. Ijtimoiy vazifalarni hal qilishga qaratilgan, alkogol ichimliklar iste‘molini kamaytirish nazarda tutilgan tadbir sifatida paydo bo‘ldi.

Bu xildagi barlar o‘ziga xos usulda binolarda joylashgan, oddiygina jihozlangan: peshtaxtalar qo‘yilgan, vitrinalarda 15 xilgacha sharbatli ichimliklar, sut kokteyllari, elektrokofeyniklar, samovarlar mavjud. Mijozlar sharbatlardan tashqari, choy, kofe idishlari, restoranning qandolat sexidan keltirilgan qandolat mahsulotlaridan bahramand bo‘lishlari mumkin.

Sut mahsulotlari barlari – o‘z mahsulot assortimenti bilan boshqalardan farqlanadi. Sut va sariyog‘ kokteyllaridan tashqari, barning kundalik taomnomasida buterbrodlar, pishloq, kolbasa, bir necha xil sutli taomlar, quymoqlar, qaymoqli, tvorogli somsalar, un-qandolat mahsulotlari, shirin taom va ichimliklar bo‘ladi. Ovqat tayyorlashda mijozlarning o‘zlari qatnashadigan barlar keng ommalashib bormoqda. Sut mahsulotlari barlari firma sut mahsulotlari do‘konlari qoshidagi yirik savdo markazlarida barpo etiladi.

Ularning asosiy maqsadi mijozlar taomni tatib ko'rishi bilan mazasiga tushunadi va bar mashhur bo'la boradi.

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

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

Pivo barlari – maxsus joylarda pivo quyib sotiladi yoki shishalarda beriladi. Quyib sotiladigan pivolar maxsus idishlardan yoki ishlab chiqargan zavod avtotsisternasidan bevosita avtomatlar orqali quyib sotilishi mumkin. Savdoda mevali va mineral suvlar bo'lishi tavsiya qilinadi. Hisob-kitob ofitsiantlar cheki orqali, o'z-o'ziga xizmat qilish joylarida bufetchi yoki sotuvchiga to'lanadi. Pivo barlari pivo sotish bilan birga, issiq va sovuq gazaklar ham sotadi. Bular jumlasiga: buterbrod, pivoga mos keladigan pishloqlar, har xil tuzlangan narsalar, quritilgan baliq, qalamcha qilib qovurilgan kartoshka, quritilgan qora non, sho'rdanak, sho'r bodom va boshqalar kiradi.

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

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

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

Muzqaymoq kafesi – hordiq chiqarish uchun eng gavjum joy. Hamma oilalar ham restoran yoki barga boravermaydi, chunki u joylar yoshi jihatidan katta toifadagilarga mo'ljallangan, narx-navosi ham yuqori. Muzqaymoq kafelari esa hammabop, butun oila a'zolari bilan kelib muzqaymoq iste'mol qilish va dam olish mumkin. Muzqaymoq tayyorlash jarayoni ham o'ziga xos. Muzqaymoq kafesi uchun uncha katta maydon talab qilinmaydi. Muzqaymoq kafelari savdo zalida: past haroratli vitrinada

muzqaymoq assortimenti namunalari qo'yiladi. Mebel bo'ladi, choy va kofe qaynatadigan anjomlar yordamida mijozlarga issiq choy, kofe tayyorlanadi. Bundan tashqari, muzqaymoq kafesida har xil pishiriqlar, qandolat mahsulotlarini ham xarid qilish mumkin.

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

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

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

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

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

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

tamaddi qilinadi. Taom tanlangach, hisob-kitob birdaniga amalga oshiriladi. Bu ish avtomat kassalar orqali ham bo'lishi mumkin. Tamaddixonalarda spirtli ichimliklar sotish taqiqlanadi.

Bufet – bu iste'molchilarga cheklangan turdagi qaynoq va salqin ichimliklar, sovuq taomlar, non-bulka va qandolatchilik mahsulotlari, shuningdek, oson tayyorlanadigan issiq va shirin taomlar bilan tezkor xizmat ko'rsatishga mo'ljallangan korxonadir. Unda o'z-o'ziga xizmat ko'rsatish yoki ofitsiantlar tomonidan xizmat ko'rsatish mumkin. Hisob-kitob bufetchi yoki savdo avtomati orqali bajariladi.

Bufetlar quyidagi joylarda faoliyat ko'rsatadi: mehmonxonalarda, maktablarda, tomosha maskanlarida, sport maydonlari atrofida, vokzallarda, daryo, dengiz kemalarida, ishlab chiqarish va transport korxonalarida, qurilish va boshqa muassasalarda. Odatda, bufetlar mahsulotlarni o'zlariga qarashli umumiy ovqatlanish korxonalaridan oladi. Bundan tashqari, ommaviy o'yin-tomosha joylaridagi bufetlarda oliy sifatli qandolatlar, konfetlar, meva va ma'danli suvlar, ho'l mevalar bo'lishi kerak. Spirtli ichimliklar bilan savdo qilish mumkin emas.

Maktab va bilim yurtlari qoshidagi bufetlar kuni uzaytirilgan maktablarda qoluvchi o'quvchilar va maktab xodimlari uchun nonushta va tushliklar beradi. Umumta'lim maktablarida maktab qurilish loyihasida belgilangan tartibda bufetlar joylashtiriladi.

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

Choyxonalarda choy va pishiriqlar, qandolat mahsulotlari, go'shtli ovqatlar, baliq, tuxum, mol go'shti, qovurilgan tuxum, kolbasa va boshqalar sotiladi. Bu yerda asosan o'z-o'ziga xizmat qilish amalga oshiriladi. Bu choyxonalar Markaziy Osiyo davlatlarida umumiy ovqatlantirish tizimining asoslarini tashkil qiladi.

Mustaqillik tufayli O'zbekistonda choyxonalarga keng imkoniyatlar berildi. O'tgan yillar ichida shunday choyxonalar bunyod etildiki, ular faqat choy ichish joyigina emas, ajoyib hordiq chiqarish, ko'ngil ochish, do'stlarning suhbatlashish makoniga aylandi. Bu yerda mijozlarning o'zlari xohlagan ovqatlarini tayyorlashlari,

ayniqsa, choyxona palovi juda mashhur. Choyxonalar madaniy dam olish maskaniga aylandi.

Xizmat ko'rsatish turlari va menyular. Servis turini tanlashda «qanchalik qimmat bo'lsa, shunchalik servis ko'p bo'lishi kerak» degan prinsipga rioya qilish zarur. Dunyoda restoran servislarining quyidagi turlarini ajratishadi:

- **Bufet (shved stoli)** – mijoz o'z idishiga o'zi ovqat soladi. Bunda bir necha variantlar mavjud: taom katta la'lilarda yoki isitiladigan poddonlarga joylashgan; oshpaz mijozga go'sht kesib beradi va b.

- **Plate service (amerikacha ham deyiladi)** – ofitsiantlar mijozning chap tomonidan turib uning tarelkasiga taomni qo'yadilar, bo'sh tarelkalarni esa mijozning o'ng tomonidan oladilar.

- **Family service (oilaviy)** – taom stol o'rtasida turadi va har bir mijoz o'z tarelkasiga o'zi olib soladi; ba'zida stolda faqat garnirlar turadi, go'sht (baliq) esa ofitsiantlar tomonidan tarelkaga qo'yiladi. Servisning bu turini inglizcha ham deyishadi.

- **Silver service** – taom ofitsiantlar tomonidan katta idishda stolga qo'yiladi, ushbu idishdan ofitsiant mehmonlar tarelkasiga chap tomondan porsiyalar qo'yadi, tarelkalarni esa mehmonning o'ng tomonidan qo'yib chiqadi. Restoran servisining ushbu turini AQSH va Germaniyada ruscha, Fransiyada esa fransuzcha deyishadi.

- **Gueridon service** – restoran servisining eng oliy turi bo'lib, unda ofitsiant taomni maxsus telejkada mehmon stoli oldida tayyorlaydi.

Ta'kidlash joizki, ofitsiant taomning faqat yakunlovchi bosqichini ko'rsatadi (spirt alangasida qovurish). Nima qilayotganligini u mehmonlarga tushuntira olishi kerak (agar savollar tug'ilsa!). Fransiyada servisning bu turini ruscha deb atashadi.

Servisning turiga qarab qancha ofitsiant kerakligini aniqlash mumkin. Masalan, Silver service da bitta ofitsiantga 10 ta mehmon, Plate service da bitta ofitsiantga 18 ta mehmon. Hatto har bir mijoz uchun stolda ajratilgan masofa ham muhim — Silver service da 75 sm va Plate service da 60 sm.

Menyu – restoran ishi muvaffaqiyatining asosiy sharti bo‘lib, u baholovchi, rahbatlatiruvchi va tahlil qiluvchi funksiyalarni bajaradi. Menyuning har xil ko‘rinishlari mavjud.

Bosh oshpaz katalogi yoki maxsus (firmenniy) taomlari menyusini taklif etish – bu faqatgina qimmat eksklyuziv restoranlarga xos.

«**Alya kart**» menyusi har qaysisi alohida narxga ega porsiyali taomlarni taklif etadi. Bu menyuni buyurtmali deb atash mumkin (taomlarni erkin tanlash mumkin).

«**Tabl d’ot**» menyusi har bir taomning bir yoki bir necha variantlarini belgilangan narxlarda taklif etadi. Menyuning bunday turi Yevropa mehmonxonalarining restoranlarida ko‘p qo‘llaniladi. Afzalligi shundaki, mehmonlar uni tejamliroq deb hisoblashadi.

«**Dyu jur**» menyusi navbatchi taomlarni taklif etadi. Ya’ni odatda, tez tayyorlanadigan, arzon, mashhur kunduzgi taomlar.

Shuni ta’kidlash joyizki, ovqatlantirish xizmatlarini tashkil qilish va servis turlaridan foydalanishda ofitsiantlarga bir qancha talablar qo‘yiladi:

- belgilangan tashqi ko‘rinish va shaxsiy gigiyenaga rioya qilish (toza va dazmollangan forma, qo‘llar toza, ayollar uchun oddiy kosmetika va minimum taqinchoqlar);
- taomnomani bilishi. Ofitsiant qaysi taom nimadan tayyorlanganligini tushuntira olishi kerak;
- mijoz bilan muloqot qila olishi (muloyim, sabr-toqat, ovoz toni, tabassum);
- jamoada ishlay olishi.

Restoranning asosiy qonuni – barcha taomlar issiqligicha taqdim etilishi kerak. Shuning uchun tez, lekin sifatga ta’sir qilmaslik kerak.

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

Mustaqil ishlash uchun savollar

1. Turizmدا ovqatlantirish xizmatining maqsad va vazifalari nimalardan iborat?

2. Umumiy ovqatlanish sohasining iqtisodiyotda tutgan oʻrni va ahamiyati qanday?

3. Umumiy ovqatlanish korxonalarining asosiy turlarini sanab bering.

4. Restoran va lyuks toifali restoranlardagi koʻrsatiladigan xizmatlarning farqlanishini tushuntiring.

Amaliy mashgʻulotlarga tayyorgarlik koʻrish uchun topshiriqlar

1. Ertalabki nonushta va kechki ovqat uchun stol servirov-kalarini tayyorlab keling va uning taqdimotini oʻtkazing.

Test savollari

1. Restoranlar bir-biridan nimasi bilan farqlanadi?

- a) joylashgan joyi va taomlar assortimenti bilan;
- b) mijozlar koʻpligi bilan;
- d) ichimliklar turi bilan;
- e) xizmat turlari bilan.

2. Oʻzbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «Oʻzbekiston Respublikasida umumiy ovqatlanish mahsulotlarini (xizmatlarini) ishlab chiqarish va sotish qoidalari toʻgʻrisida»gi Qarori qachon qabul qilingan?

- a) 2003-yil 13-fevral;
- b) 2003-yil 17-mart;
- d) 2007-yil 2-avgust;
- e) 2005-yil 16-oktabr.

3. Oshxonalar bir-biridan qanday farqlanadi?

- a) xizmat koʻrsatiladigan mijozlari bilan;
- b) menyusi bilan;
- d) ichimliklar turi bilan;
- e) xizmat turlari bilan.

4. BTT mavjud barcha xizmatlarning necha turini eʼtirof etadi?

- a) 160 turini;
- b) 12 turini;
- d) 120 turini;

e) 200 turini.

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

a) 10 ta mehmon;

b) 8 ta mehmon;

d) 5 ta mehmon;

e) 3 ta mehmon.

10-mavzu. TURIZM SOHASIDA TRANSPORT XIZMATLARI

Reja:

10.1. Turizm sohasida transport xizmatlari.

10.2. Turizm sohasida transport vositalari.

10.1. Turizm sohasida transport xizmatlari

Mustaqillik yillarida zamonaviy yo‘l-transport infratuzilmasini shakllantirish, dunyo bozorlariga yangi yo‘llarni ochish, chet mamlakatlar bilan bog‘laydigan ilg‘or transport-kommunikatsiya tarmoqlarini yaratish bo‘yicha ulkan ishlar qilindi.

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

“O‘zbekiston havo yo‘llari» – xalq xo‘jaligi va aholini aviatsiya xizmati (yuk, yo‘lovchi tashuvlari, maxsus aviatashishlar) bilan ta‘minlovchi O‘zbekiston Respublikasi Milliy aviakompaniyasidir. Aviakompaniya 1992-yil 28-yanvarda O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti farmoniga binoan tashkil etilgan. Ana shu vaqtdan boshlab samolyot parkini zamonaviylashtirish, yangi aeroportlar qurish, havodagi harakatni boshqarish tizimini tubdan o‘zgartirish, aerodromlarni yangi zamonaviy texnika bilan ta‘minlash, yuqori malakali mutaxassislarni tayyorlovchi baza hamda boshqaruv tizimini takomillashtirishga yo‘naltirilgan “Respublika Fuqaro aviatsiyasini rivojlantirish” davlat dasturi amalga kirdi. O‘tkazilgan

islohotlar O‘zbekiston aviatsiya transportining xalqaro, iqtisodiy, diplomatik va madaniy aloqalarini rivojlantirishda yetakchi sohalardan biriga aylanishiga omil yaratdi.

«O‘zbekiston havo yo‘llari» Milliy aviakompaniyasi xalqaro aviatashuvlar bozorida o‘zining munosib o‘rniga ega. U o‘z faoliyati davomida bir necha marotaba nufuzli mukofotlar: faol ishlari uchun «Yevromarket – 2000» sovrini, Xalqaro aviatsiya xavfsizligi jamg‘armasi diplomi, Xalqaro aeroportlar birlashmasi mukofotlariga sazovor bo‘ldi. Aviakompaniya Amerika, Yevropa, Yaqin va O‘rta Sharq davlatlari, Janubi-sharqiy va Markaziy Osiyo hamda MDHning 40 ortiq shaharlariga muntazam qatnovlarni amalga oshiradi.

Hozirgi kunda milliy aviakompaniyamiz tasarrufida 11 ta xalqaro aeroport mavjud bo‘lib, ular quyidagilardan iborat: Islom Karimov nomidagi “Toshkent” xalqaro aeroporti, “Samarqand” xalqaro aeroporti, “Buxoro” xalqaro aeroporti, “Urganch” xalqaro aeroporti, “Navoiy” xalqaro aeroporti, “Namangan” xalqaro aeroporti, “Nukus” xalqaro aeroporti, “Termiz” xalqaro aeroporti, “Andijon” xalqaro aeroporti, “Farg‘ona” xalqaro aeroporti va “Qarshi” xalqaro aeroporti.

"O‘zbekiston havo yo‘llari" Milliy aviakompaniyasi aviayo‘lovchilarga 2018-yilning 1-yanvaridan barcha xalqaro aeroportlarda O‘zbekiston Respublikasi bojxona chegarasidan o‘tish joylarida ikkita yo‘lak tizimini ("yashil" va "qizil") ishga tushirganligi ham mamlakatimizga xorijiy turistlarning oqimini oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Bunda, bojxona chegarasi orqali o‘tadigan aviayo‘lovchilar notijorat maqsadlar uchun tovarlarni deklaratsiya qilish shakli sifatida "yashil" yo‘lakni, bojxona amaliyotlarini o‘tkazish uchun esa "qizil" yo‘lakni tanlashlari mumkin.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 3-fevral, PF-5326-sonli "O‘zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratish bo‘yicha qo‘shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to‘g‘risida"gi Farmoni asosida xorijiy fuqarolarning O‘zbekiston Respublikasiga tashrifi uchun qulay shart-sharoitlar yaratish va viza tartib-taomillarini soddalashtirish maqsadida 2018-yil 10-fevraldan boshlab Isroil davlati, Indoneziya Respublikasi, Koreya Respublikasi, Malayziya, Singapur Respublikasi, Turkiya Respublikasi va Yaponiya fuqarolari, shuningdek, O‘zbekiston

Respublikasiga muntazam aviaqatnovlarni amalga oshiruvchi xorijiy aviakompaniyalar havo kemalari ekipajining a'zolari uchun O'zbekiston Respublikasi hududiga kirgan kundan e'tiboran 30 kunlik muddatga vizasiz tartib belgilandi. Shu bilan birgalikda, 2018-yil 10-fevraldan boshlab fuqarolari uchun turizm vizalarini rasmiylashtirishning soddalashtirilgan tartibi joriy qilinadigan 39 ta mamlakatlar ro'yxati tuzildi.

Amalga oshirilgan chora-tadbirlar yo'lovchilar oqimi logistikasini anchagina yaxshilashga imkon beradi. Bojxona rasmiylashtiruvini umume'tirof etilgan standartlarga muvofiq holga keltirish va bojxona rasmiyatchiliklarini soddalashtirish turizmni rivojlantirish uchun qulay sharoit yaratish va nazorat usullari samaradorligini oshirishga qaratilgan.

Islom Karimov nomidagi «TOSHKENT» xalqaro aeroporti. Yaqin chet el mamlakatlari aeroportlariga qaraganda, O'zbekiston poytaxtining aeroporti qulay geografik o'ringa ega, chunki MDH davlatlaridan Janubi-sharqiy Osiyoga, Yaqin Sharqqa, Yevropaga va Amerikaga eltuvchi havo yo'llarining kesishgan nuqtasida joylashgan. «Toshkent» xalqaro aeroporti dunyoning barcha katta shaharlari bilan havo yo'llari orqali bog'langan. U Xalqaro fuqarolar aviatsiyasi tashkiloti (**ICAO – International Civil Aviation Organisation**) ning ikkinchi kategoriyasiga ega bo'lib, turli rusumdagi samolyotlarni qabul qiladi.

«Toshkent» xalqaro aeroporti ikkita – janubiy va shimoliy (ICAO II toifasi) uchish-qo'nish maydoniga, magistral rullash yo'llariga, uzoq va o'rtacha magistral samolyotlari uchun 110 ta turish joylari bo'lgan umumiy maydoni 100 gektarli perronga ega.

Xalqaro aeroport g'arbiy nusxadagi turli havo kemalariga xizmat ko'rsatish bo'yicha ulkan amaliy tajribaga ega. Aerovokzal binolarida 56 ta suyuq kristalli monitorlar o'rnatilgan bo'lib, ularda yo'lovchilar uchun ko'rgazmali ma'lumotlar, shuningdek, tijorat reklamalari namoyish etiladi; naqd pul olish uchun bankomatlar va valyuta ayirboshlash shoxobchalari joylashgan.

Aerovokzalning texnika bilan qurollanganligi ham uzoq, ham yaqin xorij yo'lovchilarga xizmat ko'rsatilishiga imkoniyat yaratadi. Yo'lovchilarni ro'yxatga olish bo'yicha avtomatlashtirilgan tizim joriy etilgan, bu esa xizmat ko'rsatish sifatini va madaniyatini ancha

yaxshilaydi. Hozirgi paytda “Toshkent” aeroportida elektron chipta tizimi joriy qilingan.

Yo‘lovchilarni O‘zbekiston hududidagi shaharlarga jo‘natish yangi Mahalliy havo yo‘llari (Toshkent-3) terminali orqali amalga oshiriladi. Bugungi kunda mahalliy havo yo‘llarining aerovokzali soatiga 400 ta yo‘lovchini o‘tkazish qobiliyatiga ega qulay bino hisoblanadi. Yo‘lovchilarni va bagajlarni ro‘yxatga olish uchun sakkizta ustun, dorixona, do‘kon, ma‘lumot xizmati, shaharlararo telefon va boshqalar mavjud.

O‘zbekiston mehmonlariga va aholisiga xizmat ko‘rsatish uchun aerovokzal binosida qulay mebel bilan jihozlangan katta kutish zallari; tunu kun tartibida ishlovchi pasport, bojxona va chegara nazorati xizmatlari; ma‘lumotxonalar; bagajni tashish uchun yangi konveyer tizimlari; xalqaro telefon aloqasi; chipta sotib olish va bronlash kassalari; Duty Free do‘konlari; barlar; tez ovqatlanish, valyuta ayirboshlash shoxobchalari va boshqalar mavjud.

Biznes va birinchi klass yo‘lovchilariga xizmat ko‘rsatish uchun WIP (alohida muhim shaxslarga xizmat ko‘rsatish uchun) va CIP (yuqori qulaylik) zallari bor. Yo‘lovchilarning qulayliklari uchun ularni samolyotgacha va orqaga yetkazib qo‘yuvchi alohida, har jihatdan qulay avtobuslar taqdim qilinadi.

«SAMARQAND» xalqaro aeroporti. Samarqand shahri nafaqat O‘zbekistonda, balki Markaziy Osiyoda mashhur sayyohlik markazidir. “Samarqand” xalqaro aeroporti Registon, Amir Temur maqbarasi, Ulug‘bek observatoriyasi, Shohi-Zinda, Al-Buxoriy va boshqa ko‘plab tarixiy yodgorliklari bilan butun dunyoga mashhur qadimiy Samarqand shahrining havo darvozasidir.

Hozirgi kunda «Samarqand» xalqaro aeroporti xalqaro tranzit yo‘nalishlar uchun muhim bo‘g‘inlardan biriga aylanib bormoqda. U qayta ta‘mirlangandan so‘ng, ICAO ning birinchi kategoriyasiga ega bo‘lgan aeroport hisoblanib, G‘arbda ishlab chiqarilgan turli rusumdagi laynerlarni hamda sharqiy havo kemalarini qabul qilish imkoniyatiga ega bo‘ldi.

“Samarqand” aeroporti rekonstruksiyaadan keyin hamma xalqaro standartlarga to‘g‘ri keladi va A310, A320, B757, B767, B777, Il76, Il114 kabi hamma zamonaviy havo kemalarini qabul qiladi.

“Samarqand” xalqaro aeroporti dinamik rivojlanayotgan korxona bo‘lib, u yiliga 300000 dan ortiq yo‘lovchiga xizmat qiladi.

Aeroport soatiga 400 yo‘lovchini qabul qilish va xizmat ko‘rsatish imkoniyatiga ega. Turkiya, Toshkent, Moskva, Sankt-Peterburg, Simferopol va Qozon shaharlari bilan havo aloqalari ham o‘rnatilgan. Bu yerga Yevropa mamlakatlari va Yaponiyadan charter qatnovlar amalga oshiriladi.

«Samarqand» xalqaro aeroporti yo‘lovchilarga qulaylik yaratish uchun aeroport aerovokzal majmuasida tibbiy punkt, onalar va bolalar xonasi, CIP va VIP zallari, restoran va bufet, qatnovlar haqida yo‘lovchilarga ma’lumot berish tizimi ishga tushirilgan, Wi-Fi, shaharlararo xalqaro aloqa, Duty Free, aviakassa va aloqa bo‘limi (pochta) mavjud.

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

«**URGANCH**» xalqaro aeroporti. Fuqaro aviatsiyasi «Aeroport» Assotsiatsiyasining «MDH davlatlari bo‘yicha yilning eng yaxshi aeroporti» tanlovida 2012-yilda «Ishlab chiqarishga qo‘shgan salmoqli hissi uchun» nominatsiyasi g‘olibi bo‘ldi. «Urganch» xalqaro aeroporti soatiga 300 nafar mijozga xizmat ko‘rsatish imkonini beruvchi, barcha qulayliklarga ega yo‘lovchilar uchib kelish zali foydalanishga topshirilgan. Unda kutish maydoni, tibbiyot punkti, barlar, kafe, valyuta ayirboshlash shoxobchasi, suvenir-lar do‘koni mavjud. Aeroportdan Toshkent, Moskva shaharlariga va dunyoning boshqa mamlakatlariga uchib borish mumkin.

«**NAVOIY**» xalqaro aeroporti. «Navoiy» xalqaro aeroporti 1962-yilda barpo etilib, 2007-yilda qayta modernizatsiya qilinib ta’mirlandi. "Navoiy" xalqaro aeroporti Markaziy Osiyoning marka-

zida joylashgan yangi logistika markazidir. U O‘zbekistonning va Markaziy Osiyo mamlakatlarining markazida hamda Frankfurt, Milan, Dubay, Hindiston, Shanxay va Inchiyondagi dunyoning yirik aviatsiya tarmoqlaridan 6 soatlik parvozdan kam bo‘lmagan masofada joylashgan, hozirda u yanada raqobatbardosh Yevropa va Osiyoni bog‘lab turuvchi hududiy logistika markaziga aylanib bormoqda.

Hozirgi kunda aeroport yuk tashishlar bilan birgalikda yo‘lovchilarni ham tashish imkoniyatiga ega bo‘ldi. Yo‘lovchilarga xizmat ko‘rsatish uchun zamonaviy aerovokzal, VIP - yo‘lovchilarga xizmat ko‘rsatish zali, ona va bola xonasi, bufet, tibbiyot punkti, aloqa va transport xizmatlari mavjud.

“NAMANGAN” xalqaro aeroporti. Bugungi kunda Namangan xalqaro aeroporti “O‘zbekiston havo yo‘llari” Milliy aviakompaniyasining (MAK) IV – sinfiga mansub tarkibiy bo‘linmasi hisoblanadi. Aeroport kecha - kunduz rejimida ishlovchi, Toshkent va boshqa yo‘nalishdagi harakatlanayotgan xavo kemalariga “zaxira” aeroporti hisoblanib, jahondagi barcha turdagi XK ga xizmat ko‘rsatish imkoniyatiga ega.

Bular Il-76, B-767, B-757, B-737, A-310, A-319, A-320, A-321, Tu-214, Tu-154, Tu-134, Il-114, RJ-85, An-12, An-24 va boshqa turdagi samolyotlar.

O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 23.09.2013-yildagi 263-sonli “Andijon, Namangan, Farg‘ona, Qarshi va Termez aeroportlaridan xalqaro parvozlarni bajarishi” haqidagi Farmoniga asosan, Namangan aeroportiga “Xalqaro aeroport” maqomi berildi.

Namangan aeroportidan mamlakatimiz poytaxti Toshkent shaxridan tashqari, Rossiyaning Moskva, Sankt-Peterburg, Ekaterinburg, Novosibirsk, Krasnoyarsk, Krasnodar va Nijniy Novgorod shaharlariga qatnovlar bajarilmoqda.

Aerovokzalning xizmat ko‘rsatish qobiliyati soatiga 200 yo‘lovchini tashkil etadi.

“NUKUS” xalqaro aeroporti. “O‘zbekiston havo yo‘llari” Milliy aviakompaniyasining tarkibiy bo‘linmasi bo‘lib, Qoraqalpog‘iston Respublikasining poytaxti Nukus shahridan tashqarida, uning shimoliy qismida joylashgan. Aeroportdan respublika ichidagi, shuningdek, xalqaro yo‘nalishlar bo‘yicha muntazam yo‘-

lovchi qatnovlari, charter yuk tashuvlari bajariladi. Aerovokzal bir soatda 200 tagacha yo'lovchiga xizmat ko'rsatadi.

“TERMIZ” xalqaro aeroporti. «Termiz» aeroporti «O'zbekiston havo yo'llari» Milliy aviakompaniyasi tarkibiga kiradi. «Termiz» aeroporti 1 soatda 100 ta aviayo'lovchilarga xizmat ko'rsatish imkoniyatiga ega.

«Termiz» aeroporti kecha-kunduz davomida ishlaydi va barcha turdagi, ya'ni Sharqda va G'arbda ishlab chiqarilgan turli (jumladan, A-320, A-310, Boing 737, 757, 767, Il-114, Il-76) rusumli havo kemalari va barcha turdagi vertolyotlarni qabul qiladi.

“ANDIJON” xalqaro aeroporti. “O'zbekiston havo yo'llari” Milliy aviakompaniyasining tarkibiga kiradi. Andijondan mahalliy va xalqaro (MDH) liniyalari bo'yicha doimiy Moskva, Sankt-Peterburg, Toshkent yo'nalishidagi qatnovlari bajariladi. Aerovokzal kompleksining yo'lovchi qabul qilish salohiyati soatiga 200-250 yo'lovchini tashkil qiladi.

Yo'lovchi va mijozlarga xizmat ko'rsatish uchun aeroportda: yo'lovchilar uchun kutish zali, transit yo'lovchilar uchun kutish zali, xalqaro liniyalar (MDH) yo'lovchilari uchun uchish-qo'nish zali, onalar va bolalar xonasi, tibbiy maskan, pul ayirboshlash shoxobchasi, bar, yuk ombori, chegara, bojxona va aviatsiya xavfsizligi nazorati xizmatlari, rasmiy delegatsiyalarga xizmat ko'rsatish zali xizmat ko'rsatmoqda.

“QARSHI” xalqaro aeroporti. “Qarshi” xalqaro aeroporti davlat unitar korxonasi O'zbekistonning janubiy qismidagi Qashqadaryo vohasida, Pomir-Oloy tog' tizmalarining g'arbiy yonbag'rida joylashgan Qashqadaryo viloyatining (viloyat hududi 28,6 ming km² ni tashkil qiladi, iqlimi kontinental, quruq, ba'zi joylarda subtropik) havo darvozasi hisoblanadi. Aeroport Qarshi shahrining janubi-g'arbiy tomonida joylashgan.

Aerovokzalning o'tkazish qobiliyati soatiga 200 kishini tashkil qiladi. Aerovokzal binosida uchib ketish uchun 2 ta sektor (mahalliy va xalqaro aviayo'llar) va uchib keluvchilar uchun zal mavjud. Ona va bola xonasi, bagaj pavilyoni, transit zali, kutish zali va oshxona faoliyat yuritadi.

“FARG'ONA” xalqaro aeroporti. Hozirda “O'zbekiston havo yo'llari” MAK tarkibiga kiradigan “Farg'ona” xalqaro aeroporti

1938-yilda tashkil topgan va dengiz sathidan 604 metr balandlikda joylashgan. Bugungi kunda aeroportdan O'zbekiston shaharlari Toshkent va Buxoroga, Rossiyaning Moskva (Vnukovo va Domodedovo aeroportlariga) va Sankt-Peterburg, Qozon, Krasnodar, Novosibirsk shaharlariga muntazam yo'lovchi qatnovlari bajariladi. Umum e'tirof etilgan aviatsiya standartlariga muvofiq, yo'lovchilarga aviatashuvlar bilan bog'liq butun xizmat ko'rsatish kompleksi ko'rsatilmoqda: joylarni bronlash va sotish, qatnovga ro'yxatdan o'tkazish. Zamonaviy jihozlar o'rnatilganligi tufayli bojxona va chegara nazoratidan o'tish jarayonlari ancha tez amalga oshiriladi.

Turistlarni temir yo'l transportida tashish xizmatlari. Temir yo'l transporti o'rta masofalarga turistlarni maqbul narxlarda, tez va qulay sharoitda yetib borishlarini ta'minlaydi. Alohida hollarda temir yo'l transportidan turistik sayohat maqsadlarida ham foydalanish mumkin. Turistlarni temir yo'lda tashish turizm transport ta'minotining samarali vositasi hisoblanadi. Sayohatning yuqori shinamligi, yuqori tezlik va maqbul narxlarda turistlar guruhini ixcham joylashtirish – bu transport turini kichik va o'rta masofalarga harakatlanishda raqobatbardoshligini oshiradi. Temir yo'l transportidan ichki va chegara yaqinida sayru tomosha, ekskursion safarlar va dam olish kunlarini tashkil etishda ko'proq foydalaniladi.

Temir yo'lhilarimizning kuch-g'ayratlari bilan bugungi kunda temir yo'llarning umumiy uzunligi 6 ming 500 kilometr³³ yetdi va ular mamlakatimizning barcha hududini to'liq qamrab oldi.

Mustaqillik yillari davomida O'zbekistonda yangi po'lat izlarni (magistral) shakllantirish bo'yicha ulkan ishlar qilindi. Qizilqum cho'llarida Navoiy – Uchquduq – Sultonuvaystog' – Nukus temir yo'llari qurildi, Amudaryo orqali temir yo'l-avtomobil qo'shma ko'priqi barpo etildi, murakkab tog' sharoitida Toshguzar – Boysun – Qumqo'rg'on temir yo'li qurildi.

Mavjud bo'lgan temir yo'l tarmog'ini modernizatsiyalashga ham muhim ahamiyat berilmoqda. Osiyo taraqqiyot bankining jalb qilingan mablag'lari evaziga 2 ta yirik investitsiya loyihasi amalga oshirildi va Toshkent – Samarqand-Buxoro uchastkasida yo'llar qayta tiklandi, Keles – Buxoro uchastkasida 600 km dan ortiq bo'l-

³³ Taraqqiyot yo'lidagi hamkorlik istiqbollari. // Xalq so'zi. 2017-yil 11 aprel.

gan uzunlikdagi optik tolali aloqa liniyalarini yotqizish yakunlandi. To‘qimachi – Angren temir yo‘l liniyasini elektrlashtirish ishlari o‘z nihoyasiga yetdi. Yangi Yangiyer – Jizzax va Yangiyer – Farhod temir yo‘l liniyalarini qurish ishlari yakunlandi.

Markiziy Osiyo hududida Toshkentdan Samarqandgacha ilk tezyurar yo‘lovchi harakatni tashkil qilish maqsadida 2008-yil «O‘zbekiston temir yo‘llari» AJ va "Talgo" (Ispaniya) kompaniyasi o‘rtasida 2 ta tezyurar yo‘lovchi elektropoyezdlarni sotib olish to‘g‘risida bitim imzolandi.

2011-yil 8-oktabrdan «Afrosiyob» (Ispaniyaning "Talgo" kompaniyasi tomonidan ishlab chiqarilgan) yuqori tezlikda harakatlanadigan poyezdi Toshkent – Samarqand – Toshkent 161/162 sonli yo‘nalishda ishga tushirildi.

Yangi tezyurar poyezd bu marshrut orqali xizmat ko‘rsatadigan boshqa elektr poyezdlar bilan birga, Toshkent va Samarqand shaharlari o‘rtasida harakat qiladi. Yuqori tezlikdagi «Afrosiyob» poyezdi ikki soat va o‘n besh daqiqa ichida 344 km temir yo‘l masofasini bosib o‘tadi. Maksimal tezligi soatiga 250 kilometrni tashkil etadi.

«Afrosiyob» tarkibiga 2 ta lokomotiv va 9 ta qulay vagonlar kiradi:

- 2 VIP klass vagon (vagonda 11 o‘rin);
- 2 Biznes klass (vagonda 26 o‘rin);
- 4 ekonom klass (vagonda 36 o‘rin);
- 1 vagon-bistro.

«Afrosiyob» elektr poyezdi 2016-yilning 15-sentabr kunidan Toshkent – Buxoro – Toshkent yo‘nalishida qatnovlarni amalga oshira boshladi.

2017-yilda Prezidentimiz Shavkat Mirziyoyev Xitoy Xalq Respublikasiga davlat tashrifi davomida Xitoy ishbilarmon doiralari vakillari bilan uchrashdi. Aynan ana shu anjumanda davlatimiz rahbari Xitoyning “China Railway Tunnel Group” kompaniyasiga Angren – Pop temir yo‘lining Qamchiq dovoni qurilishining muvaffaqiyatli amalga oshirilganligi uchun alohida minnatdorlik bildirdi. Shuningdek, mazkur tashrif doirasida ko‘plab sohalar, xususan, transport va kommunikatsiya infratuzilmasini rivojlantirish borasida “O‘zbekiston temir yo‘llari” aksiyadorlik jamiyati bilan XXRning yetakchi quruvchi kompaniyalari o‘rtasida samarali kelishuvlarga erishildi.

Bugungi kunda ushbu temir yo‘l orqali Toshkent – Andijon – Toshkent yo‘nalishida har kuni zamonaviy tezyurar yo‘lovchi poyezdlari aholiga xizmat ko‘rsatmoqda. Andijon – Buxoro – Andijon yo‘nalishida haftasiga ikkita yo‘lovchi poyezdi, haftada bir marotaba Andijon – Urganch – Andijon, Andijon – Moskva – Andijon yo‘nalishlarida yo‘lovchi poyezdlari qatnovi tashkil etildi. Bundan tashqari, bir sutkada o‘nlab yuk poyezdi Angren – Pop elektrlashtirilgan temir yo‘li orqali o‘tib, yuklarni o‘z manziliga yetkazmoqda.

Shuni alohida ta’kidlash kerakki, yuqori tezlikda harakatlana-digan «Afrosiyob» poyezdi qatnay boshlaganidan buyon yurtimizda chet ellik sayyohlar soni sezilarli darajada ko‘paydi. Bunday poyezdlar Buxoro va Qarshi shaharlarigacha yuqori tezlikda yetib borishga imkon yaratdi. Bu esa mamlakatimizda turizm sohasini jadal rivojlanishida muhim ahamiyatga ega.

10.2. Turizm sohasida transport vositalari

Xalqaro transport-kommunikatsiya tizimida avtotransport magistralarining ham o‘rni beqiyos. Birgina 2016-yilda soha korxonalari tomonidan qariyb 256 kilometrlik avtomobil yo‘llari rekonstruksiya qilindi, 94,4 kilometrluk xalqaro va davlat ahamiyatiga molik yo‘l kapital ta’mirlandi. ***Hozirgi kunda yurtimiz avtomobil yo‘llarining umumiy uzunligi 183 ming³⁴ kilometrni tashkil qiladi. Ulardan 42,6 ming kilometri xalqaro, davlat va mahalliy ahamiyatga ega bo‘lgan yo‘llardir.***

Turistik mahsulotlar tarkibida turistlarni tashish xizmati yetakchi o‘rinlardan birini egallaydi. Bu shu bilan ifodalanadiki, barcha turistik yo‘nalishlarda (piyodalardan tashqari) sayohatchilarni dam olish yoki ekskursiyaga eltish va uyga qaytishi uchun transport bo‘lishi tabbiy hol bo‘lib qolmoqda.

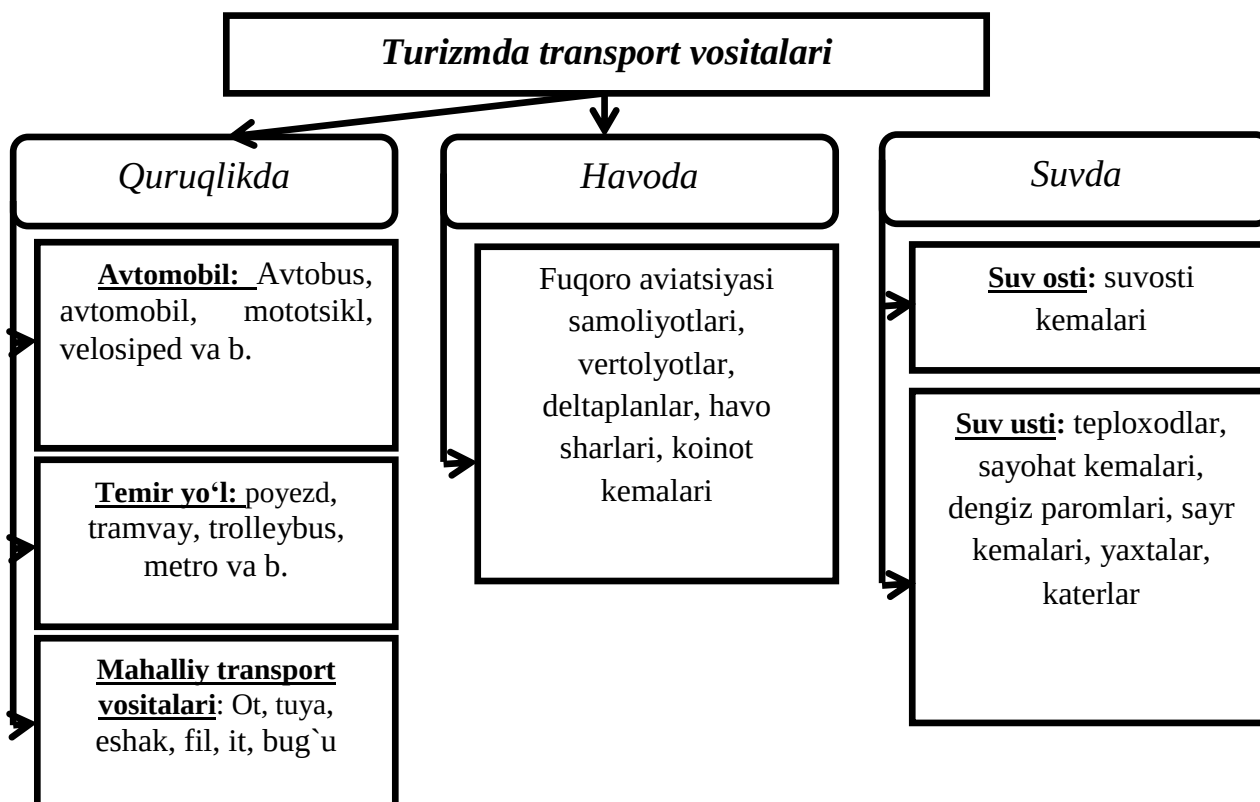
Turizm faoliyat turi sifatida turistlarni doimiy yashash joyidan tashqariga chiqishi bilan uzviy bog‘langan va uni transport ta’minotisiz tasavvur qilib bo‘lmaydi. Transport ta’minoti turistik infrazuzilmaning muhim elementi hisoblanadi va turistik mahsulotlar tarkibiga kiritilgan asosiy majmualiy xizmatlarni tashkil qiladi.

³⁴ Taraqqiyot yo‘lidagi hamkorlik istiqbollari. // Xalq so‘zi. 2017-yil 11-aprel.

Transport korxonalari turizm sohasini shakllantiruvchi turistik korxonalarining alohida ko‘rinishlari sifatida qarab chiqiladi.

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

Transportda tashish xizmatlarining xili va turi bo‘yicha tasniflanishi quyidagi 10.2.1-rasmida ifodalangan.



10.2.1-rasm. Turizm maqsadlari uchun foydalaniladigan transport vositalarining turlari.



10.2.2-rasm. Turizmda transport vositalari.

Transportda tashish xizmatlarining xili va turi bo'yicha quyidagicha tasniflanadi:

Tashishning yer ustida olib yurish turlari bo'yicha:

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

Havo orqali tashish turlari:

- havo sharlari va dirijabllar, deltaplanlar, parashyutlar;
- vertolyotlar;
- kichik aviatsiya samolyotlari, gidrosamolyotlar, tovushdan tez uchar laynerlar;

- kosmik apparatlar.

Dengiz va daryo suvlari orqali tashish transportlari:

- sol va qayiqlar;
- yelkanli kemalar;
- kichik mexanik kuchga ega flot qayiqlari;
- dengiz va daryo kemalari;
- suvosti kemalari.

Transport tizimlarining barcha turlari yagona maqsadni – tashish xizmatlarini amalga oshirishda sayohatchilarning ehtiyojlarini to‘laqonli qondirishga qaratilgan.

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

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

Fan va texnika taraqqiyoti odamlarni yer yuzining istalgan nuqtasiga tez eltib qo‘yishga qodir transport vositalari (ovozdan tez uchar samolyotlar, tezyurar poyezdlar, avtomobillar, muzyorar va suvosti transporti va b.) paydo bo‘lishiga, shuningdek, transport xizmatlari ko‘rsatish sohasiga yangi texnologiyalar joriy etilishiga olib keldi. Bu chiptalarni bronlashning global tizimlarida va chiptalar sotishning noan’anaviy usullarida, yuk va yo‘lovchi tashuvchilarning charter dasturlari vujudga kelishi va rivojlanishida, turli axborot tizimlari ishlab chiqilishida, yo‘lovchi tashishning texnik va texnologik rejimlarini nazorat qilish, elektron qurilmalaridan foydalanilishida, ularning xavfsizligi oshirilishida o‘z ifodasini topmoqda.

Muayyan transport tuzilmalari o'rtasida hamda har bir transport turi doirasida yo'lovchi tashuvchilar o'rtasidagi raqobat kurashi yo'lovchilarga xizmat ko'rsatishning takomillashuvi jarayoniga kuchli yo'nalish berdi. Servis sifati va darajasining oshishi harakatlanadigan tarkibning hozirgi texnik jihozlanishida, yo'lovchilarga qulay va shinam shart-sharoitlar yaratilishida, transport vositalari bortida yo'lovchilarning dam olishi tashkil etilishida, yo'lovchilarni ovqatlantirish sifatining oshishida, transport kompaniyalarining doimiy mijozlari uchun rag'batlantirish dasturlari ishlab chiqilishida namoyon bo'lmoqda. Yo'lovchi tashuvchilar transportda bolalar va nogironlarga, shuningdek, boshqa toifa yo'lovchilarga xizmat ko'rsatish bo'yicha maxsus tadbirlarni amalga oshirmoqdalarki, bu yo'lovchilarning ehtiyojlarini to'laqonli qondirish uchun imkoniyat yaratmoqda.

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

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

O'zbekistonda so'nggi 5 yilda umumiy qiymati qariyb 3 milliard dollarlik investitsiyalar hisobidan uzunligi 2600 kilometr bo'lgan zamonaviy avtomobil yo'llarini qurish va rekonstruksiya qilish ishlari amalga oshirildi, shuningdek, kempinglar, yonilg'i quyish shoxobchalari, ovqatlanish va maishiy xizmat ko'rsatish maskanlarini o'z ichiga olgan ko'plab yo'lbo'yi infratuzilma obyektlari barpo etildi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 2-dekabrdagi "O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni

ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi³⁵ Farmonida belgilab qo'yilganidek, turizm faoliyati subyektlari tomonidan turistlarni tashish uchun mo'ljallangan, sig'imi 9 kishidan ortiq bo'lgan yangi avtotransport vositalari sotib olinganligi uchun O'zbekiston Respublikasi Moliya vazirligi huzuridagi Respublika yo'l jamg'armasiga yig'im sotib olingan avtotransport vositalari qiymatining 3 foizi miqdorida undiriladi.

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

Mustaqil ishlash uchun savollar

1. Turistik mahsulot tarkibida transport xizmatlarining ulushi qanday aniqlanadi?
2. Aviatsiya xizmati va temir yo'l xizmatlarning afzalligi nimadan iborat?
3. Turizm sohasida transport ta'minoti tizimi nimadan iborat?
4. Transportda tashish xizmatlarining xili va turi bo'yicha tasniflanishi qanday amalga oshiriladi?
5. Transportda xizmat ko'rsatishning iqtisodiyotdagi o'rni nimadan iborat?

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar

Turizm maqsadlari uchun foydalaniladigan transport vositalarining turlari bo'yicha tasniflanishini aniq misollarda ifodalang va taqdimotini tayyorlang.

³⁵ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 2-dekabrdagi PF.4861-sonli "O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni, O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami, 2016 y.

Test savollari

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

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

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

d) turistlarni boradigan mamlakatidagi diqqatga sazovor joylariga olib borish;

e) turistlarni tranzit tashish.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 2-dekabrdagi «O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida»³⁶ Farmoni asosida yangi avtotransport vositalari sotib olinganda qanday imtiyozlar berildi?

a) yig'im sotib olingan avtotransport vositalari qiymatining 5 foizi miqdorida undiriladi;

b) yig'im sotib olingan avtotransport vositalari qiymatining 3 foizi miqdorida undiriladi;

d) sotib olingan avtotransport vositalaridan sug'urta badali olinmaydi;

e) turfirma sotib olgan avtotransport vositalaridan erkin foydalanish mumkin.

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

a) 1992-yil 28-yanvarda;

b) 1991-yil 25-aprelda;

d) 1993-yil 27-mayda;

e) 1992-yil 16-martda.

³⁶ O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 2-dekabrdagi PF.4861-sonli "O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni, O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari to'plami, 2016 y.

4. Turistik mahsulotning asosiy tarkibiy qismiga kiruvchi transport xizmatlari jami xizmatlarning necha foizini tashkil qiladi?

- a) 34 foiz;
- b) 27 foiz;
- d) 42 foiz;
- e) 18 foiz.

5. Transfert tushunchasiga to'g'ri ta'rif ko'rsatilgan qatorni belgilang.

a) turistlarni kutib olish va kuzatib qo'yish uchun transport vositasini taqdim etish;

b) tur-safar bo'yicha dasturlashtirilgan tadbirlarga xizmat ko'rsatish: ekskursion xizmat, dasturdagi tadbirlarga borish, atrofga tashrif buyurish, yo'nalish bo'yicha ko'chish;

d) turga kiritilgan sayohat davomida ijaraga beriladigan yengil avtomashina;

e) bir davlatga borish uchun ikkinchi davlat hududidan o'tish.

11-mavzu. GID-EKSKURSIYA XIZMATLARINI AMALGA OSHIRISH JARAYONLARI

Reja:

- 11.1. Gid-ekskursiya xizmatlarining mohiyati va tasnifi.
- 11.2. Gid-ekskursiyachi xizmati va uning vazifalari.
- 11.3. Gid-ekskursiyachiga qo'yiladigan talablar.

11.1. Gid-ekskursiya xizmatlarining mohiyati va tasnifi

«Ekskursiya» tushunchasi yunoncha «excursio» so'zidan olingan bo'lib, «sayohatga chiqish, sayr qilish» degan ma'noni anglatadi. «Ekskursiya» tushunchasiga ta'rifni birinchi bo'lib V. Dal (1882 y.) quyidagicha bergan: «Ekskursiya – bu sayr-tomosha, biror nimani izlash, o'simliklar yig'ishdir». Rossiyalik olim M.P. Ansiferov (1923 y.) «Ekskursiya – bu sayr bo'lib, uning vazifasi aniq ma'lumotlar asosida mavzuni o'rganishdir», degan fikrni keltirib o'tgan.

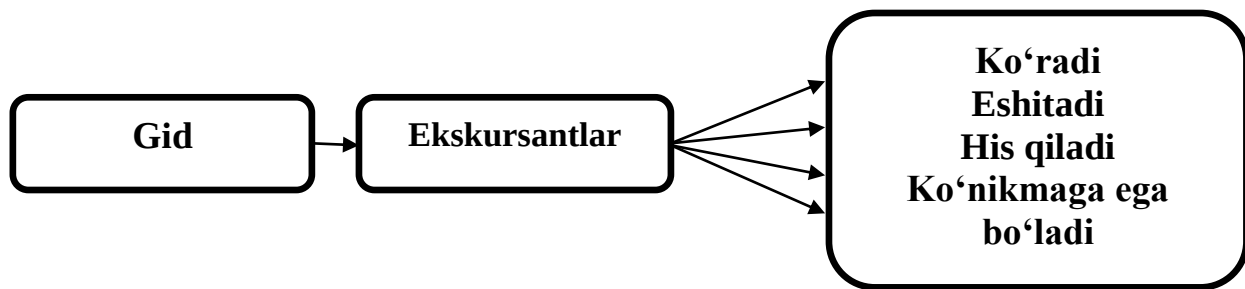
Kichik sovet ensiklopediyasida (1931 y.) «Ekskursiya – bu ma'lum bir joylarda, sanoat korxonalarida, sovxoz, muzeylarda va boshqa joylarda ilmiy va ta'limiy maqsadlarda jamoaviy tashrif buyurishdir» deb ta'rif berilgan.

Katta sovet ensiklopediyasida (1978 y.) «Ekskursiya – bu diqqatga sazovor obyektlarga (madaniy yodgorliklar, muzeylar, korxonalar, joylar va sh. k) tashrif buyurish, bilim olishning shakli va metodi bo'lib, odatda mutaxassis-gid rahbarligida jamoaviy o'tkaziladi» deb ta'rif berilgan³⁷.

Ekskursiya tushunchasini tahlil qilganda ekskursiya xizmatining obyektiv talablardan iboratligini e'tiborga olishimiz kerak bo'ladi. Har bir ekskursiya o'ziga xos faol jarayon bo'lib, uning mohiyati ma'lum qonuniyatlar (mavzuiyligi, maqsadliligi, ko'rgazmaliligi, hissiyotliligi, faolligi va sh.k.) bilan asoslanadi.

Ekskursiya xizmati oldida turgan vazifalari quyidagicha namoyon bo'lishi mumkin:

³⁷ Тухлиев И.С., Амридинова Р.С. “Организация экскурсионного обслуживания”. Учебное пособие. –С., 2011.



11.1.1-rasm. Ekskursiya xizmati jarayoni va vazifalari.

Demak, **ekskursiya xizmati** – bu tarixiy va madaniy yodgorliklar, tabiat manzaralari, ishlab chiqarish korxonalari va boshqa diqqatga sazovor joylarni ko‘rsatish, hikoya qilish jarayonini uslubiy jihatdan tashkil qilishdir. Ushbu jarayonda ekskursantlar ko‘z oldidagi obyektlar, ular bilan bog‘liq voqea-hodisalar malakali mutaxassis-gid tomonidan hikoya va tahlil qilinadi.

Ekskursiya xizmatining vazifalaridan biri – ekskursantlar ongida ekskursiya mavzusi, tarixiy shaxslar hayoti, voqealar, faktlar va umuman ekskursiya ma‘lumotiga bo‘lgan munosabatni va mustaqil baho berishni shakllantirishdir.

Mavzuli ekskursiya xizmati shahar ko‘rgazmali ekskursiyasidan o‘zining tarkibi, mazmuni, uslub jihatidan murakkabligi bilan farqlanadi. Ekskursiyaning rivojlanish yo‘li uning mazmun jihatidan o‘zgarishi bilan bog‘liqdir. Avvallari ekskursiya shifobaxsh o‘simliklarni izlab topish maqsadidagi sayr deyilgan, keyinchalik unga, masalan, o‘lkashunoslik muzeylariga namunalar yig‘ish kabi ilmiy maqsadlar qo‘yilgan. Mustaqil ta‘limning yangi shakllarini izlash jarayoni ekskursiya xizmati oldida umumta‘limiy maqsadlarni belgiladi. Tarbiyaviy ishlarni samaraliroq tashkillashtirish harakatlari ekskursiya xizmatini madaniy-ta‘limiy ishlarning biriga aylantirdi.

Xulosa qilib, ekskursiya xizmatining mazmunini quyidagicha talqin qilishimiz mumkin: **ekskursiya xizmati** – bu insonlar guruhiga maxsus shakllarda beriladigan bilimlar majmui bo‘lib, bilimlarni uzatishda maxsus harakatlar tizimi tanlanadi.

Har bir ekskursiya xizmati o‘z vazifasiga ega. Tabiatshunoslik mavzusidagi ekskursiyalar ekskursantlarni tabiatga, hayvonot va o‘simliklar olamiga ehtiyotkorona munosabatni, san‘atshunoslik mavzusidagi ekskursiya ekskursantlarni estetik dunyoqarashini,

ishlab chiqarish mavzusidagi ekskursiyalar mehnatsevarlik sifatida tarbiyalaydi.

11.1.1-jadval

Ekskursiya xizmatining maqsadi, vazifasi va o'tkazish shakllari³⁸

№	Maqsadi	Vazifasi	O'tkazish shakli
1	Dam olish	Dorivor o'simliklar, mevalar, qo'ziqorinlarni izlash	Sayr
2	O'quv	O'quv fanini o'quvchilar tomonidan o'rganishi (botanika, geografiya, tarix)	Sinfdan tashqari dars
3	Ilmiy	O'lkashunoslik muzeyi uchun namunalar izlash	Ekspeditsiya
4	Umumta'limiy	Umumiy, madaniy dunyoqarashni kengaytirish	Turistik poxodlarda suhbat, transportli sayohatda yo'l-yo'lakay ekskursiya axborotini berish
5	Madaniy-ta'limiy	Tarix, me'morchilik, adabiyot va boshqa sohalardan bilimlarni oshirish	Ko'rgazmali, ko'p rejali ekskursiya
6	Madaniy-tarbiyaviy	Tarbiya bilan uyg'unlikda bilimlarni olish	Mavzuli ekskursiya xizmati

Ekskursiya xizmatining boshqa madaniy - ma'rifiy ishlar shakli kabi tashkiliy va uslubiy jihatdan o'ziga xosligi mavjud. Ushbu xususiyatlar ekskursiya xizmatini boshqa madaniy - ma'rifiy ishlar bilan o'xshashligi yoki muayyan farqini ko'rsatadi.

³⁸ Емельянов Б.В. «Экскурсоведение». –М., 2006.

Экскурсия xizmatining umumiy *xususiyatlariga* quyidagilarni ko'rsatish mumkin³⁹:

- davomiyligi (bir akademik soatdan (45 daqiqa) bir sutkagacha);
- ekskursantlarning mavjudligi (guruh yoki yakka);
- ekskursiya rahbari – gidning mavjudligi;
- ko'rgazmaliligi, tomoshabin qabul qilishi, ekskursiya obyektlarining mavjudligi;
- guruh harakatlanadigan oldindan tuzilgan ekskursiya marshrutining mavjudligi;
- obyektlar namoyishining maqsadliligi, aniq mavzuning mavjudligi;
- guruhning faolligi (kuzatuv, o'rganish, obyektlarni tadqiq qilish).

Yuqorida sanab o'tilgan xususiyatlarning birortasi bo'lmasa, jarayon ekskursiya hisoblanmaydi. Ekskursiya xizmati xususiyatlarining mazmuni uning mohiyatini to'g'ri talqin etish imkonini beradi. Ko'rsatiladigan obyektlarning kengligi, ko'p rejali mavzu, ekskursiya xizmati uslubining puxtaligi, gidning mahorati ekskursiyada shaxsning shakllanishiga yordam beruvchi aniq funktsiyani bajarishi imkonini beradi.

Har bir madaniy - ma'rifiy ishlar shakli o'zining farq qiluvchi xususiyatlariga ega. Ekskursiya xizmatining asosiy xususiyati – yuqori darajadagi ko'rgazmaliligidir. Ta'kidlash joizki, yuqorida sanab o'tilgan xususiyatlar har bir ekskursiya xizmati uchun zarurdir.

Экскурсия xizmatlari ham o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqqan holda tasniflanadi. Ekskursiya xizmatini tasniflash masalasi har doim soha mutaxassislarining diqqat markazida bo'lib, bu muammoni yechishda o'tgan asrning 20-yillarining oxirida harakat qilishdi. Ekskursiyachi olim V.A. Gerd ekskursiya xizmati shakllarini tasniflashning o'z variantida ekskursiyani guruhlar va guruhostilarga bo'lishni va uni tayyorlashda gidga yo'nalish olishga yordam beruvchi xususiyatlarini ajratishni tasniflashning asosiy maqsadi sifatida ta'kidlab o'tgan.

³⁹ Тухлиев И.С., Амридинова Р.С. “Организация экскурсионного обслуживания”. Учебное пособие. –С., 2011.

Экскурсия xizmati – ham mustaqil faoliyat (dam olish uylarida, klublarda, maktablarda), ham turistik xizmat majmuasining bir qismi bo‘lishi mumkin (turfirmalarda).

Hozirda ekskursiya xizmati quyidagicha tasniflanadi⁴⁰:

- mazmuniga ko‘ra;
- qatnashuvchilar soni va tarkibiga ko‘ra;
- o‘tkazish joyiga ko‘ra;
- harakatlanish vositasiga ko‘ra;
- davomiyligiga ko‘ra;
- o‘tkazish shakliga ko‘ra.

Mazmuniga ko‘ra ekskursiyalar ko‘p rejali va mavzuli bo‘ladi. Ko‘p rejali ekskursiyalarda tarixiy va zamonaviy ma’lumotlardan foydalaniladi. Bunday ekskursiyalar turli xil obyektlarni ko‘rsatish negizida tuziladi (tarixiy va madaniy yodgorliklar, bino va inshootlar, tabiat obyektlari, mashhur voqea joylari, shaharsozlik, sanoat va qishloq xo‘jaligi korxonalari va shu k.).

Ko‘p rejali ekskursiyada voqealar batafsil yoritiladi va shahar, o‘lka, viloyat, respublika, davlat haqida umumiy tasavvurni beradi. Bunday ekskursiyada xronologik tartibda shaharning ilk paydo bo‘lishi tarixidan boshlab to kelajakdagi rivojlanishi haqida ma’lumotlar beriladi.

Ko‘p rejali ekskursiyalar o‘ziga xos xususiyatlarga ega bo‘lib, mavzuli ekskursiyadan farqli ravishda uning mavzusini belgilash murakkabroq. Tayyorlash va o‘tkazish joyidan qat’i nazar, ular tarkibiy jihatdan bir-biriga deyarli o‘xshashdir. Ularning har birida bir necha mavzuostilar mavjud (shahar tarixi, ishlab chiqarishning qisqacha tarixi, fan, madaniyat, xalq ta’limi haqida). Ekskursiyada aniq bir shahar, viloyat, o‘lka o‘ziga xos tarixiy rivojlanishiga qarab hikoya qilinadi. Masalan, harbiy-tarixiy mavzudagi ekskursiyalarda urushlar, qo‘zg‘olonlar bo‘lib o‘tgan Buxoro xonligidagi o‘zaro nizolar kabi shaharlar kiritiladi. Adabiy mavzudagi ekskursiyalarda esa yozuvchi, shoirlar hayoti va faoliyati bilan bog‘liq shahar, qishloq, ko‘chalar kiritiladi.

⁴⁰ Тухлиев И.С., Амриддинова Р.С. “Организация экскурсионного обслуживания”. Учебное пособие. –С., 2011.

Mavzuli ekskursiyalar bitta mavzuning yoritilishiga bag‘ishlanadi. Agar bu tarixiy ekskursiya bo‘lsa, uning negizida yagona mavzuda birlashtirilgan bir yoki bir necha voqealar yotadi. Agar bu me‘morilik mavzusidagi ekskursiya bo‘lsa, unda shahar, ko‘cha va maydonlarida joylashgan qiziqarli san‘at asarlari, o‘tgan asrlar me‘moriy ansambllari kiritilishi mumkin.

Mavzuli ekskursiyalar tarixiy, ishlab chiqarish, tabiiy (ekologik), san‘atshunoslik, adabiy, me‘moriy – shaharsozlik ekskursiyalariga bo‘linadi.

O‘z mazmuniga ko‘ra, *tarixiy* mavzudagi ekskursiya xizmatlari quyidagi guruhostilarga bo‘linadi:

- *tarixiy – o‘lkashunoslik* (masalan, «Samarqand shahrining ming yillik tarixi», «Moviy gumbaz ostidagi shahar» va sh.k.);

- *arxeologik* (masalan, Surxondaryo viloyatidagi Kampirtepa qadimiy shahri; Samarqand viloyatidagi Afrosiyob arxeologik majmuasidagi tarixiy qazilmalarni ko‘rsatish);

- *etnografik*, turli millat va elatlarning urf-odatlar haqidagi ekskursiya;

- *tarixiy muzeylarda ekskursiya.*

Ishlab chiqarish mavzusidagi ekskursiya xizmatlari quyidagi guruhostilarga bo‘linadi:

- *tarixiy ishlab chiqarish;*

- *iqtisodiy ishlab chiqarish (masalan, bank, birja faoliyati);*

- *texnik ishlab chiqarish;*

- *ekskursantlarni kasbga yo‘naltiruvchi.*

San‘atshunoslik mavzusidagi ekskursiya xizmatlari quyidagi guruhostilarga bo‘linadi:

- *teatral – tarixiy* (masalan, «Samarqand shahri teatri hayoti», «A.P.Chexov nomli rus drama teatri tarixi» va sh.k.);

- *musiqiy – tarixiy* (masalan, «Hamid Olimjon teatriga bir kunlik sayohat» va sh.k.);

- *xalq amaliy san‘ati* (masalan, O‘zbekistondagi kulolchilar, zardo‘zlar va boshqa usta hunarmandlar faoliyati bilan tanishish);

- *madaniyat arboblari hayoti va faoliyati bilan tanishtiruvchi joylar;*

- *kartinalar galereyasi, ko‘rgazma zallari, muzeylar, rasomlar va haykaltaroshlar ustaxonalarida va sh.k.*

Adabiy mavzudagi ekskursiya xizmatlari odatda quyidagi guruhostilarga bo‘linadi:

- *adabiy-biografik*. Bunday ekskursiyalar shoir, yozuvchi, dramaturglar yashab ijod etgan joylarda o‘tkaziladi (masalan, «Sadriddin Ayniy muzey uyi», «Andijon – Bobur yurti» va sh.k.).

- *adabiy-tarixiy*, o‘zbek adabiyoti rivojlanishining ma’lum davrini ochib beradi (masalan, «XX asrda Buxoro adabiyoti», «Adabiy Toshkent» va sh.k.).

Me’moriy - shaharsozlik mavzusidagi ekskursiya xizmatlari quyidagi guruhostilarga bo‘linadi:

- *mazkur shaharning me’moriy qurilishini ko‘rsatuvchi ekskursiya*;

- *ma’lum tarixiy davrning me’moriy yodgorliklarini ko‘rsatuvchi ekskursiya*;

- *bitta me’mor ijodiyoti haqida ma’lumot beruvchi ekskursiya*;

- *zamonaviy me’moriy namunalarni ko‘rsatuvchi ekskursiya*.

Qatnashuvchilar tarkibiga ko‘ra ekskursiyalar quyidagilarga bo‘linadi:

- *kattalar va bolalar uchun*;

- *mahalliy aholi va turistlar uchun*;

- *shaharliklar va qishloq aholisi uchun*;

- *guruhli va individual bo‘lishi mumkin*.

O‘tkazish joyiga ko‘ra: shaharda, shahar tashqarisida, ishlab chiqarish korxonalarida, muzeyda, majmualari bo‘lishi mumkin.

Harakatlanish vositasiga ko‘ra: piyoda yoki turli harakatlanish vositasida bo‘lishi mumkin. Piyoda ekskursiya xizmatlarining afzallik tomoni shundaki, unda harakatlanishning zaruriy tezligini ta’minlab, obyektlarni ko‘rsatish va hikoya qilishda qulay sharoit yaratish mumkin.

O‘tkazilish shakliga ko‘ra ekskursiya xizmatlari quyidagicha bo‘lishi mumkin:

- *ommaviy ekskursiya*. Bunday ekskursiya xizmatlari qatnashuvchilari odatda 10-15 ta avtobuslarda (har bir avtobusda alohida gid) bitta marshrut bo‘ylab bir vaqtda harakatlanadilar. Bunday ekskursiyalar ommaviy teatrlashtirilgan tomoshalar, folklor bayramlarni o‘z ichiga olishi mumkin;

– *ekskursiya-sayr*. Bunday ekskursiya xizmati odatda o‘rmonda, daryo va dengiz bo‘ylab o‘tkaziladi, o‘rganish va dam olish elementlarini o‘zida mujassamlaydi;

– *ekskursiya-konsert*. Bunday ekskursiya xizmati musiqali mavzuga bag‘ishlanib, avtobus salonlarida musiqali asarlar ham eshitiladi;

– *ekskursiya-spektakl*. Bunday ekskursiya xizmati adabiy-badiiy ekskursiya xizmatini o‘tkazishning shakli bo‘lib, badiiy adabiyotning aniq bir asari bo‘yicha tayyorlanadi va sh.k.

To‘g‘ri tasniflangan ekskursiya xizmati gidning ekskursantlar bilan ishlashini yengillashtiradi, uslubiy to‘garaklar faoliyati uchun asos hisoblanadi.

11.2. Gid-ekskursiyachi xizmati va uning vazifalari

Gidning ishi yaqin o‘tmishgacha kasb sifatida qaralmagan, u havaskor guruh uchun qiziqarli mashg‘ulot bo‘lgan, xolos. Gid ishini turli soha mutaxassislari o‘zlarining asosiy faoliyatlaridan ajralmagan holda bajarishgan (pedagoglar, muzey ilmiy xodimlari, institut ilmiy xodimlari va h.k.). Faqatgina bir necha ekskursiya muassasasi va alohida muzeylar shtatidagina gidlar mavjud bo‘lgan. Ammo davr o‘tishi bilan bu faoliyat kasbiy xususiyatlarga ega bo‘la boshladi.

Ekskursiya xizmati funksiyasining o‘zgarishi, uning dam olish shaklidan mehnat jamoalarida madaniy-tarbiyaviy ishlarning tashkiliy shakliga va aholiga xizmat ko‘rsatuvchi tarmoqqa aylanishi, yangi mutaxassislik, ya’ni gid rolining oshishiga olib keldi.

O‘zbekiston Respublikasining «Turizm to‘g‘risida»gi Qonunining 3-moddasiga turistik guruh rahbari (turlider) va gid (ekskursiya yetakchisi) tushunchalari kiritilgan. Unga ko‘ra «*turistik guruh rahbari* - turistik faoliyat subyektlarining vakili bo‘lgan va uning nomidan ish ko‘rib, turistlarga xizmat ko‘rsatish shartnomasi shartlarining bajarilishini ta’minlovchi jismoniy shaxs», «*Gid (ekskursiya yetakchisi)* – tur qatnashchilariga turistik xizmatlar ko‘rsatish shartnomasi doirasida ekskursiya-axborot, tashkiliy yo‘sindagi xizmatlar va malakali yordam ko‘rsatuvchi jismoniy shaxs»⁴¹ degan ta’riflar kiritilgan.

⁴¹ O‘zbekiston Respublikasining «Turizm to‘g‘risida»gi Qonuni //«Xalq so‘zi» gazetasi, 1999.

Gid kasbining shakllanishi murakkab va ko‘p qirralidir. Unda quyidagi 4 ta bosqichni ajratish mumkin (11.2.1-jadval).

11.2.1-jadval

Gid kasbining shakllanish bosqichlari

Bosqich-lar	Jarayon nomi	Harakat joyi
1	Insonlar bilan madaniy-jamoaviy ishlarni olib borish ishtiyoqining shakllanishi	Umumta’lim maktabi, klubli muassasalarda
2	Mutaxassislik bo’yicha bilimlar tizimiga ega bo’lish	OTM, kurslar, mustaqil o’rganish
3	Kasbiy mahorat asoslarini o’rganib olish	Gidlarni tayyorlovchi kurslar, turizm mutaxassisligi bo’yicha OTMda
4	Mutaxassislik bo’yicha bilim, malaka, ko’nikmalarni takomillashtirish	Malaka oshirish kurslari, gidlarning uslubiy to’garaklarida

Kasbiy talablar. Gid kasbini tanlagan insonlarga ushbu kasb bir necha talablarni qo’yadi, ya’ni madaniy-tarbiyaviy ishlarga ishtirok etish ishtiyoqi, tarbiya jarayonida ekskursiya xizmatining mohiyati, undagi o‘z rolini tushunishi, burchini his etishi, bir yoki bir necha ekskursiya mavzulari bo’yicha aniq bilimlarga ega bo’lishi, madaniyatsizlik va eskicha qarashlarga befarq bo’lmasligi, o‘z bilimlarini uzluksiz takomillashtirishi, yangilikka intilishi, ishda tashabbus ko’rsatishi va ijodiy yondashishi, ekskursantlarni qiziq-tirishi va talablarini chuqur o’rganishi, turli guruhdagi insonlarga xizmat ko’rsatishda turlicha yondashuv; tarbiyaviylik, yuqori madaniyat va xulq-atvor, ekskursantlar bilan to’g’ri munosabat yuritishi, ekskursiya xizmatini o’tkazish uslubiga ega bo’lishi, xullas, kasb sirlarini yaxshi bilishi kerak.

Har bir gid nafaqat o‘z mutaxassisligi bo’yicha bilimlarga ega bo’lishi, balki pedagogika va psixologiya asoslarini ham bilishi zarur bo’lmoqda. Gid o‘z ishini to’g’ri tahlil qilishi, o’tkazgan

ekskursiya xizmatiga obyektiv baho berishi, prinsipial va o'ziga nisbatan talabchan bo'lishi muhimdir.

Gid kasbi aniq amaliy malakaga ega bo'lishni talab qiladi. Bu malaka unga o'z bilimlarini auditoriya uchun to'g'ri tanlab olish, mujassamlashtirish va samarali uzatish imkoniyatini beradi. Gid kasbini tanlaganlar quyidagilarni qila olishi kerak: zaruriy, aniq ma'lumotlarni tanlashi, o'qib-o'rganishi, aniq mavzudagi ekskursioniyaga individual matn tayyorlashi, uslubiy qo'llanmani tuzishi, ularni amaliyotda qo'llashi, «gid portfeli»dagi ko'rgazmali vositalarni to'g'ri va o'z vaqtida qo'llashi, boshqa gidlar bilan tajriba almashishi, mintaqaning ekskursioniy imkoniyatlarini targ'ib qilishda ishtirok etishi va sh.k.

Gidning amaliy bilim va ko'nikmasi unga uslubiy ishlarda qatnashishda, to'garaklarni, turistik guruh rahbari hamda turagentlar uchun malaka oshirish kurslarini olib borishda, yosh gidlarga yordam berishda kerak bo'ladi. Amaliy bilim va malakaning mavjudligi gid ustamonligining mustahkam negizidir.

Kasb va mutaxassislik. Gidlarning kasbiy mahoratini takomillashtirishning asosiy yo'nalishlaridan biri mutaxassislikdir. Eng avvalo «kasb» va «mutaxassislik» kabi ikki tushunchaning mazmuni va o'zaro aloqasini aniqlab olamiz. *Kasb* – aniq bilim va ko'nikmalar jamlanmasini talab qiluvchi mehnat faoliyati shaklidir. *Mutaxassislik* – bir kasb zaxirasidagi faoliyat turi. Masalan: shifokor – bu kasb bo'lsa, terapevt, jarroh, stomatolog – bu mutaxassislik va sh.k. Kasb asosiy faoliyat turi bo'lsa, «mutaxassislik» tushunchasi ma'lum kasb doirasida bilim va mahoratga erishganlik darajasini ko'rsatadi, ya'ni mutaxassis – bu biror mutaxassislikni professional egallagan ishchidir.

Gidlarni tayyorlash jarayonining vazifasi – mutaxassislarni malakali gid qilish, ya'ni gid kasbining zaruriy bilim va ko'nikmalariga ega bo'lishi uchun har bir mutaxassisa yordam berishdir. Bunda ishni shunday tashkil etish kerakki, ekskursioniya muassasasiga kelgan kishi o'z mutaxassisligini nafaqat saqlab qolsin, shu bilan birga, uni takomillashtirib, ekskursioniya xizmatini yaxshi tashkil etish uchun o'z vazifasini mustahkamlasin.

Tarix o'qituvchisi gid bo'lganidan keyin tarixiy mavzuda ekskursioniyalar o'tkazishi maqsadga muvofiqdir. Undan tabiatshu-

noslik mavzusida ekskursiya mavzusini tayyorlashni talab qilish noto'g'ri bo'ladi. Bu mavzudagi ekskursiyalarni mutaxassis – biolog, geograf tayyorlashi maqsadga mavofiq.

Gid shaxsiyatining shakllanishi gid kasbining shakllanishi jarayonida yuzaga keladi. Gid shaxsiyatiga qo'yilgan talab uning umumiy tamoyillar va xulq-atvor me'yorlariga rioya qilishi, aniq g'oyalarga amal qilishidir.

Shaxsning asosiy *fazilatlariga* quyidagilarni kiritish mumkin:

- farosatlilik – aql-idrok bilan ish tutishi;
- mas'uliyatlilik – o'z harakatlari natijasini tushunishi;
- shaxsiy obro'si – o'z huquqlarini himoya qilish bilan bog'liq harakatlari;
- individuallik – shaxsiyatining o'ziga xosligi, takrorlanmasligi.

Gid o'z kasbining xususiyatidan kelib chiqqan holda faol hayotiy qarashlarini namoyon etishi va kunlik faoliyatida foydalanishi kerak.

Faol hayotiy qarashlar – shaxsning jamiyat hayotiga qatnashishidir. Shaxsning hayotiy qarashlari uning jamiyat, mehnat, davlat va xususiy mulkka, boshqa shaxslarga va o'ziga bo'lgan munosabatida namoyon bo'ladi. Shaxsning hayotiy qarashlari faolligini baholashda barcha jamoaviy, mehnat, g'oyaviy – ommaviy faollik turlari inobatga olinadi.

Gidni ijobiy tavsiflovchi bilimi, malakasi, ko'nikmasi eng avvalo, unga topshirilgan ishni bajara olishi qobiliyatiga asoslangandir. Gidlarni o'qitish jarayonida uslubchilar ularning yangi ekskursiya mavzusini tayyorlashi, referat yozishi, kurslarda ma'ruza o'qishi, marshrutlarda ekskursiya o'tkazishi, uslubiy yo'riqlarni tanlashi kabi ishlarni qila olishi uchun zaruriy qobiliyatlari mavjudligini inobatga olishadi.

Gidning asosiy faoliyati ekskursiya xizmatini tayyorlash va o'tkazishdir. Ekskursiya xizmati tayyorlash 3 qismga bo'linadi⁴²:

- 1) individual matnni tayyorlash;
- 2) metodik ishlanma talablarini eslab olish;

⁴² Тухлиев И.С., Амридинова Р.С. “Организация экскурсионного обслуживания”. Учебное пособие. –С., 2011.

3) marshrutni yodda tutish.

Ekskursiya xizmatiga tayyorgarlik ko‘rish jarayonida gid o‘z-o‘zini tekshirishi uchun taxminan quyidagi savollarga javob izlaydi: Obyekt oldida mavzuning rejalarini yoritishda hikoyani nimadan boshlayman? Qanday qilib ko‘rish orqali rekonstruksiyalash usulini yaxshiroq qo‘llashim mumkin? Gid mavzuni qay darajada o‘zlashtirib olganidan qat’i nazar, u har safar tayyorgarlik ko‘radi. Tayyorgarlik bosqichining muvaffaqiyati gid shaxsiyatining individual xususiyatlariga, ya’ni zaruriy ishlarni bajarishdagi tezkorlik va tashkilotchilik qobiliyatiga bog‘liq. «Tayyorgarlik» tushunchasiga ruhiy tayyorgarlik ham kiradi. Bunda o‘z bilimiga ishonish, ya’ni ekskursiya xizmatini yuqori saviyada o‘tkazishiga, ekskursantlar ko‘rganidan va eshitganidan mamnun, xursand bo‘lishiga ishonchidir.

11.3. Gid-ekskursiyachiga qo‘yiladigan talablar

Hozirgi zamon turizm sohasida gidlarning o‘rni beqiyosdir. Ayniqsa, xorijiy fuqarolar bilan ishlaganda gid o‘z davlatining vakili sifatida uni taqdim etadi. Gid marshrut davomida mehmonlarni kutib olishda o‘zini tutishi, do‘stona munosabati, hurmat bilan qarashi, ularda ushbu davlat va umuman jamiyat haqidagi tasavvurini shakllantiradi.



11.3.1-rasm. Gid-ekskursavodlik jarayoni.

Gid nafaqat sayohat tashkil etuvchi turfirma vakili, balki o‘z davlati salohiyatini reklama qiluvchi, mehmonlarga yangi ma’lumotlarni beruvchi va ma’lum harakatlarni (xarid qilish, odamlar

bilan muloqot qilish, raqs tushishni o'rgatish va sh.k.) amalga oshirishga yordam beruvchi shaxs hamdir. U koordinator sifatida barcha tadbirlar (ekskursiya – konsert – dam olish – ekskursiya) va xizmatlar (militsiya – apteka – aloqa – transport) zanjirini bog'laydi. Baxtsiz hodisa ro'y berganda, gid birinchi tibbiy yordam ko'rsatishni bilishi, turist (ekskursant) va mahalliy aholi o'rtasida nizoli vaziyatlar yuzaga kelganda tinchlik hakami bo'lishi, ekskursiya xizmati jarayonida esa notiq sifatida turistlar (ekskursantlar) diqqatini jalb qila olishi, eng asosiysi, tashkilotchi sifatida o'z atrofida odamlarni jamlashtira olishi lozim. Tashkilotchilik qobiliyati bo'lmagan gidning guruhi tarqalib, sayohat grafigidan chiqib ketishi, tadbirlarga (konsert, tushlik) kech qolishi va natijada butun bir rejalashtirilgan marshruti buzilishi mumkin. Shuning uchun, gid nafaqat xizmat ko'rsatuvchi, balki sayohat jarayonini boshqaruvchi menejer ham hisoblanadi. U turistlar (ekskursantlar) istak - xohishini o'rgangan holda tadbirlar taktikasi va rejasini ishlab chiqadi. Turistlar istak va xohishlarini o'rganishda ikkita muhim elementni ajratish kerak bo'ladi:

- tashrif hududini turistlar (ekskursantlar) tomonidan o'rganish jarayoni;
- butun bir rejalashtirilgan dasturni samarali va mas'uliyatli boshqarish.

Turist sayohat, ekskursiya jarayonida uni har jihatdan mas'uliyatli, bilimli, ma'lumotlarni to'g'ri yetkazadigan, mushkul vaziyatlarni hal eta oladigan mutaxassis hamrohlik qiladi, deb ishonadi. Gid taqdim etayotgan hududining, obyektning flora va faunasi, tarixiy voqealari haqida maksimal axborotga ega bo'lishi kerak.

Gid o'z ishini boshlashidan avval qatnashuvchilar tarkibi, segmentini inobatga olsa, o'z harakatlari dasturini tuzishi osonlashadi. Faoliyati yo'nalishlariga qarab gidlar har xil turlarga bo'linadi⁴³:

Tarixiy joylar va yodgorliklar bo'yicha gidlar. Turistlar (ekskursantlar) qiziqishini uyg'otuvchi me'moriy, madaniy obyektlar, qadimiy harobalar, inshootlar saqlanib qolgan shaharlarda faoliyat ko'rsatuvchi gidlar. O'zbekistonning Samarqand, Xiva,

⁴³ Тухлиев И.С., Амридинова Р.С. “Организация экскурсионного обслуживания”. Учебное пособие. –С., 2011.

Buxoro, Qo‘qon, Shahrisabz kabi shaharlarida ushbu yo‘nalishlarda gidlar ekskursantlarni qiziqarli obyektlarga olib boradilar.

Bu toifadagi gidlar:

- mintaqa tarixi, mahalliy aholi urf-odati, yashash tarzini bilishi;
- bino yoki inshootlarning bunyod etilishi tarixi, uning o‘ziga xosligi, me‘moriy uslubi va ornament uslubi haqida ma‘lumotlarga ega bo‘lishi;
- dalillarga tayanishi va ularni obyektlar bilan bog‘lashi;
- turistlar (ekskursantlar) qiziqishini uyg‘otuvchi rivoyat va tarixiy ma‘lumotlardan foydalanishi maqsadga muvofiqdir.

Aniq isbotlarga ega bo‘lmasdan tarixiy voqealarni buzish yoki haddan ziyod foydalanish noto‘g‘ridir. Jarayon shunday yo‘lga qo‘yilishi kerakki, gid barcha rejalashtirilgan asosiy obyektlarni ko‘rsatib hikoya qilishi, dasturga rioya qilishi zarur.

Muzeylar bo‘yicha gidlar. Bu toifadagi gidlar tor mutaxassisligi bilan farqlanadi. Ular odatda, bitta muzey haqida to‘liq ma‘lumotga ega bo‘ladilar (masalan, kartinalar, liboslar, milliy taomlar va shu kabilar). Turistlar (ekskursantlar) ma‘lumotlarni oson qabul qilib olishi uchun gid ularni segmentlarga ajratadi va imkon qadar har birining axborotga bo‘lgan talabini ham hajman va ham mazmunan qondirishga, bilimlarini yangilab borishga harakat qiladi.

Maxsus turlar bo‘yicha gidlar boshqa gidlardan tanishtirayotgan sohaning mutaxassisi ekanligi bilan farqlanadi. Ko‘pincha ular o‘z hamkasblari yoki shu sohaga qiziquvchilar bilan ishlaydi (ornitologiya, botanika, etnografiya, gastronomiya va sh. k.). Maxsus tur gidlari o‘z sohasi bo‘yicha keng axborotga ega bo‘lib, mustaqil tadqiqotlar o‘tkazib, noyob ma‘lumotlar topib, sohaning ustasiga aylanganlar.

Maxsus tur gidlari o‘z ishini tashkil etishda (tabiat parklari, qo‘riqxonalarda) quyidagilarni inobatga olishi maqsadlidir:

- obyektni ko‘rsatishni ma‘lum vaqt bilan chegaralanganligini inobatga olishi;
- u yoki bu zonalarga kirish imkoniyatining mavjudligi;
- flora va fauna haqidagi ma‘lumotlarga ekskursantlar ehtiyojining borligi;

- ekskursantlarning o'zini tutish qoidolari, shaxsiy xavfsizlikka rioya qilishi va sh.k.

11.3.1-jadval

Gidga qo'yiladigan talablar

<i>Tashqi ko'rinishi</i>	<i>Professional talablar</i>
• shaxsiy gigiyenaga rioya qilishi; • ozoda tashqi ko'rinishi; • harakatlaridagi tartib - intizomi; • madaniyatli kiyinishi; • ish paytida chekmasligi; • yoqimli tashqi ko'rinishi va h.k.	• ekskursiya ishini bilishi; • eruditsiya va ma'lumotni yetkazish qobiliyati; • marshrut haqida to'liq ma'lumot berishi; • guruhni qiziqitira olishi, shuningdek, har bir mijozga individual yondashishi; • milliy va xorijiy etiketni bilishi; • tibbiy yordam ko'rsata olishi; • nostandart vaziyatlarda qaror qabul qilish qobiliyati, turli vaziyatda mas'uliyatni o'z bo'yniga olishi; • nizolarni bartaraf eta olishi; • barcha boshqaruvchi organlar bilan ishlay olishi.
<i>Shaxsiy fazilat</i>	<i>Turfirmaning talablari</i>
• yaxshi jismoniy sog'liq; • ruhiy barqarorlik; • kirishimli bo'lishi; • tartib-intizomli bo'lishi; • xushmuomala bo'lishi; • artistlik qobiliyati, rejissyor va tashkilotchi bo'la olishi; • vatanparvar bo'lishi; • subordinatsiyaga rioya qilishi.	• marshrutda yuzaga keladigan barcha hodisa uchun mas'uliyatli bo'lishi; • turistning xavfsizligini ta'minlashi; • firma tomonidan topshirilgan barcha vazifalarni bajarishi (faoliyati doirasida); • vaziyatni tahlil qila olish qobiliyati, xato va kamchiliklarni turist shikoyatlaridan oldinroq anglab, to'g'irlashi; • hamkasblar va hamkorlar bilan jamoada ishlay olishi; • optimist bo'lishi va sarosimaga tushmasligi; • firma obro'sini saqlab qolishi, aldamasligi va h.k.

O'zbekistonda boshqa mutaxassislar ham ma'lum malakani talab qiluvchi gid xizmatini taklif etadilar. Masalan, tog'larda ekskursiyalar tashkil qiluvchi – alpinistlar, daryo bo'ylab – raftingistlar, g'orlarda – speleologlar, o'rmonlarda – ovchilar. Odatda, ular ham ushbu sohalardan ma'lum bilim va ko'nikmaga ega bo'lgan guruh bilan ishlaydilar.

Gid quyida keltirilgan talablarga javob bersa, bundan turfirmaga, turistlarga, mahalliy aholiga va gidning o'ziga ham foyda bo'ladi. Aks holda, turistlar (ekskursantlar) tomonidan sifatsiz ko'rsatilgan xizmat borasida shikoyatlar kelib tushishi va natijada turfirma mas'uliyatsiz giddan voz kechishi mumkin. Bunday holatda turoperatorning ham, gidning ham obro'siga putur yetadi.

Gid xizmatlarning sifatini belgilab beruvchi asosiy xususiyatlarini bilishi shart:

*Birinchi, **ishonchlilik***, ya'ni va'da qilingan xizmatlarni to'g'ri va kamchiliklarsiz bajarish. Turist (ekskursant) gidga dasturda ko'rsatilgan biror xizmat bajarilmay qolganligi yoki o'z vaqtida bajarilmaganligi to'g'risida doimo eslatmasligi kerak.

*Ikkinchi, **mas'uliyatlilik***, ya'ni turistga (ekskursantga) yordam berish istagi va zaruriy servisni taqdim etish. Agar turist (ekskursant) gidga biror iltimos bilan murojaat qilsa, uni qisqa muddatda hal qilib berish (imkon qadar birovlariga yuklamasdan) zarur.

*Uchinchi, **jonkuyarlik***, ya'ni g'amho'rlikni namoyon etish, har bir turistga (ekskursantga) individual yondashish. Shunday holatlar bo'lishi mumkinki, biror sababga ko'ra, turist (ekskursant) xizmatlardan salbiy taassurot oladi. Gid darhol uni tushunishga harakat qilib, vaziyatni o'zgartirish bo'yicha chora ko'rishi kerak.

*To'rtinchi, **moddiylik***, ya'ni xizmatlarni taklif etish jarayonida qo'llaniladigan asbob-uskuna, texnologiya, xodimlar, zaruriy vositalarni bilishi. Masalan, toqqa chiqishda gid maxsus asbob-uskunalardan foydalanishni ko'rsata olishi kerak.

Yuqorida ta'kidlab o'tilganidek, gid nafaqat guruhli yoki yakka turistga hamrohlik qiluvchi shaxs, balki menejment masalalarini talab qiluvchi xizmat ko'rsatish standartlariga ega bo'lgan yaxlit tizimdir. Gidning asosiy vazifasi shartnoma va

ekskursiya dasturiga kiritilgan xizmatlarni mijozlarga taqdim etish bo‘lib, bu yerda dastlabki tayyorgarlik ishlarisiz bo‘lmaydi.

Tayanch so‘z va iboralar: gid, gid kasbining shakllanish bosqichi, kasb, mutaxassislik, gidning shaxsiy fazilatlari, gidning individualligi, gid temperamenti, gidning optimistligi, malaka, ko‘nikma, gidning obro‘yi, gidning nutq madaniyati, gid nutqining texnikasi, til stili, nutq tempi, gidning imo-ishoralari, gidning o‘zini tutish madaniyati, diksiya.

Mustaqil ishlash uchun savollar

1. «Ekskursiya» tushunchasining ma’nosini izohlang.
2. Turizmga gid-ekskursiya xizmatlarining ahamiyatini tushuntirib bering.
3. Ekskursiya xizmatining xususiyatlarini tushuntiring
4. Gid-ekskursiya xizmatlari, ularning mazmuni va tasnifini tushuntiring.
5. Ekskursiya xizmatining funksiyalarini izohlang.
6. Gid-ekskursiyachining malaka va ko‘nikmasiga qo‘yiladigan talablar nimalardan iborat?
7. Gid kasbining shakllanish bosqichlarini tushuntiring
8. Gid-ekskursiyachining nutq madaniyatini tushuntiring.
9. Gid-ekskursiyachining imo-ishoralari va ularning ekskursiya sharoitidagi ahamiyati qanday?

Amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar

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

Test savollari

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

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

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

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

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

2. Ekskursiyani olib borish texnikasiga nimalar kiradi?

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

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

d) sayyohlar bilan savol-javob o'tkazish;

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

3. Ekskursiya jarayonida turistlar qanday qoidalariga rioya qilishlari zarur?

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

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

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

e) to'g'ri javob ko'rsatilmagan.

4. Ekskursiya maqsadlari –

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

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

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

e) barcha javoblar to'g'ri.

5. Gid nutqi madaniyatiga qo'yiladigan talablar –

a) to'g'ri talaffuz, xushmuomalalik va og'zaki nutqdan ko'proq foydalanish;

b) to'g'ri gapirish va xushmuomalalik;

d) mimikalardan foydalanish;

e) mustaqil fikrga egalik va hozirjavoblik.

12-mavzu. TURIZM TURLARINI ISHLAB CHIQISH TEXNOLOGIYASI

Reja:

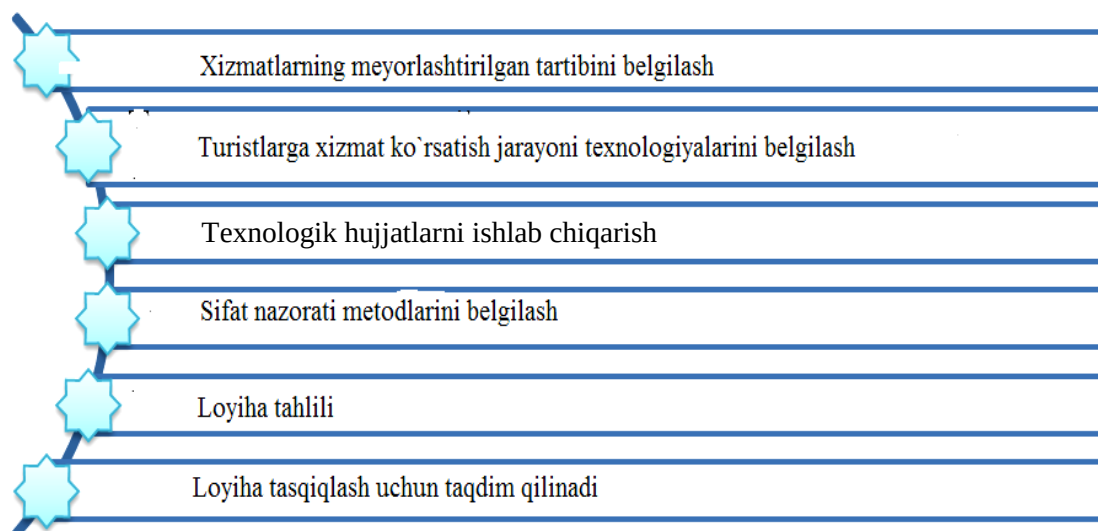
- 12.1. Turistik xizmatlarni loyihalashtirish va dasturini yaratish.
- 12.2. Turistik mahsulotni hisoblash jarayoni.
- 12.3. Turistik marshrutni ishlab chiqish bosqichlari.
- 12.4. Turistik sayohatning yo‘llanmasi va texnologik xaritasini tuzish.

12.1. Turistik xizmatlarni loyihalashtirish va dasturini yaratish

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 muvofiqlashtirilgan xizmatlar va xizmatlarni bajaruvchining imkoniyatlarini hisobga oluvchi talablar yig‘indisidan iboratdir.

Turistik muassasasining rahbariyati muayyan xizmatni yo‘lga qo‘yish tartibi va jarayonini, xizmat ko‘rsatishni tashkil etish usullarini belgilaydi va xizmatlarni loyihalashtirish jarayonini har bir qatnashchisi mas’uliyatini belgilaydi.

Turistik xizmatlarni **loyihalashtirish** quyidagi tartibda amalga oshiriladi (12.1.1-rasm):



12.1.1-rasm. Turistik xizmatlarni loyihalashtirish tartibi.

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

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

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

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

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

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

Sifat nazoratiga doir hujjatlarda turistlarga xizmat ko'rsatish jarayonini amalga oshirish yuzasidan nazorat qilish shakllari, usullari va tashkil etilishi, ularning loyihalashtirilgan tavsiflariga mos tarzda kelishini ta'minlash maqsadida belgilanishi lozim.

Sifat nazoratini loyihalashtirish quyidagilardan iborat:

- xizmatlar tavsifiga muhim ta'sir ko'rsatuvchi xizmat ko'rsatish jarayonining muhim jihatlarini belgilash;
- xizmatlar tavsifini tahrir etish usullarini belgilash;

- nazoratdagi tavsiflarni baholash usullarini belgilash.

Loyiha tahlili loyihalashtirishning yakuniy bosqichi bo‘lib, uning maqsadlari quyidagilardan iborat:

- loyihalashtirilayotgan xizmat tavsifi turistlar sog‘lig‘i va hayoti hamda atrof-muhit xavfsizligini ta‘minlaydi;
- turistlarga xizmat ko‘rsatish jarayoni loyihalashtirilgan tavsiflarga mos kelishi;
- sifat nazorati usullari xizmat ko‘rsatish jarayoni tavsifini obyektiv baholanishini ta‘minlaydi.

Loyiha tahlili turistik korxonasining tegishli faoliyatni amalga oshiruvchi bo‘linmalari tomonidan amalga oshiriladi.

Loyihani tasdiqlash loyiha yaratishning yakuniy bosqichi hisoblanadi.

Turistik xizmatlarni loyihalash va xizmat ko‘rsatish jarayoni buyurtmachi bilan kelishilgan holda turistik korxonasi rahbari tomonidan tasdiqlanadi.

Loyihani o‘zgartirish asosli holatda buyurtmachi bilan kelishilgan holda amalga oshirilishi mumkin va turistik korxonasi rahbari tomonidan tasdiqlanadi.

Ayrim turistik xizmatlarni loyihalashtirishni turistik sayohati misolida ko‘rib chiqamiz. **«Turistik sayohat» xizmatini loyihalashtirish tartibi ikki bosqichni nazarda tutadi:**

1. Turistlarga xizmat ko‘rsatish dasturiga muvofiq «Turistik sayohat»ga qo‘shiladigan har bir xizmatni loyihalashtirish.
2. «Turistik sayohat» xizmatini yaxlit loyihalashtirish.

Turistik korxonasi amalga oshiradigan turni loyihalashtirish turistik korxonasi imkoniyatlarini turistlar ehtiyoji bilan kelishuvni nazarda tutadi.

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

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

- sayohat marshruti;
- xizmatlar ijrochisi bo‘lgan – turistik korxonalar ro‘yxati;

- xizmatlar ijrochisi bo'lgan har bir korxona taqdim etadigan turlar vaqti;

- ekskursiyalar va qadamjo obyektlar tarkibi;
- turistlar sayri va safarlar ro'yxati;
- dam olish tadbirlar majmuasi;
- marshrutning har bir punktida to'xtash vaqti;
- sayohatda qatnashayotgan turistlar soni;
- ichki marshrut yuk tashuvidagi transportlar turi;
- turizm bo'yicha yo'riqchi-uslubchi, ekskursovod, gid-tarjimon, boshqa xizmat ko'rsatuvchi personalga va ularni zaruriy qayta tayyorlashga bo'lgan ehtiyoj;

- transport vositalari;
- reklama, axborot va kartografik materiallar tayyorlash, turistik yo'llanmalari uchun axborot varaqalarida sayohat tavsifi.

Har qanday turistik korxonaning «Turistik sayohat» xizmatini loyihalashtirish natijasi quyidagi texnologik hujjatlarda ifodalangani:

- turistik sayohatining texnologik xaritasi;
- turistik korxonasining yuklanish grafigi;
- iste'molchiga taqdim etiladigan turistik yo'llanmaning axborot varaqasi;
- turistik safar marshrutining ekspeditsion tekshiruv o'tkazilganligi to'g'risidagi hisobotning tuzilishi.

«Turistik safar» xizmatini loyihalashtirish quyidagi tadbirlarni amalga oshirishni talab qiladi:

- turistik safar kechadigan hudud va marshrutini ekspeditsion tekshiruvini o'tkazish;
- turistik safar yo'lidagi (trassadagi) joylashtirish va uskunalar, turar joylar loyihalarini ishlab chiqish va tayyorlash;
- zaruriy turistik jihozlari, uskunalarini va transport vositalarini sonini hisob-kitob qilish;
- turizm bo'yicha yo'riqchi-uslubchilar, boshqa xizmat ko'rsatuvchi personalga bo'lgan talabni aniqlash hamda ularning tayyorgarligini tashkil etish;
- safar yo'li bayonnomasi ko'rsatilgan reklama - axborot materiallarini tayyorlash;

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

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

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

«Turistik safar» xizmatini loyihalashtirishning natijasi uning yo'l pasporti hisoblanadi. Turistik safarining yo'l pasporti quyidagi tashkilotlar bilan kelishiladi:

- sanitariya - epidemiologiya xizmati organlari;
- transport vositalari harakatini nazorat qiluvchi boshqa tashkilotlar (DAN, suv inspeksiyasi va b.);
- yer maydoni boshqaruvi organlari (mulkdorlar) bilan, agar ular hududidan turistik safari yo'li o'tgan bo'lsa.

Turistlarga xizmat ko'rsatish jarayonidagi talablarni loyihalashtirish. Turistlarga xizmat ko'rsatish jarayonidagi talablarni batafsil ko'rsatuvchi hujjatlarga quyidagi elementlar kiritilishi lozim:

- turistlarga xizmat ko'rsatish jarayoni, shakli va usullarini bayon etish;
- turistlarga xizmat ko'rsatish jarayoni tavsifining ahamiyati;
- foydalaniladigan vositalar turi, miqdori va xizmat qilish imkoniyatlariga ega bo'lgan talablar;
- zarur xodimlar miqdori va ularning professional tayyorgarlik darajasi;
- xizmat va mahsulotlar yetkazishning kelishilgan ta'minoti;
- kafolatlar;
- zarur kelushuvlar (rekreatsion resurs egalari, sanitar-epidemiologik organlar va yong'in nazorati, davlat avtoinspeksiyasi va h.k.).

Alohida turdagi turistik xizmatlar loyihalashtirilishi qanday kechishini misol orqali ko'rib chiqamiz. ***Masalan: «Chimyon tog'lari» turistik firmasiga Chimyon – Bildirsoy rekreatsion hududi bo'ylab turistik sayohat xizmatini loyihalashtirishga kirishildi.*** Bu ikki bosqichda amalga oshiriladi.

1. Turistlarga xizmat ko'rsatish dasturiga muvofiq har bitta turdagi xizmatlarni loyihalashtirish.

2. Xizmatlarni to'raligicha loyihalashtirish.

Firma tomonidan amalga oshiriladigan turni loyihalashtirish korxona imkoniyatlarining turistlar talabiga mos kelishini ko'zda tutadi.

Bu yerda aholining ehtiyojlari va to'lovga qodir talablarini o'rganish asosida tuzilgan xizmatlarning qisqa bayonini kiritish qabul qilingan. Masalan, Toshkent aholisining Toshkent viloyati Chimyon – Bildirsoy rekreatsion hududidagi turistik sayohatlar turi, shakllari va imkoniyatlari.

Xizmat ko'rsatish dasturini ishlab chiqish quyidagilarni aniqlashni o'z ichiga oladi:

- marshrutni aniqlash, ya'ni kilometrda masofa (5, 10, 20 km va h.k.) va qanday joydaligini (past - baland, tog'li, suvli, o'rmonli va h.k.);

- turistik korxonalar ro'yxatini – xizmatlar ijro etuvchi (mehmonxonalar, transport tashkiloti, restoran, ekskursiya byurosi, ijara punkti);

- har bir xizmat ko'rsatuvchi tomonidan turni taqdim etish vaqti (ish vaqti, mavsum);

- ekskursiya tarkibi va diqqatga sazovor obyektlar (ya'ni guruhning ixtisoslashuvi va ornitologik, tarixiy, ekologik, yo'lda uchraydigan tabiiy va tarixiy joylar);

- turistik safar va sayohatlar ro'yxati (muhitga to'g'ri keladigan yuklamani hisobga olgan holda mavsumda qancha sayohat uyushtirish mumkinligi);

- bo'sh vaqtda o'tkaziladigan tadbirlar majmuasi (diskoteka, o'yin zallari va boshqalar);

- har bir marshrut punktida turish davomiyligi (ya'ni turistlar necha soat/ kun dam olish joylarida to'xtaydilar);

- sayohatda qatnashayotgan turistlar soni (aniqlangan guruhlar hajmi);

- marshrut ichidagi tashishlar uchun transport turlari (mashina, vertolyot, otlar, velosiped);

- turizm bo'yicha instruktor-metodist, ekskursavodlar, gid-tarjimonlar, boshqa xizmat ko'rsatuvchi xodimlarga va ularni qo'shimcha tayyorlashga bo'lgan talab;

- reklama, informatsion va kartografik materiallar shakllari va tayyorlanishi, turistik yo'llanmadagi informatsion varaqalar uchun sayohat bayoni.

Buning natijasida «Chimyon tog'larining» quyidagi texnologik hujjatlari tuziladi:

- turistik sayohatning texnologik xaritasi;
- turistik korxonaning grafik yuklamasi;
- iste'molchiga taqdim etiluvchi turistik yo'llanmaga axborot varaqa;

- «turistik safar» xizmat loyihasi;
- turistik safar joyi va marshrutining ekspeditsion tekshiruvini o'tkazish;

- turistik manzillar va turistik safar trassasidagi turar joylarni joylashtirish va jihozlash loyihasini tayyorlash;

- zaruriy miqdordagi turistik inventar asboblari va transport vositalarining hisobi;

- turizm bo'yicha instruktor-metodistlar, boshqa xizmat ko'rsatuvchi xodimlar va ularni tayyorlashni tashkillashtirishga bo'lgan ehtiyojni aniqlash;

- reklama-axborot materiallarini safar trassasi bayoni bilan tayyorlash;

- xavfsizlik bo'yicha xizmat choralari aniqlash.

Safar trassasini ishlab chiqish qulay tabiiy sharoitli hududlar bo'yicha amalga oshirilishi kerak. Bu hududlar amaldagi normativ hujjatlarda belgilangan ekologik va sanitar - gigiyenik talablarga mos kelishi zarur, shuningdek, aniq turdagi turizm rivojlanishining real imkoniyatlari hisobga olinadi. Turistik marshrutni ekspeditsion tekshirishini o'tkazish haqidagi hisoboti va trassadagi xizmat ko'rsatish bo'yicha berilgan turistlar istaklarini ijtimoiy o'rganish bo'yicha materiallar loyihalashtirishning hujjatli asosi hisoblanadi.

Natijalar bo'yicha turistik safar trassasi pasporti ishlab chiqiladi va ular quyidagilarga muvofiq kelishi kerak:

- sanitar - epidemiologik xizmat organlariga, transport vositalari harakatini nazorat etuvchi boshqa tashkilotlar (avtoinspeksiya, suv inspeksiya va h.k.);

- turistik safar trassasi o'tadigan yer-suv mulklari boshqarmasi organlari.

«Ekskursiya» xizmati loyihalashtirilishi quyidagi belgilarni nazarda tutadi:

- tematik yo'naltirilish;
- ko'rib chiqish obyektlari;
- ekskursiyalar davomiyliligi;
- axborot hajmi;
- ekskursiyani ijtimoiy o'rganish natijalari.

12.2. Turistik mahsulotni hisoblash jarayoni

O'z tarkibiga Toshkent, Buxoro va Samarqand shaharlarini oluvchi **“Buyuk ipak yo'lidagi qadimgi shaharlar”** nomli turmahsulotni ko'rib chiqamiz. Mazkur yo'nalishni Fransiya turistlariga tavsiya etiladi. Sayohat muddati – 7 kun va 6 kecha. Hisob-kitobni bir nafar turist uchun amalga oshiramiz. Asosiy turmahsulot (turpaket) tarkibiga qo'yidagilarni kiritamiz.

Birinchidan, **transport xizmatlari (TSer)** – Parijdan Toshkentgacha uchib kelish va orqaga. Chipta narxi – samolyotda kelib-ketish 980 dollarni tashkil etadi.

Ikkinchidan, **transfert xizmatlari (SerTr)** – bu turistni aeroportdan mehmonxonagacha eltish va orqaga hamda turistni mamlakat bo'ylab transportda olib yurish xarajatlaridir. Aytaylik, bir kunlik mazkur xarajatlar – 30 dollarni tashkil qilsin.

Uchinchidan, **mehmonxonalarda yashash (Acc)** – Toshkentda (2 sutka), Buxoroda (2 sutka) va Samarqandda (2 sutka), o'rtacha bitta ikki o'rinli nomer sutkasiga – 30 dollar. Mazkur xarajat tarkibiga ertalabki nonushta xarajatlari ham kiritilgan.

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

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

Oltinchisi, **diqqatga sazovor joylarga tashrif buyurish (TurS)** – muzeylar, Ko‘kaldosh madrasasi, Ulug‘bek observatoriyasi, Registon maydoni, Shohizinda ansambli, Labihovuz majmui va boshqa tarixiy, arxitektura, madaniyat obyektlari (jami – 50 dollar).

Yettinchisi, turni tashkil etgan **turfirma xarajatlari va foydasi (IaP)**, turyetakchining kutib olishi-kuzatishi – 100 dollar.

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

Shunday qilib, turmahsulot summasi:

$$\begin{aligned} OTur = & T_{Ser} (\$980) + SerTr (\$30 \times 7 \text{ кун}) + Acc (\$30 \times 6 \text{ кун}) + FR \\ & (\$20 \times 7 \text{ кун}) + SerG (\$5 \times 7 \text{ кун}) + TurS (\$50) + IaP (\$100) + SK \\ & (\$2 \times 7) = 1709 \text{ доллар.} \end{aligned}$$

Shuni hisobga olish zarurki, bu dastlabki narxlaridir, biroq turfirma doimo xarajatlarni qisqartirishi va aviakompaniyalardan, avto-transport tashkilotlaridan, mehmonxonalardan, diqqatga sazovor korxonalardan chegirmalar olishi mumkin.

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

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

Birinchi kun. Parijdan Toshkentga uchib kelish (6.05 s.). 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 hamkorligida madrasalar va madaniy markazlarga tashrif (13.30-17.30). Teatrlashtirilgan namoyishda ishtirok etish (18.00-19.30). Kechki ovqat (20.00 da). Uyquga yotish/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/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/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/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, Labihovuzdagi teatrlashtirilgan shouda ishtirok etish (15.00-20.00). Kechki ovqat (20.00-21.00). Uyquga yotish/bo'sh vaqt.

Oltinchi kun. Nonushta (7.30-8.00). Tarixiy obidalarga sayr qilish (8.00-13.30). Tushlik (13.30-14.30). Bo'sh vaqt (14.30-20.00). Kechki ovqat (20.00-21.00). Uyquga yotish/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 yo'nalish batafsil va mukammal bo'lishi, shaharning harakatlanish sxema - xaritalari uning tarkibida mavjud bo'lishi talab etiladi. Unda barcha diqqatga sazovor joylar, mehmonxonalarni joylashuvi, restoranlar, aloqa telefonlari va boshqa zarur bo'lgan foydali ma'lumotlar bo'lishi zarur. Masalan, turistlar o'z sayohatlari davomida astronomiya fanining rivojiga buyuk hissasini qo'shgan alloma – Mirzo Ulug'bekning observatoriyasiga tashrif buyuradi. Shu sababli, Ulug'bekning tarixiy hayoti va ilmiy faoliyatiga batafsil to'xtalish, ma'lumot berish zarur. Bundan tashqari, sayohatchilar yo'lidagi qadimgi kishilarni to'xtagan joylarini ham qayd etish mumkin. Bularning barchasini jarangli va mazmunli nomlar bilan yetkazish kerak.

Yuqorida qayd etilganidek, turmahsulot turistlarga paket ("pekidj") larda sotiladi. Turoperator turagentlarga komission chegirmalar taqdim etadi yoki turagent o'z xizmatlari – reklama, mijoz-

larni topish, hujjatlarni rasmiylashtirish va boshqalar uchun ustama haq qo'yadi. Shu bilan birga, paketdagi taqdim etilayotgan turni narxini hisoblashni bilish lozim. Turmahsulotning narxini normativ kalkulyatsiya metodi bilan hisoblash mumkin. Unga turistlarga xizmat ko'rsatish hamda turistlar guruhini kuzatish bilan bog'liq bo'lgan barcha sarf-xarajatlar kiradi. Turmahsulot narxining formulasi qo'yidagicha hisoblanadi:

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

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

SU – turoperatorning turpaketi ichiga kiradigan xizmatlar tannarxi;

$Stax$ – alohida xizmat turlari bo'yicha bilvosita soliqlar summasi (NDS);

PrT – turoperatorni milliy valyutadagi foydasi (yoki dollar ekvivalentida);

ZT – turpaket tarkibiga kiruvchi alohida xizmat turlari uchun turistga turoperator taqdim etayotgan chegirma;

Kd – turpaketni sotuvchi turagentni komission mukofotlash (ko'p hollarda bu turpaket narxiga qo'shimcha yoki turoperatorni turagentning foydasiga narxdan chegirma);

N_{tour} – guruhdagi turistlar soni;

N_{gr} – guruhga yo'lboshchi sifatida hamkorlik qiluvchilarning soni.

Turpaket narxi to'g'risida fikr yuritilganda, quyidagilarni qayd qilish muhim, jumladan,:

- turist mazkur turpaket narxi ichiga kirmaydigan qo'shimcha xizmatlarni buyuradi, biroq buning uchun qo'shimcha haq to'lashga tayyor;

- turistlar soni qanchalik ko'p bo'lsa, turoperator turagentga taqdim etayotgan chegirmasi shunchalik katta bo'ladi va kishi boshiga hisoblaganda turning tannarxi shuncha past bo'ladi;

- ba'zida tur narxi nomavsumiy vaqtda transportga, joylashish vositalariga, diqqatga sazovor obyektlarni sayr qilishga yanada past narxlar belgilanadi, turistlarni yosh tarkibiga (bolalar va maktab

o‘quvchilariga) turizmni ko‘pgina xizmatlarining narxiga kattagina chegirmalar beriladi, mintaqaga ba’zi davlatlar chet el turistlarini ko‘proq jalb etish maqsadida turizm faoliyati uchun imtiyozlar taqdim etadi;

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

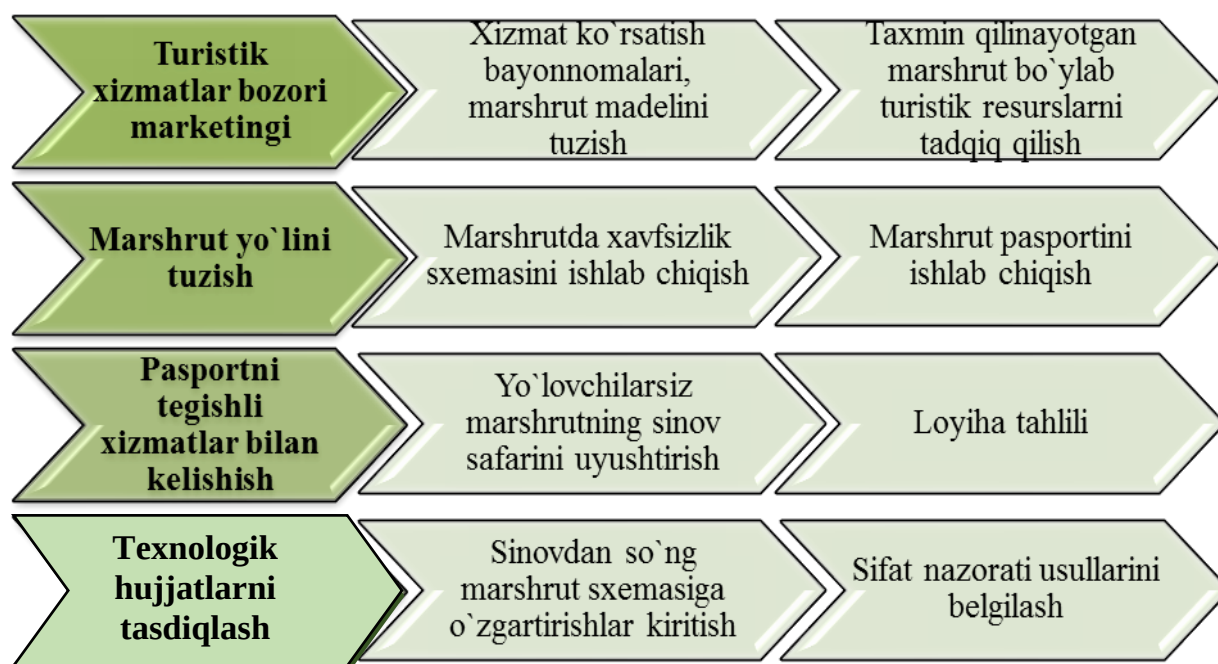
Bularning barchasida narx doimo elastik, moslashuvchan bo‘lishini, ya’ni bozor o‘zgarishlariga aniq moslashishini hisobga olish zarur.

12.3. Turistik marshrutni ishlab chiqish bosqichlari

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

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

-**eksilyuziv-tur**, ya’ni ixtiyoriy ravishda tanlanadigan alohida turistik xizmatlar.



12.3.1-rasm. Turistik marshrutni ishlab chiqish bosqichlari.

12.4. Turistik sayohatning yo‘llanmasi va texnologik xaritasini tuzish

Har qanday turni shakilantirishda muhim hisoblangan marshrut bo‘yicha turistik sayohatning texnologik xaritasi va safar trassa pasportining namunasi quyida ko‘rsatilgan:

_____ Marshrutda xizmat ko‘rsatuvchi turistik korxonaning nomi			
2018-yil uchun			
_____ Marshrut nomi			
Marshrut bo‘yicha turistik sayohatning TEXNOLOGIK XARITASI			
1. Marshrutning asosiy ko‘rsatkichlari			
Marshrut turi _____			
Murakkablik kategoriyasi _____			
Marshrut uzunligi (km), jumladan, yayov, qayiqda _____			
Sayohat muddati (sutka) _____			
Turistik guruhlar soni _____			
Guruhdagi turistlar soni _____			
Marshrutdagi jami turistlar soni _____			
Jami odam-kun xizmat ko‘rsatilishi _____			
Marshrutda birinchi guruhga xizmat ko‘rsatishning boshlanishi _____			
Marshrutda so‘nggi guruhga xizmat ko‘rsatishning boshlanishi _____			
So‘nggi guruhga xizmat ko‘rsatishning oxiri _____			
Oy	Bir oydagi turistlar soni	Oylar bo‘yicha turistik guruhlar kelishi grafigi	Bir oydagi guruhlar soni
01			
02			
...			
12			
Sayohat boshlanadigan turistik korxona manzili			
Yo‘llanma narxi _____			

12.4.1-rasm. Marshrut bo‘yicha turistik sayohat texnologik xaritasining namunasi.

Aholi punktlari, ular orasidagi masofa, vositalar	Turistik korxonalar nomi	Rejalashtirilgan turistik xizmatlar. Ekskursiya nomi (- dan)	Marshrut ichidagi tashuvlar	1 kishiga ekskursiya xarajatlari

Jami , _____

Jumladan, 1 _____ korxona _____

Jumladan, 2 _____ korxona _____

Jumladan va h. _____ korxona _____

**Marshrut ichidagi tashuvlarni
quyidagi korxonalar amalga
oshiradi:**

MUHR o'рни

**Marshrutga xizmat
ko'rsatuvchi korxona
rahbarlari imzosi**

Guruhlar topshiriladigan punktlar:

Shartli belgilar

X – Turistik korxonasida xizmat ko'rsatiladi

SP – suxoy payok

Toh – tunash ochiq havoda (safari palatkalari)

Moliya xizmatlari rahbarlari (bosh hisobchilar) imzosi

«___»«_____» 2018-yil

3. Sayohatning qisqacha bayoni (turistik yo'llanmasi ilovasida takrorlanadi)

**Marshrutda xizmat ko'rsatuvchi
turistik korxona rahbari** imzo

**12.4.2-rasm. _____ marshrut bo'yicha turistlar va sayohatlarga
xizmat ko'rsatish dasturi.**

Turistik korxonaning yuklama grafigi va marshrutini tuzish

SAFAR TRASSA PASPORTI

1. Turistik korxonaning nomi _____
Turizm turi _____ safar trassasi _____

1. Asosiy geografik punktlar nomi

Uzunligi _____ km, davomiyligi _____
_____ sutka

Bir guruhdagi turistlar soni _____ nafar

Ish davri _____ dan _____ gacha

Pasport tuzilgan payt 200_____ yil, _____ nusxada

O'zgarishlar kiritilgan: 200_____ yil, _____ sahifa

200_____ yil _____ sahifa

Pasport nusxalari jo'natilgan:

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

2. Safar trassasini bosib o'tish rejasi

Yo'l kunlari	Trassa uchastkasi	Km	Harakat vositasi

Jami faol harakat vositalari
bilan _____ km.

1. Safar trassasi sxemasi (safari trassasi ko'rsatilgan, masshtabi 1: 200000 dan kam bo'lmagan bosma xarita va sxemalar yelimlanishi mumkin).

Shartli belgilar:

Safar trassasi

trassaning zaxira varianti

tunash joyi

dam olish nuqtasi

pana joylar

tibbiy yordam punkti

aloqa punkti (turi ko'rsatiladi)

3. Safar trassasining qisqacha tavsifi, yo'lining murakkab uchstakalarining bayoni

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

Ma'lumotlar	Oylar	06	07	08	09
Harorat S^0	O'rtacha Minimal Maksimal				
Shamol tezligi m/s	O'rtacha Maksimal				
Yog'ingarchilikning o'rtacha miqdori mm	O'rtacha Maksimal				

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

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

№	Mavzu	Mashg'ulotlar soat hajmi	O'tkazish shakli

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

5. Trassani bosib o'tish uchun turistik jihozlari:

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

b) qo'shimcha to'lov evaziga beriladigan

6. Safar trassaning obodonchiligi

Markirovka (ramziy belgilar) _____

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

Korxona 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 korxonasi tomonidan tuziladi.

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

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

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

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

Mustaqil nazorat qilish uchun topshiriq va savollar

1. Turistik xizmatlarni loyihalashtirish qanday amalga oshiriladi?
2. Xizmat ko'rsatish dasturini yaratish qanday amalga oshiriladi?
3. Turmahsulotni hisoblash jarayoni qanday amalga oshiriladi?
4. Turizm marshrutni ishlab chiqish bosqichlari nimalardan iborat?
5. Turistik sayohatning yo'llanmasi va texnologik xaritasini tuzish mazmuni nimalardan iborat?
6. Turistik korxonaning yuklama grafigi va marshrutini tuzish qanday amalga oshiriladi?
7. Safar trassa pasporti tarkibi nimadan iborat?

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar

1. Toshkent – Samarqand – Buxora – Xiva turini shakllantirishda muhim bo'lgan marshrut bo'yicha turistik sayohatning texnologik xaritasi va safar trassa pasportini tayyorlang. Ushbu tur uchun turistik paket ishlab chiqing va uning taqdimotini o'tkazing.

Test savollari

1. **“Turistik sayohat” xizmatini loyihalashtirish tartibi necha bosqichdan iborat?**
 - a) 4 bosqich;
 - b) 2 bosqich;
 - d) 5 bosqich;
 - e) 7 bosqich.
2. **“Turistik sayohat” xizmatini loyihalashtirish natijasi qanday texnologik hujjatlarda ifodalanadi?**
 - a) turistik safar yo'lidagi joylashtirish va uskunalar loyihalarini tayyorlash;
 - b) turistik sayohatining texnologik xaritasi;
 - d) turistik korxonaning yuklanish grafigi;

e) zaruriy turistik jihozlar, uskunalar va transport vositalarining hisob-kitoblari.

3. Turistik safarining yo‘l trassa pasporti qanday tashkilotlar bilan kelishiladi?

- a) mahalliy hokimiyat;
- b) turistik firma;
- d) sanitariya – epidemiologiya xizmati organlari;
- e) transport vositalari harakatini nazorat qiluvchi boshqa tashkilotlar (DAN, suv inspeksiyasi).

4. Turoperator shakllantirgan turning qaysi biri keng tarqalgan?

- a) majmual-tur;
- b) eksklyuziv-tur;
- d) pekij-tur;
- e) maxsus-tur.

5. Eksklyuziv-turga to‘g‘ri ta’rif berilgan qatorni belgilang.

- a) ixtiyoriy ravishda tanlanadigan alohida turistik xizmatlari;
- b) asosiy xizmatlar majmui;
- d) qo‘shimcha xizmatlar majmui;
- e) ekskursiya xizmati.

13-mavzu. TURIZM INDUSTRIYASI VA INFRATUZILMASI

Reja:

13.1. Turizm industriyasi va turizm infratuzilmasining mohiyati hamda tarkibiy qismi.

13.2. Turoperatorlar va turagentlar faoliyati.

13.1. Turizm industriyasi va turizm infratuzilmasining mohiyati va tarkibiy qismi

Turizm industriyasi jahon iqtisodiyotining eng jadal rivojlanib borayotgan tarmoqlaridan biri hisoblanadi, turizmning jahon yalpi ichki mahsulotidagi ulushi 10 foizdan ko‘proqni tashkil etadi, tarmoqda jahondagi mehnatga qobiliyatli aholining 8 foizga yaqini ish bilan band, turizm xizmatlari jahon eksportining 7 foizdan ko‘prog‘ini tashkil etadi.

Bugungi kunda «**turizm industriyasi**» tushunchasining ko‘plab ta’riflari mavjud bo‘lib, bunday ta’riflardan eng ishonchli va mukammali Birlashgan millatlar tashkilotining savdo va taraqqiyotga bag‘ishlangan anjumanida berilgan edi⁴⁴. Ushbu anjumanda e’tirof etilganidek, turizm industriyasi turistlar ehtiyojini qondirish uchun turistik mahsulotlar yaratishga yo‘naltirilgan barcha turistik tashkilotlarning turli faoliyatlar yig‘indisidan iborat.

Keyingi yillar davomida ushbu ta’rifning mazmun va mohiyatini aniqlash hamda turizm industriyasining tarkibiy qismlarini tavsiflash yo‘lida ko‘plab tadqiqotlar bo‘ldi. Ammo bunga qo‘l urgan tadqiqotchilar va amaliyotchilar turli qiyinchilik, to‘siqlarga duch keldilar. Bunday qiyinchiliklarning yuzaga kelishiga asosiy sabab turizm industriyasining iqtisodiyotning boshqa sohalari bilan chambarchas bog‘liqligidir. Turizmning keng darajadagi ehtiyojini qondirishda sanoat va qishloq xo‘jaligi, qurilish va savdo sohalari yagona, alohida bir tuzilmalar sifatida ishtirok etadilar. Shu sababli, turizm industriyasini boshqa sohalardan keskin chegaralash o‘ta mushkul masaladir.

Hozirgi kunda faol iste’molchi o‘ziga kerakli xizmatlar haqida individual tasavvurini shakllantiradi va bu taklifga bevosita ta’sir

⁴⁴<http://www.unwto.org>

o‘tkazadi. Natijada turizm industriyasi o‘z tarkibini o‘zgartirib, yangi, zamonaviy turistning xohish-istaklari hisobga olingan turistik-rekreatsion obyektlarni yaratadi hamda turistlarga xizmat ko‘rsatish sohasiga yashash tarzining qulayligi va ko‘rsatilayotgan xizmatlarning yuqori sifatligini, originalligini ta‘minlash uchun zarur bo‘lgan yangi faoliyat turlarini jalb etadi. Bu esa, o‘z navbatida, turizm infratuzilmasini tashkil etuvchi muhit va resurslardan jadal foydalanishga hamda avvallari turistik hisoblanmagan yangi resurslarni (qishloq va ekologik turizm) muomalaga jalb etishga undaydi. Turizm industriyasi mavjud resurslardan shunchaki foydalanib qolmasdan, balki muhitga nisbatan o‘z individual talabini shakllantirib, o‘zaro ta‘sir xarakterini o‘zgartiradi.

Turizm industriyasi – bu mehmonxonalar va joylashtirish vositalari, transport vositalari, umumiy ovqatlanish obyektlari, ko‘ngilochar obyektlar va vositalar, davolash, sog‘lomlashtirish, sportga doir, diniy-marosimchilik, ishbilarmonlikka va boshqa maqsadlarga molik vositalar, turizm operatorlari va turizm agentligini amalga oshiruvchi, shuningdek, turizm infratuzilma tashkilotlari majmuidan iborat bo‘ladi.

O‘zbekiston Respublikasining «Turizm to‘g‘risida» gi Qonunida turistik industriya tushunchasi quyidagicha ta‘riflanadi: **turistik industriya – turistik faoliyatning turistlarga xizmat ko‘rsatishini ta‘minlovchi turli subyektlar (mehmonxonalar, turistik komplekslar, kempinglar, motellar, pansionatlar, umumiy ovqatlanish, transport korxonalari, madaniyat, eksport muassasalari va boshqalar) majmui**, deb berilgan.

Taraqqiyotning hozirgi bosqichida mamlakatning yoki turistik markazning ijtimoiy tuzilishidan qat‘i nazar, turizm industriyasida turistik faoliyatni amalga oshiruvchi bir qancha turli xildagi korxonalar, chunonchi: turizmni tashkillashtiruvchi turoperator va turistik agentliklar mavjud. Bundan tashqari, turistlarni tashuvchi, mehmonxonalar va joylashtirish tizimining boshqa korxonalari, umumiy ovqatlanish, attraksionlar va ko‘ngilochar joylar, shuningdek, ular qatoriga bank sohasidagi muassasalar, sug‘urta xizmati va boshqalar kiradi. Turizmning maxsus turlarida davolash muassasalari, o‘qitish tizimi muassasalari hamda aniq turistik mahsulotning maqsadlariga muvofiq keladigan sport va boshqa muas-

sasalar ishtirok etishlari mumkin. Bu tashkilotlarning barchasi birbirlarini uyg'un ravishda to'ldirishi va iste'molchi uchun zarur bo'lgan hamda assortiment bo'yicha yetarli darajadagi barcha xizmatlarni ko'rsatadi.

Turizm infratuzilmasi – turistik faoliyatni amalga oshirishda turistlarning turistik resurslaridan bimalol foydalanishini ta'minlovchi bino va inshootlar tizimi, muhandislik va kommunikatsiya tarmoqlari, shu jumladan, yo'llar, axborot texnologiyalari, turizmning turli xizmat ko'rsatish korxonalari va ularni kerakli darajada ishlatish va ta'minlash tushuniladi.

Bu avtomobil va temir yo'llar, yo'l harakatini, havo yo'llarini, dengiz va daryo yo'llari harakatini tartibga soluvchi, issiqlik, suv, elektr va telefon aloqalari bilan ta'minlash va boshqa kommunikatsiya tizimlaridir. Ma'lumki, turizm sohasida turistik resurslari, ya'ni tabiiy-iqlim, tarixiy-madaniy, ma'rifiy, ijtimoiy-maishiy turizm obyektlari bo'lgan hududlarda kerakli infratuzilmani yaratish muhim masalalardan biri hisoblanadi. Yo'llarning ravonligiga qarab ham turistlar oqimining oshishi yoki kamayishi mumkin. Yo'llar, bozorlar mamlakatning iqtisodiy va madaniy ahvoli qay darajada rivojlanganidan dalolat beradi.

Keyingi yillarda mamlakatimizda turizm infratuzilmasini zamon talabiga moslashtirish maqsadida hukumat tomonidan ko'pgina ishlar amalga oshirilmoqda. Ayniqsa, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yilda qabul qilgan «O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida»gi Farmonida respublika mintaqalarida turizm infratuzilmasining zamonaviy obektlari, eng avvalo mehmonxonalar, transport-logistika tuzilmalari, muhandislik-kommunikatsiya infratuzilmasini jadal rivojlantirish, ushbu maqsadlar uchun xorijiy investitsiyalarni keng jalb etish masalasi O'zbekistonga xorijiy turistlar oqimini ko'paytirishga katta zamin bo'ladi.

Turist – avvalo dam oluvchi bo'lib, unga ko'rsatiladigan xizmatlar iste'molchisi ekanligini unutmasligimiz lozim. Bular nafaqat avtomobil yo'llari, shuningdek, temir yo'llarga ham taalluqlidir. Vokzal va poyezd relslaridan tortib, uning ichidagi kommunikatsiya va muhandislik tarmoqlarining barchasi – turizm infratuzilmasining tarkibiy qismi bo'lib hisoblanadi. Nafaqat avtomobil yoki temir

yo'llar, hatto turistlar uchun maxsus ajratilgan yo'llar va yo'laklar ham talab darajasida bo'lmog'i kerak.

Mehmonxona va shunga tenglashtirilgan joylardagi kommunikatsiya va muhandislik tarmoqlarida ham muammolar bo'lmashligi turizm sohasining yangi pog'onalarga ko'tarilishida o'ziga xos o'rinni egallaydi. Bir tasavvur qilib ko'raylik: issiqlik tarmog'i ishlamaydigan, elektr tarmog'i past, kanalizatsiya tarmog'i bo'lmagan yoki ichimlik suvi talab darajada bo'lmagan mehmonxonalarda turistning bo'lishi, bular va boshqalar turizm infratuzilmasining rivojlanishidagi kechiktirib bo'lmash va tezda hal qilinishi zarur bo'lgan muammolardan biri hisoblanadi.

Ayniqsa, olis, tog'li joylar, yo'l trassalari kabi hududlarda bu muammolarni hal etish katta kapital mablag' talab qiladi. Hozir respublikamizning avtomobillar qatnaydigan trassalarida shox bekatlarning ahvoli xorijiy turistlarga xizmat ko'rsatadigan darajada emas. Turistlar tezda hojatini chiqarib oladigan yoki zarur servis va tibbiy yordam beriladigan obyektlarning zamon talabi darajasida emashligi infratuzilma obyektlarini qurish borasidagi dolzarb ishlar qatoriga kiradi.

Bir vaqtlar Buyuk ipak yo'li o'tgan joylardagi muhim maskanlarda karvonsaroylar bo'lgan. Karvonsaroylar savdo karvonlari uchun hozirgi vaqtlardagi mehmonxonalar xo'jaligi vazifasini o'tagan. Unda karvonlar va savdogarlar tunaydigan xonalardan tortib, ichimlik suvi, ovqatlanish xizmati va boshqa xizmatlar (tabiblar, mashshoqlar, qo'riqchilar) o'z joyiga qo'yilgan. Yurtimiz ko'hna tarix va madaniyatga ega.

Hozirda kanalizatsiya deb ataluvchi tarmoq bundan uch ming yil avval xizmat ko'rsatganligini isbotlovchi dalillarni arxeologiya sohasi olimlarimiz tadqiqot ishlarida ko'rsatib berishgan. Bu esa kommunikatsiya tarmoqlari, ichimlik suvi (sardobalar) maxsus quvurlar kulolchilik mahsulotlari – sopol quvurlar orqali olib kelinganligidan dalolat beradi. Mana shunday tarixiy, an'anaviy merosimizni yana tiklash, zamonaviy holatga keltirish ham bugungi kunning dolzarb masalasidir.

Hozirgi paytda turizm infratuzilmasida bank va moliyaviy tashkilotlar va xizmatlarning o'rni alohida. Turistlar sayohatda va dam olishda xilma-xil xizmat turlaridan foydalanishni xohlaydilar. Ya'ni o'z xohishi bo'yicha biror narsa sotib olishni istashadi. Bunda ular ko'ngil ochish uchun har kuni ko'p miqdorda pul sarflashadi.

Pulni, ayniqsa, katta miqdordagi pulni ko'tarib yurish turistlarga noqulaylik va qiyinchiliklar tug'diradi. Turistlarning ko'p miqdorda pulni olib yurishi o'g'rilarni, qaroqchi va tovlamachilarni va har xil turdagi jinoyatchilarning jinoiy harakat qilishlariga olib keladi. Turizm sohasi tashkil topishi bilanoq, to'g'rilanishi va tartibga olinishi mumkin bo'lgan xavfsiz pul bilan ta'minlash muammosi paydo bo'lgan edi, bu masala bugun kompyuter texnologiyalari asosida viza va kredit kartalari orqali o'z yechimini topdi.

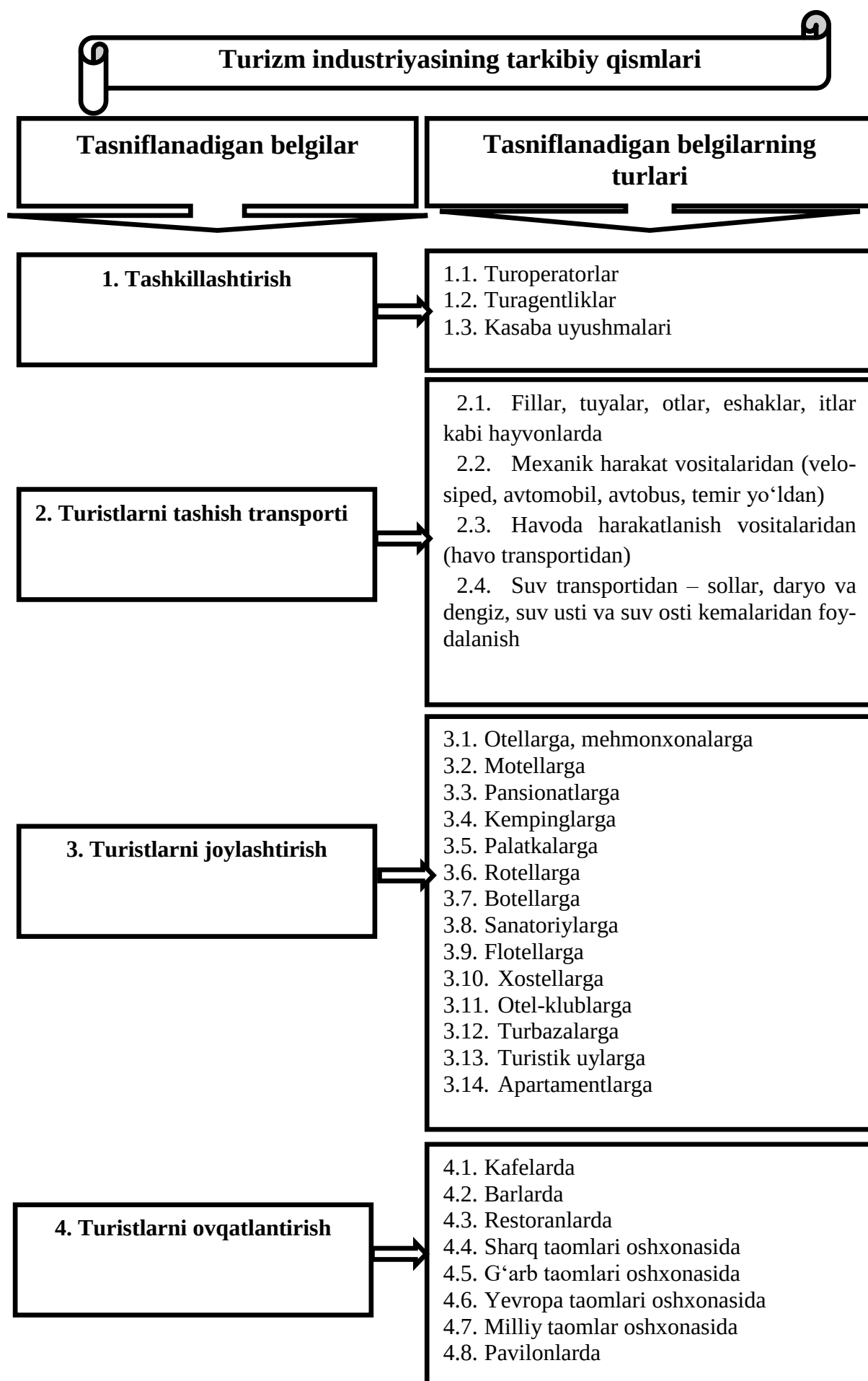
Axborot xizmati turizm infratuzilmasida turistlarga ham va uning tashkilotchilariga ham juda zarurdir. Turist sayohatga tayyorlanayotganda hamda sayohat vaqtida o'zi boradigan joy haqida o'sha mamlakat yoki boradigan hududning qonun-qoidalari, odatlari, mehmondo'stligi haqidagi qo'shimcha ma'lumotlarga, shuningdek, o'sha joyning xaritasiga, transport magistrallari sxemasiga muhtoj bo'ladi. Sayohat va turistlarning sarguzashtlari haqidagi ma'lumotlar ommabop va maxsus adabiyotlar ko'rinishida chop etiladi va bu holat turistlarni samarali sayohat qilishga chorlaydi.

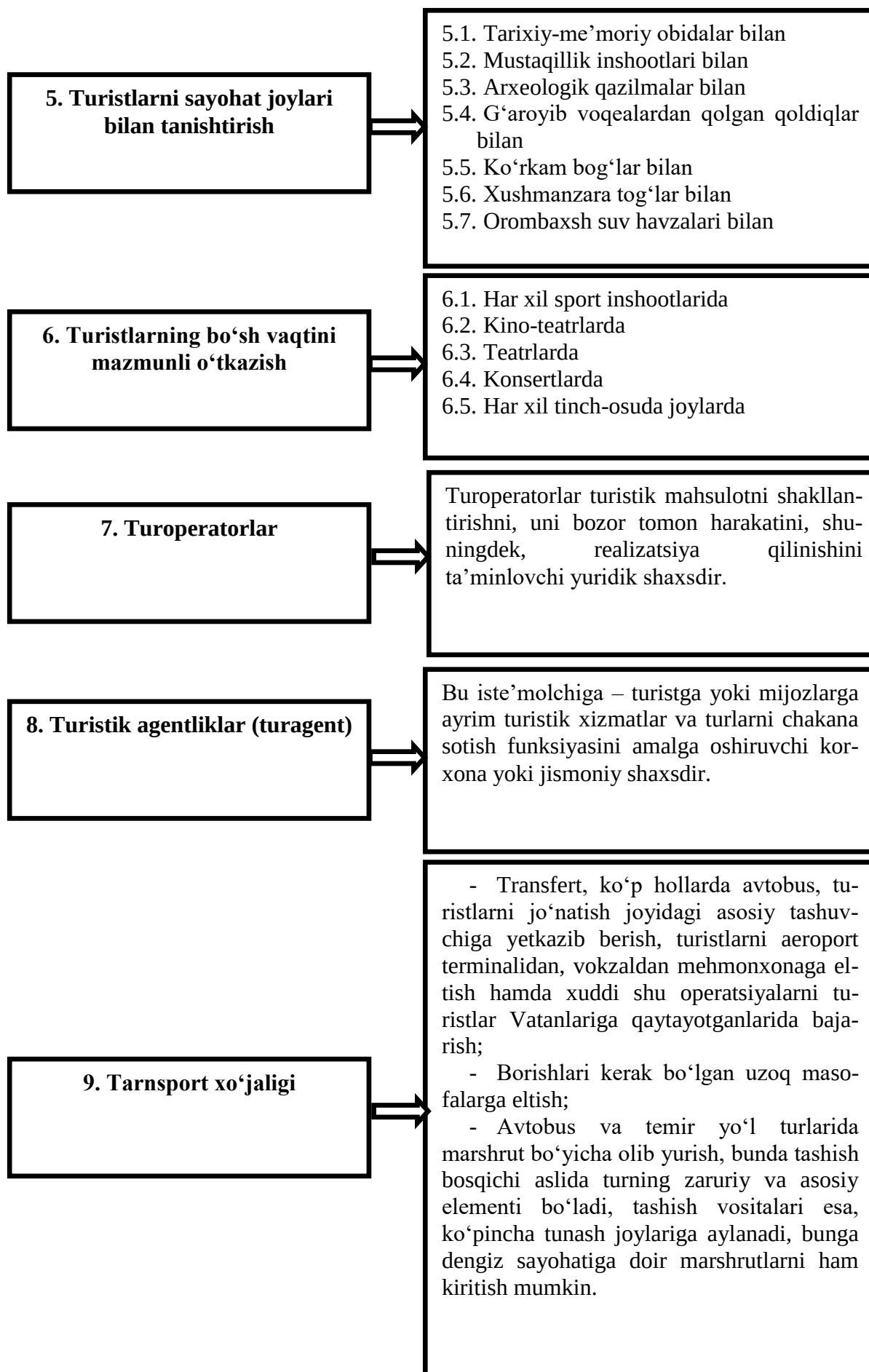
Turizm infratuzilmasini zamonaviy kompyuter xizmatlashtirish tasavvur etish qiyin. Tezkor axborot va so'zlashuv, yangiliklardan xabardorlik turizmning muhim bir jihatidir. Hozirgi turist internet, faks va boshqa zamonaviy texnika vositalaridan foydalanishiga talab turizm infratuzilmasini qay darajada ekanligidan dalolat beradi. Zamonaviy elektron vositalari, shu jumladan, turistik xizmatlar, turistik markazlar haqidagi ma'lumotlar joylashgan millionlab saytlarga ega bo'lgan Internet tarmoqlari orqali nafaqat sayohat va turistik agentliklarni tanlash, hattoki, tur sayohatning chiptalari, xizmatlar uchun to'lovlarni ham oldindan tayinlab qo'yish mumkin.

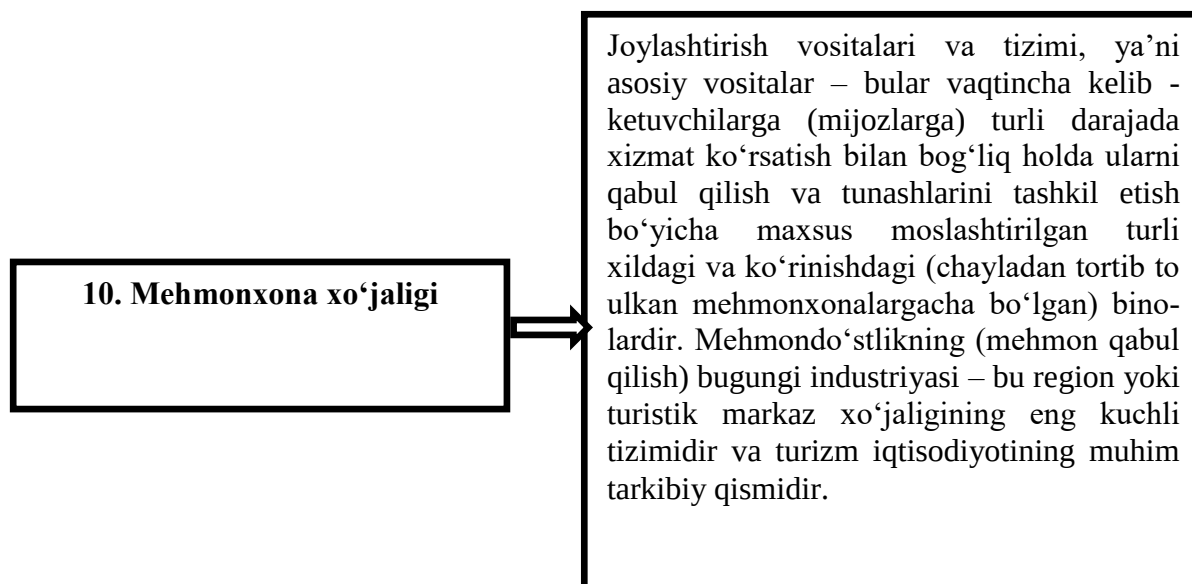
Hozirgi paytda o'zida boy tarixiy-madaniy merosga, noyob tabiiy salohiyatga ega bo'lgan O'zbekiston hududlari uchun turizm-da qator vazifalarni yechishga yordam beruvchi keng profildagi amaliy geoaxborot tizimini (GAT) shakllantirish davr talabi hisoblanadi.⁴⁵

Turizm industriyasi va infratuzilmasining tasniflanadigan belgilari turlari bo'yicha tarkibiy qismi quyidagi rasmda batafsil ifodalangan.

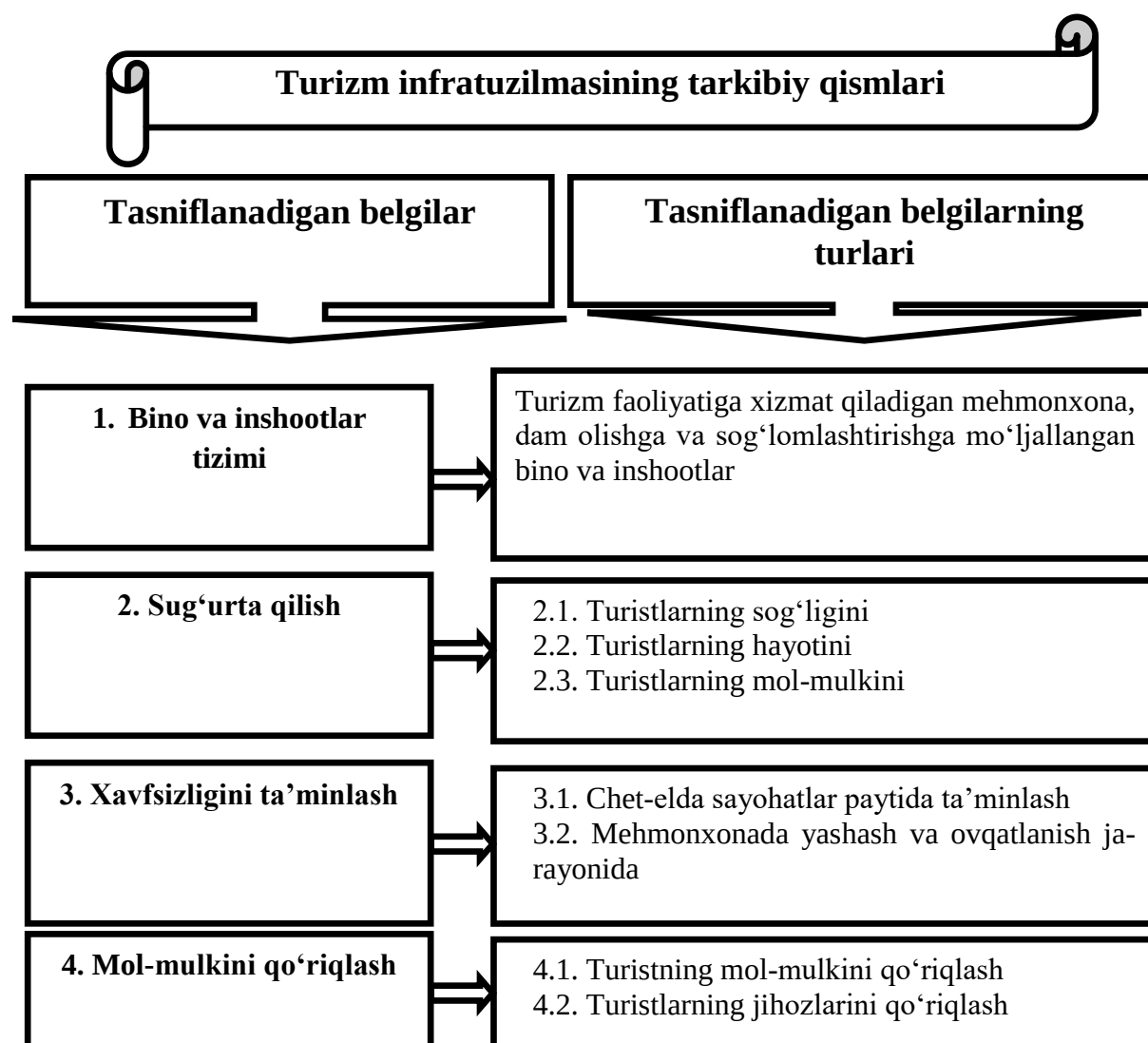
⁴⁵ Usmanova Z.I. "O'zbekistonda turistik - rekreatsion xizmatlarni rivojlantirish xususiyatlari va tendensiyalari". Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (doctor of philosophy) dissertatsiyasi. 2018 y.

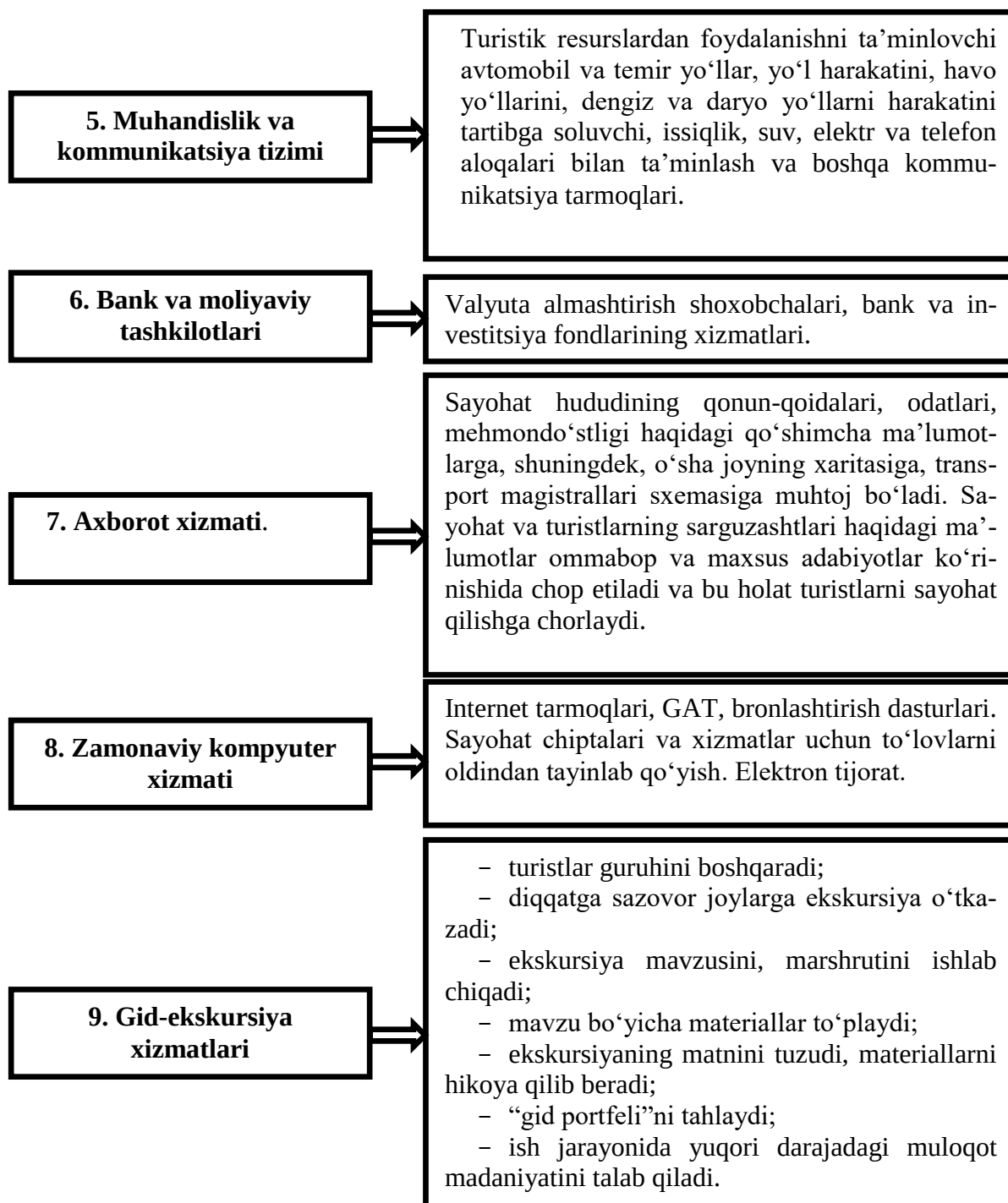






13.1.1-rasm. Turizm industriyasining tarkibiy qismi.





13.1.2-rasm. Turizm infratuzilmasining tarkibiy qismlari.

13.2. Turoperatorlar va turagentlar faoliyati

Turizm industriyasining tashkilotchilariga turizm sohasidagi ikki xil korxona to'g'ri keladi: turoperatorlar va turistik agentliklar. Bu korxonalar turizm xizmatining o'zi bilan bevosita shug'ullanmaydilar, balki faqat iste'molchi (turist) bilan bevosita xizmat ko'rsatuvchining o'rtasida vositachilik vazifasini bajaradilar.

O‘z navbatida ularning faoliyati ham xizmat ko‘rsatishning asosini tashkil qiladi. Fransiyaning turistik qonunchiligida bu korxonalarni ularning mohiyati va vazifasining xarakteriga muvofiq ravishda turizm tashkilotchilari deb to‘g‘ri nomlaydilar. Turizm industriyasining shiddat bilan rivojlanishi, turizm bozorida raqobatning yuzaga kelishi va kuchayishi turoperatorlar faoliyatiga ta‘sir ko‘rsatdi va ularning keyingi ixtisoslashuvini aniqlab berdi.

Turoperator bu – tijorat maqsadi uchun turizm mahsulotini sotishga taklif etuvchi, uni tayyorlash va rejalashtirishda bevosita ishtirok etuvchi turizm bozorining faol subyekti hisoblanadi. Turoperator o‘z faoliyati davomida vakolat imtiyoziga ega xaridor agentlari nomidan turistik xizmatlarni bir necha muddat ilgari xarid etish, bronlashtirish, o‘zlashtirish, turpaketlar hozirlash jarayonlarini amalga oshiradi.

Turoperator – turistik paket ishlab chiquvchi sifatida turistik yo‘nalishlar ishlab chiqish va turlarni shakllantirish bilan shug‘ullanadi, ularning amal qilishini ta‘minlaydi, reklamani tashkil qiladi, turyo‘nalishlar bo‘yicha narxlarni hisoblaydi, turlarni to‘g‘ridan-to‘g‘ri yoki turistik agentliklar orqali turistlarga sotadi. Turoperator turistlarga turli turistik xizmatlardan tanlash imkonini ta‘minlab beradi va bir vaqtning o‘zida boshqa shahar va joylarda xizmat ko‘rsatishga buyurtma berish vazifasini o‘z zimmasiga olib osonlashtiradi.

Turoperatorlar turizm industriyasida maxsus rolni bajaradilar. Ular turmahsulotlarni (joylarni-samolyotda, nomerlarni-mehmonxonada) sotib oladilar, turistik xizmatlar paketini shakllantiradilar va foyda olish maqsadida turli to‘g‘ri yoki bilvosita foydalanuvchilarga (turistlarga) sotadilar. Turoperator turistik xizmatlarni alohida ham sotishi mumkin. Bu yo foyda olish, yoki zaruriyat yuzasidan qilinadi. Masalan, imtiyozli narxlarda sotib olingan samolyotdagi joylar sonini to‘ldirish uchun, u chiptalarni ham sotishi mumkin va bunda u vositachi sifatida bo‘ladi.

Birinchi holda turoperator turistik paketni shakllantirayotganda u turmahsulotlar ishlab chiqaruvchisi sifatida faoliyat yuritadi. Ikkinchi holda, turoperator xizmatlarini alohida sotayotganda turistik xizmatlarning ulgurji dileriga aylanadi. Bu holat turoperator ishlab chiqaruvchidan turistik paketni shakllantirish uchun keragidan ortiqcha turistik xizmatlar sotib olganda bo‘lishi mumkin.

Bundan tashqari, hozirda ko‘p miqdorda sotib olgani uchun mehmonxonalar va xizmatlar yetkazib beruvchilar orasida tegishli imtiyozlarga ega bo‘lgan maxsuslashgan ulgurji turoperatorlari mavjud. Turoperatorning yana bir ahamiyatli jihati shundaki, u turistlar uchun iqtisodiy qulay bo‘lgan turistik paketlarni shakllantirish uchun oladigan xizmatlarining narxi o‘zgarishidan kafolatlanish qobiliyatiga ega. Ugurji turoperator narxlari har doim mehmonxonalar narxlaridan arzon bo‘ladi. Ammo baribir turoperatorlar mahsulotlarning keng ko‘lamining ulgurji sotuvchisi sifatida emas, balki yangi mahsulotlar ishlab chiqaruvchi sifatida ko‘rib chiqish lozim. Shunda u haqiqatga to‘g‘ri bo‘ladi, turoperatorning asosiy faoliyati turlar yoki turpaketlarni shakllantirishdan iboratdir.

O‘zbekiston Respublikasi «Turizm to‘g‘risida»gi Qonuni bo‘yicha o‘z turistik mahsulotini shakllantiradigan va unga o‘z yo‘llanmasini chiqaradigan turistik tashkilotgina turoperator hisoblanadi. Bunday talablarni turistik firma bajaradi. Yo‘llanma turistlar bilan qilinadigan bitimga rasmiy ilovadir (xizmat ko‘rsatish joyiga ko‘rsatiladigan asosiy hujjat – vaucherdir).

Turoperatorlik faoliyatida xizmat ko‘rsatishni shakllantirish va sotish jarayonlarida turoperatorlarning turni ishlab chiqishdagi tashkiliy bosqich ishlari quyidagi ketma-ketlikda amalga oshiriladi:

- imkoniyatlar tahlili;
- talabni o‘rganish;
- istiqbolni rejalashtirish;
- xizmatlarni ta‘minlovchilar bilan shartnomalar tuzish;
- tashuvchilar bilan shartnomalar tuzish;
- yo‘llanma bahosini ishlab chiqish va realizatsiya qilish;
- turni tovar-metodik jihatdan ta‘minlash;
- turistlarni tegishli hujjatlar bilan ta‘minlash;
- realizatsiya;
- reklama va axborotlar;
- mutaxassis kadrlar tayyorlash;
- marshrutga kadrlar tayyorlash;
- turni o‘tkazish va xizmat ko‘rsatish sifati yuzasidan nazorat o‘rnatish.

Turoperatorlar va turagentlar hamkorligi har ikkala tomonga manfaat keltiradi. Turoperatorlarda mavjud tarmoqlangan kontragentlik tarmog‘i unga turistik safarlarni sotish hajmini o‘stirishga imkon beradi, yangi bozorga chiqadi, jumladan, chiqish turizmining hududiy bozoriga kirib boradi. Bu bilan o‘z xodimlarini ta‘minlash xarajatlarini, ijara binolarini, ularni uskunalarini tejaydi. O‘z navbatida, turagent safarlarni oxirgi iste‘molchisiga sotib bergani uchun vositachiligiga komission mukofot oladi. Uning hajmi, odatda, sotilgan turistik mahsulot bahosiga nisbatan foiz hisobida aniqlanadi va 10 % ni tashkil qiladi. U ko‘paytirilishi ham mumkin (masalan, kelishilgan hajmdan ko‘proq turistik xizmat sotilganda). Komission mukofot turagentlikning asosiy daromad manbai bo‘lib xizmat qiladi.

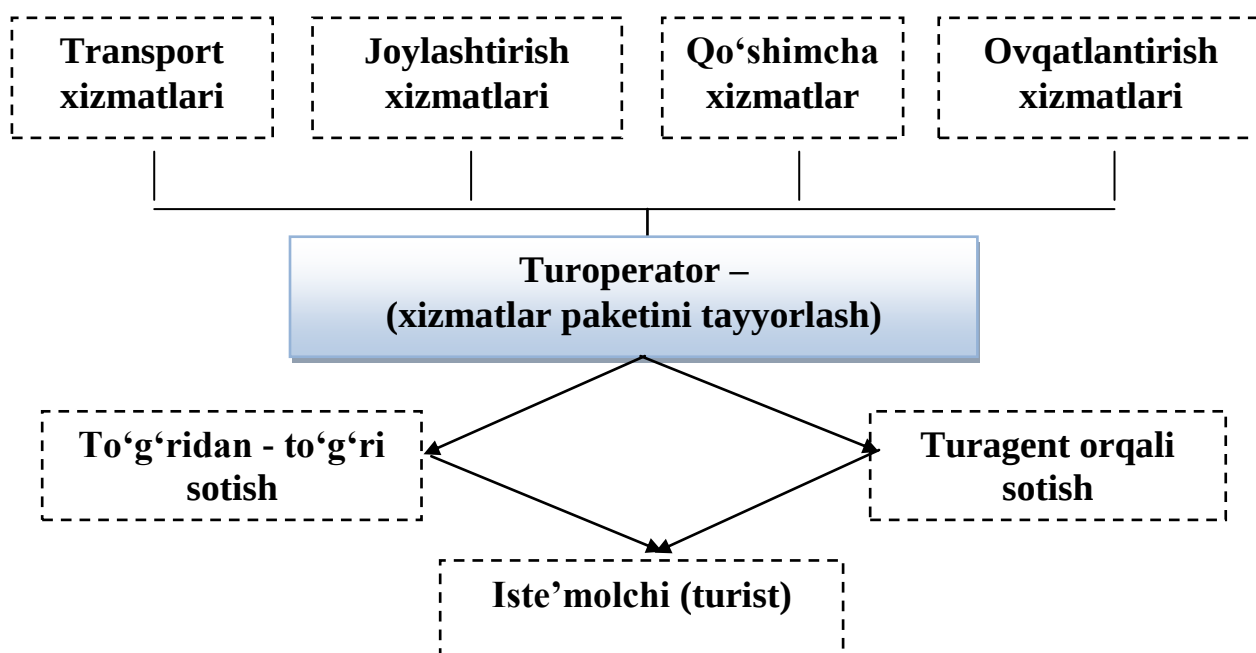
Turoperator har doim sotish uchun turmahsulot resursiga ega bo‘ladi, turagent bo‘lsa mijoz sotib olish istagini bildirgan holdagina ma‘lum xizmatlarni talab etadi. Biroq amaliyotda ba‘zan turoperator va turagent orasidagi farqni ajratib bo‘lmaydi, chunki har ikkalasi o‘xshash vazifalarni hal qilishlari mumkin. Masalan, firma turoperator sifatida yo‘nalishlar ishlab chiqishi, turistlar va boshqa agentliklarga sotishi ham mumkin. Xuddi shu vaqtda aynan shu turistik tashkilot turagent sifatida boshqa firmalardan xizmatlar sotib olishi va turistlarga sotishi ham mumkin.

Turistik agentliklar (turagent) – bu iste‘molchiga, ya‘ni turistga yoki mijozlarga ayrim turistik xizmatlar va turlarni chakana sotish funksiyasini amalga oshiruvchi yuridik yoki jismoniy shaxsdir.

Agentlashtirish sohasida faoliyatning bir nechta turlari farqlanadi: shaxs nomidan va korxonaning topshirig‘i bo‘yicha turlarni sotish. Mohiyatan bu turli xildagi turoperatorlarning «turistik yo‘llanmalar do‘koni» dir. Turistik yo‘llanmada doimo bunday sotishni amalga oshirgan turoperator va turagentning barcha rekvizitlari to‘liq ko‘rsatiladi, agentlik foizi tushunchasi bor bo‘lgan mamlakatlarda, agentlik foizining summasi doimo turistik xizmatlarning cheki yoki vaucherida ko‘rsatilgan bo‘ladi. Bunday mamlakatlarda yo‘llanmalar vaucheri bo‘lib, unda kassa apparatidagi ma‘lumotni yozib qo‘yish uchun maxsus hoshiya mavjud. Bunday holda agentlikning o‘zi barcha oqibatlari va

javobgarlikni bo‘yniga olgan holda turoperatorlik funksiyasini bajaradi.

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‘zlash-tirish kabi bosqichlarga avtomatlashtirish imkoniyatiga ega, ba’zi hollarda, masalan, bankdagi hisob-kitoblarni yoki kredit karta-larining raqamlarini ko‘rsatishda haq to‘lash ham nazarda tutiladi. Turizm sohasida turoperatorlar, qayd qilganimizdek, turizm industriyasining harakatlantiruvchi asosiy bo‘g‘inlaridan biri hisoblanadi. Turoperatorlar va turagentliklar hamkorligi turizmni rivojlantirishga asos bo‘ladi va turizm bozorida turistga (iste’molchiga) mahsulotlar va xizmatlar yetkazib berishga xizmat qiladi (13.2.1-rasm).



13.2.1-rasm. Tashkillashtirilgan turizm bozorining tarkibi.

Keltirilgan 13.2.1-rasm ma’lumotlaridan ma’lum bo‘ladiki, turoperatorlar turizm bozorida yetakchi rol o‘ynaydi. Turoperatorlar turni ishlab chiqish jarayonida turizmdagi asosiy xizmatlar ko‘rsatuvchi korxonalar (transport xizmatlari, joylashtirish xizmatlari, ovqatlantirish xizmatlari, gid-ekskursiya xizmatlari va boshqalar) bilan mustahkam aloqada bo‘ladi va ular bilan xizmatlar ko‘rsatishni tashkil qilish bo‘yicha shartnomalar tuzadi. O‘z o‘rnida

turizmda asosiy xizmatlarni ko'rsatuvchilar ham turoperator xizmatlaridan manfaatdor hisoblanadi.

Ta'yanch so'z va iboralar: gid, ekskursiya, turoperator, tur-agent, turpaket, tur, marshrut, turmarshrut, texnologik xarita, safar trassa pasporti.

Mustaqil ishlash uchun savollar

1. Turizmni tashkillashtiruvchi tashkilotlarga nimalar kiradi?
2. Turizm sohasida turoperator qanday vazifani bajaradi?
3. Turizm industriyasining mohiyatini tushuntirib bering.
4. Turizm infratuzilmasining mohiyatini tushuntirib bering.
5. Muhandislik va kommunikatsiya tarmoqlari faoliyatining turizm infratuzilmasidagi o'rni nimadan iborat?
6. Avtomobil yo'llarining turizm infratuzilmasidagi o'rni nimadan iborat?
7. Temir yo'llari tizimining turizm infratuzilmasidagi o'rni nimalardan iborat?
8. Aloqa tarmog'ining turizm infratuzilmasidagi o'rni nimadan iborat?
9. Mehmonxona xo'jaligining turizm industriyasidagi o'rni nimadan iborat?

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar

1. Turizm industriyasi va infratuzilmasining tasniflanadigan belgilari va turlari bo'yicha tarkibiy qismiga yana nimalarni kiritsa bo'ladi, asoslab bering.

Test savollari

1. **Turoperator va turagent o'rtasida tuziladigan hujjat nimadan iborat?**
 - a) shartnoma;
 - b) franchayzing;
 - d) faktura;
 - e) agent bitimi.

2. Turizm industriyasiga to‘g‘ri ta’rif berilgan qatorni toping.

- a) turistik faoliyatning turistlarga xizmat ko‘rsatishini ta’minlovchi turli subyektlari;
- b) turizm sohasiga xizmat qiluvchi turistik resurslar;
- d) turizmning asosiy va qo‘shimcha xizmatlarini tashkil etuvchi majmua;
- e) tarixiy, madaniy, arxeologik turistik obyektlar.

3. Turizm infratuzilmasi tushunchasiga nimalar kiradi?

- a) iste’molchi buyurtmasi;
- b) har bir turistning individual ehtiyojlari;
- d) bino va inshootlar tizimi;
- e) muhandislik va kommunikatsiya tarmoqlari.

4. Turizm infratuzilmasini rivojlantirish bo‘yicha O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yilda qabul qilgan Farmonida belgilangan vazifalar nimadan iborat?

- a) turistik faoliyatni amalga oshirishda turistlarning turistik resurslaridan foydalanishini ta’minlovchi bino va inshootlar tizimi;
- b) mehmonxonalar, transport-logistika tuzilmalarni rivojlantirish;
- d) muhandislik-kommunikatsiya infratuzilmasini jadal rivojlantirish;
- e) turmahsulotlarni shakllanishida ishtirok etuvchi tarmoqlarni rivojlantirish.

5. Turizm industriyasida turoperatorning asosiy vazifasi nimalardan iborat?

- a) tijorat maqsadi uchun turizm mahsulotini sotishga taklif qiladi;
- b) turni tayyorlash va rejalashtirishda ishtirok etadi;
- d) turistik ekskursiyalarni tashkil etadi va ishtirok qiladi;
- e) a va b javoblar to‘g‘ri.

14-mavzu. EKOLOGIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING ZAMONAVIY TENDENSIYALARI

Reja:

- 14.1. Ekologik turizmning maqsadi va vazifalari.
- 14.2. Ekologik turizmni rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalari.
- 14.3. O‘zbekiston Respublikasining ekoturistik rayonlari.

14.1. Ekologik turizmning maqsadi va vazifalari

O‘zbekiston Respublikasi Markaziy Osiyo hududidagi davlatlar orasida katta ekologik turizmni rivojlantirish imkoniyatlariga ega bo‘lgan va bu borada raqobatbardoshligi yuqori mamlakatlardan hisoblanadi. Yuksak tog‘ cho‘qqilarimiz, uch ming yillik insoniyat tamadduniga guvoh shaharlarimiz, cho‘l va yashil vodiylarimiz, ming bir dardga shifo zilol suvlarimizning borligi ushbu sohani rivojlantirish uchun katta imkoniyatlar yaratib beradi. Ekologik turizm mamlakatimiz tabiatining xilma-xil va boy turistik-rekreatsiya resurslari salohiyati imkoniyatlaridan samarali foydalanish, tabiat va madaniyat meroslarini asrash va muhofaza qilish, mahalliy aholini ish bilan ta’minlash bo‘yicha tegishli dasturlar ishlab chiqishni taqozo qilmoqda.

Bugungi kunda ilmiy va ommabop adabiyotlar, shuningdek, ommaviy axborot vositalarida ekoturizmning o‘rni va ahamiyatini ochib berishga qaratilgan ko‘plab qarashlar olg‘a surilmoqda. Xalqaro maqomdagi tashkilot va muassasalarning ma’lumotiga ko‘ra, ko‘pgina turizm turlari yiliga o‘rtacha 5 foizga ortib boryotgan bo‘lsa, ekoturizm yiliga o‘rtacha 20-30 foizga ko‘payib bormoqda. Ko‘pgina mutaxassis va tadqiqotchilarning ilmiy tajriba va xulosalari shuni ko‘rsatmoqdaki, ekoturizm turizmning yangi va yosh yo‘nalishi bo‘lishiga qaramasdan, ommalashuvi boshqa turistik yo‘nalishlarga nisbatan 2-3 barobar jadal kechmoqda⁴⁶.

O‘zbekiston Respublikasi Birinchi Prezidenti Islom Karimov Singapur Respublikasiga Davlat tashrifi arafasida shu mamlakatning

⁴⁶ <http://kun.uz/news/2017/03/08/o‘zbekistonda-ekoturizmni-rivojlantirish-imkoniyatlari-kandaj>

markaziy nashrlaridan biri «Today» («Bugun») gazetasi muxbirining savollariga bergan javoblarida O‘zbekistonda ekologik turizmning katta salohiyatga ega ekanligini ta’kidlagan holda, bu yo‘nalishda olib borilayotgan ishlar haqida quyidagilarni keltiradilar: «Go‘zal geografik va tabiiy sharoitlar respublika hududida ekologik turizmni rivojlantirish uchun g‘oyat qulaydir. Bu borada mamlakatning tog‘li hududlarida joylashgan, zamonaviy jihozlangan sayyohlik majmualarida qishki va noyob sayyohlik dasturlari tashkil etilgan. Sayyohlikning yangi yo‘nalishi – yirik qo‘riqxonalar va bog‘lar hududida tashkil etilgan tabiatshunoslik turizmi rivojlanmoqda. Turizm infratuzilmasi jadal rivojlanmoqda, yangi mehmonxonalar, sayyohlik yo‘nalishlari tashkil etildi. Ular xalqaro sayyohlar uchun keng ko‘lamli xizmatlarni taklif etishga tayyor»⁴⁷. Darhaqiqat, O‘zbekiston Respublikasi Markaziy Osiyo hududidagi davlatlar orasida katta ekoturistik imkoniyatlarga ega bo‘lgan va bu borada raqobatbardoshligi yuqori bo‘lgan mamlakatlardan hisoblanadi.

Ayni paytda O‘zbekistonda 800 dan ortiq turizm faoliyatini ko‘rsatuvchi turoperatorlik firmalari, 600 ga yaqin mehmonxonalar, 30 dan ortiq muhofazaga olingan hudud (qo‘riqxona, milliy bog‘, nodir tabiat yodgorliklari va h.k.)lar, 60 ta o‘rmon xo‘jaliklari faoliyat ko‘rsatmoqda. Shuningdek, O‘zbekistonda 400 dan ortiq tabiatning noyob yodgorliklari mavjud⁴⁸.

O‘zbekistonda ekologik turizm rivojlanib borishining yana bir sababi, turist o‘zi qiziqqan tabiat va uning tabiiy sharoiti, biologik resurslari bilan tanishibgina qolmasdan, bu tabiat bag‘rida dam oladi, tabiat go‘zalligini chuqur his qiladi. Uning resurslarini avaylash xohish-istagi paydo bo‘ladi. Respublikamizning ekologik turizm salohiyatini hisobga olganimizda ekologik turizmni rivojlantirishning asosiy resurslari – 4 faslli tabiat mavsumlari, o‘zining ekologik tizimlariga ega bo‘lgan 5 ta tabiiy landshaft bio-xilma-xilliklarida endemik (faqat O‘zbekiston tabiatida) turlarning mavjudligidan iborat.

Mamlakatimizda faoliyat ko‘rsatayotgan turoperatorlik firmalari tomonidan Chorvoq, Bildirsoy, Chimyon, Zomin, Haydarko‘l

⁴⁷ Xalq so‘zi gazetasi, Toshkent, 2007-yil 26 yanvar, №19.

⁴⁸ <http://kun.uz/news/2017/03/08/o‘zbekistonda-ekoturizmni-rivojlantirish-imkoniyatlari-kandaj>

kabilarga o'tkazilayotgan ekoturlar, cho'l hududlarda tuyada sayr qilish kabi turlar ichki hamda xalqaro turizmni rivojlantirishda katta ahamiyatga ega bo'lmoqda.

Tahlillarga ko'ra, ekoturizm xizmatlarini ko'rsatayotgan turoperatorlik firmalari asosan, Chimyon – Chorvoq rekreatsiya zonasi doirasida faoliyat ko'rsatmoqda, xolos. Biroq O'zbekistonning Hisor, Bobotog', Ko'hitangtog' (Surxondaryo), Chaqchar (Qashqadaryo), Nurota (Navoiy – Jizzax), Zarafshon (Samarqand), Turkiston (Jizzax), Oloy (Farg'ona), Qurama, Chotqol (Namangan) tog'lari, Qizilqum cho'lidagi qoldiq tog'lar, Qizilqum cho'li, Orol dengizining qurigan tubi va qoldiq sho'r ko'llar, Ustyurt platosi, Borsa kelmas sho'rxogi, Mingbuloq botig'i, Aydarko'l, Dengizko'l, Amudaryo va Sirdaryo sohilidagi to'qaylar, Muruntov karyeri va tabiatning noyob yodgorliklari bo'ylab majmualari va mavzuli ekoturlar tashkil etish bugungi kunda yechimini kutib turgan vazifalar qatoriga kiradi.

Shuni ta'kidlab o'tish kerakki, O'zbekiston Markaziy Osiyoning o'rtasida, ekologik turizmning rivojlanishi uchun qulay transport, geografik hududlarida joylashgan. Mavzuning dolzarbligi shundaki, rivojlanib borayotgan mamlakatlarning turizm industriyasi asosan tabiiy yoki ekologik turizm hisobiga amalga oshirilmoqda. Ekspertlarning ma'lumotiga qaraganda, ekoturizm sayyohlik bozorining 10-20 %ini qamrab olgan, o'sish sur'ati esa umumiy turizm industriyasining o'sish sur'atidan 2 – 3 marotaba oshib ketdi. Shuning uchun ham bugungi kunda ekologik turizmni rivojlantirish hamda ekologik resurs maskanlariga turistik marshrutlar tuzishning uslubiy asoslarini ishlab chiqish zarur bo'lmoqda.

Ekologik turizmni rivojlantirishning dolzarbligini hisobga olib, ekologik turizmning mohiyatiga va ekologik turizm resurslariga baho berish, ekologik turizm resurslariga turistik marshrutlar tuzishning uslubiy tashkiliy mexanizmlarini ishlab chiqish, ekologik turizmni rivojlantirishning nazariy va amaliy asoslarini tashkil qiladi.

Ekoturizm so'zi XX asrning 80-yillaridan boshlab turizm industriyasiga kira boshlagan bo'lsa-da, biroq ekoturizm tushunchasiga olimlar tomonidan hozirgacha yagona ta'rif berilmagan. «O'zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirish Konsepsiyasida»

ekologik turizmning ta'riflashda xalqaro tashkilotlarning izohlashlari keltirilgan.

Ekoturizm tabiiy turizm bo'lib, tabiat muhitini hosil qilish va tushinishni o'z ichiga oladi. **Tabiatni muhofaza qilish xalqaro ittifoqi (TMQXI)** ta'rifiga ko'ra, "ekologik turizm yoki ekoturizm tabiat muhitiga nisbatan mas'uliyat bilan sayohat qilishga, hududlarning tabiatiga ziyon yetkazmagan holda o'rganish hamda betakror, go'zal joylaridan zavq olish maqsadida tabiatni muhofaza qilishga ko'maklashadi, atrof-muhitga "yumshoq" ta'sir etadi, mahalliy aholining ijtimoiy-iqtisodiy sharoitini faollashtiradi va shu faoliyatdan ularning imtiyozlar olishini ta'minlaydi"⁴⁹. Turizm jamiyati esa "ekoturizmni tabiiy hududlarga mas'uliyat bilan sayohat qilish natijasida tabiatni muhofaza etishni ta'minlaydi va mahalliy xalqning turmush darajasini yaxshilaydi"⁵⁰, deb hisoblaydi.

«O'zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirish Konsepsiyasida»⁵¹ ekoturizm deganda, nafaqat ma'rifiy - ma'naviy maqsadlarni ko'zlagan holda ekzotik tabiiy hududlarga, ularning hayvonot va o'simlik dunyosiga sayohat, balki ijtimoiy - iqtisodiy masalalarni amalga oshirilishi yordamida ekologiya muammolarini hal qilish bilan bir-biriga bog'liq majmualar yig'indisini tushunamiz.

Ekoturizm – ijtimoiy ma'sulyatli va ekologik barqaror rivojlanishni, tabiiy va madaniy merosni, bioxilma-xillikni saqlashni, nazarda tutuvchi turizmning serdarod innovatsion yo'nalishidir⁵².

O'zbekistonlik ekolog olimlarning fikricha, ekoturizm ma'rifiy-ma'naviy tushunchalar ostida ekoturistlarning ekzotik tabiiy hududlarga, ularning hayvonot va o'simliklar dunyosiga, tabiiy hududlarning tarixiy yodgorliklariga, arxeologik topilmalariga, geologiyasiga, paleontologiya qoldiqlariga sayohatlari kabi tabiat bilan bog'liq majmualar kiradi.

Ekoturizmning maqsadi – hozirgi va kelajak avlodlarning ekologik xavfsizligi va barqaror rivojlanishini ta'minlash uchun

⁴⁹ "O'zbekistonda ekoturizmni rivojlantirish Konsepsiyasi" Ekologiya xabarnomasi, 2007, № 6, 10-b.

⁵⁰ "O'zbekistonda ekoturizmni rivojlantirish Konsepsiyasi" Ekologiya xabarnomasi, 2007, № 6, 10-b.

⁵¹ O'zbekiston Respublikasi tabiatni muhofaza qilish davlat qo'mitasi davlat bionazorati, "O'zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirish Konsepsiyasi". Экологический вестник, № 6, 2007, 9 b.

⁵² A.K.Alimov "Qoraqolpog'iston Respublikasida ekologik turizmni rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari va istiqbollari". Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (Doctor of philosophy) dissertatsiyasi. 2018 y.

tabiatdan turistik yoʻnalishda oqilona foydalanishdir. Ekoturizmning maqsadini amalga oshirish uchun «Oʻzbekistonda ekologik turizmni rivojlantirish Konsepsiyasi»dagi dasturni keltirish kifoya qiladi. Bu konsepsiyada respublikamizda ekologik turizmni rivojlantirish uchun quyidagi vazifalarni bajarish muhimligi alohida qayd qilingan:

- ekoturizm industriyasini shakllantirish uchun maxsus qonunlarni ishlab chiqish va ularning huquqiy mexanizmini yaratish;
- ekoturistik fan, taʼlim va amaliyotning nazariy asoslarini ishlab chiqish;
- aholining ekologik ongi va madaniyatini ekoturizm orqali oʻstirish;
- ekoturizm yoʻnalishidagi taʼlim va tarbiyani yoʻlga qoʻyish;
- ekoturizm boʻyicha mutaxassislarni tayyorlash va qayta tayyorlash;
- ekoturistik obyektlarni har tomonlama baholash va ularning kadastrini olib borish;
- ekoturizm monitoringi va istiqbolini olib borishni yoʻlga qoʻyish;
- milliy davlat hududlarini ekoturizm boʻyicha rayonlashtirish;
- davlatlarning va xalqaro jamiyatning ekoturizmga oid taktik reja va strategik dasturlar va tadbirlarini ishlab chiqish;
- biologik xilma-xillikni saqlash.

Qayd qilingan vazifalarni bajarishda quyidagi ekoturistik tamoyillarni, yaʼni ekologik munosabatlarni turizm orqali tartibga solishga yoʻnaltirilgan qoidalarga qattiq, masʼuliyat bilan rioya qilish talab qilinadi:

- ekoturizmda tabiatni muhofaza qilish va barqaror rivojlanish masalalarining ustuvorligi;
- ekoturizmning tarixiy, madaniy va boshqa turizm turlari bilan bogʻlanganligi;
- turizm va servis sohasi yoʻnalishidagi barcha taʼlim muassasalarida ekoturistik oʻquv kiritilishining maqsadga muvofiqligi;
- mahalliy aholining ekologik ongi va madaniyatini oʻstirishda ekoturizmni jalb qilish zaruriyati;

- tabiatdan oqilona foydalanish va tabiatni muhofaza qilishning mazmunini ekoturistik marshrutlarda aks ettirish;
- davlat, jamiyat, mahalliy boshqaruv idoralarining ekologik turizmdan manfaatdorligi;
- ekoturizmda ekologik ijtimoiy-iqtisodiy manfaatdorlikning yagonaligi;
- ekoturizmda milliy gʻurur va iftixorni shakllantirishning zarurligi.

Qayd qilingan tamoyillarning bajarilishi Oʻzbekistonda ekologik turizmni jadal rivojlantirishning asoslarini taʼminlaydi.

Ekoturizmni rivojlantirish boʻyicha «Oʻzbekistonda ekologik turizmni rivojlantirish Konsepsiyasi»ning 1.4. bandida – ekoturizmning ijtimoiy-iqtisodiy masalalari yechimini topishi lozim boʻlgan dolzarb masalalar qayd qilingan. Ular quyidagilar:

- ekoturizm obyektlarida aholini ish bilan taʼminlash, ijtimoiy muhofaza qilish muammolarini hal qilish;
- ekoturizm qadamjolarida kichik va oʻrta biznesni rivojlantirish orqali qoʻshimcha ish oʻrinlarini yaratish, turistik infrazuzilmalarni hosil qilish;
- ekoturizmning jahon talablariga javob bera oladigan moddiy - texnik, axborot-tahliliy bazasini yaratish, xizmat koʻrsatish va servis sohasini rivojlantirish;
- ekoturizm maskanlarini elektr energiyasi va issiq suv bilan taʼminlash maqsadida ekologik toza, qayta tiklanuvchi muqobil energiya qurilmalari yordamida foydalanishni keng yoʻlga qoʻyish.

14.2. Ekologik turizmni rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalari

Gʻarb mamlakatlarida ekoturizmga iqtisodiy soha jihatidan qaraladi, chunki chet ellarda jadal suraʼtlar bilan rivojlanib boryotgan ekoturizm iqtisodiy foyda keltiruvchi turizmning eng istiqbolli turlaridan biri hisoblanadi.

Ekspertlarning taʼkidlashlariga binoan, ekoturistlar koʻpincha oʻrta yoki oʻrtadan yuqori sarmoyaga ega boʻlgan, har tomonlama taʼminlangan sayohatchilardan iborat. Sayyoramizda inson faoliyati

tegmagan yovvoyi tabiat juda kam qolganligi sababli, odatda bunday hududlarga sayohat qilish cheklangan hamda ularga sayohat qilish ham sezilarli darajada qimmat bo‘ladi. Shu sababli, ekoturizmga daromad turizmning boshqa turlaridan tushgan daromadlardan bir necha marotaba ko‘pdir.



14.2.1-rasm. Ekologik turizmning asosiy biologik xilma-xil resurslari.

BMT va BTT tashkilotlarining ma’lumotlari bo‘yicha, oxirgi 20 yil ichida endi rivojlanib borayotgan mamlakatlarda ekoturistlar soni ko‘payib va undan olinadigan daromadlar yildan-yilga o‘sib bormoqda.

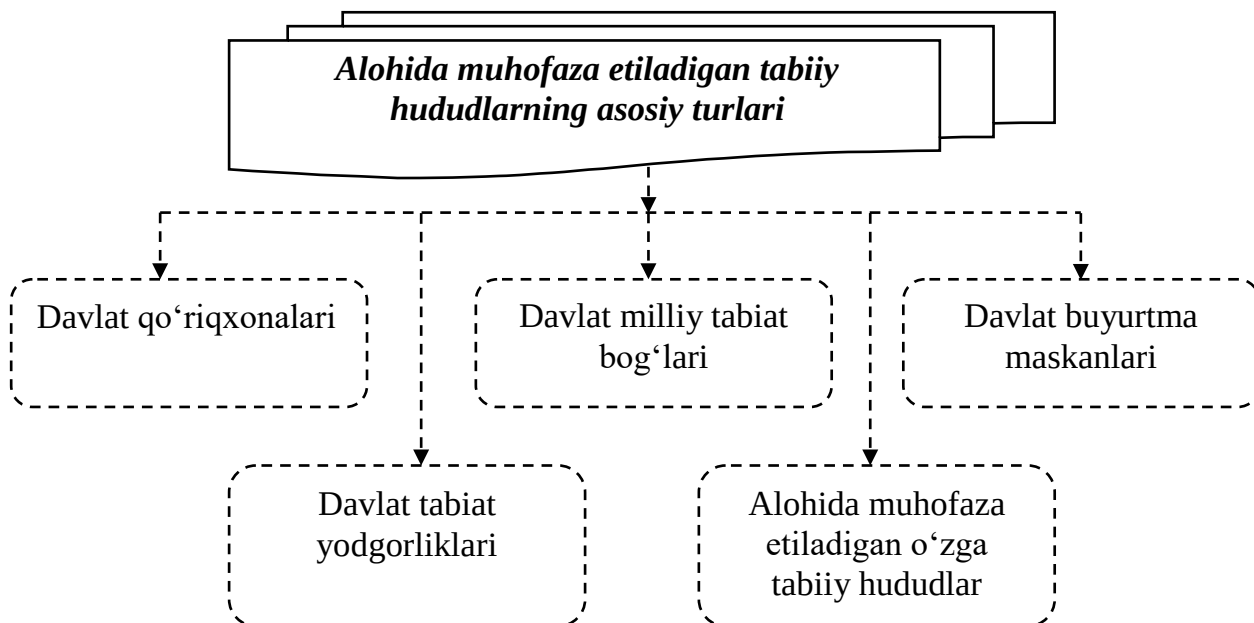
Demak, ekoturizm tabiatni muhofaza qilish tadbirlarini amalga oshirishga katta iqtisodiy hissa qo‘shadi hamda bunday tadbirlarni

to‘la-to‘kis o‘tkazishga katta moliyaviy ko‘mak ham berishi mumkin.

Ekologik turizm maqsadi – Vatanimizning tabiiy resurslaridan oqilona foydalanish sohasida, Ona Vatinimizning landshafti, hayvonot va nabotot dunyosining boy va betakror tabiati bilan tanishtirish, xalqlar o‘rtasidagi do‘stlik rishtalarini bog‘lash, mamlakatlar va turli xalqlarning biri-birini kengroq bilishi, balki shu bilan birga O‘zbekiston hududida qirilib ketish arafasida turgan noyob hayvonot va nabotot dunyosini saqlash va ko‘paytirish maqsadida qo‘riqxonalar (Surxon, Nurota, Hisor, Baday-To‘qay, Zarafshon, Qizilqum, Chotqol, Zomin, Kitob) parvarishxonalar («Jayron») ekomarkazi, Sayhun xo‘jaligi) tarkibida va atrofida jahon talablariga javob bera oladigan milliy tabiiy bog‘larni amalga oshirish orqali muhofaza qilinadigan hududlarda ekoturizm obyektlarining moddiy-texnika bazasini yaratish uchun qo‘shimcha chet el investitsiyalarini jalb qilishdan iboratdir.

Ekologik turizmni rivojlantirishda alohida muhofaza qilinadigan tabiiy hududlar juda katta rol o‘ynaydi. Shunday ekan, bugungi kunda mamlakatimizda ushbu hududlarni ko‘paytirish va ulardan ekoturizmga foydalanish yo‘llarini ishlab chiqish lozim bo‘lmoqda.

Bugungi kunda mamlakatda tabiati alohida muhofaza qilinadigan hududlarda ekoturizmni rivojlantirish muhim masalalardan biri hisoblanadi. O‘zbekiston Respublikasining «Alohida muhofaza etiladigan tabiiy hududlar to‘g‘risida»gi Qonuni doirasida alohida muhofaza etiladigan tabiiy hududlarning asosiy turlarini quyidagi chizmada ifodalaymiz (14.2.2 - rasm).



14.2.2 – rasm. Muhofaza etiladigan hududlarning turlari.

Davlat qo'riqxonalari – o'simlik va hayvonot dunyosini muhofaza qilish, ularning nodir va tugab borayotgan turlarini saqlab qolish, sonini ko'paytirishda muhim o'rin tutadi. Hozirgi vaqtda Chotqol tog'-o'rmon, Payg'ambarorol, Qizilqum, Bodayto'qay, Nurota, Zarafshon, Hisor, Varganzi, Ko'hitangtog', Kitob davlat qo'riqxonalari mavjud.

Davlat milliy tabiat bog'lari – «Alohida muhofaza etiladigan tabiiy hududlar to'g'risida»gi Qonunning 15-moddasiga ko'ra, davlat milliy tabiat bog'lari tabiatni muhofaza qilish muassasasi bo'lib, ularning hududlari (akvatoriylari) alohida ekologik, tarixiy va estetik qimmatga ega bo'lgan hamda tabiatni muhofaza qilish, rekreatsiya, ma'rifiy, ilmiy va madaniy maqsadlarda foydalanishga mo'ljallangan tabiiy majmuilarni qamrab oladi.

Davlat buyurtma maskanlari – qo'riqxonalardan tashqari kamayib ketayotgan o'simlik va hayvon turlarini saqlab qolish va tiklash maqsadida barpo etiladi.

Davlat tabiat yodgorliklari – O'zbekiston Respublikasining «Alohida muhofaza etiladigan tabiiy hududlar to'g'risida»gi Qonunning 21-moddasiga binoan, ekologik, ilmiy, estetik, madaniy jihatdan noyob, o'rnini to'ldirib bo'lmay, qimmatli, kelib chiqishi tabiiy bo'lgan obyektlar davlat tabiat yodgorliklari hisoblanadi⁵³.

⁵³O'zbekiston Respublikasining "Alohida muhofaza etiladigan tabiiy hududlar to'g'risida"gi Qonuni.

O‘zbekiston Respublikasining davlat tomonidan muhofaza etiladigan tabiiy hududlari 14.2.1-jadvalda ko‘rsatilgan.

14.2.1-jadval

O‘zbekistonda joylashgan davlat qo‘riqxonalari, rezervat, milliy tabiat bog‘lari, davlat buyurtma maskanlari⁵⁴

№	Nomi	Ixtisosligi	Tashkil etilgan yili	Maydoni (ga)
1	Hisor tog‘-o‘rmon davlat qo‘riqxonasi	tog‘-o‘rmon	1983	80986
2	Kitob geologik tog‘- o‘rmon davlat qo‘riq-xonasi	tog‘	1979	3938

14.2.1-jadvalning davomi

3	Nurota tog‘-yong‘oq davlat qo‘riqxonasi	tog‘- yong‘oq	1975	17752
4	Qizilqum to‘qay-cho‘l davlat qo‘riqxonasi	to‘qay-qum	1971	10311
5	Quyi Amudaryo biosfera davlat rezervati	qayr-to‘qay	2011	68718
6	Surxon tog‘-o‘rmon davlat qo‘riqxonasi	tog‘-o‘rmon	1987	24554
7	Ugom-Chotqol davlat milliy tabiat bog‘i	tog‘-o‘rmon	1990	574590
8	Zarafshon to‘qay davlat qo‘riqxonasi	qayr-to‘qay	1979	2352
9	Zomin davlat milliy tabiat bog‘i	tog‘-o‘rmon	1976	24110
10	Zomin tog‘-archa davlat qo‘riqxonasi	tog‘-archa	1960	26840
11	Chotqol biosfera tog‘- o‘rmon davlat qo‘riqxonasi	tog‘-o‘rmon	1947	35724
12	“Arnasoy” davlat buyurtma maskani	ko‘l	1983	63300
13	“Dengizko‘l” davlat	ko‘l	1973	50000

⁵⁴ Atlas. O‘zbekiston iqtisodiy va ijtimoiy geografiyasi. –T., 2015.

	buyurtma maskani			
14	“Muborak” davlat buyurtma maskani	cho‘l	1998	219534
15	“Nurobot” davlat buyurtma maskani	cho‘l	1992	40000

Keltirilgan jadval ma’lumotlari bilan tanishib chiqib, respublikamizda ekoturizm rivojlanishi kerak bo‘lgan birinchi navbatdagi ekoturizm resurslari davlat muhofazasida ekanligi ma’lum bo‘ladi. Bu holat juda to‘g‘ri qaror qilingan. Dunyoning barcha davlatlarida ham 14.2.1-jadvaldagi tabiiy hududlar o‘zining o‘simliklar olami va hayvonot dunyosi bilan qattiq qo‘riqlanadi. Shu bilan birga, ta’kidlash lozimki, juda ko‘plab davlatlarda, ayniqsa, tabiatda noyob o‘simlik yoki hayvon turlari muhofaza qilinadigan qo‘riqxonalar ham ekologik turizm maqsadlarida samarali foydalaniladi. Bunga misol qilib Afrika, Kanada, Amerika, Avstraliyadagi qo‘riqxonalar, rezervatlar va milliy parklar haqidagi kino-seriallarning tobora ommaviylashib borayotganligini keltirish mumkin.

Shuningdek, ta’kidlab o‘tish joizki, mamlakatimizda kamyob hayvonlarni urchitish bo‘yicha markazlar ham faoliyat ko‘rsatib kelmoqda (14.2.2-jadval).

14.2.2-jadval

Kamyob hayvonlarni urchitish bo‘yicha markazlar⁵⁵

№	Nomi	Ixtisosligi	Tashkil etilgan sana	Maydoni (ga)
1.	“Jayron” respublika eko-markazi	cho‘l	1989	16504
2.	Buxoro viloyatida to‘x-tatuvaloqni ko‘paytirish bo‘yicha pitomnik	cho‘l	2007	10
3.	Navoiy viloyatida to‘x-tatuvaloqni ko‘paytirish bo‘yicha pitomnik	cho‘l	2008	10

⁵⁵ Atlas. O‘zbekiston iqtisodiy va ijtimoiy geografiyasi. –T., 2015.

Vatanimiz ekoturizmining taraqqiyot salohiyati nihoyatda katta va uni jadal sura'tlar bilan rivojlantirish uchun barcha imkoniyatlar mavjud. Faqat bu salohiyat va imkoniyatlardan jahonda ekoturizmi taraqqiy etgan mamlakatlar tajribasiga tayangan holda, oqilona foydalanish hamda ilmiy asosda xatolarsiz amalga oshirish lozim.

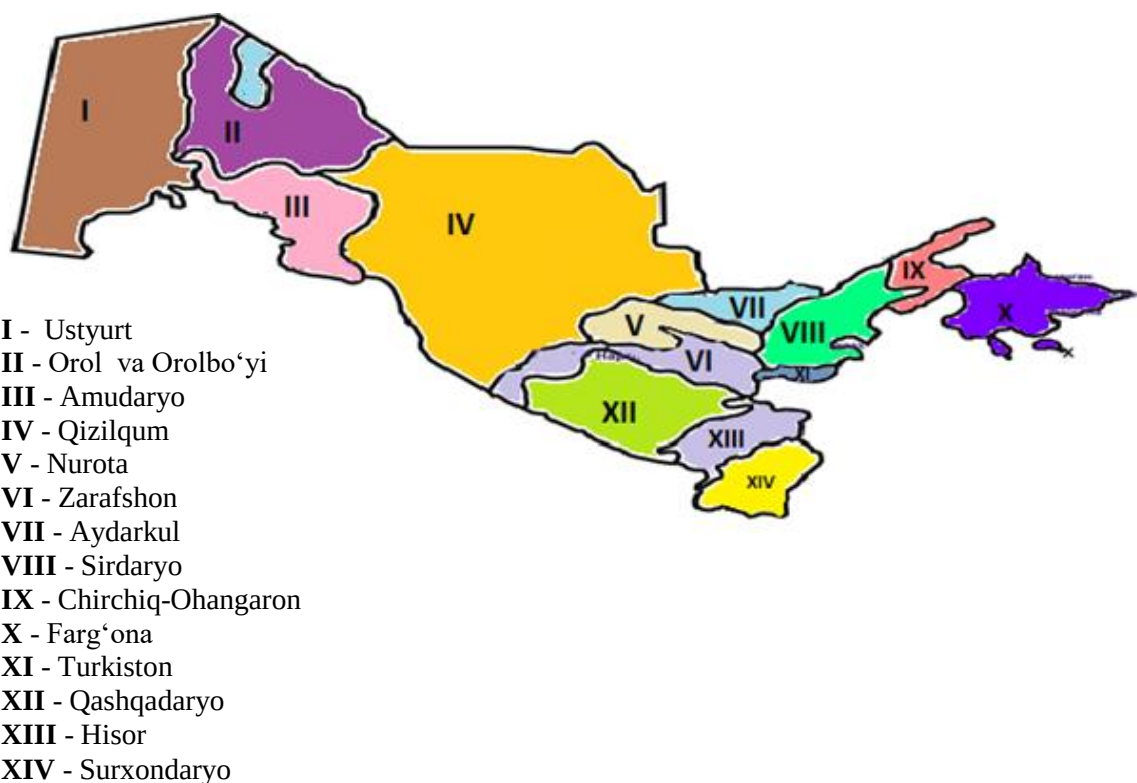
Mamlakatimiz o'ziga xos betakror tabiat boyliklariga, bir qancha so'lim go'shalariga, noyob hayvonot olamiga ega. Bularning hammasi ekologik turizmni rivojlantirish uchun asosiy resurs va imkoniyat bo'lib hisoblanadi. Birgina hayvonot olamiga nazar tashlaydigan bo'lsak, mamlakatimizda ayni paytda umurtqali hayvonlarning 677 turi, shu jumladan, sut emizuvchilarning 108, qushlarning 432, sudralib yuruvchilarning 58, amfibiyalarning 2 hamda baliqlarning 77 turi, shuningdek, umurtqasizlarning 15 mingdan ortiq turi mavjud. Hozirgi kunda sut emizuvchilarning 23, qushlarning 48, sudralib yuruvchilarning 16, baliqlarning 17, halqasimon chuvalchaglarning 3, mollyuskalarning 14 va bo'g'imoyoqlarning 61 turi "Qizil kitob"ga kiritilgan va ular alohida muhofazaga olingan⁵⁶.

14.3. O'zbekiston Respublikasining ekoturistik rayonlari

O'zbekiston Respublikasi Tabiatni muhofaza qilish davlat qo'mitasining mutaxassislari O'zbekistonning ekoturistik rayonlari xaritasini ishlab chiqishgan.

Xaritaga muvofiq, butun mamlakatimiz hududi XIV ekoturistik rayonga ajratilgan. Har bir ekoturistik tumanga ekoturistik zona deb ham qarash mumkin. Ular jumlasiga Ustyurt, Orol va Orolbo'yi, Amudaryo, Qizilqum, Nurota, Zarafshon, Aydarkul, Sirdaryo, Chirchiq, Ohangaron, Farg'ona, Turkiston, Qashqadaryo, Hisor, Surxondaryo ekoturistik rayonlari kiritilgan.

⁵⁶ "Xalq so'zi" ro'znomasi, 2011-yil 11-mart. 4 b.



14.3.1-rasm. O'zbekiston Respublikasining ekoturistik rayonlari⁵⁷.

Har bir rayon o'zining ekoturistik holati, imkoniyatlari, shart-sharoitlari va rivojlanish istiqbollari nuqtayi nazaridan ajralib turadi. Masalan, **Ustyurt ekoturistik rayonini** oladigan bo'lsak, u O'zbekistonning shimoli-g'arbida Qoraqolpog'istonda joylashgan plato bo'lib, uning umumiy maydoni 200 ming km² ni tashkil etadi. Bu joylar dunyoda eng katta va yagona 60-150 metrlik tik qoyali jarlari, davolash xususiyatiga ega bo'lgan juda katta – 1000 km tuzli Borsa kelmas sho'rxoki bilan mashhur. O'simlik qoplami siyrak, osh tuzi va balchiqli tuzning qatlami 16-27 sm dan 5 m gacha boradi. Yangi qurib bitkazilgan Qo'ng'iro't soda zavodi aynan ana shu tuzlar hisobiga ishlaydi.

Neolit davridan qolgan «Ustyurt makoni» ham noyobdir. Unda 60 ga yaqin qadimiy odamlar yashagan tabiiy obyektlar aniqlangan. Ularning ichida ham tarixiy, ham ekoturistik ahamiyatga moyil «Tempa» makoni bo'lib, undan Xorazm arxeologiya ekspeditsiyasi qadimiy mehnat va ov qurollarini topgan.

⁵⁷O'zbekiston Respublikasi Tabiatni muhofaza qilish davlat qo'mitasi ma'lumotlari asosida.

Orol va Orolbo'yi ekoturistik rayoni ekologik inqirozli ekoturistik hudud bo'lgani uchun ham ekstremal ekoturistik obyekt bo'lib hisoblanadi. Ekoturistik marshrutlar bir paytning o'zida ham Orolning qurigan, ham uning ta'sirida bo'lgan Orol atrofi hududlarini qamrab oladi. Ekoturlar nafaqat treking (piyoda) yoki tuya va otlarda, balki samolyot va vertolyotlar orqali ham amalga oshirilishi mumkin.

Amudaryo ekoturistik rayoni. Amudaryoning o'zaniga yaqin sohillarida to'qayzorlar mavjud bo'lib, ular ekoturlar uchun juda qiziqarli noyob landshaft hisoblanadi. Quyi Amudaryoning o'ng sohilida to'qay landshaftidagi qushlar va hayvonlarni muhofaza qilish uchun Baday-to'qay qo'riqxonasi tashkil etilgan. Ornita-faunani saqlash uchun Xorazm buyurtmaxonasi tashkil etilgan. Bulardan tashqari, Qizilqumning g'arbiy qismida, Amudaryoning o'ng qirg'og'ida, kembriy va kembriygacha davrda burmalangan tog' jinslari ochilmalaridan iborat, balandligi 485 metrlik Sulton Uvays tog'lariga ekoturlar uyushtirish mumkin. Amudaryo ekoturistik rayonida O'zbekistonning ko'hna shaharlaridan biri Xorazm joylashgan, uning arxitektura yodgorliklari tarixiy turizm markazlaridan biri hisoblanadi. Ekoturlarni tarixiy turlar bilan kompleks tarzda olib borish mumkin.

Nurota ekoturistik rayoni o'zining ajoyib tabiat manzaralari, tarixiy arxitektura yodgorliklari bilan kishilarni maftun etadi. 1975-yilda tashkil etilgan va maydoni 17,8 ming ga bo'lgan Nurota tog'yong'oqzor-meva qo'riqxonasi mavjud. Bu qo'riqxonaga «Ekosan» qoshidagi «Ekosantur» firmasi tomonidan ko'plab marshrutlar uyushtirilgan. Oqtog'ning janubiy yon bag'rida joylashgan shamol ta'sirida tebranib turuvchi bahaybat harsang toshli «Sangijumon», «Koriz qoldiqlar» kabi tabiat yodgorligi ekoturizmning muhim obyektlaridan bo'lib hisoblanadi.

Ko'p asrlik ziyoratgoh «Chashma buloq» yaqinida «Chilustun» masjidi, madrasa, Abul Xasan Nuriy maqbarasi va qal'asi joylashgan. Qoratog' tizmasining janubiy yon bag'rida «Sarmish darasi»dagi qoyalarda avlodlarimizning hayoti va madaniyatini aks ettiruvchi lavhalar, rasmlar ishlangan.

Janubiy Nurota tizmasida uzunligi 110 m, absolyut balandligi 1060 m, maydoni 163 m keladigan «Maydon karst g'ori», Shimoliy

Nurota tizmasidagi uzunligi 130 m, absolyut balandligi 1100 m, maydoni 70 m keladigan «Xonaixudo karst gʻor» da gʻorshunoslikni rivojlantirish mumkin. Bulardan tashqari, XI asrda bunyod etilgan va XVIII asr boshlarigacha turgan «Raboti Malik karvonsaroyi» sayyohlarning toʻxtash joyi, shuningdek, savdogarlarning savdo qilish joyi boʻlgan. Raboti Malik yonida ming yillik tarixga ega boʻlgan madaniy yodgorlik – sardoba uchraydi. Yer ichiga 12 m botirilgan sardobada butun yoz boʻyi muzdek va toza suv saqlangan.

Zarafshon ekoturistik rayonida Zarafshon daryosi boʻylarida joylashgan toʻqay landshafti, undagi oʻsimlik va hayvonot dunyosini muhofaza qilish uchun tashkillashtirilgan «Zarafshon qoʻriqxonasi» mavjud. Buxoro viloyatining Shofrikon oʻrmon xoʻjaligi hududida joylashgan qum-choʻl landshafti, u yerdagi oʻsimliklar va hayvonlar hamda tarixiy yodgorliklar (Vardanza shahar harobalari) davlat tomonidan qoʻriqlanadi. «Vardanza» qoʻriqxonasi, «Toʻdakoʻl flora va faunasini boyitish» buyurtmaxonasi, Qoravulbozor xoʻjaligida joylashgan «Jayron» ekomarkazi, suv va botqoqqa moslashgan qushlarni koʻpaytiruvchi «Dengizkoʻl» buyurtmaxonasi, Zarafshon togʻ tizmalaridagi Omonqoʻton va Temurlang karst gʻorlari, Zirabuloq-Ziyovuddin togʻ tizmalaridagi koʻp qavatli «Gʻuntak» gʻori va boshqalar diqqatga sazovordir.

Turkiston ekoturistik rayonida ekoturlarni alohida muhofaza etiladigan hududlarga uyushtirish mumkin. Chunki bu rayonda Turkiston tizmasining shimoliy yonbagʻrida 1959-yilda tashkil etilgan, absolyut balandligi 1760-3500 m, umumiy maydoni 21735 ga boʻlgan «Zomin» davlat qoʻriqxonasi, maydoni 24110 ga boʻlgan noyob togʻ-archa ekosistemalarini tiklash va rekreatsiya maqsadlarda foydalanish uchun 1978-yilda tashkil etilgan «Zomin» milliy bogʻi mavjud.

Qashqadaryo ekoturistik rayoni choʻl, dasht, togʻ oldi va togʻli hududlardan iborat. Bu rayonda yoz va bahor oylarida choʻl va dashtlarda, yilning barcha fasllarida esa togʻ oldi va togʻli hududlariga ekoturlar uyushtirish mumkin. Qashqadaryo ekoturistik rayonida 1979-yilda tashkil etilgan, 3938 ga maydonga ega boʻlgan, MDH davlatlari ichida yagona «Kitob» davlat geologiya qoʻriqxonasi, 1992-yilda tashkil etilgan «Muborak» buyurtmaxonasi, 1992-yilda tashkil etilgan «Sechenkoʻl» buyurtmaxonasi mavjud.

Surxondaryo ekoturistik rayonida Ko‘hitang tog‘li hududda 1987-yilda tashkil etilgan, 53,7 ming ga maydonda 800 xil o‘simlik va 290 ta qush hamda 20 dan ortiq hayvon turlarini muhofaza qilishga yo‘naltirilgan «Surxon» davlat qo‘riqxonasi mavjud. Surxondaryo ekoturistik rayoni respublikamizning o‘ziga xos hududlaridan biri, bu yerda quruq subtropik iqlim mintaqasi hukmron. Shuning uchun ham yilning ko‘p oylarida ekoturlar uyushtirish imkoniyati bor⁵⁸.

Yuqoridagilardan ko‘rinib turibdiki, O‘zbekistonda ekoturizmni rivojlantirish uchun shart-sharoitlar yetarli, imkoniyatlar katta. Ekoturni yilning barcha fasllarida o‘tkazish va uni tarixiy, diniy turizm bilan qo‘shib olib borish mumkin.

Toshkent shahriga yaqin bo‘lgan Xumson – Oqtosh zonasining turistik salohiyati tur mahsulot xizmatlarining narxi uncha baland emasligi va hududning katta imkoniyatlari bilan farqlanadi. Xumsonga qilinadigan tashriflarning o‘rtacha soni har mavsumda 10 ming kishiga yetadi, Xumsonning Oqtosh zonasiga bir kunlik tashriflarni ham qo‘shib hisoblaganda kamida 120 ming kishiga yetishi mumkin.

Xumson xalqaro turizm yo‘nalishida kam tilga olinadi. Chet el sayohatchilari bu yerlarga faqat Toshkentga qilgan tashriflari doirasida kelishadi (ularning ulushi atigi 2% ni tashkil qiladi, bo‘lish muddatlari 2 kungacha). Bu hol xalqaro miqyosda reklama ishlari hali to‘liq yo‘lga qo‘yilmaganligini anglatadi. Shu bilan birga, Xumson – Oqtosh turistik zonasiga qiziqish bildiradigan mahalliy turoperatorlar mavjud. Masalan, Asia rast, Ecosan tour, Elena tour, AST, Ark-Osiyo firmalari shular jumlasidandir.

Xumson – Oqtosh zonasi bo‘yicha tavsiya qilinadigan turistik mahsulot yo‘nalishlari:

- tog‘da otda yurish marshrutlari;
- tog‘da piyoda yurish marshrutlari;
- folklor va gastronomiya;
- tabiat qo‘ynida hordiq chiqarish, joylarga ekologik turlar uyushtirish;
- baliq ovi, dorivor o‘simliklar yig‘ish.

⁵⁸O‘zbekiston Respublikasi Tabiatni muhofaza qilish davlat qo‘mitasi ma’lumotlari asosida.

Yuqorida ko'rsatilgan marshrutlar o'tkazish uchun eng qulay vaqtlar:

- trekkinglar – aprel-iyun oxiri va sentabr-oktabr o'rtalari;
- tog'larga chiqish – may-sentabr;
- suvda sayr qilish – may-iyul;
- otda sayr qilish – iyun-iyul va sentabr-oktabr;
- paraglayding va deltaplenerlik – may-oktabr;
- tog' chang'isi va taxtalari (snoubording) – yanvar-mart oxiri.

Tayanch so'z va iboralar: ekologik turizm, xorijiy ekoturizm bozori, turistik resurslar, turistik jozibadorlik, tabiiy boyliklar, alohida qo'riqlanuvchi tabiiy hududlarning tavsifi, davlat qo'riqxonalar, milliy parklar, maxsus tashkilotlar, buyurtmaxonalar, tabiat yodgorliklari, o'rmon va ovchilik xo'jaliklari.

Mustaqil ishlash uchun savollar

1. Ekologik turizm tushunchasi nimani anglatadi?
2. O'zbekistonda ekologik turizm qanday rivojlanmoqda?
3. O'zbekistonning turistlar e'tiboriga molik asosiy tabiiy boyliklari nimalardan iborat?
4. O'zbekiston Respublikasining alohida qo'riqlanuvchi tabiiy hududlarining tavsifini ifodalang.
5. O'zbekistonning ekoturistik rayonlari xaritasi bo'yicha qanday zonalarini bilasiz?
6. Ekologik marshrut yo'nalishlari va uning vazifalari qanday guruhlariga bo'linadi?

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar

O'zbekiston Respublikasining ekoturistik rayonlariga yana qaysi hududlarni kiritish mumkin? O'zbekiston Respublikasining davlat tomonidan muhofaza etiladigan tabiiy hududlar tarkibi nimalardan iborat? Ular bo'yicha batafsil ma'lumotlarni to'plang va taqdimot tayyorlang.

Test savollari

- 1. Ushbu qatorga ekoturizmning inglizcha nomini yozing?**
 - a) yashil turizm;
 - b) yumshoq turizm;
 - d) tabiat turizmi;
 - e) ekologik turizm.
- 2. «Baday-to‘qay» davlat qo‘riqxonasi qayerda joylashgan?**
 - a) Qoraqalpog‘iston Respublikasida;
 - b) Qashqadaryo viloyatida;
 - d) Jizzax viloyatida;
 - e) Samarqand viloyatida.
- 3. O‘zbekiston Respublikasida qanday milliy bog‘lar mavjud?**
 - a) Zomin, Baday-to‘qay;
 - b) Zarafshon, Nurota;
 - d) Baday-to‘qay, Zarafshon;
 - e) Nurota, Zomin.
- 4. O‘zbekistonda ekoturizmni rivojlantirish Konsepsiyasi qachon ishlab chiqilgan?**
 - a) 2007-yilda;
 - b) 2005-yilda;
 - d) 2006-yilda;
 - e) 2004-yilda.
- 5. O‘zbekistonda nechta davlat qo‘riqxonasi mavjud?**
 - a) 11 ta;
 - b) 9 ta;
 - d) 10 ta;
 - e) 8 ta.

15-mavzu. GASTRONOMIYA TURIZMINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

Reja:

15.1. Gastronomiya turizmining turlari, rivojlantirishning maqsadi va vazifalari.

15.2. O'zbekistonda gastronomiya turizmini shakllantirish xususiyatlari.

15.1. Gastronomiya turizmining turlari, rivojlantirishning maqsadi va vazifalari

Hozirgi vaqtda gastronomiya turizmining rivojlanishi «milliy iqtisodiyotga ijobiy ta'siri, bandlikni ta'minlash va madaniy meros sifatida har tomonlama tavsif» asosida BTT ning doimiy nazoratida hisoblanadi. BTT ekspertlarining taqdim etgan ma'lumotlariga binoan, «turizm sohasidagi 30% xarajatlarni gastronomiya turizmi tashkil etib, gastroturizm mahalliy madaniyatning asosiy elementi va ishlab chiqarishning asosini tashkil etadi, bunda asosiy e'tibor Buyuk Ipak yo'lidagi turistik yo'nalishlarning turistik takliflarini takomillashuvini va milliy oshxonalarni rivojlantirishga qaratilgandir»⁵⁹.

Sayohatga chiqar ekanmiz, biz o'z oldimizga odatda, qator maqsadlarni qo'yamiz, jumladan, Sinay tog'lariga ko'tarilish, Qadimgi Misr va Rim ehromlarini tomosha qilish yoxud dengiz bo'yida miriqib dam olish kabi maqsadlar bilan birgalikda, muhimi, asrlar davomida saqlanib kelgan mahalliy milliy taomlar ta'midan bahra olish va ularni tayyorlanish madaniyati bilan tanishishdan iborat bo'ladi.

Gastronomik turlarning maqsadi – u yoki bu mamlakat oshxonasining xususiyatlari bilan tanishishdan iborat bo'lib, bunda bir necha tansiq taomlarni tatib ko'rish yoxud ko'plab taomlarni iste'mol qilish emas, balki yuqorida ta'kidlaganimizdek, asrlar davomida saqlanib kelgan mahalliy retseptlarni va urf-odatlarini o'zida jamlagan milliy taomlardan bahra olish va ularni tayyorlanish madaniyati bilan tanishishdan iborat bo'ladi.

⁵⁹ Данилов С. Туризм со вкусом узбекского плова. –Т., 2013.

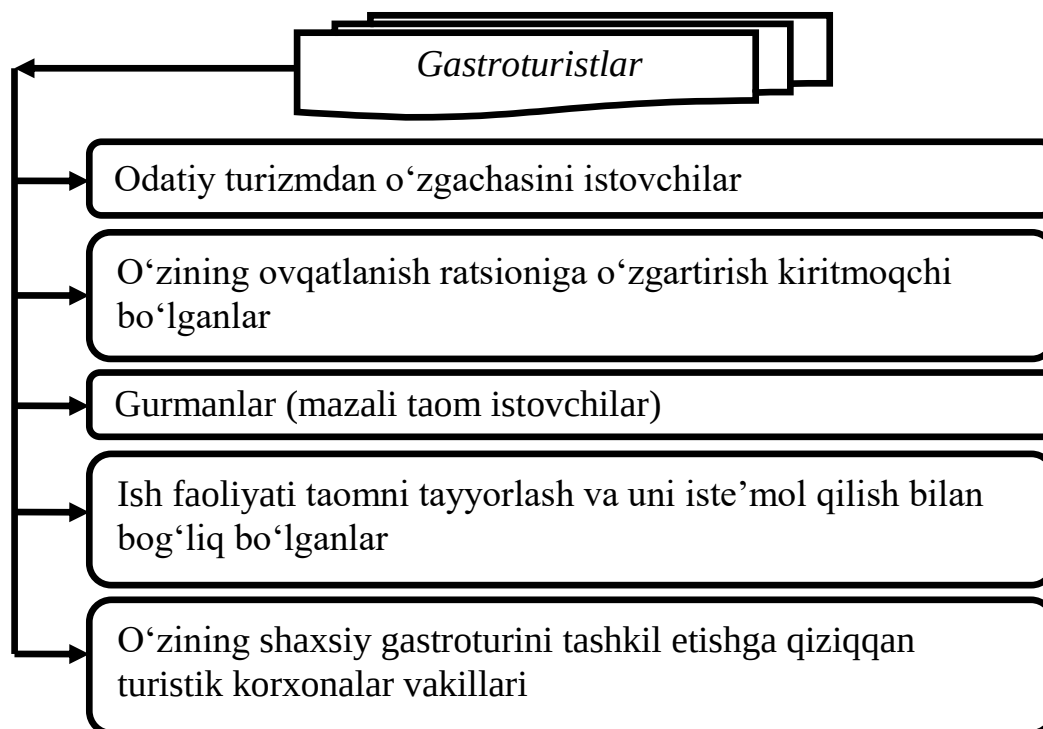
Gastronomik sayohat – bunda sayohatchi u yoki bu mamlakat to‘g‘risidagi tushunchani izohlash bilan birga, milliy taom orqali shu mamlakat xalqining ruhiyatini o‘rganadi va uning mentaliteti haqida ma‘lumot oladi. Shunday qilib, ***gastronomiya turizmi – bu mamlakatlar va qit‘alar bo‘ylab sayohat qilish hisoblanib, maqsadi mahalliy oshxona xususiyatlari bilan tanishish hamda kelgan turistlarga antiqa taom va mahsulotlardan tatib ko‘rishga imkon yaratadi.***

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

Gastronomiya turizmi turiga qiziqish yildan-yilga oshib bormoqda. Bu qiziqish ko‘proq Buyuk Britaniya, Italiya va Peruda keng ommalashib, yildan-yilga gastroturistik marshrutlar ishlab chiqqan mamlakatlar soni tobora ortib bormoqda. Bunday qiziqishning oshishi turizmning boshqa turlarini ham rivojlantirishga zamin yaratmoqda. Insonlar dam olishining bu turini yarim fabrikat mahsulotlarni iste‘mol qilish ko‘ngliga urganidan so‘ng, ko‘ngli istagan taomni asl holida tatib ko‘rishga intilish, deb ham tushunish mumkin.

Gastronomiya turizmi birinchi navbatda gurmanlar, ya‘ni mazali taom istovchilar uchun jozibador bo‘lib, ularga tansiq taom, bu nafaqat yegulik, balki ko‘tarinki kayfiyat bag‘ishlovchi lahzalar hisoblanadi. Ikkinchidan, gastronomik sayohatlar ish faoliyati ovqat tayyorlash va tanavvul qilishga bevosita bog‘liq bo‘lgan kasb egalarini, xususan, restoran boshqaruvchilarini, tatib ko‘ruvchilar (degustatorlar), restoran tanqidchilari kabi insonlarni o‘ziga jalb qiladi. Bu insonlar o‘zlarini kasbiy mahoratlarini, bilimlarini oshirish va ko‘nikmalarini mohirona boshqarishga yo‘naltirish maqsadida gastroturlarga chiqishadi. Shundan kelib chiqib, gastronomik turlarda eng mohir bosh oshpazlar (shef-povarlar)dan iborat master-klasslar bo‘lib, bunda ular o‘z kasbiy sirlarini bajonidil baham ko‘rishadi. Nihoyat, gastronomik turlarda turistik kompaniya vakillari o‘z tijoratini kengaytirish maqsadida ham kulinar sayohatlarga chiqishadi.

Bugungi kunda aholi qatlamining quyidagi vakillari gastro-
nomik turistlarni hosil qiladi:



15.1.1-rasm. Gastronomik turistlarning tarkibi.

Gastroturlar ikki turga bo'linadi: qishloq («yashil» deb nomlanuvchi) va shahar gastroturlariga bo'linadi. Buning o'ziga xos farqi shundaki, qishloq joyiga sayohatga chiqayotgan turist ekologik toza mahsulotni tatib ko'rishga yo'naltirilgan. Masalan: «yashil» turlarda o'rmonlarda o'sib turgan yovvoyi mevalarni yig'ish, dalalarda o'sib yotgan meva va sabzavotlarni yig'ish, ruxsat berilgan joylarda ov va vino ishlab chiqarish yo'llari bo'ylab sayohatni taklif qiladi.

Shahar gastroturlari konditer fabrikasiga sayohatni yoki kichik kolbasa sexi, shu sex qoshida joylashgan restoran va shu yerda tayyorlanadigan taniq taom sexi mahsulotlari bilan tanishtiriladi.

Bundan tashqari, bizlarga bir hududning turli xil taomlari va bir xil taomni turli xil mamlakatlarda tayyorlanishi bilan ham aynan shu gastroturlar tanishtiradi. Bu juda ham mashhur bo'lgan fransuz va bolgar vinolari turi bo'lib, sayyohlarni uzum ishkomlari bo'ylab sayohatga, uzum yig'ishga va vinolar tatib ko'rish (degustatsiyasi)ga chorlaydi.

Gollandiya, Shveytsariya va Italiyaga pishloqli turlarda sayohatchilar pishloqlarni eng sara navini tatib ko‘rishi va pishloqli yarmarkalarga tashrif buyurishi mumkin. Germaniya, Avstriya, Chexiya, Belgiya bo‘ylab pivo turlarida bu ichimlik ishqibozlariga pivoning turli xilligidan tashqari, pivo tayyorlanish xonalari, mashhur pivo barlari va festivallarga tashrifi bilan ham ajralib turadi. Shuni ta’kidlash joizki, har bir davlatni o‘ziga xos gastroturizm salohiyati mavjuddir.

Zero, har bir davlatning o‘ziga xos milliy oshxonasi va unda boshqa bir mamlakatda takrorlanmaydigan, asrlar osha saqlanib kelayotgan, o‘zining takrorlanmas mehmondo‘stligi va milliy taomlari bo‘lgan oshxonasi mavjuddir. Masalan, Yaponiyada turistlar gid-boshlovchi yordamida ularning milliy taomi bo‘lgan «sushi»ni tayyorlash uchun mahsulotlar xarid qilishadi va turistlar ko‘z oldida mashhur bosh oshpazlar (shef-povarlar) tomonidan «sushi» tayyorlanadi. Pasta Italiya sarhadlaridan chiqib kelgan juda ham oddiy taom bo‘lib ko‘ringani bilan, kulinar sayohatda turist bu taomni turli xilligi, uning takrorlanmas ta’mi va bir xil retseptda turli xil oshpazlar tomonidan tayyorlangan pastaning mo‘‘jizaviy ta’mi bilan tanishadi hamda uni bir-biri bilan qiyoslaydi.

O‘zbekistonda ham turbiznesning bu yo‘nalishi bo‘yicha afzalliklarini tushunayotgan turfirmalar soni tobora ko‘paymoqda. Bizda asosan «yashil gastroturizm» keng rivojlanadi, chunki O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2012-yil 10-oktabrda «Umumiy ovqatlanish tashkilotlari faoliyatini takomillashtirish va xodimlar malakasini oshirish bo‘yicha» Qarori⁶⁰ga asosan O‘zbekiston oshpazlar uyushmasi qoshida milliy oshpazlik san’ati xalqaro Markazi tashkil etildi. Ushbu qaror bilan uning vakolati kengaytirildi hamda mustahkamlandi. Uzoq tarixga ega an’analarning borligi va milliy taomlarning turli-tumanligi o‘zbek oshpazchiligining xorijiy mamlakatlarda keng ommalashishiga olib kelishi ushbu hujjatda o‘z aksini topgan. Buning uchun bizda mavjud qadimdan shakllangan, ekologik toza va inson organizmini tetik qiladigan milliy taomlarimiz degustatsiyasini tashkil qilish

⁶⁰ "Umumiy ovqatlanish tashkilotlarining faoliyatini yanada takomillashtirish va xodimlarining kasbiy darajasini oshirish chora- tadbirlari to‘g‘risida" O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2012-yildagi 289-sonli Qarori.

lozim bo‘lmoqda. Bunda antiqa milliy taomlarimiz orqali gastronomiya turizmini qishloq turizmi bilan bog‘lash imkoniyati yaratilmoqda. Darhaqiqat, viloyatlarda joylashgan qishloqlarda faqat shu joyga xos bo‘lgan milliy taomlar mavjud bo‘lib, uning mazasi va tarkibi boshqa viloyat qishloqlarida takrorlanmaydi. Aynan shu jihati bilan bunday taomlar xorijiy turistlar va mahalliy aholi uchun ham mazali hisoblanadi.

15.2. O‘zbekistonda gastronomiya turizmini shakllantirish xususiyatlari

Pazandachilikda har bir xalqning urf-odatlar, tarixiy an‘analari va o‘ziga xos xususiyatlari aks etadi. Mana shu o‘ziga xoslik milliy oshxonalarda ajoyib taomlarning yuzaga kelishi va turli-tuman bo‘lishiga ham sabab bo‘ladi. Barcha taomlarimizning mazali va xushta‘mlilik darajasiga ko‘tarilishida quyoshli o‘lkamiz zaminida yetishtiriladigan dehqonchilik mahsulotlarining xilma-xilligi muhim ahamiyat kasb etadi. Dasturxonimizning o‘ziga xos xususiyatlarini to‘la namoyon etadigan omillardan biri – taomlarimizning turli-tumanligidir. Chunonchi, chorvachilik bilangina shug‘ullanadigan joylarda go‘sht-yog‘, sut-qatiq ko‘proq iste‘mol qilinsa, dehqonchilik rivojlangan hududlarda esa sabzavotli, don-dukkakli ovqatlar asosiy o‘rin oladi. Shunday taomlar borki, ularni kundalik iste‘mol uchun emas, balki bayram dasturxonlariga mo‘ljallab, aziz mehmonlar uchun tayyorlanadi. Qazi-qarta, po‘stdumba o‘ramasi, tandir kabob, norin, xasip kabi taniqli taomlar shular jumlasiga kiradi.

Bir hududda yashayotgan turli millatlar va elatlarning taomlari bir-biriga o‘xshashi tabiiy holdir. Masalan, agar o‘zbek taomnomasiga nazar tashlaydigan bo‘lsak, unda rus, tojik, ukrain, kavkaz, tatar, qozoq, uyg‘ur va boshqa xalqlar taomlarining o‘nlab xillari uyg‘unlashib, tobora takomillashib borayotganligining guvohi bo‘lamiz. O‘z navbatida, palovlarimiz, suyuq oshlarimiz, xamir taomlarimiz qardosh xalqlarning dasturxonini ham bezab turibdi.

Xalqimiz pazandachiligida yilning ma‘lum fasllaridagina dasturxonga tortiladigan taomlar ham bor. Masalan, bahorda qaymoq qo‘shilgan rediskali gazak, shovul sho‘rva, sumalak, xalim, ko‘k chuchvara, ko‘k somsa, kovatok palov (tok oshi), qovurma

gulkaram, yalpizli moshxo‘rda iste‘mol qilinadi. Yozda esa pomidor kabob, karam do‘lma, dumbil sho‘rva, qalampir do‘lma, lag‘mon, qatiqli ugra oshi, suzmali gazak, chalop, go‘ja oshi, bug‘lama kabob, go‘shli dimlama, sabzavotli dimlamalar, ayron, yaxna choy, meva kompotlari va hokazolar xush keladi. Kuzda qovurma baliq, laqqa kabob, barra go‘sh, kalla sho‘rva, bedana kabob, behili palov, kartoshkali manti, asalli behi, kesma lag‘mon, oshqovoq somsa kabilar ko‘proq dasturxonlardan arimaydi. Ayoqli kunlarda qaziqarta, po‘stdumba, qo‘y yog‘li palov, kart dumba palov, qazili palov, barra kabob, turpli salat, qovurma sho‘rva, moshkichiri, qishga saqlanadigan mevalar, ularning murabbo, kompot, qoqilari, sirkalangan va tuzlangan sabzavotlar iste‘mol qilinadi.



15.2.1-rasm. O‘zbek milliy taomlari.

O‘zbekiston sharoitida gastronomiya turizmini shakllantirishdagi milliy taomlarning turlari quyidagi 15.2.1-jadvalda berilgan.

Gastronomiya turizmini shakllantirishdagi milliy taomlarning turlari

№	TAOM NOMI	TAYYORLASH HUDUDLARI	IZOH
1.	Atala	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi. (sut atala, un atala, ko‘k atala)	Atala – yurtimizdagi eng qadimiy taomlardan biri hisoblanadi. Qadimdan ota-bobolarimiz atalani quvvat bag‘ishlovchi darivor taom sifatida iste’mol qilishgan. Bu taom to‘yimlilik bilan bir qatorda, oshqozon kasalliklariga davo hisoblanadi.
2.	Qurtoba	Navoiy, Surxondaryo, Jizzax, Samarqand, Buxoro viloyatlarida tayyorlanadi.	Qurtoba – eng qadimiy taomlarimizdan biri hisoblanadi. Bu taom deyarli barcha xonadonlarda tayyorlangan. Chunki qurtoba inson organizmiga nihoyatda foydali, tanani qizdiruvchi va qo‘shimcha quvvat beruvchi taom.
3.	Shirchoy	Bu taom ham yurtimizning barcha viloyatlari dasturxoni nonushtasiga tayyorlanadi.	Shirchoy – ham qadimdan xalqimiz orasida eng mashhur taomlardan biridir. Chunki bu taom oson tayyorlanishi bilan birga yengil hazm bo‘luvchi taom hisoblanadi. Oshqozon, buyrak va yurak kasalliklariga davo. U o‘zining badanga tez singishi, ko‘p quvvatliligi bilan mashhur.
4.	G‘ilmindi	Surxondaryo va Samarqand viloyatining Bulung‘ur, Qo‘shrabot tumanlarida, Jizzax viloyatining G‘allaorol,	G‘ilmindi – qadimdan ota-bobolarimiz dalada ishlab holdan toyganlarida, shuningdek, mo‘‘tabar mehmonlarga tayyorlab berilgan. Chunki xalqimiz orasida juda kuchli taom hisoblanadi. Bu taomni faqatgina ustasigina maromiga yetkazib tayyorlashi mumkin. Tayyorlash usuli murakkabligi

15.2.1-jadvalning davomi

		Baxmal, Zomin tumanlarida maromiga yetkazib tayyorlanadi.	bois, xalqimizning barcha xonadonlarida ham tayyorlanmaydi. Taom kam quvvatli larga tavsiya etiladi. Yengil, ishtahani ochuvchi, kishini uzoq muddat to‘q tutish xususiyatiga ega.
5.	Yupqa	Surxondaryo va Samarqand viloyatining Bulung‘ur, Qo‘shrabot tumanlarida, Jizzax viloyatining G‘allaorol tumanlarida maromiga yetkazib tayyorlanadi.	Yupqa – xalqimizda qadimda asosan qish oylari juda sovuq kelganda, oiladagilardan biri qattiq shamollaganda tayyorlangan. Janglarda askarlarga ham aynan shu taom ko‘pincha tayyorlab berilgan. Bu taom nihoyatda kuchli taom hisoblanadi. Hamma organizm ham bu taomni ko‘tara olmaydi. Faqat kuchli organizmli insonlarga bu taomni iste‘mol qila oladi.
6.	Go‘ja	Yurtimizning tog‘ oldi tumanlarining barchasida tayyorlanadi.	Go‘ja – xalqimizning yozning isiq oylarida chanqoqbosdi taom sifatida iste‘mol qilinadigan taomi hisoblanadi. Sutli go‘ja Toshkent va Farg‘ona vodiysi tomonlarda tayyorlanadi. Bu taom jo‘xori, makkajo‘xori va bug‘doy yetishtiriladigan joylarda ko‘proq tayyorlanadi. Ushbu taom holsizlikning oldini oladi.
7.	Tandir kabob	Surxondaryo, Qashqadaryo va Jizzax viloyatining tog‘li tumanlarida tayyorlanadi.	O‘zbekistonning barcha viloyatlari aholisining eng sevimli taomi sifatida iste‘mol qilinadi.
8.	Kulchatoy	Yurtimizning barcha tumanlarida tayyorlanadi.	O‘zbekistonning barcha viloyatlari aholisining eng sevimli taomi sifatida iste‘mol qilinadi. Ko‘pincha mehmonlar taomi deb yuritiladi.

15.2.1-jadvalning davomi

9.	Mosh-kichiri	Yurtimizning barcha tumanlarida ayniqsa, Toshkent viloyatida tayyorlanadi.	O'zbekistonning barcha viloyatlari aholisining eng sevimli taomi sifatida iste'mol qilinadi, parhez taomi turiga kiradi.
10.	Mosh-xo'rda	Yurtimizning barcha tumanlarida ayniqsa, Toshkent viloyatida tayyorlanadi.	O'zbekistonning barcha viloyatlari aholisining eng sevimli taom sifatida iste'mol qilinadi. Ayniqsa, Toshkent shahri va Toshkent viloyatlari aholisi sevib iste'mol qiladigan taom hisoblanadi.
11.	Ugra palov	Samarqand viloyati va unga yaqin joylarda tayyorlanadi.	Samarqand viloyati va unga yaqin joylar aholisining eng sevimli taomi sifatida iste'mol qilinadi.
12.	Sumalak	Yurtimizning barcha tumanlarida tayyorlanadi.	O'zbekistonning barcha viloyatlari aholisi bahor faslida pishiradigan milliy taomi sifatida qadrlanadi. Bu taom insonlarga kuch-quvvat bag'ishlaydi. Musulmon dunyosida Navro'z taomi deb yuritiladi.
13.	Nisholda	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi.	Nisholda ota-bobolarimizdan qolib kelayotgan, to'y va marakalarda tortiladigan shirinliklardan biri bo'lib, hozir ham iste'mol qilinadi. Nisholda oppoq piyolaga solib qo'yilsa dasturxonni bezatadi, hazm qilish xususiyati kuchli.
14.	Xolvaytar	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi.	O'zbekistonning barcha viloyatlari aholisining sevimli shirinliklari sifatida iste'mol qilinadi. Aholi orasida mashhur shirinlik bo'lib, ko'pincha to'y va marakalarda pishiriladi.

15.2.1-jadvalning davomi

15.	Qatlama	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi.	O'zbekistonning barcha viloyatlari aholisining sevimli non mahsuloti sifatida iste'mol qilinadi. Aholi orasida mashhur non mahsuloti bo'lib, ko'pincha to'y va ma'ra-kalarda pishiriladi.
16.	Norin	Yurtimizning Toshkent shahri va Toshkent viloyatlari hududlarida tayyorlanadi.	Sumalak va xalimdan (xalisa) ke-yin eng uzoq tayyorlanadigan taomlardan biri, taomdagi turli-tuman maza-ta'm hozirgacha no-rinning dovrug'ini, sirliligini saq-lab kelmoqda.
17.	Xasip	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi.	Bu taom ham xalqimizning eng sevimli taomlaridan bo'lib, asosan so'yilgan molning kalla-oyoqlari, oshqozon va ichaklaridan tayyor-lanadi hamda to'yimli, quvvat bag'ishlovchi taom hisoblanadi.
18.	Qiyma kabob	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi.	Bu taomning dovrug'i butun mamlakat va hattoki xorijlik meh-monlarga ham yetib borgan. O'zining pishirish jarayoni, ta'mi, ko'rinishi har qanday kishi-ning ishtahasini ochadi.
19.	Chalop	Yurtimizning barcha joylarida, turli usullarda tayyorlanadi.	Yurtimizning hamma viloyatlarida, ayniqsa, yoz mavsumida tayyor-lanib iste'mol qilinadigan asosiy suyuq taom hisoblanadi. Chalop issiq kunlarda ishtaha ochuvchi va tez hazm qiluvchi taomdir.
20.	Tuxum barak (xorazm-cha taom)	Yurtimizning Xorazm, Buxoro va Navoiy viloyatlarida tayyorlanadi.	Tuxum barak asosan Xorazm, Buxoro va Navoiy viloyatlarida tayyorlanadigan taom bo'lib, mil-liy oshxonamizda qadimiyligiga va muhlisiga ega bo'lgan quvvat bag'ishlovchi mazali taomlardan hisoblanadi.

Shuni ham ta'kidlash joizki, hozirgi paytda Go Uzbekistan.uz, Restoran.uz portali bilan hamkorlikda «O'zbekiston gastronomiya turizmi» nomli yangi loyiha faoliyat ko'rsatmoqda. Bu bilan mamlakatimiz oshpazlik mahoratining taomlardagi xilma-xilligi va mahalliy xususiyatlarga tegishli ekanligi, oddiy va qadimiyligi, hududlardagi ilg'or tajribalar bilan xalqaro turizm bozoriga kirib borishga imkoniyat yaratadi.

Tayanch so'z va iboralar: gastronomiya turizmi, «yashil gastroturizm», mahalliy oshxona, mahalliy taom turlari, gastronomiya turizmini rivojlantirish istiqbollari. oshpazlik mahorati, milliy taomlarning turlari.

Mustaqil ishlash uchun savollar

1. O'zbekistonda gastronomiya turizmini rivojlantirish uchun qanday ishlarni amalga oshirish lozim bo'ladi?
2. Gastronomik turlarning maqsadi nimadan iborat?
3. Aholi qatlamining qaysi vakillari gastronomik turistlarni hosil qiladi?
4. Gastronomiya turizmining qanday turlarini bilasiz?

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar

1. Siz yashab turgan shahar yoki tumaningizda shu hududga tegishli bo'lgan qanday mahalliy taomlarni bilasiz? Sanab bering va tavsiflang.
2. Qaysi mahalliy taomga xorijiy turistlarni jalb qilish tadbirlarini ishlab chiqish mumkin?

Test savollari

1. Gastronomiya turizmi bu...

a) mamlakatlar va qit'alar bo'ylab sayohat qilish hisoblanib, maqsadi mahalliy oshxona xususiyatlari bilan tanishish hamda kelgan sayyohlarga antiqa taom va mahsulotlardan tatib ko'rishga imkon yaratadi;

b) pishloqli turlarda sayohatchilar pishloqlarni eng sara navini tatib ko‘rishi;

d) gastronomik sayohatlarning ish faoliyati ovqat tayyorlash va tanovul qilish;

e) taomlar xorijiy turistlar va mahalliy aholi uchun jozibador turlar ishlab chiqish.

2. BTT ekspertlarining taqdim etgan ma’lumotlariga binoan turizm sohasidagi xarajatlarning necha foizini gastronomik turizm tashkil etadi?

a) 30%

b) 20 %

d) 26%

e) 35%

3. Gastronomik turlarni tashkil qilishdan maqsad...

a) asrlar davomida saqlanib kelingan mahalliy reseptlarni va urf-odatlarini o‘zida jamlagan milliy taomlardan bahra olish va ularni tayyorlanish madaniyati bilan tanishishdan iborat;

b) bir necha tansiq taomlarni tatish yoxud ko‘plab taomlarni iste’mol qilish;

d) u yoki bu hudud oshxonasining xususiyatlari bilan tanishish;

e) u yoki bu davlat oshpazlarining faoliyatini o‘rganish.

4. Qishloq va shahar gastroturlarining bir-biridan farqi nimada?

a) ekologik toza mahsulotni tatib ko‘rishga yo‘naltirilgan;

b) taomlar assortimentini ko‘rish va ulardan bahra olish;

d) u yoki bu millat oshxonasining xususiyatlari bilan tanishish;

e) o‘zga xalqlar noodatiy taomlarini iste’mol qilish.

5. Hozirgi kunda qaysi davlatlarda gastronomiya turizm turiga qiziqish ortib bormoqda?

a) Buyuk Britaniya, Italiya;

b) Kanada;

d) Malayziya;

e) O‘zbekiston.

16-mavzu. XORIJDA QISHLOQ TURIZMINI RIVOJLANTIRISH TAJRIBASI⁶¹

Reja:

- 16.1. Jahonda qishloq turizmining shakllanish jarayoni.
- 16.2. Qishloq turizmini rivojlantirishning xalqaro modellari va ularni O'zbekiston sharoitida qo'llash.
- 16.3. Qishloq turizmini rivojlantirishda Yevropa davlatlarining dasturlari.

16.1. Jahonda qishloq turizmining shakllanish jarayoni

XX asrning ikkinchi yarmidan insoniyatning tarixiy-madaniy boyligi va tabiat resurslarini asrab-avaylashning muhimligi keng jahonda e'tirof etila boshlandi. Natijada qishloq turizmi jadal sur'atlar bilan rivojlana boshlandi. Hozirda turistlarning mahalliy aholi bilan tanishuvi va muloqotga kirishi, do'stlashuvi, qishloq hayoti bilan hamnafas bo'lish, qishloq xo'jalik ishlari bilan shug'ullanish, qishloq tabiati bag'rida dam olish, sport bilan shug'ullanish turizmida qishloq turizmining imkoniyatlari katta ekanligini isbotlaydi. So'nggi yillarda qishloq turizmining ko'p faoliyatligi natijasida dunyoda uning ommaviyligini tobora oshirib, kuchaytirib bormoqda. Qishloq turizmini ekologik turizmning bir tarmog'i deb talqin qiluvchilar ham o'zlarini haq deb bilishadi. Ekologik turizm ko'p hollarda tabiat bag'rida joylashgan qishloqlarda yuz beradi yoki turistlar turistik xizmatlarni ekotur vaqtida qishloq aholisidan sotib olishadi. Jahon ilmiy adabiyotida ekologik turizmning nomlanishiga e'tibor bersak, bu holatni tezda ilg'ab olamiz:

- yumshoq turizm (Soft Tourismus);
- tog' turizmi (Mountain Tourismus);
- tabiat turizmi (Nature Tourismus);
- yovvoyi turizm (Wilderness Tourismus);
- yashil turizm (Green Tourismus);

⁶¹ SamISI "Xalqaro turizm va turizm servisi" kafedrası katta o'qituvchisi R.Xayitboyevning ilmiy tadqiqotlari asosida tayyorlandi.

- sarguzasht turizmi (Adventure Tourism);
- qishloq turizmi (Agro Tourism);
- ekoturizm (Ecotourism).

Qayd qilingan turizmning barcha turlari ham, nomlanishi ham albatta, tabiat va uning resurslarini eslatib turadi. Qayd qilingan talablardan ma'lum bo'ladiki, qishloq turizmi ko'p faoliyatligi jihatidan ekoturizmdan ancha farq qiladi. Qishloq turizmida turistlar qishloq aholisi (fermer, dehqon, cho'pon) bilan birga yashaydi, ko'p hollarda birga ishlaydi, ularning turmush kechirishi, hayot tarzi bilan qiziqadi. Shu jihatlardan ham qishloq turizmini ekoturizmga qo'shish noto'g'ri xulosalarni keltirib chiqaradi.



16.1.1-rasm. Qishloq turizmi.

Qishloq turizmini rivojlantirishning xorijiy tajribasini o'rganishdan quyidagi xulosalar kelib chiqadi:

1. Qishloq turizmi yangi ish o'rinlari bilan ta'minlashda katta imkoniyatlarni yaratadi.
2. Tabiat va tabiiy resurslardan foydalanishning yangi texnologiyalarini jalb qiladi.
3. Qishloq turizmi ekologik toza oziq - ovqat mahsulotlarini ishlab chiqishni ta'minlaydi.

4. Qishloq turizmi tabiat muhofazasida investitsiyalar kiritishni va qishloqda xizmatlar servisini takomillashtiradi.

5. Qishloq turizmi qishloqlarda mahalliy aholining ijtimoiy - iqtisodiy darajalarini o‘stiradi.

6. Qishloq turizmi mahalliy mahsulotlar, hunarmandchilikka keng yo‘l ochadi.

7. Qishloq turizmi tabiatni muhofaza qiluvchi mahalliy boshqaruvni rivojlantiradi va ma‘naviy, moddiy jihatlar bo‘yicha rag‘batlantiradi.

8. Qishloq turizmi xalqlar o‘rtasida hamdo‘stlik aloqalarini yuzaga keltiradi.

9. Qishloq turizmi turistik resurslarni muhofaza qiladi, ta‘mirlaydi va obodonlashtiradi.

10. Qishloq turizmi insonlarni ruhiy, jismoniy jihatdan dam oldiradi.

11. Qishloq turizmi dehqonchilik, bog‘dorchilik va chorvachilikni o‘rgatadi, bu sohalarning mahsulotlaridan manfaatdor bo‘lishni ta‘minlaydi.

16.2. Qishloq turizmini rivojlantirishning xalqaro modellari va ularni O‘zbekiston sharoitida qo‘llash

Jahonda qishloq turizmini tashkil qilishning ancha mukammal modellari Yevropa davlatlarida ishlab chiqilgandir. Bu modellar deyarli biri - biriga o‘xshamaydi. Eng muhimi, quyida qayd qilingan modellar hozirda Yevropa davlatlarida muvaffaqiyat bilan ishlatilmoqda va jahondagi ko‘plab davlatlar bu modellar asosida o‘z mamlakatlarida qishloq turizmini rivojlantirmoqda.

Britaniya modelida asosan qishloq turizmida turistlarni joylashtirishga ko‘proq e‘tibor berilgan. Boshqa jihatlar esa Yevropadagi davlatlar tajribasidan olingan.

Turistlarning ommaviylashgan, ular yaxshi ko‘radigan yashash tarzi 3 tipga bo‘linadi:

1. Fermerning uyida yashash va uning oilasi bilan faqat nushta qilish. Bu sharoitda fermer bilan, uning oila a‘zolari bilan do‘stona aloqalarni boshlash imkoniyatlari, sharoitlari yuzaga keladi.

2. Alohida binoda, qisman qulaylik sharoitida o'z - o'ziga xizmat qilish bilan yashash.

3. Atroflari o'ralgan, o'rtacha 8 – 15 turistni joylashtiradigan binoda, o'z - o'ziga xizmat qiladigan sharoitda yashash.

Uchinchi variant Britaniya modelida juda daromadli hisoblanadi. Bir kunlik tunash har bir turist uchun 10 yevro miqdorida. Bu variantning daromadliligining asosiy sababi yoshlarga va guruhlariga mo'ljallanganligidadir. Bu sharoitni o'quvchilar va ayniqsa, studentlar ma'qul ko'rishadi. Shu bilan birga, Britaniya modelida qishloqda joylashishning 3 xil darajasi bor: lyuks – puldorlar uchun maxsus qurilgan uy, o'rtacha boylar uchun maxsus qurilgan hovli va yuqoridagi 3 ta sharoitli yashash tarzi.

Britaniya modelida yana bir muhim xizmatlar borki, qishloqlardagi tadbirkorlar turistlar uchun mahalliy ahamiyatga ega bo'lgan milliy va sport o'yinlari, bolalar uchun poni (pakana) otda sayr, otlarda sayr, golf o'yinlarini tashkil qilishadi. Shuning uchun ham shaharliklar bahor va yoz oylarida qishloqlarga shoshiladilar.

Britaniya modelidagi yana bir muhim jihatlar shundan iboratki, ota - onalar bolalarini ekologik madaniyat, bilim ruhida tarbiyalash uchun ham bolalarini qishloqlarga olib borishadi va qishloq tadbirkorlari maxsus tayyorlagan maydonchalarda (og'il, molxona) chorva mollarining bir - ikki oylik uloqchalar, buzoqchalar, qo'zi-choqlar bilan birga o'ynashadi, quyonlarga, qushlarga ovqat, don berishadi. Bu jarayonlarda bolalarda hayvon va parrandalarga mehr tuyg'ulari hosil bo'ladi.

Fransiya modeli. Fransiya jahonda qishloq turizmini rivojlantirgan birinchi mamlakat hisoblanadi. Bu davlat XX asrning o'rtalarida qishloq turizmini rivojlantirishning davlat dasturini ishlab chiqqan edi. Hozirga kelib qishloq turizmi Fransiyaning barcha departamentlarida yaxshi tashkil qilingan. Fransiya modelida qishloq turizmi ancha murakkab va maxsus ixtisoslashtirilgan. Mamlakatning janubida qishloq – cho'milish plyaj turizmi infratuzilmalari yetarli darajada yaratilgan. Bunday qishloqlarda turistlar uchun maxsus kottedjlar qurilgan. Markaziy hududlarda agroturizm yaxshi rivojlangan. Bu yerdagi qishloqlarda turistlar uchun kichik uylar barcha sharoitlari bilan turistlarning ixtiyoriga beriladi. Chunki faranglar ovqatni o'zlari tayyorlashni xush ko'rishadi.

Fransiya vino va gastronomiya turizmi bo'yicha ham jahonda oldingi o'rinlarda turadi. Bu turizmda asosan boy turistlar dam olishadi. Ular qishloq uylarda joylashib, kuniga uch mahal (to'liq pansion) ovqatga buyurtmalar berishadi va bu ovqatlarning tayyorlanish jarayonlariga qatnashadilar.

«Vino turizmi» shaharlik faranglarning eng yaxshi ko'rgan qishloq xo'jalik turizmi yo'nalishiga kiradi. Ma'lumki, faranglar eng ko'p vino ichadigan xalqlardir. Vino turizmidagi turistlar vinoning ta'mini sinab ko'rishga qatnashadilar, shampan vinosidagi farqni bilish uchun ko'plab vinochilik xo'jaliklariga borishadi, vino tayyorlashni o'rganishadi, vinoni mehmonlarga uzatishni mashq qilishadi, vinoning navlarini to'plab, uylariga olib ketishadi.

Ko'plab turistlar qadimiy qal'alar, tarixiy ibodatxonalar, arxeologik topilmalar joylashgan qishloqlarda bir necha kun qolib ketishadi. Ular qishloq uylarida joylashib, piyoda sayrga chiqishadi, ibodatxonalar, tarixiy joylarni o'rganishadi va ovqatlanishga to'liq haq to'lashadi, o'zlari ovqat tayyorlashmaydi. Alp tog'laridagi qishloqlar esa asosan chang'i sporti havaskorlariga turistik xizmatlar ko'rsatishadi.

Germaniya modeli. Germaniyada qishloq turizmini fermer turizmi deb nomlashadi. Tabiiylikka intilgan nemislar imkoni boricha qishloqlardagi eski uylarda yashashga intiladilar. Shuning uchun ham nemislar qishloqlarda zamonaviy qulayliklarga ega bo'lgan uylarni qurishmaydi. Nemis turistlari qishloqlarda dam olishda yerda ishlash, hayvonlarni boqish, madaniy o'tirishlar, suhbatlar va baliq ovlashga qiziqadilar.

Qishloq turizmi tashkilotchilari asosan yozgi – ta'til mavsumiga to'g'ri keladigan xalqning milliy bayramlari, milliy folklor festivallariga moslab turmahsulot tayyorlashadi, qishloqlarda xalqaro ko'rgazmalar ko'plab tashkil qilinadi. Masalan, «Oktoberfest» bayramiga jahonning deyarli barcha mamlakatlaridan turistlar kelishadi. Shuningdek, nemis qishloqlarida 100 yillab o'z tarkibini o'zgartirmasdan tayyorlanayotgan pivo ichimligi bayramlari ham ko'plab uyushtiriladi.

Italiya modeli. Italiyada qishloq turizmi ko‘pincha dehqon turizmi deb ataladi va turistik dasturlar asosan 3 mavzuda tuziladi va ishlab chiqiladi:

1. Tabiat va sog‘liq.
2. An‘anaviy gastronomiya.
3. Sport.

Qayd qilingan tur mahsulotlar ishlab chiqilgan maxsus, ixtisoslashgan qishloqlar bor. Masalan, K‘yaniy, Umbriya va Sitsiliya provinsiyalari faqat «tabiat va sog‘liq» yo‘nalishiga moyil turistlarni qabul qilishadi.

Vinochilik turizmi ham xuddi Fransiyadagidek, turistlar vino tayyorlash uchun bog‘bonga yordam beradi, bog‘bon esa ish haqqiga uzum beradi va uzumni achitish jarayoni, uzumning vinoga aylanish texnologiyasini o‘rgatadi va boshqalar.

Dengiz yoqasiga asosan baliq ovlashga chiquvchi turistlar, Abruppoga – zaytun yog‘iga qiziquvchi turistlar tashrif buyurishadi.

Qishloq turizmida joylashish vositalarini tanlash tarkibi quyidagicha: appartementlarda – 44%, xona - apartamentlarda – 22%, faqat xonalarda – 4 %. Qishloq turizmini rivojlantirishda asosan Yevropa davlatlaridagi modellarni keltirishimizning asosiy sababi shundan iboratki, dunyodagi ko‘plab mamlakatlar o‘zlarida qishloq turizmini rivojlantirish uchun hozirda asosan qayd qilingan modellarni joriy qilishmoqda.

Eng muhimi shundaki, Yevropa davlatlari qishloq turizmini rivojlantirish uchun hamkorlikda «Qishloq turizmini rivojlantirish strategiyasi va dasturi», «Qishloq turizmi bozorida takliflar va talablarning o‘zgarish istiqbollari»ni ishlab chiqdilar. Ushbu hamkor dasturlar asosida Buyuk Britaniya davlati qishloq turizmida 450 ming yangi ish o‘rinlarini tashkil qildi.

Qayd qilinganlardan xulosa qilish mumkinki, mamlakatimizda qishloq turizmini rivojlantirishda Yevropa modellarini yaxshi o‘rganishimiz, bu modellardan qishloqlarimizda foydalanish imkoniyatlarini o‘rganishimiz hamda qishloq turizmini rivojlantirish strategiyasini ishlab chiqishimiz kerak bo‘ladi.

Qishloq turizmi rivojlangan Yevropa davlatlarining tajribalaridan ma‘lum bo‘ldiki, ushbu davlatlar qishloq turizmini rivojlantirishga bundan 50 yil oldin kirishgan. Dunyoda qishloq turizmi

rivojlanishi bo'yicha birinchi o'rinda turuvchi Fransiya davlatining qishloq turizmini rivojlantirish modelini, Buyuk Britaniya modelini, Germaniya modelini va Italiya modelini qishloq turizmini xalqaro modellar deb tan olinishining sababi ham shunda.

Endi O'zbekistonda qishloq turizmini rivojlantirish uchun qayd qilingan modellarning qaysi biri qulayroq? Bu modellarning tuzilishi va ishlash tamoyillarini o'rganganimizda ularning barchasini qishloq turizmini rivojlantirishimiz uchun qo'llash hech qanday muammolarni keltirib chiqarmaydi, shu bilan birga, oson ham. Chunki qishloq turizmini rivojlantirishdagi asosiy manba – turistik resurslarning xilma - xilligi bizda yuqorida qayd qilingan Yevropa davlatlaridagidan ham ko'p.

Yevropa davlatlari qishloq turizmini rivojlantirish uchun, dastlab qishloq turizmini rivojlantirishning maqsadi va vazifalarini belgilab olishgan, so'ngra qishloq turizmini rivojlantirishga javob beruvchi, davlat vakolatini olgan tashkilot tuzishgan (masalan, Fransiya – «Turizm va qishloq yerlari assotsiatsiyasi»; Britaniya – «Britaniya turistik kengashi» va «Qishloq yerlarini rivojlantirish agentligi»; Avstriya – «Avstriya fermerlik turizmi assotsiatsiyasi» va boshqalar).

O'zbekistonda qishloq turizmini rivojlantirishdagi dastlabki bosqichda qishloq turizmini tashkil qilish va boshqarishning tashkiliy - iqtisodiy mexanizmlarini ishlab chiqish lozim. Ikkinchi bosqichda esa ana shu tashkiliy - iqtisodiy mexanizmlar asosida qishloq turizmini rivojlantirishning huquqiy - me'yoriy qonunlarini ishlab chiqish maqsadli yo'nalish bo'ladi. Uchunchi bosqichda mamlakatimizda turizmni rivojlantirishning huquqiy - me'yoriy qonunlariga asoslanib, qishloqlarimizdagi turistik resurslarimizni ro'yxatga olishimiz, ularning reestrlarini tayyorlashimiz, foydalanish imkoniyatlarini hisoblab chiqishimiz, turistik obyektlarda turistik infratuzilmalar va turistik marshrutlar yaratishimiz lozim bo'ladi.

Yevropa davlatlari qishloq turizmini rivojlanishini boshoratlashda va istiqbolli strategik rejalar ishlab chiqishda doimiy ravishda ijtimoiy so'rov o'tkazishadi. Yevropa Ittifoqining statistik ma'lumotlari bo'yicha 30 % aholi qishloq turizmida dam olish istagini bildirishgan.

Ijtimoiy so‘rov o‘tkazishdan oldin albatta qishloq aholisi o‘rtasida qishloq turizmining mohiyati, mazmuni, maqsadi va vazifalari bo‘yicha jiddiy tashkiliy ishlarni amalga oshirish talab qilinadi.

16.3. Qishloq turizmini rivojlantirishda Yevropa davlatlarining dasturlari

Qishloq turizmini rivojlantirishda jahonning ko‘plab davlatlari Yevropa modelidan, dasturlaridan, strategik rejalaridan nusxa olmoqdalar. Chunki hozirda qishloq turizmi asosan Yevropa davlatlarida mukammal, barqaror rivojlanmoqda. Bunday yutuqlarning bosh sababi shundaki, Yevropa davlatlari qishloq turizmini rivojlantirishda o‘zaro hamkorlikni, hamdo‘stlikni yaxshi yo‘lga qo‘yganlar. Yevropa hamkorligi natijasida qishloq turizmini rivojlantirish maqsadida «Umumyevropa «Lider» dasturini» ishlab chiqdilar.

Dasturning loyihalari «Yevropa Ittifoqi» fondidan moliyalashtiriladi. Dastur loyihalari bo‘yicha Yevropadagi davlatlarning 2000 ta mintaqasida qishloq turizmi maqsadli strategik reja bo‘yicha rivojlanmoqda. Hozirga kelib ma‘lumki, Yevropa davlatlari qishloq turizmini rivojlantirish va undan daromadlar olish bo‘yicha jahondagi mamlakatlar ichida yetakchi o‘rinlarni egallab kelmoqdalar.

Jadvaldagi ma‘lumotlardan Yevropa mamlakatlarida qishloq turizmining nihoyatda rivojlanib borayotganligini ko‘ramiz. Bu holatning asosiy sabablari quyidagilardan iborat:

1. Yevropa davlatlari o‘zaro hamkorlikda har bir mamlakatda qishloq turizmini rivojlantirishning strategik rejalarini ishlab chiqadilar va amalga oshiradilar.

2. Yevropa davlatlarida qishloq turizmini rivojlantirishda Yevropa Ittifoqining «Umumyevropa «Lider» dasturi» muhim rol o‘ynaydi va bu dastur loyihalarini «Yevropa Ittifoqi» moliyalashtiradi.

3. Qishloq turizmini rivojlantirishda asosan noqulay yerlarni o‘zlashtirish, iqtisodiy holati qoniqarsiz rivojlanayotgan hududlar e‘tiborga olinadi.

4. Qishloq turizmini rivojlantirishda chegaradosh davlatlar o‘xshash dasturlarni qabul qiladi.

5. Qishloq turizmini rivojlantirishga davlat kreditlar va do‘tatsiyalar ajratadi, xususiy investorlar yordam beradi.

Yevropa davlatlarining qishloq turizmini rivojlantirish bo'yicha dasturlari

Mahalliy	Qishloq turizmini rivojlantirishga asoslar	Asosiy vazifalar	Asosiy instrumentlar	Moliyalashtirish manbalari	Qishloq turizmining ahamiyati
Buyuk Britaniya	1. Kelgusida qishloq xo'jalik yerlarining olib qo'yilishi xavfi. 2. Qishloq joylarida qadim madaniyat yodgorliklarning borligi.	1. Fermerlik turizmini rivojlantirish. 2. Qishloq turizmini rivojlantirishda notekislikni yo'qotish.	Qishloq turizmini rivojlantirish dasturini kreditlash, dotatsiyalash, turistik tashkilotlarning fermer manfaatlarini himoya qilish.	Davlat va xususiy investorlar	Agrar ixtisoslashtirishning alternativ yo'nalishi.
Fransiya	1. Noqulay va kammahsuldor yerlarning borligi. 2. Qishloq turizmining bilish, sport va davolanish turizmlari bilan qo'shilish imkoniyatlarning borligi.	1. Qishloq turizmini rivojlantirish darajalarida hududiy farqlarni yo'qotish. 2. Gastronomiya va vinochilik turizmlarini rivojlantirish.	Shimoli - g'arbiy departamentlarning turistik mahsulotlarini harakatga keltirish; fermerlar va ularning loyihalarini yakka tartibda quvvatlash.	Davlat va xususiy investorlar	Agrar ixtisoslashtirishning alternativ yo'nalishi.
Germaniya	1. Alohida federal viloyatlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish darajasidagi farqlar (yuqori, past, o'rta). 2. Qishloq turizmining bilish, sport va davolanish turizmlari bilan qo'shilish imkoniyatlari borligi.	Voqealar, hodisalar, turizmlari bazasida qishloq va fermerlik turizmlarini rivojlantirish.	Fermerlar va ularning loyihalarini yakka tartibda quvvatlash; turistik mahsulotlarni past rivojlangan viloyatlarga yo'naltirish.	Fermerlarning o'zi, xususiy investorlar va davlat (kam miqdorda)	Rivojlangan viloyatlarga qo'shimcha ixtisoslik, sobiq GDRning past rivojlangan viloyatlarida agrar ixtisoslashtirish alternativasi.

16.3.1-jadvalning davomi

Italiya	1. Janubdagi agrar rayonlarning depressiv holati. 2. Qishloq turizmining cho‘milish-plyaj, bilish, sport va davolanish turizmlari bilan qo‘shilish imkoniyatlarining borligi.	Fermer va gastronomiya turizmlarini rivojlantirish.	Kottejlar qurilishi va qishloq uylarini tiklashni rag‘batlantirish, qishloq turistik mahsulotini janubiy provinsiyalarga yo‘naltirish.	Davlat va xususiy investorlar	Agrar ixtisoslashtirishning alternativasi
Ispaniya	1. Janubdagi agrar rayonlarning rivojidadagi sustlik. 2. Qishloq turizmining cho‘milash-plyaj, bilish, sport va davolanish turizmlari bilan qo‘shilish imkoniyatlarining borligi.	Bolalar lager tarmoqlarini rivojlantirish, qadimiy tosh qal’alar bazasida mehmonxonalar tizimini yaratish, gastronomiya turizmini rivojlantirish.	Kottedjlar qurilishi va qishloq uylarini tiklashni rag‘batlantirish, qishloq turistik mahsulotini janubiy provinsiyalarga yo‘naltirish.	Davlat va xususiy investorlar	Agrar ixtisoslashtirishning alternativasi
Avstriya	1. Qishloq turizmining bilish, sport, davolanish turizmlari bilan qo‘shilish imkoniyatlarini borligi.	Fermer turizmini rivojlantirish, turistlar hisobiga fermerlar daromadini oshirish.	Qishloq turizmini rivojlantirish bo‘yicha ixtisoslashgan tashkilotlar faoliyatini muvofiqlashtirish, soliqlar qarzdorligini pasaytirish.	Fermerlarning o‘zlari – xususiy investorlar	Agrar regionlarni qo‘shimcha yo‘nalishlarga ixtisoslashtirish
Polsha, Ruminiya	1. Agrar rayonlarning depressiv holati. 2. Qishloq joylaridagi boy rekreatsiya va ekologik turizm resurslarining salohiyati.	Joylashtirish vositalarini takomillashtirish, qishloq joylarida infrazuzilmalarni rivojlantirish, dehqonning tadbirkorlik madaniyatini oshirish, qishloq turistik mahsulotini harakatlantirish.	Qishloq turizmini rivojlantiruvchi dehqon xo‘jaligini kreditlash, dehqonlarni Yevropa standartlari bo‘yicha xizmat ko‘rsatishga o‘qitish, qishloq joylarida transport tarmoqlarini yaxshilash	Davlat (asosiy mablag‘lar)	Agrar ixtisoslashtirishning alternativasi

6. Qishloq turizmini rivojlantirishda qishloqlardagi barcha imkoniyatlardan foydalaniladi.

7. Qishloq turizmini rivojlantirishda qishloqliklar Yevropa standartlari asosida xizmatlar ko'rsatishga davlat tomonidan o'qitiladi.

8. Qishloq turizmini rivojlantirishda qishloq infratuzilmalarini yaratish, transport yo'llarini yaxshilash, joylashtirish vositalarini yaratish ishlariga davlat mablag'lar ajratadi.

Tayanch so'z va iboralar: qishloq turizmi, fermer turizmi, qishloq turizmini rivojlantirishning xalqaro modellari, qishloq turizmini rivojlantirish bosqichlari, Yevropa davlatlarining dasturlari, strategik rejani ishlab chiqish.

Mustaqil ishlash uchun savollar

1. Qishloq turizmini rivojlantirish mintaqada qanday natijalarni berishi mumkin?

2. Jahonda qishloq turizmini tashkil qilishning qanday modellari mavjud?

3. O'zbekistonda qishloq turizmini rivojlantirish bosqichlari nimalardan iborat?

4. Yevropa mamlakatlarida qishloq turizmini rivojlanish sabablari nimadan iborat?

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar

O'zbekistonda qishloq turizmini rivojlantirishning qanday imkoniyatlari mavjud? O'zingizning yashab turgan hududingiz misolida qishloq turizmining resurslari bo'yicha taqdimot tayyorlang.

Test savollari

1. XX asrning o'rtalarida qishloq turizmini rivojlantirishning davlat dasturini ishlab chiqqan davlat qaysi qatorda to'g'ri ko'rsatilgan?

- a) Fransiya;
- b) Britaniya;

d) Avstraliya;

e) Germaniya.

2. Germaniya modeli bo'yicha qishloq turizmining o'ziga xos jihatlari qaysi qatorda ko'rsatilgan?

a) yerda ishlash, hayvonlarni boqish, madaniy o'tirishlar, suhbatlar va baliq ovlash;

b) turistlarni joylashtirishga ko'proq e'tibor berilgan;

d) vino va gastronomiya turizmi;

e) tabiat va sog'liq, an'anaviy gastronomiya, sport.

3. Ispaniya davlati qishloq turizmini rivojlantirish bo'yicha dasturida ko'rsatilgan asosiy vazifalar nimalardan iborat?

a) bolalar lager tarmoqlarini rivojlantirish;

b) dehqonning tadbirkorlik madaniyatini oshirish;

d) voqealar, hodisalar, turizm bazasida qishloq va fermerlik turizmlarini rivojlantirish;

e) qishloq turizmini rivojlantirish darajalarida hududiy farqlarni yo'qotish.

4. Hozirgi paytda O'zbekistonda qishloq turizmini rivojlantirishda qanday chora-tadbirlar ishlab chiqilishi kerak?

a) strategik reja ishlab chiqilishi kerak;

b) turistik siyosat olib borish kerak;

d) joriy dasturlar ishlab chiqilishi kerak;

e) konsepsiya ishlab chiqilishi kerak.

5. Italiya davlatida qishloq turizmi qanday nomlanadi?

a) dehqon turizmi;

b) qishloq turizmi;

d) agro turizmi;

e) yashil turizm.

17-mavzu. TURIZM SOHASINI BOSHQARISHNING TASHKILiy TUZILMASI VA MARKETINGI

Reja:

- 17.1. Xorijdagi turizm sohasi boshqaruvining modellari.
- 17.2. O‘zbekistonda turizm majmuasini boshqarishning tashkiliy tuzilmasi.
- 17.3. Turizm xizmatlari sohasida marketingning nazariy asoslari.

17.1. Xorijdagi turizm sohasi boshqaruvining modellari

Xorijdagi turizm sohasi boshqaruvini tashkil qilishning o‘ziga xos xususiyatlarini o‘rganishda davlat boshqaruvining uchta modelini alohida ajratib ko‘rsatish mumkin.

Birinchi model markazlashgan davlat ma‘muriyatining yo‘qligini nazarda tutadi, bunda barcha masalalar bozor “o‘z-o‘zini tashkil etish” tamoyili asosida joylarda hal qilinadi. Ayrim mamlakatlar hukumatlari ushbu mamlakat turizmi xalqaro bozorda mustahkam o‘rin egallagan va u xorijiy turistlar uchun doimo sirli va jozibali bo‘lganida yoki turistik bozor subyektlari nufuzli mavqeni egallaganda shunday qarorlarni qabul qiladi. Bunday holda turistik bozor subyektlari, ya’ni turfirmalar o‘z muammolarini davlat ishtirokisiz mustaqil hal qila oladilar va ular butun milliy bozor manfaatlariga ega va mustaqil reklama aksiyalariga qodir bo‘lishganda, shunday qarorlar qabul qilishi mumkin. Turizm industriyasining bunday boshqarish modelidan AQSHda foydalanilgan (1997-yilda AQSHda turizm bilan shug‘ullanuvchi VSTTA davlat tizimiga barham berilgan).

Ikkinchi model butun soha faoliyatini nazorat qiluvchi kuchli va nufuzli vazirlikning bo‘lishini taqozo qiladi. Bunday boshqaruvni amalga oshirish uchun ma‘lum shart-sharoitlar talab qilinadi, jumladan, turizm industriyasiga, reklama va marketing faoliyatiga, turistik infratarkibga katta mablag‘lar sarflash lozim bo‘ladi. Ushbu model bo‘yicha turistik sohani boshqarish Turkiya, Misr, Tunis kabi turizmga mamlakatga valyuta kirib kelishining asosiy manbalaridan biri sifatida qaraydigan davlatlarda joriy qilingan.

Uchinchi model Yevropa davlatlarida qo‘llanilib, mamlakat turistik faoliyatini rivojlantirish masalalari ma‘lum bir ko‘p tarmoqli

vazirlik tomonidan hal qilinadi. Masalan, G'arbiy Yevropada bu faoliyat bilan ko'proq iqtisodiy yo'nalishdagi vazirlik shug'ullanadi. Davlat boshqaruvining bunday modelining jiddiy xususiyatlaridan yana biri – davlat turizm ma'muriyati tashkilotlarini ikki toifaga ajratishidir. Birinchi toifadagi tashkilotlar davlat boshqaruvining global masalalari bilan shug'ullanadi va tarmoq uchun me'yoriy-huquqiy bazani yaratish, statistik ma'lumotlarni qayta ishlash, mintaqalar faoliyatini muvofiqlashtirish, xalqaro darajadagi hamkorlik masalalari bilan shug'ullanadi. Ikkinchi toifa tashkilotlar esa marketing tadqiqotlarini olib boradi. Bu toifadagi tashkilotlar turistik vazirlik tarkibiga kiruvchi yoki unga bo'ysunuvchi, ammo boshqaruv organi bo'lmagan muassasa hisoblanadi. Xorijda ushbu mamlakat haqida tasavvurni yaratish uchun zarur bo'lgan barcha faoliyat ularning zimmasida bo'ladi (jumladan, ko'rgazmalarda ishtirok etish, xorijdagi turvakolatlarining boshqaruvi). Shuningdek, moliyalashtirishning asosiy ulushi aynan ushbu toifadagi institutlar zimmasiga tushadi.

Bundan tashqari, rivojlangan Yevropa mamlakatlarida davlat boshqaruvidagi turistik ma'muriyat davlat topshiriqlariga xususiy sektordan moddiy mablag'larni jalb qilish uchun, turli darajalardagi boshqaruv organlari o'rtasidagi o'zaro foydali hamkorlik shakllarini topish uchun mahalliy hukumat hamda xususiy biznes vakillari bilan yaqin munosabatda ishlaydi.

Xalqaro turizmning rivojlanish tendensiyalari, turistik sohani tashkil etish uslubi va tuzilishiga ko'ra, O'zbekiston sharoiti uchun, bizning fikrimizcha, turizm sohasini boshqaruvining uchinchi modeli ma'qul keladi.

17.2. O'zbekistonda turizm majmuasini boshqarishning tashkiliy tuzilmasi

Mamlakatimizda davlat turistik faoliyatni O'zbekiston iqtisodiyotining yetakchi tarmoqlaridan biri sifatida e'tirof etib, turistik faoliyatni rivojlantirishni qo'llab-quvvatlaydi va uni amalda bajarish uchun qulay sharoitlar yaratadi.

Milliy iqtisodiyotdagi turizmning o'rnini belgilash va uni boshqarish tizimini takomillashtirish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M. Mirziyoyevning 2016-yil 2-dekabrdagi

“O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qabul qilgan Farmoni tarixiy ahamiyatga ega bo‘lib, iqtisodiyotda birinchi marotaba turizm sohasiga strategik sektor maqomini berilishi bilan ajralib turibdi. Bunday yondashuv turizmni barcha hududlarni va o‘zaro bog‘liq tarmoqlarni kompleks ravishda jadal rivojlantirishning yetakchi kuchiga aylanishi lozim bo‘lgan iqtisodiyotni diversifikatsiyalash, tarkibiy o‘zgartirish va barqaror rivojlanishning qudratli vositasiga aylantiradi.

Turizm xizmat bozoridagi davlat siyosatining asosiy yo‘nalishlari quyidagilardan iborat:

- turizm industriyasini rivojlantirish;
- fuqarolarning dam olish huquqlarini, sayohat qilishda harakatlanish erkinligini ta’minlash;
- turistik resurslardan oqilona foydalanish va ularni saqlash;
- bolalar, yoshlar, nogironlar va aholining kam ta’minlangan qatlamining turizmdan foydalanish bo‘yicha me’yoriy bazasini takomillashtirish;
- turistik industriyani rivojlantirishga mablag‘ jalb qilish;
- turistik xizmatlar bozorida tadbirkorlik faoliyati subyektlari uchun teng imkoniyatlar yaratish;
- turistlar xavfsizligini, ularning huquqlari, qonuniy manfaatlari va mulkiy himoyasini ta’minlash;
- turizm sohasining ilmiy ta’minotini tashkil qilish va rivojlantirish;
- kadrlar tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish;
- xorijiy mamlakatlar va xalqaro tashkilotlar bilan hamkorlikni rivojlantirish.

Turizm majmuasi boshqaruv tizimini tashkil etishning mikro-iqtisodiyot darajasida turizm industriyasida ish yuritayotgan turli mulk shakliga ega bo‘lgan tashkilotlar, korxonalar va O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasining viloyatlardagi mintaqaviy bo‘limlari va vakillari faoliyat yuritadi. Turizmni boshqarish tizimini qayta tashkil etish natijasida yangi va yanada samarali boshqaruv usullari paydo bo‘lmoqda, korxonalar hamda turistlarning huquq va manfaatlari himoyasi kuchaytirilib,

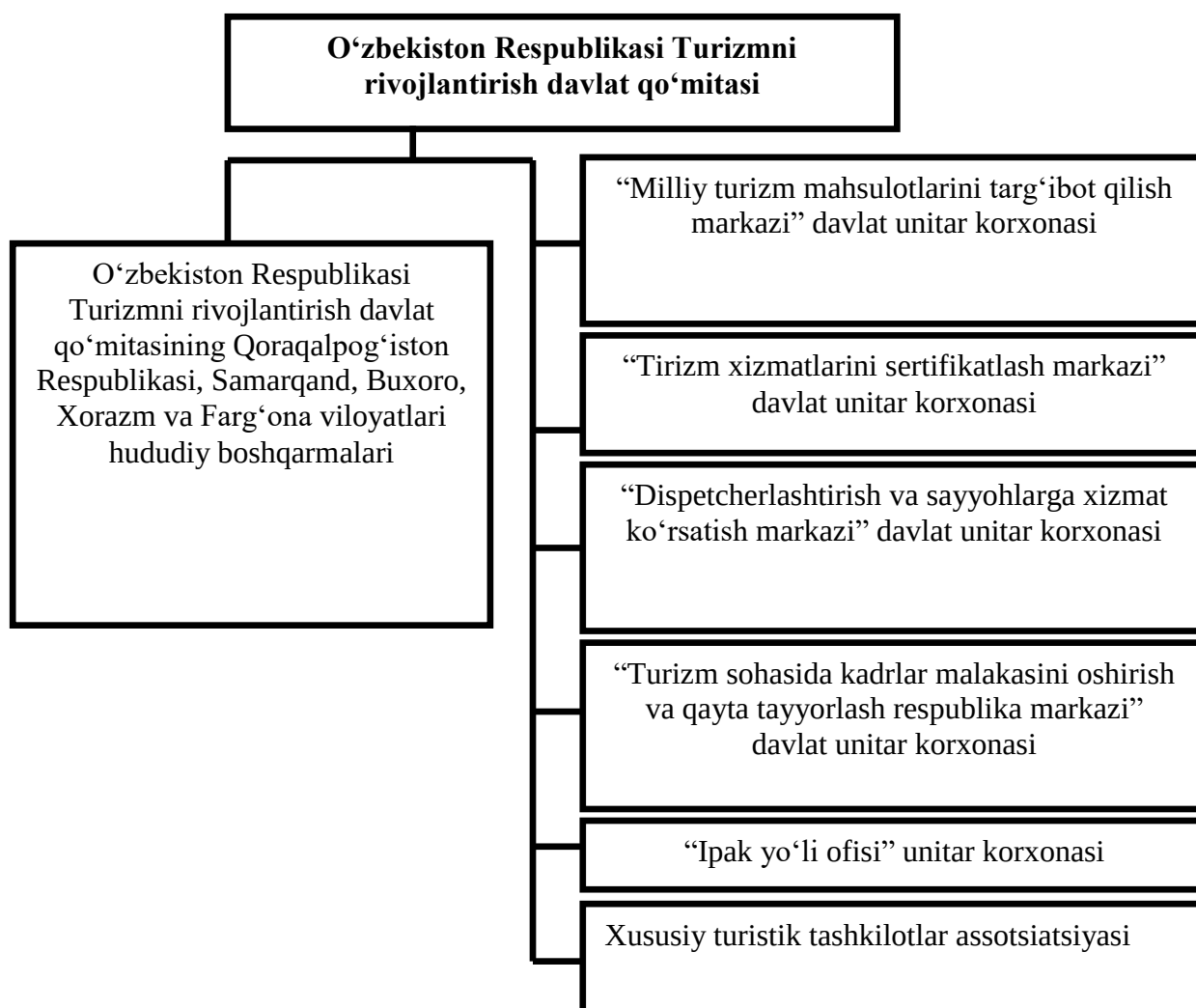
turizmni rivojlantirishning maqbul yo‘nalish hamda uslublari aniqlanmoqda. Shubhasiz, turizm sohasida davlat siyosatining muhim qismi uni amalga oshirish mexanizmini tayyorlashdan iborat. Turizm xizmat bozorining davlat tomonidan boshqaruv tarkibining tahlili hozirgi paytda davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashning quyidagi iqtisodiy va ma‘muriy mexanizmlari mavjudligini ko‘rsatdi:

- soliq imtiyozlari, subsidiyalar va dotatsiyalar;
- turizm rivojlanishiga yordam beruvchi va turistik xizmatlar iste‘molchisi huquqlarining himoyasini ta‘minlovchi milliy qonunchilik tizimi va me‘yoriy aktlar;
- mamlakatga kirishda va undan chiqishda pasport qaydlari hamda vizaga oid cheklovlarni kamaytirish;
- narxlarni turli arzonlashtirish usullarini qo‘llash va imtiyozlar berish yo‘li bilan nomavsumiy turizmni rag‘batlantirish;
- ijtimoiy turizmni rivojlantirish va qo‘llab-quvvatlash;
- turistlar xavfsizligi talablarining kuchaytirilishi;
- davlat tomonidan atrof-muhitni, madaniy va tarixiy hamda boshqa bir qator turistik resurslarni saqlash bo‘yicha qo‘llanilayotgan choralarni kuchaytirish.

O‘zbekiston Prezidenti Farmoni asosida 2017-yildan **tugatilgan** «O‘zbekturizm» Milliy kompaniyasi negizida O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi tashkil etildi va u turizm sohasidagi vakolatli davlat organi etib belgilandi.

O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi zimmasiga quyidagi funksiyalar yuklandi:

- turizm turoperatorlik faoliyatini litsenziyalash;
- O‘zbekiston Respublikasi sertifikatlashtirish bo‘yicha milliy organi;
- «O‘zstandart» agentligi bilan mustahkam o‘zaro hamkorlikda turizm faoliyati subyektlari tomonidan ko‘rsatiladigan turoperatorlik (turizm mahsulotlari) xizmatlari va mehmonxona xizmatlarini majburiy sertifikatlash, shu jumladan, turli tashkiliy-huquqiy shakllardagi mehmonxonalarning (motellarning) tasnifini belgilash;
- sertifikatlanadigan turizm xizmatlarining normativ hujjatlarda belgilangan majburiy talablar va standartlarga muvofiqligi bo‘yicha inspeksiya nazoratini amalga oshirish.



17.2.1-rasm. O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasining tashkiliy tuzilmasi.

Bunda O‘zbekiston Respublikasi Milliy sertifikatlash tizimida akkreditatsiya qilingan turizm xizmatlarini sertifikatlash bo‘yicha organlar ham turizm xizmatlarining ayrim turlarini sertifikatlash subyektlari hisoblanadi.

O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasining o‘z vakolatlari doirasida qabul qilgan qarorlari davlat va xo‘jalik boshqaruvi organlari, davlat hokimiyati va mahalliy boshqaruv organlari, mulkchilik shakllari va idoraviy bo‘ysunishidan qat’i nazar, xo‘jalik yurituvchi subyektlar tomonidan bajarilishi majburiy hisoblanadi.

O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasining boshqaruv xodimlari cheklangan soni 43 nafar bo‘lgan markaziy apparati tuzilmasi tashkil etildi (17.2.2-rasm).

O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat ko‘mitasi faoliyatining asosiy vazifalari va yo‘nalishlari etib quyidagilar belgilandi:

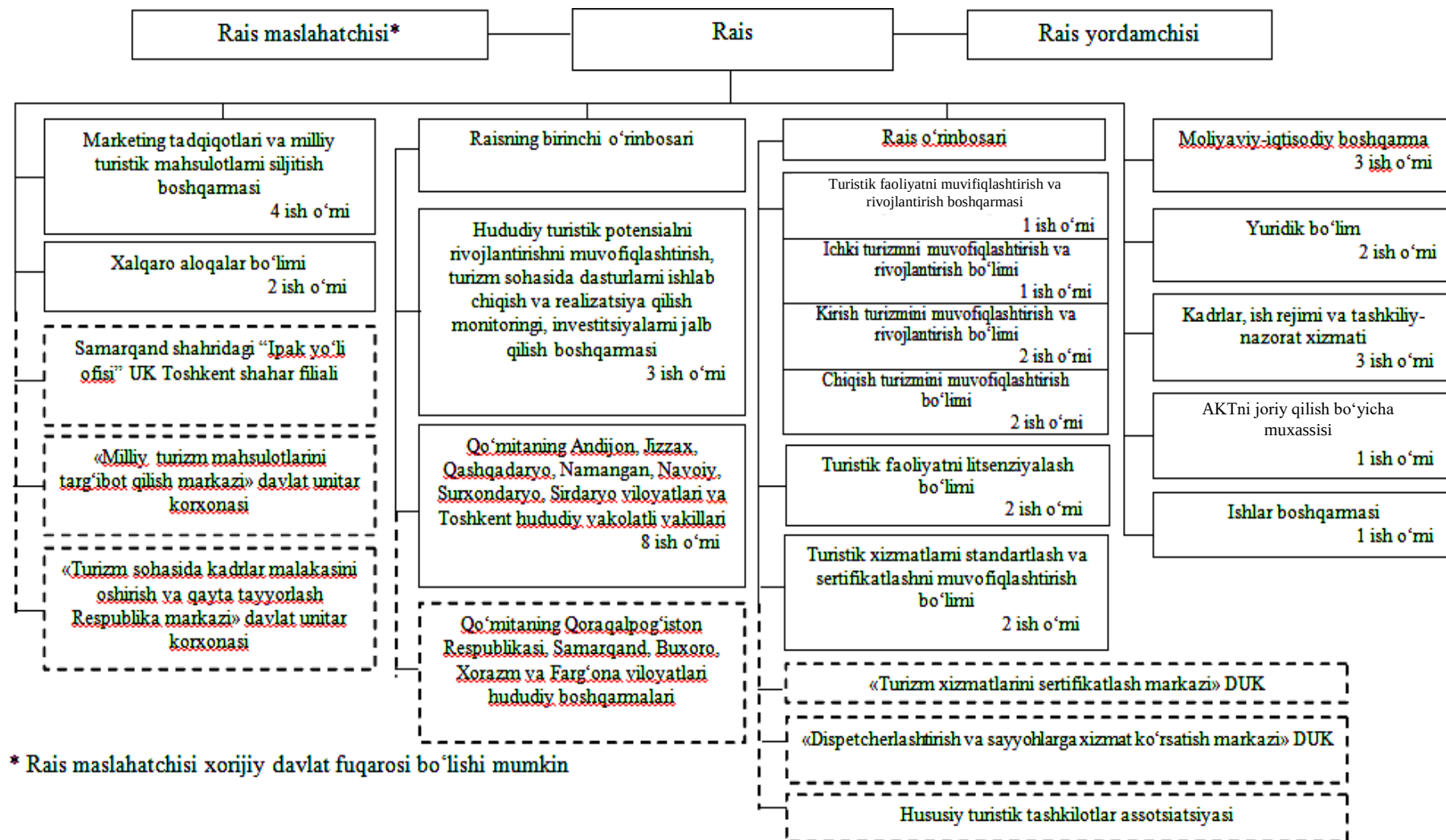
- mamlakatning turizm salohiyatini tubdan oshirishga, turizmga iqtisodiyotning strategik sektori maqomini berishga, turizm sohasida yagona davlat siyosati o‘tkazilishiga yo‘naltirilgan turizmni rivojlantirishning yaxlit konsepsiyasi shakllantirilishi va amalga oshirilishini ta‘minlash;

- turizm xizmatlarining tashqi va ichki bozorlarida marketing tadqiqotlari olib borishga, tarixiy-madaniy merosni keng targ‘ib qilishga, O‘zbekiston Respublikasining turizm qiyofasini saqlab qolish va rivojlantirishga, milliy turizm mahsulotlari va brendlari xalqaro turizm bozorlariga kirib borishga yo‘naltirilgan faol reklama-axborot siyosatini amalga oshirish;

- ichki, kirish va chiqish turizmini kompleks rivojlantirishning milliy va hududiy dasturlari ishlab chiqilishini muvofiqlashtirish va ularning amalga oshirilishi monitoringi, turizm turlarining keng doirasini jadal rivojlantirish, xalqaro standartlarga muvofiq bo‘lgan turizm infratuzilmasini rivojlantirishga xorijiy investitsiyalarni, shuningdek, xalqaro moliya institutlari va boshqa tashkilotlarning kreditlari va grantlarini jalb etish;

- turizm faoliyati rivojlanishini muvofiqlashtirish, mintaqalarda yangi turizm yo‘nalishlari tashkil etilishini ta‘minlash, ularni pasportlashtirish, turizm yo‘nalishlari va turizm obyektlari bo‘yicha yagona milliy reestrlarni shakllantirish;

- turizm xizmatlarini tashkil etishda, eng avvalo, turistlar joylashtiriladigan joylarda, ovqatlanish punktlarida, respublika hududi bo‘ylab harakatlanishda va turizm obyektlariga tashriflarni uyushtirishda turistlarning xavfsizligi va sog‘lig‘ini ta‘minlashga yo‘naltirilgan turizm xizmatlari ko‘rsatish sifati va xavfsizligi standartlari ishlab chiqilishini muvofiqlashtirish, turizm sohasida xizmatlarni litsenziyalash va sertifikatlashtirish hamda litsenziyalanadigan va sertifikatlashtiriladigan turizm xizmatlarining belgilangan talablar va standartlarga muvofiqligi bo‘yicha inspeksiya nazoratini amalga oshirish;



17.2.2-rasm. O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi markaziy apparatining tuzilmasi.

- turizm sohasini davlat tomonidan va bozor munosabatlari asosida tartibga solishni maqbullashtirish va turizm xizmatlari bozorida raqobatni rivojlantirish, turizmni rivojlantirishga qarshilik qilayotgan barcha g'ov va to'siqlarni bartaraf etishga qaratilgan takliflar ishlab chiqish, turizm sohasida tadbirkorlik faolligi oshishiga har tomonlama ko'maklashish, ushbu sohaga axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini faol joriy etish;

- turizm faoliyati sohasida birinchi navbatda BMTning Butunjahon turizm tashkiloti, turizm bo'yicha nufuzli xalqaro va milliy tashkilotlar hamda turizm sohasida faoliyatni amalga oshiruvchi xorijiy kompaniyalar bilan xalqaro hamkorlikni kengaytirish, xalqaro va davlatlararo standartlar va normalarni turizm faoliyati va amaliyotiga joriy etish;

- turizm faoliyati subyektlari xodimlarini muntazam ravishda qayta tayyorlash va ularning malakasini oshirishni yuqori sifat darajasida tashkil etish, tarmoq turizm fanlarini rivojlantirishga ko'maklashish.

O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi tuzilmasida quyidagi mustaqil bo'linmalar tashkil etildi:

- tugatilayotgan «O'zbekturizm» Milliy kompaniyasi huzuridagi «Buyuk Ipak yo'li» reklama agentligi davlat unitar korxonasi negizida «Milliy turizm mahsulotlarini targ'ibot qilish markazi» **davlat unitar korxonasi;**

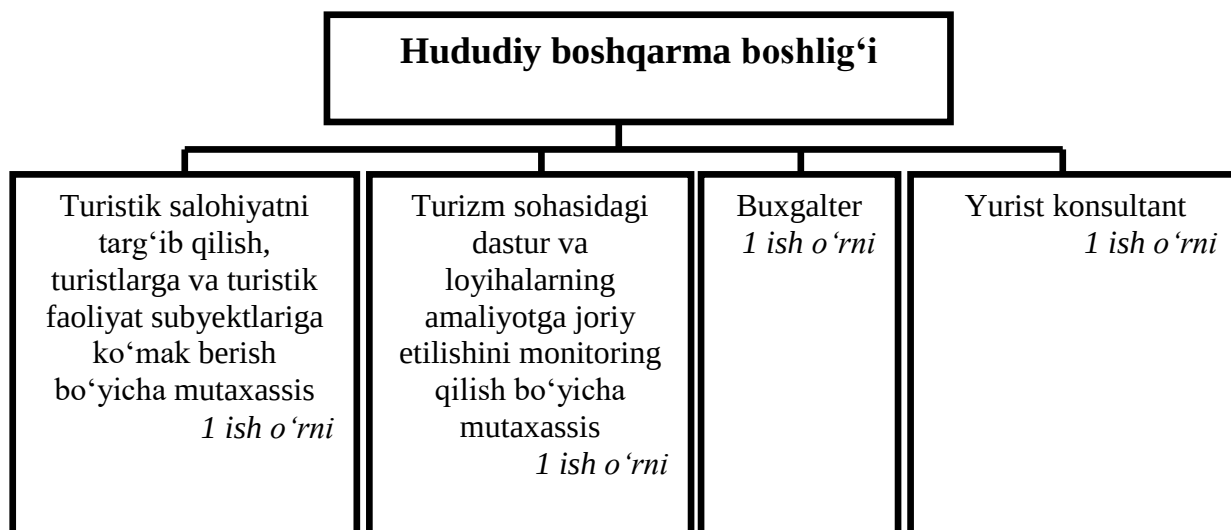
- «Turizm xizmatlarini sertifikatlash markazi» unitar korxonasi negizida «Turizm xizmatlarini sertifikatlash markazi» **davlat unitar korxonasi;**

- «Dispetcherlashtirish va sayyohlarga xizmat ko'rsatish markaziy boshqarmasi» davlat korxonasi negizida «Dispetcherlashtirish va sayyohlarga xizmat ko'rsatish markazi» **davlat unitar korxonasi;**

- «Respublika ilmiy-o'quv konsalting markazi» davlat korxonasi negizida «Turizm sohasida kadrlar malakasini oshirish va qayta tayyorlash Respublika markazi» **davlat unitar korxonasi.**

O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasining Qoraqalpog'iston Respublikasi, Samarqand, Buxoro, Xo-

razm va Farg‘ona viloyatlarida hududiy boshqarmalar tashkil topdi. Uning tashkiliy tuzilmasi quyida ifodalangan.



17.2.3-rasm. Hududiy boshqarmalarning namunaviy tuzilmasi.

17.3. Turizm xizmatlari sohasida marketingning nazariy asoslari⁶²

Turizm sohasida marketingning qo‘llanilishi bozorda maxsus turistik mahsulotni ishlab chiqarish va uni aniq iste‘molchiga yo‘naltirish, savdoni oshirish strategiyasini ishlab chiqish va reklama ma‘lumotlarining eng samarali vositasini tanlash bilan bog‘liqdir. Turistik xizmatlarning iste‘molchigacha bo‘lgan harakati bevosita amalga oshmaydi. Bu yo‘lda turistik xizmatlar turoperatorlar va distributsiya tizimi, ya‘ni turistik agentliklar orqali turistik mahsulotga aylanadi va iste‘molchiga qadar yetib boradi. Umuman olganda, turistik xizmatlarning ishlab chiqishdan to iste‘molchigacha bo‘lgan harakat majmuasi o‘zida marketing majmuasini aks ettiradi.

Turizm faoliyatining asosiy natijasi o‘zida turistlarga ko‘rsatiladigan, to‘lanadigan barcha xizmatlarni, jumladan, mehmonxona xizmatlari, transport xizmatlari, tarjimonlik, maishiy, kommunal, vositachilik va boshqa xizmatlarni qamrab oluvchi turistik mahsulotni ishlab chiqishdan iborat.

⁶² Ablakulov A.A. “Turizm xizmatlari raqobatbardoshligini oshirishda marketing qarorlaridan samarali foydalanish mexanizmi”. Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (doctor of philosophy) dissertatsiyasi. 2018 y.

Keng ma'noda turistik mahsulot – bu turistik safarni tashkil etuvchi tovar va xizmatlar majmuidir. Asosiy turistik mahsulot bu har bir turistga ko'rsatiladigan muayyan standart xizmatlar to'plamidan iborat bo'ladi. Turistik xizmatlarga xuddi boshqa xizmatlar kabi nomoddiylik, sifat o'zgarishi va saqlash mumkinmasligi xos. Lekin turistik xizmatlar ma'lum bir o'ziga xos xususiyatlarga ega: turistik xizmatlar ko'rsatish turli bosqichlarda murakkab munosabatlardan iborat, narx egiluvchanligi bor, siyosiy va ijtimoiy sharoitlarga bog'liq, turistik mahsulotlar faqatgina ular ishlab chiqilgan joyda taqdim etiladi, xizmatlar bir qancha korxonalar tomonidan ishlab chiqariladi va ularning har birining o'z tijorat maqsadi bor, turistik xizmatlar sifatiga bir qator tashqi omillar ta'sir ko'rsatadi (davlat siyosati, tabiiy sharoit, xalqaro vaziyat va b.). Turistik mahsulotning keltirilgan xususiyatlari turizm sohasida marketingni qo'llash xususiyatlarini belgilaydi.

Iqtisodiyot fanida xizmatlar sohasiga bo'lgan yuqori e'tiborga qaramasdan, haligacha xizmatlar marketingi bo'yicha umumiy yagona nazariya mavjud emas. Turizm sohasi mutaxassislari «turizm marketingi» tushunchasini turlicha ta'riflashadi.

Ba'zi mutaxassislar turizmdagi marketing tushunchasiga (global) keng qamrovli yondashadilar, masalan, shveytsariyalik mutaxassis Yo. Kripendraf uni quyidagicha ta'riflaydi: «Turistik marketing – tizimiy o'zgarish va turistik korxonalar faoliyatining muvofiqligi, shuningdek, hududiy, milliy yoki xalqaro miqyosda amalga oshiriladigan turizm sohasidagi xususiy va davlat siyosatidir. Bunday o'zgarishlarning maqsadi belgilangan iste'molchilar guruhining talablarini to'laroq qondirishdan iborat bo'ladi, bu yerda tegishli foyda olish imkoniyati ham inobatga olinadi».

V. Zeythamp va M. Bitnerning aytishicha, servis firmalarida marketing tadbirlari o'tkazilishining asosiy sababi buyurtmachiga ko'rsatiladigan xizmatning eng yuqori sifatini ko'rsatishdir.

Turizm marketingi esa o'ziga xos jihatlariga ega. Bu marketing bozorni mijoz talablariga ko'ra o'rganish va o'zgartirishdan iborat. Bu servis marketingining tarkibiy qismi hisoblanadi, shuning uchun servis xizmatlarini tashkil etishda turizm marketingi tavsiyalarini o'rganish lozim bo'ladi. Odatda, quyidagicha ta'rif ko'p ishlatiladi: turizm marketing – bu korxona ishlayotgan bozor talablariga qay

darajada javob bera olayotganligini o'rganishdir. Lekin shu bilan birga, aytish joizki, turizm sohasida odatda iqtisodiyotning 46 sohalaridan iborat korxonalar tizimini yaratishda (restoranlar, mehmonxonalar, sayohat byurolari, transport korxonalari va b.), ularning har biri marketingi o'zgacha yondashuvni talab etadi.

Asosiy maqsadi foyda olish bo'lgan korxonada marketing boshqacha bo'ladi, maqsadi ko'proq turistlarni jalb etish bo'lgan davlat tuzilmalarida esa umuman boshqacha, xuddi shunday transport tashkilotlari, mehmonxonalar, restoranlarning marketing strategiyalari farqlanadi.

Turizm marketingining ahamiyati haqida amerikalik mutaxassis G.Harris quyidagilarni aytadi: «Turizm uchun oddiy marketing kerak emas. U qadamjolarini yanada jozibali qila olishi kerak. Bu esa tabiiy turistik obyektlarni saqlash – obodonlashtirishni anglatadi. Oxir-oqibat takrorlanmas madaniy meros, yovvoyi tabiat yoki go'zal peyzaj turistlarni birinchi navbatda jalb qiladi». Bu ta'rifda turizm marketingida davlatning roli ko'rsatilmoqda.

Butunjahon turizm tashkiloti (BTT) turizm marketingining uchta funksiyasini ajratadi: mijozlar bilan aloqa o'rnatish, rivojlanish va nazorat. Mijozlar bilan aloqa o'rnatishning asosiy maqsadi mijozni taklif etilayotgan safarlar to'liq standartlarga javob berishiga ishontirish. Rivojlanish funksiyasi servisni yanada yaxshilash va mijozlar talabini qondirish uchun tizimga yangiliklar kiritishdan iborat. Nazorat funksiyasi esa turistik xizmatlarning darajasini va turizm bozorining sifatini tahlil qilishni anglatadi.

Turizm marketingining quyidagi tamoyillari mavjud: iste'molchilar talablarini samarali hal qilishga yo'naltirilganlik; aniq qo'yilgan moliyaviy natijaga yo'nalganlik. Shu bilan birga, marketing faoliyatning muddatlar bo'yicha, resurslar va javobgarlik bo'yicha shartlar bajarilishi zarur. Shuningdek, marketing izlanishlarini olib borish, reklama faoliyati, bozor talablarini maksimal o'rganish, firma faoliyatini uzoq muddatli bashorat qilish kabi tamoyillar ham mavjud. Turizm korxonasining faoliyatini o'rganishga korxona madaniyatini oshirish kiradi, ya'ni odamlar o'rtasidagi madaniyatni, kadrlar madaniyatini oshirish.

Marketing faoliyati nuqtayi nazaridan olsak, bozorlarni quyidagicha farqlash mumkin: maqsadli bozor, ya'ni firma o'z faoliyatini

tashkil etadi; asosiy bozor, ya'ni turistik xizmatlarning asosiy turlari taqdim etiladi; qo'shimcha bozor, ya'ni ma'lum bir xizmatlarni taqdim etish; o'suvchi bozor – turistik xizmatlar rivojlanishi uchun real sharoitdagi bozor; natijasiz – mevasiz bozor, ya'ni xizmatlar taqdim qilish uchun sharoiti yo'q bozor.

Turistik bozorlarni o'rganish ikki yo'nalish bo'yicha olib boriladi: 1) muayyan vaqtdagi bozor parametrlarini o'rganish; 2) prognoz natijalar olish. Birinchi navbatda bozorning joriy holati o'rganiladi, ya'ni uning kon'yunkturasi, keyin esa uning hajmi.

A.P. Durovichning fikricha, turizm bozori kon'yunkturasi bu muayyan vaqtdagi turistik xizmatlar talab va taklifini, shuningdek, narxlar dinamikasini shakllantiruvchi shart va omillar ta'siri natijasi sifatida yuzaga keladigan bozor iqtisodiy holatidir.

Turizm bozori kon'yunkturasiga ko'plab omillar ta'sir qiladi: siyosiy, ilmiy-texnik, iqtisodiy, ijtimoiy va b. Kon'yunktura hozirgi davrda o'rganiladi va xizmatlarning rivojlanishi bo'yicha prognoz qilinadi. Bozorni o'rganishda ma'lum bir davr uchun (yarim yil, yil) turistik xizmatlarning mumkin bo'lgan hajmi, ya'ni bozor hajmi o'rganiladi. Bozor hajmi o'rganilgandan so'ng firma, qaysi bozor u uchun eng ma'qulligini tanlaydi. Firma o'rganilayotgan bozorning qanday qismini egallashi ham hisobga olinadi. Turizm bozorida raqobatchilarni marketing tahlili kuchli va kuchsiz firmalarning o'zaro aloqasini o'rganish asosida olib boriladi. Raqobatchilarni tahlil qilishning muhim bosqichi – bu axborot to'plash. U ikki xil bo'lishi mumkin: miqdoriy-obyektiv (raqobatchi xodimlarining soni, tashkiliy huquqiy shakli, rentabelligi, bozordagi ulushi, filiallari, ko'rsatadigan xizmatlari ro'yxati va b.) va sifat tomondan-subyektiv (xizmat ko'rsatish, firma obro'si, narx siyosati, marketing strategiyasi, kiritayotgan yangiliklari, mijozlarga munosabati va b. Raqobatchilarni o'rganish firmaga raqobatchi firmalar kuchli tomonini bilish, bozordagi to'siqlarni bilishni olib keladi va bu o'z navbatida bozorga kira olishiga yengilliklar tug'diradi.

Yana bir muhim yo'nalish – bu iste'molchilar talabini o'rganish. Korxona iste'molchilar nima xohlashini oldindan bila olishi lozim. Mijozlarning nimani yaxshi ko'rishi, u yoki bu mahsulotni tanlashda nima ta'sir ko'rsatishini o'rganishi lozim. Marketing strategiyasi ishlab chiqilgan hamda iste'molchilar bilan muloqot

yo'lga qo'yilgan bo'lishi kerak. Iste'molchilar tanlovini o'rganishdagi marketing izlanishlari mijozlarning u yoki bu mahsulotni tanlashiga ta'sir ko'rsatadigan omillarni o'rganishni taqozo etadi. Bu omillarni ikki guruhga ajratish mumkin: tashqi omillar va shaxsiy omillar.

Tashqi omillarga, o'z navbatida, marketing majmui va tashqi muhit omillari kiradi. Marketing majmui – bu turistik firmaning turistik mahsulot narxi, ishlab chiqilishi, kommunikatsiyalar, shuningdek, personal, xizmat ko'rsatish jarayoni va sharoiti (firma binosining tashqi ko'rinishi, mebel va jihozlari va b.) orqali mijozga ta'sir ko'rsatishdir.

Tashqi muhit omillariga korxona tomonidan ta'sir qilish qiyin. Bularga iqtisodiy, siyosiy, madaniy va ijtimoiy omillar kiradi.

Iste'molchilar shaxsiy omillarini hisobga olishda, mahsulotni sotib olishning joyi, iste'molchi to'lashga tayyor bo'lgan mavjud narxlar o'rganiladi. Eng muhim shaxsiy omillarga iste'molchilar yoshi, ma'lumoti, faoliyat turi, hayot tarzi va iqtisodiy ahvoli kiradi. Bu yo'lda nafaqat mijozning xohishi, balki ushbu mahsulotni sotib olishni qaror qilishiga ham ahamiyat berish kerak. Mijoz mahsulotni sotib olgunga qadar ko'p vaqt qaror qabul qilgan hamda har tomonlama o'ylagan bo'lishi mumkin. Bunda korxona mijozning ko'nglida ishonch uyg'ota olishi kerak. Turistik xizmatni sotib olish haqidagi qaror iste'molchi tomonidan quyidagi ketma-ketlikda amalga oshiriladi: turistik xizmatga ehtiyojni anglash, ushbu xizmatlarni ko'rsatuvchi turistik firmalar haqida ma'lumot qidirish, har xil firmalar ma'lumotlarini solishtirish, turistik xizmat sotib olish haqida qaror qabul qilish va uni bevosita sotib olish.

Turistik firmaning faoliyati faqatgina turistik yo'llanmani sotish bilan chegaralanmaydi, balki u mijozning ushbu safardan qay darajada ko'nikkanligi bilan ham qiziqishi lozim, chunki mijoz kelgusida yana yo'llanma olishi mumkin yoki o'z tanishlariga ushbu firma haqida tavsiyalar berishi mumkin. Turistik bozorni mijozlar xohishiga qarab taqsimlash yoki segmentatsiyalash mumkin. Uning asosida iste'molchilarni ularning xohishiga qarab guruhlariga bo'lish turadi. Segmentatsiya natijasida mijozlarga hamma xizmatlarni oldindan ko'ra bilish orqali raqobatbardosh turistik mahsulotlar ishlab chiqish, shuningdek, korxonada moliyaviy tejamkorlikka,

ya'ni foyda o'sishiga olib kelishi mumkin. Segmentatsiyada universal metodlar mavjud emas. Bunda asosiy belgilar geografik, demografik, ijtimoiy-iqtisodiy, psixografik va xulq-atvoriy belgilardan iborat.

Xulosa qilib shuni aytish mumkinki, turizm marketingi o'zida turistik korxonalar faoliyatini turizm xizmatlaridan foydalanuvchi mijozlar talab va ehtiyojlariga yo'naltirishni aks ettiradi. Marketing yordamida firma o'z konsepsiyasini ishlab chiqadi, bozor imkoniyatlarini aniqlaydi, maqsadli bozorini tanlaydi va marketing strategiyasini shakllantiradi.

Tayanch so'z va iboralar: turistik bozor subyektlari, turfirmalar, boshqaruv, G'arbiy Yevropa, me'yoriy-huquqiy baza, marketing tadqiqotlari, barqaror rivojlanish, davlat siyosatining asosiy yo'nalishlari, turizm industriyasi, sertifikatlashtirish, mulkchilik shakllari, konsepsiya, tarixiy-madaniy meros, milliy turizm mahsulotlari, brend, litsenziyalash, standart, davlat unitar korxonasi, turistik mahsulot, narx egiluvchanligi, marketing, turistik marketing, marketing tadbirlari, marketing strategiyasi, segmentatsiya.

Mustaqil ishlash uchun savollar

1. Xorijdagi turizm sohasi boshqaruv modellarining afzalligi va kamchiliklari nimadan iborat?
2. O'zbekistonda turizm majmuasini boshqarishning tashkiliy tuzilmasi qaysi hukumat qarori bilan qayta shakllandi?
3. Turizm xizmat bozoridagi davlat siyosatining asosiy yo'nalishlari nimalardan iborat?
4. O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi zimmasiga qanday funksiyalar qo'yildi?
5. O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi tuzilmasida qanday mustaqil bo'linmalar tashkil etildi?
6. Turizm sohasi mutaxassislari «turizm marketingi» tushunchasini ta'riflashda asosan qaysi jihatlarga e'tibor bermoqda?
7. Turizm sohasida marketingning qo'llanilishi nimalarga bog'liq bo'ladi?

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar

1. Samarqand shahrida 2014-yilda bo'lib o'tgan Birlashgan millatlar tashkiloti (BMT) Butunjahon turizm tashkiloti Ijroiya kengashining 99-sessiyasida qanday 7 ta turizm sohasining dolzarb masalalari ko'rildi? Har birining mazmuni bo'yicha taqdimot tayyorlang.

2. Yuqorida ko'rsatilgan jadval asosida turizm sohasiga oid bo'lgan huquqiy-me'yoriy hujjatlar xronologiyasini tuzing.

Test savollari

1. O'zbekiston sharoiti uchun turizm sohasini boshqaruvning qaysi mamlakat modeli ma'qul keladi?

- a) AQSH;
- b) Turkiya;
- d) Yevropa;
- e) Misr, Tunis.

2. O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasining tashkiliy tuzilmasiga qanday o'zgartirishlar kiritildi?

- a) Xususiy turistik tashkilotlar assotsiatsiyasi;
- b) Samarqand, Buxoro, Xorazm viloyatlari hududiy boshqarmalari;
- d) "Milliy turizm mahsulotlarini targ'ibot qilish markazi" davlat unitar korxonasi;
- e) "Turizm xizmatlarini sertifikatlash markazi" davlat unitar korxonasi.

3. O'zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi hududiy boshqarmalar tashkiliy tuzilmasiga qanday o'zgartirishlar kiritildi?

- a) Turizm sohasidagi dastur va loyihalarning amaliyotga joriy etilishini monitoring qilish bo'yicha mutaxassis;
- b) turizm industriyasi sohasidagi ilmiy tadqiqotlarni rivojlantirish bo'yicha mutaxassis;
- d) chiqish turizmini nazorat qilish xodimi;
- e) hududiy dasturlarni monitoring qilish bo'yicha mutaxassis.

4. O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasining boshqaruv xodimlari soni necha nafar bo‘lgan markaziy apparati tuzilmasi tashkil etildi?

- a) 52;
- b) 43;
- d) 38;
- e) 62.

5. Turizm marketingining qanday tamoyillari mavjud?

- a) aniq qo‘yilgan moliyaviy natijaga yo‘nalganlik;
- b) turizm xizmat bozorida marketing tadqiqotlarini olib borish;
- d) milliy turmahsulotning reklama va brendini yaratish;
- e) iste’molchilar talablarini samarali hal qilishga yo‘naltirilganlik.

18-mavzu. O‘ZBEKISTONDA XALQARO TURIZM TASHKILOTLARINING O‘RNI

Reja:

18.1. Turizm sohasining xalqaro tashkilotlari.

18.2. Xalqaro tashkilotlarning O‘zbekiston turizmini rivojlantirishdagi o‘rni.

18.1. Turizm sohasining xalqaro tashkilotlari

Bugungi kunda jahon miqyosida 200 dan ortiq xalqaro turistik tashkilotlar faoliyat yuritmoqda, shularning asosiylari jadvalda ko‘rsatilgan. Ushbu turistik tashkilotlarning faoliyati turizmning dolzarb muammolarini o‘rganish asosida turizmning barqaror rivojlanishini ta’minlovchi muhim uslubiy ko‘rsatmalar, tashkiliy-huquqiy me’yorlar va tartibotlarni ishlab chiqishga yo‘naltirilgan.

Jahon xalqaro turistik tashkilotlarining asosiy maqsadi va vazifalari quyidagilardan iborat: turizm industriyasi tashkilotlari qiziqishlarini namoyon etish va himoya qilish; turizm sohasi siyosatini belgilash; jahon turizmi rivojlanishining tarkibiy unsurlarini shakllantirish; tashkilot a’zo mamlakatlari o‘rtasida o‘zaro manfaatli hamkorlikni o‘rnatish hamda ushbu mamlakatlarda turizm industriyasining rivojlanish muammolarini hal qilishga va ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishida amaliy yordam ko‘rsatishdan iborat. Ahamiyatli tomoni shundaki, xalqaro tashkilotlar (assotsiatsiya, uyushma, alyans shaklida) o‘z faoliyatlarini o‘zaro hamkorlik va hamjihatlik tamoyillari asosida tashkil etadi.

Xalqaro turistik tashkilotlar⁶³

Butunjahon sayohatlar va turizm Kengashi (<i>WTTC – The World Travel&Tourism Council</i>)	Rasmiy tarzda 1990-yilda tashkil etilgan. <i>WTTC</i> – jahon turizm industriyasini mingdan ortiq kompaniyalarining rahbarlari va peshqadamlarining forumi hisoblanadi. Asosiy faoliyat yo‘nalishlari: – <i>Xalqaro turizm sohasiga oid global miqyosdagi tadbirlarni amalga oshirish</i> (<i>WTTC</i> turizm tarmog‘ining jahon iqtisodiyotidagi ahamiyatini oshirishda va turizm industriyasiga turli xil mamlakatlar hukumatlarining e‘tiborlarini jalb etishda o‘z a‘zolari nomidan vakil hisoblanadi); – <i>Hududiy faoliyatni amalga oshirish</i> (<i>WTTC</i> hududiy hukumatlar, hududiy turizm sohasining peshqadamlari bilan turizm industriyasining yo‘lidagi to‘siqlarni aniqlash va bartaraf etish yo‘nalishida hamkorlik qiladi); – <i>Iqtisodiy tadqiqotlar olib borish</i> (<i>WTTC</i> tomonidan har yili 181 mamlakat doirasida turizm industriyasining rivojlanish holatini baholash va uning rivojlanishini istiqbollashtirishga qaratilgan makro-iqtisodiy tadqiqotlar olib boriladi. O‘zining 20 yillik faoliyati davomida ushbu tadqiqotlarga 5 mln. \$dan ziyod mablag‘ sarf etildi).
Xalqaro turizm alyansi(<i>AIT – Alliance Internationale de Tourisme</i>)	1919-yilda tashkil topgan. <i>AIT</i> – milliy avtomobil assotsiatsiyalari va turistik klublarni tashkilotning asosiy a‘zolari sifatida, shuningdek, turistlar assotsiatsiyalaridan iborat milliy federatsiyalarni individual a‘zolar sifatida o‘zida birlashtiruvchi xalqaro turistik tashkilot hisoblanadi. Tashkilotning asosiy maqsadi xalqaro turizmning barcha turlarini, ayniqsa, avtoturizmni rivojlantirishdan iborat. Tashkilotning a‘zolari avtoturistlarga xizmat ko‘rsatish tizimini takomillashtirish, bojxona rasmiyatchiligini soddalashtirish, avtotrassalar va yo‘l-transport infratuzilmasini takomillashtirish, huquqiy xizmatlar

⁶³ Alimova M. T. “Hududiy turizm bozorining rivojlanish xususiyatlari va tendensiyalari (Samarqand viloyati misolida)” mavzusida doktorlik dissertatsiyasi. 2017 y.

18.1.1-jadvalning davomi

	ko'rsatish va sug'urta masalalari bo'yicha seminarlar va kengashlarni tashkil etish va o'tkazish bilan shug'ullanadi. Tashkilotga a'zo klublar faoliyati to'g'risida, ular tomonidan ko'rsatiladigan xizmatlar turlari to'g'risidagi qo'llanmalar, avtomobil yo'llari sxemalari va kartalar nashr etiladi. Bugungi kunda tashkilot 84 mamlakatning 140 ga yaqin turistik tashkilotlari, umumiy soni 60 millionga yaqin a'zolarini birlashtiradi.
Butunjahon turistik agentlar assotsiatsiyalari federatsiyasi (UFTAA – Universal Federation of Travel Agents' Associations)	Tashkilot 1966-yilda ikkita xalqaro tashkilotning, ya'ni 1919-yildan buyon faoliyat yuritib kelgan Turistik agentliklarning Xalqaro assotsiatsiyasi (<i>Federation Internationale des Agences de Voyages FIAV</i>) va 1964-yilda tashkil etilgan Turistik agentliklar assotsiatsiyalarining Xalqaro tashkilotining (UOTAA – Universal Organization of Travel Agents' Associations) birikishi natijasida tashkil topgan. UFTAA – milliy turistik assotsiatsiyalar va tashkilotlarni asosiy a'zolar sifatida, shuningdek, turistik agentliklar, mehmonxonalar, transport tashkilotlari, o'quv muassasalarini assotsiatsiyalashtirilgan a'zolar sifatida o'zida mujassamlashtirgan xalqaro turistik tashkilot hisoblanadi. Tashkilot 80dan ortiq mamlakatlarning 80ta milliy turistik assotsiatsiyalari va 1400ga yaqin individual a'zolarini birlashtirgan. Tashkilotning asosiy maqsadi milliy turagentlar assotsiatsiyalarini tashkil etishga ko'maklashish va qo'llab-quvvatlash, ularga yuridik, moliyaviy, moddiy-texnik yordam berish.
Xalqaro kongresslar va konvensiyalar assotsiatsiyasi (ICCA – International Congress & Convention Association)	1964-yilda tashkil topgan. ICCA – turagentlar, kongress-markazlar, mehmonxonalar va transport tashkilotlarini birlashtiruvchi xalqaro turistik tashkilot. Assotsiatsiyaning asosiy maqsadi kongress-turizmni rivojlantirishga qaratilgan.
Xalqaro havo transporti assotsiatsiyasi (IATA –	1919-yilda asos solingan hamda 1945-yilda qayta tashkil etilgan. IATA – xalqaro miqyosda reyslarni amalga oshiruvchi aviatsiya kompaniyalarining xalqaro assotsiatsiyasi

18.1.1-jadvalning davomi

International Air Transport Association)	hisoblanadi. Tashkilotning asosiy maqsadi Xalqaro fuqarolar aviatsiyasi tashkiloti ICAOning siyosatini amalga oshirish. Asosiy vazifasi – yo‘lovchilar, pochta va yuklarni dunyoning bir nuqtasidan boshqasiga turli xil kombinatsiyadagi marshrutlardan foydalangan holda ko‘chirishga ko‘maklashish hisoblanadi. Bu vazifani tashkilot havo transporti kompaniyalari faoliyatini tartibga solish va muvofiqlashtirish, ya’ni tashkilotning barcha a’zolari uchun yagona qoida va tartibotlarni kiritish, xalqaro marshrutlar yo‘lovchilarni tashish bo‘yicha kelishilgan tariflarni o‘rnatish bo‘yicha chora-tadbirlarni amalga oshirish orqali amalga oshiradi. Bugungi kunda 259 ta xalqaro miqyosda faoliyat olib boruvchi aviakompaniyalar ushbu tashkilotning a’zolari hisoblanadi.
Xalqaro fuqarolar aviatsiyasi tashkiloti (ICAO – International Civil Aviation Organisation)	1944-yilda tashkil topgan. ICAO – BMT qanoti ostida faoliyat yurituvchi va o‘z faoliyatini “millatlar tengligi” tamoyili asosida amalga oshiruvchi xalqaro tashkilot. ICAOning asosiy vazifalari - xalqaro standartlar va me’yorlarga asosan xavfsiz, yuqori ixtisoslashtirilgan, iqtisodiy jihatdan samarali havo transportida tashish xizmatlari bozorining rivojlanishini ta’minlashdan iborat.
Osiyo va Tinch okeani mamlakatlari turistik assotsiatsiyasi (PATA – Pacific Asia Travel Association)sayti <u>www.pata.org</u>	1951-yilda tashkil topgan. PATA – 34 ta mamlakatning milliy davlat turistik tashkilotlari, transport va mehmonxonalar assotsiatsiyalari va turizm industriyasining boshqa tashkilotlarini namoyon etuvchi 2200 ta a’zolari mujassamlashtirgan hududiy miqyosdagi nodavlat xalqaro turistik tashkilot hisoblanadi. Tashkilotning asosiy maqsadi Tinch okeani va Osiyo hududida turizmning rivojlanishiga ko‘maklashish hisoblanadi. Tashkilot a’zolari turizmning rivojlanishiga to‘sqinlik qiluvchi muammolar borasida o‘zaro fikr almashadilar, Tinch okeani va Osiyo hududida uning rivojlanish istiqbollari borasida hamkorlikda tadbirlar amalga oshiradilar. Assotsiatsiya faoliyati davomida o‘z a’zolarining marketing tadqiqotlari, ilmiy ishlanmalari va turizm sohasini rivojlanishi bilan bog‘liq boshqa faoliyatlarini muhim, aniq ma’lumotlar bilan ta’minlash uchun xizmat qilmoqda.

18.1.1-jadvalning davomi

Turizm bo'yicha ilmiy ekspertlar xalqaro assotsiatsiyasi (<i>AIENT, International Association of Scientific Experts in Tourism</i>)	1951-yilda tashkil bo'lgan. <i>AIENT</i> – ilmiy jamiyat xususiyatiga ega xalqaro turistik tashkilot. Asosiy vazifasi – turizm uchun malakali kadrlarni tayyorlash bo'yicha ixtisoslashgan ilmiy turistik muassasalar va markazlar faoliyatlarini qo'llab-quvvatlash, turizm yo'nalishida tajriba almashish chora-tadbirlarini amalga oshirish orqali o'z a'zolarining ilmiy-izlanuvchilik faoliyatlarini qo'llab-quvvatlash.
Yevropa turistik komissiyasi (<i>ETC, European Tourism Commission</i>)	1948-yilda tashkil topgan. 23ta Yevropa davlatlari ushbu turistik tashkilot a'zolari hisoblanadi. Asosiy maqsadi – Yevropada ichki va kiruvchi turizm rivojlanishini qo'llab-quvvatlash chora-tadbirlarini amalga oshirish.
Turistik agentlar xalqaro assotsiatsiyasi (<i>WATA World Association of Travel Agencies</i>)	1949-yilda tashkil topgan. Ushbu assotsiatsiyada turli xil davlatlar turistik agentlari belgilangan shakldagi vakillik asosida ishtirok etadilar. Asosiy maqsadi – assotsiatsiyaga a'zo turagentlar faoliyatini rag'batlantirish hamda turoperatorlar va transport tashkilotlari oldida ularning manfaatlarini himoya qilish. Bugungi kunda 93ta mamlakatda 286ta a'zolarini o'zaro birlashtiradi.
Xalqaro mehmonxonalar va restoranlar assotsiatsiyasi (<i>IH&RA International Hotel and Restaurant Association</i>)	Xalqaro mehmonxona egalari assotsiatsiyasi negizida 1946-yilda tashkil topgan. Asosiy vazifasi – turistlarga xizmat ko'rsatishga ixtisoslashgan milliy mehmonxonalar assotsiatsiyalari hamda alohida mehmonxona va restoranlarni birlashtirish, shuningdek, mehmonxona va restoran egalarining shaxsiy huquq va manfaatlarini himoya qilish.
Xalqaro mehmonxonalar assotsiatsiyasi (<i>IHA International Hotel Association</i>)	Asosiy vazifasi – turistik xizmatlar sifatini oshirish, xizmat ko'rsatish yangi standartlarini va zamonaviy texnologiyalarni tatbiq etish, mehmonxona personalining xizmat ko'rsatish saviyasini oshirish masalalari bo'yicha hamkorlik aloqalarini rivojlantirish maqsadida mehmonxona industriyasi tashkilotlarini birlashtirish.

18.1.1-jadvalning davomi

Turizm sohasida kasbiy ta'lim bo'yicha Xalqaro assotsiatsiya (AMFORT L'Association mondiale pour la formation touristique)	1969-yilda tashkil etilgan. Turistik ta'lim yo'nalishida yangi texnik vositalarni joriy etish, ta'lim dasturlarini standartlashtirish va tartibga solish, mutaxassis kadrlarni tayyorlash usullarini takomillashtirish maqsadida tashkil etilgan. Turli xil davlatlar tadqiqot markazlari, o'quv muassasalari, rasmiy turistik tashkilotlar va turizm sohasi mutaxassislari ushbu xalqaro tashkilot a'zolari hisoblanadi. AMFORT tashabbusi bilan turizm sohasi mutaxassisi Xalqaro guvohnomasi chiqarilgan.
Xalqaro turoperatorlar assotsiatsiyasi (IFTOInternationalFederation of Tour Operators)	Turli xil davlatlar milliy turoperatorlar assotsiatsiyalari va alohida turoperatorlik tashkilotlari ushbu xalqaro tashkilot a'zolari hisoblanadi. Asosiy maqsadi – xalqaro turizmni rivojlantirish masalalarining birgalikda yechimlarini aniqlash hamda turoperatorlar huquq va manfaatlarini himoya qilish.
Xalqaro sotsial turizm byurosi (BITSBureauinternationale du tourisme social)	1963-yilda tashkil topgan. BITS nodavlat xalqaro turistik tashkilot hisoblanib, haqiqiy a'zolari sotsial turizm sohasiga ixtisoslashgan xalqaro va milliy turistik tashkilotlar hisoblanadi. Asosiy maqsadi – turli mamlakatlar kasaba uyushmalari va turistik tashkilotlarining sotsial turizmni rivojlantirish yo'nalishidagi hamkorlik aloqalarini kengaytirish.
Mustaqil Davlatlar Hamdo'stligining turizm bo'yicha Kengashi	Mustaqil Davlatlar Hamdo'stligining turizm bo'yicha Kengashi MDH hukumati rahbarlari qarorlariga asosan tashkil etilgan hukumatlararo turistik tashkilot hisoblanadi. Kengash faoliyati a'zo-davlatlar o'rtasida turistik aloqalarni takomillashtirish va mustahkamlashga qaratilgan. Buning uchun statistik hisobotning, litsenziyalashning yagona qoidalari, shakllari va tartiblari ishlab chiqilgan, turistik xizmatlarni standartlashtirishning yagona tizimi shakllantirilgan, kadrlarni tayyorlash va turistlarning xavfsizligini ta'minlash, MDH hududlarida mehmonxonalarni klassifikatsiyalashning yagona talablarini kiritish bo'yicha hamkorlik aloqalari o'rnatilgan hamda turistik rasmiyatchilik soddalashtirilgan.

Manba: Alimova M.T. “Hududiy turizm bozorining rivojlanish xususiyatlari va tendensiyalari (Samarqand viloyati misolida)”. Iqtisodiyot fanlari doktori ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiyasi. 2017 y.

Jahonda turizmni rivojlantirish bo'yicha eng nufuzli Birlashgan millatlar tashkilotining Butunjahon turizm tashkiloti

Butunjahon turizm tashkiloti, YUNVTO, BMT BTT (inglizcha *United Nations World Tourism Organization*; UNVTO; fransuzcha *Organisation Mondiale du Tourisme*; OMT; ispancha *Organización Mundial del Turismo*; OMT) – BMT qoshidagi tashkilot bo'lib, barqaror va hammabop turizmni rivojlantirish bilan shug'ullanadi. Bu tashkilot turizm sohasidagi dunyodagi eng nufuzli xalqaro yetakchi tashkilot hisoblanadi.

Tashkilotning shtab-kvartirasi Madridda joylashgan. Bosh kotib – Taleb Rifai (Iordaniya).

1925-yilda Gaagada Rasmiy turistik assotsiatsiyalar xalqaro kongressi (IKOTT) sifatida tuzilgan. Ikkinchi Jahon urushidan so'ng Rasmiy turistik tashkilotlar xalqaro birlashmasi (IUOTO; MSOTO) (qarorgohi Jeneva shahrida joylashgan) deb qayta nomlangan. Mazkur tashkilot 154 ta mamlakat, 7 hudud va 400dan ortiq hududiy davlat shoxobchalari, turistik birlashmalar, turizm va servis oliy ta'lim muassasalari, havo yo'llari mehmonxona guruhlar va turoperatorlardan iborat xususiy kompaniya sektorlaridan tashkil topgandir. Umuman olganda, BTT 1975-yil 2-yanvarda tashkil topgan deb tushuniladi. Shu kuni uning ustav normalari va qonunlari kuchga kirgan.

BTTning asosiy maqsadi turizmda barchaga maqbul bo'lgan iqtisodiy o'sish, xalqaro savdo va xalqaro xo'jalik munosabatlarini tiklash, millatlararo totuvlik, tinchlik, mustaqillikka nisbatan hurmatni shakllantirish hisoblanadi.

BTTning asosiy faoliyat yo'nalishlari: “Turistlar harakati va rasmiyatchilikni soddalashtirish; turizmni tartibga solish qonunlarini muvofiqlashtirish, shu jumladan, favqulotda vaziyatlar (epidemiya, tabiiy ofatlar va hokazo) yuzaga kelganda; mamlakatlarga turistik tomonlar o'zaro faoliyatini tartibga solish siyosatini ishlab chiqishga yordam berish”.

BTTning tashkiliy tuzilmasi:

- Bosh Assambleya.
- Ijro qo'mitasi.
- Hududiy komissiyalar.

- Qo‘mitalar.
- Kotibiyat.

Bosh Assambleya BTTning bosh yig‘ilishi sanaladi. U har ikki-yilda tashkilot budjeti va ish dasturini tasdiqlash hamda turizm sohasi uchun o‘ta muhim bo‘lgan masalalarni muhokama qilish uchun yig‘iladi. Har to‘rt yilda u Bosh kotibni saylaydi. Bosh Assambleya amaldagi va assotsiyatsiyalashgan a‘zolaridan iborat. Qo‘shilgan a‘zolar va boshqa xalqaro tashkilotlar vakillari kuzatuvchi sifatida ishtirok etishadi. Xalqaro turizm etikasi komiteti Bosh Assambleya yordamchi tashkiloti hisoblanadi.

Ijroiya qo‘mitasi. BTTning Ijro qo‘mitasi boshqaruvchi qo‘mita bo‘lib, tashkilot o‘z ishini amalga oshirishi va o‘z budjetiga rioya qilishini ta‘minlashga javobgardir. U har ikki yildan ko‘p bo‘lmagan muddatda yig‘iladi va Bosh Assambleya tomonidan har besh amaldagi a‘zoga bitta vakil to‘g‘ri keladigan tartibda saylanadigan a‘zolaridan tashkil topadi. BTTning qarorgohi qabul qiluvchi sifatida, Ispaniya Ijro qo‘mitasida doimiy o‘ringa ega. **Hududiy komissiyalar.** YUNVTO 6 ta Afrika, Amerika, Sharqiy Osiyo va Tinch okeani, Yevropa va Janubiy Osiyoda hududiy komissiyalariga ega.

Qo‘mitalar. BTTning maxsus qo‘mitalariga dastur tarkibi va uni boshqarish bo‘yicha a‘zolar kiradi. Ularga, Dastur va budjet qo‘mitasi, Statistika va turizmning yordamchi hisoblari qo‘mitasi, Turizm va raqobatbardoshlik qo‘mitasi, Turizm va barqaror rivojlanish sohasi bo‘yicha qo‘mita, Turizm etikasi bo‘yicha xalqaro qo‘mita va A‘zo bo‘lish bo‘yicha tushgan arizalarni ko‘rib chiqish qo‘mitasi.

Kotibiyat. Kotibiyat boshlig‘i Bosh kotib Taleb Rifai hisoblanib, u BTTni Madriddagi qarorgohida faoliyat yurituvchi 110 nafar xodimlarni boshqaradi. Ushbu xodimlar BTTning dasturlari bajarilishini va a‘zo mamlakatlar ehtiyojlarini qondirish ustida ish olib boradilar. Kotibiyat Yaponiyaning Nara shahrida joylashgan va Yaponiya hukumati tomonidan moliyalashtiriladigan Osiyo-Tinch okeani uchun hududiy qo‘llab-quvvatlash markazini ham o‘z ichiga oladi. BTTning rasmiy tillari arabcha, inglizcha, fransuzcha, ruscha va ispanchadir.

Hamkorlik. Butunjahon turizm tashkiloti turizm sohasini rivojlantiruvchi loyihalarni amalga oshiradi va moliyalashtiradi, turizmni barqaror rivojlantirish uchun turistik faoliyat tajribasini rivojlanayotgan mamlakatlar bilan ulashadi. BTT BMTning Rivojlanish dasturi bo'yicha ijro etuvchi agentligi hisoblanadi.

BTTning katta loyihalari: Pokistonda turizmni rivojlantirishning bosh rejasi (2001), Xitoy provinsiyalarida turizmni rivojlantirishning bosh rejasi (2000-2002), Ruandada milliy bog'larni rivojlantirish (1999), Moldaviyada turizmni rivojlantirish strategiyasi (1999).

BTTga a'zo 157 ta mamlakatlar ro'yxati tuzilgan. Batafsil ma'lumotga ega bo'lish uchun Butunjahon turistik tashkilotining saytiga tashrif buyuring.

18.2. Xalqaro tashkilotlarning O'zbekiston turizmini rivojlantirishdagi o'rni

Xalqaro turistik tashkilotlar va ularning O'zbekiston turizmini rivojlantirishdagi o'rnini aniqlashda strategik ahamiyatga ega bo'lgan jarayonlarga 1993-yilda «O'zbekturizm» Milliy kompaniyasi Butunjahon turizm tashkilotiga (BTT) haqiqiy a'zo bo'lganini ta'kidlash lozim. Bu jarayon, o'z navbatida, O'zbekistonda xalqaro turizmni rivojlantirishda muhim omil bo'lib xizmat qildi. 1994-yilda BMT ning YUNESKO tashkiloti hamda O'zbekiston hukumatining tashabbusi bilan Samarqand shahrida Buyuk Ipak yo'lidagi shaharlarda xalqaro turizmni rivojlantirish bo'yicha Samarqand Deklaratsiyasi qabul qilindi.

2014-yilda BTT Ijroiya kengashi 99-sessiyasining aynan Samarqand shahrida bo'lib o'tishi ham xalqaro turistik tashkilotlar oldidagi O'zbekiston turizmining nufuzini belgilaydi.

YUNESKO tashkiloti O'zbekistonning "Kadrlar tayyorlash milliy dasturi"ni amalga oshirishiga bevosita yordam ko'rsatish maqsadida bir qator oliy o'quv yurtlarida YUNESKO kafedralari, shuningdek, YUNESKO maktablari tashkil etgan. YUNESKO doirasida Abu Rayhon Beruniy (1973), Abu Ali ibn Sino (1980) tavalludining ming yillik, Mirzo Ulug'bekning 600 yillik (1994), Amir Temurning 660 yillik (1996) tantanalari nishonlandi. YUNESKO ning Parijdagi bosh qarorgohida Amir Temur haftaligi

o‘tkazilib, «Temuriylar davrida fan, madaniyat va maorifning gullab-yashnashi» mavzusida ilmiy konferensiya va ko‘rgazma tashkil etildi. Bu tadbirda O‘zbekiston Respublikasi Birinchi Prezidenti I.Karimov va Fransiya Prezidenti J.Shirak ishtirok etdilar (1996-yil 20–26-aprel). Toshkent shahrining 2000 yilligi (1980), Xiva (1997), Buxoro (1997), Termiz (2002) shaharlarining 2500 yilligi, Shahrisabz shahrining 2700 yilligi (2002), Ahmad al-Farg‘oniyning 1200 yilligi, Imom Buxoriyning 1225 yilligi (1998), «Alpomish» xalq dostoni yaratilganligining 1000 yilligi (1999), «Avesto» kitobi yaratilganligining 2700 yilligi (2001) nishonlandi.

YUNESKO rahnamoligida Samarqand shahrida «Sharq taro-nalari» xalqaro musiqa festivali, Boysun tumanida folklor festivali o‘tkazib kelinmoqda.

O‘zbekistonning Birinchi Prezidenti I.Karimov insoniy ideallar-ni e‘zozlagani, madaniy qadriyatlarni tiklash va saqlashdagi, ilmiy merosni o‘rganishdagi xizmatlari uchun YUNESKO ning Abu Ali ibn Sino nomidagi oltin medali bilan mukofotlangan (1998).

YUNESKOning “Jahon merosi” ro‘yxatidan O‘zbekistonning 31 ta tarixiy yodgorliklari joy olgan bo‘lib, ular quyidagilardan iborat (18.2.1-jadval).

YUNESKO “Jahon merosi” ro‘yxatidagi O‘zbekistonning tarixiy yodgorliklari

№	Nomi	Joylashishi	Tashkil etilgan sanasi	YUNESKO ro‘yxatiga kiritilgan yili	№
1	Shayx Muxtor Vali maqbarasi	Xorazm viloyati	XVI asr	1996	№ 798
2	Xanbandi to‘g‘oni	Jizzax viloyati	X-XIII asr	1996	№ 809
3	Ak Astana-Baba maqbarasi	Surxandaryo viloyati	<i>aniqlanmagan</i>	1996	№ 801
4	Chotqol qo‘riqxonasi	Toshkent viloyati	1947-yil	2008	№ 5285
5	Kanka shaharchasi	Toshkent viloyati	VI-VII asr	2008	№ 5286
6	Shoxruxiya	Toshkent viloyati	X-XI asr	2008	№ 5287
7	Abdulxon Bandi dambasi	Jizzax viloyati	<i>aniqlanmagan</i>	2008	№ 5288
8	Zomin tog‘lari: Zomin milliy bog‘i, Zomin	Jizzax viloyati	XX asr	2008	№ 5289

18.2.1-jadvalning davomi

	davlat tog‘-archa qo‘riqxonasi				
9	Arab Ota maqbarasi	Samarqand viloyati	V-VII asr	2008	№ 5290
10	Qo‘qon tarixiy markazi	Farg‘ona viloyati	X-XII asr	2008	№ 5291
11	Shoximardon	Farg‘ona viloyati	<i>aniqlanmagan</i>	2008	№ 5292
12	Axsikent	Namangan viloyati	III asr	2008	№ 5293
13	Ko‘hna Pop	Namangan viloyati	VIII asr	2008	№ 5294
14	Gissaroy tog‘lari	Surxandaryo viloyati	<i>aniqlanmagan</i>	2008	№ 5295
15	Andijon	Andijon viloyati	IX asr	2008	№ 5296
16	Siypantosha qoya tasvirlari	Qashqadaryo viloyati	<i>aniqlanmagan</i>	2008	№ 5297
17	Qadimiy Termiz	Surxondaryo viloyati	II-III asr	2008	№ 5298
18	Zaraut-Soy qoya tasvirlari	Surxondaryo viloyati	<i>aniqlanmagan</i>	2008	№ 5299

18.2.1-jadvalning davomi

19	Boysun	Surxondaryo viloyati	<i>aniqlanmagan</i>	2008	№ 5300
20	Poykent	Buxoro viloyati	IV asr	2008	№ 5301
21	Varaxsha	Buxoro viloyati	IV asr	2008	№ 5302
22	Ayub maqbarasi	Buxoro viloyati	XIV asr	2008	№ 5304
23	Chor-Bakr qabristoni	Buxoro viloyati	XVI asr	2008	№ 5305
24	Baxouddin me'moriy kompleksi	Buxoro viloyati	XIVV asr	2008	№ 5306
25	Sarmishsoy	Navoiy viloyati	Yeramizdan oldingi 3000-900	2008	№ 5307
26	Karvon-Saroy Rabot Malik	Navoiy viloyati	XI asr	2008	№ 5308
27	Mir Sayid Baxrom maqbarasi	Navoiy viloyati	<i>aniqlanmagan</i>	2008	№ 5309
28	Xazorasp	Xorazm viloyati	XI asr	2008	№ 5310
29	Xorazm cho'l qasrlari	Xorazm viloyati	<i>aniqlanmagan</i>	2008	№ 5311
30	Vobkent minorasi	Buxoro viloyati	XII asr	2008	№ 5312
31	O'zbekistondagi Buyuk Ipak yo'li yodgorliklari	—	—	2010	№ 5500

Shuni ta'kidlab o'tish kerakki, bugungi kunda YUNESKO ning «Jahon merosi» ro'yxatidan tashqari «Jahon nomoddiy merosi xazinasi» ro'yxatiga O'zbekistonning quyidagi nomodiy madaniy meros resurslari kiritilgan (18.2.2-jadval).

18.2.2-jadval

**YUNESKO «Jahon nomoddiy merosi xazinasi»ga kiritilgan
nomoddiy madaniy meros resurslari**

	Nomi	Tavsifi	Kiritil- gan sanasi
	Shashma qom	Vokal instrumental musiqasi turlari (Tojikiston bilan birga)	2008
	Boysun viloyati madaniy makoni	Boysun Surxondaryo viloyatining noyob etnografik viloyati	2008
	Katta Ashula	Farg'ona vodiysining an'anaviy qo'shiqxonligi	2009
	Navro'z	Sharq taqvimi bo'yicha yangi yil bayrami (bahorgi teng kunlik) (Azarbayjon, Hindiston, Eron, Qirg'iziston, Pokiston, Turkiya bilan birga)	2009
	Askiya	Xalq badiiy so'zamolligi	2014
	Dorboz- lik	Dorbozlik san'ati: balandlikda bajariladigan 30ga yaqin mashq va o'yinlardan iborat	2014
	IKAT	Qo'l mehnatiga asoslangan o'ta murrakab to'quvchilik texnikasi	2015
	Palov	O'zbek dasturxonining shox taomi va ko'rki bo'lgan palov, u bilan bog'liq urf-odat hamda an'analar	2016

Tayanch soʻz va iboralar: Jahon xalqaro turistik tashkilotlari, Butunjahon turizm tashkiloti YUNVTO, BMT ning YUNESKO «Jahon nomoddiy merosi xazinasini», YUNESKO tarkibidagi Oʻzbekistonning tarixiy yodgorliklari roʻyxati, xalqaro turizmni rivojlantirish boʻyicha Samarqand Deklaratsiyasi.

Mustaqil ishlash uchun savollar

1. Turizm sohasini barqaror rivojlantirishda xalqaro turistik tashkilotlarning maqsadi va vazifalari nimalardan iborat?
2. Mustaqil davlatlar hamdoʻstligi turizm boʻyicha Kengashi faoliyati nimadan iborat?
3. Butunjahon turizm tashkiloti, YUNVTO ning asosiy maqsadi va faoliyat yoʻnalishlari nimalardan iborat?
4. Butunjahon turizm tashkiloti, YUNVTO ning tashkiliy tuzilmasi nimalarga asoslangan?
5. BTT ga aʼzo mamlakatlar roʻyxatida Oʻzbekiston qanday oʻringa ega?
6. Xalqaro turistik tashkilotlarning Oʻzbekiston turizmini rivojlantirishdagi faoliyati nimalarda ifodalanadi?
7. YUNESKO tashkilotining Oʻzbekistonda Kadrlar tayyorlash milliy dasturini amalga oshirishdagi yordami nimadan iborat?
8. YUNESKO Jahon merosi roʻyxatidagi Oʻzbekistonning tarixiy yodgorliklarini taʼriflang.

Amaliy mashgʻulotlarga tayyorgarlik koʻrish uchun topshiriqlar

Nomoddiy madaniy meros resurslarini YUNESKOning “Jahon nomoddiy merosi xazinasini” roʻyxatiga kiritishda koʻrib chiqiladigan mezonlarni aniqlang. Mezonlar asosida mamlakatimizning qanday resurslarini YUNESKO roʻyxatiga kiritish mumkinligini asoslab bering va taqdimotlar tayyorlang.

Test savollari

1. Bugungi kunda jahon miqyosida nechta xalqaro turistik tashkilotlar faoliyat yuritmoqda?

- a) 300;
- b) 120;
- d) 200;
- e) 89.

2. Butunjahon sayohatlar va turizm Kengashi (*WTTC – The World Travel&Tourism Council*) rasmiy tarzda nechanchi yilda tashkil etilgan?

- a) 1997-yil;
- b) 1990-yil;
- d) 2011-yil;
- e) 1993-yil.

3. Osiyo va Tinch okeani mamlakatlari turistik assotsiatsiyasi (*PATA – Pacific Asia Travel Association*) nechta mamlakatning milliy davlat turistik tashkilotlarini namoyon etadi?

- a) 48 ta;
- b) 34 ta;
- d) 28 ta;
- e) 19 ta.

4. Butunjahon turizm tashkiloti turizm sohasini rivojlantiruvchi loyihalarni amalga oshirishda:

- a) turistik mahsulot savdosiga yordam beradi;
- b) moliyalashtiradi;
- d) rekreatsion xizmatlarni siljitadi;
- e) turistik faoliyat tajribasini rivojlanayotgan mamlakatlarga ulashadi.

5. O'zbekistonda YUNESKO rahnamoligida qanday festivallar o'tkazib kelinmoqda?

- a) «Qovun sayli»;
- b) Boysun bahori;
- d) Samarqand nonlari;
- e) Madaniy me'ros va qadriyatlar.

19-mavzu. TURIZM SOHASINI DAVLAT TOMONIDAN BOSHQARISH YO‘NALISHLARI

Reja:

19.1. Turizm sohasini davlat tomonidan boshqarishning yo‘nalish va mexanizmlari.

19.2. Turizmni davlat tomonidan boshqarishning funktsiya va usullari.

19.3. O‘zbekiston Respublikasida qabul qilingan turizm sohasiga oid me‘yoriy-huquqiy hujjatlar.

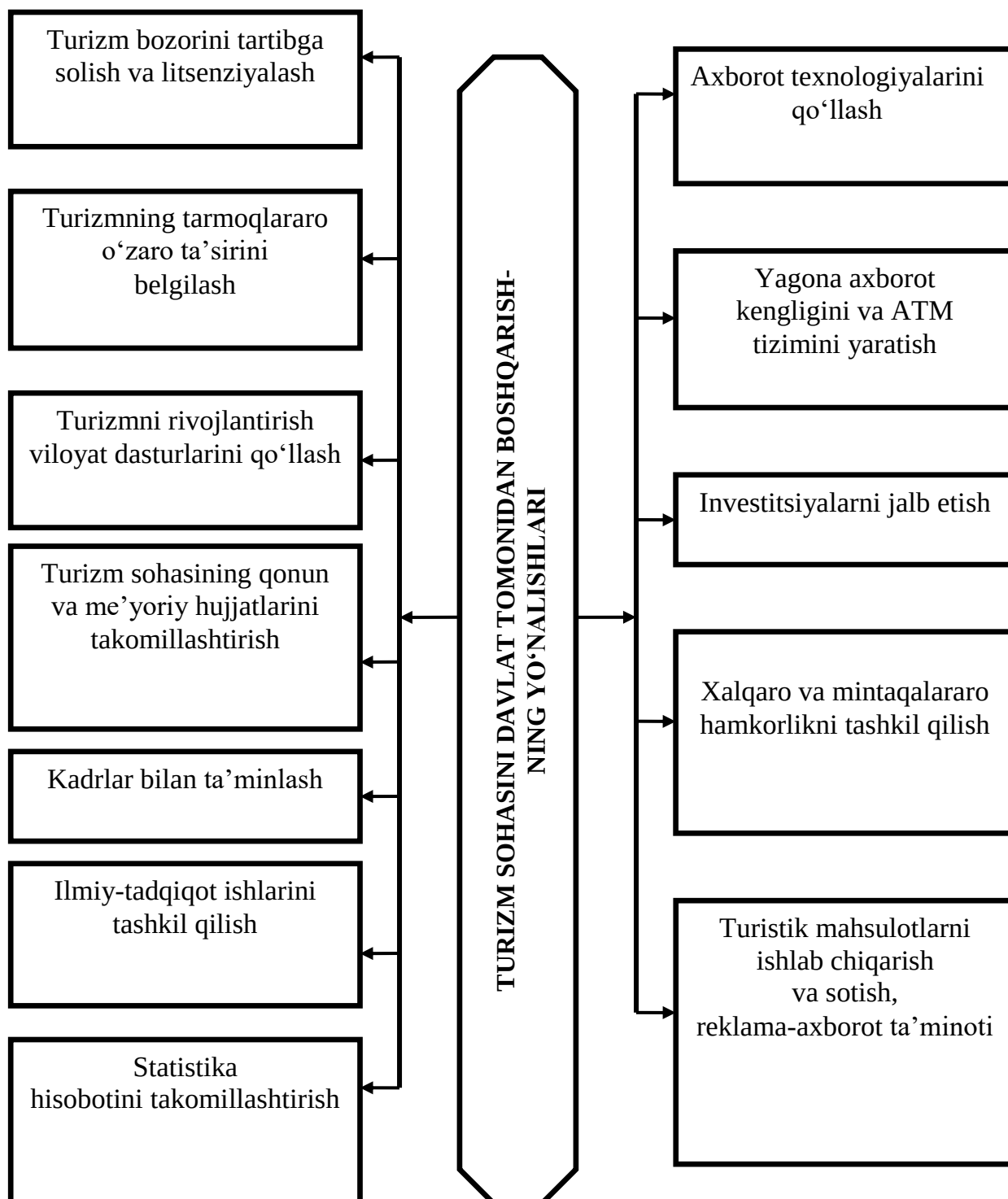
19.1. Turizm sohasini davlat tomonidan boshqarishning yo‘nalish va mexanizmlari

Bugungi kunda turizm faoliyatini ravnaq toptirish masalasi 2017–2021-yillarda O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo‘nalishlari bo‘yicha Harakatlar strategiyasining iqtisodiyotni rivojlantirish va liberallashtirishning ustuvor yo‘nalishlarida ham o‘z aksini topgani bejiz emas. Zero, bu soha besh yil ichida davlat siyosatida ustuvor yo‘nalishlardan biriga aylandi.

Mamlakatimizda turizm faoliyatiga mustaqillikning dastlabki kunlaridanoq asosiy davlat siyosati darajasida qaralib kelinmoqda. Soha 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 huquqiy zamin yaratish lozim edi. Shu tufayli O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisining mazkur yo‘nalishga taalluqli qonun va kodekslari, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining turizmga oid qator Farmonlari, Respublika Vazirlar Mahkamasining qarorlari, Adliya Vazirligining va boshqa mutasaddi davlat idoralarining yo‘riqnoma, ko‘rsatma va tartiblari ishlab chiqilib, hayotga tatbiq etilmoqda. Davlatning turizm sohasidagi siyosati davlat ijtimoiy-iqtisodiy siyosat ko‘rinishlaridan biri hisoblanadi.

Davlatning turizm sohasidagi siyosati – bu turizm industriyasini va turizm bozori subyektlarini (turoperatorlar va turagentlar)

rivojlantirish, fuqarolarga turizm xizmat ko'rsatish shakllarini takomillashtirish hamda shu asosda siyosiy, iqtisodiy va ijtimoiy salohiyatini mustahkamlash bo'yicha davlat faoliyatidan iborat.



19.1.1-rasm. Turizm sohasini davlat tomonidan boshqarishning yo'nalishlari.

Turizm siyosati O'zbekiston Respublikasining barcha hududida, avvalambor, mintaqa alohida subyektlar darajasida, undagi mavjud bo'lgan turizm bilan mintaqa iqtisodiyoti o'rtasidagi ziddiyatlarni bartaraf etish maqsadida amalga oshiriladi. Davlatning turizm siyosati xalq xo'jalik majmuasini rivojlantirish va aniq maqsadlarga erishish uchun turizm sohasi faoliyatiga davlat ta'sirining shakllari, usullari va ta'sir qilish yo'nalishlarining yig'indisidan iborat.

Turizmni rivojlantirishda boshqarish strategik tizimi samaradorligini oshirishga muayyan choralar majmuasining ishlatilishini qo'llash orqali erishish mumkin. Hozirgi paytda respublikada 20 dan ortiq mahalliy va respublika darajasida turizmni rivojlantirish dasturlari amalga oshirilmoqda va yirik loyihalar yaratilmoqda.

Davlatning turizm siyosatini amalga oshirish mexanizmlari quyidagilarni o'z ichiga oladi:

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

Turizm siyosatining asosiy yo'nalishlari sayohatchilar huquqlarini himoya qilish, mahalliy turizm mahsulotini ishlab chiqaruvchilarni hamda ichki va kiruvchi turizmni har tamonlama qo'llab-quvvatlash bo'lib hisoblanadi. Bunday qo'llab-quvvatlash shakllari turizm infratuzilmasini shakllantirish, yo'naltiriladigan investitsiyalar, kadrlarni tayyorlashga sarflanadigan xarajatlar, investitsiyalar oqimini rag'batlantiruvchi, jahon bozorida milliy turizm mahsulotini siljituvchi, ilmiy va reklama-axborot ta'minoti ko'rinishidan to soliq va bojxona imtiyozlarigacha, ichki va kiruvchi turizmni rivojlantirishga ketgan xarajatlarga bog'liq ravishda o'zgarib turadi.

Davlatning turizm siyosati strategiya va taktikaga asoslanadi. Strategiya deganda qo'yilgan maqsadga erishish uchun vositalardan foydalanish usuli va umumiy yo'nalishlar tushuniladi. U qabul qilingan strategiyani inkor qilmaydigan, qolgan barcha variantlarni chetga surib, oldinga qo'yilgan vazifani yechish yo'lidagi xatti-harakatlarni bir joyga to'plashga imkon beradi.

Turizm strategiyasi turizmni rivojlantirish va qayta tashkil-lashtirish sohasidagi davlat faoliyatini belgilaydi. Bu faoliyat avvalo, amalga oshirish uchun vaqt va kattagina moliyaviy resurslarni talab etuvchi maqsadli dasturlar va rivojlanishning umumiy konsepsiyasini ishlab chiqishga qaratilgan.

Turizm taktikasi – aniq sharoitlarda qo‘yilgan maqsadga erishish usullari va aniq chora-tadbirlardir (masalan, xalqaro turizm faoliyatini litsenziyalash tartibi, turizmda narxni shakllantirish, soliqqa tortish va h.k.). Turizm taktikasining maqsadi turizm xo‘jaligi vaziyatida yanada maqbul yechimni tanlashdan iboratdir. Taktika deganda, ma’lum maqsadga erishish usuli bo‘lib, tanlangan xatti-harakatlar yo‘li tushuniladi.

Konsepsiyaning bosh maqsadi – bir tomondan O‘zbekiston va chet el fuqarolarini turizm xizmatlariga bo‘lgan ehtiyojni qondirish uchun keng imkoniyatlarni ta’minlovchi zamonaviy, yuqori samarali va raqobatbardosh turizm majmuasini yaratish bo‘lsa, ikkinchi tomondan mamlakat iqtisodiyotini rivojlantiradi, jumladan, ishchi o‘rinlari sonini ko‘payishi hisobidan, respublika budjetiga soliq tushumlarini tushirish bilan, madaniy va tabiiy merosimizni saqlab qolish hamda oqilona foydalanish bilan bog‘liq amalga oshiriladigan dasturlardir.

Bu maqsadlarga erishish uchun quyidagilar nazarda tutiladi:

- Prezident Farmoniga asosan turizm sohasini O‘zbekiston iqtisodiyotining strategik sektori ro‘yxatiga kiritish;
- «O‘zbekiston Respublikasida turizmni rivojlantirish» davlat dasturini bajarish;
- xalqaro huquqiy amaliyotga mos kiruvchi turizmni rivoj-lantirish me’yoriy-huquqiy bazasini yaratish;
- tashqi va ichki turizmni rivojlantirishning rag‘batlantiruvchi iqtisodiy mexanizmlarni shakllantirish, bu sohaga investitsiyalarni jalb qilish va davlat kafolatlarini soliq va bojxona imtiyozlarini va davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashni boshqa usullarini taqdim etish yo‘li bilan xalqaro va ichki turizm bozorini himoya qilish;
- turizm faoliyatini litsenziyalash va sertifikatlashning qat’iy tizimini yuritish;

- tarmoqning moddiy texnika bazasini rivojlantirish va turizm xizmatining yuqori texnologiyali majmuasini shakllantirish maqsadida turizm, bank tuzilmalari, transport, mehmonxona va sugʻurta kompaniyalari kooperatsiyasi uchun qulay sharoitlarni yaratish.

19.2. Turizmni davlat tomonidan boshqarishning funktsiya va usullari

Turizm faoliyatining davlat tomonidan tartibga solishning asosiy maqsadlari boʻlib quyidagilar hisoblanadi:

- fuqarolarning dam olish, sayohatga chiqqanda harakatlanish erkinligi va boshqa huquqlarini taʼminlash;
- tabiiy atrof-muhitni muhofaza qilish;
- turistlarni sogʻlomlashtirish, tarbiyalash va taʼlim berishga yoʻnaltirilgan faoliyatlar uchun shart-sharoitlarni yaratish;
- fuqarolarning sayohatdagi ehtiyojlarini taʼminlovchi turizm industriyasini rivojlantirish, yangi ish oʻrinlarini yaratish, xalqaro aloqalarni rivojlantirish, turizmga doir obyektlarni saqlab qolish, tabiiy va madaniy merosimizdan oqilona foydalanish.

Turizm faoliyatini davlat tomonidan tartibga solishning ustuvor yoʻnalishlari boʻlib ichki, kiruvchi, ijtimoiy va tashabbuskor turizm turlarini qoʻllab-quvvatlash va rivojlantirish hisoblanadi. Turizmni davlat tomonidan boshqarishning asosiy funktsiyalari va usullari quyidagi 19.2.1-jadvalda koʻrsatilgan:

19.2.1-jadval

Turizmni davlat tomonidan boshqarishning funktsiya va usullari

Funktsiyalari	Usullari
1. Turistik faoliyatni umumiy tashkillashtirish va huquqiy meʼyorlari	- yagona tushuncha va taʼriflarini aniqlash; - hamkorlik va oldi-sotdi shartnomalarini tuzish jarayonlari; - viza olish; - mahsulotlarni chegaradan oʻtkazish bilan bogʻliq boʻlgan tartiblar.

19.2.1-jadvalning davomi

2. Turizm rivojini rejalashtirish	- turizmni rivojlantirish umumiy strategiyasini va konsepsiyasini ishlab chiqish; - turizm obyektlarini mintaqaviy joylash-tirishni boshqarish; - infratuzilmaning rivojlanishini rejalash-tirish.
3. Alohida faoliyat turlarini boshqarish	- litsenziyalashtirish; - standartlashtirish; - sertifikatlashtirish.
4. Turizmda xavfsizlikni ta'minlash	- litsenziyalashtirish; - standartlashtirish; - sertifikatlashtirish; - turistlarga maxsus qo'llanmalar tayyorlash; - sug'urtalash.
5. Turizm sohasini kadrlar bilan ta'minlash	- uzluksiz kadrlar tayyorlash tizimini shakllantirish maqsadida davlat standart-lari va dasturlarini tayyorlash; - turkorxonalar xodimlarining malakasini oshirishni tashkil qilishga ko'maklashish.
6. Turizm xizmat bozorining ilmiy-tadqiqot jarayonini ta'minlash	- turizm xizmat bozorida marketing tad-qiqotlarini olib borish; - turizmni tadqiq qilish milliy markazlarini yaratish; - turistik korxonalarni ma'lumotlar bilan ta'minlash.
7. Turfirmaning tashqi iqtisodiy faoliyatini qo'llab-quvvatlash	- chet ellarda vakolatxonalar va bo'lin-malarni ochish; - xalqaro shartnomalar tuzish; - milliy turmahsulotning reklama va bren-dini yaratish.
8. Tarixiy yodgorliklar hamda atrof-muhitni muhofaza qilishni ta'minlash	- tabiiy resurslarni tiklash va saqlash bo'yicha tegishli tartib-qoidalar, qonunlarni yaratish; - tarixiy obidalarni ta'mirlash; - turistik rentaning taqsimlanishi.

19.2.1-jadvalning davomi

9. Mamlakat va mintaqalarning salmoqli va yuqori nufuzini yaratish	- marketing; - reklama, axborot-tahlil jarayoni (bukletlar, turmarshrut xaritalari, multimedia va disklar); - soliqqa tortish; - investitsiyalash.
10. Nazorat va monitoring	- joriy nazorat; - audit; - xalqaro raqobatbardoshlikning monitoringi; - milliy turmahsulotlar monitoringi.

Turizm faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish quyidagi yo‘llar bilan amalga oshiriladi:

- turizm industriyasi sohasidagi munosabatlarni takomillashtirishga yo‘naltirilgan me‘yoriy-huquqiy hujjatlarni yaratish;
- ichki va jahon turizm bozorlarida turizm mahsulotini siljitishga hamkorlik qilish;
- turistlar huquq va manfaatlarini himoya qilish, ularning xavfsizligini ta‘minlash;
- turizm industriyasida standartlash, litsenziyalash, turizm mahsulotini sertifikatlash;
- turizmni rivojlantirish manfaatlarini hisobga olgan holda O‘zbekiston Respublikasiga kirish, O‘zbekiston Respublikasidan chiqib ketish va O‘zbekiston Respublikasi hududiga tashrif buyurish tartiblarini belgilash;
- turizmni rivojlantirishda davlatning maqsadli dasturini ishlab chiqish va amalga oshirishga bevosita budjet ajratmalarini ko‘paytirish;
- turizm industriyasiga investitsiyalar kiritish uchun qulay sharoitlarni yaratish;
- soliq va bojxona tizimini tartiblashtirish;
- turizm faoliyatida kadrlar tayyorlashga hamkorlik qilish;
- turizm industriyasi sohasidagi ilmiy tadqiqotlarni rivojlantirish;

- xalqaro turizm dasturlarida O‘zbekiston turistlari, turoperatorlari, turagentlari va ularning birlashmalari ishtirokiga hamkorlik qilish;
- kartografik mahsulotlar ta’minotini yaratish;
- O‘zbekiston Respublikasi qonunlarida belgilangan tartibda qo‘llaniladigan boshqa usullar.

19.3. O‘zbekiston Respublikasida qabul qilingan turizm sohasiga oid me’yoriy-huquqiy hujjatlar

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 shu 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‘lgan va sobiq ittifoqqa bo‘ysungan turistik tashkilotlar va muassasalarni respublika ixtiyoriga o‘tkazish ushbu farmon va qarorning bosh maqsadi qilib olindi. Mazkur farmon O‘zbekistonda turizm sohasini takomillashtirish, uni yangi bosqichga ko‘tarish, «O‘zbekturizm» MK ni tuzish uchun dastur bo‘lib xizmat qildi.

1993-yilda esa «O‘zbekturizm» Milliy kompaniyasi Butunjahon turizm tashkilotiga (BTT) haqiqiy a‘zo bo‘lib kirdi va bu, o‘z navbatida, xalqaro turizmni rivojlantirishning katta imkoniyatlarini yaratdi.

Birlashgan millatlar tashkilotining YUNESKO tashkiloti hamda O‘zbekiston hukumatining tashabbusi bilan 1994-yilda Samarqand shahrida Buyuk Ipak yo‘lidagi shaharlarda xalqaro turizmni rivojlantirish bo‘yicha Samarqand deklaratsiyasini qabul qildi. Unda butun dunyo davlatlariga murojaat qabul qilinib, turizmni rivojlantirish masalalariga e’tibor berildi. Ayniqsa, «Buyuk Ipak yo‘li» ning markazini tashkil etgan, O‘zbekistonga turizm ishida keng ahamiyat berilishi xususida, yurtimizdagi mavjud

turistik resurslardan samarali foydalanish uchun imkoniyatlarni izlab topish haqida fikr-mulohazalar bildirildi.

Keyingi yillarda ishlab chiqilgan muhim hujjatlar qatoriga O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1995-yil 2-iyundagi «Buyuk Ipak yo'li» ni qayta tiklashda O'zbekiston Respublikasi ishtirokini avj oldirish va respublikada xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora-tadbirlar to'g'risida»gi Farmoni hamda mazkur farmonni amalga oshirish maqsadida e'lon qilingan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1995-yil 3-iyundagi «O'zbekiston Respublikasida xalqaro turizmning zamonaviy infratuzilmasini barpo etish chora-tadbirlari to'g'risida»gi Qarorini kiritish mumkin.

Yurtimizda turizm ishini yanada rivojlantirish va uni tashkil etishni takomillashtirish, turizm xizmatlari bozorida kichik turistik tashkilotlarining qatnashishini faollashtirish, xorijiy sarmoyadorlarni turizm sohasidagi faoliyatga keng jalb qilish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi 1998-yil 8-avgustda «Turizm tashkilotlari faoliyatini tashkil etishni takomillashtirish to'g'risida» Qaror qabul qildi. Qarorda Xususiy turistik tashkilotlar uyushmasi (XSTU) ni tashkil etish va uni «O'zbekturizm» MK tarkibiga a'zo sifatida kirishi belgilab berildi. XSTU faoliyatining asosiy yo'nalishlari etib quyidagilar belgilandi:

- «Buyuk Ipak yo'li»ni tiklashda, respublikada turizmning zamonaviy infratuzilmasini rivojlantirishda faol qatnashish;
- uyushma a'zolari bo'lgan xususiy turizm tashkilotlariga ko'maklashish va ular faoliyatini muvofiqlashtirish;
- turizm sohasida marketing tadqiqotlarini o'tkazish;
- xususiy turizm tashkilotlarini rivojlantirishga xorijiy sarmoyadorlarni va mamlakatimizdagi yuridik va jismoniy shaxslarning mablag'larini jalb qilish;
- «O'zbekturizm» MK da, davlat organlarida va jamoat tashkilotlarida uyushma a'zolari bo'lgan xususiy sayyohlik tashkilotlarining manfaatlarini ifodalash;
- uyushma a'zolariga axborot, maslahat va uslubiy yordam ko'rsatish;

- turizm biznesi sohasida xodimlarning kasb tayyorgarligiga va ularni qayta tayyorlashga ko‘maklashish.

«O‘zbekturizm» MK tomonidan vazirliklar, korxonalar, tashkilotlarning taklif va mulohazalarini inobatga olgan holda O‘zbekiston davlat standartlashtirish, metrologiya va sertifikatlashtirish markazi 1998-yil 31-dekabrda ro‘yxatdan o‘tkazgan «Mehmonxonalar klassifikatsiyasi» ishlab chiqildi. Mazkur standart kamida 10 nomerga ega bo‘lgan mehmonxonalar, motellar, kempinglar, turistik bazalar, shuningdek, O‘zbekiston Respublikasiga kelayotgan turistlar va fuqarolarning boshqa vaqtincha yashab turish joylarining klassifikatsiyasini belgilaydi. Unda, shuningdek, ishlatiladigan asosiy terminlarning sharhi, mehmonxonalarga qo‘yiladigan umumiy talablar, ularning javobgarligi, turli toifadagi mehmonxonalarga qo‘yiladigan talablar haqida batafsil ma‘lumotlar berilgan. Ayniqsa, turli toifadagi mehmonxonalarga qo‘yiladigan talablarda: bino va unga tegishli hudud, texnik jihozlar, nomerlar fondi, texnik ta‘minot, mebel va boshqa jihozlar ta‘minoti, jihozlash va nomerlardagi sanitariya-gigiyena buyumlari, umumiy foydalanish sanitariya obyektlari, jamoat joylari, ovqatlanish xizmatlari ko‘rsatish joylari, xizmatlar, ovqatlanish xizmatlari, xizmatchilar va ularni tayyorlashga bo‘lgan talablar haqida 1-5 yulduzli mehmonxonalarga xos aniq vazifalar berilgan.

1999-yil 20-avgustda O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi tomonidan «Turizm to‘g‘risidagi» Qonun qabul qilindi. Bu qonun asosida turizm sohasidagi bozor munosabatlari uzil-kesil yo‘lga qo‘yildi hamda dunyo bozori bo‘yicha raqobatbardosh turistik mahsulot yaratila boshlandi.

O‘zbekistonda turizm sohasini yangi bosqichga ko‘tarishda Respublika Prezidentining 1999-yil 15-apreldagi «2005-yilgacha bo‘lgan davrda O‘zbekistonda turizmni rivojlantirish Davlat dasturi to‘g‘risida» gi Farmoni alohida ahamiyatga egadir. Ushbu Farmon millatlararo aloqalarni kengaytirish va mustahkamlashga ko‘maklashish hamda xalqaro turizm bozoriga uzviy qo‘shilish, O‘zbekistonning madaniy-tarixiy va ma‘naviy merosini jahon hamjamiyatiga targ‘ib qilish, shuningdek, turistlarga xizmat ko‘rsatish sifatini xalqaro andozalar darajasiga ko‘tarish maqsadida qabul qilinib, 2005-yilgacha bo‘lgan davrda O‘zbekistonda turizmni

rivojlantirish Davlat dasturi va uni amalga oshirish bo'yicha Muvofiqlashtiruvchi kengash tarkibi tasdiqlandi.

Farmonda mulkchilik shaklidan qat'i nazar, turistik tashkilotlar xorijdan keltiriladigan texnologiya va mehmonxona uskunalari, turizm maqsadlariga mo'ljallangan transport vositalari uchun bojxona bojlari to'lashdan uch yil muddatga ozod qilinishi ko'rsatib o'tildi. Shuningdek, «O'zbekturizm» MK tizimidagi korxonalarga xorijiy turistlarga erkin ayirboshlanadigan valyuta hisobidan turistik xizmat va qo'shimcha xizmat ko'rsatish huquqi berilib, buning uchun maxsus kassalar ochilishiga ruxsat berildi. «Umid» jamg'armasi har yili talabalarni turizm industriyasi mutaxassisliklari bo'yicha yetakchi xorijiy mamlakatlarga ta'lim olish uchun yuborishni ko'zda tutishi ko'rsatib o'tildi. O'zbekiston Respublikasining Tashqi ishlar, Moliya va Madaniyat ishlari vazirliklarining va «O'zbekturizm» MKning O'zbekiston Respublikasining AQSH, Yaponiya, Buyuk Britaniya, Germaniya, Fransiya va Italiyadagi elchixonalarida madaniyat va turizm masalalari bo'yicha maslahatchi lavozimi birliklarini joriy etishlariga ijozat berildi.

Ushbu Davlat dasturi olti bo'limdan iborat bo'lib, 1-bo'lim: «Turizmning me'yoriy - huquqiy bazasini shakllantirish» deb nomlanib, unda O'zbekiston Respublikasining «Turizm to'g'risida» gi Qonunini tayyorlash, fuqarolarimizning xorijga chiqishi va O'zbekistonga xorijiy fuqarolarning kirishi haqidagi takliflarni o'rganagan holda, xorijiy turistlar uchun boj, viza va boshqa hujjatlarni rasmiylashtirish Nizomiga o'zgartirishlar kiritish; ***Madaniy meros yodgorliklarining to'liq ro'yxatini tuzish va nashr etish***; yodgorliklarni noqonuniy tarzda olib chiqib ketgan va ularga ziyon yetkazilgan hollarda davlat, jamoat tashkilotlarining, yuridik va jismoniy shaxslarning javobgarliklari haqidagi tartibni tayyorlash vazifalari belgilab berildi.

Respublikamizda turizm sohasi bo'yicha yuqori malakali kadrlar tayyorlash, qayta tayyorlash va malakasini oshirish, turizmning iqtisodiy salohiyatini mustahkamlash va uning samaradorligini yanada oshirish maqsadida ***O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1999-yil 30-iyundagi «O'zbekistonda turizm sohasi uchun malakali kadrlar tayyorlash to'g'risida»gi*** Farmoni va mazkur Farmon ijrosini ta'minlash uchun O'zbekiston Respublikasi

Vazirlar Mahkamasining shu yil 2-iyuldagi «O‘zbekistonda turizm sohasi uchun kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida» gi qarori qabul qilindi. Mazkur hujjatlarga muvofiq, 1999–2000-o‘quv yilidan boshlab turizm sohasi bo‘yicha oliy ma‘lumotli kadrlar tayyorlash Toshkent davlat iqtisodiyot universitetida mujassamlashtirilishi bayon etildi. Shu maqsadda, universitetda «Xalqaro turizm» fakulteti va unga qarashli «Xalqaro turizm», «Turizm menejmenti», «Turizm marketingi», «Turizm servisi» kabi mutaxassislik (va boshqa nomutaxassislik) kafedralari tashkil etildi. Universitetda hozirgi paytda 5340200 – «Menejment» (Turizm), 5810300 – Servis (turizm) ta‘lim yo‘nalishlari bo‘yicha bakalavrlar tayyorlanmoqda va 5A810102 – «Xalqaro turizm menejmenti» mutaxassisligi bo‘yicha magistratura ham faoliyat ko‘rsatmoqda.

Ushbu qarorga muvofiq, Toshkent shahar mehmonxona xo‘jaligi va turizm litseyi negizida Toshkent turizm kasb-hunar kolleji tashkil etish va qayta ixtisoslashtirish, Samarqand, Buxoro, Xiva, Farg‘ona, Termiz va Shahrisabz shaharlarida turizm kasb-hunar kollejlari ochilishini bosqichma-bosqich amalga oshirish vazifasi belgilab berildi.

Mamlakatni modernizatsiyalash bosqichida turizm va mehmondo‘stlik industriyasi sohasidagi yechimini kutib turgan masalalar qatorida, turizm industriyasi mehnat bozorida ishlovchi xodimlarga qo‘yiladigan malakaviy talablarga javob bera oladigan kadrlarni tayyorlash muhim masala bo‘lib turibdi. Shularni hisobga olib, O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi tomonidan «Samarqand iqtisodiyot va servis institutini tashkil etish to‘g‘risida»gi Qaroriga asosan, Samarqand iqtisodiyot va servis institutida turizmning ustuvor yo‘nalishlari bo‘yicha yuqori malakali mutaxassislar tayyorlash belgilangan edi. Hozirgi paytda ushbu o‘quv dargohida «Turizm (faoliyat yo‘nalishlari bo‘yicha)», «Mehmonxona xo‘jaligini tashkil etish va boshqarish», «Turizm (faoliyat turlari bo‘yicha)», «Turizm va mehmonxona xo‘jaligi servisi», «Marketing (turizm)», «Menejment (turizm)», «Turizm marketingi», «Turizm menejmenti», «Turizm operatorlik xizmatini tashkilashtirish», «Servis (turizm va mehmonxona xo‘jaligi)» ta‘lim yo‘nalishlari bo‘yicha kadrlar tayyorlanmoqda.

Bundan tashqari, respublikamizda Toshkent davlat iqtisodiyot universitetining «Xalqaro turizm» fakulteti, Urganch, Buxoro, Qarshi, Termez davlat universitetlari, Toshkent shahridagi Singapur menedjmentni rivojlantirish instituti va qator turizm kasb-hunar kollejlari turizm sohasiga malakali kadrlar tayyorlashda o'z hissalarini qo'shib kelmoqdalar.

Bugungi kunda mamlakatimizda turizm sohasini rivojlantirishning me'yoriy-huquqiy asoslari ishlab chiqildi va bu ish hozirda ham davom ettirilmoqda (1-ilova).

Muhtaram Prezidentimiz Sh.M.Mirziyoyevning mamlakatimiz turizmini rivojlantirish, turizm turlari va xizmatlarini ko'paytirish, turistik xizmatlar assortimenti va sifatini oshirish, mamlakatimizga turistik oqimni ko'paytirishga, turistlarga qulay shart-sharoitlar yaratishga qaratilgan qator farmon va qarorlari qabul qilindi. Jumladan, 2016-yil 2-dekabrda "O'zbekiston Respublikasining turizm sohasini rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni va "O'zbekiston Respublikasi turizmini rivojlantirish Davlat qo'mitasi faoliyatini tashkil etish to'g'risida"gi Qarori, 2017-yil 6-aprelda "Turizm faoliyatini litsenziyalash tartibi to'g'risida"gi Nizomni tasdiqlash to'g'risida"gi Qarori, 12-iyulda "Turizm sohasini rivojlantirishda mahalliy ijro etuvchi hokimiyat organlarining mas'uliyatini yanada oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori, 16-avgustda "2018–2019-yillarda turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to'g'risida"gi Qarori, 2018-yil 3-fevralda "O'zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratish bo'yicha qo'shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to'g'risida"gi Farmoni, 6-fevralda "Kirish turizmini rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi va "O'zbekiston Respublikasi turizmini rivojlantirish Davlat qo'mitasining faoliyatini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarorlari, 7-fevralda "Ichki turizmni jadal rivojlantirishni ta'minlash chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori shular jumlasidandir.

O'zbekiston Respublikasida qabul qilingan turizm sohasiga oid boshqa me'yoriy-huquqiy hujjatlar xronologiyasi darslikning ilovasida o'z aksini topgan.

Tayanch so‘z va iboralar: O‘zbekiston Respublikasini rivojlantirishning Harakatlar strategiyasi, Davlatning turizm sohasidagi siyosati, mexanizmlari, turizm strategiyasi, turizm taktikasi, konsepsiyaning bosh maqsadi, turizm sohasiga oid farmon va qarorlarning xronologiyasi.

Mustaqil ishlash uchun savollar

1. Davlatning turizm sohasidagi siyosati nimani ifodalaydi?
2. Davlatning turizm siyosatini amalga oshirish mexanizmlari nimalardan iborat?
3. Turizm faolliyatining davlat tomonidan tartibga solishning asosiy maqsadi nimadan iborat?
4. Turizm faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish qanday yo‘llar bilan amalga oshiriladi?
5. Turizmni davlat tomonidan boshqarishning funksiyalari va usullari nimadan iborat?
6. O‘zbekiston turizmidagi huquqiy-me‘yoriy hujjatlar xronologiyasi qanday o‘zgarishlarni ifodalaydi?

Amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar

1. Turizm sohasini davlat tomonidan boshqarishning yo‘nalishlarida ko‘rsatilgan har bir sohani turizmni rivojlantirishdagi ahamiyatini batafsil asoslab bering va taqdimotini tayyorlang.

Test savollari

1. Davlatning turizm sohasidagi siyosati deganda nimani tushunasiz?

- a) turizm industriasini va turizm bozori subyektlarini (turoperatorlar va turagentlar) rivojlantirish, fuqarolarga turizm xizmat ko‘rsatish shakllarini takomillashtirish;
- b) turizm bozorini tahlil qilib, yangi tovar va xizmatlarni taklif qilishda turfirmalar faoliyatida o‘z nazoratini olib borish;
- d) mehmonxonalar va shunga o‘xshash joylashtirish vositalarining faoliyatini tahlil qilib, nazorat qilish;

e) turistik resurslar, tarixiy obidalar va turistik hududlar bo'yicha yangi turistik marshrutlar tuzishni nazorat qiladi.

2. Turizm strategiyasi nima?

a) turizmni rivojlantirish va qayta tashkillashtirish sohasidagi davlat faoliyatini belgilaydi;

b) ma'lum maqsadga erishish usuli bo'lib, tanlangan xatti-harakatlar yo'li tushuniladi;

d) turizm industriyasiga investitsiyalar kiritish uchun qulay sharoitlarni yaratish;

e) maqsadli dasturlar va rivojlanishning umumiy konsepsiyasini ishlab chiqish.

3. Turizm taktikasi nima?

a) aniq sharoitlarda qo'yilgan maqsadga erishish usullari va aniq chora-tadbirlardir;

b) turizm industriyasi sohasidagi ilmiy tadqiqotlarni rivojlantirish;

d) xalqaro turizm dasturlarida O'zbekiston turistlari, turoperatorlari, turagentlari va ularning birlashmalari ishtirokiga hamkorlik qilish;

e) O'zbekiston Respublikasiga kirish, chiqib ketish va O'zbekiston Respublikasi hududiga tashrif buyurish tartiblarini belgilash.

4. O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning Harakatlari strategiyasi nechanchi yilda qabul qilindi ?

a) 2013-yil;

b) 2012-yil;

d) 2017-yil;

e) 2010-yil.

5. Turizm sohasini kadrlar bilan ta'minlash usullari qaysi qatorda to'g'ri ko'rsatilgan?

a) uzluksiz kadrlar tayyorlash tizimini shakllantirish maqsadida davlat standartlari va dasturlarini tayyorlash;

b) turizm xizmat bozorida marketing tadqiqotlarini olib borish;

d) milliy turmahsulotning reklama va brendini yaratish;

e) tabiiy resurslarni tiklash va saqlash bo'yicha tegishli tartib-qoidalar, qonunlarni yaratish.

20-mavzu. O‘ZBEKISTONDA XALQARO TURIZMNI RIVOJLANTIRISH

Reja:

20.1. Xalqaro turizmni rivojlantirishda «Buyuk Ipak yo‘li» va xalqaro turizm yarmarkalarining o‘rni.

20.2. O‘zbekistonda xalqaro turizmni rivojlantirish holati.

20.1. Xalqaro turizmni rivojlantirishda «Buyuk Ipak yo‘li» va xalqaro turizm yarmarkalarining o‘rni

O‘zbekiston xalqaro aloqalarining rivojlanishida turizm sohasi alohida ajralib turadi. Mustaqillikdan oldin O‘zbekiston aholisi sobiq markaz ruxsati bilangina chet ellarda sayohat qilib kelar edi, xorijiy turistlar ham avval Moskvaga kelib, so‘ng O‘zbekistonga tashrif buyurar edi. Buning ustiga, turizmdan olinadigan barcha daromadlarni (shuningdek, valyuta daromadlarining ham hammasini) to‘g‘ridan-to‘g‘ri sobiq markazga jo‘natish majburiy edi. Xorijiy turistlarga ko‘rsatilgan xizmatlar tannarxi O‘zbekiston budjetidan qoplanar, buning evaziga markazdan hech nima olinmas edi, natijada xalqaro turizmdan O‘zbekiston zarar ko‘rar edi.

Mustaqillikka erishgandan so‘ng, O‘zbekiston hukumati xalqaro turizm sohasining rivojlanishiga alohida e‘tibor qarata boshladi va buning uchun mas‘ul bo‘lgan yagona tashkilot tuzildi. O‘zbekiston Respublikasida xalqaro turizmning rivojlanishi uchun mas‘ul bo‘lgan tashkilot «O‘zbekturizm» Milliy kompaniyasi hisoblanar edi. Milliy kompaniyaning faoliyat yuritishi davomida respublikada xalqaro turizmni rivojlantirishda katta o‘zgarishlar amalga oshirildi. Oldinlari turistlar uchun dam olish uylari, turistik bazalar, kempinglar zamonaviy talablarga javob bera olmas edi, chunki ularni ta‘mirlash, qayta qurish va jihozlash masalalari sobiq markaz tomonidan ko‘rib chiqilar edi.

Mustaqillikka erishgandan so‘ng, bu holatga, shuningdek, xalqaro turizm sohasidan olingan daromadning barchasini respublika tashqarisiga olib chiqib ketilishiga chek qo‘yildi. O‘zbekiston xalqaro turizm sohasida bozor munosabatlari amal qila boshladi, davlatning ko‘plab turistik korxonalari xususiylashtirildi, turistik

mahsulot yaratish hamda shu kabi mahsulotga mustaqil narx belgilash erkinligi yaratib berildi. Natijada turistik xizmatlar bozorida korxonalar o'rtasida sog'lom raqobat yuzaga keldi. «O'zbekturizm» Milliy kompaniyasining vujudga kelishi va bu tashkilotning 1993-yili Butunjahon turizm tashkilotiga a'zo bo'lib kirishi O'zbekiston xalqaro turizmi taraqqiyotida qo'yilgan ulkan qadam bo'ldi. Respublikada xalqaro turizmni yangi bosqichga ko'tarish va samarali faoliyat ko'rsatishiga mos keladigan yangi shart-sharoit va mexanizmlar vujudga keldi.

Xalqaro turizmning paydo bo'lish va shakllanish tarixini tahlil qilar ekanmiz, savdo munosabatlarini o'rnatish, dam olish va sayohat bilan bir qatorda, dunyo xalqlarining tarixi, madaniyati, urf-odat va an'analarini o'rganish, bilish va buning natijasida odamlar, elu elatlar o'rtasida hamjihatlik, bag'rikenglik fazilatlarini mustahkamlash ham turizmning muhim tarkibiy qismi bo'lganiga yana bir bor ishonch hosil qilamiz. O'zbekiston Respublikasining Birinchi Prezidenti aytganlaridek, "Xalqaro turizmni rivojlantirish va uning samaradorligini belgilaydigan eng muhim omillar, hech shubhasiz, butun dunyoda, turli mintaqalarda, sayyohlarni qabul qiladigan har bir davlatda tinchlik, xavfsizlik, siyosiy va iqtisodiy barqarorlikni ta'minlashdan iborat bo'lib qolmoqda"⁶⁴.

O'zbekiston Respublikasida xalqaro turizmni rivojlantirish borasida ishlab chiqilgan yana bir muhim hujjatlar qatoriga O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 1995-yil 2-iyundagi «Buyuk Ipak yo'li»ni qayta tiklashda O'zbekiston Respublikasi ishtirokini avj oldirish va respublikada xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora-tadbirlar to'g'risida»gi Farmoni hamda mazkur farmonni amalga oshirish maqsadida e'lon qilingan O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1995-yil 3-iyundagi «O'zbekiston Respublikasida xalqaro turizmning zamonaviy infratuzilmasini barpo etish chora-tadbirlari to'g'risida»gi Qarorini xalqaro turizmni rivojlantirish dasturi sifatida kiritish mumkin.

⁶⁴ O'zbekiston Respublikasi Birinchi Prezidenti Islom Karimovning BMT Jahon sayyohlik tashkiloti Ijroiya kengashi 99-sessiyasining ochilish marosimidagi nutqi. // Mohiyat. 2014, 3-oktabr, № 40.

O'zbekiston xalqaro turizmining rivojlanishida «Buyuk Ipak yo'li» ning tutgan o'rni va mohiyati nihoyatda cheksiz. Bir necha asrlar davomida ushbu zaminning G'arb va Sharqida istiqomat qilgan xalqlarni Janubi-sharqiy Osiyodan to O'rta Yer dengizi mamlakatlarigacha cho'zilgan va «Buyuk Ipak yo'li» deb nom olgan savdo-sotiq yo'li bir-biri bilan bog'lab turar edi. Bu yo'lga «Ipak Yo'li», deb nom berilishining asosiy sababi, bu yerda tashiladigan mahsulotlarning asosiy qismi ipak matolari va mahsulotlari bo'lganligidandir. Ipak tayyorlash bilan bog'liq bo'lgan sir-asrorlarni Xitoy ustalari ming yillar davomida boshqa davlatlardan yashirib kelgan. Ammo «Buyuk Ipak yo'li» orqali tashilgan mahsulotlar faqat ipakdangina iborat bo'lmay, balki bu yo'l orqali bronza, chinni, jun, xomashyolar va ulardan tayyorlangan buyumlar ham bor edi. «Buyuk Ipak yo'li» qariyb ikki ming yillik tarixga ega bo'lib, bu yo'l asosan Italiyadan tortib Turkiya orqali Iroq va Eronga borgan. U yerdan esa Markaziy Osiyo hamda Shimoliy Pomir orqali o'tib Qashqar va Yorkentgacha yetgan. Bu yerda yo'l ikkiga ajralgan hamda shimol tomondan Takla-Makon sahrosini aylanib o'tib, Lobnor ko'li yaqinida yana qo'shilgan va Xitoygacha borgan.

Buyuk Ipak yo'lida Turkiston hududi yetakchi rolni bajarib kelgan. Ushbu hududdagi Samarqand, Buxoro, Xiva, Termiz, Xo'jand, Chorjuy kabi qator shaharlar Ipak yo'lidagi asosiy manzillar bo'lgan. O'zbekiston o'zining qulay geografik o'rni tufayli, bu tarixiy yo'lda markaziy o'rinni egallagan. «Buyuk Ipak yo'li» ko'p asrlar davomida kishilik madaniyatining vujudga kelishida katta o'rin egallagan. Uning tarixda tutgan o'rni hamda ahamiyatini tiklash, bu yo'lda xalqaro turizmni rivojlantirish kabi maqsadlarni mo'ljallab, 1994-yilning oktabr oyida Birlashgan millatlar tashkiloti va uning nufuzli tashkiloti YUNESKO ishtirokida O'zbekistonda Butunjahon turistik tashkilotining kengashi bo'lib o'tdi. Kengash a'zolari Ipak yo'li bo'ylab turizm faoliyatini tiklash va rivojlantirishga qaratilgan Samarqand Deklaratsiyasini qabul qildi. 1995-yilning oktabr oyidan boshlab Toshkent shahrida «Ipak yo'lida turizm» nomi bilan birinchi marotaba Xalqaro turistik yarmarka o'tkazildi. Shundan keyin ushbu

xalqaro turistik yarmarka har yili muntazam ravishda o'tkazilib kelinmoqda.

Bu xalqaro turistik yarmarkalarda tuzilgan shartnoma va bitimlar xalqaro turizmni yanada rivojlantirish, respublikaning xalqaro turizmga oid imkoniyatlarini ishga solish hamda «Buyuk Ipak yo'li»ga xos bo'lgan qadimiy an'analarni tiklashga keng yo'l ochib bermoqda. Toshkent shahridagi «O'zekspomarkaz»da «Xalqaro turizm ko'rgazmasi – 2016» bo'lib o'tdi. Ko'rgazmada jami 855 ta kompaniyalar va 43 ta davlatdan kelgan (Fransiya, Shveytsariya, Ruminiya, Chexiya, Turkiya, Isroil, Italiya, BAA, Eron, Hindiston, Xitoy, Tailand, Malayziya, Singapur, Rossiya, Ozarbayjon, Qozog'iston, Turkmaniston, Qirg'iziston va boshqa davlatlar) 65 ta xorijiy kompaniyalar ham o'z xizmat turlari bilan ishtirok etdi.

Har yilgi ko'rgazmalarga yangi, ta'lim, tibbiyot va geoturizm yo'nalishlari kiritilmoqda. Ko'rgazmaga tashrif buyuruvchilar soni o'n uch ming nafardan oshib ketdi. Yarmarka turistlarni qabul qilish va ichki turizm, ekoturizm, faol va sarguzashtli turizm, ekskursiya va sog'lomlashtirish turizmi, turistik ma'muriyatlar va milliy ofislar, turistik agentliklar va turoperatorlar, otellar, sanatoriya-kurort majmualari, dam olish maskanlari, havo yo'llari va yo'lovchi tashuvchilar, uyushmalar, ta'lim muassasalari, muzeylar, teatrlar, transport va sug'urta kompaniyalari, onlayn-bronlashtirish tizimlari kabi keng qamrovga ega ekspozitsiyalarni o'zida birlashtiradi. Shuningdek, xalqaro turistik yarmarka yakunlariga ko'ra, yilning «Eng yaxshi turistik yo'nalishi», «Eng yaxshi turistik kompaniya», «Eng yaxshi turistik imkoniyatlar». «Eng yaxshi ko'rgazma stendi», «O'zbekiston hududlari ichida eng yaxshi taqdimot», «Eng yaxshi hudud stendi», «Eng yaxshi mehmonxona taqdimoti» kabi nominatsiyalar bo'yicha g'oliblar aniqlanib, diplom va esdalik sovg'alari topshiriladi.

Bundan tashqari, yarmarkaning ta'lim turizmiga bag'ishlangan yangi bo'limi boshqa mavzuga oid yo'nalishlar ichida o'z bilimini yanada oshirishga intiluvchi yosh avlod vakillari orasida katta qiziqish uyg'otmoqda. Unda respublikamizda ushbu sohaga kadrlarni yetishtirib berayotgan yetakchi oliy va o'rta maxsus o'quv yurtlari – Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, Samarqand

iqtisodiyot va servis instituti, Singapur menejmentni rivojlantirish instituti, poytaxtdagi kasb-hunar kollejlari, “Turizm sohasida malaka oshirish va qayta tayyorlash respublika markazi” Davlat unitar korxonasi vakillari ishtirok etib, sayyohlik sohasida milliy kadrlarni tayyorlash tizimi bilan yaqindan tanishtirdilar. Yarmarka o‘tkaziladigan kunlarda turizm muammolariga bag‘ishlangan anana-viy xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya va seminarlar o‘tkaziladi.

20.2. O‘zbekistonda xalqaro turizmni rivojlantirish holati

Globallashuv sharoitida O‘zbekistonda xalqaro turizm sohasini rivojlantirish uchun qulay imkoniyatlar va shart-sharoitlar yuzaga kelganligi, turizmning respublika iqtisodiyotiga yanada integratsiyalashuvi mamlakat iqtisodiyotida muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Jahon iqtisodiyoti tajribalaridan ma’lumki, xalqaro turizm sohasi mamlakat budjeti uchun zarur bo‘lgan valyuta tushumini ta’minlash, yangi ish joylarini vujudga keltirish va shu bilan birgalikda, aholining turmush darajasini ko‘tarish uchun xizmat qiladi. Respublikamiz xalqaro turizm sohasidagi imkoniyatlarining kattaligi bilan qo‘shni mamlakatlardan tubdan farq qiladi.

O‘zbekistonning geografik o‘rni, nihoyatda qulay, tabiiy iqlim sharoitiga ega ekanligi, insoniyat madaniy taraqqiyotida ham katta o‘rin tutadi. O‘zbekiston betakror, ajoyib tarixiy arxitektura yodgorliklari, shirin-shakar mevalari, xilma-xil milliy taomlari, ajoyib milliy an‘analari, urf-odatlariga ega bo‘lgan mehmondo‘st xalqiga ega. Bularning barchasi chet ellik turistlar e’tiborini o‘ziga tortadi va ularni O‘zbekistonga yana qayta kelishiga undaydi.

Nufuzli olimlarning fikriga ko‘ra, O‘zbekiston davlatchiligining shakllanish tarixi miloddan avvalgi ikki minginchi yillardan boshlangan va 3,5 ming yildan ziyod davrni qamrab oladi. Ko‘hna Rim va Bobilning tengdoshi hisoblangan, o‘rta asrlar ilm-fani, san’ati va madaniyatining yirik markazlari sifatida dunyoga dong taratgan va YUNESKOning Butunjahon merosi ro‘yxatiga kiritilgan Samarqand, Buxoro, Xiva, Shahrisabz shaharlari bu zaminda qadimgi davlatchilikning shakllanish va rivojlanish markazlari bo‘lib kelgan.

Qadimiy madaniyatlar beshigi bo'lgan bu shaharlarda ilk va keyingi o'rta asrlardayoq ilm-fan, ta'lim-tarbiya sohalari, hunarmandchilik va savdo-sotiq keng rivojlangan, muhtasham saroylar, masjid va madrasalar barpo etilgan. Bunday go'zal shaharlarni bunyod etish uchun nafaqat mohir usta va quruvchilar, balki matematika, astronomiya, fizika, arxitektura, geometriya, geodeziya, seysmologiya va kimyo kabi fundamental fanlarni chuqur biladigan olimlarning bilim va tajribasi ham kerak bo'lgan.

Yuqorida ta'kidlaganimizdek, xalqaro turizmning paydo bo'lish va shakllanish tarixining tahlili savdo munosabatlarini o'rnatish, dam olish va sayohat bilan bir qatorda, dunyo xalqlarining tarixi, madaniyati, urf-odat va an'analarini o'rganish, bilish va buning natijasida odamlar, elu elatlar o'rtasida hamjihatlik, bag'rikenglik fazilatlarini mustahkamlash ham turizmning muhim tarkibiy qismi bo'lgan.

Xalqaro darajada turistik xizmatlar bozorining rivojlanish tendensiyalarini ko'rib chiqishda ko'pgina davlatlar uchun chiquvchi turistlar oqimining o'sishi, jumladan, 2014-yildan keyingi davrda chiquvchi turizmning yuqori sur'atlarda ko'payishi kuzatilmoqda. Chiquvchi oqimning yillik eng yuqori ko'payish sur'atlari Birlashgan Arab Amirlikida – 49,8%, Kipr mamlakatida – 40,7%, Turkiya mamlakatida – 31,9% ni tashkil qilmoqda⁶⁵.

Dunyoda hajmi bo'yicha barqaror hisoblangan ekskursiya-tanishuv turizmi bo'yicha Fransiya davlati ustun hisoblansa, AQSH va Germaniya davlatlari xizmat maqsadidagi safarlar bo'yicha ustunlik qilmoqda.

Xalqaro turizmni rivojlantirishda O'zbekistondagi siyosiy barqarorlik, tinchlik- totuvlik muhim ahamiyatga ega bo'lmoqda.

Xalqaro turizm sohasi rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar iqtisodiy taraqqiyotining kuchli katalizatori bo'lib, chet el valyutasi va sarmoyalar oqimini ta'minlaydi, unga yaqin sohalarning tez o'sishiga, aholi bandligi muammolarini hal etishda yordam beradi va mamlakatning dunyo hamjamiyatidagi obro'sini oshiradi. Boshqa sohalar bilan qiyoslaganda ancha kam sarf - xarajat

⁶⁵United Nations World Tourism Organization. Yearbook of Tourism Statistics. Madrid: UNWTO, 2015.

bilan turizm sohasida katta valyuta miqdori kelib tushishini ta'minlashi mumkin.

Xalqaro turizm jahon iqtisodiyotida yuqori daromadli va jadal rivojlanib boruvchi sohalardan hisoblanib, xalqaro ijtimoiy-siyosiy, iqtisodiy va madaniy aloqalarni mustahkamlashda muhim o'rin egallamoqda. Oxirgi yillar ichida jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi davom etayotgan bo'lishiga qaramay, turizm xizmatlari yuqori iste'mol talabi va yetarlicha barqarorligini saqlab qolmoqda.

Jahon amaliyotining ko'rsatishicha, turizm tarmog'ining rivojlanishi, yuqori samaradorlikning rag'batlantirilishi iqtisodiyotning muhim sektorlarini, ya'ni transport, aloqa, qurilish, savdo, qishloq xo'jaligi, iste'mol tovarlarini ishlab chiqarish, mashinasozlik va boshqalarning o'sishiga olib keladi.

Dunyo tajribasiga nazar soladigan bo'lsak, rivojlangan bozor iqtisodiyoti nafaqat bozorning ishlab chiqarish va tovar almashtirish omillarini, balki turli xil xizmatlar bozorini ham o'z ichiga oladi. Zamonaviy iqtisodiyotning asosiy harakatga keltiruvchi kuchi xizmat ko'rsatish sohasi bo'lib hisoblanadi.

Hozirgi kunda xalqaro turizm jahon iqtisodiyotining yirik yuqori daromad keltiruvchi va barqaror rivojlanib borayotgan tarmoqlaridan biridir. BMTning Butunjahon turizm tashkiloti (BTT) va Xalqaro valyuta fondi ma'lumotlariga qaraganda, turizm industriyasi 2000-yildan boshlab jahonda eksport qilinadigan xizmatlar, tovarlar va xizmat ko'rsatish bo'yicha avtomobilsozlik, kimyo va oziq-ovqat sohaslarini ortda qoldirib, yetakchi o'rinni egallab kelmoqda. Tarmoqning yillik pul aylanmasi 900 milliard AQSH dollarini tashkil etadi. Ushbu tarmoq dunyo bo'yicha 195 million kishini ish bilan ta'minlaydi, bu esa, jahon bo'yicha 8% aholi turizm sohasida ish bilan band bo'lganini ko'rsatadi. Har yili 935 milliondan ortiq turistlar dunyo bo'ylab sayohat qilishadi. Jahon turizm tashkiloti mutaxassislari hisob-kitoblariga ko'ra, jahon bo'yicha turistlar oqimi yiliga 4-5 % o'sishi kuzatilmoqda.

Xalqaro turizm dunyoning boshqa mamlakatlari singari O'zbekistan iqtisodiyoti uchun ham muhim soha hisoblanadi. O'zbekistonga kiruvchi xorijiy turistlarning aksariyati Toshkent – Samarqand – Buxoro – Xiva yo'nalishi bo'yicha sayohat qiladilar.

Chunki O‘zbekiston turizm infratuzilmasi aynan shu manzilgohlarda yaxshiroq rivojlangan hamda Buyuk Ipak yo‘liga taalluqli ko‘pgina obyektlar aynan shu joylarda saqlanib qolingan (O‘zbekistonga guruhlarda tashrif buyuruvchi turistlarning aksariyati Buyuk Ipak yo‘li yo‘nalishi doirasi harakatlanadilar). Shuningdek, Surxondaryo, Qashqadaryo va Farg‘ona vodiysi viloyatlarida ham turistlarni jalb etishi mumkin bo‘lgan ko‘plab muhim turistik jozibador manzillar mavjud bo‘lsa-da, turistik infratuzilmaning rivojlanmagani turistlarni bu yerga kelishiga to‘sqinlik qilar edi. Bu kabi kamchiliklarni bartaraf etish maqsadida hukumatimiz tomonidan Qamchiq dovonidan o‘tuvchi yo‘l qayta ta‘mirlandi, Surxondaryoga Samarqanddan va Toshkent shahridan Buxoro va Samarqand shaharlariga turistlarni tashish uchun yangi elektrlashgan temir yo‘l qurildi, bu joylarda ko‘plab turistik mehmonxonalar bunyod etilmoqda.

O‘zbekistonga kiruvchi xorijiy turistik sayohatlar sonining o‘shishiga ta‘sir etishi mumkin bo‘lgan holatlar:

- O‘zbekiston to‘g‘risidagi dastlabki va so‘nggi taassurotlarni qoldiruvchi bojxona xizmati xodimlarining turistlar bilan bo‘lgan muomala madaniyatini yaxshilash;

- mehmonxonalarda tayyorlanayotgan taomlarning zamonaviy talablarga javob berishi;

- O‘zbekiston ichidagi mehmonxona xizmatlari hamda transport narxlarini asosiy raqobatchilarimizga nisbatan muvofiqlashtirish;

- turistik esdalik uchun xarid qilinadigan milliy suvenirlarimizning xilma-xilligi oshirilib, yo‘qolib ketgan bir qator hunarmandchilik turlarini tiklash va qayta tashkil etish;

- targ‘ibot masalalariga yetarlicha e‘tibor berilib, xorijiy fuqarolarning O‘zbekiston to‘g‘risidagi ma‘lumotlarining chegarasi kengaytirib borilmoqda, bunda ayniqsa, Germaniya va Italiyalik biznes hamkorlarning vositachiligidan samarali foydalanilmoqda;

- turistlar ixtiyoriga taklif etilayotgan tovar va xizmatlarning servis sifati narxiga moslashtirish.

Yuqorida sanab o‘tilganlarni bartaraf etish bilan birgalikda, ko‘rsatilayotgan turistik xizmatlarning sifatli bo‘lishiga harakat qilinmoqda. Shuningdek, chet ellarda O‘zbekiston turizmini reklama

qilishda barcha turistik korxonalarining tashviqot-targ'ibot ishlari raqobatchilardan farq qiluvchi umumiy mavzu ostida birlashtirilishi O'zbekistonning xalqaro turizm bozorida o'z o'rnini mustahkam egallashiga yordam beradi. Buning uchun o'zimiz egalik qilayotgan turistik resurslarimizni yana bir bor qaytadan chuqur o'rganib chiqish, ulardan samarali va barqaror foydalanish yo'llarini aniqlash va shu asosida Milliy turistik brendni ishlab chiqish lozim bo'lmoqda. Shu sababli, Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi tomonidan o'lkamiz turistik resurslari o'rganib chiqilib, turistik resurslarimizning maxsus kadastlari yaratilmoqda. O'zbekiston xalqaro turizmini rivojlantirish uchun xizmat qila oladigan milliy resurslarning anchasi hali ochilmagani katta imkoniyatlar mavjudligini ko'rsatadi.

O'zbekistonda bozor munosabatlari sharoitida xalqaro turizmni rivojlantirish chora-tadbirlari davlat tomonidan belgilangan bo'lib, iqtisodiy aloqalarni yanada rivojlantirish uchun turli bitimlar, kelishuvlar amalga oshirilgan va oshirilmoqda. Bugungi kunda xalqaro turizmni rivojlantirishda amalga oshirilishi lozim bo'lgan ishlar qo'yidagilardan iborat bo'lmoqda:

- xalqaro turizmga kichik tadbirkorlik faoliyatidan keng foydalanish va xalqaro bozorlarga chiqishga intilish;
- mahalliy axborot agentliklari orqali rivojlangan mamlakatlarni O'zbekistonning turistik imkoniyatlari bilan yaqindan tanishtirishga harakat qilish;
- turizm sohasida ishlaydigan mutaxassislarni chet ellarda bir yilda kamida bir marta malaka oshirishga jo'natish, o'qitish, ular uchun barcha imkoniyatlarni yaratib, turistlarga sifatli xizmat ko'rsatishni yo'lga qo'yish;
- respublikamiz vakillarining Yevropa mamlakatlarida o'tkaziladigan turistik xalqaro yarmarkalarda doimiy ravishda ishtirok etishini ta'minlash;
- xalqaro turistik tashkilotlar bilan axborot almashishni yaxshilash, birgalikda faoliyat yurita oladigan davlatlar bilan qo'shma korxonalar tuzish va ular faoliyatini keng yo'lga qo'yish;
- ichki turistik bozorda o'zaro raqobatni yanada kuchaytirish va boshqa tadbirlarni amalga oshirish muhim ahamiyatga egadir.

Xalqaro turizmni rivojlantirish O'zbekiston iqtisodiyoti uchun g'oyatda zarur bo'lib, uning imkoniyatlaridan kelib chiqqan holda turizm sohasi orqali aholining moddiy farovonligini yaxshilash, ularni doimiy ish bilan ta'minlash maqsadida yangi ish o'rinlari tashkil etilmoqda. O'zbekiston Respublikasida xalqaro turizmning rivojlanishi, unga bo'lgan munosabatning ijobiy tomonga siljishi bilan belgilanmoqda. Respublikamiz sharoitida, ayniqsa, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda turizmning imkoniyatlari boshqa sohalarga qaraganda juda katta. Shu tufayli respublikadagi iqtisodiy barqarorlik va bozor iqtisodiyotiga bosqichma-bosqich o'tish jarayoni tadbirkorlarga keng yo'l ochishi bilan birga, uni jadal rivojlantirish imkoniyatlarini tug'dirmoqda.

Jahondagi har bir davlatning iqtisodiy yuksalishida asosiy omillardan biri tinchlik, osoyishtalik, barqarorlik va ijtimoiy adolatdan iboratdir. O'zbekiston hozir Markaziy Osiyo mintaqasidagi iqtisodiyoti barqaror rivojlanib borayotgan davlatlardan biri bo'lib, o'ziga xorijiy investorlarni, ishbilarmonlarni va turistlarni jalb qiluvchi hududlardan biri hisoblanadi.

O'zbekistonning jahon turizm bozoridagi salohiyatiga baho beradigan bo'lsak, uning Markaziy Osiyo davlatlari ichida eng yuqori imkoniyatlarga ega ekanligini ko'ramiz, bu haqida respublika hududida mavjud bo'lgan yetti mingdan ortiq qadimiy me'morchilik, monumental san'at yodgorliklari dalolat beradi. O'zbekiston tarixiy me'morchilik yodgorliklarining umumiy soni bo'yicha jahondagi yetakchi o'nta mamlakatlar qatoriga kiritilib, to'rtta yirik shaharlari Samarqand, Buxoro, Xiva va Shahrizabz YUNESKO tomonidan jahon madaniyati yodgorliklari markazi sifatida tan olingan va xalqaro tashkilot tomonidan muhofaza qilinadi.

O'zbekistonda xalqaro turizmni rivojlantirishda tarixiy-madaniy obidalar bilan bir qatorda dam olish va madaniy hordiq chiqarish uchun xizmat qiladigan turistik obyektlarning ham mavjudligi muhim ahamiyat kasb etmoqda. O'zbekistonda xalqaro turizmni rivojlantirishda ziyorat turizmining ham katta imkoniyatlari mavjud bo'lib, bu borada yurtboshimiz tomonidan Samarqand, Buxoro, Toshkent shaharlaridagi **muqaddas qadamjolar va yodgorliklarni ziyorat qilishdan iborat bo'lgan "kichik haj" dasturini**

rivojlantirish va jadallashtirish zarur⁶⁶ ekanligi ta’kidlab o’tildi va bu borada ishlar jadal amalga oshirilmoqda.

Tayanch so‘z va iboralar: xalqaro turizm, xalqaro tashriflar, turistlar oqimini ta’minlab beruvchi asosiy mamlakatlar, «Toshkent xalqaro turistik yarmarkasi», xalqaro turizm bozori, ichki turizm bozori, kiruvchi va chiquvchi turizm.

Mustaqil ishlash uchun savollar

1. Mustaqillikdan oldin O‘zbekistonda xalqaro turizm sohasining rivojlanishi qanday bo‘lgan?
2. O‘zbekiston xalqaro turizmining rivojlanishida «Buyuk Ipak yo‘li» ning tutgan o‘rni nimadan iborat?
3. Xalqaro turizm rivojlanishining O‘zbekiston iqtisodiyotiga ta’siri nimadan iborat?
4. O‘zbekiston fuqarolarining chet elga chiqishlari va xorijiy fuqorolarning kelish dinamikasi nimani ifodalaydi?
5. O‘zbekistonga dam olish va davolanish maqsadida kiruvchi fuqarolar soni kam bo‘lishining sababi nimada?
6. O‘zbekistonda xalqaro turizmni rivojlantirish istiqbollari nimalardan iborat?

Amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar

1. O‘zbekistonga kelayotgan xorijiy turistlar oqimini oshirish uchun qanday chora-tadbirlarni qo‘llash lozim.

Test savollari

1. Toshkent shahrida «Ipak yo‘lida turizm» nomi bilan birinchi marotaba Xalqaro turistik yarmarka nechanchi yilda o‘tkazilgan?
 - a) 1995-yil;
 - b) 1994-yil;
 - d) 1996-yil;

⁶⁶ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy majlisga murojaatnomasi. –T., 2017.

e) 1997-yil;

2. Hozirda jahon yalpi mahsulotining necha foizi xalqaro turizmga to'g'ri keladi?

a) 10 %;

b) 15 %;

d) 25 %;

e) 30 %.

3. Turizm xalqaro biznesda nechanchi o'rinni egallaydi?

a) uchinchi;

b) birinchi;

d) ikkinchi;

e) to'rtinchi.

4. Yevropaning turizmi rivojlangan mamlakati qaysi qatorda to'g'ri ko'rsatilgan?

a) Ispaniya;

b) Misr;

d) Kanada;

e) Hindiston.

5. Xalqaro turizm rivojlangan hududni belgilang.

a) Yevropa;

b) Osiyo;

d) Avstraliya;

e) Afrika.

21-mavzu. TURIZM XIZMATLARINI LITSENZIYALASHTIRISH, SERTIFIKATLASHTIRISH VA STANDARTLASHTIRISH

Reja:

21.1. Turistik korxonalarga litsenziya olish uchun davlat tomonidan oʻrnatilgan talablar.

21.2. Turizmni rivojlantirish davlat qoʻmitasi litsenziya talablari va shartlariga rioya etilishini nazorat qilish huquqlari.

21.3. Turizmda sertifikatlashtirishning turlari.

21.4. Turizmda standartlashtirish jarayonining mohiyati.

21.1. Turistik korxonalarga litsenziya olish uchun davlat tomonidan oʻrnatilgan talablar

Oʻzbekistonda turizm faoliyati litsenziyalanadi hamda bu jarayonni oʻtkazish mexanizmi tegishli meʼyoriy hujjatlar va qonun bilan belgilangan. Turizm biznesini tashkil etish uchun rasmiyatchilikni oʻziga xos xususiyatlarini bilish zarur, jumladan, litsenziyalash sohasini va boshqa ruxsatnoma xilidagi hujjatlarni mukammal bilish talab etiladi.

Bugungi kunda Oʻzbekiston Respublikasining turizm faoliyatini litsenziyalash tartibi quyidagi meʼyoriy hujjatlar: «Turizm toʻgʻrisida»gi Qonun, Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining «Oʻzbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni taʼminlash chora-tadbirlari toʻgʻrisida» 2016-yil 2-dekabrda PF–4861-son Farmoni va Vazirlar Mahkamasining 2017-yil 6-aprelda 189-son Qaroriga asosan ishlab chiqilgan ***“Turizm faoliyatini litsenziyalash tartibi toʻgʻrisida”gi Nizomga*** muvofiq amalga oshiriladi.

Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining «Oʻzbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni taʼminlash chora-tadbirlari toʻgʻrisida»gi Farmonida turizm sohasida litsenziya berish, sertifikatlashtirish hamda boshqa ruxsatnomalar berish tartib-taomillarini takomillashtirishga qaratilgan davlat tomonidan boshqariladigan bir qator prinsipial yangi mexanizmlar belgilab qoʻyildi. Jumladan, 2017-yilning 1-yanvaridan boshlab turizm faoliyatiga litsenziya berish vazifasi Vazirlar Mahkamasidan yangi tashkil

qilingan davlat qo‘mitasiga o‘tkazildi, bunda mehmonxonalar va odamlar yashaydigan boshqa joylarning litsenziya olishlari to‘g‘risidagi talab bekor qilindi.

2017-yil 1-yanvardan boshlab: faqat turizm faoliyatini tashkil-lashtirishni ta‘minlaydigan turizm korxonalari – turizm operatorlari, turizm agentliklari, ekskursiya tashkilotlari, turizm firmalari turizm faoliyatini amalga oshirish huquqi yuzasidan litsenziyalanadilar.

O‘zbekistonda turizm faoliyatini litsenziyalash yuqoridagi hujjatlar asosida O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi tomonidan amalga oshiriladi.

Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi litsenziyalovchi organ sifatida litsenziyani quyidagi uch yo‘nalish bo‘yicha shug‘ullangan soha egalariga beradi:

ichki turizm – O‘zbekiston Respublikasida doimiy yashovchi jismoniy shaxslarga O‘zbekiston Respublikasi hududida turizm faoliyatini amalga oshirish huquqi uchun;

chiqish turizmi – O‘zbekiston Respublikasida doimiy yashovchi jismoniy shaxslarga O‘zbekiston Respublikasidan tashqarida turizm faoliyatini amalga oshirish huquqi uchun;

kirish turizmi – O‘zbekiston Respublikasidan tashqarida doimiy yashovchi jismoniy shaxslarga O‘zbekiston Respublikasi hududida turizm faoliyatini amalga oshirish huquqi uchun.

Turizm faoliyatini amalga oshirishda quyidagilar litsenziya olish talablari va shartlari hisoblanadi:

a) turizm to‘g‘risidagi qonun hujjatlariga, turizm sohasidagi xalqaro standartlarga va O‘zbekiston Respublikasi standartlariga majburiy rioya qilish;

b) yuridik shaxs shtatida «turizm» yo‘nalishidagi oliy ta‘lim yoxud o‘rta maxsus, kasb-hunar ta‘limi diplomiga yoki Qo‘mita tomonidan belgilangan tartibda 3 yil muddatga beriladigan amaldagi malaka sertifikatiga ega bo‘lgan kamida bir nafar mutaxassis bo‘lishi;

d) yuridik shaxs xodimlari (gidlar – ekskursiya yetakchilari) va yo‘riqchi – yo‘l boshlovchilar) 3 yilda kamida bir marta Qo‘mita belgilangan tartibda malaka sertifikati olishi;

e) qonun hujjatlarida belgilangan talablarga muvofiq turizm faoliyatini amalga oshirish uchun o'z mulki bo'lgan yoki ijaraga olingan binolar mavjud bo'lishi;

f) turizm faoliyatini amalga oshirish uchun yo'nalishiga ko'ra:

«ichki turizm» – yuridik shaxsning tegishli tashkiliy-huquqiy shakli uchun qonunchilikda belgilangan miqdorga teng;

«chiqish va kirish turizmi» – eng kam oylik ish haqining kamida 400 baravari miqdorida shakllantirilgan ustav jamg'armasiga ega bo'lishi;

g) turizm xizmatlarining muvofiqlik sertifikatini bilan tasdiqlangan turistlar va ekskursiyachilarning hayoti, sog'lig'i va mulki uchun xavfsizlikni ta'minlash bo'yicha tizimning mavjudligi;

h) mijoz bilan faqat O'zbekiston Respublikasi qonun hujjatlari talablariga muvofiq shartnoma, shu jumladan, elektron tarzda (onlayn) tuzilgandan keyin turizm xizmatlari ko'rsatish;

i) chet davlatga chiqish, kelish va u yerda bo'lishning o'ziga xos xususiyatlari, turistik sayohat vaqtida o'zini tutish xususiyatlari hamda har bir muayyan mamlakatda bo'lishning boshqa qoidalari to'g'risidagi to'liq ma'lumotlarni har bir turistga belgilangan tartibda yetkazish;

j) mijozga ***litsenziatning (litsenziya talabgori)*** ish rejimi, uning joylashgan joyi (pochta manzili), tegishli litsenziya, turizm xizmatlari sertifikatining mavjudligi, turizm faoliyatining aniq yo'nalishlari uchun mas'ul bo'lgan litsenziatning mutaxassislarining familiyasi, ismi, otasining ismi to'g'risida to'liq va batafsil ma'lumot berish, jumladan, ushbu ko'rsatilgan ma'lumotlarni o'zining xalqaro internet tarmog'idagi rasmiy veb-saytiga joylashtirish.

Litsenziya olish uchun litsenziya talabgori Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasiga quyidagi hujjatlarni taqdim etadi:

a) litsenziya talabgorining nomi va tashkiliy-huquqiy shakli, tadbirkorlik subyekti sifatida davlat ro'yxatidan o'tkazilganligi to'g'risidagi guvohnomadagi turizm xizmatlarini ko'rsatish uchun amaldagi muvofiqlik sertifikatini va turizm faoliyatini amalga oshirish uchun binoga huquqni beruvchi hujjatlardagi ma'lumotlarning mavjudligi, litsenziya talabgorining joylashgan joyi (pochta manzili), aloqa telefonlari, faks raqamlari, elektron manzili va bank

rekvizitlari, shuningdek, ushbu Nizomning ***litsenziya olish talablari va shartlarida*** nazarda tutilgan, talab etilayotgan turizm faoliyatining yo‘nalishi ko‘rsatilgan litsenziya berish to‘g‘risidagi ariza;

b) ushbu Nizomning 8-bandi «b», «g-e» kichik bandlariga muvofiq hujjatlar nusxalari;

d) litsenziya talabgori arizasining litsenziyalovchi organ tomonidan ko‘rib chiqilishi uchun Litsenziya talabgori tomonidan yig‘im to‘langanligini tasdiqlovchi to‘lov hujjatining nusxasi;

e) familiyasi, ismi va otasining ismi, tug‘ilgan yili, pasportiga oid ma‘lumotlar, uy manzili, ma‘lumoti, aloqa telefonlari raqamlari ko‘rsatilgan rahbar to‘g‘risidagi ma‘lumotlar.

21.2. Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi litsenziya talablari va shartlariga rioya etilishini nazorat qilish huquqlari

Litsenziya talablari va shartlariga rioya yetilishi yuzasidan nazorat qonun hujjatlarida belgilangan tartibda ***Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi*** tomonidan amalga oshiriladi.

Litsenziya talablari va shartlariga rioya yetilishi yuzasidan nazoratni amalga oshirishda ***Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi*** o‘z vakolatlari doirasida quyidagi huquqlarga ega:

- turizm faoliyati subyektlaridan turizm to‘g‘risidagi qonunchilikka rioya etilishini talab qilish;

- litsenziat tomonidan litsenziya talablari va shartlariga rioya yetilishini qonun hujjatlarida belgilangan tartibda rejali tekshirish;

- litsenziya talablari va shartlariga litsenziat tomonidan rioya etilishi yuzasidan qisqa muddatli tekshirishlarni jismoniy va yuridik shaxslarning qonun hujjatlari buzilganligi faktlari to‘g‘risidagi murojaatlari asosida maxsus vakolatli organing – O‘zbekiston Respublikasi nazorat organlari faoliyatini muvofiqlashtiruvchi respublika kengashining qaroriga ko‘ra, qonun hujjatlarida belgilangan tartibda o‘tkazish;

- litsenziya talablari va shartlariga rioya etilishini tekshirish vaqtida paydo bo‘ladigan masalalar yuzasidan litsenziatdan zarur axborotni so‘rash va olish;

– tekshirishlar natijalari asosida, litsenziya talablari va shartlarining aniq buzilishlarini ko‘rsatgan holda dalolatnomalar (ma’lumotnomalar) tuzish;

– litsenziyatga aniqlangan qoidabuzarliklarni bartaraf etish majburiyatini yuklovchi qarorlar chiqarish, bunday qoidabuzarliklarni bartaraf yetish muddatlarini belgilash;

– qonunchilikda belgilangan tartibda litsenziyalarning amal qilishini to‘xtatib turish, to‘xtatish yoki ularni bekor qilish bo‘yicha qaror qabul qilish yoki sudga murojaat etish;

– litsenziyasiz turizm faoliyati amalga oshirilayotganligi to‘g‘risida aniqlangan faktlar haqidagi ma’lumotlarni qonunchilikda belgilangan tartibda tegishli organlarga yuborish.

litsenziya talablari va shartlariga rioya etilishini tekshirishda ***Turizmnı rivojlantirish davlat qo‘mitasi*** xodimlari tomonidan ikki nusxada dalolatnoma tuziladi, ularning bittasi litsenziyatga beriladi, ikkinchi nusxasi ***Turizmnı rivojlantirish davlat qo‘mitasida*** qoladi.

“Turizm faoliyatini litsenziyalash tartibi to‘g‘risida”gi Nizomga muvofiq turizm faoliyatini litsenziyalash

SXEMASI

Subyektlar	Tadbirlar	Bajarish muddati
Litsenziya talabgori	Nizomning 9-bandida nazarda tutilgan ro‘yxatga muvofiq litsenziya olish uchun zarur bo‘lgan hujjatlarni tayyorlaydi. Hujjatlarni litsenziyalovchi organga bevosita, olinganligi to‘g‘risidagi bildirishnoma bilan pochta yoki elektron shaklda taqdim yetadi. Elektron shaklda taqdim etilgan hujjatlar litsenziya talabgorining elektron raqamli imzosi bilan tasdiqlanadi.	Litsenziya talabgorining xohishiga ko‘ra

	Ariza ko'rib chiqilishi uchun qonun hujjatlarida belgilangan eng kam oylik ish haqining 2,5 barobari miqdorida yig'im to'laydi, yig'im litsenziyalovchi organning hisob raqamiga o'tkaziladi.	
Litsenziyalovchi organ	Litsenziya talabgori tomonidan ariza va barcha zarur hujjatlar topshirilgandan keyin litsenziya talabgoriga litsenziya berish yoki litsenziya berishni rad yetish to'g'risida qaror qabul qiladi.	15 ish kuni mobaynida
Litsenziyalovchi organ	Litsenziya berishni rad etish to'g'risida qaror qabul qilingan taqdirda, bu haqdagi bildirishnomada rad etishning aniq sabablari va ularni bartaraf etishga yetarli bo'lgan muddat ko'rsatilgan ma'lumotlar elektron shaklda axborot tizimi orqali, shuningdek, yozma shaklda litsenziya talabgoriga yuboriladi (topshiriladi).	Bir kun muddatda
Litsenziya talabgori	Litsenziya berish rad yetilgan taqdirda aniqlangan sabablarni bartaraf etadi hamda ariza va hujjatlarni litsenziyalovchi organga qayta topshiradi.	Litsenziyalovchi organ belgilagan muddatga muvofiq
Litsenziyalovchi organ	Litsenziya talabgoriga litsenziya berish yoki litsenziya berishni rad yetish to'g'risida takroran qaror qabul qiladi.	5 ish kuni mobaynida
Litsenziyalovchi organ	Litsenziya berishga qaror qilinganligi to'g'risidagi bildirishnoma litsenziya talabgoriga	Bir kun muddatda

	bank hisob raqami rekvizitlari, davlat boji to‘lash muddati ko‘rsatilgan holda, shu jumladan, axborot tizimi orqali elektron shaklda litsenziya talabgorini xabardor qiladi va ayni vaqtda imzolash uchun litsenziya bitimi yuboradi.	
Litsenziat	Litsenziya berilganligi uchun davlat boji to‘langanligini tasdiqlovchi hujjatni litsenziyalovchi organga taqdim etadi va litsenziya bitimini imzolaydi.	3 oy mobaynida
Litsenziyalovchi organ	Yuqorida qayd etilgan shartlar bajarilmagan taqdirda litsenziyalovchi organ litsenziyani bekor qilish to‘g‘risida qaror qabul qilishga haqlidir.	3 oydan so‘ng
Litsenziyalovchi organ	Litsenziya talabgori tomonidan Nizomning 33-bandiga muvofiq, davlat boji to‘langanligini tasdiqlovchi hujjat taqdim etilganda va litsenziya bitimi imzolanganda tegishli blankada litsenziyani rasmiylashtiradi va uni litsenziatga beradi.	2 ish kuni mobaynida

21.3. Turizmدا sertifikatlashtirishning turlari

Sertifikatlash – bu aholi salomatligini va xavfsizligini ta’minlash maqsadida tayyorlangan korxona mahsulotlari yoki xizmatlari sifatini tartibga solish jarayonidir. Shuni qayd qilish kerakki, sertifikatlash nafaqatgina chetdan kelayotgan import tovar va xizmatlarga, balki mahalliy ishlab chiqariladigan tovar va xizmatlarga ham tegishlidir. Ekspert ma’lumotlari bo‘yicha O‘zbekistonda 2.5 mingdan ortiq tovar va xizmatlar sertifikatlanadi.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoniga asosan 2018-yildan boshlab xorijiy turistlarga xizmat ko‘rsatishga ixtisoslashgan umumiy ovqatlanish korxonalari va avtotransport korxonalarini xorijiy turistlarning hayoti va sog‘lig‘i xavfsizligini ta‘minlash maqsadida majburiy sertifikatlash joriy etiladi.

O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi zimmasiga quyidagi funksiyalar: O‘zbekiston Respublikasi sertifikatlashtirish bo‘yicha milliy organi – “O‘zstandart” agentligi bilan mustahkam o‘zaro hamkorlikda turizm faoliyati subyektlari tomonidan ko‘rsatiladigan turoperatorlik (turizm mahsulotlari) xizmatlari va mehmonxona xizmatlarini majburiy sertifikatlash, shu jumladan, turli tashkiliy-huquqiy shakllardagi mehmonxonalarning (motellarning) tasnifini belgilash; sertifikatlanadigan turizm xizmatlarining normativ hujjatlarda belgilangan majburiy talablar va standartlarga muvofiqligi bo‘yicha inspeksiya nazoratini amalga oshirish yuklatildi. Bunda O‘zbekiston Respublikasi Milliy sertifikatlash tizimida akkreditatsiya qilingan turizm xizmatlarini sertifikatlash bo‘yicha organlar ham turizm xizmatlarining ayrim turlarini sertifikatlash subyektlari hisoblanadi. ***Turizm va mehmonxona xizmatlarini sertifikatlash 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 xizmat ko‘rsatuvchidan va ishlab chiqaruvchidan himoya qilish;
- mahsulotni yaratilgan (kelib chiqqan, ishlab chiqarilgan) manzilini tasdiqlash;
- ishlab chiqaruvchi taqdim etadigan mahsulotlar va xizmatlarning sifat ko‘rsatkichlarini tasdiqlash.

Turizmda sertifikatlash «mahsulot va xizmatlarni sertifikatlash to‘g‘risida»gi qonuni hamda boshqa me‘yoriy hujjatlar bilan tartibga solinadi. Uning obyektlari bo‘lib, mahsulotlar, xizmatlar hamda sifat tizimlari hisoblanadi. Shuni qayd qilish kerakki,

sertifikatlashni ikki turi qo'llaniladi – **majburiy** va **ixtiyoriy** sertifikatlash.

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

Majburiy sertifikatlashga turizm xizmatlarini taqdim etish bilan bog'liq bo'lgan faoliyatni amalga oshirishga litsenziyasi mavjud bo'lgan turizm faoliyati subyektlari tomonidan ko'rsatiladigan turizm xizmatlari tortiladi.

Sertifikatlashni amalga oshirishda ko'rsatiladigan xizmatlar tavsifi tekshirib ko'riladi hamda quyidagilarga imkon beruvchi tekshirish usullaridan foydalaniladi:

- xizmatlarni identifikatsiyalash (tenglashtirish, aynan o'xshatish) ni o'tkazish, jumladan, klassifikatsiya guruhlanishiga (OKUN) tegishli ekanini tekshirish;
- sertifikatlanadigan turizm xizmatlarini me'yoriy hujjatlarda belgilangan majburiy talablarga mosligini tasdiqlash.

Shuni qayd qilish kerakki, yuqorida ko'rsatilgan «tartib» ko'rsatilgan xizmatlarni sertifikatlash bo'yicha ular tomonidan akkreditlangan organlarga hamda turizm faoliyati subyektlariga, O'zdavstandartga joriy qilinadi.

21.4. Turizmda standartlashtirish jarayonining mohiyati

Standart vakolatli davlat organlari tomonidan tasdiqlangan normalar majmuasini, mahsulot va xizmatlarga bo'lgan qoida va talablarni belgilovchi normativ texnik hujjat bo'lib hisoblanadi. Shuni ta'kidlash kerakki, standartlar nafaqat moddiy obyekt (tovarlar, mahsulotlar, xizmatlar, buyum namunalar), balki normalar, qoidalar, tashkiliy-metodik va umumtexnik xarakterdagi obyektlar uchun ham ishlab chiqiladi.

O'zbekistonda turistik xizmatlarni loyihalashtirishda turistik-ekskursion xizmat ko'rsatish sohasida standartlashtirish obyektlari, standartlar majmuasining tuzilmasi va boshqa standartlashtirish bo'yicha hujjatlarning maqsadi va vazifasini belgilovchi standartlar

mavjud. Menejerlar turistik xizmatlar uchun ishlab chiqiluvchi loyiha materiallari, korxona va turistik xizmat ko‘rsatish obyektlari (mehmonxonalar, turbaza, marshrutlar va boshqalar) davlat ekologik ekspertizasidan o‘tishi shart. Xizmatlar esa amaldagi qonunlar va normativ hujjatlardagi talablarga mos kelishi kerak. Turistik xizmatlarni loyihalashtirish turistik korxonalar tomonidan amalga oshirilishi yoki boshqa tashkilot tomonidan ham bajarilishi mumkin. Bu holda manfaatli bo‘lgan korxona yoki tashkilot tashabbusi bilan shartnoma tuziladi.

21.4.1-jadval

Standartlashtirish bo‘yicha vakolatli organlar va O‘zbekistondagi standartlar toifasi

Standartlashtirish organlari		Standartlashtirishda qo‘llaniladigan standartlar toifasi va normativ hujjatlar
Nomi	Funksiyalari	
Standartlashtirish, metralogiya va sertifikatlash bo‘yicha O‘zbekiston agentligi	Standartlashtirish bo‘yicha umumma‘muriy va yuridik vakolatlar	– xalqaro (davlatlar va mintaqalar bo‘yicha) standartlar; – sanoat turi standartlari; – texnik standartlar, shartlar; – korxona standartlari; – boshqa davlatlarning davlat standartlari; – ma‘muriy-hududiy standartlar; – O‘zbekistonda qo‘llanuvchi ta‘lim standartlari.
O‘zbekiston Respublikasi Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi	Turistik ahamiyatdagi obyektlar standartizatsiyasi	
Tabiatni muhofaza qilish davlat qo‘mitasi	Atrof-muhit himoyasi va tabiiy resurslardan foydalanish standartlari	

21.4.1-jadvalning davomi

Sogʻliqni saqlash Vazirligi	Dori vositalarini ishlab chiqarishni amalga oshrish boʻyicha korxonalar va tibbiy maqsaddagi tovarlar standarti	
Boshqa sohadagi vazirliklar va idoralar	Tegishli iqtisodiy sohalar standartlari	

Xizmat koʻrsatishni loyihalashtirishni asosi – bu turistik xizmatlarning qisqa bayonidir, yaʼni bozorni tadqiq etish natijasida aniqlangan, buyurtmachi bilan kelishilgan va ijro etuvchi imkoniyatlarini eʼtiborga olgan talablar majmuasidir. Shu asosda, u quyidagi tartibda amalga oshiriladi:

- xizmatlar tavsifi normalarining belgilanishi;
- turistlarga xizmat koʻrsatish jarayoni texnologiyasini belgilash;
- texnologik mahsulotlarni ishlab chiqish;
- sifat nazorati usullarini aniqlash;
- loyiha tahlili;
- loyihani tasdiqqa taqdim etish.

Oʻzbekistonning Butunjahon savdo tashkilotiga aʼzo boʻlishiga intilishi munosabati bilan, standartlashtirish jarayoni sohalar, korxonalar va hududlarga yanada koʻproq dahldor boʻlmoqda. Yangi progressiv standartlarga oʻtish turistik firmalarga qiyinchilik tugʻdirishi mumkin, chunki ularning baʼzilari haligacha eski texnologik vositalardan foydalanishmoqda, biroq jahon bozorida raqobatbardosh boʻlish uchun unga rioya qilish kerak boʻladi.

Turizm sohasiga oid standartlar. Oʻzbekistonda tashkiliy-huquqiy shakllaridan qatʼi nazar, barcha turistik korxonalar tomonidan turistik xizmatlar sifatiga majburiy va tavsiya etiluvchi talablarni belgilovchi standart mavjud. Amaliyotda bu tizim turistning hayoti, sogʻligʻi va mulkning xavfsizligini hamda atrof-muhitni qoʻriqlashni taʼminlaydigan turistik xizmatlar sifatiga boʻlgan majburiy talablarini oʻz ichiga oladi.

Shuni aytish kerakki, turistik xizmatlarga (ekskursiya, poxod, sayohat) va xizmat ko‘rsatishi shartlariga bo‘lgan talablar majburiy va tavsiyalanuvchilarga bo‘linadi. Barcha turistik xizmatlarga majburiy bo‘lgan talablar quyidagilar:

- hayot va sog‘liq xavfsizligi;
- turist va ekskursantlar mulkining saqlanishi;
- atrof-muhit muhofazasi.

Barcha turistik xizmat turlari iste‘molchilar sog‘ligi, hayoti va mulki uchun xavfsizlik ta‘minlangan bo‘lishi kerak. Turistik xizmatlar xavfsizligi normal sharoitda bo‘lganidek, favqulodda holatlar (tabiiy ofat va boshqalar) da ham ta‘minlanishi kerak. Turistik trassalar ekologik qulay va sanitar-epidemiologik sharoitlari yaxshi bo‘lgan hududlarda joylashtirilishi lozim.

21.4.2-jadval

Turistik-ekskursion xizmat ko‘rsatish sohasida xizmatlar turi va standartlari

Bir turdagi xizmatlar	Umumiy talablarga doir standartlar
- Turistik va ekskursion xizmatlarni amalga oshirish; - Ekskursiya; - Turistik safarlar; - Reklama - axborot xizmatlari; - Oziq-ovqat xizmatlari; - Madaniy-ommaviy xizmatlar; - Jismoniy-madaniy sog‘lomlashtirish xizmatlari	- belgilash - xavfsizlik - ijroning aniq va o‘z vaqtida bo‘lishi - ergonomlilik - estetiklik - ekologik - qulaylik - kafolatlar va boshqalar

Xizmatlarni standartlashtirishning asosiy vazifalari:

- xizmatlar va turistlarga xizmat ko‘rsatish sifat ko‘rsatkichlari nomenklaturasini belgilash;
- xizmatlar turistlarga xizmat ko‘rsatish va ularning nazorat usuli sifatiga o‘sib borayotgan talablarni belgilash;

– xizmatlar xavfsizligi, aholi sog‘ligini qo‘riqlash, atrof-muhit himoyasi, ijroning aniq va o‘z vaqtida bo‘lishi, xizmat ko‘rsatishning estetikligini ta‘minlovchi talablarini o‘rnatish;

– turistik xizmatlar sertifikatlashtirishiga bo‘lgan talablarni belgilash;

– turistik korxonalar faoliyati boshqa turistik ekskursion xizmat ko‘rsatishda qatnashuvchi korxonalar bog‘liqligini ta‘minlash;

– standartlashtirish sohasida terminlar va asosiy tushunchalarni aniqlashni va aholiga turistik-ekskursion xizmat ko‘rsatish sifatini boshqarishni belgilash.

Aholiga turistik-ekskursion xizmat ko‘rsatishni standartlashtirish obyektlariga quyidagilar kiradi:

– turistik xizmatlar;

– turistik-ekskursion xizmat ko‘rsatish jarayoni.

O‘zdavstandart Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi bilan hamkorlikda xavfsizlikni, aholi sog‘lig‘i va hayotini, atrof-muhit himoyasi ijrosining aniq va o‘z vaqtida bo‘lishini, majburiy-umumiy talablarni, shuningdek, xizmat ko‘rsatish turlariga tavsiya etuvchi talablarni o‘rganadi. Ularning rasmiy qarashligidan qat‘i nazar, barcha turistik-ekskursion xizmat ko‘rsatish korxonalari va tashkilotlari tomonidan amal qilinishi kerak. Shuningdek, aholiga turistik-ekskursion xizmat ko‘rsatish faoliyati bilan shug‘ullanuvchi firmalar, qo‘shma korxonalar va fuqarolarga ham tegishlidir. Aholiga turistik-ekskursion xizmat ko‘rsatish sohasidagi standartlarning asosiy ko‘rinishlari quyidagilardan iborat:

- asosiy standartlar;
- umumiy texnik standartlar;
- ishlab chiqarish jarayonlari (texnologik, boshqarishni tashkil etishni ta‘minlovchi) standartlari;
- xizmatlar standarti.

Tayanch so‘z va iboralar: turistik faoliyatni litsenziyalashtirish, litsenziya, litsenziya reestrining tarkibi, rasmiyatchiliklarning bosqichlari, hujjatlarni taqdim etish, litsenziat, litsenziya talabgori, litsenziyalovchi organ, sertifikatlashtirish, standartlashtirish, davlat standartlari, O‘zdavstandart, milliy turizmida akkreditlangan turizm xizmatlarini sertifikatlash, majburiy sertifikatlashtirish, asosiy standartlar.

Mustaqil ishlash uchun savollar

1. Turistik faoliyatni litsenziyalashtirish rasmiyatchiligi nimadan iborat?
2. Litsenziya olish uchun davlat tomonidan o'rnatilgan talablar nimalardan iborat?
3. Nizom bo'yicha litsenziya olish uchun qanday hujjatlarni taqdim etish kerak?
4. Turizm faoliyatiga litsenziya olish rasmiyatchiliklarining bosqichlari va xususiyatlari nimalardan iborat?
5. Litsenziya talablari va shartlariga rioya etilishi yuzasidan nazoratni amalga oshirishda Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasi o'z vakolatlari doirasida qanday huquqlarga ega?
6. Turizmدا sertifikatlashtirishning mazmuni va turlari nimadan iborat?
7. Sertifikatlashtirishda davlat standartlaridan foydalanish qanday amalga oshiriladi?
8. Xizmatlarni standartlashtirishning asosiy vazifalari nimalardan iborat?

Amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar

1. Yangi tashkil qilinadigan turistik firmaga Nizom talablari asosida litsenziya olish tartibini ishlab chiqing. Uning ko'rsatadigan barcha xizmatlarini sertifikatlashtirish jarayonini asoslab bering. Ushbu jarayonlarni ifodalovchi taqdimot tayyorlang.

Test savollari

1. Sertifikatlash – bu.....?

- a) aholi salomatligini va xavfsizligini ta'minlash maqsadida tayyorlangan korxona mahsulotlari yoki xizmatlari sifatini tartibga solish jarayonidir;
- b) mahsulot va xizmatlarni tartibga solish jarayonidir;
- d) jismoniy shaxslar mulkini sotish uchun talab qilinadigan hujjat;

e) mahsulotlar va xizmatlarning sifat ko'rsatkichlariga qo'yiladigan talab.

2. Litsenziya olish uchun litsenziya talabgori Turizmni rivojlantirish davlat qo'mitasiga qanday hujjatlarni taqdim etadi?

a) uy manzili, ma'lumoti, aloqa telefonlari raqamlari ko'rsatilgan rahbar to'g'risidagi ma'lumotlar;

b) familiyasi, ismi va otasining ismi, tug'ilgan yili, pasportiga oid ma'lumotlar;

d) soliq to'laganligi haqida chipta;

e) a va b variantlari to'g'ri.

3. Turistik faoliyat bilan shug'ullanish huquqini belgilovchi hujjat qanday nomlanadi?

a) litsenziya;

b) sertifikat;

d) guvohnoma;

e) ruxsatnoma.

4. O'zbekistonda ichki ishlar organlari tomonidan beriladigan «viza»lar necha yilga beriladi?

a) ikki yilga;

b) bir yilga;

d) bir yil-u olti oyga;

e) ikki yil-u olti oyga.

5. Standart qanday hujjat hisoblanadi?

a) vakolatli davlat organlari tomonidan tasdiqlangan normalar majmuasi;

b) mahsulotlar va xizmatlarning sifat ko'rsatkichlariga qo'yiladigan talab;

d) turist va ekskursantlar mulkining saqlanishda qo'yiladigan talab;

e) tovar va mahsulotlarning soni hamda miqdoriga qo'yiladigan talab.

22-mavzu. TURIZM SOHASIDA XALQARO HUQUQIY VA ME'YORIY HUJJATLAR

Reja:

- 22.1. Turizm sohasida xavfsizlikni ta'minlash tamoyillari.
- 22.2. Xalqaro turizmda turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlashning xalqaro huquqiy va me'yoriy hujjatlari.
- 22.3. O'zbekiston Respublikasi qonun va qarorlarida turistlar hayoti xavfsizligini ta'minlash.
- 22.4. Xalqaro turizm rasmiyatchiligiga oid hujjatlar.

22.1. Turizm sohasida xavfsizlikni ta'minlash tamoyillari

«Turizm xavfsizligi» keng ma'noli tushuncha bo'lib, turizmda xavfsizlik turist va uning yuklarining xavfsizligi, turistik muhit qatnashchilarining muhim hayotiy qiziqishlarini ichki va tashqi xavflardan hamda turizm rivojlanishida atrof-muhitni salbiy omillardan himoyalanganligi tushuniladi.

Turizmdagi xavfsizlik – bu turist hayoti va sog'lig'ini saqlash maqsadida hamda unga va atrof-muhitga (jamoaga, jamiyatga, davlatga, tabiatga) yetkazilgan zararlarni minimallashtirishga qaratilgan majmualiy tadbirlardan iborat. Dunyoda bo'lib o'tayotgan voqea, hodisalar xavfsizlik masalasi qanchalik muhimligini ko'rsatmoqda va bu yerda nafaqat mamlakat ichki tartibi, balki xalqaro darajada muvofiqlashtirish talab etiladi. Turizmda xavfsizlikni ta'minlash borasidagi qarorlar turistik faoliyat sohasidagi qonunlarning asosiy tarkibiy qismi hisoblanadi.

Hozirgi paytda turizmda xavfsizlik masalasi quyidagi tamoyillar asosida ta'minlanadi:

1. Milliy qonunlar, xalqaro huquqlar asosida turistlarni jo'natuvchi yoki qabul qiluvchi, davlat ularni himoya qilishi, panohiga olishi shart. Mamlakatda xorijiy turistlar kelishini nazorat qiluvchi, shaxsiy mulkini, shaxsiyatini himoya qiluvchi, joriy-qidiruv ishlarini olib borish, sug'urta to'lovlarini to'lash, valyuta ayriboshlash, madaniy qiymatga ega buyumlarni olib chiqish, axborot olishga imkoniyat, diplomatik va advokat ko'magi va boshqa masalalarga tegishli huquqiy-me'yoriy aktlar qabul qilinadi. Turistik firmalar

litsenziya oladilar va mahsulotlarini sertifikatlaydilar. Xalqaro me'yorlar aviatashchilar, suv transporti kompaniyalari, avtokorxonalaridan avariya va favqulodda hodisalarni oldini olish maqsadida yagona va universal standartni bajarishni talab qiladi.

2. Makrodarajadagi tashkiliy mexanizmlar asosida. Bevosita va bilvosita turistlar xavfsizligini ta'minlash bilan bog'liq davlat va jamoa tarkiblari yordamida amalga oshiriladi. Bular huquqiy, tartibni saqlash kuchlari (militsiya, razvedka xizmatlari) jinoyatchilikning oldini oladi; bojxona tarkibi – bular eksport - import, kontrabanda bilan kurashadilar; **qutqaruv xizmatlari** (tog' hududlarida, o'rmonlarda, yong'indan, tibbiy, FHV va boshqalar.) – odamlarni tabiiy ofatlar va texnogen xavflari mavjud joylardan qutqaradilar. Tashqi ishlar vazirligi – vaqtinchalik kelgan mamlakatda har xil holatlarga tushib qolgan fuqarolarga konsullik himoyasi xizmatini taqdim etadilar. **Soliq qo'mitasi** – iqtisodiy jinoyatchilikka qarshi kurashadi, **standartlashtirish xizmati** – iste'molchilarga taklif etiladigan tovar va xizmatlar soni va sifatini nazorat qiladi, **prokuratura** – davlat va shaxsga qarshi harakatlarni oldini oladi, **veterinariya va sanepidemiologiya** xizmati – sanitariya talablarini tekshiradi va b.

3. Mikrodarajadagi tashkiliy mexanizm asosida. Bu sayohatchilarga bevosita xizmatlar taklif etuvchi turistik korxonalardir. Masalan: turfirma marshrutni sertifikatlaydi, sug'urta kompaniyasi – sayohatchi hayotini sug'urtalaydi, mehmonxona yong'in va epidemiologik xavfsizlikni ta'minlaydi, avtotransport korxonalari mashinalarning texnik holatini tekshiradi.

Mahalliy jamoa ham tashrif buyuruvchilarning xavfsizligini ta'minlashlari shart. Buning uchun gidlar maxsus tayyorgarlikdan o'tadilar, marshrutlar xavfsizligi (yo'llar toshloq, zaharli o'simliklar, yovvoyi hayvonlar) tekshiriladi, turistlar maxsus moslamalar (palatka, qutqaruv jileti, dori-darmon) bilan ta'minlanadi, qutqaruvchilar va o'rmon xizmatlari guruh kelgani va ularning bu yerda bo'lish muddati haqida ogohlantiriladi. Turistning o'zi ham xavfsizlik qoidalariga rioya qilishi shart. Ya'ni uning hayoti va sog'lig'iga nimalar xavf solishini anglashi, qabul qilingan talablarga rioya qilishi, hushyor bo'lishi zarur.

4. Iqtisodiy mexanizmlar asosida. Xavfsizlik ta'minlanishi-ning iqtisodiy mexanizmlari turist hayoti va mulkiga zarar

yetkazilganda uni moliyaviy qoplashni nazarda tutadi. Masalan: sug'urta kompaniyasining sug'urta kafolati zaruriy summani to'lashga qurbi yetadigan bo'lishi kerak.

5. Ijtimoiy - madaniy va siyosiy darajada xavfsizlik jamiyatni boshqa ijtimoiy qarashlar – diniy, g'oyaviy, udumlarning buzulishi va boshqalar nazarda tutiladi. Afsuski, turizm alkoholizm, narkomaniya va boshqa salbiy oqibatlarga ham sabab bo'lmoqda. Bu yerda xalqaro terrorizmga qarshi kurash, diniy ekstremizmga qarshi davlatlararo koalitsiyalarni tuzish ham e'tiborga olinmoqda.

22.1.1-jadval

Tarmoq miqyosida turizm xavfsizlik darajalari⁶⁷

Darajalar	Jalb qilingan strukturalar	Faoliyati
Birinchi: <i>Davlat xizmati tarkiblari</i>	Ichki ishlar vazirligi	Jamoa tartibini saqlash, jinoyatchilik bilan kurashish, kriminal holatlarni nazorat qilish. Turistik politsiya. Xorijiy turistlarni mamlakat bo'ylab harakatlanishini ta'minlash.
	Milliy xavfsizlik xizmati	Terroristlar, ekstremistlarga qarshi kurash va boshqa davlatga qarshi harakatlarni oldini olish.
	Sog'liqni saqlash vazirligi	Yepidemiya qarshi kurash, kasalliklarni oldini olish, aholi salomatligini nazorat qilish.
	Favqulodda hodisalar vazirligi	Texnogen va tabiiy ofatlardan ogohlantirish va oldini olish, tezkor qutqaruv tadbirlarini o'tkazish.
	Bojxona qo'mitasi	Kantrabandaga qarshi kurash, eksport-import operatsiyalari jarayonida uyushgan jinoyatchilikni oldini olish, madaniy boyliklarni noqonuniy chiqib ketishga yo'l qo'ymaslik.

⁶⁷ Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Основы безопасности в туризме. –Т., 2008.

22.1.1-jadvalning davomi

	Tashqi ishlar vazirligi	Xorijdagi fuqarolarga konsullik himoyasini ta'minlash.
	Mahalliy ma'muriyat	Ma'lum hududiy hodisani nazorat qilish.
	Gidrometeorologiya xizmatlari, seysmik stansiyalar	Tabiiy ofatlarni bashorat qilish, tabiiy ofatlar oqibatini baholash.
	Mudofaa vazirligi	Aholi, shu jumladan, turistlarni tashqi agressiyalardan himoyalash.
	Standartlash, sertifikatlash va metrologiya xizmati	Tovar va xizmatlarni standartlash, ularni iste'mol uchun xavfsiz ekanini tekshirish, turmahsulotni sertifikatlash.
	Antimonopoliya qo'mitasi	Monopoliyaga yo'l qo'ymaslik, sifatsiz xizmatlardan himoyalash, g'irrom raqobatning oldini olish.
Ikkinchi: <i>Davlat jamoa xizmati tarkiblari</i>	Milliy turizm ma'muriyati	Turizm sohasi faoliyati, xizmat sifatini tekshirish, obyektlarda xavfsizlik darajasi.
	Turistik tashkilotlar assotsiatsiyasi	Turizmning xususiy sektorida xizmatlar sifatini nazorat qilish.
	Iste'molchilar huquqini himoya qilish jamiyati	Iste'mol huquqini himoya qilish, g'irrom raqobatni oldini olish.
	Tabiatni asrash qo'mitasi	Tabiat bag'rida odamlarning o'zlarini tutishlari, xavfli flora va fauna haqida ogohlantirish.
Uchinchi:	Yo'l qurilish xizmati – qurilish vazirligi	Shosse, magistrallar, harakat xavfsizligi. Bino, inshootlar qurilishi va ularning xavfsizligi.

Davlat jamoa xizmati tarkiblari OAV	Transport faoliyati ustidan nazorat	Passajirlarni tashishga mo'ljallangan transport xavfsizligi.
	Yong'inga qarshi kurash xizmati	Yong'inga qarshi tadbirlar.
	Energiya nazorati va kommunal xizmatlar, telekommunikatsiya	Elektr tarmoqlar xavfsizligi, chiqindilarni olib chiqish, xavf tug'ulganda operativ aloqani ta'minlash.
	OAV	Xavflar haqida axborot berish.
	Mahalliy o'zini-o'zi boshqarish organlari	Ijtimoiy-siyosiy barqarorlikni ta'minlash, hududda xavfsizlikni ta'minlash.
To'rtinchi: Xususiy xizmatlar tarkiblari	Turistik tashkilotlar	Gidlar – marshrutda xavfsizlik qoidalariga rioya qilish, menejer – turistik faoliyat qatnashchilarini boshqarish, turlider – guruhda holatni nazorat qilish, muammoni boshqarish, korxonalarda xavfsizlik – mehmonxonalarda, obyektlarda.
	Jismoniy shaxslar	Muammoning oldini olish uchun turistlar shaxsiy xavfsizlikka rioya qiladilar.

22.2. Xalqaro turizmدا turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlashning xalqaro huquqiy va me'yoriy hujjatlari

Insonning hayoti xavfsizligini ta'minlash hamma vaqtda ham avvalo insonning o'z hayotini muhofaza qilish, sog'lig'ini saqlash, yashash istagi hissiyotlaridan kelib chiqadi. O'z hayoti xavfsizligining ertasini o'ylamaydigan, hozirgi zamonamizdan juda ko'p yillar ilgari xavfli sharoitlarda tavakkaliga sayohatga chiqqan jasur kishilar (Skott, Magellan, Maklay, Livingston, Dikson, Nikitin,

Bering, Dejnyov, Perjevalskiy, Polo, Batuta, Lazerev, Kruzenshtern, Kolumb, Vamberi va boshqalar) buyuk geografik tadqiqotchi sayyohlar bo'lishgan, lekin vaqt o'tishi bilan insonning yashashga bo'lgan hissiyotlari ham o'zgardi. Bunday hissiyotlar zamirida albatta qo'rqish hissi hukmron, ikkilanish hissi kuchliroq bo'lganligi hisoblanadi. Bir mamlakatdan o'zga mamlakatlarga sayohat qilmoqchi bo'lgan turist albatta, bu mamlakatdagi siyosiy-ijtimoiy vaziyat bilan qiziqadi, axborotlarni to'playdi va ko'nglida xavotir yo'qligidan aniq bir qarorga keladi.

Turizmning xalqaro miqyosda rivojlanib borayotganligining sabablaridan biri, xalqaro nizolarning pasayishi, qurollanishning susayganligi natijasida jahon xalqlarining biri-biriga qiziqishi, ko'rishishga, muloqot qilishga, xalqlarning tarixiy-ma'naviy madaniyatiga, xalqlar yashayotgan davlatlar tabiatiga qiziqishi, intilishi hisoblanadi.

Turizmdagi xalqaro huquq-me'yorlarni qabul qilgan mamlakatlarda turistlar ana shu huquq-me'yorlarga ishonib, suyanib, erkin harakat qilishadi. Shu bilan birga, turizm rivojlanishida turistik oqimlarning muayyan davlatda yoki davlatlarda ko'payishi turizmdagi xalqaro tashkilotlarning faoliyatiga ham bog'liq bo'ladi. Har bir davlatda, shuningdek, xalqaro 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 xalqaro miqyosda va davlatlar hududlarida harakatlanish xavfsizligidagi juda ko'p majmualiy tadbirlarning qonun himoyasida ta'minlanishni talab qiladi.

Turizmning xalqaro xavfsizligidagi xalqaro tajribalarni Butunjahon turistik tashkiloti (BTT) tadqiq qiladi va tadqiqot natijalari asosida ishlab chiqilgan tavsiyalarni xalqaro turizm to'g'risidagi qonun va huquqiy-me'yoriy hujjatlar qabul qilgan davlatlarga ko'rsatma – yo'llanma sifatida taqdim qilib kelmoqda.

Sayohatlarning xavfsizligini ta'minlash haqidagi turizm Xartiyasi 1985-yil BTT dagi Bosh Assambleya ning VI – sessiyasida qabul qilingan edi. Xartiya tarkibi 9 ta modda va turist kodeksidan iborat. Xartiyaning 4-moddasida turistlarning sog'ligi va hayoti xavfsizligini ta'minlashda, ularning buyumlarini saqlanishi,

har bir davlat hududlarida erkin harakat qilishida quyidagi talablar bajarilishi dunyodagi barcha davlatlarga tavsiya qilingan:

- turistlarga imkoniyatlarning yaratilishi, o'z davlatida va chet ellik turistlar uchun sayohatlar davrida BMT, BTT, Xalqaro fuqarolar aviatsiyasi tashkiloti, Xalqaro dengiz tashkiloti, Xalqaro bojxona hamkorligi Kengashi va boshqa xalqaro tashkilotlarning turizm to'g'risidagi, xalqaro turizm to'g'risidagi «Holatlar», «Dasturlar», «Huquq-me'yorlar» bilan tanishish, ularni o'rganish, foydalanish sharoitlarini yaratishlari;

- turistlarning bilimi va madaniyati o'sishiga hamkorlik qilishi va yetib kelgan davlatlarning mahalliy aholisi bilan bo'lgan muloqotlarda, aloqalarda o'zaro tushunish, o'zaro do'stona muhitlarining yaratilishi;

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

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

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

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

Turizm bo'yicha Gaaga deklaratsiyasi 10 ta tamoyilni qabul qildi va uni barcha mamlakatlarga tarqatdi. Deklaratsiya jahonda turizmning rivojlanishida turizm xavfsizligi xalqaro miqyosda va milliy davlatlar miqyosida ta'minlanishi shartligini ta'kidladi. Bunga erishish uchun quyidagilarni amalga oshirish tavsiya qilindi:

- turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlash me'yorlarini ishlab chiqish va turizmga joriy qilish;

- jamoatchilikka aniq axborotlarni yetkazish va tarqatish;

- turistlarning xavfsizligini o'rganuvchi va ta'minlovchi, ayniqsa, ekstremal vaziyatlarda xavfsizlikni ta'minlashni tadqiq qiluvchi institutsional markazlar tashkil qilish;

- turistlarning xavfsizligini ta'minlashda xalqaro, qit'alararo hamkorlikni tashkil qilish va harakatlantirish;
- turistlarni hurmat qilish, qadr-qimmatini, huquqini va xavfsizligini himoya qilish turizm rivojlanishining ajralmas qismidir.
- turistlarni himoya qilish, hayoti xavfsizligini ta'minlashdagi huquqiy me'yorlarni ishlab chiqish, xavfga qarshi chora-tadbirlar tizimini yaratishda har bir davlatlarning BTT bilan o'zaro hamkorlik qilishini ta'minlash.

Gaaga deklaratsiyasida qabul qilingan yana bir muhim hujjat shundan iborat bo'ldiki, terrorizm turizm va turistik harakatlantirishning rivojiga real xavf, deb tan olindi. Jahondagi davlatlarning terroristlarga har xil siyosiy sabablarni ro'kach qilib, boshpana berish hollari jahon miqyosida qoralanishi e'tirof etildi.

Xalqaro turizm xavfsizligi va turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlashda BTT ning 2001-yil 30-sentabr – 1-oktabrda Yaponiyada (Osaka deklaratsiyasi) o'tkazilgan konferensiyasi, MDH davlatlarining «Turizm sohasida hamkorlik» – Ashxobod 23-dekabr 1993-yil, 29-oktabr 1994-yil, 4-noyabr 1994-yil Osaka deklaratsiyasi, «Turistik faoliyatni tashkil qilish Yevropa Kengashi», 2-noyabr 1981-yil Nepaldagi «Xalqaro mehmonxona qoidalarini assotsiatsiyasi» muhim qarorlar qabul qildi, tavsiyalar ishlab chiqib, dunyo mamlakatlariga tarqatdi.

Turizm mamlakatlarining 21% ida maxsus turizm politsiyasi tashkil qilingan bo'lib, bu politsiya faqat turizm faoliyati bilan shug'ullanadi. Turizm politsiyasi zimmasiga turistlarni, turizm resurslarini va atrof-muhitni muhofaza qilish, giyohvandlikka qarshi kurashish, mahalliy etnik guruhlarini himoya qilish vazifalari ham yuklatilgan.

Xalqaro turizm amaliyotidan ma'lum bo'ladiki, ko'pgina davlatlarning turizm boshqaruvi turistlarning dunyo davlatlariga, mintaqalariga borishi yoki bormasliklari, xavfsizlikning holati, darajalari, ushbu davlatlarda turizm siyosati va himoya haqida aniq tavsiyalar ishlab chiqadi va o'z ommaviy axborot vositalarida muntazam ravishda tavsiyalar berib boradi.

22.3. O‘zbekiston Respublikasi qonun va qarorlarida turistlar hayoti xavfsizligini ta’minlash

Turizm sohasida ta’lim olayotgan barcha talabalar va mutaxassislar O‘zbekiston Respublikasining «Turizm to‘g‘risida» gi Qonun moddalarini yaxshi o‘zlashtirishi va mukammal bilishi o‘rinli bo‘ladi.

Ushbu qonunning **18-moddasi: «Turistlarning xavfsizligi kafolati»**. O‘zbekiston Respublikasi hududida turistlarning xavfsizligi davlat tomonidan kafolatlanadi. Turizm sohasidagi vakolatli davlat organi manfaatdor vazirliklar va idoralar bilan birgalikda turistlarning himoya qilinishini hamda xavfsizligini ta’minlash dasturini ishlab chiqadi va uning bajarilishini tashkil etadi. Mahalliy davlat hokimiyati organlari turizm sohasida barcha turistik yo‘nalishlar bo‘yicha turistlarning himoya qilinishini va xavfsizligini ta’minlash mintaqaviy dasturlarini ishlab chiqadilar va ularning bajarilishini tashkil etadilar. Turistik faoliyat subyektlari turistlarning xavfsizligini ta’minlash bo‘yicha ular jarohatlanganda, kasallanganda va boshqa hollarda tibbiy va o‘zga xil yordam ko‘rsatish yuzasidan aniq chora-tadbirlar ishlab chiqadilar.

19-moddasi: Turistlarning xavfsizligini ta’minlash chora-tadbirlari. Turistik faoliyat subyektlari turistlarning xavfsizligini ta’minlash maqsadida:

- turistlarning safarda xavf - xatardan xoli bo‘lishlari uchun shart-sharoitni, safar, sayr, ekskursiya yo‘llari, musobaqalar o‘tkaziladigan joylarning xavfsizligini ta’minlashlari;
- turistlarga jarohatlanish va baxtsiz hodisalardan saqlanish hamda ularning oldini olish usullarini o‘rgatishlari, birlamchi tibbiy yordam ko‘rsatish yuzasidan yo‘l-yo‘riq berishlari, shuningdek, belgilangan yo‘nalishning xususiyati va turistlarning xatti-harakatiga bog‘liq holda yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan xavf manbalari haqida ularning o‘zini xabardor qilishlari;
- turistlarning sayohatlar, safarlar, musobaqalar, boshqa turistik tadbirlarga tayyorgarligi ustidan nazoratni amalga oshirishlari;
- falokatga uchragan turistlarga tezkor yordam ko‘rsatishlari;

- avtomobil, tog'-chang'i, velosiped, suv, mototsikl, piyoda safar, g'or turizmi va turizmning boshqa maxsus turlarini tashkil etish va o'tkazishda xavfsizlikning alohida talablarini ishlab chiqishlari va amalga oshirishlari shart.

20-moddasi: «Turistlarni sug'urta qilish». Turistlarni sug'urta qilish majburiydir va u turistik faoliyat subyektlari tomonidan sug'urta faoliyati olib borish huquqiga ega bo'lgan tegishli sug'urta tashkilotlari bilan tuziladigan bitimlar asosida amalga oshiriladi.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «Turizm tashkilotlari faoliyatini tashkil etishni takomillashtirish to'g'risida»gi Qaroriga⁶⁸ muvofiq, quyidagi moddalar turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlashga qaratilgan:

- xavf-xatar manbalari bo'lgan hududlarga chet ellik sayyohlarni olib chiqishlaridan oldin, O'zbekiston Respublikasi Favqulodda vaziyatlar vazirligining tegishli boshqarmalaridan baxtsiz hodisalar yoki xavf-xatarlar kelib chiqishi mumkin bo'lishi yoki bo'lmasligi yuzasidan tegishli ma'lumotlar olish;

- ruxsat etilgan xavfsiz yo'nalishlar bo'yicha O'zbekiston Respublikasi Favqulodda vaziyatlar vazirligining tegishli hududiy boshqarmasi bilan kelishilgan holda belgilangan xavfsiz yo'nalish bo'yicha sayohat qilishni ta'minlash;

- belgilangan yo'nalishning xususiyati va turistlarning xatti-harakatiga bog'liq holda yuzaga kelishi mumkin bo'lgan xavf-xatar manbalari haqida ularning o'zini xabardor qilish va xavfsizligini ta'minlash;

- qabul qiluvchi turistik tashkilot chet el turistlari bilan xavfsizlik choralariga rioya etishlari, O'zbekiston Respublikasida bo'lish tartibi, ekologik xavfsizlik talablari, milliy urf-odatlariga hamda sanitariya-gigiyena qoidalariga amal qilishlari to'g'risida tegishli tushuntirish ishlarini o'tkazadi.

Ekologik turizm marshrutlarini ishlab chiqish mavzusida – «Ekologik turizm marshrutlarida turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlash» yuzasidan marshrut rahbari amalga oshiriladigan ishlar ro'yxati keltiriladi. Turistik marshrutlarning barchasida turistlarning hayoti xavfsizligini ta'minlash chora-tadbirlari ishlab chiqilishi va

⁶⁸<http://www.lex.uz>

marshrutni o'tkazadigan turistik tashkilot rahbarining imzosi va gerbli muhri bilan rasmiylashtirilishi lozim.

22.4. Xalqaro turizm rasmiyatchiligiga oid hujjatlar

«Rasmiyatchilik» – biror bir muhim va mas'uliyatli ishni bajarishda talab qilinadigan, qonunchilik tomonidan o'rnatilgan shartlar yoki harakatlar majmuidir.

Xorijiy mamlakatga birinchi marta turist sifatida tashrif buyurmoqchi bo'lgan shaxslar, odatda, faqat chegaraga oid va bojxona rasmiyatchiliklari mavjud deb o'ylashadi. Biroq turist o'z davlatiga olib kirishi mumkin bo'lgan bir talay hayot uchun o'ta xavfli kasalliklar mavjud, tropik mamlakatlarga kirishni tartibga solib turadigan sanitar - epidemiologik qoidalar ham juda muhim ekanligiga e'tirozlar bo'lmasa kerak. Tibbiy sanitar qoidalarini bilish va ularga qat'iy amal qilish turistni sayohat chog'idagi ko'plab ko'ngilsizliklardan saqlaydi.

Chegaradan hayvonot va o'simliklar namunalarini o'tkazishning qat'iy belgilangan tartibi ham, xorijga safar chog'ida sug'urta qilish masalasi ham turist uchun muhim ahamiyatga egadir. Bundan tashqari, bir qator boshqa, qonunchilik tomonidan davlat manfaatlari va jamoat xavfsizligi hamda sayohat qilayotgan shaxslar va atrof-muhit muhofazasi nazarda tutilgan xalqaro turizmning keng ommaga deyarli noma'lum shartlari va qoidalari ham mavjud.

Shunday qilib, turizm rasmiyatchiliklari – bu turist, turistik firmasi (keyinchalik turfirma) va boshqa davlatga tashkil qilinayotgan sayohatni tayyorlash va o'tkazishga aloqador boshqa barcha tashkilotlar amal qilishi lozim bo'lgan, u yoki bu davlat yoxud bir guruh davlatlar qonunchiligini bir vaqtning o'zida qabul qilgan qat'iy shartlardan iborat.

Turizmga oid rasmiyatchiliklar – sayohatni tashkillashtirish, rasmiylashtirish va amalga oshirish jarayonida qonunchilik va mamlakatda o'rnatilgan tartib bo'yicha rioya qilish majburiy bo'lgan qoidalar, shartlar va harakatlardan iborat bo'ladi. Turizm rasmiyatchiliklarining muhimligini tasdiqlash va ularni tartibga solish hamda osonlashtirish uchun bir qator eng muhim xalqaro hujjatlardan ko'chirmalar keltiramiz:

- Yevropadagi hamkorlik va xavfsizlik bo'yicha kengashning yakunlovchi dalolatnomasi (Xelsinki, 1975 y.): «Kengashning ishtirokchi davlatlari xorijiy davlatlarga sayohat uchun talab etiladigan rasmiyatchiliklar bilan bog'liq masalalarni ijobiy ruhda qarab chiqish orqali turizm rivojini rag'batlantirish maqsadida ekanliklarini bildiradilar»;

- Jahon turizmi bo'yicha Manila deklaratsiyasi (Manila, 1980 y.): «Butun jahon turistik tashkiloti o'zining rivojlanish dasturiga jahonda turizm rasmiyatchiliklari ahvolini o'rganish, mazkur sohadagi joriy amaliyot va mavjud me'yorlarni tadqiq etish, sayohatlarni yo'lga qo'yish va osonlashtirish uchun umumiy tavsiyanomalar ishlab chiqish masalalarini kiritgan»;

- Turizm bo'yicha Gaaga deklaratsiyasi (Niderlandiya, 1989 y.): «Sayohatlar tez o'sishi bilan bir vaqtda turizm rasmiyatchiliklarining tushunchasi aniqlanmoqda va kengaymoqda. Ulardan biri bevosita turistlarga, boshqalari esa turizm biznesiga oid. Turizm rasmiyatchiliklarining osonlashuvi o'zining dastlabki tor chegaraviy rasmiyatchilik va bojxona tekshiruvlari ramkasidan chetga chiqq oldi. Bugungi kunda gap turizmni rag'batlantirish va ijobiy qo'llab-quvvatlash haqida borishi lozim, xususan, har bir shaxsga ichki va xalqaro turizmga ishtirok etishga sharoit yaratish, yoshlar, keksalar va nogironlar orasida turizmga alohida e'tibor ajratishga harakat qilish shart»;

- Barqaror rivojlanish bo'yicha BMT komissiyasi o'zining 1999-yil apreldagi Nyu-York sessiyasida Butunjahon turizm tashkiloti (BTT) tashabbusiga ko'ra, global turizm etika kodeksini ma'qulladi va BTTga xususiy sektorlar, nohukumat va mehnat tashkilotlaridan tushgan takliflar bilan to'ldirishni taklif etishdi. BTT mutaxassislarining xulosasiga ko'ra, turizm Global etika kodeksi joriy hujjat bo'lib, jumladan, turizm rasmiyatchiliklarini tartibga solishda ham dasturilamal bo'lmog'i lozim. Xususan, uning 8-moddasida «Turizm sayohatlari erkinligi»da davlatlar tomonidan kiritilgan yoki xalqaro kelishuvlardan kelib chiqadigan, masalan, vizalar, sanitar va bojxona rasmiyatchiligini imkon qadar shunday moslashtirish lozimki, erkin turizm va xalqaro turizmga yo'l ochish zarur bo'ladi. Ushbu rasmiyatchiliklarni osonlashtirishga qaratilgan mamlakatlararo bitimlarni rag'batlantirish lozim; turizm sanoatiga

og'ir tushadigan va uning raqobatbardoshligiga zarar yetkazadigan maxsus soliq va to'lovlarni bekor qilish yoki qayta ko'rib chiqish kabi choralar ko'rsatilgan.

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

Turizm bo'yicha Gaaga deklaratsiyasi 1989-yil davlatlar va turistik pasportlari, vizalar, tibbiy va valyuta nazorati, sayohat, safar va istiqomat qilish bilan bog'liq turizm rasmiyatchiliklari va bojxona tartiblarini osonlashtirish bo'yicha qat'iy choralar ko'rish lozimligini belgiladi. Turizm rasmiyatchiliklari sayohat qilishdagi murakkabliklarni yo'qotish, turistlar tomonidan boshqa mamlakat va mintaqalarga tashrifni yengillashtirishga qaratilgan bo'lishi lozim.

Turizm rasmiyatchiliklari bir necha katta bo'limlarga bo'linadi, jumladan,:

- chet el pasportlari;
- vizalar;
- bojxona qoidalar;
- valyuta nazorati va valyuta almashtirish tartibi;
- sanitar qoidalar;
- kirish-chiqish tartibi;
- xorijiy turistlarning mamlakatda yashashi va harakatlanishining o'ziga xosligi;
- immigratsiya qoidalar;
- ba'zi boshqa tartiblar.

Xalqaro turizmda politsiya va sanitar rasmiyatchiliklarini farqlash mavjud. Bu o'rinda politsiya rasmiyatchiliklari deganda davlat chegarasidan o'tayotgan shaxslarning o'rnatilgan pasport-viza tartibiga amal qilishi bilan bog'liq tadbirlar tushuniladi. Nazoratning bu turini amalga oshirish aeroportlar, temir va shosse yo'llarida, dengiz va daryo bekatlaridagi maxsus xizmatlar zimmasiga yuklatilgan (O'zbekistonda O'zbekiston Respublikasi Ichki ishlar vazirligiga).

Sanitar (tibbiy) rasmiyatchiliklar deb, davlat chegarasidan o'tayotgan shaxslar va ularning jonivorlari (agar bo'lsa) o'rnatilgan emlash talabiga rioya qilishning nazoratiga aytiladi. Rasmiyatchiliklarga rioya qilishning nazorati mamlakatga kirish va chiqish uchun foydalaniladigan chegaraviy punktlarda, maxsus sanitar xizmatlar tomonidan amalga oshiriladi va odatda, turistlarda emlash haqidagi xalqaro sertifikat mavjudligini tekshirishdan iborat bo'ladi. Zarur holatlarda sanitar rasmiyatchiliklar tomonidan turistlarni va sayohatchilarni joyida emlash va xavf tug'lsa, ularni vaqtincha izolatsiya qilish ham ko'zda tutilgan. Turistlar va sayohatchilar olib o'tadigan hayvonlar uchun muvofiq veterinar sertifikatlar talab qilinadi.

Bojxona – milliy qonunchilikka muvofiq holda davlat chegarasi orqali o'tayotgan yuk, yo'lovchilar, pochta jo'natmalari, pul va qimmatbaho buyumlarni nazorat qiladigan, o'rnatilgan bojxona bojlari va boshqa to'lovlarni olish, shuningdek, qonunchilik tomonidan belgilangan tartibga javob bermaydigan yuklarni to'xtatishni amalga oshiruvchi davlat organidir.

Bojxona rasmiyatchiliklari davlat chegarasidan o'tayotgan shaxslarning buyumlar, tovar va valyutani olib kirish va olib chiqish qoidalariga rioya qilishni tekshirish tadbirlaridan iborat bo'ladi. Bojxona rasmiyatchiliklarining amaliyoti mamlakatga kirish va chiqish uchun foydalaniladigan chegara punktlaridagi bojxona xizmati zimmasiga yuklatilgan (aeroportlar, temir yo'l, dengiz va daryo bekatlari, avtoyo'llardagi chegaradan o'tiladigan joylarda).

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

Butunjahon turizm tashkilotining valyuta operatsiyalari xususidagi tavsiyalari quyidagilardan iborat:

1. Valyutaning miqdori bojxona deklaratsiyasiga kiritilgan taqdirda uni olib kirishga ruxsat berish.

2. Chegaradan o'tishda moliyaviy qiyinchiliklar va noqulayliklarga barham berish uchun tashrifchilar va turistlarga to'liq ma'lumotni taqdim etish.

3. Chiqishda turistlarga valyutani qayta almashtirish imkoniyatini yaratish.

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

5. Nazorat punktida valyuta almashtirishni tartibga soluvchi qoidalar va almashtirishning joriy kursi osib qo'yilishi lozim.

6. O'z davlatidan chiqishda mamlakatdan qaytib ketishga yetadigan miqdorda pulga ega bo'lishga ruxsat berish.

Pasport va vizaga oid rasmiyatchiliklar quyidagilardan iborat:

- pasport fuqaro shaxsini tasdiqlovchi rasmiy hujjatdir. Unda jinsi, yoshi, tug'ilgan va yashaydigan joyi, fuqaroligi haqidagi ma'lumotlar beriladi. Xorijiy pasportdan tashqari, alohida vaziyatlarda diplomatik, xizmat, konsullik pasportlaridan foydalanish mumkin;

- xorijlik pasporti (shaxsini tasdiqlash) yoki mamlakatda doimiy istiqomat qilayotgan xorijiy fuqaroga beriladigan fuqaroligi yo'q shaxslar hujjati;

- er va xotinga (farzandli yoki farzandsiz) beriladigan oilaviy pasportlar;

- bola pasporti, dengizchi pasporti va boshqalar;

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

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

- Uch oydan ortiq muddatda beriladigan milliy kirish vizasi, uni berish Shengen bitimiga kirgan davlatning alohida huquqidir. 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‘zbekistondagi bojxona qoidalar. O‘zbekistonga naqd xorijiy valyuta olib kirish bojxona nazorati qoidalariga rioya qilgan holda cheklanmagan miqdorda ruxsat etiladi. O‘zbekistondan naqd xorijiy valyutani erkin olib chiqish bojxona nazorati qoidalariga rioya qilgan holda ekvivalenti 5 ming dollarga teng yoki undan oshmaydigan miqdorda ruxsat etiladi.⁶⁹

O‘zbekiston Prezidentining 2017-yil 6-dekabrda "Jismoniy shaxslar tomonidan naqd xorijiy valyutani olib kirish va olib chiqib ketish tartibini yanada soddalashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida"gi Farmoni va boshqa tegishli normativ-huquqiy hujjatlarga muvofiq, O‘zbekiston Respublikasiga jismoniy shaxslar tomonidan naqd xorijiy valyutani olib kirish va olib chiqish tartibiga o‘zgartirishlar kiritildi.

Unga ko‘ra, 2018-yil 1-yanvardan boshlab O‘zbekiston Respublikasiga olib kiriladigan va O‘zbekiston Respublikasidan olib chiqiladigan ekvivalenti 2 ming dollardan oshgan miqdordagi naqd xorijiy valyuta yozma deklaratsiyalash va bojxona organi xodimiga taqdim etish yo‘li bilan bojxona nazoratidan o‘tkaziladi.

Bunda yo‘lovchi bojxona deklaratsiyasida olib kirilayotgan va olib chiqilayotgan naqd xorijiy valyutaning jami summasi ko‘rsatiladi. Ekvivalenti 2 ming dollarga teng yoki undan oshmaydigan miqdordagi naqd xorijiy valyuta jismoniy shaxsning xohishiga ko‘ra yozma deklaratsiyalanishi mumkin.

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‘naltilgan fotosuratlar, bosma va videomateriallarni, hayvonlarni (ularni olib kirish uchun maxsus ruxsat zarur) olib kirish taqiqlangan. Barcha qimmatbaho buyumlar (taqinchoqlar, foto va video kameralar, kompyuterlar va hokazo) bojxona deklaratsiyasida qayd etilgan bo‘lishi shart.

Qimmatbaho materiallar va toshlar, mo‘yna, 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.

⁶⁹ <http://sputniknews-uz.com/news/20171231/7193460.html>

Tayanch so‘z va iboralar: turizmda xavfsizlik, turist, atrof-muhit, tashkiliy mexanizmlar, qutqaruv xizmatlari, Gaaga deklaratsiyasi, Butunjahon turizm kuni, Jahon turizmi bo‘yicha Manila deklaratsiyasi, Afina konvensiyasi, turizm Global etik kodeksi, turizm Xartiyasi, turizmga oid rasmiyatchilik, bojxonaga oid turizm rasmiyatchiliklari, pasport va vizaga oid rasmiyatchiliklar, chet el pasportlari, sanitar qoidalar, kirish-chiqish tartibi, tibbiy rasmiyatchiliklar, prays-varaqa, reklama prospektlari.

Mustaqil ishlash uchun savollar

1. Turizmda xavfsizlik tushunchasi nimalardan iborat?
2. Xalqaro turizmda turizmni rivojlantirish va turistlarning hayoti xavfsizligini ta‘minlash borasida qanday xalqaro huquqiy va me‘yoriy hujjatlar qabul qilingan?
3. O‘zbekiston Respublikasida turistlarning hayoti xavfsizligini ta‘minlanganligi haqida qanday qonun va qarorlar mavjud?
4. Turizmga oid rasmiyatchilik tushunchasi va uning mazmuni nimadan iborat?
5. Turizm rasmiyatchiligi qanday bo‘limlardan iborat?
6. Bojxonaga oid turizm rasmiyatchiliklari deganda nimani tushunasiz?
7. O‘zbekiston bojxonasi qoidalar nimalardan iborat?
8. Turizmga oid hujjatlar to‘plamiga nimalar kiradi?
9. Turist uchun tibbiy rasmiyatchiliklar tartibi nimalarni talab qiladi?
10. Pasport va vizaga oid rasmiyatchiliklar nimalardan iborat?

Amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar

Xalqaro turizmni rivojlantirish va turistlarning hayoti xavfsizligini ta‘minlash borasida qabul qilingan xalqaro huquqiy va me‘yoriy hujjatlarning mazmunini tushuntiring. Ushbu qabul qilingan xalqaro huquqiy va me‘yoriy hujjatlarning joylari va sanasi bo‘yicha xronologiyasini tayyorlang.

Test savollari

1. Turizmga oid rasmiyatchiliklar – bu.....?

a) sayohatni tashkillashtirish, rasmiylashtirish va amalga oshirish jarayonida qonunchilik va mamlakatda o'rnatilgan tartib bo'yicha rioya qilish majburiy bo'lgan qoidalar, shartlar va harakatlar demakdir;

b) mahsulot va xizmatlarga talabni oshirish;

d) har bir turistning individual ehtiyojlarini hisobga olish;

e) turistlarning faol va mazmunli faoliyatga yo'naltiridigan hujjatlar to'plami.

2. Turizmdagi xavfsizlik – bu.....

a) turist hayoti va sog'lig'ini saqlash maqsadida hamda unga va atrof-muhitga (jamoaga, jamiyatga, davlatga, tabiatga) yetkazilgan zararlarni minimallashtirishga qaratilgan majmualiy tadbirlardir;

b) xalqaro tinchlik va o'zaro tushinish, jahon savdosi va davlatlararo xo'jalik aloqalarining asosiy ta'minlovchi faktori sifatida turizm rivojini rag'batlantirish;

d) har bir turistning individual ehtiyojlarini hisobga olish;

e) aholi salomatligini va xavfsizligini ta'minlash maqsadida tayyorlangan korxona mahsulotlari yoki xizmatlari sifatini tartibga solish.

3. «Turizm to'g'risida» gi qonunning 18 - moddasi qanday nomlanadi?

a) Turistlarning xavfsizligi kafolati;

b) Turistlarning xavfsizligini ta'minlash chora-tadbirlari;

d) Turistik marshrutdagi joylashtirish xizmatlarida hayot xavfsizligini ta'minlash;

e) Turistlarni sug'urta qilish.

4. «Turizm to'g'risida» gi qonunning 20 - moddasi qanday nomlanadi?

a) Turistlarni sug'urta qilish;

b) Turistlarning xavfsizligini ta'minlash chora-tadbirlari;

d) Turistlarning xavfsizligi kafolati;

e) Turistik marshrutdagi joylashtirish xizmatlarida hayot xavfsizligini ta'minlash.

5. Turistlar joylashtirilgan joylarda tabiatning favqulod-dagi hodisalari (suv toshqini, qor ko‘chishi, ob-havoning keskin o‘zgarishi va hokazolar) dan kelib chiqadigan xavflar qaysi omil tarkibiga kiradi?

- a) kutilmagan omillar;
- b) zararsiz omillar;
- d) biologik omillar;
- e) zararli omillar.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

I. O‘zbekiston Respublikasi qonunlari

1.1. O‘zbekiston Respublikasining «Turizm to‘g‘risida»gi Qonuni. –T., 1999-yil 20 avgust.

II. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti farmonlari va qarorlari

2.1. «O‘zbekistonda turizm sohasi uchun malakali kadrlar tayyorlash to‘g‘risida»gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 1999-yil 30-iyundagi PF-2332-sonli Farmoni.

2.2. «Buyuk Ipak Yo‘lini qayta tiklashda O‘zbekiston Respublikasining ishtirokini avj oldirish va respublikada xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora-tadbirlar to‘g‘risida» gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 1995-yil 2-iyundagi PF-1162-sonli Farmoni.

2.3. «O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta’minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 2-dekabrdagi PF-4861-sonli Farmoni.

2.4. «O‘zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi faoliyatini tashkil etish to‘g‘risida»gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2016-yil 2-dekabrdagi PQ-2666-sonli Qarori.

2.5. “O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar strategiyasi to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevraldagi PF-4947-sonli Farmoni.

2.6. “Oliy ta’lim tizimini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 20-apreldagi PQ-2909-sonli Qarori.

2.7. “Turizm sohasini rivojlantirishda mahalliy ijro etuvchi hokimiyat organlarining mas’uliyatini yanada oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 12-iyuldagi PQ-3129 sonli Qarori.

2.8. "2018–2019-yillarda turizm sohasini rivojlantirish bo‘yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 16-avgustdagi PQ-3217 sonli Qarori.

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

3.1. «O‘zbekiston Respublikasida turizmni rivojlantirishning ayrim masalalari to‘g‘risida» O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2015-yil 10-martdagi 53-sonli Qarori.

3.2. «Yo‘l bo‘yi va turizm infratuzilmalarini rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2015-yil 9-martdagi 51-sonli Qarori.

3.3. O‘zbekiston Respublikasi Tabiatni muhofaza qilish davlat qo‘mitasi davlat bionazorati «O‘zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirish Konsepsiyasi». Экологический вестник, № 6, 2007.

3.4. O‘zbekiston Respublikasida xalqaro turizmning zamonaviy infrastrukturasi barpo etish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1995-yil 3-iyundagi 210-sonli Qarori.

3.5. «Sayyohlik tashkilotlari faoliyatini tashkil etishni takomillashtirish to‘g‘risida»gi O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1998-yil 8-avgustdagi 346-sonli Qarori.

3.6. «O‘zbekistonda turizm sohasi uchun kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida»gi O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1999-yil 2-iyuldagi 324-sonli Qarori.

3.7. “2015–2017-yillarda Sirdaryo viloyatining sanoat salohiyatini yanada rivojlantirish, zamonaviy xizmat ko‘rsatish va ekoturizm obyektlarini barpo etish dasturi to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2015-yil 7-avgustdagi 233-sonli Qarori.

3.8. “O‘zbekiston Respublikasida turizmni rivojlantirishning ayrim masalalari to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2015-yil 10-martdagi 53-sonli Qarori.

3.9. “Turizm faoliyatini litsenziyalash tartibi to‘g‘risidagi Nizomni tasdiqlash to‘g‘risida”gi O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2017-yil 6-apreldagi 189-sonli Qarori.

IV. Darslik, monografiya, o‘quv va uslubiy qo‘llanmalar

4.1. Mahalliy nashrlar

4.1.1. Абдурахмонов К.Х. Менеджмент туризма. Учебное пособие. –Т.: Филиал ФГБОУ ВПО “РЕУ им. Г.В. Плеханова” в г. Ташкенте, 2013, 248 с.

4.1.2. Агзамов С., Ташмуратов Т. Менеджмент международного туризма – Т.: ТашГУ, 1996.

4.1.3. Adilova Z.D, Sodiqov T. Xalqaro turizm biznesi. O‘quv qo‘llanma. –Т.: TDIU, 2010.

4.1.4. Adilova Z.D, Aliyeva M.T., Norchayev A. Turizm menejmenti. O‘quv qo‘llanma. –Т.: TDIU, 2011.

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

4.1.6. Asror Mo‘min. Dunyo mo‘jizalari. Yangi nashr. –Т.: 2012, 8b.

4.1.7. Ahmadxo‘jayev H. va boshqalar. Marketing tadqiqotlari. –Т., 2002.

4.1.8. Boltaboyev M.R., Tuxliyev I.S., Muhamadiyev A.N., Abduxamidov S.A. “Turizm: nazariya va amaliyot” fanidan elektron darslik yaratish texnologiyasi. Uslubiy qo‘llanma. –S., 2016.

4.1.9. Gadoyev K., Berdiyeva S. Jahongashta sayyoh olimlar. –Т.: O‘zbekiston, 2012.

4.1.10. Данилов С. Туризм со вкусом узбекского плова. –Т., 2013.

4.1.11. Ivatov I. Restoran menejmenti. O‘quv qo‘llanma. – Т.: Iqtisodiyot, 2007.

4.1.12. Tashmurotov T.T., Saidov A., Umarqulov E. Turizm iqtisodi. –Т.: TMI, 2000.

4.1.13. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Основы безопасности в туризме. –Т.: Гос.науч.изд-во «Ўзбекистон миллий энциклопедияси», 2008.

4.1.14. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. «Формальности в системе туризма Республики Узбекистан». –Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2007.

4.1.15. Тухлиев Н. и др. «Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистана». –Т.: «Ўзбекистон миллий энциклопедияси», 2006.

4.1.16. Tuxliyev I.S., Bektemirov A.B., Usmanova Z.I. Turizmda strategik marketing. O‘quv qo‘llanma. – S.: SamISI, 2010.

4.1.17. Tuxliyev I.S., Hayitboyev R., Ibodullayev N.E., Amriddinova R.S. Turizm asoslari. O‘quv qo‘llanma. Qayta ishlangan va to‘ldirilgan 3-nashri. –S.: SamISI, 2010.

4.1.18. Tuxliyev I.S., Qudratov G‘.H., Pardayev M.Q. Turizmni rejalashtirish. Darslik. – Т.: “Iqtisod-moliya” nashriyoti. 2010.

4.1.19. Tuxliyev I.S., Xayitboyev R, Safarov B.Sh., Tur-sunova G.R. Turizm asoslari. Darslik. – T.: “Fan va texnologiya” nashriyoti, 2014.

4.1.20. Tuxliyev I.S., Safarov B.Sh. Turizm asoslari. Kasb-hunar kollejlari uchun o‘quv qo‘llanma. –T.: «Yangi nashr», 2012.

4.1.21. Tuxliyev I.S. va boshqalar. O‘zbekistonda turizm xizmat bozorini rivojlantirishning ijtimoiy - iqtisodiy muammolari. Monografiya. –T.: “Iqtisodiyot”, 2012.

4.1.22. Xayitboyev R., Matyaqubov U. Ekologik turizm. Uslubiy qo‘llanma. –S., 2010.

4.1.23. Xayitboyev R., Haydarov S., Abduxamidov S. va b. Turizm marshrutlarini ishlab chiqish. O‘quv qo‘llanma. – S.: “Ilm nur fayz”, 2016 y.

4.1.24. Eshtayev A.A. Turizm industriasini boshqarishning marketing strategiyasi. Monografiya. – T.: Fan, 2011.

4.1.25. Qudratov G‘.H., Tuxliyev I.S. Turizm iqtisodiyoti. O‘quv qo‘llanma. – S.: SamISI, 2007.

4.1.26. Erbo‘tayev I. Umumiy ovqatlanish va xizmat ma-daniyati. O‘quv qo‘llanma. –T.: O‘MKNTM, «Bilim», 2005.

4.1.27. Mamatqulov X.M. Turizm infratuzilmasi. O‘quv qo‘llanma. –T.: «O‘zbekiston faylafuslar jamiyati» nashriyoti, 2011.

4.1.28. Mamatqulov X.M. Mehmonxona va turistik komp-lekslarda xizmatlarni tashkil etish. O‘quv qo‘llanma. – S.: SamISI, 2012.

4.1.29. Mirzayev M.A. «Turizm asoslari». Ma'ruzalar matni. –T.: 2005.

4.1.30. Mirzayev M.A., Aliyeva M.T. Turizm asoslari. O'quv qo'llanma. –T.: O'zbekiston faylafuslar jamiyati, 2011.

4.1.31. Safarov B.Sh. Milliy turizm xizmatlar bozorini innovatsion rivojlantirishning metodologik asoslari. Monografiya. – Toshkent: «Fan va texnologiya» nashriyoti, 2016, 184 b.

4.1.32. Safarov B.Sh. Mintaqaviy turizm xizmat bozorining iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish. Monografiya. –T.: O'zbekiston milliy ensiklopediyasi, 2013, 150 b.

4.2. Xorijiy nashrlar

4.2.1. John Tribe. Strategy for Tourism; London: Goodfellow Publishers Limited, 2016, -288 p.

4.2.2. Adrian Franklin "Tourism an introductions". SAGE Publications London-Thousand Oaks-New Delhi 2003.

4.2.3. Charles A. Goeldner, J.R. Brent Ritchie. Tourism PRINCIPLES, PRACTICES, PHILOSOPHIES, New Jersey, John Wiley & Sons, 2012.– 514p.

4.2.4. Adrian Franklin "Tourism an introductions". SAGE Publications London-Thousand Oaks-New Delhi 2003.

4.2.5. Hubbard, Graham, Strategic Management: Thinking, Analysis and Action, 2004, 2nd edition, Prentice-Hall, Frechs Forest

4.2.6. Kotler, Bowen & Makens (2006), Marketing for Hospitality and Tourism 4th ed, Pearson Education, Inc.

4.2.7. Yvette Reisinger. International tourism cultures and behavior. Elsevier 2009, 450 b.

4.2.8. Bob Brotherton. The International Hospitality Industry. Oxford, First published 2003, 251 b.

4.2.9. John R. Walker. Exploring the Hospitality Industry. Prentice Hall. USA, 2015.

4.2.10. Allcock A., Jones B., Lane S., Grant J. National ecotourism strategy. Commonwealth of Australia, 1994, 196 r.

4.2.11. Lindberg K., Hawkins D.E. (eds) Ecotourism: a Guide for Planners and Managers. North Bennington, Vermont. 1993, 256 r.

4.2.12. Stephen J. Page. Transport and Tourism: Global Perspectives, Third ed. Harlow (England), London. New York [etc.]. Pearson Education Limited. 2009.

4.2.13. Gross, S., Klemmer, L. (Eds.). Introduction to tourism transport. CABI. 2004.

4.2.14. Ketels, Christian H.M. Clusters and Dubai's Competitiveness. Report, Dubai Economic Council, Dubai, United Arab Emirates, October 2009. – 100 p.

4.2.15. Clarke, J., Hawkins, R. and Waligo, V. Sustainability and marketing for responsible tourism. In: McCabe, S., (ed.) 'The Routledge Handbook of Tourism Marketing. London: Routledge. 2013. pp. 41-53

4.2.16. Азар В.И., Туманов К.Ю. Экономика туристического рынка. –М.: ИПКГ, 2008.

4.2.17. Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма. Учеб. пособие. – М.: Финансы и статистика, 2003.

4.2.18. Биржаков М.Б. Введение в туризм. Издание 9-е, переработанное и дополненное. – СПб.: Издательский дом Герда, 2007.

4.2.19. Дурович А.П. Организация туризма. Учеб. пособ. –Минск: «Новое знание», 2006.

4.2.20. Dimitrios Buhalis, Carlos Costa “Tourism business frontiers”. Oxford, UK 2006

4.2.21. Жукова М.А. Менеджмент в туристическом бизнесе. Учебное пособие. 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2006.

4.2.22. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000.

4.2.23. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма. Учебник. 4-е изд., стереотип. – Мн.: Новое знание, 2004.

4.2.24. Кабушкин Н.И., Дурович А.П. Организация туризма. Учеб. пособие. – Мн: Новое знание, 2003.

4.2.25. Квартальнов В.А. Менеджмент и маркетинг в социально-культурной сфере. Учеб.пособие. 2-е изд. –СПб.: Книжный дом, 2003.

4.2.26. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления. Изд 2-е, перераб. и доп. –М.: Финансы и статистика, 2001.

4.2.27. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. Учебник 2-е изд., стер. –М.: Советский спорт, 2004.

4.2.28. Квартальнов В.А. Туризм: история и современность. –М.: Финансы и статистика, 2002.

4.2.29. Квартальнов В.А. Туризм. Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000.

4.2.30. Kotler F., Bouen Dj., Meykenz Dj. Marketing. Gostepriimstvo. Turizm: Uchebnik dlya vuzov. Vtoroye izdaniye. –М.: YUNITI - DANA, 2002.

4.2.31. Саак А.Е., Пшеничных Ю.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. – СПб.: Питер, 2006.

4.2.32. Christopher Holloway, Claire Humphreys, Rob Davidson The Business of Tourism, UK, Pearson Education, 2009. – 793p.

4.2.33. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Менеджмент в туризме и гостиничном хозяйстве. – М.: КНОРУС, 2005.

V. Dissertatsiyalar, ilmiy maqola va tezislar

5.1. Alimova M.T. “Hududiy turizm bozorining rivojlanish xususiyatlari va tendensiyalari (Samarqand viloyati misolida)”. Iqtisodiyot fanlari doktori ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiyasi. 2017 y.

5.2. Amriddinova R.S. Mehnat resurslarini boshqarish asosida turizm xizmatlarining raqobatbardoshligini oshirish yo‘llari (Sa-

marqand viloyati turizm korxonalari misolida). I.f.n. ilmiy darajasini olish uchun dissertatsiya. – S.: SamISI, 2012.

5.3. Norqulova D. “O‘zbekistonda sotsial turizm xizmatlarini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish” mavzusidagi iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (doctor of philosophy) dissertatsiyasi. 2018 y.

5.4. Usmanova Z.I. “O‘zbekistonda turistik - rekreatsion xizmatlarni rivojlantirish xususiyatlari va tendensiyalari” iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (doctor of philosophy) dissertatsiyasi. 2018 y.

5.5. Голышева Е. Совершенствование организации и механизма регулирования развития туризма в рыночных условиях». Дисс... канд.экон.наук. – Т.: Таш.ГЕУ, 2011, 170 с.

5.6. Ablakulov A.A. “Turizm xizmatlari raqobatbardoshligini oshirishda marketing qarorlaridan samarali foydalanish mexanizmi” iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (doctor of philosophy) dissertatsiyasi. 2018 y.

5.7. Sharipov T.S. Umumiy ovqatlanish korxonalari samardorligini oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish (Samarqand viloyati misolida). I.f.n. ilmiy darajasini olish uchun dissertatsiya. –S.: SamISI, 2010.

5.8. Голышева Е. Оценка использования ресурсного потенциала туризма Узбекистана // Актуальные проблемы туризма - 2009, №1. – Т.: “ДП Патент-Пресс”, 2009.

5.9. Голышева Е. Развитие сферы туризма Республики Узбекистан в период финансово-экономического кризиса//Актуальные проблемы туризма-2010, № 2. – Т., 2010.

5.10. Тухлиев И.С. Развитие туристического рынка услуг в условиях мирового финансово-экономического кризиса// Голос Узбекистана. –Т., 2009, № 20.

5.10.1. Ibadullayev N.E. Turistik resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish imkoniyatlari (Samarqand viloyati misolida). I.f.n. ilmiy darajasini olish uchun dissertatsiya. – S.: SamISI, 2010.

5.11. Rahimov Z.O. “Turizm destinatsiyalarida strategik rejalashtirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish (Samarqand shaxri misolida)” mavzusidagi nomzodlik dissertatsiyasi, i.f.n. ilmiy darajasini olish uchun dissertatsiya. – S.: SamISI, 2012.

5.12. Хамидов О.Х. Выбор конкурентной стратегии предприятия на рынке туристических услуг Узбекистана. Дис....канд.экон.наук. –Самарканд: СамИСИ, 2006. 155 с.

5.13. Тухлиев И.С., Абдухамидов С.А. Особенности определения эффективности в туристической деятельности. XXVII Международные Плехановские чтения. –М., 2013.

5.14. Tukhliev I.S., Sobirov B.B. The start-up of tourism in Central Asia Case of Uzbekistan. Journal: World Scientific News Poland, Zlocieniec, 08/02/2017.

5.15. Safarov B.Sh. The impact of information and communication technologies in the development of tourism in Uzbekistan // Spanish Journal of Rural Development. - Lugo, 2015. - Vol. VI (3-4).-P.21-28. (08.00.00; №1 30.12.2013).

5.16. Safarov B.Sh. Innovative forecasting of national tourism service market in the Republic of Uzbekistan // Journal of Management Value and Ethics. - Gwalior, 2016. - Vol. VI (2).-P.57-72. (08.00.00; №6.).

5.17. Usmanova Z.I. Formation of a united information – analytical control system of recreational services in the tourism sector. Case of Uzbekistan // India Journal of Management Value & Ethics (Apr.-June 16 Vol.6 No. 2).

5.18. A.K.Alimov “Qoraqolpog`iston Respublikasida ekologik turizmni rivojlantirishning asosiy yo`nalishlari va istiqbollari”. Iqtisodiyot fanlari bo`yicha falsafa doktori (Doctor of philosophy) dissertatsiyasi. 2018 y.

5.19. Tursunova G., Sobirov B., Tukhliev I., Aslanova D. Implementation of up-to-date innovative approaches in a competitive merit of tourism industry in central asia. The case of Uzbekistan. Journal of Management value & ethics. 2017 y.

5.20. Абдухамидов С.А., Хамитов М.Х. Позитивные тенденции развития гостиничной индустрии Узбекистана. Международная научно-практическая конференция “Информационная экономика в формате G-Global” 9-10 октября 2014 г.

Карагандинский государственный университет имени академика Е.А.Букетова.

5.21. Abduxamidov S.A., Tuxliyev O.I., Hamitov M.X. Mintaqaviy turizmni rivojlantirish tendensiyalari. “Iqtisodiyot va Ta’lim” jurnali, № 2. –T., 2015.

5.22. Amriddinova R.S., Abduxamidov S.A. O‘zbekiston mintaqalarida mehmonxona biznesining rivojlanish tendensiyalari. “Iqtisodiyot va Ta’lim” jurnali, № 3. –T., 2015.

VI. Internet saytlari

- 6.1. www.gdnet.org
- 6.2. www.stat.uz
- 6.3. www.lex.uz
- 6.4. www.uzbektourism.uz
- 6.5. uzreport.uz.
- 6.6. www.Turkistonpress.uz
- 6.7. www.russiatourism.ru
- 6.8. www.unwto.org
- 6.9. www.wttc.org
- 6.10. www.unwto.org
- 6.11. www.gastrotur.ru/

ILOVALAR

1-ilova

O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA QABUL QILINGAN TURIZM SOHASIGA OID ME’YORIY-HUQUQIY HUJJATLAR XRONOLOGIYASI

№	QABUL QILIN- GAN YILI VA VAQTI	HUJJAT TURI	HUJJAT MAZMUNI
1	1992-yil 27-iyul	O‘z.Res. Prezidentining PF-447-sonli Farmoni	«O‘zbekturizm» Milliy kompaniyasini tashkil qilish to‘g‘risida
2	1992-yil 20-oktabr	O‘z.Res. VMning 484-sonli Qarori	«O‘zbekturizm» Milliy kompaniyasi faoliyatini tashkil etish masalalari to‘g‘risida
3	1993-yil 5-oktabr	O‘z.Res. VMning 480-sonli Qarori	Respublika mehmonxona xo‘jaligi va turizm O‘zbekiston-Turkiya litseyini tashkil etish to‘g‘risida
4	1993-yil 28-dekabr	O‘z.Res. QONUNI	Mahsulotlar va xizmatlarni sertifikatlashtirish to‘g‘risida
5	1994-yil 9-sentabr	O‘z.Res. VMning 459-sonli Qarori	O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «Ipak yo‘li» Butunjahon turistik tashkilotining O‘zbekistondagi majlisiga tayyogarlik va uni o‘tkazish to‘g‘risida
6	1994-yil 5-oktabr	Butunjahon turistik tashkiloti Deklaratsiyasi	Samarqand shahrida Buyuk Ipak yo‘lidagi shaharlarda xalqaro turizmni rivojlantirish bo‘yicha Samarqand deklaratsiyasi
7	1995-yil 2-mart	O‘z.Res. VMning 78-sonli Qarori	«Ipak yo‘li turizmi» xalqaro turistik yarmarkani tayyorlash va o‘tkazish to‘g‘risida
8	1995-yil 2-iyun	O‘z.Res. Prezidentining PF-1162-sonli Farmoni	Buyuk Ipak yo‘lini qayta tiklashda O‘zbekiston Respublikasining ishtirokini avj oldirish va respublikada xalqaro turizmni rivojlantirish borasidagi chora-tadbirlar to‘g‘risida

9	1995-yil 3-iyun	O‘z.Res. VMning 210-sonli Qarori	O‘zbekiston Respublikasida xalqaro turizmning zamonaviy infrastrukturasi barpo etish chora-tadbirlari to‘g‘risida
10	1996-yil 11-yanvar	O‘z.Res. VMning 19-sonli Qarori	Parijda «Temuriylar davrida fan, madaniyat va ta’limning ravnaqi» haftaligini o‘tkazish to‘g‘risida
11	1996-yil 23-fevral	O‘z.Res. VMning 72-sonli Qarori	Toshkent shahridagi mehmonxona kompleksini «Bakri investindo» (Indoneziya) kompaniyasiga sotish to‘g‘risida
12	1996-yil 25-sentabr	O‘z.Res. VMning 335-sonli Qarori	O‘zbekiston Respublikasi Tashqi ishlar vazirligida madaniyat, fan va turizm sohasida xalqaro hamkorlik boshqarmasini tashkil etish to‘g‘risida
13	1996-yil 26-may	O‘z.Res. VMning 232-sonli Bitimi	O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining O‘zbekiston Respublikasi hukumati va Ozarbayjon Respublikasi hukumati o‘rtasida turizm sohasidagi hamkorlik to‘g‘risida
14	1997-yil 23-may	O‘z.Res. VMning 348-sonli Bitimi	O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining O‘zbekiston Respublikasi hukumati va Gruziya hukumati o‘rtasida turizm sohasidagi hamkorlik to‘g‘risida
15	1997-yil 3-may	O‘z.Res. VMning 281-sonli Bitimi	O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining O‘zbekiston Respublikasi va Italiya Respublikasi hukumati o‘rtasida turizm sohasidagi hamkorlik to‘g‘risida
16	1997-yil 1-aprel	O‘z.Res. VMning 162-sonli Bitimi	O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining O‘zbekiston Respublikasi va Gretsiya Respublikasi hukumati o‘rtasida turizm sohasidagi hamkorlik to‘g‘risida
17	1998-yil 7-aprel	O‘z.Res. VMning 134-sonli Qarori	O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining O‘zbekiston Respublikasida mehmonxona xizmatlarini taqdim qilish qoidalari haqida
18	1998-yil 2-mart	O‘z.Res. VMning 89-sonli Qarori	Toshkent shahrida xalqaro klassdagi 4 yulduzli mehmonxona qurilishi samaradorligini oshirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida

19	1998-yil 8-avgust	O‘z.Res. VMning 346-sonli Qarori	Turizm tashkilotlari faoliyatini tashkil etishni takomillashtirish to‘g‘risida
20	1998-yil 24-iyul	O‘z.Res. VMning 348-sonli Bitimi	O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining O‘zbekiston Respublikasi va Bolgariya Respublikasi hukumatlari o‘rtasida turizm sohasidagi hamkorlik to‘g‘risida
21	1999-yil 20-avgust	O‘z.Res.ning QONUNI	Turizm to‘g‘risida
22	1999-yil 5-aprel	O‘z.Res. Prezidentining PF-2286-sonli Farmoni	2005-yilgacha bo‘lgan davrda O‘zbekistonda turizmni rivojlantirish davlat dasturi to‘g‘risida
23	1999-yil 30-iyun	O‘z.Res. Prezidentining PF-2332-sonli Farmoni	O‘zbekistonda turizm sohasi uchun malakali kadrlar tayyorlash to‘g‘risida
24	1999-yil 20-avgust	O‘z.Res. Oliy Majlisining 831-I-sonli Qarori	«Turizm to‘g‘risida»gi O‘zbekiston Respublikasi qonunini amalga kiritish haqida
25	1998 йил 29-август	ЗАКОН Рес.Уз.	О вывозе и ввозе культурных ценностей
26	1999-yil 15-fevral	O‘z.Res. VMning 70-sonli Qarori	O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining Butunjahon turistik tashiloti Yevropa hay‘atining 34-sessiyasiga tayyorgarlik va uni o‘tkazish to‘g‘risida
27	1999-yil 2-iyul	O‘z.Res. VMning 324-sonli Qarori	O‘zbekistonda turizm sohasi uchun kadrlar tayyorlash tizimini takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida
28	2000-yil 18-mart	O‘z.Res. VMning 911-sonli Qarori	O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining O‘zbekiston Respublikasining sertifikatsiyalash milliy tizimi to‘g‘risida
29	2000-yil 25-may	O‘z.Res.ning QONUNI	Faoliyatning ayrim turlarini litsenziyalash to‘g‘risida
30	2000-yil 17-iyul	O‘z.Res. VMning 273-sonli Qarori	O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining Biznes sentr Samarqand» turistik mehmonxona majmuasi qurilishini takomillashtirish to‘g‘risida
31	2000-yil 18-mart	O‘z.Res. VMning 911-sonli Tartibi	O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining Turistik xizmatlarni sertifikatsiyalash haqida

32	2000-yil 21-noyabr	O‘z.Res. VMning Kelishuvi	O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining O‘zbekiston Respublikasi «O‘zbekturizm» Miliy Kompaniyasi va Italiya turoperatorlari Assosatsiyasi o‘rtasida turizm sohasidagi hamkorlik to‘g‘risida
33	2001-yil 16-mart	O‘z.Res. VMning 131-sonli Qarori	O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2000-yil 17-noyabrdagi 449-son qaroriga o‘zgartirishlar kiritish to‘g‘risida
34	2001-yil 30-avgust	O‘z.Res.ning QONUNI	Madaniy meros obyektlarini muhofaza qilish va ulardan foydalanish to‘g‘risida
35	2002-yil 2-sentabr	O‘z.Res. VMning 310-sonli Qarori	O‘zbekiston Respublikasida mehmonxona biznesi va xalqaro turizmni yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida
36	2002-yil 12-oktabr	O‘z.Res. VMning 356-sonli Qarori	O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining «Ipak yo‘li» Butunjahon turistik tashilotining 4-sessiyasiga tayyorgarlik va uni Buxoro shahrida o‘tkazish to‘g‘risida
37	2003-yil 17-yanvar	O‘z.Res. VMning 33-sonli Qarori	2002-yil 2-sentabrdagi 310-son qarorini qisman o‘zgartirish haqida
38	2003-yil 11-noyabr	O‘z.Res. VMning 497-sonli Qarori	«Turizm faoliyatini litsenziyalash to‘g‘risida»gi Nizomni tasdiqlash haqida
39	2003-yil 11-noyabr	O‘z.Res. VMning 497-sonli Qaroriga ilova (NIZOM)	Turizm faoliyatini litsenziyalash to‘grisida
40	2004-yil 28-iyul	O‘z.Res. VMning 360-sonli Qarori	«O‘zbekturizm» milliy kompaniyasi faoliyatini yanada takomillashtirish to‘g‘risida
41	2004-yil 13-sentabr	O‘z.Res. VMning 1407-sonli Qarori	Sayyohlarga xizmat ko‘rsatilgani uchun turistik firma va mehmonxona xo‘jaliklaridan undiriladigan turistik yigimlar to‘grisidagi Nizomni tasdiqlash haqida
42	2004-yil 13-sentabr	O‘zbekiston Respublikasi Adliya vazirligining 1407-sonli Qarori	Sayyohlarga xizmat ko‘rsatilgani uchun turistik firma va mehmonxona xo‘jaliklaridan undiriladigan turistik yig‘imlar to‘g‘risidagi Nizomni tasdiqlash haqida

43	2004-yil 3-noyabr	O‘z.Res. VMning 1421-sonli Qarori	Sayyohlarning O‘zbekiston Respublikasiga kelishi va ketishi tartibi to‘g‘risidagi nizomni tasdiqlash haqida
44	2004-yil 15-sentabr	O‘z.Res. VMning 1421-sonli Qaroriga ilova (NIZOM)	Sayyohlarning O‘zbekiston Respublikasiga kelishi va ketishi tartibi to‘g‘risidagi
45	2005-yil 25-may	O‘z.Res. VMning Bitimi	O‘zbekiston Respublikasi «O‘zbekturizm» Milliy kompaniyasi bilan Xitoy Xalq Respublikasi milliy turistik ma‘muriyati o‘rtasida turizm sohasida hamkorlik to‘g‘risida
46	2006-yil 17-aprel	O‘z.Res. Prezidentining PQ-325-son Qarori	O‘zbekiston Respublikasida 2006–2010-yillarda xizmat ko‘rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida
47	2006-yil 4-sentabr	Bitim	O‘zbekiston Respublikasining «O‘zbekturizm» Milliy kompaniyasi bilan Qozog‘iston Respublikasining turizm va sport vazirligi o‘rtasida turizm sohasida hamkorlik to‘g‘risida
48	2006-yil 3-oktabr	Bitim	O‘zbekiston Respublikasining «O‘zbekturizm» Milliy kompaniyasi bilan Qirg‘iziston Respublikasining sanoat, savdo va turizm vazirligi o‘rtasida turizm sohasida hamkorlik to‘g‘risida
49	2007-yil 21-may	O‘z.Res. Prezidentining PQ-640-son Qarori	O‘zbekiston Respublikasida 2010-yilgacha bo‘lgan davrda xizmat ko‘rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirishga oid qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida
50	2010-yil 5-yanvar	O‘z.Res. Prezidentining PQ-1255-son Qarori	Prezidentimiz Islom Karimov Ispaniyaga qilgan tashrifi chog‘ida tezyurar temir yo‘l poyezdlari harakatini tashkil etish to‘g‘risidagi bitimga kelishgan edilar. Ushbu bitim asosida 2010-yil 5-yanvar kuni O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «Ikkita yo‘lovchi tashuvchi tezyurar TALGO-250 elektropoyezdini sotib olish» loyihasini amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida
51	2011-yil oktabr	O‘z.Res.Vazirlar Mahkamasining Dasturi	«2011–2012-yillarda Samarqand viloyatining turizm sohasini rivojlantirish va turizm xizmatlar eksportini oshirish bo‘yicha manzilli dasturi

52	2011-yil 18-noyabr	Samarqand shahar hokimining 1869-Q-son Qarori	Samarqand shahar hokimligi qoshida shahar hokimining 2011-yil 18-noyabrdagi 1869-Q sonli qarori bilan «Samarqand turizm makoni» davlat unitar korxonasini tashkil etish
53	2011-yil 18-noyabr	Samarqand shahar hokimining 1869-Q-son Qarori	Samarqand shahar hokimligi qoshida shahar hokimining 2011-yil 18-noyabrdagi 1870-K sonli qarori bilan «Turizmni kompleks rivojlantirish Kengashi» tuzildi va Nizomi tasdiqlandi.
54	2011-yil 27-dekabr	«O‘zbekturizm» Milliy Kompaniyasining 01-14/1-299-son bayoni	«O‘zbekturizm» Milliy Kompaniyasining 27.12.2011-yil № 01-14/1-299 sonli yig‘ilishi bayoniga asosan 2012-yil mamlakat hududida ichki turizmni rivojlantirishga qaratilgan qisqa muddatli dasturining amalga oshirilishi ko‘zda tutilgan. Bu ishlar qatoriga turistik maskanlar, dam olish maskanlari, pansianatlar, sanatoriya kurortlar, davolash-sog‘lomlashtirish, sport-sog‘lomlashtirish, rekreatsion va ekoturistik tashkilot va muassasalarning yagona mamlakat bazasi reestrini tuzish masalasi shular qatorida turadi.
55	2012-yil 10-may	O‘z.Res. Prezidentining PQ-1754-son Qarori	O‘zbekiston Pespublikasi Prezidentining 2012–2016-yillarda O‘zbekiston Respublikasida xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish dasturi to‘g‘risida
56	2012-yil 10-oktabr	O‘z.Res.VMning 288-son <u>qaroriga</u> ilova (NIZOM)	«O‘zbekturizm» Milliy kompaniyasi huzuridagi budjetdan tashqari Turizmni rivojlantirish jamg‘armasi mablag‘larini shakllantirish va ulardan foydalanish tartibi to‘g‘risida
57	2013-yil 20-mart	O‘z.Res. Prezidentining PQ-1940-son Qarori	2013–2015-yillarda Xorazm viloyatida turizm sohasini rivolantirish dasturi to‘g‘risida
58	2013-yil 17-aprel	O‘z.Res. Prezidentining PQ-1957-son Qarori	2013–2016-yillarda qishloq joylarda xizmat ko‘rsatish va servis sohasini jadal rivolantirish yuzasidan qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida
59	2013-yil 20-sentabr	O‘z.Res.VMning 259-son Qarori	2013–2015-yillarda Toshkent viloyatida turizm sohasini rivojlantirish dasturi to‘g‘risida

60	2013-yil 1-noyabr	O‘z.Res.VMning 294-son Qarori	2013–2015-yillar davrida Qashqadaryo viloyatida turizm sohasini rivojlantirish dasturi to‘g‘risida
61	2013-yil 20-sentabr	O‘z.Res.VMning 261-son Qarori	Xorazm viloyatida turistik infratuzilmaning qo‘shimcha obyektlarini barpo etish chora-tadbirlari to‘g‘risida
62	2014-yil 6-mart	O‘z.Res.VMning 53-son Qarori	Moddiy madaniy meros obyektlarini va ularga tutash hududlarni ularni obodonlashtirish va zarur holatda saqlash bo‘yicha investitsiya majburiyatlari olgan holda ijaraga berish tartibi to‘g‘risidagi Nizomni tasdiqlash haqida
63	2015-yil 9-mart	O‘z.Res.VMning 51-son Qarori	Yo‘lbo‘yi va turizm infratuzilmalarini rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida
64	2015-yil 10-mart	O‘z.Res.VMning 53-son Qarori	O‘zbekiston Respublikasida turizmni rivojlantirishning ayrim masalalari to‘g‘risida
65	2015-yil 7-avgust	O‘z.Res.VMning 233-son Qarori	2015–2017-yillarda Sirdaryo viloyatining sanoat salohiyatini yanada rivojlantirish, zamonaviy xizmat ko‘rsatish va ekoturizm obyektlarini barpo etish dasturi to‘g‘risida
66	2016-yil 2-dekabr	O‘z.Res. Prezidentining PF-4861-son Farmoni	O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini rivojlantirishni ta‘minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida
67	2016-yil 2-dekabr	O‘z.Res. Prezidentining PQ-2666-son Qarori	O‘zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish Davlat Qo‘mitasi faoliyatini tashkil etish to‘g‘risida
	2017-yil 7-fevral	O‘z.Res. Prezidentining PF-4947-son Farmoni	O‘zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo‘yicha Harakatlar Strategiyasi to‘g‘risida
68	2017-yil 6-aprel	O‘z.Res.VMning 189-son Qarori	Turizm faoliyatini litsenziyalash tartibi to‘g‘risidagi nizomni tasdiqlash to‘g‘risida
69	2017-yil 12-iyul	O‘z.Res. Prezidentining PQ-3129-son Qarori	Turizm sohasini rivojlantirishda mahalliy ijro etuvchi hokimiyat organlarining mas‘uliyatini yanada oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida
70	2017-yil 16-avgust	O‘z.Res. Prezidentining PQ-3217-son Qarori	2018–2019-yillarda turizm sohasini rivojlantirish bo‘yicha birinchi navbatdagi chora-tadbirlar to‘g‘risida

71	2018-yil 19-yanvar	O‘z.Res.VMning 35-son Qarori	O‘zbekiston Respublikasi hukumatining ayrim qarorlariga o‘zgartirishlar kiritish to‘g‘risida (O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining «O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasini jadal rivojlantirishni ta‘minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida» 2016 yil 2 dekabrda PF-4861-son Farmoni hamda yo‘l harakati to‘g‘risidagi konvensiya (Vena, 1968-yil 8-noyabr)
72	2018-yil 3-fevral	O‘z.Res. Prezidentining PF-5326-son Farmoni	O‘zbekiston Respublikasi turizm salohiyatini rivojlantirish uchun qulay sharoitlar yaratish bo‘yicha qo‘shimcha tashkiliy chora-tadbirlar to‘g‘risida
73	2018-yil 6-fevral	O‘z.Res. Prezidentining PQ-3509-son Qarori	Kirish turizmini rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida
74	2018-yil 6-fevral	O‘z.Res. Prezidentining PQ-3510-son Qarori	O‘zbekiston Respublikasi turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasining faoliyatini yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida
75	2018-yil 7-fevral	O‘z.Res. Prezidentining PQ-3514-son Qarori	Ichki turizmni jadal rivojlantirishni ta‘minlash chora-tadbirlari to‘g‘risida
76	2018-yil 15-fevral	O‘z.Res.VMning 120-son Qarori	Muqaddas qadamjolar, ziyoratgohlar, masjidlar va qabristonlarni obodonlashtirish ishlarini samarali tashkil etish to‘g‘risida

MUNDARIJA

KIRISH.....	3
1-mavzu. «TURIZM: NAZARIYA VA AMALIYOT»	
FANIGA KIRISH	
1.1. «Turizm: nazariya va amaliyot» fanining maqsadi va vazifalari.....	6
1.2. O‘zbekistonda turizm sohasining rivojlanish bosqichlari.....	9
<i>Mavzuni o‘zlashtirish bo‘yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar va test savollari.....</i>	
	17
2-mavzu. XORIJIY TURIZM BOZORINI RIVOJLANTIRISH	
TENDENSIYALARI	
2.1 Turizmga xorijiy mamlakatlar tomonidan berilgan ta’riflar.....	20
2.2 Dunyo mamlakatlarida turizmning rivojlanish holati....	24
2.3 Xalqaro turizm xizmatlar bozorini rivojlantirish tendensiyalari.....	34
<i>Mavzuni o‘zlashtirish bo‘yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar va test savollari.....</i>	
	37
3-mavzu. SAYOHATCHI VA TURIST HAQIDAGI	
TUSHUNCHALARNING MOHIYATI	
3.1. Turizmning shakllanish tarixi.....	40
3.2. Sayohatchi va turistni ajratib turuvchi asosiy farqlar.....	42
3.3. Markaziy Osiyo allomalarining turizm bilan bog‘liq sayohatlari.....	46

<i>Mavzuni o‘zlashtirish bo‘yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar va test savollari.....</i>	53

4-mavzu. TURIZM SOHASINING TASNIFLANISHI VA TURLARI

4.1. Turizm sohasining tasniflanishi va turlari.....	55
4.2. Aktiv va passiv turizm turlarining xususiyatlari.....	66
4.3. Turistik-rekreatsion klasterni shakllantirish.....	68

<i>Mavzuni o‘zlashtirish bo‘yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar va test savollari.....</i>	70

5-mavzu. TURIZM SOHASINING RESURSLARI

5.1. Turizm resurslarining mohiyati.....	73
5.2. Turizm resurslarining guruhlanishi.....	75

<i>Mavzuni o‘zlashtirish bo‘yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar va test savollari.....</i>	85

6-mavzu. TURIZM SOHASINI RIVOJLANTIRISHDA O‘ZBEKISTONDAGI TARIXIY SHAHARLARNING AHAMIYATI

6.1. O‘zbekistonning YUNESKO ro‘yxatidagi tarixiy shaharlari.....	88
6.2. O‘zbekistonning tarixiy-madaniy va arxitektura yodgorliklariga ega bo‘lgan viloyatlari.....	100

<i>Mavzuni o‘zlashtirish bo‘yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar va test savollari.....</i>	111

7-mavzu. TURIZM SOHASIDAGI XIZMATLAR VA MAHSULOTLAR

7.1.	Turistik xizmatlar va mahsulotlar.....	113
7.2.	Turistik xizmatlar xususiyatlarining «4 S» bilan ifodalanishi.....	120
7.3.	Xizmat ko'rsatish klasslari va xizmatlar paketi.....	122
	<i>Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari.....</i>	126

8-mavzu. TURIZM SOHASIDA JOYLASHTIRISH XIZMATLARI

8.1.	Turizm sohasida joylashtirish vositalari va xizmatlari...	129
8.2.	Mehmonxonalarning turlari va tasnifi.....	135
	<i>Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari.....</i>	141

9-mavzu. TURIZM SOHASIDA OVQATLANTIRISH XIZMATLARI

9.1.	Turizm sohasida ovqatlantirish xizmatlari.....	144
9.2.	Turizm sohasida ovqatlantirish xizmatlarining turlari va tasnifi.....	148
	<i>Mavzuni o'zlashtirish bo'yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg'ulotlarga tayyorgarlik ko'rish uchun topshiriqlar va test savollari.....</i>	161

10-mavzu. TURIZM SOHASIDA TRANSPORT XIZMATLARI

10.1.	Turizm sohasida transport xizmatlari.....	164
10.2.	Turizm sohasida transport vositalari.....	173

<i>Mavzuni o‘zlashtirish bo‘yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar va test savollari.....</i>	178

11-mavzu. GID-EKSKURSIYA XIZMATLARINI AMALGA OSHIRISH JARAYONLARI

11.1. Gid-ekskursiya xizmatlarining mohiyati va tasnifi.....	181
11.2. Gid-ekskursiyachi xizmati va uning vazifalari.....	188
11.3. Gid-ekskursiyachiga qo‘yiladigan talablar.....	192

<i>Mavzuni o‘zlashtirish bo‘yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar va test savollari.....</i>	197

12-mavzu. TURIZM TURLARINI ISHLAB CHIQISH TEXNOLOGIYASI

12.1. Turistik xizmatlarni loyihalashtirish va dasturini yaratish.....	200
12.2. Turistik mahsulotni hisoblash jarayoni.....	207
12.3. Turistik marshrutini ishlab chiqish bosqichlari.....	211
12.4. Turistik sayohatning yo‘llanmasi va texnologik xaritasini tuzish.....	212

<i>Mavzuni o‘zlashtirish bo‘yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar va test savollari.....</i>	217

13-mavzu. TURIZM INDUSTRIYASI VA INFRATUZILMASI

13.1. Turizm industriyasi va turizm infratuzilmasining mohiyati hamda tarkibiy qismi.....	219
13.2. Turoperatorlar va turagentlar faoliyati.....	227

<i>Mavzuni o‘zlashtirish bo‘yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar va test savollari.....</i>	232

14-mavzu. EKOLOGIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING ZAMONAVIY TENDENSIYALARI

14.1. Ekologik turizmning maqsadi va vazifalari.....	234
14.2. Ekologik turizmni rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalari.....	239
14.3. O‘zbekiston Respublikasining ekoturistik rayonlari.....	245
<i>Mavzuni o‘zlashtirish bo‘yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar va test savollari.....</i>	<i>249</i>

15-mavzu. GASTRONOMIYA TURIZMINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI

15.1. Gastronomiya turizmining turlari, rivojlantirishning maqsadi va vazifalari.....	252
15.2. O‘zbekistonda gastronomiya turizmini shakllantirish xususiyatlari.....	256
<i>Mavzuni o‘zlashtirish bo‘yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar va test savollari.....</i>	<i>262</i>

16-mavzu. XORIJDA QISHLOQ TURIZMINI RIVOJLANTIRISH TAJRIBASI

16.1. Jahonda qishloq turizmining shakllanish jarayoni.....	264
16.2. Qishloq turizmini rivojlantirishning xalqaro modellari va ularni O‘zbekiston sharoitida qo‘llash.....	266
16.3. Qishloq turizmini rivojlantirishda Yevropa davlatlarining dasturlari.....	271
<i>Mavzuni o‘zlashtirish bo‘yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar va test savollari.....</i>	<i>274</i>

17-mavzu. TURIZM SOHASINI BOSHQARISHNING TASHKILIY TUZILMASI VA MARKETINGI

17.1.	Xorijdagi turizm sohasi boshqaruvining modellari.....	276
17.2.	O‘zbekistonda turizm majmuasini boshqarishning tashkiliy tuzilmasi	277
17.3.	Turizm xizmatlari sohasida marketingning nazariy asoslari.....	284
	<i>Mavzuni o‘zlashtirish bo‘yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar va test savollari.....</i>	289

18-mavzu. O‘ZBEKISTONDA XALQARO TURIZM TASHKILOTLARINING O‘RNI

18.1.	Turizm sohasining xalqaro tashkilotlari.....	292
18.2.	Xalqaro tashkilotlarning O‘zbekiston turizmini rivojlantirishdagi o‘rni.....	300
	<i>Mavzuni o‘zlashtirish bo‘yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar va test savollari.....</i>	303

19-mavzu. TURIZM SOHASINI DAVLAT TOMONIDAN BOSHQARISH YO‘NALISHLARI

19.1.	Turizm sohasini davlat tomonidan boshqarishning yo‘nalish va mexanizmlari	308
19.2.	Turizmni davlat tomonidan boshqarishning funktsiya va usullari.....	312
19.3.	O‘zbekiston Respublikasida qabul qilingan turizm sohasiga oid me‘yoriy-huquqiy hujjatlar.....	315
	<i>Mavzuni o‘zlashtirish bo‘yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar va test savollari.....</i>	321

20-mavzu. O‘ZBEKISTONDA XALQARO TURIZMNI RIVOJLANTIRISH

20.1.	Xalqaro turizmni rivojlantirishda «Buyuk Ipak yo‘li» va xalqaro turizm yarmarkalarining o‘rni.....	323
20.2.	O‘zbekistonda xalqaro turizmni rivojlantirish holati.....	327
	<i>Mavzuni o‘zlashtirish bo‘yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar va test savollari.....</i>	<i>333</i>

21-mavzu. TURIZM XIZMATLARINI LITSENZIYALASHTIRISH, SERTIFIKATLASHTIRISH VA STANDARTLASHTIRISH

21.1.	Turistik korxonalarga litsenziya olish uchun davlat tomonidan o‘rnatilgan talablar.....	335
21.2.	Turizmni rivojlantirish davlat qo‘mitasi litsenziya talablari va shartlariga rioya etilishini nazorat qilish huquqlari.....	338
21.3.	Turizmda sertifikatlashtirishning turlari.....	341
21.4.	Turizmda standartlashtirish jarayonining mohiyati.....	343
	<i>Mavzuni o‘zlashtirish bo‘yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar va test savollari.....</i>	<i>348</i>

22-mavzu. TURIZM SOHASIDA XALQARO HUQUQIY VA ME‘YORIY HUJJATLAR

22.1.	Turizm sohasida xavfsizlikni ta‘minlash tamoyillari.....	350
22.2.	Xalqaro turizmda turistlarning hayoti xavfsizligini ta‘minlashning xalqaro huquqiy va me‘yoriy hujjatlari..	354
22.3.	O‘zbekiston Respublikasi qonun va qarorlarida turistlar hayoti xavfsizligini ta‘minlash.....	358

22.4. Xalqaro turizm rasmiyatchiligiga oid hujjatlar.....	360
<i>Mavzuni o‘zlashtirish bo‘yicha mustaqil ishlash uchun savollar, amaliy mashg‘ulotlarga tayyorgarlik ko‘rish uchun topshiriqlar va test savollari.....</i>	<i>366</i>
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI.....	369
ILOVALAR.....	382

TURIZM: NAZARIYA VA AMALIYOT

Toshkent – «Fan va texnologiya» – 2018

Muharrir:	Sh.Aliyeva
Tex. muharrir:	F.Tishaboyev
Musavvir:	D.Azizov
Musahhih:	N.Hasanova
Kompyuterda sahifalovchi:	N.Raxmatullayeva

E-mail: tipografiyacent@mail.ru Tel: 245-57-63, 245-61-61.
Nashr.lits. AIN№149, 14.08.09. Bosishga ruxsat etildi: 12.03.2018.
Bichimi 60x84 ¹/₁₆. «Timez Uz» garniturası. Ofset bosma usulida bosildi.
Shartli bosma tabog'i 24,75. Nashriyot bosma tabog'i 25,0.
Tiraji 100. Buyurtma №304.

**«Fan va texnologiyalar Markazining
bosmaxonasi» da chop etildi.
100066, Toshkent sh., Olmazor ko‘chasi, 171-uy.**