O`zbekiston Respublikasi
Oliy va O`rta Maxsus Ta`lim Vazirligi
Buxoro Davlat universiteti

Ijtimoiy-iqtisodiy fakul’teti

Iqtisodiy ta`lim va turizm kafedrasi

| Himoyaga ruxsat beriladi | Himoyaga ruxsat etildi |
|---|---|
| Fakultet dekani ________________i.f.n. | Kafedra mudiri ________________i.f.n. |
| A.T.JO’RAEV | dos. H.R.HAMROEV |
| «_____»______________________________ | «_____»______________________________ |
| 2014 yil | 2014 yil |

# BITIRUV MALAKAVIY ISHI

**Mavzu: “Buxoro viloyatida xizmatlar sohasini rivojlantirish muammolari va imkoniyatlari”**

**Bajardi: 5811700 – “SERVIS” (turizm va mehmonxona xo’jaligi bo’yicha) yo`lanishi 4 kurs “T” guruhi talabasi Sharipov Sherzod Tal’atovich**

**Ilmiy rahbar** **S.S.Ro’ziyev**

**Himoya sanasi** **D.A.K.ning bahosi**

«____»___________2014 yil ____________________

**D.A.K.ning xulosasi**

**Buxoro – 2014.**

**O`zbekiston Respublikasi**
**Oliy va O`rta Maxsus Ta`lim Vazirligi**
**Buxoro Davlat universiteti**

**Ijtimoiy-iqtisodiy fakul'teti**

**Iqtisodiy ta`lim va turizm kafedrasi**

**Mutaxassialik: 5811700 – "SERVIS" (turizm va mehmonxona xo'jaligi bo'yicha) yo`lanishi**

**"Tasdiqlayman"**
**Kafedra mudiri _____________**
**«____»____________2013 y.**

**Sharipov Sherzod Tal'atovich**

***T O P SH I R I Q***

**Bitiruv malakaviy ishi mavzusi: "Buxoro viloyatida xizmatlar sohasini rivojlantirish muammolari va imkoniyatlari"**

**1.Universitet bo`yicha buyruq bilan tasdiqlangan______________________**

**2.Tugatilgan ishning talaba tomonidan topshirish muddati______________**

**3.Tushuntirish xatinig tarkibi__________________________**

**Bitiruv malakaviy ishiga tegishli savollar ro`yxati:**

**4.Grafik materialning miqdori (muhim chizmalarning ko`rsatkichi bilan)**

---

**5.Ilmiy maslahatchilar:**

**6.Ilmiy rahbar S.S.Ro'ziyev**

**7.Vazifani topshirish sanasi_________________________________________**

**8. Vazifa ijroga qabul qilindi______________________________________**

**Talaba imzosi_________________________**

**Kafedra mudiri imzosi________________**

**Eslatma: Bu vazifa tugallangan ishgailova**

**Ijtimoiy-iqtisodiy fakultet "Servis (turizm va mehmonxona xo'jaligi)" yo'nalishi 4-T guruh talabasi Sharipov Sherzod tomonidan tayyorlangan "Buxoro viloyatida xizmatlar sohasini rivojlantirish muammolari va imkoniyatlari" mavzusidagi bitiruv malakaviy ishiga**

**TAQRIZ**

O'zbekiston yangi XXI asrga shaxdam qadamlar bilan kirib keldi. XXI asr turizm va sayyohlik asri bo'ladi deb bashorat qilinmoqda. Ushbu asrda turizm o'zining salmoqli hissasi bilan respublika byudjetida valyuta tushumini ta'minlaydi. Bunga respublikamizda har tomonlama imkoniyatlar va asoslar yetarli. Faqat zamonaviy turizmni rivojlantirish strategiyasini hayotga tatbiq etib, turizm sohasini yuqori pog'onalarga ko'tarish imkoniyatini yaratishimiz kerak. O'zbekistonda turizm yangi soha hisoblanmaydi, bu soha qadimdan mavjud bo'lgan, faqat bizning oldimizda turgan vazifa turizmni yangicha strategiya asosida rivojlantirish va istiqbolini belgilashdir.

O'zbekistonda turizm rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlari va istiqbollari" bu mavzu bugungi kunning dolzarb masalalaridan biriga aylanmoqda. Fikrimizning isboti sifatida bugungi kunda turizm sohasida katta yutuqlarga erishilayotganligi, tez sur'atlar bilan o'sib borayotganligi, yangidan – yangi mehmonxonalarning barpo etilayotganligi, ishchi o'rinlari sonining ko'payishi, malakali mutaxassislarning ortib borishi, turistlar oqimining yildan – yilga ko'payayotganligini ta'kidlab o'tishimiz

joiz deb o'ylayman. Daromad keltirishi bo'yicha turizm neft va avtomobil sohasidan keyin uchinchi o'rinda turadi. Tabiiyki, valyuta oqimini ko'payishiga olib keladi. Shundan kelib chiqqan holda, madaniy yodgorliklardan turizm maqsadida foydalanish masalalarini, ushbu sohadagi ilg'or tajribani o'rganish zarur O'zbekistonda turizm rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlari va istiqbollari" bu mavzu bugungi kunning dolzarb masalalaridan biriga aylanmoqda. Fikrimizning isboti sifatida bugungi kunda turizm sohasida katta yutuqlarga erishilayotganligi, tez sur'atlar bilan o'sib borayotganligi, yangidan – yangi mehmonxonalarning barpo etilayotganligi, ishchi o'rinlari sonining ko'payishi, malakali mutaxassislarning ortib borishi, turistlar oqimining yildan – yilga ko'payayotganligini ta'kidlab o'tishimiz joiz deb o'ylayman. Daromad keltirishi bo'yicha turizm neft va avtomobil sohasidan keyin uchinchi o'rinda turadi. Tabiiyki, valyuta oqimini ko'payishiga olib keladi. Shundan kelib chiqqan holda, madaniy yodgorliklardan turizm maqsadida foydalanish masalalarini, ushbu sohadagi ilg'or tajribani o'rganish zarur .

Bitiruvchi boblar ketma – ketligi bo'yicha mavzuning asosiy jihatlarini qamrab olgan.Unda Buxoro viloyatida xizmat ko'rsatish sohasida turizmning o'rni va ahamiyati, xizmat ko'rsatishning muammo va imkoniyati qisqacha O'zbekiston va buxoro viloyati bo'yicha tahlili, O'zbekistonda buxoroda xizmat ko'rsatishni rivojlantirish imkoniyatlari, bu boradagi muammolar, ularni hal etish imkoniyatlari va istiqbollari, barqaror turizm shakllantirishda davlat siyosatining mohiyati, bu siyosatning tarkibi, o'ziga xosligi o'rganilib chiqilgan.

Talaba Sharipov Sherzodning bitiruv malakaviy ishi talabga to'la javob beradi va himoyaga tavsiya etiladi.

**"O'zbekturizm" milliy kompaniyasi**
**Buxoro mintaqaviy bo'limi boshqaruvchisi | Sh.Mahmudov**

**MUNDARIJA**

**Kirish…………………………………………………………………………….**

**I-bob. Xizmatlar sohasiga nazariy yondashuv**

1.1. Xizmatlar sohasining mohiyati ………………………………………………..

1.2. Xizmatlar sohasini rivojlanishiga to’sqinlik qiluvchi omillar ………………………

**II-bob. O’zbekistonda ba’zi xizmat ko’rsatish tarmoqlarining rivojlanishi**

2.1. O’zbekistonda transport sohasi rivojlanishining tahlili …………………………….

2.2. O’zbekistonda turistlarga bank xizmatini ko’rsatish ……………………………….

**III-bob. Xizmatlar sohasining tahlili**

3.1.O`zbekistonda xizmat ko’rsatish sohasining rivojlantirishda erishilgan yutuqlar…………………………………………………………................................................

3.2. Buxoro viloyati xizmat ko’rsatish sohasining tahlili...............................................

Xulosa va takliflar.........................................................................................................

Foydalanilgan adabiyotlar ro`yxati...............................................................................

Ilova...............................................................................................................................

**Kirish**

Hozirgi vaqtda butun dunyoda, shuningdek O‘zbekistonda ham iqtisodiyotning noishlabchiqarish, xususan xizmat ko’rsatish sohasiga e’tibor tobora kuchayib bormoqda. Insonlar bo‘sh vaqtlarini samarali o‘tkazib, dam olishga, sog‘ligini tiklashga, dunyoni, xalqlarning urf - odatlari, qadriyatlarini bilishga intilmoqdalar. Bunday xizmatlarni turizm sohasi ko‘rsatadi. XX asrga kelib bunday intilishlar kuchaydi va xizmatlar sohasini rivojlanishiga turtki bo‘ldi. Ayrim mamlakatlarda turizm sohasi juda ham barqaror rivojlanib bormoqda va ularning har yillik o‘sish sur’ati 11%-12% gacha boradi. Bu esa xizmat ko’rsatish sohasining qanchalik darajada mamlakatlar iqtisodiyoti tizimida hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanligidan dalolat beradi. Shunisi qiziqki, turizm rivojlanishi natijasida transport, bozor infratuzilmasi, savdo-sotiq, oziq-ovqat tarmoqlari, qurilish, hunarmandchilik va boshqa xizmat ko‘rsatish tarmoqlari ham rivojlanib boradi.

O‘zbekiston yangi XXI asrga shaxdam qadamlar bilan kirib keldi. XXI asr turizm va sayyohlik asri bo‘ladi deb bashorat qilinmoqda. XXI asrda turizm o‘zining salmoqli hissasi bilan viloyatimizga byudjetida valyuta tushumini ta’minlaydi. Bunga viloyatimizda har tomonlama imkoniyatlar va asoslar yetarli. Faqat zamonaviy turizmni rivojlantirish strategiyasini hayotga tatbiq etib, xizmatlar sohasini yuqori pog‘onalarga ko‘tarish imkoniyatini yaratishimiz kerak. O‘zbekistonda turizm yangi soha hisoblanmaydi, bu soha qadimdan mavjud bo‘lgan, faqat bizning oldimizda turgan vazifa turizmni yangicha strategiya asosida rivojlantirish va istiqbolini belgilashdir.

Turizm turistlarga xizmat ko‘rsatishga aloqador bo‘lgan tarmoqlar majlisini qamrab oluvchi o‘ziga xos dam olish sanoati hisoblanadi. Turizm sohasidagi hamkorlik xo‘jalik jamoat ishlab chiqarishga aholining band bo‘lmagan yoki qisman band bo‘lgan qatlamlarini jalb qilib, mehnat resurslaridan to‘liq va oqilona foydalanish muammosini hal qilishga yordam beradi.

Bu ayniqsa sanoati yaxshi rivojlanmagan mintaqalar uchun muhimdir. Turizm sohasidagi hamkorlik iqtisodiy imkoniyatlari nisbatan yuqori emasligi bilan farqlanuvchi ayrim mintaqalarni rivojlantirishda muhim rol o‘ynaydi. Turizm, bu mintaqalarda ishga oid faollikka yordam beradi, jamoat ishlab chiqarishida band bo‘lmagan mehnatga layoqatli aholini jalb qiladi, mehnatni tatbiq qilish sohasini

kengaytiradi. Turizm sohasida hamkorlik qilish iqtisodiyotning rivojlanishini faollashtiradi, mintaqaviy resurslardan samarali foydalanishga hamda xizmat ko‘rsatish sohasi xodimlarining malakasini oshirishga yordam beradi. Turistik xo‘jalik qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishni rivojlantirishni jadallashtirish va uni yaxshilashga yordam beradi. Kelajakda aholiga xizmat ko‘rsatish sohasining kengayishi munosabati bilan xizmat ko‘rsatish sohasida band bo‘lganlar soni ortib boradi. Turizm sohasida hamkorlik qilish orqali xo‘jalikning jadal rivojlanishi, uning iqtisodiy ahamiyatining o‘sishi turistik xizmat sohasining katta foyda keltira olishi, bu sohaga sarmoyalarni ko‘plab sarflanishiga olib keldi. Mablag‘ni ko‘p talab qilishiga qaramay, turistik sohaga sarflangan sarmoya juda foydalidir, chunki u o‘zini nisbatan tez qoplaydi. Xorijiy turistlardan olinadigan pul tushumlari daromadga aylanadi va milliy iqtisodiyotning turli tarmoqlarida muomalada bo‘ladi.

O’zbekistonda turizm rivojlantirishning o’ziga xos xususiyatlari va istiqbollari” bu mavzu bugungi kunning dolzarb masalalaridan biriga aylanmoqda. Fikrimizning isboti sifatida bugungi kunda turizm sohasida katta yutuqlarga erishilayotganligi, tez sur’atlar bilan o’sib borayotganligi, yangidan – yangi mehmonxonalarning barpo etilayotganligi, ishchi o’rinlari sonining ko’payishi, malakali mutaxassislarning ortib borishi, turistlar oqimining yildan – yilga ko’payayotganligini ta’kidlab o’tishimiz joiz deb o’ylayman. Daromad keltirishi bo’yicha turizm neft va avtomobil sohasidan keyin uchinchi o’rinda turadi.

Tabiiyki, valyuta oqimini ko’payishiga olib keladi. Shundan kelib chiqqan holda, madaniy yodgorliklardan turizm maqsadida foydalanish masalalarini, ushbu sohadagi ilg’or tajribani
o’rganish zaruriyati ushbu bitiruv **malakaviy ishning mavzusi dolzarbligi**ni belgilab beradi.

Ishning **asosiy maqsadi** Buxoro viloyatida xizmatlar sohasini rivojlantirishning joriy muammolari aniqlash va ularni hal etish imkoniyatlarini izlab topishdan iborat.

**Bitiruv malakaviy ishing vazifalari:**

- Buxoro viloyatida xizmat ko’rsatishning o’ziga xosligini aniqlash va muammolarini o`rganish;
- Turistlarga transport xizmat ko’rsatish va turistlarga bank xizmatini ta`sirini ko’rib chiqish;
- O’zbekistonda xizmat ko’rsatish sohasi rivojlanishining xususiyatlarini tahlil qilish;
- Turizm infratuzilmasining holati va rivojlanish darajasiga baho berish;
- O’zbekistonda turizmni rivojlantirishda davlat tomonidan qo’llab – quvvatlash yo`nalishlarini aniqlash;
- O`zbekistonda turizmni taraqqiy ettirish bo`yicha xulosalar va takliflar tizimini ishlab chiqish.

Bitiruv malakaviy ishning obyekti Buxoro viloyatida xizmat ko’rsatish sohasi ishning predmeti esa Buxoro viloyatida xizmat ko’rsatish sohasoda erishilgan ko’rsatkichlardir.

**Bitiruv ishning tarkibi.** Qo`yilgan maqsad va vazifalar izlanishning mantig`ini aniqlashda va bitiruv malakaviy ish tarkibida o`z aksini topdi. Bitiruv malakaviy ish kirish, 3ta bob, xulosa va takliflar, foydalanilgan adabiyotlar ro`yxatidan iborat.

Kirish qismida mavzuning dolzarbligi, uning o`rganilganlik darajasi, ishning ilmiy tadqiqot ishlari rejalari bilan bog’liqligi, ob`ekti bayon qilingan. Bitiruv malakaviy ishning birinchi bobida O’zbekiston iqtisodiyotida turizmning o’rni va ahamiyati haqida fikrlar keltirilgan. Ikkinchi bobda turizmni rivoji qisqacha O`zbekiston bo`yicha tahlil qilingan. Bitiruv ishning uchinchi bobida esa O’zbekistonda turizmni rivojlantirish imkoniyatlari, bu boradagi muammolar, ularni hal etish imkoniyatlari va istiqbollari, barqaror turizm shakllantirishda davlat siyosatining mohiyati, bu siyosatning tarkibi, o`ziga xosligi o`rganilib chiqilgan. Buxoro viloyatida xizmat ko’rsatishni rivojlantirish borasida davlat olib borayotgan va qilishi zarur bo`lgan ishlar o`rganilib chiqilgan. Shular asosida xulosalar qilingan. Ishning xulosa va takliflar qismida tadqiqot jarayonida olingan asosiy xulosa va takliflar berilgan. Ish oxirida foydalanilgan adabiyotlar ro`yxati keltirilgan hamda ishga aloqador jadvallar ilova sifatida berilgan.

# I BOB. XIZMATLAR SOHASIGA NAZARIY YONDASHUV

## 1.1. Xizmatlar sohasining mohiyati

**Xizmatlar deganda** - ishlab chiqarish faoliyatining foydali natijalari, ya’ni iste’molchilarning buyurtmasi bo‘yicha extiyojlarini qondirish, lekin moddiy ko‘rinishga ega bo‘lmagan (moddiy ko‘rinishga ega bo‘lgan tovarlarga nisbatan) faoliyat tushuniladi.

Yuqoridagilarni inobatga olgan holda xizmatlarning o‘ziga xos xususiyati, ularni ishlab chiqarish va iste’mol qilish jarayonning bir vaqtda ekanligidadir.

Bir qator xizmatlarga tovarlarning ba’zi xususiyatlari xos bo‘lishi mumkin. Bularga yakka tartibda kiyim va poyafzallarni tikish, mebel tayyorlash, metall buyumlarni tayyorlash, shu kabi shaxsiy buyurtmalar bo‘yicha, ovoz va video yozuv xizmatlarini kiritish mumkin.

Xizmatlar oldi-sotdi ob’ekti sifatida qatnashib va ishlab chikaruvchining harajatlarini to‘liq yoki qisman qoplasa bunday xizmatlar bozor xizmatlari hisoblanadi.

Xizmatlar eksporti deganda – ishlab chiqarish xarakteriga yoki iste’mol ahamiyatiga ega bo‘lgan, O‘zbekiston Respublikasi rezidentlari tomonidan norezidentlarga ko‘rsatilgan xizmatlar tushuniladi. Bu xizmatlarning qiymati eksport xizmatlari hajmida hisobga olinadi.

Eksportga yetkazib berilgan xizmatlar (agar ular so‘mda to‘lanmagan bo‘lsa), xizmatlar to‘lovi amalga oshirilgan sanada O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki tomonidan belgilangan, so‘m kursi bo‘yicha qayta hisoblangan shartnoma narxlarida hisobga olinadi.

Ma’lum bir muddatda ko‘rsatilgan xizmatlar miqdorining o‘lchovchi, xizmatlar iste’molchilari, ya’ni yuridik va jismoniy shaxslarga ko‘rsatilgan xizmatlar uchun to‘lovlar umumiy hajmini, shu jumladan tashkilot tomonidan ishchilariga ko‘rsatilgan xizmatlar uchun oldindan to‘lov (yoki to‘liq to‘lov)ni aks ettiruvchi qiymat ko‘rsatkichi ”Ishlab chiqarilgan xizmatlar hajmi” hisoblanadi.

**1.1-jadval**

**2010 yil davomida xizmatlar ishlab chiqarish turlari bo`yicha**

| Xizmatlar | Mlrd. So'm | 2009 yil nisbatan foiz hisobida | Yakunga nisbatan ulushlar, foiz hisobida |
|---|---|---|---|
| **Jami xizmatlar** | **1525,1** | **117,7** | **100,0** |
| **Shu jumladan asosiy turlar biyicha:** | | | |
| **Savdo va ovqatlanish xizmatlari** | **274,9** | **113,2** | **18,0** |
| **Transport xizmatlari** | **231,1** | **119,2** | **15,2** |
| **Aloqavaaxborotlashtirishxizmatlari, axborot-resursmarkazlarixizmatlarini zichigaolgansholda** | **37,8** | **116,8** | **2,5** |
| **Moliyaviyxizmatlar, mikrokreditlarberishniizichigaolgansholda** | **91,5** | **116,3** | **6,0** |
| | | | |
| | | | |
| **Sayyohlik-ekskursiya xizmatlari** | **2,8** | **106,0** | **0,2** |
| **Mehmonxona xizmatlari** | **6,2** | **107,9** | **0,4** |
| **Kommunal xizmatlar** | **227,8** | **100,0** | **14,9** |
| **Maishiy xizmatlar** | **37,8** | **111,6** | **2,5** |
| **Avtomobillar va boshqa maishiy texnikalarni ta'mirlash** | **15,9** | **121,0** | **1,0** |

| Xizmatlar | Mlrd. So'm | 2009 yil nisbatan foiz hisobida | Yakunga nisbatan ulushlar, foiz hisobida |
|---|---|---|---|
| Boshqaxizmatlar, bolalarso\lomlashtirishvaspor t muassasalarixizmatlarini izichigaolgansholda | 599,3 | 127,8 | 39,3 |

*Manba: http://www.stat.uzsaytidan olingan malumotlar asosida*

Xizmat ko'rsatishda eng katta ulush savdo va ovqatlanish (18,0 foizi), kommunal (14,9 foizi), transport (15,2 foizi) vaboshqa xizmatlar (39,3 foizi) xizmatlarga to'g'ri keldi.

**1.2-jadval**

**2013 YILDA KO'RSATILGAN XIZMATLAR EKSPORT TURLARI (ming AQSh doll)**

| Xizmatlar turlari | Eksport (amalda) | Jamiga nisbatan foiz hisobida | 2012 yil shu davriga nisbatan foiz hisobida |
|---|---|---|---|
| Jami | 15359,1 | 100,0 | 99,1 |
| Avtomobil yo'llariga xizmat ko'rsatish | - | - | - |
| Transport xizmatlari (havo) | 5498,1 | 35,8 | 87,0 |
| Turizm xizmati | 4832,1 | 31,5 | 116,7 |
| Boshqa qo'shimcha va yordamchi transport xizmatlari | 412,8 | 2,7 | 111,0 |
| Yuridik, buxgalterik va boshqaruv xizmatlari | - | - | - |
| Reklama va kon'yunkturani o'rganish bo'yicha xizmatlar | - | - | - |

| | | | |
|---|---|---|---|
| **Madaniyat va dam olish sohasidagi xizmatlar** | **33,6** | **0,2** | **60,6** |
| **Savdo va savdoga aloqador xizmatlar** | **393,3** | **2,6** | **89,1** |
| **Moliya xizmati** | **4029,4** | **26,2** | **101,6** |
| **Sug'urta xizmatlari** | **144,8** | **0,9** | **78,1** |
| **Qurilish ishlari** | **-** | **-** | **-** |
| **Ko'chmas mulk bilan bog'liq xizmatlar** | **15,0** | **0,1** | **50,0** |

***Manba: http://www.stat.uzsaytidan olingan malumotlar asosida***

Iqtisodiy faoliyat turlari bo'yicha xizmatlar hajmini aniqlashda ko'rsatilgan xizmatlarga hisoblangan to'lovlar hisobga olinadi.

Qurilish xizmatlari – bu iste'molchilarning buyurtmasi asosida ixtisoslashtirilgan ta'mirlash-qurilish ishlarini o'z ichiga oladigan qator xizmatlar bo'lib, unga bino, inshootlar va fuqarolik ob'ektlarini qurilishi qo'shilmaydi. Qurilish xizmatlari aholi buyutmasi asosida turar joylar (xonadonlar va uylar)ni ta'mirlash va qurilish ishlarini ham o'z ichiga oladi.

Bosh pudratchi buyurtma bo'yicha o'z kuchi bilan bajargan jami qurilish xizmatlar hajmini ko'rsatadi, bunga yordamchi pudrat bajargan ishlar hajmi qo'shilmaydi.

Bino va inshootlarni qurish yoki kapital ta'mirlash, tashkilotning o'z kuchi bilan bajarilgan mashina va asbob-uskunalarni (ekspluatatsiya muddatini va unumdorligini oshirish maqsadida) modernizatsiyalash va ta'mirlash harajatlari qurilish xizmatlari hajmiga kirmaydi (bunday harajatlar asosiy kapitalning yalpi jamg'armasi deb talqin etiladi).

Ulgurji va chakana savdoda, ovqatlanish tashkilotlarini ko'shgan holda - yalpi foyda hajmi, ya'ni sotilgan tovarlarning sof tushumi va xarid qilingan qiymati orasidagi farqi hisobga olinadi. Shartnoma, komission shartnoma va topshiriqnoma asosida tovarlarni oldi-sotdisi bilan shug'ulanadigan dallolchilik tashkilotlari komission mukofotlari summasini ko'rsatadilar.

Sug‘urta qiluvchilar sug‘urta xizmatlarning hajmi bevosita sug‘urta qilishdan tushgan sug‘urta mukofotlariga qayta sug‘urta qilishga olingan shartnomalar bo‘yicha sug‘urta mukofotlari qo‘shgan holda va ulardan qayta sug‘urta qilishga berilgan shartnomalar bo‘yicha sug‘urta mukofotlari (badallari) chiqarib tashlangan holdagi umumiy summasi hisoblanadi.

Xizmatlarning hisobi amaldagi (haqiqiy) sotilgan narxlarda qo‘shimcha qiymat solig‘isiz va boshqa to‘lovlarisiz amalga oshiriladi.

Keyinchalik A ustunning bo‘sh satrlariga xizmatlar ro‘yhatiga kiritilmagan, statistika organlari tomonidan belgilangan xizmatlar ko‘rsatiladi. B ustunda esa statistika organlari tomonidan boshqa xizmatlar xos raqami FTBXUT tavsniflagichi bo‘yicha 5-belgida qo‘yiladi.

Xizmatlar sanoatiga kengroq qaraganimizda, unga quyidagicha ta’rif berish mumkin: xizmat ko’rsatish sanoati o‘z ichiga: passajir transporti (havo, suv, avtomobil, temir yo‘l)ni uning texnik xizmat ko‘rsatish tarmoqlari bilan birgalikda; turizm tarmog‘iga ixtisoslashgan turli xil korxonalarni; turizmga ixtisoslashmagan turli xil korxonalar (xususan, mashanasozlik, transport mashinasozligi, avtomobilsozlik, yoqilg‘i sanoati, qurilish va yo‘lsozlik, suvenirsozlik, oziq–ovqat sanoati, qishloq xo‘jaligining ko‘plab tarmoqlari)ni hamda turistlarga xizmat ko‘rsatish sohasini oluvchi xalq xo‘jaligi kompleksidir. Bu xizmatlarga quyidagilar kiradi:

- Turistlarni joylashtirish (mehmonxonalar, motellar, botellar, flaytellar, kempinglar, pansionatlar, sanatoriylar, turistik bazalar). Turistlar ijaraga olingan xususiy kvartiralarda, uylarda, shuningdek, palatkalarda, tirkama-uychalarda, yaxtalarda va vagonlarda ham joylashtirilishi mumkin;
- Turistlarni ovqatlantirish (restoranlar, oshxonalar, kafe va barlar, kaferiy va qahvaxonalar va shu kabilar);
- Turistlarni boshqa joylarga tashish (poezd, kema, avtobus va aviacharter reyslari hamda shu kabilar). Transport tizimining rivojlanishi bilan turistlarga uzoq joylarga yetib borishda shinamlik, vaqt va narx jihatida qulayliklar yaratdi. Turist transport turini tanlayotganida tashrif buyurayotgan mamlakatining uzoqligi, geografik joylashishiga

e’tibor beradi, shuningdek, bunda turistning moddiy – ijtimoiy ahvoli ham muhim ahamiyat kasb etadi;

- Reklama ijtimoiy axborot sifatida odamlar orasida o‘ziga xos aloqa vositasi shaklini oladi. Bu axborot o‘zida yangilik eltib, turistlarni turistik joy bilan tanishtiradi. Bunda zamonaviy Internet kabilardan ham foydalanish maqsadga muvofik bo‘ladi;
- Turistlarning biror turizm turi bilan shug‘ullanishlari uchun kerak bo‘ladigan jihozlarni ishlab chiqarish ham mukammal turistik mahsulot ishlab chiqarishda o‘z ahamiyatini kasb etadi.

Xizmatlar sohasida yanada raqobatbardosh bo‘lishi uchun sayyohlarga yanada yoqimli, qulay, shinam xizmatlar ko‘rsatish, yangi talablar bilan chiqish hamda sayyohlarni turistik ob’ektda yanada ko‘proq qolishga undab, shu yo‘l bilan ko‘proq daromadlarga olishga intilishadi. Turizmda qo‘hna bir aforizm mavjud: «ular qanchalik ko‘p turishsa, shunchalik ko‘p sarflashadi». Shunday qilib, hozir ham bunday sanoatda sayyohlarni ko‘prok turishga undash hollari uchrab turadi.

Idial holatda, taklif etilayotgan uskunalar va jalb etuvchilar ob’ekt joylashgan joyning tabiiy resurslarini to‘ldiradi: otel va motellar mahaliy arxitektura va atrof muhit rel’efi bilan uyg‘unlashtirib ketadi; do‘konlar mahaliy urf-odat va hunarmandchilikka urg‘u berishadi; sayohatchilarga nisbatan ortiqcha rasmiyatchilik bo‘lmaydi; sayohatchilar mahaliy hayotning kundalik tashvishlariga to‘la bo‘lgan bozorlariga bevosita kira olishadi. Shuningdek, jalb etuvchi tashkilotchilar mahaliy tabiiy resurslar va urf-odatlarni saqlab qolish hamda maorif va tadbirkorlik borasida qo‘shimcha ishlar olib borishadi. Masalan, qirg‘oqqa yaqin shaharlarda dengiz hayotini aks ettiruvchi ekspozitsiyalar yaratiladi; tarixiy shaharlarda muzey va ekskursiyalar tashkil etiladi; sanoat markazlarida industirial merosga e’tibor berishadi (G‘ijduvonda qadimiy kulolxonalar qayta tashkil etilgan, Samrqandda qadimiy usulda qog‘oz1 ishlab chiqarish yo‘lga qo‘yilgan, Deyton shahrida milliy aviatsiya muzeyi qurilgan).

Afsuski ba’zi, turistik mehmonxonaga uning turistik muhitidan farq qiluvchi monotonlik va past sifat beriladi. Biroq, ba’zi hollarda qo‘lbola jalb etuvchilarning sifati tabiiy resurslarga yetarlicha raqobatlasha oladi: Disneylend, Yevrodisney va Disneyvourld kabi qo‘lbola jalb etuvchilar ko‘plab shakllarga ega bo‘lishlari mumkin:

Hisobdan chiqarilgan «Massachusets» harbiy kemasi Foll-river nomli hech qanday turistik jozibadorlikka ega bo‘lmagan shaharni mashhur qildi. Shu kema sababli mahalliy iqtisodiyot turizmdan har yili 2 mlrd dollar miqdorida daromad ola boshladi, mahalliy sanoat diversifikatsiyalanib ketdi. Bu joyga har yili 200 ming turist kelib ketadi. Bunday muvafaqqiyatni ko‘rib, Long Bichda «Queen Mary», Londonda «Belfast» kemalari hisobdan chiqarilgan; Merilend harbiiy dengiz akademiyasi va Konnektikut suvosti kema bazasi hisobdan chiqarilgan «Nautylus» nomli atomli suvosti kemasini ko‘rgazmaga qo‘yish uchun raqobatlashishgan.

Turistik sanoat sayohatga asoslanganidan buyon yetib kelish sharoitlarini yaxshilashga mo‘ljallangan vositalar asosiy kapital investitsiyasi bo‘lib xizmat qilmoqda. Transportning turli shakllariga qilingan investittsiyalar natijasida o‘zgarayotgan har bir transport texnologiyasi bilan manzilning raqobatbardoshligi va egiluvchanligi oshib boradi. Yo‘lga qo‘yilgan har yangi transport turi yetib kelishni asoslashtiradi. Vaqtida Parijdan Nits shahriga foytunda 13 kunda yetib kelishgan. 1899 yilda poezd orqali 18 soat ichida yetib kelish imkoniyati tug‘ildi va bu Nits shahrida turizmning cho‘qqiga chiqishiga yordam berdi, shuningdek, avtomagistrallar tizimining taraqqiy topishi manzarali joylarni shahar aholisiga yaqin qilib qo‘ydi va turistlar soni oshib ketdi. Transport aloqalari hamma vaqt turistik maqsadlar uchun o‘rnatilmasada, mavjud transport vositalarini rivojlantirish va yangilarni yaratishda turistik bozor potentsialiga ham katta e’tibor beriladi. Xalqaro turistlar uchun bo‘lgan kurashda ko‘pchilik mahalliy hukumatlar aeroportlarini takomillashtiradi, milliy kompaniyalarga yordam qiladi. Masalan, Gavay orollarida qurilgan aeroport shu orollardagi jamoaga reaktiv havo transporti va unga taalluqli bo‘lgan iqtisodiyotda afzalliklar berdi. Ba’zi hollarda turistik aloqalar shu qadar muhimlashib ketadiki, hattoki hukumatlar maxsus qonunlar chiqarishib, ularni himoyalashadi.

Marshrutlar, turlar, ekskursiya dasturlarini shakllantirish, asosiy, qo‘shimcha va yo‘ldosh xizmatlar ko‘rsatish turistik xizmat ko‘rsatish texnologiyasini tashkil etadi, ya’ni bu turistik xizmatga bo‘lgan ehtiyojni qondirish uchun muayyan turistik mahsulotni shakllantirish demak.

Marshrut – bu:

1 sayohat paytida turist tashrif buyuradigan barcha jo‘g‘rofiy joylar belgilangan, marshrutda to‘xtash joylari o‘rtasida harakatlanish uchun turist foydalanadigan transport turlari ko‘rsatilgan harakat yo‘nalishi;

2 turist o‘ziga belgilangan xizmatlar ko‘rsatish dasturiga muvofiq ma’lum vaqt mobaynida harakatlanuvchi oldindan rejalashtirilgan trassa;

3 muayyan hududga va alohida ob’ektlarga bog‘langan, turli darajadagi mufassallik bilan tavsiflangan va grafik tarzida ifodalangan safar, sayohat trassasi.

Turistik marshrutlar – turistlarga ko‘rsatiladigan xizmatlarning asosiy turlaridan biri. Turistik tashkilotlar marshrutlarni oldindan ishlab chiqadi, ularga ma’lum xizmatlar (ovqatlanish, yashash, ekskursiyalar, sport va dam olish tadbirlari, turistlarni transportda tashish va b.) kompleksini kiritadi va shu tariqa turistik marshrutlarni shakllantiradi. Biroq, safar joyini aniqlamasdan turib turistik marshrutni sotish mumkin emas. Marshrut tuzilganidan keyin xizmatlar ko‘rsatuvchi korxonalar bilan shartnomalar tuziladi. «Xizmatlar ko‘rsatish zanjiri» hosil bo‘lishi uchun ularni muayyan muddatlarga bog‘lash lozim. Mana shu «xizmatlar ko‘rsatish zanjiri» turizmda tur deb ataladi.

Turistik marshrut yoki sayohatning qisqacha tavsifi – kroki (rasmlar, xaritalar, sxemalar, ob’ektlarning matnli tavsifi). Sayohatchi faoliyatining mohiyati - sayohat haqidagi qaydlar – sayohat jarayonida kelgusida xotira sifatida yoki mazkur marshrutni takrorlashda qo‘llanma tarzida foydalanish uchun yoki shu marshrut bo‘ylab sayohat qiladigan yoki mazkur ob’ektlarga tashrif buyuradigan boshqa turistlar va sayohatchilar uchun tuzilgan turistik marshrut yoki sayohatning qisqacha tavsifi.

Sayohat boshlangan va yakunlangan joylar marshrutning dastlabki va oxirgi nuqtasi hisoblanadi. Marshrutning boshi – turistga shartnomada nazarda tutilgan birinchi turistik xizmat ko‘rsatiladigan joy. Marshrutning oxiri – turistga oxirgi turistik xizmat ko‘rsatiladigan joy.

## 1.2. Xizmatlar sohasini rivojlanishiga to’sqinlik qiluvchi omillar

Hozirgi bozor iqtsodiyoti sharoitida turizm sohasining roli umumiqtisodiy muammolarni hal qilishda katta ahamiyatga ega. Turizm bozorini rivojlantirish xalq xo‘jaligining boshqa sohalari rivojlanishiga ham katta ta’sir ko‘rsatmaydi. Turizmning yuqori darajada rivojanishi davlatning boyligidan dalolat beradi, kam rivojlangan yoki takomillashmagan turistik bozor esa, aksincha.

Ammo turizm sohasining rivojlanishida ham muammolar yoki ayrim kamchiliklar ham mavjud. Transport kommunal va turistik xizmatlarga bo‘lgan narxlarning yuqoriligi xizmat ko‘rsatish ob’ektlarining texnik jihatdan yomon holati, xizmat ko‘rsatish sifatining pastligi, ishlovchi xodimlar malakasining yetarli darajada emasligi asosiy muammolardan biri hisoblanadi.

Turizm bilan bog’liq bo‘lgan tarmoqlardan tashqari iqtisodiyotning oziq-ovqat, yengil avtomobil, to‘qimachilik sanoatlari va bir qator boshqa sohalari ham turizm rivojlanishiga katta ta’sir ko‘rsatadi. Turizmning rivojlanishi iqtisodiyotning turizmga aloqasi bo‘lmagan sohalarning rivojlanishiga ham olib keladi.

Mamlakatimizda xorijiy turistlar sonini ko‘paytirish uchun O‘zbekistonning turistik imkoniyatlari to‘g’risida johondagi barcha mamlakatlardagi iste’molchilarga axborot yetkazish zarur. Turizm bozorining respublika bo‘yicha boshqaruv sub’ekti va uning mintaqalardagi mahalliy tuzilmalarning yetarli darajada nazorat qilmasligi ham turizm muammolaridandir. O‘zbekiston turizm sohasi rivojidagi muammolardan biri bu geografik o‘rni, ya’ni okean, dengizlarning yo‘qligidir.

Turizmning rivojlanishi uchun bir qator to‘siqlarni bartaraf etish lozim. Ekologik muammolar, ijtimoiy to‘siqlar, shuningdek huquqiy norma bazalarini takomillashtirish, jahon tajribasidan foydalanish, turizm sohasini boshqarib turuvchi davlat tizimi rolini yanada kuchaytirish zarur.

Mamlakatga tashrif buyurish uchun turistlarga keng yo‘l ochib berish, milliy turistik resurslardan foydalanishni kengaytirish maqsadga muvofiq. Turistik biznesga muvaffaqiyatli ta’sir ko‘rsatuvchi hukumat siyosati, reklama, umumiy iqtisodiy holat, valyuta kursi, davlatlarning o‘zaro munosabatlari, dam olish joyining xavfsizligi va

obro‘ini  ham e’tiborga olish zarur.

O`zbekistonda jahon madaniyati xazinasiga kiruvchi ko`plab arxitektura yodgorliklari mavjud. Buxoro va Shahrisabz shaharlarining tarixiy markazlari, qadimiy Samarqandning tarixiy yodgorliklari YuNESKOning "Jahon merosi" deb nomlangan ro`yxatiga, Boysun tumani aholisining fol'klori "Jahon nomoddiy merosi xazinasi" ro`yxatiga kiritilgan.

Yuqoridagilarni boshqa davlatlarda ham kuzatish mumkin, ammo faqat O`zbekistonga xos bo`lgan tomonlar ham mavjud. Respublikamiz ega bo`lgan kuchli tomonlar O`zbekistonning yangi turmahsulot bilan jahon bozoriga tezroq chiqishiga yordam berishi mumkin. Faqat O`zbekistonga xos bo`lgan kuchli tomonlarni maxsus kuchli tomonlar deb belgiladik. Qo`shni davlatlarda yo`q bo`lgan maxsus kuchli tomonlarga quyidagilarni qo`shdik:

- O`zbekistonning Evropa va Osiyo yo`llari chorraqasidagi strategik qulay o`rni;
- yaxshi xalqaro havo aloqasi va "O`zbekiston xavo yo`llari" MAK xizmat ko`rsatishining nisbatan yuqori darajasi;
- Buxoro, Samarqand, Xivadagi yaxshi saqlangan arxitektura yodgorliklari bu shaharlarning dunyodagi eng muhim tarixiy-madaniy yodgorliklar ro`yxatiga kiritilishi;
- Buxoro va Samarqandning xorijiy mamlakatlarda mashhurligi;
- O`zbekiston, Saudiya Arabistoni, Isroil va Rossiyaning ko`plab fuqarolarining tarixiy vatani hisoblanishi;
- bu yerda muhim buddizm va islomning muqaddas joylari saqlanib qolinganligi.

Tahmin qilinadiki, yuqoridagilarni rivojlanishiga yetarli e`tibor qilinsa, O`zbekiston turizm sanoatida tez o`sishga erishishi mumkin. Ammo maxsus va kuchli tomonlardan tashqari "O`zbekturizm" MK va umuman soha rivojlanishiga salbiy ta`sir ko`rsatuvchi tomonlar ham mavjud Turizm rivojlanishining salbiy tomonlarini uch kategoriyaga bo`ldik.

Idrok qilishning mavjud emasligi - bu kamchilik, O`zbekistonning jahonda kam ma`lumligi va demak bu ob`ekt haqida bilimlar kamligiga bog’liq Idrokning kamligi O`zbekistonga kelgan xorijiy turistarda salbiy taassurot  qoldiradi. Idrok kamchiliklariga quyidagilarni kiritdik .

- sobiq ittifoqdan qolgan binolar, shahar va qishloqlar juda zerikarli ko`rinadi;
- mehmonxonalarda xizmat darajasining pastligi va kerakli infrastrukturaning yo`qligi;
- jamoatchilik ovqatlanish nuqtalarida ovqatning yaxshi emasligi. Strukturaviy kuchsiz tomonlar - bu kamchiliklar respublika hukumati siyosati turizmga yaxshi munosabatda bo`lganda hal qilish mumkin bo`lgan kamchiliklardir.
- viza rasmiyatchiligi og'irdir va turistik ob`ektlarga erkin borishga xalaqit beradi;
- mehmonxonada yashash va transport xizmatlarining qimmatligi.

Atrof-muhitni eng katta kamchilik deb hisoblash mumkin. Xorijiy ekspertlarning fikricha, atrof-muhit O`zbekistonda turizmni bozor modelini normal rivojlantirishga asosiy to`siq hisoblanadi. Atrof-muhit-tushunchasiga quyidagilarni kiritdik:
- qo`shni Afg'onistondagi siyosiy beqarorlik;
- Orolbo`yi mintaqalaridagi ekologik muammolar.

Ko`rib turibmizki, "O`zbekturizm" MKsi strategiyasi kuchli va zaif tomonlarga ega.

"O`zbekturizm" Milliy kompaniyasi delegatsiyasi BTT va YuNESKO tomonidan o`tkaziladigan barcha xalqaro uchrashuvlarda faol ishtirok etmoqda. Natijada respublikamizning reytingi oshib, munosib hamkor imiji hosil bo`lmoqda. Turli mamlakatlarda biznes-seminarlarda ishtirok etayotgan "O`zbekturizm" Milliy kompaniyasi nafaqat O`zbekistonning turistik salohiyati va imkoniyatlarini ochmoqda, balki O`zbekistoning turizm sanoatiga xorijiy investitsiyalarni jalb qilish uchun ko`p harakat qilmoqda. Masalan AqSH, Germaniya, Malayziya, Isroil, Turkiya, BAA, Misr, Slovakiyaning turfirmalari bilan hamkorlik ushbu davlatlardan kelayotgan turistlar sonini ko`paytirishga ijobiy ta`sir ko`rsatmoqda.

Respublikaning xalqaro turizm bozoriga chiqishida "O`zbekturizm" Milliy kompaniyasining AqSH, Germaniya, Buyuk Britaniya, BAA, Xindiston, Yaponiya va Rossiyadagi rasmiy vakolatxonalarining o`rni beqiyosdir. Vakolatxonalar O`zbekistonning turistik imkoniyatlarini reklama qiladilar, turli Xalqaro seminarlarda ishtirok etadilar va ularda "O`zbekturizm" Milliy kompaniyasining vakili bo`ladilar va shu orqali mamlakatimizga turistlar kelishini ko`payishiga yordam bermoqdalar.

Kembridj shahrida Buxoro va Xivaning 2500 yilligi munosabati bilan o`tkazilgan ko`rgazmani alohida ta`kidlash kerak. Ushbu ko`rgazma "O`zbekturizm" Milliy

kompaniyasining Buyuk Britaniyadagi vakolatxonasi va O`zbekiston Respublikasining Buyuk Britaniyadagi elchixonasi tomonidan tashkillashtirilgan va jurnalistlar, olimlar va Buyuk Britaniyada akkreditatsiya qilingan xorijiy elchixonalar xizmatchilarida katta qiziqish uyqotdi. 2003 yilning oktyabrida bo`lib o`tgan BTT Bosh Assambleyasining 12-sessiyasida O`zbekiston BTTning Ijroiya Kengashi tarkibiga kiritildi. Bu yana bir bor "O`zbekturizm" Milliy kompaniyasi rahbariyatining jahon bozoriga chiqish strategiyasini amalga oshirish bo`yicha unumdor mehnat ketayotganlarini ta`kidlaydi O`zbekiston BTT Ijroiya Kengashiga jahon turizmining ilg’orlari Frantsiya va Italiya bilan birga saylandi. Sessiya ishi mobaynida "Buyuk Ipak yo`li" dasturiga alohida vaqt ajratilib, maxsus majlis o`tkazildi.

Majlisda "O`zbekturizm" Milliy kompaniyasining samarali faoliyati alohida ta`kidlandi va unda "Buyuk Ipak yo`li" jurnalining taqdimoti bo`lib o`tdi. Ushbu jurnal Ipak yo`lida joylashgan 16 davlat olimlari tomonidan tayyorlangan. Majlisda ipak yo`lida joylashgan davlatlarning madaniyati, tarixi va turizmining hozirgi ahvolini namoyish qiladigan ko`p seriyali fil'm yaratish haqida qaror qabul qilindi.

**1.3-Jadval**

**O'zbekistonning turli hududlarida turizmni rivojlantirish imkoniyatlari1.**

| Turizm turlari | Shahar | Shahardan 10-20 km uzoqlika | Qishloq joylari | Odamlar yashamaydigan hududlar |
|---|---|---|---|---|
| Tarixiy – tanishuv | 3 | 2 | 1 | 0 |
| Arxeologik turizm | 2 | 3 | 3 | 2 |
| Ekologik turizm | 0 | 2 | 2 | 3 |
| Sarguzasht turizmi | 1 | 2 | 2 | 3 |
| Fermerlik yoki qishloq turizmi | 0 | 2 | 3 | 1 |
| Suv (dengiz) turizmi | 0 | 0 | 2 | 3 |
| Etnografik turizm | 1 | 2 | 3 | 0 |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| Kongress – biznes turizm | 3 | 1 | 1 | 0 |
| Ixtisoslashgan turizm | 1 | 2 | 2 | 2 |
| Kurort va sanotoriyalar | 1 | 3 | 3 | 3 |
| Diniy turizm | 3 | 3 | 2 | 0 |
| Yoshlar turizmi | 1 | 2 | 2 | 3 |
| Gerontologik turizm | 2 | 3 | 2 | 1 |
| Safari | 0 | 2 | 3 | 3 |
| Shop - turlar | 3 | 2 | 1 | 0 |

Izoh: 3 - yuqori darajada imkoniyat, 2 - o’rta darajada imkoniyat, 1 - past darajada imkoniyat, 0 – umuman imkoniyatning yo’qligi.

*Manba: Tuxliev N.T., Abdullaeva T. Natsionalnie modeli razvitiya turizma. T.: 2006.*

"O`zbekturizm" milliy kompaniyasining baho berishicha, O`zbekiston Respublikasini quyidagi turistik potentsialga ega:

1.Arxitektura yodgorliklari -33%

2.Milliy san`at ob`ektlari-18%

3.Muzey va ko`rgazmalar-14%

4.Mehmonxonalar-11%

5.Tabiat-8%

6.Boshqalar - 16%

"O`zbekturizm" Milliy kompaniyasi respublika turistik salohiyatini namoyish qilish uchun katta reklama kompaniyasini amalga oshirmoqda. "O`zbekturizm" Milliy kompaniyasi doimiy ravishda Respublika turistik markazlari haqida hikoya qiluvchi reklama jurnallari chop etmoqda. Bundan tashqari "O`zbekturizm" Milliy kompaniyasi "Ipak yo`li" gazetasining uchinchi sonini chiqardi. Barcha reklamalar ingliz va nemis tillarida bo`lib xalqaro yarmarka va ko`rgazmalarda tarqatiladi.

"O`zbekturizm" Milliy kompaniyasi ilmiy-turistik guruhlarga mo`ljallangan, O`zbekiston tarixini namoyish qiluvchi axborot to`plami uchun materiallar yig’ishda davom etmoqda. To`plam O`zbekiston xududida topilgan yangi turizm ob`ektlari - g’oyalardagi yozuvlarga bag’ishlanadi va ingliz tilida chop etiladi. Bundan, tashqari

ingliz, nemis, frantsuz tillarida O`zbekistonda turizm jurnali chop etishga tayyorlanyapti. O`zbekistonda diniy ob`ektlar mavjudligini hisobga olib ingliz va arab tillarida broshyura chop qilishga tayyorlanyapti. SHuningdek, "Ipak yo`li" gazetasining to`rtinchi soni ham tayyorlanyapti. "O`zbekturizm" Milliy kompaniyasining xorijdagi vakolatxonalarining xorijlik jurnalistlar bilan hamkorligi natijasida VVS va Chanel - 4 radiolarida O`zbekistonning madaniyati, tarixi va qadimiy shaharlarining turistik salohiyati haqidagi doimiy eshittirishlar berib borilishi haqida kelishib olindi. Doimiy ravishda jahonning ilg’or gazeta va jurnallarida (Herald Tribunes, Times, Travel Weekly, New Marketes) maqolalar bosilmoqda.

Ilmiy asoslangan turizmni rivojlantirish dasturi ishlab chiqish maqsadida "O`zbekturizm" Milliy kompaniyasi BMT va BTT bilan hamkorlikda "O`zbekistonda turizmning barqaror rivojlanishi" xarakat dasturini ishlab chiqdi.

Ushbu bosqichda "O`zbekturizm" Milliy kompaniyasi va BMT o`rtasida ishlab chiqilgan dasturni amalga oshirish bo`yicha yangi xalqaro ekspertlar guruxi tashkil qilish haqida muzokaralar olib borilmoqda. 1995 yildan boshlab "O`zbekturizm" Milliy kompaniyasi o`zlarining mutaxassislarini malaka oshirish uchun Hindiston, Misr va Isroilga yubormoqda. Reytingni oshirish va qulay mamlakat imijini hosil qilish uchun "O`zbekturizm" Milliy kompaniyasi sohaga xorijiy investitsiyalarni jalb qilish bo`yicha ishlar olib bormoqchi. Turistlar oqimini ko`paytirish uchun Angliya, Germaniya, Italiya, Ispaniya, Gollandiyaa o`tkazilayotgan xalqaro seminar va yarmarkalarda ishtirok etishda davom etish kerak. "O`zbekturizm" Milliy kompaniyasi O`zbekiston Respublikasi Prezidentining boshqa davlatlarga tashrifi chog’ida imzolanishi kerak bo`lgan xukumatlararo kelishuvlarni ishlab chiqadi va tayyorlaydi. Keyinchalik milliy turistik firmalarga xorijiy hamkorlar bilan xamkorlik qilishga ko`proq imkoniyat berish kerak. Jahonda mashhur yirik kompaniyalarning vakolatxona va filiallarini ochish kerak. SHuningdek o`zbek firmalari asosida qo`shma korxonalar tuzish kerak. Xorijiy turistlar sonini ko`paytirish uchun "O`zbekturizm" Milliy kompaniyasi vakolatxonalar tizimini kengaytirish kerak. O`zbekistonda xalqaro turizmning "Buyuk Ipak yo`li" turistik mahsuloti bilan o`zaro bog’liqligini e`tiborga olib Ipak yo`li davlatlari bo`ylab hamkorlikdagi turistik yo`nalishlar tashkil qilish maqsadga muvofiq bo`lgan bo`lardi.

Respublika turistik shaharlari orqali tranzit xalqaro yo`nalishlar tashkil qilish kerak. Hozirgi kunda sayohatlarning xavfsizligi birinchi o`ringa chiqar ekan sug'urta xizmatlariga talab paydo bo`lmoqda. Shu maqsadda xorijlik hamkorlar bilan birga milliy turizmni rivojlantirish, turistlarni sug'urta qilishning xorijiy tizimlarini yoyish, turistlar sog'liqini saqlash va turistlarga xizmat ko`rsatuvchi maskanlar uchun sanitariya normalari belgilanishi bo`yicha proflaktika choralari qurilishi kerak. Turistlar sonini oshirish uchun viza berish jarayonini qayta ko`rib chiqilsa yaxshi bo`lardi.

O`zbekistonda asosiy shaharlar - Toshkent, Samarqand, Buxoro, Xiva, Farg'onada erkin iqtisodiy turizm xududlari tashkil qilish juda istiqbolli bo`lardi. Xorijlik turistlar bu shaharlarda taklifsiz, boj to`lovisiz bir xafta mobaynida bu shaharlarda bo`lish imkoniyatiga ega bo`lardi. "O`zbekturizm" Milliy kompaniyasining xalqaro turizmdagi yutuqlaridan biri Toshkent turizm yarmarkasidir. Ma`lumki 1995 yilning sentyabridan boshlab har yili "Ipak yo`li bo`ylab turizm" Toshkent turizm yarmarkasi o`tkaziladi. Bu yarmarkada ko`plab mashhur turistik firmalar ishtirok etmoqdalar. 2004 yilda bu yarmarka to`rtinchi bor o`tkazildi. Unda 200 ga yaqin turistik firma va kompaniyalar ishtirok etishdi. 2003 yilda yarmarkada jahonning 35 mamlakati, shu jumladan xalqaro turizmda ilg'or bo`lgan Frantsiya, Italiya, Gpetsiya, Kipr, Ispaniya, Buyuk Britaniya, Germaniya, AQSH, Misr, Turkiya, Yaponiya, Hindiston, Tailand, Malayziya, Xitoy firmalari ishtirok etdilar va bu Toshkent yarmarkasi xalqaro turistik forumlar orasida munosib joy egallaganidan dalolat beradi. Barcha vakolatxonalarga reklama-axborot materiallari tarqatildi. Turkiya va Isroilda vakolatxonalar ochishga tayyorlanilmoqda. Bu xalqaro turizmni yanada rivojlantirish va ushbu davlatlardan keladigan turistlar sonini ko`paytirishga yordam beradi.

Xizmatlar sohasiga kengroq qaraganimizda, unga quyidagicha ta'rif berish mumkin: Turizm sanoati o'z ichiga: passajir transporti (havo, suv, avtomobil, temir yo'l)ni uning texnik xizmat ko'rsatish tarmoqlari bilan birgalikda; turizm tarmog'iga ixtisoslashgan turli xil korxonalarni; turizmga ixtisoslashmagan turli xil korxonalar (xususan, mashanasozlik, transport mashinasozligi, avtomobilsozlik, yoqilg'i sanoati, qurilish va yo'lsozlik, suvenirsozlik, oziq–ovqat sanoati, qishloq xo'jaligining ko'plab

tarmoqlari)ni hamda turistlarga xizmat ko‘rsatish sohasini oluvchi xalq xo‘jaligi kompleksidir. Bu xizmatlarga quyidagilar kiradi:

- Turistlarnijoylashtirish (mehmonxonalar, motellar, botellar, flaytellar, kempinglar, pansionatlar, sanatoriylar, turistikbazalar). Turistlar ijaraga olingan xususiy kvartiralarda, uylarda, shuningdek, palatkalarda, tirkama-uychalarda, yaxtalarda va vagonlardaham joylashtirilishi mumkin;
- Turistlarni ovqatlantirish (restoranlar, oshxonalar, kafe va barlar, qahvaxonalar va shu kabilar);
- Turistlarni boshqa joylarga tashish (poezd, kema, avtobus va aviacharter reyslari hamda shu kabilar). Transport tizimining rivojlanishi bilan turistlarga uzoq joylarga etibborishda shinamlik, vaqt va narx jihatida qulayliklar yaratdi. Turist transport turini tanlayotganida tashrif buyurayotgan mamlakatining uzoqligi, geografik joylashishiga e’tiborberadi, shuningdek, bunda turistning moddiy – ijtimoiy ahvoli ham muhim ahamiyat kasb etadi;
- Reklama ijtimoiy axborot sifatida odamlar orasida o‘ziga xos aloqa vositasi shaklini oladi. Bu axborot o‘zida yangilik eltib, turistlarni turistik joy bilan tanishtiradi. Bunda zamonaviy Internet kabilardan ham foydalanish maqsadga muvofik bo‘ladi;
- Turistlarnin gbiror turizm turi bilan shug‘ullanishlari uchun kerak bo‘ladigan jihozlarni ishlab chiqarish ham mukammal turistik mahsulot ishlab chiqarishda o‘z ahamiyatini kasb etadi.

# II BOB. O’ZBEKISTONDA BA’ZI XIZMAT KO’RSATISH TARMOQLARINING RIVOJLANISHI

## 2.1. O’zbekistonda transport sohasi rivojlanishining tahlili

Turistlarni tashishda asosiy vositalardan biri bo‘lgan transport vositalari muhim rol o‘ynaydi. Chunki transport tizimi qanchalik yaxshi yo‘lga qo‘yilgan bo‘lsa turistlarning dam olishlari va sayohat qilishlari shunchalik qulay bo‘ladi. Hozirda respublikamiz turizmida ham zamonaviy transportlardan keng foydalanilmoqda. O‘zbekistondagi turistik korxonalarda qulay va komfor avtodor va mikroavtodorlardan keng foydalanilmoqda. Bir davlatdan  ikkinchi davlatga borishlari uchun charter reyslar ochilgan. Faqat viloyatlardagi turistik korxonalarda ham turistik vositalar yaxshi yo‘lga qo‘yilsa turistlarning ushbu shaharlarni ziyorat qilishlariga keng imkoniyat yaratiladi.

Turistlarga transport xizmatini ko‘rsatish - bu turizm industriyasining eng asosiy qismlaridan biri hisoblanadi. 1990-yillargacha ham ichki ham xalqaro turizmga xizmat qiluvchi avtomobil, daryo, dengiz, temir yo‘l va aviatsiya transportini o‘z ichiga oluvchi yagona transport tizimi mavjud edi. Barcha turistik xizmatlar tizimidagi transport xizmatining hissasi 40% dan ortiq qismini tashkil qilar edi. Transport sayohatlari turizmning mustaqil ko‘rinishi sifatida qaraladi.

Transport sayohati - bu turli xil transport vositalaridan foydalanib ishlab chiqilgan yo‘nalishlar bo‘yicha turistlar guruhlarining sayohatidir. Transport sayohatlari quyidagicha tasniflanadi ya’ni:

- harakatlanish yo‘nalishi (marshruti) bo‘yicha;
- foydalanilayotgan transport turi bo‘yicha;
- yo‘nalish trassasining qurilishi bo‘yicha;
- sayohatning muddati bo‘yicha;
- mavsumiylik bo‘yicha va h.k.

Yuk tashish. 2011 yilning barcha transport turlari tomonidan 1269,0 mln. Tonna yuk tashilgan bo’lib, bu 2010 yilning yanvar – dekabriga nisbatan 108,7 foizni tashkil qildi. Yuk aylanmasi o’tgan yilning shu davriga nisbatan o’zgarmay qoldi va 80,9 mlrd.tn – km. ni tashkil qildi.

**2.1 - jadval**

**Yuk tashish va yuk aylanmasi transport turlari bo'yicha quyidagicha ifodalanadi:**

| | **2011 yil** | **2010 yil nisbatan foiz hisobida** |
|---|---|---|
| | | |
| **Tashilgan yuk, mln. tn** | **1269,0** | **108,7** |
| **Temir yo'l transportida** | **59,6** | **104,8** |
| **Avtomobil transportida** | **1149,4** | **108,8** |
| **Havo transportida, ming tn** | **30,6** | **103,8** |
| **Quvur yo'llari orqali** | **59.9** | **111,5** |
| **Yuk aylanmasi, mlrd. tn – km** | **80850,0** | **106,8** |
| **Temir yo'l transportida** | **22533,2** | **101,1** |
| **Avtomobil transportida** | **26050,2** | **107,0** |
| **Havo transportida, mln tn – km** | **162,4** | **96,7** |
| **Quvur yo'llari orqali** | **32104,2** | **111,1** |

**MANBA: O'zbekiston Respublikasining statistik axborotnomasi.**

Hozirgi davrda avtobus, havo yo'li va temir yo'li vositasidagi sayohatlar keng tarqalgan. Turistik transport sayohatlari bir necha transport turlari orqali ya'ni: temir yo'ldan avtobus (yengil avtomobil); havo yo'lidan avtobus va h.k. amalga oshiriladi. Mobil transporti turi sifatida avtobus va yengil avtomobildan mustaqil yo'nalishlardagi kabi turistlarni aeroportdan (vokzaldan) mehmonxonaga yoki aksincha olib borib qo'yishda keng foydalaniladi. Har qanday turist o'z sayohatini rejalashtirayotganda manzilga olib borish (yetkazish) tezligi, sayohat qulayligi (komforti), qiymati, yuklarini

olib borish (ularning og'irligini hisobga olgan holda) imkoniyati, to'xtash joylari, ovqatlanish sharoitlari, shovqin darajasi, vibratsiya, dam olish va (tunash) uxlash jarayonlari, ekologik va albatta xavfsizlik kabi omillarni hisobga oladi. Ijobiy omillar qancha ko'p bo'lsa, shunchalik transport sayohatining qiymati oshadi.

2. Turistlarni havo yo'llari orqali transportda tashish qoidalari

Havo transportida sayohat ham charter, ham reysli samolyotlar vositasida amalga oshiriladi. Hozirgi vaqtda havo transportidan foydalanishda 400 dan ortiq aviakompaniyalar o'z faoliyatini olib bormoqda. O'zbekistonlik sayyohlar TU-134, IL-62, IL-86, “Boing” samolyotlaridan foydalanadilar. Turizm rivojlangan davlatlarda turistik maqsadlarda vertolyotlardan va boshqa havo transporti vositalaridan: dirijabl, havo sharlari, paraplanlar, deltaplanlar va hokazolardan foydalaniladi. Samolyotdagi komfort sharoitlari, ovqatlanish va boshqa omillariga ko'ra joylar (o'rinlar) quyidagi sinflarga bo'linadi:

- birinchi sinf (F)
- biznes sinf
- iqtisodiy sinf (U)
- boshqa.

Turistik maqsadda havo yo'llari orqali amalga oshiriladigan sayohatlar muntazam, mavsumiy va bir martalik ko'rinishlarda amalga oshiriladi. Milliy yoki alohida aviakompaniyalarda turli xil ko'rinishdagi imtiyozlar joriy etilgan:

- mavsumiy;
- korporativ;
- bolali yo'lovchilar uchun;
- guruh;
- yosh oilalar uchun va boshqa.

Ayniqsa JAYA (Butunjahon Aviatsiya yo'lovchilar assosatsiyasi), ETZ (Yevropa turizm zanjiri)ning imtiyozli kartlari keng tarqalgan. Bunday kartlarga ega yo'lovchilar uchun ba’zi aviakompaniyalarning (DELTA, SAS) aviachiptalari uchun, dunyoning 4000 ta eng yaxshi mehmonxonalari to'lovi uchun, ijaraga olingan avtomobil to'lovi

bo‘yicha (30% gacha), yo‘qolgan chipta hujjatlarini qayta tiklash bo‘yicha, aeroportlarda VIP xonalaridan foydalanish, sug‘urta va boshqa imtiyozlar mavjud.

3. Turistlarni suv va temir yo‘li transportlarida tashish qoidalari

Suv yo‘li bo‘yicha turistlarning sayohati 250, 300 va 400 yo‘lovchiga mo‘ljallangan yuqori komfortga ega teploxodlarda amalga oshiriladi. Kayutalar bir o‘rinli, ikki o‘rinli, 3-4 o‘rinli va lavozimga mo‘ljallangan turlarga ajratilgan. Bunday sinfdagi teploxodlar (barcha) dam olish va barcha komfort atributlarga ega: kayutalarda qulay yumshoq mebel, konditsionerlar, muzlatgichlar, mini-barlar, restoran-barlar, sauna, musiqali salonlar, video-kinozallar mavjud bo‘ladi. Suvdagi turistik sayohatlar va ekskursiyalar teploxodlardan tashqari daryo “tramvay”larida, yaxta, suv osti qayiqlarida, yelkanlarda, katamaranlarda, qayiqlarda, baydarkalarda va boshqalarda amalga oshiriladi.

Temir yo‘l transportidan turizmda foydalanganda turistik sayohatlar 12 ta yo‘lovchi vagonlardan iborat bo‘ladi, 2-3 vagon restoran, vagon-klubga ega bo‘lgan maxsus harakat rejimi va yo‘nalishi bo‘yicha harakatlanuvchi turistik bo‘limlarda amalga oshiriladi. Ko‘pincha chet davlatlarda ekskursion turistik transport sifatida tramvay va uning retro-variantlari: trolleybus, kareti, dilishans va boshqalardan foydalaniladi. Yuqoridagi barcha transport vositalari turistik kompaniyalarning o‘z mulki bo‘lmasdan, balki ulardan farqli ijara, lizing va h.k. asosida foydalaniladi.

4. Turistlarni avtobuslarda tashish tasnifi va qoidalari

Ommaviy turistik transport sifatida asosan avtobusdan foydalaniladi. Yuqori komfortabelli turistik avtobuslardan shuningdek, uzoq yo‘nalishlarda ham foydalaniladi (Toshkent-Moskva-Minsk-Varshava, Berlin-Parij). Bunday yo‘nalishlarda turistlar uchun tungi dam olish otel yoki motellarda tashkil etiladi. Bir reys muddatidagi turistlar (Nr) soniga qarab avtobusning (avtomobil) reysdagi unumdorligini topishimiz mumkin.

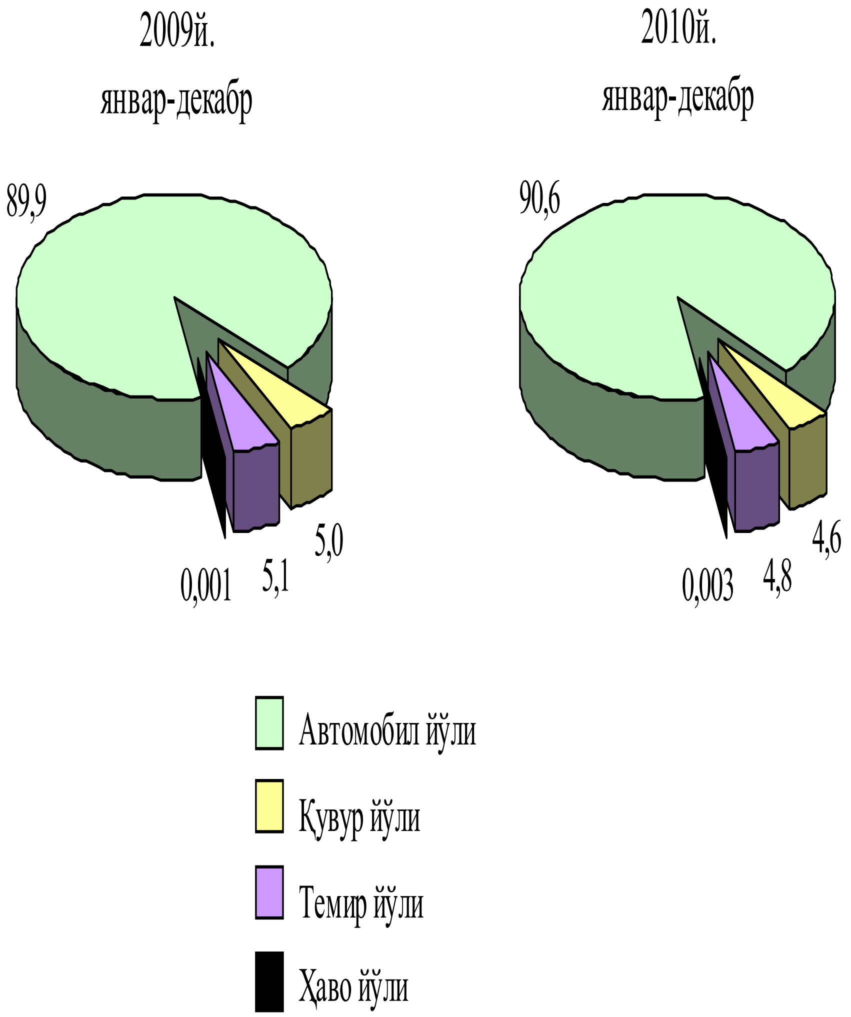
Ichki yo‘nalishlarda turistik sayohatlarni tashkil etish quyidagi tartibda amalga oshiriladi. Agar turistik kompaniyaning avtobusi yoki umuman shaxsiy transport vositalari bo‘lmasa, ular avtotransport korxonalari bilan shartnoma tuzadilar.Shartnomada ijaraga beruvchi va ijarachining majburiyatlari; transportdan foydalanish predmeti; ijara muddati, ijara to‘lovi tizimi (vaqtbay, unumdorlik km. uchun kelishilgan va b.); o‘zaro hisob-kitob tartibi; haydovchi va sayoxat olib boruvchi

yoki shu bilan o‘zaro munosabati; shartnomani amalga oshirishda tomonlarning javobgarligi; shu jumladan fors-major shartlari va h.klar (ko‘zda tutiladi) belgilab qo‘yiladi. Yo‘nalish pasporti yoki transport, turistik yo‘nalishning kartochkasi yuqoridagi shartnomaning ajralmas muhim qismi hisoblanadi.

Avtobus yon oynalari 2 qavatli, determal qoplamali, tashqi muhit bilan salonning issiqlik almashuvini kamaytiruvchi bo‘lishi kerak. Bulardan tashqari avtobus salonlarida individual yorug‘lik, chuchuk suvni termos, hojatxona, yuvinish xonasi, garderob va h.klarga esa alohida qism, bir necha monitorli televizor, videomagnitafon, radiotelefon va boshqa aloqa qulayliklari mavjud bo‘lishi kerak. Ichki yo‘nalishlarda marshrutning uzoqligi, turistlar soni, yo‘nalish kategoriyasi, komfort darajasi va h.klarga ko‘ra turli avtobuslardan foydalanishadi. 35-40 kishilik turistik guruhlar uchun ikarus, Tam, Mersedes va boshqa avtobuslarda xizmat ko‘rsatiladi.

**2.1 - diogramma**

**Yuk tashishning umumiy hajmiga nisbatan foiz hisobida**




**MANBA: O'zbekiston Respublikasining statistik axborotnomasi.**

**2.2 – jadval**

**Transport turlari bo'yicha yo'lovchi tashish va yo'lovchi aylanmasi quyidagicha ifodalanadi:**

| | 2011y. | 2010 yilga nisbatan foiz hisobida |
|---|---|---|
| | | |
| Transportda tashilgan yo'lovchilar, mln. kishi. | 6341,8 | 105,9 |
| Temir yo'l transportida | 14,9 | 102,7 |
| Avtomobil transportida | 6244,9 | 106,3 |
| Havo transportida | 2,2 | 111,5 |
| Shahar elektr transportida | 79,8 | 85,9 |
| Yo'lovchi aylanmasi, mln. yo'lovchi - km | 82369,7 | 107,8 |
| Temir yo'l transportida | 3039,4 | 104,6 |
| Avtomobil transportida | 72545,4 | 108,1 |
| Havo transportida | 6245,7 | 108,3 |
| Shahar elektr transportida | 539,2 | 90,2 |

**MANBA: O'zbekiston Respublikasining statistik axborotnomasi.**

**Yo'lovchi tashishda eng katta ulush avtomobil transportiga to'g'ri keldi va bu 98,2 foizni, yo'lovchi aylanmasida esa 88,0 foizni tashkil qildi.**

Temir yo'l transportida yo'lovchilar jo'natish 3,2 foizga ko'paydi va 14,6 mln. yo'lovchini tashkil etdi, yo'lovchi aylanmasi 10,9 foizga o'sdi va 2920,0 mln.yo'lovchi – km.ni tashkil etdi.

Havo transporti orqali 1921,4 mingta yo’lovchi tashildi, bu 2010 yil yanvar – dekabriga nisbatan 24,7 foizga ko’pdir, yo’lovchi aylanmasi esa 5768,3 mln. yo’lovchi – kmni tashkil etib, 17,0 foizga ko’paydi.

Trolleybus transporti orqali 67,8 foizga, tramvay treansporti orqali 22,1 foizga, metropolitan transporti orqali 3,5 foizga kam yo’lovchi tashilgan.

5. Xalqaro yoʻnalishlarda transport sayohatlarini tashkil qilish
Xususiyatlari.

Xalqaro turistik sayohatlarni amalga oshirish quyidagilarni oʻz ichiga oladi:

- yoʻnalishlar (marshrutlar) doimiy boʻlishi kerak;
- mavsumiy yoʻnalishlar (marshrutlar);
- bir martalik (buyurtma) yoʻnalishlar (marshrutlar);
- chet elga ketuvchi va chet eldan qaytib keluvchi turistlar uchun xizmat koʻrsatuvchi.

Doimiy yoʻnalishlar uchun quyidagi shartlar majburiy hisoblanadi:

- yoʻnalishtning aniqligi;
- harakatlanish jadvali;
- harakatning muntazamligi;
- aniq punktlarda toʻxtash.

Doimiy xalqaro yoʻnalishlarda harakatlanish davlatlararo 2 tomonlama kelishuv asosida amalga oshiriladi, uchinchi davlat orqali tranzit esa transport boʻyicha Yevropa Iqtisodiy Komissiya qoʻmitasi ruxsati bilan amalgam oshiriladi. 1973-yil 1-martda Jeneva Konvensiyasi doirasida “Yoʻlovchi va yuklarni avtomobilda olib oʻtish shartnomasi toʻgʻrisidagi konvensiya” qabul qilingan. Turistik sayohat davomida foydalanilayotgan avtobus haydovchisi yoʻlovchilarning birma-bir ismi, sharifi yozilgan roʻyxatga ega boʻlishi lozim. Avtomobil transporti vositasida xalqaro tashishni tashkil etishda quyidagi masalalarni hal etish lozim:

- texnik yordam, remont va texnik xizmat koʻrsatish (yoʻlda);
- bekatlar, yoqilgʻi quyish shaxobchasi, dam olish, ovqatlanish, tibbiy xizmat koʻrsatishni tashkil etish;
- yoʻnalish trassasida aloqani tashkil etish va h.k.

Turistik transport sayohatlari xalqaro miqyosda shuningdek, shaxsiy prokatga yoki ijaraga olingan avtomobillarda amalga oshirilishi mumkin. Bunda sayohat mustaqil erkin dastur yoki maqsadli marshrut bo‘yicha amalga oshirilishi mumkin.Hayot uchun zarur barcha narsalar kompleksiga ega bo‘lgan pritsepli avtomobil vositadagi guruhli turizm “karavaning” deyiladi. Avtoturistlarga xizmat ko‘rsatishda quyidagi vositalar o‘z faoliyatini amalga oshiradi.

rodtel – g‘ildirakdagi yo‘l oteli (avtopoyezd), bu yerda yo‘lovchi o‘rinlaridan tashqari uxlash uchun joylar, shuningdek oshxona mavjud;

kemping - avtoturistlar uchun lager, bu tunash yoki ozgina dam olish uchun xizmat qiladi;

motel - (yo‘lovchi) turist (va uning avtomobili) ning (ma’lum) uzoq muddat istiqomat qilishi uchun mo‘ljallangan mehmonxona. Motelda turistlar uchun quyidagi sharoitlar yaratilgan bo‘lishi kerak, barcha qulayliklarga ega bekat, texnik xizmat ko‘rsatish shaxobchasi, avtomobilning ta’miri va yoqilg‘i quyish shaxobchasi va h.k. Xalqaro turistik marshrutlarda yuqori sifatli va yuqori ekologik xarakterli “Mersedes”, “Reno”, “Volva”, “Setra”, “Man, Daf” kabi chet el avtobuslaridan foydalanish maqsadga muvofiq. Bu avtobuslar xalqaro standartlarga to‘liq javob bera oladi.

Marshrut tannarxini va narxini aniqlaydigan asosiy omillar:

- Tunash;
- Transport;
- Ovqatlanish;
- Muzeyga tashrif va boshqa xarajatlardan iborat.

**2.3-jadval**

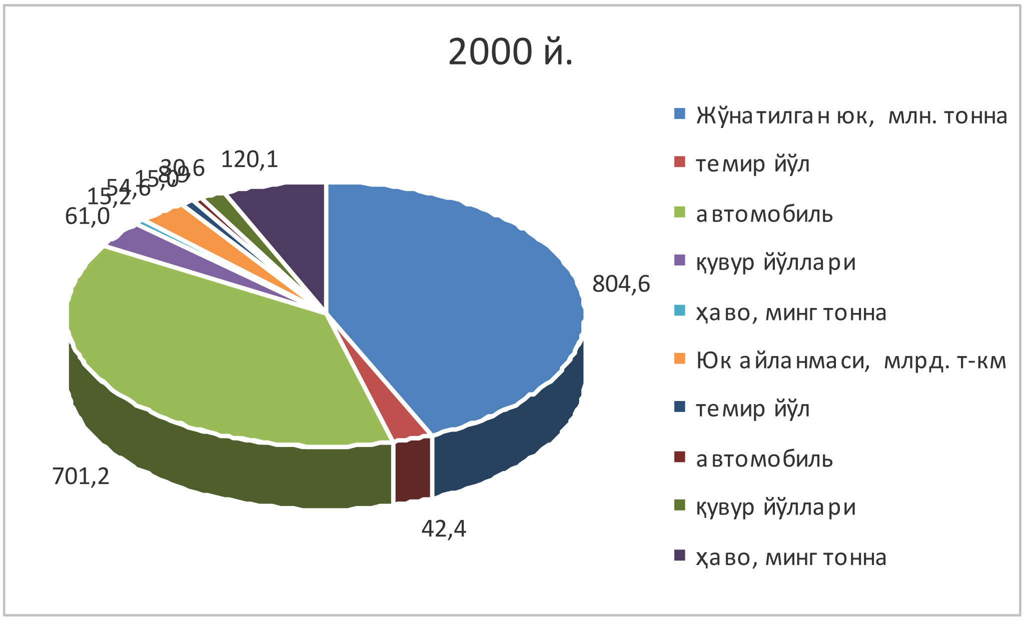
## Jo’natilgan yuk bo’yicha quydagicha ifodalanadi:

| | 2000 y. | 2012 y. | Farqi |
|---|---|---|---|
| **Jo‘natilgan yuk, *mln. Tonna*** | 804,6 | 1329,3 | 65 |
| **temir yo‘l** | 42,4 | 61,5 | 45 |
| **Avtomobil** | 701,2 | 1203,2 | 71 |
| **quvur yo‘llari** | 61,0 | 64,5 | 5 |
| **havo, ming *tonna*** | 15,2 | 24,2 | 59 |
| **Yuk aylanmasi, *mlrd. t-km*** | 54,6 | 83,4 | 52 |
| **temir yo‘l** | 15,0 | 22,7 | 51 |
| **avtomobil** | 8,9 | 27,5 | 208 |
| **quvur yo‘llari** | 30,6 | 33,0 | 7 |
| **havo, ming *tonna*** | 120,1 | 121,9 | 1 |

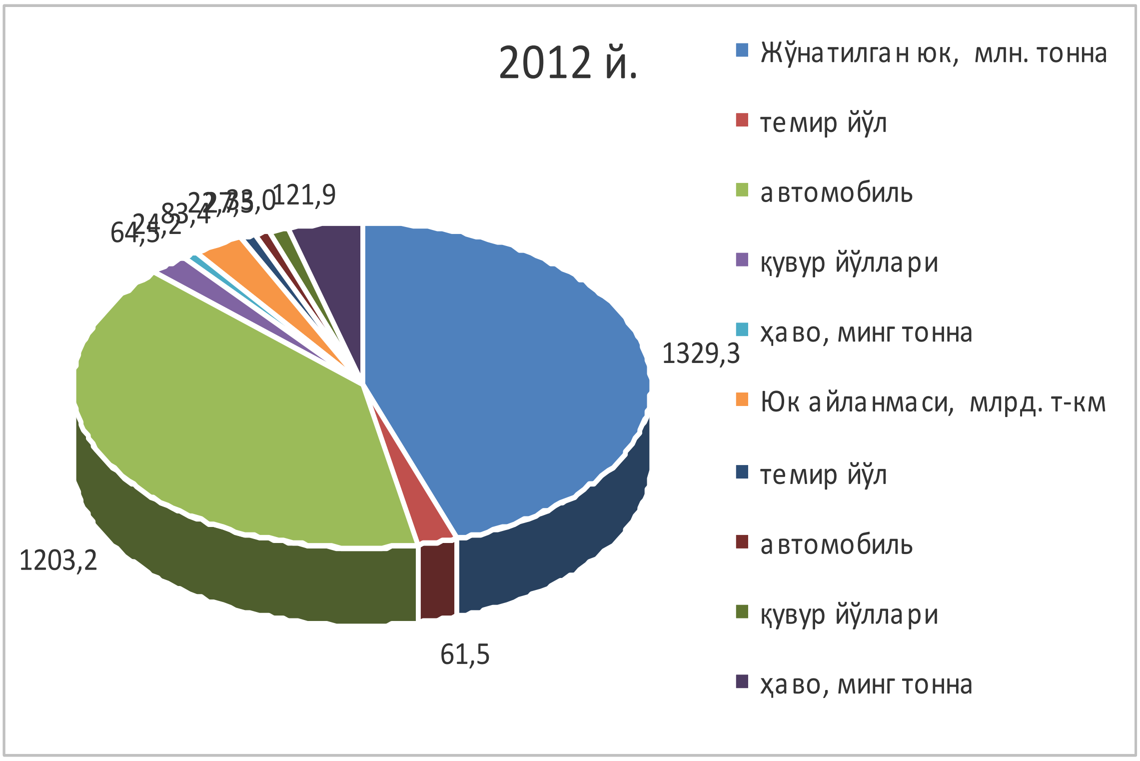
**MANBA: O’zbekiston Respublikasining statistik axborotnomasi.**

**2.2-diogramma**

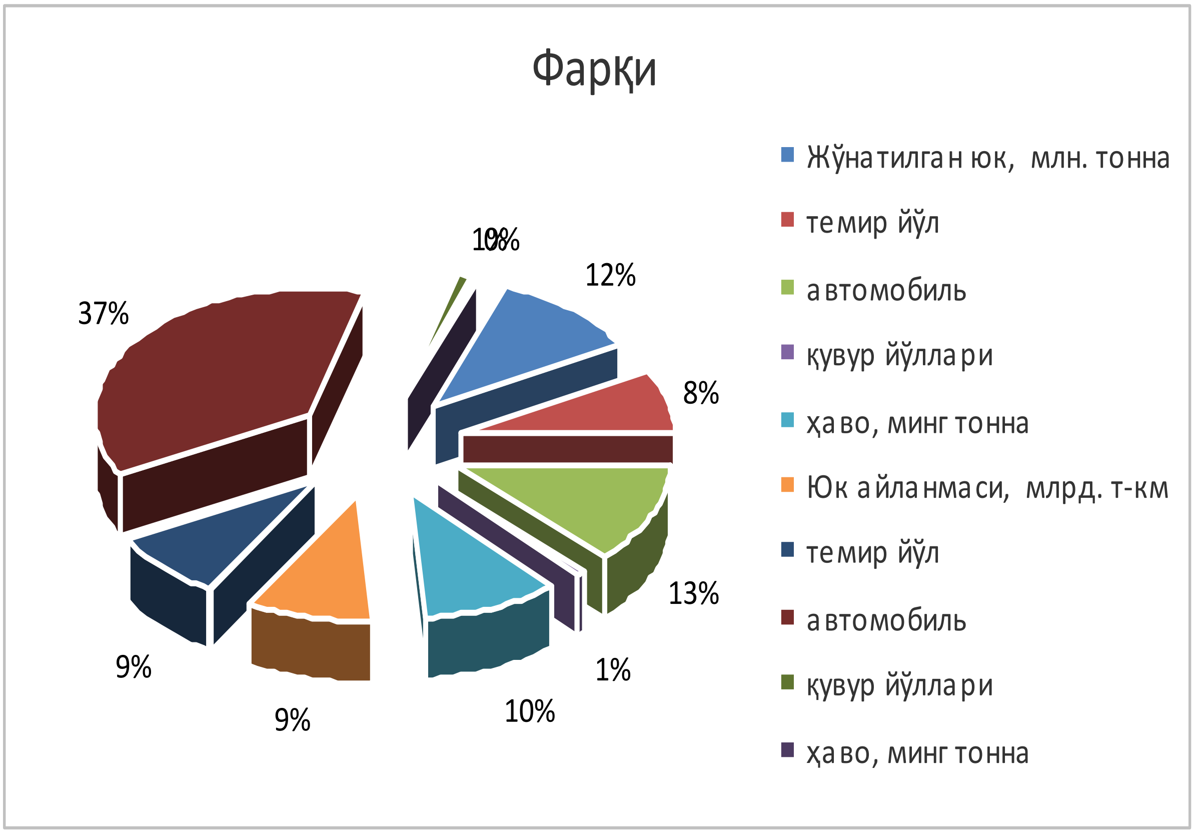
## Jo’natilgan yuk bo’yicha va aylanma yuk bo’yicha tahlil.



**2.3-diogramma**




**2.4.diaogramma**



**2.4-jadval**

**Turistik yo'nalishni baholashda qo'llaniladigan ma'lumotlar.**

| O'zgaruvchan xarajatlar (kishi boshiga) | O'zgarmas xarajatlar (tur boshqaruvi) | O'zgarmas xarajatla(guruh) |
|---|---|---|
| 1. **Havo yo'li.**<br>2. **Havo yo'li soliqlari.**<br>3. **Transferlar.**<br>4. **Yuk.**<br>5. **Tunab qolish.**<br>6. **Xizmat xarajatlari.**<br>7. **Ovqatlanish.**<br>8. **Turdan oldin va keyin tunash - ovqatlanish.**<br>9. **Sug'urta.**<br>10. **Kirishlar.**<br>11. **Matbuot.**<br>12. **Boshqa xarajatlar.**<br>13. **Ovqat solig'i.** | 1. **Transport.**<br>2. **Tur davomida transport.**<br>3. **Havo yo'li solig'i.**<br>4. **Tunash xonasi narxlari**<br>5. **Ovqatlar, soliqlar.**<br>6. **Kunlik sayrlar.**<br>7. **Yuk.**<br>8. **Turdan oldin va keyin tunash - ovqatlanish.**<br>9. **Sug'urta.**<br>10. **Sayohat cheklari komissioni.**<br>11. **Pasport – vizalar.**<br>12. **Emlash.**<br>13. **Valyuta operatsiyalari.**<br>14. **Boshqa xarajatlar.**<br>15. **Oylik maosh.** | 1. **Charter vositalar.**<br>2. **Avtomobil yo'li, kema, ko'prik.**<br>3. **Kunlik sayrlar.**<br>4. **Ekskursavodlar.**<br>5. **Transferlar.**<br>6. **Kirishlar.**<br>7. **Dasturlar.**<br>8. **Haydovchi uchun haq.**<br>9. **Reklama xarajatlari**<br>10. **Aloqa xizmatlari.**<br>11. **Boshqaruv xarajatlari.** |

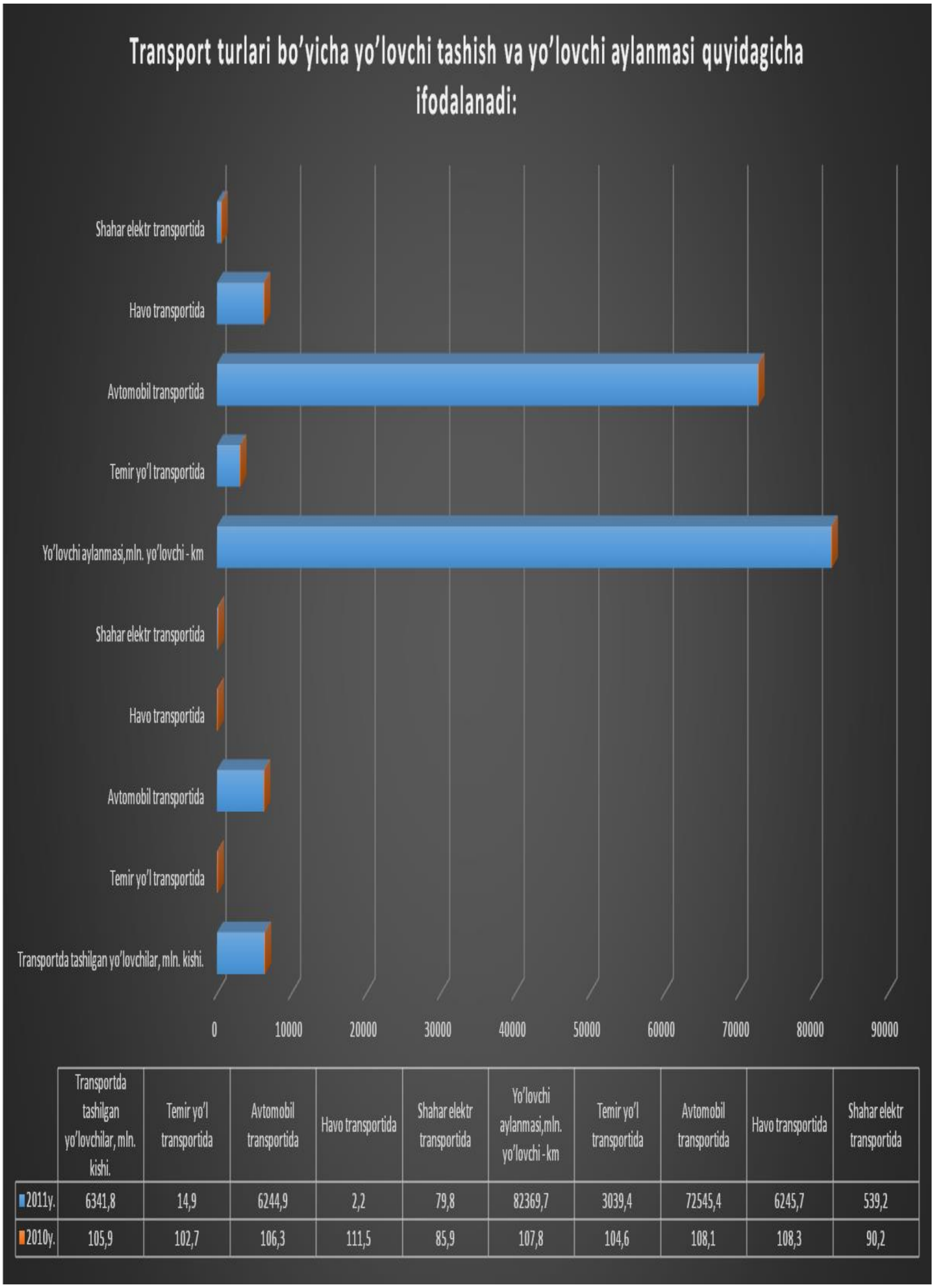
**M.T.Aliyeva. Turistik mamlakatlar iqtisodiyoti. O'quv qo'llanma. T.2007**

Kishi boshiga qilinadigan xarajatlar ikkiga bo'linadi

O'zgarmas xarajatlar: Tunash, ovqatlanish, muzey va tarixiy obidalarga taklif,uchish biletlari va mahalliy transport, kishi boshiga keladigan boshqa xarajatlar, kishi boshiga ketadigan xarajatlar, yo'lovchilarga beriladigan sovg'alar bilan ko'rsatiladigan xizmat xarajatlarini o'z ichiga oladi.

O’zgaruvchan xarajatlar quyidagilardan iborat: Avtobus transporti narxlari, ekskursavod uchun uchish narxi, haydovchiga ketadigan xarajatlar bilan guruhga boshchilik qiluvchi tur boshqaruvchisi va «free» xarajatlaridan iborat.

**2.5-diogramma**




| | Transportda tashilgan yo’lovchilar, mln. kishi. | Temir yo’l transportida | Avtomobil transportida | Havo transportida | Shahar elektr transportida | Yo’lovchi aylanmasi,mln. yo’lovchi - km | Temir yo’l transportida | Avtomobil transportida | Havo transportida | Shahar elektr transportida |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2011y. | 6341,8 | 14,9 | 6244,9 | 2,2 | 79,8 | 82369,7 | 3039,4 | 72545,4 | 6245,7 | 539,2 |
| 2010y. | 105,9 | 102,7 | 106,3 | 111,5 | 85,9 | 107,8 | 104,6 | 108,1 | 108,3 | 90,2 |

## 2.2.O’zbekistonda turistlarga bank xizmatlarini kursatish

Ma’lumki turistlarga chet el safarlarida puldan ko’ra plastik kartalardan foydalanish samaralidir. Xalqaro plastik kartalar qulayligi bilan turizmda hozirda juda ko’p foydalanilmoqda. Plastik kartalar bir necha turlarga bo’linadi.

Visa card 4 taga bo’linadi

Visa Electron VISAning yana bir mashhur va kerakli mahsulotlaridan biri hisoblanadi. Visa Electron kartochkalari electron POS-terminal o’rnatilgan savdo-hizmat korxonalarida to’lov vositasi sifatida qabul qilinadi. Shuningdek bu kartochka orqali internetda to’lovlarni ham amalga oshirish mumkin. Bu AQSH, Kanada va Avstraliyadan tashqari butun dunyoda ishlatiladigan debet-kredit karta hisoblanadi. Karta VISA kompaniyasi tomonidan 1980- yillarda taqdim etilgan bo’lib, Visa Debit kartasiga o’xshashdir.

Karta turli joylarda turlicha tavsiflanadi. Masalan: bir bank uni debet, boshqasi kredit karta hisoblashi mumkin. Asosan debet karta sifatifa ishlatiladi. To’lov kartasini olishda mijozdan uning daromadlari to’g’risida ma’lumot talab qilinmaydi.

Bir necha davlatlarda beriladigan odatiy bank plastik kartalaridan farq qilib, karta o’z egasiga naqd pulni hattoki, horijda turib ham bankomatdan yechib olish imkonini beradi. Chunki Visa Electron kartochkalari xalqaro banklar tarmog’I PLUS ga ulangan.

Buyuk Britaniyada Visa Electron hamma joylarda ham qabul qilinmaydi (masalan: VISA debit). Lekin u bolalar hisob raqami uchun debet karta sifatida foydalaniladi. Avstraliyada esa hamma kartalarni qabul qilish “Accept all cards” dasturi bor. M: VISA Debet bu davlatda berilmaydi, lekin qabul qilinadi.

Kredit kartalarni berishni kuchli yo’lga qo’ygan davlatlarda Visa Electron yoshlar va studentlar o’rtasida mashhur hisoblanadi.

VISA CLASSIC kartochkasi dunyoda qulay va ommaviy kartalardan hisoblanadi. Bugungi kunda O’zbekistonning bir necha tijorat banklari VISA classic kartalari bo’yicha o’z hizmatlarini taqdim etadi. (to’lov AQSH dollarida hisoblanadi.)

Birinchi kartalar plastik emas, balki, qog’ozli bo’lishgan. 1914- yilda ko’pgina Amerika do’konlari doimiy mijozlariga ishonch bilan kredit kartalarini taqdim qila boshlagan. 1928-yilda Bostonda Farrington Manafacturing kompaniyasi mijozning ismi va adresi

yozilgan metal kartalarni chiqara boshladi. Bu sotuvchiga tezda mijoz haqida ma'lumotlarni olish imkonini berdi. Har bir savdo korxonasida bunday hizmat ko'rsatish tarmog'i qabul qilina boshlandi. 1936-yil ga kelib mingga yaqin savdo do'konlari bu tarmoqqa kiritildi.

VISA GOLD kartalari o'z egasiga hizmat ko'rsatishning yuqori sifatini kafolatlab, qo'shimcha hizmatlar va imkoniyatlarni taklif qiladi va taraqqiyot belgisi hisoblanadi. Karta egalari GOLD nomi ostida butun dunyo bo'ylab tovar va hizmatlarni to'lashda, bir necha mehmonhonalarga joylashishda, avtomobilni ijaraga berish kompaniyalariga murojat qilganda chegirmalarga ega bo'ladilar.

VISA Gold kartalari orqali 9 mln. Dan ortiq savdo-servis korxonalarida tovar va hizmatlar uchun to'lovlarni amalga oshirish mumkin. Va uning 1 mln. dan ortiq naqd pul yechib olish uchun bankomatlari ishlab turibdi. Bu karta egasi to'lovlardan erkin bo'lgan Priority Pass Card hizmatini olishi mumkin. Priority Pass Card butun dunyoda xalqaro aeroportlarda VIP-joylarga ega bo'lish imkonini beradi. Bugungi kunda O'zbekistonning bir necha tijorat banklari VISA Gold kartalari bo'yicha o'z hizmatlarini taklif qiladi. (to'lovlar AQSH dollarida)

VISA PLATINUM kartalari VISA Gold ga nisbatan bir necha bor mukammallashtirilgan. Bu kartalar har xil ranglarda bo'lishi mumkin. Odatda kumush rangda bo'ladi. VISA PLATINUM bank kartalari assortimentida eng prestiji hisoblanadi. VISA PLATINUM bankning eng muhim mijozlari uchun tuzilib, ularning erkin qiziqishlari va talablariga javob beradi. U butun dunyoda tan olingan bo'lib sayohatda to'lovning qulay va ishonchli vositasi hisoblanadi. Afsuski bu kartani chiqarishning maxsus talablariga ko'ra u O'zbekistonda qabul qilinmagan.

MASTER CARD jismoniy shaxslar uchun xalqaro debet karta bo'lib, savdo korxonalarida tovar va hizmatlarga to'lash uchun ishlatiladi va u bilan vakolatli banklarning filiallaridan va bankomatlardan naqd pul yechib olish imkoniyati mavjud. Bir vaqtning o'zida bu karta naqd pul yechishda va savdo korxonalarida tovar va hizmatlar uchun to'lovni amalga oshirishda pul vositalaridan foydalanish uchun himoyani taminlaydi (Pin-kod kiritish yo'li bilan). Cirrus/Maestro kartalarini qabul

qiluvchi bankomatlar tarmog'i savdo, ko'ngilochar markazlar, vokzal va aeroportlarda rivojlangan.

Cirrus/Maestro dunyoda eng ko'p tarqalgan electron debet kartalardir. Ular xalqaro tizimda naqd pulsiz to'lovlarni amalga oshirish imkonini beradi.

MASTER CARD STANDART Master Card tizimida ishlovchi eng ilg'or kartalardir. Shuningdek u butun kun davomida ishlovchi va 30 tildan ortiq konsultatsiya beruvchi tarmoq bo'lib unda narxlar va sifatning optimal birlashuvini ko'ramiz.

MASTER CARD GOLD kartalari o'z egasining obro'yini belgilovchi oliy toifali kartalar hisoblanadi. Ular jismoniy shaxslar uchun xalqaro debit –kredit kartalari bo'lib, qo'shimcha hizmatlardan foydalanish imkonini beradi. Karta o'z egasiga yuqori xarid qobilyatini beradi va u yordamida katta xaridlarni amalga oshirish mumkin. Karta
o'z egasiga tibbiy sug'urta, yuridik konsultatsiya, karta yo'qotilgan taqdirda yangi karta olish yoki pulini qaytarib olish kabi bir necha hizmatlarni taqdim etadi. Karta egasi butun dunyoda Tovar va hizmatlar uchun to'lovni amalga oshirishda foydali takliflar va chegirmalrga ega bo'ladilar. Afsuski bu kartani chiqarishning maxsus talablariga ko'ra u O'zbekistonda qabul qilinmagan.

MASTER CARD PLATINUM bu ham xalqaro tan olingan karta bo'lib obro'li kishilar uchun mo'ljallangan. Bu kuchli to'lov vositasi bo'lib, ko'p sayohat qiluvchi zamonaviy ishbilarmon odam uchun mo'ljallangan. Karta Gold kartalarining barchasi uchun mos bo'lib o'z egasiga sayohat davrida juda katta sug'urta va kredit limitlarini taqdim etadi.

Hozirgi kunda turistik korxonalar ish faoliyatida internet tizimi alohida ahamiyatga ega. Turistlar internet orqali bevosita davlatni tanlab turistik korxonalar saytiga kirib mehmonxonadan joy buyurtirishi, tur-paketlarni sotib olishi mumkin. Yo'llarda turistlarni havfsizligini ta'minlash uchun bank tizimida yo'l cheklari ishlab chiqilgan. Shuningdek hozirda to'lovlar ham bevosita internet orqali amalga oshiriladi. Bunda xalqaro to'lov tizimlarida ishlash tartibini o'rganish talab etiladi.

Yo'l cheklari

Barcha turistlar sayohat va dam olish chog'ida odatiy hayotdan ko'ra ko'p hizmatlar ko'rsatilishi, har kuni ko'p pul sarflash va katta haridlarni amalga oshirishni hohlashadi.

Turistlar doimo pul bilan yuradi va bu o'g'ri va qalloblarni o'z ishlarini qilishga chorlaydi. Bu bilan turizmda pulning havfsizligini ta'minlash muammosi paydo bo'ldi.

-Tomas Kuk turistik tashkilotning muammolari bilan juda professional ravishda shug'ullangan va turistik faoliyatning barcha qirralarini o'rgangan. Aynan u birinchi bo'lib yo'l cheklarini

(tarvellers cheque) yaratgan. Bu havfsiz pullar maxsus sayohatchilar uchun tuzilgan. Kuk banklar bilan birga butun dunyoda bu cheklarni mahalliy valyutaga almashtirsa bo'ladigan muassasalarni ochdi. Bir necha vaqt o'tgach buni American express nomli kompaniya ham qila boshladi. Turizm sanoatining bu ikki giganti shuningdek turistlarni sug'urtalash va ularga moliyaviy hizmatlar ko'rsatishda yetakchi bo'lishdilar. Keyinchalik plastik (to'lov-debet) kartalari, xalqaro to'lov tizimlari, VISA, Dinner Club va boshqalar yaratildi. Bu to'lov vositalarini qabul qilish bilan birga turistlarda amaliyotda barcha restoran, do'kon va turistik markazlar da erkin to'lovlarni amalga oshirish imkoniyati paydo bo'ldi.

American Express cheklari

American Express yo'l cheklari ishonchli va qulay vosita bo'lib, sayohatchining o'z pullarini yo'lda saqlash uchun mo'ljallangan. American Express yo'l cheklari nominal qiymati 100, 500, 1000 bo'lgan dollar$ yoki yevroda € chiqariladi. Bu cheklarda mehmonhona, restoran, do'konlarda to'lovni amalga oshirish mumkin va naqd pul yechib olish mumkin. American Express yo'l cheklarida yaroqlilik muddati yo'q va ularni qancha kerak bo'lsa shuncha uzoq saqlasa bo'ladi. Asosiysi chek egasi o'z imzosini qo'yadi va egasidan boshqa hech kim bu cheklardan foydalana olmaydi. Yo'l cheklarini Milliy Bankning bo'limlaridan olish mumkin va bu uchun valyutniy hisob bo'lishi shart emas. Bo'limlarda mijozlarga chekdan foydalanish bo'yicha malumotlar beriladi.

Yo'l cheklaridan foydalanish qoidalari.

Yo'l cheklaridan foydalanish, u yo'qolganda va o'g'irlanganda qilinadigan tartiblar ingliz tilida chek kvitansiyaning orqa tarafida bayon qilingan bo'ladi

- Yo'l chekiga birinchi imzo uni sotib olish vaqtida chekni sotuvchi shaxs ishtirokida uning egasi tomonidan qo'yiladi.

- Ikkinchi imzo uni to'lov uchun qabo'l qilayotgan shaxs ishtirokida undan foydalanishda qo'yiladi
- Yo'l cheklarini naqd pul kabi ehtiyotkorlik bilan saqlash kerak.
- Yo'l cheklarini saqlashni uchinchi shaxsga berish kerak emas.
- Yo'l cheklarini o'g'irlatish va yo'qotish hollarida tezda (24 soat ichida) uni olgan muassasaga yoki militsiyaga habar berish kerak.

2.5-jadval

**O'zbekistonning tijorat banklarida yo'l cheklari bilan operatsiyalarni amalga oshirish ta'riflari:**

| |
|---|
| Yo'l cheklarini naqd pul qilish min 2% , summadan 3$ |
| Yo'l cheklarini sotish |
| Chet el valyutasi uchun Min1% summadan 5$ |
| Milliy valyuta uchun Tekin |
| Yo'l cheklarini inkassolash |
| Chek qiymati 500 doll. gacha AQSH 40$ |
| Chek qiymati 500 doll. dan AQSH 70$ |
| Chek qiymati 2 500 doll. AQSH 80$ |
| Yo'l cheklarini hisoblash |
| Depozit chek qiymati 1,5% dan chek summasi |
| Milliy bank |
| «American Express» yo'l cheklarini sotish 1% |
| «American Express» yo'l cheklarini sotib olish 2% |
| |

Yo’l cheklari bilan operatsiyalarni amalga oshirish tartibi.

Bankning ayirboshlash shoxobchalari va muassasalari vakolatli banklar va emitent xamda emitent bo’lmagan xorijiy banklar o’rtasida tuzilgan banklararo bitimda qayd etilgan tartibda va shartlarda Yo’l cheklarini to’lashlari mumkin. Bunda vakolatli banklarda nazorat materiallari (Yo’l cheklari nusxalari, xaq to’lash qoidalari ) mavjud bo’lishi kerak.

Yo’l cheki to’lov xujjati xisoblanib, uning matnida Yo’l cheki nomi, emitent bank nomi, uning vakolatli mansabdor shaxslari imzolari, emitent bankning chet el valyutasi yoki sumlardagi muayyan summani to’lash to’g’risidagi majburiyatlari, shuningdek, chekni to’lash paytida chek egasi qo’ygan imzo namunasi ko’rsatiladi.

Muayyan amal qilish muddati belgilangan Yo’l cheklari ushbu muddat davomida to’lanadi. Muddati o’tgan cheklar yoki banklararo bitimda ko’zda tutilmagan emitent bank cheklari faqat inkassoga qabul qilinishi mumkin.

Yo’l cheklari faqat imzo namunasi qo’yilgan dastlabki chek egasiga to’lanadi. Yo’l cheklari to’liq summada to’lanadi, cheklarni qisman to’lashga ruxsat etilamaydi.

Yo’l cheklari ayirboshlash shaxobchalari yoki bank muassasalari kassirlari tomonidan to’lanadi. Mijozdan Yo’l cheki qabul qilib olinayotganda ushbu chekning mavjud namunalari bilan bir xilligi, chek egasi imzosining namunasi xamda bu chek yo’qolgan va qalbaki cheklar ro’yxatidan qayd etilganini tekshiradi. Chekning xaqiqiyligiga ishonch xosil qilsa mijozga chekning maxsus ajratilgan qismiga imzo chektiriladi. Imzo nusxasi mos kelmasa pasportdagi imzo bilan qiyoslaydi to’g’ri kelsa pasport rekvizitlarini yozib qo’yadi, ushbu imzoni tasdiqlaydi va chekni to’laydi.

Agar chekda imzo o’rnida mijozning familiyasi, ismi va pasport seriyasi va raqami yozilgan bo’lsa uni solishtirgandan so’ng to’lashi mumkin.

Ayirboshlash shoxobchalari Yo’l cheklari xarid va sotishni naqd chet el valyutasini xarid qilish va sotish bo’yicha operatsiyalar tarzida rasmiylashtiradilar.

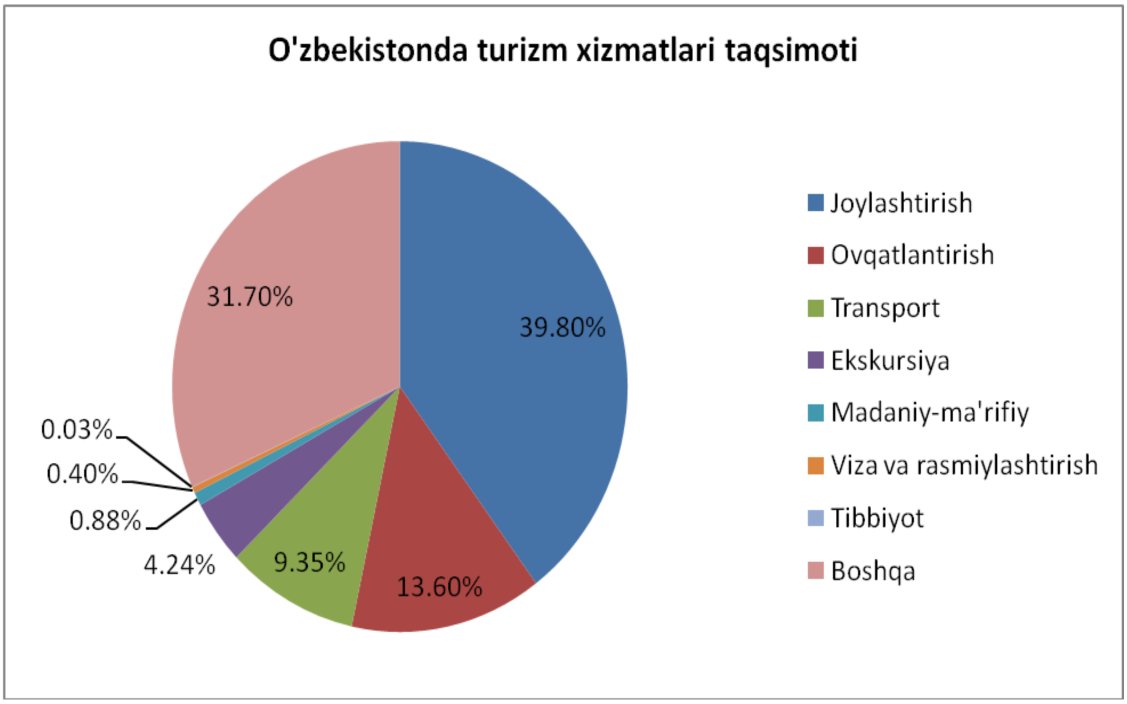
# III BOB XIZMATLAR SOHASINING TAHLILI

## 3.1. O'zbekistonda xizmat ko'rsatish sohasining rivojlantirishda erishilgan yutuqlar.

O`zbekistonda turizm kelajagiga shubhasiz ta`sir etuvchi kuchli tomonlarga firmaning xalqaro muhiti ham kiradi 1993 yil o`zida "O`zbekturizm" BTTga qabul qilindi va shu paytdan boshlab xalqaro "Buyuk ipak yo`li" loyihasining koordinatsiya markazi bo`lish huquqini himoya qilmoqda. Bir yildan keyinroq Toshkentda "O`zbekturizm" BMT va YuNESKO rahbarligi ostida BTTning "Ipak yo`li" xalqaro seminarini o`tkazdi. Ushbu loyiha BTT va YuNESKO tomonidan O`zbekiston vakillari ishtirokida ishlab chiqilgan. Natijada, 1996 yilga kelib dunyoda yangi turmahsulot - "Buyuk ipak yo`li" paydo bo`ldi. hozirgi kunda tashkilotlar "O`zbekturizm" tizimiga kiruvchi xususiy firma va kompaniyalar ushbu loyihani jahon turizm bozorida sotmoqdalar. O`zbekistonning turistik tashkilotlari "O`zbekturizm" rahbarligida London, Berlin, Milan, va endi Toshkentda har yili o`tkaziladigan Xalqaro turistik yarmarkalarda faol qatnashmoqdalar. O`zbekistonning turistik firmalari xorijiy hamkorlar bilan ko`plab shartnomalar imzoladilar. Agar xorijdagi turistik yarmarkalarda O`zbekistonni namoyon qilish imkoniga faqat yirik turfirmalar ega bo`lsalar, Toshkent yarmarkasida 100dan ortiq firma qatnashdi. O`zbekistonning xususiy turistik firmalari xorijdan kelgan 60dan ortiq firmalar bilan shartnoma tuzish imkoniyatiga ega bo`ldilar. Yarmarkalar O`zbekistonning turfirmalar uchun o`ziga xos maktab bo`lmoqda. "Ipak yo`li" turmahsuloti Evropa va Osiyo bozorlariga chiqarilgan. 1996 yildan boshlab bu mahsulot Amerikaliklarga ham taklif qilina boshlandi O`zbekiston uchun "Ipak yo`li bo`ylab turizm" loyihasi respublikada xalqaro turizmning rivojlanish strategiyasi hisoblanadi. SHuning uchun O`zbekistonning BTT Evropa kommisiyasidagi vakili bo`lgan "O`zbekturizm" birinchi navbatda Evropa davlatlari bilan xamkorlikni rivojlantirmokda Prezidentimizning xorijga safarlari vaqtida "O`zbekturizm" Milliy kompaniyasi imzo uchun xukumatlararo shartnomalar tayyorlaydi. Bu tashriflar chog'ida ko`plab yirik xorijiy firmalar bilan hamkorlik haqidagi shartnomalar imzolangan. "O`zbekturizm" Milliy kompaniyasi delegatsiyasi BTT va YuNESKO tomonidan o`tkaziladigan barcha xalqaro uchrashuvlarda faol

ishtirok etmoqda. Natijada respublikamizning reytingi oshib, munosib hamkor imiji hosil bo`lmoqda. Turli mamlakatlarda biznes-seminarlarda ishtirok etayotgan "O`zbekturizm" Milliy kompaniyasi nafaqat O`zbekistonning turistik salohiyati va imkoniyatlarini ochmoqda, balki O`zbekistoning turizm sanoatiga xorijiy investitsiyalarni jalb qilish uchun ko`p harakat qilmoqda. Masalan AqSH, Germaniya, Malayziya, Isroil, Turkiya, BAA, Misr, Slovakiyaning turfirmalari bilan hamkorlik ushbu davlatlardan kelayotgan turistlar sonini ko`paytirishga ijobiy ta`sir ko`rsatmoqda.

3.1-diagramma




**Manba : “O‘zbekturizm” milliy kompaniyasi Buxoro mintaqaviy bo‘limi**

Qo‘riqlanadigan tabiiy hududlardagi ekologik marshrutlarni tuzishda va amalga oshirishdan oldin turistik tashkilotlar shu hududlarning ma’muriyati, O‘zbekiston Respublikasi Tabiatni muhofaza qilish Davlat Qo‘mitasi bilan kelishishi hamda “O‘zbekturizm” Milliy Kompaniyasi yoki O‘zstandart Agentligidan sertifikat olishi lozim. Bunday ruhsatnomani olish uchun quyidagi hujjatlarni taqdim qilishlari lozim:

- marshrut sxemasi (unda tegishli joy xaritasida marshrut yo‘li tasviri bo‘lishi, dam olish uchun to‘xtash joylari, ovqat tayyorlash, tunash (qo‘nish) joylari ko‘rsatilishi kerak);

- marshrutning bayoni, ya'ni, masofasi, to'xtash joylari soni, o'zini tutish qoidalari, mavsumiylik, o'tish vaqti, marshrutdagi odamlar soni berilishi;

Ekologik so'qmoqlar, odatda, milliy tabiiy bog'lar (parklar) va davlat buyurtmaxonalari bufer, rekreasion hududlarda tashkil qilinadi. Alohida hollardagina bu so'qmoqlar qo'riqxonalar orqali o'tishi mumkin (lekin bunda atrof muhitga iloji boricha zarar yetmasligi, guruh maxsus gid alohida qo'riqlanadigan hudud mutaxassisi yetakchiligida yurishi lozim).

Turmarshrutni tuzishdagi rasmiyatchilik qoidalari tashkilotchilardan umumiy tabiiy xususiyatlardan tashqari alohida qiziqarli ob'ektlar (g'orlar, qoyalar, irmoqlar, ko'llar), flora (dorivor va noyob o'tlar, zaharli o'simliklar, lishayniklar olami) va fauna (Qizil kitobga kiritilgan hayvonlar, hashoratlar) to'g'risidagi ma'lumotlarni ham to'plashni talab qiladi. Shuni aytish kerakki, ekologik yo'lni tanlashda faqat landshaftning tipigina emas, balki bo'lajak rekreasion ekologik yo'nalishda tashrif buyurishi mumkin bo'lgan turistlar sig'imini ham hisobga olish lozim. Marshrut shunday rejalashtirilishi kerakki, o'simlik va hayvonot dunyosining noyob turlari, ayniqsa, davlat muhofazasidagi turlari yashaydigan joylarni chetlab o'tilishi zarur. Yo'lga chiqishdan oldin turistlar xavfsizlik texnikasi, shu hududlarda o'zini tutish qoidalari hamda qoida buzilganligi uchun ma'muriy-jinoiy javobgarlik to'g'risida yo'l-yo'riqdan o'tganliklari haqida maxsus daftarga imzo chekishlari lozim. Odatda ekologik marshrut va uning vazifalarini bir necha guruhlarga bo'lishadi.

Shunga ko'ra, ekologik marshrutlarning quyidagi yo'nalishlariga amal qiladi:

- chiziqli (to'g'ri);
- radial;
- halqasimon;
- yarim halqasimon va hokazo

Vazifasiga ko'ra ular quyidagi xillarga bo'linadi:

- bilim olish – sayr;
- bilim olish – turistik;
- o'quv – ekskursion;
- sport;

- rekriasion va hokazo

Bilim olish-sayr marshrutlarini tuzishda (ularni ba’zan “dam olish kuni so‘qmoqlari” deb atashadi) quyidagi talablarni hisobga olish lozim:

- masofa – 4 dan 8 km gacha
- iloji boricha qo‘riqlanadigan hududga kirish joyidan boshlanishi;
- turistlarni bir guruhga yig‘ib, gid yetakchiligida 3-4 soat mobaynida tabiat, tarix va madaniyat yodgorliklari bilan tanishib, yo‘l-yo‘lakay ma’ruza tinglab shoshmasdan yurilishi lozim.

Bilim olish-turistik yo‘nalishning o‘ziga xos tomonlari:

- masofa bir necha o‘n kilometrdan bir necha yuz kilometrga yetishi mumkin;
- ular qo‘riqxonaga kirish joyidan boshlanadi;
- sayyohatning davomiyligi-1-2 kundan bir necha haftagacha;
- turistlar guruhlarga birikib, marshrutni yetakchi va xizmat ko‘rsatuvchi xodimlar (oshpazlar, ot boqarlar) hamrohligida bosib o‘tishadi;
- turistlarning ushbu so‘qmoqni mustaqil o‘tishlariga ham ruxsat beriladi, lekin, agar yo‘l qo‘riqxona hududi orqali o‘tadigan bo‘lsa, ularga ushbu hudud ma’muriyati xodimi hamrohlik qilishi lozim;
- mustaqil sayyohat qilishdan oldin turistlar tegishli materiallar bilan ta’minlanishi va xavfsizlik texnikasi hamda o‘zini tutish qoidalari bilan tanishtirilishi zarur;
- turistlar qo‘riqlanadigan hududga kirish uchun to‘langan haq kvitansiya va ruxsatnomaga ega bo‘lishlari kerak.

O‘quv va malaka oshirish uchun tashkillashtiriladigan ekoturistik marshrutlarning xususiyatlarini mutaxassislar odatda quyidagicha tushunishadi:

- ushbu yo‘nalishlar faqat ekologik bilim olish uchun ochiladi va, avvolo, maktab o‘quvchilari, liseylar, kollejlar, oliy o‘quv yurtlari talabalari uchun mo‘ljallanadi;
- mavzu barcha ishtirokchilar uchun tushinarli bo‘lishi kerak;
- odatda, masofa 2 kmdan oshmaydi (ko‘pi bilan 3 soatlik o‘quv ekskursiyasi uchun mo‘ljallanadi);
- iloji boricha alohida qo‘riqxonaga kirishidan boshlanadi;

- bolalar yetakchi-ekskursovod yoki o‘quv muassasi o‘qituvchisi boshchiligida yurishadi.

Sport va rekreasion marshrutlar. Odatda, ushbu hududlarning xususiyatlari: tog‘ ko‘llari va daryolar (rafting, dayving, yelkanli qayiq sporti), tog‘ cho‘qqilari (alpinizm, qoyalarga chiqish), plyaj (rekreasiya), tuzli g‘orlar (davolanish) mavjudligini hisobga olib tuziladi. Ularning shu maqsadlarga mo‘ljallangan jihozlari, tajribasi va ruxsatnomasi bo‘lgan maxsus firmalar tuzadi.

Bunday joylarda, odatda, piyoda yoki otda yuriladi, lekin istisno sifatida (ma’muriyatning ruxsati bilan) avtomobilda yuriladi..

Har qaysi marshrutda 3 ta asosiy omil mavjud:

- qiziqarlilik (jalb qiluvchanlik)–bu tushuncha tabiatning manzaradorligi (go‘zalligi), o‘ziga xosligi va turli-tumanligi, yodgorliklarning noyobligi;
- hammabopligi-hududga har yoshdagi guruhlarning tashrif buyurishi, ularning muayyan qoidalar va tadbirlarni bajarishlari imkoni borligi, hududning transport yo‘liga uzoq-yaqinligi;
- axborotdorlik-turistlarning geografiya, biologiya, geologiya, ekologiya bo‘yicha bilim olishlariga imkoniyat borligi ya’ni ekologik marshrutning boshqa marshrutlardan farqi mavjudligi.

Ikkinchi tomondan, qo‘riqlanadigan hududga kirishdan oldin ma’muriyat turistlar uchun axborotlar ko‘rgazma taxtasi o‘rnatishi lozim. Mavjud ko‘rgazma taxtasida olov yoqish, ov qilish ahlat tashlamaslik to‘g‘risida taqiqlovchi ma’lumotlar berilgan bo‘lishi kerak. Bu ma’lumotlarni qayta ko‘rib chiqish, uni yanada boyitish lozim. Ayniqsa, uning bezatilishiga ahamiyat berishi kerak, chunki turistlarning marshrutga qiziqish-qiziqmasliklari shunga bog‘liq. Eng avvalo, bu ko‘rgazmada quyidagilar bo‘ladi:

- barcha marshrutlar to‘g‘risidagi ma’lumotlar (masofasi, murakkabligi, asosiy mo‘ljallar, yurish vaqti, mavsumiyligi);
- bu yerdagi flora va fauna, shu jumladan, davlat muhofazasidagilarning ro‘yxati;
- yurish-turish (o‘zini tutish) qoidalari;
- ob’ektlarni borib ko‘rish narxi;
- gid (mutaxassis) ning hamrohligi shartligi yoki shart emasligi;

- eng qiziqarli joylarning surati yoki rasmi;
- ushbu qo‘riqlanadigan hududning tarixiy ma’lumoti, geografik chegaralari, muloqat telefonlari, xodimlarning ro‘yxati.

Axborot ko‘rgazmalarining materiallar va konstruksiyasi har xil bo‘lishi mumkin, lekin ular ushbu uch talabga javob berishi lozim: oddiylik, qulaylik va uzoqqa chidashlik.

Marshrutlarni ishlab chiqishda turoperatorlar tomonidan quyidagilarga alohida e’tibor qaratilishi lozimdir; yo‘llarda, dam olish manzillarida, va ovqatlanish shaxobchalarida, albatta, axborot ko‘rsatkichlari qo‘yilgan bo‘lishi lozim. Har bir marshrutning o‘z raqami, rangi yoki rasmi bo‘lishi maqsadga muvofiq. Shunda turistlar daftarcha yordamida o‘zlarining turgan joylarini xatosiz aniqlay olishadi. Daftarchalarda diqqatga sazovor joylargacha bo‘lgan masofani va ularga yetib borish uchun qancha vaqt sarflanishi aniq ko‘rsatilishi kerak.

Tadqiqotlarimizning ko‘rsatishicha, ekoturistik mahsulot boshqa mahsulotlar, masalan, madaniy-bilim, sport mahsulotlaridan o‘ziga xos tomonlari bilan farq qiladi. Bu farqqa sabab shuki, turistlar, ba’zan kam tiklanadigan tabiiy resurslardan foydalanishadi. Xo‘sh, turmahsulot qanday bo‘lishi kerak, u yoki bu unsurning ta’siri qanday belgilanishi lozim?

Eng avvalo turistik mahsulot arzon, barcha mavsumlarga xos bo‘lmasligi, iste’moli cheklanmasligi kerak. Ammo ekosistemalar haqida gap ketganda buning iloji yo‘q va bunday bo‘lmasligi lozim. Sayyohatning faolligi yoki xavfsizligi bilan uyg‘unlashadigan ko‘p kunlik va uzoq masofali omil maqsadga muvofiq, lekin har doim ham shart emas hisoblanadi. Biroq, xavfsizlik, saqlangan flora va faunaning mavjudligi, alohida qo‘riqlanadigan hududlarda turistlarning o‘zlarini tutish qoidalari qattiqligi muhim omillardir. Bu omilni g‘arb turistlari hech qachon inkor qilishmaydi.

Turistik marshrutlar turli belgilarga ko‘ra tasniflanadi.

1. Turlariga ko‘ra quyidagi marshrutlar farqlanadi:

1tematik marshrutlar – dasturida ekskursiya xizmatlari ko‘rsatish va muayyan mavzuda ma’rifiy mashg‘ulotlar o‘tkazish (muzeylarga kirish, xalq bayramlarida ishtirok etish, til o‘rganish va h.k.) asosiy o‘rinni egallagan turlar;

2 kurort-sog‘lomlashtirish marshrutlari – dasturida dam olish va sog‘lomlashtirish tadbirlari (kurortda davolash, profilaktik davolash, dengiz bo‘yida dam olish, fitoproseduralar va h.k.) asosiy o‘rinni egallagan turlar;

3 sport marshrutlari – dasturida sport tadbirlari yoki faol harakatlanish usullari (safarlar va sayrlar, tog‘ chang‘isida uchish, veloturlar, rafting, sarguzashtli ekspedisiyalar va b.) asosiy o‘rinni egallagan turlar;

4 aralash marshrutlar – xizmat ko‘rsatish dasturidan yuqorida zikr etilgan barcha marshrutlarning unsurlari o‘rin olgan marshrutlar.

2. Mavsumiylik jihatidan quyidagi marshrutlar farqlanadi:

5 yil bo‘yi o‘tkaziladigan marshrutlar – yillik ish grafigiga ega bo‘lgan turistik marshrutlarning barcha turlari;

6 mavsumiy marshrutlar – yilning ma’lum faslida o‘tkaziladigan marshrutlar (chang‘i, suv, tog‘ marshrutlari va h.k.). Masalan, daryo bo‘ylab teploxoddagi turlar faqat navigasiya davrida o‘tkazilishi mumkin.

3. Trassa tuzilishiga ko‘ra chiziqli, halqali, radial va aralash marshrutlar farqlanadi. CHunonchi:

7 chiziqli marshrut – boshi va oxiri turli jo‘g‘rofiy punktlarda joylashgan harakat yo‘nalishi. Masalan: Moskva – Sankt-Peterburg.

B → OP-1 → OP-2 → O

Ko‘pincha turist belgilangan joyga yetib kelgach, bir mehmonxonada yashaydi, bir hudud doirasida ekskursiyaga va boshqa safarlarga chiqadi. Bunday marshrut har kuni yukini yig‘ish va chamadonlar yoki ryukzaklarga joylashtirishni, mehmonxonama-mehmonxona ko‘chib yurishni yoqtirmaydigan turistlar uchun qulay;

8 Halqali marshrut – boshi va oxiri bir jo‘g‘rofiy punktda joylashgan, marshurtda bir necha punktlarda to‘xtash mo‘ljallangan harakat yo‘nalishi. Masalan: «Rossiya oltin halqasi» (Moskva – Sergiev Posad – Rostov Yaroslavskiy – Yaroslavl – Ivanovo – Suzdal – Vladimir – Moskva).

*1.1. B OP-1 OP-2 OP-3 O*

9 Radial marshrut – boshi va oxiri bir jo‘g‘rofiy punktda joylashgan (stasionar), unda yashab turib, turist boshqa punktlarga safar qiladigan va sayohatni boshlagan joyga qaytib keladigan harakat yo‘nalishi.

1.2. OP-1 B OP-2 O OP-3

Misol uchun: Turistlar Misrdagi Xurgada kurortiga tashrif buyuradi va ikki kundan keyin Qohira va Gizaga ikki kunlik safarga yo‘l oladi. SHu ikki kunlik ekskursiya davrida turistlarning Xurgadadagi mehmonxonada egallagan o‘rni saqlanib qoladi.

10 Aralash marshrut – chiziqli, halqali va radial marshrutlarni muayyan tarzda o‘zida mujassamlashtirgan harakat yo‘nalishi.

OP-2
↑↓
B → OP-1 → OP-3 → O
↓↑
1.3. OP-4

(B – marshrutning boshi, O – marshrut oxiri, OP-1 – OP-4 – marshrutda to‘xtaladigan oraliq punktlar).

Halqali marshrutda mamlakatga tashrif buyurish joyi yoki hudud:

- o‘zgarmas bo‘lishi, ya’ni mamlakat bo‘ylab sayohat bir joyda boshlanishi va ayni shu joyda yakunlanishi;
- alohida bo‘lishi, ya’ni bir joyda boshlanib, boshqa joyda yakunlanishi (krossing-tur) mumkin.

4. Davomiyligiga ko‘ra quyidagi marshrutlar farqlanadi:

11 ko‘p kunlik (14-30 kunlik) marshrutlar;

12 bir necha kunlik (1-3 kunlik) marshrutlar – dam olish kunlarida tashkil etiladigan marshrutlar;

13 bir necha soatlik marshrutlar (ekskursiyalar).

5. Marshrutdagi transport turiga ko‘ra:

14 turistik firmaning o‘z transportidagi marshrutlar – turistik firma yoki kompaniyaning transport xo‘jaliklari ixtiyoridagi transportda o‘tkaziladigan turlar;

15 boshqa tashkilotlardan ijaraga olingan (fraxt qilingan) transportdagi marshrutlar – turistik tashkilotlar (shartnomaga ko‘ra) tur muddatiga yoki xizmat ko‘rsatish mavsumiga ijaraga olib foydalanayotgan transportda o‘tkaziladigan turlar. Ijaraga olingan maxsus transport vositalari sifatida turistik tashkilotlar dengiz va daryo teploxodlaridan, turistik-ekskursion poezdlarning maxsus tarkiblari, avtobuslardan foydalanadi;

16 turistik shaxsiy transportidagi marshrutlar – avtohavaskorlar (shaxsiy avtomashina egalari) uchun maxsus ishlab chiqilgan yakka tartibdagi yoki gruppaviy turlar. Bunda turistlarga marshrut davomida barcha xizmatlar (avtokempinglarda yashash, ovqatlanish, ekskursiyalar, dam olish, avtomobilni ta’mirlash va b.) ko‘rsatiladi;

17 umumiy foydalaniladigan transportdagi marshrutlar – turistlarni yo‘lovchi huquqida tashishga mo‘ljallangan grafikli yo‘lovchi transportida o‘tkaziladigan turlar. Umumiy foydalaniladigan transportga grafik bo‘yicha qatnaydigan poezdlar, yo‘lovchi tashiydigan samolyotlar, teploxodlar, avtobuslar kiradi.

6. Harakatlanish usullariga ko‘ra:

18 avtobusdagi marshrutlar;

19 teploxoddagi marshrutlar (dengiz, daryo marshrutlari;

20 aviasiya marshrutlari;

21 temir yo‘l marshrutlari;

22 aralash marshrutlar farqlanadi.

7. Marshrut mazmuniga ko‘ra:

23 tabiat qo‘ynida dam olish;

24 dengiz bo‘yida dam olish;

25 tog‘da dam olish;

26dam olish va baliq ovi farqlanadi.

**3.1-jadval**

| **Qatnov yo‘llarining uzunligi (yil oxiriga; km.)** | | |
|---|---|---|
| | | |
| | **2000 y.** | **2012 y.** |
| **Umumfoydalanish temir yo‘llari (foydalanadigan uzunlik)** | **3471,5** | **4191,8** |
| **Shu jumlan elektrifikatsiyanganlai** | **618,7** | **702,0** |
| **Umumfoydalanish avtomobil yo‘llari** | **43689** | **42654,0** |
| **shu jumladan xalqaro ahamiyatga ega bo‘lgan** | **3239** | **3979,0** |
| **Quvur yo’llari** | **13166,8** | **14324,5** |

**3.2-jadval**

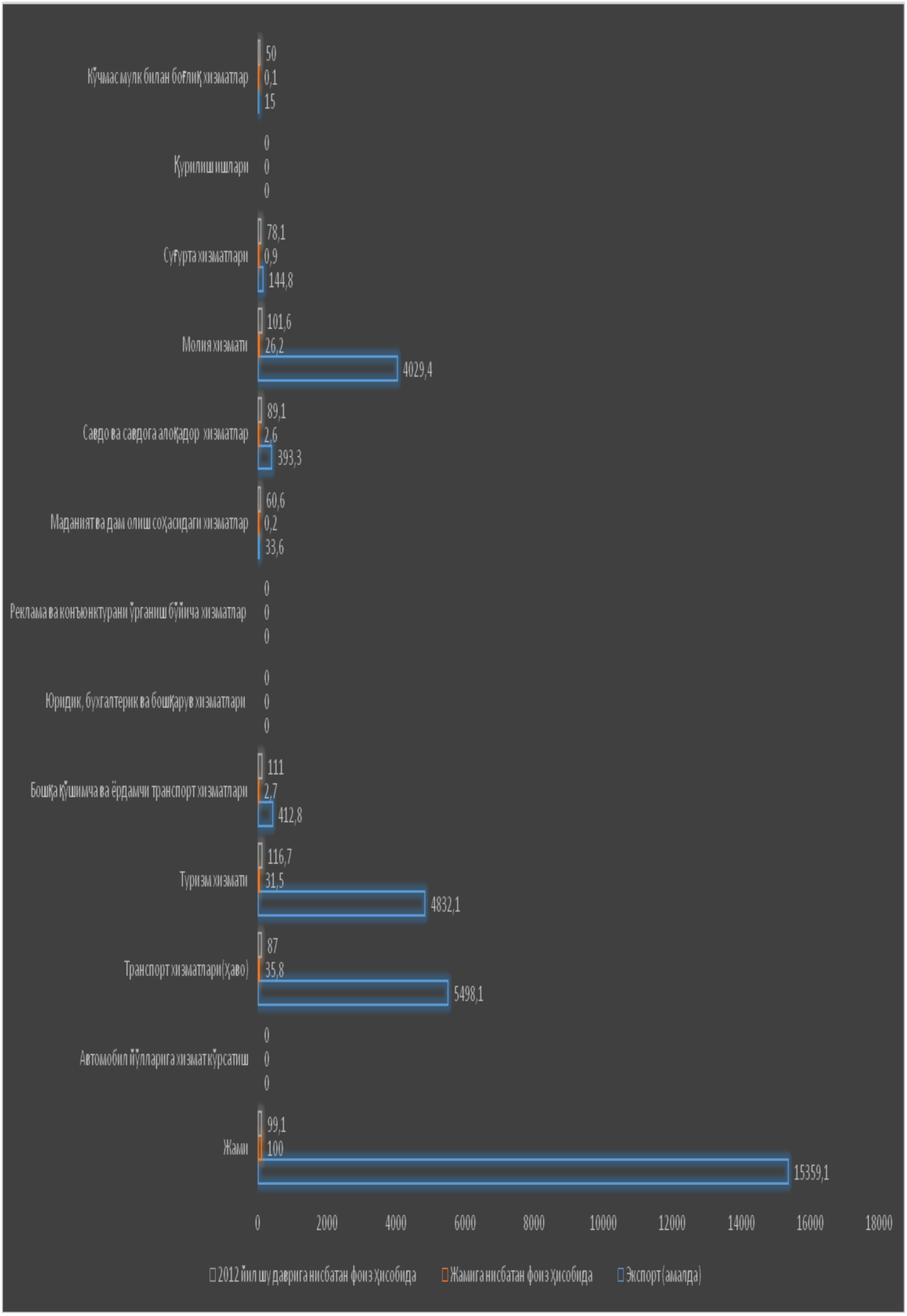
## Chet ellik sayyohlar uchun turistik ko'rgazma obyektlari, % da

| № | Obyektlarning turi | Angliya | O'zbekiston |
|---|---|---|---|
| 1. | Tarixiy obyektlar | 27,0 | 33,0 |
| 2. | Muzeylar va ko'rgazmalar | 37,0 | 14,0 |
| 3. | Qishloq obyektlari | 15,0 | 18,0 |
| 4. | Dam olish obyektlari | 3,0 | 11,0 |
| 5. | Sanoat obyektlari | 2,0 | 1,0 |
| 6. | Xalq ijodi obyektlari | 5,0 | 18,0 |
| 7. | Tabiatga boqish | 4,0 | 3,5 |
| 8. | Temir yo'l | 8,0 | 1,5 |
| | JAMI: | 100,0 | 100,0 |

**Manba:www.library.uz**

**3.2-diagramma**

**2013-YILDA KO‘RSATILGAN XIZMATLAR EKSPORT TURLAR(mingAQShdoll)**



## 3.2. Buxoro viloyati xizmat ko’rsatish sohasining tahlili

Xizmat ko`rsatish sohasida respublika bo`yicha 2013 yil
1 yanvar holatiga 471 ta ob’ektlar foydalanishga topshirilishi va ushbu ob’ektlarda 1667 ta yangi ish o`rinlari tashkil etilishi ko`zda tutilgan. Hisobot davrida umumiy qiymati 16,3 mln.dollarga teng 471 ta investitsion loyihalar amalga oshirildi va 1746 ta yangi ish o`rinlari yaratildi.

2013 yil yakunida viloyatda jami ko`rsatilgan xizmatlar hajmi 3367,9 mlrd.so`mni tashkil etib o`tgan yilga nisbatan 122,8 foizni tashkil etmoqda. Ko`rsatilgan xizmatlar hajmi viloyat axoli jon boshiga 1932,2 ming so`mga to`g`ri keldi.

**Pullik xizmat.**

2013 yil yakunida viloyatda ko`rsatilgan jami pullik xizmat hajmi 1010,1 mlrd.so`mni tashkil etib o`tgan yilga nisbatan 116,4 foizga bajarildi.

**3.3-jadval**

# Buxoro viloyatida 2013 yilda yangi ochilgan mehmonxonalar.

| № | Mehmonxona nomi | Joylashgan manzili | Xonalar soni | O'rinlar soni | Yaratilgan ish o'rni |
|---|---|---|---|---|---|
| **1** | Sarbon plaza"MChJ "Sarbon plaza" mehmonxonasi | Buxoro shahri, B.Naqshband ko'chasi | 8 | 16 | 5 |
| **2** | "Chor Minor Grand" MChJ "Rangrez" mehmonxonasi | Buxoro shahri, B.Naqshband ko'chasi | 9 | 22 | 5 |
| **3** | "Jamol Rauf Baxt"MChJ "Shodlik" mehmonxonasi | G'ijduvon tumanidagi Axmad Donish ko'chasi | 16 | 40 | 4 |
| **4** | "Green Mulbery"MChJ "Shohtut" mehmonxonasi | Buxoro shahri, B.Naqshband ko'chasi 128-uy | 10 | 20 | 4 |
| **5** | "Gold Star Plus Azizbek" MChJ "Ark" mehmonxonasi | Buxoro shahri, Eshoni Pir ko'chasi 3-uy | 6 | 17 | 3 |
| **6** | "Mehri Nur Xonim" MChJ "Arabon" mehmonxonasi | Buxoro shahri, Islom ko'chasi 2-4-uy | 7 | 14 | 3 |
| **7** | "Buxara Shirin Plaza Fayz" MChJ "Shirin Plaza" mehmonxonasi | Buxoro shahri, B.Naqshband ko'chasi | 16 | 32 | 5 |
| **Jami** | | | **72** | **161** | **29** |

**"O'zbekturizm" milliy kompaniyasi**
**Buxoro mintaqaviy bo'limi boshqaruvchisi** **Sh.Mahmudov**

**3.4-jadval**

**Buxoro viloyatida 2014 yilda yangi ochilishi rejalashtirilgan mehmonxonalar.**

| № | Mehmonxona nomi | Joylashgan manzili | Xonalar soni | O‘rinlar soni | Yaratilgan ish o‘rni |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | “Chor minor Buxoro” MChJ “Modarixon” mehmonxonasi | Buxoro shahri, Mextar Ambar ko‘chasida | 20 | 40 | 5 |
| 2 | “Mirshod Mirjon Azamat" MChJ “Naqshband” mehmonxonasi | Buxoro viloyati Kogon tumani Orifon ko‘chasi | 16 | 40 | 3 |
| 3 | “Samani Buxara” MChJ “Samani” mehmonxonasi | Buxoro shahri, N.Husainov ko‘chasi 6-uy | 8 | 16 | 3 |
| 4 | “Malika-Sayyoh” oilaviy korxonasi “Aminzoda” mehmonxonasi | Buxoro shahri, Xo‘ja Bulg‘or ko‘chasi 18-uy | 6 | 12 | 3 |
| 5 | MChJ “Xelena-Oazis” mehmonxonasi | Buxoro shahri, Arabon ko‘chasi 9-uy | 22 | 44 | 5 |
| 6 | “Nur Azizbek Saodat” MChJ “Azizbek” mehmonxonasi | Buxoro shahri, Bozorxo‘ja ko‘chasi | 11 | 23 | 3 |
| 7 | “Nazokat Nozanin Shaxrinoz” MChJ “Marvarid” mehmonxonasi | G‘ijduvon shahri, Yu.Xamadoniy ko‘chasi 19-uy | 6 | 16 | 3 |
| 8 | MChJ “Misgaron” mehmonxonasi | Buxoro shahri, Haqiqat ko‘chasi | 25 | 50 | 5 |
| 9 | Buxoro” MChJ “Ko‘kaldosh” mehmonxonasi | Buxoro shahri, Mextar Ambar ko‘chasi 145-uy | 10 | 22 | 3 |
| 10 | “Madinabonu” Oilaviy korxonasi “Saroy” mehmonxonasi | Buxoro shahri, Xavzi Nav ko‘chasi 21-uy | 9 | 18 | 3 |
| **Jami** | | | **133** | **281** | **36** |

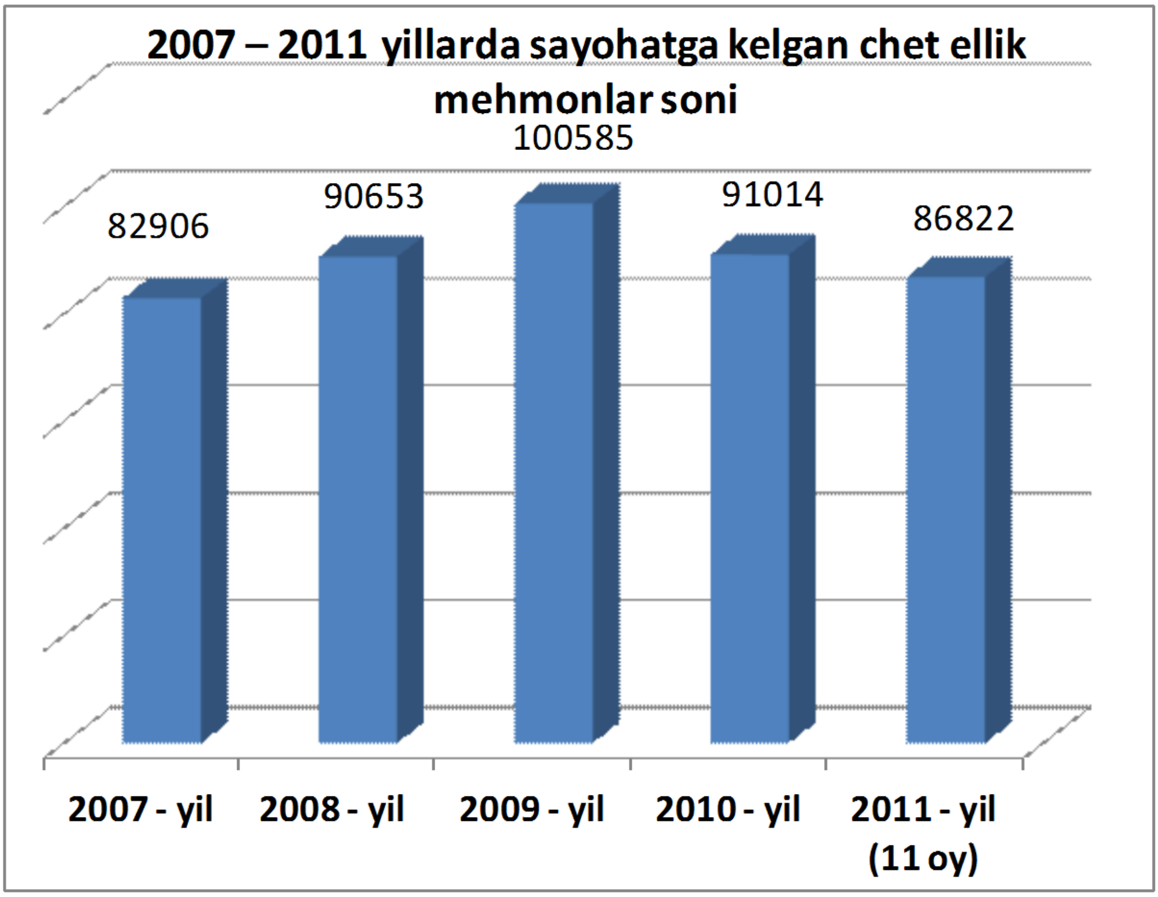
**“O‘zbekturizm” milliy kompaniyasi Buxoro mintaqaviy bo‘limi ma’lumotlari**

2007 2011-yillarda viloyatimizda faoliyat ko'rsatayotgan turistik  tashkilotlar soni **65 tagacha**, shundan mehmonxonalar **56 taga** yetdi. Bir kunda **2400 dan ortiq** mehmonlarga yuqori darajada servis xizmati ko'rsatish imkoniyati yaratildi.

**3.5-jadval**

| T/r | Yillar | Mehmonlarga ko'rsatilgan xizmatlar miqdori, so'm | Xorijiy sayyohlarga ko'rsatilgan eksport xizmatlar miqdori, AQSH doll. | Mehmonxonalar soni |
|---|---|---|---|---|
| 1. | 2007 | 4 752 505 600 | 3 010 800 | 46 |
| 2. | 2008 | 6 355 471 300 | 3 783 000 | 48 |
| 3. | 2009 | 7 601 470 700 | 3 891 300 | 51 |
| 4. | 2010 | 9 774 980 400 | 4 501 800 | 53 |
| 5. | 2011-yil (11 oy) | 9 264 066 000 | 4 214 000 | 56 |

**3.3-diogramma**



**3.6-jadval**

**Buxoro Viloyatida 2000-2011 yillarda iqtisodiyotning asosiy tarmoklaridagi ishlab chikarish hajmiga nisbatan kichik biznesning ulushi(foiz hisobida)**

| SHaxar vatumanlar | 2000 yil | 2001 yil | 2002 yil | 2003 yil | 2004 yil | 2005 yil | 2006 yil | 2007 yil | 2008 yil | 2009 yil | 2010 yil | 2011 yil |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **YAXMda** | **33** | **34,8** | **35** | **39,8** | **38,0** | **40,7** | **53,5** | **56,2** | **59,3** | **61,4** | **64,1** | **65,7** |
| Sanoatda | 7,4 | 9,2 | 9,9 | 13,3 | 9,7 | 10,4 | 10,7 | 11,5 | 12,7 | 15,7 | 17,9 | 19,9 |
| Kishlok xujalikda | 73,2 | 73,8 | 73,3 | 71,2 | 74,3 | 96,5 | 92,9 | 98 | 98 | 98,2 | 98,2 | 98,3 |
| Asosiy kapitalgainvestitsiya | 24,9 | 28,9 | 17,3 | 26 | 16,4 | 20,9 | 14,6 | 8,4 | 16,9 | 7,2 | 14,4 | 13,2 |
| Kurilish ishlarida | 34,2 | 33,7 | 29,4 | 37,4 | 33,5 | 27,4 | 35,8 | 36 | 43,3 | 46,4 | 53,4 | 64,0 |
| CHakanasavdoaylanmasida | 38,4 | 36,7 | 35,5 | 30,9 | 27 | 26,8 | 31,4 | 36 | 41,7 | 38,2 | 48,2 | 46,2 |
| Aholiga pullikxizmatko'rsatishda | 61 | 61,7 | 60,5 | 62,5 | 67,4 | 64,8 | 68,3 | 69,9 | 72 | 68,9 | 65,5 | 63,6 |
| YUktashishda | 7,8 | 8,9 | 11,3 | 22,1 | 31,3 | 32 | 53,4 | 53,4 | 62,1 | 69,7 | 76,6 | 71,0 |
| YUk aylanmasida | 21,9 | 25,1 | 28,6 | 40,1 | 84,4 | 88,2 | 74,9 | 98,5 | 94,9 | 92,5 | 87,7 | 81,1 |
| Yo'lovchi tashishda | 36,3 | 39,6 | 44,5 | 75,6 | 50,7 | 49,8 | 69 | 74,1 | 77,6 | 78,4 | 83,9 | 90,6 |
| Yo'lovchi aylanmasida | 39 | 46 | 52,4 | 66,8 | 75 | 77,7 | 80 | 81 | 87,1 | 82,1 | 78,6 | 85,4 |

*Manba: http://www.stat.uz*

YAXMda 32,7% ga,Aholiga pulli xizmat ko'rsatish 2.6%ga,Yuk tashishda 63.2%ga, Yuk aylanmasida 59.2%ga,Yo'lovchi tashishda 54.3%ga,Yo'lovchi aylanmasida 46.4%ga oshdi.

3.7-jadval

Buxoro viloyatida 2011-yilning turistik xizmatlarning rivojlanish bazasi.

| Ko'rsatkichlar | | | | Viloyat buyicha jami va ulardagi o'rinlar soni | | shu jumladan: Davlat korxonalari va ulardagi joylar soni | | Xorijiy xamkorlik korxonalari va ulardagi joylar soni | | Kichik va xususiy korxonalarning joylarisoni | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Turistik korxonalar** ***(birlik)*** | **Jami** | | **2010 yil** | 65 | 2292 | 1 | 438 | 5 | 498 | 59 | 1356 |
| | | | **2011 yil** | 65 | 2356 | 1 | 438 | 5 | 498 | 59 | 1420 |
| | **shu jumladan:** | **mehmonxo-nalar** | **2010 yil** | 53 | 2292 | 1 | 438 | 5 | 498 | 47 | 1356 |
| | | | **2011 yil** | 56 | 2356 | 1 | 438 | 5 | 498 | 50 | 1420 |
| | | **turfirma-lar** | **2010 yil** | 12 | | 0 | | 0 | | 12 | |
| | | | **2011 yil** | 9 | | 0 | | 0 | | 9 | |
| **Turistlar okimi** ***(ming.kishi)*** | | | **2010 yil** | 118.5 | | 10.6 | | 20.8 | | 87.1 | |
| | | | **2011 yil** | 122.1 | | 7.8 | | 21.1 | | 93.2 | |
| | | | **O'sish(kamayis% hisobida** | 102.9 | | 73.7 | | 101.3 | | 106.8 | |
| **Shundan qabul qilinganlar** ***(ming.kishi)*** | | | **2010 yil** | 117.9 | | 10.6 | | 20.8 | | 86.5 | |
| | | | **2011 yil** | 121.7 | | 7.8 | | 20.9 | | 93.0 | |
| | | | **O'sish (kamayish) % hisobida** | 103.3 | | 73.7 | | 100.5 | | 107.5 | |
| **shu jumladan: chet el fuqarolari** ***(kishi)*** | | | **2010 yil** | 90728 | | 7317 | | 14621 | | 68790 | |
| | | | **2011 yil** | 90734 | | 5909 | | 14984 | | 69841 | |
| | | | **O'sish(kamayis) % hisobida** | 100.0 | | 80.8 | | 102.5 | | 101.5 | |
| **Ko'rsatilgan xizmatlar hajmi** ***(mlrd. so'm)*** | | | **2010 yil** | 9385.6 | | 1040.7 | | 2087.9 | | 6257.0 | |
| | | | **2011 yil** | 9807.1 | | 956.0 | | 2764.2 | | 6086.8 | |
| | | | **O'sish(kamayis) % hisobida** | 104.5 | | 91.9 | | 132.4 | | 97.3 | |
| **Xizmatlar eksporti** ***(ming AKSH doll.)*** *Manba: http://www.stat.uz* | | | **2010 yil** | 4501.8 | | 479.9 | | 973.9 | | 3048.0 | |
| | | | **2011 yil** | 4501.9 | | 488.6 | | 1272.7 | | 2740.6 | |
| | | | **O'sish (kamayish) % hisobida** | 100.0 | | 101.8 | | 130.7 | | 89.9 | |

## XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa qilib aytganda, istiqlolgacha O‘zbekiston dunyoga istiqbolli turistik yo‘nalish sifatida ma’lum emas edi. Mustaqillikka erishganimizdan keyin turizm sohasidagi davlat siyosatining yangi tamoyillari tatbiqi bugungi yutuqlarimizga asos bo’ldi. Bugun oldimizda mamlakatimizning turizm salohiyatidan to‘liq foydalanishday o‘ta mas’uliyatli vazifa turibdi. Mamlakatimiz turizm resurslariga juda boy, ishlashimiz uchun barcha sharoitlar yaratilgan. Soha esa chuqur ilmiy asosda ishlashni talab etadi. Mavjud resurslardan unumli foydalanish uchun reklamani keng yo‘lga qo‘yishimiz, O’zbekiston tarixi va buguni, urf-odatlarimiz

biznes sub’ektlari hisoblanadi. Ushbu firmalar tomonidan ko’rsatiladigan turistik xizmatlar, ya’ni turistik mahsulot turlari xususida ham alohida to’xtalib o’tdik.

Bundan ko’rinadiki, jahon moliyaviy-iqtisodiy inqirozi sharoitida mamlakatimizda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni jadal rivojlantirish iqtisodiy o’sishni ta’minlash, yangi ish o’rinlarini tashkil qilish, aholining daromadlari va farovonligini oshirishning muhim omili sifatida amal qilmoqda.

Ma’lumki, hozirgi kunda mamlakatimizda xalqaro turizmning jahon andozalariga mos keladigan jihatlari endigina rivojlanayotganligi bois turistlarga turistik xizmatlarni ko’rsatish borasida talaygina qiyinchiliklarga duch kelinmoqda. Bular bevosita turizm sohasida faoliyat ko’rsatayotgan kichik va o’rta biznes sub’ektlari o’rtasidagi o’zaro munosabatning yaxshi o’rnatilmaganligiga borib taqaladi. Biz quyida ana shu muammoni hal etish yo’llari xususida o’z fikr-mulohazalarimizni bildirib o’tmoqchimiz.

xizmat ko’rsatishning iqtisodiy samaradorligi deganda quyidagilardan iqtisodiy yutuqqa erishish tushuniladi:

- davlat miqyoslarida turizmni tashki etish;
- hudud aholisiga turistik xizmat ko'rsatish;
- turistik firmaning ishlab chiqarish, xizmat ko'rsatish jarayoni.

ekspertlarning fikricha, atrof-muhit O`zbekistonda turizmni bozor modelini normal rivojlantirishga asosiy to`siq hisoblanadi. Atrof-muqit-tushunchasiga quyidagilarni kiritdik:

- qo`shni Afg’onistondagi siyosiy beqarorlik;
- Orolbo`yi mintaqalaridagi ekologik muammolar.

O’zbekistonda milliy ustunliklar va jahon tajribasidan foydalanib turistik sanoat rivojlanishining bozor modelini yaratish kerak. Bosqichma – bosqich ravishda markazlashgan boshqaruvdan bozor munosabatlariga o’tish kerak. Bu xususiy tadbirkorlikni rivojlantirilganda va bozorda raqobat hosil qilinganda mumkin bo’ladi. Bozor tizimiga samarali o’tish uchun shuningdek o’zbek turistik firmalari xizmat ko’rsatishining rivojlanishi va ularning turmahsulotlar bilan jahon bozoriga chiqishiga yordam beradigan turizm bo’yicha erkin iqtisodiy hududlar tashkil qilish maqsadga muvofiq. Turizmda xalqaro faoliyatni amalgam oshirish va milliy kompaniyalarning xalqaro turistik yarmarkalarda ishtiroki yuqori malakali kadrlar tayyorlash O’zbekistonda turizmni rivojlantirishning bozor modelining tezroq shakllanishiga yordam beradi.“O’zbekistonda xizmat ko’rsatishni rivojlantirishning o’ziga xos xususiyatlari va istiqbollari ” mavzuidagi bitiruv malakaviy ishimizning yakuni sifatida quyidagi takliflarni kiritishimiz mumkin.

- mamlakatimiz turizm resurslariga juda boy, hamma gap undan oqilona foydalana olishda. O’zbekiston qadimiy shahar, tarixiy obidalarga boy shahar. Kelayotgan turistlar qadimiy obidalarni, yodgorliklarni ko’rishga intiladi. Bularning hammasi bizda mavjud. Shu maqsadda biz mavjud resurslardan unumli foydalanishimiz uchun reklamani keng yo‘lga qo‘yishimiz, O‘zbekiston tarixi va buguni, urf-odatlarimiz haqida hujjatli filmlar, bukletlar, yo‘l ko‘rsatkichlar yaratishimiz, butun dunyoga tarqatishimiz kerak.

-bilamizki, “Buyuk Ipak yo’li” bizning mintaqamizdan o’tadi. Bu esa O’zbekiston turizmining rivojlanishiga katta ta’sir ko’rsatadi. Boshqa davlatlar bilan hamkorlikni yo’lga qo’yishda juda katta imkoniyat hisoblanadi.

- ta’kidlash kerakki, O’zbekiston xalqaro bozorda qadimda o’zbek shaharlari orqali o’tgan “Buyuk Ipak yo’li”ni reklama qilish orqali turistik turlar sotishni amalga oshirmoqda. Bu Toshkent, Buxoro, Samarqand va Xiva shaharlaridir. Turistik turlarni yanada takomillashtirish, reklamani yanada jonlantirish va milliylikni ko’rsatish maqsadga muvofiq.

- O’zbekistonda turizmni tezroq rivojlantirish uchun respublika hududida Buyuk Ipak yo’li shaharlari – Samarqand, Buxoro, Xiva va Toshkentda turizm bo’yicha erkin iqtisodiy hududlar tashkil qilish zaruriyati tug’ilayapti. Turistik hududlar respublikaga xorijiy turistlar oqimi va shu orqali valyuta tushumining ko’payishiga imkon yaratadi.
- O’zbekistonda asosan tanishish turizmi rivojlangan ya’ni, tarixiy obyektlarga borish. Ammo respublikada ekologik turizm, shu jumladan uning sarguzasht turlari – “rafting”, ot va sport turizmini rivojlantirish uchun hamma imkoniyat mavjud. Butun dunyoda ekologik va sarguzasht turizmining rivojlanishi turizm sanoatining aynan ssohasini rivojlantirishga e’tibor qaratishga undaydi. O’zbekiston mehmonlarga turli – tuman turlar; jazirama cho’l bo’ylab sayohat, doimiy qorli cho’qqilarda chang’i trassalari, ov va baliq ovi, deltaplanda uchish va alpinizmni taklif qiladi. Turizmning turli ko’rinishlarini rivojlantirish uchun diversifikatsiyalangan soliq tizimini kiritish kerak.

# FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO’YXATI:

1. O’zbekiston Respublikasining “Turizm to’g’risida”gi qonuni – O’zbekistonning yangi qonunlari. Toshkent, 2000

2. O’zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining №346 1998 yil 8 avgustda qabul qilingan “Turistik tashkilotlarning faoliyatini takomillashtirish” to’g’risidagi farmoyishi

3. Karimov I.A. O’zbekiston Respublikasi Prezidentining “O’zbekturizm” MKsining tashkil topishi” to’g’risidagi farmoni № PF – 447. 1992 yil 27 iyul

4. Karimov I.A. “O’zbekiston mustaqillik ostonasida” Toshkent, O’zbekiston, 2011 yil, 44 bet

5. O’zbekistonda turizmni rivojlantirishning 2005 yilgacha bo’lgan davlat dasturi O’zbekiston Respublikasi Prezidenti I.A. Karimovning 15.04.1999 yildagi PF – № 2286 farmoni

6. O’zbekiston Respublikasi Prezidentining 2007 yil 21 maydagi “O’zbekiston Respublikasida 2010 yilga qadar xizmat ko’rsatish va servis sohasini rivojlantirishni jadallashtirish bo’yicha qo’shimcha chora – tadbirlar haqida”gi PQ – 640 – sonli qarori

7. “Mamlakatimizni modernizasiya qilish yo’lini izchil davom ettirish – taraqqiyotimizning muhim omilidir” Prezident I. A. Karimovning O’zbekiston Respublikasi Konstitusiyasi qabul qilinganining 18 yilligiga bag’ishlangan tantanali marosimdagi ma’ruzasi, 2010 yil 7 dekabr

8. “Turizm faoliyatini lisenziyalash to’g’risida”gi Nizom 2003

Karimov I.A. “O’zbekiston mustaqillik ostonasida” Toshkent, O’zbekiston,
9. 2011 yil, 44 bet

10. “Turizm faoliyatini lisenziyalash to’g’risida”gi Nizom 2003

11. “O’zbekturizm” MKsining faoliyatini takomillashtirish chora – tadbirlari haqidagi 360 – sonli 2004 yil 28 iyuldagi Vazirlar Mahkamasinig qarori

12. Alieva M.T. “Turistik mamlakatlar iqtisodiyoti” darslik, Toshkent, TDIU 2009 yil, 146 bet

13. Allaberganov A. A. “Turizm industriyasi” Toshkent. 2004 yil, 210 bet

14. Kamilova F.K. “Mehmonxona va restoran xo’jaligi marketingi” o’quv qo’llanma

Toshkent, 2007 yil, 97 bet
15. Kamilova F.K., Taisheva I.M., Sayfutdinov SH.S. “Turizm industriyasi”. O’quv qo’llanma. Toshkent. TDIU 2007 yil 192 bet
16. Manba: Tuxliev N.T., Abdullaeva T. Natsionalnie modeli razvitiya turizma. T.: 2006. 152 bet
17. Komilova F.K “Mukammal turizm g’oyasi”. “Iqtisodiyot va ta’lim” № 2, 2003 yil 98 bet
18. Komilova F.K. “Turizm sohasining rivojlanish istiqbollari”. “Iqtisodiyot va ta’lim” № 1, 2004 yil 68 bet
19. Nazarova G. Komilova F.“O’zbekistonda turizm imkoniyatlarini kengaytirish. O’zbekiston iqtisodiy axborotnomasi. Jurnal.” 2000 yil 49 bet
20. Saidov A. F. “Turizm tinchlik va farovonlik timsoli” Toshkent, 2007 yil 245 bet
21. “O’zbekistonda turizmni rivojlantirish” maqolalar jamlanmasi, “TURIZM YO’NALISHIDA KADRLAR TAYYORLASHNI TAKOMILLASHTIRISH YO’LLARI” mavzusi. Latipov.Sh.K, Yuldashev.K.Sh. 2010 yil, 260 bet
22. I A Karimovning “2013-yil yakunlari va 2014-yil rejalari” ma’ruzasi
23. Samarqand iqtisodiyot va Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti “turizm infra tuzilmasini rivojlanishining metodologik uslubiy asoslarini takomillashtirish.samarqand 2014 yil 172 bet
24. Hamidov.O.H Norchayev.O.N Ekoturizm Toshkent 2011 145 bet
25. Manba:www.library.uz
26. www.OrexCA.com – Markaziy Osiyoning turistik onlayn kompaniyasi
27. www.world-tourism.org – Butunjahon Turistik Tashkiloti
28. www.uzbekistonovozi.uz – O’zbekiston ovozi ijtimoiy siyosiy gazetasi
29. www.uza.uz – O’zbekiston milliy axborot agentligi
30. www.infoman.uz – eng so’nggi yangiliklar
31. www.Uzbektourism.uz – “O’zbekturizm” MK statistik ma’lumotlaridan
32. www.uzbektourism.uz – “O’zbekturizm MK” veb – sayti
33. www.dreambukhara.org - Buxoro viloyatidagi mehmonxonalar haqida ma’lumot
34. www.tour.uz – O’zbekistondagi mehmonxonalar va turlar sayti

35.www.bukhara.uz  – Buxoro viloyati rasmiy veb – sayti
36. www.wetpaint.com - Buxoro oqshomi gazetasi
37. www.jamiyatgzt.uz - Jamiyat ijtimoiy – siyosiy gazetasi
38. www.vatandosh.uz – AQSHdagi birinchi o’zbekcha gazeta
39. www.narod.ru - O’zbekistonning tarixiy obidalari veb sayti
40. www.Uzreports.uz – bussines news of Uzbekistan
41. www.library.uz – Alisher Navoiy kutubxonasi
42. www.discovenger.uz – dunyo bo’ylab sayohat
43. www.statistics.uz  – yillik statistika ma’lumotlari

# Annotation

## OF THE BACHELOR'S GRADUATION QUALIFICATION THESIS OF THE STUDENT OF 3MX-10 GROUP student Sharipov Sherzod

Today over the world, as well as in Uzbekistan further enhanced attention to the economy of services.

People usefully spend their time trying to relax restore health trying to learn more about the old customs of other countries and nationalities. Such services are provided by the tourism area. By XX- century efforts to this effort and spurred. In some countries, the area of tourism is developing very stable and their annual growth reaches 11% to 12%. And this proves what an important role in the economies of playing quality service. Interestingly this is that due to the development of tourism infrastructure and developing the market, sale, food industry, construction, trade and other service industries.

Uzbekistan joined the new XXI century combatant steps. Scientists predicted that the XXI century will be tourism century. Tourism XXI century for its contribution to the country's budget will ensure the sustainability of currency. For this in our region have the versatile features and foundations. Only for this life we have to provide a strategy for tourism development,

Pick up service to new heights of service. In Uzbekistan, tourism is not a new industry, the industry has long existed, but the challenge that we face is to develop tourism on the basis of the new strategy.

It is believed that tourism is a tourist service area which includes the network meetings peculiar pastime. Cooperation in the field of tourism associations of production attraction not employed or underemployed population layers, helps to solve the problem and correct use all labor resources.

Cooperation in the field of tourism economics has opportunities play an important role in regional development. Tourism helps active work in the regions, the company in the production draws attention not busy and working population, increasing poverty work. Cooperation in the field of tourism is accelerating the pace of economic development,

Helps useful use of regional resources as well as advanced training. Tourist economy helps accelerate and improve the development of the agricultural production. In the future, in connection with the development of public services will increase the number of employment. In the tourism industry through cooperation accelerated development of the economy increasing its economic importance, the profit brought the tourism industry, much to the level of contributions to the industry. Although it takes a lot of deposits, investments make on tourism is very useful because it fills costs very quickly. Cash received from foreigners are included in the profit and relationships in different kinds of national economy.

In Uzbekistan, the originality and the top of the development of tourism is becoming a topic in the spotlight today. Proof of this is the great success obtained in the field of tourism development that is rapidly building new hotels, increase jobs, increase the number of highly skilled workers, increasing tourist flows year after year must be considered in my opinion . To generate revenues tourism ranks third after oil and the automotive industry. Naturally leads to the flow rate. Based on this, the problem areas historic monuments for tourism, the need for the teaching of professional experience in the industry proves the value of the theme of the thesis.

The main object of the development of the service industry in the Bukhara region and accurate now existing problems and find the ways to resolve them.

Purpose of the thesis:

Verifying identity service in the Bukhara region and the doctrine of conversion;

Service transports tourists and consideration of the impact on the banks of tourists;

Peculiarities of the service industry in Uzbekistan;

Clarifying directions of state support the development of tourism in Uzbekistan;

Work on the proposals and conclusions on the progress of tourism in Uzbekistan.

The object of the thesis is the branch of service in the Bukhara region and the object of performance achieved in the field of service in the Bukhara region.

Composition of the thesis: Goals and objectives to clarify the meaning and reflected in the thesis work. Thesis consists of an introduction, three chapters, conclusions, proposals and list of references. The introduction refers to the value of the theme, the

degree of its development, connectivity with research work and their plans. First chapter of the thesis presented thoughts on the role and place of tourism in the economy of Uzbekistan. In the second chapter is brief description of the development of tourism throughout Uzbekistan. In the third chapter of the thesis examined and explored the possibilities of development problems in this regard, to resolve these issues , the role of government policy in the content of sustainable tourism , the composition of this policy. And also examined cases are maintained and must be carried out for the development of tourism in the Bukhara region. Based on all this, conclusions were drawn. The section devoted to the conclusions of the deduction that was made in the course of research. At the end of the list of tables and literature relevant to the work are given in the form of supplements.

Concluding before independence Uzbekistan was not considered as a country with a tourist perspective. After independence, we are faced with the task as the use of the tourism industry. Our country is very rich in tourism resources, all conditions for work. Industry requires deep research based work. To use the resources correctly we need to do large scale advertising, tell us about the history of Uzbekistan and the world today, to create a documentary film about the customs and traditions, booklets, guides to create and distribute worldwide.

Tourists primarily seek peace in the country. As well as tourists in the desire to see the country with an ancient history and of course the tourists want to see the people who respect and preserve their traditions. Of course it is Uzbekistan Uzbeks.

From the above comes a short conclusion:

Work in the tourism sector is not only to work in the economic sphere but also in the political sphere. Therefore, the state pays special attention to this sector.

Working in the tourism industry for locals can affect positively the same negative. Positive qualities consist of the following:

1Otkrytie new jobs;

2Uvelichenie profits rising standard of living of local residents;

3Uskorenie urbanization, infrastructure, development of cultural institutions;

4uskorenie political and cultural action

5rost requirements for agricultural products and local production;
Increase in natural systems;
Today in our country in the tourism sector employs more than 750 private tourist firms. Almost all of them are considered small medium-sized businesses.
Services provided by these companies are quite valuable. Hence we see that during the global financial crisis in our country is dawning rapidly small business and entrepreneurship.
It is known that today our tourism does not fully meet our standards of the world tourism become like so only in the service sector, we still find it difficult . It is directly related to the fact that small and medium-sized businesses differences still exist. Next we want to give their advice and share your thoughts to resolve this problem.
The word refers to the economic service the following achievements:
-creation of tourism on the state level
-to provide travel services to the local population
-maintenance and production of travel companies
- Guest exports habitat is a barrier to the development of tourism and Uzbekistan market model. The concept of habitat, we have introduced the following
- Political fragmentation in neighboring Afghanistan
- Environmental problems in the Aral Sea region
Uzbekistan should create a developed market model world experience. Centralized government should gradually move into the market economy. This can be achieved only by developing private enterprise and market competitiveness. To effectively shift to the market as well as the development of tourist service companies and travel assistance to Uzbekistan in their way with their tourist products on the world market is the main goal. Development of tourism in Uzbekistan helps the rapid development of the market model. In the thesis work with the theme " In Uzbekistan, the development peculiar properties and service perspective, we can introduce their proposals .
- Our country is rich in tourism resources problem in their proper use. In Uzbekistan, there are many ancient cities and historical monuments.

Tourists arriving in Uzbekistan are trying to see the historical sights. That's all we have. In order to show the past and present day Uzbekistan, we must develop advertising to create documentaries on our customs and guide books.

- We know that the Silk Road passes through our region. And it has a great influence on the progress of tourism. It is considered great opportunity to collaborate with other countries.
- It is necessary to adopt that Uzbekistan is the world market that passed through the Uzbek city of the Great Silk Road sells tourist tours through the sale of advertising. This is the city of Tashkent, Bukhara, Samarkand and Khiva. Should be strengthen the publicity and national mentality to generate tourist tours.
- For the rapid development of tourism in Uzbekistan born commitment to extend the free economic zones in the areas of passing the Silk Road cities of Samarkand, Bukhara, Khiva and Tashkent.
- Tourist flow in tourist areas accelerates the introduction of different currencies in the republic.
- Development of tourism dating in Uzbekistan. For the development of eco-tourism and adventure tourism, including rafting , horse riding and sports in general all conditions. Due to the fact that the world is very developed ecological and adventure tourism in our country, this kind of tourism should be given more attention. Guests Uzbekistan are different kinds of recreation: travel on water spaces on the tops of mountains, climbing, fishing, and flying gliders. A species for the development of tourism is necessary to diversify the tax system.