

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

СамИСИ ўқув услубий

кенгашида муҳокама этилган

ЎУК раиси _____ А.Бектемиров

Баённома №

**«Туризм операторлик хизматини
ташкиллаштиришнинг асослари»**

фанидан

ЎҚУВ УСЛУБИЙ МАЖМУА

САМАРҚАНД 2013

И.С.Тухлиев, Н.Э.Ибадуллаев, Г.Р.Турсунова. Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари. Ўқув-услубий мажмуа. Самарқанд: СамИСИ. - 2013- 407 бет.

Лойиха муҳаррири:

И.С. Тухлиев, “Халқаро туризм ва туризм сервиси” кафедраси
профессори, и.ф.д.

Такризчи:

Х.М.Маматкулов “Халқаро туризм ва туризм сервиси” кафедраси
доценти, г.ф.н.

Ушбу ўқув-услубий мажмуа туризмда операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг мазмуни ва моҳиятини ўрганишга бағишланган бўлиб, унда туроператорлик фаолиятининг туризм бозорида тутган ўрни, турмахсулотни ишлаб чиқиш ва сотиш жараёнини ташкил этиш хусусиятлари ҳар жиҳатдан ўрганишга бағишланган.

Мазкур ўқув-услубий мажмуа олий ўқув юртлари «Туризм операторлик хизматини ташкиллаштириш», «Туризм (фаолият йўналишлари бўйича)», «Меҳмонхона хўжалигини ташкил этиш ва бошқариш» каби таълим йўналишларида таҳсил олаётган талабаларга мўлжалланган. Ундан туризм бўйича касб-хунар коллежлари ўқитувчилари ва туризм соҳасида фаолият кўрсатаётган мутахассислар ҳам фойдаланиши мумкин.

Мажмуа олий мактаб ва қўшимча таълим тизимидаги таълим муассасалари ўқитувчилари учун мўлжалланган. Ўқув-услубий мажмуа Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2011 йил 20 майдаги “Олий таълим муассасаларининг моддий-техник базасини мустаҳкамлаш ва юқори малакали мутахассислар тайёрлаш сифатини тубдан яхшилаш чора тadbирлари тўғрисида”ги № ПҚ 1533-сонли қарори 2-илоvasи 7-бандида кўрсатиб ўтилган вазифалар ҳамда олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг 2011 йил 15 октябрдаги № 87-01/1-166 модемограммасида белгилаб берилган ўқув-услубий мажмуалар намунавий таркиби ва Тошкент Давлат иқтисодиёт университети методикаси асосида ишлаб чиқилган.

Ўқув-услубий мажмуа Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти Илмий Кенгашида муҳокама этилган ва ўқув жараёнига тadbиқ этиш ҳамда нашр учун тавсия этилган. Баённома №

ЎҚУВ-УСЛУБИЙ МАЖМУА МУНДАРИЖАСИ

№	Таркиб мазмуни	Саҳифалар
	КИРИШ	4
I.	«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фанининг ўқув дастури	5
II.	«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фанининг ишчи дастури	14
III.	«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фанининг таълим технологияси	37
IV.	«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича масалалар ва машқлар тўплами	178
V.	«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фанидан тест саволлари	180
VI.	«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича назорат учун саволлар (ЖН,ОН, ЯН)	183
VII.	«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича умумий саволлар	185
VIII.	«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича тарқатма материаллар	187
IX.	«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича глоссарий	200
X.	«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича реферат мавзулари	207
XI.	«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фанининг ахборот- услубий таъминоти	208
XII.	«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича таянч конспект Power Point дастурида илова қилинади.	
XIII.	«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича ўқув қўлланма	207
XIV.	«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича хорижий манбалар	397
XV.	«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фанидан курс иши мавзулари	398
XVI.	«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича аннотациялар	399
XVII.	«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фанидан муаллифлар ҳақида маълумот	400
XVIII.	«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича фойдали маслаҳатлар	401
XIX.	«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича норматив ҳужжатлар	402
XX.	«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича рейтинг (баҳолаш) мезони	403

КИРИШ

Мамлакатнинг ижтимоий – иқтисодий ривожланишида аҳолига хизмат кўрсатувчи соҳаларнинг ўрни ва роли ғоят сезиларли бўлиб, бунда туризмнинг аҳамияти бошқа хизмат кўрсатиш соҳаларига қараганда юқори суръатлар даражасида ривожланиши билан белгиланади. Шунинг учун ҳам кейинги йилларда Ўзбекистонда туризми ривожлантириш билан боғлиқ бўлган масалаларга катта эътибор берилиб, унинг туристик салоҳиятидан самарали фойдаланиш йўллари шаклланимоқда.

Буни шундан ҳам англаш мумкинки, кейинги йилларда уни ривожлантириш ва такомиллаштиришга қаратилган Ўзбекистон Республикаси Президенти ва Ҳукуматининг бир қанча фармон ва қарорлари, вилоятларда эса унинг ижросини таъминлашга бағишланган қарорлари қабул қилинди. Булар жумласига «Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарорини киритиш мумкин. Ушбу қарор билан хизмат кўрсатиш, сервис ва туризм соҳасини ривожлантиришнинг мамлакатимиз ва ҳудудлар бўйича аниқ дастурлари ҳам тасдиқланган. Булардан ҳам кўриниб турибдики, ушбу соҳада фаолият юритадиган субъектлар сони кескин ўсади, улар кўрсатадиган хизматларнинг сифати эса замон талабига мос равишда ошади.

Маълумки, туристик хизмат кўрсатиш ва ташкил этишда туроператорлик хизматлари асосий ўринда туради. "Туризм тўғрисида"ги қонун бўйича ўз туристик маҳсулотини шакллантирадиган ва унга ўз йўлланмасини чиқарадиган туристик ташкилотгина туроператор ҳисобланади. Ҳозирги кунда туризм соҳаси бўйича мутахассисларни талаб даражасида тайёрлаш муҳим масаладир. Шунга кўра республикамызда мазкур соҳани ривожлантириш мақсадида 2004 йилдан бошлаб Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтида «5810600 - Туризм операторлик хизматини ташкиллаштириш» таълим йўналиши очилди.

Мазкур таълим йўналишининг ўқув режасига «Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани киритилган бўлиб, мазкур фанда туроператорлик фаолиятининг асосий мазмуни ўргатилади. Мазкур яратилган ўқув-услубий мажмуа биринчи галда туризм йўналишларида таҳсил олаётган талабаларга мўлжалланган бўлиб, бу фан бўйича ўзбек тилида яратилган биринчи адабиётлардан ҳисобланади.

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА
МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

Рўйхатга олинди:

№ _____

20__ йил «__» _____

Ўзбекистон Республикаси Олий ва
ўрта махсус таълим вазирлигининг
20__ йил «__» _____даги
«__»-сонли буйруғи билан
тасдиқланган

**ТУРИЗМ ОПЕРАТОРЛИК ХИЗМАТИНИ
ТАШКИЛЛАШТИРИШНИНГ АСОСЛАРИ**

фанининг

ЎҚУВ ДАСТУРИ

Билим соҳаси:	600000	Хизматлар соҳаси
Таълим соҳаси:	610000	Хизмат кўрсатиш соҳаси
Таълим йўналиши:	5610300	Туризм (фаолият йўналишлари бўйича)
	5610200	Меҳмонхона хўжалигини ташкил етиш ва бошқариш

Тошкент – 20__

Фаннинг ўқув дастури Олий ва ўрта махсус, касб-ҳунар таълими ўқув-услубий бирлашмалари фаолиятини Мувофиқлаштирувчи Кенгашининг 20__ йил «___» _____ даги «___»-сон мажлис баёни билан маъқулланган.

Фанинг ўқув дастури Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтида ишлаб чиқилди.

Тузувчи:

Ибадуллаев Н.Э.– «Халқаро туризм ва туризм сервиси» кафедрасининг доцент
в.б., и.ф.н.

Такризчилар:

Хошимов М.А. – СамИСИ «Халқаро туризм ва туризм сервиси»
кафедраси доценти, г.ф.н.

О.Л.Муҳаммедов – Самарқанд Давлат Университети «Иқтисодий ва
ижтимоий география» кафедраси доценти

Фаннинг ўқув дастури Самарқанд Иқтисодиёт ва сервис институти
Илмий кенгашида тасдиқлашга тавсия қилинган (20__ йил ____ августдаги
__сонли баённома)

Кириш

Мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланишида аҳолига хизмат кўрсатувчи соҳаларнинг ўрни ва роли ҳолат сезиларли бўлиб, бунда туризмнинг аҳамияти бошқа хизмат кўрсатиш соҳаларига қараганда юқори суръатлар даражасида ривожланиши билан белгиланади. Шунинг учун ҳам кейинги йилларда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш билан боғлиқ бўлган масалаларга катта эътибор берилиб, унинг туристик салоҳиятидан самарали фойдаланиш йўллари шаклланимоқда.

Ушбу дастур туризмда операторлик хизматини ташкил этишда туроператорликнинг моҳияти ва вазифалари, туристик маршрут, экскурсия ва махсус турлар ташкил этиш, халқаро бозорда миллий турмаҳсулотни ўтказиш, ҳамда туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этишга оид масалаларни қамраб олади.

Ўқув фанининг мақсади ва вазифалари

Фаннинг ўқилишидан мақсад - туризм операторлиги хизматлари кўрсатиш фирмаларида фаолиятни ташкил қилиш асосларини ёритиш, туризм сервис корхоналари хусусиятларини ўрганиш, туризм соҳаси фирмаларини ташкил қилишда чет эл тажрибаларидан фойдаланиш, Ўзбекистонда туроператорлик хизматларини такомиллаштириш йўллари ўрганишдан иборат.

Фаннинг вазифаси - туристик маҳсулотлар ишлаб чиқиш, турларни режалаштириш ва ташкил қилиш усуллари кўриб чиқиш, фаолият кўрсатаётган туристик фирмаларда истиқболга қаратилган ўзоқ муддатли режалаштириш асосларини жорий этиш, туризм маршрутларини ташкил этиш йўллари ҳақидаги билимларни эгаллаш, туризм бозори ва унга бўлган талаблар тўғрисида талабаларда тасаввур ҳосил қилишдир.

Фан бўйича талабаларнинг билимига, кўникма ва малакасига қўйиладиган талаблар

«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» ўқув фанини ўзлаштириш жараёнида амалга ошириладиган масалалар доирасида бакалавр:

-туроператорлик хизматининг моҳияти; туроператорнинг функцияларини; туристик бозор тушунчаси; туристик бозорнинг вазифаларини; туристик маҳсулот тушунчаси; туристик маҳсулотлар хусусиятларини; туризмда хизматлар ва уларнинг хусусиятлари ҳақида **билиши керак**.

-туристик маршрутларини ишлаб чиқишни; турларни шакллантириш ва ташкил этиш; туризмда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматлари; туристик фирмалар, меҳмонхоналар, ресторанлардаги бошқарув ва режалаштириш фаолияти билан бевосита танишиш **кўникмаларига эга бўлиши керак**.

-туристик маҳсулотларни сотишни асосий шакллари; хизмат етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш; туристик ҳужжатлар билан ишлаш; экскурсия хизматини ташкил этиш; туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш бўйича **малакаларига эга бўлиши керак**.

Фаннинг ўқув режадаги бошқа фанлар билан ўзаро боғлиқлиги ва услубий жиҳатдан узвий кетма-кетлиги

«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани умумқасбий фан ҳисобланиб, 5 – семестрда ўқитилади. Дастурни амалга ошириш ўқув режасида режалаштирилган математик ва табиий (олий математика; ахборот

технологиялари ва тизимлари; иқтисодий география ва экология), умумқасбий (менежмент; маркетинг; халқаро туризм; туризмни режалаштириш; туризм асослари; туризм географияси; туризм маршрутларини ишлаб чиқиш технологияси ва ҳ.,к.) ва ихтисослик (туризм индустрияси, туризмда стратегик менежмент, Ўзбекистоннинг туристик ресурслари ва ҳ.,к.) фанларидан етарли билим ва кўникмаларига эга бўлишлик талаб этилади.

Фаннинг ишлаб чиқаришдаги ўрни

Туризм маҳсулотини ишлаб чиқиш ва уни халқаро туризм бозорида ўтказишни туроператорлар таъминлаб беради. Шу сабабдан ҳар бир минтақанинг туризмни ривожланиши бевосита туроператорлик фаолияти билан боғлиқ.

Миллий иқтисодиётимизни ривожлантиришда туризмни ўрнини ошириш, бевосита туризм корхоналари фаолиятига боғлиқ бўлиб, бунда мамлакатимизнинг туристик ресурслари салоҳиятидан фойдаланган ҳолда миллий турмаҳсулотларни ишлаб чиқиш ўта муҳимдир. Шунинг учун ушбу фан муҳим фанлардан ҳисобланиб, ишлаб чиқаришнинг ажралмас қисмидир.

Фанни ўқитишда замонавий ахборот ва педагогик технологиялар

Талабаларнинг туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари фанини ўзлаштиришлари учун ўқитишнинг илғор ва замонавий усулларидан фойдаланиш, янги информацион-педагогик технологияларни тадбиқ қилиш муҳим аҳамиятга эгадир. Фанни ўзлаштиришда дарслик, ўқув ва услубий қўлланмалар, маъруза матнлари, тарқатма материаллари, электрон материаллар, виртуал стендлардан фойдаланилади. Маъруза ва амалий дарсларда мос равишдаги илғор педагогик технологиялардан фойдаланилади.

Асосий қисм

«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фанининг мақсади ва вазифалари. Туроператор тушунчаси.

Туроператорлик тушунчаси. Фаннинг предмети, объекти. Туроператорлик хизматининг туризмдаги аҳамияти. Туроператор асосий функциялари. Туроператор ва турагентнинг ўртасидаги фарқлар. Туроператорнинг қўшимча вазифалари.

Туризм хизмат бозорида туроператорлик фаолиятининг асосий функциялари

Туроператорнинг асосий функциялари. Туроператорнинг асосий ва қўшимча вазифалари. Қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функциялари.

Туристтик бозор тушунчаси ва вазифалари

Туристтик бозор тушунчаси, туристик бозорнинг вазифалари. Туристтик бозор таркиби. Бозор инфраструктураси. Туроператор туристик бозор қатнашчиси сифатида. Туристтик бозор истеъмолчилари.

Туризмда хизматлар ва уларнинг хусусиятлари

Хизмат даражалари. Хизматлар пакети. Хизматлар дастури. Хизматларни етказиб берувчилар. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришда хизмат турларини такомиллаштириш. Операторлик хизматлари.

Туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш

Хизмат кўрсатиш стратегияси ва менежменти. Туристларга хизмат кўрсатиш ва замонавий туropolерейтингнинг асоси сифатида дастурли туризм. Хизмат кўрсатиш анимацияси. Хорижий туropolератор вакиллари. Хизмат кўрсатиш сифати ва уни бошқариш йўллари.

Туризмда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматлари

Туристларни жойлаштириш воситалари. Меҳмонхоналар таснифи. Меҳмонхона турлари. Меҳмонхоналарнинг вазифасига кўра асосий хизматлари. Туризмда овқатлантиришни ташкил этиш.

Транспорт хизматини ташкил этиш

Туристик фаолиятни таъминлашда транспортнинг ўрни. Автомобилда ташиш. Темир йўлда ташиш. Ҳаво транспортида ташиш. Транспорт тузилмасининг Ўзбекистон туризмни ривожланишига қўшаётган ҳиссаси. Турда транспорт хизмати. Транспортда туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш. Транспорт хизматлари тарифи.

Туристик маршрутларни ишлаб чиқиш

Туристик маршрутлар тушунчаси. Туристик маршрутларни яратиш технологияси. Туropolераторлик ишини ташкил этишда туристик маршрутларни ўрни. Ўзбекистонда туристик маршрутларни яратиш имкониятлари.

Турларни шакллантириш ва ташкил этиш

Туристик истеъмолчилар. Тур тушунчаси. Турни лойиҳалаштириш. Турни режалаштириш. Турни ташкил этиш элементлари. Тур иқтисодий категория сифатида.

Туropolераторнинг халқаро турларни ташкил этиш хусусиятлари

Агент битими. Туризм соҳасида халқаро ҳамкорлик. Халқаро турларни ташкил этишда туropolераторнинг ўрни. Халқаро турларни ташкил этиш хусусиятлари. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантириш.

Туropolераторлик хизматларида туристлар хавфсизлигини таъминлаш

Туризмда хавсизлик тушунчаси. Туристик жараёнга можароларнинг таъсири. Туристлар хавсизлигини таъминлаш. Бутунжаҳон туристик ташкилоти (БТТ) туристлар хавсизлигини таъминлашдаги ўрни.

Туropolераторлик хизматларини ташкил этишда ахборот технологиялари

Автоматлаштирилган ахборот тизимлари. Туристик ташкилотларда ахборот технологиялари. Меҳмонхоналарда бронлаш. Меҳмонхонани бошқариш компьютер тизимлари. Туризмда интернет технология.

Туристик маҳсулотларни сотишнинг асосий шакллари

Сотиш тармоқларни шакллантириш. Маҳсулотларни сотиш шакллари. Туристик маҳсулотларни сотиш бўйича ҳамкорларни танлаш. Агентлик келишуви. Туристик маҳсулотларни сотиш бўйича ҳамкорларни танлаш ҳақида маълумот бериш.

Туристтик маҳсулотларни реклама қилиш

Реклама ва унинг турлари. Туризмда рекламанинг аҳамияти. Реклама-ахборот фаолиятининг йўналишлари. Туристтик агентлик рекламаси. Операторлик хизматларида рекламанинг ўрни.

Туристтик маҳсулотларни сотилишида қизиқтириш ва тарғиб қилиш ишлари

Турмаҳсулотларни юргизилишида рекламасиз ҳаракат усуллари. Истеъмолчиларни (туристларни) қизиқтириш. Турли турагентларни қизиқтириш. Туризмда тарғибот. Ахборотли ташрифлар.

Хизмат етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш

Шартнома режаси. Хизматлар етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш. Меҳмонхона хўжалиги билан шартнома. Автотранспорт ташкилотлар билан шартнома тузиш. Авиакомпания билан шартнома. Темир йўл билан шартнома тузиш. Экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома тузиш.

Туроператор катологи. Турли кўргазмаларга қатнашиш

Католог турлари ва вазифалари. Расмли маълумотларни танлаш. Буюртмали расмлаштириш. Турагентлар билан ҳамкорлик шартлари ва шакллари. Кўргазмани танлаш, тайёргарлик кўриш. Кўргазмадан кейинги ишлар.

Амалий машғулотларни ташкил этиш бўйича кўрсатма ва тавсиялар

Амалий машғулотларда талабалар туризмда туроператорлик хизматларини ташкил этишни ўрганадилар.

Амалий машғулотларнинг тахминий тавсия этиладиган мавзулари:

1. Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари фанининг мақсади ва вазифалари.
2. Туризм хизмат бозорида туроператорлик фаолиятининг асосий функциялари.
3. Туристтик бозор тушунчаси ва вазифалари.
4. Туризмда хизматлар ва уларнинг хусусиятлари.
5. Туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш.
6. Туризмда жойлантириш ва овқатлантириш хизматлари.
7. Транспорт хизматини ташкил этиш.
8. Туристтик маршрутларни ишлаб чиқиш.
9. Турларни шакллантириш ва ташкил этиш.
11. Туроператорлик хизматларида туристлар хавфсизлигини таъминлаш.
12. Туроператорлик хизматларини ташкил этишда ахборот технологиялари.
13. Туристтик маҳсулотларни сотишнинг асосий шакллари.
14. Туристтик маҳсулотларни реклама қилиш.
15. Туристтик маҳсулотларни сотилишида қизиқтириш ва тарғиб қилиш ишлари.
16. Хизмат етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш.
17. Туроператор катологи ва турли кўргазмаларга қатнашиш.

Амалий машғулотларни ташкил этиш бўйича кафедра профессор-ўқитувчилари томонидан кўрсатма ва тавсиялар ишлаб чиқилади. Унда талабалар асосий маъруза мавзулари бўйича олган билим ва кўникмаларини амалий масалалар ечиш орқали янада бойитадилар. Шунингдек, дарслик ва ўқув қўлланмалар асосида талабалар билимларини мустаҳкамлашга эришиш, тарқатма материаллардан фойдаланиш,

илмий мақолалар ва тезисларни чоп этиш орқали талабалар билимини ошириш, мавзулар бўйича кўргазмали куруллар тайёрлаш ва бошқалар тавсия этилади.

Курс ишини ташкил этиш бўйича кўрсатмалар

Курс ишининг мақсади талабаларни мустақил ишлаш қобилиятини ривожлантириш, олган назарий билимларини қўллашда амалий кўникмалар ривожлантиришни таъминлаш, туристик фирмаларда туроператорлик хизматини ташкил этиш кўникмаларини ҳосил қилишдир.

Курс иши мавзулари бевосита туроператорлик фаолияти билан боғлиқ тарзда бўлиб, умумий талабалар сонидан 20-30% кўпроқ тайёрланади. Ҳар бир талабага шахсий топшириқ берилади.

Курс иши объекти сифатида Ўзбекистон туризм бозорини шакллантириш ва ривожлантириш ётади. Бунда туризмда операторлик фирмаларнинг функцияларини ривожлантириш хусусиятларини очиб бериш керак бўлади.

Курс ишининг тахминий мавзулари:

1. Туристлик бозор, унинг таркиби ва вазифалари.
2. Ўзбекистонда туристик бозорни шакллантириш ва ривожлантириш.
3. Ўзбекистонда туристик маҳсулотларни ишлаб чиқаришни такомиллаштириш.
4. Туризмда хизмат турлари ва хусусиятлари.
5. Туристлар хавфсизлигини таъминлаш.
6. Туризмда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматларини ташкил этиш.
7. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантириш.
8. Ўзбекистонда экологик туризмни ташкил этиш.
9. Ўзбекистон диний туризмни ташкил этиш.
10. Ўзбекистоннинг туристик ресурслари ва улардан самарали фойдаланиш.
11. Туризмда операторлик фирмаларнинг функциялари.
12. Туристларни овқатлантириш ва майший хизмат кўрсатишни ташкил қилиш.
13. Халқаро туризмни мамлакат иқтисодиётига таъсири.
14. Туризмда транспорт хизматини ташкил этиш.
15. Туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш.
16. Туристлик хизмат кўрсатиш стандартлари ва сертификацияси.
17. Туристлик ташкилот турлари ва уларни туризмни ривожланишидаги ўрни.
18. Туризмда экскурсия хизматини ташкил этиш.
19. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг истикболлари.
20. Туризмда ҳамкорлик алоқалари.
21. Туризмда расмийчиликлар тизими.
22. Туризмда ижтимоий-маданий сервисни ташкиллаштириш.
23. Туризмни ривожланишида ахборот технологияларини ўрни.
24. Туризмни ривожланишига таъсир этувчи омиллар.
25. Ўзбекистонда туристик ташкилотлар ва уларни фаолияти.
26. Ўзбекистонда туристик маршрутларни ишлаб чиқиш.

Мустақил ишни ташкил этишнинг шакли ва мазмуни

Талаба мустақил ишни тайёрлашда муайян фаннинг хусусиятларини ҳисобга олган ҳолда қуйидаги шакллардан фойдаланиш тавсия этилади:

- дарслик ва ўқув қўлланмалар бўйича фан боблари ва мавзуларини ўрганиш;
- тарқатма материаллар бўйича маърузалар қисмини ўзлаштириш;
- махсус адабиётлар бўйича фан бўлимлари ёки мавзулари устида ишлаш;

- талабанинг ўқув-илмий-тадқиқот ишларини бажариш билан боғлиқ бўлган фанлар бўлимлари ва мавзуларни чуқур ўрганиш;
- фаол ва муаммоли ўқитиш услубидан фойдаланиладиган ўқув машғулоти;
- масофавий (дистанцион) таълим.

Тавсия этиладиган мустақил ишларнинг мавзулари:

1. Хизмат кўрсатиш соҳасининг иқтисодиётдаги ўрни.
2. Туризмнинг мазмуни ва моҳияти.
3. Туризмда хизматларнинг асосий тушунчалари.
4. Туризмда операторлик хизматини ўрни.
5. Ўзбекистон Республикасининг туристик-экскурсия ресурслари
6. Ўзбекистон Республикасида туризмнинг ҳуқуқий асослари.
7. Туроператорлик хизматлари бизнеси ва унинг хусусиятлари.
8. Туроператорлик хизматларини ривожлантиришнинг замонавий тенденциялари.
9. Туризмда операторлик фирмаларнинг функциялари.
10. Туризм операторлик хизматларини кўрсатиш технологияси.
11. Туристларни қабул қилиш ва жўнатишни ташкил қилиш.
12. Туристларга суғурта хизматларини кўрсатиш.
13. Туристларни овқатлантириш ва маиший хизмат кўрсатишни ташкил қилиш.
14. Хорижий туристларга виза ва транспорт хизматларини ташкил этиш.
15. Туризм операторлик фирмаларда меҳнатни ташкил қилиш.
16. Туристлик хизматлар сифатини бошқариш.
17. Туризм операторлик фаолиятида шартнома муносабатларини ташкил қилиш.

Дастурнинг инфор­мацион – услубий таъминоти

Мазкур фанни ўқитиш жараёнида таълимнинг замонавий методлари, педагогик ва ахборот-коммуникация технологиялари қўлланилиши назарда тутилган.

-туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари фанининг предмети, мақсади ва вазифалари. Туристлик бозор тушунчаси ва вазифалари. Туристлик маҳсулотларни сотишнинг асосий шакллари мавзуларига тегишли маъруза дарсларида замонавий компьютер технологиялари ёрдамида презентацион ва электрон-дидактик технологияларидан;

-Туроператорлик хизматларида ахборот технологияларини ўрни. Туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш. Туризмда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматлари мавзуларида ўтказиладиган маъруза дарсларида гуруҳли фикрлаш, лойиҳа педагогик технологияларидан;

-Туроператорлик хизматларида туристлар хавфсизлигини таъминлаш. Хизмат етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш. Туроператор каталоги. Турли кўргазмаларга қатнашиш. Туроператорнинг халқаро турларни ташкил этиш хусусиятлари мавзулари бўйича ўтказиладиган амалий машғулотларда ақлий ҳужум, бўмеранг ва ФСМУ педагогик технологияларини қўллаш назарда тутилади.

**Фойдаланадиган асосий дарсликлар ва ўқув қўлланмалар
рўйхати
Асосий дарсликлар ва ўқув қўлланмалар**

1. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 256 с.
2. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 192 с.
3. Дурович А.П., Бондаренко Г.А., Сергеева Т.М. и др. Организация туризма. Учеб, пособие. Мн: Новое знание, 2005.
4. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. Учебник—М: Финансы и статистика, 2003
5. Рябовой И.А., Забаев Ю.В., Драчевой Е.Л. Экономика и организация туризма. Учебного пособие. М.: «Кнорус» 2006.
6. Полков Ю.В. Введение в гостиничный и туристический бизнес. Учебник – Ростов н/Д: «Феникс», 2004.
7. Тухлиев И.С. ва бошқалар. Туризм асослари. Ўқув қўлланма - Самарқанд, СамИСИ, 2010- 247 б.
8. Тухлиев И.С., Кудратов Ғ.Ҳ., Пардаев М.Қ. Туризмни режалаштириш. Тошкент – «ИҚТИСОД - МОЛИЯ» 2010 – 264 б.

Қўшимча адабиётлар

9. Кудратов Ғ.Ҳ, Тухлиев И.С. Туризм иқтисодиёти. Қўлланма. СамИСИ –2007.
10. Тухлиев И.С. ва бошқалар. Туризм асослари. Ўқув қўлланма - Самарқанд, СамИСИ, 2010- 247 б.
11. Юреев А.П. Планирование туризма. Учебное пособие. Донецк 2003 г
12. Квартальнов В.А. Экономика туризма. Учебник. М.; «Финансы и статистика» 2001
13. Бгатов А.П. Туристские формальности. «Академия». М. 2004
14. Кабушкин Н.Н. «Менеджмент туризма» -М.: Новая жизнь, 1999 г.
15. Тухлиев Н. Экономика большого туризма. Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси. 2001.
16. Tuxliyev I.S., A.B.Bektemirov, Z.I.Usmanova. Turizmda strategik marketing Samarqand 2010 y.- 136 b.
17. Комилова Ф.Қ. Халқаро туризм бозори. Ўқув қўлланма. Т.: ТДИУ, 2006 й. 191 б.
18. Axmedov X.I, Allabergenov A.A. Turizm faoliyatini tashkil etish. Toshkent, 2004.
19. Интернет сайтлари:
-<http://www.tourism.uz/>
-<http://www.tour.uz/>
-<http://www.stat.uz>
-<http://www.tours.ru/country/uz/>
-<http://www.ref.uz>

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

Рўйхатга олинди:
№ _____
201_ й. «___» _____

“ТАСДИҚЛАЙМАН”
Ўқув ишлари бўйича проректор
А.Б.Бектемиров _____
“___” _____ 201_ йил

**«ТУРИЗМ ОПЕРАТОРЛИК ХИЗМАТИНИ
ТАШКИЛЛАШТИРИШНИНГ АСОСЛАРИ»**

ФАНИНИНГ

ИШЧИ ЎҚУВ ДАСТУРИ

Билим соҳаси : 600000 – Хизматлар соҳаси
Таълим соҳаси: 610000 –Хизмат кўрсатиш соҳаси
Таълим йўналиши: 5610300– Туризм (фаолият йўналишлари бўйича)
5610200– Меҳмонхона хўжалигини ташкил этиш ва бошқариш

Самарқанд-2013

Фаннинг ишчи ўқув дастури ўқув, ишчи ўқув режа ва ўқув дастурига мувофиқ ишлаб чиқилди.

Тузувчилар:

Ибадуллаев Н.Э. – СамИСИ «Халқаро туризм ва туризм сервис»
кафедраси доценти в.б.
Турсунова Г.Р. – СамИСИ «Халқаро туризм ва туризм сервис»
кафедраси ассистенти

Такризчилар:

Шарипов Т.С. – СамИСИ «Сервис ва туризм» факультети
декани и.ф.н.
Усмонов М.Р. – СамДУ «Иқтисодий ва ижтимоий география»
Кафедраси мудири, доцент, г.ф.н.

Фаннинг ишчи ўқув дастури “Халқаро туризм ва туризм сервис”
кафедрасининг 2013 йил 10 июлдаги 12 – сон йиғилишида муҳокамадан ўтган
ва институт илмий кенгашида муҳокама қилиш учун тавсия этилган.

Кафедра мудири, и.ф.н.

Амриддинова Р.С.

Фаннинг ишчи ўқув дастури институт илмий кенгашида муҳокама
этилган ва фойдаланишга тавсия қилинган(2013 йил __июлдаги __ – сонли
баённома).

Келишилди: Ўқув – услубият бўлими бошлиғи
Шодмонов И.Э.

КИРИШ

Олий таълимнинг Давлат таълим стандартига кўра “ Туризм (фаолият йўналишлари бўйича)” ва “Меҳмонхона хўжалигини ташкил этиш ва бошқариш” таълим соҳаларида ўқитиладиган «Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани Ўзбекистонда илмий тараққиёт ютуқларидан фойдаланиш ва шу билимларга асосланган янги иқтисодиётни шакллантиришга жавоб берувчи таълим инфратузилмасини сифат жиҳатдан янги ўзгаришларини талаб этади.

Маълумки, туристик хизмат кўрсатиш ва ташкил этишда туроператорлик хизматлари асосий ўринда туради. "Туризм тўғрисида"ги қонун бўйича ўз туристик маҳсулотини шакллантирадиган ва унга ўз йўлланмасини чиқарадиган туристик ташкилотгина туроператор ҳисобланади.

Мазкур таълим йўналишининг ўқув режасига «Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани киритилган бўлиб, мазкур фанда туроператорлик фаолиятининг асосий мазмуни ўргатилади.

Мазкур фанни ўқитишда туристик фирмалар, меҳмонхоналардаги бошқарув ва режалаштириш фаолияти билан бевосита танишиш, туристик экскурсия ва махсус турлар ташкил этиш, халқаро туризмга оид статистик кўрсаткичлар асосида ва аниқ мисоллар, вазиятли масалалар асосида фаол дарслар ўтказиш тавсия этилади.

Фаннинг мақсад ва вазифалари

«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани умумқасбий фанлар мажмуасига тааллуқли бўлиб, талабалар уни V-семестрда ўрганишади.

Фаннинг ўқилишидан мақсад - туризм операторлиги хизматлари кўрсатиш фирмаларида фаолиятни ташкил қилиш асосларини ёритиш, туризм сервис корхоналари хусусиятларини ўрганиш, туризм соҳаси фирмаларини ташкил қилишда чет эл тажрибаларидан фойдаланиш, Ўзбекистонда операторлик хизматларини такомиллаштириш йўлларини ўрганишдан иборат.

Фаннинг вазифаси - туристик маҳсулотлар ишлаб чиқиш, турларни режалаштириш ва ташкил қилиш усулларини кўриб чиқиш, фаолият кўрсатаётган туристик фирмаларда истиқболга қаратилган ўзоқ муддатли режалаштириш асосларини жорий этиш, туризм маршрутларини ташкил этиш йўллари ҳақидаги билимларни эгаллаш, туризм бозори ва унга бўлган талаблар тўғрисида талабаларда тасаввур ҳосил қилишдир.

Фан бўйича талабанинг малакасига қўйиладиган талаблар

Талабалар «Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фанини ўрганиш жараёнида қуйидагиларни бажара олиши лозим:

- туроператорлик хизматининг моҳияти; туроператорнинг функцияларини; туристик бозор тушунчаси; туристик бозорнинг вазифаларини; туристик маҳсулот тушунчаси; туристик маҳсулотлар хусусиятларини; туризмда хизматлар ва уларнинг хусусиятлари ҳақида **билиши керак**.

- туристик маршрутларини ишлаб чиқишни; турларни шакллантириш ва ташкил этиш; туризмда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматлари; туристик фирмалар, меҳмонхоналар, ресторанлардаги бошқарув ва режалаштириш фаолияти билан бевосита танишиш **қўникмаларига эга бўлиши керак**.

- туристик маҳсулотларни сотишни асосий шакллари; туроператорлар билан шартномалар тузиш; туристик ҳужжатлар билан ишлаш; экскурсия хизматини ташкил этиш; туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш бўйича *малакаларига эга бўлиши керак*.

Ўқув режадаги бошқа фанлар билан боғлиқлиги

«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани умумқасбий фан ҳисобланиб, V–семестрда ўқитилади. Дастурни амалга ошириш ўқув режасида режалаштирилган математик ва табиий (олий математика, ахборот технологиялари ва тизимлари, иқтисодий география ва экология), умумқасбий (микро-макроиқтисодиёт, жаҳон иқтисодиёти ва ХИМ, статистика, менежмент, ва ҳ.,к.) ва ихтисослик («Туризм асослари», «Туризмни режалаштириш», «Халқаро туризм», «Туризм инфратузилмаси», «Ўзбекистоннинг туристик ресурслари», «Экскурсия хизматини ташкил қилиш», «Туристик маршрутларни ишлаб чиқиш технологияси» ва ҳ.,к.) фанларидан етарли билим ва кўникмаларга эга бўлишлик талаб этилади.

Фанни ўқитишда замонавий ахборот ва педагогик технологиялар

Ўқув жараёни билан боғлиқ таълим сифатини белгиловчи ҳолатлар қуйидагилар: юқори илмий-педагогик даражада дарс бериш, муаммоли маърузалар ўқиш, дарсларни савол-жавоб тарзида қизиқарли ташкил қилиш, илғор педагогик технологиялардан ва мультимедиа воситаларидан фойдаланиш, тингловчиларни ундайдиган, ўйлантирадиган муаммоларни улар олдига қўйиш, талабчанлик, тингловчилар билан индивидуал ишлаш, эркин мулоқот юритишга, илмий изланишга жалб қилиш.

«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» курсини лойиҳалаштиришда қуйидаги асосий концептуал ёндошувлардан фойдаланилади:

Шахсга йўналтирилган таълим. Бу таълим ўз моҳиятига кўра таълим жараёнининг барча иштирокчиларини тўлақонли ривожланишларини кўзда тутди. Бу эса таълимни лойиҳалаштириладиғанда, албатта, маълум бир таълим олувчининг шахсини эмас, аввало, келгусидаги мутахассислик фаолияти билан боғлиқ ўқиш мақсадларидан келиб чиққан ҳолда ёндошилишни назарда тутди.

Тизимли ёндошув. Таълим технологияси тизимнинг барча белгиларини ўзида мужассам этмоғи лозим: жараённинг мантикийлиги, унинг барча бўғинларини ўзаро боғланганлиги, яхлитлиги.

Фаолиятга йўналтирилган ёндошув. Шахснинг жараёнли сифатларини шакллантиришга, таълим олувчининг фаолиятни активлаштириш ва интенсивлаштириш, ўқув жараёнида унинг барча қобилияти ва имкониятлари, ташаббускорлигини очишга йўналтирилган таълимни ифодалайди.

Диалогик ёндошув. Бу ёндошув ўқув муносабатларини яратиш заруриятини билдиради. Унинг натижасида шахснинг ўз-ўзини фаоллаштириши ва ўз-ўзини кўрсата олиши каби ижодий фаолияти кучаяди.

Ҳамкорликдаги таълимни ташкил этиш. Демократик, тенглик, таълим берувчи ва таълим олувчи фаолият мазмунини шакллантиришда ва эришилган натижаларни баҳолашда биргаликда ишлашни жорий этишга эътиборни қаратиш зарурлигини билдиради.

Муаммоли таълим. Таълим мазмунини муаммоли тарзда тақдим қилиш орқали таълим олувчи фаолиятини активлаштириш усулларида бири. Бунда илмий билимни объектив қарама-қаршилиги ва уни ҳал этиш усуллари, диалектик

мушоҳадани шакллантириш ва ривожлантиришни, амалий фаолиятга уларни ижодий тарзда қўллашни мустақил ижодий фаолияти таъминланади.

Ахборотни тақдим қилишнинг замонавий воситалари ва усулларини қўллаш - янги компьютер ва ахборот технологияларини ўқув жараёнига қўллаш.

Ўқитишнинг усуллари ва техникаси. Маъруза (кириш, мавзуга оид, визуаллаш), муаммоли таълим, лойиҳалаш усуллари, амалий ишлар.

Ўқитишни ташкил этиш шакллари: диалог, полилог, мулоқот ҳамкорлик ва ўзаро ўрганишга асосланган фронтал, коллектив ва гуруҳ.

Ўқитиш воситалари: ўқитишнинг анъанавий шакллари (дарслик, маъруза матни) билан бир қаторда – компьютер ва ахборот технологиялари.

Коммуникация усуллари: тингловчилар билан оператив тескари алоқага асосланган бевосита ўзаро муносабатлар.

Тескари алоқа усуллари ва воситалари: кузатиш, блиц-сўров, оралиқ ва жорий ва якуновчи назорат натижаларини таҳлили асосида ўқитиш диагностикаси.

Бошқариш усуллари ва воситалари: ўқув машғулоти босқичларини белгилаб берувчи технологик карта кўринишидаги ўқув машғулотларини режалаштириш, қўйилган мақсадга эришишда ўқитувчи ва тингловчининг биргаликдаги ҳаракати, нафақат аудитория машғулотлари, балки аудиториядан ташқари мустақил ишларнинг назорати.

Мониторинг ва баҳолаш: ўқув машғулотида ҳам бутун курс давомида ҳам ўқитишнинг натижаларини режали тарзда кузатиб бориш. Курс охирида тест топшириқлари ёки ёзма иш вариантлари ёрдамида тингловчиларнинг билимлари баҳоланади.

«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фанининг маъруза ва амалий дарсларда мос равишда илғор педагогик технологиялар, жумладан, Power Point дастури кенг қўлланилади.

Айрим мавзулар бўйича талабалар билимини баҳолаш тест асосида ва компьютер ёрдамида бажарилади. “Интернет” тармоғидаги расмий иқтисодий кўрсаткичларидан фойдаланилади, тарқатма материаллар тайёрланади, тест тизими ҳамда таянч тушунча ва иборалар асосида оралиқ ва якуний назоратлар ўтказилади.

«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фанидан машғулотларнинг мавзулар ва соатлар бўйича тақсимланиши:

“Меҳмонхона хўжалигини ташкил этиш ва бошқариш” ва “Туризм (фаолият йўналишлари бўйича)”

№	Мавзулар номи	Жами соат		Маъруза	Амалий машғулот	Мустақил таълим	
		МХТ	ТФТ			МХТ	ТФТ
1	Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари фанининг мақсади ва вазифалари. Туроператор тушунчаси	6	6	2	2	2	2
2	Туризм хизмат бозорида туроператорлик фаолиятининг асосий функциялари	8	8	2	2	4	4
3	Туристтик бозор тушунчаси ва вазифалари	8	8	2	2	4	4

4	Туризмда хизматлар ва уларнинг хусусиятлари	8	8	2	2	4	4
5	Туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш	8	8	2	2	4	4
6	Туризмда жойлантириш ва овқатлантириш хизматлари	8	8	2	2	4	4
7	Транспорт хизматини ташкил этиш	8	8	2	2	4	4
8	Туристик маршрутларни ишлаб чиқиш	8	8	2	2	4	4
9	Турларни шакллантириш ва ташкил этиш	8	8	2	2	4	4
10	Туроператорнинг халқаро турларни ташкил этиш хусусиятлари	8	8	2	2	4	4
11	Туроператорлик хизматларида туристлар хавфсизлигини таъминлаш	8	8	2	2	4	4
12	Туроператорлик хизматларини ташкил этишда ахборот технологиялари	8	8	2	2	4	4
13	Туристик маҳсулотларни сотишнинг асосий шакллари	7	7	2	2	3	3
14	Туристик маҳсулотларни реклама қилиш	8	8	2	2	4	4
15	Туристик маҳсулотларни сотилишида қизиқтириш ва тарғиб қилиш ишлари	12	12	4	4	4	4
16	Хизмат етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш	8	8	2	2	4	4
17	Туроператор катологи. Турли кўргазмаларга қатнашиш	12	12	4	4	4	4
Жами		141	141	38	38	65	65

Асосий қисм: Фаннинг услубий жиҳатдан узвий кетма-кетлиги

Асосий қисмда (маъруза) фанни мавзулари мантиқий кетма-кетликда келтирилади. Ҳар бир мавзунинг моҳияти асосий тушунчалар ва тезислар орқали очиб берилади. Бунда мавзу бўйича талабаларга ДТС асосида етказилиши зарур бўлган билим ва қўникмалар тўла қамраб олиниши керак.

Асосий қисм сифатига қўйиладиган талаб мавзуларнинг долзарблиги, уларнинг иш берувчилар талаблари ва ишлаб чиқариш эҳтиёжларига мослиги, мамлакатимизда бўлаётган ижтимоий-сиёсий ва демократик ўзгаришлар, иқтисодиётни эркинлаштириш, иқтисодий-ҳуқуқий ва бошқа соҳалардаги ислохотларнинг устувор масалаларини қамраб олиши ҳамда фан ва технологияларнинг сўнгги ютуқлари эътиборга олиниши тавсия этилади.

Маъруза машғулоти

«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фанининг мақсади ва вазифалари. Туроператор тушунчаси. Туроператорлик тушунчаси. Фаннинг предмети, объекти. Туроператорлик хизматининг туризмдаги аҳамияти. Туроператор асосий функциялари. Туроператор ва турагентнинг

ўртасидаги фарқлар. Туроператорнинг қўшимча вазифалари.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Кўргазмали маъруза, суҳбат, намойиш этиш, “Ақлий ҳужум” усули.

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туризм хизмат бозорида туроператорлик фаолиятининг асосий функциялари. Туроператорнинг асосий функциялари. Туроператорнинг асосий ва қўшимча вазифалари. Қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функциялари.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Ахборотли маъруза, жамоада ишлаш, “ФСМУ” усули.

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туристик бозор тушунчаси ва вазифалари. Туристик бозор тушунчаси, туристик бозорнинг вазифалари. Туристик бозор таркиби. Бозор инфраструктураси. Туроператор туристик бозор қатнашчиси сифатида. Туристик бозор истеъмолчилари.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Кўргазмали - визуал маъруза, жамоада ишлаш, «Балиқ скелети» усули.

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туризмда хизматлар ва уларнинг хусусиятлари. Хизмат даражалари. Хизматлар пакети. Хизматлар дастури. хизматларни етказиб берувчилар. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришда хизмат турларини такомиллаштириш. Операторлик хизматлари.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Кўргазмали маъруза, жамоада ишлаш, “Т-схемаси” усули.

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш. Хизмат кўрсатиш стратегияси ва менежменти. Туристларга хизмат кўрсатиш ва замонавий туроперейтингнинг асоси сифатида дастурли туризм. Хизмат кўрсатиш анимацияси. Хорижий туроператор вакиллари. Хизмат кўрсатиш сифати ва уни бошқариш йўллари.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Кўргазмали-муаммоли маъруза, жамоада ишлаш.

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туризмда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматлари. Туристларни жойлаштириш воситалари. Меҳмонхоналар таснифи. Меҳмонхона турлари. Меҳмонхоналарнинг вазифасига кўра асосий хизматлари. Туризмда овқатлантиришни ташкил этиш.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Ахборотли-визуал маъруза, жамоада ишлаш, «ФСМУ» усули.

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Транспорт хизматини ташкил этиш. Туристик фаолиятни таъминлашда транспортнинг ўрни. Автомобилда ташиш. Темир йўлда ташиш. Ҳаво транспортида ташиш. Транспорт тузилмасининг Ўзбекистон туризмни ривожланишига қўшаётган ҳиссаси. Турда транспорт хизмати. Транспортда туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш. Транспорт хизматлари тарифи.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Ахборотли маъруза, жамоада ишлаш, «Нима учун?» усули.

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туристик маршрутларни ишлаб чиқиш. Туристик маршрутлар тушунчаси. Туристик маршрутларни яратиш технологияси. Туроператорлик ишини ташкил этишда туристик маршрутларни ўрни. Ўзбекистонда туристик маршрутларни яратиш имкониятлари.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Ахборотли маъруза, жамоада ишлаш, «Балиқ скелети» усули.

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Турларни шакллантириш ва ташкил этиш. Туристик истеъмолчилар. Тур тушунчаси. Турни лойиҳалаштириш. Турни режалаштириш. Турни ташкил этиш элементлари. Тур иқтисодий категория сифатида.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Ахборотли-муаммоли маъруза, жамоада ишлаш, «Каскад» усули.

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туроператорнинг халқаро турларни ташкил этиш хусусиятлари. Агент битими. Туризм соҳасида халқаро ҳамкорлик. Халқаро турларни ташкил этишда туроператорнинг ўрни. Халқаро турларни ташкил этиш хусусиятлари. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантириш.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Ахборотли маъруза, жамоада ишлаш, «Балиқ скелети» усули.

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туроператорлик хизматларида туристлар хавфсизлигини таъминлаш. Туризмда хавфсизлик тушунчаси. Туристик жараёнга можароларнинг таъсири. Туристлар хавфсизлигини таъминлаш. Бутунжаҳон туристик ташкилоти (БТТ) туристлар хавфсизлигини таъминлашдаги ўрни.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Ахборотли маъруза, жамоада ишлаш, «Тоифалаш» жадвали.

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туроператорлик хизматларини ташкил этишда ахборот технологиялари. Автоматлаштирилган ахборот тизимлари. Туристик ташкилотларда ахборот технологиялари. Меҳмонхоналарда бронлаш. Меҳмонхонани бошқариш компьютер тизимлари. Туризмда интернет технология.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Ахборотли-визуал, жамоада ишлаш, “Нима учун? усули.

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туристтик маҳсулотларни сотишнинг асосий шакллари. Сотиш тармоқларни шакллантириш. Маҳсулотларни сотиш шакллари. Туристтик маҳсулотларни сотиш бўйича ҳамкорларни танлаш. Агентлик келишуви. Туристтик маҳсулотларни сотиш бўйича ҳамкорларни танлаш ҳақида маълумот бериш.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Ахборотли маъруза, жамоада ишлаш, “ФСМУ” ва “Блиц-сўров» усуллари.

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туристтик маҳсулотларни реклама қилиш. Реклама ва унинг турлари. Туризмда рекламанинг аҳамияти. Реклама-ахборот фаолиятининг йўналишлари. Туристтик агентлик рекламаси. Операторлик хизматларида рекламанинг ўрни.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Ахборотли маъруза, жамоада ишлаш, «Тоифалаш» жадвали.

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туристтик маҳсулотларни сотилишида қизиқтириш ва тарғиб қилиш ишлари. Турмаҳсулотларни юргизилишида рекламасиз ҳаракат усуллари. Истеъмолчиларни (туристларни) қизиқтириш. Турли турагентларни қизиқтириш. Туризмда тарғибот. Ахборотли ташрифлар.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Ахборотли маъруза, жамоада ишлаш, “Блиц-сўров” усули.

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Хизмат етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш. Шартнома режаси. Хизматлар етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш. Меҳмонхона хўжалиги билан шартнома. Автотранспорт ташкилотлар билан шартнома тузиш. Авиакомпания билан шартнома. Темир йўл билан шартнома тузиш. Экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома тузиш.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Ахборотли маъруза, жамоада ишлаш, “Ақлий хужум”, ва “Каскад” усуллари.

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туроператор катологи. Турли кўргазмаларга қатнашиш. Каталог турлари ва вазифалари. Расмий маълумотларни танлаш. Буюртмалар расмлаштириш. Турагентлар билан ҳамкорлик шартлари ва шакллари. Кўргазмани танлаш, тайёргарлик кўриш. Кўргазмадан кейинги ишлар.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Ахборотли маъруза, жамоада ишлаш, “Тоифалаш” ва “Балиқ скелети” усуллари.

Адабиётлар: A1; A2; A3; A4; A5; A6; A8; A9; A10; A11; A12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

**«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича
маъруза машғулотининг календар тематик режаси**

“Меҳмонхона хўжалигини ташкил этиш ва бошқариш” ва “Туризм (фаолият
йўналишлари бўйича)”

Т/р	Маъруза мавзулари (барча)	соат
1.	«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фанининг мақсади ва вазифалари. Туроператор тушунчаси	2
2.	Туризм хизмат бозорида туроператорлик фаолиятининг асосий функциялари	2
3.	Туристик бозор тушунчаси ва вазифалари	2
4.	Туризмда хизматлар ва уларнинг хусусиятлари	2
5.	Туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш	2
6.	Туризмда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматлари	2
7.	Транспорт хизматини ташкил этиш	2
8.	Туристик маршрутларни ишлаб чиқиш	2
9.	Турларни шакллантириш ва ташкил этиш	2
10.	Туроператорнинг халқаро турларни ташкил этиш хусусиятлари. <i>Талабаларнинг билимини жорий ва оралиқ баҳолаш бўйича рейтинг балларини жамлаш ҳафталари</i>	2
11.	Туроператорлик хизматларида туристлар хавфсизлигини таъминлаш	2
12.	Туроператорлик хизматларини ташкил этишда ахборот технологиялари	2
13.	Туристик маҳсулотларни сотишнинг асосий шакллари	2
14.	Туристик маҳсулотларни реклама қилиш	2
15.	Туристик маҳсулотларни сотилишида қизиқтириш ва тарғиб қилиш ишлари	4
16.	Хизмат етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш	2
17.	Туроператор катологи. Турли кўргазмаларга қатнашиш. <i>Талабаларнинг билимини жорий ва оралиқ баҳолаш бўйича рейтинг балларини жамлаш ҳафталари</i>	4
	Жами	38

Амалий машғулотларнинг тавсия этиладиган мавзулари

«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фанининг мақсади ва вазифалари. Туроператор тушунчаси. Туроператорлик тушунчаси. Фанининг предмети, объекти. Туроператорлик хизматининг туризмдаги аҳамияти. Туроператор асосий функциялари. Туроператор ва турагентнинг ўртасидаги фарқлар. Туроператорнинг қўшимча вазифалари.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Топшириқлар, амалий ишлаш усули, баҳс-мунозара, кичик гуруҳларда ишлаш, “Венна диаграммаси” ва «Нима учун?» усуллари.

Адабиётлар: A1; A2; A3; A4; A5; A6; A8; A9; A10; A11; A12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туризм хизмат бозорида туроператорлик фаолиятининг асосий функциялари. Туроператорнинг асосий функциялари. Туроператорнинг асосий ва қўшимча вазифалари. Қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функциялари.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. *Топшириқлар – амалий ишлаш учун, баҳс-мунозара, кичик гуруҳларда ишлаш, «Қандай?» ва «Блиц-сўров» усуллари.*

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туристтик бозор тушунчаси ва вазифалари. Туристтик бозор тушунчаси, туристтик бозорнинг вазифалари. Туристтик бозор таркиби. Бозор инфраструктураси. Туроператор туристтик бозор қатнашчиси сифатида. Туристтик бозор истеъмолчилари.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. *Топшириқлар – амалий ишлаш учун, баҳс-мунозара, кичик гуруҳларда ишлаш, «Тоифалаш жадвали» ва «Блиц-сўров» усуллари.*

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туризмда хизматлар ва уларнинг хусусиятлари. Хизмат даражалари. Хизматлар пакети. Хизматлар дастури. хизматларни етказиб берувчилар. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришда хизмат турларини такомиллаштириш. Операторлик хизматлари.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. *Топшириқлар, амалий ишлаш усули, баҳс-мунозара, кичик гуруҳларда ишлаш, «Қандай?» усули.*

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш. Хизмат кўрсатиш стратегияси ва менежменти. Туристларга хизмат кўрсатиш ва замонавий туроперейтингнинг асоси сифатида дастурли туризм. Хизмат кўрсатиш анимацияси. Хорижий туроператор вакиллари. Хизмат кўрсатиш сифати ва уни бошқариш йўллари.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. *Сўхбат, мунозара, муаммоли усул, “Нилуфар гули” усули.*

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туризмда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматлари. Туристларни жойлаштириш воситалари. Меҳмонхоналар таснифи. Меҳмонхона турлари. Меҳмонхоналарнинг вазифасига кўра асосий хизматлари. Туризмда овқатлантиришни ташкил этиш.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. *Топшириқлар, амалий ишлаш, «Тоифалаш жадвали» усули.*

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Транспорт хизматини ташкил этиш. Туристтик фаолиятни таъминлашда транспортнинг ўрни. Автомобилда ташиш. Темир йўлда ташиш. Ҳаво транспортида ташиш. Транспорт тузилмасининг Ўзбекистон туризмни ривожланишига қўшаётган

ҳиссаси. Турда транспорт хизмати. Транспортда туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш. Транспорт хизматлари тарифи.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Топшириқлар – амалий ишлаш учун, «Венна диаграммаси» усули.

Адабиётлар: A1; A2; A3; A4; A5; A6; A8; A9; A10; A11; A12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туристтик маршрутларни ишлаб чиқиш. Туристтик маршрутлар тушунчаси. Туристтик маршрутларни яратиш технологияси. Туроператорлик ишини ташкил этишда туристик маршрутларни ўрни. Ўзбекистонда туристик маршрутларни яратиш имкониятлари.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Баҳс-мунозара, “ФСМУ” ва “Блиц-сўров” усуллари.

Адабиётлар: A1; A2; A3; A4; A5; A6; A8; A9; A10; A11; A12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Турларни шакллантириш ва ташкил этиш. Туристтик истеъмолчилар. Тур тушунчаси. Турни лойihalаштириш. Турни режалаштириш. Турни ташкил этиш элементлари. Тур иқтисодий категория сифатида.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Баҳс-мунозара, «Балиқ скелети» усули.

Адабиётлар: A1; A2; A3; A4; A5; A6; A8; A9; A10; A11; A12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туроператорнинг халқаро турларни ташкил этиш хусусиятлари. Агент битими. Туризм соҳасида халқаро ҳамкорлик. Халқаро турларни ташкил этишда туроператорнинг ўрни. Халқаро турларни ташкил этиш хусусиятлари. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантириш.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Топшириқлар, амалий ишлаш усули, баҳс-мунозара, кичик гуруҳларда ишлаш, «Муаммоли вазият» усули.

Адабиётлар: A1; A2; A3; A4; A5; A6; A8; A9; A10; A11; A12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туроператорлик хизматларида туристлар хавфсизлигини таъминлаш. Туризмда хавсизлик тушунчаси. Туристтик жараёнга можароларнинг таъсири. Туристлар хавсизлигини таъминлаш. Бутунжаҳон туристик ташкилоти (БТТ) туристлар хавсизлигини таъминлашдаги ўрни.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Топшириқлар – амалий ишлаш учун, баҳс-мунозара, кичик гуруҳларда ишлаш, «Қандай?» ва “Блиц-сўров» усуллари.

Адабиётлар: A1; A2; A3; A4; A5; A6; A8; A9; A10; A11; A12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туроператорлик хизматларини ташкил этишда ахборот технологиялари. Автоматлаштирилган ахборот тизимлари. Туристтик ташкилотларда ахборот технологиялари. Меҳмонхоналарда бронлаш. Меҳмонхонани бошқариш компьютер тизимлари. Туризмда интернет технология.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Баҳс-мунозара, “ФСМУ” ва “Блиц-сўров” усуллари.

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туристтик маҳсулотларни сотишнинг асосий шакллари. Сотиш тармоқларни шакллантириш. Маҳсулотларни сотиш шакллари. Туристтик маҳсулотларни сотиш бўйича ҳамкорларни танлаш. Агентлик келишуви. Туристтик маҳсулотларни сотиш бўйича ҳамкорларни танлаш ҳақида маълумот бериш.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Кичик гуруҳларда ишлаш, баҳс-мунозара, “Тоифалаш” жадвали ва “Нима учун?” усуллари.

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туристтик маҳсулотларни реклама қилиш. Реклама ва унинг турлари. Туризмда рекламанинг аҳамияти. Реклама-ахборот фаолиятининг йўналишлари. Туристтик агентлик рекламаси. Операторлик хизматларида рекламанинг ўрни.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Баҳс-мунозара «Кластер» ва «Блиц-сўров» усуллари.

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туристтик маҳсулотларни сотилишида қизиқтириш ва тарғиб қилиш ишлари. Турмаҳсулотларни юргизилишида рекламасиз ҳаракат усуллари. Истеъмолчиларни (туристларни) қизиқтириш. Турли турагентларни қизиқтириш. Туризмда тарғибот. Ахборотли ташрифлар.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Кичик гуруҳларда ишлаш, баҳс-мунозара, “Тоифалаш жадвали”, «Балиқ скелети» усуллари.

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Хизмат етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш. Шартнома режаси. Хизматлар етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш. Меҳмонхона хўжалиги билан шартнома. Автотранспорт ташкилотлар билан шартнома тузиш. Авиакомпания билан шартнома. Темир йўл билан шартнома тузиш. Экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома тузиш.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Баҳс-мунозара, “ФСМУ”, «Блиц-сўров» ва “Балиқ скелети” усуллари.

Адабиётлар: А1; А2; А3; А4; А5; А6; А8; А9; А10; А11; А12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

Туроператор катологи. Турли кўргазмаларга қатнашиш. Католог турлари ва вазифалари. Расмли маълумотларни танлаш. Буюртмали расмлаштириш. Турагентлар билан ҳамкорлик шартлари ва шакллари. Кўргазмани танлаш, тайёргарлик кўриш. Кўргазмадан кейинги ишлар.

Қўлланиладиган таълим технологиялари: диалогик ёндошув, муаммоли таълим. Баҳс-мунозара, «Кластер», “Блиц-сўров”, “Т-жадвал” усуллари.

Адабиётлар: A1; A2; A3; A4; A5; A6; A8; A9; A10; A11; A12; Қ1 Қ3; Қ5; Қ6; Қ7; Қ8.

«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича амалий машғулотнинг календар тематик режаси

“Меҳмонхона хўжалигини ташкил этиш ва бошқариш” ва “Туризм (фаолият йўналишлари бўйича)”

т/р	Маъруза мавзулари (барча)	соат
1	«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фанининг мақсади ва вазифалари. Туроператор тушунчаси	2
2	Туризм хизмат бозорида туроператорлик фаолиятининг асосий функциялари	2
3	Туристтик бозор тушунчаси ва вазифалари	2
4	Туризмда хизматлар ва уларнинг хусусиятлари	2
5	Туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш	2
6	Туризмда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматлари	2
7	Транспорт хизматини ташкил этиш	2
8	Туристтик маршрутларни ишлаб чиқиш	2
9	Турларни шакллантириш ва ташкил этиш	2
10	Туроператорнинг халқаро турларни ташкил этиш хусусиятлари . <i>Талабаларнинг билимини жорий ва оралиқ баҳолаш бўйича рейтинг балларини жамлаш ҳафталари</i>	2
11	Туроператорлик хизматларида туристлар хавфсизлигини таъминлаш	2
12	Туроператорлик хизматларини ташкил этишда ахборот технологиялари	2
13	Туристтик маҳсулотларни сотишнинг асосий шакллари	2
14	Туристтик маҳсулотларни реклама қилиш	2
15	Туристтик маҳсулотларни сотилишида қизиқтириш ва тарғиб қилиш ишлари	4
16	Хизмат етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш	2
17	Туроператор катологи. Турли кўргазмаларга қатнашиш. <i>Талабаларнинг билимини жорий ва оралиқ баҳолаш бўйича рейтинг балларини жамлаш ҳафталари</i>	4
	Жами	38

Курс ишини ташкил этишнинг шакли ва мазмуни

«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фанидан курс иши ёзилади, шунга кўра қуйидаги тартибда кўрсатмалар берилади. Ушбу фандан ёзиладиган ишнинг аҳамити ва хусусиятлари. Мавзу танлаш ва режа тузиш. Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Статистик маълумотлар тўплаш, уларни қайта ишлаш. Ишни ёзиш, жадваллар, диаграммаларни таҳлил этиш. Курс ишини тақризга топшириш ва ҳимоя этиш.

Курс ишининг мазмуни ва ҳажми

“Туризм (фаолият йўналишлари бўйича)”

№	Курс иши мавзулари	Берилган топшириқлар	Бажар. муддат	Ҳажми (соатда)
				ТФТ
1	Туристтик бозор, унинг таркиби ва вазифалари	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	4
2	Ўзбекистонда туристик бозорни шакллантириш ва ривожлантириш	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	4
3	Ўзбекистонда туристик маҳсулотларни ишлаб чиқаришни такомиллаштириш	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	4
4	Туризмда хизмат турлари	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	4
5	Туристлар хавфсизлигини таъминлаш	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	4
6	Туризда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматлари	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	4
7	Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантириш	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	4
8	Ўзбекистонда экологик туризмни ташкил этиш	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	4
9	Ўзбекистон диний туризмни ташкил этиш	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	4
10	Ўзбекистоннинг туристик ресурслари ва улардан самарали фойдаланиш	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	3
11	Туризмда операторлик фирмаларнинг функциялари	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва	Дарс давомида	3

		ҳимоя этиш		
12	Туристларни овқатлантириш ва маиший хизмат кўрсатишни ташкил қилиш	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	3
13	Халқаро туризмни мамлакат иқтисодиётига таъсири	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	3
14	Туризмда транспорт хизматини ташкил этиш	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	3
15	Туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	3
16	Туристик хизмат кўрсатиш стандартлари ва сертификацияси	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	3
17	Туристик ташкилот турлари ва уларни туризмни ривожланишидаги ўрни	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	3
18	Туризмда экскурсия хизматини ташкил этиш	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	3
19	Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг истикболлари	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	3
20	Туризмда ҳамкорлик алоқалари	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	3
21	Туризмда расмийликлар тизими	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	3
22	Туризмда ижтимоий-маданий сервисни ташкиллаштириш	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	3
23	Туризмни ривожланишида ахборот технологияларини ўрни	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	3

24	Туризмни ривожланишига таъсир этувчи омиллар	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	3
25	Ўзбекистонда туристик ташкилотлар ва уларни фаолияти	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	3
26	Ўзбекистонда туристик маршрутларни ишлаб чиқиш	Адабиётлар танлаш, уларни ўрганиш ва фойдаланиш. Ишни ёзиш, топшириш ва ҳимоя этиш	Дарс давомида	3
Жами				87

Мустақил таълим ташкил этишнинг шакли ва мазмуни.

«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича талабанинг мустақил таълими шу фанни ўрганиш жараёнининг таркибий қисми бўлиб, услубий ва ахборот ресурслари билан тўла таъминланган.

Талабалар аудитория машғулотида профессор-ўқитувчиларнинг маърузасини тинглайдилар, мисол ва масалалар ечадилар. Аудиториядан ташқарида талаба дарсларга тайёрланади, адабиётларни конспект қилади, уй вазифа сифатида берилган мисол ва масалаларни ечади. Бундан ташқари айрим мавзуларни кенгрок ўрганиш мақсадида қўшимча адабиётларни ўқиб рефератлар тайёрлайди ҳамда мавзу бўйича тестлар ечади. Мустақил таълим натижалари рейтинг тизими асосида баҳоланади.

Уйга вазифаларни бажариш, қўшимча дарслик ва адабиётлардан янги билимларни мустақил ўрганиш, керакли маълумотларни излаш ва уларни топиш йўллари аниқлаш, интернет тармоқларидан фойдаланиб маълумотлар тўплаш ва илмий изланишлар олиб бориш, илмий тўғарак доирасида ёки мустақил равишда илмий манбалардан фойдаланиб илмий мақола ва маърузалар тайёрлаш кабилар талабаларнинг дарсда олган билимларини чуқурлаштиради, уларнинг мустақил фикрлаш ва ижодий қобилиятини ривожлантиради. Шунинг учун ҳам мустақил таълимсиз ўқув фаолияти самарали бўлиши мумкин эмас.

Уй вазифаларини текшириш ва баҳолаш амалий машғулот олиб боровчи ўқитувчи томонидан, конспектларни ва мавзунини ўзлаштириш даражасини текшириш ва баҳолаш эса маъруза дарсларини олиб боровчи ўқитувчи томонидан ҳар дарсда амалга оширилади.

«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фанидан мустақил иш мажмуаси фаннинг барча мавзуларини қамраб олган ва қуйидаги 17 та катта мавзу кўринишида шакллантирилган.

Талабалар мустақил таълимнинг мазмуни ва ҳажми

“Меҳмонхона хўжалигини ташкил этиш ва бошқариш” ва “Туризм (фаолият йўналишлари бўйича)”

№	Мустақил таълим мавзулари	Берилган топшириқлар	Бажариш муддати	Ҳажми (соатда)
				МХТ, ТФТ
1	Хизмат кўрсатиш	Адабиётлардан конспект	1 -ҳафта	4

	соҳасининг иқтисодиётдаги ўрни	қилиш. Индивидуал топшириқларни бажариш		
2	Хизматлар моҳияти, уларнинг турлари	Адабиётлардан конспект қилиш. Индивидуал топшириқларни бажариш	2- ҳафта	4
3	Туризмнинг мазмуни ва моҳияти	Адабиётлардан конспект қилиш. Индивидуал топшириқларни бажариш	3- ҳафта	4
4	Туризмда хизматларнинг асосий тушунчалари	Адабиётлардан конспект қилиш. Индивидуал топшириқларни бажариш	4- ҳафта	4
5	Туризмда операторлик хизматини ўрни	Адабиётлардан конспект қилиш. Индивидуал топшириқларни бажариш	5- ҳафта	4
6	Ўзбекистон Республикасининг туристик-экскурсион ресурслари	Адабиётлардан конспект қилиш. Индивидуал топшириқларни бажариш	6- ҳафта	4
7	Ўзбекистон Республикасида туризмнинг ҳукукий асослари	Адабиётлардан конспект қилиш. Индивидуал топшириқларни бажариш	7- ҳафта	4
8	Операторлик хизматлари бизнеси, унинг хусусиятлари	Адабиётлардан конспект қилиш. Индивидуал топшириқларни бажариш	8-ҳафта	4
9	Операторлик хизматларини ривожлантиришнинг замонавий тенденциялари	Адабиётлардан конспект қилиш. Индивидуал топшириқларни бажариш	9-ҳафта	4
10	Туризм операторлик хизматларини кўрсатиш технологияси	Адабиётлардан конспект қилиш. Индивидуал топшириқларни бажариш	10-ҳафта	4
11	Туристларни қабул қилиш ва жўнатишни ташкил қилиш	Адабиётлардан конспект қилиш. Индивидуал топшириқларни бажариш	11-ҳафта	4
12	Туристларга суғурта хизматларини кўрсатиш	Адабиётлардан конспект қилиш. Индивидуал топшириқларни бажариш	12-ҳафта	2
13	Туристларни овқатлантириш ва маиший хизмат кўрсатишни ташкил қилиш	Адабиётлардан конспект қилиш. Индивидуал топшириқларни бажариш	13-ҳафта	4
14	Хорижий туристларга виза ва транспорт хизматларини ташкил этиш	Адабиётлардан конспект қилиш. Индивидуал топшириқларни бажариш	14-ҳафта	4

15	Туризм операторлик фирмаларда меҳнатни ташкил қилиш	Адабиётлардан конспект қилиш. Индивидуал топшириқларни бажариш	15-ҳафта	2
16	Туристик хизматлар сифатини бошқариш.	Адабиётлардан конспект қилиш. Индивидуал топшириқларни бажариш	16-ҳафта	4
17	Туризм операторлик фаолиятида шартнома муносабатларини ташкил қилиш	Адабиётлардан конспект қилиш. Индивидуал топшириқларни бажариш	17-ҳафта	3
18	Операторлик фирмалар фаолиятининг самарадорлигини аниқлаш	Адабиётлардан конспект қилиш. Индивидуал топшириқларни бажариш	18-ҳафта	2
Жами				65

Дастурнинг инфор­мацион – услубий таъминоти

Мазкур фанни ўқитиш жараёнида таълимнинг замонавий ме­дот­ла­ри, педагогик ва ахборот-коммуникация технологиялари қўлланилиши назарда тутилган.

-туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари фанининг предмети, мақсади ва вазифалари. Туристик бозор тушунчаси ва вазифалари. Туристик маҳсулотларни сотишнинг асосий шакллари мавзуларига тегишли маъруза дарсларида замонавий компьютер технологиялари ёрдамида презентацион ва электрон-дидактик технологияларидан;

-Туроператорлик хизматларида ахборот технологияларини ўрни. Туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш. Туризмда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматлари мавзуларида ўтказиладиган маъруза дарсларида гуруҳли фикрлаш, лойиҳа педагогик технологияларидан;

-Туроператорлик хизматларида туристлар хавфсизлигини таъминлаш. Хизмат етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш. Туроператор каталоги. Турли кўргазмаларга қатнашиш. Туроператорнинг халқаро турларни ташкил этиш хусусиятлари мавзулари бўйича ўтказиладиган амалий машғулотларда “Ақлий ҳужум”, “Блиц-сўров”, “БББ”, “Балиқ скелети”, “Қандай?” ва “ФСМУ” педагогик технологияларини қўллаш назарда тutilади.

«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фанидан талабалар билимининг рейтинг тизими асосида баҳолаш мезони.

«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича рейтинг жадваллари, назорат тури, шакли, сони ҳамда ҳар бир назоратга ажратилган максимал балл, шунингдек жорий ва оралиқ назоратларининг саралаш баллари ҳақидаги маълумотлар фан бўйича биринчи машғулотда талабаларга эълон қилинади.

Фан бўйича талабаларнинг билим савияси ва ўзлаштириш даражасининг Давлат таълим стандартларига мувофиқлигини таъминлаш учун қуйидаги назорат турлари ўтказилади:

• **жорий назорат (ЖН)** – талабанинг фан мавзулари бўйича билим ва амалий кўникма даражасини аниқлаш ва баҳолаш усули. Жорий назорат фаннинг хусусиятидан келиб чиққан ҳолда амалий машғулотларда оғзаки сўров, тест ўтказиш, суҳбат, назорат иши, коллеквиум, уй вазифаларини текшириш ва шу каби бошқа шаклларда ўтказилиши мумкин;

• **оралиқ назорат (ОН)** – семестр давомида ўқув дастурининг тегишли (фанларнинг бир неча мавзуларини ўз ичига олган) бўлими тугаллангандан кейин талабанинг назарий билим ва амалий кўникма даражасини аниқлаш ва баҳолаш усули. Оралиқ назорат бир семестрда икки марта ўтказилади ва шакли (ёзма, оғзаки, тест ва ҳоказо) ўқув фанига ажратилган умумий соатлар ҳажмидан келиб чиққан ҳолда белгиланади;

• **якуний назорат (ЯН)** – семестр якунида муайян фан бўйича назарий билим ва амалий кўникмаларни талабалар томонидан ўзлаштириш даражасини баҳолаш усули. Якуний назорат асосан таянч тушунча ва ибораларга асосланган “Оғзаки” шаклида ўтказилади.

ОН ўтказиш жараёни кафедра мудири томонидан тузилган комиссия иштирокида мунтазам равишда ўрганиб борилади ва уни ўтказиш тартиблари бузилган ҳолларда, **ОН** натижалари бекор қилиниши мумкин. Бундай ҳолларда **ОН** қайта ўтказилади.

Талабанинг билим савияси, кўникма ва малакаларини назорат қилишнинг рейтинг тизими асосида талабанинг фан бўйича ўзлаштириш даражаси баллар орқали ифодаланади.

«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича талабаларнинг семестр давомидаги ўзлаштириш кўрсаткичи 100 баллик тизимда баҳоланади.

Ушбу 100 балл баҳолаш турлари бўйича қуйидагича тақсимланади:

ЯН-30 балл, қолган 70 балл эса ЖН-35 балл ва ОН-35 балл қилиб тақсимланади.

Фоииз	Баҳо	Талабанинг билим даражаси
86-100	Аъло	Хулоса ва қарор қабул қилиш Ижодий фикрлай олиш Мустақил мушоҳада юритиш Олинган билимларни амалда қўллай олиш Моҳиятини тушуниш Билиш, айтиб бериш Тасаввурга эга бўлиш
71-85	Яхши	Мустақил мушоҳада юритиш Олинган билимларни амалда қўллай олиш Моҳиятини тушуниш Билиш, айтиб бериш Тасаввурга эга бўлиш
55-70	Қониқарли	Моҳиятини тушуниш Билиш, айтиб бериш Тасаввурга эга бўлиш
0-54	Қониқарсиз	Аниқ тасаввурга эга бўлмаслик Билмаслик

- Фан бўйича саралаш бали 55 баллни ташкил этади. Талабанинг саралаш балидан паст бўлган ўзлаштириши рейтинг дафтарчасида қайд этилмайди.
- Талабаларнинг ўқув фани бўйича мустақил иши жорий, оралиқ ва якуний назоратлар жараёнида тегишли топшириқларни бажариши ва унга ажратилган баллардан келиб чиққан ҳолда баҳоланади.

- Талабанинг фан бўйича рейтинги қуйидагича аниқланади: $R = \frac{V \cdot O}{100}$
бу ерда: V- семестрда фанга ажратилган умумий ўқув юкламаси (соатларда); O` - фан бўйича ўзлаштириш даражаси (балларда).
- Фан бўйича жорий ва оралиқ назоратларга ажратилган умумий баллнинг 55 фоизи саралаш балл ҳисобланиб, ушбу фоиздан кам балл тўплаган талаба якуний назоратга киритилмайди.
- Жорий **ЖН** ва оралиқ **ОН** турлари бўйича 55 балл ва ундан юқори бални тўплаган талаба фанни ўзлаштирган деб ҳисобланади ва ушбу фан бўйича якуний назоратга кирмаслигига йўл қўйилади.
- Талабанинг семестр давомида фан бўйича тўплаган умумий бали ҳар бир назорат туридан белгиланган қоидаларга мувофиқ тўплаган баллари йиғиндисига тенг.
- **ОН** ва **ЯН** турлари календар тематик режага мувофиқ деканат томонидан тузилган рейтинг назорат жадваллари асосида ўтказилади. **ЯН** семестрнинг охириги 2 ҳафтаси мобайнида ўтказилади.
- **ЖН** ва **ОН** назоратларда саралаш балидан кам балл тўплаган ва узрли сабабларга кўра назоратларда қатнаша олмаган талабага қайта топшириш учун, навбатдаги шу назорат туригача, сўнгги жорий ва оралиқ назоратлар учун эса якуний назоратгача бўлган муддат берилади.
- Талабанинг семестрда **ЖН** ва **ОН** турлари бўйича тўплаган баллари ушбу назорат турлари умумий балининг 55 фоизидан кам бўлса ёки семестр якуний жорий, оралиқ ва якуний назорат турлари бўйича тўплаган баллари йиғиндисига 55 баллдан кам бўлса, у академик қарздор деб ҳисобланади.
- Талаба назорат натижаларидан норози бўлса, фан бўйича назорат тури натижалари эълон қилинган вақтдан бошлаб бир кун мобайнида факультет деканига ариза билан мурожаат этиши мумкин. Бундай ҳолда факультет деканининг тақдимномасига кўра ректор буйруғи билан 3 (уч) аъзодан кам бўлмаган таркибда апелляция комиссияси ташкил этилади.
- Апелляция комиссияси талабаларнинг аризаларини кўриб чиқиб, шу куннинг ўзида хулосасини билдиради.
- Баҳолашнинг ўрнатилган талаблар асосида белгиланган муддатларда ўтказилиши ҳамда расмийлаштирилиши факультет декани, кафедра мудури, ўқув-услугий бошқарма ҳамда ички назорат ва мониторинг бўлими томонидан назорат қилинади.

Талабалар ОН дан тўплайдиган балларнинг намунавий мезонлари

№	Кўрсаткичлар	ОН баллари		
		макс	1-ОН	2-ОН
1	Дарсларга қатнашганлик даражаси. Маъруза дарсларидаги фаоллиги, конспект дафтарларининг юритилиши ва тўлиқлиги.	15	0-7	0-8
2	Талабаларнинг мустақил таълим топшириқларини ўз вақтида ва сифатли бажариши ва ўзлаштириш.	10	0-5	0-5
3	Оғзаки савол-жавоблар, коллоквиум ва бошқа назорат турлари натижалари бўйича	10	0-5	0-5
	Жами ОН баллари	35	0-17	0-18

Талабалар ЖН дан тўплайдиган алларнинг намунавий мезонлари

№	Кўрсаткичлар	ЖН баллари		
		макс	1-ЖН	2-ЖН
1	Дарсларга қатнашганлик ва ўзлаштириши даражаси. Амалий машғулотлардаги фаоллиги, амалий машғулот дафтарларининг юритилиши ва ҳолати	15	0-7	0-8
2	Мустақил таълим топшириқларининг ўз вақтида ва сифатли бажарилиши. Мавзулар бўйича уй вазифаларини бажарилиш ва ўзлаштириши даражаси.	10	0-5	0-5
3	Ёзма назорат иши ёки тест саволларига берилган жавоблар	10	0-5	0-5
	Жами ЖН баллари	35	0-18	0-17

YAkuniy nazoratni baholash mezonlari

YAkuniy nazorat “YOzma ish” shaklida belgilangan bo`lsa, u holda yakuniy nazorat 30 ballik “YOzma ish” variantlari asosida o`tkaziladi.

YAkuniy nazorat “YOzma ish” shaklida amalga oshirilganda, sinov ko`p variantli usulda o`tkaziladi. Har bir variant 3 ta nazariy savoldan iborat. Nazariy savollar fan bo`yicha tayanch so`z va iboralar asosida tuzilgan bo`lib, fanning barcha mavzularini o`z ichiga qamrab olgan.

Har bir nazariy savolga yozilgan javoblar bo`yicha o`zlashtirish ko`rsatkichi 0-10 ball oralig`ida baholanadi. Talaba maksimal 30 ball to`plashi mumkin.

YOzma sinov bo`yicha umumiy o`zlashtirish ko`rsatkichini aniqlash uchun variantda berilgan savollarning har biri uchun yozilgan javoblarga qo`yilgan o`zlashtirish ballari qo`shiladi va yig`indi talabaning yakuniy nazorat bo`yicha o`zlashtirish balli hisoblanadi.

Балл	Баҳо	Кўрсаткичлар
26-30	Аъло	ЯН турлари бўйича берилган барча саволларга ижодий ёндошиб, ўз хулоса ва қарорлари, мустақил мушоҳадада кўрсатиб бера олса.
21-25	Яхши	ЯН турлари бўйича берилган барча саволларга мустақил хулоса ва фикрларда ҳамда амалдаги қўлланишларига мисоллар келтириб моҳиятини тушунтира олиш.
16-21	Қониқарли	ЯН турлари бўйича берилган барча саволларнинг моҳиятини тушуниб айтиб берса.
0-16	Қониқарсиз	ЯН турлари бўйича берилган саволларга жавоб бермаслик, билмаслик.

Тавсия этилган адабиётлар рўйхати

Асосий адабиётлар:

1. Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида»ги қонун // «Халқ сўзи» газетаси, 1999 й 14 сентябр
2. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Туризм фаолиятини лицензиялаш тўғрисидаги низомни тасдиқлаш ҳақида»ги Қарори. // «Халқ сўзи» газетаси, 2003 й 12 ноябр
3. «2006-2010 йилларда Ўзбекистон Республикасида хизматлар соҳаси ва сервисни жадал ривожлантириш ҳақида» Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори. 2006 й.
4. И. Каримов Ўзбекистон XXI асрга интиломда. :Ўзбекистон, 1999г.
5. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 256 с.
6. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 192 с.
7. Дурович А.П., Бондаренко Г.А., Сергеева Т.М.и др. Организация туризма. Учеб, пособие. Мн: Новое знание, 2005.
8. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. Учебник—М: Финансы и статистика, 2003
9. Тухлиев И.С. ва бошқалар. Туризм асослари. Ўқув қўлланма - Самарқанд, СамИСИ, 2010- 247 б.
10. Тухлиев И.С., Қудратов Ғ.Ҳ., Пардаев М.Қ. Туризмни режалаштириш. Тошкент – «ИҚТИСОД - МОЛИЯ» 2010 – 264 б.
11. Tuxliyev I.S., A.B.Bektemirov, Z.I.Usmanova. Turizmدا strategik marketing Samarqand 2010 y.- 136 b.
12. Комилова Ф.Қ. Халқаро туризм бозори. Ўқув қўлланма. Т.:ТДИУ,2006.191 б.
13. Axmedov X.I, Allabergenov A.A. Turizm faoliyatini tashkil etish. Toshkent, 2004

Қўшимча адабиётлар

1. Қудратов Ғ.Ҳ, Тухлиев И.С. Туризм иқтисодиёти. Қўлланма. СамИСИ –2007.
2. Юреев А.П. Планирование туризма. Учебное пособие. Донецк 2003 г
3. Рябовой И.А., Забаев Ю.В., Драчевой Е.Л. Экономика и организация туризма. Учебного пособие. М.: «Кнорус» 2006.
4. Квартальнов В.А. Экономика туризма. Учебник. М.; «Финансы и статистика» 2001
5. Полков Ю.В. Введение в гостиничный и туристический бизнес. Учебник – Ростов н/Д: «Феникс», 2004.
6. Бгатов А.П. Туристские формальности. «Академия». М. 2004
7. Кабушкин Н.Н. «Менеджмент туризма» -М.: Новая жизнь, 1999 г.
8. Тухлиев Н. Экономика большого туризма. Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси. 2001.

Интернет сайтлари:

1. www.lex.uz
2. www.stat.uz
3. www.tourism.uz/
4. www.tour.uz/
5. www.tours.ru/country/uz/
6. www.ref.uz.

III. МАЪРУЗА МАШҒУЛОТИНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

1-мавзу	Туризм операторлик хизматини ташкиллаштириш - нинг асослари фанининг мақсади ва вазифалари. Туроператор тушунчаси

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Машгулот вақти-2 соат	Талабалар сони: 20 – 80 гача
Машгулот шакли	Кириш. Ахборотли маъруза
Маъруза режаси	1.Фаннинг предмети, объекти. Туроператорлик тушунчаси. 2.Туроператор туризм бозорининг субъекти сифатида.
Ўқув машгулотининг мақсади: Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари фанининг ўрганиш объекти ва предмети, ҳамда ушбу фаннинг мақсади ва вазифаларини талабаларга тушунтиришдан иборат.	
Педагогик вазифалар: • ўқув курсининг мақсади ва вазифалари, ўтиладиган мавзуларга тушунча бериш; • туроператорлик моҳиятини тушунтириб бериш; • мамлакат иқтисодиётига туризмнинг таъсирини изоҳлаш; • фаннинг обекъти ва предметини нимадан иборат эканлигини тушунтириш; • туроператор туризм бозорининг субъекти сифатида эканлигини тушунтириш.	Ўқув фаолияти натижалари: • ўқув курсининг мақсади ва вазифалари, ўтиладиган мавзулар ҳақида тушунчага эга бўлади; • туроператорлик моҳиятини тушунтириб бериш қобилиятига эга бўлади; • мамлакат иқтисодиётига туризмнинг таъсирини изоҳлай олади; • фаннинг обекъти ва предметини нимадан иборат эканлигини тушуниб олади; • туроператор туризм бозорининг субъекти нимада эканлигини тушунтириб бера олади.
Таълим бериш усуллари	Кўргазмали маъруза, суҳбат, намойиш этиш, “Ақлий ҳужум” усули.
Таълим бериш шакллари	Оммавий, жамоавий
Таълим бериш воситалари	Маъруза матни, доска, вижен.
Таълим бериш шароити	Ҳамкорликда ишлаш ва тақдимотларни амалга ошириш имконига эга бўлган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат: савол-жавоб, ўз-ўзини назорат

**1.2. «Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари
фанининг мақсади ва вазифалари. Туроператор тушунчаси»
маъруза машғулотининг технологик харитаси**

<i>Иш босқичлари ва вақти</i>	<i>Фаолият мазмуни</i>	
	<i>Таълим берувчи</i>	<i>Таълим олувчилар</i>
Тайёргар- лик босқичи.	1.Мавзу бўйича ўқув мазмунини тайёрлаш. 2.Кириш маърузаси учун такдимот слайдларини тайёрлаш. 3.Талабалар ўқув фаолиятини баҳолаш мезонларини ишлаб чиқиш. 4.Ўқув курсини ўрганишда фойдаланиладиган адабиётлар рўйхатини ишлаб чиқиш.	
I. Мавзуга кириш (15 дақиқа)	1.1. Ўқув курси номини айтади. Экранга маъруза режаси рўйхатини беради ва уларга қисқача таъриф беради (1-илова). 1.2. Биринчи машғулот мавзуси, унинг мақсади ва ўқув фаолияти натижалари билан таништиради. 1.3. Талабалар ўқув фаолиятини баҳолаш мезонлари билан таништиради (2-илова). 1.4. Биринчи мавзу юзасидан “Ақлий хужум” усули асосида дарс ўтказишни таклиф этади. Доскага «Туроператорлик нима?» деб ёзади. Талабалар томонидан айтилган фикрларни ёзиб боради ва умумлаштиради (3-илова).	Тинглайдилар. Тинглайдилар. Талабалар берилган саволларга жавоб берадилар.
II. Асосий босқич (55 дақиқа)	2.1.Power Point дастури ёрдамида слайдларни намоиш қилиш ва изоҳлаш билан мавзу бўйича асосий назарий жиҳатларини тушунтириб беради. 2.2.Ўзбекистонда Республикасида туристларга кўрсатиладиган хизматлар динамикасини слайдлар орқали тушунтириб беради (4-илова). 2.3.Туроператорларнинг фаолият тури ва жойига кўра турларини тушунтириб беради (5-илова) 2.4.Талабалар билимларини фаоллаштириш ва мустаҳкамлаш мақсадида қуйидаги саволларни беради: • туризм бозорида туроперейтинг бизнесининг юзага келиши нима Билан боғлиқ? • туроператор деганда нимани тушунаси?	Тинглайдилар, ёзадилар. Талабалар берилган саволларга жавоб

	• турагент ва туроператор орасидаги асосий фарқ нимадан иборат? • туризм фаолиятларининг қандай кўринишлари сизга маълум? • Инициатив ва Рецепт туристик фаолият деганда нимани тушунасиз? 2.5.Туризм хизмат бозорида туроператорнинг функцияларини слайдлар орқали ёритади (6-илова).	берадилар. Тинглайдилар, ёзадилар.
III. Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Мавзу бўйича талабаларда юзага келган саволларга жавоб беради, якунловчи хулоса қилади. 3.2.Мустақил ишлаш учун “Туризм фаолиятини ташкил этишда туроператорликнинг ўрни ва аҳамияти” мавзусини тақдим этади.	Саволлар берадилар. Вазифани ёзиб оладилар.

Ўқув-визуал материаллар:

1-илова

Маъруза режаси:

1. Фаннинг предмети, объекти. Туроператорлик тушунчаси.
- 2.Туроператор туризм бозорининг субъекти сифатида.

2-илова

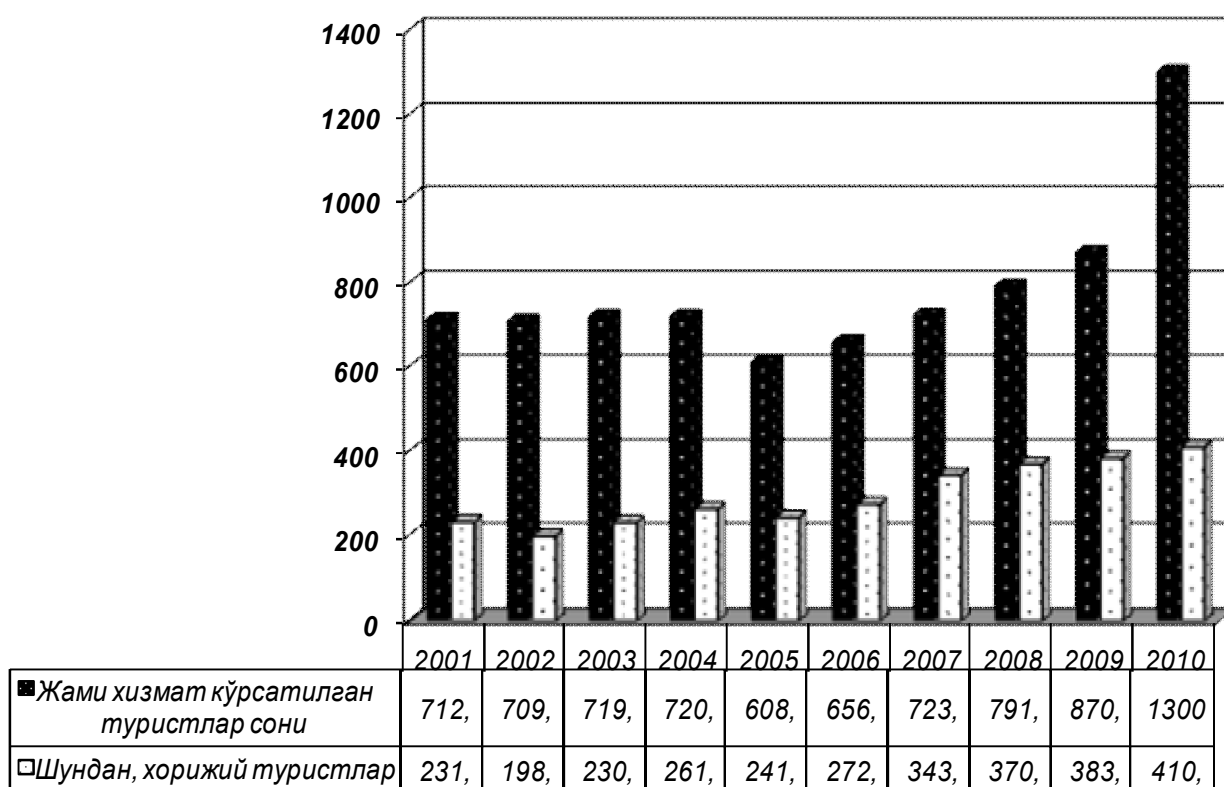
Курс бўйича талабаларни ўзлаштириш, баҳолаш мезонлари

Назорат шакллари	Жами баллар
1. Жорий баҳолаш а) Тингловчининг маъруза ва амалий машғулотдаги активлиги; б) Уй вазифасини бажариш; в) Берилган топшириқларни бажариши (реферат, таблицалар, слайдлар тайёрлаш ва ҳ.к.)	35 балл
2. Оралиқ баҳолаш (назорат иши ва тестлар ўтказиш)	35 балл
3. Якуний баҳолаш (ёзма иш, тест ва бошқа турдаги назоратларни ўтказиш)	30 балл

«Ақлий ҳужум»нинг асосий қоидалари:

- олға сурилган ғоялар баҳоланмайди ва танқид остига олинмайди;
- иш сифатига эмас, сонига қаратилади, ғоялар қанча кўп бўлса шунча яхши;
- исталган ғояларни мумкин қадар кенгайтириш ва ривожлантиришга ҳаракат қилинади;
- муаммо ечимидан узоқ ғоялар ҳам қўллаб-қувватланади;
- барча ғоялар ёки уларнинг асосий мағзи (фаразлари) қайд этиш йўли билан ёзиб олинади;
- «Ақлий ҳужум»ни ўтказиш вақти аниқланади ва унга риоя қилиниши шарт;
- бериладиган саволларга қисқача (асосланмаган) жавоблар бериш кўзда тутилиши керак.

Ўзбекистон Республикасида туристларга кўрсатилган хизматларнинг ўзгариш динамикаси (минг киши)



Манбаа: “Ўзбектуризм” МК маълумотлари бўйича

Фаолият турига кўра:	
1	<i>Оммавий бозор туроператорлари</i> - улар оммавий туризм жойларига чартер авиарейслардан фойдаланган ҳолда турпакетлар сотадилар.
2	<i>Махсуслашган туроператорлар</i> - бозорнинг маълум сегменти ёки маҳсулотига махсуслашган туроператорлардир. Булар ўз навбатида қуйидагилар бўлиши мумкин: • махсус қизиқишлар туроператорлари (масалан, спорт-саргузашт туризми, Африкада сафари уюштириш ва бошқалар); • махсус бориладиган жойлар туроператорлари (масалан, Англия, Франция ва бошқа жойларга сафарлар); • маълум миқдорлар гуруҳи туроператорлари (ёшлар, oilалар, иш одамлари ва бошқалар); • махсус жойлаштириш жойлари туроператорлари (дам олиш уйлари, турбазалар ва ҳоказо); • маълум транспорт турларидан фойдаланадиган туроператорлар (теплоход, поезд ва бошқалар).
Фаолият жойига кўра:	
1	<i>Маҳаллий (ички) туроператорлар</i> - улар ўзи яшаётган мамлакат чегаралари доирасида йўналишлар билан биргаликда турпакетлар тузадилар.
2	<i>Чиқиш туроператорлари</i> турпакетларни хорижий давлатларга йўналтирадилар.
3	<i>Қабул қилувчи туроператорлар</i> - улар туристлар борадиган мамлакатда жойлашган бўлади ва уларга хизмат кўрсатишади.

Туризм хизмат бозорида туроператорлик функциялари

- *Нархни шакллантириш*
- *Силжйтиш функцияси,*
- *Ахборотлаштириш функцияси*
- *Новаторлик функцияси*
- *Бюджетни шакллантирувчи функцияларини*
- *Интеграцияловчи функцияси*
- *Оператор лоббилик функциясидир.*

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

1-мавзу	Туризм операторлик хизматини ташкиллаштириш - нинг асослари фанининг мақсади ва вазифалари. Туроператор тушунчаси

1.2. Амалий машғулотни олиб бориш технологияси

Талабалар сони: 20-30та	Вақти: 2 соат
Машғулот шакли	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машғулот
Амалий машғулот режаси	1.Фаннинг предмети, объекти. Туроператорлик тушунчаси. 2.Туроператор туризм бозорининг субъекти сифатида.
Машғулотнинг мақсади: Мавзу бўйича билимларни чуқурлаштиришни таъминлаш.	
Педагогик вазифалар • мавзунини мустақил ўрганиш учун асос яратди; • мавзу бўйича билимларни чуқур ўзлаштириш ва мустаҳкамлашга ёрдам беради; • кичик гуруҳларда ишлашни ташкил қилади; • ўз нуктаи назарига эга бўлишни шакллантиради; • мантикий хулоса чиқаришга кўмак беради.	Ўқув фаолияти натижалари • ўқув курсининг мақсади ва вазифалари, ўтиладиган мавзулар ҳақида тушунчага эга бўлади; • туроператорлик моҳиятини тушунтириб бериш қобилиятига эга бўлади; • мамлакат иқтисодиётига туризмнинг таъсирини изоҳлай олади; • фаннинг объекти ва предметини нимадан иборат эканлигини тушуниб олади; • туроператор туризм бозорининг субъекти нимада эканлигини тушунтириб бера олади.
Таълим бериш усуллари	Топшириқлар, амалий ишлаш усули, баҳс-мунозара, кичик гуруҳларда ишлаш, “Венна диаграммаси” ва «Нима учун?» усуллари.
Таълим бериш шакллари	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
Таълим бериш воситалари	Маърузалар матни, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
Таълим бериш шароити	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш жараёнлари вақти	Фаолиятнинг мазмуни	
	ўқитувчи	талаба
I. Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Ўқув машғулоти мавзуси, мақсади ва ўқув фаолияти натижаларини айтади (1-илова). 1.2. Амалий дарс бўйича баҳолаш мезонларини тушунтиради. (2-илова). 1.3. Талабалар амалий машғулотлар якунига етгунга қадар танлаган мавзулари бўйича мустақил ишларини топширишлари зарурлигини тушунтиради. Бунинг учун талабаларни 2-3тадан кичик гуруҳларга бўлади. Тахминий мавзуларни беради ёки талабалар ихтиёрий ўзлари танлайдилар. (3-илова). 1.4. Таълим жараёни интерфаол усуллар орқали амалга оширилишини эълон қилади, ҳамда кичик гуруҳларда ишлаш қоидалари билан таништиради (4-илова)	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар. Кичик гуруҳларга бўлинадилар ва мустақил иш учун мавзу танлайдилар. Интерфаол усуллардан фойдаланилган ҳолда кичик гуруҳларга бўлинади (4-5та)
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Гуруҳларга «Венна диаграммаси» усулидан фойдаланилган ҳолда, Туроператор ва турагентларни фаолиятларини солиштириб беришни сўрайди. (5-илова). 2.2. «Нима учун?» усулидан фойдаланган ҳолда талабаларга, «Нима учун туроператорларга туристик хизматлар бозорини шакллантиришда алоҳида ўрин ажратилган?» деган савол билан мурожаат қилади. Бажарилган ишларни кўздан кечириб хулосалайди (6-илова). 2.3. Гуруҳларга топшириқларни бажариши учун ёрдам беради. Қўшимча маълумотлардан фойдаланишга имкон яратади. Диққатларини кутиладиган натижага жалб қилади. 2.4. Ҳар бир гуруҳ топшириқларини қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишга ёрдам беради, билимларини умумлаштиради, хулосаларга алоҳида эътибор беради. Топшириқларнинг бажарилишини қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди. 2.5. Ҳар бир гуруҳ топшириқларни қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишида ёрдам беради. Ягона хулоса чиқаришга кўмак беради ва ниҳоясида умумлаштиради.	Ўз фикрларини эркин билдирадилар. Органайзерни тўлдирадилар Ўз фикрларини эркин билдирадилар. Органайзерни тўлдирадилар. Жамоа бўлиб бажарилган ишнинг тақдимотини ўтказадилар, баҳс-мунозара юритадилар, қўшимчалар қиладилар, хулоса чиқарадилар. Ғолиб гуруҳларни аниқлаб, баҳолайди.

III. Якуний босқич <i>(10 дақиқа)</i>	1.1. Иш якунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради. 3.2. Инсерт усулидан фойдаланилган ҳолда 2-мавзуни ўқиб келишни уйга вазифа қилиб беради <i>(7-илова)</i>	Эшитади. Аниқлайди. ЎУМ га қарайдилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

- 1.Фаннинг предмети, объекти. Туроператорлик тушунчаси.
- 2.Туроператор туризм бозорининг субъекти сифатида.

2-илова

Гуруҳлар	Саволнинг тўлиқ ва аниқ ёритилиши 0-5 балл	Мисоллар билан муаммога ечим топиши 0-5 балл	Гуруҳ аъзоларининг фаоллиги 0-5 балл	Жами балл

13-15 балл – аъло

11-12 балл – яхши

9-10 балл – қониқарли

9дан паст балл – қониқарсиз

3-илова

Мустақил иш учун тахминий мавзулари:

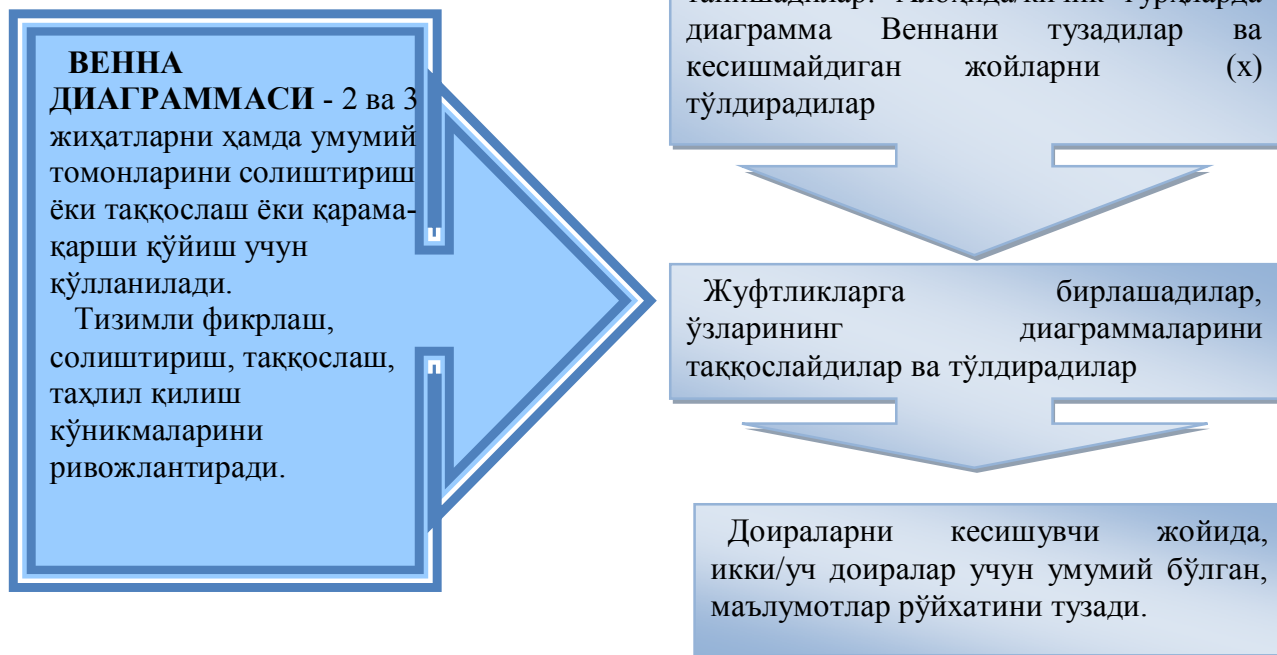
1. Туристик бозор, унинг таркиби ва вазифалари.
2. Ўзбекистонда туристик бозорни шакллантириш ва ривожлантириш.
3. Ўзбекистонда туристик маҳсулотларни ишлаб чиқаришни такомиллаштириш.
4. Туризмда хизмат турлари.
5. Туристлар хавфсизлигини таъминлаш.
6. Туризмда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматлари.
7. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантириш.
8. Ўзбекистонда экологик туризмни ташкил этиш.

9. Ўзбекистон диний туризмни ташкил этиш.
10. Ўзбекистоннинг туристик ресурслари ва улардан самарали фойдаланиш.
11. Туризмда операторлик фирмаларнинг функциялари.
12. Туристларни овқатлантириш ва маиший хизмат кўрсатишни ташкил қилиш.
13. Халқаро туризмни мамлакат иқтисодиётига таъсири.
14. Туризмда транспорт хизматини ташкил этиш.
15. Туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш.
16. Туристик хизмат кўрсатиш стандартлари ва сертификацияси.
17. Туристик ташкилот турлари ва уларни туризмни ривожланишидаги ўрни.
18. Туризмда экскурсия хизматини ташкил этиш.
19. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг истикболлари.
20. Туризмда ҳамкорлик алоқалари.
21. Туризмда расмийликлар тизими.
22. Туризмда ижтимоий-маданий сервисни ташкиллаштириш.
23. Туризмни ривожланишида ахборот технологияларини ўрни.
24. Туризмни ривожланишига таъсир этувчи омиллар.
25. Ўзбекистонда туристик ташкилотлар ва уларни фаолияти
26. Ўзбекистонда туристик маршрутларни ишлаб чиқиш.

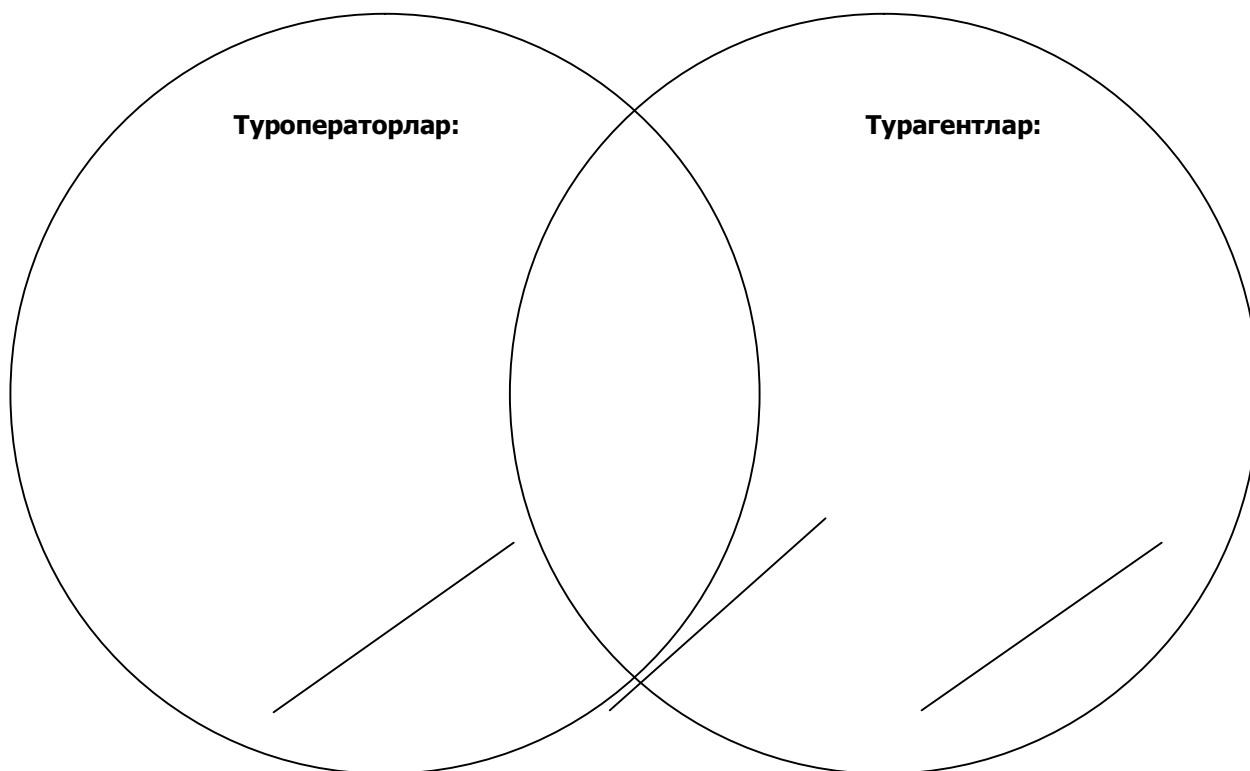
4-илова

Кичик гуруҳларда ишлаш қондаси

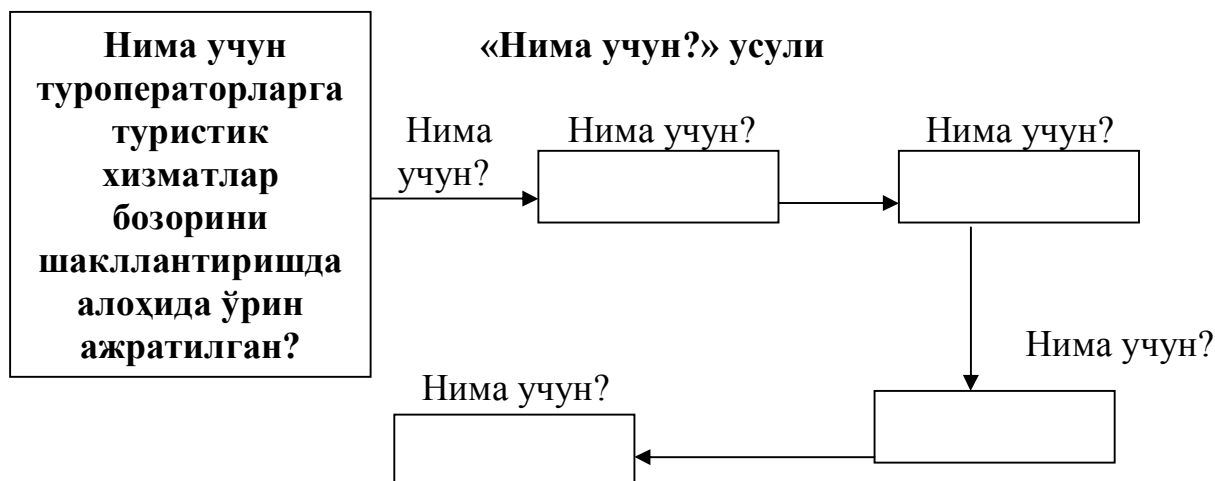
- 1.Талабалар ишни бажариш учун зарур билим ва малакаларга эга бўлмоғи лозим.
- 2.Гуруҳларга аниқ топшириқлар берилмоғи лозим.
- 3.Кичик гуруҳ олдида қўйилган топшириқни бажариш учун етарли вақт ажратилади.
- 4.Гуруҳлардаги фикрлар чегараланмаганлиги ва тайзикқа учрамаслиги ҳақида огоҳлантирилиши зарур.
- 5.Гуруҳ иш натижаларини қандай тақдим этишини аниқ билишлари, ўқитувчи уларга йўриқнома бериши лозим.
- 6.Нима бўлганда ҳам мулоқотда бўлинг, ўз фикрингизни эркин намоён этинг.



Туристтик бозорда туроператор ва турагентлар фаолиятларини солиштиринг:



“Нима учун?” усули-муаммонинг дастлабки сабабларини аниқлаш бўйича фикрлар занжири. Алоҳида/кичик гурҳларда муаммони ифодалайдилар. “Нима учун” сўроғини берадилар ва чизадилар, шу саволга жавоб ёзадилар. Бу жараён муаммонинг дастлабки сабаби аниқланмагунича давом этади.



«ИНСЕРТ» техникасининг қоидалари:

1. Текстни ўқиб чиқинг.
2. Олинган маълумотни тизимлаштиринг.
3. Ҳар бир қаторга қалам ёрдамида белгилар қўйинг.
 - V** – маълумотлар мавзуга оид билимларимга тўғри келади.
 - +** – янги маълумотдир.
 - – олган билимларимга тўғри келмайди.
 - ?** – мени ўйлантириб қўйди, бу масала юзасидан қўшимча маълумотлар керак.

МАЪРУЗА МАШҒУЛОТИНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

2-мавзу	ТУРИЗМ ХИЗМАТ БОЗОРИДА ТУРОПЕРАТОРЛИК ФАОЛИЯТИНИНГ АСОСИЙ ФУНКЦИЯЛАРИ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Машгулот вақти-2 соат	Талабалар сони: 20 – 80 гача
Машгулот шакли	Ахборотли маъруза
Маъруза режаси	1. Туроператорнинг асосий функциялари. 2. Қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функциялари.
Ўқув машгулотининг мақсади: Туризм хизмат бозорида туроператорлик фаолиятининг асосий функцияларини тушунтириш.	
Педагогик вазифалар: • туроператорнинг фирмада асосий функцияларини тушунтириш; • белгиланган функцияга мувофиқ туристларнинг хорижга сафарини ташкил этиш технологиясини тушунтириш; • туроператор вазифаларини белгилаб бериш; • қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функциялари ҳақида тушунча бериш; • қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функцияларини тушунтириб бериш.	Ўқув фаолияти натижалари: • туроператорнинг фирмада асосий функцияларини тушунтириб бера олади; • белгиланган функцияга мувофиқ туристларнинг хорижга сафарини ташкил этиш технологиясини белгилайди; • туроператор вазифалари тушунчасига эга бўлади; • қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функциялари очиб бериш кўникмасига эга бўлади; • қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функцияларини аҳамиятини тушуниб етади.
Таълим бериш усуллари	Ахборотли маъруза, жамоада ишлаш, “ФСМУ” усули.
Таълим бериш шакллари	Оммавий, жамоавий
Таълим бериш воситалари	Маъруза матни, тарқатма материаллар, доска.
Таълим бериш шароити	Ҳамкорликда ишлаш ва тақдиротларни амалга ошириш имконига эга бўлган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат: савол-жавоб, ўз-ўзини назорат

1.2. «Туризм хизмат бозорида туроператорлик фаолиятининг асосий функциялари» маъруза машғулотининг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Таълим берувчи	Таълим олувчилар
Тайёргар- лик босқичи	1.Мавзу бўйича ўқув мазмунини тайёрлаш. 2.Маъруза учун тақдимот слайдларини тайёрлаш. 3.Ўқув курсини ўрганишда фойдаланиладиган адабиётлар рўйхатини ишлаб чиқиш.	
1. Мавзуга кириш (15 дақиқа)	1.1.Иккинчи машғулот мавзуси, унинг мақсади ва ўқув фаолияти натижалари билан таништиради. Экрanga курснинг тузилмавий мантикий чизмасини чиқаради, режадаги масалалар рўйхатини беради ва уларга қисқача таъриф беради (1-илова). 1.2.Талабалар билимларини фаоллаштириш мақсадида саволлар беради (2-илова).	Тинглайдилар. Талабалар берилган саволларга жавоб берадилар.
2. Асосий босқич (55 дақиқа)	2.1.Power Point дастури ёрдамида слайдларни намойиш қилиш ва изоҳлаш билан мавзу бўйича асосий назарий жиҳатларини тушунтириб беради. 2.2.Мавзу юзасидан учинчи саволни тушунтиришда “ФСМУ” усулидан фойдаланилади. “ФСМУ” усулида берилган: «Туроператорларнинг асосий вазифаси турpaketни шакллантириш» - деган фикрларни тинглаб, қўшимча қилади. Шу тариқа учинчи саволни умумлаштириб, хулосалайди (3-илова). 2.3. Талабалар билимларини фаоллаштириш ва мустақамлаш мақсадида қуйидаги саволларни беради: • туризм хизмат бозорида туроператорлик фаолиятининг моҳияти нимадан иборат? • туроператорнинг асосий функциялари нималардан иборат? • қабул қилиш бўйича туроператорнинг функцияларининг ўзига хослиги қандай намоён бўлади?	Тинглайдилар, ёзадилар. Жамоа бўлиб бажарилган ишнинг тақдимотини ўтказадилар. Талабалар берилган саволларга жавоб берадилар.

3. Якуний босқич <i>(10 дақиқа)</i>	3.1. Маърузада қилинган ҳар бир савол қандай ҳал қилинганлиги тўғрисида умумий якуний хулоса беради. 3.2. Келгуси машғулотга тайёргарлик кўриш бўйича топшириқлар ва фойдаланиладиган адабиётлар тавсия этилади.	Эшитадилар. Аниқлайдилар. Эшитади ва ЎУМ га қарайдилар.

Ўқув-визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

1. Туроператорнинг асосий функциялари.
2. Қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функциялари.

2-илова

Жонлантириш учун саволлар:

1. Туристик ресурсларнинг ижтимоий мазмунини тушунтиринг.
2. Туристик ресурсларнинг жамиятдаги ўрни нимада.
3. Туристик ресурсларнинг иқтисодий мазмуни тушунтиринг.
4. Туристик ресурсларнинг иқтисодиётдаги аҳамияти.
5. Ўзбекистоннинг ижтимоий – иқтисодий ҳаётида туристик ресурсларнинг аҳамияти нимада

3-илова

“ФСМУ” усули

Ушбу технология тингловчиларни ўз фикрини ҳимоя қилишга, эркин фикрлаш ва ўз фикрини бошқаларга ўтказишга, очиқ ҳолда баҳслашишга, эгалланган билимларни таҳлил қилишга, қай даражада эгаллаганликларини баҳолашга ҳамда тингловчиларни баҳслашиш маданиятига ўргатади.

(Ф) – Фикрингизни баён этинг.

(С) – Фикрингиз баёнига бирон сабаб кўрсатинг.

(М) – Кўрсатилган сабабни тушунтирувчи мисол келтиринг

(У) – Фикрингизни умумлаштиринг

САВОЛ	Туроператорларнинг асосий вазифаси турpaketни шакллантириш
Ф Фикрингизни баён этинг.	
С Фикрингизни баёнига бирор сабаб кўрсатинг.	
М Кўрсатилган сабабни тушунтирувчи мисол елтиринг.	
У Фикрингизни умумлаштиринг.	

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

2-мавзу	ТУРИЗМ ХИЗМАТ БОЗОРИДА ТУРОПЕРАТОРЛИК ФАОЛИЯТИНИНГ АСОСИЙ ФУНКЦИЯЛАРИ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Талабалар сони: 20-30 та	Вақти: 2 соат
Машғулот шакли	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машғулот.
Амалий машғулот режаси	2.1.Туроператорнинг асосий функциялари. 2.2.Қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функциялари.
Машғулотнинг мақсади: Мавзу бўйича билимларни чуқурлаштириш ҳамда туристик ресурсларнинг ижтимоий-иқтисодий мазмунини талабалар онгига сингдириш.	
Педагогик вазифалар • мавзунини мустақил ўрганиш учун асос яратади; • мавзу бўйича билимларни чуқур ўзлаштириш ва мустаҳкамлашга ёрдам беради; • тўғридан-тўғри ва жамоа бўлиб қўйилган муаммони таҳлил қилиб ва аниқ қарор қабул қилишга шарт-шароит яратади; • мустақил ишлаш учун имконият яратади; • ўз нуқтаи назарига эга бўлишни шакллантиради; • мантикий хулоса чиқаришга кўмак беради.	Ўқув фаолияти натижалари • туроператорнинг фирмада асосий функцияларини тушунтириб бера олади; • белгиланган функцияга мувофиқ туристларнинг хорижга сафарини ташкил этиш технологиясини белгилайди; • туроператор вазифалари тушунчасига эга бўлади; • қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функциялари очиқ бериш кўникмасига эга бўлади; • қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функцияларини аҳамиятини тушуниб етади.
Таълим бериш усуллари	Топшириқлар – амалий ишлаш учун, баҳс-мунозара, кичик гуруҳларда ишлаш, «Қандай?» ва «Блиц-сўров» усуллари.
Таълим бериш шакллари	Тўғридан-тўғри, жамоа ва гуруҳларда ишлаш
Таълим бериш воситалари	Маърузалар матни, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
Таълим бериш шароити	Техник воситалар билан таъминланган аудитория
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш жараёнлари вақти	Фаолиятнинг мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I.Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1.Амалий машғулот мавзуси, мақсади айтади. Амалий машғулот режаси экранга чиқарилади. (1-илова). 1.2.Мустақил ишлаш учун берилган топшириқнинг назоратини ўтказди. 1.3.Талабаларни 4 та кичик гуруҳларга бўлади.	Тинглайдилар. Вазифани тақдим этади. Кичик гуруҳларга бўлинади.
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Гуруҳларга «Қандай?» усулидан фойдаланилган ҳолда: «Туроператор вазифаларига қандай хизматлар киради?» деб савол билан мурожаат қилади (2-илова). 2.2. Талабалар бир-бирларидан ахборотларни ўрганишиб бўлишгач, гуруҳларнинг жавоблари қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди. Ҳолиб гуруҳларни баҳолаш мезони орқали аниқлайди. 2.3. Талабаларнинг «Блиц-сўров» усули орқали ўзлаштириш даражалари аниқланади (3-илова).	Тинглайдилар. Ахборотларни ўрганади Жавоб беради, баҳс-мунозара юритади, қўшимча қилади, хулоса чиқарадилар Жавоб беради
I.Мавзуга кириш (10 дақиқа)	3.1. Иш якунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради (4-илова) 3.2. 3-мавзунини ўқиб келишни уйга вазифа қилиб беради.	Эшитади. Эшитади, аниқлайди, ЎУМ га қарайдилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

1. Туроператорнинг асосий функциялари.
2. Қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функциялари.

«Қандай?» органиайзерини тўлдилинг

Қуйидан юқорига босқичма-босқич бўйсунувчи “Қандай?” диаграммаси. Муаммо тўғрисида умумий тасаввурларни олиш имконини берувчи, мантиқий саволлар занжири. Қўпгина ҳолларда муаммони ечишда “нима қилиш керак”лиги тўғрисида ўйланиб қолмаслигингиз керак. Асосан муаммо, уни ечишда “буни қандай қилиш керак?”, “қандай”асосий саволлар юзага келишидан иборат бўлади. “Қандай” саволларининг изчил берилиши қуйидагилар имконини беради: муаммони ечиш нафақат бор имкониятларни, балки уларни амалга ошириш йўллари хам тадқиқ қилиш.



«Блиц-сўров» саволлари:

1. Туризм хизмат бозорида туроператорлик фаолиятининг моҳияти нимадан иборат?
2. Туроператорнинг асосий функциялари нималардан иборат?
3. Туроператорларнинг асосий вазифалари нималардан иборат?

МАЪРУЗА МАШҒУЛОТИНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

3-мавзу

ТУРИЗМ БОЗОРИ ТУШУНЧАСИ ВА ВАЗИФАЛАРИ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Машгулот вақти- 2 соат	Талабалар сони: 20 – 80 гача
Машгулот шакли	Ахборотли маъруза
Маъруза режаси	1.Туризм бозорининг функциялари ва таркиби. 2.Туризм бозорига таъсир килувчи асосий омиллар. 3.Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолати ва унинг муаммоларини таҳлил қилиш.
Ўқув машгулотининг мақсади: Талабаларга туризм бозори тушунчасини баён этиш ва унинг вазифаларини тушунтириш.	
Педагогик вазифалар: • туризм бозорининг функцияларини тушунтириш; • туризм бозорининг таркиби моҳиятини тушунтириш; • туристик бозордаги талаб ва таклифларни моҳиятини баён этиш; • туризм бозори турларини тушунтириш; • туризм бозорига таъсир килувчи асосий омилларни изоҳлаш; • Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолатига баҳо бериш; • Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг муаммоларини таҳлил қилиш.	Ўқув фаолияти натижалари: • туризм бозорининг моҳияти ҳақидаги билимларини мустаҳкамлайди; • туризм бозорининг таркибини тушуниб етади; • туристик бозордаги талаб ва таклифлар моҳиятини изоҳлай олади; • туризм бозори турларини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • туризм бозорига таъсир килувчи асосий омилларни тушуниб етади; • Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолатига баҳо бериш имконига эга бўлади.
Таълим бериш усуллари	Кўргазмали - визуал маъруза, жамоада ишлаш, «Балиқ скелети» усули.
Таълим бериш шакллари	Оммавий, жамоавий
Таълим бериш воситалари	Маъруза матни, тарқатма материаллар, доска,
Таълим бериш шароити	Ҳамкорликда ишлаш ва тақдимотларни амалга ошириш имконига эга бўлган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат: савол-жавоб, ўз-ўзини назорат

1.2. «Туризм бозори тушунчаси ва вазифалари» маъруза машғулотининг технологик харитаси

<i>Иш босқичлари ва вақти</i>	<i>Фаолият мазмуни</i>	
	<i>Таълим берувчи</i>	<i>Таълим олувчилар</i>
Тайёргар- лик босқичи	1.Мавзу бўйича ўқув мазмунини тайёрлаш. 2.Маъруза учун тақдимот слайдларини тайёрлаш. 3.Талабалар ўқув фаолиятини баҳолаш мезонларини ишлаб чиқиш. 4.Ўқув курсини ўрганишда фойдаланиладиган адабиётлар рўйхатини ишлаб чиқиш.	
1. Мавзуга кириш (15 дақиқа)	1.1.Бугунги мавзу номини айтади. Экранга мавзунинг режасини рўйхатини беради ва уларга қисқача таъриф беради (1-илова). 1.2.Учинчи машғулот мавзуси, унинг мақсади ва ўқув фаолияти натижалари билан таништиради. 1.3.Талабалар билимларини фаоллаштириш мақсадида саволлар беради (2-илова).	Тинглайдилар. Тинглайдилар Талабалар берилган саволларга жавоб берадилар.
2.Асосий босқич (55 дақиқа)	2.1.Power Point дастури ёрдамида слайдларни намойиш қилиш ва изоҳлаш билан мавзу бўйича асосий назарий жиҳатларини тушунтириб беради. 2.2.Мавзу юзасидан учинчи саволни тушунтиришда талабаларни эркин баҳс-мунозарага тортиш мақсадида «Балиқ скелети» усулидан фойдаланилган ҳолда «Ўзбекистон Республикасида туризм бозорини ривожлантириш имкониятлари қандай?» деб ёзилган тарқатма материаллар билан ишлашни таклиф қилади. (3-илова).	Тинглайдилар, ёзадилар. Тинглайдилар, ёзадилар.
3.Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1.Мавзу бўйича талабаларда юзага келган саволларга жавоб беради, якунловчи хулоса қилади. 3.2.Мустақил ишлаш учун “Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолати ва уни ривожлантириш истикболлари” мавзусини тақдим этади.	Саволлар берадилар. Вазифани ёзиб оладилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

1. Туризм бозорининг функциялари ва таркиби.
2. Туризм бозорига таъсир қилувчи асосий омиллар.
3. Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолати ва унинг муаммоларини таҳлил қилиш.

2-илова

Жонлантириш учун саволлар:

1. Туристик бозорнинг функциялари ва таркибини айтинг.
2. Туризм бозорига таъсир қилувчи асосий омилларни санаб беринг.
3. Оммавий туристик бозорни тушунтиринг.
4. Индивидуал туристик бозорни тушунтиринг.
5. Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолати ва унинг муаммоларини таҳлил этинг.

3-илова

«Балиқ скелети» усули

Ушбу технология катта муаммоларнинг ечимини топишга қаратилган. Юқори қисмида муаммолар тури ёзилса, пастки қисмида эса мисоллар билан изоҳланади.

«Ўзбекистон
Республикасида
туризм бозорини
ривожлантириш

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

3-мавзу

ТУРИЗМ БОЗОРИ ТУШУНЧАСИ ВА ВАЗИФАЛАРИ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Машғулот вақти: 2 соат	Талабалар сони: 20-30та
Машғулот шакли	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳ-камлашга қаратилган амалий машғулот.
Амалий машғулот режаси	1.Туризм бозорининг функциялари ва таркиби. 2.Туризм бозорига таъсир килувчи асосий омиллар. 3.Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолати ва унинг муаммоларини таҳлил қилиш.
Машғулотнинг мақсади: Мавзу бўйича билимларни чуқурлаштириш ҳамда туризм бозори тушунчасини ва унинг вазифаларини талабалар онгига сингдириш.	
Педагогик вазифалар: • туризм бозорининг функцияларини тушунтириш; • туризм бозорининг таркиби моҳиятини тушунтириш; • туристик бозордаги талаб ва таклифларни моҳиятини баён этиш; • туризм бозорига таъсир килувчи асосий омилларни изоҳлаш; • Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолатига баҳо бериш; • Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг муаммоларини таҳлил қилиш.	Ўқув фаолияти натижалари: • туризм бозорининг моҳияти ҳақидаги билимларини мустаҳкамлайди; • туризм бозорининг таркибини тушуниб етади; • туристик бозордаги талаб ва таклифлар моҳиятини изоҳлай олади; • туризм бозорига таъсир килувчи асосий омилларни тушуниб етади; • Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолатига баҳо бериш имконига эга бўлади.
Таълим бериш усуллари	Топшириқлар – амалий ишлаш учун, баҳс-мунозара, кичик гуруҳларда ишлаш, «Тоифалаш жадвали» ва «Блиц-суров» усуллари.
Таълим бериш шакллари	Тўғридан-тўғри, жамоа ва гуруҳларда ишлаш
Таълим бериш воситалари	Маърузалар матни, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр
Таълим бериш шароити	Техник воситалар билан таъминланган аудитория
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I. Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1.Ўқув машғулот мавзуси, мақсади ва ўқув фаолияти натижаларини айтади. Амалий машғулот режаси экранга чиқарилади. (1-илова). 1.2.Таълим жараёни интерфаол усуллар орқали амалга оширилишини эълон қилади 1.3. Мустақил ишлаш учун берилган топшириқнинг назоратини ўтказди.	Тинглайдилар Уйда ёзиб келган топшириқни тақдим этади
II.Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларни 4 та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. Мавзу бўйича тайёрланган топшириқни «Тоифалаш жадвали» ёрдамида бажаради. Гуруҳларга топшириқларни бажариши учун ёрдам беради. Манбалардан фойдаланишга имкон яратади. (2-илова). 2.4. Талабалар бир-бирларидан ахборотларни ўрганиб бўлишгач, улар «Блиц-сўров» усули орқали ўзлаштириш даражалари аниқланади (3-илова). 2.5.Гуруҳларнинг жавоблари қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди	Кичик гуруҳларга бўлинадилар. Топшириқлар устида ишлайдилар. Саволларга жавоб берадилар, баҳс-мунозара юритадилар, қўшимча қиладилар, хулоса чиқарадилар.
III.Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш якунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради 3.2. 3-мавзуни ўқиб келишни уйга вазифа қилиб беради.	Тинглайдилар. Топшириқни ёзиб оладилар ва бажариб келадилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

- 1.Туризм бозорининг функциялари ва таркиби.
- 2.Туризм бозорига таъсир килувчи асосий омиллар.
- 3.Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолати ва унинг муаммоларини таҳлил қилиш.

Тоифалаш жадвали

Тоифалар бўйича маълумотларни тақсимлашнинг ягона усули мавжуд эмас.

2. Битта мини - гуруҳда тоифаларга ажратиш бошқа гуруҳда ажратилган тоифалардан фарқ қилиши мумкин.

3. Таълим олувчиларга олдиндан тайёрлаб қўйилган тоифаларни бериш мумкин эмас бу уларнинг мустақил танлови бўла қолсин.

Туристтик маҳсулот истеъмолчиларининг санокбай тавсифига кўра уч хил турдаги туризм бозорлари ажратинг:

1...	2...	3...
...	...	...

3-илова

Мавзунини жонлаштириш учун
«Блиц-сўров» саволлари:

1. Туристтик бозорнинг функциялари ва таркибини айтинг.
2. Туризм бозорига таъсир қилувчи асосий омилларни санаб беринг.
3. Оммавий туристик бозорни тушунтиринг.
4. Индивидуал туристик бозорни тушунтиринг.
5. Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолати ва унинг муаммоларини таҳлил этинг.

МАЪРУЗА МАШҒУЛОТИНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

4-мавзу	ТУРИЗМДА ХИЗМАТЛАР ВА УЛАРНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Машгулот вақти- 2 соат	Талабалар сони: 20 – 80 гача
Машгулот шакли	Ахборотли-визуал маъруза
Маъруза режаси	1.Туристик хизматларнинг хусусиятлари. 2.Хизмат кўрсатиш даражалари (класслари). 3.Хизматлар пакети. 4.Хизмат кўрсатиш дастури. 5.Хизмат етказиб берувчилар.
Ўқув машгулотининг мақсади: Талабаларда туризм хизматлари ва уларнинг хусусиятлари ҳақида тасаввур ҳосил қилишдан иборат.	
Педагогик вазифалар: • туристик хизматларнинг хусусиятлари аҳамиятини тушунтириш; • асосий ва қўшимча хизматлар моҳиятини тушунтириб бериш; • хизмат кўрсатиш даражалари ва уларни турлари моҳиятини очиб бериш; • хизматлар пакетини тушунтириб бериш; • турпакет нархини шакллантиришни мисоллар орқали тушунтириш; • хизмат кўрсатиш дастури моҳиятини тушунтириб бериш; • хизмат етказиб берувчилар моҳиятини ёритиш.	Ўқув фаолияти натижалари: • туристик хизматларнинг хусусиятларини таҳлил этиш кўникмасига эга бўлади; • асосий ва қўшимча хизматлар моҳиятини очиб бера олади; • хизмат кўрсатиш даражалари ва уларни турлари тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • хизматлар пакетини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • турпакет нархини шакллантиришни мисоллар орқали аҳамиятини ёритиб бера олади; • хизмат кўрсатиш дастури ҳақида тушунчага эга бўлади; • хизмат етказиб берувчилар ҳақида тасавурга эга бўлади.
Таълим бериш усуллари	Кўргазмали маъруза, жамоада ишлаш, “Т-схемаси” усули.
Таълим бериш шакллари	Оммавий, жамоавий
Таълим бериш воситалари	Маъруза матни, тарқатма материаллар, доска.
Таълим бериш шароити	Ҳамкорликда ишлаш ва тақдимотларни амалга ошириш имконига эга бўлган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат: савол-жавоб, ўз-ўзини назорат

«Туризмда хизматлар ва уларнинг хусусиятлари» маъруза машғулотининг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Таълим берувчи	Таълим олувчилар
Тайёргар- лик босқичи.	1. Мавзу бўйича ўқув мазмунини тайёрлаш. 2. Маъруза учун тақдимот слайдларини тайёрлаш.	
I. Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Бугунги мавзу номини айтади. Экранга мавзунинг режасини рўйхатини беради ва уларга қисқача таъриф беради (1-илова). 1.2. Учинчи машғулоти мавзуси, унинг мақсади ва ўқув фаолияти натижалари билан таништиради.	Тинглайдилар. Тинглайдилар.
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Power Point дастури ёрдамида слайдларни намоиш қилиш ва изоҳлаш билан мавзу бўйича асосий назарий жиҳатларини тушунтириб беради (2-3-иловалар). 2.2. Туристик хизматларнинг хусусиятлари юзасидан қисқа маъруза ўқийди. Экранга “Т-схемаси” жадвали чиқарилади ва унинг асосида талабалар билан савол-жавоб уюштирилади (4-илова). 2.3. Талабалар билимларини фаоллаштириш ва мустаҳкамлаш мақсадида қуйидаги саволларни беради: – туристик хизматларнинг хусусиятларини айтиб ўтинг? – хизмат кўрсатиш даражаларини айтиб ўтинг? – хизматлар пакетини хусусиятлари нимада?	Тинглайдилар, ёзадилар. Талабалар берилган саволларга жавоб берадилар.
III. Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Мавзу бўйича талабаларда юзага келган саволларга жавоб беради, яқунловчи хулоса қилади. 3.2. Мустақил ишлаш учун “Хизмат кўрсатиш даражалари асосида меҳмонхоналар бўйича мисоллар келтиринг” мавзусини тақдим этади.	Саволлар берадилар. Вазифани ёзиб оладилар.

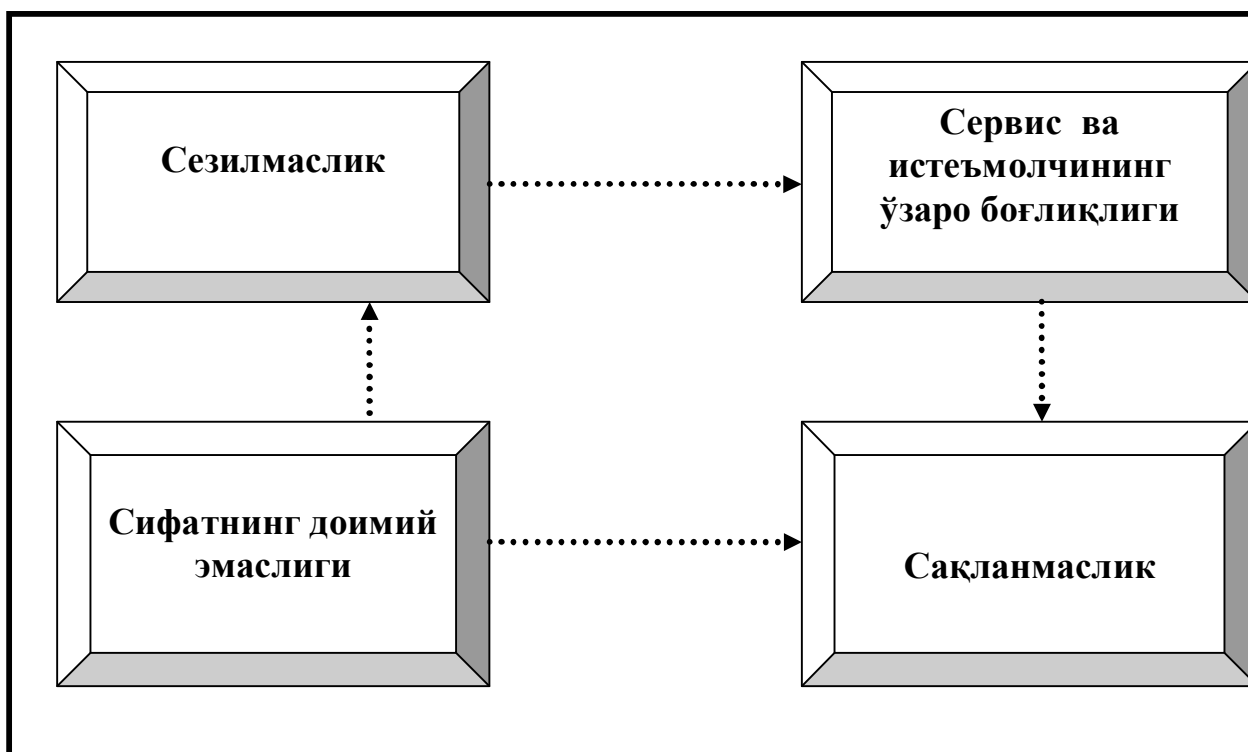
Ўқув-визуал материаллар:

1-илова

Маъруза режаси:

1. Туристик хизматларнинг хусусиятлари.
2. Хизмат кўрсатиш даражалари (класслари).
3. Хизматлар пакети.
4. Хизмат кўрсатиш дастури.
5. Хизмат етказиб берувчилар.

2-илова



Туристик хизматларнинг «Тўртта С» билан ифодаланиши.

3-илова

Хизмат кўрсатиш даражалари (класслари)

- “Люкс класс”;
- Биринчи класс;
- Туристик класс;
- Иқтисод класс.

4-илова

Ўқув топшириқ: Т – схема

Хизмат кўрсатиш даражалари (класслари)

“Люкс класс”	Иқтисод класс

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

4-мавзу	ТУРИЗМДА ХИЗМАТЛАР ВА УЛАРНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Маишулот вақти: 2 соат	Талабалар сони: 20-30та
Маишулот шакли	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машғулот
Амалий маишулот режаси	1.Туристик хизматларнинг хусусиятлари. 2.Хизмат кўрсатиш даражалари (класслари). 3.Хизматлар пакети. 4.Хизмат кўрсатиш дастури. 5.Хизмат етказиб берувчилар.
Маишулотнинг мақсади: Мавзу бўйича билимларни чуқурлаштиришни таъминлаш ҳамда туризм хизматлари ва уларнинг хусусиятлари ҳақида талабалар онгига синдириш.	
Педагогик вазифалар • туристик хизматларнинг хусусиятлари аҳамиятини тушунтириш; • асосий ва қўшимча хизматлар моҳиятини тушунтириб бериш; • хизмат кўрсатиш даражалари ва уларни турлари моҳиятини очиб бериш; • хизматлар пакетини тушунтириб бериш; • турпакет нархини шакллантиришни мисоллар орқали тушунтириш; • хизмат кўрсатиш дастури моҳиятини тушунтириб бериш; • хизмат етказиб берувчилар моҳиятини ёритиш.	Ўқув фаолияти натижалари • туристик хизматларнинг хусусиятларини таҳлил этиш кўникмасига эга бўлади; • асосий ва қўшимча хизматлар моҳиятини очиб бера олади; • хизмат кўрсатиш даражалари ва уларни турлари тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • хизматлар пакетини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • турпакет нархини шакллантиришни мисоллар орқали аҳамиятини ёритиб бера олади; • хизмат кўрсатиш дастури ҳақида тушунчага эга бўлади; • хизмат етказиб берувчилар ҳақида тасавурга эга бўлади.
Таълим бериш усуллари	Топшириқлар, амалий ишлаш усули, баҳс-мунозара, кичик гуруҳларда ишлаш, «Кандай?» усули.
Таълим бериш шакллари	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
Таълим бериш воситалари	Маърузалар матни, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
Таълим бериш шароити	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I.Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Амалий машғулот мавзуси, мақсади ва ўқув фаолияти натижаларини айтади(1-илова). 1.2. Таълим жараёни кичик гуруҳларда ишлаш орқали амалга оширилишини эълон қилади ва тартибини тушунтиради. (2-илова).	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар.
II.Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларни 3-4 та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. «Қандай?» усулидан фойдаланилган ҳолда талабаларга «Хизматлар пакети қандай хизматларни ўз ичига олади?» деган савол билан мурожаат қилади. Бажарилган ишларни кўздан кечириб хулосалайди (3-илова). 2.3. Ҳар бир гуруҳ топшириқларни ватман қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишида ёрдам беради. 2.4. Қўшимча маълумотлардан фойдаланишига имкон яратади, керакли томонга йўналтиради ва изоҳ беради. 2.5.Гуруҳларнинг жавобларини тинглаб, уларни баҳолайди.	Кичик гуруҳларга бўлинадилар. Организаторни тўлдирадилар. Тақдимот ўтказадилар. ЎУМ га қарайдилар. Тинглайдилар.
III.Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1.Иш якунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради. 3.2. 4-мавзунини ўқиб келишни уйга вазифа қилиб беради.	Тинглайдилар. Топшириқни ёзиб олади.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

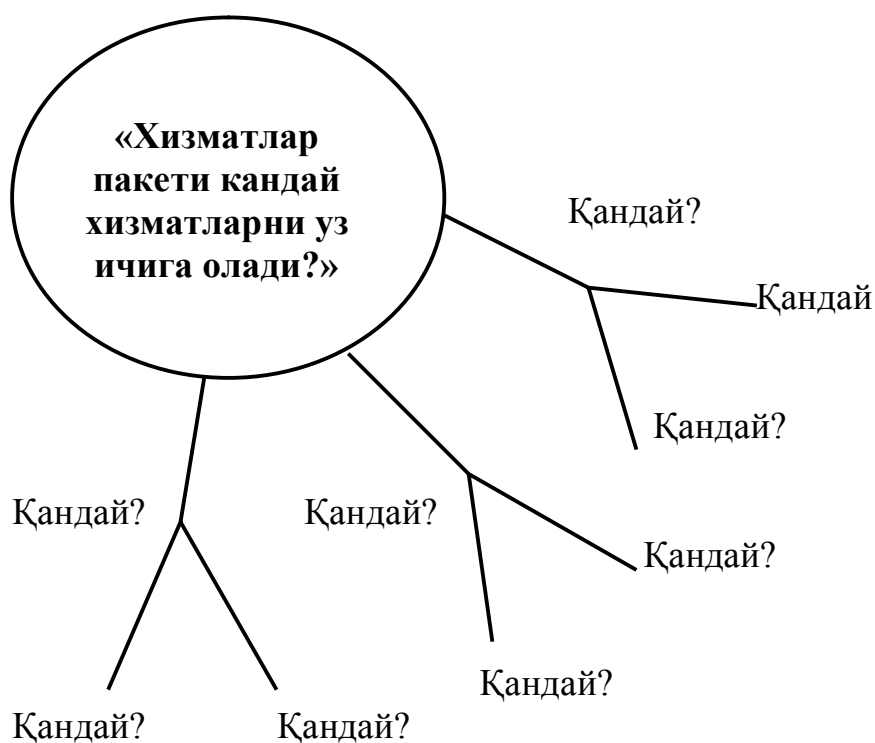
Машғулот режаси:

- 1.Туристик хизматларнинг хусусиятлари.
- 2.Хизмат кўрсатиш даражалари (класслари).
- 3.Хизматлар пакети.
- 4.Хизмат кўрсатиш дастури.
- 5.Хизмат етказиб берувчилар.

Кичик гуруҳларда ишлаш қондаси

1. Талабалар ишни бажариш учун зарур билим ва малакаларга эга бўлмоғи лозим.
2. Гуруҳларга аниқ топшириқлар берилмоғи лозим.
3. Кичик гуруҳ олдиға қўйилган топшириқни бажариш учун етарли вақт ажратилади.
4. Гуруҳлардаги фикрлар чегараланмаганлиги ва тайзиққа учрамаслиги ҳақида огоҳлантирилиши зарур.
5. Гуруҳ иш натижаларини қандай тақдим этишини аниқ билишлари, ўқитувчи уларға йўриқнома бериши лозим.
6. Нима бўлганда ҳам мулоқотда бўлинг, ўз фикрингизни эркин намоён этинг.

«Қандай» органиайзерини тўлдиринг



МАЪРУЗА МАШҒУЛОТИНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

5-мавзу	ТУРИСТЛАРГА ХИЗМАТ КЎРСАТИШНИ ТАШКИЛ ЭТИШ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Маиғулот вақти-2 соат	Талабалар сони: 20 – 80 гача
Маиғулот шакли	Ахборотли-муаммоли маъруза
Маъруза режаси	1.Турхизматларни лойиҳалаш. 2.Хизмат кўрсатиш стратегияси ва менежменти. 3.Хизмат кўрсатиш анимацияси. 4.Хизмат кўрсатиш сифати ва уни бошқариш йўллари.
Ўқув маиғулотининг мақсади: Талабаларда туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш тўғрисида тушунчага эга бўлишини таъминлашдан иборат.	
Педагогик вазифалар: • турхизматларни лойиҳалашнинг моҳиятини тушунтириб бериш; • хизмат кўрсатиш стратегияси аҳамиятини ёритиб бериш; • хизмат кўрсатиш менежментини тушунтириш; • хизмат кўрсатиш анимацияси ҳақида тушунча бериш; • хизмат кўрсатиш сифати ҳақида маълумот бериш; • туроператор иши сифати кўрсатикичлари тушунтириб бериш; • хизмат кўрсатиш сифатини бошқариш йўллари тушунтириш.	Ўқув фаолияти натижалари: • турхизматларни лойиҳалашнинг белгиларини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • хизмат кўрсатиш стратегияси аҳамиятини ёритиб бера олади; • хизмат кўрсатиш менежменти ҳақида тушунчага эга бўлади; • хизмат кўрсатиш анимацияси ҳақида тушунчага эга бўлади; • хизмат кўрсатиш сифати ҳақида тушунчага эга бўлади; • туроператор иши сифати кўрсатикичлари ҳақида тасавурга эга бўлади.
Таълим бериш усуллари	Кўргазмали-муаммоли маъруза, жамоада ишлаш.
Таълим бериш шакллари	Оммавий, жамоавий
Таълим бериш воситалари	Маъруза матни, тарқатма материаллар, доска, слайдлар, проектор.
Таълим бериш шароити	Ҳамкорликда ишлаш ва тақдимотларни амалга ошириш имконига эга бўлган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

**1.2. «Туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш» маъруза
машғулотининг технологик харитаси**

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Таълим берувчи	Таълим олувчилар
Тайёргар лик босқичи.	1. Мавзу бўйича ўқув мазмунини тайёрлаш. 2. Маъруза учун тақдимот слайдларини тайёрлаш.	
I.Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Мавзунинг номини экранга чиқаради ва мазкур мавзунинг ёритишдан кутилаётган асосий натижалар тўғрисида ахборот беради. (1-илова). 1.2.Мавзунинг ёритиш бўйича тузилган режа саволларини намоёнига узатади.	Тинглайдилар. Тинглайдилар.
II.Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Power Point дастури асосида кўргазмали материаллар бўйича маъруза ўқийди. Маъруза давомида асосий туристик хизматларни қайд этиш лозимлигини ўқтиради. Талабаларнинг ёзиб олишларини таъкидлайди. (2,3-иловалар). 2.2.“Ақлий ҳужум” усули орқали талабаларни фаоллаштиради. Берилган саволга ўйлаб жавоб беришни таклиф қилади (жавоблар 1-2 сўздан иборат бўлиши кераклигини эслатади): Туризмда анимацион дастур деганда нимани тушунасиш? 2.3.Бир талабага жавобларни доскада ёзиб беришни таклиф қилади. Бунинг учун 10 дақиқа вақт ажратилади. Белгиланган вақт тугагандан сўнг, фикр билдиришлар тўхтатилади ва жавоблар таҳлил қилинади.	Тинглайдилар, ёзадилар. Талабалар берилган саволларга жавоб берадилар. Регламентга амал қилади. Топшириқни кўриб чиқиб, саволларга жавоб беради.
III.Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Мавзу бўйича талабаларда юзага келган саволларга жавоб беради, якунловчи хулоса қилади. 3.2. Мустақил ишлаш учун “Туристларга хизмат кўрсатиш сифатини бошқариш деганда нимани тушунасиш” мавзусини тақдим этади ва мустақил ишлашлари учун назорат саволларига жавоб тайёрлаб келиш вазифасини беради (4-илова).	Саволлар берадилар. Вазифани ёзиб оладилар.

Маъруза режаси:

1. Турхизматларни лойиҳалаш.
2. Хизмат кўрсатиш стратегияси ва менежменти.
3. Хизмат кўрсатиш анимацияси.
4. Хизмат кўрсатиш сифати ва уни бошқариш йўллари.

2-илова

Туристик дам олиш дастурининг қуйидаги тахминий классификациясини таклиф қилиш мумкин:

А. Саёҳат қилиш мақсади бўйича:

- туристик-соғломлаштириш йўналишлари (фаол ҳаракат билан, чўмилиш, тоғ чанғиси);
- экскурсия-билиш;
- спорт (турли спорт турлари билан шуғулланиш);
- ўргатувчи (тилни, алоҳида спорт турларини, ҳунарларни ўрганиш);
- томоша-кўнгил очиш (театр, кино, карнавал, ярмаркалар, фестивалларга бориш);
- қизиқишлар бўйича турлар (ов, балиқ ови, мева ва қўзиқорин териш, бадий ва мусиқий ижод);
- этник ва маиший турлар, яъни, миллий маданият ва ноанъанавий турмуш тарзини ўрганиш;
- тўй саёҳатлари;
- иш ва конгресс турлар;
- ишлаб чиқариш ва таништириш дастурлари ва ҳ.к.

Б. Ҳаракатланиш усули бўйича:

- стационар турлар;
- йўналишли турлар;
- хич-хайкинг (автостоп билан саёҳат қилиш);
- велотурлар ва бошқалар.

В. Саёҳат қатнашчилари таркиби бўйича:

- гуруҳли турлар;
- индивидуал турлар;
- оилавий туризм: болалар ва ўсмирлар туризми, ёшлар туризми;
- "Учинчи", "тўртинчи" ёшдаги одамлар туризми;
- ВИП-турлар ва бошқалар.

Туроператор иши сифати кўрсаткичлари:

1. Турагентлар билан ишлашда тезкорлик ва аниқлик;
2. Ўзоқ муддат мобайнида фаолиятнинг барқарорлиги;
3. Туристик хизматлар сифати ва нархларининг оптимал муносабати;
4. Персонал профессионализи, ҳамкорларга индивидуал ёндашув;
5. Фойдали нарх сиёсати (паст нархлар, юқори коммиссионлар, бонуслар тизими, овозлар миқдори);
6. Таклиф этилаётган туристик хизматларнинг юқори сифати;
7. Ахборот очиқлилиги, реклама тадбирларининг ўйланганлиги, каталогларнинг юқори сифати;
8. Иш ва шахсий даражаларда хайрихоҳлик;
9. Таклифлар ва қўшимча туристик хизматларнинг кенг қўлами;
10. Хизматлар қўламини кенгайтириш бўйича доимий ишлаш;
11. Офиснинг қулай жойда жойлашганлиги ва шинамлиги;
12. Фирма раҳбарияти билан ишончли ва дўстона муносабат.

4-илова**Мустақил ишлаш учун назорат саволлар:**

1. Туроператорлик фаолиятида хизмат кўрсатиш менежменти нимага йўналтирилган?
2. Хизмат кўрсатиш соҳасида тадбиркорликнинг уч асосий компонентини айтинг.
3. Хизмат кўрсатиш стратегияси деганда нимани тушунасиш?
4. Туризм анимацияси нима дегани?
5. Туризмдаги анимацион йўналишларнинг қайсилари сизга таниш?
6. Анимацион дастурларнинг ўзи, бошқа объектларсиз, туристларни жалб қила оладими?
7. Маҳсулот ва хизматлар сифати деганда нимани тушунасиш?
8. Туристик хизмат кўрсатиш сифати тушунчасини аниқланг.
9. Туроператор иши сифати кўрсаткичлари нималардан иборат?

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИ ОЛИБ БОРИШ ТЕХНОЛОГИЯСИ

5-мавзу	ТУРИСТЛАРГА ХИЗМАТ КЎРСАТИШНИ ТАШКИЛ ЭТИШ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

<i>Машгулот вақти-2 соат</i>	<i>Талабалар сони: 20-30 та</i>
<i>Машгулот шакли</i>	Муаммоли семинар
<i>Амалий машгулот режаси</i>	1. Турхизматларни лойиҳалаш. 2. Хизмат кўрсатиш стратегияси ва менежменти. 3. Хизмат кўрсатиш анимацияси. 4. Хизмат кўрсатиш сифати ва уни бошқариш йўллари.
<i>Машгулотнинг мақсади:</i> Талабаларда туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш тўғрисида билимларни мустаҳкамлашини таъминлашдан иборат.	
Педагогик вазифалар: • турхизматларни лойиҳалашнинг моҳиятини тушунтириб бериш; • хизмат кўрсатиш стратегияси аҳамиятини ёритиб бериш; • хизмат кўрсатиш менежментини тушунтириш; • хизмат кўрсатиш анимацияси ҳақида тушунча бериш; • хизмат кўрсатиш сифати ҳақида маълумот бериш; • туроператор иши сифати кўрсаткичлари тушунтириб бериш; • хизмат кўрсатиш сифатини бошқариш йўлларини тушунтириш.	Ўқув фаолияти натижалари: • турхизматларни лойиҳалашнинг белгиларини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • хизмат кўрсатиш стратегияси аҳамиятини ёритиб бера олади; • хизмат кўрсатиш менежменти ҳақида тушунчага эга бўлади; • хизмат кўрсатиш анимацияси ҳақида тушунчага эга бўлади; • хизмат кўрсатиш сифати ҳақида тушунчага эга бўлади; • туроператор иши сифати кўрсаткичлари ҳақида тасавурга эга бўлади.
<i>Таълим бериш усуллари</i>	Сухбат, мунозара, муаммоли усул, “Нилуфар гули” усули.
<i>Таълим бериш шакллари</i>	Оммавий, жамоавий, гуруҳли.
<i>Таълим бериш воситалари</i>	Маъруза матни, А4 ўлчамдаги қоғозлар, маркерлар, скоч, ўқув материаллар.
<i>Таълим бериш шароити</i>	Гуруҳларда ишлашга мўлжалланган хона.
<i>Мониторинг ва баҳолаш</i>	Оғзаки назорат: тезкор-сўров

1.2.Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I. Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Мавзунинг номи, мақсад ва кутилаётган натижаларни етказди. Машғулот муаммоли семинар шаклида боришини маълум қилади. (1- илова). 1.2. Талабалар билимини суҳбат шаклида фаоллаштиради. Билимларни фаоллаштириш жараёнида ўқув муаммосини ечиш бўйича изланувчилик фаолиятида фаол иштирок этишлари учун талабаларнинг эгаллаган билимларини етарлилигини аниқлайди	Тинглайдилар ёзиб оладилар Саволларга жавоб берадилар.
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Муаммоли топшириқни бажариш учун талабаларни 3-4та кичик гуруҳга бўлади. 2.2. Талабаларга “Янги анимацион дастурлар кам ташкил этилишига сабаб?” саволи билан мурожаат қилади. Муаммони ечиш учун “Нилуфар гули” чизмасидан фойдаланади. Чизмани тўлдириш қоидасини тушунтиради. (2- илова). 2.3. Такдимот бошланганлигини маълум қилади, гуруҳлар чиқишларини бошқаради. Такдимот вақтида жавобларга изох беради, тўғри ечимларга эътибор беради, хатоларни кўрсатади. Сўнгра жавобларни муҳокама қилиб, талабаларни уни ечиш йўлини излашга, яъни биринчи оралиқ хулосага олиб келади. Шу тарзда кейинги муаммоларни ечиш йўллари излашни ташкиллаштиради. Талабалар билан биргаликда жавоблар тўлиқлигини баҳолайди, саволларга жавоб беради. 2.4. Такдимот якунлайди, муаммони ечишда юзага келган қийинчиликларни кўрсатади.	Гуруҳларга бўлинади. Муаммони ечиш бўйича фикрлар билдира-дилар, мунозара қиладилар, таҳлил қиладилар, хулоса чиқарадилар. Гуруҳ вакиллари такдимот қиладилар, якуний хулосани берадилар. Тинглайдилар
III. Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Мавзу бўйича якун қилади, қилинган ишларни келгусида касбий фаолиятларида аҳамиятга эга эканлиги муҳимлигига талабалар эътиборини қаратади. 3.2.6-мавзуни ўқиб келишни уйга вазифа қилиб беради	Тинглайдилар Топшириқни ёзадилар

Машғулот режаси:

- 1.Турхизматларни лойиҳалаш.
- 2.Хизмат кўрсатиш стратегияси ва менежменти.
- 3.Хизмат кўрсатиш анимацияси.
- 4.Хизмат кўрсатиш сифати ва уни бошқариш йўллари.

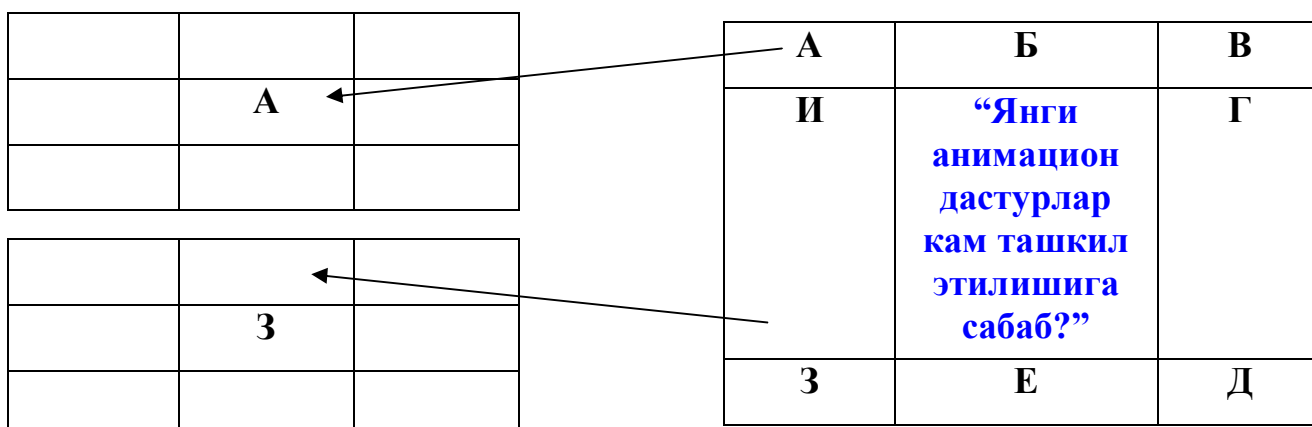
“НИЛУФАР ГУЛИ” чизмаси

Муаммони ечиш воситаси. Ўзида нилуфар гули кўринишини намоён қилади. Унинг асосини тўққизта катта тўрт бурчаклар ташкил этади. Тизимли фикрлаш, таҳлил қилиш кўникмаларини ривожлантиради ва фаоллаштиради .

Чизмани тузиш қоидаси билан танишадилар. Алоҳида/кичик гуруҳларда чизма тузадилар: аввал асосий муаммони (ғоя, вазифа) ёзадилар, сўнгра кичик муаммоларни, уларнинг ҳар биридан эса, кичик муаммони батафсил кўриб чиқиш учун “кичик шохчаларни” чиқарадилар. Шунга асосан ҳар бир ғоялар ривожланишини батафсил кузатиш мумкин.

Амалий нуқтаи назардан барча ғояларни ихчам деб тасаввур қилинг (битта-иккитаси билан чегараланинг), бу ҳам ақл учун фойдали машқ ҳисобланади.

Сизга катта қоғоз варағи зарур бўлади. Доимо ўзингиз мушоҳадаларингиз натижасини бир варақ қоғозда кўриш фойдали ҳисобланади. Қарама-қарши ҳолда эса сизга бир варақдан бошқасига сакраб юришингизга ва бунда зарурий бирор муҳим нарсани унутишингизга олиб келади.



МАЪРУЗА МАШҒУЛОТИНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

6-мавзу

ТУРИЗМДА ЖОЙЛАШТИРИШ ВА ОВҚАТЛАНТИРИШ ХИЗМАТЛАРИ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Машгулот вақти- 2 соат	Талабалар сони: 20 – 80 гача
Машгулот шакли	Ахборотли-визуал маъруза
Маъруза режаси	1. Туристларни жойлаштириш воситалари. 2. Меҳмонхоналар таснифи ва меҳмонхона турлари. 3. Туризмда овқатлантиришни ташкил этиш.
Ўқув машгулотининг мақсади: Талабаларда туризмда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматлари моҳияти ва турлари ҳақида тасаввур ҳосил қилишдан иборат.	
Педагогик вазифалар: • туристларни жойлаштириш воситалари моҳиятини тушунтириш; • туристларни жойлаштириш воситалари турларини ёритиб бериш; • меҳмонхоналар таснифини тушунтириб бериш; • меҳмонхона турлари ҳақида маълумот бериш; • туризмда овқатлантириш хизматларини ёритиб бериш; • туризмда овқатлантиришни ташкил этишни тушунтириб бериш.	Ўқув фаолияти натижалари: • туристларни жойлаштириш воситалари моҳиятини тушунтириш имконига эга бўлади; • туристларни жойлаштириш воситалари турларини ёритиб бера олади; • меҳмонхоналар таснифини тушунтириб бериш қобилиятига эга бўлади; • меҳмонхона турлари ҳақида тасаввурга эга бўлади; • туризмда овқатлантириш хизматлари ҳақида тасаввурга эга бўлади; • туризмда овқатлантиришни ташкил этиш тасаввурига эга бўлади.
Таълим бериш усуллари	Ахборотли-визуал маъруза, жамоада ишлаш, «ФСМУ» усули.
Таълим бериш шакллари	Оммавий, жамоавий
Таълим бериш воситалари	Маъруза матни, тарқатма материаллар, доска, слайдлар, проектор.
Таълим бериш шароити	Ҳамкорликда ишлаш ва тақдиротларни амалга ошириш имконига эга бўлган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

**1.2. «Туризмда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматлари» маъруза
машғулотининг технологик харитаси**

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Таълим берувчи	Таълим олувчилар
Тайёргар- лик босқичи.	1.Мавзу бўйича ўқув мазмунини тайёрлаш. 2.Маъруза учун тақдимот слайдларини тайёрлаш.	
1. Мавзуга кириш (15 дақиқа)	1.1. Мавзунинг номини экранга чиқаради ва мазкур мавзунинг ёритишдан кутилаётган асосий натижалар тўғрисида ахборот беради. 1.2.Мавзунинг ёритиш бўйича тузилган режа саволларини намоёнига узатади(1-илова).	Тинглайдилар. Тинглайдилар.
2.Асосий босқич (55 дақиқа)	2.1. Power Point дастури асосида кўргазмали материаллар бўйича маъруза ўқийди. Маъруза давомида жойлаштириш ва овқатлантириш муассасаларининг таснифини белгилаб беради. Талабаларнинг ёзиб олишларини таъкидлайди. (2-3-4-5-6-иловалар). 2.2.Ўзбекистонда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматларида бир қанча муаммолари «ФСМУ» усули асосида моҳияти ечилиши ташкил этилади (7-илова). 2.3.Ўқитувчи талабаларга мурожаат қилади ва энг тўғри жавоблар ҳамда фикрларни қайд қилади. 2.4.Фаол қатнашган талабаларни баҳолаш мезони орқали баҳолайди.	Тинглайдилар, ёзадилар. Талабалар ФСМУ жадвалини тўлдиради. Тинглайдилар. Тинглайдилар.
3.Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Мавзу бўйича талабаларда юзага келган саволларга жавоб беради, якунловчи хулоса қилади. 3.2. Мустақил ишлаш учун “Ўзбекистонда жойлаштириш ва овқатлантиришнинг қандай воситаларини ривожлантириш лозим” мавзусини тақдим этади ва мустақил ишлашлари учун назорат саволларига жавоб тайёрлаб келиш вазифасини беради (8-илова).	Саволлар берадилар. Вазифани ёзиб оладилар.

Маъруза режаси:

1. Туристларни жойлаштириш воситалари.
2. Меҳмонхоналар таснифи ва меҳмонхона турлари.
3. Туризмда овқатлантиришни ташкил этиш.

ТУРИСТЛАРНИ ЖОЙЛАШТИРИШ ВОСИТАЛАРИ
<u>I. Меҳмонхоналар ва аналогик корхоналар:</u> - меҳмонхоналар; - пансионатлар; - пляж меҳмонхоналари; - номерлари бор клублар; - меҳмонлар учун уйлар; - бошқалар.
<u>II. Тижорат ва ижтимоий жойлаштириш воситалари:</u> - туристик базалар; - арзон (бюджетли) меҳмонхоналар; - туристик кемпинглар; - туристик қишлоқ (уйлар гуруҳи); - бунгало; - ижтимоий туризм корхоналари; - бошқа жойлаштириш воситалари.
<u>III. Махсуслаштирилган жойлаштириш воситалари:</u> - даволаш меҳмонхоналари; - меҳнат ва дам олиш лагерлари; - жойлаштиришнинг транспорт воситалари; - меҳмонхона; - бошпана, чайлалар; - алпмеҳмонхона.
<u>IV. Хусусий жойлаштириш воситалари:</u> - хусусий уйлар (меҳмонхона); - хусусий агентлардан ижарага олинган жой; - аҳоли орасидаги қариндошларникига жойлаштириш; - бошқалар.

3- илова

№	Меҳмонхонада туристларга хизмат кўрсатишнинг ёпиқ технологик циклининг асосий хизматлари
1	Қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати
2	Номер фондидан фойдаланиш хизмати
3	Тижорат хизмати
4	Техник муҳандислик хизмати
5	Бошқарув хизмати

4- илова



5- илова

№	Ҳар бир юлдуз категориясининг стандартлари
1	Бинолар, иншоотлар
2	Меҳмонхона номерлари
3	Ҳаёт хавфсизлигини таъминлаш тизими;
4	Қулайлик даражаси
5	Асосий, қўшимча ва ёрдамчи хизматлар
6	Персоналлар малакаси.

6- илова

№	ОВҚАТЛАНТИРИШ КОРХОНАЛАРИНИНГ ТУРЛАРИ
1	Ресторанлар
2	Кафе
3	Барлар (грил барлари, пиво барлари, фото барлари, коктейл барлари ва бошқалар).
4	Ошхоналар.
5	Ошхона – фабрикалар.
6	Тайёрлов фабрикалари.
7	Буфетлар.
8	Озиқ-овқат ва қандолат магазинлари.

«ФСМУ» усули

Ушбу технология мунозарали масалаларни хал этишда ҳамда ўқув жараёнини бахс-мунозарали ўтказишда қўлланилади, чунки бу технология талабаларни ўз фикрини химоя қилишга, эркин фикрлаш ва ўз фикрини бошқаларга ўтказишга, очиқ холда бахслашишга ҳамда шу билан бирга бахслашиш маданиятини ўратади. Тингловчиларга тарқатилган оддий қоғозга ўз фикрларини аниқ ва қисқа холда ифода этиб, тасдиқловчи далиллар ёки инкор этувчи фикрларни баён этишга ёрдам беради.

Ф – фикрингизни баён этинг

С – фикрингиз баёнига сабаб кўрсатинг

М – кўрсатган сабабингизни исботловчи далил келтиринг

У – фикрингизни умумлаштиринг

Савол	“Ўзбекистонда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматларида бир қанча муаммолар мавжуд”
(Ф)Фикрингизни баён этинг	
(С)Фикрингиз баёнига сабаб кўрсатинг	
(М)Кўрсатган сабабингизни исботловчи далил келтиринг	
(У)Фикрингизни умумлаштиринг	

Мустақил ишлаш учун назорат саволлар:

1. Туристларни жойлаштириш воситалари неча гуруҳга бўлинади?
2. Меҳмонхоналар ва аналогик корхоналарга нималар киради?
3. Тижорат ва ижтимоий жойлаштириш воситаларига нималар киради?
4. Махсуслаштирилган жойлаштириш воситалари нималарга асосланиб аниқланади?
5. Хусусий жойлаштириш воситаларининг аҳамияти нималардан иборат?
6. Туристик меҳмонхоналарда қандай хизматлар кўрсатилади?
7. Меҳмонхоналар классификацияси нималарга асосланади?

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

6-мавзу	ТУРИЗМДА ЖОЙЛАШТИРИШ ВА ОВҚАТЛАНТИРИШ ХИЗМАТЛАРИ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Машғулот вақти: 2 соат	Талабалар сони: 20-30 та
Машғулот шакли	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машғулот.
Амалий машғулот режаси	1.Туристларни жойлаштириш воситалари. 2.Меҳмонхоналар таснифи ва меҳмонхона турлари. 3.Туризмда овқатлантиришни ташкил этиш.
Машғулотнинг мақсади: Туризмда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматлари моҳияти ва турлари ҳақида талабалар билимларини чуқурлаштиришни таъминлаш.	
Педагогик вазифалар: • туристларни жойлаштириш воситалари моҳиятини тушунтириш; • туристларни жойлаштириш воситалари турларини ёритиб бериш; • меҳмонхоналар таснифини тушунтириб бериш; • меҳмонхона турлари ҳақида маълумот бериш; • туризмда овқатлантириш хизматларини ёритиб бериш; • туризмда овқатлантиришни ташкил этишни тушунтириб бериш.	Ўқув фаолияти натижалари: • туристларни жойлаштириш воситалари моҳиятини тушунтириш имконига эга бўлади; • туристларни жойлаштириш воситалари турларини ёритиб бера олади; • меҳмонхоналар таснифини тушунтириб бериш қобилиятига эга бўлади; • меҳмонхона турлари ҳақида тасаввурга эга бўлади; • туризмда овқатлантириш хизматлари ҳақида тасаввурга эга бўлади; • туризмда овқатлантиришни ташкил этиш тасаввурига эга бўлади.
Таълим бериш усуллари	Топшириқлар, амалий ишлаш, «Тоифалаш жадвали» усули.
Таълим бериш шакллари	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
Таълим бериш воситалари	Маърузалар матни, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
Таълим бериш шароити	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Савол-жавоб, мустақил ишлаш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. Амалӣй машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I. Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Амалӣй машғулот мавзуси, мақсади ва ўқув фаолияти натижаларини айтади (1-илова). 1.2. Таълим жараёни кичик гуруҳларда ишлаш орқали амалга оширилишини эълон қилади.	Тинглайдилар. ЎУМга қарайдилар.
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларнинг фикрини умумлаштириб, уларни 4 та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. Мавзу бўйича тайёрланган топшириқни «Тоифалаш жадвали» ёрдамида бажаради. Гуруҳларга топшириқларни бажариши учун ёрдам беради. Манбалардан фойдаланишга имкон яратади. (2-илова). 2.3. Ҳар бир гуруҳ топшириқларини қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишга ёрдам беради, изоҳлайди, билимларини умумлаштиради, топшириқларнинг бажарилишини қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди. 2.4. Ҳар бир гуруҳ берилган топшириқларнинг тақдимотини ўтказадилар. 2.5. Талабалар томонидан берилган фикрларни умумлаштириб, ягона хулоса чиқаради ва баҳолайди.	Кичик гуруҳларга бўлинади. Баҳс-мунозара юритадилар, топшириқни бажарадилар. Ҳар бир гуруҳ ватман қоғозларда вазифани бажаради. Жамоа бўлиб бажарилган ишнинг тақдимотини ўтказадилар, хулоса чиқарадилар. Баҳолайдилар.
III. Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш яқунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради.	Тинглайдилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

1. Туристларни жойлаштириш воситалари.
2. Меҳмонхоналар таснифи ва меҳмонхона турлари.
3. Туризмда овқатлантиришни ташкил этиш.

Тоифалаш жадвали

Тоифалар бўйича маълумотларни тақсимлашнинг ягона усули мавжуд эмас.

2. Битта мини - гуруҳда тоифаларга ажратиш бошқа гуруҳда ажратилган тоифалардан фарқ қилиши мумкин.

3. Таълим олувчиларга олдиндан тайёрлаб қўйилган тоифаларни бериш мумкин эмас бу уларнинг мустақил танлови бўла қолсин.

Меҳмонхона турлари		
1...	2...	3...
...	...	...

МАЪРУЗА МАШҒУЛОТИНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

7-мавзу

ТРАНСПОРТ ХИЗМАТИНИ ТАШКИЛ ЭТИШ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Машгулот вақти- 2 соат	Талабалар сони: 20 – 80 гача
Машгулот шакли	Ахборотли маъруза
Маъруза режаси	1.Туристларга транспортда хизмат кўрсатишнинг мазмуни. 2.Туристик маҳсулотлар таркибида транспортнинг улуши. 3.Автобусларда туристларни ташиш. 4.Денгиз транспортида туристларни ташиш. 5.Туристларни ҳайвонлар ёрдамида ташиш.
Ўқув машгулотининг мақсади: Талабаларга транспорт хизматини ташкил этиш моҳияти ва турларини тушунтириб беришдан иборат.	
Педагогик вазифалар: • туристларга транспортда хизмат кўрсатишнинг мазмуни тўғрисида тушунча бериш; • туристик маҳсулотлар таркибида транспортнинг улуши тўғрисида маълумот бериш; • автобусларда туристларни ташиш имкониятларини ёритиб бериш; • денгиз транспортида туристларни ташиш ҳақида маълумот бериш; • туристларни ҳайвонлар ёрдамида ташиш имкониятларини ҳақида тушунча бериш.	Ўқув фаолияти натижалари: • туристларга транспортда хизмат кўрсатишнинг мазмуни тўғрисида тушунчага эга бўлади; • туристик маҳсулотлар таркибида транспортнинг улуши ҳақида тасаввурга эга бўлади; • автобусларда туристларни ташиш имкониятлари тўғрисида маълумот бера олади; • денгиз транспортида туристларни ташиш имкониятларини ёритиб бериш имконига эга бўлади; • туристларни ҳайвонлар ёрдамида ташишни тушунтириб бериш қобилиятига эга бўлади.
Таълим бериш усуллари	Ахборотли маъруза, жамоада ишлаш, «Нима учун?» усули.
Таълим бериш шакллари	Оммавий, жамоавий
Таълим бериш воситалари	Маъруза матни, тарқатма материаллар, доска, слайдлар, проектор.
Таълим бериш шароити	Ҳамкорликда ишлаш ва тақдимотларни амалга ошириш имконига эга бўлган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

**1.2. «Транспорт хизматини ташкил этиш» маъруза машғулотининг
технологик харитаси**

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Таълим берувчи	Таълим олувчилар
Тайёргар лик босқичи.	1.Мавзу бўйича ўқув мазмунини тайёрлаш. 2.Маъруза учун тақдимот слайдларини тайёрлаш.	
1. Мавзуга кириш (15 дақиқа)	1.1. Мавзунинг номини экранга чиқаради ва мазкур мавзунини ёритишдан кутиладиган асосий натижалар тўғрисида ахборот беради. 1.2.Мавзунини ёритиш бўйича тузилган режа саволларини намоёнига узатади (1-илова).	Тинглайдилар. Тинглайдилар.
2.Асосий босқич (55 дақиқа)	2.1. Ўқув машғулоти бўйича маъруза қилади. (2-3-иловалар). 2.2.Таянч ибораларни таҳлил қилади (4-илова). 2.3.Маъруза бўйича «Нима учун?» усулидан фойдаланган ҳолда талабаларга қуйидаги саволни беради: «Нима учун асосий туристик хизматлар таркибида транспорт хизматининг ўрни юқори?» (5-илова). Жавобларни тинглайди, тўғрилайди, тўлдирди, хулоса қилади. 2.4.Талабалар билимларини фаоллаштириш ва мустаҳкамлаш мақсадида қуйидаги саволларни беради: • Туристларга транспортда хизмат кўрсатишнинг мазмуни нимадан иборат? • Туризм соҳасида транспорт таъминоти тизими нимадан иборат?	Тинглайдилар, ёзадилар. Талабалар берилган саволларга жавоб берадилар. Талабалар берилган саволларга жавоб берадилар.
3. Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Мавзу бўйича талабаларда юзага келган саволларга жавоб беради, якунловчи хулоса қилади. 3.2.Мустақил ишлашлари учун назорат саволларига жавоб тайёрлаб келиш вазифасини беради (6-илова).	Саволлар берадилар. Вазифани ёзиб оладилар.

Маъруза режаси:

- 1.Туристларга транспортда хизмат кўрсатишнинг мазмуни.
- 2.Туристлик маҳсулотлар таркибида транспортнинг улуши.
- 3.Автобусларда туристларни ташиш.
- 4.Денгиз транспортида туристларни ташиш.
- 5.Туристларни ҳайвонлар ёрдамида ташиш.

2-илова

ТРАНСПОРТДА ТАШИШ ХИЗМАТЛАРИНИНГ ХИЛИ ВА ТУРИ

Ташишнинг ер устида олиб юриш турлари бўйича :

- инсонинг жисмоний кучи билан амалга ошириладиган ташишлар ва ҳаракатланишлар (пиеда,чангида,велосипеда,рикшалар);
- ҳайвонлар ёрдамида(уловли,туяда, отда, итларда)
- механик воситалар билан;
- автомобил транспортида(ғилдиракли, занжирли,);
- релсли транспорт-темир йуллар,метро,трамвай, канатли йўллар;
- ҳаво болишли транспорт воситаларли.

Ҳаво орқали ташиш турлари:

- ҳаво шарлари ва дирижабллар, делтапланлар, парашютлар;
- верталётлар;
- кичик авиация самолётлари, гидросамалетлар, кенгфюзеляжли самолётлар,товушдан тез учар лайнерлар;
- космик аппаратлар.

Денгиз ва дарё сувлари орқали ташиш транспортлари:

- Сол ва қайиқлар
- Елканли кемалар
- Кичик механик кучга эга флот қайиқлари
- Денгиз ва дарё кемалари
- Ҳаво болишли кемалар
- Сув ости кемалар

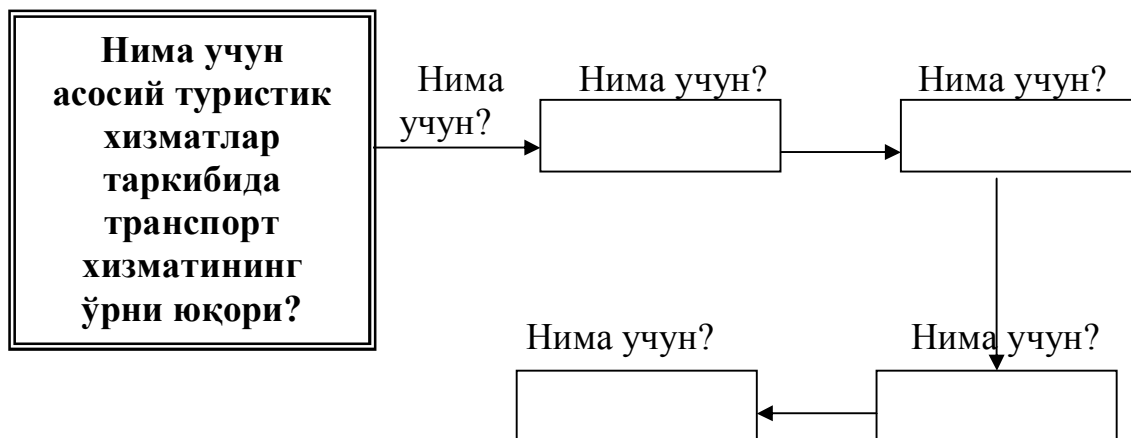
**Ташкиллаштирилаётган турларда транспорт воситаларининг
солиштирма тавсифи**

	ҚУЛАЙЛИКЛАРИ	НОҚУЛАЙЛИКЛАРИ
Авто-турлар	• Юқори ҳаракатчанлиги; • Имконият, йўллардаги бекатлар; • Юқори даражадаги ахборотлиги.	• Қўлайлик даражасининг пастлиги; • Атроф-муҳитнинг ифлосланиши; • Керакли транспорт визаларини олишнинг шартлиги; • Катта бўлмаган ҳаракат тезлиги; • Хавфлилик даражасининг юқорилиги.
Темир йўл турлари	• Йўлдаги юқори қўлайлик; • Юқори даражадаги ахборотлиги; • Ўртача ҳаракатчанлик.	• Транспорт визаларини олиш; • Юқори бўлмаган тезликда ҳаракатланиш; • Охирги манзилгача етиб бормаслик.
Авиа турлар	• Юқори тезликдаги ҳаракатлар; • Йўлда ўрта ёки юқори даражадаги қўлайлик; • Катта ҳудудда ҳаракатланиш имконияти; • Транзит визаларига заруратнинг йўқлиги.	• Турларда ахборотланганлик даражасининг пастлиги; • Хавфлилик даражаси.
Денгиз саёҳати	• Туристларга юқори даражадаги қўлайлик; • Овқатлантириш, бўш вақт, жойлаштириш имкониятларининг кенглиги; • Денгиз соҳилига бориш мумкинлиги (умуман визасиз).	• Атроф-муҳит билан алоқанинг камлиги; • Тезликнинг пастлиги; • Йўл визаси.

ТАЯНЧ ИБОРАЛАР:

- транспорт хизматлари;
- йўловчилар хавфсизлиги;
- ички авиаташув;
- халқаро авиаташув;
- круиз;
- отлик туристик маршрут.

«Нима учун?» усули



Мустақил ишлаш учун назорат саволлар:

1. Транспортда ташиш хизматларининг хили ва тури бўйича таснифланиши қандай амалга оширилади?
2. Халқаро учишларнинг ҳуқуқий ҳужжатларига нималар киради?
3. Ҳавода йўловчи ёки юк ташиш тўғрисидаги шартноманинг моҳияти нимада?
4. Денгиз транспортида йўловчи ва юк ташишнинг қандай ҳуқуқий асослари мавжуд?
5. Ҳайвонлар билан турларни қандай ташкил этиш мумкин?

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

7-мавзу

ТРАНСПОРТ ХИЗМАТИНИ ТАШКИЛ ЭТИШ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Машгулот вақти: 2 соат	Талабалар сони: 20-30 та
Машгулот шакли	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машғулот.
Машгулот режаси	1.Туристларга транспортда хизмат кўрсатишнинг мазмуни. 2.Туристик маҳсулотлар таркибида транспортнинг улуши. 3.Автобусларда туристларни ташиш. 4.Денгиз транспортида туристларни ташиш. 5.Туристларни ҳайвонлар ёрдамида ташиш.
Машгулотнинг мақсади: Талабаларга транспорт хизмати ташкил этиш моҳияти ва турларини бўйича билимларни чуқурлаштиришни таъминлаш	
Педагогик вазифалар: • туристларга транспортда хизмат кўрсатишнинг мазмуни тўғрисида тушунча бериш; • туристик маҳсулотлар таркибида транспортнинг улуши тўғрисида маълумот бериш; • автобусларда туристларни ташиш имкониятларини ёритиб бериш; • денгиз транспортида туристларни ташиш ҳақида маълумот бериш; • туристларни ҳайвонлар ёрдамида ташиш имкониятларини ҳақида тушунча бериш.	Ўқув фаолияти натижалари: • туристларга транспортда хизмат кўрсатишнинг мазмуни тўғрисида тушунчага эга бўлади; • туристик маҳсулотлар таркибида транспортнинг улуши ҳақида тасаввурга эга бўлади; • автобусларда туристларни ташиш имкониятлари тўғрисида маълумот бера олади; • денгиз транспортида туристларни ташиш имкониятларини ёритиб бериш имконига эга бўлади; • туристларни ҳайвонлар ёрдамида ташишни тушунтириб бериш қобилиятига эга бўлади.
Таълим бериш усуллари	Топшириқлар – амалий ишлаш учун, «Венна диаграммаси» усули.
Таълим бериш шакллари	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
Таълим бериш воситалари	Маъруза матни, услубий кўрсатма, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
Таълим бериш шароити	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

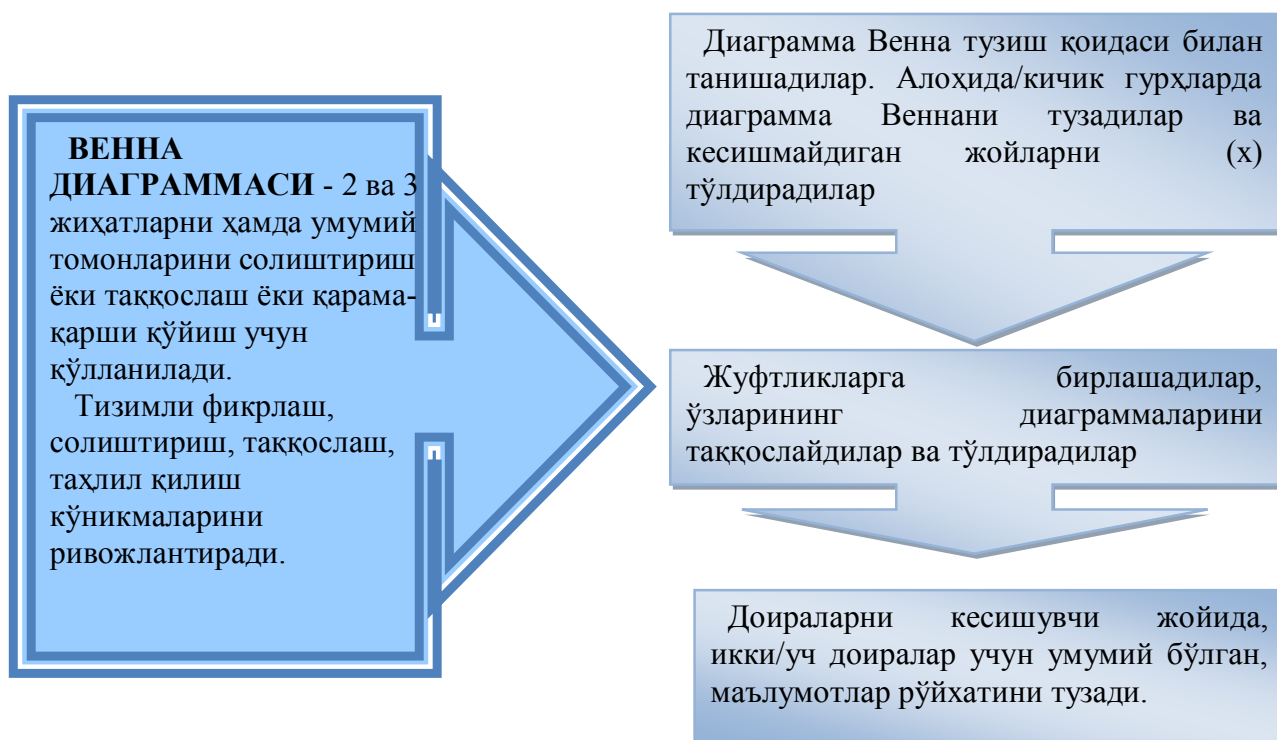
Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I.Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Ўқув машғулоти мавзуси, мақсад ва ўқув фаолияти натижаларини айтади. (1-илова). 1.2. Таълим жараёни интерфаол усуллар орқали амалга оширилишини эълон қилади.	Тинглайдилар. ЎУМга қарайдилар.
II.Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларни 3-4 та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. Баҳолаш кўрсаткичи ва мезонлари билан таништиради (2-илова). 2.3. Гуруҳларга «Венна диаграммаси» усулидан фойдаланилган ҳолда, машғулот режасидаги 1 ва 2 саволларни ёритиб беришни сўрайди. (3-илова). 2.4. Иш бошланганлигини эълон қилади, ҳар бир гуруҳ топшириқларни тақдимотини ўтказишда ёрдам беради, талабаларнинг билимларини умумлаштиради, хулосаларга эътиборини қаратади.	Кичик гуруҳларга бўлинадилар. Тинглайдилар. Топшириқни бажарадилар. Тақдимот ўтказадилар, қўшимчалар киритадилар, хулоса чиқарадилар.
III.Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш якунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради. 3.2.Мавзунинг мазмунини чуқур ўрганиш, кейинги машғулотга тайёргарлик кўриш топшириғини беради.	Тинглайдилар. Топшириқни ёзиб оладилар.

Ўқув визуал материаллар:

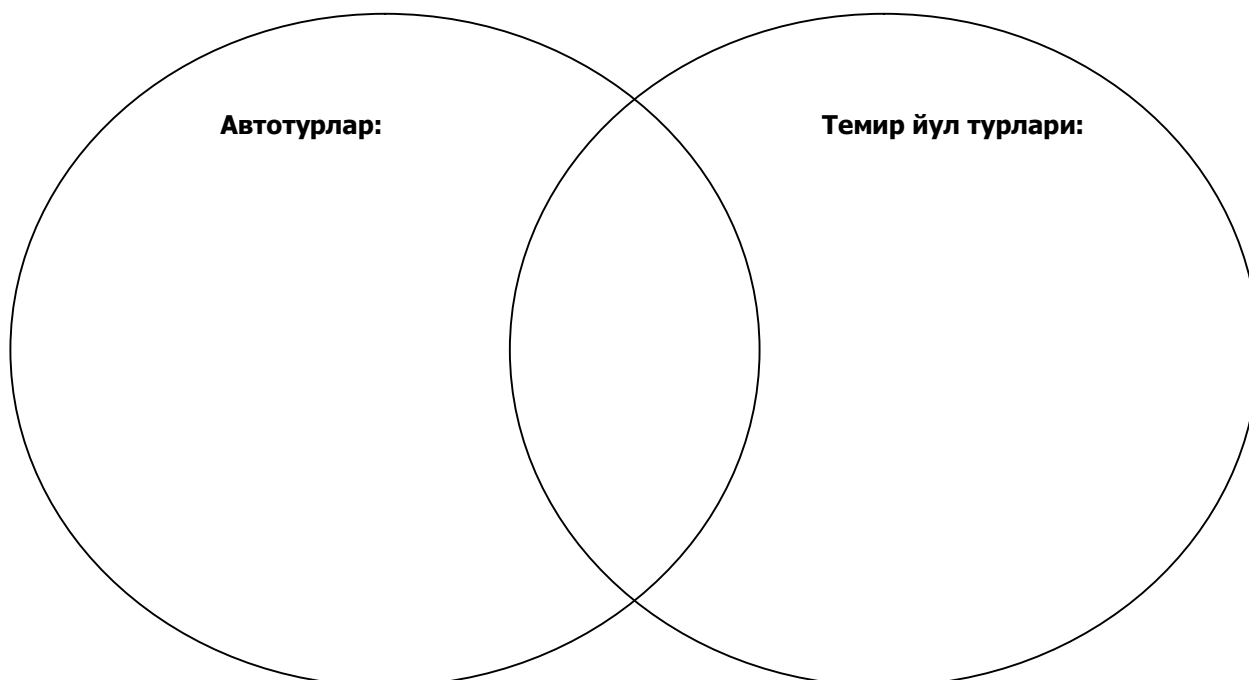
1-илова

Машғулот режаси:

- 1.Туристларга транспортда хизмат кўрсатишнинг мазмуни.
- 2.Туристлик маҳсулотлар таркибида транспортнинг улуши.
- 3.Автобусларда туристларни ташиш.
- 4.Денгиз транспортида туристларни ташиш.
- 5.Туристларни ҳайвонлар ёрдамида ташиш.



Ташкиллаштирилаётган турларда транспорт воситаларининг солиштиринг:



МАЪРУЗА МАШҒУЛОТИНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

8-мавзу

Туристик маршрутларни ишлаб чиқиш

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Машгулот вақти- 2 соат	Талабалар сони: 20 – 80 гача
Машгулот шакли	Ахборотли маъруза
Маъруза режаси	1. Маршрутлар, йўллар, сўқмоқлар ва туризм маршрути ҳақида тушунча. 2. Туристик маршрутнинг келиб чиқиши. 3. Турларнинг хиллари ва туристик маршрутлар. 4. Туристик маршрутларда хизмат кўрсатиш.
Ўқув машгулотининг мақсади: Талабаларда туристик маршрутларни ишлаб чиқишнинг моҳиятини тушунтиришдан иборат.	
Педагогик вазифалар: • маршрутлар ва туризм маршрути тушунчасини ёритиб бериш; • туристик маршрутнинг келиб чиқиши ва турларини тушунтириб бериш; • турларнинг хиллари ҳақида маълумот бериш; • туристик маршрутлар шаклланишини тушунтириш; • туристик маршрутларда хизмат кўрсатишни ташкил этиш тўғрисида маълумот бериш.	Ўқув фаолияти натижалари: • маршрутлар ва туризм маршрути тўғрисида тасаввурга эга бўлади; • туристик маршрутнинг келиб чиқиши ва турларини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • турларнинг хиллари ҳақида маълумотга эга бўлади; • туристик маршрутлар шаклланишини тушуниб олади; • туристик маршрутларда хизмат кўрсатишни ташкил этиш моҳиятини тушунтириб бериш қobiliяти шаклланади.
Таълим бериш усуллари	Ахборотли маъруза, жамоада ишлаш, “Балиқ скелети” усули.
Таълим бериш шакллари	Оммавий, жамоавий
Таълим бериш воситалари	Маъруза матни, тарқатма материаллар, доска, слайдлар, проектор.
Таълим бериш шароити	Ҳамкорликда ишлаш ва тақдимотларни амалга ошириш имконига эга бўлган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

**1.2. «Туристтик маршрутларни ишлаб чиқиш» маъруза машғулотининг
технологик харитаси**

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Таълим берувчи	Таълим олувчилар
Тайёргар лик босқичи.	1.Мавзу бўйича ўқув мазмунини тайёрлаш. 2.Маъруза учун тақдимот слайдларини тайёрлаш.	
1. Мавзуга кириш (15 дақиқа)	1.1. Мавзунинг номини экранга чиқаради ва мазкур мавзунинг ёритишдан кутилаётган асосий натижалар тўғрисида ахборот беради. 1.2.Мавзунинг ёритиш бўйича тузилган режа саволларини намоёнига узатади.	Тинглайдилар. Тинглайдилар.
2.Асосий босқич (55 дақиқа)	2.1. Ўқув машғулоти бўйича маъруза қилади. (1,2-иловалар). 2.4.Мавзу юзасидан иккинчи саволни тушунтиришда талабаларни эркин баҳс-мунозарага тортиш мақсадида «Балиқ скелети» усулидан фойдаланилган ҳолда «Ўзбекистонда янги туристик маршрутларни ривожлантиришнинг омиллари?» деб ёзилган тарқатма материаллар билан ишлашни таклиф қилади (3-илова). Жавобларни тинглайди, тўғрилайди, тўлдиради, хулоса қилади. 2.3.Таянч ибораларни таҳлил қилади (4-илова). 2.4.Талабалар билимларини фаоллаштириш ва мустаҳкамлаш мақсадида қуйидаги саволларни беради: 1.Туризм маршрути ҳақида тушунча беринг. 2.Туристтик маршрутнинг келиб чиқишини изоҳланг. 3.Туристтик маршрутларнинг турларини санаб беринг.	Тинглайдилар, ёзадилар. Талабалар берилган саволларга жавоб берадилар. Талабалар берилган саволларга жавоб берадилар.
3.Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Мавзу бўйича талабаларда юзага келган саволларга жавоб беради, якунловчи хулоса қилади. 3.2.Мустақил ишлашлари учун назорат саволларига жавоб тайёрлаб келиш вазифасини беради (5-илова).	Саволлар берадилар. Вазифани ёзиб оладилар.

Машғулот режаси:

1. Маршрутлар, йўллар, сўқмоқлар ва туризм маршрути ҳақида тушунча.
2. Туристик маршрутнинг келиб чиқиши.
3. Турларнинг хиллари ва туристик маршрутлар.
4. Туристик маршрутларда хизмат кўрсатиш.

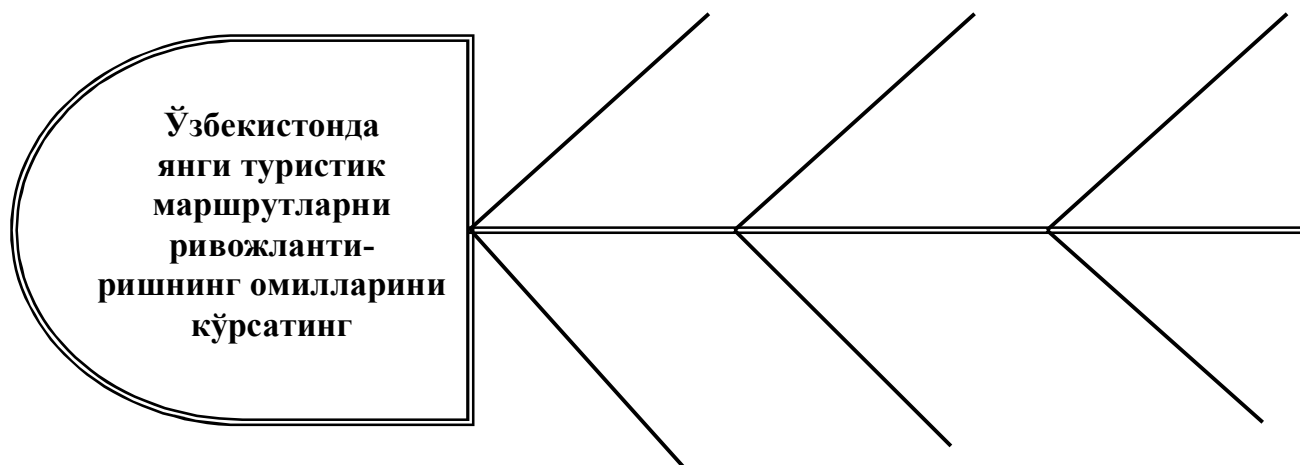
№	ТУРИЗМ МАРШРУТЛАРИ ТАСНИФЛАНИШИ
1	Қадимги маршрутлар.
2	Буюк географик кашфиётлар давридаги маршрутлар.
3	Ўзгартирилган маршрутлар
4	Ўзгармайдиган маршрутлар
5	Тикланадиган маршрутлар.
6	Тикланмайдиган маршрутлар
7	Янги, замонавий маршрутлар.

“Балиқ скелети” усули

Бир қатор муаммоларни тасвирлаш ва уни ечиш имконини беради.

Тизимли фикрлаш, тузилмага келтириш, таҳлил қилиш кўникмаларини ривожлантиради. Чизмани тузиш қондаси билан танишадилар. Алоҳида кичик гуруҳларда юқори “суягида” кичик муаммони ифодалайди, пастда эса, ушбу кичик муаммолар мавжудлигини тасдиқловчи далиллар ёзилади.

Кичик гуруҳларга бирлашадилар, таққослайдилар, ўзларининг чизмаларини тўлдирадилар. Умумий чизмага келтирадилар.



ТАЯНЧ ИБОРАЛАР

- маршрут;
- туристик маршрут;
- туристик ресурс;
- туристик объект;
- тур;
- қадимий маршрутлар;
- ўзгармайдиган маршрутлар;
- тикланадиган маршрутлар.

Мустақил ишлаш учун назорат саволлар:

- 1.Туристтик маршрутларда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматларини ташкил этиш хусусиятларини изоҳланг.
- 2.Туристтик маршрутларда экскурсия хизматларини ташкил этиш хусусиятларини изоҳланг.

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИ ОЛИБ БОРИШ ТЕХНОЛОГИЯСИ

8-мавзу	ТУРИСТИК МАРШРУТЛАРНИ ИШЛАБ ЧИҚИШ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Маиғулот вақти: 2 соат	Талабалар сони: 20-30 та
Маиғулот шакли	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машғулот.
Амалий маиғулот режаси	1.Маршрутлар, йўллар, сўқмоқлар ва туризм маршрути ҳақида тушунча. 2.Туристик маршрутнинг келиб чиқиши. 3.Турларнинг хиллари ва туристик маршрутлар. 4.Туристик маршрутларда хизмат кўрсатиш.
Маиғулотнинг мақсади: туристик маршрутларни ишлаб чиқишнинг моҳиятини масалалари бўйича билимларни чуқурлаштиришни таъминлаш	
Педагогик вазифалар: • маршрутлар ва туризм маршрути тушунчасини ёритиб бериш; • туристик маршрутнинг келиб чиқиши ва турларини тушунтириб бериш; • турларнинг хиллари ҳақида маълумот бериш; • туристик маршрутлар шаклланишини тушунтириш; • туристик маршрутларда хизмат кўрсатишни ташкил этиш тўғрисида маълумот бериш.	Ўқув фаолияти натижалари: • маршрутлар ва туризм маршрути тўғрисида тасаввурга эга бўлади; • туристик маршрутнинг келиб чиқиши ва турларини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • турларнинг хиллари ҳақида маълумотга эга бўлади; • туристик маршрутлар шаклланишини тушуниб олади; • туристик маршрутларда хизмат кўрсатишни ташкил этиш моҳиятини тушунтириб бериш қобилияти шаклланади.
Таълим бериш усуллари	Баҳс-мунозара, “ФСМУ” ва “Блиц-сўров” усуллари.
Таълим бериш шакллари	Маъруза - матни, услубий кўрсатма, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
Таълим бериш воситалари	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
Таълим бериш шароити	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. Амалӣй машғулоти́нинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I.Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Ўқув машғулоти мавзуси, мақсади, вазифалари ва ўқув фаолияти натижа-ларини айтади, долзарблиги ва аҳамиятига тўхталиб ўтади (1-илова).	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар.
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларни 3-4та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. “Туризм маршрути ҳақида тушунча беринг” саволига талабалар “ФСМУ” усули ёрдамида жавоб беришларини ташкил этади (2-илова). 2.3. Ҳар бир гуруҳ топшириқларни қоғозларга тушириб, тақдиротини ўтказишда ёрдам беради, изоҳ беради, билимларини умумлаштиради, хулосаларга алоҳида эътибор беради. Топшириқларни бажарилишининг қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди. 2.4. Талабаларнинг «Блиц-сўров» усули орқали ўзлаштириш даражалари аниқланади (3-илова).	Гуруҳларга ажраладилар. Фаол қатнашадилар Муаммоли вазифани ечадилар, хулоса чиқарадилар. Саволларга жавоб берадилар. Жавоб беради.
III.Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш якунларини чиқаради. Бугунги мавзу долзарб эканлигига тўхталиб ўтади. Олган билимларини амалиётда татбиқ этишлари лозим эканлигини таъкидлайди. 3.2.Мавзунинг мазмунини чуқур ўрганиш, кейинги машғулотга тайёргарлик кўриш топшириғини беради.	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар. Тақдиротга тайёргарлик кўрадилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулоти́ режаси:

- 1.Маршрутлар, йўллар, сўқмоқлар ва туризм маршрути ҳақида тушунча.
- 2.Туристтик маршрутнинг келиб чиқиши.
- 3.Турларнинг хиллари ва туристик маршрутлар.
- 4.Туристтик маршрутларда хизмат кўрсатиш.

“ФСМУ” усули

Ушбу технология тингловчиларни ўз фикрини ҳимоя қилишга, эркин фикрлаш ва ўз фикрини бошқаларга ўтказишга, очиқ ҳолда баҳслашишга, эгалланган билимларни таҳлил қилишга, қай даражада эгаллаганликларини баҳолашга ҳамда тингловчиларни баҳслашиш маданиятига ўргатади.

(Ф) – Фикрингизни баён этинг.

(С) – Фикрингиз баёнига бирон сабаб кўрсатинг.

(М) – Кўрсатилган сабабни тушунтирувчи мисол келтиринг

(У) – Фикрингизни умумлаштиринг

САВОЛ	Туризм маршрути ҳақида тушунча беринг
Ф Фикрингизни баён этинг.	
С Фикрингизни баёнига бирор сабаб кўрсатинг.	
М Кўрсатилган сабабни тушунтирувчи мисол келтиринг.	
У Фикрингизни умумлаштиринг.	

Мавзунини жонлаштириш учун
«Блиц-сўров» саволлари:

1. Туристик маршрутнинг келиб чиқишини изоҳланг.
2. Туристик маршрутларнинг турларини санаб беринг.
3. Туристик маршрутларда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматларини ташкил этиш хусусиятларини изоҳланг.
4. Туристик маршрутларда экскурсия хизматларини ташкил этиш хусусиятларини изоҳланг

МАЪРУЗА МАШҒУЛОТИНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

9-мавзу

ТУРЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ВА ТАШКИЛ ЭТИШ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Машгулот вақти- 2 соат	Талабалар сони: 20 – 80 гача
Машгулот шакли	Ахборотли маъруза
Маъруза режаси	1. Тур тушунчаси. 2. Турларни режалаштириш ва шартномали режа. 3. Саёҳатларни лойиҳалаштириш.
Ўқув машгулотининг мақсади: Талабаларда турларни шакллантириш ва ташкил этиш тўғрисида билим ва кўникмаларга эга бўлишини таъминлашдан иборат.	
Педагогик вазифалар: • тур тушунчаси моҳиятини ёритиб бериш; • индивидуал ва гуруҳли турлар ҳақида маълумот бериш; • туристларнинг мақсадларига боғлиқ ҳолда турларнинг типологиясини тушунтириб бериш; • турларни режалаштириш кераклигини тушунтириш; • туроператорлик фаолиятида шартноманинг аҳамиятини тушунтириш; • саёҳатларни лойиҳалаштириш ҳақида тушунча бериш.	Ўқув фаолияти натижалари: • тур тушунчасини тушунтириб бера олади; • индивидуал ва гуруҳли турларни тушунтириш имконига эга бўлади; • туристларнинг мақсадларига боғлиқ ҳолда турларнинг типологияси ҳақида тасаввурга эга бўлади; • турларни режалаштиришни тушунтириб бериш қобилиятига эга бўлади; • туроператорлик фаолиятида шартноманинг аҳамиятини ёритиб бера олади.
Таълим бериш усуллари	Ахборотли-муаммоли маъруза, жамоада ишлаш, “Каскад” усули.
Таълим бериш шакллари	Оммавий, жамоавий
Таълим бериш воситалари	Маъруза матни, тарқатма материаллар, доска, слайдлар, проектор.
Таълим бериш шароити	Ҳамкорликда ишлаш ва тақдиротларни амалга ошириш имконига эга бўлган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. «Турларни шакллантириш ва ташкил этиш» маъруза машғулотининг технологик харитаси

<i>Иш босқичлари ва вақти</i>	<i>Фаолият мазмуни</i>	
	<i>Таълим берувчи</i>	<i>Таълим олувчилар</i>
Тайёргар- лик босқичи.	1.Мавзу бўйича ўқув мазмунини тайёрлаш. 2.Маъруза учун тақдимот слайдларини тайёрлаш.	
1. Мавзуга кириш (15 дақиқа)	1.1. Мавзунинг номини экранга чиқаради ва мазкур мавзунинг ёритишдан кутилаётган асосий натижалар тўғрисида ахборот беради. 1.2.Мавзунинг ёритиш бўйича тузилган режа саволларини намоёнига узатади.	Тинглайдилар. Тинглайдилар.
2.Асосий босқич (55 дақиқа)	2.1.Ўқув машғулоти бўйича маъруза қилади. (1-2-иловалар). 2.2.Турларни лойиҳалаштиришда қайси жиҳатларга эътибор қилинади? «Каскад» усули орқали тушунтиради (3-илова). Талабаларнинг фикрини унумлаштиради 2.3.Таянч ибораларни таҳлил қилади (4-илова). 2.4.Талабалар билимларини фаоллаштириш ва мустаҳкамлаш мақсадида қуйидаги саволларни беради: 1.Турни лойиҳалаштириш деганда нимани тушунасиз? 2.Тур қандай қонун ҳужжатлари билан аниқланади? 3. Туристларга хизмат кўрсатиш жараёнида қўйиладиган талабларни деталлаштирадиган ҳужжатлар ичига нималар киради?	Тинглайдилар, ёзадилар. Эркин ўз фикрларини билдирадилар. Ёзадилар Талабалар берилган саволларга жавоб берадилар.
3. Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Мавзу бўйича талабаларда юзага келган саволларга жавоб беради, якунловчи хулоса қилади. 3.2.Мустақил ишлашлари учун назорат саволларига жавоб тайёрлаб келиш вазифасини беради (5-илова).	Саволлар берадилар. Вазифани ёзиб оладилар.

Маъруза режаси:

1. Тур тушунчаси.
2. Турларни режалаштириш ва шартномали режа.
3. Саёҳатларни лойиҳалаштириш

Туристларнинг мақсадларига боғлиқ ҳолда турларнинг типологияси

ТУР ТИПЛАРИ	ТУРИСТ МАҚСАДЛАРИ	МИСОЛЛАР
Фаол дам олиш	• Спорт билан шуғулланиш; • Саргузашт; • Янги ҳиссиётлар; • Фикрдошларни қидириш.	Альпинизм, спелиотуризм ва бошқалар.
Пассив дам олиш	• Экологик ажойиб жойларда саёҳат; • Табиатда ором олиш.	Курортларда дам олиш
Даволаниш	• Комфорт шароитда дам олиш; • Пархезли овқатланиш; • Организмни соғломлаштириш.	Санаторияларда даволаниш
Танишув туризми	• Турли мамлакат ва минтақаларнинг маданияти, анъана ва одатлари билан танишиш; • Музей, театр, кўргазмаларга бориш ҳисобига дунёқарашни кенгайтириш; • Янги танишувлар.	Европа пойтахтлари ўртасида автобус турлари
Хорижда таълим олиш	• Сертификат, диплом, лицензия олиш.	Мальтада инглиз тили курслари
Зиёратчилик туризми	• Ибодат қилиш; • Расм-русумларда қатнашиш; • Диний зиёрат марказларига бориш.	Ватикандаги турлар
Мавзули турлар	• Умумий фикрдош қидириш; • Дунёқарашни кенгайтириш; • Тажриба алмашиш.	Овчилар, балиқчилар учун турлар
Рурал турлар	• Табиат билан уйғунлик; • Соғлиқни тиклаш; • Экологик тоза маҳсулотлардан фойдаланиш.	Финляндиядаги коттежларда дам олиш
Интенсив турлар	• Фаол ишчиларни мукофатлаш; • Иш сифатга боғлиқ ҳолда; • Ўзаро ҳамкорликни ривожлантириш.	Ғолибларга турли мукофот ва йўлланмалар бериш
Экотурлар	• Табиат билан уйғунлик; • Минтақалардаги флора ва фауна билан танишиш.	Қўриқхона худудларига экскурсия
Экстеримал турлар	• Ҳаёт ва соғлиқ учун хавфли. • Адреналинни кучайтириш.	Альпинизм

Жамоавий дам олиш	• «Буюртмали» дам олиш; • Юқори даражадаги комфорт ва сифатли хизмат кўрсатиш; • Кўп мақсадли турлар (дам олиш, спорт, экскурсия ва бошқалар).	Гавайи оролларидаги клуби турлар

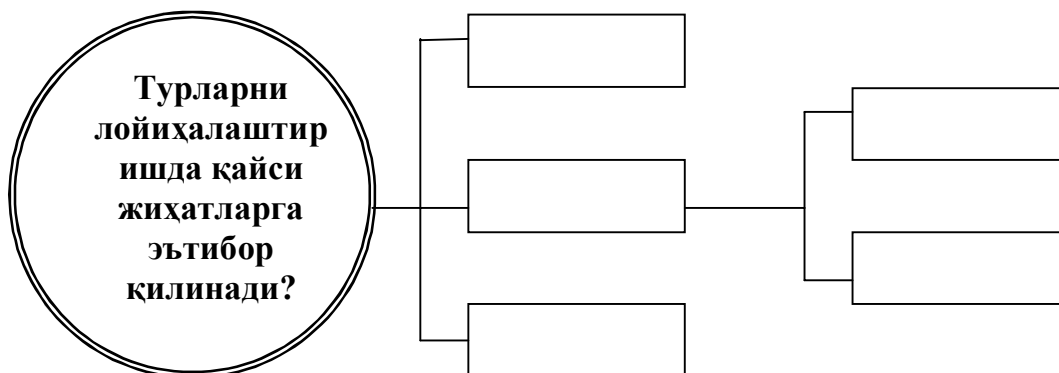
3-илова

Ташабулкор туроператорнинг янги ёзги туроперейтинг дастури учун типик вақтинчалик шкаласи

ФАОЛИЯТ ТУРЛАРИ	ЙИЛЛАР	МУДДАТ	ИШЛАРНИНГ АНИҚ ТУРЛАРИ
Режалашти- ришнинг илмий- тадқиқот ишлари	1 чи йил (турни жорий қилишдан 2 йил олдин)	Июн-август, Сентябр- декабр	Маркетинг тадқиқотлари. Пакетли турларни келажак тараққиётига таъсир қилувчи иқтисодий факторларни ўрганиш, қабул жойини эҳтимолли танлашни белгилаш
Музокара - ларни режа- лаштириш	2 чи йил	Январ, Феврал, март Апрел, май	Маркетингни иккинчи босқичи: муқобил мўлжалланган жойларни ҳар томонлама таққослаш, уларни танлаш. Мўлжалланган жой, отеллар, уларни сиғими, тур давомийлиги, мавсум бошланиши, жўнатиш вақти тўғрисида қарорлар қабул қилиш. Брошюралар буклетларни дизайни ва улчамлари, уларни нашри, уларни тайёрлаш муддати тўғрисида қарор қабул қилиш. Брошюра ва буклетларни расмийлаштириш учун танлов эълон қилиш. Чартер рейслари тўғрисида авиалиниялар билан музокалар олиб бориш. Трансферт, экскурсион операторлар бўйича сервис хизматлари, отеллар билан шартномалар олиб бориш
Буклетларни ва персанални тайёрлаш бўйича ишлар		Июнь, июл, август, Сентябр, октябр	Отеллар, авиалиниялар, сервис хизматлари билан трансферт, экскурсия ва бошқа бўйича шартномаларни расмийлаш-тириш. Буклет ва брошюраларни намунавий нусхасини тайёрлаш ва нашр қилиш. Дизайн бўйича таклифлар ва расмийлаштириш студиясидаги ишлар буклет/каталогни ишлаб чиқиш. Инфляция ва валюта курсига боғлиқ равишда турни сотиш нархини баҳолаш. Бронлаш бўйича хизматчиларни тайёрлаш. Турни сўнги нархини ҳисоблаш (печат учун). Буклет/каталогни печатлаш. Бронлаш тизими яратилиши
Силжитиш (ҳаакатлан- тириш)	3 чи йил	Январ, март Феврал, март, апрел.	Нашрдан чиқарилган (нашр қилинган) брошюраларни бозорда тарқатиш. Сотини бошланғич ҳаракатлантириш. Оммавий ахборот воситаларида турни биринчи нашр қилинган рекламаси. Сотиш ва рекламани юқори чўққиси. Вакилларни курортларга ўқитиш ва уларни тўплаш янги тур бўйича биринчи жўнатув

«Каскад» усули

Ушбу технология ғоялар тизимини ишлаб чиқишга кўмак беради.
Асосий мақсади: аниқ ва ижодий фикрлаш қобилиятини фаоллаштириш.



ТАЯНЧ ИБОРАЛАР

- тур;
- индивидуал турлар;
- гуруҳли турлар;
- турларни режалаштириш;
- саёҳатларни лойиҳалаштириш;
- туropolерейтинг дастури.

Мустақил ишлаш учун назорат саволлар:

1. Тур қандай лойиҳалаштирилади ва қандай ҳужжатлар билан расмийлаштирилади?
2. Лойиҳалаштирилган хизматлар ва хизмат кўрсатиш жараёнлари ҳужжатларини ким тасдиқлайди?

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

9-мавзу

ТУРЛАРНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ВА ТАШКИЛ ЭТИШ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Маишулот вақти: 2 соат	Талабалар сони: 20-30 та
Маишулот шакли	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машғулот.
Амалий маишулот режаси	1. Тур тушунчаси. 2. Турларни режалаштириш ва шартномали режа. 3. Саёҳатларни лойиҳалаштириш.
Маишулотнинг мақсади: Турларни шакллантириш ва ташкил этиш тўғрисида билим ва кўникмалар масалалари бўйича билимларни чуқурлаштиришни таъминлаш	
Педагогик вазифалар: • тур тушунчаси моҳиятини ёритиб бериш; • индивидуал ва гуруҳли турлар ҳақида маълумот бериш; • туристларнинг мақсадларига боғлиқ ҳолда турларнинг типологиясини тушунтириб бериш; • турларни режалаштириш кераклигини тушунтириш; • туроператорлик фаолиятида шартноманинг аҳамиятини тушунтириш; • саёҳатларни лойиҳалаштириш ҳақида тушунча бериш.	Ўқув фаолияти натижалари: • тур тушунчасини тушунтириб бера олади; • индивидуал ва гуруҳли турларни тушунтириш имконига эга бўлади; • туристларнинг мақсадларига боғлиқ ҳолда турларнинг типологияси ҳақида тасаввурга эга бўлади; • турларни режалаштиришни тушунтириб бериш қобилиятига эга бўлади; • туроператорлик фаолиятида шартноманинг аҳамиятини ёритиб бера олади.
Таълим бериш усуллари	Баҳс-мунозара, «Балиқ скелети» усули.
Таълим бериш шакллари	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
Таълим бериш воситалари	Маъруза - матни, услубий кўрсатма, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
Таълим бериш шароити	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I.Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Ўқув машғулотни мавзуси, мақсади, вазифалари ва ўқув фаолияти натижаларини айтади, долзарблиги ва аҳамиятига тўхталиб ўтади (1-илова).	Тинглайдилар. ЎУМ га карайдилар
II.Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1.Талабаларни 3-4та кичик гуруҳларга бўлади. “Туристик маҳсулотнинг истеъмолчилик хусусиятлари ажратиб кўрсатинг” муаммосини “Балиқ скелети” усули ёрдамида ҳал этишади (2-илова). 2.2. Ҳар бир гуруҳ топшириқларни ватман-қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишда ёрдам беради, изоҳ беради, билимларини умумлаштиради, хулосаларга алоҳида эътибор беради. Топшириқларни бажарилишининг қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди.	Гуруҳларга ажралади. Топшириқни бажарадилар. Муаммоли вазифани ечадилар, хулоса чиқарадилар. Саволларга жавоб берадилар.
III. Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш якунларини чиқаради. Бугунги мавзу долзарб эканлигига тўхталиб ўтади. Олган билимларини амалиётда татбиқ этишлари лозим эканлигини таъкидлайди. 3.2.Мавзунинг мазмунини чуқур ўрганиш, кейинги машғулотга тайёргарлик кўриш топшириғини беради.	Тинглайдилар. Тақдимотга тайёргарлик кўрадилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

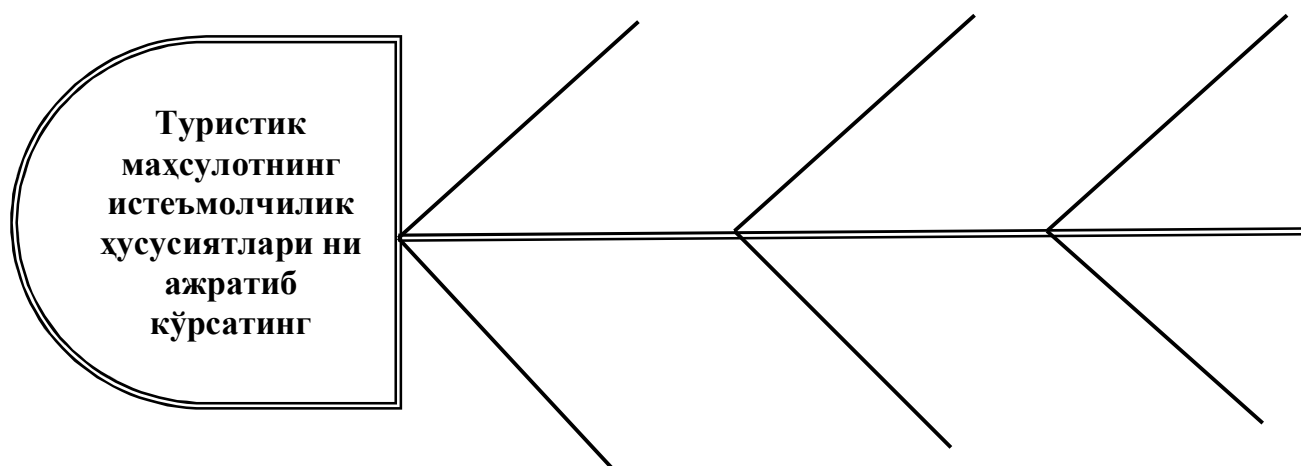
- 1.Тур тушунчаси.
- 2.Турларни режалаштириш ва шартномали режа.
- 3.Саёҳатларни лойиҳалаштириш.

“Балиқ скелети” усули

Бир қатор муаммоларни тасвирлаш ва уни ечиш имконини беради.

Тизимли фикрлаш, тузилмага келтириш, таҳлил қилиш кўникмаларини ривожлантиради. Чизмани тузиш қондаси билан танишадилар. Алоҳида кичик гуруҳларда юқори “суягида” кичик муаммони ифодалайди, пастда эса, ушбу кичик муаммолар мавжудлигини тасдиқловчи далиллар ёзилади.

Кичик гуруҳларга бирлашадилар, таққослайдилар, ўзларининг чизмларини тўлдирадилар. Умумий чизмага келтирадилар.



МАЪРУЗА МАШҒУЛОТИНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

10-мавзу

ТУРОПЕРАТОРНИНГ ХАЛҚАРО ТУРЛАРНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ХУСУСИЯТЛАРИ

10.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Маишулот вақти- 2 соат	Талабалар сони: 20 –80 гача
Маишулот шакли	Ахборотли маъруза
Маъруза режаси	1.Халқаро турларни ташкил этиш. 2.Туристик агентликлар иш технологияси ва функциялари. 3.Туристик сафарларни ташкил этишда туристик фирмаларнинг ўрни ва роли.
Ўқув маишулотининг мақсади: Талабаларда туроператорнинг халқаро турларни ташкил этиш хусусиятлари тўғрисида тасаввур ҳосил қилишдан иборат.	
Педагогик вазифалар: • халқаро турларнинг моҳиятини тушунтириш; • туристик афзалликларни хусусиятлари бўйича сегментлаштиришни тушунтириш; • туристик агентликлар иш технологияси ҳақида маълумот бериш; • туристик агентликлар функцияларини тушунтириб бериш; • туроператор ва турагентликнинг туристик бозордаги ўрнини ёритиб бериш; • туристик сафарларни ташкил этишда туристик фирмаларнинг ўрни ва ролини ёритиш.	Ўқув фаолияти натижалари: • халқаро турларнинг моҳиятини тушунтириб бера олади; • туристик афзалликларни хусусиятлари бўйича сегментлаштириш ҳақида маълумот бера олади; • туристик агентликлар иш технологияси тушунтириб бериш қобилияти шаклланади; • туристик агентликлар функцияларини ёритиш имконига эга бўлади; • туристик сафарларни ташкил этишда туристик фирмаларнинг ўрни ва роли ҳақида тасаввурга эга бўлади.
Таълим бериш усуллари	Ахборотли маъруза, жамоада ишлаш, «Балиқ скелети» усули
Таълим бериш шакллари	Оммавий, жамоавий
Таълим бериш воситалари	Маъруза матни, тарқатма материаллар, доска, слайдлар, проектор,
Таълим бериш шароити	Ҳамкорликда ишлаш ва тақдиротларни амалга ошириш имконига эга бўлган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

**1.2. «Туроператорнинг халқаро турларни ташкил этиш хусусиятлари»
маъруза машғулотининг технологик харитаси**

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Таълим берувчи	Таълим олувчилар
Тайёргар лик босқичи.	1. Мавзу бўйича ўқув мазмунини тайёрлаш. 2. Маъруза учун тақдимот слайдларини тайёрлаш.	
1. Мавзуга кириш (15 дақиқа)	1.1. Бугунги мавзу номини айтади. Экрanga мавзунинг режасини рўйхатини беради ва уларга қисқача таъриф беради (1-илова). 1.2. Машғулот мавзуси, унинг мақсади ва ўқув фаолияти натижалари билан таништиради. 1.4. Талабалар билимларини фаоллаштириш мақсадида саволлар беради (2-илова).	Тинглайдилар. Тинглайдилар Талабалар берилган саволларга жавоб берадилар.
2. Асосий босқич (55 дақиқа)	2.1. Power Point дастури ёрдамида слайдларни намоиш қилиш ва изоҳлаш билан мавзу бўйича асосий назарий жиҳатларини тушунтириб беради (3-4 иловалар). 2.2. Талабаларни 3-4та кичик гуруҳларга бўлади. “Туристик маҳсулотнинг истеъмолчилиқ хусусиятлари ажратиб кўрсатинг” муаммосини “Балиқ скелети” усули ёрдамида ҳал этишади (5-илова).	Тинглайдилар, ёзадилар. Гуруҳларга ажралади. Топширикни бажарадилар.
3. Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Мавзу бўйича талабаларда юзага келган саволларга жавоб беради, яқунловчи хулоса қилади.	Саволлар берадилар.

Ўқув-визуал материаллар:

1-илова

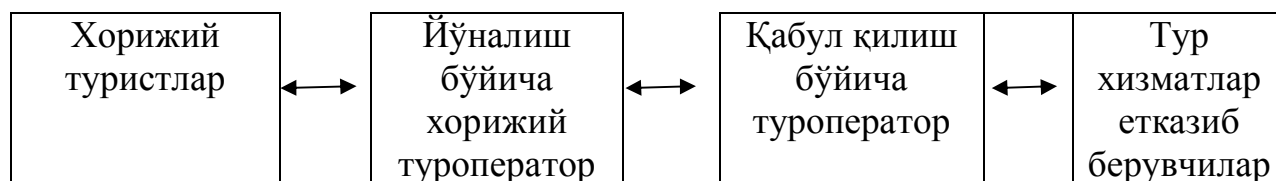
Маъруза режаси:

1. Халқаро турларни ташкил этиш.
2. Туристик агентликлар иш технологияси ва функциялари.
3. Туристик сафарларни ташкил этишда туристик фирмаларнинг ўрни ва роли.

Жонлантириш учун саволлар:

1. Халқаро турларни ташкил этишнинг хусусиятлари нимадан иборат.
2. Туристик агентликлар иш технологияси ва функциялари нималардан иборат.
3. Туристик сафарларни ташкил этишда туристик фирмаларнинг ўрни ва роли қандай.
4. Туроператор ва турагентликнинг туристик бозордаги ўрни қандай амалга ошади.

Хорижий туристларни қабул қилишда миллий ва хорижий турфирмаларнинг ўзаро ҳаракати схемаси.

**Туристик афзалликларни хусусиятлари бўйича сегментлаштириш**

Сегмент	Сегмент талаблари	Сегмент билан ишловчи туроператор имкониятларига талаблар
Транспорт афзалликлари хусусиятлари бўйича сегментлантириш		
Авиатурлар	- учиш хавфсизлиги; - тўғри авиарейслар ёки маршрут бўйича қулай хизматлар мавжудлиги; - таклиф қилинаётган жойлаштириш воситалари ва тур дастурларининг турли ассортименти; - аэропортда хизмат кўрсатишни ташкил қилиш.	- Авиакомпания билан шартнома муносабатларининг мавжудлиги (авиачипталарнинг сотилиши ҳақида ёки чартер ташишларни ташкил қилиш); - авиаташувчиларнинг ижобий имиджи; - учиш ва қўниш жойларига трансферлар.
Автотурлар	- қизиқарли маршрут; - автотурга юбориладиган гуруҳларнинг географик жойи; - турнинг арзонлиги.	- автотурни ташкил қилиш тажрибаси ва лицензияга эга автоташувчилар билан алоқалар; - гуруҳни оператор ходимлар билан кузатиб бориш зарурияти.
Темир йўл турлари	- поезд ҳаракати давомида тўлиқ сервис; - тур маршрути ва йўлда хизмат қилиш класс;	- темирйўл чипталарини тарқатиш бўйича шартлашув, прицеп вагонлари ёки туроператорларни ташкил қилиш имкониятлари;

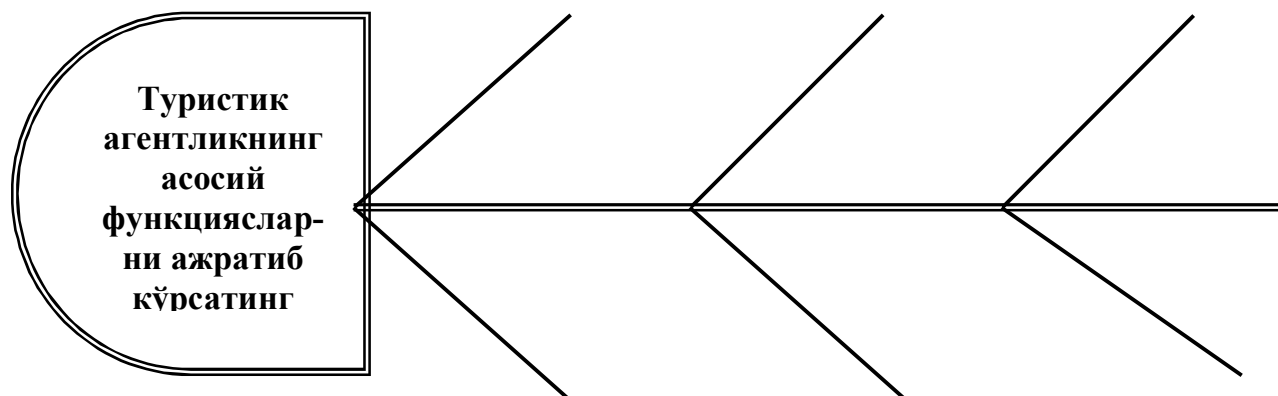
	- жўнатиш, келиш жойлари; - турда кўчиб ўтиришнинг мавжудлиги ва тўхташ жойларининг давомийлиги.	- гуруҳ турларини ташкил қилиш бўйича операторнинг бозор имкониятлари; -гуруҳни оператор ходимлар билан кўрсатиб бориш зарурияти; -сафарда туристларнинг дам олишини ташкил қилиш зарурияти.
Круизлар	- қизиқарли маршрут; - туристларнинг ташкиллаштирилган дам олиши, экскурсион дастур; - овқатланиш сифати; -каюталарнинг категорияси ва яшаш сифати; - круизга жўнатиш жойи.	- операторда кема компанияси билан шартноманинг мавжудлиги; - ходимларнинг ташкилотчилиги, бортда тадбирларни ташкил қилиш усули; - жўнатиш жойи ва кутиб олиш хизматини ташкил қилиш.

5-илова

«Балиқ скелети» усули

Бир қатор муаммоларни тасвирлаш ва уни ечиш имконини беради.

Тизимли фикрлаш, тузилмага келтириш, таҳлил қилиш кўникмаларини ривожлантиради. Чизмани тузиш қоидаси билан танишадилар. Алоҳида кичик гуруҳларда юқори “суягида” кичик муаммони ифодалайди, пастда эса, ушбу кичик муаммолар мавжудлигини тасдиқловчи далиллар ёзилади. Кичик гуруҳларга бирлашадилар, таққослайдилар, ўзларининг чизмларини тўлдирадилар. Умумий чизмага келтирадилар.



АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

10-мавзу	ТУРОПЕРАТОРНИНГ ХАЛҚАРО ТУРЛАРНИ ТАШКИЛ ЭТИШ ХУСУСИЯТЛАРИ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Машғулот вақти: 2 соат	Талабалар сони: 20-30та
Машғулот шакли	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машғулот
Амалий машғулот режаси	1.Халқаро турларни ташкил этиш. 2.Туристик агентликлар иш технологияси ва функциялари. 3.Туристик сафарларни ташкил этишда туристик фирмаларнинг ўрни ва роли.
Машғулотнинг мақсади: Мавзу бўйича билимларни чуқурлаштиришни таъминлаш.	
Педагогик вазифалар: • халқаро турларнинг моҳиятини тушунтириш; • туристик афзалликларни хусусиятлари бўйича сегментлаштиришни тушунтириш; • туристик агентликлар иш технологияси ҳақида маълумот бериш; • туристик агентликлар функцияларини тушунтириб бериш; • туруператор ва турагентликнинг туристик бозордаги ўрнини ёритиб бериш; • туристик сафарларни ташкил этишда туристик фирмаларнинг ўрни ва ролинини ёритиш.	Ўқув фаолияти натижалари: • халқаро турларнинг моҳиятини тушунтириб бера олади; • туристик афзалликларни хусусиятлари бўйича сегментлаштириш ҳақида маълумот бера олади; • туристик агентликлар иш технологияси тушунтириб бериш қобилияти шаклланади; • туристик агентликлар функцияларини ёритиш имконига эга бўлади; • туристик сафарларни ташкил этишда туристик фирмаларнинг ўрни ва роли ҳақида тасаввурга эга бўлади.
Таълим бериш усуллари	Топшириқлар, амалий ишлаш усули, баҳс-мунозара, кичик гуруҳларда ишлаш, «Муаммоли вазият» усули
Таълим бериш шакллари	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
Таълим бериш воситалари	Маърузалар матни, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
Таълим бериш шароити	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I. Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Амалий машғулот мавзуси, мақсади ва ўқув фаолияти натижаларини айтади (1-илова). 1.2. Таълим жараёни кичик гуруҳларда ишлаш орқали амалга оширилишини эълон қилади.	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар.
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларни 3-4 та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. «Муаммоли вазият» усули учун тайёрланган топшириқларни тарқатади. Гуруҳларга топшириқларни бажариши учун ёрдам беради. Қўшимча маълумотлардан фойдаланишга имкон яратади. (2-илова). 2.3. Талабаларнинг машғулотдаги фаолиятини баҳолаш кўрсаткичлари ва мезонлари билан таништиради (3-илова). 2.4. Ҳар бир гуруҳ топшириқларини қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишга ёрдам беради, билимларини умумлаштиради, хулосаларга алоҳида эътибор беради. Топшириқларнинг бажарилишини қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди.	Кичик гуруҳларга бўлинадилар. Фаол қатнашадилар. Жамоа бўлиб бажарилган ишнинг тақдимотини ўт-казадилар, қўшимчалар қиладилар, хулоса чиқарадилар. Баҳолайдилар.
III. Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш якунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради. 3.2. Мавзунинг мазмунини чуқур ўрганиш, кейинги машғулотга тайёргарлик кўриш топшириғини беради.	Тинглайдилар. Топшириқни ёзиб олади.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

1. Халқаро турларни ташкил этиш.
2. Туристтик агентликлар иш технологияси ва функциялари.
3. Туристтик сафарларни ташкил этишда туристтик фирмаларнинг ўрни ва роли.

«Муаммоли вазият» усули

№1-эксперт гуруҳи учун топширик	Турни лойиҳалаштириш деганда нимани тушунаси?
№2-эксперт гуруҳи учун топширик	Тур қандай қонун ҳужжатлари билан аниқланади?
№3-эксперт гуруҳи учун топширик	Туристларга хизмат кўрсатиш жараёнида қўйиладиган талабларни деталлаштирадиган ҳужжатлар ичига нималар киради?
№4-эксперт гуруҳи учун топширик	Тур қандай лойиҳалаштирилади ва қандай ҳужжатлар билан расмийлаштирилади?

МАЪРУЗА МАШҒУЛОТИНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

11-мавзу

ТУРОПЕРАТОРЛИК ХИЗМАТЛАРИДА ТУРИСТЛАР ХАВФСИЗЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Маишулот вақти- 2 соат	Талабалар сони: 20 – 80 гача
Маишулот шакли	Ахборотли маъруза
Маъруза режаси	1.Туристлар хавфсизлигини ва уларни химоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш. 2.Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари 3.Хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштириш. 4.Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатлари.
Ўқув маишулотининг мақсади: Талабаларда туроператорлик хизматларида туристлар хавфсизлигини таъминлашнинг моҳиятини тушунтиришдан иборат.	
Педагогик вазифалар: • туристлар хавфсизлиги таъминлаш ҳақида тушунча бериш; • туристлар хавфсизлигини қонун йўли химоя қилишни тушунтириш; • туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатларини ёритиш; • хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштиришни тушунтириб бериш; • Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатларини тушунтириш.	Ўқув фаолияти натижалари: • туристлар хавфсизлиги таъминлаш ҳақида тушунчага эга бўлади; • туристлар хавфсизлигини қонун йўли химоя қилишни тушунтириб бера олади; • туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари ҳақида тасаввурга эга бўлади; • хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштиришни тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатларини тушунтира олади.
Таълим бериш усуллари	Ахборотли маъруза, жамоада ишлаш, “Тоифалаш” жадвали.
Таълим бериш шакллари	Оммавий, жамоавий
Таълим бериш воситалари	Маъруза матни, тарқатма материаллар, доска, слайдлар, проектор.
Таълим бериш шароити	Ҳамкорликда ишлаш ва тақдимотларни амалга ошириш имконига эга бўлган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. «Туроператорлик хизматларида туристлар хавфсизлигини таъминлаш» маъруза машғулотининг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Таълим берувчи	Таълим олувчилар
Тайёргар- лик босқичи	1. Мавзу бўйича ўқув мазмунини тайёрлаш. 2. Маъруза учун тақдимот слайдларини тайёрлаш.	
1. Мавзуга кириш (15 дақиқа)	1.1. Бугунги мавзу номини айтади. Экрanga мавзунинг режасини рўйхатини беради ва уларга қисқача таъриф беради (1-илова). 1.2. Машғулот мавзуси, унинг мақсади ва ўқув фаолияти натижалари билан таништиради. 1.4. Талабалар билимларини фаоллаштириш мақсадида саволлар беради (2-илова).	Тинглайдилар. Тинглайдилар. Талабалар берилган саволларга жавоб берадилар.
2. Асосий босқич (55 дақиқа)	2.1. Power Point дастури ёрдамида слайдларни намойиш қилиш ва изоҳлаш билан мавзу бўйича асосий назарий жиҳатларини тушунтириб беради (3-4-5 иловалар). 2.2. Талабаларни 3-4та кичик гуруҳларга бўлади. Мавзу бўйича тайёрланган топшириқни «Тоифалаш жадвали» ёрдамида бажаради. Гуруҳларга топшириқларни бажариши учун ёрдам беради. Манбалардан фойдаланишга имкон яратади (6-илова).	Тинглайдилар, ёзадилар. Гуруҳларга ажралади. Топшириқни бажарадилар.
3. Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Мавзу бўйича талабаларда юзага келган саволларга жавоб беради, яқунловчи хулоса қилади.	Саволлар берадилар.

Ўқув-визуал материаллар:

1-илова

Маъруза режаси:

1. Туристлар хавфсизлигини ва уларни ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш.
2. Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари
3. Хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштириш.
4. Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатлари.

Жонлантириш учун саволлар:

1. Туристлар хавфсизлигини таъминлаш деганда нимани тушунасиш?
2. Туристлар хавфсизлигини ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш борасида ЖТТ экспертлари қандай таклифлар берадилар?
3. Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатларини изоҳланг.
4. Туризмда зарарли омиллар қандай тавсифланади?
5. Туризмда ўзига хос хавф – хатар омиллари қайсилар?
6. Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатларига мисол келтиринг.

Халқаро саёҳатчилар ва дам олувчиларнинг ҳамда уларга тегишли мол-мулкнинг хавфсизлигини таъминлаш йўллари:

- саёҳатчилар ва дам олувчиларнинг хавфсизлигини таъминлаш қоидаларини ишлаб чиқиш ва амалга жорий этиш;
- жамоатчиликка ахборот бериш;
- шу жумладан фавқулодда вазиятларда туристларнинг хавфсизлиги билан боғлиқ муаммоларни ҳал қилишнинг институциявий негизини вужудга келтириш;
- икки томонлама, минтақавий, субминтақавий, минтақалараро миқёсда ва жаҳон миқёсида халқаро ҳамкорлик.

**Туристлар хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилишнинг айрим
функционал норматив-ҳуқуқий жиҳатлари**

ТУРИСТЛАРГА ҚАНДАЙ ҲУҚУҚЛАР БЕРИЛИШИ ЛОЗИМ	ҚАНДАЙ ЧОРА- ТАДБИРЛАР ҚЎРИЛИШИ КЕРАК	ДАВЛАТ СЕКТОРИ ҲАМДА ХУСУСИЙ СЕКТОР НИМА ҚИЛИШИ КЕРАК
Туристнинг шахсига ёки мол-мулкига жиддий тажовуз қилиниши муносабати билан энг тез алоқа воситалари ёрдамида ўз оиласига хабар бериш	Турист келган мамлакатда унинг шахсига ёки мол-мулкига жиноий тажовуз қилиниши муносабати билан унинг ҳаётини ва мол-мулкини сақлаб қолиш мақсадида уни ўз мамлакатига тез репатриация қилиш	Туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш масалалари бўйича хабардорлик даражасини ошириш учун туризм ходимлари ва жамоатчилик орасида ахборот тарқатиш
Миллий ижтимоий суғурта тизими доирасида тез ва мувофиқ тиббий ёрдам олиш	Ўғирланган ва кейинчалик топилган мол-мулкни турист келган мамлакатга қайтариш	Туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш учун бевосита ёки билвосита жавобгар бўлган турли касб эгаларини тайёрлашни барча зарур воситалар билан рағбатлантириш
Чет элликдан гаров пули киритишни талаб қилмасдан, туристга тажовуз қилган шахсларга қарши миллий судда суд иши, шу жумладан жиноят иши очиш ҳамда юридик ёрдам олиш	Туристларга ёки маҳаллий аҳолига қарши бундай ҳаракатларга бошқа йўл қўймаслик учун ишни судда қўриш	Туристлар ҳаёти ва мол-мулкини қўриқлаш чора-тадбирлари ва механизмларини ишлаб чиқиш, салбий оқибатларга йўл қўймаслик мақсадида саёҳат пайтида содир бўлувчи барча жараёнларни тартибга солиш

Саёҳатнинг хавфсизлиги деганда туристларнинг шахсий хавфсизлигини, уларга тегишли мол-мулкнинг бутлигини таъминлаш ҳамда саёҳат қилиш пайтида атроф муҳитга зарар етказмаслик тушунилади

Тоифалаш жадвали

1. Тоифалар бўйича маълумотларни тақсимлашнинг ягона усули мавжуд эмас.
2. Битта мини - гуруҳда тоифаларга ажратиш бошқа гуруҳда ажратилган тоифалардан фарқ қилиши мумкин.
3. Таълим олувчиларга олдиндан тайёрлаб қўйилган тоифаларни бериш мумкин эмас бу уларнинг мустақил танлови бўла қолсин.

ТУРИЗМДАГИ ЗАРАРЛИ ОМИЛЛАР ТАСНИФЛАНГ

<i>1...</i>	<i>2...</i>	<i>3...</i>
...	...	...
<i>4...</i>	<i>5...</i>	<i>6...</i>

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

11-мавзу

**ТУРОПЕРАТОРЛИК ХИЗМАТЛАРИДА ТУРИСТЛАР
ХАВФСИЗЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШ**

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Талабалар сони: 20-30 та	Вақти: 2 соат
Маиғулот шакли	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машғулот.
Амалий маъруза режаси	1.Туристлар хавфсизлигини ва уларни ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш. 2.Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари 3.Хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштириш. 4.Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатлари.
Маиғулотнинг мақсади: Туроператорлик хизматларида туристлар хавфсизлигини таъминлашнинг моҳиятини талабалар онгига сингдириш.	
Педагогик вазифалар: • туристлар хавфсизлигини қонун йўли ҳимоя қилишни тушунтириш; • туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатларини ёритиш; • хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштиришни тушунтириб бериш; • Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатларини тушунтириш.	Ўқув фаолияти натижалари: • туристлар хавфсизлигини қонун йўли ҳимоя қилишни тушунтириб бера олади; • туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари ҳақида тасаввурга эга бўлади; • хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштиришни тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатларини тушунтира олади.
Таълим бериш усуллари	Топшириқлар – амалий ишлаш учун, баҳс-мунозара, кичик гуруҳларда ишлаш, «Қандай?» ва “Блиц-сўров» усуллари
Таълим бериш шакллари	Маърузалар матни, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
Таълим бериш воситалари	Тўғридан-тўғри, жамоа ва гуруҳларда ишлаш
Таълим бериш шароити	Техник воситалар билан таъминланган аудитория
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолиятнинг мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I. Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Амалий машғулот мавзуси, мақсади айтади. Амалий машғулот режаси экранга чиқарилади (1-илова). 1.2. Мустақил ишлаш учун берилган топшириқнинг назоратини ўтказди. 1.3. Талабаларни 4 та кичик гуруҳларга бўлади.	Тинглайдилар. Уйга вазифани тақдим этади. Кичик гуруҳларга бўлинади.
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Гуруҳларга «Қандай?» усулидан фойдаланилган ҳолда: «Туристлик фаолият объектларининг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилинишига қандай эришиш мумкин?» деб савол билан мурожаат қилади (2-илова). 2.2. Талабалар бир-бирларидан ахборотларни ўрганишиб бўлишгач, гуруҳларнинг жавоблари қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди. Ҳолиб гуруҳларни баҳолаш мезони орқали аниқлайди. 2.3. Талабаларнинг «Блиц-сўров» сўров орқали ўзлаштириш даражалари аниқланади (3-илова).	Тинглайдилар. Топшириқлар устида ишлайдилар Жавоб беради, баҳс-мунозара юритади, кўшимча қилади, хулоса чиқарадилар Жавоб беради
III. Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш яқунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради. 3.2. 11-мавзунини ўқиб келишни уйга вазифа қилиб беради.	Эшитади Эшитади, аниқлайди, ЎУМ га қарайдилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

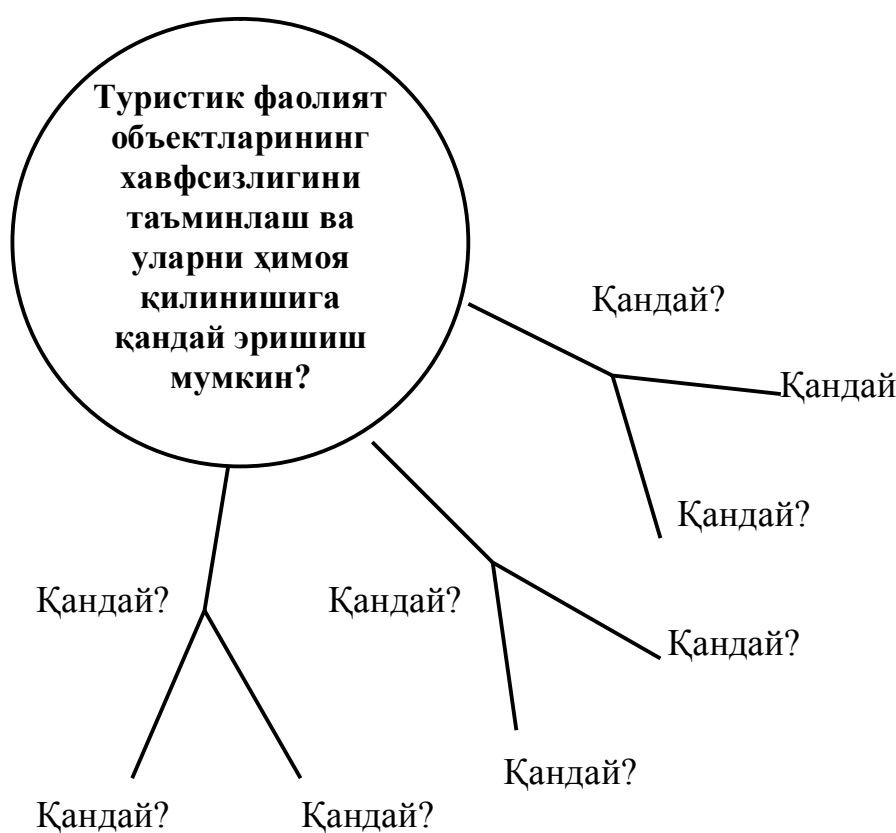
Маъруза режаси:

1. Туристлар хавфсизлигини ва уларни ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш.
2. Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари
3. Хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштириш.
4. Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатлари.

«Қандай» усули

Қуйидан юқорига босқичма-босқич бўйсунувчи “Қандай?” диаграммаси Муаммо тўғрисида умумий тасаввурларни олиш имконини берувчи, мантиқий саволлар занжири. Кўпгина ҳолларда муаммони ечишда “нима қилиш керак”лиги тўғрисида ўйланиб қолмаслигингиз керак. Асосан муаммо, уни ечишда “буни қандай қилиш керак?”, “қандай?” асосий саволлар юзага келишидан иборат бўлади. “Қандай” саволларининг изчил берилиши қуйидагилар имконини беради: муаммони ечиш нафақат бор имкониятларни, балки уларни амалга ошириш йўллари хам тадқиқ қилиш.

«Қандай» органиайзерини тўлдириг



«Блиц-сўров» саволлари:

1. Туристлар хавфсизлигини таъминлаш деганда нимани тушунаси?
2. Туристлар хавфсизлигини ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш борасида ЖТТ экспертлари қандай таклифлар берадилар?
3. Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатларини изоҳланг.
4. Туризмда зарарли омиллар қандай тавсифланади?
5. Туризмда ўзига хос хавф – хатар омиллари қайсилар?
6. Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатларига мисол келтириг.

МАЪРУЗА МАШҒУЛОТИНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

12-мавзу	ТУРОПЕРАТОРЛИК ХИЗМАТЛАРИНИ ТАШКИЛ ЭТИШДА АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Машғулот вақти- 2 соат	Талабалар сони: 20 – 80 гача
Машғулот шакли	Ахборотли-визуал маъруза
Маъруза режаси	1. Туризмда ахборот технологиялари турлари ва уларнинг моҳияти. 2. Компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш. 3. Туризмда Интернет технологиялар.
Ўқув машғулотининг мақсади: Талабаларда туроператорлик хизматларини ташкил этишда ахборот технологияларини ўрни ва моҳияти тўғрисида тасаввур ҳосил қилишдан иборат.	
Педагогик вазифалар: • туризмда ахборот технологиялари ҳақида тушунча бериш; • туризмда ахборот технологиялари турлари ҳақида тушунча бериш; • компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш тарихини ёритиш; • компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш хусусиятларини ёритиш; • туризмда Интернет технологияларнинг ўрнини тушунтириб бериш.	Ўқув фаолияти натижалари: • туризмда ахборот технологиялари ҳақида тушунчага эга бўлади; • туризмда ахборот технологиялари турлари ҳақида тушунчага эга бўлади; • компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш тарихи ҳақида тасаввурга бўлади; • компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш хусусиятларини тушунтира олади; • туризмда Интернет технологияларнинг ўрнини тушунтириб бериш имконига эга бўлади.
Таълим бериш усуллари	Ахборотли-визуал, жамоада ишлаш, “Нима учун? усули.
Таълим бериш шакллари	Оммавий, жамоавий
Таълим бериш воситалари	Маъруза матни, тарқатма материаллар, доска, слайдлар, проектор.
Таълим бериш шароити	Ҳамкорликда ишлаш ва тақдиротларни амалга ошириш имконига эга бўлган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. «Туроператорлик хизматларини ташкил этишда ахборот технологиялар» маъруза машғулотининг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Таълим берувчи	Таълим олувчилар
Тайёргар- лик босқичи.	1. Мавзу бўйича ўқув мазмунини тайёрлаш. 2. Маъруза учун тақдимот слайдларини тайёрлаш.	
1. Мавзуга кириш (15 дақиқа)	1.1. Бугунги мавзу номини айтади. Экранга мавзунинг режасини рўйхатини беради ва уларга қисқача таъриф беради (1-илова). 1.2. Машғулот мавзуси, унинг мақсади ва ўқув фаолияти натижалари билан таништиради. 1.4. Талабалар билимларини фаоллаштириш мақсадида саволлар беради (2-илова).	Тинглайдилар. Тинглайдилар Талабалар берилган саволларга жавоб берадилар.
2. Асосий босқич (55 дақиқа)	2.1. Power Point дастури ёрдамида слайдларни намойиш қилиш ва изоҳлаш билан мавзу бўйича асосий назарий жиҳатларини тушунтириб беради (3-4-5 иловалар). 2.2. «Нима учун?» усулидан фойдаланилган ҳолда талабаларга, «Нима учун бугунги кунда мамлакатимизда туризмни ривожлантиришга устувор вазифа сифатида қаралмоқда?» деган савол билан мурожаат қилади. Бажарилган ишларни кўздан кечириб хулосалайди (6-илова).	Тинглайдилар, ёзадилар. Гуруҳларга ажралади. Топширикни бажарадилар.
3. Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Мавзу бўйича талабаларда юзага келган саволларга жавоб беради, яқунловчи хулоса қилади.	Саволлар берадилар.

Ўқув визуал материаллар

1-илова

Маъруза режаси:

1. Туризмда ахборот технологиялари турлари ва уларнинг моҳияти.
2. Компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш.
3. Туризмда Интернет технологиялар.

Жонлантириш учун саволлар:

- 1.Ахборот технологиялари турлари ва уларнинг моҳиятини тушунтиринг.
- 2.Туризмда ахборот технологиялари аҳамияти.
- 3.Компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш қандай амалга оширилади?
- 4.Интернет технологиялари ҳақида тушунча беринг.
- 5.Туризмда Интернет технологияларининг ўрни

3-илова

Турфирмаларда компьютер тизимлари бажарадиган ишларига қараб, уч классга бўлинади:

- 1.Мижозлар буюртмалари бажарилишини амалга оширадиган асосий технологик тизимлар. Бу тизимда оператор резервлаштирилган бош компьютер тизимига кириш эвазига ҳаракат қилади;
- 2.Ёрдамчи тизимлар – турфирма функцияларининг автоматлашган хизмати:
- 3.Ҳужжатлар – ҳисоблар, ваучерлар, билетлар ва йўл кўрсаткичлар, шунингдек бош компьютер ва транспорт тизимлари билан ўзаро ҳисоб-китобларни шакллантиради.

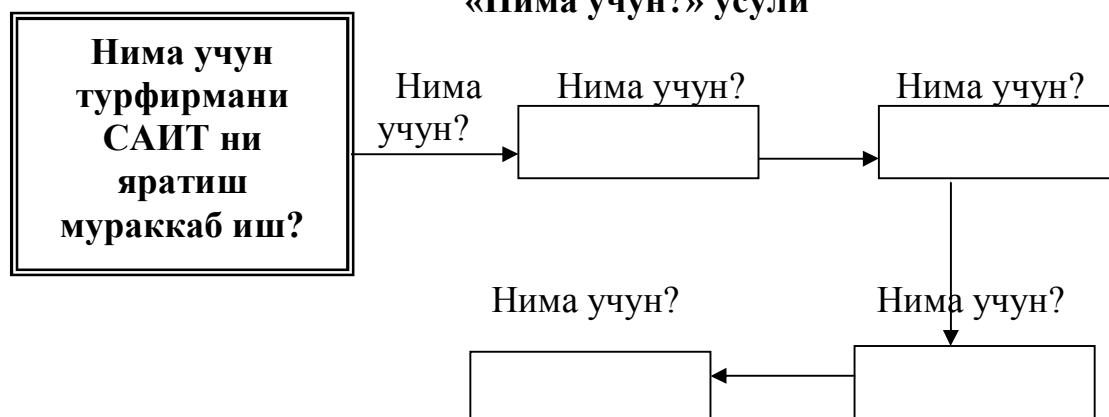
4-илова

Бронлаштиришнинг ҳозирги замон компьютер тизими – КСБ (Computer Reservation SyStem - CRS) га XX асрнинг 1950 йиллар охири ва 1960 йиллар бошларида асос солинганди. Худди ўша пайтда авиа ташишлар нуфузи ошиши авиакомпанияларга улкан резервлаштириш марказларини яратиш заруратини туғдирди. Уларнинг вазифаси туристик агентлар, мижозлардан почта, телефон, телеграф орқали жойни бронлашга тушаётган буюртмаларни қўлда ишлаш эди. Ҳоят катталиги ва ишловчи ходимлар сонининг кўплигига қарамай, ўтган бироз вақт ичида резервлаштириш бўйича марказлар ортиб бораётган ахборот ҳажми уддалай олмай қолдилар. Бу эса КСБ ишланамаларининг бошланишига тўртки берди.

Интернет – технология туризмни ривожлантиришда улкан қизиқиш уйғотади. У қуйидаги имкониятларга эга:

- ахборотлар ва маҳсулотлар таклифини дунё бўйича нисбатан арзон нархда кўпроқ одамларга етказди;
- анъанавий матбуот нашрларига нисбатан анча юқори сифатли ахборотларни тақдим этади;
- истеъмолчиларга маҳсулотларни енгилроқ ва оддий усулларга бронлаштиришни таъминлайди;
- ишлаб чиқариш ва ахборот тарқатишда катта тежамкорлик беради.

«Нима учун?» усули



АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

12-мавзу	ТУРОПЕРАТОРЛИК ХИЗМАТЛАРИНИ ТАШКИЛ ЭТИШДА АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Машгулот вақти: 2 соат	Талабалар сони: 20-30 та
Машгулот шакли	Билимларни чуқурлаштириш ва мустақ-камлашга қаратилган амалий машғулот.
Машгулот режаси	1. Туризмда ахборот технологиялари турлари ва уларнинг моҳияти. 2. Компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш. 3. Туризмда Интернет технологиялар.
Машгулотнинг мақсади: Талабаларда туроператорлик хизматларини ташкил этишда ахборот технологияларини ўрни ва моҳияти масалалари бўйича билимларни чуқурлаштиришни таъминлаш	
Педагогик вазифалар: • туризмда ахборот технологиялари ҳақида тушунча бериш; • туризмда ахборот технологиялари турлари ҳақида тушунча бериш; • компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш тарихини ёритиш; • компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш хусусиятларини ёритиш; • туризмда Интернет технологияларнинг ўрнини тушунириб бериш.	Ўқув фаолияти натижалари: • туризмда ахборот технологиялари ҳақида тушунчага эга бўлади; • туризмда ахборот технологиялари турлари ҳақида тушунчага эга бўлади; • компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш тарихи ҳақида тасаввурга бўлади; • компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш хусусиятларини тушунтира олади; • туризмда Интернет технологияларнинг ўрнини тушунириб бериш имконига эга бўлади.
Таълим бериш усуллари	Баҳс-мунозара, “ФСМУ” ва “Блиц-сўров” усуллари.
Таълим бериш шакллари	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
Таълим бериш воситалари	Маъруза - матни, услубий кўрсатма, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
Таълим бериш шароити	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2.Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I. Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Ўқув машғулотни мавзуси, мақсади, вазифалари ва ўқув фаолияти натижаларини айтади, долзарблиги ва аҳамиятига тўхталиб ўтади. (1-илова).	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларни 3-4та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. “Туризмда ахборот технологиялари аҳамияти” саволига талабалар “ФСМУ” усули ёрдамида жавоб беришларини ташкил этади (2-илова). 2.3. Ҳар бир гуруҳ топшириқларни қоғозларга тушириб, тақдиротини ўтказишда ёрдам беради, изоҳ беради, билимларини умумлаштиради, хулосаларга алоҳида эътибор беради. Топшириқларни бажарилишининг қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди. 2.4. Талабаларнинг «Блиц-сўров» усули орқали ўзлаштириш даражалари аниқланади (3-илова).	Гуруҳларга ажраладилар. Фаол катнашадилар Муаммоли вазифани ечадилар, хулоса чиқарадилар. Саволларга жавоб берадилар. Жавоб беради
I. Мавзуга кириш (10 дақиқа)	3.1. Иш якунларини чиқаради. Бугунги мавзу долзарб эканлигига тўхталиб ўтади. Олган билимларини амалиётда татбиқ этишлари лозим эканлигини таъкидлайди. 3.2. Мавзунинг мазмунини чуқур ўрганиш, кейинги машғулотга тайёргарлик кўриш топшириғини беради.	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар. Тақдиротга тайёргарлик кўрадилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

1. Туризмда ахборот технологиялари турлари ва уларнинг моҳияти.
2. Компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш.
3. Туризмда Интернет технологиялар.

ФСМУ усули

Ушбу технология мунозарали масалаларни хал этишда ҳамда ўқув жараёнини бахс-мунозарали ўтказишда қўлланилади, чунки бу технология талабаларни ўз фикрини химоя қилишга, эркин фикрлаш ва ўз фикрини бошқаларга ўтказишга, очиқ холда бахслашишга ҳамда шу билан бирга бахслашиш маданиятини ўратади. Тингловчиларга тарқатилган оддий қоғозга ўз фикрларини аниқ ва қисқа холда ифода этиб, тасдиқловчи далиллар ёки инкор этувчи фикрларни баён этишга ёрдам беради.

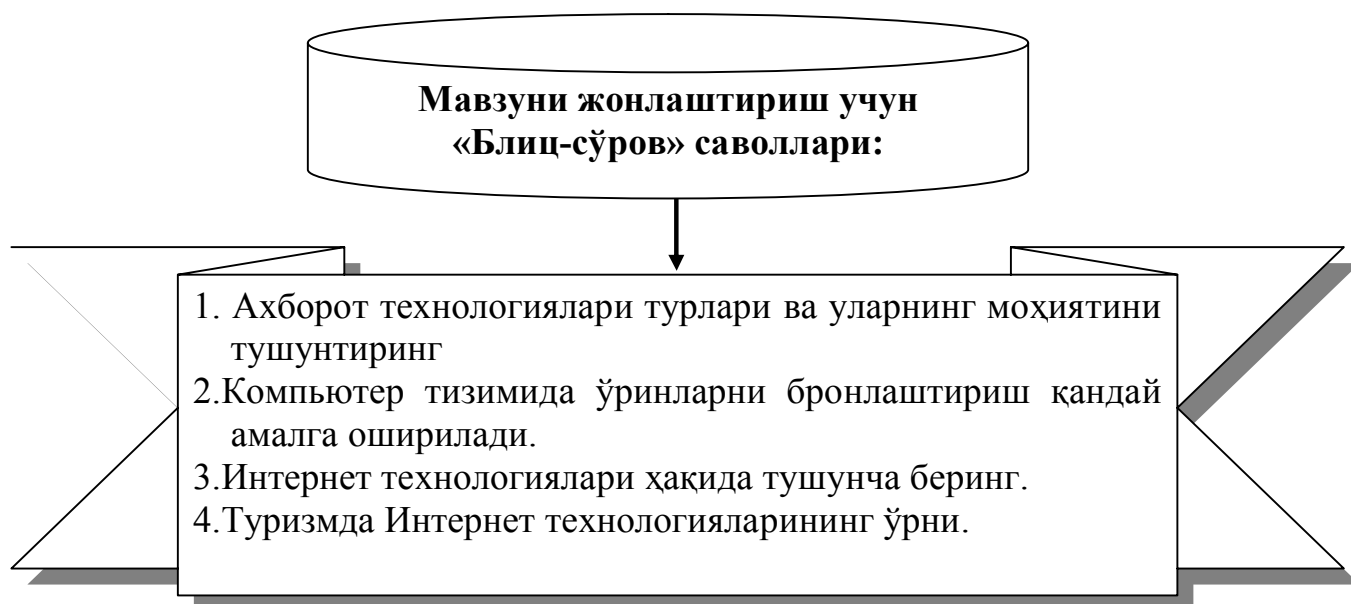
Ф – фикрингизни баён этинг

С – фикрингиз баёнига сабаб кўрсатинг

М – кўрсатган сабабингизни исботловчи далил келтиринг

У – фикрингизни умумлаштиринг

Савол	“ТУРИЗМДА АХБОРОТ ТЕХНОЛОГИЯЛАРИ АҲАМИЯТИ”
(Ф)Фикрингизни баён этинг	
(С)Фикрингиз баёнига сабаб кўрсатинг	
(М)Кўрсатган сабабингизни исботловчи далил келтиринг	
(У)Фикрингизни умумлаштиринг	



МАЪРУЗА МАШҒУЛОТИНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

13-мавзу	ТУРИСТИК МАҲСУЛОТЛАРНИ СОТИШНИНГ АСОСИЙ ШАКЛЛАРИ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Маиғулот вақти- 2 соат	Талабалар сони: 20 – 80 гача
Маиғулот шакли	Ахборотли маъруза
Маъруза режаси	1.Туристик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш. 2.Туристик маҳсулотни тақсимлаш самарадорлиги. 3.Турмаҳсулотни ҳисоблаш жараёни. 4. Сотиш бўйича ҳамкорларни танлаш.
Ўқув маиғулотининг мақсади: Талабаларга туристик маҳсулотларни сотишнинг асосий шакллари тўғрисида маълумот бериш.	
Педагогик вазифалар: • туристик хизматларни сотиш каналлари ҳақида тушунча бериш; • туристик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш ҳақида тушунча бериш; • туристик маҳсулотни сотишнинг асосий шакллари тавсифномаси моҳиятини тушунтириш; • туристик маҳсулотни тақсимлаш самарадорлигини тушунтириш; • турмаҳсулотни ҳисоблаш жараёнини мисоллар орқали тушунтириб бериш; • сотиш бўйича ҳамкорларни танлашни таҳлил этиш;	Ўқув фаолияти натижалари: • туристик хизматларни сотиш каналлари ҳақида тушунчага эга бўлади; • туристик хизматларни сотиш каналларини шакллантиришни тушунтириб бера олади; • туристик маҳсулотни тақсимлаш самарадорлигини ҳақида тасаввурга эга бўлади; • турмаҳсулотни ҳисоблаш жараёнини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • сотиш бўйича ҳамкорларни танлашни тушунтира олади.
Таълим бериш усуллари	Ахборотли маъруза, жамоада ишлаш, “ФСМУ” ва “Блиц-сўров» усуллари.
Таълим бериш шакллари	Оммавий, жамоавий
Таълим бериш воситалари	Маъруза матни, таркатма материаллар, доска, слайдлар, проектор.
Таълим бериш шароити	Ҳамкорликда ишлаш ва тақдимотларни амалга ошириш имконига эга бўлган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. «Туристтик маҳсулотларни сотишнинг асосий шакллари» маъруза машғулотининг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Таълим берувчи	Таълим олувчилар
Тайёргар лик босқичи.	1.Мавзу бўйича ўқув мазмунини тайёрлаш. 2.Маъруза учун такдимот слайдларини тайёрлаш.	
1. Мавзуга кириш (15 дақиқа)	1.1. Машғулот мавзуси, унинг мақсади ва ўқув фаолияти натижалари билан таништиради. 1.2. Талабалар билимларини фаоллаштириш мақсадида саволлар беради (1-илова).	Тинглайдилар. Талабалар берилган саволларга жавоб берадилар.
2.Асосий босқич (55 дақиқа)	2.1.Power Point дастури ёрдамида слайдларни намоиш қилиш ва изоҳлаш билан мавзу бўйича асосий назарий жиҳатларини тушунтириб беради (2,3,4,5,6-иловалар) 2.2.Мавзуни тушунтиришда “ФСМУ” усулидан фойдаланилади. “ФСМУ” усулида берилган: «Фирманинг мувафақиятли фаолият кўрсатиши, нафақатгина ишлаб чиқарилган (7-илова). 2.3. Мавзу бўйича талабаларнинг билимларини мустахкамлаш мақсадида “Блиц-сўров” усули ўтказилади (8-илова).	Тинглайдилар, ёзадилар.
3. Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Маърузада қилинган ҳар бир савол қандай ҳал қилинганлиги тўғрисида умумий якуний хулоса беради. 3.2. Келгуси машғулотга тайёргарлик кўриш бўйича топшириқлар ва фойдаланиладиган адабиётлар тавсия этилади.	Эшитади. Эшитади ва ЎУМ га қарайдилар.

Ўқув визуал материаллар

1- илова

Маъруза режаси:

- 1.Туристтик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш.
- 2.Туристтик маҳсулотни тақсимлаш самарадорлиги.
- 3.Турмаҳсулотни ҳисоблаш жараёни.
4. Сотиш бўйича ҳамкорларни танлаш.

Жонлантириш учун саволлар:

1. Турмаҳсулотни сотишнинг асосий каналларини санаб беринг.
2. Сотиш канали нима дегани? Туроператор турмаҳсулотини сотишнинг бозор каналлари кўринишларини санаб беринг.
3. Туристтик маҳсулотни сотишнинг анъанавий ва ноанъанавий шакллари тушунтириб беринг.
4. Сотиш бўйича ҳамкорларни танлашда қайси асосий жиҳатларини ҳисобга олиш зарур?
5. Потенциал ҳамкорнинг фаолият қобиляти нима дегани ва уни баҳолаш усуллари қандай?

3-илова

Сотишларнинг ҳар қандай шакли ва кўринишида ҳамма вақт ҳар бири инглиз алфавитининг «Р» ҳарфи билан бошланадиган етти маркетинг тадбирлари кетма-кетлиги:

<i>product</i>	-----▶	<i>Тур маҳсулот (тур)</i>
<i>planning</i>	-----▶	<i>Талаб асосида режалаштирилган</i>
<i>place</i>	-----▶	<i>Керакли жойда таклиф этилган</i>
<i>people</i>	-----▶	<i>Маълум истеъмолчилар сегмендга таклиф этилган</i>
<i>prices</i>	-----▶	<i>Маъқул нархларда</i>
<i>promotion</i>	-----▶	<i>Тўғри тақдим қилинган ва реализация қилинган</i>
<i>process</i>	-----▶	<i>Сифатли бажарилган хизмат кўрсатиш билан</i>

4-илова

Туристтик ташкилотлар амалий ортида сотиш каналларини шакллантиришнинг икки йўналиш ажратилади: *ташқи (хорижий)* ва *ички* каналлар.

Сотишнинг ички каналлари - бу, шу мамлакатнинг ичида турли туристик хизматлар сотадиган (шу мамлакат ҳудудида жойлашган мамлакат фиқорасими ёки хорижликларми, яъни, кимга сотилишидан қатъий назар) филиаллар, бўлинмалар ва воситачилик ташкилотлари тизимларидир.

Сотишнинг ташқи каналлари - бу ўз мамлакатада берилган мамлакатга шартномага асосан туристик саёҳатлар сотиш мажбуриятини қабул қилган хорижий туристик фирма-воситачиларнинг маълум сонидир.

Характери бўйича туристик фирмалар **чакана** ва **улгуржи** фирмаларга бўлинадилар.

Чакана савдо билан шуғуланадиган агентлар - булар, қоида бўйича, унча сезиларли бўлмаган капитал ва чекланган бозорга эга бўлган воситачи ташкилотлардир. Воситачи бўла туриб, улар йирик туристик ва автотранспорт компаниялари сиёсатига боғлиқ фаолият юритадилар. Чакана туристик фирмалалар туристик хизмат кўрсатиш ва транспорт корхоналари хизматларини сотиб оладиган миждозлар билан тўғридан-тўғри алоқалар асосида ишлайдилар.

Улгуржи туристик фирмалар - стандарт (ёки серияли) инклюзив ёки пекидж турларни сотиш бўйича йирик масшабли операциялар ўтказадиган йирик туроператорлар ҳисобланадилар.

Туристтик ресурслардан фойдаланишга салбий таъсир этувчи омиллар

НОҚУЛАЙ СИЁСИЙ АҲВОЛ	ИЖТИМОИЙ МУҲИТНИНГ ЎЗГАРИШИ

ФСМУ усули

Ушбу технология мунозарали масалаларни ҳал этишда ҳамда ўқув жараёнини баҳс-мунозарали ўтказишда қўлланилади, чунки бу технология талабаларни ўз фикрини ҳимоя қилишга, эркин фикрлаш ва ўз фикрини бошқаларга ўтказишга, очиқ ҳолда баҳслашишга ҳамда шу билан бирга баҳслашиш маданиятини ўратади. Тингловчиларга тарқатилган оддий қоғозга ўз фикрларини аниқ ва қисқа ҳолатда ифода этиб, тасдиқловчи далиллар ёки инкор этувчи фикрларни баён этишга ёрдам беради.

Ф – фикрингизни баён этинг

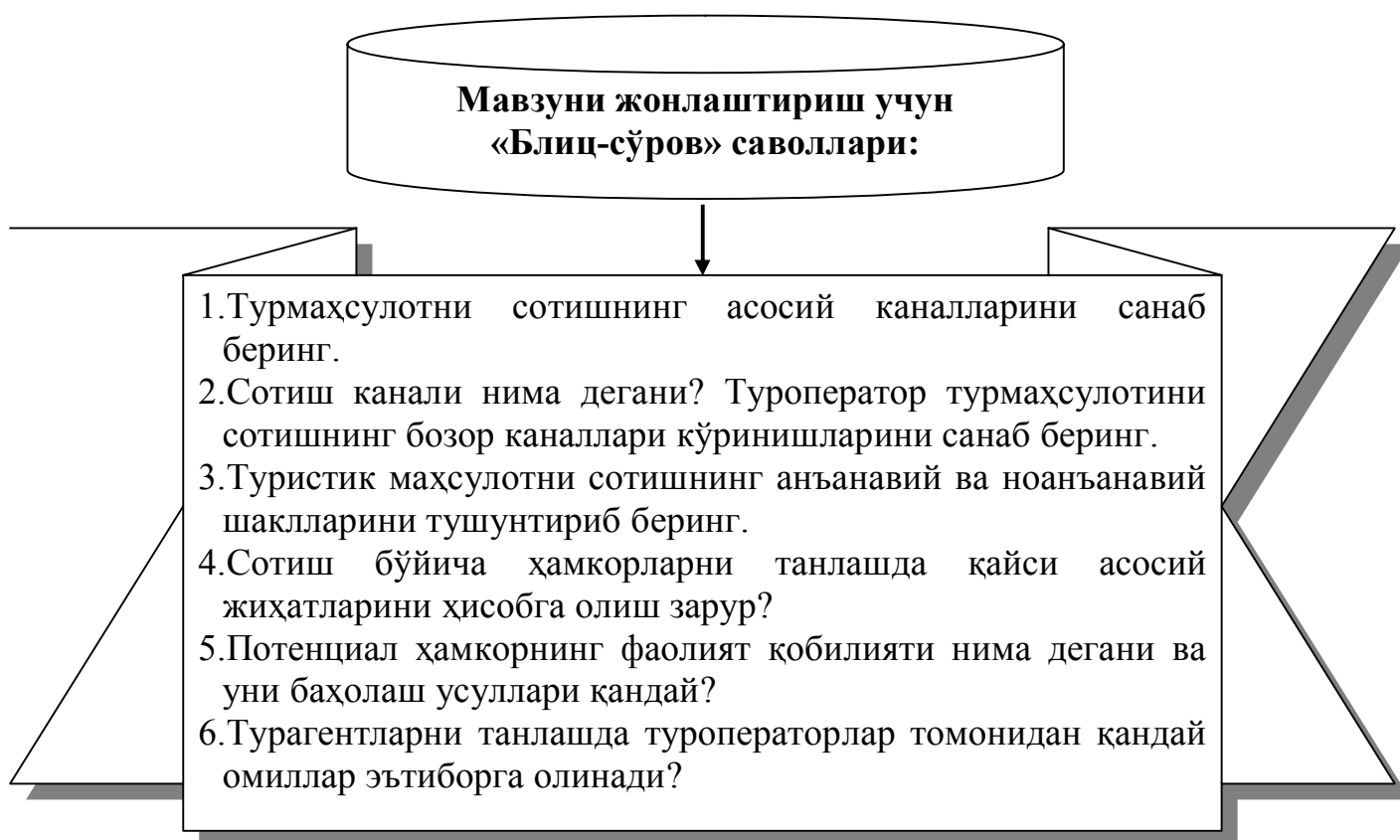
С – фикрингиз баёнига сабаб кўрсатинг

М – кўрсатган сабабингизни исботловчи далил келтиринг

У – фикрингизни умумлаштиринг

Савол	Фирманинг мувафақиятли фаолият кўрсатиши, нафақатгина ишлаб чиқарилган маҳсулотга боғлиқ бўлади. Тўғри ми?
(Ф)Фикрингизни баён этинг	
(С)Фикрингиз баёнига сабаб кўрсатинг	
(М)Кўрсатган сабабингизни исботловчи далил келтиринг	
(У)Фикрингизни умумлаштиринг	

8-илова



АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

13-мавзу

ТУРИСТИК МАҲСУЛОТЛАРНИ СОТИШНИНГ АСОСИЙ ШАКЛЛАРИ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Машғулот вақти: 2 соат	Талабалар сони: 20-30 та
Машғулот шакли	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машғулот.
Амалий машғулот режаси	1.Туристик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш. 2.Туристик маҳсулотни тақсимлаш самарадорлиги. 3.Турмаҳсулотни ҳисоблаш жараёни. 4. Сотиш бўйича ҳамкорларни танлаш.
Машғулотнинг мақсади: Талабаларга туристик маҳсулотларни сотишнинг асосий шакллари тўғрисида билимларини чуқурлаштиришни таъминлаш.	
Педагогик вазифалар: • туристик хизматларни сотиш каналлари ҳақида тушунча бериш; • туристик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш ҳақида тушунча бериш; • туристик маҳсулотни сотишнинг асосий шакллари тавсифномаси моҳиятини тушунтириш; • туристик маҳсулотни тақсимлаш самарадорлигини тушунтириш; • турмаҳсулотни ҳисоблаш жараёнини мисоллар орқали тушунтириб бериш; • сотиш бўйича ҳамкорларни танлашни таҳлил этиш.	Ўқув фаолияти натижалари: • туристик хизматларни сотиш каналлари ҳақида тушунчага эга бўлади; • туристик хизматларни сотиш каналларини шакллантиришни тушунтириб бера олади; • туристик маҳсулотни тақсимлаш самарадорлигини ҳақида тасаввурга эга бўлади; • турмаҳсулотни ҳисоблаш жараёнини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • сотиш бўйича ҳамкорларни танлашни тушунтира олади.
Таълим бериш усуллари	Кичик гуруҳларда ишлаш, баҳс-мунозара, “Тоифалаш” жадвали ва “Нима учун?” усуллари.
Таълим бериш шакллари	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
Таълим бериш воситалари	Маърузалар матни, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
Таълим бериш шароити	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I. Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Амалий машғулот мавзуси, мақсади ва ўқув фаолияти натижаларини айтади (1-илова). 1.2. Таълим жараёни кичик гуруҳларда ишлаш орқали амалга оширилишини эълон қилади.	Тинглайдилар. ЎУМга қарайдилар.
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларнинг фикрини умумлаштириб, уларни 4 та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. Мавзу бўйича тайёрланган топшириқни «Тоифалаш жадвали» ёрдамида бажаради. Гуруҳларга топшириқларни бажариши учун ёрдам беради. Манбалардан фойдаланишга имкон яратади (2-илова). 2.3. «Нима учун?» усулидан фойдаланилган ҳолда талабаларга, «Нима учун туроператор турагентни диққат билан танлаши керак?» деган савол билан мурожаат қилади. Бажарилган ишларни кўздан кечириб хулосалайди. Гуруҳларга топшириқларни бажариши учун ёрдам беради. Манбалардан фойдаланишга имкон яратади (3-илова). 2.4. Ҳар бир гуруҳ топшириқларини қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишга ёрдам беради, изоҳлайди, билимларини умумлаштиради, Топшириқларнинг бажарилишини қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди.	Кичик гуруҳларга бўлинади. Бахс-мунозара юритадилар, топшириқни бажарадилар. Жамоа бўлиб бажарилган ишнинг тақдимотини ўтказадилар, хулоса чиқарадилар. Баҳолайдилар.
III. Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш яқунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради.	Тинглайдилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

1. Туристик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш.
2. Туристик маҳсулотни тақсимлаш самарадорлиги.
3. Турмаҳсулотни ҳисоблаш жараёни.
4. Сотиш бўйича ҳамкорларни танлаш.

Тоифалаш жадвали

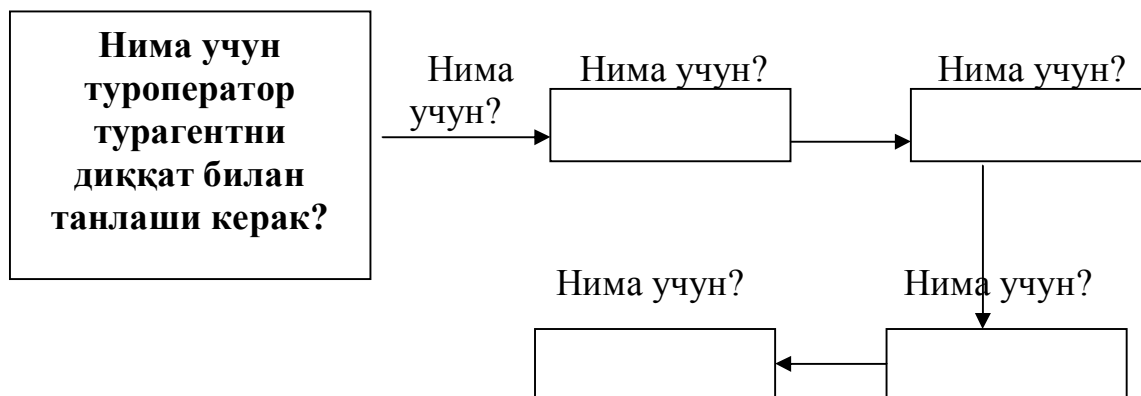
1. Тоифалар бўйича маълумотларни тақсимлашнинг ягона усули мавжуд эмас.
2. Битта мини - гуруҳда тоифаларга ажратиш бошқа гуруҳда ажратилган тоифалардан фарқ қилиши мумкин.
3. Таълим олувчиларга олдиндан тайёрлаб қўйилган тоифаларни бериш мумкин эмас бу уларнинг мустақил танлови бўла қолсин.

Сотишларнинг ҳар қандай шакли ва кўринишида ҳамма вақт ҳар бири инглиз алфавитининг «Р» ҳарфи билан бошланадиган етти маркетинг тадбирлари кетма-кетлиги:

Р...	Р...	Р...	Р...	Р...	Р...	Р...
...	...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...	...

3-илова

“Нима учун?” усули -муаммонинг дастлабки сабабларини аниқлаш бўйича фикрлар занжири. Алоҳида кичик гуруҳларда муаммони ифодалайдилар. “Нима учун” сўроғини берадилар ва чизадилар, шу саволга жавоб ёзадилар. Бу жараён муаммонинг дастлабки сабаби аниқланмагунича давом этади.



МАЪРУЗА МАШҒУЛОТИНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

14-мавзу

ТУРИСТИК МАҲСУЛОТЛАРНИ РЕКЛАМА ҚИЛИШ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Машгулот вақти- 2 соат	Талабалар сони: 20 – 80 гача
Машгулот шакли	Ахборотли маъруза
Маъруза режаси	1. Туризмда рекламанинг аҳамияти. 2. Реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлаш. 3. Реклама эълонлари учун тўловлар ва ҳаражатларни назорат қилиш.
Ўқув машгулотининг мақсади: Талабаларга туристик маҳсулотларни реклама қилиш тўғрисида маълумот бериш.	
Педагогик вазифалар: • рекламанинг вазифаси ҳақида тушунча бериш; • туризмда рекламанинг аҳамияти ҳақида тушунча бериш; • туризмда рекламанинг мақсадларини моҳиятини очиб бериш; • реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлашнинг моҳиятини тушунтириш; • реклама эълонлари учун тўловлар ва ҳаражатларни тушунтириш.	Ўқув фаолияти натижалари: • рекламанинг вазифаси ҳақида тушунчага эга бўлади; • туризмда рекламанинг аҳамиятини тушунтириб бера олади; • туризмда рекламанинг мақсадлари ҳақида тасаввурга эга бўлади; • реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлашни тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • реклама эълонлари учун тўловлар ва ҳаражатларни тушунтира олади.
Таълим бериш усуллари	Ахборотли маъруза, жамоада ишлаш, «Тоифалаш» жадвали.
Таълим бериш шакллари	Оммавий, жамоавий
Таълим бериш воситалари	Маъруза матни, тарқатма материаллар, доска, слайдлар, проектор.
Таълим бериш шароити	Ҳамкорликда ишлаш ва тақдимотларни амалга ошириш имконига эга бўлган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. «Туристтик маҳсулотларни реклама қилиш» маъруза машғулотининг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Таълим берувчи	Таълим олувчилар
Тайёргар лик босқичи.	1.Мавзу бўйича ўқув мазмунини тайёрлаш. 2.Маъруза учун такдимот слайдларини тайёрлаш.	
1. Мавзуга кириш (15 дақиқа)	1.1. Мавзунинг номини экранга чиқаради ва мазкур мавзунини ёритишдан кутилаётган асосий натижалар тўғрисида ахборот беради. 1.2.Мавзунини ёритиш бўйича тузилган режа саволларини намойишга узатади.	Тинглайдилар. Тинглайдилар.
2. Асосий босқич (55 дақиқа)	2.1. Ўқув машғулоти бўйича маъруза қилади (1-2-3-иловалар). 2.2. Таянч ибораларни таҳлил қилади (4-илова). 2.3. Маъруза бўйича «Тоифалаш жадвали» усулидан фойдаланган ҳолда талабаларга саволни беради (5-илова). Жавобларни тинглайди, тўғрилайди, тўлдиради, хулоса қилади.	Тинглайдилар, ёзадилар.
3. Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Мавзу бўйича талабаларда юзага келган саволларга жавоб беради, яқунловчи хулоса қилади.	Саволлар берадилар.

Ўқув визуал материаллар

1-илова

Машғулот режаси:

1. Туризмда рекламанинг аҳамияти.
- 2.Реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлаш.
- 3.Реклама эълонлари учун тўловлар ва харажатларни назорат қилиш.

Реклама - бу турмахсулот ва истеъмолчи орасидаги билвосита алоқа шаклидир. Рекламада оммавий алоқа воситаларидан, айниқса, каталог, брошура, афиша каби нашр материалларидан фойдаланилади.

Туроператор реклама фаолиятининг меъёрий асосини туризмда рекламани тартибга солиб турувчи қуйидаги қонунчилик ҳужжатлари ташкил қилади:

1. Ўзбекистон Республикасининг "Реклама тўғрисида"ги Қонуни
2. Ўзбекистон Республикасининг Жиноят кодекси, "Ёлғон реклама"
3. Ўзбекистон Республикасининг "Оммавий ахборот воситалари тўғрисида"ги Қонуни
4. Ўзбекистон Республикасининг "Маҳсулотлар ва хизматлар сертификацияси тўғрисида"ги Қонуни

Реклама мақсади - диққатни жалб этиш, қизиқиш уйғотиш, истеъмолчиларга маълумот етказиш ва уни маълум тартибда ҳаракат қилишга мажбур қилиш (масалан, турагент билан боғланиш, қўшимча маълумотлар сўраб олиш ва ҳоказо). Турмахсулот ишлаб чиқиш - бу ҳали ҳаммаси етарли дегани эмас, у ўз миқдорини топишлиги асосийсидир. Бунда ранг-баранг бўлган реклама катта рол ўйнайди.

Туризмда рекламанинг типик мақсадлари қуйидагилардир:

Ахборотлилик:	• Маҳсулот ҳақида маълумот бериш; • Маҳсулот имиджини шакллантириш; • Фирма имиджини шакллантириш; • Фирма фаолияти тўғрисидаги тасавурларни шакллантириш.
Ишонтирувчи:	• Маҳсулотни сотиб олишга ундаш; • Сотишларни амалга ошириш; • Маҳсулотга муносабатни ўзгартириш; • Рақобатнинг тескари таъсири.
Эслатувчи:	• Хабардорлик ва талабни қўллаб-қуватлаш; • Имиджни тасдиқлаш.

ТАЯНЧ ИБОРАЛАР:

- реклама
- туризмда реклама
- турфирма рекламаси
- реклама воситалари
- реклама ташувчилари
- реклама нашрлари
- турмахсулот рекламаси

Тоифалаш жадвали

1. Тоифалар бўйича маълумотларни тақсимлашнинг ягона усули мавжуд эмас.
2. Битта мини - гуруҳда тоифаларга ажратиш бошқа гуруҳда ажратилган тоифалардан фарқ қилиши мумкин.
3. Таълим олувчиларга олдиндан тайёрлаб қўйилган тоифаларни бериш мумкин эмас бу уларнинг мустақил танлови бўла қолсин.

Туристтик фирмадаги реклама бўйича тактик қарорлар ўз ичига 3 блок саволларни олади:

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

14-мавзу

ТУРИСТИК МАҲСУЛОТЛАРНИ РЕКЛАМА ҚИЛИШ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

<i>Машгулот вақти: 2 соат</i>	<i>Талабалар сони: 20-30 та</i>
<i>Машгулот шакли</i>	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машгулот.
<i>Амалий машгулот режаси</i>	1. Туризмда рекламанинг аҳамияти. 2. Реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлаш. 3. Реклама эълонлари учун тўловлар ва ҳаражатларни назорат қилиш.
<i>Машгулотнинг мақсади: Талабаларда туроператорлик хизматларини ташкил этишда туристик маҳсулотларни реклама қилиш тўғрисида билимларни чуқурлаштиришни таъминлаш.</i>	
<i>Педагогик вазифалар:</i> • рекламанинг вазифаси ҳақида тушунча бериш; • туризмда рекламанинг аҳамияти ҳақида тушунча бериш; • туризмда рекламанинг мақсадларини моҳиятини очиб бериш; • реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлашнинг моҳиятини тушунтириш; • реклама эълонлари учун тўловлар ва ҳаражатларни тушунтириш.	<i>Ўқув фаолияти натижалари:</i> • рекламанинг вазифаси ҳақида тушунчага эга бўлади; • туризмда рекламанинг аҳамиятини тушунтириб бера олади; • туризмда рекламанинг мақсадлари ҳақида тасаввурга эга бўлади; • реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлашнинг моҳиятини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • реклама эълонлари учун тўловлар ва ҳаражатларни тушунтира олади.
<i>Таълим бериш усуллари</i>	Баҳс-мунозара «Кластер» ва «Блиц-сўров» усуллари.
<i>Таълим бериш шакллари</i>	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
<i>Таълим бериш воситалари</i>	Маъруза - матни, услубий кўрсатма, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
<i>Таълим бериш шароити</i>	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
<i>Мониторинг ва баҳолаш</i>	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. Амалӣй машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I.Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Ўқув машғулотни мавзуси, мақсади, вазифалари ва ўқув фаолияти натижаларини айтади, долзарблиги ва аҳамиятига тўхталиб ўтади (1-илова).	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар.
II.Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларни 3-4та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. “Туризмда рекламанинг мақсадлари” саволига талабалар “Кластер» усули ёрдамида жавоб беришларини ташкил этади (2-илова). 2.3.Хар бир гуруҳ топшириқларни қоғозларга тушириб, тақдиротини ўтказишда ёрдам беради, изох беради, билимларини умумлаштиради, хулосаларга алоҳида эътибор беради. Топшириқларни бажарилишининг қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди. 2.4. Талабаларнинг «Блиц-сўров» усули орқали ўзлаштириш даражалари аниқланади (3-илова).	Гуруҳларга ажраладилар. Фаол катнашадилар Муаммоли вазифани ечадилар, хулоса чиқарадилар. Саволларга жавоб берадилар.
III.Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш якунларини чиқаради. Бугунги мавзу долзарб эканлигига тўхталиб ўтади. Олган билимларини амалиётда татбиқ этишлари лозим эканлигини таъкидлайди. 3.2.Мавзунинг мазмунини чуқур ўрганиш, кейинги машғулотга тайёргарлик кўриш топшириғини беради.	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар. Тақдиротга тайёргарлик кўрадилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

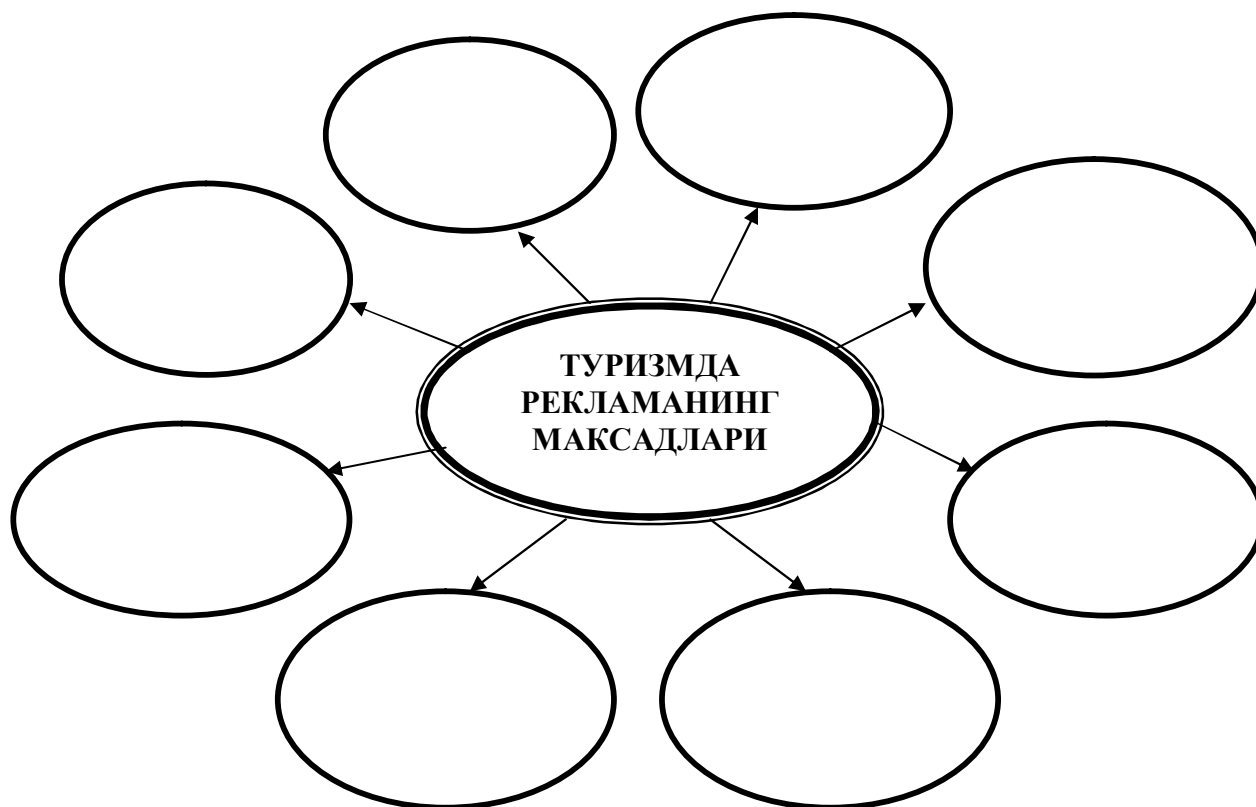
1. Туризмда рекламанинг аҳамияти.
- 2.Реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлаш.
- 3.Реклама эълонлари учун тўловлар ва ҳаражатларни назорат қилиш.

“Кластер” усулини тузиш қоидаси

- Ақлга келган барча фикрни ёзиш.
- Ғояни сифатини муҳокама этмаслик.
- Орфографик ва бошқа жиҳатларга эътибор бермаслик.
- Ажратилган вақт тугмагунча ёзувни тўхтатмаслик.
- Ғоялар сони ва ўзаро алоқадорлигига эътибор бериш.

Кластер усулининг қоидаси:

- Кластер – парчаланиш, майдаланиш маъносини англатади.
- Мавзудан чиққан ва чиқмаган холда сўз ўзагини маъно мазмунини давом эттирамиз. Сўзлар тармоқланади.
- Кластер услуби дарснинг бир қисмида (бошида, ўртасида, охирида) қўлланилади.
- Гуруҳларга бир хил савол берилса, тармоқ бажарилгандан сўнг бир хил терминлар ўчирилади, кимда ўчирилмаган терминлар кўп қолса, ўша гуруҳпа ғолиб ҳисобланади.
- Ўқитувчи ўз вариантыга эга бўлиши керак.
- Сўзларнинг классификацияси рўй бермаслиги керак.



**Мавзунини жонлаштириш учун
«Блиц-сўров» саволлари:**

1. Туроператор маҳсулотини сотиш (ҳаракатлантириш) тизимига нималар киради?
2. Реклама ўзи нима дегани ва унинг мақсадлари қандай?
3. Турмаҳсулот рекламасининг мураккаблиги нимада?
4. Рекламанинг асосий принциплари қандай?
5. Реклама фаолиятининг меъёрий асоси ҳақида нимани биласиз?
6. Туроператор турларни сотиш бўйича ўз каталоглари, рекламаси ва эълонларидаги маълумотлар тўғрилиги учун жавобгарлик чоралари қандай?

МАЪРУЗА МАШҒУЛОТИНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

15-мавзу	ТУРИСТИК МАҲСУЛОТЛАРНИ СОТИЛИШИДА ҚИЗИҚТИРИШ ВА ТАРҒИБ ҚИЛИШ ИШЛАРИ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Маишулот вақти- 2 соат	Талабалар сони: 20 – 80 гача
Маишулот шакли	Ахборотли маъруза
Маъруза режаси	1.Истеъмолчиларни (туристларни) рағбатлантириш. 2.Чакана турагентларни рағбатлантириш. 3.Туризмни ташвиқот қилиш.
Ўқув маишулотининг мақсади: Талабаларга туристик маҳсулотларни сотилишида қизиқтириш ва тарғиб қилиш ишлари тўғрисида маълумот бериш.	
Педагогик вазифалар: • истеъмолчиларни (туристларни) рағбатлантириш ҳақида тушунча бериш; • рағбатлантириш воситалари ҳақида тушунча бериш; • чакана турагентларни рағбатлантириш моҳиятини очиқ бериш; • чакана турагентларни рағбатлантириш воситалари ҳақида тушунча бериш; • туризмни ташвиқот қилишнинг моҳиятини тушунтириш.	Ўқув фаолияти натижалари: • истеъмолчиларни (туристларни) рағбатлантириш ҳақида тушунчага эга бўлади; • рағбатлантириш воситаларини тушунтириб бера олади; • чакана турагентларни рағбатлантириш ҳақида тасаввурга эга бўлади; • чакана турагентларни рағбатлантириш воситаларини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • туризмни ташвиқот қилишни тушунтира олади.
Таълим бериш усуллари	Ахборотли маъруза, жамоада ишлаш, “Блиц-сўров” усули.
Таълим бериш шакллари	Оммавий, жамоавий
Таълим бериш воситалари	Маъруза матни, тарқатма материаллар, доска, слайдлар, проектор.
Таълим бериш шароити	Ҳамкорликда ишлаш ва тақдимотларни амалга ошириш имконига эга бўлган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. «Туристтик маҳсулотларни сотилишида қизиқтириш ва тарғиб қилиш ишлари» маъруза машғулотининг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Таълим берувчи	Таълим олувчилар
Тайёргар- лик босқичи	1.Мавзу бўйича ўқув мазмунини тайёрлаш. 2.Маъруза учун тақдимот слайдларини тайёрлаш.	
1. Мавзуга кириш (15 дақиқа)	1.1. Мавзунинг номини экранга чиқаради ва мазкур мавзунинг ёритишдан кутилаётган асосий натижалар тўғрисида ахборот беради. 1.2.Мавзунинг ёритиш бўйича тузилган режа саволларини намоишга узатади.	Тинглайдилар. Тинглайдилар.
2.Асосий босқич (55 дақиқа)	2.1. Ўқув машғулоти бўйича маъруза қилади (1,2,3,4-иловалар). 2.2. Маъруза бўйича «Блиц-сўров» усулидан фойдаланган ҳолда талабаларга саволни беради (5-илова). Жавобларни тинглайди, тўғрилайди, тўлдиради, хулоса қилади.	Тинглайдилар, ёзадилар.
3.Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Мавзу бўйича талабаларда юзага келган саволларга жавоб беради, якунловчи хулоса қилади.	Саволлар берадилар.

Ўқув визуал материаллар

1-илова

Машғулот режаси:

- 1.Истеъмолчиларни (туристларни) рағбатлантириш.
- 2.Чакана турагентларни рағбатлантириш.
- 3.Туризмни ташвиқот қилиш.

2-илова

Истеъмолчиларни рағбатлантириш вазифалари орасида асосийлари қуйидагилардир: таклиф этилаётган турлар ёки алоҳида хизматларнинг нисбатан интенсив истеъмол қилинишини рағбатлантириш, туристларни улар аввал фойдаланмаган хизматларни сотиб олишга ундаш, рақобатчилар хизматларидан фойдаланаётганлар эътиборини туристик таклифга жалб қилиш.

Разбатлантириш воситалари:

- туристик хизматлар ва сафарларни белгиланган муддатлардан олдин брон қилиш ҳолларида эълон қилинган нархлардан чегирмалар бериш.
- агар турист сафарнинг максимал ўзоқ муддатли турини сотиб олса, қўшимча 1-3 кун мобайнида бепул хизмат кўрсатишнинг таклиф этилиши.
- комплекс хизмат кўрсатишга баъзи бепул қўшимча хизматларни қўшиш (масалан, диско-клубга, плажга кириш, мини-гольф, теннис кортларидан фойдаланиш);
- фирма томонидан матбуот, радио ва ТВда туризм саволлари бўйича викториналар ўтказиш ва ғолиб бепул туристик сафар кўринишида мукофот билан тақдирланади.
- фирма томонидан ташкил қилинадиган тур бўйича саёҳат қилаётган туристларга бепул фирма сувенирларини (йўл сумкалари, ручкалар ва ҳоказолар) кенг микёсда бериб чиқиш.
- фирманинг доимий мижозларини меҳмонхоналарда нисбатан ҳашаматли номерларда, ресторанларда, шинам жойларда жойлаштириш, гуллар, мевали вазалар, нисбатан қиммат сувенирлар тақдим этиш, шунингдек, байрам муносабатлари билан табрикномалар юбориш, хизмат кўрсатишда алоҳида эътибор кўрсатиш;
- юбилей (1-, 10-, 100-, 1000-) харидорларининг тантанали маросимларини ўтказиш. Шу муносабат билан матбуот, ТВ ва радиода ахборотлар бериб бориш. Юбиларларга қимматбаҳо совғалар тақдим этиш ёки уларга имтиёзлар бериш.

Ташвиқот туристик фирманинг мавжуд ёки потенциал мижозлари эшитиши, кўриши ва ўқиши мумкин бўлган барча маълумот тарқатиш воситаларида жой ва вақтнинг пул тўланадиган эмас, балки таҳририят орқали фойдаланишини ўз ичига олади. Бундан ташқари ташвиқот – бу яна хизмат кўрсатиш ва туристик корхонанинг ижобий образини яратадиган оммавий тадбирларни ташкил қилиш ва унда қатнашиш ҳам демакдир.

Туристик тадбирлар ўз характерига кўра турли-туман бўлиши мумкин:

- у ёки бу спорт курорти ёки маълум мавзуга диққатни жалб қилиш учун стенд, витриналарни ўрнатиш имконини берадиган намоёиш кунлари ва ҳафталари (пресс-конференциялар, кўргазмалар, конференциялар, турли намоёишлар, тақдирот маросимлари ва бошқалар);
- бир ёки икки ҳафта ичида кутилиши мумкин бўлган, қандайдир ҳодиса ёки меҳмонхоналарга эътиборни жалб қилиш учун ўтказиладиган гастронмик тадбирлар;
- савдо кунлари ва ҳафталари.
- кўп сонли истеъмолчилар эътиборини жалб қилишга қаратилган йирик уюшмалар томонидан ёки йирик туроператорлар ташаббуси билан ўтказиладиган конкурслар.
- спорт-томоша тадбирлари – чемпионатлар ўтказиш, кубокларни топшириш, мураккаб бўлмаган байрам мусобақаларини ташкил қилиш. Бундай туристик тадбирларда қатнашчиларни меҳмон қилиш амалиёти қўлланилади (фуршет, кўчма бўфетлар ва ҳоказо).

**Мавзунини жонлаштириш учун
«Блиц-сўров» саволлари:**

1. Истеъмолчиларга турмаҳсулот сотишни рағбатлантиришнинг вазифалари ва чоралари қандай?
2. Чакана турагентликларга турмаҳсулот сотишни рағбатлантириш вазифалари ва чоралари ҳақида маълумот беринг.
3. Туризмда ташвиқот воситаларини санаб беринг.
4. Туризм фаолиятининг нашр орқали ёритилиши қандай ташкил қилинади?
5. Матбуот учун маълумотларга қўйиладиган талаблар қандай?

АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

15-мавзу	ТУРИСТИК МАҲСУЛОТЛАРНИ СОТИЛИШИДА ҚИЗИҚТИРИШ ВА ТАРҒИБ ҚИЛИШ ИШЛАРИ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Машғулот вақти: 4 соат	Талабалар сони: 20-30 та
Машғулот шакли	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машғулот.
Амалий машғулот режаси	1. Истеъмолчиларни (туристларни) рағбатлантириш. 2. Чакана турагентларни рағбатлантириш. 3. Туризмни ташвиқот қилиш.
Машғулотнинг мақсади: Талабаларга туристик маҳсулотларни сотилишида қизиқтириш ва тарғиб қилиш ишлари тўғрисида билимларини чуқурлаштиришни таъминлаш.	
Педагогик вазифалар: • истеъмолчиларни (туристларни) рағбатлантириш ҳақида тушунча бериш; • рағбатлантириш воситалари ҳақида тушунча бериш; • чакана турагентларни рағбатлантириш моҳиятини очиқ бериш; • чакана турагентларни рағбатлантириш воситалари ҳақида тушунча бериш; • туризмни ташвиқот қилишнинг моҳиятини тушунтириш.	Ўқув фаолияти натижалари: • истеъмолчиларни (туристларни) рағбатлантириш ҳақида тушунчага эга бўлади; • рағбатлантириш воситаларини тушунтириб бера олади; • чакана турагентларни рағбатлантириш ҳақида тасаввурга эга бўлади; • чакана турагентларни рағбатлантириш воситаларини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • туризмни ташвиқот қилишни тушунтира олади.
Таълим бериш усуллари	Кичик гуруҳларда ишлаш, баҳс-мунозара, “Тоифалаш жадвали”, «Балиқ скелети» усуллари
Таълим бериш шакллари	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
Таълим бериш воситалари	Маърузалар матни, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
Таълим бериш шароити	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат: савол-жавоб.

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I.Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1.Амалий машғулот мавзуси, мақсади ва ўқув фаолияти натижаларини айтади (1-илова). 1.2.Таълим жараёни кичик гуруҳларда ишлаш орқали амалга оширилишини эълон қилади.	Тинглайдилар. ЎУМга қарайдилар.
II.Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларнинг фикрини умумлаштириб, уларни 4 та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. Мавзу бўйича тайёрланган топшириқни «Тоифалаш жадвали» ёрдамида бажаради. Гуруҳларга топшириқларни бажариши учун ёрдам беради. Манбалардан фойдаланишга имкон яратади (2-илова). 2.3. Талабаларни 3-4та кичик гуруҳларга бўлади. “Туристтик тадбирларни ажратиб кўрсатинг” муаммосини “Балиқ скелети” усули ёрдамида ҳал этишади (3-илова). 2.3. Топшириқларнинг бажарилишини қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди. 2.4. Ҳар бир гуруҳ топшириқларини қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишга ёрдам беради, изоҳлайди, билимларини умумлаштиради.	Кичик гуруҳларга бўлинади. Баҳс-мунозара юритадилар, топшириқни бажарадилар. Топшириқни бажарадилар. Жамоа бўлиб бажарилган ишнинг тақдимотини ўтказадилар, хулоса чиқарадилар.
III.Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш яқунларини чиқаради. Фаол талабаларни баҳолаш мезони орқали рағбатлантиради.	Тинглайдилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

- 1.Истеъмолчиларни (туристларни) рағбатлантириш.
- 2.Чакана турагентларни рағбатлантириш.
- 3.Туризмни ташвиқот қилиш.

Тоифалаш жадвали

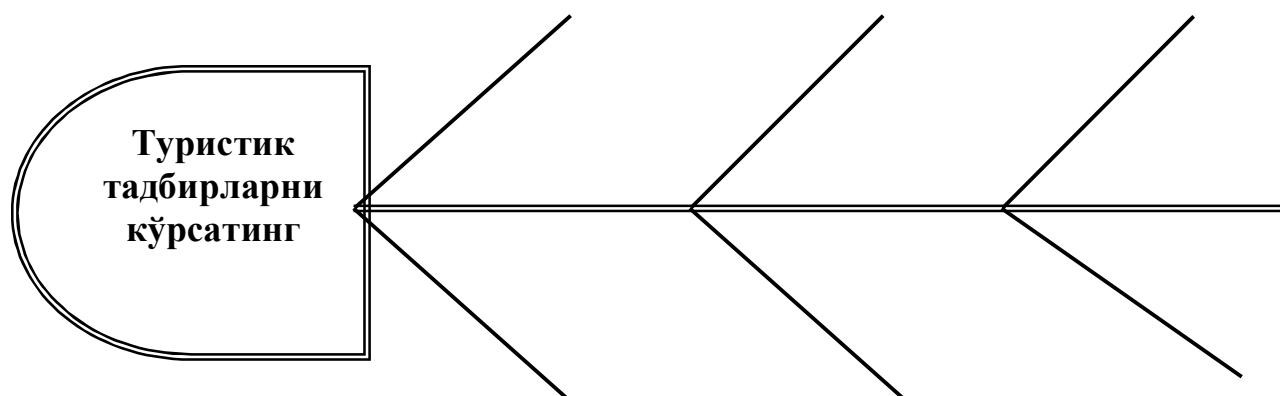
1. Тоифалар бўйича маълумотларни тақсимлашнинг ягона усули мавжуд эмас.
2. Битта мини - гуруҳда тоифаларга ажратиш бошқа гуруҳда ажратилган тоифалардан фарқ қилиши мумкин.
3. Таълим олувчиларга олдиндан тайёрлаб қўйилган тоифаларни бериш мумкин эмас бунинг мустақил танлови бўла қолсин.

Разбатлантириш воситалари:

«Балиқ скелети» усули

Бир қатор муаммоларни тасвирлаш ва уни ечиш имконини беради.

Тизимли фикрлаш, тузилмага келтириш, таҳлил қилиш кўникмаларини ривожлантиради. Чизмани тузиш қондаси билан танишадилар. Алоҳида кичик гуруҳларда юқори “суягида” кичик муаммони ифодалайди, пастда эса, ушбу кичик муаммолар мавжудлигини тасдиқловчи далиллар ёзилади. Кичик гуруҳларга бирлашадилар, таққослайдилар, ўзларининг чизмаларини тўлдирадилар. Умумий чизмага келтирадилар.



МАЪРУЗА МАШҒУЛОТИНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

16-мавзу	ХИЗМАТ ЕТКАЗИБ БЕРУВЧИЛАР БИЛАН ҲАМКОРЛИК ВА ШАРТНОМАЛАР ТУЗИШ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Машгулот вақти- 4 соат	Талабалар сони: 20 – 80 гача
Машгулот шакли	Ахборотли маъруза
Маъруза режаси	1.Шартнома режаси. Хизматлар етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш. 2.Меҳмонхона хўжалиги ва овқатлантириш ташкилотлар билан шартнома тузиш. 3.Автотранспорт ташкилотлар ва авиакомпания билан шартнома. 4.Темир йўл ва экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома тузиш.
Ўқув машгулотининг мақсади: Талабаларда хизмат етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш тўғрисида тушунчага эга бўлишини таъминлаш.	
Педагогик вазифалар: • шартнома режаси ҳақида тушунча бериш; • хизматлар етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш ҳақида тушунча бериш; • меҳмонхона хўжалиги билан шартнома тузишнинг моҳиятини очиб бериш; • овқатлантириш ташкилотлари билан шартнома тузиш ҳақида тушунча бериш; • автотранспорт ташкилотлари ва авиакомпания билан шартнома тузишнинг моҳиятини тушунтириш; • темир йўл ва экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома тузишнинг хусусиятларини тушунтириб бериш.	Ўқув фаолияти натижалари: • шартнома режаси ҳақида тушунчага эга бўлади; • хизматлар етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузишнинг моҳиятини тушунтириб бера олади; • меҳмонхона хўжалиги билан шартнома тузиш ҳақида тасаввурга эга бўлади; • овқатлантириш ташкилотлари билан шартнома тузишнинг хусусиятларини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • автотранспорт ташкилотлари ва авиакомпания билан шартнома тузишнинг хусусиятларини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • темир йўл ва экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома тузишнинг хусусиятларини тушунтириб бериш имконига эга бўлади.
Таълим бериш усуллари	Ахборотли маъруза, жамоада ишлаш,

	“Аклий хужум”, ва “Каскад” усуллари.
Таълим бериш шакллари	Оммавий, жамоавий
Таълим бериш воситалари	Маъруза матни, тарқатма материаллар, доска, слайдлар, проектор.
Таълим бериш шароити	Ҳамкорликда ишлаш ва тақдимотларни амалга ошириш имконига эга бўлган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. «Хизмат етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш» маъруза машғулотининг технологик харитаси (1-машғулот)

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Таълим берувчи	Таълим олувчилар
Тайёргарлик босқичи.	1.Мавзу бўйича ўқув мазмунини тайёрлаш. 2.Маъруза учун тақдимот слайдларини тайёрлаш.	
I. Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Мавзунинг номини экранга чиқаради ва мазкур мавзунини ёритишдан кутилаётган асосий натижалар тўғрисида ахборот беради. 1.2.Мавзунини ёритиш бўйича тузилган режа саволларини намоишга узатади.	Тинглайдилар. Тинглайдилар.
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Ўқув машғулоти бўйича маъруза қилади (1-2-3-иловалар). 2.2. Маъруза бўйича «Аклий хужум» усулидан фойдаланган ҳолда талабаларга Туристлик бозорни маркетинг тадқиқотларини тушунтириш саволни беради (4-илова). 2.3. Талабаларда фанларни ўзлаштиришда тегишли кўникма ва маҳоратларни шакллантириш ҳамда билимларини такомиллаштириш.	Тинглайдилар, ёзадилар. Талабалар берилган саволларга жавоб берадилар.
III. Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Мавзу бўйича талабаларда юзага келган саволларга жавоб беради, яқунловчи хулоса қилади.	Саволлар берадилар.

Маъруза режаси:

- 1.Шартнома режаси. Хизматлар етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш.
- 2.Меҳмонхона хўжалиги ва овқатлантириш ташкилотлар билан шартнома тузиш.
- 3.Автотранспорт ташкилотлар ва авиакомпания билан шартнома.
- 4.Темир йўл ва экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома тузиш.

2-илова

Туризм соҳасидаги шартнома муносабатлари миллий даражада қуйидаги меъёрий-ҳуқуқий актлар орқали тартибга солинади:

1. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 02.09.2002 й. 310-сонли "Ўзбекистон Республикасида халқаро туризм ва меҳмонхона бизнесини ривожлантиришнинг чора-тадбирлари тўғрисида"ги Қарори;
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 27.06.2002 й ПФ-3099-сонли "Ўзбекистон Республикасида нақд хорижий валюталар муомаласини тартибга солиш тўғрисида"ги Фармони;
3. Марказий банк бошқарувининг 10.05.2002 й. 504-1-сонли "Йўл чекларини бериш ва ундан фойдаланиш тартиби тўғрисидаги Низомига ўзгартиришлар киритиш ҳақида"ги Қарори (АВ 21.05.2002 й. рўйхатга олинган 1115-1 -сон);
4. Марказий банк бошқарувининг 10.05.2002 й. 505-1-сонли " Айирбошлаш пункти ҳақидаги Низомга ўзгартиришлар киритиш тўғрисида"ги Қарори (АВ 21.05.2002 й. рўйхатга олинган 1114-1-сон);
5. Туристик хизматларни сертификациялаш тартиби (Ўзбекистон Республикаси сертификациялаш миллий стандартлари) (Ўздавстандарт томонидан тасдиқланган, АВда 18.03.2000й. рўйхатга олинган 911-сон);
6. Ўзбекистон Республикасининг 20.08.1999й. 830-1-сонли «Туризм тўғрисида»ги Қонуни ва бошқалар стратегияси қандай параметрларга (муддатлар, хизмат кўрсатиш даражаси, хизматлар тўплами) асосланади?

Ҳамкорлар билан музокараларга батафсил тайёргарлик кўриш керак. Куйидагиларни таҳлил қилишимиз лозим:

1. *Музокара шароитлари* - ҳамкордан сизга айнан нима керак? Қандай ҳажмда? Қайси даврга? Ҳамкордан сиз қўшимча равишда нимани хоҳлайсиз? Ундаги, бозордаги маҳсулот ва хизматлар нархи даражаси қандай? Талаблар ажратиладимми ёки йўқ?
2. *Мумкин бўлган қарорларни амалга ошириш йўллари* - Ким нимани ва қайси муддатларда бажараётганини аниқ билиш зарур. Қандай қилиб қарор қилишнинг бир босқичи бошқасига ўтади? Шартнома тузиш воситалари қандай тайёргарлик босқичида турибди? Шартнома лойиҳаси ва туристларнинг келиш графикларини ким тайёрлайди? Қўшимча хизматлар бўйича масалалар қандай келишилади? Уларни шартномага дарҳол қўшиш керакми ёки йўқми? Шартлар шартнома матнига қўшилади, музокаралар давомида эса улар ё қолдирилади ёки олиб ташланади.
3. *Музокаралар бўйича сизнинг ҳамкорингиз «Портрети»* - ҳамкор мақсадлари сизнинг мақсадларингиздан қанчалик фарқ қилади? Ҳамкор стратегияси қандай параметрларга (муддатлар, хизмат кўрсатиш даражаси, хизматлар тўплами) асосланади?

Хизматлар етказиб берувчи ҳамкорлар билан муносабатлар **шартнома** кўринишида расмийлаштирилади. Ҳар бир фаолият йилида шартнома компаниялари ўтказилиб, унда шартномалар имзоланади. Шартнома компанияси олдидан куйидаги бўлимларни ўз ичига олувчи шартнома режаси тузилади:

- ҳамкор номи;
- шартноманинг асосий предмети;
- шартноманинг амал қилиш муддати;
- шартномаларни тузиш муддатлари;
- алоҳида маиумотлар.

«Ақлий ҳужум» нинг асосий қоидалари:

- олға сурилган ғоялар баҳоланмайди ва танқид остига олинмайди;
- иш сифатига эмас, сонига қаратилади, ғоялар қанча кўп бўлса шунча яхши;
- исталган ғояларни мумкин қадар кенгайтириш ва ривожлантиришга ҳаракат қилинади;
- муаммо ечимидан узоқ ғоялар ҳам қўллаб-қувватланади;
- барча ғоялар ёки уларнинг асосий мағзи (фаразлари) қайд этиш йўли билан ёзиб олинади;
- «ҳужум»ни ўтказиш вақти аниқланади ва унга риоя қилиниши шарт;
- бериладиган саволларга қисқача (асосланмаган) жавоблар бериш кўзда тутилиши керак.

«Ақлий ҳужум» саволлари:

- 1.Хизматлар етказиб берувчилар билан шартномалар нима учун керак?
- 2.Туризмда шартнома муносабатлари қандай миллий даражадаги меъёрий-ҳукуқий ҳужжатлар билан тартибга солинади?
- 3.Туризмда ўзаро шартнома муносабатлари қандай халқаро даражадаги ҳукуқий ҳужжатлар билан тартибга солинади?

1.3. «Хизмат етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш» маъруза машғулотининг технологик харитаси (2-машғулот)

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Таълим берувчи	Таълим олувчилар
Тайёргар лик босқичи.	1.Мавзу бўйича ўқув мазмунини тайёрлаш. 2.Маъруза учун тақдимот слайдларини тайёрлаш.	
I. Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Мавзунинг номини экранга чиқаради ва мазкур мавзунинг ёритишдан кутиладиган асосий натижалар тўғрисида ахборот беради. 1.2.Мавзунинг ёритиш бўйича тузилган режа саволларини намойишга узатади.	Тинглайдилар. Тинглайдилар.
II.Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Ўқув машғулоти бўйича маъруза қилади. (1,2,3-иловалар). 2.2. Маъруза бўйича «Каскад» усулидан фойдаланган ҳолда талабаларга «Музейлар билан шартномаларда нималарни акс эттирилиши лозим?» саволни беради (4-илова) 2.3. Талабаларда фанларни ўзлаштиришда тегишли кўникма ва маҳоратларни шакллантириш ҳамда билимларини такомиллаштириш.	Тинглайдилар, ёзадилар. Талабалар берилган саволларга жавоб берадилар.
III.Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Мавзу бўйича талабаларда юзага келган саволларга жавоб беради, якунловчи хулоса қилади.	Саволлар берадилар.

Ўқув визуал материаллар

1-илова

Маъруза режаси:

- 1.Шартнома режаси. Хизматлар етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш.
- 2.Меҳмонхона хўжалиги ва овқатлантириш ташкилотлар билан шартнома тузиш.
- 3.Автотранспорт ташкилотлар ва авиакомпания билан шартнома.
- 4.Темир йўл ва экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома тузиш.

Меҳмонхона хизматларини кўрсатувчи корхоналар билан ўзаро муносабатлар асосан қуйидаги битимлар билан аниқланади:

- 30-80% бандликни таъминлаш кафолати билан жойлар квотаси ҳақида шартнома.
- Бандликни таъминлаш кафолатисиз жойлар квотаси ҳақида шартнома.
- Тўлиқ тўловларни амалга ошириш билан жойларни қатъий сотиб олиш ҳақида шартнома.
- Жорий брон қилиш ҳақида шартнома.

Овқатлантириш корхонаси билан шартномаларда қуйидагилар акс эттирилиши лозим:

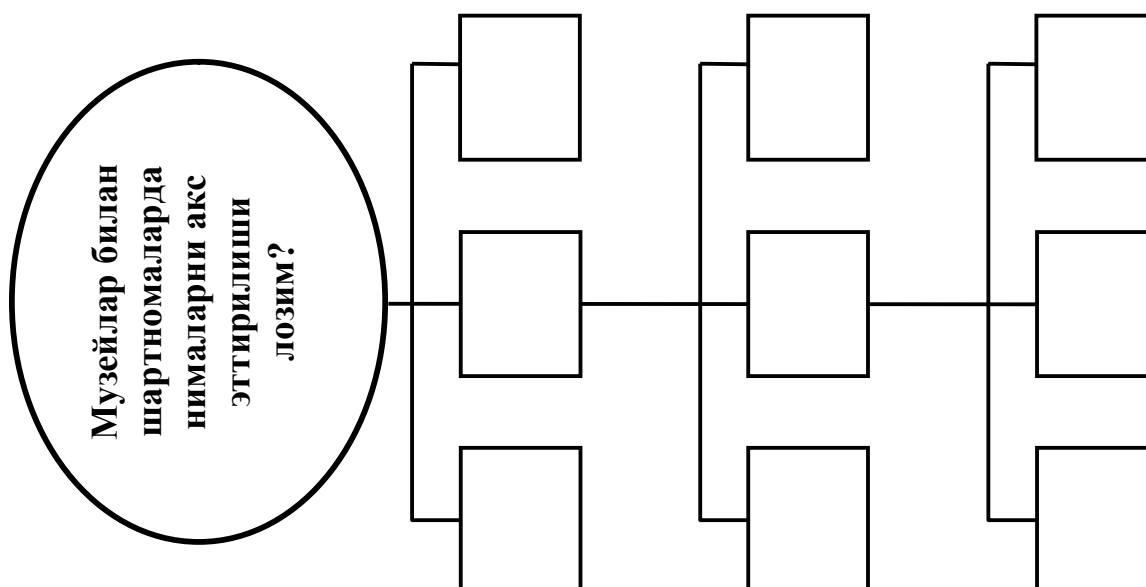
- бир вақтнинг ўзида хизмат кўрсатиладиган туристлар сони;
- буюртмаларнинг ўлчами ва мунтазамлиги;
- овқатлантириш кўриниши (швед столи, хизмат кўрсатиш ва);
- таомномаларнинг тахминий вариантлари;
- турли овқатлантириш рационларига тахминий нархлар;
- кўп сонли мижозлар ёки мижозлар билан доимий таъминланганлик учун чегирмалар;
- овқатлантириш учун буюртмалар бериш муддатлари;
- жарима санкцияларисиз буюртмаларни бекор қилишнинг охириги муддатлари;
- у ёки бу томон айби билан овқатлантиришдаги узилишлар учун муддатлари белгиланган моддий жавобгарлик.

Махсус туристик-экскурсион поъездни ижарага олиш шартномасига қуйидагилар қиради:

- барча тўхташ пунктлари кўрсатилган сафар йўналиши;
- вагонлар ва вагон-ресторанларнинг ижара қиймати;
- йўналишдаги ҳар бир пунктдаги тўхташ давомийлиги ва саналари;
- кўрсатилган саёҳат муддатлари;
- вагонлар ва улардаги жойлар миқдори, вагонлар ижараси қиймати;
- вагон-ресторанлар сони;
- киши бошига чойшаблар алмаштирилиши миқдори;
- йўналиш масофаси (километраж) ва йўл ҳақи қиймати;
- саёҳатни бекор қилиш муддатлари (йўлга чиқилишидан камида 20 сутка авал);
- поездда кўрсатиладиган хизматлар (чой, чой маҳсулотлари, купега нонушта олиб келиш ва ҳоказо).

“Каскад” усули

Ушбу технология ғоялар тизимини ишлаб чиқишга кўмак беради: асосий мақсади, аниқ ва ижодий фикрлаш қобилиятини фаоллаштириш.



АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

16-мавзу	ХИЗМАТ ЕТКАЗИБ БЕРУВЧИЛАР БИЛАН ҲАМКОРЛИК ВА ШАРТНОМАЛАР ТУЗИШ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Машгулот вақти: 4 соат	Талабалар сони: 20-30 та
Машгулот шакли	Билимларни чуқурлаштириш ва мустаҳкамлашга қаратилган амалий машғулот.
Амалий машгулот режаси	1.Шартнома режаси. Хизматлар етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш. 2.Меҳмонхона хўжалиги ва овқатлантириш ташкилотлар билан шартнома тузиш. 3.Автотранспорт ташкилотлар ва авиакомпания билан шартнома. 4.Темир йўл ва экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома тузиш.
Машгулотнинг мақсади: Турларни хизмат етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш тўғрисида бўйича билимларни чуқурлаштиришни таъминлаш	
Педагогик вазифалар: • шартнома режаси ҳақида тушунча бериш; • хизматлар етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш ҳақида тушунча бериш; • меҳмонхона хўжалиги билан шартнома тузишнинг моҳиятини очиб бериш; • овқатлантириш ташкилотлари билан шартнома тузиш ҳақида тушунча бериш; • автотранспорт ташкилотлари ва авиакомпания билан шартнома тузишнинг моҳиятини тушунтириш; • темир йўл ва экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома тузишнинг	Ўқув фаолияти натижалари: • шартнома режаси ҳақида тушунчага эга бўлади; • хизматлар етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузишнинг моҳиятини тушунтириб бера олади; • меҳмонхона хўжалиги билан шартнома тузиш ҳақида тасаввурга эга бўлади; • овқатлантириш ташкилотлари билан шартнома тузишнинг хусусиятларини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • автотранспорт ташкилотлари ва авиакомпания билан шартнома тузишнинг хусусиятларини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • темир йўл ва экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома тузишнинг хусусиятларини тушунтириб бериш имконига эга бўлади.

хусусиятларини тушунтириб бериш.	
Таълим бериш усуллари	Баҳс-мунозара, “ФСМУ”, «Блиц-сўров» ва “Балиқ скелети” усуллари.
Таълим бериш шакллари	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
Таълим бериш воситалари	Маъруза - матни, услубий кўрсатма, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
Таълим бериш шароити	Техник воситалар билан таъминланган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси (1-машғулот)

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I. Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Ўқув машғулоти мавзуси, мақсади, вазифалари ва ўқув фаолияти натижаларини айтади, долзарблиги ва аҳамиятига тўхталиб ўтади (1-илова).	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар.
II. Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларни 3-4та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. “Шартнома режаси таркиби саёҳат кўриниши ва кўрсатиладиган хизматларга боғлиқми?” саволига талабалар “ФСМУ” усули ёрдамида жавоб беришларини ташкил этади (2-илова). 2.3. Ҳар бир гуруҳ топшириқларни қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишда ёрдам беради, изоҳ беради, билимларини умумлаштиради, хулосаларга алоҳида эътибор беради. Топшириқларни бажарилишининг қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди. 2.4 Талабаларнинг «Блиц-сўров» усули орқали ўзлаштириш даражалари аниқланади (3-илова).	Гуруҳларга ажраладилар. Фаол қатнашадилар Муаммоли вазифани ечадилар, хулоса чиқарадилар. Саволларга жавоб берадилар. Жавоб беради.
III. Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш яқунларини чиқаради. Бугунги мавзу долзарб эканлигига тўхталиб ўтади. Олган билимларини амалиётда татбиқ этишлари лозим эканлигини таъкидлайди. 3.2. Мустақил иш тақдимотига тайёргарлик кўриш.	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар. Тақдимотга тайёргарлик кўрадилар.

Машғулот режаси:

- 1.Шартнома режаси. Хизматлар етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш.
- 2.Меҳмонхона хўжалиги ва овқатлантириш ташкилотлар билан шартнома тузиш.
- 3.Автотранспорт ташкилотлар ва авиакомпания билан шартнома.
- 4.Темир йўл ва экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома тузиш.

“ФСМУ” усули

Ушбу технология мунозарали масалаларни хал этишда ҳамда ўқув жараёнини бахс-мунозарали ўтказишда қўлланилади, чунки бу технология талабаларни ўз фикрини химоя қилишга, эркин фикрлаш ва ўз фикрини бошқаларга ўтказишга, очиқ холда бахслашишга ҳамда шу билан бирга бахслашиш маданиятини ўратади.Тингловчиларга тарқатилган оддий қоғозга ўз фикрларини аниқ ва қисқа холатда ифода этиб, тасдиқловчи далиллар ёки инкор этувчи фикрларни баён этишга ёрдам беради.

Ф – фикрингизни баён этинг

С – фикрингиз баёнига сабаб кўрсатинг

М – кўрсатган сабабингизни исботловчи далил келтиринг

У – фикрингизни умумлаштиринг

Савол	Шартнома режаси таркиби саёҳат кўриниши ва кўрсатиладиган хизматларга боғлиқми?
(Ф)Фикрингизни баён этинг	
(С)Фикрингиз баёнига сабаб кўрсатинг	
(М)Кўрсатган сабабингизни исботловчи далил келтиринг	
(У)Фикрингизни умумлаштиринг	

**Мавзуни жонлаштириш учун
«Блиц-сўров» саволлари:**

- 1.Хизматлар етказиб берувчилар билан шартоомалар нима учун керак?
- 2.Туризмда шартнома муносабатлари қандай миллий даражадаги меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар билан тартибга солинади?
- 3.Туризмда ўзаро шартнома муносабатлари қандай халқаро даражадаги ҳуқуқий ҳужжатлар билан тартибга солинади?

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси (2-машғулот)

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I.Мавзуга кириш (10дақиқа)	1.1. Ўқув машғулоти мавзуси, мақсади, вазифалари ва ўқув фаолияти натижа-ларини айтади, долзарблиги ва аҳамиятига тўхталиб ўтади (1-илова).	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар.
II.Асосий босқич (60дақиқа)	2.1.Талабаларни 3-4та кичик гуруҳларга бўлади. Ҳар бир гуруҳга алоҳида топшириқлар берилади: 1) «Меҳмонхона хизматларини брон қилиш ҳақидаги шартномада қайси шартларни кузга тутиш керак?» 2) «Овқатлантириш корхонаси билан шартномада қайси шартларни кузга тутиш керак?» 3) «Авиарейслардаги жойлар квотаси бўйича авиакомпаниялар билан шартномаларда қайси шартлар булиши керак?» 4) «Махсус туристик-экскурсион поездни ижарага олиш шартномасига қайси шартларни киритиш керак?» Муаммларни “Балиқ скелети” усули ёрдамида ҳал этишади (2-илова). 2.2. Ҳар бир гуруҳ топшириқларни қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишда ёрдам беради, изоҳ беради, билимларини умумлаштиради, хулосаларга алоҳида эътибор беради. Топшириқларни бажарилишининг қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди.	Гуруҳларга ажралади. Топшириқни бажарадилар. Фаол қатнашадилар Муаммоли вазифани ечадилар, хулоса чиқарадилар. Саволларга жавоб берадилар. Тинглайдилар.
III.Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш якунларини чиқаради. Бугунги мавзу долзарб эканлигига тўхталиб ўтади. Олган билимларини амалиётда татбиқ этишлари лозим эканлигини таъкидлайди. 3.2. Мустақил иш тақдимотига тайёргарлик кўриш.	Тинглайдилар. Тақдимотга тайёргарлик кўрадилар.

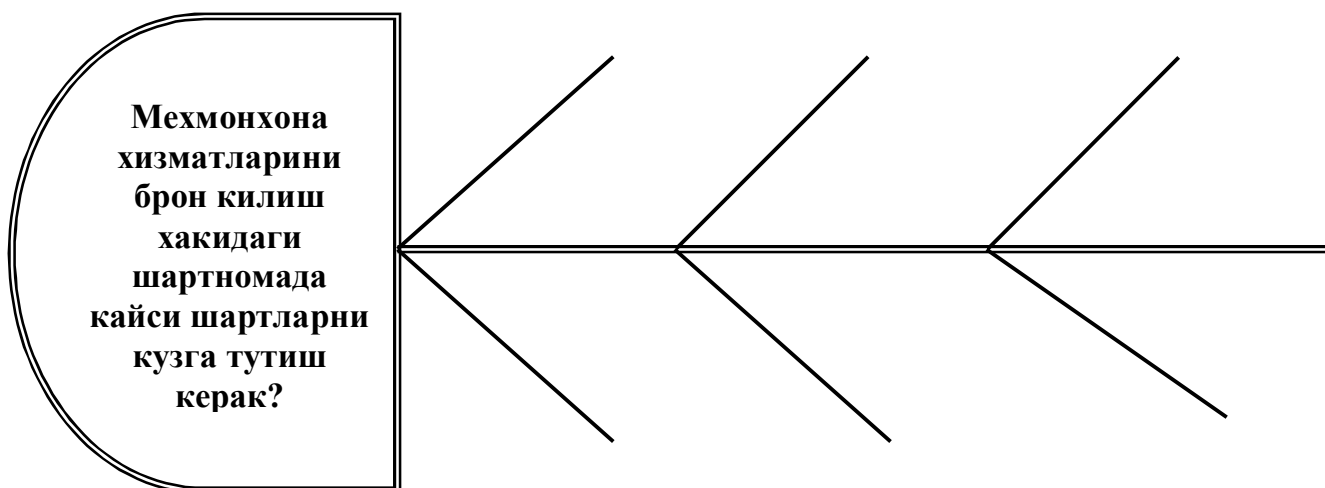
Машғулот режаси:

- 1.Шартнома режаси. Хизматлар етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш.
- 2.Меҳмонхона хўжалиги ва овқатлантириш ташкилотлар билан шартнома тузиш.
- 3.Автотранспорт ташкилотлар ва авиакомпания билан шартнома.
- 4.Темир йўл ва экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома тузиш.

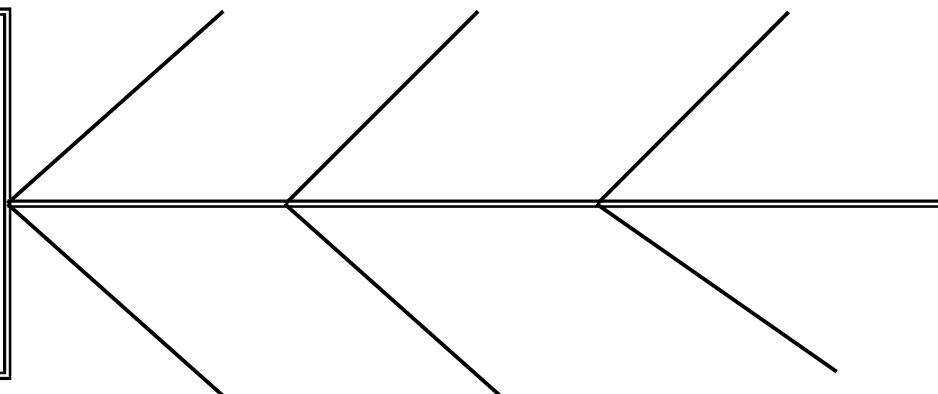
«Балиқ скелети» усули

Бир қатор муаммоларни тасвирлаш ва уни ечиш имконини беради.

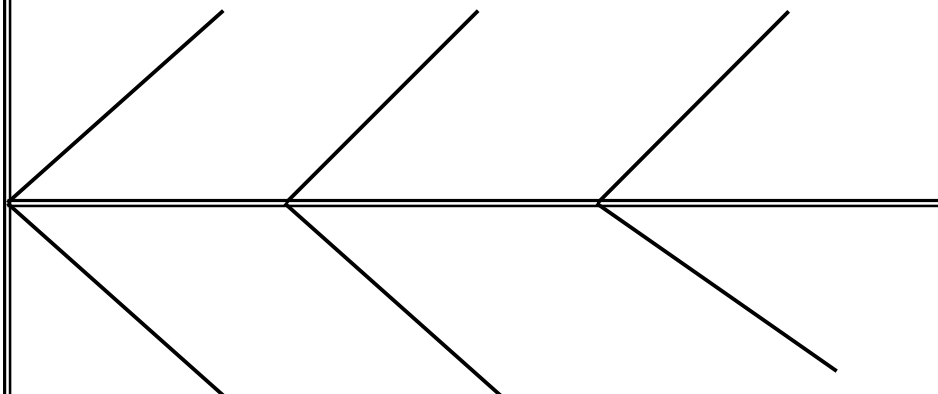
Тизимли фикрлаш, тузилмага келтириш, таҳлил қилиш кўникмаларини ривожлантиради.Чизмани тузиш қондаси билан танишадилар. Алоҳида кичик гуруҳларда юқори “суягида” кичик муаммони ифодалайди, пастда эса, ушбу кичик муаммолар мавжудлигини тасдиқловчи далиллар ёзилади.Кичик гуруҳларга бирлашадилар, таққослайдилар, ўзларининг чизмларини тўлдирадилар. Умумий чизмага келтирадилар.



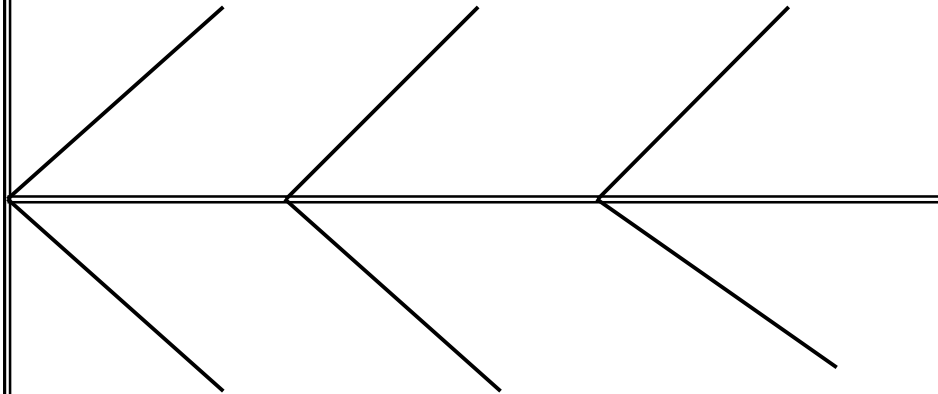
**Овқатлантириш
корхонаси билан
шартномада
кайси шартларни
кузга тутиш
керак?**



**Авиарейслардаги
жойлар квотаси
бўйича
авиакомпаниялар
билан
шартномаларда
кайси шартлар
булиши керак?**



**Махсус туристик-
экскурсион
поездни ижарага
олиш
шартномасига
кайси шартларни
киритиш керак?**



МАЪРУЗА МАШҒУЛОТИНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

17-мавзу	ТУРОПЕРАТОР КАТОЛОГИ ВА ТУРЛИ КЎРГАЗМАЛАРГА ҚАТНАШИШ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

<i>Машғулот вақти- 4 соат</i>	Талабалар сони: 20 – 80 гача
<i>Машғулот шакли</i>	Ахборотли маъруза
<i>Маъруза режаси</i>	1.Католог турлари ва вазифалари. 2.Расмли маълумотларни танлаш. 3.Турагентлар билан ҳамкорлик шартлари ва шакллари. 4.Туристик ярмаркаларда қатнашиш ва тайёргарлик кўриш.
Ўқув машғулотининг мақсади: Талабаларда туроператор катологи ва турли кўргазмаларга қатнашиш тўғрисида тушунчага эга бўлишини таъминлаш.	
Педагогик вазифалар: • католог турлари ва вазифалари ҳақида тушунча бериш; • расмли маълумотларни танлашнинг моҳиятини очиб бериш; • турагентлар билан ҳамкорлик шартлари ҳақида тушунча бериш; • турагентлар билан ҳамкорлик шакллариининг моҳиятини тушунтириш; • туристик ярмаркалар ҳақида маълумот бериш; • туристик ярмаркаларда қатнашиш ва тайёргарлик кўриш тўғрисида тушунча бериш.	Ўқув фаолияти натижалари: • католог турлари ва вазифаларини католог тушунтириб бера олади; • расмли маълумотларни танлаш ҳақида тасаввурга эга бўлади; • турагентлар билан ҳамкорлик шартларини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • турагентлар билан ҳамкорлик шакллариини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • туристик ярмаркалар вазифасини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • туристик ярмаркаларда қатнашиш ва тайёргарлик кўришни тушунтириб бериш имконига эга бўлади.
Таълим бериш усуллари	Ахборотли маъруза, жамоада ишлаш, “Тоифалаш” ва “Балиқ скелети” усуллари
Таълим бериш шакллари	Оммавий, жамоавий
Таълим бериш воситалари	Маъруза матни, тарқатма материаллар, доска, слайдлар, проектор.
Таълим бериш шароити	Ҳамкорликда ишлаш ва тақдимотларни амалга ошириш имконига эга бўлган аудитория.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

**1.2. «Туроператор катологи ва турли кўргазмаларга қатнашиш»
маъруза машғулотининг технологик харитаси (1-машғулоти)**

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Таълим берувчи	Таълим олувчилар
Тайёргарлик босқичи.	1.Мавзу бўйича ўқув мазмунини тайёрлаш. 2.Маъруза учун тақдимот слайдларини тайёрлаш.	
1. Мавзуга кириш (15 дақиқа)	1.1. Мавзунинг номини экранга чиқаради ва мазкур мавзунини ёритишдан кутилаётган асосий натижалар тўғрисида ахборот беради (1-илова). 1.2.Мавзунини ёритиш бўйича тузилган режа саволларини намойишга узатади.	Тинглайдилар. Тинглайдилар.
2.Асосий босқич (55 дақиқа)	2.1. Ўқув машғулоти бўйича маъруза қилади (2,3-4,5-иловалар). 2.2. Маъруза бўйича «Тоифалаш жадвали» усулидан фойдаланган ҳолда талабаларга «Каталогда материалларни бериш шаклига қўйиладиган асосий талабларни санаб беринг» деган саволни беради (6-илова) 2.3. Талабаларда фанларни ўзлаштиришда тешишли кўникма ва маҳоратларни шакллантириш ҳамда билимларини такомиллаштириш.	Тинглайдилар, ёзадилар. Талабалар берилган саволларга жавоб берадилар.
3. Яқуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Мавзу бўйича талабаларда юзага келган саволларга жавоб беради, яқунловчи хулоса қилади.	Саволлар берадилар.

Ўқув визуал материаллар

1-илова

Маъруза режаси:

- 1.Каталог турлари ва вазифалари.
- 2.Расмий маълумотларни танлаш.
- 3.Турагентлар билан ҳамкорлик шартлари ва шакллари.
- 4.Туристлик ярмаркаларда қатнашиш ва тайёргарлик кўриш.

2-илова

Йирик туроператорлар ҳар йили турлар ёки хизматларни танлашда ҳам турагентлар, ҳам мижозлар фойдаланадиган реклама-маълумот каталогларини ишлаб чиқадиладар ва нашр қиладилар. Турларни танлашда улгуржи туроператорларга мурожаат қилганда улгуржи чегирмалар олиш мумкин деб ҳисоблайдиган туристларнинг адашмасликлари учун, агентликларга мўлжалланган **каталоглар** туристлар билан ишлашга мўлжалланган рангли асосий каталогларга қўшимча сифатида чиқарилади. Шунинг учун, мазмунига кўра каталоглар **умумий** (туристлар ва агентликлар учун) ва **махсус** (фақат турагентликларга) бўлади. Уларни бош ва хизмат каталоглари деб аташ қабул қилинган.

3-илова

Бош каталоглар, асосан туристларга мўлжалланган бўлиб, одатда, катта миқдорда фото суратлари ва реклама маълумотлари билан таъминланган катта ҳажмли ва рангли нашр ҳисобланади.

4-илова

Хизмат каталоглари асосан турагентликларнинг амалиётда фойдаланишлари учун мўлжалланган. Уларда, қоида бўйича, реклама маълумотлари, рангли суратлар ва бошқалар бўлмайди. Бу кўпроқ турлар графиклари, жадвали, прејскурантлар, улгуржи чегирмалар, турагентларга комјссјонлар ва соф хизмат маълумотлари бўлади. Каталог матнига жиддий эътибор бериш керак

5-илова

Каталогга қўйиладиган асосий талаблар:

- ахборот учун белгиланганлик даражаси;
- фойдаланиш қулайлиги;
- маълумотларнинг ишончилиги;
- туроператорнинг турагентлар билан ҳамкорлиги кўриниши бўйича аниқ шартлар.

Тоифалаш жадвали

1. Тоифалар бўйича маълумотларни тақсимлашнинг ягона усули мавжуд эмас.
2. Битта мини - гуруҳда тоифаларга ажратиш бошқа гуруҳда ажратилган тоифалардан фарқ қилиши мумкин.
3. Таълим олувчиларга олдиндан тайёрлаб қўйилган тоифаларни бериш мумкин эмас бу уларнинг мустақил танлови бўла қолсин.

Каталогда материалларни бериш шаклига қўйиладиган асосий талабларни санаб беринг.

**1.3. «Туроператор катологи ва турли кўргазмаларга қатнашиш» маъруза
машғулотининг технологик харитаси (2-машғулоти)**

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Таълим берувчи	Таълим олувчилар
Тайёргар лик босқичи.	1.Мавзу бўйича ўқув мазмунини тайёрлаш. 2.Маъруза учун тақдимот слайдларини тайёрлаш.	
1. Мавзуга кириш (15 дақиқа)	1.1. Мавзунинг номини экранга чиқаради ва мазкур мавзунинг ёритишдан кутиладиган асосий натижалар тўғрисида ахборот беради. 1.2.Мавзунинг ёритиш бўйича тузилган режа саволларини намойишга узатади (1-илова).	Тинглайдилар. Тинглайдилар.
2.Асосий босқич (55 дақиқа)	2.1. Ўқув машғулоти бўйича маъруза қилади. (2,3,4-иловалар). 2.2. Маъруза бўйича «Балик скелети» усулидан фойдаланган ҳолда талабаларга «Кўргазма ишининг асосий қоидалари» саволни беради (5-илова). 2.3. Талабаларда фанларни ўзлаштиришда тегишли кўникма ва маҳоратларни шакллантириш ҳамда билимларини такомиллаштириш.	Тинглайдилар, ёзадилар. Талабалар берилган саволларга жавоб берадилар.
3. Яқиний босқич (10 дақиқа)	3.1. Мавзу бўйича талабаларда юзага келган саволларга жавоб беради, яқинловчи хулоса қилади.	Саволлар берадилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Маъруза режаси:

- 1.Католог турлари ва вазифалари.
- 2.Расмий маълумотларни танлаш.
- 3.Турагентлар билан ҳамкорлик шартлари ва шакллари.
- 4.Туристлик ярмаркаларида қатнашиш ва тайёргарлик кўриш.

Кўргазма тадбирлари қуйидаги белгиларига кўра классификация қилинади:

1	Ўтказилиш мақсадлари бўйича	савдо ва маълумот, танишув
2	Ўтказилиш частотаси бўйича	даврий, ҳар йили, мавсумий
3	Экспонатлар таклифи характери бўйича	универсал, тармоқли, махсуслашган
4	Қатнашчилар таркиби бўйича	ҳудудий, ҳудудлараро, миллий, халқаро

Сотиш бўйича ҳамкорларни излаш учун мўлжалланган **туристик биржа кўргазма, ярмаркаларда** қатнашиш туроператор турмахсулотини ҳаракатлантиришда аҳамиятли ҳисобланади.

Мутахассислар учун мўлжалланган кўргазмалар нисбатан самаралироқдир. Чунки бу нафақат ўз махсулотини реклама қилиш, балки битимлар тузиш, янги иш алоқаларини ўрнатиш имконини беради.

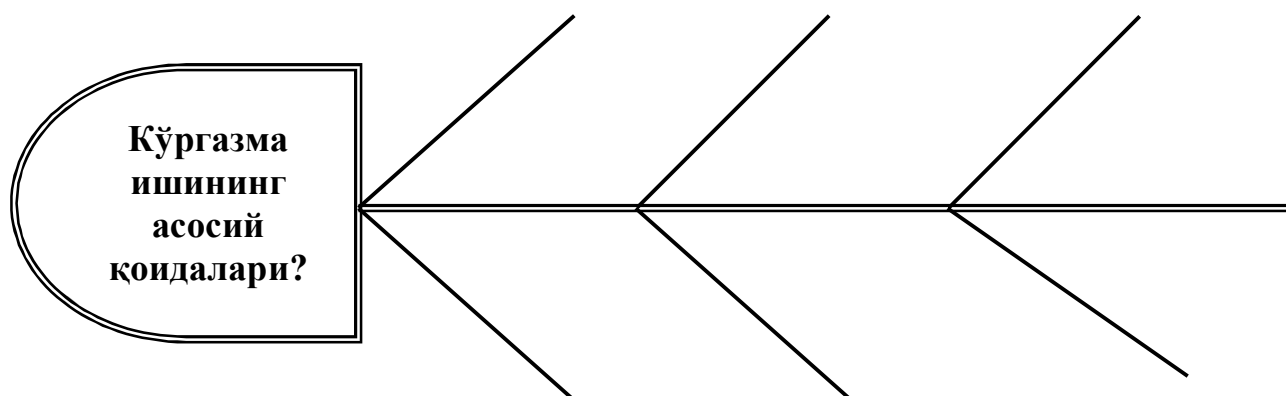
Кўргазмада фирма қатнашишини ташкил қилишда қуйидагиларни амалга ошириш лозим:

- 1.Кўргазма маъмуриятидан стендлар демонтажи ва кўрилиши учун ким жавобгарлигини аниқлаб олиш керак. Бу стенд турини танлашда ва харажатларни аниқлашда муҳим омил бўлиши мумкин.
2. Экспозицияда қайси махсулот қандай жойлаштирилишини аниқлаб олиш.
- 3.Таклиф этилаётган хизматларни қай ҳолатда яхшироқ намойиш этиш мумкинлигини билиш (видеокўрсатув, макетлар ва бошқалар).

«Балиқ скелети» усули

Бир қатор муаммоларни тасвирлаш ва уни ечиш имконини беради.

Тизимли фикрлаш, тузилмага келтириш, таҳлил қилиш кўникмаларини ривожлантиради. Чизмани тузиш қондаси билан танишадилар. Алоҳида кичик гуруҳларда юқори “суягида” кичик муаммони ифодалайди, пастда эса, ушбу кичик муаммолар мавжудлигини тасдиқловчи далиллар ёзилади. Кичик гуруҳларга бирлашадилар, таққослайдилар, ўзларининг чизмларини тўлдирадилар. Умумий чизмага келтирадилар.



АМАЛИЙ МАШҒУЛОТНИНГ ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИ

17-мавзу	ТУРОПЕРАТОР КАТОЛОГИ ВА ТУРЛИ КЎРГАЗМАЛАРГА ҚАТНАШИШ

1.1. Таълим бериш технологиясининг модели

Маишулот вақти: 4 соат	Талабалар сони: 20-30 та
Маишулот шакли	Билимларни чуқурлаштириш ва мустақ-камлашга қаратилган амалий машғулот.
Амалий маишулот режаси	1.Католог турлари ва вазифалари. 2.Расмли маълумотларни танлаш. 3.Турагентлар билан ҳамкорлик шартлари ва шакллари. 4.Туристик ярмаркаларда қатнашиш ва тайёргарлик кўриш.
Маишулотнинг мақсади: Талабаларда туроператор катологи ва турли кўргазмаларга қатнашиш тўғрисида билимларни чуқурлаштиришни таъминлаш	
Педагогик вазифалар: • католог турлари ва вазифалари ҳақида тушунча бериш; • расмли маълумотларни танлашнинг моҳиятини очиб бериш; • турагентлар билан ҳамкорлик шартлари ҳақида тушунча бериш; • турагентлар билан ҳамкорлик шакллариининг моҳиятини тушунтириш; • туристик ярмаркалар ҳақида маълумот бериш; • туристик ярмаркаларда қатнашиш ва тайёргарлик кўриш тўғрисида тушунча бериш.	Ўқув фаолияти натижалари: • католог турлари ва вазифаларини католог тушунтириб бера олади; • расмли маълумотларни танлаш ҳақида тасаввурга эга бўлади; • турагентлар билан ҳамкорлик шартларини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • турагентлар билан ҳамкорлик шакллариини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • туристик ярмаркалар вазифасини тушунтириб бериш имконига эга бўлади; • туристик ярмаркаларда қатнашиш ва тайёргарлик кўришни тушунтириб бериш имконига эга бўлади.
Таълим бериш усуллари	Баҳс-мунозара, «Кластер», “Блиц-сўров”, “Т-жадвал усуллари.
Таълим бериш шакллари	Жамоа ва гуруҳларда ишлаш.
Таълим бериш воситалари	Маъруза - матни, услубий кўрсатма, маркерлар, қоғозлар, доска, бўр.
Таълим бериш шароити	Техник воситалар билан таъминланган аудитория, компьютер, вижен.
Мониторинг ва баҳолаш	Оғзаки назорат, савол-жавоб, ўз-ўзини назорат қилиш, рейтинг тизими асосида баҳолаш.

1.2. Амалий машғулотнинг технологик харитаси (1-машғулот)

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
I.Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1. Ўқув машғулоти мавзуси, мақсади, вазифалари ва ўқув фаолияти натижаларини айтади, долзарблиги ва аҳамиятига тўхталиб ўтади (1-илова).	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар.
II.Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. Талабаларни 3-4та кичик гуруҳларга бўлади. 2.2. “Туризмда рекламанинг мақсадлари” саволига талабалар “Кластер» усули ёрдамида жавоб беришларини ташкил этади (2-илова). 2.3. “Кўргазмаларда қатнашишдан фойда ва унга қилинадиган ҳаражатларни курсатинг” саволига талабалар “Т-жадвал» усули ёрдамида жавоб беришларини ташкил этади (3-илова). 2.4.Ҳар бир гуруҳ топшириқларни қоғозларга тушириб, тақдимотини ўтказишда ёрдам беради, изоҳ беради, билимларини умумлаштиради, хулосаларга алоҳида эътибор беради. Топшириқларни бажарилишининг қай даражада тўғри эканлигини диққат билан тинглайди.	Гуруҳларга ажраладилар. Фаол қатнашадилар Муаммоли вазифаларни ечадилар, хулоса чиқарадилар. Саволларга жавоб берадилар.
III.Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1. Иш якунларини чиқаради. Бугунги мавзу долзарб эканлигига тўхталиб ўтади. Олган билимларини амалиётда татбиқ этишлари лозим эканлигини таъкидлайди. Фаол талабаларни баҳолаш мезонлари орқали рағбатлантиради. 3.2.Мавзунинг мазмунини чуқур ўрганиш, кейинги машғулотга тайёргарлик кўриш топшириғини беради.	Тинглайдилар. ЎУМ га қарайдилар. Тақдимотга тайёргарлик кўрадилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

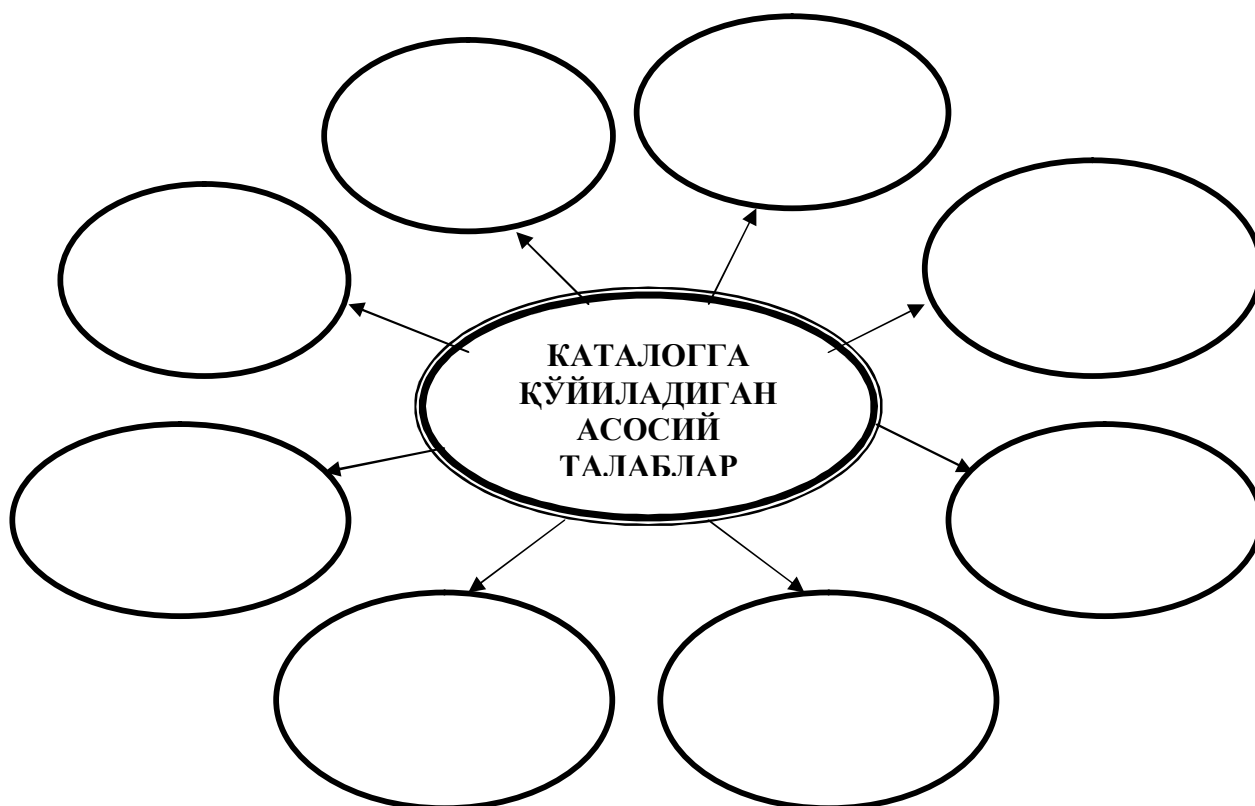
- 1.Католог турлари ва вазифалари.
- 2.Расмли маълумотларни танлаш.
- 3.Турагентлар билан ҳамкорлик шартлари ва шакллари.
- 4.Туристтик ярмаркаларда қатнашиш ва тайёргарлик кўриш.

“Кластер” усулини тузиш қондаси

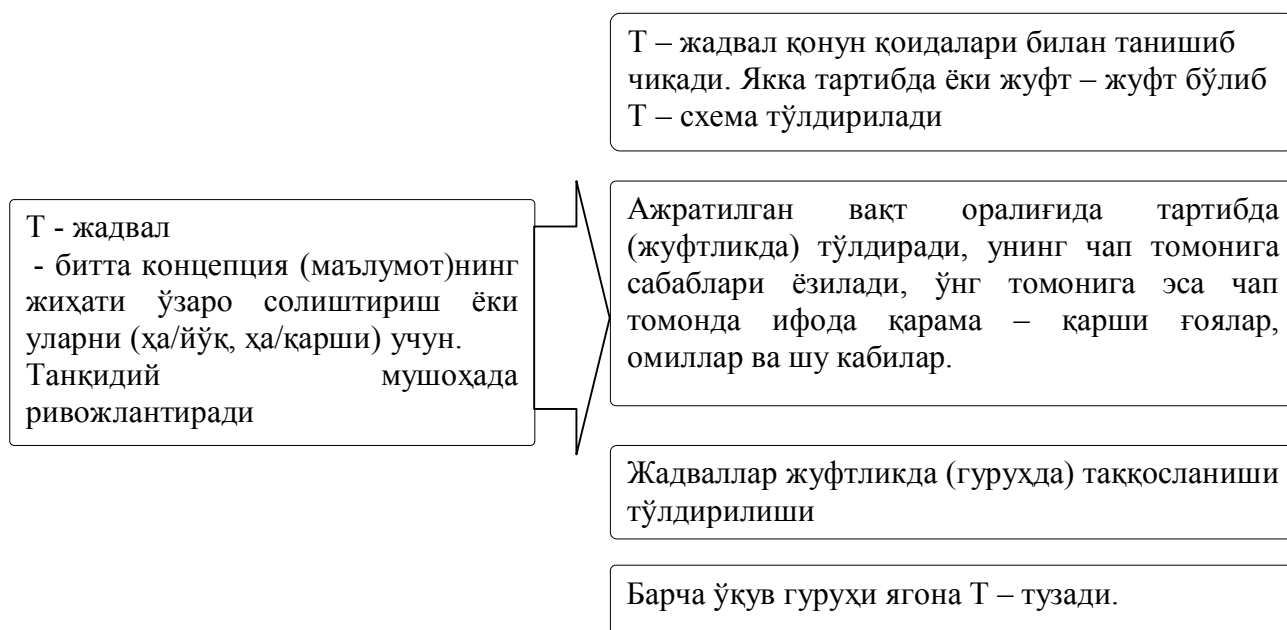
- Ақлга келган барча фикрни ёзиш.
- Ғояни сифатини муҳокама этмаслик.
- Орфографик ва бошқа жиҳатларга эътибор бермаслик.
- Ажратилган вақт тугмагунча ёзувни тўхтатмаслик.
- Ғоялар сони ва ўзаро алоқадорлигига эътибор бериш.

Кластер усулининг қондаси:

- Кластер – парчаланиш, майдаланиш маъносини англатади.
- Мавзудан чиққан ва чиқмаган ҳолда сўз ўзагини маъно мазмунини давом эттирамиз. Сўзлар тармоқланади.
- Кластер услуби дарснинг бир қисмида (бошида, ўртасида, охирида) қўлланилади.
- Гуруҳларга бир хил савол берилса, тармоқ бажарилгандан сўнг бир хил терминлар ўчирилади, кимда ўчирилмаган терминлар кўп қолса, ўша гуруҳга ғолиб ҳисобланади.
- Ўқитувчи ўз вариантыга эга бўлиши керак.
- Сўзларнинг классификацияси рўй бермаслиги керак.



“Т –жадвал” усули



Т –жадвал

Кўргазмаларда қатнашишдан фойда ва унга қилинадиган харажатларни курсатинг	
КИРИШ (ХАРАЖАТЛАР)	ЧИҚИШ (ФОЙДА)

1.3. Амалий машғулотнинг технологик харитаси (2-машғулот)

Иш босқичлари ва вақти	Фаолият мазмуни	
	Ўқитувчи	Талаба
Тайёргар- лик босқичи.	Мустақил танланган мавзу бўйича тақдимотларни ўтказиш учун аудиторияда шароит яратади.	
I.Мавзуга кириш (10 дақиқа)	1.1.Машғулотнинг мавзусини, мақсадини, режалаштирилган натижаларини ва уни ўтказиш режасини эълон қилади (1-илова). 1.2.Олган билимларини умумлаштириш мақсадида талабалар ўзлари танлаган мустақил ишлари тақдимотини ўтказишлари кераклигини айтади.	Тинглайдилар, Тақдимотга тайёргарлик кўрадилар.
II.Асосий босқич (60 дақиқа)	2.1. «Блиц-сўров» усулида олиб боради. Бунда фақатгина бир нечта жавоблар тингланади ва иш жараёни кичик гуруҳларда олиб борилиши эълон қилинади(2-илова). 2.2. Талабаларга мустақил иш тақдимотини ўтказишга тавсиялар беради. Мустақил ишлар мавзуларини яна бир марта аниқлаштириб олади. Мустақил ишлар натижаси жорий баҳолашга таъсир кўрсатишини эслатади 2.3.Аввалдан танлаган мавзулари бўйича ихтиёрий гуруҳларга ажралган талабаларга тақдимот ўтказишлари учун навбат беради. 2.4. Мустақил иш мавзуси юзасидан талабаларга саволлар беради, фикр билдиради, ишнинг камчиликларини айтиб ўтади. 2.5. Гуруҳ билан муҳокама қилган ҳолда, талабаларни баҳолайди.	Саволларга жавоб берадилар. Мавзуга аниқлик киритадилар. Жамоа бўлиб бажарилган ишнинг тақдимотини ўтказадилар, бахс-мунозара юритадилар, кўшимчалар қиладилар, баҳолайдилар. Саволларга жавоб берадилар.
III.Якуний босқич (10 дақиқа)	3.1.Мустақил иш бўйича якуний хулосалар қилади.	Тинглайдилар. Фикр билдирадилар.

Ўқув визуал материаллар:

1-илова

Машғулот режаси:

- 1.Католог турлари ва вазифалари.
- 2.Расмли маълумотларни танлаш.
- 3.Турагентлар билан ҳамкорлик шартлари ва шакллари.
- 4.Туристик ярмаркаларда қатнашиш ва тайёргарлик кўриш.

**Мавзуни жонлаштириш учун
«Блиц-сўров» саволлари:**

1. Туроператор каталоги деганда нимани тушунасиз ва у қандай мақсадларда чиқарилади?
2. Каталог сарлавҳаси бўйича қандай тавсиялар мавжуд?
3. Каталогларнинг қандай турлари бор?
4. Каталогдан фойдаланиш қулайлигини нима аниқлайди?
5. Каталогда материалларни бериш шаклига қўйиладиган асосий талабларни санаб беринг.
6. Каталогни нашр қилиш учун нашриётга буюртма қандай тузилади?
7. Ярмарка тадбирлари классификацияси ҳақида сўзлаб беринг.

4. «Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича масалалар ва машқлар тўплами

1-машқ. Қуйида келтирилган жадвал асосида 3 кунлик тур дастурини ишлаб чиқинг.

Касбий тур

Ташриф буюриш ва қайтиб кетиш кунлари ҳисобга олинмаган 3 кунлик дастур. Ташриф кунида – меҳмонхонада жойлаштириш дастури билан танишиш, тадбирлар графигини аниқлаштириш, кечқурун-ташриф юзасидан (байрамона) тантанали кечки овқат.

3-кунлик тур

1 чи кун	
2 чи кун	
3 чи кун	

2-машқ. Бирор бир инклюзив турнинг асосий хизматлар тўпламини тузинг (қўшимча хизматларни инобатга олган ҳолда).

3-машқ. Туристларни жойлаштириш воситалари халқаро тавсияларга асосланиб тўртта гуруҳга ажратилади. Шунга мазкур гуруҳларни тўлдириг:

I. Меҳмонхоналар ва аналогик корхоналар:

-

II. Тижорат ва ижтимоий жойлаштириш воситалари:

-

III. Махсуслаштирилган жойлаштириш воситалари:

-

IV. Хусусий жойлаштириш воситалари:

-

4-машқ. Туроператорлар реклама эълонларини таҳлил қилинг ва улар ўртасида инклюзив турларни ажратинг. Ўз қарорингизни тушунтириб беринг.

5-машқ. Овқатлантириш корхоналарининг турларини ёзиб чиқинг:

6-машқ. Туристларнинг мақсадларига боғлиқ ҳолда турларнинг типологияси бўйича тўлдириг:

Тур типлари	Турист мақсадлари	Мисоллар

7-машқ. Ташкиллаштирилаётган турларда транспорт воситаларининг солиштирма тавсифини беринг:

	ҚУЛАЙЛИКЛАРИ	НОҚУЛАЙЛИКЛАРИ

8-машқ. Сизнинг туристик фирмангиз 6 кунга мўлжалланган янги “Самарқанд мўжизаси” номли хобби-тур ишлаб чиқди. Бу турнинг хизмат кўрсатиш дастури дарсликнинг ўтган бобидаги топшириқда берилган, турнинг фаолият кўрсатиш муддати – йил давомида.

Сизнинг вазифангиз – қуйидаги схема асосида мазкур турни ташкил этиш бўйича фирманинг шартнома режасини тузиш.

№	Шерик-нинг номи	Шартномани асосий предмети	Шартномани ҳаракат фаолият кўрсатиш муддати	Шартнома тузиш муддати	Ўзига хос муҳим маълумотлар

9-машқ. Миллий туристларни хорижга юборишда миллий ва хорижий турфирмаларни ўзаро ҳаракати схемасини тузинг.

10-машқ. Хорижий туристларни қабул қилишда миллий ва хорижий турфирмаларнинг ўзаро ҳаракати схемаси тузинг

11-машқ. Туризмда ўзига хос хавф-хатар омилларини санаб беринг.

5.ТЕСТЛАР

1. Саёҳат тушунчасига тўғри таъриф берилган қаторни белгиланг.

- а) Кишиларнинг бирор вақт давомида қандай мақсадлигидан қатъий назар бошқа жойга бориши.*
- б) узоғи билан бир йил муддатга жўнаб кетиши.
- в) аниқ мақсадли ва ташкиллаштирилган фаолият.
- г) тижорат мақсадида бирор жойга бориши.
- д) ҳамма жавоб тўғри.

2. Туризм истеъмолчилари ким?

- а) туристлар*
- б) хизматчилар
- в) туроператорлар
- г) турагентлар
- д) ошпазлар

3. Илк саёҳатчиларни топинг

- а) кўчманчилар.
- б) савдогарлар, зиёратчилар.
- в) аскарлар.
- г) чорвадорлар.
- д) а ва б.*

4. Туризмнинг саёҳатдан фарқи нимада?

- а) аниқликда ва режаликда.
- б) аниқ мақсад ва ташкиллаштирилганда.*
- в) узоқ муддат ва аниқ мақсадда.
- г) фақатгина ташкиллаштирилганда.
- д) муддатининг қисқалигида.

5. Туризмни ташкиллаштирувчилар кимлар

- а) Туроператорлар
- б) меҳмонхоналар
- в) ресторанлар
- г) турагентликлар
- д) ҳамма жавоб тўғри*

6. Туристик индустрия нима?

- а) туристик ресурслар
- б) туристик саноат*
- в) туристик субъект
- г) туристик объект
- д) туристик хизмат

7. Замонавий туризмнинг асосчиси ким?

- а) Анисим Панкратов
- б) Глеб Травин
- в) Томас Кук*
- г) Бил Клинтон
- д) Иржи Ганзилик

8. Туризм тушунчасига тўғри таъриф берилган қаторни белгиланг.

- а) Жисмоний шахснинг доимий истиқомат жойидан соғломлаштириш, маърифий, касбий-амалий, ёки бошқа мақсадларда борилган жойда(мамлакатда) ҳақ тўланадиган фаолият билан шуғулланмаган ҳолда узоғи билан бир йил муддатга жўнаб кетиши.*
- б) кишиларнинг бирор вақт давомида қандай мақсадлигидан қатъий назар бошқа жойга бориши.
- в) узоқ муддатга жўнаб кетиши.
- г) илмий мақсадда бошқа жойга бориши.
- д) тўғри жавоб йўқ.

9. Асосий туристик хизматлар нечта?

- а) 1 та, б) 2 та, в) 3 та, г) 4 та*, д) 5 та

10. Қўшимча туристик хизматлар сони нечта?

- а) 100 дан ортиқ
- б) 200 дан ортиқ
- в) 300 дан ортиқ
- г) 400 дан ортиқ*
- д) 500 дан ортиқ

11. Туристик фoлият билан шуғулланиш ҳуқуқини белгилловчи ҳужжат нима?

- а) сертификат
- б) лицензия*
- в) диплом
- г) рухсатнома
- д) гувоҳнома

12. Ўзбектуризм Миллий Компанияси қачон таъсис этилган?

- а) 1991 йил
- б) 1992 йил*
- в) 1993 йил
- г) 1994 йил
- д) 1995 йил

13. Туризм тўғрисидаги Қонун қачон қабул қилинган?

- а) 1996 йил
- б) 1997 йил
- в) 1998 йил
- г) 1999 йил*
- д) 2000 йил

14. Туризм бўйича Самарқанд декларацияси қачон қабул қилинган?

- а) 1993 йил
- б) 1994 йил*
- в) 1995 йил
- г) 1996 йил
- д) 1997 йил

- 15. «2005 йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш давлат Дастури тўғрисида» ги Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони қачон қабул қилинган?**
- а) 1997 йил
 - б) 1998 йил
 - в) 1999 йил*
 - г) 2000йил
 - д) 2001йил
- 16. Туризм бўйича Бухоро декларацияси қачон қабул қилинган?**
- а) 1998 йил
 - б) 1999 йил
 - в) 2000йил
 - г)2001йил*
 - д) 2002 йил
- 17. Тошкент халқаро туристик ярмаркаси илк маротаба қачон бўлиб ўтган?**
- а) 1993 йил
 - б) 1994 йил
 - в) 1995 йил*
 - г) 1996 йил
 - д) 1997 йил
- 18. Ўзбекистон БТТга қачон аъзо бўлган?**
- а) 1992 йил
 - б) 1993 йил
 - в) 1994 йил*
 - г) 1995 йил
 - д) 1996 йил
- 19. Ўзбекистонда ички ишлар органлари томонидан бериладиган «виза»лар неча йилга берилади?**
- а) бир йилга
 - б) бир йилу олти ойга
 - в) икки йилга*
 - г) икки йилу олти ойга
 - д) уч йилга
- 20. Қўйидаги таърифлардан қайси бири “ички туризм” тушунчасини беради?**
- а) Бир мамлакат фуқаросининг бошқа мамлакатга саёҳат қилиши;
 - б) Фуқароларнинганиқ бир мамлакатда доимо яшаган ўша мамлакат миллий чегараси доирасида дам олиш, дунёни билишга бўлган қизиқишини қониктириш, спорт машғулотлари билан шуғулланиш ва бошқа туристик мақсадларни амалга ошириш учун вақтинчалик чиқишидир;*
 - в) Бирор бир мамлакат шахсининг ўзи аҳолиси бўлмаган мамлакатга саёҳат қилиш учун келиши;

**6.«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари»
фани бўйича назорат саволлари:**

1. Фаннинг предмети, объекти. Туроператорлик тушунчаси.
2. Туроператорнинг асосий функциялари.
3. Қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функциялари.
4. Туризм тушунчасига таъриф.
5. Туризмнинг шаклланиши.
6. Туризм соҳасининг таснифланиши.
7. Туристик бозорнинг функциялари ва таркиби.
8. Туризм бозорига таъсир килувчи асосий омиллар.
9. Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолати ва унинг муаммоларини таҳлил қилиш
10. Туризм соҳасида халқаро ҳамкорлик
11. Бутунжаҳон туристик ташкилоти (БТТ)
12. Нодавлат, тижорат ва миллий халқаро туристик ташкилотлар
13. «Ўзбектуризм миллий компанияси»
14. Туристик хизматларнинг хусусиятлари.
15. Хизмат кўрсатиш даражалари (класслари).
16. Хизматлар пакети
17. Хизмат кўрсатиш дастури.
18. Хизматлар етказиб берувчилари.
19. Турхизматларни лойиҳалаш.
20. Хизмат кўрсатиш стратегияси ва менежменти.
21. Хизмат кўрсатиш анимацияси.
22. Хизмат кўрсатиш сифати ва уни бошқариш йўллари.
23. Туристларни жойлаштириш воситалари.
24. Меҳмонхоналар таснифи. Меҳмонхона турлари.
25. Туризмда овқатлантиришни ташкил этиш.
26. Тур тушунчаси.
27. Турларни режалаштириш ва шартномали режа
28. Саёҳатларни лойиҳалаштириш
29. Туристик маҳсулот тушунчаси.
30. Туристик маҳсулот ишлаб чиқиш.
31. Туристик маҳсулотлар ишлаб чиқариш омиллари.
32. Туристик маҳсулотлар хусусиятлари.
33. Туристик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш.
34. Туристик маҳсулотни тақсимлаш самарадорлиги.
35. Сотиш каналларини шакллантириш.
36. Сотиш бўйича ҳамкорларни танлаш.
37. Туризмда рекламанинг аҳамияти.
38. Реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлаш.
39. Реклама эълонлари учун тўловлар ва харажатларни назорат қилиш..
40. Истеъмолчиларни (туристларни) рағбатлантириш.
41. Чакана турагентларни рағбатлантириш.
42. Туризмни ташвиқот қилиш.

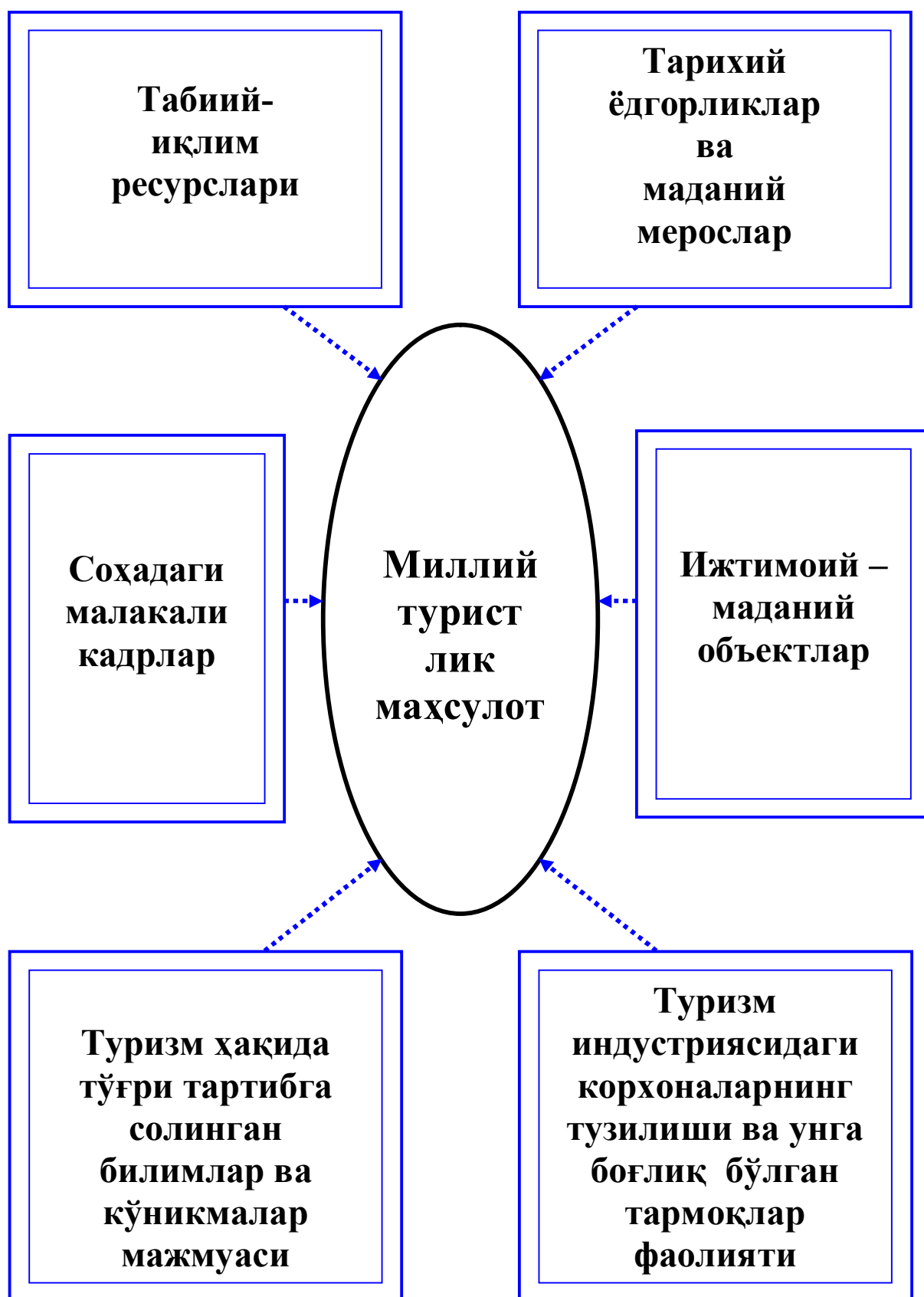
43. Туристлар хавфсизлигини ва уларни ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш.
44. Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари.
45. Хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштириш.
46. Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатлари.

7. «Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича умумий саволлар

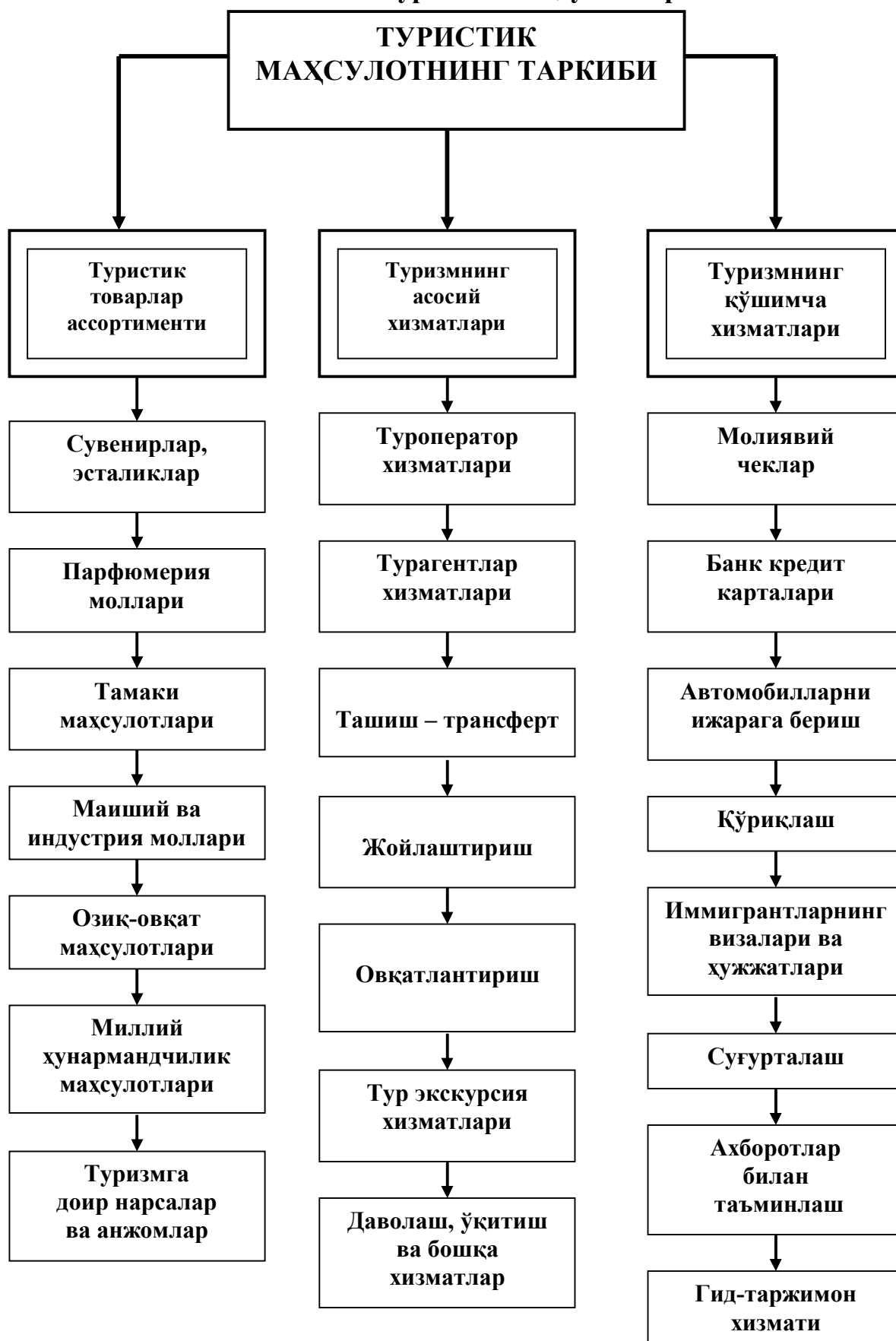
1. Фаннинг предмети, объекти. Туроператорлик тушунчаси.
2. Туроператорнинг асосий функциялари.
3. Қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функциялари.
4. Туризм тушунчасига таъриф.
5. Туризмнинг шаклланиши.
6. Туризм соҳасининг таснифланиши.
7. Туристик бозорнинг функциялари ва таркиби.
8. Туризм бозорига таъсир килувчи асосий омиллар.
9. Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолати ва унинг муаммоларини таҳлил қилиш
10. Туризм соҳасида халқаро ҳамкорлик
11. Бутунжаҳон туристик ташкилоти (БТТ)
12. Нодавлат, тижорат ва миллий халқаро туристик ташкилотлар
13. «Ўзбектуризм миллий компанияси»
14. Туристик хизматларнинг хусусиятлари.
15. Хизмат кўрсатиш даражалари (класслари).
16. Хизматлар пакети
17. Хизмат кўрсатиш дастури.
18. Хизматлар етказиб берувчилари.
19. Турхизматларни лойиҳалаш.
20. Хизмат кўрсатиш стратегияси ва менежменти.
21. Хизмат кўрсатиш анимацияси.
22. Хизмат кўрсатиш сифати ва уни бошқариш йўллари.
23. Туристларни жойлаштириш воситалари.
24. Меҳмонхоналар таснифи. Меҳмонхона турлари.
25. Туризмда овқатлантиришни ташкил этиш.
26. Тур тушунчаси.
27. Турларни режалаштириш ва шартномали режа
28. Саёҳатларни лойиҳалаштириш
29. Туристик масҳулот тушунчаси.
30. Туристик маҳсулот ишлаб чиқиш.
31. Туристик маҳсулотлар ишлаб чиқариш омиллари.
32. Туристик маҳсулотлар хусусиятлари.
33. Туристик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш.
34. Туристик маҳсулотни тақсимлаш самарадорлиги.
35. Сотиш каналларини шакллантириш.
36. Сотиш бўйича ҳамкорларни танлаш.
37. Туризмда рекламанинг аҳамияти.
38. Реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлаш.
39. Реклама эълонлари учун тўловлар ва харажатларни назорат қилиш..
40. Истеъмолчиларни (туристларни) рағбатлантириш.
41. Чакана турагентларни рағбатлантириш.
42. Туризмни ташвиқот қилиш.

43. Туристлар хавфсизлигини ва уларни ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш.
44. Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари.
45. Хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштириш.
46. Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатлари.

**8. «Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари»
фани бўйича тарқатма материаллар**



Миллий туристик маҳсулот таркиби



Туристтик маҳсулотнинг таркиби



**Қабул қилиш бўйича туроператорнинг функционал таркиби
Ташкиллаштирилаётган турларда транспорт воситаларининг
солиштирма тавсифи**

Турлари	Қулайликлари	Ноқулайликлари
Авто-турлар	• Юқори ҳаракатчанлиги; • Имконият, йўллардаги бекатлар; • Юқори даражадаги ахборотлиги.	• Қўлайлик даражасининг пастлиги; • Атроф-муҳитнинг ифлосланиши; • Керакли транспорт визаларини олишнинг шартлиги; • Катта бўлмаган ҳаракат тезлиги; • Хавфлилик даражасининг юқорилиги.
Темир йўл турлари	• Йўлдаги юқори қўлайлик; • Юқори даражадаги ахборотлиги; • Ўртача ҳаракатчанлик.	• Транспорт визаларини олиш; • Юқори бўлмаган тезликда ҳаракатланиш; • Охирги манзилгача етиб бормаслик.
Авиа турлар	• Юқори тезликдаги ҳаракатлар; • Йўлда ўрта ёки юқори даражадаги қўлайлик; • Катта ҳудудда ҳаракатланиш имконияти; • Транзит визаларига заруратнинг йўқлиги.	• Турларда ахборотланганлик даражасининг пастлиги; • Хавфлилик даражаси.
Денгиз саёҳати	• Туристларга юқори даражадаги қўлайлик; • Овқатлантириш, бўш вақт, жойлаштириш имкониятларининг кенглиги; • Денгиз соҳилига бориш мумкинлиги (умуман визасиз).	• Атроф-муҳит билан алоқанинг камлиги; • Тезликнинг пастлиги; • Йўл визаси.

Туристларнинг мақсадларига боғлиқ ҳолда турларнинг типологияси

Тур типлари	Турист мақсадлари	Мисоллар
Фаол дам олиш	• Спорт билан шуғулланиш; • Саргузашт; • Янги ҳиссиётлар; • Фикрдошларни қидириш.	Альпинизм, спелиотуризм ва бошқалар.
Пассив дам олиш	• Экологик ажойиб жойларда саёҳат; • Табиатда ором олиш.	Курортларда дам олиш
Даволаниш	• Комфорт шароитда дам олиш; • Пархезли овқатланиш; • Организмни соғломлаштириш.	Санаторияларда даволаниш
Танишув туризми	• Турли мамлакат ва минтақаларнинг маданияти, анъана ва одатлари билан танишиш; • Музей, театр, кўргазмаларга бориш ҳисобига дунёқарашни кенгайтириш; • Янги танишувлар.	Европа пойтахтлари ўртасида автобус турлари
Хорижда таълим олиш	• Сертификат, диплом, лицензия олиш.	Мальтада инглиз тили курслари
Зиёратчилик туризми	• Ибодат қилиш; • Расм-русумларда қатнашиш; • Диний зиёрат марказларига бориш.	Ватикандаги турлар
Мавзули турлар	• Умумий фикрдош қидириш; • Дунёқарашни кенгайтириш; • Тажриба алмашиш.	Овчилар, балиқчилар учун турлар
Рурал турлар	• Табиат билан уйғунлик; • Соғлиқни тиклаш; • Экологик тоза маҳсулотлардан фойдаланиш.	Финляндиядаги коттежларда дам олиш
Интенсив турлар	• Фаол ишчиларни мукофатлаш; • Иш сифатга боғлиқ ҳолда; • Ўзаро ҳамкорликни ривожлантириш.	Ғолибларга турли мукофот ва йўлланмалар бериш
Экотурлар	• Табиат билан уйғунлик; • Минтақалардаги флора ва фауна билан танишиш.	Қўриқхона ҳудудларига экскурсия
Экстеримал турлар	• Ҳаёт ва соғлиқ учун хавфли. • Адреналинни кучайтириш.	Альпинизм
Жамоавий дам олиш	• «Буюртмали» дам олиш; • Юқори даражадаги комфорт ва сифатли хизмат кўрсатиш; • Кўп мақсадли турлар (дам олиш, спорт, экскурсия ва б.).	Гавайи оролларидаги клубли турлар

Туристик афзалликларни хусусиятлари бўйича сегментлаштириш

Сегмент	Сегмент талаблари	Сегмент билан ишловчи туроператор имкониятларига талаблар
Транспорт афзалликлари хусусиятлари бўйича сегментлантириш		
Авиатурлар	- учиш хавфсизлиги; - тўғри авиарейслар ёки маршрут бўйича қулай хизматлар мавжудлиги; - таклиф қилинаётган жойлаш-тириш воситалари ва тур дастурларининг турли ассортименти; -аэропротда хизмат кўрсатишни ташкил қилиш.	-Авиакомпания билан шартнома муносабатларининг мавжудлиги (авиачипталарнинг сотилиши ҳақида ёки чартер ташишларни ташкил қилиш); - авиаташувчиларнинг ижобий имиджи; - учиш ва қўниш жойларига трансферлар.
Автотурлар	- қизиқарли маршрут; - автотурга юбориладиган гуруҳларнинг географик жойи; - турнинг арзонлиги.	- автотурни ташкил қилиш тажрибаси ва лицензияга эга автоташувчилар билан алоқалар; -гуруҳни оператор ходимлар билан кузатиб бориш зарурияти.
Темир йўл турлари	- поезд ҳаракати давомида тўлиқ сервис; - тур маршрути ва йўлда хизмат қилиш класс; -жўнатиш, келиш жойлари; - турда кўчиб ўтиришнинг мавжудлиги ва тўхташ жойларининг давомийлиги.	- темирйўл чипталарини тарқатиш бўйича шартлашув, прицеп вагонлари ёки туроператорларни ташкил қилиш имкониятлари; - гуруҳ турларини ташкил қилиш бўйича операторнинг бозор имкониятлари; - гуруҳни оператор ходимлар билан кўрсатиб бориш зарурияти; - сафарда туристларнинг дам олишини ташкил қилиш зарурияти.
Круизлар	- қизиқарли маршрут; - туристларнинг ташкиллаштирилган дам олиши, экскурсион дастур; - овқатланиш сифати; -каюталарнинг категорияси ва яшаш сифати; - круизга жўнатиш жойи.	- операторда кема компанияси билан шартноманинг мавжудлиги; - ходимларнинг ташкилотчили - ги, бортда тадбирларни ташкил қилиш усули; - жўнатиш жойи ва кутиб олиш хизматини ташкил қилиш.
Дам олиш	- дам олиш учун меҳмонхоналарнинг кенг ассортименти; - режалаштирилган дам олишнинг жойи, рекреацион ресурслар - нинг таъсир қилиш хусусият - лари; - дам олишни ташкил қилиш; - сифатли овқатланиш.	- ҳудуднинг рекреацион хусусиятларини билиш; -кўплаб меҳмонхоналар билан ишчанлик ва шахсий алоқаларнинг мавжудлиги; - офисда керакли ҳужжатларнинг мавжудлиги.
Даволаниш	- режалаштирилган дам олиш жойлари,	-курорт ва алоҳида даволаниш профелини билиш;

	ресурсларининг балонеологик самараси; -даволаниш услублари -нинг рўйхати; - санаторияларнинг кенг ассортименти ва уларда яшаш шароитлари.	- даволаш базаси ва санаторияларда жойлаштириш ҳамда озиклантириш сифати;
Танишув турлари	- кизиқарли маршрутлар; -экскурсия дастурларининг кенг танлови; - туристик марказларда меҳмонхоналарнинг қулай жойлашиши.	- экскурсион ҳужжатларнинг мавжудлиги ва турмарказлар ва экскурсияда турларнинг тўлиқ тасвирлаб бериш; - гуруҳ экскурсияларини ташкил қилиш тажрибаси, сайёҳлик марказларида гидларнинг мавжудлиги
Таълим олиш	- таълим олиш даврида яшашнинг шароитлари; - таълим олиш жараёнини ҳужжатлаштириш вариантлари (диплом, сертификатлаш, лицензиялари) ва уларни чет элларда апробация қилиш;	- хизматлар сифати кафолатланган чет эл ҳамкорлари билан шартнома алоқалари мавжудлиги
Клубли дам олиш	- клуб инфратузилмаси, у тақдим этаётган хизматлари ҳақида ахборот	- клуб билан шартнома алоқалари мавжудлиги; - жойлашган офиснинг мавжудлиги
Таймшер	- таймшер – сертификат соҳибларига тўлиқ хизмат кўрсатишни ташкил қилиш; -таймшер соҳиблари статуси тўғрисида максимал реал ахборот олиш; - дам олиш жойларини тез ва бирдан оммалашишини ташкил қилиш.	- потенциал мижозлар билан ишнинг махсус шароитларига риоя қилиш (кўпинча презентация шаклида); - мижозларнинг виза ва транспорт ҳимоясини кўрсатиш имкони; - фирманинг барча имконият -ларини ҳисобга олиш зарурлиги.
Рурал турлар	-дам олиш даврида сифатли ташкил қилинган дам олиш; - турларни буюртма учун тақдим этиш мақсадга мувофиқлиги; - у ёки бошқа жойлардаги дам олишнинг хусусият -лари бўйича тўлиқ тур-пакет ва максимал ахборот турлари.	- жойни ва жойлашиш воситаларини шахсан билиш; - ходимларнинг ташкилочилик хусусиятлари ёки ижодиёт жамоалари билан ишлаш малакаси (сайёҳларнинг дам олишини ташкил қилиш).
Зиёрат турлар	- кизиқарли маршрут ташкил қилиш; -турда кизиқарли экскурсия дастурларининг мавжудлиги;	- зиёратчилар учун мумкин бўлган имтиёзлар ва чегирмалар тўғрисида ахборотни билиш; - дин масаласида ходимлар -нинг компетентлиги.

Инсентив турлар	- турлар нархи ва сифатининг оптималлиги; - оилалар билан сафар қилиш имкони.	- гуруҳли мижозлар билан фаол ишлаш.
Экстрим турлар	- таклиф этилаётган маршрутларнинг хавфлилик даражаси ва имкони.	- инструктор ва кузатиб боровчиларнинг мавжудлиги; - спорт ва туристик жиҳозларни ижарага олиш имкони.
Ишчан турлар	- турларнинг қисқалиги; - якка сафарлар; - сафар вақтида бизнес билан шуғулланиш учун шароитлар; - таклиф этиладиган меҳмон - хоналарнинг жойлашиши.	- ишчан одамлар, йирик фирмалар билан ишлаш тажрибаси; - иш сифатининг кафолатланганлиги, тезлиги ва аниқлиги.
Шоп турлар	- сафар маршрути; - юкларни ўтказиш шартлари; - бир жойда тезда юк сотиб олиш имкони; - юкларни текширув пунктлар-ига расмийлаштиришда имтиёзлар мавжудлиги	- мамлакат текширув органлари билан ишлаш тажрибаси.
Саб-турлар	- сафар маршрути ва мавзуси; -ҳамроҳлар ва уларнинг қизиқишлари; -жойлашиш воситаларини танлаш; -мавзули экскурсиялар -нинг сони ва сифати.	- оператор ходимларнинг ижодий хусусиятлари; - жамоатлар, тўғарақлар, фуқаролар уюшмалари билан алоқаларнинг мавжудлиги.

Туризм соҳасининг таснифланиши

№	Таснифланадиган белгилар	Туризм турлари
1	Географик принцип бўйича	1.1 Миллий 1.2 Халқаро 1.3 Ички
2	Туристлик оқимлар йўналиши бўйича	2.1. Кирувчи 2.2. Чиқувчи
3	Мақсадлар бўйича	3.1. Рекреацион 3.2. Соғломлаштирувчи дам олиш 3.3. Билимини оширадиган дам олиш 3.4. Малакавий иш туризми 3.5. Илмий туризм 3.6. Спорт туризми 3.7. Шоп-турлар 3.8. Саргузаштли 3.9. Зиёрат (ҳаж) сафари 3.10. Қўмсаш 3.11. Экотуризм 3.12. Экзотик
4	Молиялаштириш манбаи бўйича	4.1. Социал туризм 4.2. Тижорий туризм
5	Ҳаракатланиш усули бўйича	5.1. Яёв 5.2. Авиатранспорт 5.3. Денгиз транспорти 5.4. Дарё транспорти 5.5. Автотуризм 5.6. Темир йўл транспорти 5.7. Велосипед транспорти 5.8. Уловларда 5.9. Аралаш
6	Жойлашув воситалари бўйича	6.1. Отелларга, меҳмонхоналарга 6.2. Мотелларга 6.3. Пансионатларга 6.4. Кемпингларга 6.5. Палаткаларга 6.6. Ротелларга 6.7. Ботелларга 6.8. Санаторийларга 6.9. Флотелларга 6.10. Хостелларга 6.11. Отел-клубларга 6.12. Турбазаларга 6.13. Туристлик уйларга 6.14. Аппартоментлар
7	Иштирок этувчилар сони бўйича	7.1. Индивидуал 7.2. Оилавий 7.3. Гуруҳлар бўлиб
8	Ташкилий шакллари бўйича	8.1. Ташкил қилинган 8.2. Ташкил қилинмаган

Туристлик маҳсулотга талаб сегментацияси

Мезонлар	Талаб сегментлари
Географик мезонлар	
1.Турист ташриф буюрадиган мамлакат	Чиқувчи Кирувчи Ички
2.Туристлик саёҳатдан географик мақсад	Дунё давлатлари бўйлаб туризм Дунёнинг алохида худудлари бўйлаб туризм Турист яшайдиган давлатнинг алохида худудлари бўйлаб туризм
Ижтимоий мезонлар	
1. Ёши	Ёшлар туризми (30 ёшгача) “Сениорлар” туризми (30 дан -45 ёшгача ва 45 дан 55 ёшгача) Болалар туризми
2. Жинси	Аёллар туризми Аралаш туризми
3. Туристнинг касби	Касбий белгилар бўйича сегментлар кўплиги махсус турлар Иқтисод, сиёсат ва жамият ҳаётининг турли соҳаларида ишлайдиган ходимлар учун махсус турлар
4. Оила бошлиғининг касби	Жамиятнинг турли ижтимоий қатламлари бўйича сегментлар(юқори менежмент, хизмачилар ва ҳ.к.)
5. Доимий яшаш жойидаги аҳоли пунктининг катталиги.	Катта, ўрта ва кичик шаҳарлардан туристлар Қишлоқ жойлардан туристлар
6. Оилавий туризм	Ёлғизлар туризми Боласи йўқ оилалар туризми Боласи бор оилалар туризми Кўп оилавий туризм
7. Миллати	Этник туризм
8. Диний йўналишлар	Диний туризм
9. Оила даромади	Ижтимоий туризм Люкс туризм Унча қиммат бўлмаган –эконом туризм Эксклюзив турлар
Психологик мезонлар	
1. Саёҳатлар	Рекреацион туризм Ишга боғлиқ туризм Спорт туризми Ўрганиладиган туризм Коммуникацион туризм

2. Туристнинг тоифаси	Турли хилдаги классификациялар (масалан, S-, F-, V-, A-, B-тоифадаги туристлар ва ҳоказо)
3. Мавсумийлик	Асосий мавсум Оралик Мавсумлараро Йилнинг ойлари бўйича
4. Саёҳатнинг ташкиллаштирилиши	Мустақил Воситачи орқали
5. Саёҳат тури	Гуруҳ билан Индивидуал
6. Фойдаланилувчи транспорт тури	Автотуризм Авиатуризм Велотуризм Автобус туризми Денгиз круизли туризми Дарё круизли туризми Шахсий транспорт Бошқа турдаги транспорт воситалари
7. Турар жой билан таъминланиш	Меҳмонхона Мотел Кемпинглар Шахсий уйлар ва хоналар Бошқа турдаги бинолар
8.Туристлик мақсаднинг узоқлиги	Сегментациялашнинг турли меъзонлари
9.Саёҳат муддати	Узоқ муддатли (21 кундан ошиқ) Ўрта муддатли (7-14 кун) Қисқа муддатли (2-4 кун)
10.Молияланиш шахобчалари	Ижтимоий туризм (кам таъминланган аҳоли учун ижтимоий суғурта томонидан маблағ ажратилади Интенсив турлар (фирма ходимлари ва уларнинг оиласи учун фирма томонидан тўланадиган рағбатлантирувчи турлар) Оилавий бюджет
11.Туристлик саёҳатни амалга оширишда қарор қабул қилишга ёрдам берувчи консултантлар, даллоллар)	Туроператорлар Турагентлар Танишлар Оммавий ахборот воситалари

Ўзбекистоннинг туристик салоҳияти

Ноёб маданий-тарихий мерос	Хилма хил ноёб табиий - иқлимий кўркем жойлар
Жаҳон цивилизация марказларидан ҳисобланган, «Буюк ипак йўли»нинг марказида жойлашганлиги сабабли буюк тарихий меросга эга эканлиги. Самарқанд, Бухоро, Хива каби тарихий шаҳарларнинг мавжудлиги ва бошқалар.	Минтақада табиатнинг турли кўринишлари – чўллар, даштлар, воҳалар, тоғ ва музликларнинг мавжудлиги. Ундан ташқари ноёб ўсимлик ва ҳайвонот олами муҳофаза этиладиган миллий боғ, кўриқхона ва буюртмаларнинг фаолият кўрсатаётгани туризмни ривожлантириш ресурслари ҳисобланади.
Рекреацион-гидроминерал ресурслар	Диний – тарихий диққатга сазовар жойлар
Мамлакатимиз бир қанча минерал сув манбаларига эга. Бу ўз навбатида соғломлаштиришга имкон беради. Жумладан, Жанубий Оламушук шаҳарчаси ва Полвонтошда (Андижон вилояти) , Бухородаги “Ситораи Моҳи Хосса” Жиззах вилоятидаги Гагарин ва Ғаллаорол шаҳарларида, Муборак шаҳарчасида (Кашкадарё вилояти), Каттақўрғон шаҳри Нагорный темирйўл станциясида (Самарқанд вилояти) санатория-курорт, профилактика муассасаларида бу ресурс туридан кенг фойданилмоқда.	Диёримиз Улуғ Ислон дини ривожланишига ҳисса қўшган уламонлар ватани ҳисобланади. Имом Ал-Бухорий, Ал-Мотрудий, (Самарқанд), Ат-Термезий (Сурхондарё), Накшбандий (Бухоро) каби улуғ қадамжоларнинг мавжудлиги диний туризмни ривожланиши учун асос ҳисобланади
Ноёб халқ урф-одатлари, маросимлари	
Бой ўтмишга эга халқимизнинг такрорланмас урф-одат, анъаналарга эга. Халқ ижодиёти намуналари, ҳунармандчилик маҳсулотлари ҳеч кимни бефарқ қолдирмайи. Ундан ташқари фольклоршуносликни ривожланганлиги сайёҳларни ўзига жалб қилади.	

Ўзбекистонда туристик ресурсларга бўлган талаб ва ундан фойдаланиш

Ресурслар	Маҳаллий саёҳатчилар талаби	Хорижий саёҳатчиларнинг талаби	Ресурс салоҳияти	Фойдаланиш даражаси
Рекреация ва экологик туризм ресурслари	паст	юқори	ўрта	паст
Маданий ва этнографик туризм ресурслари	ўрта	юқори	юқори	паст
Тарихий, меъморий ва археологик танишув ресурслари	ўрта	юқори	юқори	ўрта
Диний туризм ресурслари	юқори	ўрта	юқори	ўрта
Экзотик муҳит ва ҳар хил саргузашт ресурслари	паст	ўрта	ўрта	паст
Сервис сифати	паст	юқори	паст	паст

Ўзбекистоннинг турли ҳудудларида туризмни ривожлантириш имкониятлари¹

Туризм турлари	Шаҳар	Шаҳардан 10-20 км узоқликда	Қишлоқ жойлари	Одамлар яшамайдиган ҳудудлар
Тарихий – танишув	3	2	1	0
Археологик туризм	2	3	3	2
Экологик туризм	0	2	2	3
Саргузашт туризми	1	2	2	3
Фермерлик ёки қишлоқ туризми	0	2	3	1
Сув (денгиз) туризми	0	0	2	3
Этнографик туризм	1	2	3	0
Конгресс – бизнес туризм	3	1	1	0
Ихтисослашган туризм	1	2	2	2
Курорт ва санаториялар	1	3	3	3
Диний туризм	3	3	2	0
Ёшлар туризми	1	2	2	3
Геронтологик туризм	2	3	2	1
Шоп - турлар	3	2	1	0

Изоҳ: 3 - юқори даражада имконият, 2 - ўрта даражада имконият, 1 - паст даражада имконият, 0 – умуман имкониятнинг йўқлиги.

¹Н.Тухлиев, Т.Абдуллаева. Национальные модели развития туризма. Т.: ГНИ «O'zbekiston milliy ensiklopediyasi», 2006. – 83 с.

9. «Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича глоссарий

АВТОБУСЛИИ МАРШРУТЛАР- бунда туристлар мамлакатларни, бутун туристлик дестинацияларни бир пунктдан иккинчи пунктга ҳаракатланиб кесиб ўтадилар, умуман туристлар автобусларда жуда оз ухлайдилар, асосан ухлаш учун қиммат бўлмаган меҳмонхона ёки отеллар кузда тутилади.

АГЕНТ- туристларни қабул қилиш ва хизмат кўрсатиш, турпакетларни сотиш топшириқларини бажарувчи туристик агентлик вакили.

АКВИЗИЦИЯ-мамлакатга хорижий туристларни жалб қилиш.

АКТИВ ТУРИЗМГА ҳар - хил саргузаштли саёҳатларни киритиш мумкин: саргузаштли туризм (adventure tour), экзотик жойларга, вулқонларга, оролларга, шаршараларга ва шу каби жойларга боришга айтилади

АННУЛЯЦИЯ-туристлар сафарини бекор қилиш.

БИРИНЧИ КЛАСС – бу ҳам нисбатан юқори даражали хизмат кўрсатиш бўлиб, 4-5 юлдузли меҳмонхоналарга жойлаштириш, бизнес класс даражадаги самалётларда учишни, обрўйли ресторанларда овқатланишни, индивидуал трансфертни, гид хизматларини назарда тутди.

БОТЕЛ- Мос равишдаги жиҳозланган кичик кема сифатида фойдаланувчи сувдаги унча ката бўлмаган меҳмонхона.

БУЮРТМАЛИ ТУР. Буюртмали турларни сотишда дастурни шакллантириш ва хизматлар таркибини яхлитлаш турист хоҳишига биноан, унинг бевосита иштирокида амалга оширилади.

ГУРУХЛИ ТУРИЗМ. Нисбатан арзон, кўп сонли туристлар учун ҳамёнбоп, аммо гуруҳли туризмда гуруҳнинг барча аъзолари ўрнатилган тартибга бўйсу-нишлари лозим.

ГУЎЗАЛ ТОҒЛИ МАВЗЕЛАРГА САЁҲАТ, тоғларда сайр қилиш, гузал жойларни томоша қилиш. Масалан: Гранд Канон, Тош бармоқлар водийси (Австралия), Улкан шаршаралар (Ниагара, Виктория). Туристлар учун уларни томоша қиладиган майдончалар, мосламалар ўрнатилган.

ДИНИЙ ТУРИЗМ- (ҳаж сафари Маккаю Мадина ва Умра сафар, зиёрати) ҳозирги вақтда жуда юқори талабга эга бўлиб, оммавий тус олмоқда.

ИЖТИМОЙ ТУРИЗМ – бу давлат томонидан ижтимоий эҳтиёжларга ажратиладиган маблағлар ҳисобидан саёҳат қилиш ҳисобланади. Ижтимоий туризмнинг мақсади фойда олиш эмас, балки даромади кам бўлган кишиларни дам олишга бўлган ҳуқуқини амалга ошириш учун уларни қўллаб қувватлаш ҳисобланади.

ИЛМИЙ ТУРИЗМ. Ўқиш, таълим олиш мақсадида, малака ошириш мақсадида сафар қилиш халқаро туризмнинг нисбатан янги турлари сафига кириди.

ИНДИВИДУАЛ ТУР. Туристларга кўпроқ эркинлик ва мустақил ҳаракатланиш имконини беради. Гуруҳли турларга нисбатан қимматроқ, чунки индивидуал турлар таркибига кирувчи ички маршрутдаги транспорт, гид

хизматлари ва баъзи бошқа хизматлар учун тўлов тўлиғича турист зиммасига тушади.

ИНКЛЮЗИВ ТУР (ИТ) Бу олдиндан режалаштирилган ва дам олишнинг ёки туризмнинг маълум тури, ҳамда туристларнинг маълум ижтимоий гуруҳига ва унинг ёнига йўналтирилган қатъий хизматлар тўпламидир.

ИЧКИ ТУРИЗМ - ўз давлати чегараси доирасида доимий яшовчи фуқароларни вақтинчалик ташриф буюровчи жойда (тўланадиган фаолиятсиз) туристик мақсадларда саёҳат қилиши.

ИҚТИСОДИЙ БЎҒИН (КЛАСС) МЕҲМОНХОНАСИ- Кичик ёки ўрта сифимли корхоналар (150 ўринли ва ундан ортиқ) магистрал йўл ёқаларида жойлашади. Хизматлар тўпламини чекланганлиги, оддий ва тез хизмат кўрсатиш билан ажралиб туради. Истеъмолчилари – кўрсатилган (истеъмол қилинган) хизматлар учун ҳақиқий тўловни амалга оширишга интилувчи ва тўлиқ пансионга мухтож бўлмаган бизнесменлар, хусусий туристлар учун мўлжалланган.

ИХТИЁРИЙ СЕРТИФИКАТЛАШ қўйидаги ҳолатларда қўлланилади, учинчи шахслар ёки қўшма корхонадаги чет эл шериклари ишлаб чиқариладиган товарлар ва тақдим этиладиган хизматлар учун қўшимча сертификатни талаб этган вазиятларда фойдаланилади.

КИРУВЧИ ТУРИЗМ- фаолияти тўланмайдиган туристик мақсадларда доимий яшамайдиган шахсларни ўзга мамлакат ҳудудига ташрифи, саёҳати.

КЎНГИЛ ОЧАР ТУРЛАР– (entertainment) туризм дастурларида маълум маънода туристлар учун қўшимча хизмат кўрсатишга йўналтирилган. «Туристнинг яхши кўнгил очиши» учун хизматларнинг барча қирраларини очишда ёрдам беради. Бу фаол ўйинлар (гольф, крикет, кегли), отларда сайр қилмоқ, аттракционларга бориш (тематик боғлар, масалан, Диснейленд, Делфи қари, зоопарклар), ресторанлар, дангсинглар, диско клублар, магазинлар, казино ва бошқалар шулар жумласига киради.

ЛЮКС КЛАСС. Ушбу класс бўйича турларни ташкил қилишда одатда энг юқори даражали хизматлар жалб қилинади: 5 юлдузли хашаматли меҳмонхоналар, биринчи класс ва бизнес авиация самалётларида учиш, хашаматли ресторанларда овқатланиш, алоҳида транспорт люкс класс машиналарида, алоҳида гид хизматлари ва ҳ.к. Бундай турлар VIP-хизмат кўрсатиш туркуми (разряди) бўйича тақдим этилади.

МАЛАКАВИЙ ИШ ТУРИЗМИ. Туризмнинг мазкур турига иш мақсадлари билан сафарлар киради. Ҳозирги замонавий тараққий этган жамиятда ҳаёт халқаро алоқаларни боғлаш заруриятини чиқармоқда. Сўнги йилларда ишчан соҳа вакилларининг, тадбиркорларнинг ташрифлари оммавий тус олмақда.

МАРОСИМ ТУРИЗМИ – (ritual tour) одатда қариндошларнинг қабрлари ёки жангларда вафот этганлар дафин этилган жойларга уюштирилади. Қариндошлар ёки яқинлар қабрлари ва мақбараларини зиёрат қилиш маросим туризмнинг асосини ташкил этади.

МЕҲМОНХОНА-АПАРТАМЕНТ (АПАРТ-ОТЕЛ)- Сифими бўйича кичик ёки ўрта ўлчамли (400 ўрингача) йирик шаҳарнинг доимий бўлмаган

аҳолиси учун хосдир. Вақтинчалик турар жой сифатида кўп йилларда ўз-ўзига хизмат кўрсатишдан фойдаланиладиган квартира (ижара) типидан ташкил топади. Меҳмонхонани мазкур типидан нархлар қоидага кўра жойлашув муддатига боғлиқ равишда (турланиб) туради. Узоқ муддатга тўхтаб ўтувчи оилавий туристлар, бизнесменлар ва ижарачиларга хизмат кўрсатади.

МЕҲМОНХОНА-ҲОВЛИ- Отеллардан сиғими, хизмат кўрсатиши, содда стандартлиги билан ажралиб турувчи корхона, учрашувлар ва меҳмонлар ташрифи учун қатор жамоа хоналарини мавжуд эмаслиги билан ажралиб туради. Меҳмонхона-ҳовли таркиби (структураси)да ресторан ёки барни мавжуд бўлиши мажбурийдир.

МОТЕЛ-Шаҳар ташқарисида, шаҳар бўйида, магистрал йўл ёқаларида жойлашган оддий бир ёки икки қаватли бинолар. Бу кичик ёки ўрта корхоналардир (400 ўрингача). Кам сонли ходимларни ўрта даражали хизмат кўрсатиши ҳарактерлидир. Мижозлари бўлиб ҳаваскор автотуризмга урғу берилган турли категориядаги туристлар ҳисобланади.

ОТЕЛ-ГАРНИ- Мижозларга чекланган миқдордаги хизматларни: жойлашув ва континентал нонуштани тақдим этувчи корхоналар.

ОТЕЛ-ЛЮКС- Ўз сиғими бўйича меҳмонхонани мазкур типи кичик ёки ўрта корхоналар сафига киради. Одатда шаҳар марказида жойлашади. Яхшигина таълим олган персонал-ходим конференция, хизмат учрашувлари иштирокчилари бизнесменлар бўлиб ҳисобланган талабчан мижозларга сервисни жуда юқори даражасини таъминлайди. Барча мумкин бўлган хизмат турларини ўз ичига олувчи номерларни нархлари анча қиммат туради.

ОТЕЛ-КУРОРТ- Ўз сиғими бўйича меҳмондорчиликни тўлиқ хизматлар тўпламини таклиф этиш билан ажралиб турадиган корхона. Бундан ташқари, бу ерда парҳез таомлар ва маҳсус тиббий хизмат кўрсатиш комплексини олиш мумкин. Курорт минтақаларида жойлашади.

ПАНСИОН - бу уч марталик овқатланишдир. Қимматбаҳо хизмат кўрсатиш вариантларида бутун кун давомида ва хаттоки тунда исталган вақтда ва исталган миқдорда овқатланиш ҳамда ичимликлар (спиртли ичимликларни ҳам қўшиб ҳисоблаганда) ичиш имконияти назарда тутилиши мумкин.

ПИЁДА – (walking or hiking tour) – туристлик йўналишлари. Traking tour - пиёда йўналиш ёки сайр қилиш туризмидир. Одатда йўналишнинг узунлиги 2–6 км.дан хаттоки 20-50 км.гача чўзилиши мумкин.

РЕКРЕАЦИОН ТУРИЗМ – дам олиш мақсадидаги туризм бўлиб, қатор давлатлар учун туризмнинг оммавий шакли бўлиб ҳисобланади. Испанияга, Италияга, Францияга, Австрияга чет эл туристларини ташрифи аввало мана шу мақсадни кўзда тутди.

РОТЕЛ- Тунаш учун мўлжалланган креслолар жойлаштирилган бир ёки икки ўринли вагонлардан ташкил толувчи ҳаракатланадиган меҳмонхонадир. Хожатхона, ошхона, музлатгич ва кейиниш учун мўлжалланган хоналар мавжуд.

САРГУЗАШТЛИ ТУРИЗМ – ўзига хос тарзда дам олишни бир тури бўлиб, туристларни нафақатгина улар учун жалб қилувчи жойлар билан таъминлаш, балки ғалати, ғайритабiiй фаолият тури билан шуғулланишга жалб қилади.

САФАРИ SAFARY TOUR- кўриқхонага ҳайвонларни томоша қилиш учун сайр, овчилик, балиқ ови мақсадидаги саёҳат, фотоовчилик, Кения ёки ЖАР кўриқхоналарига сайр, табиатда ажойиб ҳайвонларни эркин ҳолда кўриш мақсадидаги сайрлар.

СЕРТИФИКАТЛАШ – бу аҳоли саломатлигини ва хавфсизлигини таъминлаш мақсадида тайёрланган корхона маҳсулотлари ёки хизматлари сифатини тартибга солиш жараёнидир. Туризм ва меҳмонхона хизматлари сертификатлашда мажбурий ҳисобланади.

СОҒЛОМЛАШТИРУВЧИ ДАМ ОЛИШ ТУРИЗМИ ўта шахсий индивидуал характер касб этади. Лекин кўпгина ҳолатларда, кира ҳақиға чегирмалар олиш мақсадида ҳамкорлик учун туристлар бирлашадилар. Туризмни бошқа турларига нисбатан даволаниш учун турлар одатдаги муддатлардан кўпроқ бўлиб 24-28 кунни ташкил этади.

СОҒИНИШ, ҚЎМСАШ ТУРИЗМИ. Туризмни мазкур тури қариндошлариникига, туғилган жойларга ва яқинлариникига ташриф қилиш эҳтиёжига асосланган ва халқаро туристлик алмашувда муҳим ўринни эгаллайди.

СУВДА САЁҲАТ ҚИЛИШ МАРШРУТЛАРИ – (water tour) шулардан энг кўп тарқалгани сув сайёҳлиги - boat tour - қайиқларнинг ҳар - хил турларида, яхталарда, пороход-кемаларда сайр қилиб, дам олишни ўз ичига олади.

ТАНИШУВ (ЭКСКУРСИОН) ТУРИЗМ. Туризмни бу тури ўз ичига танишув (билиш, кўриш ва эшитиш) мақсадлари билан боғлиқ ташриф ва саёҳатларни ўз ичига олади.

ТАШКИЛ ЭТИЛГАН ТУРИЗМ – бу тур ташкилотлар томонидан ташкил этилаган алоҳида шахсларни ёки бир гуруҳ туристларнинг саёҳатидир. Ташкил этилган туристлар, туристлар йўлланмасини ҳарид қилиш йўли билан саёҳат ҳуқуқини қўлга киритадилар.

ТЕМИРЙЎЛ ТУРИСТЛИК МАРШРУТИ – (rail adventure tour) – бунда туристлар сафар давомида кўпгина жой ва минтақалар билан танишадилар, бу даврда улар вагонларнинг жуда ҳам қулай купеларида яшайдилар, кўчиб юривчи ресторанларда овқатланадилар.

«ТУНАШ ВА НОНУШТА» ХИЛИДАГИ ХУСУСИЙ МЕҲМОНХОНА- АҚШда кенг тарқалган. Бу меҳмонхона кичик (баъзида ўрта) сифимли. Шаҳар атрофида ёки қишлоқ жойларда жойлашган. Хизмат кўрсатишга, қоидага кўра, нонушта ва уй шароитидаги енгил тамадди киради. Мижозлари бўлиб уй шароитига интиладиган тижоратчилар ва йўналишдаги туристлар ҳисобланади.

ТУР - муайян йўналиш бўйича туристик хизматлар мажмуи (жой бандлаш, жойлаштириш, овқатлантириш, транспорт, рекреация, экскурсия хизматлари ва бошқа хизматлар) билан таъминланган аниқ муддатлардаги туристик саёҳат.

ТУРИЗМНИНГ ПАССИВ ТУРИГА туристлик сайёҳликнинг тинчроқ ва кам куч сарф қилинадиган, жисмоний зуриқишга хос бўлмаган тури киради.

ТУРИЗМ СТРАТЕГИЯСИ туризмни ривожлантириш ва қайта ташкиллаштириш соҳасидаги давлат фаолиятини белгилайди. Бу фаолият

аввало амалга ошириш учун вақт ва каттагина молиявий ресурсларни талаб этувчи мақсадли дастурлар ва ривожланишнинг умумий концепциясини ишлаб чиқишга қаратилган.

ТУРИСТИК АГЕНТЛИК- хориж ёки мамлакат ичида туристик сафарларга тайёргарлик кўришда маълум ишларини бажарадиган ташкилот.

ТУРИСТЛИК КЛАСС 2-3 юлдузли меҳмонхоналарда жойлаштиришни доимо авиарейсларнинг иқтисод классларида учини, швед столи бўйича овқатланишни, гуруҳли трансфертни назарда тутувчи энг оммалашган хизмат кўрсатиш туридир.

ТУРТЎПЛАМ (турпакет) – истеъмолчиларга гуруҳли ёки индивидуал вариантлар бўйича тақдим этиладиган хизматлар тўпламига киради.

ТУРИЗМ ТАКТИКАСИ – бу аниқ шароитларда қўйилган мақсадга эришиш усуллари ва аниқ чора тадбирлардир (масалан, халқаро туризм фаолиятини лицензиялаш тартиби, туризмда нархни шакллантириш, солиққа тортиш ва ҳ.к.). Туризм тактикасининг мақсади мазкур хўжалик вазиятида янада мақбул ечимни танлашдан иборатдир.

ТУРИСТЛИК ТАЛАБ -тўлаш имкониятига эга бўлган аҳолининг турмаҳсулотга бўлган талаби тушинилади. Туристлик талаб амалдаги нарх-наволарда аҳоли томонидан аниқ бир туристлик-экскурсия хизматларини сотиб олиши билан белгиланади

ТУРИЗМДА ТАКЛИФ-бозордаги талабга мувофиқ вужудга келади, яъни турист учун унинг дам олиши ва саёхати жараёнида лозим бўлган турли хилдаги хизматлар шулар жумласига киради. Таклифлар-бу маҳсулот ишлаб чиқарувчининг бозорга талаб қилинадиган аниқ маҳсулотни етказиб бериш учун идеал тайёргарлик ва аниқ имкониятга эга бўлиши тушунилади.

ФЛАЙТЕЛ- АгрOMEҳмонхона ёки «учувчи отел». Фавқулодда қиммат ва меҳмонхонани камёб тури ҳисобланади. Қўниш майдончаси ва метеорологик хизмат алоқалари билан жиҳозланган.

ФЛОТЕЛ- Кўп ҳолларда «сувдаги курорт» деб номланувчи катта меҳмонхона. Туристларга кенг турдаги хизматларни тақдим этувчи шинам номерлар: бассейн, сув чанғилари, балиқ овлаш учун шароит яратадиган, сув остида сузиш, сув ости ови, тренажер заллари, конференция ва конгресслар учун заллар, кутубхона, турли-туман таъминотлар (телефон, телефакс, телетайн, телевизор, ва ҳ.к.).

FAMILIARIZATION TRIP ЁКИ FAMTRIP, яъни таништирувчи, реклама сафари. Маршрутни қайтадан батафсил ишлаш ва унинг шартлари билан танишиш учун рекламали саёхатларга асосан турли дилерлар ва туроператорлар ёки туристлик агентликлар ишчилари боришадилар. Улар бутун маршрутни тўлалигича босиб ўтишади ва яшаш шароитларини, экскурсия дастурларини, овқатланиш асосини, трансферни, маданий ва кўнгил очар дастурларни аниқлашадилар.

ХАЛҚАРО ТУРИЗМ –вақтинчалик келган жойида фаолияти тўланмайдиган, доимий яшайдиган мамлакат чегарасидан ташқарига туристлик мақсадларда сафар қилиши.

ЧИҚУВЧИ ТУРИЗМ – бир мамлакат ҳудудида доимий яшовчи шахсни бошқа мамлакатга фаолияти тўланмайдиган саёхати, ташрифи.

ШАХСИЙ ЁКИ ИЖАРАДАГИ АВТОМОБИЛЛАРДАГИ ТУРИЗМ (self drive itineraries) ўз машинасидан ажралмаган ҳолда саёҳат қиладиган туристлар гуруҳи ҳам мавжуд. Улар бир қанча транзит визалар олиб, мураккаб маршрутлар бўйлаб бир неча мамлакатларни кесиб ўтишади, айрим вақтларда улар машиналари орқасида кўчиб юрувчи уйларни судраб юрадилар, унда улар таом тайёрлашадилар, овқатланишадилар ва тунашадилар.

ШОП-ТУРЛАР Россия ва СНГ давлатлари учун хосдир. Хорижга ташрифнинг асосий мақсади бўлиб, олиб яна қайта сотиш учун халқ истеъмоли товарларини харид қилиш ҳисобланади (пойафзал, трикотаж ва бошқа товарлар – Туркияда, Италия, Португалия, Сурияда; ёзги тўқима кийимлар – Индонезияда; пустинлар – Греция ва Аргентинада; мебел – Полша ва Италияда; теле-радио маҳсулотлар БАА да; автомашиналар Германияда, Швецияда, Финландияда, Галландияда).

ЭКЗОТИКА (ҒАЛАТИ, АЖИБ) ТУРИЗМИ. Кейинги йилларда ўзининг ажиблиги билан таажубланарли турлар пайдо бўла бошлади. Булар қаторига кўйидагиларни киритса бўлади: «Манос тревел» номли грек турфирмаси Ойга саёҳатни режалаштиради.

ЭКОТУРИЗМ атроф муҳитни сақлашда иқтисодий раҳбатлантириш учун шароит яратади. «Экотуризм» тушунчаси саёҳатларни жуда кенг қирраларини қамраб олади, яъни, ўқувчилар учун унча катта бўлмаган танишув турларидан тортиб, то миллий парклар ва кўрикхоналарларга узлуксиз туристлик саёҳатларни қамраб олади.

ЯРИМ ПАНСИОНДА (икки марта овқатланиш) эрталабки нонушта ва тушлик ёки кечки овқат назарда тутилган бўлади.

ЎРГАНУВЧИ ТУРИЗМ - CONNOISSCUR TOUR. Туризм марказларига бирор нарса ўрганиш учун боришдан иборат. Булар дунёга машҳур Нью-Йорк (ҳар йили 32 млн турист бу ерга ўрганиш мақсадида боришади), Париж, Мадрид, Рим, Петербург, Қоҳира, Сингапур, Гонгконг, Рио-де-Жанеро ва шу каби шаҳарлардир. Туристларнинг қизиқиш объекти бўлиб қадимги жойлар, музейлар, ҳайкаллар, шаҳарларнинг чиройли ландшафтлари хизмат қилади.

ЎРТА (КЛАСС) БЎҒИНЛИ МЕҲМОНХОНА- Ўз сиғими бўйича отелдан катта (400-200 ўринли) шаҳар марказида ёки шаҳар атрофида жойлашган. Етарли даражада кенг хизматлар турини тақдим этади, улардаги нархлар у жойлашган минтақа даражасига тенг ёки ундан бир мунча юқорироқ бўлиши мумкин. Бизнесменлар, хусусий туристлар, конгресс, конференция иштирокчиларни ва ҳақозоларни қабул қилиши мумкин.

ҚИШЛОҚ ТУРИЗМИ - FARM TOUR, RURAL TOUR. Дам олиш вақти ҳар қандай шаҳарлик учун қишлоқдами ёки дала ховлидами жуда ҳам мароқлидир. Бу ҳаёт талаби бўлиб, доимо дала ховлиларини ёки бошқа жойларни кўп йиллар давомида синалган ва текширилган жойларда дам олиш учун ижарага олинади

ҚУМСАШ ТУРИЗМИ – бу асосан қариндош ёки дўстларини зиёрат қилишга мўлжалланган бўлиб, ўз мамлакатларидан айрим сабабларга кўра кўчиб кетган кишилар билан боғлиқ.

ҲАВО ОРҚАЛИ ТАШИШ ТУРИЗМИ. Ташишнинг каттагина қисмини ҳаво орқали ташишлар ташкил этиб, улар узоқ масофаларга ташишга асосий эътиборни қаратади. Бундан ташқари қитъалараро, океанлар орқали ташиш ҳам киради. Йўловчиларни ташишга мўлжалланган юқори тезликка эга ва хавфсиз ҳаво лайнерларининг яратилиши билан туристларни қитъалараро ташиш ошиб кетди. Туристларни ташишда мавжуд маршрутлар билан бир қаторда «чартер» йўналишлари ҳам амалга оширилади.

ҲАЙВОНЛАР БИЛАН ҲАРАКАТЛАНАДИГАИ МАРШРУТЛАР (фил, туя, эшак, от, итларда). Horse riding tour - от билан сайр қилиш туристлик маршрути кенг тарқалган. Туристлар техника воситалари билан бориш қийин бўлган табиатнинг диққатга сазовор жойларига ана шу воситалар ёрдамида боришлари мумкин.

**10.«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари»
фанидан реферат мавзулари:**

1. Хизмат кўрсатиш соҳасининг иқтисодиётдаги ўрни
2. Туризмнинг мазмуни ва моҳияти.
3. Туризмда хизматларнинг асосий тушунчалари.
4. Туризмда операторлик хизматини ўрни.
5. Ўзбекистон Республикасининг туристик-экскурсион ресурслари
6. Ўзбекистон Республикасида туризмнинг ҳўқуқий асослари.
7. Операторлик хизматлари бизнеси, унинг хусусиятлари.
8. Операторлик хизматларини ривожлантиришнинг замонавий тенденциялари.
9. Туризмда операторлик фирмаларнинг функциялари.
10. Туризм операторлик хизматларини кўрсатиш технологияси.
11. Туристларни қабул қилиш ва жўнатишни ташкил қилиш.
12. Туристларга суғурта хизматларини кўрсатиш.
13. Туристларни овқатлантириш ва маиший хизмат кўрсатишни ташкил қилиш.
14. Хорижий туристларга виза ва транспорт хизматларини ташкил этиш.
15. Туризм операторлик фирмаларда меҳнатни ташкил қилиш.
16. Туристик хизматлар сифатини бошқариш.
17. Туризм операторлик фаолиятида шартнома муносабатларини ташкил қилиш.

11.АХБОРОТ – УСЛУБИЙ ТАЪМИНОТ

Асосий адабиётлар:

1. Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида»ги қонун // «Халқ сўзи» газетаси, 1999 й 14 сентябр
2. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Туризм фаолиятини лицензиялаш тўғрисидаги низомни тасдиқлаш ҳақида»ги Қарори. // «Халқ сўзи» газетаси, 2003 й 12 ноябр
3. «2006-2010 йилларда Ўзбекистон Республикасида хизматлар соҳаси ва сервисни жадал ривожлантириш ҳақида» Ўзбекистон Республикаси Президентининг қарори. 2006 й.
4. И. Каримов Ўзбекистон XXI асрга интилмоқда. :Ўзбекистон, 1999г.
5. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 256 с.
6. Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 192 с.
7. Дурович А.П., Бондаренко Г.А., Сергеева Т.М.и др. Организация туризма. Учеб, пособие. Мн: Новое знание, 2005.
8. Квартальнов В.А. Теория и практика туризма. Учебник—М: Финансы и статистика, 2003
9. Тухлиев И.С. ва бошқалар. Туризм асослари. Ўқув қўлланма - Самарқанд, СамИСИ, 2010- 247 б.
10. Тухлиев И.С., Қудратов Ғ.Ҳ., Пардаев М.Қ. Туризмни режалаштириш. Тошкент – «ИҚТИСОД - МОЛИЯ» 2010 – 264 б.
11. Tuxliyev I.S., A.B.Bektemirov, Z.I.Usmanova. Turizmnda strategik marketing Samarqand 2010 y.- 136 b.
12. Комилова Ф.Қ. Халқаро туризм бозори. Ўқув қўлланма. Т.:ТДИУ,2006.191 б.
13. Axmedov X.I, Allabergenov A.A. Turizm faoliyatini tashkil etish. Toshkent, 2004

Қўшимча адабиётлар

1. Қудратов Ғ.Ҳ, Тухлиев И.С. Туризм иқтисодиёти. Қўлланма. СамИСИ –2007.
2. Юреев А.П. Планирование туризма. Учебное пособие. Донецк 2003 г
3. Рябовой И.А., Забаев Ю.В., Драчевой Е.Л. Экономика и организация туризма. Учебного пособие. М.: «Кнорус» 2006.
4. Квартальнов В.А. Экономика туризма. Учебник. М.; «Финансы и статистика» 2001
5. Полков Ю.В. Введение в гостиничный и туристический бизнес. Учебник – Ростов н/Д: «Феникс», 2004.
6. Бгатов А.П. Туристские формальности. «Академия». М. 2004
7. Кабушкин Н.Н. «Менеджмент туризма» -М.: Новая жизнь, 1999 г.
8. Тухлиев Н. Экономика большого туризма. Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси. 2001.

Интернет сайтлари:

1. www.lex.uz
2. www.stat.uz
3. www.tourism.uz/
4. www.tour.uz/
5. www.tours.ru/country/uz/
6. www.ref.uz.

13. Ўқув материаллари

Тухлиев И.С., Ибодуллаев Н.Э.



ТУРИЗМ ОПЕРАТОРЛИК ХИЗМАТИНИ ТАШКИЛЛАШТИРИШНИНГ АСОСЛАРИ



**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА МАХСУС
ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

**«Халқаро туризм ва туризм сервиси»
кафедраси**

Тухлиев И.С., Ибодуллаев Н.Э.

***«Туризм операторлик хизматини
ташкиллаштиришининг асослари»
фанидан ўқув қўлланма***

САМАРҚАНД – 2011

Тухлиев И.С., Ибодуллаев Н.Э. Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари (Ўқув қўлланма). Самарқанд, СамИСИ, 2011 – 192 б.

Ўқув қўлланма туризмда операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг мазмуни ва моҳиятини ўрганишга бағишланган бўлиб, унда туроператорлик фаолиятининг туризм бозорида тутган ўрни, турмаҳсулотни ишлаб чиқиш ва сотиш жараёнини ташкил этиш хусусиятлари ҳар жиҳатдан ўрганишга бағишланган.

Қўлланма олий ўқув юртлари «Туризм операторлик хизматини ташкиллаштириш», «Туризм ва меҳмонхона хўжалиги сервиси», «Туризм (фаолият турлари бўйича)» каби таълим йўналишларида таҳсил олаётган талабаларга мўлжалланган. Ундан туризм бўйича касб-ҳунар коллежлари ўқитувчилари ва туризм соҳасида фаолият кўрсатаётган мутахассислар ҳам фойдаланиши мумкин.

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти Ўқув – услубий кенгашининг
2011 йил _____ № – сон мажлисида кўриб чиқилди
ва нашр этишга тавсия қилинди

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2011 йил.

Мундарижа:

	Кириш.....	5
1-Мавзу.	Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари фанининг мақсади ва вазифалари. Туроператор тушунчаси.....	6
2-Мавзу.	Туризм хизмат бозорида туроператорлик фаолиятининг асосий функциялари.....	14
3 -Мавзу.	Туризм бозори тушунчаси ва вазифалари.....	21
4 -Мавзу.	Туризмда хизматлар ва уларнинг хусусиятлари.....	32
5 -Мавзу.	Туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш.....	42
6 -Мавзу.	Туризмда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматлари.....	54
7 -Мавзу.	Транспорт хизматини ташкил этиш.....	64
8 -Мавзу.	Туристик маршрутларни ишлаб чиқиш.....	73
9-Мавзу.	Турларни шакллантириш ва ташкил этиш.....	81
10-Мавзу.	Туроператорнинг халқаро турларни ташкил этиш хусусиятлари.....	92
11-Мавзу.	Туроператорлик хизматларида туристлар хавфсизлигини таъминлаш.....	104
12-Мавзу.	Туроператорлик хизматларини ташкил этишда ахборот технологиялари.....	117
13-Мавзу.	Туристик маҳсулотларни сотишнинг асосий шакллари.....	130
14-Мавзу.	Туристик маҳсулотларни реклама қилиш.....	151
15-Мавзу.	Туристик маҳсулотларни сотилишида қизиқтириш ва тарғиб қилиш ишлари.....	156
16-Мавзу.	Хизмат етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш.....	162
17-Мавзу.	Туроператор каталоги ва турли кўргазмаларга қатнашиш....	175
	Фойдаланилган адабиётлар.....	191
	Иловалар.....	193

КИРИШ

Мамлакатнинг ижтимоий – иқтисодий ривожланишида аҳолига хизмат кўрсатувчи соҳаларнинг ўрни ва роли ғоят сезиларли бўлиб, бунда туризмнинг аҳамияти бошқа хизмат кўрсатиш соҳаларига қараганда юқори суръатлар даражасида ривожланиши билан белгиланади. Шунинг учун ҳам кейинги йилларда Ўзбекистонда туризми ривожлантириш билан боғлиқ бўлган масалаларга катта эътибор берилиб, унинг туристик салоҳиятидан самарали фойдаланиш йўллари шаклланимоқда.

Буни шундан ҳам англаш мумкинки, кейинги йилларда уни ривожлантириш ва такомиллаштиришга қаратилган Ўзбекистон Республикаси Президенти ва Ҳукуматининг бир қанча фармон ва қарорлари, вилоятларда эса унинг ижросини таъминлашга бағишланган қарорлари қабул қилинди. Булар жумласига «Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги қарорини киритиш мумкин. Ушбу қарор билан хизмат кўрсатиш, сервис ва туризм соҳасини ривожлантиришнинг мамлакатимиз ва ҳудудлар бўйича аниқ дастурлари ҳам тасдиқланган. Булардан ҳам кўриниб турибдики, ушбу соҳада фаолият юритадиган субъектлар сони кескин ўсади, улар кўрсатадиган хизматларнинг сифати эса замон талабига мос равишда ошади.

Маълумки, туристик хизмат кўрсатиш ва ташкил этишда туроператорлик хизматлари асосий ўринда туради. "Туризм тўғрисида"ги қонун бўйича ўз туристик маҳсулотини шакллантирадиган ва унга ўз йўлланмасини чиқарадиган туристик ташкилотгина туроператор ҳисобланади. Ҳозирги кунда туризм соҳаси бўйича мутахассисларни талаб даражасида тайёрлаш муҳим масаладир. Шунга кўра республикамызда мазкур соҳани ривожлантириш мақсадида 2004 йилдан бошлаб Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтида «5810600 - Туризм операторлик хизматини ташкиллаштириш» таълим йўналиши очилди.

Мазкур таълим йўналишининг ўқув режасига «Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани киритилган бўлиб, мазкур фанда туроператорлик фаолиятининг асосий мазмуни ўргатилади. Мазкур яратилган ўқув қўлланма биринчи галда туризм йўналишларида таҳсил олаётган талабаларга мўлжалланган бўлиб, бу фан бўйича ўзбек тилида яратилган биринчи адабиётлардан ҳисобланади.

I.Мавзу. Туризм операторлик хизмати ташкиллаштиришнинг асослари фанининг мақсади ва вазифалари. Туроператор тушунчаси

Режа:

- 1.1. Фаннинг предмети, объекти. Туроператорлик тушунчаси.
- 1.2. Туроператор туризм бозорининг субъекти сифатида.

1.1. Фаннинг предмети, объекти. Туроператорлик тушунчаси.

Чакана агентлар билан бир қаторда товар ўтказиш каналида улгуржичилар ҳам муҳим рол ўйнайди. Бу тижорий воситачилик корхоналари товарлар (хизматлар)ни сотиб олиш ва уларни чакана савдо тармоқлари орқали сотиш билан шуғулланади. Туризм соҳасида кўпроқ улгуржи сотувчи туроператор ҳисобланади. Унга туристик хизматлар бозорини шакллантиришда алоҳида ўрин ажратилади.

Туроператорлар фаолияти бош йўналиши оммавий истеъмол талабларига мўлжалланган туристик маҳсулотлар ишлаб чиқаришга қаратилган. Улгуржичилар серияли хизматларни йиғиб комплекташди. Уларни сафар маршрутларини стандартлаш, дастурлар ва комплекс хизмат кўрсатиш йўли билан туристларга ягона пакетда (пэкиж-турлар) сотадилар. Бу эса уларга бозорга рақобатбардош таклифлар билан чиқишга имкон беради.

Туроператорлар томонидан ташкил қилинган хизмат кўрсатиш турлари узоқ йиллар давомида сезиларли ўзгаришларга дуч келди. Хизмат тўпламлари улар томонига камаётган пэкидж – турлар эволюцияси руй бераяпти. Бир томондан туристик фирмаларни бу қисқартиришга ўткир рақобат мажбур этаяпти. Мижоз учун курашда ҳар бир туроператор жалб қиладиган нархларни белгилашга интилади. У пакетдан айрим хизматларни чиқариб ташлайди. Бу билан арзон сафар тасаввурини уйғотади. Масалан, кўпчилик фирмалар ўзлари сотаётган сафарларда фақат маршрут бўйича жойдан-жойга олиб бориш ва аэропортдан (вокзалдан) меҳмонхонага ва яна орқага трансферни сақлайди. Бошқа хизматлар (овқатланиш, экскурсия, бағажни олиб бориб бериш ва бошқ.) ни туристлар сафар чоғига қўшимча пул тўлаш орқали олишади. Натижада саёҳатчиларнинг асосий ва қўшимча хизматларга харажатлари 60 га 40 нисбатга келади. Бундай пропорцияга турган гап туризм инфрструктураси юксак ривожланган шароитда (кофе, барлар, аттракционлар, казино ва бошқ.) гина эришилади.

Туроператор хизматлар етказиб берувчилар билан шартномалар бўйича ва туристлар эҳтиёжларига мос равишда турлар комплектацияси билан шуғулланадиган туристик фирма(ташкилот)дир. Туроператор - бу туристик пакет ишлаб чиқарувчидир. У туристик йўналишлар ишлаб чиқиш ва турлар комплектацияси билан шуғулланади, уларнинг амал қилишини таъминлайди, рекламани ташкил қиладди, бу йўналишлар бўйича нархларни ҳисоблайди, турларни тўғридан-тўғри ёки туристик агентликлар воситасида туристларга сотадилар.

Туроператор туристларни турли туристик хизматлардан танлаш имконини таъминлаб беради ва бир вақтнинг ўзида бошқа шаҳар ва жойларда хизмат кўрсатишга буюртма бериш вазифасини ўз зиммасига олиб осонлаштиради.

Туроператорлар туризм индустриясида махсус ролни бажарадилар. Улар турмахсулотларни (жойларни-самолётда, номерларни-меҳмонхонада) сотиб оладилар, туристик хизматлар пакетини шакллантирадилар ва фойда олиш мақсадида турли тўғри ёки билвосита фойдаланувчиларга (туристларга) сотадилар. Туроператор туристик хизматларни алоҳида ҳам сотиши мумкин. Бу ё фойда олиш, ёки зарурият юзасидан қилинади. Масалан, имтиёзли нархларда сотиб олинган самолётдаги жойлар сонини тўлдириш учун у чипталарни ҳам сотиши мумкин ва бунда у воситачи сифатида келади.

Биринчи ҳолда, яъни, туроператор пакет шакллантираётганда у турмахсулотлар ишлаб чиқарувчиси сифатида фаолият юритади. Иккинчи ҳолда, яъни, туроператор хизматларини алоҳида сотаётганда туристик хизматларнинг улгуржи дилерига айланади. Бу ҳолат туроператор ишлаб чиқарувчидан туристик пакетни шакллантириш учун керагидан ортиқча туристик хизматлар сотиб олганда бўлиши мумкин. Бундан ташқари, ҳозирда оммавий (кўп) сотиб олгани учун меҳмонхоналар ва хизматлар етказиб берувчилар орасида тегишли имтиёзларга эга бўлган махсуслашган улгуржи туроператорлари мавжуд. Туроператорнинг яна бир аҳамиятли жиҳати шундаки, у туристлар учун иқтисодий қулай бўлган туристик пакетларни шакллантириш учун оладиган хизматларининг нархи ўзгаришидан кафолатлана олиш қobiliятига эга. Улгуржи туроператор нархлари ҳар доим меҳмонхоналар нархларидан арзон бўлади.

Аммо барибир туроператорлар махсулотларнинг кенг кўламининг улгуржи сотувчиси сифатида эмас, балки янги махсулотлар ишлаб чиқарувчи сифатида кўриб чиқиш лозим. Шунда у ҳақиқатга тўғри бўлади, туроператорнинг асосий фаолияти турлар ёки турпакетларни шакллантиришдан иборатдир.

Туроператорлар ва турагентлар ҳамкорлиги ҳар иккала томонга манфаат келтиради. Туроператорда мавжуд тармоқланган контрагентлик тармоғи унга туристик сафарларни сотиш ҳажмини ўстиришга имкон беради, янги бозорга чиқади, жумладан чиқиш туризмнинг провинциал бозорига кириб боради. Бу билан ўз ходимларини таъминлаш харажатларини, ижара биноларини, уларни ускуналарини тежайди. Ўз навбатида турагент сафарларни охирги истеъмолчисига сотиб бергани учун воситачилигига комиссиян мукофат олади. Унинг ҳажми одатда сотилган туристик масхулот баҳосига нисбатан фоиз ҳисобида аниқланади ва 10 % ни ташкил қилади. У кўпайтирилиши ҳам мумкин (масалан, келишилган ҳажмдан кўпроқ туристик хизмат сотилганда). Комиссион мукофат турагентликнинг асосий даромад манбаи бўлиб хизмат қилади.

Туроператор ҳар доим сотиш учун турмахсулот захирасига эга бўлади, турагент бўлса мижоз сотиб олиш истагини билдирган ҳолдагина маълум хизматларни талаб этади.

Бироқ амалиётда баъзан туроператор ва турагент орасидаги фарқни ажратиб бўлмайди, чунки ҳар иккаласи ўхшаш вазифаларни ҳал қилишлари мумкин. Масалан, фирма туроператор сифатида йўналишлар ишлаб чиқиши, туристлар ва бошқа агентликларга сотиши ҳам мумкин. Худди шу вақтда айнан шу туристик ташкилот турагент сифатида бошқа фирмалардан хизматлар сотиб олиши ва туристларга сотиши ҳам мумкин.

Туризм индустриясининг шиддат билан ривожланиши, туризм бозорида рақобатнинг юзага келиши ва кучайиши - ҳаммаси туроператорлар структурасига таъсир кўрсатди ва уларнинг кейинги махсуслашувини қайта аниқлаб берди.

Туроператорлар қуйидагиларга ажратилади:

Фаолият турига кўра:

1. *Оммавий бозор туроператорлари.* Улар оммавий туризм жойларига чартер авиарейслардан фойдаланган ҳолда турпакетлар сотадилар.

2. *Махсуслашган туроператорлар* - бозорнинг маълум сегменти ёки маҳсулотига махсуслашган туроператорлардир. Булар ўз навбатида қуйидагилар бўлиши мумкин:

- махсус қизиқишлар туроператорлари (масалан, спорт-саргузашт туризми, Африкада сафари уюштириш ва бошқалар);
- махсус бориладиган жойлар туроператорлари (масалан, Англия, Франция ва бошқа жойларга сафарлар);
- маълум мижозлар гуруҳи туроператорлари (ёшлар, oilалар, иш одамлари ва бошқалар);
- махсус жойлаштириш жойлари туроператорлари (дам олиш уйлари, турбазалар ва ҳоказо);
- маълум транспорт турларидан фойдаланадиган туроператорлар (теплоход, поезд ва бошқалар).

Фаолият жойига кўра:

1. *Маҳаллий (ички) туроператорлар.* Улар ўзи яшаётган мамлакат чегаралари доирасида йўналишлар билан биргаликда турпакетлар тузадилар.

2. *Чиқиш туроператорлари* турпакетларни хорижий давлатларга йўналтирадилар.

3. *Қабул қилувчи туроператорлар.* Улар туристлар борадиган мамлакатда жойлашган бўлади ва уларга хизмат кўрсатишади.

Бундан ташқари, туроператорларни *Инициатив* ва *Рецептив* туроператорларга ҳам бўлиш қабул қилинган.

Инициатив туроператорлар - булар туристларни қабул қилувчи (Рецептив) операторлар ёки тўғридан-тўғри туристик корхоналар билан шартнома асосида хорижга ёки бошқа регионларга жўнатадиган операторлардир. Бу операторларнинг фақат ўзгалар турларини сотиш билан шуғулланадиган турагентлардан фарқли томони улар БТТ меъёрлари бўйича камида учта хизматлардан (жойлаштириш, туристлар транспортировкаси ва юқоридаги иккитасидан бошқа исталган хизмат тури) ташкил топадиган турмаҳсулот комплектацияси билан шуғулланишади. Классик Инициатив туроператор турли жойлардаги маҳаллий туроператорлар хизматларидан фойдааниб, мураккаб йўналишли турларни шакллантиради, саёҳат

бошланадиган жойга боришни ва у ердан қайтиб келишни таъминлайди. Шу билан биргаликда йўналиш ичида транспорт хизмати кўрсатилишини ташкил этади. Рецептив туроператорлар - қабул қилиш жойида қабул қилувчи ва хизмат етказиб берувчилар билан тўғридан-тўғри шартномалар асосида иш олиб борадиган туроператорлардир.

Реал туризм тадбиркорлигида, кўпинча, туризм бозори учун характерли бўлган вазифаларнинг аралашуви учраб туради. Туристик фирма ўзининг баъзи маҳсулотларига нисбатан ҳам Рецепттив, ҳам Инициатив туроператор, баъзи ҳолларда эса бошқа туроператор томонидан шакллантирилган тайёр турларни сотиш бўйича турагент сифатида ҳам келиши мумкин.

"Туризм тўғрисида"ги Қонун бўйича ўз туристик маҳсулотини шакллантирадиган ва унга ўз йўлланмасини чиқарадиган туристик ташкилотгина туроператор ҳисобланади. Бундай талабларни турфирма бажаради. Йўлланма туристлар билан қилинадиган битимга расмий иловадир (хизмат кўрсатиш жойига кўрсатиладиган асосий ҳужжат - ваучердир).

Рецептив туроператор қабул қилиш учун турларни шакллантириш билан шуғулланади. Инициатив махсуслашган туроператор, қоида бўйича, бир неча пунктларда қабул қилишлардан мужассамлаштириб турларни шакллантиради. Бунга мисол қилиб ижарага олинган махсуслаштирилган транспортдаги транстурлами олиш мумкин.

Туроператор буюртма ёки инклюзив тур бўлиши мумкин бўлган (сотиш чоғида ўзгармайдиган, олдиндан аниқ бўлган хизматлар тўплами) дастурлар пакети, турпакет (пекидж-тур) тузади. Мос равишда биринчиси хизмат кўрсатиш вариантлари билан, иккинчиси - вариантларсиз, хизматлар комплекснинг тўплами билан сотилади. Бу қабул қилиш имкониятлари ва саёҳатлар йўналишига боғлиқ.

1.2.Туроператор туризм бозорининг субъекти сифатида.

Туризм оператори – тижорат мақсади учун туризм маҳсулотини реализациясини, уни таклиф этувчи, тайёрлаш ва режалаштиришда бевосита иштирок этувчи туризм бозорини фаол субъектидир. Бу туроператор фаолияти ёрдамида ваколат имтиёзига эга харидор агентлари номидан туристик хизматларни бир неча муддат илгари харид этиш, бронлаш, ўзлаштириш, турпакетлар ҳозирлаш демакдир. Оператор шундай қилиб, саёҳатни мураккаб тизимини инобатга олган ҳолда уни истеъмолчи билан боғловчи, туризм индустриясидаги суптузилмани ва корхона инфратузилмаси билан бевосита алоқадор, тўғридан-тўғри хизматлар ижрочиси (меҳмонхоналар, ташувчилар, экскурсия фирмалари, суғурта компаниялари, банклар ва б.) мақсадида туристларга самарали хизматларни уюштирувчидир (трансферлар, экскурсия дастурлари ва б.).

Юқоридагилардан келиб чиққан ҳолда ҳар бир туроператорнинг вазифаси келажакдаги саёҳат тадбирини режалаштириш, вақтга уйғунлаштириш, хизмат арзларига муносиб равишда жадвал асосида сайёҳларга сифатли хизмат турини ташкил этишдир. Аниқ режалаштирилган сайёҳлик тадбири ҳеч қачон камчиликлар йўл қўйилмайдиган хизмат турига эҳтиёж сезади. Сайёҳлик

хизматларини обдон режалаштириш малакали ва тажрибали туроператорларни самарали меҳнати туфайли эришилади.

Туризм хизмат бозорида туроператор бир қанча функцияларни бажаради. Жумладан, *нархни шакллантириш* функцияси туроператорлар учун муҳим аҳамиятга эгадир. Ҳар бир туроператорнинг имконияти нархни шаклланишига кўра бир хил эмас. У ўз объектив ва субъектив омилларига эга. Энг аввало бу туроператор ишининг ҳажмига боғлиқ. Доимий равишда туристларни кутиб олиш, кузатиш хизматлари, ўз навбатида хусусий чартер рейсларини ташкил этишни тақозо этади, бундай ҳолат эса пировардида дам олиш марказларида хусусий вакилликларини очиш, меҳмонхона корхоналарига ўз таъсирини ўтказишга олиб келади. Таъкид этилган омиллар туристик хизматларни нархига бевосита таъсир этади. Ўз-ўзидан маълумки, йирик туристик операторлар ҳар қандай шароитда ҳам туризм бозорида баҳоларни белгиланишида корчолонлик ролини ўйнайдилар. Бу бозор сегментларида, VIP – турларда, оммавий ва янги рақобатда, нарх шароитларида яққол намоён бўлади.

Силжитиш функцияси, яъни туризм маҳсулоти туроператорнинг маркетинг фаолиятини белгиловчи муҳим шаклларида бири ҳисобланади. Турлойдигани максимал рентабиллигини таъминлаш учун хусусан, янги ёки модификацияланган туроператор барча маълумотларни ҳар қандай турини ёйилишида манфаат юзасидан киришади (маршрут, трансфер маблағларини таклиф этилиш, жойлаштириш, бўш вақтларни ўтказиш, нарх диапозони таклифи, рекламалар).

Ахборотлаштириш функцияси замонавий туризм операторларидан эҳтимол тутилган далилларни қайта ишлаш, силжитиш, туроператор реализациясида (масалан, саёҳатларни фарқли хусусиятлари, туристик марказлар ва таклиф этилган хордиқ чиқариш, туристик имкониятлари хусусияти, маданият ва маҳаллий аҳолининг вакиллари, ёдгорлик ва муқаддас жойлар, қирим-чиқим ҳужжатларининг расмийлаштириш жараёни ва бошқалар) камнома ёки умуман номаълум хабарлар жараёнида намоён бўлади. Бир бутун кўринишда туристик маълумотларни оммабоплаштириш ёки алоҳида олинган турлари бўйича турбизнес мутахассислари ўртасида кенг тарғибот қилиш мумкин, шунингдек, туризмга бевосита иштирок этувчилар яъни каталог, буклет, реклама воситалари ва истеъмол омилларини расмийлаштирувчи муҳитда инфо саёҳатларни туризм индустрияси ишчилари учун ташкиллаштиришда мослаштириш мақсадга мувофиқдир.

Туроператорнинг *новаторлик функцияси* ҳар қандай тижорат ташкилотини туризм бозорининг ўзгарувчи шароитлардан келиб чиқиб, турмаҳсулотни янги хилларини, модификацияларини ишлаб чиқиш, яратишда тинимсиз изланишлар олиб бориш, туристларни максимал эҳтиёжи талабларини қондириш, агент тармоғида кўпқиррали ўзгаришларга мойил савдо-содиқ ишларини ташкил этишда кўзда ташланади.

Янги турмаҳсулот бозор сегментини эҳтиёжларини ифодалагина қолмасдан, ўз модификациясидан келиб чиққан ҳолда унинг сифатигина туроператорга келажакда шиддатли бозор рақобатида ўз мавқеини сақлаб қолишда асосий танянч нуқта ҳисобланади. Ҳар қандай шароитда операторни мижоз учун кураш ҳам энига ва бўйига кенгайиб бориш манфаати билан

муофיקлашадиган (бир туристик йўналишда саёҳат хилига кўра) туризм тўпламини майдонга чиқаради.

Йирик пул маблағи айланмалари, муҳим аҳамиятга молик ишчилар сонига эга бўлиш, туроператорларни *бюджетни шакллантирувчи функцияларини* бажарилиши учун номутаносибликни юзага келтиради. Бу асосан кам ривожланган давлатларда, иқтисодий тизимлари кам самарага эга мамлакатларда, беқарор банк тизими ҳукм сураётган бир вақтда кучли инвестиция имкониятидан маҳрум минтақаларга хос хусусиятдир. Бир муҳим нуқтаи-назарни диққат эътибордан қочирмаслик зарур, яъни туроператорлар авиякомпаниялар, транспорт ташкилотлари, меҳмонхона индустрияси корхоналари, экскурсия фирмалари, умумий овқатланиш корхоналари, кўнгилочар хизматларни кўрсатувчи ташкилотларни иш билан таъминлайди, келиб-кетувчи туристлар ҳисобидан фойда олишга имконият яратади. Ҳозирги кунда кўпгина минтақаларни ва ҳатто дунё давлатларини туризм соҳасини иқтисодий тизим билан чамбарчас боғлиқ равишда иш юритишга десак муболаға бўлмайди албатта.

Туроператорни *интеграцияловчи функцияси* бевосита ёки билвосита мамлакат ташқи сиёсати, унинг йўналиши, устиворлигини жаҳон миқёсида ташқи сиёсатда белгилашга десак хато қилмаймиз. Нафақат ташқи иқтисодий алоқалар шаклини ўзида мужассамлаштириш балки халқаро туризм маданий, ижтимоий, илмий алмашувлар воситаси ҳамдирки, ўз навбатида бундай ҳолат дипломатик алоқалардан ҳам кучлироқ қувватга эгадир. Бир томондан реципиент мамлакат барқарор сайёҳлар оқими дегани бу валюта тушуми, иш ўринлари, аҳоли бандлигини ўсиши, иқтисодий инфратузилмани ривожланишидан маҳрум бўлиб қолишдан ҳеч бир манфаат топмайди. Иккинчи томондан донор мамлакат ўз фуқороларини четга чиқишига тўсқинлик қилмайди, бу дегани тадбиркорликни барқарор ривожланиши, янги иш ўринларини яратиш, барқарор солиқ тўловлари, мамлакат учун иқтисодий фаолликни йириклаштиришидир. Пировардида қарабсизки икки мамлакат сайёҳлик айирбошлов фаолиятига қўл урган, икки томон ҳам иқтисодий ҳамкорлик ришталарини ҳозир этишганлар.

Юқорида таъкид этилган функцияларидан ташқари яна биттаси постиндустриал иқтисодий тизимига оид давлатлар тавсифига мансубликни ифода этувчи *оператор лоббилек функцияси*дир. Функцияни бундай номланишига кўпроқ сиёсий термин изоҳларини иштироки сабаб бўлган. Туроператорлар ҳақиқатдан ҳам иқтисодиётни ҳоҳлаган гўшасида фаолият юритувчи корхоналарга ўз таъсирини ўтказиш имкониятига эга бўлдилар. Ушбу корхоналарни ишлаб чиқариш йўналиши бўйича туроператор лоббиси таъминотчи – корхона яъни туристик хизматларни таклиф этувчилардир.

Туроператорларнинг қарорлари ва иродаси нафақат авиякомпанияларни фаолиятида, балки авияқурувчи концернлар ва келажакдаги фрахт хизматини кўрсатувчи кучлар учун ҳам ҳал қилувчи аҳамиятга эга. Аналогик вазиятга автотранспортлар ва темир йўл корхоналари фаолияти таалуклидир. Ҳақиқатни айтиш керакки туроператор лоббилари фақат постиндустриал иқтисодиётга хос, юқори даромадли турист потенциалини мужассамлаштирган, юқори даражадаги рақобатни тақозо этувчи тизимга хос ва мосдир.

Шундай қилиб, туроператор замонавий дунёда кўпгина инфра ва суптузилмали туристик индустрия корхоналарига потинциал мижозлар таклиф этишда кафолат рамзига айланди, бу ўз навбатида уни ҳақиқий куч салоҳиятини кулга киритишга олиб келдики, охир оқибатда у функцияланган тобе корхоналаргагина ўз таъсирини ўтказиб қолмасдан, бошқа соҳаларда ҳам ўз устиворлик томонларини намоён эта бошлади.

Мамлакат ва минтақаларда туристларнинг тутган ўрни, иқтисодий тизимга таъсирини кенг тус ола бошлаганидан туооператорлар хусусида дунё давлатлари ўртасида ўзаро риоя этиладиган тартиблар ишлаб чиқилган. Биринчи ўринда туроперейтингга оид фаолият учун рухсатнома, давлат органини аниқлаш рухсатнома ваколатлари талаб этилади. Талаб этиладиган рухсатномани (лицензия) давлат қонунчилигига муофиқ ва маҳаллий шароитлардан келиб чиқиб уч гуруҳга бўлиш мумкин:

-мустақил фаолият юритувчи ҳуқуқини берувчи туроператор рухсатномасини (лицензияни) юридик шахс сифатида қонуний шаклланганлигини тасдиқловчи ҳужжатлар тақдимоти, энг аввало юридик шахсларни таъсисчилари ҳақида маълумот, унинг ташкилий-ҳуқуқий шакли, устав капиталини ўлчами, иштирокчи фирмасининг мулки тўғрисида маълумот;

-туризм соҳасида тажрибага эга бўлган ишчилар гуруҳининг, штатларнинг мавжудлиги ёки маълумоти муофиқ келадиган, яъни келажакда сифатли туроператор хизматлари кўрсата олиш мумкинлиги исботловчи ҳолатларни талаб этилиши;

- келажакда туроператорлик фаолияти истиқболлари учун шартномалар (юк ташувчилар, бошқа туроператорлар билан шартнома муносабатлари) мавжудлиги.

Туроператор таваккалчилик даражасини ҳисобга олиб оператор иши билан боғлиқ юк ташувчилар, консуллик хизматлари, форс-мжор ҳолатлари ва туристлар ҳуқуқларини бузилиши эҳтимоллари, уларга маънавий зарар етказишларни ҳисобга олиб жаҳон туроператор рейтинги томонидан туроператорлар учун молиявий кафолатлар ишлаб чиқилган. Бу пул кўринишида банка депозит сифатида қўйилади, у албатта маълум сумма қиймати ифодалайди. Бу чора туризм бозорида кичик ва ўрта даражали туроператорларни фаолиятини қисқариш ва чекланишга олиб келдиким, бу ўз ўрнида йирик туроператорларга рақобатда енгиллик ҳосил қилади. Молиявий кафолат нақдлиги туроператор учун кутилмаган муаммоларни бартараф этишда имконият яратади, туристлар ҳуқуқларини ҳимоясини кафолатлайди.

Таянч сўз ва иборалар: Туроператор, туроператорлик фаолияти, турпакет, турагент, оммавий бозор туроператорлари, махсуслашган туроператорлар, инициатив туроператорлар, рецептив туроператорлар.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Туризм бозорида туроперейтинг бизнесининг юзага келиши нима билан боғлиқ?
2. Туроператор деганда нимани тушунаси?
3. Турагент ва туроператор орасидаги асосий фарқ нимадан иборат?
4. Туризм фаолиятларининг қандай кўринишлари сизга маълум?
5. Инициатив ва Рецептив туристик фаолият деганда нимани тушунаси?

II.Мавзу. Туризм хизмат бозорида туроператорлик фаолиятининг асосий функциялари

Режа:

2.1.Туроператорнинг асосий функциялари.

2.2.Қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функциялари.

2.1.Туроператорнинг асосий функциялари.

Туроператор фирмада асосий функциялар ва уларни кетма – кет бажарилиши ўз юртдошларини хорижга сафарини ташкил қилишда намоён бўлади. Белгиланган функцияга мувофиқ туристларнинг хорижга сафарини ташкил этиш технологияси босқичма-босқич қўлланади. Ана шу босқичларни тавсифлаймиз:

1.Туристлик сафарни умумий режалаштириш, йўналишни танлаш (ташриф буюриладиган мамлакат), туризм турлари, туризмнинг сонли ҳажми, сафар давомийлиги ва тахминий санаси, нарх даражасига яқинроқ хизматлар тўплами ва классиклиги. Бу кўрсаткичлар бозор конъютураси, мақсадли бозор потенциалини баҳолаш ва туристик талабларни сигментлаш таҳлили асосида аниқланади. Бунда яна туроператорнинг молиявий, моддий-техник, одамлар ва маъмурий ресурслари ҳисобга олиниши керак.

2.Тегишли мамлакат (мамлакатлар)да маҳаллий туроператорлар билан улар орқали туристларга хизмат кўрсатиш ва қабулни ташкил қилиш бўйича ҳамкорлик ўрнатиш. Улар билан қабул ва хизмат кўрсатиш аниқ шартлари келишиб олинади:

- қабул қилинадиган туристларнинг умумий сони, гуруҳлар сони ва уларнинг сон жиҳатдан таркиби;
- гуруҳ жўнаб кетиш ва етиб келиш санаси;
- маршрутлар ва дастурлар (туристларнинг саёҳат кунлари бўйича);
- кўрсатиладиган хизматлар пакети (жойлаштириш, овқатланиш, учрашув ва кузатув, экскурсия ва бошқ.), уларнинг миқдори ва сифатий характеристикаси;
- хизмат пакети баҳоси;
- хорижий томон мажбуриятлари, виза олишга ёрдамлашиш, ҳисоб-китоб шартлари, сафарни бронлаш ва бекор қилиш, сотилган хизматларни бекамикўст бажарилишига жавобгарлик, рекламация тартиби ва бошқа мавжуд шартлар.

3.Хорижий мамлакатда туристларга хизмат кўрсатиш шартларини келишиб олиш билан бирга туроператор миллий ёки хорижий ташувчилар билан гуруҳларни ёки индивидуал туристларни халқаро ташиш учун зарур ўринлар бронлаштиради.

4.Шундай тарзда шаклланган турмахсулот (махсулотлар)ни туроператор барча воситалар имконияти билан чиқиш туризмнинг миллий бозорига чиқариш чораларини кўради. Шу мақсадда ўз молиявий имкониятларидан келиб чиқиб, у имкони бўлган потенциал харидорлар барча коммуникация воситаларидан фойдаланилади. Оммавий ахборот воситаларида реклама

сотилишни рағбатлантириш, жамоатчилик билан алоқа, бевосита маркетинг, таклиф қилинаётган турмахсулотга потенциал харидор чорлашда реклама таъсирчанлигига эришиш муҳим.

5. Бир вақтнинг ўзида туроператор ўз турларини ватандош туристларга сотиш тизимини яратиш чора-тадбирларини кўриши керак. Сотиш худуди масштаби ва бозор талабини сигментлашга боғлиқ ҳолда кўп ёки кам сонда хусусий ва тобе бўлмаган чакана турагентликларидан фойдаланилади. Туроператор вазифаси – ўз сотиш тармоғи ишини фаол ишлашга рағбатлантириш, шароит яратиш ва ўз турларининг сотилиши устидан доимий назоратни ушлаб туриш.

Туристлик сафарларни ташкил қилишнинг якуний босқичи туристлар билан ишлаш. У қуйидагилардан иборат:

1) Харидорларга таклиф қилинадиган сафар чоғида тақдим этилган турлар ҳақида тўлиқ ахборотлар, хорижга саёҳатни туристик ташкил қилиш шартлари ва турфирманинг ўзи ҳақида маълумотлар. Бу ахборотлар харидорга у аниқ турни сотиб олишга қарор қилгунича тақдим этилади. Бундай ахборотлар оддий оммавий ахборот каналлари ёки харидорларга турларни сотувчи турфирма ходимлари орқали ёзма ёки оғзаки тарзда етказилади;

2) Харидордан аниқ турга буюртма олинган, сотишни тасдиқлаш ундан турҳужжатларни расмийлаштириш учун тўлов олинади. Кўп ҳолларда бу функцияни турагент бажаради у туроператор билан турларнинг чакана сотилиши билан шуғулланишга келишиб олган бўлади. Турист кўлига ҳар икки томон имзолаган турнинг олди-сотди шартномаси бир нусхасини, тур-1 шаклидаги йўлланмани, дастурлар, маршрут варақаси (ички туризм учун), халқаро участка сафар учун транспорт ҳужжатларини, қабул қилувчи фирма учун ваучер, суғурта шартномаси ва суғурта полиси, танланган мамлакатга саёҳат хусусиятлари ҳақидаги эслатмани олади. Туроператор туристнинг хорижга чиқиш визаси билан боғлиқ масалаларни хорижий консуллик билан ҳал этиш, расмийлаштиришни зиммасига олади.

3) Туристга сотилган хизматларни турист хорижга жўнаб кетган пайт (момент)дан бошлаб кам-кўстсиз бажарилиш учун назорат ўрнатади. Бу мақсадда туроператор туристлар бераётган мамлакатдаги ўзининг вақтинчалик вакилидан фойдаланиши мумкин. Унинг вазифасига туристлар томонидан сотиб олинган хизматларни ўз вақтида камчиликсиз бажарилиши, хориж томонидан йўл қўйилган нуқсонларни тезда бартараф этишни таъминлаш киради. Кўзда тутилмаган вазиятлар вужудга келса туристга ёрдам кўрсатади. Худди шундай функцияни туристлар гуруҳини хорижга турмарказларга кузатиб борадиган, у ерда мавсумий вакиллари бўлмаган турфирмалар ходимлари ҳам бажаради. Мавсумий вакиллар ва кузатувчи гуруҳ қабул қилувчи томондан туристик хизмат кўрсатилишида руй берадиган қоида бузилишлари ҳақида фирмалари раҳбарларига хабар қилишади, бу ишга доир музокаралар чоғида принципиал баҳоланади.

4) рекламаия ишлари, бундан кўзда тутилган мақсадга эришишда йўл қўйилган камчилик юзасидан туристларнинг даъволари ва шикоятларни тартибга солиш. Миллий туроператор вазифаси шундан иборатки, шикоятларни

нисбатан оддий йўллар билан кўриб чиқади, зарур бўлганда туристга етказилган моддий зарарни ундириб беради.

Туроператор вазифаларига қуйидагилар киради:

1.Потенциал туристларнинг турлар ва туристик дастурларга бўлган талабларини ўрганиш.

2.Преспектив хизмат кўрсатиш дастурлари, турларни тузиш ва уларнинг туристлар талабларига мос келишини аниқлаш мақсадида бозорда апробациядан ўтказиш.

3.Турларга шартнома асосида хизматлар етказиб берувчилар билан қуйидагича ҳамкорлик қилиш:

- меҳмонхоналардан туристларга яшаш учун жой беришда;
- овқатлантириш корхоналари билан туристларга овқатлантириш хизматини кўрсатишда;
- транспорт корхонаси, фирмаси ва компаниялари билан - туристларга
- транспорт хизматини кўрсатишда;
- экскурсион фирмалар, музейлар, кўргазмалар заллари, парклар ва бошқа жойларда туристларга экскурсион хизматларни кўрсатишда;
- турли маиший хизматлар кўрсатувчи фирмалар билан туристларга тегишли хизматларни кўрсатишларида;
- спорт иншоотлари маъмурияти билан туристларнинг спорт иншоотларидан фойдалана олишларида;
- шоу, кино, видео, театр корхоналари менежерлари билан туристларнинг у ерларга боришларида;
- кўриқхоналар, боғ-ҳиёбонлар, ов ва балиқчилик хўжаликлари дирекцияси билан у жойларда туристлар дам олишини ва уларга хизмат кўрсатилишини таъминлашда.

4.Тур, транстур қийматини ҳисоблаш ва бозор ҳолатини ҳисобга олган ҳолда нархларни аниқлаш. Турли таркиб классификацияси бўйича, турлар комплектацияси бўйича ўз хизматларига нарх ва тарифларни белгилаш.

5.Тур йўналиши бўйича саёҳат қилаётган туристларни барча зарур реклама-сувенир характеридаги материаллар, махсус анжом ва инвентарлар билан таъминлаш.

6.Йўналишда туристлар билан алоқада бўладиган вазифаларни бажарадиган кадрларни танлаш, тайёрлаш ва белгилаш, хизмат кўрсатиш дастурларининг бажарилишини назорат қилиш ва мувофиқлаштириш (гид-экскурсоводлар, инструкторлар, аниматорлар, методистлар ва бошқаларни).

7.Истеъмолчиларга ўз туристик маҳсулотини етказиш учун реклама-информацион фаолият.

8.Турагентлик тизими орқали истеъмолчиларга турларни етказиш ва сотиш.

9.Хизмат кўрсатишнинг сифати ва ишончлилигини назорат қилиш.

10.Хизмат кўрсатиш жараёнида туристлар билан доимий тезкор алоқа, пайдо бўладиган муаммоларни ҳал қилиш.

Туроператор туризм бозорида хизматлар ишлаб чиқарувчилар ва уламинг истеъмолчилари (туристлар) орасидаги позицияни эгаллайди. Унинг вазифаси алоҳида ишлаб чиқарувчилар хизматларини, ҳам асосий хизматлар, ҳам

кўшимча хизматлар сифатидаги турмаҳсулотни комплекс кўринишида истеъмолчиларга етказиб беришдан иборатдир.

2.2.Қабул қилиш бўйича туроператорнинг асосий функциялари.

Асосий функциялар ва уларни кетма-кет бажарилиши хорижий туристларни қабул қилиш бўйича туроператордан ўз мамлакатада қуйидаги схемада амалга оширилади (1-чизма).

Туристларни қабул қилиш бўйича белгиланган функцияларига мувофиқ туроператор танлаган хорижлик туристлар сафарини қабул қилишни ташкил этиш технологияси қуйидагиларни ўз ичига олади.

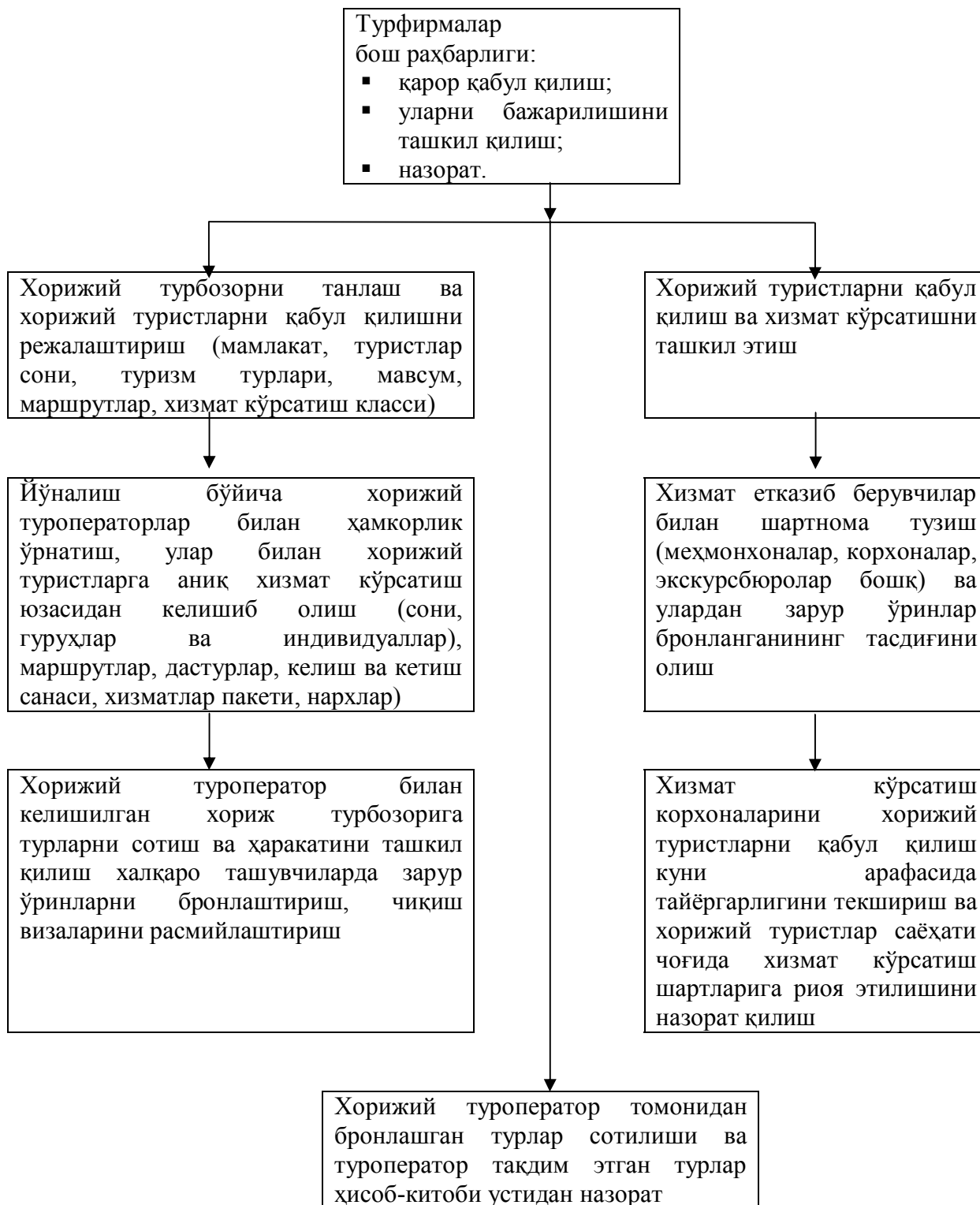
1. Умумий режалаштириш: хорижий туристик бозорни танлаш ва сафарга талабни баҳолаш (туристлар сони, саёҳатдан-мақсад, туризм мавсуми ва бошқ.).

Бу кўрсаткичлар хорижий туристик бозорлар конъюктурасини ўрганиш асосида аниқланади. Маршрутлар, дастурлар, хизматлар пакети класслиги ва таркибини режалаштиришда қабул қилувчи фирмалар одамлар ва молиявий, моддий техник ресурсларини ҳисобга олиш зарур. Энг аввало уларни меҳмонхонада транспортда, объектларни кўрсатишда зарур хизматларни таъминлай олиш имкониятлари ҳисобга олинади.

2. Маҳаллий туроператор томонидан туристик маҳсулотни улар ҳали ҳам хорижий туристик бозорда сотиш ва ҳаракатни ташкил этиш мақсадида хорижий мамлакат (мамлакатлар) билан ҳамкорлик ўрнатиш. Улар билан хорижлик туристларни қабул қилиш ва хизмат кўрсатишнинг аниқ шартларини келишиб олиш, жумладан:

- хорижий туристларнинг умумий сони, гуруҳлар сони, улардаги сон таркиби;
- гуруҳларнинг келиш ва қайтиш санаси, халқаро транспорт тури;
- хорижий туристларнинг саёҳат маршрутлари ва дастурлари (кунлар бўйича);
- тақдим этиладиган хизматлар пакети, уларнинг миқдорий ва сифатий таркиби;
- хизматлар пакети нархи;
- визавий қўллаб-қувватлаш мажбурияти, ҳисоб-китоб шарти, турларни бронлаштириш ва бекор қилиш, хизмат кўрсатиш, рекламация ва бошқа мавжуд шартлар бажарилиши учун жавобгарлик.

3. Қабул қилиш бўйича туроператорнинг хорижий томон билан тур шартларини келишиб олиши билан параллел равишда туристик хизмат етказиб берувчилар билан ҳам хизмат кўрсатиш юзасидан қатъий шартлашиб олинади. Шу мақсадда турфирма зарур хизматлар етказиб берувчилар билан тегишли шартнома тузадилар. Бундай шартномалар тузилаётганда етказиб берувчининг барча жавобгарликлари – бекаму кўст хизмат кўрсатиш, хорижий туристга етказилган зарар, соғлиги, ҳаёти ва мулки, дахлсизлиги учун жавоб беражаги тўғрисида келишиб олинади.



1-чизма. Қабул қилиш бўйича туropеpаторнинг функционал таркиби

Қабул қилиш бўйича туropеpатор айниқса хорижий туристларга экскурсия хизмати кўрсатиш учун гид-таржимонларни таклиф этишда эътиборли бўлиши лозим. Гидлар хорижий тилни яхши эгаллаган, кўрсатиладиган объектлар, мазкур мамлакат ҳаёти, тарихи ҳақида мукамал ахборотга, билимга эга бўлишлари зарур. Улар хорижий туристлар билан ишончли алоқага киришадиган, юксак маданиятли суҳбатдан фазилатига эга бўлишлари керак.

4.Қабул қилиш бўйича мазкур мамлакат туроператори хориж бозорига турларни сотиш реклама компаниясини ўтказиш бошланиши билан сотиш устидан назорат ўрнатиш керак. Бу мақсадда хорижий туроператор мазкур мамлакат ҳар бир гуруҳ бўйича бронлаштирилган турнинг сотилиши (progress report) ҳақида мунтазам ахборот беришни ўз зиммасига олади. Томонлар шунингдек ҳар бир бронлаштирилган туристлар учун визавий қўллаб-қувватлашни ўз вақтида таъминлашлари лозим.

5.Хорижий туристлар етиб келиши арафасида туроператор хорижлик шерикларига аванс тўловлари тушганини ўз вақтида текшириб кўришга машҳур. Бир вақтнинг ўзида корхонани хорижий туристларни қабул – қилиш ва хизмат кўрсатишга тайёрлиги текширилади, туристларни меҳмонхонага келиш вақти, уларнинг охириги сони, бир ёки икки хонали номерларга фамилиялар бўйича бронлаштириш (rooming list), овқатлантириш вақти, меню, авто транспорт бериш, учрашув ва кузатув, экскурсия, музей, театр ва бошқаларга билет борлиги кабилар ҳақидаги ахборотлар аниқланади.

6.Етказиб берувчилар билан хизмат кўрсатиш юзасидан келишилган шартларга амал қилиниши миллий туроператор томонидан назоратга олиниши айниқса муҳим аҳамиятга эга. Шу мақсадда турфирма ўзининг маъсул ходимини тайинлайди. У хорижий туристларга қандай хизмат кўрсатилаётганини кузатади. Агар камчилик юз берса дарҳол тузатиш ва етказилган зарарни тўлатишга ҳаракат қилади.

Халқаро туризмда қабул қилинган адолатларга мувофиқ хорижий туристларнинг катта қисми хорижий турфирмалар ходимлари кузатувида (tour leader) саёҳат қиладилар. Уларни вазифасига хизмат кўрсатиш сифатини назорат қилиш ва туристик гуруҳ аъзоларига вужудга келган муаммоларни ҳал этишда ёрдам кўрсатиш киради. Шартнома шартлари бўйича турфирмалар ўзларининг хорижий шериклари билан бундай кузатувчиларни бепул қабул қилишга тўғри келади. Шунга қарамасдан, у хорижий кузатувчилар билан ҳамкорликдан манфаатдор бўлиши керак, қайсики хорижий туристлар турфирмалар ҳар қандай лавозимдаги шахсга нисбатан кўпроқ ишонишади.

Хорижий туристлар саёҳати охирида турфирма турсафар иштирокчиларига анкета сўровлари ўтказишни тавсия этади. Жавоблар мазкур мамлакат Россия турфирмаларига уларнинг иши сифатига объектив баҳо бериш ва бу баҳодан ўзининг келгусидаги турмаҳсулотларини яхшилашда фойдаланиш имконини беради. Хорижий туристлар томонидан хизмат кўрсатишни ташкил этишда билдирилган шикоятлар дарҳол инobatга олиниб, текшириб кўрилади ва зарур бўлса етказилган зарар тўланади.

Таянч сўз ва иборалар: туроператорнинг функциялари, қабул қилиш бўйича туроператор, турмаҳсулот, туроператор вазифалари, туристик сафар.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Туризм хизмат бозорида туроператорлик фаолиятининг моҳияти нимадан иборат?
2. Туроператорнинг асосий функциялари нималардан иборат?
3. Қабул қилиш бўйича туроператорнинг функцияларининг ўзига хослиги қандай намоён бўлади?

III. Мавзу. Туризм бозори тушунчаси ва вазифалари

Режа:

- 3.1. Туризм бозорининг функциялари ва таркиби.
- 3.2. Туризм бозорига таъсир килувчи асосий омиллар.
- 3.3. Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолати ва унинг муаммоларини таҳлил қилиш.

3.1. Туризм бозорининг функциялари ва таркиби.

Туристтик бозор - бу туристик маҳсулотни сотиш ва сотиб олиш жараёнини таъминловчи талаб ва таклифларни бирлаштирувчи, ишлаб чиқарувчи ва туристик маҳсулот истеъмолчиси ўртасида жамoa иқтисодий муносабатларини юзага келтирувчи жабҳадир. Натижада туристик хизматнинг пулга айланиши (сотиш-сотиб олиш) жараёни вужудга келади.

Ҳар бир турмаҳсулот ишлаб чиқарувчиси ва истеъмолчиси ўртасида бир-бирига мос тушмайдиган иқтисодий манфатлар бўлади. Уларнинг бир-бирига мос келиши оқибатида эса турмаҳсулотни сотиш ва сотиб олиш жараёни вужудга келади. Бозорда ўзига хос бир хусусият бўлиб, бу ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи қизиқишларининг келишувидир. Бозорда марказий ҳолатни истеъмолчи яратади. Яхши сотувчининг вазифаси эса ўз мижозлари талабларини қондириш ҳисобланади

Туристтик бозор мураккаб ҳисобланиб, бунда унинг маҳсулоти тўғридан-тўғри эмас, балки ўртадаги даллол орқали (хўжалик субъекти-туроператор-турагент-истеъмолчи) сотилади.

Ушбу омиллардан ташқари яна бир ҳолатни эътиборга олиш керак: -яъни кўрсатиб ўтилган битим ҳар доим бир жойда амалга оширилмайди (масалан, меҳмонхона, туристларни қабул қилиш жойи ёки туроператорларда). Туристтик бозор маълум бир ўзига хос жой ёки географик ҳудуд билан чегараланмаган. Шунинг учун туристик маҳсулотнинг олди-сотди ишлари сотувчи ва ҳаридорларни жалб қилмаган ҳолда -телекс, телеграмма, факс, телефон, аниқ ҳисоб-китоб орқали амалга оширилиши мумкин.

Қуйидаги аниқ шарт-шароитларга амал қилгандагина бозор самарали фаолият юритади :

- эркин рақобат, бунда бозорнинг барча иштирокчилари ўз мақсадлари (максимал фойда билан маҳсулотни сотиш ёки минимал харажат билан маҳсулотни сотиб олиш) га интиладилар;
- кўрсатилаётган хизмат ва ишлаб чиқарилаётган маҳсулотнинг сифати ва хавфсизлиги бўйича асосий қоидаларнинг борлиги;
- истеъмолчининг эркин ҳолатда танлай олиш имкони;

Замонавий туристик бозор қуйидаги ўзига хос бўлган функцияларни бажаради:

1. Туристтик маҳсулотдаги истеъмолчилик қиймати ва сотув қиймати функцияси. Бу туристик маҳсулот ва ўзаро пул алмашувида аён бўлувчи қиймат ҳаракатини билдиради. Бунинг натижасида жамият такрор ишлаб чиқаришнинг

нормал йўналиши таъминланади, туризмни ривожлантириш учун пул маблағи пайдо бўлади ва йиғилади.

2.Истеъмолчи (турист)га туристик маҳсулотни етказиб бериш жараёнини таъминлаштириш функцияси. Турист ўз маблағини туристик маҳсулотга сарф қилган ҳолда ўзининг моддий ва маънавий эҳтиёжини қондиради. Бундан шундай ҳулоса келиб чиқадики-туристик бозор ишчи кучининг ҳаражати қоплаган ҳолда жамоанинг асосий ишлаб чиқариш кучини қайта тиклайди.

3.Меҳнатга моддий манфатни иқтисодий томондан таъминлаб бериш функцияси. Тақсимлаш бозоридаги ўзаро пул ва туристик маҳсулотни тақсимлаш жараёнининг тугаланган шаклидан иборат.

Турист бозор ўзига хос хусусиятларига эга:

1.Турист хизматларнинг сезилмаслиги. Бунда қилинган даража ва сифатнинг кафолати, маҳсулотнинг ишончлиги, шунингдек турнинг истеъмолчилик хусусиятлари ҳақида мукамал эгадир.

2.Турист маҳсулотни амалга оширишда маҳсулотни сотиб олиш ва уни истеъмоли орасида вақт узилиши бўлади, шунинг учун турмаҳсулотни таклиф қилиш каналларининг (маҳсулотни сотувчи) аниқлиги ва ишонарлиги ўта муҳимдир.

3.Турист талабга мавсумий алмашувлар ва туристик оқимнинг шакли таъсир қилади. Ушбу салбий ходисаларнинг олдини олиш учун нарх-навони дифференциаллаш (хизмат кўрсатув элементлари бўйича мавсумга қараб), шунингдек туристларни етказиб бериш ҳажмини мувозанатлаш орқали эришиш мумкин.

4.Маҳсулот сифати кўп ҳолларда аниқ ижрочиларга боғлиқ, шунинг учун туристик корхоналар ичидаги менежмент доимо ривожланиши лозим.

5.Турист бозорда истеъмолчи ва ишлаб чиқарувчи ўртасида ҳудудий тарқоқлик мавжуд, шунинг учун ўзоқлашган ҳамкорлар билан тезкор алоқалар ўрнатиш муҳим ҳисобланади.

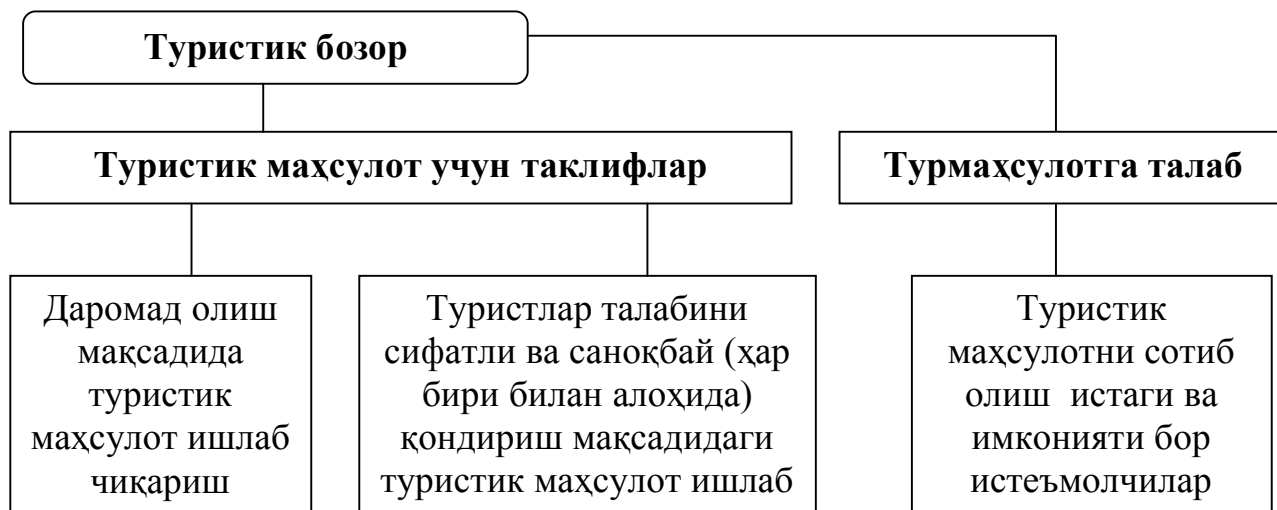
Турист талаб деганда - тўлаш имкониятига эга бўлган аҳолининг турмаҳсулотга бўлган талаби тушунилади. Турист талаб амалдаги нарх-наволарда аҳоли томонидан аниқ бир туристик -экскурсия хизматларини сотиб олиши билан белгиланади.

Бозордаги талабга мувофиқ **туризмда таклифлар** вужудга келади, яъни турист учун унинг дам олиши ва саёҳати жараёнида лозим бўлган турли хилдаги хизматлар шулар жумласига киради. Таклифлар-бу маҳсулот ишлаб чиқарувчининг бозорга талаб қилинадиган аниқ маҳсулотни етказиб бериш учун идеал тайёргарлик ва аниқ имкониятга эга бўлиши тушунилади. Бу ҳолатда таклифлар ишлаб чиқариш билан бир хил бўлмаган ҳолда ундан сони жихатидан фарқ қилади. Аниқ бир туристик маҳсулот (маршрут)нинг таклиф қилинадиган сони бозордагидан юқори бўлиши мумкин. Турист маҳсулотга бўлган таклиф - ишлаб чиқарилган маҳсулот сони, туристик индустриянинг ривожланиш даражасига ва туристик ресурслар ҳажмига боғлиқ (шаклланади) бўлади.

Талаб ва таклиф ўртасида ўзаро боғлиқлик бўлади: талаб фақатгина таклифни юзага келтирмайди, бундан ташқари таклиф аниқ бир тарзда талабга

таъсир кўрсатади. Масалан: туристик хизматга боғлиқ бўлган талаб хажми унга бўлган нарх кўтарилганда ортиб боради, нарх тушса таклифлар сони ҳам камаяди.

Туристтик бозорда туристнинг хизматга бўлган талаби учун пул воситасининг алмашинуви содир бўлади. Мувофиқлаштирилган ҳолатдаги алмашинувда бир томондан туристик маҳсулот иккинчи томондан эса туристик индустриянинг кириб келиши учун шароит яратилади



2-чизма. Туристтик бозордаги талаб ва таклифлар

Туристтик бозор ўзининг қабул қила олиш чегараси (сиғимдорлиги) билан тавсифланади, яъни аниқ бир белгиланган даврда (мавсум) бир йилда) белгиланган туристик маҳсулотни амалдаги нархлар ва таклифларга мувофиқ сота олишидир. Бозорнинг сиғимдорлиги аҳолининг талаб доирасида тўлов қобилиятига эгаллиги, нарх даражаси ва туристик таклифларнинг тавсифига боғлиқ бўлади. Туристтик маҳсулотга бўлган талаб ва нарх даражасига қараб қисқариши ёки бўлмаса аксинча ошиб бориши мумкин. Бозорнинг сиғими ва унинг ўзгариши тенденциясини биладиган корхона ушбу бозордан равнақи даражаси учун фойдаланиш имкониятига эга бўлади келади.

Туристтик бозорда бир-бирига қарама-қарши ҳаракатланадиган ҳамда туристик айланма ҳаракат яратувчи пул оқими йўналиши ва туристик маҳсулотнинг мунтазам ҳаракатланишини яратиб берувчи омил вужудга келтиради.

Туристтик айланма ҳаракат - иқтисодий алоқалар таркибига кирувчи хизматни пулга ёки бўлмаса пулни хизматга алмаштирувчи жараён киради. Ушбу жараён туристик маҳсулот оқимининг ҳаракатланиш йўналиши, инвестицияларнинг туризм соҳасини ривожлантириш ва туристик фаолиятдан келадиган даромаднинг бюджетга келиб тушишини кўрсатиб беради.

Туристтик айланма ҳаракат қуйидаги схема бўйича амалга оширилади:

1. Турист йўлланмани сотиб олади ва туристик компанияга пул тўлайди.
2. Оқибатда турист ўзининг истак-талабини қондиради.
3. Туристтик корхона сотилган туристик маҳсулот учун пулни олади, туристик индустриянинг ривожини учун инвестиция ўтказади ёки бўлмаса янги турдаги туристик маҳсулотни сотиб олади.

4 .Туристтик корхона сотилган туристик махсулот учун бож тўлайди, турли шаклдаги тўловларни бажаради, ўз ишчи ходимларига ойлик тўлайди.

Туристтик корхона доимий ўзгариб турувчи рақобатчилик муҳитида барқарор тарзда қаттиқ тартиб вазиятида иш олиб бориши лозим. Ушбу муҳит элементлари бўлиб бир нечта бозорлар ҳисобланади. Улар туристик махсулот конъюктурасини аниқлаб берувчи ва туристик корхонанинг иқтисодиётига таъсир ўтказувчи ҳисобланади:

- Меҳнат бозори;
- Молиявий бозор;
- Инвестициялар бозори;
- Туристтик махсулотлар бозори.

Меҳнат бозори - ушбу бозор туристик фаолиятни ривожлантириш учун зарур бўлган интелект ва ишчи кучи жалб қилинувчи жабҳа ҳисобланади.

Молиявий бозор - ушбу бозор давлат - кредит сиёсати томонидан бошқарилувчи бўлиб шахсий жамғармага таъсир ўтказади, йиғилган маблағларни истеъмол ва инвестицияга бўлинишини белгилайди.

Инвестициялар бозори - бу корхоналар томонидан “Ўзоқ муддатли моддий фойда” (асосан уй-жой қурилиш) ҳисобланувчи нарсалар учун сотиб олинувчи нарсадир. Инвестициялар бозори кредитлар бўйича қилинадиган талаб ва фоииз ставкаларига боғлиқ ҳолда ривожланади. Ишлаб чиқариш учун инвестиция ажратиш иш бандлигига сабаб бўлиб, янги асбоб-ускуналарни ишлатиш ва янги иш ўринларини яратиш беради.

Маълумки бозор - бу механизм бўлиб, турли махсулот турлари ва хизматлар учун туғилажак талаб ва таклифларни мувофиқлаштириб туради. Унда катта ҳажмдаги бир-бири билан боғлиқ бўлмаган аниқ бир махсулот - яъни, туристик махсулотни сотиб олишга хоҳиши ва иложи бор потенциал ҳаридорлар ҳаракат қилишади. Бу ерда товарни сотувчи ҳамда бозор ҳаракатланиши шароитини ўзгартирувчи ҳаридорлар, даллоллар шунингдек аниқ ва фаол рақобатчиларни аниқлаб олиш мумкин.

Туризм бозорида тавсифланиши бўйича қуйидагиларни ҳисобга олиш мумкин:

- Сотиш ва сотиб олишнинг асосий манбаи хизмат ҳисобланади;
- Ҳаридор ва сотувчидан ташқари туристик бозор механизмига сезирарли даражада даллоллик буғинлари киради;
- Туристтик хизматга бўлган талаблар бир неча хил хусусиятларга эга;
- моддий имкониятли иштирокчиларнинг турли - туман қатнови, ёшлари, мақсад ва сабаблар;
- эгилувчанлиги;
- алоҳида характерли ва дифференцияланганликнинг юқори даражаси;
- туристик таклифлардан вақт ва масофа бўйича ўзоқлиги;
- туристик таклифлар бир қанча хусусиятлари билан тавсифланади, яъни уч томонлама тавсифга (табiiй ресурслар, яратилган ресурслар, туристик хизматга) эга;
- туристик индустриянинг юқори даражадаги фонд сигими;
- эгилувчанлик даражасининг пастлиги;

- жамланмалик.

Туристтик бозорда ҳар бир алоҳида маҳсулот ёки хизмат алоҳида компонентлардан (масалан, ташувчилар хизмати, турар-жой, овқатланиш ва х.к.о.) иборат. Бундан ташқари туристик маҳсулотдаги компонентлар ўзаро алмашинуви мумкин. Туристтик маҳсулотнинг ўзи ҳам алмашинуви мумкин. Масалан, туристик пакетга турли тоифадаги меҳмонхоналарни киритиш мумкин ёки худди шундай турга транспорт воситаларининг алмаштирилган ҳолдаги вариантларини таклиф қилиш мумкин. (самолёт, поезд ёки автобус). Ўзаро алмаштирувнинг бундай хусусияти **субституция** дейилади. Кўп ҳолатларда юзага келувчи субституция туристик бозорда: транспорт, овқатланиш, турли жалб қилувчи маданий тадбирларда қўлланилади. Туристтик хизматда субституциянинг аҳамият касб этиши туристик корхона имкониятига боғлиқ бўлади.

Туристтик бозорнинг муҳим хусусиятларидан яна бири унинг **комплементарлигидир** (жамланмадорлик)-бу хусусият туристик маҳсулот ва хизматнинг бир-бирини тўлдира олишидир. Бу хусусият шундай тушинилади, яъни истеъмолчи томонидан сотиб олинувчи товар кўпинча бутун бир бошқа товар ва хизматлар сотиб олишга олиб келади. Масалан, транспорт хизмати автоматик равишда бошқа турдаги хизматлар (овқатланиш, кўнгил очар дастурлар) сотиб олинishiга сабаб бўлади. Бу эса ўз навбатида туристик товар ва хизматларни кенгайтириш учун ҳаражатга олиб келади, шунингдек турли ҳолдаги туристик маҳсулот ишлаб чиқарувчилар ўртасида даромаднинг тақсимланishiга олиб келади.

Туристтик бозорнинг ҳолатига қараб унинг турли шакллари юзага келади. Бир қатор ҳолатларда туристик бозор шаклланиб бўлган бўлади, яъни ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилар чегараси белгиланган бўлади. Бундай бозор эгаллаб олинган ёки тайёр бўлган деб аталади. Шунга қарамай бундай ҳолатларда кишиларда таътиллари марокли ўтказиш усуллари танлаш имконияти бўлади, унинг учун туроператор истеъмолчиларни жалб қилиш ёки рақобатда енгиш учун ҳаракат қилиши керак.

Бошқа бир ҳолларда бозорни тузишга (яратишга) тўғри келади, яъни туристик маҳсулот учун талаб доирасини шакллантириш лозим бўлади. Талабгор ҳаридорлар янги жойларнинг борлигидан, уларнинг яхши томонлари, афзалликлари ва сервис ҳолатидан хабардор бўлишлари керак. Улар ушбу турне ёки круиздан маънавий озуқа олишлари, ўз талаб-истакларини қониқтира олишларига ишонч ҳосил қилишлари лозим. Туризм бозори турли хиллардан иборатдир. Ушбу тармоқда бозор масштабига кўра бир мунча кичиклари ҳам мавжуддир. Шу сабабли туристик бозорнинг турли классификация усуллари бор.

БТТ (бутунжаҳон туризм ташкилоти) тавсияларига мувофиқ саёҳат қилиш мақсадига боғлиқ бўлган бир қанча туристик йўналишлар белгиланади: рекреацион, ишчи (хизмат тури) илмий, маданий ўрганувчи, даволанувчи, диний-этник туризмлар.

Туристтик маҳсулот истеъмолчиларининг саноқбай тавсифига кўра уч хил турдаги туризм бозорлари ажратилади: *оммавий, машхур ва индивидуал.*

Оммавий туристик бозор - катта гуруҳлардан иборат саёҳат қилувчи асосий туристалр массасини ўз ичига қамраб олади. Бундай турларнинг харидорлари илгари келишилган дастурлар, хизмат ва кўнгилочар тадбиралр, ҳамда олдиндан тўлаб қўйилган хизматларнинг стандарт жамланмасига рози бўлган кишилардир.

Машҳур туристик бозор - бир мунча камчиликлардан иборат туристлардан ташкил топган бўлиб, қимматроқ, инклюзив турлар, яъни юқори даражадаги сервис ва қимматбаҳо меҳмонхоналардан иборат, шунингдек саёҳат даврида истакларига қараб қўшимча хизматлар учун ҳақ тўланади.

Индивидуал туристик бозор - ушбу ҳолатда туристлар якка тартибда ўз маршрутларини мустақил белгилайдилар, зарурий ҳолларда транспорт хизмати ва меҳмонхонада жойлашиш учун буюртмалар берадилар. Бу турлар бадавлат кишилар учун анча қизиқарли бўлиб, уларни ўзига жалб қилади. Бундан ташқари ўз дам олишларини бизнес ёки бошқа бир машғулот билан биргаликда давом эттирадилар, бу эса ўз навбатида олдиндан дам олишни тугаллаш ёки қайтиш муддатини белгилашлари кераклигига йўл қўймайдилар.

Аниқ бир район (ҳудуд, регион) бўйича қуйидаги бозорлар ажратилади:

- *Ички туризм бозори* - ўз ичига ушбу район аҳолисининг шу регион бўйича дам олиши имконини беради;
- *Кириш туризм бозори* - ўзга район аҳолисининг ушбу районга келиб саёҳат қилишлари;
- *Чиқиш туризм бозори* - бир район аҳолисининг бошқа бир районга бориб саёҳат қилишлари.

Саёҳатни ташкил қилишнинг тавсифланиши билан боғлиқ бўлган *ташкиллаштирилган* ва *ташкиллаштирилмаган* туризм бозорлари ажратилади.

Ҳар бир қайт этиб ўтилган туристик бозорлар хилма-хил бўлиб, иш билан боғлиқ туризм ўз ичга делегациялар ёки алоҳида шахсларнинг келишувларда, мажлисларда, кўргазма ва ярмаркаларда иштирок этиш мақсадини ўз ичига олади. Бошқа турдаги иш билан боғлиқ туризм махсуслашган гуруҳлар (касб, ихтисослик) бўйича тузилган, аммо уларнинг йўналтирилган мақсадли ҳолдаги аниқ бир дастур орқали саёҳатлари уларни иш билан туризмнинг алоҳида бир гуруҳига ажратиш лозимлигини билдиради.

3.2.Туризм бозорига таъсир қилувчи асосий омиллар.

Туризм бозорига ва туризм талабига бир қанча омиллар таъсир қилиди. Туризм талабига бошқа товар ва хизматлар каби аҳолининг олдиган даромади ва уларнинг саёҳат учун ишлатилиши таъсир қилади.

Туризм иқтисоднинг бир тармоғи сифатида икки ҳолатда барқарор бўлади, яъни фукараларнинг бўш вақтлари ва етарли даромадларининг борлиги билан. Шу сабабли туризмда юқори савияда туризмга бўлган талабни шакллантириш учун, аҳолининг бўш вақтини ва даромадини ошириш йўллари амалга ошириш керак. Туризмга бўлган талабни оширувчи асосий объектив омил бўлиб, аҳолининг бўш вақти тендецияси ҳисобланади.

Аҳолининг баъзи эҳтиёжлари қондирилмагунча, туризм оммавий аҳамият касб этмайди. Туризм бозорини таҳлил қилишда туризм бозорига таъсир

килувчи асосий омиллар, яъни истеъмолчиларнинг ижтимоий –демографик ва психологик ҳатти-ҳаракатларини кўриб чиқамиз.

Бу ерда асосий омил бўлиб, аҳолининг жойлашиши структураси, аҳолининг даромадлар даражаси, таълим, машғулотлар тури, аниқ бир ирқга мансублиги, жинси, вақти, ҳаёт тарзи ва х.к.

Аҳолининг структураси – Ўзбекистон кўп миллатли республика. Бу ерда юздан ортиқ миллат ва элат вакиллари яшайди. Аҳолининг асосий қисми ўзбеклардан иборат бўлиб, уларнинг салмоғи мўттақил ортиб бормокда. Европалик аҳолининг салмоғи камаймокда, бунинг сабаби туб аҳоли билан европалик аҳолининг туғилиш даражасидаги катта тафовўтдир. Республика аҳолисининг юқори суръатлар билан ўсиши истиқболда ҳам кўтилади.

Ҳозирда туризм ривожланишининг келажагини аҳоли структурасининг ўзгариши белгилайди. Шу туфайли Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришга барча асослар мавжудлиги кўриниб турибди.

Аҳолининг туғилиш коэффиценти пастлиги ва ўлим коэффицентиининг юқорилиги, мамлакат аҳолиси кам саёҳат қилади деган хулосага олиб келмайди, лекин бу аҳоли структурасига тегишли ўзгартириш киритади, буни туризм ривожланишида ҳисобга олиш керак.

Ёш. Аҳоли структурасида ёшининг ўзгариши барибир бизнеснинг барча соҳаларига таъсир қилади. Туризм ривожланишини башорат қилишда, мамлакат аҳолисининг ёш буйича таркибини ўрганиш ва туризм бозорига таъсирини аниқлаш муҳим аҳамият касб тади.

Ғарб кузатувчилари туризм бозорига таъсир қилувчи қуйидаги ёш буйича сегментларни ажратадилар.

Болалар. Болалар туғилишининг ортиши туризм учун унча яхши эмас. Сабаби ёш болалари ва чақалоқлари бор оилалар саёҳатдан кўра уйда ўтиришни афзал кўрадилар. Бундан ташқари бундай оилаларда саёҳат учун ишлатилиши мумкин бўлган даромаднинг бир қисми ёш болалар ва чақалоқларга ишлатилади. Аммо ёш болаларнинг ўсиш тенденцияси туризмнинг келажакдаги ривожланиши учун яхши омил ҳисобланади. Сабаби бу ёш болалар туристик хизматларнинг салоҳиятли истеъмолчилари ҳисобланадилар.

Ўсмирлар бозорнинг асосий сегментини ташкил этадилар. Сабаби улар ўзларининг индивидуал ҳарид қобилиятига эга. Қаерда дам олиш кераклигига оила аъзоларига ўзларининг таъсирини ўтказадилар. Улар мустақил туристлар ҳамдир. Саёҳат қилишига шахсий транспорт воситаларининг борлиги асосий омил ҳисобланади.

Аҳолининг ҳарид қобилиятига 35 ёшдан 44 ёшгача бўлганлар асосий таъсир кўрсатадилар. Бу сегментнинг ҳаёт тарзи бутун мамлакат ҳаёт тарзи бўла бошлайди, бу ҳоҳ саёҳат бўлсин, ёки дам олиш масканлари бўлсин. Айнан бу гуруҳдаги аҳоли самолётлардаги саёҳатларга ва курортларда дам олишга ишқибоз. Бу гуруҳдаги кишиларнинг эҳтиёжларини қондириш, туризм бизнесининг келажакдаги ривожланишига таъсир қилувчи асосий омилдир.

45 ёшдан 54 ёшгача бўлганлар. Ўзларининг яшаш жойларидан ўзокрокда, курортларда дам олишга, самолётларда саёҳат қилишга моликдир. Бу гуруҳ асосини ижтимоий фаол кишилар ташкил қилади. Бу ёшдагилар барча

қўлайликлар бўлишини ва экскурсия дастурларига ўзларининг касбига боғлиқ объектлар билан танишишни киритилишини хоҳлайдилар.

Асосий эътибор қаратилиши лозим бўлган тенденция-бу кекса ёшдаги аҳолининг ўсиб боришидир. (60-65 ёш ва 65 ёшдан юқори). Бу бозор доимо ўсиб боровчи ва бошқа ёшдаги сегментларга нисбатан асосийсидир. Бу туризмнинг ажралиб турувчи жихати шундаки, бу ёшдагилар ходим хизматга, тиббий ёрдамга ва х.к.о.ларга талаби юқори. Шу жумладан бу туристларнинг дам олиш вақтлари чегараланмаганлиги сабабли, айнан туризмнинг сезон ойлари (июль, август)ни четлаб ўтишга ҳаракат қилади ва илиқ куз мавсумини яхши кўришлари билан, кишини ўзига жалб қилади.

Даромад. Аҳолининг ҳарид қобилияти туризм ривожланишининг асосий омилидир. Даромадларнинг ўсиши билан туризмга сарф-ҳаражатлар ҳам ошади. У ёки бу оиланинг даромади қанчалик юқори бўлса, шунчалик турсаёҳатга имконият юқори бўлади. Маблағи етарли одамлар даромадларининг бир қисмини айнан шу туризмга сарфлашни маъқул кўрадилар. Вақт тежаш воситаси сифатида уларни кўпрок авиа транспортлар орқали ўчишлар жалб қилади.

Туризмга бўлган талаб тўғридан – тўғри истеъмолчиларнинг даромадларига боғлиқ. Шу сабабли доимо аҳоли даромадлари таркибидаги ўзгаришлар тенденциясини кузатиб бориш керак. Агар иқтисодий кўрсаткич пастлашса, туристик корхоналар ўз товарлари нархларини туширишлари керак.

Таълим. Аҳолининг туристик фаоллиги тўғридан – тўғри салоҳиятли истеъмолчиларнинг таълим даражаси билан боғлиқ. Таълим одамларни қизиқишини кенгайтиради ва шу сабабли туризмга таъсир қилади. Ўрта маълумотли одамлар кўнгилочар саёҳатларни афзал кўрадилар. Олий маълумотли одамлар эса кўпрок саёҳат қилишга моликдирлар. Бу тоифадаги аҳолида юқори даражада даромад манбаи бўлиб, саёҳат чоғида асосий ҳаракатланиш воситаси сифатида авиатранспортни афзал кўрадилар.

Касб. Туризм товар ва хизматларининг ҳаридига туристнинг қандай касб билан шуғулланиши маълум маънода таъсир кўрсатади. Идораларда ишловчилар, хизматчиларга нисбатан кўпрок саёҳат қиладилар. Лекин йил мобайнида кўпрок саёҳатни менеджерлар, банк ходимлари ва бошқарув аппарати ходимлари амалга оширадилар. Туристлик фирмалар машғулоти турлари бўйича гуруҳларни аниқлаб олишга ҳаракат қиладилар. Баъзи бир туристик фирмалар аниқ бир касб гуруҳлари учун махсус товар ва хизматларни ишлаб чиқаришга ихтисослаштирилганлар.

Ирқи. Ўзбекистон кўп миллатли республика. Маълум бир миллат ва ирқнинг камлиги ҳам туризм хизматларининг салоҳиятли истеъмолчиларидир. Аҳолининг бу қисми ўзларининг миллий анъаналари, маданияти ва урф-одатларига эга. Бу гуруҳ одамларида маҳаллий аҳолидан фарқли равишда ҳарид қобилияти ўзига хос бўлади. Бу гуруҳдаги салоҳиятли истеъмолчилар ўзларига алоҳида махсус ёндашишни ва махсуслашган маркетинг дастурини бўлишини талаб қилади.

Жинси. Ўзбекистон аҳолиси таркибида аёллар 51 % ни ташкил қилади. Бундан ташқари доимо усувчи ижтимоий, иқтисодий ва сиёсий жабҳаларда

аёлларнинг роли ошиб бормокда. Бу омиллар аёлларни туризм бозоридаги асосий сегментга айлантирмокда.

Ўзбекистонда ишловчи аёллардан кўра уй бекалари кўп. Ишловчи аёллар кўп ҳолларда юқори даромадларга эга ва шу сабабли оилада кўшимча даромад бўлиши туфайли саёҳатларга етарли пул маблағлари бўлади.

Ишлаётган аёллар орасида карьерага кизиқувчи аёллар турфирма учун анча истикболдир. Шу сабабли жинсларнинг ижтимоий ролида ўзгаришлар содир бўлмокда ва бу истеъмолчилар ҳаракатидаги ўзгаришларга олиб келмокда.

Буш вақтнинг мавжудлиги. Одамлар саёҳатга нафақат пуллари бaлки вақтларини ҳам сарфлайдилар. Ҳатто энг юқори даромадга эга бўлган шахс ҳам агар вақти бўлмаса тур саёҳатини амалга оширолмайди. Ривожланган жамиятда вақтнинг етишмаслиги (худди даромад етишмаслиги каби) туризмни чегараловчи асосий омилдир. Худди шундай вақт саёҳатда тур транспорт воситасининг туризм маркази ва кўнгилочар дастурларни танлашга таъсир килади.

Урбанизация оқибатида қишлоқ хўжалигида банд бўлган ва кичик аҳоли яшайдиган пунктлардаги аҳоли сони қисқармокда. Аввал “саёҳат қилмаганлар”нинг бир қисмини ташкил этган айнан шу ижтимоий аҳоли туризм бозорига янги сегмент сифатида кириб келади.

3.3.Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолати ва унинг муаммоларини таҳлил қилиш.

Сўнгги йиллардаги ҳар хил сиёсий ва ижтимоий-иқтисодий ўзгаришларга қарамай, мамлакатимиздаги туризм саноати йилдан-йилга барқарор равишда маҳсулотлар ва хизматлар ишлаб чиқаришни кўпайтириб бораётган халқ хўжалиги тармоғи бўлиб қолмокда. Бундай тенденцияни БТТ услубикаси бўйича бажарилган ҳисоб-китоблар ҳам тасдиқлайди. Бундай ҳисоб-китоблар тақдим этилган туристик хизматларнинг кўп йиллик ҳисобот маълумотлари асосида амалга оширилган. Таҳлил натижалари мутахассисларга туристик хизматларнинг ҳажми, демакки улардан олинadиган даромадлар ҳажми ҳам келгусида ортади, дея башорат қилишларига имкон бермокда.

Ўзбекистон катта туристик потенциалга эга ва жаҳон туристик бозорида ўз мавқеи бор мамлакат. БТТ маълумотларига қараганда, 2010 йилда дунёдаги туристлар сони 1 млрд. кишидан ортади, туризмдан олинadиган даромад эса 1550 млрд. АҚШ долларига етади.

Ўзбекистонда туризмнинг ривожланишига тўсқинлик қиладиган сабаблар қуйидагилар бўлиши мумкин:

- меҳмонхона ва транспорт хизмати кўрсатиш даражасининг, туристларнинг овқатланиши ва дам олиши тизимининг жаҳон стандартлари даражасига мос келмаслиги;
- хизмат кўрсатиш даражаси анча паст бўлгани ҳолда уларнинг нархини ошириб юбориш;
- миллий маркетинг ахборот тизими ва рекламанинг ҳар хил шаклари йўқлиги;

- кўплаб туристик фирмалар ходимлари малакасининг бугунги кун талабларига жавоб бермаслиги ва бу фирмаларнинг асосан хорижий туризмга мўлжал олиши.

Иқтисодий муносабатларнинг трансформациялашуви шароитларида туризмни ривожлантиришни бошқариш самарадорлигини оширишнинг муҳим омили хўжалик юритишнинг янги шакллари излаш ҳисобланади. Мамлакатимиздаги туристик хизматлар бозорида ҳозирги вақтда асосан анъанавий шакллар фаолият кўрсатмоқда. Агар йўлланмаларнинг нархи доимий ошиб борадиган бўлса, дам олувчилар сони ҳам тегишлича камайиб боради. Юқорида айтилганлардан шу нарса келиб чиқадики, ҳозирги шароитларда Ўзбекистонда энг долзарб муаммолардан бири туристик соҳани қайта ташкил қилиш, унинг рентабеллигини, биринчи навбатда, юқори технологияли комплекслар ва тегишли инфраструктурага эга туристик марказларни ташкил қилиш эвазига ошириш ҳисобланади. Ички туризмни ривожлантириш, ёшлар, аҳолининг кам таъминланган қатламлари, уруш ва меҳнат ветеранлари ўртасида туристик-экскурсия фаолиятини яхшилаш, тақдим этиладиган ижтимоий қатламларнинг сифатини ошириш масалалари ҳам ҳал қилинишини кутмоқда.

Охирги йиллардаги ҳар хил сиёсий ва ижтимоий-иқтисодий ўзгаришларга қарамай, мамлакатимиздаги туризм соҳаси йилдан-йилга барқарор равишда маҳсулотлар ва хизматлар ишлаб чиқаришни кўпайтириб бораётган халқ хўжалиги тармоғи бўлиб қолмоқда. Мамлакатимиздаги туристик хизматлар бозорида ҳозирги вақтда асосан анъанавий шакллар фаолият кўрсатмоқда. Агар йўлланмаларнинг нархи доимий ошиб борадиган бўлса, дам олувчилар сони ҳам тегишлича камайиб боради. Юқорида айтилганлардан шу нарса келиб чиқадики, ҳозирги шароитларда Ўзбекистонда энг долзарб муаммолардан бири туристик соҳани қайта ташкил қилиш, унинг рентабеллигини, биринчи навбатда, юқори технологияли комплекслар ва тегишли инфраструктурага эга туристик марказларни ташкил қилиш эвазига ошириш ҳисобланади.

Таянч сўз ва иборалар: туристик бозор, туристик хизмат, туристик талаб, туристик таклиф, оммавий туристик бозор, машҳур туристик бозор, индивидуал туристик бозор, таъсир қилувчи асосий омиллар.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Туристтик бозорнинг функциялари ва таркибини айтинг.
2. Туризм бозорига таъсир қилувчи асосий омилларни санаб беринг.
3. Оммавий туристик бозорни тушунтиринг.
4. Индивидуал туристик бозорни тушунтиринг.
5. Ўзбекистон Республикасида туризм бозорининг ҳолати ва унинг муаммоларини таҳлил этинг.

IV.Мавзу. ТУРИЗМДА ХИЗМАТЛАР ВА УЛАРНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ

Режа:

- 4.1.Туристтик хизматларнинг хусусиятлари.
- 4.2.Хизмат кўрсатиш даражалари (класслари).
- 4.3.Хизматлар пакети.
- 4.4.Хизмат кўрсатиш дастури.
- 4.5.Хизмат етказиб берувчилар.

4.1.Туристтик хизматларнинг хусусиятлари.

Бозор иқтисодиёти шароитида тадбиркорлар одатдаги муҳит шароити ташқарисида бўлиб қолдилар, чунки олдин ягона товар бўлиб моддий маҳсулот, аниқроғи унинг торгина қисми – халқ истеъмоли товарлари ҳисобланар эди. Янги муносабатлар капитал бозори, ишчи кучлари хизмат бозори ва ҳ.к. каби бозорнинг янги сегментларини ўзлаштиришни талаб этади. Чет элда хизматлар соҳаси иқтисодиётнинг тез тараққий этувчи тармоқларидан бири ҳисобланади. Дунёдаги ривожланган мамлакатларда ялпи ички маҳсулотида хизматлар улуши 60 фоиздан ҳам ошади. Ўзбекистонда туризм бозорини ўрганиш ва ривожлантириш учун, аввало туристик хизматларнинг моҳиятини аниқлаш зарур.

Хизмат термини халқаро стандартларда берилишича – бу ижро этувчи ва истеъмолчи ўртасидаги бевосита ўзаро таъсирнинг натижасидир, ҳамда истеъмолчи эҳтиёжини қондириш бўйича ижрочининг шахсий фаолияти натижаси ҳисобланади. Бу тушунча ўз таркибига қўйидагиларни қамраб олади:

1. Хизмат истеъмолчилари ва ижро этувчиларнинг ўзаро таъсири;
2. Ижрочиларнинг ўзлари тамонидан хизмат кўрсатиш жараёни (яъни, маълум ишларни бажариш);
3. «Қайта ташкил қилинган маҳсулот» ёки «хизматлар натижаси» кўринишидаги ушбу фаолият натижалари.

Туристтик хизмат – туристларни мос равишдаги эҳтиёжларини қондириш бўйича туристик корхона фаолияти натижаси ҳисобланади. Туристтик корхонанинг иши барча саёҳатларни ташкил қилиш билан бирга алоҳида хизматларни ташкил қилиши ҳам мумкин.

Бошқа исталган хизмат турлари каби туристик хизматлар ўзига хос хусусиятлари билан фарқланади, буни шартли равишда «учта С » билан белгиласак у қўйидаги ҳолатда бўлади:

- *Сезилмаслик.* Туристтик хизматлар моддий маҳсулот бўлиб ҳисобланмайди. Улар ижтимоий – маданий (номоддий) соҳаларга тегишли бўлади, чунки истеъмолчини ижтимоий-маданий хизматларга бўлган эҳтиёжини жисмоний, интеллетуал, маънавий ва ҳ.к. эҳтиёжини қондириш бўйича хизматларни ижро этувчилар фаолияти аниқлайди. Уларни ҳарид

вақтида кўриш ёки баҳолаш мумкин эмас. Бундай хизматлар объекти бўлиб, шахсан истеъмолчи ҳисобланади (турист);

- *Сервисни ва истеъмолчини ўзаро боғлиқлиги.* Хизматлар истеъмолчи ва ижро этувчиларнинг ўзаро таъсири натижасидан ташкил топганлиги сабабли, туристик хизматларни кўрсатиш жараёни (ишлаб чиқариш) истеъмол билан бирга параллел равишда юз беради. Маълумки, моддий шаклда таварларни ишлаб чиқариш, уни сотувидан олдин бўлади, фақат ундан кейингина истеъмол жараёни бошланади;

- *Сақланмаслик.* Турист хизматларнинг сақланмаслиги (сақлаш мумкин эмаслиги). Турист хизматларнинг ҳаётий цикли моддий товардан тубдан фарқ қилади, хусусан сақлаш босқичининг мавжуд бўлмаганлиги билан туристик хизматларни сақланмаслиги бозор конъюктурасини яхшилаб ўрганишни, талаб ва таклифни мўтоносиблигини талаб этади, чунки хизматлар талаб бўлмаганга қадар «омборларда» туриб қоладиган маҳсулот эмас.

Турист хизматлар таркибида асосий ва қўшимча хизматлар билан фарқланади. Турист корхоналар кўрсатадиган асосий хизматларга қўйидагилар киради:

- Ташишни ташкил этиш бўйича хизматлар;
- Жойлаштириш;
- Туристларни овқатлантириш;

Турист корхоналар кўрсатадиган қўшимча хизматларга қўйидагилар киради :

- Саёҳатни (экскурсияни) ташкил этиш бўйича хизматлар;
- Туристларни суғурталаш бўйича хизматлар;
- Гид (туристларга изох, тушунтириш берувчи шахс), гид-таржимон хизматлари;

- Туристларни яшаб турган жойидан унинг вақтинчалик келиб тушган жойигача -мамлакатгача ва тескари (трансфер) ташиш бўйича, ҳамда саёҳат шартларида кўзда тутилган мамлакат ҳудудида (вақтинчалик келган жойидан) исталган бошқа ташишлар бўйича хизматлар;

- Техникани таъмирлаш бўйича хизматлар;
- Прокат бўйича хизматлар;
- Валюта айирбошлаш;
- Телефон хизмати;
- Почта хизмати;
- Маиший хизмат кўрсатиш хизматлари;
- Пляжлардан фойдаланиш хизматлари ва ҳ.к.

Бундай бўлиниш истеъмол хусусиятлари нуқтаи назаридан олиб қараганда, аҳамиятли фарқлар йўқлиги сабабли шартлидир. Йўлланмада қайд қилинган ва асосий дастурга киритилган хизматлар асосий ҳисобланади. Қўшимча хизматларни етиб келган жойида туристни ўзи мустақил ҳарид қилади. Улар йўлланма нархига кирмайди.

Кўпгина ҳолатларда туристик асосий хизматларга транспорт хизматлари, жойлашиш ва овқатлантириш хизматларидан ташкил топади. Аммо, танишув (экскурсион), малакавий иш туризми, спорт, диний мақсадларда саёҳатлар

ташкил этилганда қўшимча хизматлар ҳам ушбу турларнинг асосини ташкил этади. Асосий ва қўшимча хизматлар ўртасидаги фарқ, уларни дастлабки харид қилинган йўлланма пакетига киритилган хизматлардан ташкил топади. Туристларга номоддий хизматлардан ташқари моддий хизматлар ёки махсус маҳсулотлар тақдим этилиши мумкин, масалан шаҳар режаси, метро харитаси, сувенирлар, туристик жиҳозлар.

Шундай қилиб Ўзбекистонда туризм бозорини ўрганиш ва ривожлантириш жараёнида, келгусида туризмни асл моҳиятини белгиловчи қўйидаги учта жиҳатларни ҳисобга олишни ҳозирги давр талаб қилмоқда:

- дам олиш ва кўнгил очар фаолият сифатида;
- бевосита туризмга хизмат қилувчи тармоқни қамраб олувчи бизнес сифатида;
- туризм бозорига йўналтирилган моддий ишлаб чиқариш ва хизмат кўрсатиш тармоғи корхонасининг фаолияти сифатида.

4.2.Хизмат кўрсатиш даражалари (класслари).

Хизмат кўрсатиш даражалари тақдим этилаётган хизматлар сифатини белгилаш учун ишлатилади. Туристик маҳсулот турли туман хизматлар йиғиндисидан иборат бўлганлиги учун уларни туристга сотишда даражасини белгилаш билан боғлиқ муаммолар келиб чиқади. Турлар ва хизматларнинг даражасини белгилаш бўйича бизнинг мамлакатимиз бозорларида ҳам халқаро бозорда ҳам норматив стандартлар мавжуд эмас. Шунинг учун туроператор ва турагентлар турни силжитиш ва сотишда шартли равишда тур бўйича хизматларни люкс, биринчи класс, туристик класс, эконо́м (иқтисод) класс қилиб белгиланади.

“Люкс класс”. Ушбу класс бўйича турларни ташкил қилишда одатда энг юқори даражали хизматлар жалб қилинади: 5 юлдузли ҳашаматли меҳмонхоналар, биринчи класс ва бизнес авиация самалётларида учиш, ҳашаматли ресторанларда овқатланиш, алоҳида транспорт люкс класс машиналарида, алоҳида гид хизматлари ва ҳ.к. Бундай турлар VIP-хизмат кўрсатиш туркуми (разряди) бўйича тақдим этилади.

Биринчи класс (даража) — бу ҳам нисбатан юқори даражали хизмат кўрсатиш бўлиб, 4-5 юлдузли меҳмонхоналарда жойлаштириш, бизнес класс даражадаги самалётларда учишнинг обрўли ресторанларда овқатланишни, индивидуал трансфертни, гид хизматларини назарда тўтади.

Туристик класс 2-3 юлдузли меҳмонхоналарда жойлаштиришни, доимо авиарейсларнинг иқтисод классларида учишни, швед стол типи бўйича овқатланишни, гуруҳли трансфертни назарда тўтувчи энг оммалашган хизмат кўрсатиш туридир.

Иқтисод класс. Энг арзон хизмат кўрсатиш туридир. Одатда иқтисод классидан талабалар ва кам таъминланганлар фойдаланади. Ушбу класс дастурлари юқори даражада бўлмаган хизматларни кам миқдорда тақдим этишни кўзда тўтади: 1-2 юлдзули меҳмонхонада жойлаштириш, ётоқхоналарда жойлаштириш, ўз-ўзига хизмат кўрсатиш тамойили бўйича фаолият юритувчи кичик ва кооператив меҳмонхоналарда жойлаштириш,

чартер авиарейсларида учиш, кўтиб олиш ва кузатиш жамоат транспортида амалга оширилиши мумкин. Бир сўз билан айтганда ҳаммаси тежамли ва арзон.

Аммо шуни унутмаслик лозимки, ушбу белгилашларнинг барчаси шартлидир ва кўпинча улар миллий вариантлар ва фарқларга эга. Нима бўлганда ҳам турни сотиб олишда ҳар бир хизмат даражасини ва унинг таркибини аниқлаштириш лозим.

4.3. Хизматлар пакети.

Комплекс хизмат кўрсатиш ўз ичига туристик хизматлар тўплами турпакетни олади. Туризмда хизматлар турли тумандир: жойлаштириш, овқатлантириш, ташиш, экскурсион, дам олиш-кўнгилочар ва маиший хизматлар, спорт ва курорт дастурлари, туристик сафарлар ва ҳ.к.

Туристтик амалиётда асосий ва қўшимча хизматлар тушунчалари амал қилади. Улар ўртасида қандай фарқ бор? Истеъмолчилик хусусиятлари нуқтаи назаридан улар ўртасида ҳеч қандай фарқ мавжуд эмас. Экскурсиялар агар улар турнинг нархига ва комплекс хизмат кўрсатишига киритилган бўлса улар асосий хизматлар ҳисобланади, аммо агар турист ўз хоҳишига биноан тўланган турга қўшимча равишда яна бирор экскурсияни харид қилса, бу қўшимча хизматга айланади. Шундай қилиб асосий ва қўшимча хизматлар ўртасидаги фарқ уларнинг турист томонидан дастлабки сотиб олинган турга алоқадорлигига боғлиқ.

Амалиётда асосий туристик маҳсулот бу хизмат кўрсатиш комплекси, яъни туристларга ягона пакетда сотилувчи хизматларнинг стандарт тўплами. Хизматлар пакети (турпакет) - туроператор томонидан яратилган ва маълум хизматлар тўплами: ташиш, жойлаштириш, овқатланиш, экскурсиялар ва ҳ.к. хизматлар тўпамидан иборат туристик маҳсулотдир. Турдаги хизматлар пакети турист томонидан танланган туристик дам олиш тури бўйича уларнинг эҳтиёжлари ва саёҳат мақсадидан келиб чиққан ҳолда шакллантирилади. Тур ва унинг пакетини шакллантиришда туристлар билан ишлашнинг икки варианты мавжуд:

- 1) буюртмали турлар сотилиши;
- 2) инклюзив турлар сотилиши.

Буюртмали тур. Буюртмали турларнинг сотишда дастурни шакллантириш ва хизматлар таркибини яхлитлаш турист хоҳишига биноан, унинг бевосита иштирокида амалга оширилади. Туристга таклиф этилаётган дам олиш масканида турли хил тур хизматларнинг ҳар бири бўйича турли хизмат кўрсатиш вариантлари таклиф этилади:

- жойлаштириш-жойлашган жойи ва тури, даражаси бўйича турли хил меҳмонхоналар;
- овқатланиш-турли вариантлар (тўлиқ ёки тўлиқ ярим пансион, ёки умуман овқатланишсиз) швед столи ёки “аля корт” ва ҳ.к.;
- экскурсиялар, харид-кўнгилочар хизматлар;
- транспорт хизматлари – авиаучиш вариантлари, темирйўл ташувлар, автомобиль ижараси ва ҳ.к. вариантлари;
- спорт ва даволаниш курорт хизматлари;

- виза хизматлари, шунингдек суғурта хизматлари.

Юқорида айтилганидек бундай турларни тузишда туристнинг ўзи бевосита иштирок этади. Турист томонидан таланган хизматлар тур дастурига шакллантирилади. Нарх ҳисобланади, уни турист турпакетга эга бўлгач тўлайди. Одатда бундай буюрмалар агентликларда шакллантирилади ва сўнг жорий учун туроператорга йўналтирилади. Буюртмаларнинг тез ва сифати ажралишини таъминлаш учун бугунги кунда халқаро туризмда турагентликлар ва операторлик компаниялари томонидан замонавий компьютер технологияларидан фойдаланмоқда. Халқаро туризмда пакетни яхлитлаш муаммолари, нархни ҳисоблаш ва турни сотишни оператив ҳал қилиш учун компьютер ва телефакс алоқасидан кенг фойдаланилади.

Инклюзив тур (ИТ). Бу олдиндан режалаштирилган ва дам олишнинг ёки туризмнинг маълум тури, ҳамда туристларнинг маълум ижтимоий гуруҳига ва ёнига йўналтирилган қатъий хизматлар тўпламидир. Энг кўп тарқалган инклюзив турлар деб маршрутли турларни айтиш мумкин. Яъни бунда туристлар гуруҳи автобусда бир нечта шаҳарлар ва мамлакатлар бўйлаб саёҳат қилади. Ушбу турнинг ўзига хос хусусиятлари (саёҳат графиги ва муддатлари билан қатъий боғланган, барча учун ягона дастур) унинг буюртмали бўлишига йўл қўймайди. Круиз турлар, хобби турлар ҳам инклюзивдир. Инклюзив турлар хизматлар таркиби ўзгармайди. Турист бундай турни тўлиғича сотиб олиши ёки ундан бутунлай воз кечиши мумкин. Инклюзив турлар барқарор талабга эга таниқли туризм ва дам олиш масканларидаги маршрутларда ташкиллаштирилади ва таклиф этилади. Инклюзив турлар нархининг катта қисмини жойлаштириш, овқатланиш тўловлари ташкил этади. Халқаро (авиат) ҳаво транспортлари ассоциацияси талабига биноан инклюзив турлар ўз ичига 3 тадан кам бўлмаган хизматлар: авиаучиш, жойлаштириш, бутун маршрут бўйлаб саёҳат ва юқоридаги 2 таси билан боғлиқ бўлмаган бирор хизмат (экскурсия, автомобил ижараси ва ҳ.к.).

Бундай турларга бўлган талабнинг тебранишига қарамасдан, уларни ривожлантиришнинг маълум афзалликлари мавжуд:

- умуман олганда комплекс саёҳат алоҳида сотиб олинadиган хизматлар тўпламидан арзондир;
- нархлари олдиндан маълум бўлганлиги учун турагентларнинг туристларга қандай маршрутни танлаш борасида маслаҳат беришлари осон кечади. Бунда дастурлар ҳам олдиндан белгиланган бўлади;
- ўз маҳсулотининг жозибадорлигини кўрсатиш учун кўпроқ имкониятнинг борлиги.

Инклюзив турларнинг камчиликлари:

- бундай турда мижозни қизиқтирмаган хизматларнинг мавжуд бўлиш эҳтимоли бор;
- дастурнинг ҳаддан ташқари тўйинганлиги;
- бундай тур рекламаси истеъмолчиларнинг фақатгина бир қисминигина жалб қилиши мумкин.

Буюртмали турларда туроператор доимий равишда меҳмонхоналардаги тасдиқланмаган ўринларга квоталарни ушлаб туриш лозим. Сотишда турли талабномалар бўлиши мумкин. Туроператор турли меҳмонхоналарда

жойлаштирилган туристлар билан ишлашига тўғри келади. Туристларни бир меҳмонхонада жойлаштириб хизмат кўрсатиш осон.

Юқорида айтиб ўтилганидек барча туристик саёҳатлар индивидуал ёки гуруҳли тарзда амалга оширилади.

Пакет тур (турпакет) – истеъмолчиларга гуруҳли ёки индивидуал вариантлар бўйича тақдим этиладиган хизматлар комплекси

Турпакетни ташкиллаштиришга таъсир этувчи омиллар:

- берилган саёҳатга талаб мавжудлиги;
- хизматлар, инфратузилма, моддий базанинг мавжудлиги;
- авикомпаниялар ва бошқа транспорт компаниялари билан муносабати;
- жўнатувчи ва қабул қилувчи мамлакатлар ўртасидаги муносабатлар;
- ҳамкор туристик ташкилотлар билан муносабат;
- ташланган мамлакатда туризмнинг ривожланиш даражаси;
- мамлакатнинг сиёсий барқарорлиги.

Шуни таъкидлаш лозимки, сиёсий барқарорлик омили туроператор томонидан ўзининг стратегиясини ишлаб чиқишда муҳим ҳисобланади. Бизга Грециядаги курд воқеалари, Мисрдаги террористик портлашлар билан боғлиқ талабнинг кескин пасайиш ҳоллари маълум. Ушбу йўналишларга ихтисослашган туроператорлар катта йўқотишларни бошдан кечирдилар. Аммо шуни ҳам таъкидлаш лозимки, ушбу ҳудудларда вазият барқарор бўлиши билан туристлар оқими яна қайтади. Берлиндаги халқаро туризм биржасида қайд этилганидек турист хавф-хатарни унитишга мойил. У сиёсий барқарорлик рўй берган мамлакатларда вазият яхшиланиши билан ўша ерга яна ошиқади, айниқса, иссиқ иқлимли ҳудудлар ва арзон нархлар ҳақида бўлса.

Турпакет нархи. Турпакетнинг муваффақиятига таъсир этувчи энг муҳим омил бу – нархдир. Нархлаштиришда бошқаларникига ўхшамаган, алоҳида хусусиятли турпакетга эга бўлган туроператорлар кўпроқ эркинликка эгадир. Улар нархни асосан хизматларни сотиб олиш ва бошқа харажатлар, шунингдек даромаднинг маълум фоизини киритишга асосланиб белгилайдилар. Оммавий бозор туроператорлари асосан рақиблар нархига асосланиб нарх белгилашади, айниқса турпакетларга талаб пасайганда (ўлик мавсумда). Турпакет нархини аниқлашда туроператорлар бозор етакчилари нархларига амал қилишади. Йирик туроператорлар харажатларни камайтиришади ва шу билан рақибларининг нархлаштиришда омадга эришишларига йўл қўйилмайди. Энг кўп қўлланиладиган нархлаштириш усулларида бири бу харажатларга асосланган нархлардир, яъни маҳсулот таннархи ҳисобланади ва даромаднинг маълум фоизи қўшилади. Тур пакет нархига кирувчи даромад фоизи қўшимча харажатларни қоплаш, фондларга ажратмалар, маош ва соф даромадни ҳисоблаш орқали аниқланади ва 15 % дан 30% гача бўлади. Туризмда нархларни ҳисоблашнинг ўзига хос хусусиятларини унутмаслик лозим. Масалан, агар мавсумий дастурда узоқ-вақтли чартер рейсларининг (сериясининг) кетма-кетилиги, жойлаштиришнинг “back to back” тамойили қўлланилаётган бўлса, харажатлар мавсум боши ва охиридаги битта бўш рейс маълум самалётдаги жўнатишлар сони ва ўринлар сонини ҳисоблаш орқали аниқланди. Улар киришлар сонига бўлинади ва бу

турпакет нархига киритувчи битта учишнинг нархидир. Аммо туроператорлар нархларни ҳисоблашнинг ҳаражатлар усулини қўллашда маркетинг маълумотларини қўллаш билан бирга ўрта бозор нархларини ҳам инобатга олишади.

Туризмда нархлар ҳаражатлар ва даромадлар нотекис тақсимланган вақтда бозордаги талабнинг тебранишини ифодалайди. “Ўлик мавсум”да нархлар пасаяди ва мавсумда улар қайта тикланади (даромад эвазига). Нархлаштириш стратегияси ривожланиш босқичида бу айнан турпакетлар учун хосдир. Турпакетлар нархи нафақат туристик бозорнинг ҳолати, рақобатчиларнинг нархига балки бошқа турлар нархига ҳам боғлиқ бўлади.

4.4.Хизмат кўрсатиш дастури.

Хизмат кўрсатиш дастури-туристлар эҳтиёжларидан келиб чиққан ҳолда уларга тақдим этиладиган хизматлар тўпламидир. Бу хизматлар пули олдиндан тўланган ва турни ўтказиш вақти бўйича тақсимланган бўлади.

Хизмат кўрсатиш дастурини тузишда одатда қўйидаги ёндашувдан фойдаланилади:

1.Туроператор ва турагент ўртасида шартнома тузишда хизмат кўрсатиш дастури конкрет хизмат кўрсатиш кунларига тақсимланмасдан тузилади, келишилади ва тасдиқланади.

Хизмат кўрсатишнинг конкрет кунларига тақсимланмаслигига сабаб музейлар, экскурсион масканлар, туристларни қизиқтирувчи спектакль ва концертларнинг вақтини олдиндан билишнинг иложи йўқ.

Масалан: томонлар 6 кунлик инклюзив турнинг дастурини келишиб олишда қўйидаги дастур тасдиқланди:

- туристик классдаги меҳмонхоналарнинг 2-3 ўринли хоналарида жойлаштириш;
- ресторнда овқатланиш – тўлиқ пансион;
- экскурсиялар: Самарқандни кўздан кечириш (авто), Регистон ансамбли (пиёда)-тарихий обидалар бўйлаб (пиёда)-шаҳар музейлари (пиёда);
- қўшимча тадбирлар: театрга ташриф (31 киши);
- Туристлар трансферти – аэропортда кўтиб олиш ва кузатиш.

Ушбу дастур ҳамкор фирмалар ўртасидаги шартномага қўшилади ёки турни индивидуал сотишда буюртма (банд қилиш варақаси) шаклида расмийлаштирилади.

2. Ташрифдан тахминан 3 кун олдин томонлар қўшимча равишда факс орқали конкрет тайёр хизмат кўрсатиш дастурини келишиб олишади. Индивидуал турист бундай дастурни йўлланма ёки ваучерни агентликдан олишда қўлга киритади.

Хизмат кўрсатиш даражаси туристик хизматлар ташкил этувчиларига боғлиқ: жойлаштириш, овқатланиш, экскурсион ва транспорт хизматларига дам олиш тадбирлари, тур таркиби ва уларнинг саёҳат мақсадига тўлиқ мос келишига боғлиқ.

Мақсадга мувофиқ келувчи хизмат кўрсатиш дастурларига мисоллар:

№ 1 Касбий тур.

Ташриф буюриш ва қайтиб кетиш кунлари ҳисобга олинмаган 3 ва 5 кунлик дастурлар. Ташриф кунида – меҳмонхонада жойлаштириш дастури билан танишиш, тадбирлар графигини аниқлаштириш, кечқурун-ташриф юзасидан (байрамона) тантанали кечки овқат.

3-кунлик тур

- 1 чи кун** Меҳмонхонада нонушта;
Касбий учрашув ва музокаралар учун бўш вақт;
Меҳмонхона ресторанида тушлик;
Самарқанд бўйлаб обзор экскурсия;
Театрда томоша;
Меҳмонхонада кечки овқат;
- 2 чи кун** Меҳмонхонада нонушта;
Касбий учрашув ва музокаралар учун бўш вақт;
Меҳмонхонада тушлик;
Касбий мақсадларда аввалдан келишилган махсус жойлар (биржа)га ташриф ҳоҳловчилар (музокараларда қатнашмаган рафиқа, фарзандлар) учун бу вақтда шаҳар кўчалари бўйлаб сайр;
“Каримбек” ресторанида кечки овқат;
- 3 чи кун** Нонушта;
Сиёб деҳқон бозорига экскурсия, «Ўзбекистон халқлари тарихи» музейига ташриф;
Кечки овқат меҳмонхонада.

Касбий турларни ташкиллаштиришда туристларни юқори даражали меҳмонхоналарнинг бир кишилик номерларида жойлаштиришни таъминлаш лозим. Шунингдек меҳмонхона ичида ёки унинг яқин атрофида жойлашган залларни ижарага олиш имконини инобатга олиш лозим. Алоқа ва банк хизматлари - касбий мақсадларда саёҳат қилувчиларга хизмат кўрсатишнинг зарурий жиҳатидир.

Конгресс турларни ташкил этишда қўйидагиларни инобатга олиш лозим:

- оргтехника ва компьютер техникаси билан таъминлаш;
- мажлислар учун биноларнинг мавжудлиги;
- котибиат ишлари;
- банкетлар, учрашувлар коктейль соатлар;
- пресс конференциялар ўтказиш ва ҳ.к.

Шунингдек транспорт воситалари билан таъминлашни ҳам кўзда тутиш лозим.

4.5.Хизмат етказиб берувчилар.

Туристларга хизмат кўрсатишда саёҳат вақтида кўпгина турли туман ташкилотлар ва корхоналар қатнашади. Уларга жойлаштириш воситаларини тақдим этувчи ташкилотлар (меҳмонхона, турбаза, мотеллар ва ҳ.к.). Умумий

овқатланиш корхоналари (ресторан, кафе, ошхона ва ҳ.к.). Экскурсион ташкилотлар, транспорт компаниялари, шоу, кино ва видео ва ҳ.к. Шунга ўхшаш ташкилотлар, спорт ташкилотлари, рекреацион ташкилотлар. Майиш хизмат фирмалар, савдо ва ҳ.к. турли ташкилотлар. Тур давомида туристларга комплекс хизмат кўрсатишда иштирок этувчи барча корхона ва ташкилотларни туризм амалиётида хизматлар етказиб берувчилар деб номлаш қабул қилинган.

Туристик маҳсулотни яратиш ва сотишдаги туроператорнинг роли ҳақида сўз кетганда хизматлар етказиб берувчиларининг асосий эканлигини ҳам унутмаслик лозим. Чунки, турист томонидан маҳсулотни сифатли деб тан олиниши ҳар бир алоҳида хизматнинг хусусиятларига боғлиқ.

Шунинг учун турдастурларини тузишида хизматлар етказиб берувчиларига алоҳида эътибор берилади ва хизматлар етказиб берувчилар билан ишлашда:

- ҳамкор томонидан тақдим этилаётган хизматларнинг сифатига жиддий ёндашув. Шунингдек ушбу фирманинг бозордаги обрўйини инобатга олиш;
- меҳмонхоналар, умумий овқатланиш корхоналари, транспорт хизматлари тури ва даражасининг конкрет тур мўлжалланган туризм тури ва истеъмолчиларнинг ижтимоий бўғинига муофиқлиги;
- ҳамкорлик бўйича шартномавий хужжатлаштиришга жиддий ва эътиборли ёндашув чунки бу келажакда фирма обрўйсига таъсир кўрсатиш мумкин.

Истқболли ҳамкорни топиш учун у ёки бу мамлакатда рўйхатдан ўтган кўп сонли фирмалар ичидан сиз билан ҳамкорлик қилишга қизиқаётган ва сизнинг бу борадаги талабларингизга жавоб бера оладиган фирмани танлашингиз лозим. Қидирувда сиз турли маълумотномалар, интернет ва ҳ.к. коммуникация воситаларидан фойдаланишингиз мумкин. Хизматлар етказиб берувчилари билан махсус кўргазма, ярмарка ва ҳ.к. алоқа ўрнатиш одатий усуллардан биридир. Хизматлар етказиб берувчилар ҳудудий қизиқиш, туризм тури, дастурнинг таркиби, шунингдек истеъмолчиларнинг ёши ижтимоий ва иқтисодий сегментлари бўйича танланади. Ундан ташқари фирманинг обрўйи ва касбий сифатлари ҳам муҳим аҳамиятга эга.

Таклиф этилаётган хизматлар пакетининг жорийси учун қўйидаги хизматлар етказиб берувчилар зарур:

- Юқори даражали меҳмонхона, қўлай автобуслар ва туристларга ижарага бериш учун машиналарга эга транспорт компаниялари. Юқори даражали, таомни хонага етказиб бериш ва менюни туристлар билан келишиш имкониятини берувчи ресторан;
- гуруҳли ва индивидуал экскурсияларни ташкил этувчи ва юқори даражади гидларни тақдим эта оладиган экскурсион ташкилотлар;
- театр-манзарали ташкилотлар, тунги клублар, аквапарк, табиий ва тематик парклар, балиқ овлаш хўжаликлари.

Мавзуни мустаҳкамлаш учун амалий машғулотлар:

1. Туроператорлар реклама эълонларини таҳлил қилинг ва улар ўртасида инклюзив турларни ажратинг. Ўз қарорингизни тушунтириб беринг.
2. Бирор бир инклюзив турнинг асосий хизматлар тўпламини тузинг (қўшимча хизматларни инобатга олган ҳолда).

Таянч сўз ва иборалар: туристик хизматлар, хизмат кўрсатиш даражаси, хизматлар пакети, буюртмали турлар, инклюзив турлар, хизмат кўрсатиш дастури.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Туристик хизматларнинг хусусиятларини айтиб ўтинг?
2. Хизмат кўрсатиш даражаларини айтиб ўтинг?
3. Хизматлар пакетини хусусиятлари нимада?
4. Хизмат кўрсатиш дастури деганда нимани тушунаси?
5. Хизмат кўрсатиш дастурини тузиш тартиби ҳақида сўзлаб беринг?
6. Турларни ташкил қилиш технологияси нима билан аниқланади?
7. Оптимал хизмат кўрсатиш дастури деганда нимани тушунаси?

V.Мавзу.Туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш

Режа:

- 5.1. Турхизматларни лойиҳалаш.
- 5.2. Хизмат кўрсатиш стратегияси ва менежменти.
- 5.3. Хизмат кўрсатиш анимацияси.
- 5.4. Хизмат кўрсатиш сифати ва уни бошқариш йўллари.

5.1.Турхизматларни лойиҳалаш.

Хизматларни лойиҳалаш учун асос бўлиб унинг қисқача таърифи хизматлар бозорини тадқиқ қилиш натижасида олинган ва хизматлар ижрочисининг имкониятларини инобатга олган ҳолда буюртмачи билан келишилган талаблар тўплами ҳисобланади. Хизматлар тавсифи тегишли хизмат турига бўлган давлат стандарти талабларидан паст бўлмаслиги лозим. Лойиҳага хизматлар истеъмолчилари ва уларнинг мулкларига бўлган хавф хатарни камайтириш, уларнинг хавфсизлигини таъминлаш бўйича конкрет талабларни киритиш лозим.

Ҳар қандай хизматларга бўлган туристлар талабининг ифодаловчи ҳужжатлар ўзида қўйидагиларни сақлаши лозим:

- туристларга хизмат кўрсатиш усуллари, шакллари ва жараёнларининг баёни;
- туристларга хизмат кўрсатиш жараёнларининг тавсифи;
- зарур ходимлар сони ва уларнинг касбий тайёргарлиги;
- хизмат кўрсатишни таъминлашнинг кафолати;
- рекреацион ресурслар мулкдорлари, санитар-эпидемиологик назорат органлари, ёнғин назорати ва ҳ.к. лар билан келишув.

Хизмат кўрсатиш жараёнини лойиҳалаш хизматларни тақдим этишнинг алоҳида босқичлари ва уларнинг ҳар бири учун алоҳида технологик ҳариталарни тузиш бўйича амалга оширилади.

Турни лойиҳалашнинг натижаси бўлиб, технологик ҳужжатлаштириш ҳисобланади. (технологик хариталар, йўриқномалар, қоидалар, регламентлар ва ҳ.к.)

“Туристтик саёҳат” хизматини лойиҳалаш 2 босқични кўзда тўтади.

1) Туристларга хизмат кўрсатиш дастурига мувофиқ “туристик саёҳат” хизматига кирувчи ҳар бир турни лойиҳалаш.

2) “Туристтик саёҳат” хизматини умумий равишда лойиҳалаш.

Турист талабларига биноан хизматларни лойиҳалашда хизматни ижро этувчи ташкилотларнинг имкониятлари инобатга олинади лозим. “Туристтик саёҳат” хизматининг қисқача тавсифи маълум ҳудуддаги рекреацион ресурслар имкониятларини ўрганиш, аҳоли эҳтиёжлари ва тўлов қобилиятини, ҳамда туристик саёҳатлар турига бўлган талабни ўрганиш асосида тузилади. Тавсиф туристларга хизмат кўрсатиш дастури лойиҳасида аниқлаштирилади. Хизмат кўрсатиш дастурини ишлаб чиқишда қўйидагилар аниқлаб олинади:

- саёҳат маршрути;
- хизматлар ижрочилари-туристик ташкилотлар руйхати;

- ҳар бир хизмат кўрсатувчи ташкилотнинг хизматларни тақдим этиш даври;
- экскурсиялар ва диққатга сазовар объектлар таркиби;
- бўш вақт тадбирлари комплекси;
- маршрут ҳар бир пунктига ташрифнинг давомийлиги;
- саёҳатда иштирок этувчи туристлар сони;
- ички ташувларга мўлжалланган транспорт турлари;
- гидлар, экскурсиячилар, чет эллик вакиллар йўриқчилар, таржимонлар шунингдек уларнинг тайёргарлигига бўлган талаб;
- транспорт воситаларининг зарурий миқдори;
- реклама ахборот воситаларини тайёрлаш тартиби.

Турни лойиҳалашнинг натижалари бўлиб:

- туристик саёҳатнинг технологик харитаси;
- ташкилотнинг юкланиш графиги;
- туристларга хизмат кўрсатиш дастури.

Турист хизматларга бўлган талаблар:

Мажбурий ҳаёт ва соғлиқ, мол-мулк хавфсизлиги, атроф-муҳит муҳофазаси;

Тавсия этиладиган вазифага мувофиқлик, бажаришда тезкорлик ва аниқлик, комплекслик хизмат кўрсатувчи персоналнинг аҳоли қўлайлик эрганомлик, эстетиклик.

Вазифага мувофиқлик. Турист хизматлар улар йўналтирилган истеъмолчиларнинг жисмоний имкониятлари ва умидларига мувофиқ келиши лозим.

Бажаришда тезкорлик ва аниқлик. Тақдим этилаётган хизматлар хажми, муддати ва хизмат кўрсатиш шартлари йўлланма чипта, квитанция ва ҳ.к. кўрсатилганларга мувофиқ бўлиши керак.

Комплекслик. Хизматларни тақдим этиш туристларнинг нормал ҳаёт кечириш учун қўшимча хизматлар (маиший, алоқа, савдо ва ҳ.к.) олиш имконини таъминлаш лозим.

Хизмат кўрсатувчи ходимларнинг ахлоқи. Хизмат кўрсатувчи ходимлар хулқ атворнинг ахлоқий нормаларига риоя қилиш лозим. Истеъмолчига хизмат кўрсатиш ходимнинг хушмуомила, дўстона ва коммуникабеллик муносабатлари кафолатланиши лозим.

Қўлайлик. Турист хизматлар истеъмолчилар учун яратилган қўлай шароитларда тақдим этилиши лозим.

Эстетиклик туристик ташкилотлар худуди, туристик мақсадларда фойдаланиладиган объектлар, биноларнинг кўркемлиги дизайнининг мукамаллиги. Хизмат кўрсатувчи бинолар интерьерининг кўркемлиги, ҳамда хизмат кўрсатувчи ходимнинг ташқи кўриниши ва муомала маданияти эстетик талабларга жавоб бериш лозим.

Эрганомиклик хизмат кўрсатиш давомийлик туристик ва экскурсион маршрутларнинг мураккаблиги, туристларга тақдим этиладиган асбоб-анжомлар, фойдаланиладиган транспорт воситалари, мебель ва ҳ.к. туристларнинг физиологик ва психологик имкониятларига мувофиқ келиши лозим. Хизматларни лойиҳалашда туристларга хизмат кўрсатиш сифатини назорат қилиш усуллари инобатга олиш лозим.

Сифат назоратини лойиҳалаш ўз ичига:

- хизматлар тавсифининг хатоларини тузатиш усулларини аниқлаш,
- назорат қилинаётган тавсифларни баҳолаш усулларини аниқлаш,
- назорат усуллари: визуал (маршрутлар ва объектларни кўздан кечириш); аналитик (хужжатлар таҳлили); ижтимоий (туристлар сўрови) ва ҳ.к.

Хизматни лойиҳалашнинг яқунловчи босқичи бўлиб, лойиҳани таҳлил қилиш ва бунинг натижасида хатоларни топиш ва бартараф этиш ҳисобланади.

Туристларга хизмат кўрсатиш жараёни ва лойиҳаланган туристик хизматлар хужжатларини туристик ташкилот раҳбари буюртмачи билан келишган ҳолда тасдиқлайди. Лойиҳада ўзгаришлар фақат буюртмачи билан келишилган ҳолда ва фақат асосланган ҳоллардагина тур ташкилот раҳбари томонидан тасдиқланади.

5.2.Хизмат кўрсатиш менежменти ва стратегияси.

Ҳар бир корхона ўзининг хизмат кўрсатиш стратегиясини ишлаб чиқади - бу унинг тегишли бозор муҳитида қандай рақобат қилишини аниқлайдиган ҳаракатлар режасидир.

Хизмат кўрсатиш стратегияси шу соҳанинг исталган тадбиркорлигига тегишли уч асосий компонентга тўхталиб ўтади:

1. Мижозлар эҳтиёжлари.
2. Компаниянинг бу эҳтиёжларни қондириш қобилияти.
3. Компаниянинг узоқ муддатли фойдаси.

Истеъмолчиларнинг қандай эҳтиёжлари ва ҳаражатларига хизмат қиламиз? Бошқаларга нисбатан яхши хизмат кўрсатиш учун етарли билим ва малакага эгамизми? Қўйилган капиталга мос фойда олиш ва ўзоқ муддатга рақобатбардош бўлиш имкониятини берадиган даромад олиш учун биз қандай хизмат кўрсатишимиз лозим?

Бу саволларга бериладиган ижобий жавоблар туроператорлик хизмат кўрсатиш менежменти бўлган хизмат кўрсатиш стратегиясининг асоси ҳисобланади.

Хизмат кўрсатиш стратегияси -туроператорнинг ижобий имиджи, доимий мижозлари ва бозорда мустаҳкам молиявий ўрнининг шаклланишига рол ўйнайдиган хизмат кўрсатиш стратегияси мақсадларини аниқлайдиган ҳаракатларнинг бош режасидир.

Бу ерда туроператор иши устунлигини таъминлайдиган туристларга хизмат кўрсатиш менежменти ташкил этувчиларига эътибор бериш зарур.

1.Айтиб ўтилганидек, туристларга хизмат кўрсатиш турни сотишдан бошланади. Шу сабаб ҳам туристлар учун, ҳам ҳамкорлар учун ишончли ва инкор этиб бўлмайдиган ахборот хизмат кўрсатиш менежментининг асосий стратегик вазифаларидан бири ҳисобланади. Турмаҳсулот (унинг мақсади, шароитлари, таркиби, нархи ва хизмат кўрсатиш даражаси) истеъмоли ҳам турагентга, ҳам уни сотиб олаётган туристга аниқ бўлиши лозим. Буларнинг барчасини бажариш учун мижозлар ва ҳамкор - турагент учун каталог, йўналишлар хариталари, турли хизматларга тариф нархлари справочниклари,

буклетлар, туристлар ва транспорт воситалари суғуртаси шароитлари бўлиши лозим.

2.Хизмат етказиб берувчилар билан доимий алоқа ушлаб туриш туроператор вазифасига киради. Шунинг учун туроператор офисига доимо адрес, телефон, телефакс справочниклари, реклама-информацион буклетлар, меҳмонхоналар справочниклари, транспорт воситалари рейслари жадвали кабилар жуда зарурдир. Бу маълумотлар электрон кўринишларда ҳам бўлиши мумкин.

3.Йўналишли турларда назорат мақсадида гид ёки кузатувчи воситасида туристлар билан алоқани, саёҳатга чиқадиган туристлар маълумотларини рўйхатга олишни таъминлаш лозим.

4. Белгиланган қоидалар доирасида туристларга суғурта кафолатлари хизматларини кўрсатиш. Вазифа-туристлар учун нисбатан ишончли ва фойдали суғуртачини топиш.

5. Саёҳат жойи, хизмат кўрсатиш хусусиятлари, шунингдек, мижозлар хоҳишлари билан боғлиқ турнинг технологик жиҳатларига риоя қилиш.

Ҳар бир аниқ йўналиш ўз хусусиятларига эга. Бироқ турда туристларга хизмат кўрсатиш технологиясининг умумий тавсиялари ҳам мавжуд:

- кўрсатиладиган хизматларнинг пули тўланган хизматларга аниқ мослиги;
- сотилган тур хизмат кўрсатиш даражасининг реклама қилинганига мос келиши;
- таркиби бўйича турларнинг мақсадли - адресли йўналтирилганлиги;
- хизматларнинг аниқ ва ўз вақтида кўрсатилиши;
- хизмат кўрсатиш дастурининг оптималлиги;
- хизмат кўрсатишни анимациялаштириш.

Туристларга хизмат кўрсатишда стратегик йўналишлар - хизмат кўрсатиш маданияти ва сифати, дастурларнинг ахборотлилиги ва туйинганлиги, сервис қулайлиги ва бошқалар бўлиши мумкин.

Хизмат кўрсатиш стратегияси маълум мақсадли бозорга ҳам таяниши мумкин. Масалан, япон туристларига хизмат кўрсатиш спецификаси европаликларга хизмат кўрсатишдан фарқ қилади. Спецификаси бўйича кексалар ва ўсмирларга хизмат кўрсатиш дастурлари, иқтисодий ёшлар турлари ва эксклюзив ВИП-дастурлар бир-биридан фарқ қиладилар

Юқорида келтирилган омиллар қаторида мутахассислар томонидан меҳмондўстлик тушунчаси ҳам турмахсулотнинг аҳамиятли хоссаси сифатида тан олинган. Усиз энг мукаммал турмахсулот ҳам шахсизлантирилгандек туюлади ва турист ўз эҳтиёжлари қондирилишининг кутилган даражасини ололмайди.

Туризм индустрияси соҳасида меҳмондўстлик - бу касбий талаб, бу инсонларга уларни кутиб олаётганимиздан хурсандлигимизни кўрсата олиш санъатидир. Бироқ меҳмондўстликнинг ўзи кўпқиррали ва қуйидаги ташкил қилувчи омиллардан келиб чиқади:

- маҳаллий ва ҳудудий бозорларнинг дам олиш, кўнгил очиш ва билиш имкониятлари, туристларни кутишаётгани ва улар билан учрашувга тайёрланишаётгани ҳақида сифатли маълумот;

- яхши туристик жойлар, табдирлар, потенциал истеъмолчиларга хизмат кўрсатиш мавжудлиги (реклама, паблисити, туризмда бағишланган телекўрсатувларда қатнашиш, хайрия фаолиятлари ва ҳ. к.);
- туристларга хуш муомалада бўлиш ва хизмат кўрсатувчи персоналларнинг туристларга эътибор беришга интилишлари, яъни, «ҳаммаси миждоз учун» принципи бўйича хизмат кўрсатиш;
- миждоз истак ва илтимосларига боғлиқ хизматларни олишда барча ходимларни эҳтиёткор муносабатда бўлишлари (фирма ичидаги маълумотлар, ёки кўрсаткич ва буклетлардаги туристик объектлар ҳақида маълумот, шунингдек, туристга тушунарли тилда тенд орқали маълумот бериш);
- тил тўсиғини енгиллаштиришда туристларга ғамхўрлик қилиш. Белги ва пиктограммалар орқали маълумотлар тушунарлигини таъминлаш.

Бу омилларнинг барчаси хизмат кўрсатиш технологиясига табиий ҳолда кириши лозим. Турни ташкил қилишда нафақат турист ва хизмат кўрсатувчи персоналларнинг ўзаро фаолияти иқлимини, балки туристнинг хизматларлари ва хизмат кўрсатилиши технологиясини қабул қилиш психологик аспектларини ҳам ҳисобга олиш керак. Бу эса, биринчи навбатда, турист шахси, унинг қизиқишлари ва унга чин кўнгилдан муомала қилиш турини билдиради. Жиддий рақобат шароитида бугунги туризм бозорида бу жуда аҳамиятли омилдир.

Халқаро туризмда туристларга қуйидаги эътибор белгиларини кўрсатиди амалга кирган:

- кутиб олиш сувенири - ҳар бир туристга. Турларда сувенирларнинг предметлилиги талаб этилади (тур типи ва саёҳат мақсадига боғлиқ равишда). Масалан, иш турларида иш проспеклари, қизиқтирадиган маҳсулотларнинг сувенир намуналари, махсус буюмлар; фольклор турлар учун - миллий характердаги майда сувенирлар;
- туристларга тур тугаганидан кейин ўтилган йўналиш ҳақида махсус тайёрланган дипломлар, ёрлиқлар, нишонлар бериш;
- дам олиш жойи тўғрисидаги реклама варақалари, буклетлар, ёки кўрсаткич ва справочникларни туристлар бепул олиш имконияти мавжуд бўлиши лозим;
- дам олишнинг (саёҳатнинг) биринчи кунларида туристлар режалаштирилган ва қўшимча хизматлар ҳақида маълумот олишлари учун гид билан учрашув ўтказиш лозим. Агар бу учрашувда видеомаълумот бўлса ва туристлар маҳаллий ичимликлар билан меҳмон қилинса яхши бўлади.

Буларнинг барини туристлар учун жуда ёқимли ва қизиқарли бўлиб кўринади. Юқорида айтиб ўтилганидек, туристларга хизмат кўрсатишнинг замонавий усуллари хизмат кўрсатиш тўғрисида энг яхши таассуротларни таъминлашга қодир озод қилиш принципи асосида ташкил этилади. Озод қилинган одам ўзини хотиржамроқ сезади ва унга туроператор ғамхўрлиги сезиларлироқ бўлади. Натижада, у дам олиш ёки саёҳатдан қониқади.

Ҳатто, йўналишли турлардек саёҳатларда ҳам туроператорлар юк ташувчилар, трансфермерлар, гидлар хизматларини киритиш билан озод қилиш

принсипига амал қилишга ҳаракат қиладилар. Ривожланган курортларда кўп компаниялар учун бу ўрнатилган ва амал қилинадиган хизмат меъёрлари ҳисобланади. Аксинча, бу принципни ҳисобга олмайдиган ва доимий мижоз учун рақобатни ютқазадиган туроператорлар уларнинг олдида ёмон кўринадилар.

Замонавий туризм фаолияти ўз технологияларида уч асосий кўрсатмани ҳисобга олиши лозим:

- туристларнинг фаол ва мазмунли фаолиятга йўналтирилганлиги;
- ҳар бир туристнинг индивидуал эҳтиёжларини ҳисобга олиш, чунки бу ерда «ўрта арифметик» истеъмолчининг тушунчасига амал қилиб бўлмайди;
- истеъмолчи ўз буюртмасини амалга ошира бошлаши ёки йўлланмани сотиб олиш босқичида маълумот бериладиган илмий асосланган меъёр ва стандартлар бўйича хизмат кўрсатиш.

Исталган турмахсулот ҳар қандай ҳолда ҳам бозорнинг ҳамма сегменти учун бир хил бўлмайдиган рекреацион хизмат кўрсатиш элементларини ўз ичига олиши керак. Шунинг учун туристик хизмат кўрсатишни ташкил этувчилар ўз мижозларини яхши билишлари зарур. Туристик дам олиш дастурининг қуйидаги тахминий классификациясини таклиф қилиш мумкин:

А. Саёҳат қилиш мақсади бўйича:

- туристик-соғломлаштириш йўналишлари (фаол ҳаракат билан, чўмилиш, тоғ чанғиси);
- экскурсия-билиш;
- спорт (турли спорт турлари билан шуғулланиш);
- ўргатувчи (тилни, алоҳида спорт турларини, ҳунарларни ўрганиш);
- томоша-кўнгил очиш (театр, кино, карнавал, ярмаркалар, фестивалларга бориш);
- қизиқишлар бўйича турлар (ов, балиқ ови, мева ва қўзиқорин териш, бадий ва мусиқий ижод);
- этник ва маиший турлар, яъни, миллий маданият ва ноанъанавий турмуш тарзини ўрганиш;
- тўй саёҳатлари;
- иш ва конгресс турлар;
- ишлаб чиқариш ва таништириш дастурлари ва ҳ.к.

Б. Ҳаракатланиш усули бўйича:

- стационар турлар;
- йўналишли турлар;
- хич-хайкинг (автостоп билан саёҳат қилиш);
- велотурлар ва бошқалар.

В. Саёҳат қатнашчилари таркиби бўйича:

- гуруҳли турлар;
- индивидуал турлар;
- оилавий туризм: болалар ва ўсмирлар туризми, ёшлар туризми;
- "Учинчи", "тўртинчи" ёшдаги одамлар туризми;
- VIP-турлар ва бошқалар.

Қайд этиб ўтиш лозимки, дастурларнинг бу рўйхатини тугади деб ҳисоблаш керак эмас. Туризмнинг айнан дастурий йўналиши аҳамиятли даражада таркиби бўйича ўзгарувчан ва мода, қизиқишлар, эскириш ва қизиқишнинг йўқолиши каби олдиндан айтиб бўлмайдиган йўналишларга боғлиқ. Шунинг учун вақт ўтиши билан янги дастурлар турлари пайдо бўлади, аввалгилари эса йўқолади. Менежерлар вазифаси - талаб ва эҳтиёжларни кузатиб бориш ва бўлаётган ўзгаришларга ўз вақтида таъсир жавобини қайтаришдан иборат.

Дастурий хизмат кўрсатиш муаммолари, туризмда янги йўналиш ва турларнинг юзага келиши халқаро даражада муҳокама қилинади ва БТТ хизмат кўрсатиш шакллари ва дастурлари такомиллашиши муаммосини долзарб деб тан олади. 1998 йил Лиссабонда XXI аср туризмнинг асосий тенденциялари таҳлилига бағишланган халқаро конференция ўтказилган. Конференцияда дунёнинг 80 мамлакати вакиллари, шу жумладан, 55 туризм вазирликлари қатнашдилар. Бу мазкур масалага бутун дунё туризм мутахассисларининг жиддий эътиборини билдиради.

Конференциянинг мақсадларидан бири туризм бозорининг яқин ўн йилликда тез суръатларда ривожланиши мумкин бўлган сегментларини аниқлашдан иборат эди. Шундай сегментларга экотуризм, круизлар, сувда актив дам олиш, кутбга яқин жойларга, чўлларга, тропик ўрмонларга саёҳат қилишни мисол қилиб келтирса бўлади. «Туризм - 2020 йилга назар» изланиши натижалари эълон қилинди, турмахсулот нисбатан тез суръатда ривожланадиган бозорнинг беш сегменти аниқланди: саргузашт, экологик, маданий туризм, круизлар ва тематик паркларга саёҳат қилиш.

5.3.Туризмда анимация.

Туристларга хизмат кўрсатиш менежментининг долзарб йўналишларидан бири анимация, яъни, хизмат кўрсатиш дастурлари, туристлар дам олиши ва ҳордиқ чиқаришини жонлантиришдир. Бу ҳодиса туризмда интерер ҳашаматлилиги ва сервиси бўйича тенг бўлган курортлар рақобати натижасида юзага келган. «Хизмат кўрсатишни анимациялаштириш» формуласи топилган.

Анимация - бу бўш вақтни ўтказишнинг махсус дастурларини ишлаб чиқиш ва амалга ошириш бўйича фаолиятдир.

Бунга туристлар ва экскурсантларни «тирилган» тарихий персонажлар кутиб оладиган анимацион шоу-музейлар ёки кечаси меҳмонхонада туристлар иштирокида шоулар ташкил қилишлар киради.

Анимацион дастурлар спорт ўйинлари ва мусобақаларини, рақс кечаларини, карнавал, уйин, маънавий қизиқишлар соҳасига кирувчи машғулотларни ўз ичига олади.

Турли хил либосларга асосланган туристик маҳсулотлар - бу анимацион туризмнинг авангард йўналишларидан яна биттасидир. Бунга мисол - туристларнинг Америка ранчосида дам олиши билан бирга ташкил этилган тур бўлиб, унда туристларга кийим, ковбой нарсалари берилади, отда юриш ва ковбойлик маҳоратлари ўргатилади.

Венада туристлар бориши мумкин бўлган анъанавий профессионал баллар: Австрия куролли кучлари офицерлари бали, фармацевтлар, овчилар, қандолатчилар, кир ювувчилар баллари ўтказилади. Бу балларга борувчилар XIX асрга мослаб тикилган кийимларни ижарага олишлари мумкин. Бундай турлар туристларда катта қизиқиш уйғотади. Баллар исталган сарой ёки қалъаларда ташкил этилиши мумкин.

Спорт ёки этнофолклор, саргузашт ёки хобби турлар анимацияси сценарийси ва характериға кўра ўзига хос хусусиятларға эға. Бирок бу ерда бевосита туристларни қатнаштириш асосида дастурни жонлантириш умумийдир.

Бошқа йўналиш - бу меҳмонхона ва дам олиш марказларида туристлар дам олишини бевосита анимациялаштириш.

Аниматорлар (кўп ҳолларда ёшлар) туристлар билан доимий равишда ишлашади. Уларнинг асосий вазифаси - мижозларни зериктириб қўймасликдир. Кўпинча, бундай ишчилар алл-инклусиве типигади клубларда учрайдилар. Туристлар кундузи уларни бутик растасида ёки кортда, спорт мусобақалари ёки балиқ овида кўришлари мумкин, кечаси эса айнан шу ходимлар туристлар қатнашиши кўзда тутилган қизиқарли шоу ташкил қиладилар. Аниматорлар, одатда, форма сифатида туристлар узокдан кўришлари ва таниб олишлари учун очик рангли футболкаларни танлашади. Футболкада унинг исми ва у биладиган тиллар давлатлари байроқлари бор карточка бўлади. Улар хушмуомала бўлишади ва туристлар билан эски танишлардек кўришадилар: "Қалай, кечаги экскурсия ёқдимиз? Келинг, биз билан волейбол ўйнайсиз". Мижозлар юзини эслаб қолиш - уларнинг профессионал мажбуриятидир.

Аниматорлар иши қизиқ ва қувноқ бўлиши билан бирға оғир ҳамдир. Эрталаб улар аэробик машғулотларини ўтказадилар, плажда туристларни кўнгил очишларини ташкил қиладилар. Кундузи туристлар билан экскурсияға ва дўконларға борадилар. Кечкурун шоу ва бардагилар зерикиб қолмаслигини ҳам таъминлашлари керак. Кимнидир рақсға таклиф қилиш, ким биландир шунчаки суҳбатлашиш лозим. Шунинг учун ҳам, одатда, ёшлар аниматор бўлиб ишға киладилар.

Тил тўсиғи мавжудлиги бемалол суҳбатлашишға ёрдам бермайди ва аниматорларға қўйиладиган биринчи талаблардан бири камида икки хорижий тилни билишдир. Агар ундан кўп бўлса янаям яхши. Шунда аниматор турли давлатлардан келган туристлар билан ишлай олади ва жуда керакли мутахассисға айланади.

Аниматорлар ишининг яхши мисоли сифатида "Клуб Мед" курортлари тизими клубларини келтирса бўлади. "Клуб Мед"ға аниматор бўлиб ишға кирган одамлар ҳақиқатда ҳам билими ва универсаллиги билан ажралиб туради. Улар нафақат ёш, чаккон бўлиши, балки камида иккита тилни билиши, ҳамма билан тил топишиб кета олиши лозим. Бу ерда алоҳида лавозим - ГО -. француз тилидан олинган Гентилс Органисатеурс сўзининг қисқартмаси - "ёқимли ташкилотчилар" бўлиши мумкин. ГОнинг асосий вазифаси - "Клуб Мед"нинг барча шаҳарчалари ажралиб турадиган эркинлик ва табиийлик муҳитини яратишдан иборат. Агар барда бирор киши зерикаётган бўлса, албатта, ГОнинг ёниға ўтказишади ва суҳбатға тортишади. Улар доимо бирор ҳазил ёки

қизиқарии нарсани билишлари мумкин. Мижозларни ҳам бу ерда ҳурмат билан - ГМ - Гентилс Мемберс сўзининг қисқартмаси - "клубнинг ёқимли аъзолари" деб аташади. Аниматорлар сабабли "Клуб Мед"нинг исталган шаҳарчасида дам олиш ҳақиқий байрамга айланади.

Турларни анимациялаштириш ва ташкил этиш учун байрамлар нишонланадиган саналар календаридан фойдаланиш катта аҳамиятга эгадир. Туристнинг у ёки бу санага қизиқиши, бу қизиқишларнинг "жонлантирилган", туристнинг ўзи қатнашадиган кўринишда ташкил этилиши хизмат кўрсатиш дастурини янада жонлантиради. Ҳар сафар янги байрамларни ташкил қилиш қимматга тушиши боис, доимий ҳаракатдаги анимацион дастурларни сотиш мақсадга мувофиқдир.

Шундай қилиб, юқорида айтилганларни умумлаштириб, туризмда анимация формуласини қуйидаги комплекс кўринишида қабул қилиш мумкин: қизиқишлардан фойдаланиш, экспозицияларни жонлантириш, ҳаракатларга туристларни жалб қилиш, томошаларнинг турли-туманлиги.

Шундан келиб чиқиб, туризм анимацияси услубий асосларини қуйидагича шакллантириш мумкин:

- операторнинг ҳордиқ чиқариш ва томошалар марказлари, фестивал ва карнаваллар ташкилотчилари билан ўзаро яқин муносабатда бўлиш, шунингдек, хизмат кўрсатиш дастурига тадбирлар маълумотларини фаол қўшиб бориш;
- содир бўлаётган тадбирнинг психологик қабул қилиниши ва тематикасини ҳисобга оладиган дам олиш (тадбир) сценарийсини тузиш;
- йўналишда туристларнинг ҳар хил бўлиш эҳтимоли бор хизматлар боғлиқлигини кўзда тутган ҳолда ишлаб чиқилган сценарий асосида тўлиқ хизмат кўрсатиш комплексини амалга ошириш;
- об-ҳаво ва бошқа сабабларга кўра дастурга ўзгартириш киритилганда аниматорларнинг туристлар билан ишлаши. Умуман анимацион туризм фаолияти деганда ҳордиқ чиқариш-томоша ва сервис комплексларининг ҳар бир турист дам олишига ва хизмат кўрсатишга шахсий ёндашувнинг ўзаро яқин ҳамкорлигини тушунишимиз мумкин.

Асосий вазифа туристга қизиқарли бўлиши, ўзини дастур қатнашчиси сифатида ҳис қилиши, яхши дам олиш учун қулайлик мавжудлигидир.

5.4.Хизмат кўрсатиш сифати ва уни бошқариш йўллари.

Замонавий туризм фаолиятини ташкил этувчиларидан бири туристик хизмат кўрсатиш сифатини тартибга солишдир.

Маҳсулот сифати - истеъмолчиларнинг маълум истакларини қондиришни таъминлайдиган хусусиятлар мажмуидир.

Хизматлар сифати - истеъмолчиларнинг тахмин этиладиган ёки белгиланган эҳтиёжларини қондириш қобилиятини аниқлайдиган хизматлар таснифларининг мажмуидир.

Туристтик хизмат кўрсатиш сифати - дам олиш ва саёҳат қилиш чоғида туристларнинг истак ва эҳтиёжларини қондириш хусусиятига эга бўлган хизматлар ва тадбирлар мажмуидир.

Туристтик хизмат кўрсатишнинг комплекс характери туроператор ишининг ягона сифат кўрсаткичини ишлаб чиқишда қийинчилик туғдиради. Туристларга хизмат кўрсатиш сифатини тушунишда туроператор иши сифатини аниқлашнинг икки хил ёндашуви: агентлик ва истеъмолчи ёндашуви мавжуд.

Бу муаммони агентлик ёндашуви натижаси «Туризм: практика, проблеми, перспективи» (1998 г. №4) журналида чоп этилган, БАНКО ахборот хизмати томонидан ўтказилган тадқиқот мисолида кўриб чиқамиз.

Туроператор иши сифати кўрсаткичлари:

1. Турагентлар билан ишлашда тезкорлик ва аниқлик;
2. Ўзоқ муддат мобайнида фаолиятнинг барқарорлиги;
3. Туристтик хизматлар сифати ва нархларининг оптимал муносабати;
4. Персонал профессионализми, ҳамкорларга индивидуал ёндашув;
5. Фойдали нарх сиёсати (паст нархлар, юқори комисионлар, бонуслар тизими, овозлар миқдори);
6. Таклиф этилаётган туристтик хизматларнинг юқори сифати;
7. Ахборот очиқлиги, реклама тадбирларининг ўйланганлиги, каталогларнинг юқори сифати;
8. Иш ва шахсий даражаларда хайрихоҳлик;
9. Таклифлар ва қўшимча туристтик хизматларнинг кенг кўлами;
10. Хизматлар кўламини кенгайтириш бўйича доимий ишлаш;
11. Офиснинг қулай жойда жойлашганлиги ва шинамлиги;
12. Фирма раҳбарияти билан ишончли ва дўстона муносабат.

Сифатни аниқлашнинг истеъмолчи ёндашуви туристларга хизмат кўрсатиш сифати тушунчасини чуқурлаштиришга йўналтирилган.

Туристтик хизмат кўрсатиш нафақат комплекслиги, номоддийлиги, ҳис қилиб бўлмаслик, ташиш ва сақлашга ноқобиллиги, шунингдек, маълум ижрочиға боғлиқлиги каби махсус омиллар билан ҳам характерланади.

Техник назорат мавжуд ва истеъмолга яроқсиз маҳсулотни аниқлаш ва қайта ишлашга юбориш мумкин бўлган саноатдан фарқли равишда туристтик хизматлар қандай сифатда ишлаб чиқарилса, шундай қабул қилинади ва бу сифатга моддий база, ресурслар, технологиялар, инфраструктура ва бошқалар каби кўпгина бевосита ва билвосита омиллар таъсир кўрсатади. Турмаҳсулот сифатини истеъмолчи баҳолаганда ишончлилик, хавфсизлик, ахборот ишонарлилиги, руҳий қулайлик каби хусусиятлар ҳам муҳим аҳамиятга эга.

Туристтик хизмат кўрсатиш саёҳатда, овқатлантиришда, спорт ва кўнгул очиш тадбирларида турли эҳтиёжларнинг бутун комплексини қондириши лозим. Дастурий турлар давомида даволаниш, иш учрашувлари, сафарлар каби махсус эҳтиёжлар ҳам кўзда тутилади.

Хизмат кўрсатиш сифатига юқорида саналган омиллардан ташқари таклиф этиладиган хизматлар кўлами ҳам таъсир қилади. Ўз-ўзидан хизматлар кўлами сифатни таъминламайди. Бунда хизматлар ва маҳсулотлар комплекслиги, уларнинг маълум истеъмолчига йўналтирилганлиги,

шунингдек, хизмат кўрсатиш сифатига катта таъсир кўрсатувчи воситалар ўз вақтида етказилиши зарур.

Туризм ресурс сифатида табиий-иқлимий, маданий-тарихий ва қабул қилиниши жараёнида одамларга эстетик, ҳиссий, руҳий томондан таъсир қила билиши лозим.

Психологик омилларнинг таъсир қилиши сифатни баҳолашга субъектив ёндашув элементларини киритиши билан «хизмат кўрсатиш сифати» тушунчаси моҳиятини кенгайтиради ва қийинлаштиради.

Сифат критерийлари туристларга хизмат кўрсатиш бўйича турли фаолиятларни тасвирлайдиган кўрсаткичлар тизими орқали изоҳланади ва бу кўрсаткичлар ёрдамида туризм индустриясининг турли корхоналари фаолиятини солиштиришимиз мумкин.

Меҳмонхона учун бундай кўрсаткичлар - туристларни жойлаштириш тезлиги, номерларнинг хизмат кўрсатиш классига мос келиши, барча меҳмонхона хизматларининг аниқ ишлаши, жамоат жойлари ҳамда номерлар тозалиги, қўшимча хизматлар энг асосийси, туристлар томонидан норозиликларнинг йўқлиги кабилар бўлиши мумкин.

Экскурсион хизмат кўрсатишда сифатнинг асосий кўрсаткичлари -билиш, маълумотларнинг тўлиқ ва ишончлилиги, эстетика, йўналиш оптималлиги, нутқ маданияти ва экскурсовод малакаси бўлиши мумкин.

Туризмда тур сифатини хизматлар таркиби, даражаси, дастури ва анимацион ёндашув, гид малакаси белгилайди.

Туроператор фаолиятининг аҳамиятли жиҳати шундаки, истеъмолчига тур сотилганидан кейин турист билан муносабат тугамайди. Йўналишда туристлар олдиндан пули тўланган хизматларни оладилар. Туроператорлар кўзланаётган хизмат кўрсатиш даражасига мос равишда тур нархини аниқлар эканлар, айнан ўша хизматлар (бошқаларини эмас) кўрсатилишини кафолатлаш шарт.

Халқаро туризм бозори аллақачон талабнинг даражаланганини тан олади. Бойлар учун қиммат хизматлар кўрсатадиган турлар; бой бўлмаганлар учун - иқтисодий турлар; бувилар, боболар ва уларнинг набиралари учун саёҳатлар; ўсмирлар учун автобус саёҳатлари; фақат аёллар учун яхта ва солларда саёҳатлар; чекмайдиганлар учун тоза ҳавога сафарлар; эркалар учун ов, балиқ ови ва бошқалар. Махсуслаштирилган турларни ташкил этиш йўналиш ва хизматларининг тематик мослиги ва хизмат кўрсатиш дастурининг оптималлигини чуқур ишлаб чиқиши лозим

Туристларга хизмат кўрсатишда туристлар билан ишлайдиган гид малакаси катта аҳамиятга эга, чунки айнан шу одам ўзининг шахсий иштироки билан хизмат кўрсатиш сифатига жавоб беради. Гид юқори малакадан ташқари, хизмат кўрсатиш дастури ва у ёки бу хизматлар тури ўзгариши эҳтимоллари бўйича тўла маълумотларга эга бўлиши лозим.

Таянч сўз ва иборалар: Турни лойиҳалаш, менежмент, анимация, аниматор, маҳсулот сифати, хизматлар сифати, туроператор иши сифати.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Туроператорлик фаолиятида хизмат кўрсатиш менежменти нимага йўналтирилган?
2. Хизмат кўрсатиш соҳасида тадбиркорликнинг уч асосий компонентини айтинг.
3. Хизмат кўрсатиш стратегияси деганда нимани тушунасиш?
4. Туризм анимацияси нима дегани?
5. Туризмдаги анимацион йўналишларнинг қайсилари сизга таниш?
6. Анимацион дастурларнинг ўзи, бошқа объектларсиз, туристларни жалб қила оладими?
7. Туристларга хизмат кўрсатиш сифатини бошқариш деганда нимани тушунасиш?
8. Маҳсулот ва хизматлар сифати деганда нимани тушунасиш?
9. Туристик хизмат кўрсатиш сифати тушунчасини аниқланг.
10. Туроператор иши сифати кўрсаткичлари нималардан иборат?

VI. Мавзу. Туризмда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматлари

Режа:

- 6.1. Туристларни жойлаштириш воситалари.
- 6.2. Меҳмонхоналар таснифи ва меҳмонхона турлари.
- 6.3. Туризмда овқатлантиришни ташкил этиш.

6.1. Туристларни жойлаштириш воситалари.

Жаҳон амалиётида "туристларни жойлаштириш воситалари"нинг умумий қабул қилинган таърифи мавжуд эмас, бироқ БТТ экспертлари «доимий (ёки баъзан) туристларни тунаб қолишлари учун жой берадиган исталган объект»ларни шундайлар деб ҳисобласа бўлишини таъкидлайди.

Шунингдек, жойлаштириш воситалари икки асосий гуруҳга бўлинади:

- *коллектив (КЖВ);*
- *индивидуал (ИЖВ).*

БТТ экспертлари фикрича, туристларни коллектив жойлаштириш воситалари «саёҳатчига хона ёки бошқа бинода кечаси тунаб қолишга жой бериши мумкин бўлган объект» сифатида таклиф бериш мумкин. Бироқ ундаги жойлар сони алоҳида оила бирлиги аъзолари сонидан кам бўлмаслиги, барча жойлар (ушбу бинодаги) тижорат типдаги ягона раҳбариятга бўйсунishi лозим.

КЖВ меҳмонхоналар ва аналогик биноларни, махсуслаштирилган ва бошқа коллектив биноларни ўз ичига олади.

Жойлаштириш воситалари маъноси турли давлатларда турлича талқин қилиниши мумкин: бир мамлакатда мавжуд жойлаштириш воситаси, иккинчи бир давлатда умуман бўлмаслиги мумкин. Ўзбекистонда 2000 йил январдан бошлаб меҳмонхоналар юлдузли классификацияси қабул қилинган.

Туристларни жойлаштириш воситалари халқаро тавсияларга асосланиб тўртта гуруҳга ажратилади:

I. Меҳмонхоналар ва аналогик корхоналар:

- меҳмонхоналар;
- пансионатлар;
- пляж меҳмонхоналари;
- номерлари бор клублар;
- меҳмонлар учун уйлар;
- бошқалар.

II. Тижорат ва ижтимоий жойлаштириш воситалари:

- туристик базалар;
- арзон (бюджетли) меҳмонхоналар;
- туристик кемпинглар;
- туристик қишлоқ (уйлар гуруҳи);
- бунгало;
- ижтимоий туризм корхоналари;
- бошқа жойлаштириш воситалари.

III. Махсуслаштирилган жойлаштириш воситалари:

- даволаш меҳмонхоналари;
- меҳнат ва дам олиш лагерлари;
- жойлаштиришнинг транспорт воситалари;
- меҳмонхона;
- бошпана, чайлалар;
- алпмеҳмонхона.

IV. Хусусий жойлаштириш воситалари:

- хусусий уйлар (меҳмонхона);
- хусусий агентлардан ижарага олинган жой;
- аҳоли орасидаги қариндошларникига жойлаштириш;
- бошқалар.

Келтирилган услубий жойлаштириш воситалари классификацияси БТТ томонидан тавсия этилган. Туристик меҳмонхона - бу меҳмонхоналарнинг алоҳида тури бўлиб, туристларга саёҳат билан боғлиқ хизматларни таклиф этади. Табиийки, турист оддий меҳмонхонадан фойдаланса бўлади, аммо унда туристик меҳмонхоналардаги каби шароитлар бўлмайди.

Барча туристик меҳмонхоналарда тўртта асосий хизматлар гуруҳи мавжуд:

1. Жойлаштириш;
2. Овқатлантириш;
3. Ҳордиқ чиқариш;
4. Маиший хизмат кўрсатиш.

Меҳмонхоналарда туристларга хизмат кўрсатишнинг технологик схемаси. Меҳмонхонада туристларга хизмат кўрсатишнинг ёпиқ технологик цикли қуйидаги асосий хизматларни ўз ичига олади:

1. Қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати;
2. Номер фондидан фойдаланиш хизмати;
3. Тижорат хизмати;
4. Техник муҳандислик хизмати;
5. Бошқарув хизмати.

Бу асосий хизматларни етказиб бериш учун зарур бўладиган таъминловчи хизматларнинг минимал тўпламидир.

1. Қабул қилиш ва жойлаштириш хизмати: қабул қилиш, рўйхатга олиш, туристларни номерларга жойлаштириш, ҳисоб-китоблар, жойларни брон қилиш ва туристларни уйига ёки бошқа жойга жўнатишни таъминлайди. Қоида бўйича, хизматни жойлаштириш ишларини менежер бошқаради ва унга рўйхатга олиш бюроси, порте, администраторлар, хизмат кўрсатиш бюроси, швейсарлар, гардеробчилар, юк сақлаш камераси ходимлари, брон қилиш хизматлари бўйсунадилар.

2. Номер фондидан фойдаланиш хизмати яшаш ва қўшимча бинолар таъмири ҳамда техник хизмат кўрсатилишини, одам жойлаштиришга тайёрлаш, тозалаш, косметик ёки режали таъмирлаш учун номерларни фойдаланишдан чиқаришни таъминлайди. Ушбу хизмат менежери номер фондига хизмат кўрсатиш ва таъминлаш гуруҳини, қават хизматчиларини, фаррошларни, конференция бошқаларни бошқаради.

Брон қилиш тизими дунёнинг турли шаҳарлари билан алоқада бўлган ва тармоққа бирлаштирган ЭХМ комплексини ўз ичига олади. Комплекснинг асосий вазифаси қуйидагилар:

- шу меҳмонхона буюртмаси бўйича номерларни брон қилиш;
- бошқа меҳмонхоналар буюртмаси бўйича номерларни брон қилиш;
- турли транспорт турларига чипталарни брон қилиш;
- бошқа вазифалар.

Баъзи ҳолларда бундай тизим асосий меҳмонхонадаги маҳаллий (ички) масалаларни ҳам ечади:

- миқозлар билан автоматлаштирилган ҳисоб-китоблар;
- номер фондини режалаштириш;
- ходимлар иш ҳақини ҳисоблаш;
- моддий неъматларни ҳисоблаш, бухгалтерия ҳисоботи ва бошқалар.

Йирик меҳмонхона комплекслари ягона брон қилиш тизимларига уланадилар. Уларга Сабре, Галилео, Амадеус, Ворлдспан кабилар киради. Бу брон қилиш тизимлари икки асосий вазифани бажаради:

- меҳмонхоналарда номерларни банд қилиш;
- чипталарни поезд, теплоход ва бошқалар нархларида брон қилиш.

Қўшимча ва ёрдамчи хизматлар бўлими баъзи ҳолларда ўз экскурсион бюросига, ўз хўжалигига, иш, конгресс ва бизнес турларни таъминлаш бўйича махсус бюроларга, гид-таржимонлар, таъминланган конференс-зал, кабинет, оргтехника кабиларга эга бўлиши мумкин. Шунингдек бу хизмат таркибига қуйидагилар ҳам киради:

- сартарошхона ва косметик салонлар;
- кир ювиш хизмати;
- ателе, тикиш ва оёқ кийим устахонаси;
- маиший хизматлар устахоналари;
- болаларга қараш хизмати;
- тиббий хизматлар бўлими;
- кимёвий тозалаш;
- ижара хизмати;
- бошқа хизматлар.

6.2.Меҳмонхоналар таснифи ва меҳмонхона турлари.

Меҳмонхоналар классификацияси - аниқ бир меҳмонхона ва номерларнинг хизмат кўрсатиш критерийлари ва стандартларига мос келишини аниқлашдир. Ҳар бир давлатда қабул қилинган классификация стандартларнинг сифат параметри ҳисобланади ва бу унинг нуфузига, шаклланишига, миқозларига, хизматлар нархига таъсир қилади.

Меҳмонхоналар классификацияси халқаро ва миллий даражаларда, шунингдек, меҳмонхоналар занжири, уюшмалари, иттифоқлари даражасида тартибга солиб турилади. Ҳозирда 30 дан ортиқ классификацияси мавжуд бўлиб, улардан нисбатан кенг тарқалганлари қуйидагилар:

- юлдузлар тизими (1дан 5гача);
- ҳарфлар тизими(А,В,С,Д);

- "тожлар" ёки калитлар тизими;
- балл тизими;
- разрядлар тизими ва бошқалар;

Дунёда ягона тизимнинг юзага келиши учун давлатларнинг миллий анъаналари, маданий-тарихий фарқлар, сифат критерийлари тўсиқ бўлади. Ҳозирда Ўзбекистонда меҳмонхоналар классификацияси тизими 1 дан 5 юлдузгача бўлган стандарт жорий қилинган.

Ҳар бир юлдуз категорияси қуйидагилар бўйича маълум стандартлар талабларига жавоб бериши лозим:

- бинолар, иншоотлар;
- меҳмонхона номерлари;
- ҳаёт хавфсизлигини таъминлаш тизими;
- қулайлик даражаси;
- асосий, қўшимча ва ёрдамчи хизматлар;
- персоналлар малакаси ва бошқалар.

Туристларни жойлаштиришда классик типдаги бош корхонадир. Унинг асосий белгиларидан бири номерлар мавжудлигидадир. Меҳмонхоналар барча зарурий хизматлар турларини тақдим этади. Ҳар куни тўшакни тартибга келтириш, хона (номер) ва санитария узелларини йиғиштириш, шунингдек, қўшимча ва йўл-йўлакай талаб қилинадиган хизматларни бажариш. Меҳмонхоналарнинг турли классификациялари мавжуд. Меҳмонхона хўжалиги назарияси ва амалиётида хизматлар турлари ва маиший қулайлигидан келиб чиқилиб отелларни гуруҳларга бўлиш кенг тарқалган. Бу классификация хизмат кўрсатиш стандартига қараб қабул қилинган отел каттегориясига мувофиқ белгиланади. Аттестация натижалари бўйича ҳар бир меҳмонхонага разряд берилди. Бу унинг биноси сифат ва сон хусусиятларига, номер фондига, инфраструктураси, турмуш таъминоти, шунингдек шинамлик даражаси, асосий ассортиментлари, қўшимча ва йўл-йўлакай хизматлари, ходимлар малакаси, сервис маданиятига боғлиқдир. Разрядга эга бўлиш отел нархномалари ва миқдорлар таркибининг нуфузида акс этади. У саёҳат қилувчи шахсга туристик бозор таклифларида эркин муносабатда бўлишга кўмаклашади. Меҳмонхонанинг сифати, хизмат кўрсатиш билан нархини тенглаштириб кўриш, тунаш учун қулай жой танлашга имкон беради. Бошқарув органлари отел классидан давлат инвестициялари ва солиқ миқдорининг тақсимланиш мезони сифатида фойдаланилади. Меҳмонхона бизнеси соҳасида нарх сиёсатини ишлаб чиқишда уни ҳисобга олади.

Хизматлар хили ва маиший қулайлик даражаси жиҳатидан отеллар классификацияси бутун жаҳон цивилизациясида қабул қилинган кўпчилик Европа мамлакатларида бундай турдаги классификациялар давлат таркиби (Францияда марказий, Испанияда маҳаллий) ишига қиради ва махсус қонунчилик актларини кўриб чиқиш предмети бўлиб ҳисобланади. Бошқа мамлакатлар (жумладан Швейцария)да улар расмий характерга эга эмас, балки меҳмонхона бизнеси вакиллари ташаббуси билан келишиб олинади. Бундан ташқари кўпгина меҳмонхона занжирлари, ассоциациялар ва иттифоқлар ўз классификацияларига эга. Уларнинг умумий сони 30 дан кўп. Шу жумладан, юлдузлар тизими (бирдан бешгача), ҳарфлар тизими (А-В-С-О), «тож» ёки

«калитлар», баллар ва бошқалар. Уларни фақат тоифа (категория)лари миқдори, рамзлари, балки хизмат кўрсатиш стандартлари билан ҳам фарқланади. Бу фарқлар давлатнинг тарихий маданий хусусиятларидан келиб чиқади ва миллий анъаналар, урф-одатлар билан узвий боғлиқдир.

Отелларнинг асосий мижозлари ички туристлар ҳисобланади. Улар йил давомида 70-90 % юкланишни таъминлайди. Амалда ана шулар меҳмонхона базасига талаб ва сервис даражасини белгилайдилар.

БТТнинг номерлар ҳажми, уларни жойлашгани, қулайлиги ва жиҳозланиши, бошқа бинолари мавжудлиги, меҳмонлар дам олиши ва ишбилармонлар ишлаши учун жиҳозланган бинолар борлиги, уларга хизмат кўрсатиш қандай йўлга қўйилганига қараб отеллар юлдузли классификациясидан фойдаланишни тавсия қилди. Меҳмонхона корхоналарини юлдуз билан ажратиш энг кўп тарқалган лекин у ҳам универсал эмас. Мисол учун, Испанияда бирдан беш юлдузгача меҳмонхона категориялари белгиланган бўлиб, унда хизмат кўрсатишнинг юқори сифатлиси алоҳида ажратилган. Худди шунча категория Францияда ҳам амал қилинади: юлдузсиз, бирдан тўрт юлдузгача ва тўрт юлдуз «люкс». Венгрияда отеллар эса беш разрядга эга бўлиб у бирдан беш юлдузгачадир.

Корхона моддий базаси хилма-хил талабларига асосланган ва унинг эксплуатация ҳолати, сервис маданияти ва сифати ҳисобга олинган меҳмонхоналар классификацияси характерлидир. Ташриф буюрувчиларни қабул қилиш қанчалик яхши ташкил этилса, жойлашиш воситасининг категорияси шунча юқори бўлади.

Меҳмонхоналар ўртасида жиҳозланиши ва кўрсатаётган хизматлари хусусиятларига қараб, кенг профилдаги меҳмонхоналар ажралиб туради. Яъни улар апартамент-отел (квартира типиди), мотеллар, курорт меҳмонхоналари, клублар яшаш билан бирга ва бошқалар.

Туристтик бизнестда кейинги йилларда «Pucote» (инглизчадан report - курорт) класс отеллар тармоғи тез ривожлана бошлади. Одатда улар манзарали қирғоқ бўйларида жойлашган. Тропик боғлар ва парклар кўринишидаги ям-яшил дарахтларга бурканган «рисортс» лар жаннати дам олиш жойларидир. Бу категориядаги отелларга тижорат хизмат «ҳаммаси бор» тизими муваффақиятли келтиради.

Улар томонидан амалга оширилаётган хизматларга жойлашиш, овқатланиш («швед дастурхони»), кўнгил очиш барлардан тез-тез бепул фойдаланиш, шунингдек самолётга имтиёзли билетлар, трансфер, экскурсиялар қиради. Шинам ва унча қиммат бўлмаган дам олиш аъло даражада транспорт хизмати кўрсатиш билан уйғунлашиб кетган. Болалар ва уй ҳайвонларини назорат бетида қолдириш мумкин. Шунингдек бошқа қулайликлар «Рисорте»ни туристлар учун айниқса ўрта хол сайёҳлар учун янада жозибадор қилади.

Мулкчиликка муносабат ўзгариши кондоминиум тизимида ўз аксини топган. Яъни бир неча шахс биргаликда битта мулкни эгаллайди. Бу ғарбда кенг тарқалган ва мамлакат туристик бозорига таймшер кўринишида кириб келган.

Таймшер. (Timshare, инглизчадан таржима қилинса «Вақт қисми» деган маънони беради) - бу биргаликдаги эгалик, аниқроғи клубли жойлаштириш

воситаларини улардан маълум вақт ичида фойдаланиш ҳуқуқи билан узоқ муддатга ижарага олиш (мисол учун, 30-50 ва кўпроқ йил давомида ҳар йили бир ҳафтага) дир. Классик таймшер хусусиятлари шундан иборатки, дам олишнинг маълум даврига мулк эгаси эканлиги ҳақида сертификат мавжуд бўлади. Бир қатор мамлакатларда таймшер мерос қилиб берилиши, гаров воситаси, кредитни таъминлаш ва бошқа воситалар сифатида фойдаланиши мумкин.

Ихтисослашган муассасалар ҳам туристларга хизмат кўрсатиш учун мўлжалланган. Улар номерларга эга эмас. Бу ерда бошпана бўлиб бинолар, коллектив ухлашхоналари ёки майдонлар хизмат қилади. Ихтисослаштирилган муассасалар тунаш учун жой беради. Аммо туристларни жойлаштириш улар учун бош вазифа эмас. Бу гуруҳга соғломлаштириш муассасалари (санаториялар, реабилитация марказлари, «Соғломлаштириш фирмалари» ва бошқа.), дам олиш ва меҳнат қилиш, жамоат транспорти воситалари, ухлаш хоналари билан жиҳозланган (поезд, кема) воситалар, шунингдек конгресс-марказлар типига бинолар киради. Қайсики улар базасида симпозиумлар, конференциялар ва бошқа ихтисослашган тадбирлар ўтказилади ва уларнинг иштирокчиларини жойлаштириш амалга оширилади.

Бошқа коллектив жойлаштириш воситалари. Ўзларига энг аввало дам олиш учун мўлжалланган турар жойлар мажмуаси (бунгало) уйлар ва бошқаларни қамраб олади. Улар ягона бошқарувда бўлиб, чекланган меҳмонхона хизматларини кўрсатади.

Мисол учун, туризм бўйича Ирландия Кенгаши дам олиш учун комплекс уйларига қуйидаги талабларни қўяди:

Комплекс камида тўққизта бинодан иборат бўлиши ва улардан бирида идорада ифода жойлашиши керак. Бино ўзида алоҳида кириш жойлари бўлган капитал қурилишни мужассам этган, яхши эксплуатацион ҳолатда бўлиши лозим. Ҳар бир бинода мебелли уй, овқатланиш, дам олиш хоналари, шунингдек омборхона, чўмилиш (ванна) хонаси ва ҳожатхоналар бўлади. Уйдан ташқарида эса фойдаланиладиган кенг-мўл жойлар кўзда тутилади. Жойлаштириш воситаси ҳар бир янги яшовчи учун йиғиштирилиб, тайёрланади. Унда кўрпа-тушакларни йиғиштириш ва бинони супириш – сидиришда мижозга хизмат кўрсатилмайди.

Коллектив жойлаштиришнинг бошқа воситалари таркибига кемпинглар учун майдонлардаги объектлар кичик кемалар учун бухталар киради.

Кемпинглар – автотуристлар учун қўриқладиган ва яхши жиҳозланган майдонлари бор лагерлардир. Улар энергия таъминоти, канализация тизими билан жиҳозланган мажмуасидир. Кемпингда автомобиллар турадиган алоҳида махсус жойлар ажратилган бўлиб, шунингдек автомобилларни профилактик қўриқдан ўтказадиган, ювиш ва таъмирлаш устахонасига эга бўлади. Бундан ташқари кемпингда автотуристларга бир қатор ахборот, савдо, вақтни мазмунли ўтказиш хизматлари тақдим этилади. Уларнинг сифати ва ассортименти қараб кемпингларга маълум категория – бирдан тўртгача юлдуз берилади. Юқори категорияли лагерлар автотуристлар учун теннис кортлари, бассейнлар, сауналар, сув аттракционларига эга бўладилар. Вақтни мазмунли ўтказиш марказлари ташкил қиладилар. Спорт ва кўнғил очиш объектларидан ташқари,

уларда савдо ва овқатланиш корхоналари, кир ювиш, алоқа бўлимлари, прокат пунктлари бўлади. Булар кўпинча кўп профили кечаю-кундуз ишловчи меҳмонхоналар, турбазалар ва мотеллар таркибига киради.

Туристтик автофургонлар узунлиги одатда 6 метр, эни эса 2,20 метрдан ошмайди. Унинг оғирлиги 500 дан 1000 кг. гача келади. Тўғри, жуда катта ва оғирликка эга бўлган бошқа намуналари ҳам мавжуд. Шинамлиги жиҳатидан бу турар жойлар замонавий дала ҳовли-дачаларидан қолишмайди. Уларда ухлаш хонаси, ошхона, газ плитаси, совутгич ҳожатхона ва душ бор. Жойлаштириш воситаларининг дачалардан афзаллиги шундаки, уларда саёхат қилиш мумкин. Улар эркин ҳаракатланишга имкон беради. Туристларни жадвалга қараб жамоат транспорти келишини кутишларига ҳожат қолдирмайди. Инфраструктура яхши ривожланган мамлакатларга ҳам бемалол боради. Туристлар лик тўла ва қиммат отеллардан жой қидирмайди, шунингдек йирик халқаро тадбирлар ўтказилаётганда (бутун жаҳон кўргазмаси, Олимпия уйинлари кабиларда) тураржой муаммосини ҳал этади.

Жойлашиш воситаларининг кейинги бошқа коллектив гуруҳларини туристик ётоқхоналар, ёшлар меҳмонхоналари, мактаб ва талабалар ётоқхоналари, қариялар дам олиш уйлари ва шуларга ўхшаш ижтимоий аҳамиятга эга бинолар ташкил қилади.

Туристларни жойлаштиришнинг индивидуал воситалари. Индивидуал жойлашиш учун имкониятлар жуда кенг. Сайёҳ ўзининг шаҳардан ташқаридаги шахсий уйида тухташи мумкин. Агентлик ёки хусусий шахсдан ижарага тўлиқ жиҳозланган (уй, хона, коттеж) тураржой олиши ёки таниш билиш ва қариндошларникига бепул жойлашиши мумкин.

Ижарага бериладиган хона ва бинолар бошқа меҳмонхонавозлик объектларига ўхшашлик классификациясига киради. Францияда мебелли квартираларга қўйиладиган талаблар тўлиқ руйхати ишлаб чиқилган ва тасдиқланган. Уларнинг майдони ҳажми, шифти баландлиги, кроватлар энлилиги (беш юлдузли категория)га қараб бир юлдуздан беш юлдузгача маълум категория берилади. Бунда шунингдек газ плитада конфоркалар сони, музлатгич (холодильник) сиғими, ҳисоб тизими, телефон борлиги, балкон ҳажми, лифт хизмати, автомобилни сақлаш майдончаси мавжудлиги ҳам ҳисобга олинади. Ҳордиқ олишдан ташқари мижоз хоҳишига қараб, айрим кўшимча хизматлар – хонани йиғиштириш чойшаб алмаштириш, овқатлантириш хизматлари кўрсатилади.

6.3. Туризмда овқатлантиришни ташкил этиш.

Туристнинг овқатга бўлган эҳтиёжини умумий овқатланиш корхоналари қондиради. Улар хилма-хил шакллари билан фарқ қилади. Туристтик овқатланиш индустриясига ресторанлар, кафелар, барлар, ошхоналар, тамаддихоналар ва бошқалар киради. Туристларнинг булар сингари жойлаштириш воситалари билан биргаликдаги овқатланиш корхоналари хизмат сифати ва маданияти, ошхонаси ва таклиф этадиган таомлари, ўринлар сони, иш режими, мижозларга хизмат кўрсатиш шакллари билан классификацияланади.

Туризмда овқатлантириш корхоналар классификацияси ва уларга қўйиладиган талаблар. Туристтик хизмат кўрсатиш технологиясида асосий хизматлардан бири бу овқатлантириш ҳисобланади. Овқатлантириш туризм индустрияси ўз ичига қуйидаги овқатлантириш корхоналари турларини олади:

1. Ресторанлар.
2. Кафе.
3. Барлар (грил барлари, пиво барлари, фото барлари, коктейл барлари ва бошқалар).
4. Ошхоналар.
5. Ошхона – фабрикалар.
6. Тайёрлов фабрикалари.
7. Буфетлар.
8. Озиқ-овқат ва қандолат магазинлари.

Бундай корхоналар туристик фирмаларнинг ўзида бўлиши ёки ижарага олиниши мумкин. Уларнинг кўпчилиги меҳмонхоналар таркибига кирган бўлади, камдан кам ҳолларда мустақил фаолият юритадилар.

- Корхоналар хизмат кўрсатиш шаклига кўра официантлар хизмат кўрсатадиган ва ўз-ўзига хизмат кўрсатадиган кўринишга эга бўлади.
- Туристлар овқатланиши режими бўйича тўлиқ пансион ва ярим пансионга;
- махсус овқатлантиришга;
- болаларни овқатлантириш ва бошқаларга бўлинади.

Қатор меҳмонхоналар номерларида ошхоналар, мини барлар мавжуд. Овқатлантириш хизмати ҳам номерда, ҳам овқатлантириш корхоналарида кўрсатилиши мумкин. Туристларни овқатлантириш турлари бўйича бу хизмат:

- комплекс овқатлантиришга;
- танлаш асосида овқатлантиришга, аввалдан буюртма орқали овқатлантириш, шу жумладан, байрамлар, қабуллар, юбилейлар, банкетларга хизмат кўрсатиш кабиларга бўлинади.

Бундан ташқари, овқатлантириш корхоналари миллий, европа, корейс, хитой, грузин ва бошқа ошхоналарга бўлиниши мумкин. Корхоналар яна жойлар сони, иш тартибига қараб ҳам ажратилади.

Техник жиҳозланиши, кўрсатиладиган хизматлар сифати ва ҳажми, жойнинг архитектура-бадий жиҳатдан безатилиши, нархлар, жойлашган жойи, автоматлаштирилганлик даражаси ва корхонанинг бошқа кўрсаткичларига кўра овқатлантириш туризми индустрияси корхоналари категорияларига ажратилади. Категория - овқатлантириш корхонасининг хизмат кўрсатиш даражасини белгиловчи фарқли белги ҳисобланади. Категория * (юлдуз) белгиси билан белгиланади. Юқори категория - 5 юлдузли паст категориялиги эса бир юлдузли ҳисобланади.

Ўрнатилган талаблар жавоб бермаган сертификациядан ўтмаган корхоналар эски категорияда қоладилар. Категория бериш Ўзбекистон Республикасининг сертификациялаш органлари томонидан амалга оширилади.

Агар биз овқатланиш секторида унинг иши туристик маданий хордиқ олишни ташкил этилишига қаратилганини эътибордан қочирсак, тасаввуримиз унча тўлиқ бўлмайди. Овқатланиш корхонаси мижозларни нормал ҳаёти учун

нафақат зарур калорияли таомлар билан таъминлайди, балки кўнгил очиш ва ёрқин унитилмас таассуротлар олиш имконини ҳам беради.

Кўпчилик сайёҳатчилар турли мамлакатлар миллий таомлари билан танишиш мақсадида махсус гастрономик ва ичимлик сафарларига отланадилар. Бундай сафарлар чоғида улар маҳаллий урф-одатлар билан танишишади. Кўп ҳолларда фольклор байрамлари иштирокчисига айланадилар. Германия ва Чехияда бўлганда, масалан, пиво муассасаларига кирилмасдан қолмайди. Испанияда бўлишни эса «пассов а тапео» сиз, яъни барлар бўйлаб сайр вино ва пивога қўшиб бериладиган газакларни татиб кўришни тасаввур қилиб бўлмайди. Туристларда этнографик ресторанлар ва кафелар катта қизиқиш уйғотади. Улардаги миллий ички жозиба, орасталик, официантлар кийими, оркестр репертуари, таклиф қилинадиган таомлар ва ичимликлар ҳеч кимни корхоналари бефарқ қолдирмайди. Миллийликдан ташқари, овқатланиш корхоналари бошқа ҳар хил кўринишда бўлиши ҳам мумкин: банк ўзига хос хизматларидан тортиб, шамол тегирмонларигача. Танлаш марказий мавзуси залларни жиҳозланиши, мижозларга хизмат кўрсатиш маркетинг тадқиқотлари ва санъат уйғунлигини қамраб олади. Бозор вазиятини билиш ва рақобат шароити мавзу истикболларини бегилаш имконини беради. Бунда ресторанларнинг тажрибали менежерлари кўпинча ўз функцияларига таянадилар.

Мавзулар танлаш ҳамиша маълум қалтисликлар билан кечади. Муваффақиятсизликка учралганда уни алмаштиришга тўғри келади. Бундай вазиятларда одатда ресторанлар лавҳасини ёки таомномасинигина янгилаш билан чекланишмайди. Улар бинони тўлиқ реконструкция қиладилар. Янги ходимлар ёллайдилар, таомнома тузадилар ва ошхона жиҳозлари буюрадилар. Танланган мавзуга доир тегишли кўнгил очар дастурлар ўйлаб топадилар. Одатда бундай қайта қуриш ишлари қимматга тушади. Шунинг учун унғача молиявий режа ишлаб чиқилади ва қарорлар қабул қилинади.

Таянч сўз ва иборалар: жойлаштириш воситалари, коллектив жойлаштириш воситалари, индивидуал жойлаштириш воситалари, меҳмонхона турлари, кепинг, туристик автофургон, ресторан, кафе.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Туристларни жойлаштириш воситалари неча гуруҳга бўлинади?
2. Меҳмонхоналар ва анологик корхоналарга нималар киради?
3. Тижорат ва ижтимоий жойлаштириш воситаларига нималар киради?
4. Махсуслаштирилган жойлаштириш воситалари нималарга асосланиб аниқланади?
5. Хусусий жойлаштириш воситаларининг аҳамияти нималардан иборат?
6. Туристик меҳмонхоналарда қандай хизматлар кўрсатилади?
7. Меҳмонхоналар классификацияси нималарга асосланади?
8. Туристларга хизмат кўрсатадиган қандай овқатлантириш корхоналарини биласиз?
9. Туристларни овқатлантириш турлари бўйича қандай хизматларга бўлинади?

VII.Мавзу: Транспорт хизматини ташкил этиш

Режа:

- 7.1.Туристларга транспортда хизмат кўрсатишнинг мазмуни.
- 7.2.Туристтик маҳсулотлар таркибида транспортнинг улуши.
- 7.3.Автобусларда туристларни ташиш.
- 7.4.Денгиз транспортида туристларни ташиш.
- 7.5.Туристларни ҳайвонлар ёрдамида ташиш.

7.1.Туристларга транспортда хизмат кўрсатишнинг мазмуни.

Транспорт тизимларининг барча турлари ягона мақсадни — ташиш хизматларини кўрсатишда саёҳатчиларнинг эҳтиёжларини тўлақонли қондиришни кўзлайди.

Туристларга транспорт хизматларини кўрсатиш туристларни ва уларнинг юklarини бир жойдан иккинчи жойга мумкин қадар тез ва қулай шароитларда ташиш учун мўлжалланган хизматлар мажмуи деб таърифланади.

Транспорт хизматлари кўрсатиш қонун ҳужжатлари билан мустаҳкамланган ҳуқуқий базага асосланади. Ушбу ҳужжатлар: 1) турли халқаро транспорт ташкилотлари томонидан; 2) мамлакатларнинг миллий қонунчилиги доирасида; 3) юк ва йўловчи ташувчиларнинг ички қоидалари тарзида ишлаб чиқилган. Халқаро туризмни амалга оширишда транспорт хизматлари кўрсатишнинг турли жиҳатларига алоҳида диққат-эътибор бериш лозим. Саёҳатлар соҳасида халқаро ҳамкорлик чегараларининг кенгайиши божхона, чегара ва санитария назоратини амалга ошириш нормалари ва қоидаларини муттасил такомиллаштириб боришни тақозо этади.

Фан ва техника тараққиётининг одамларни ер юзининг исталган нуқтасига тез элтиб қўйишга қодир транспорт воситалари (овоздан тез учар самолётлар, тезюрар поездлар, автомобиллар, музёрар ва сувости транспорт и ва б.) пайдо бўлишига, шунингдек транспорт хизматлари кўрсатиш соҳасига янги технологиялар жорий этилишига олиб келди. Бу чипталарни бронлашнинг глобал тизимларида ва чипталар сотишнинг ноанъанавий усулларида, юк ва йўловчи ташувчиларнинг чартер дастурлари вужудга келиши ва ривожланишида, турли ахборот тизилари ишлаб чиқилишида, йўловчи ташишнинг техник ва технологик режимларини назорат қилиш электрон қурилмаларидан фойдаланилишида, уларнинг хавфсизлиги оширилишида ўз ифодасини топмоқда.

Муайян транспорт тузилмалари ўртасида ҳамда ҳар бир транспорт тури доирасида йўловчи ташувчилар ўртасидаги рақобат кураши йўловчиларга хизмат кўрсатишнинг такомиллашуви жараёнига кучли туртки берди. Сервис сифати ва даражасининг ошиши ҳаракатланадиган таркибнинг ҳозирги техник жиҳозланишида, йўловчиларга қулай ва шинам шарт-шароитлар яратилишида, транспорт воситалари бортида йўловчиларнинг дам олиши ташкил этилишида, йўловчиларни овқатлантириш сифатининг ошишида, транспорт компанияларининг доимий мижозлари учун рағбатлантириш дастурлари

ишлаб чиқилишида намоён бўлмоқда. Йўловчи ташувчилар транспортда болалар ва ногиронларга, шунингдек бошқа тоифа йўловчиларга хизмат кўрсатиш бўйича махсус тадбирларни амалга оширмоқдаларки, бу йўловчиларнинг эҳтиёжларини тўлақонли қондириш учун имконият яратмоқда.

Турли транспорт тизимлари ўртасида яқин ҳамкорлик транспорт хизматлари кўрсатиш соҳасидаги муҳим йўналишлардан биридир. Бу мультимодал вокзаллар ташкил этиш, қатнов жадвалларини мувофиқлаштириш, транспорт хизматларини уйғунлаштириш ва йўловчиларга комплекс хизматлар кўрсатиш имконини беради.

Йўловчиларнинг хавфсизлигини таъминлаш транспорт хизматлари кўрсатишнинг энг муҳим масаласи бўлиб, у ҳаракатланадиган таркибдан фойдаланиш қоидаларига риоя қилишни, транспорт воситаларининг ҳаракатини таъминловчи турли хизматлар профессионал тарзда ва уюшқоқлик билан ишлашини, йўловчилар ҳам хулқ-атвор қоидаларига риоя қилишини, экологик тоза транспорт турларидан фойдаланишни назарда тутати.

Туристларнинг уюшган гуруҳларини ташиш маршрутлар ишлаб чиқиш, чипталарни буюртма қилиш, транспортда жойлаштириш, тур дастурларини амалга ошириш билан боғлиқ айрим ўзига хос хусусиятларга эга бўлганлиги учун туристик фирмалар транспорт компаниялари билан яқин алоқалар ўрнатишига тўғри келади.

7.2.Туристлик маҳсулотлар таркибида транспортнинг улуши.

Туристлик маҳсулотлар таркибида туристларни ташиш хизмати етакчи ўринлардан бирини эгаллайди. Бу шу билан ифодаланадики, барча туристик йўналишларда (пиёдалардан ташқари) саёҳатчиларни дам олиш ёки экскурсияга элтиш ва уйга қайтиши учун транспорт бўлиши табъий ҳол бўлиб қолмоқда.

Туризм фаолият тури сифатида туристларни доимий яшаш жойидан ташқарига чиқиши билан узвий боғланган ва уни транспорт таъминотисиз тасаввур қилиб бўлмайди. Транспорт таъминоти туристик инфраструктуранинг муҳим элементи ҳисобланади ва туристик маҳсулотлар таркибига киритилган асосий комплекс хизматларни ташкил қилади. Транспорт корхоналари туризм тизимини шакллантирувчи туристик корхоналарнинг алоҳида кўринишлари сифатида қараб чиқилади.

Туризм соҳасида транспорт таъминоти тизими қўйидагича фарқаланади:

- турга қўшилган ва асосий туристик хизматларга кирувчи туристик ташиш воситаси сифатида, туристларни доимий яшаш жойидан белгиланган манзилга элтиб қўйиш (ёки йўналиш бошланадиган жойга) ва қайта олиб келиш;
- трансфер – туристларни кутиб олиш ва кузатиб қўйиш учун транспорт воситаси тақдим этиш;
- тур-сафар бўйича дастурлаштирилган тадбирларга хизмат кўрсатиш: экскурсион хизмат, дастурдаги тадбирларга бориш, атрафга ташриф буюриш, йўналиш бўйича кўчиш;

- турга киритилган саёҳат давомида ижарага бериладиган енгил автомашина.

Транспортда ташиш хизматларининг хили ва тури бўйича қуйидагича таснифланади:

Ташишнинг ер устида олиб юриш турлари бўйича :

- инсонинг жисмоний кучи билан амалга ошириладиган ташишлар ва ҳаракатланишлар (пиеда, чангида, велосипеда, рикшалар);
- хайвонлар ёрдамида (уловли, туяда, отда, итларда)
- механик воситалар билан;
- автомобил транспортида (ғилдиракли, занжирли,);
- релсли транспорт-темир йўллар, метро, трамвай, канатли йўллар;
- ҳаво болишли транспорт воситаларли.

Ҳаво орқали ташиш турлари:

- ҳаво шарлари ва дирижабллар, делтапланлар, парашютлар;
- верталётлар;
- кичик авиация самолётлари, гидросамалетлар, кенгфюзеляжли самолётлар, товушдан тез учар лайнерлар;
- космик аппаратлар.

Денгиз ва дарё сувлари орқали ташиш транспортлари:

- Сол ва қайиқлар
- Елканли кемалар
- Кичик механик кучга эга флот қайиқлари
- Денгиз ва дарё кемалари
- Ҳаво болишли кемалар
- Сув ости кемалар

Ташишнинг барча хиллари ва турлари ишлатилиши ва техник воситаларининг фойдаланишига қараб кўплаб қуринишларга эга бўлади.

Ҳаво транспортида сайёҳларни ташиш. Авиаташувлар бошқа транспорт воситалари билан хизмат кўрсатишга нисбатан бир қанча ўзига хос хусусиятларга эга. Бу, энг аввало, об-ҳаво шароитига боғлиқлиги ҳамда самолётларнинг учиш ва қўниш жойларидаги ландшафт билан боғлиқ. Бундан ташқари, ҳаракатланадиган таркибдан фойдаланиш шарт-шароитлари аэропортларни аҳоли яшайдиган жойлардан ташқарига чиқаришга мажбур қилади ва йўловчилар бевосита учишга тайёргарлик кўриши учун анча кўп вақтни тақозо этади. Шунга қарамай, авиаташувлар ўзининг асосий устунлиги — манзилга жуда тез элтиб қўйиши билан ер усти ва сув транспорти билан жиддий рақобатлашади.

1-жадвал

Ташкиллаштирилаётган турларда транспорт воситаларининг солиштирма тавсифи

	Қўлайликлари	Ноқўлайликлари
Авто-турлар	• Юқори ҳаракатчанлиги; • Имконият, йўллардаги бекатлар; • Юқори даражадаги	• Қўлайлик даражасининг пастлиги; • Атроф-муҳитнинг ифлосланиши;

	ахборотлиги.	• Керакли транспорт визаларини олишнинг шартлиги; • Катта бўлмаган ҳаракат тезлиги; • Хавфлилик даражасининг юқорилиги.
Темир йўл турлари	• Йўлдаги юқори қўлайлик; • Юқори даражадаги ахборотлиги; • Ўртача ҳаракатчанлик.	• Транспорт визаларини олиш; • Юқори бўлмаган тезликда ҳаракатланиш; • Охирги манзилгача етиб бормаслик.
Авиа турлар	• Юқори тезликдаги ҳаракатлар; • Йўлда ўрта ёки юқори даражадаги қўлайлик; • Катта ҳудудда ҳаракатланиш имконияти; • Транзит визаларига заруратнинг йўқлиги.	• Турларда ахборотланганлик даражасининг пастлиги; • Хавфлилик даражаси.
Денгиз саёҳати	• Туристларга юқори даражадаги қўлайлик; • Овқатлантириш, бўш вақт, жойлаштириш имкониятларининг кенглиги; • Денгиз соҳилига бориш мумкинлиги (умуман визасиз).	• Атроф-муҳит билан алоқанинг камлиги; • Тезликнинг пастлиги; • Йўл визаси.

Авиаташувлар йўловчилар ва бағажни ташишнинг ўзига хос тури бўлиб, авиация корхоналари томонидан ҳаво кемаларида белгиланган ҳақ эвазига, шунингдек ташувчининг ер усти транспортларида амалга оширилади.

Ички авиаташув — жўнаш жойи, бориш манзили ҳамда барча қўниш жойлари бир давлат ҳудудида жойлашган бўлиб, ҳавода йўловчи ва юк ташиш.

Халқаро авиаташув — жўнаш жойи ва бориш манзили икки давлат ҳудудида; агар бошқа давлат ҳудудида қўниш назарда тутилган бўлмаса, бир неча давлат ҳудудида жойлашган ҳавода йўловчи ва юк ташишдан иборат.

Ташиш даври қуйидагиларни ўз ичига олади: йўловчи ташишда – йўловчи аэропорт перронига ҳаво кемасига чиқиш учун кирган пайтдан бошлаб у перронни ташувчининг ваколатли шахслари кузатувида тарк этгунга қадар даври, ҳамда ҳавода йўловчи ёки юк ташиш ташувчи билан тузилган шартномаси асосида амалга оширилади.

Ташувчи — ҳавода йўловчи, юк ёки почта ташиш ҳуқуқина берувчи лицензияга эга бўлган хизматчи ҳисобланади.

Ҳавода йўловчи ташиш шартномасига асосан ташувчи ҳаво кемаси йўловчисини белгиланган манзилга чиптада кўрсатилган рейс бўйича учаётган ҳаво кемасида жой бериш йўли билан элтиб қўйиш, йўловчининг ёнида багаж бўлган тақдирда, шу багажни ҳам манзилга етказиш ва йўловчига ёки унинг вакилига топшириш мажбуриятини олади.

Йўловчи ва багажни манзилга етказиш муддати ташувчилар томонидан ўрнатилган авиаташувлар қоидалари билан белгиланади.

Ҳаво кемасининг йўловчиси авиаташув учун ҳақ тўлаши, ёнида ташувчи белгилаган багажни бепул ташиш меъёридан ортиқ багаж бўлган тақдирда эса шу багаж учун ҳам ҳақ тўлаши шарт.

Ҳавода йўловчи ёки юк ташиш тўғрисидаги ҳар бир шартнома ва унинг шартлари ташувчи ёки унинг агентлари томонидан бериладиган ташиш ҳужжатлари билан тасдиқланади.

Ташиш ҳужжатларига қуйидагилар киради:

- *йўловчи чиптаси* (Passenger Ticket) — йўловчи ташишда берилади. У йўловчи ва багажни ҳавода ташиш тўғрисида шартнома тузилганлигини тасдиқловчи, багаж квитанцияси илова қилинган ҳужжат ҳисобланади;
- *багаж квитанцияси* (Baggage Check) — чиптанинг ўринлар сони ва топширилган багаж оғирлиги кўрсатилган қисми бўлиб, ташувчи томонидан йўловчи топширган багаж учун тилхат тарзида берилади;
- *пуллик багаж квитанцияси* (Excess Baggage Ticket) — бепул ташиш меъёридан ортиқ багаж ёки ҳақ тўлаш мажбурий бўлган ашёлар учун ҳақ тўланганлигини, шунингдек багажнинг эълон қилинган қиммати учун йиғимлар тўланганлигини тасдиқловчи ҳужжат;
- *авиаюк ҳужжати* (Air Waybill) — ташувчининг маршрутлари бўйича юк ташишга юк жўнатувчи билан ташувчи ўртасида тузилган шартномани тасдиқловчи ҳужжат.

Ташув мунтазам ёки чартер эканлигидан қатъи назар, ташиш шартномасининг шартларини бажариш мажбурийдир. Йўловчи ташиш тўғрисидаги шартномани тузишда муайян қоидаларга риоя қилиниши лозим.

7.3.Автобусларда туристларни ташиш.

Автобус – ўтириш учун 8 кишидан ортиқ ўриндиқли (хайдовчининг ўриндиғидан ташқари) йўловчилар ташиш учун мўлжалланган двигатели авто-транспорт воситаси. Автобуслар белгиланган маршрутлар бўйича назарда тутилган бекатларда йўловчиларни олган ва туширган ҳолда ёки буюртмачи – юридик ёки жисмоний шахс томонидан белгиланган маршрутлар бўйича йўловчиларни ташиш учун мўлжалланган.

Ҳудудий белгига қараб, шаҳарда йўловчи ташиш, шаҳардан ташқарига йўловчи ташиш, шаҳарлараро йўловчи ташиш ва халқаро йўналишларда йўловчи ташиш фарқланади. Шаҳарда йўловчи ташишга шаҳар (бир аҳоли яшайдиган жой) доирасида амалга ошириладиган йўловчи ташиш; шаҳардан ташқарига йўловчи ташишга шаҳар доирасидан ташқарига шу жумладан 50

кмгача масофага амалга ошириладиган йўловчи ташиш; шаҳарлараро йўловчи ташишга – шаҳар доирасидан ташқарига 50 км дан узоқ масофага амалга ошириладиган йўловчи ташиш; халқаро йўловчи ташишга – Ўзбекистон Республикасидан ташқарига амалга ошириладиган йўловчи ташиш киради. Шу муносабат билан шаҳар автобуслари, шаҳардан ташқарига қатнайидиган автобуслар, шаҳарлараро автобуслар ва халқаро автобуслар фарқланади.

Ташиш вазифасига қараб, умумий фойдаланиладиган автобуслар, туристик-экскурсия автобуслари ва махсус автобуслар (мактаб автобуслари; вахта автобуслари; ходимларни шаҳар йўловчи транспорти умумий йўналишларидан узоқда жойлашган ишлаб чиқариш объектларига элтиш учун мўлжалланган автобуслар ва ш.к.) фарқланади. Мазкур автобусларнинг сифими, шинамлик даражаси, салонларининг ички тузилиши, ташқи кўриниши ҳар хил бўлади.

Ўринлар сонига кўра, жуда кичкина сифимли автобуслар (8-15 ўринли микроавтобуслар – УАЗ, РАФ, «Газель» ва ш.к.); кичик сифимли (21 — 26 ўринли) автобуслар; ўртача сифимли (33 — 34 ўринли) автобуслар; катта сифимли (41 — 45 кишига мўлжалланган) автобуслар ҳамда ўта катта сифимли (54 — 56 тадан 80 тагача ўринли) автобуслар фарқланади.

Кичик сифимли автобусларга “Отойўл” фирмасининг автобуслари, Россияда ишлаб чиқариладиган КАВЗ ва ПАЗ русумли автобуслар киради.

Қаватларига сонига қараб, бир, бир ярим ва икки қаватли автобуслар фарқланади. Аксарият туристик фирмалар бир ярим қаватли автобуслар билан ишлашни маъқул кўради, чунки йўловчилар салони полдан ҳайдовчининг кабинасига нисбатан юқорида жойлашганлиги туфайли ойнадан атроф яхши кўринади. Икки қаватли автобусларнинг пастки қаватларидан қисқа экскурсияларда транспорт воситасининг сифимини ошириш мақсадида йўловчилар салони сифатида ёки кичкина стол-стуллар билан жиҳозланган буфет тарзида фойдаланилиши мумкин.

Туристларни ташийдиган автобусларнинг **қулай** ва **шинамлигига** бутун дунёда катта талаблар қўйилади. Халқаро йўналишда қатнайидиган автобусларда кондиционер, аудио- ва видеосистемалар, ошхона, гардероб, **биотуалет** бўлиши лозим. Аксарият автобусларнинг салонлари индивидуал ёритиш лампочкалари, оёқ қўйиш учун махсус жойлар, креслолар суянчиғида йиғиладиган столчалар билан жиҳозланади. Креслолар қулай ва юмшоқ, орқага ташланадиган, қиялиги ростланадиган бўлиши лозим.

Автомобиль транспорт халқаро уюшмаси ҳузуридаги Классификацион комиссия томонидан турли тоифадаги туристик автобусларга қўйиладиган муайян талаблар ишлаб чиқилган. Автобус тоифаси унинг классификация билан белгиланади ва 1 тадан 5 тагача юлдуз билан ифодаланади. «1 юлдузли» автобуслар тоифасига шаҳар билан таништириш экскурсиялари ҳамда маҳаллий экскурсиялар ўтказиш учун мўлжалланган халқаро классга мансуб автобуслар киради.

7.4. Денгиз транспортида туристларни ташиш.

Одамларни сувда ташиш транспорт воситалари ёрдамида саёхат қилишнинг энг қадимги турларидан биридир. Дастлаб одамлар бунинг учун ёғоч соллар ва қайиқлардан фойдаланганлар. Ҳозирги замон туризмида уларни ноанъанавий транспорт турларига киритиш мумкин. Фан-техника тараққиёти улкан теплоходлар — ўз бортига юзлаб йўловчилар олиш, уларни қулай шарт-шароитларда узоқ масофаларга ташиш, денгиз ва океанлар бўйлаб, ҳатто музликлар орасида саёхатлар қилишга қодир лайнерлар яратилишига олиб келди.

Хизмат кўрсатиш соҳасига қараб, ҳозирги замон сув транспорти денгиз ва дарё транспортига бўлинади.

1958 йилда тузилган Халқаро денгиз ташкилоти — IMO (International Maritime Organization) денгизда кема қатнови масалалари билан шуғулланувчи халқаро ташкилотлардан бири ҳисобланади. У денгизда йўловчи ва юк ташиш соҳасида, шу жумладан денгизда сузиш хавфсизлиги ва денгизни ифлосланишдан сақлаш билан боғлиқ халқаро ҳужжатларни ишлаб чиқади. Ушбу ташкилот фаолияти натижасида денгизда халқаро йўналишда йўловчи ва юк ташиш масалаларини тартибга солувчи бир қанча конвенциялар имзоланди: «Денгизда инсон ҳаётини қўриқлаш тўғрисидаги халқаро Конвенция» (1974); «Денгизда йўловчи ва юк ташишнинг баъзи бир қоидаларини ягоналаштириш тўғрисидаги халқаро Конвенция» (1967); «Денгизда йўловчи ташишнинг баъзи бир қоидаларини ягоналаштириш тўғрисидаги халқаро Конвенция» (1981); «Денгизда ҳалокатга учраганларни қидириш ва қутқариш тўғрисидаги халқаро Конвенция» (1979); «Денгизни чиқиндилар ва бошқа материаллар билан ифлосланишининг олдини олиш тўғрисидаги Конвенция» (1972) ва б.

Агар денгизда йўловчи ташиш **круиз хусусиятига эга бўлса**, денгизда йўловчи ташиш тўғрисидаги шартномага мижозга хизмат кўрсатиш соҳасига, чунончи: овқатланиш, кўнгилочар тадбирлар, экскурсия дастурига тегишли бўлган қўшимча битимлар тузилади.

Савдо мақсадларида денгизда сузиш кодексининг бобларидан бири **кемани муайян муддатга фрахт қилиш (тайм-чартер) тўғрисидаги шартномага** бағишланади. Ушбу шартнома туристик ва бошқа мақсадларда йўловчиларни оммавий ташиш учун денгиз кемаларидан фойдаланувчи турфирмалар ва бошқа ташкилотларга қизиқарлидир.

Кемани вақтинчалик фрахт қилиш шартномасига кўра кема эгаси белгиланган ҳақ (фрахт) эвазига фрахт қилувчига кемани ва кема экипажи аъзоларининг хизматларини йўловчи, юк ташиш учун ёки бошқа тижорат мақсадларида муайян муддатга тақдим этиш мажбуриятини олади. Бундай шартномани расмийлаштиришда унда қуйидагилар кўрсатилиши шарт: тарафлар номи; фрахт қилиш мақсади; кема номи, унинг техник ва фойдаланиш кўрсаткичлари (юк кўтариш қобилияти, тезлиги ва б.); сузиш ҳудуди; кемани топшириш ва қайтариш вақти ва жойи; фрахт қиймати; тайм-чартернинг амал қилиш муддати.

XX аср охирида круиз индустрияси туристик бизнеснинг энг жадал ривожланаётган секторига айланди. Маълумки, **круиз** деганда сув транспорти

турларида саёҳат қилиш тушунилади. У орол қирғоғи бўйлаб экскурсия қилишни, порт шаҳарларнинг диққатга сазовор жойлари билан танишишни, шунингдек денгиз ва дарё лайнерлари бортида дам олишни ўз ичига олади.

Жаҳонда круиз компаниялари жуда кўп (100 дан ортиқ) бўлиб, уларнинг бир қисми Круиз компаниялари халқаро уюшмасига аъзодир. Круиз бизнеси соҳасидаги энг машҳур ташувчилар қаторига «Carnival Cruise Lines», «Celebrate Cruises», «Royal Caribbean International», «Princess Cruises», «Costa Cruises», «Norwegian Cruise Lines» компаниялари киради

7.5.Туристларни ҳайвонлар ёрдамида ташиш.

Сизлар билан маърузада ҳаракат усуллари бўйича ҳайвонларнинг ёрдами билан туристларни ташиш мумкин эканлиги ҳақида айтиб ўтилган эди, шулардан бири, ит ёввойи бўридан тарқалган бўлиб, инсон уни қўлга ўргатган. Итдан қўриқлаш, пода боқиш, ов қилиш, йўловчи ва юк ташиш мақсадларида фойдаланилади. Шимолда итлар чана тортади. Бир чанага 10-20 ит қўшилади. Шу ҳолатда итлар қорли ҳудудлар бўйлаб анча оғир (200 кг гача ва ундан ортиқ) юкларни чанада ташишга қодир. Чекка Шимолда йўллар бўлмаган шароитларда итлар қўшилган чана қорли ҳудудлар бўйлаб ҳаракатланишнинг бирдан-бир ягона усулидир. Аляска бўйлаб ит қўшилган каналарда саёҳат қилиш Жек Лондон асарларида тавсиф этилган. Итлар саёҳатчиларга Жанубий ва Шимолий қутбни забт этишга кўмаклашган. Бундай саёҳатларни ташкил этишда ўз юкидан ташқари итларга озикани ҳам режалаштириш зарур. Бу ҳам чанада маълум жойни эгаллайди ва юк бўлади.

Бугунги кунда қорли ҳудудлар бўйлаб ит қўшилган чанада саёҳат қилиш экзотика ҳисобланади. Экстремал туризм гуруҳлари учун кўп кунлик саёҳатлар ташкил этилади. Қутбга яқин жойларда, масалан, Финляндия, Норвегия, Канада ва Аляскадаги туристик марказларда туристлар учун кўнгилочар тадбирлар уюштирилади. Маҳаллий аҳоли туристлар учун ташкил этадиган миллий байрамларда ва кўргазмали намоишларда ит қўшилган каналардан фаол фойдаланилади. Ит қўшилган каналарда сафари — Финляндиянинг қишки курортларида, айниқса, Лапландияда туристлар учун ўтказиладиган кўнгилочар тадбирларнинг муҳим тури. Бу ерда туристларга итларни чанага қўшиш, ит қўшилган чанани бошқариш ўргатилади. Ҳар хил узунликдаги манзилни ит қўшилган чанада босиб ўтиш ёки ҳатто 300-400 км га саёҳат қилиш кўзда тутилган турлар ҳам бор. Сафар охирида туристларга (табiiйки, маълум ҳақ эвазига) ит қўшилган чана ҳайдовчи сертификати берилади.

Туёқлилар туркуми вакиллари — буғу, эшак, хачир, от, хўкиз, қўтос ва туядан инсон қадим замонлардан бери юкларни ва саёҳатчиларни ташиш учун ҳам, турли юк ортилган араваларни тортиш учун ҳам фойдаланиб келади.

Отлиқ туристик маршрутлардан ташқари отлардан миллий паркларда, меҳмонхоналар яқинидаги махсус ҳудудларда, клубларда ҳам фаол фойдаланилади. От билан муомала қилиш инсоннинг ҳолатига, унинг руҳиятига ижобий таъсир кўрсатади деб ҳисобланади.

Таянч сўз ва иборалар: транспорт хизматлари, йўловчилар хавфсизлиги, ички авиаташув, халқаро авиаташув, круиз, отлик туристик маршрут.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Туристларга транспортда хизмат кўрсатишнинг мазмуни нимадан иборат?
2. Туризм соҳасида транспорт таъминоти тизими нимадан иборат?
3. Транспортда ташиш хизматларининг хили ва тури бўйича таснифланиши қандай амалга оширилади?
4. Халқаро учишларнинг ҳуқуқий ҳужжатларига нималар киради?
5. Ҳавода йўловчи ёки юк ташиш тўғрисидаги шартноманинг моҳияти нимада?
6. Денгиз транспортида йўловчи ва юк ташишнинг қандай ҳуқуқий асослари мавжуд?
7. Ҳайвонлар билан турларни қандай ташкил этиш мумкин?

VIII.Мавзу. Туристик маршрутларни ишлаб чиқиш²

Режа:

- 8.1.Маршрутлар, йўллар, сўқмоқлар ва туризм маршрути ҳақида тушунча.
- 8.2.Туристик маршрутнинг келиб чиқиши.
- 8.3.Турларнинг хиллари ва туристик маршрутлар.
- 8.4.Туристик маршрутларда хизмат кўрсатиш.

8.1.Маршрутлар, йўллар, сўқмоқлар ва туризм маршрути ҳақида тушунча.

Инсон кўриб, эшитиб юрган ҳар қандай мўжизавий, қизиқарли иншоотлар, табиатнинг сўлим гўшалари, қадимдан сақланиб келаётган обидалар, дарёлар, шаршаралар, ҳайвонат ёки турли – туман ўсимликлар ўсадиган жойлар, томоша боғларининг ҳаммасига маълум бир йўлдан борилади. Бу йўл туризмда «маршрут» дейилади.

Ўзбекистонда туризм соҳасини ривожлантириш давлат миқёсида, раҳбарлигида олиб борилаётган барча чора-тадбирларининг биринчи навбатда амалга оширилиши зарур бўлгани – туристик маршрутлар ишлаб чиқишдир.

Туристик ресурс, объект - (кўриқхона, тарихий, маданий обида, археология ва ҳоказолар)га турист ҳар тарафлама ўнғайликда борадиган ва мазмунли дам олиш, қониқиш олгандан кейин, аста – секинлик билан туристлар оқимини ўзига жалб қила бошлайди.

Республикамиздаги барча туристик ресурсга – объектга-манзилу-маконга-масканга йўл бор. Бу йўллар асфальти, тошли, маҳаллий тупроқ йўллари, сўқмоқлар ва ҳақозо кўринишлардадир. Бу ҳолат инкор қилинмайди.

Лекин, бу йўлларни туристик маршрутга айлантирилгандан кейингина туристик ресурсда туристлар сони кўпайиши мумкин. Туристик ресурсга ҳозирги йўллар билан ҳам туристлар олиб борилади. Лекин бу йўлда туристнинг эркин ҳаракатланиши, у хоҳлаган вақтда тўхташи, қизиқиб қолган йўлбўйи «объектлар»га экскурсияга чиқишни талаб қилиши, ёки чой ичиб дам олишни ҳохлаши мумкин.

Туристик маршрут қайд қилинган, кутилмаган «таклфилар»нинг бажарилиши ёки «хизматлар» мажмуаси аъло даражада кафолатланиши учун ҳам туристик маршрутлар дейилади. Туристларнинг барча эҳтиёжларини, талабларни бажаришда фойдаланадиган йўллар туристик маршрутлар ёки туристик йўллар дейилади.

8.2.Туристик маршрутнинг келиб чиқиши.

Маршрутнинг ўзоқ-яқинлигига қараб инсон ҳаракатланиш воситасини танлайди. Масалан, Самарқанддан Жиззахга боровчи киши албатта автомобил, автобус ёки поезд транспорти турларидан бирини танлайди. У ҳеч қачон

² Мазкур мавзу Р.Ҳайитбоев, А.Саттаровнинг «Туризм маршрутларини ишлаб чиқиш технологияси» (СамИСИ-2009) номли маърузалар матнидан фойдаланилган.

Жиззахга самолётда бориш учун ҳаракат ҳам, орзу ҳам қилмайди. Чунки, Самарқанддан Жиззахга самолёт билан бориш маршрути йўқлигини жуда яхши билади.

Лекин, Жиззахга велосипед, мотоцикл, арава, от, эшак ёки туя билан ҳам бориш мумкин. Бу транспорт инсоннинг илмий - техника тараққиёти давригача бўлган ҳаракатланишида фойдаланган транспорт хилларидир.

Инсон ҳозирда Жиззахга бориш учун ҳаракатланиш воситаларининг энг тезкоридан фойдаланади. Вақтдан фойдаланиш нуқтаи назаридан ўтмишда асосий транспорт воситалари бўлган арава, от, туя ва эшакдан шаҳарлараро ҳаракатланишда ҳозир фойдаланилмайди.

Шунингдек, Жиззахга замонавий транспорт воситалари билан қисқа муддатда етиб борган инсон шаҳар атрофларидаги тоғларга чиқмоқчи бўлса, ўша ўтмишдаги асосий транспорт воситалари бўлган от, эшак ёки аравадан фойдаланишга мажбур бўлади. Бу маҳаллий транспорт турларининг ҳам ўз йўли - маршрутлари бор. Демак, инсоннинг ҳаракатланиши вақт давомида тезланиб бориб, шароит бўйича секинлашади, маршрутлар эса деярли ўзгармасдан ёки техник, қулайлик жиҳатидан ўзгариши мумкин. Аниқроғи, маршрутлар - инсоннинг ҳам техника ёрдамида ҳам пиёда ёки ҳайвонлар ёрдамида юрадиган йўлидир.

Энди, туристик маршрут дейилганда бу йулдан турист мақомини олган якка инсон ёки инсонлар гуруҳи юрадиган ҳаракатланадиган, маълум бир маконга борадиган ва қайтадиган йўл тушинилади.

8.3. Турларнинг хиллари ва туристик маршрутлар.

Ҳозир туризм маршрутлари қуйидаги маршрутларга бўлинади:

1. Қадимги маршрутлар.
2. Буюк географик кашфиётлар давридаги маршрутлар.
3. Ўзгартирилган маршрутлар
4. Ўзгармайдиган маршрутлар
5. Тикланадиган маршрутлар.
6. Тикланмайдиган маршрутлар
7. Янги, замонавий маршрутлар.

Қадимий маршрутлар инсониятнинг то буюк географик кашфиётларигача бўлган даврни ўз ичига олади. Дастлабки маршрутлар олдиндан ўрганиладиган жойларга саёҳатлар уюштириш ҳисобланади. Инсоният тараққиётида қадимий ибтидоий одамларнинг овқат излаб кўчиб юришларининг излари ҳам ҳозир топилган, исботланган. Энг катта ва дастлабки саёҳат Миср фиравни Нехао топшириғи бўйича Африканинг денгиз қирғоқ чизиклари бўйлаб амалга оширилган 3 йиллик саёҳат ҳисобланади. Бу саёҳатни Финикияликлар амалга оширди. Улар кемаларда қизил денгиздан ҳинд океанига чиқишди. 3 йилдан сўнг Гибралтар бўғозидан ўтиб Ўрта ер денгизи орқали Мисрга етиб келишди. Бундай саёҳатлар тарихда жуда кўплаб қайд қилинган.

Нехао топшириғи бўйича финикияликлар саёҳатини келтирганимизнинг бош сабаби шундаки, айнан шу саёҳатдан кейин 2 та қитъа номланди:

1. «асу», «азу» - кун чиқар – кейинчалик Осиё номи

2. «эреб» - кун ботар – кейинчалик Еропа номи

Қадимий маршрутларни ҳаракатланиш жихатидан 2 хил шароитга бўлишимиз мумкин:

1. Денгиз – сув йўли маршрутлари.

2. Қуриқликдаги маршрутлар.

Денгизлар орқали амалга оширилган маршрутлар: Фернандо Магелланнинг ер шари бўйлаб саёҳати, Роберт Скотт ва Раул Амундсеннинг шимолий ва жанубий қутбларга саёҳатлари, Семён Дежнёв ва Витус Берингнинг шимолий муз океани бўйлаб саёҳатлари, М.Лазаров ва Н.Лисяньскийнинг жанубий қутбга саёҳати, Миклухо Маклай саёҳати, Христофор Колумб ва Жеймс Кукнинг океанлар бўйлаб саёҳатлари маршрутлари.

Қуриқликда ўтган энг катта маршрут – «Буюк ипак йўли» маршрути ҳисобланади. Шунингдек, хитойлик Чжан Цянь юрган йўл ҳам жаҳондаги энг катта маршрутдир.

Буюк географик кашфиётлар давридаги маршрутларга 1490-1504 йиллардаги Христофор Колумб, Америго Веспуччи, Васко да Гама, Жеймс Кук, Давид Ливингстон, Афанасий Никитий, Д.Тасман, Миклухо Маклай, Д.Диксон ва бошқа сайёҳлар очган маршрутлар киради.

Янги замонавий маршрутлар Европада ва Америкада дастлабки автомобиллар, поездлар ва самолётлар, буғ билан сузадиган кемалар ихтиро қилинган 17-18 асрлар тўғри келади.

Ўзгартирилган маршрутларни инсон ўзи учун қулайлик, шароит яратадиган географик рельеф шакллари ўзгарганидан кейин ўзгартиради. Албатта, янги йўл олдингисига (эскисига) қараганда ўзининг хавфсизлиги, қулайлиги, ҳаракатлар учун кўплаб шароитлар, имкониятлар мавжудлиги билан ажралиб туради.

Ўзгартирилган маршрутлар кўпинча давлатлар ўртасидаги сиёсий, иқтисодий меъёрларнинг бузилишидан келиб чиқади. Худи шунингдек, давлат ичидаги маршрутлар янги шаҳарлар қурилиши, бой табиий минерал ресурсларнинг очилиши билан боғлиқ бўлади. Саноат объектиларининг марказлашуви, археологик топилмалар ва табиат қўриқхоналарининг ташкил қилиниши ҳам кўпинча янги маршрутларнинг келиб чиқишига сабаб бўлади.

Ўзгармайдиган маршрутлар – барча йўллар Римга олиб боради шиорида бўлади ва асосан дунёнинг қадимий – тарихий обидалари, диний раҳномалар дафн этилган жойлар, табиатнинг ноёб ҳайкаллари жойлашган манзиллар билан боғлиқ бўлади.

Масалан, Мисрдаги пирамидалар, Хитой, Ҳиндистон, Таиланддаги қадимий, тошдан қурилган ибодатхоналар, Макка, Мадина, Қуддус, Бухоро, Самарқанд, Хива, Ватикан каби шаҳарларга, табиат ҳайкаллари, Ниагара шаршарасига, ғорлар, булоқлар, тоғларга бориладиган маршрутлар ўзгармайди. Шаҳарлар, давлатлар ўртасидаги темир йўл, ҳаво йўли, автомобил йўллари маршрутлари ҳам деярли ўзгармайди. «Буюк Хитой девори» бўйлаб ўтган маршрут ҳам бу девор то йўқолиб кетгунча ҳаракатда бўлади, ўзгармайди.

Тикланадиган маршрутлар. Бундай маршрутлар асосан қадимий маршрутлар бўлиб асрлар ўтиши ва илмий-техника тараққиёти туфайли, маршрутда транспорт турларининг ўзгариши туфайли дастлабки аҳамиятни умуман йўқотган маршрутлар ҳисобланади.

Масалан: Эрамиздан олдинги II-III асрларда машҳур бўлган, асосан туя қарвонлари билан ҳаракатланадиган «Буюк ипак йўли» маршрутини тиклаш учун халқаро ҳаракатлар бошланди. Ўзбекистон Республикаси президенти И.А.Каримов 1995 йил 2 июнда 1162 рақамли «Буюк ипак йўли»ни қайта тиклашда Ўзбекистон Республикаси иштирокини авж олдириш ва Республикада халқаро туризмни ривожлантириш борасидаги чора-тадбирлар тўғрисида» фармони қабул қилди. «Буюк ипак йўли» маршрутини тиклаш мумкин. Бу тиклаш қадимий йўл маршрути аниқланиб замонавий автомагистрал ёки замонавий темир йўл транспорти тармоқларига айланиши ҳам мумкин. Лекин туя қарвонлари маршрутини экзотик туризмни ривожлантириш учун қисқа-қисқа масофаларда ташкил қилиш мумкин.

Тикланмайдиган маршрутлар ҳам империя давлатнинг ёки алоҳида давлатнинг парчаланиб кетиши, шаҳарлар, саноат марказларининг салоҳияти пасайиши ёки илмий-техника тараққиёти ривожини билан ўз мавқеини йўқотади. Масалан: Христофор Колумб ёки Фернандо Магелланнинг океанлараро кемаларда ўтказган, ойлаб муддатлар кетган денгиз маршрутларини тиклашга ҳеч ҳолат ҳам, зарурат ҳам йўқ. Бундай маршрутларни тиклаш ва туризмда фойдаланиш иқтиодий жиҳатдан ҳаддан ташқари қиммат бўлиши тушунарли ҳолатдир. Бу маршрутларни замонавий самолётларда 12-14 соатда босиб ўтиши мумкин бўлмоқда.

Туризмдаги маршрутлар деярли мавзули бўлади ва мавзу номидаги туристик маршрут дейилади. Қайд қилганимиздек, маршрут туристнинг ёки туристларнинг талаб ва эҳтиёжларини тўлиқ қондириш дастурига эга бўлгандагина туристик маршрут дейилади. Бошқа ҳолларда маршрут умумий йўл бўлиб қолаверади. Туристик маршрутлар туризмдаги турларнинг мавзулари бўйича ҳам бўлиши мумкин. Кўп ҳолатларда аралаш ёки **мажмуали мавзудаги** туристик маршрутлар ёки **бир мавзуда** – диний – зиёратгоҳ жойларга ишлаб чиқилган туристик маршрутлар ҳисобланади.

Агарда туристлар талаби билан экотуризм маршрути ишлаб чиқилганда экологик туризм ресурслари асосан узоқ масофаларда жойлашганлигидан туристлар зерикмаслиги учун йўлбўйи туристик объектларни ҳам турмаршрутга киритилади ва йўл-йўлакай қизиқарли экскурсиялар уюштирилади. Бундай маршрутлар **мажмуали мавзудаги туристик маршрутлар** дейилади.

Демак туристик маршрутларнинг мавзулари кўп ҳолларда туризмнинг турлари номи билан боғлиқ бўлади.

Туризмнинг маълум бир давлатда ривожланишига жуда кўп омиллар таъсир қилади. Туризм манзилларига янги тур маршрутларнинг ишлаб чиқилиши бевосита туризмни ривожлантириш омилларининг ҳаракати билан боғлиқ бўлади. Туризмни ривожлантириш омилларининг бирор бир омили ёки шакли алоҳида юзага чиқганда туристик маршрут ёки ҳаракатдан тўхтайдиган ёки янги турмаршрут ишлаб чиқишга тўғри келади.

8.4.Туристтик маршрутларда хизмат кўрсатиш.

Жойлаштириш хизматлари. Туристларни жойлаштириш шаҳарларда муаммо эмас. Турист ёки туристларнинг ҳошиш-истакларига қараб турли даражадаги меҳмонхоналарга жойлаштириш мумкин. Жойлаштириш муаммолари шаҳардан узоқ масофалардаги туристик объектларга сайёҳатлар давомида юзага келади.

Республикада туризмни ривожлантиришда энг оғиқли, муаммоли масала ҳам экотуризм, археологик туризм, овчилик туризм каби туризм турларига маршрутлар ишлаб чиқишда юзага қалқиб чиқади. Ўзбекистоннинг табиат минтақаларига туристик маршрутлар ишлаб чиқилмаётганлигининг асосий сабаблари ҳам бу туристик маконларда туристлар учун тунаш жойларининг йўқлигидадир. Экотуризм, археологик туризм ва овчилик туризмни ривожлантиришни режалаштирар эканмиз биринчи навбатда туристларнинг тунаши (жойлаштириш) шароитларини яратишимиз керак бўлади.

Шаҳарлардан узоқда бўлган туризм ресурсларида (екотуризм, рекреация туризми) туристлар учун тунаш жойларини ҳозирча туристик базалар ёки туристик лагерлар усулида яратиш имкониятлари мавжуд. Лекин, туризмда тадбиркорликнинг кенгаймаётганлигидан бундай тунаш жойлари ҳозиргача яратилмаяпти.

Агарда табиат бағридаги экотуризм масканида (ресурсида) бундай тунаш жойлари яратилганда эди. Туристларнинг ҳам тунаш, ҳам дам олиш ва овқатлантириш муаммолари бирданига ҳал қилинган бўларди.

Бу муаммоли ҳолатдан чиқишнинг ягона йўли экоуризм, рекреация туризми ёки овчилик туризмдаги туристик ресурсларга маршрут ишлаб чиқишда ресурсга яқин жойдаги аҳоли уйларини ижарага олиш ҳисобланади. Лекин, унутмаслик лозимки халқаро туристлар ҳар қандай шароитларда ҳам тунаб қолавермайди. Шунинг учун ҳам бундай шароитлардан маҳаллий туризмдаги туристларни жойлаштиришда фойдаланиш мумкин.

Табиат ландшафтларидаги туризм масканларига (ресурсларига) маршрут ишлаб чиқишдан олдин бундай жойларда туристик базалар ва туристик лагерлар барпо қилишга қатъий равишда киришишимиз лозим. Туристтик лагерларни палаткали ёки юрта (чўпоннинг қора уйи) усулида тезкор вақтларда мавсумларга мослаштириб қуриш имкониятлари жуда катта.

Овқатлантириш хизматлари. Туристлар шаҳар меҳмонхоналарига жойлаштирилганда уларни овқатлантириш муаммо эмас. Чунки, турист жойлашган меҳмонхонада ҳам шаҳарнинг ҳар бир кўчасида ҳам туристнинг эҳтиёжини қондирадиган ресторан, кафе, ошхона ва чойхоналар бор.

Шаҳарлар меҳмонхоналарда жойлашган туристларни овқатлантиришда халқаро меъёрлардаги таклифлар қуйидагича:

- а) тўлиқ пансион – 3 марта овқатланиш (нонушта, тушлик, кечки овқат);
- б) ярим пансион – 2 маротаба овқатланиш (нонушта – тушлик, нонушта – кечки овқат ёки тушлик – кечки овқат);
- в) фақат нонушта;
- г) фақат тушлик;

д) фақат кечки овқатланиш.

Овқатланишда хизматлар шакли қўйидагича:

а) «Швед столи» - ўз-ўзига хизмат. Бу усулда ресторан ёки ошхонада турли-туман овқат хиллари тайёрланган бўлади. Туристлар (мижозлар) ўзлари ҳоҳлаган овқат ва ичимлик хилларини ҳоҳлаганларича (эҳтиёжларига яраша) олиб еб-ичишлари мумкин. Овқатланиб бўлгандан кейин турист (мижоз) идиш – товоқларни йиғиштирмайди.

б) «Табльдот» - ҳамма мижозлар учун фақат битта меню тайёрланади (мижозларга овқат танлаш ҳукуки берилмайди).

в) «А ля карт» - ресторан менюсида туристлар ҳоҳлаган овқат турини эркин танлайдилар.

Овқатланишнинг қайси шакллари бўлмасин шаҳарда ва туман марказларида туристларни овқатлантириш юқорида қайд қилганимиздек муаммо туғдиради. Фақат туристик маршрутда шаҳарда (туманда) овқатлантириш жойи ва шароитлари ёзиб қўйилса етарли бўлади.

Туристларни овқатлантиришдаги муаммолар шаҳарлардан (туманлардан) узоқ масофадаги туристик объектларга маршрут ишлаб чиқишда қийин вазиятларни келтириб чиқармоқда. Шаҳарлардан узоқ масофаларда жойлашган туристик объектда тунаш муаммоси юқорида келтирилди. Бундай шароитларда овқатлантириш ҳам ана шу муаммони такрорламоқда.

Қайд қилинганлардан қуйидаги хулосалар ҳосил бўлади:

1. Туристик маршрут ишлаб чиқишда агар маршрут экотуризм, овчилик туризми, саргузашт туризми ёки ғоршунослик ва рекреация туризми мавзулари бўйича ишлаб чиқилганда туристларни «палатка усули»да овқатлантиришни ташкил қилиш мумкин. Бу усулда туристларни қизиқтириш учун миллий экзотика вариантини – яъни кўчма қозон – товоқ усулида – «табиат бағрида табиийлик» шароитида овқат тайёрлашда таклиф этиш ва овқатлантириш.

2. Қайд қилинган туризм мавзуларида туристик маршрут ишлаб чиқилганда туристик маконда – объектда туристик лагер (мавсумий – палатка усулида) ташкил қилиш мақсадига мувофиқ.

3. Ҳар қандай мавзуда туристик маршрут ишлаб чиқишда маршрут давомида минерал сувлар, термосда иссиқ чой, совутилган чой ва экологик тоза шарбатлар бўлишлигини таъминлаш шарт.

4. Туристик маршрутда экскурсияга чиқилганда экспедиция усулида овқатланишни (консервалар, қотирилган колбасалар, тушонкалар ва ҳако..) иссиқ чой билан ташкил қилиш мумкин.

Экскурсия хизматларини ташкил қилиш. Туристик маршрутда экскурсия хизматларини ташкил қилиш турнинг жизабдор, қизиқарли ўтишини таъминлайди. Ҳар қандай туристик маршрутда экскурсияларни ташкил қилиш туроператорнинг тадбиркорлигига боғлиқ бўлади.

Ҳозирги вақтда шаҳарлардаги диққатга сазовар жойларни кўришга ва диний зиёратгоҳ масканларга келиб-кетувчи туристларни экскурсияларга таклиф қилиш деярли йўқ ҳисобланади. Чунки бундай жойларга ҳам пухта тузилган туристик маршрутлар ишлаб чиқилмаган. Энг афсусланарли жойи шундаки, ҳозиргача туристларга турист юрмоқчи ва кўрмоқчи бўлган маршрут унга оғзаки ҳолда таклиф қилинмоқда. Шаҳарлардаги хотира боғлари,

ўлкашунослик, халқлар тарихи ва ҳайвонот олами билан боғлиқ музейлар, халқимизнинг ҳунармандчилиги устахоналарига маҳаллий туризмда ҳам, халқаро туризмда ҳам қизиқарли экскурсиялар уюштиришнинг катта имкониятлари деярли барча шаҳарларимизда mavжуд.

Шаҳар ичидаги туристик маршрутда албатта экскурсия маршрутлари қўйилиши лозим. Бунинг учун шаҳарлардаги экскурсия объектлари тўлиқ рўйхатга олиниб ундаги хизматларнинг турлари ва баҳолари аниқланиши лозим. Энди шаҳарлардан чиқиш ва узоқ масофаларга (экотуризм, археологик ёки овчилик туризми кабилар) бориладиган туристик маршрутларда албатта йўл-йўлакай кўриб ўтиладиган экскурсия маршрутлари бўлиши маршрутни қизиқувчанлиги, турли-туманлигини кучайтиради.

Чунки, узоқ масофага автотранспортда тўхтовсиз юриш туристларни толиқтиради (айниқса табиий рельефи қарийиб бир хил бўлган чўл ҳудудларидан юрилганда). Узоқ масофалардаги туристик маршрут ишлаб чиқилганда дастлаб йўл ва йўл арофида бўлган диққатга сазовар жойлар, балки, тарихий обидалар, булоқлар ёки қадимий дарахтлар, сайллар ва бошқа тўхташ мумкин бўлган объектлар ҳақида маълумотлар тўпланади.

Туристтик маршрут тузувчи бу объектларнинг энг жозибадор, қизиқтирувчиларига экскурсиялар уюштиришини туристик маршрутга киритиши туристнинг йўлда зерикашнинг олдини олади. Шу ўринда яна бир муҳим фикрни ёдда сақлаш лозимки маршрут ҳақидаги букловда ёки ахборотномада маршрут йўли атрофидаги барча диққатга сазовар объектларнинг рангли расмлари қисқача изохда берилиши туристларнинг экскурсияларни танлашига шароит яратади.

Экскурсияларни танлашда объект асосий йўлдан жуда ҳам узоқ бўлмаслигига эътибор бериш лозим. Экскурсияларда дам олиш ёки овқатланишни экспедиция усулида ўтказиш мумкин. Бу ҳақда ушбу маърузада тавсиялар берилди.

Таянч сўз ва иборалар: маршрут, туристик маршрут, туристик ресурс, туристик объект, тур, қадимий маршрутлар, ўзгармайдиган маршрутлар, тикланадиган маршрутлар.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Туризм маршрути ҳақида тушунча беринг.
2. Туристтик маршрутнинг келиб чиқишини изохланг.
3. Туристтик маршрутларнинг турларини санаб беринг.
4. Туристтик маршрутларда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматларини ташкил этиш хусусиятларини изохланг.
5. Туристтик маршрутларда экскурсия хизматларини ташкил этиш хусусиятларини изохланг.

IX. Мавзу. Турларни шакллантириш ва ташкил этиш

Режа:

- 9.1. Тур тушунчаси.
- 9.2. Турларни режалаштириш ва шартномали режа.
- 9.3. Саёҳатларни лойиҳалаштириш.

9.1. Тур тушунчаси.

Туроператор фаолиятнинг асосий вазифаси муносиб хизмат кўрсатиш дастури билан мустаҳкамланган тур яратиш ҳисобланади. Айнан шу маҳсулот туроператор томонидан яратилган бўлиб, бозорга чиқариладиган асосий туристик маҳсулотдир. Сотишни ташкил этиш усули ва турист талабномасининг турига қараб турлар **индивидуал** ва **гурӯҳли** бўлиши мумкин.

Индивидуал турлар. Туристларга кўпроқ эркинлик ва мустақил ҳаракатланиш имконини беради. Аммо бундай турлар гурӯҳли турларга нисбатан қимматроқ, чунки индивидуал турлар таркибига кирувчи ички маршрутли транспорт, гид хизматлари ва баъзи бошқа хизматлар учун тўлов тўлиғича турист зиммасига тушади. Гурӯҳли турларда эса тўлов гурӯҳдаги аъзолари ўртасида тақсимланади. Айнан шунинг учун индивидуал турлар кўпчилик туристлар орасида унчалик талабгор эмас. Ундан ташқари индивидуал турларни ташкил этиш сермехнат жараён бўлиб, у брон қилиш учун компьютер техникасидан фойдаланиш, алоқа воситаларини тартибга солиш, ҳисоб ва бошқа операцияларни амалга оширишни талаб қилади. Бошқа томондан туристик фирмалар гурӯҳли туризмдан кўра индивидуал туризмдан кўпроқ фойда оладилар. Бу албатта иқтисодий нуқтаи назаридан, шу сабабдан турфирма стратегиясида ҳам индивидуал ҳам гурӯҳли туризм учун маълум ўринлар топилиши лозим.

Гурӯҳли туризм. Нисбатан арзон, кўп сонли туристлар учун ҳамёнбоп, аммо гурӯҳли туризмда гурӯҳнинг барча аъзолари ўрнатилган тартибга бўйсунилари лозим.

Жозибатор туристик маҳсулот яратиш туроператорларнинг энг муҳим ва энг биринчи вазифасидир. Туристик ташкилотлар фаолиятининг ушбу соҳаси ишлаб чиқариш жараёнлари билан бевосита боғлиқ. Ташкилотнинг товар сиёсати ишлаб чиқариш ва сотиш ўртасидаги келишилган, шунингдек турлар ассортименти, хизмат кўрсатиш дастури ва турмаҳсулот бирлиги билан боғлиқ қарорлар қабул қилишини талаб этади. “Туристик маҳсулот яратишда турист нима сотиб олади” деган саволга аниқ жавоб бериш лозим. Ахир турист меҳмонхонадаги жойлаштириш учун эмас, янги ҳиссиётлар ва нотаниш нарсалар билан танишиш учун ресторандаги бифштекс ёки гўшти кийма учун эмас, эътибор, қўлайлик учун пул тўлайди. Шунинг учун турмаҳсулот яратиш туристнинг истеъмолчилик хусусияти ва сифатларини ўрганишдан, туристлар учун энг жозибали томонларни очишдан бошланади. Айнан шу кўрсаткичлар туристик маҳсулотни ишлаб чиқиш ва сотишдаги энг муҳим йўналтирувчилар

ҳисобланади. Мутахассислар томонидан туристик маҳсулотнинг бир нечта истеъмолчилик хусусиятлари ажратиб кўрсатилади:

- асосланганлик, барча хизматларни тақдим этиш турист эҳтиёжларига асосланган, саёҳат мақсади ва тегишли шароитлар билан мослашган бўлиши лозим;
- ишонччилик, ахборот, маълумот ишончилиги, маҳсулот реал таркибининг рекламага мувофиқ келиши;
- самарадорлик, турист томонидан кам ҳаражатлар эвазига кўпроқ самарага эришилиши;
- бутунлик, маҳсулотнинг якунланганлиги, унинг турист талабини тўла қондира олиш хусусияти;
- аниқлик, маҳсулот истеъмоли, унинг йўналтирилганлиги ҳам турист учун, ҳам хизмат кўрсатувчи ходим учун тушунарли бўлиши лозим;
- қўллашдаги оддийлик;
- эгилувчанлик, маҳсулот ва хизмат кўрсатиш тизимининг истеъмолчиларнинг турли типларига мос келиши ва хизмат кўрсатувчи ходимнинг ўзгаришига нисбатан бефарқлиги;
- нафзлилик, маҳсулотнинг бир ёки бир нечта мақсадга эришиш учун хизмат қилиши (масалан дам олиш ва ўрганиш) туристнинг у ёки бу эҳтиёжларини қондира билиш қобилияти.

Ушбу хусусиятлар сотилиши устидан назорат биринчи навбатда туристнинг саёҳатдан қониқиш даражасини ўрганиш (сўров, анкета) ҳисобланади. Аммо туристик хизмат устидан назоратнинг ўзи турмаҳсулотни режалаштириш босқичида бошланади. Юқоридаги таъкидланган хусусиятлар билан бир қаторда турмаҳсулотнинг меҳмондўстлик каби бетакрор хусусияти ҳам тан олинган. Ушбу хусусиятсиз ҳар қандай энг мукамал турмаҳсулот ҳам ўз қиёфасини йўқотади ва турист ўзининг у ёки бу эҳтиёжининг қониқтирилишининг кўтилаётган даражасига эриша олмайди. Туристтик индустрия соҳасида меҳмондўстлик – бу касбий талаб, бу туристларга хизмат қилишдан хурсанд эканлигини билдиришдир. Меҳмондўстликнинг ажралмас қисмлари бўлиб эътибор, ҳурмат, персаналнинг илтифотчилиги ҳисобланади. Меҳмондўстлик серқирра тушунча бўлиб, бир неча ташкил этувчи омиллардан иборат:

а) дам олиш имкониятлари, билим олиш ва вақтичоғлик ҳақидаги маҳаллий ва ҳудудий бозорларнинг сифатли ахбороти;

б) потенциал истеъмолчиларга хизмат кўрсатувчи ташкилотлар ва туристик ҳудуд тўғрисида ижобий тасаввур яратиш (реклама, телекўрсатувларда қатнашиш ва ҳ.к.);

в) хизмат кўрсатувчи персанолнинг туристларга илтифот кўрсатишга интилиши (ҳаммаси мижоз учун шиори бўйича хизмат кўрсатиш);

с) туристик маҳсулотни тақдим этувчиларнинг туристлар ҳажми ва илтимосларига эътиборли муносабати (биз сиз учун нима қила оламиз? тамойили бўйича);

д) хизматларни олишда туристнинг мослашувини енгиллаштириш (турфирма ички ахбороти, туристга тушунарли бўлган тилда тайёрланган буклетлар, саёҳатномалар);

е) туристларга марҳаматли муносабатда бўлиш ушбу хусусият хизмат кўрсатиш тамойилларидан бирига айланиш лозим.

Юқорида таъкидланган тамойилларнинг барчаси хизмат кўрсатиш технологиясига киритилиши лозим. Турни ташкиллаштириш технологиясида туристлар ва хизмат кўрсатувчи ходимнинг ўзаро таъсир муҳити ҳам туристлар томонидан хизматлар қабул қилинишининг психологик жиҳатлари ҳам бирдек муҳимдир. Бу шуни англатадики, туристнинг шахсий қизиқшлари, унга бўлган самимий муносабат доимо биринчи ўринга қўйилиши лозим.

Шу нуқтаи назардан халқаро туризмда қўйидаги эътибор аломатларини туристларга кўрсатиш аллақачон амалиётга айланган:

- ҳар бир турист учун қўтловчи сувенирлар меҳмонхона хизматидан фарқли ўлароқ (меҳмонхонада хатто ёстик устидаги шоклод ҳам сувенир) турларда сувенирлар саёҳат мақсадидан келиб чиқиб берилади. Масалан: касбий саёҳат, яъни иш юзасидан саёҳатларда проспектлар ёки туристларни қизиқтирувчи маҳсулотлар намуналари, фальклор турларда эса миллий характердаги сувенирлар бўлиши мумкин;

- тур якунида туристларга босиб ўтилган маршрутлар ҳамда махсус тайёрланган дипломлар, ёрлиқлар, нишонлар тақдим этиш;

- реклама варақлари, буклетлар, йўл кўрсатувчилар ва дам олиш максанлари ҳақидаги маълумотлар туристлар учун доимий равишда тарқатилиши лозим;

- саёҳатнинг илк кунларида асосий ва қўшимча хизматлар бўйича тушунтириш ишларини олиб бориш учун туристлар билан гиднинг учрашувини ташкил этиш.

Буларнинг барчаси жуда самимий тус олади ва туристлар учун жозиба кашф этади.

Хизмат кўрсатишни ташкил қилишда озодлик тамойилини инобатга олиш жуда муҳимдир, яъни саёҳат чоғида барча кўнгилсиз нарсалардан озод бўлиши лозим. Масалан, туристларни транспортга билетлар буюртмасидан, концерт ва театрларга билетлар буюртмасидан, ҳар қандай турдаги хизматларни кутишидан бутунлай холос қилиш лозим.

Хизмат кўрсатишнинг оптималлиги меҳмондўстликка алоқадор бўлган истеъмолчи хусусиятларидан бири. Хизмат кўрсатишнинг оптималлашуви қўйидагиларни назарда тўтади:

- барча хизмат турларининг ягона даража (класс)га мос келиши;
- барча хизматларнинг тур мазмунига мос келиши;
- турнинг истеъмолчиларнинг маълум мақсадли гуруҳига йўналтирилганлиги;
- хизмат кўрсатиш дастурини олдиндан келишиш;
- дастурларнинг қайишқоқлиги (элсатилиги) у ёки бу хизматларни алмаштириш имкони мавжудлиги;
- тақдим этиладиган хизматлар сони бўйича хизматларнинг мақсадга мувофиқ таркиби;
- хизмат кўрсатишда мажбурийлик аломатларининг йўқлиги;

Ушбу тамойилларнинг барчасини туристик маҳсулотни ишлаб чиқариш босқичидаёқ инобатга олиш муҳимдир. Бунда нотўғри тайёрланган маҳсулотга

нафақат талаб мавжуд бўлмаслиги, балки бундай маҳсулот ташкилотдан бўлажак потенциал мижозларнинг ихлосини ҳам қайтариши мумкинлигини унўтмаслик лозим. Бугунги кунда туристик бозорда ҳукм сўраётган рақобат шароитида юқоридагилар кучли омил бўлиб ҳисобланади.

2 - жадвал

Туристларнинг мақсадларига боғлиқ ҳолда турларнинг типологияси

Тур типлари	Турист мақсадлари	Мисоллар
Фаол дам олиш	• Спорт билан шуғулланиш; • Саргузашт; • Янги ҳиссиётлар; • Фикрдошларни қидириш.	Альпинизм, спелиотуризм ва бошқалар.
Пассив дам олиш	• Экологик ажойиб жойларда саёҳат; • Табиатда ором олиш.	Курортларда дам олиш
Даволаниш	• Комфорт шароитда дам олиш; • Пархезли овқатланиш; • Организмни соғломлаштириш.	Санаторияларда даволаниш
Танишув туризми	• Турли мамлакат ва минтақаларнинг маданияти, анъана ва одатлари билан танишиш; • Музей, театр, кўргазмаларга бориш ҳисобига дунёқарашни кенгайтириш; • Янги танишувлар.	Европа пойтахтлари ўртасида автобус турлари
Хорижда таълим олиш	• Сертификат, диплом, лицензия олиш.	Мальтада инглиз тили курслари
Зиёратчилик туризми	• Ибодат қилиш; • Расм-русумларда қатнашиш; • Диний зиёрат марказларига бориш.	Ватикандаги турлар
Мавзули турлар	• Умумий фикрдош қидириш; • Дунёқарашни кенгайтириш; • Тажриба алмашиш.	Овчилар, балиқчилар учун турлар
Рурал турлар	• Табиат билан уйғунлик; • Соғлиқни тиклаш; • Экологик тоза маҳсулотлардан фойдаланиш.	Финляндиядаги коттежларда дам олиш
Интенсив турлар	• Фаол ишчиларни мукофатлаш; • Иш сифатга боғлиқ ҳолда; • Ўзаро ҳамкорликни ривожлантириш.	Ғолибларга турли мукофот ва йўлланмалар бериш
Экотурлар	• Табиат билан уйғунлик; • Минтақалардаги флора ва фауна билан танишиш.	Қўриқхона ҳудудларига экскурсия
Экстеримал турлар	• Ҳаёт ва соғлиқ учун хавфли. • Адреналинни кучайтириш.	Альпинизм
Жамоавий дам олиш	• «Буюртмали» дам олиш; • Юқори даражадаги комфорт ва сифатли хизмат кўрсатиш; • Кўп мақсадли турлар (дам олиш, спорт, экскурсия ва бошқалар).	Гавайи оролларидаги клуби турлар

9.2. Турларни режалаштириш ва шартномали режа.

Янги мўлжалланган жойга турларни ташкил этиш тўғрисида қарор қилишдан олдин туристик фирма маркетинг тадқиқотларини ўтказди. Истеъмолчилар нимани афзал кўриши ва талаб эҳтиёжлар, тенденциясини аниқлаш зарур. Бу харидор (турист)ни барча эҳтиёжлариини янада тўлиқ қондириш учун турпакетни шакллантиришга ёрдам беради. Бу тадқиқотлар турларни режалаштириш жараёнини тўғри йўналтиришга ва хизматлар етказиб берувчилари билан компанияни шартномалар юритишга ёрдам беради.

Тайёргарлик ишлари янги дастур бўйича, янги маршрут бўйича ёки янги давлатга туристларни биринчи жўнатиш амалга оширилишидан 2 ва ундан ортиқроқ йил олдин бошланади.

1 - жадвал ташаббускор туроператорларни янги ёзги туроперейтинг дастури учун типик вақтинчалик шкласи тасвирланган.

Хизматларни шерик-етказувчилари билан ўзаро муносабатлар шартнома шаклида (шартномалар тузиш йўли билан) расмийлаштирилади. Ҳар бир иш (меҳнат фаолияти) йилида (ёки бошқа иш даврида) шартнома тузилаётган вақтда шартнома компанияси илгари туради.

Шартнома компаниясидан олдин одатда қўйидаги бўлимлардан иборат бўлган шартнома режаси тузилади:

- шерикнинг номи;

Ишларни аниқ турлари кўрнишлари:

- Шартномага амал қилиш муддати;
- Шартномаларни тузиш муддати;
- Ўта ўзига ҳос муҳим маълумотлар;

3 - жавдал

Ташаббускор туроператорнинг янги ёзги туроперейтинг дастури учун типик вақтинчалик шкаласи

Фаолият турлари	Йиллар	Муддат	Ишларнинг аниқ турлари
Режалаштиришнинг илмий-тадқиқот ишлари	1 чи йил (турни жорий қилишдан 2 йил олдин)	Июн-август, Сентябр-декабр	Маркетинг тадқиқотлари. Пакетли турларни келажак тараққиётига таъсир қилувчи иқтисодий факторларни ўрганиш, қабул жойини эҳтимолли танлашни белгилаш
Музокара - ларни режалаштириш	2 чи йил	Январ, Феврал, март Апрел, май	Маркетингни иккинчи босқичи: муқобил мўлжалланган жойларни ҳар томонлама таққослаш, уларни танлаш. Мўлжалланган жой, отеллар, уларни сиғими, тур давомийлиги, мавсум бошланиши, жўнатиш вақти тўғрисида қарорлар қабул қилиш. Брошюралар буклетларни дизайни ва улчамлари, уларни наشري, уларни тайёрлаш муддати тўғрисида қарор қабул қилиш. Брошюра ва буклетларни расмийлаштириш учун танлов эълон қилиш. Чартер рейслари тўғрисида авиалиниялар билан музокалар олиб бориш. Трансферт, экскурсион операторлар бўйича

			сервис хизматлари, отеллар билан шартномалар олиб бориш
Буклетларни ва персанални тайёрлаш бўйича ишлар		Июнь, июл, август, Сентябр, октябр	Отеллар, авиаиниялар, сервис хизматлари билан трансферт, экскурсия ва бошқа бўйича шартномаларни расмийлаш-тириш. Буклет ва брошюраларни намунавий нусхасини тайёрлаш ва нашр қилиш. Дизайн бўйича таклифлар ва расмийлаштириш студиясидаги ишлар буклет/каталогни ишлаб чиқиш. Инфляция ва валюта курсига боғлиқ равишда турни сотиш нархини баҳолаш. Бронлаш бўйича хизматчиларни тайёрлаш. Турни сўнги нархини ҳисоблаш (печат учун). Буклет/каталогни печатлаш. Бронлаш тизими яратилиши
Силжитиш (хаакатлан-тириш)	3 чи йил	Январ, март Феврал, март, апрел.	Нашрдан чиқарилган (нашр қилинган) брошюраларни бозорда тарқатиш. Сотилган бошланғич ҳаракатлантириш. Оммавий ахборот воситаларида турни биринчи нашр қилинган рекламаси. Сотиш ва рекламани юқори чўққиси. Вакилларни курортларга ўқитиш ва уларни тўплаш янги тур бўйича биринчи жўнатув

Бу режа реал ҳолатни тузишни турга хизматларни таъминлаш бўйича туристик фирма ходимларни ҳаракат схемасидир. Шартнома режасини таркиби таклиф қилинаётган хизматлар ва турнинг кўринишига боғлиқ бўлади. Турларни бир неча кўриниши бўлганда биринчи навбатда турнинг ҳар бир кўриниши бўйича субрежалар тузилади, ундан сўнг эса шериклар шартнома тузиш муддати ёки географик тамойил бўйича гуруҳланади.

Шартнома режасини тузишдан олдин тахмин қилинаётган шериклар тўғрисида тасаввурга эга бўлиши, ҳамда музокаралар босқичида шартномалар тузишга тайёр туриш керак.

Шартнома компанияларни истикболли қайта ишлашда туристик фирмалар туристик-меҳмонхона йўналишдаги турли справочник ахборот тўпламидан кенг фойдаланади, меҳмонхона бизнес спровочниги ўз таркибига туристларга тақдим этилаётган асосий хизмат турлари кўрсатилиб дам олиш ва саёҳат қилишни ташкил этиш имкониятлари, жойлаштириш ва меҳмонхона хизматлари бўйича маълумотларни олади. Узлуксиз тарзда миллий, маҳаллий ва корпаратив спровочниклар ҳам нашр қилинади. Йўл кўрсатувчилар, маршрут спровочниги, диққатга сазовар жойлар маҳаллий воқеалар календари яъни турларни ташкил этиш ва хизмат кўрсатиш дастурларида фойдаланиладиган барчаси туроператорлар шартнома режаларини тузишда ва янги маршрутларни ишлаб чиқишда фойдаланиладиган адабиётлар бўлиб ҳисобланади.

9.3.Саёҳатларни лойиҳалаштириш.

«Туристтик-экскурсион хизмат кўрсатиш. Туристтик хизматларни лойиҳалаштириш» 28681.1-95 ГОСТ ига мувофиқ саёҳатни лойиҳалаштириш

туристлар талаблари билан бу лойиҳалаштиришни амалга оширадиган корхона имкониятларининг ўзаро мувофиқлашувини кўзда тутди.

Мазкур ГОСТда кўрсатиладики, лойиҳа ҳужжатлари «Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисидаги» Қонунга мувофиқ туристлар ҳаёти, мулки ва соғлиги яъни, атроф-муҳитни ҳимоя қилишни таъминлайдиган хавфсизлик талабларини ўзида мужассамлаштириши лозим.

Хизматларни лойиҳалаштириш асоси бўлиб вербал модел (ёки қисқача таърифи), яъни хизматлар бозорини ўрганиш натижасида аниқланган, буюртмачи билан келишилган ва хизматларни бажарувчи имкониятларини ҳисобга оладиган талаблар тўпламидир.

Хизматлар тавсифи тегишли хизматлар турига тўлган давлат стандарти талабларидан паст бўлмаслиги лозим. Лойиҳага хизматлар хавфсизлигини таъминлаш бўйича, хизматлар истеъмолчилари ва уларнинг мулклари, хизмат кўрсатувчи персоналлар, атроф-муҳит учун хавфли минималлаштириш бўйича аниқ талабларни қўйиш керак.

Туристларга исталган хизмат кўрсатиш турига бўлган талабларни акс эттирадиган ҳужжатларда қуйидагилар бўлиши лозим:

- туристларга хизмат кўрсатиш усуллари, шакллари ва жараёнларнинг тасвирланиши;
- туристларга хизмат кўрсатиш жараёнлари тавсифномалари;
- фойдаланиладиган жиҳоз (ускуна)ларнинг қабул қилиш қобиляти ва миқдори, турга талаблар;
- персоналларнинг зарур миқдори ва уларнинг профессионал тайёргарлик даражаси;
- хизмат кўрсатишнинг шартнома таъминоти;
- туристларга хизмат кўрсатиш кафолатлари;
- рекреацион ресурслар эгалари, санитария-эпидемиология назорати органлари. Ёнғин хавфсизлиги назорати ва бошқа ташкилотлар билан келишилганлик.

Туристларга хизмат кўрсатишнинг аниқ талаблари амалдаги меъёрий ҳужжатлардагидан паст бўлмаслиги лозим.

Туристларга хизмат кўрсатиш жараёнларини лойиҳалаштириш хизматлар кўрсатилишининг алоҳида босқичлари бўйича амалга оширилади ва уларнинг бир-бирига технологик карталар тузилади. Туристлик хизматларни лойиҳалаштириш натижаси технологик ҳужжатлар (технологик хариталар, инструкциялар, қоидалар, регламент ва ҳ.к.) ҳисобланади.

«Туристлик саёҳат» хизматини лойиҳалаштириш икки босқични кўзда тутди:

- 1) "туристик саёҳат" хизматига кирадиган ҳар бир хизматни туристларга хизмат кўрсатиш дастурига мувофиқ равишда лойиҳалаштириш.
- 2) "туристик саёҳат" хизматини бир бутун ҳолда лойиҳалаштириш. Турист талабига биноан хизматларни лойиҳалаштиришда хизматларни бажарувчи-корхона имкониятларини ҳисобга олиш лозим.

"Туристлик саёҳат" хизматининг қисқача таърифи аҳолининг талаблари ва тўлов қобилятини, туристик саёҳатларга бўлган талабини, шунингдек, маълум регионнинг рекреацион ресурслари имкониятларини ўрганиш асосида

тузилади. У туристларга хизмат кўрсатиш дастури лойиҳасида янада аниқлаштирилади.

Хизмат кўрсатиш дастурини ишлаб чиқишда қуйидагилар аниқланади:

- саёҳат йўналиши;
- хизматларни бажарувчи туристик корхоналар рўйхати;
- ҳар бир хизматларни бажарувчи корхонанинг хизматлар кўрсатиш даври;
- экскурсиялар ва диққатга сазовор объектлар таркиби;
- туристик сафарлар, сайрлар рўйхати;
- ҳордиқ чиқариш тадбирлари комплекси;
- йўналишнинг ҳар бир пунктида бўлиш давомийлиги;
- саёҳатга чиқадиған туристлар сони;
- ички ташувлар учун транспорт турлари;
- гидлар, экскурсоводлар, хорижий вакиллар, инструкторлар, таржимонлар ва бошқаларга, шунингдек, уларни тайёрлашга бўлган эҳтиёж;
- транспорт воситаларининг зарур сони;
- туристик йўлланмаларнинг маълумот варақалари учун саёҳатни тасвирлаш шакли, реклама ва маълумот материалларини тайёрлаш тартиби, уларнинг сони ва ҳ.к.

Туризмни лойиҳалаштириш натижасида қуйидагилар тўғри таркиб топиши лозим:

- а) туристик саёҳатларнинг технологик хариталари (1-илова);
- б) хизматлар етказиб берувчи корхона бандлиги графикаси (2-илова);
- в) туристик йўлланмадаги маълумот варақаси (4-илова);
- г) туристларга хизмат кўрсатиш дастурлари.

Туристтик хизматларга умумий талаблар "Туристтик-экскурсион хизмаи кўрсатиш. Туристтик хизматлар. Умумий талаблар" 28681.2-95-ГОСТ ида келтирилган бўлиб, мажбурий ва тавсия қилинадиган талабларга бўлинади.

Мажбурий талаблар - туристлар ҳаёти ва саломатлигининг хавфсизлиги, улар мулкларининг сақланиши ва атроф-муҳитнинг ҳимоя қилинишидир.

Тавсия қилинадиган – белгиланишига мувофиқлиги, бажарилишининг аниқ ва ўз вақтида бўлиши, комплекслилик, хизмат кўрсатувчи персоналларнинг ахлоқлилиги, қулайлик, эстетиклик, эргономиклигидир.

Кўрсатиладиган туристик хизматлар истеъмолчилар учун қўшимча қулайликлар, қизиқарлилиқ ва хизматлар нуфузлилигини назарда тутадиган талабларга мос келиши лозим. ГОСТда бу талабиар тавсия қилинадиган қилиб белгиланганига қарамай, ҳақиқатда улар бажаришга мажбурий ҳисобланадилар.

Қуйида бу талабларга изоҳ келтириб ўтилган.

Белгиланишига мувофиқлиги. Туристтик хизматлар, улар мўлжалланган истеъмолчиларнинг жисмоний имкониятлари ва кутишларига мувофиқ келиши. Бажарилишнинг аниқ ва ўз вақтида бориши. Истеъмолчиларга кўрсатиладиган туристик хизматлар ҳажми, муддати ва шароитлари бўйича йўлланмада, чипта ёки квитанциядаги талабларга мос келиши лозим,

Комплекслилик. Туристтик хизматларни кўрсатиш нафақат асосий хизматларни, балки истеъмолчилар ҳаёти таъминотининг нормал шароитларини яратадиган қўшимча хизматларни ҳам олиш имкониятини таъминлаши лозим.

Хизмат кўрсатувчи персоналларнинг ахлоқлилиги. Хизмат кўрсатувчи персонал ўзини тутишнинг этика меъёрларига риоя қилиши лозим. Истеъмолчига персоналларнинг мулоимлиги, яхши муносабати, коммуникабелилиги кафолатланган бўлиши керак.

Қулайлик. Туристтик хизматлар истеъмолчилар учун яратилган қулай шароитларда кўрсатилиши лозим.

Эстетиклик. Туристтик корхона ҳудуди, биноларнинг бадий ечими, йўналиш кенг қўламда ташкил этилиши, хизмат кўрсатувчи бинолар интерерини безатилишининг композитцион уйғунлиги ва архитектуравий яхлитлиги талабларига мувофиқ бўлиши лозим. Хизмат кўрсатувчи персоналларнинг ташқи кўриниши ва нутқ маданияти эстетикаси талабларига жавоб бериши керак.

Эргономиклиги. Хизмат кўрсатиш давомийлиги, туристик ва экскурсион йўналишларнинг давомийлиги ва мураккаблилик даражаси, туристларга бериладиган жиҳозлар ва нарсалар, фойдаланиладиган транспорт воситалари, мебел ҳамда бошқа жиҳозлар туристларнинг жисмоний-психологик имконияларига мос келиши лозим.

Туризмда хизматларни лойиҳалаштиришда, албатта, туристларга хизмат кўрсатиш сифатини назорат қилиш усуллари кўзда тутилган бўлиши керак. Сифатни назорат қилишни лойиҳалаштириш ўз ичига қуйидагиларни олади:

- хизмат кўрсатиш жараёнида хизматлар таснифига сезиларли таъсир кўрсатадиган муҳим жиҳатларини аниқлаш;
- хизматлар таснифларини тўғрилаш усуллари аниқлаш;
- назорат қилинадиган таснифларни баҳолаш усуллари аниқлаш.

Нazorat қилиш усуллари: визуал (йўналиш ва объектларни кўриб чиқиш); аналитик (ҳужжатларни таҳлил қилиш); ижтимоий (туристлар ва персоналлар орасида сўровлар ўтказиш) ва бошқалар бўлиши мумкин.

Хизматларни лойиҳалаштиришнинг охирги босқичи лойиҳадаги номутаносибликларни аниқлаш ва ўз вақтида олдини олишга қаратилган таҳлил ҳисобланади. У туристик корхонанинг тегишли функционал бўлинмалари вакиллари томонидан амалга оширилади.

Туристтик хизматлар ва туристларга хизмат кўрсатиш жараёнларини лойиҳалаштириш ҳужжатларини туристик корхона раҳбари буюртмачи билан келишган ҳолда тасдиқлайди. Лойиҳани ўзгартиришга фақатгина буюртмачи билан келишилган ҳолда, асосли ҳолатлардагина йўл қўйилади ва туристик корхона раҳбари томонидан тасдиқланади.

Мавзуни мустаҳкамлаш учун амалий машғулотлар:

1. Ўзбек туроператорларининг иккита хил туристик маҳсулотни (турини) олинг ва уларнинг истеъмолчилик хусусиятларини баҳоланг. Уларни таққосланг ва хулоса қилинг.
2. Тадқиқот қиланаётган турлардаги хизматлар оптималлигини баҳолаб хулоса чиқаринг. Қайси ҳолларда оптималроқ дастур таклиф этилади? Бу ишлаб чиқаришнинг қайси омилларига боғлиқ?
3. Тадқиқот қиланаётган турларнинг ҳар бирида меҳмондўстликни таъминлаш режа дастурини ишлаб чиқинг.
4. Сизнинг туристик фирмангиз 6 кунга мўлжалланган янги “Самарқанд мўжизаси” номли хобби-тур ишлаб чиқди. Бу турнинг хизмат кўрсатиш дастури дарсликнинг ўтган бобидаги топшириқда берилган, турнинг фаолият кўрсатиш муддати – йил давомида.
Сизнинг вазифангиз – қуйидаги схема асосида мазкур турни ташкил этиш бўйича фирманинг шартнома режасини тузиш.

№	Шерик-нинг номи	Шарномани асосий предмети	Шартномани ҳаракат фаолият кўрсатиш муддати	Шартнома тузиш муддати	Ўзига хос муҳим маълумотлар

Таянч сўз ва иборалар: тур, индивидуал турлар, гуруҳли турлар, турларни режалаштириш, саёхатларни лойиҳалаштириш, туроперейтинг дастури.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Турни лойиҳалаштириш деганда нимани тушунасиш?
2. Тур қандай қонун ҳужжатлари билан аниқланади?
3. Туристларга хизмат кўрсатиш жараёнида қўйиладиган талабларни деталлаштирадиган ҳужжатлар ичига нималар киради?
4. Тур қандай лойиҳалаштирилади ва қандай ҳужжатлар билан расмийлаштирилади?
5. Лойиҳалаштирилган хизматлар ва хизмат кўрсатиш жараёнлари ҳужжатларини ким тасдиқлайди?

Х.Мавзу.Туроператорнинг халқаро турларни ташкил этиш хусусиятлари

Режа:

- 10.1. Халқаро турларни ташкил этиш.
- 10.2. Туристик агентликлар иш технологияси ва функциялари.
- 10.3. Туристик сафарларни ташкил этишда туристик фирмаларнинг ўрни ва роли.

10.1.Халқаро турларни ташкил этиш.

Халқаро туристик саёҳатларни ташкил этишда бир мамлакат туристик фирмаси бошқа мамлакат туристик фирмаси билан ҳамкорлик қилади. Бу туристик фирмалар ўртасидаги алоқа қуйидагича кўриниш олади:

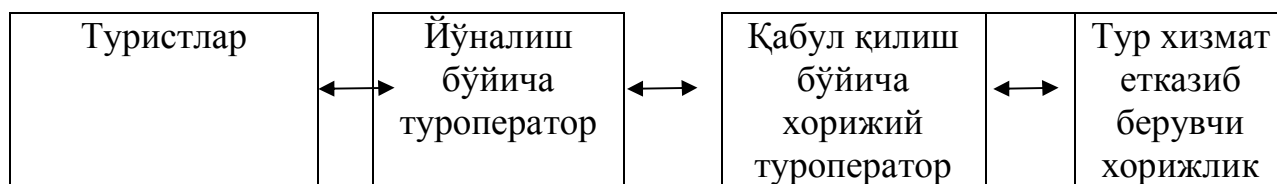


3-чизма.Хорижий туристларни қабул қилишда миллий ва хорижий турфирмаларнинг ўзаро ҳаракати схемаси.

Схемада кўрсатилган туроператорлик функцияси қуйидагича тақсимланади:

1) Хорижий туроператор ўз мамлакати чиқиш туризми бозорида турмахсулот сотиш ва ҳаракатини таъминлайди ва туристларни халқаро ташишни ташкил қилади;

2) Туроператор турмахсулотни шакллантиради ва хизматлар пакетига нарх қўяди, шунингдек келган хорижий туристларга сифатли хизмат кўрсатишни ташкил этилишини таъминлайди.



4-чизма.Миллий туристларни хорижга юборишда миллий ва хорижий турфирмаларни ўзаро ҳаракати схемаси.

Келтирилган схемага мувофиқ:

1) чиқиш туризми бозорида туроператор хорижий тур маҳсулотни сотиш ва ҳаракатини таъминлайди ва туристларни халқаро ташкил қилади;

2) хорижий туроператор туристик маҳсулотни шакллантиради, хизматлар пакетига нарх белгилайди ва қабул қилишни ташкил этилишини ва туристларга ўз мамлакатада хизмат кўрсатилишни таъминлайди.

Бу бўғиндан хорижий операторни чиқариш мумкинми? Бу саволга назарий жиҳатдангина ижобий жавоб бериш мумкин. Негаки хорижий туроператор функциясини бажариш учун миллий турфирмага чет элда хусусий фирмасини очишга тўғри келади, бу унинг учун йўл қўйиб бўлмайдиган харажатларни қилишга олиб келади ёки ҳар бир меҳмонхона компанияси, экскурсия бюроси ва бошқалар билан уларнинг хизматларини ягона турмахсулотга барча йўналишлар бўйича бирлаштириб, алоҳида бевосита алоқани йўлга қуйиши зарур бўлади. Бу шубҳасиз, техник ишлар ҳажмини кескин кўпайтиради ва бирор бир иқтисодий самара кўришга имкон бермайди. Турли мамлакатлар туристик фирмалари ўртасида ҳамкорлик уюштириладиган халқаро туризм тараққиёти асосидир. Бундай ҳамкорлик барча мамлакатларда кенг қўлланилади ва халқаро иқтисодий ҳамкорлик тараққиётига сезиларли ҳисса қўшади.

4-жадвал

Туристтик афзалликларни хусусиятлари бўйича сегментлаштириш

Сегмент	Сегмент талаблари	Сегмент билан ишловчи туроператор имкониятларига талаблар
Транспорт афзалликлари хусусиятлари бўйича сегментлантириш		
Авиатурлар	- учиш хавфсизлиги; - тўғри авиарейслар ёки маршрут бўйича қулай хизматлар мавжудлиги; - таклиф қилинаётган жойлаштириш воситалари ва тур дастурларининг турли ассортименти; -аэропротда хизмат кўрсатишни ташкил қилиш.	-Авиаккомпания билан шартнома муносабатларининг мавжудлиги (авиачипталарнинг сотилиши ҳақида ёки чартер ташишларни ташкил қилиш); - авиаташувчиларнинг ижобий имиджи; - учиш ва қўниш жойларига трансферлар.
Автотурлар	- қизиқарли маршрут; - автотурга юбориладиган гуруҳларнинг географик жойи; - турнинг арзонлиги.	- автотурни ташкил қилиш тажрибаси ва лицензияга эга автоташувчилар билан алоқалар; -гуруҳни оператор ходимлар билан кузатиб бориш зарурияти.
Темир йўл турлари	- поезд ҳаракати давомида тўлиқ сервис; - тур маршрути ва йўлда хизмат қилиш класс; -жўнатиш, келиш жойлари; - турда кўчиб ўтиришнинг мавжудлиги ва тўхташ жойларининг давомийлиги.	- темирйўл чипталарини тарқатиш бўйича шартлашув, прицеп вагонлари ёки туроператорларни ташкил қилиш имкониятлари; - гуруҳ турларини ташкил қилиш бўйича операторнинг бозор имкониятлари; - гуруҳни оператор ходимлар билан кўрсатиб бориш зарурияти; - сафарда туристларнинг дам олишини ташкил қилиш зарурияти.
Круизлар	- қизиқарли маршрут; - туристларнинг ташкиллаштирилган дам олиши, экскурсион дастур;	- операторда кема компанияси билан шартноманинг мавжудлиги; - ходимларнинг ташкилотчилиги - ги, бортда тадбирларни ташкил

	- овқатланиш сифати; -каюталарнинг категорияси ва яшаш сифати; - круизга жўнатиш жойи.	- қилиш усули; - жўнатиш жойи ва кутиб олиш хизмати ташкил қилиш.
Дам олиш	- дам олиш учун меҳмонхоналарнинг кенг ассортименти; - режалаштирилган дам олишнинг жойи, рекреацион ресурслар - нинг таъсир қилиш хусусият - лари; - дам олишни ташкил қилиш; - сифатли овқатланиш.	- ҳудуднинг рекреацион хусусиятларини билиш; -кўплаб меҳмонхоналар билан ишчанлик ва шахсий алоқаларнинг мавжудлиги; - офисда керакли ҳужжатларнинг мавжудлиги.
Даволаниш	- режалаштирилган дам олиш жойлари, ресурсларининг балонеологик самараси; -даволаниш услублари - нинг рўйхати; - санаторияларнинг кенг ассортименти ва уларда яшаш шароитлари.	-курорт ва алоҳида даволаниш профелини билиш; - даволаш базаси ва санаторияларда жойлаштириш ҳамда озиклантириш сифати;
Танишув турлари	- қизиқарли маршрутлар; -экскурсия дастурларининг кенг танлови; - туристик марказларда меҳмонхоналарнинг қулай жойлашиши.	- экскурсион ҳужжатларнинг мавжудлиги ва турмарказлар ва экскурсияда турларнинг тўлиқ тасвирлаб бериш; - гуруҳ экскурсияларини ташкил қилиш тажрибаси, сайёҳлик марказларида гидларнинг мавжудлиги
Таълим олиш	- таълим олиш даврида яшашнинг шароитлари; - таълим олиш жараёнини ҳужжатлаштириш вариантлари (диплом, сертификатлаш, лицензиялари) ва уларни чет элларда апробация қилиш;	- хизматлар сифати кафолатланган чет эл ҳамкорлари билан шартнома алоқалари мавжудлиги
Клубли дам олиш	- клуб инфратузилмаси, у тақдим этаётган хизматлари ҳақида ахборот	- клуб билан шартнома алоқалари мавжудлиги; - жойлашган офиснинг мавжудлиги
Таймшер	- таймшер – сертификат соҳибларига тўлиқ хизмат кўрсатишни ташкил қилиш; -таймшер соҳиблари статуси тўғрисида максимал реал ахборот олиш; - дам олиш жойларини тез ва бирдан оммалашишини ташкил қилиш.	- потенциал миқозлар билан ишнинг махсус шароитларига риоя қилиш (кўпинча презентация шаклида); - миқозларнинг виза ва транспорт ҳимоясини кўрсатиш имкони; - фирманинг барча имконият - ларини ҳисобга олиш зарурлиги.

Рурал турлар	-дам олиш даврида сифатли ташкил қилинган дам олиш; - турларни буюртма учун тақдим этиш мақсадга мувофиқлиги; - у ёки бошқа жойлардаги дам олишнинг хусусият - лари бўйича тўлиқ тур-пакет ва максимал ахборот турлари.	- жойни ва жойлашиш воситаларини шахсан билиш; - ходимларнинг ташкилочилик хусусиятлари ёки ижодиёт жамоалари билан ишлаш малакаси (сайёҳларнинг дам олишини ташкил қилиш).
Зиёрат турлар	- қизиқарли маршрут ташкил қилиш; -турда қизиқарли экскурсия дастурларининг мавжудлиги;	- зиёратчилар учун мумкин бўлган имтиёзлар ва чегирмалар тўғрисида ахборотни билиш; - дин масаласида ходимлар - нинг компетентлиги.
Инсентив турлар	- турлар нархи ва сифатининг оптималлиги; - оилалар билан сафар қилиш имкони.	- гуруҳли миқозлар билан фаол ишлаш.
Экстрим турлар	- таклиф этилаётган маршрутларнинг хавфлилик даражаси ва имкони.	- инструктор ва кузатиб боровчиларнинг мавжудлиги; - спорт ва туристик жиҳозларни ижарага олиш имкони.
Ишчан турлар	- турларнинг қисқалиги; - яқка сафарлар; - сафар вақтида бизнес билан шуғулланиш учун шароитлар; - таклиф этиладиган меҳмон - хоналарнинг жойлашиши.	- ишчан одамлар, йирик фирмалар билан ишлаш тажрибаси; - иш сифатининг кафолатланганлиги, тезлиги ва аниқлиги.
Шоп турлар	- сафар маршрути; - юкларни ўтказиш шартлари; - бир жойда тезда юк сотиб олиш имкони; - юкларни текширув пунктларига расмийлаштиришда имтиёзлар мавжудлиги	- мамлакат текширув органлари билан ишлаш тажрибаси.
Саб-турлар	- сафар маршрути ва мавзуси; -ҳамроҳлар ва уларнинг қизиқишлари; -жойлашиш воситаларини танлаш; -мавзули экскурсиялар - нинг сони ва сифати.	- оператор ходимларнинг ижодий хусусиятлари; - жамоатлар, тўғарақлар, фуқаролар уюшмалари билан алоқаларнинг мавжудлиги.

Агент битими. Туроператор ва турагент ўртасида ҳамкорлик агент битими асосида олиб борилади. Бу битимда томонларнинг ўзаро асосий ҳамкорлик принциплари – турларни сотиш, бир – бирларининг ва туристлар олдида уларнинг бурч ва ҳуқуқлари белгилаб олинади. Агент битимининг нисбатан кўпроқ тарқалган формуласи қуйидагилар ҳисобланади:

Туроператор ҳуқуқ беради, турагент эса ўз номидан туроператорнинг турларини сотиш мажбуриятини қабул қилади ва маъсулиятни буйнига олади.

Эвазига туроператор томонидан комиссиян тақдирлар олади. Бундай формула шуни белдирадики:

- турист билан тузиладиган олди-сотди шартномаси ва бошқа сафар хужжатларда турагент айтилиши керак;
- Турсотиш билан боғлиқ барча ишлаб чиқариш харажатлари ва чиқимлар турагент томонидан тўланади;
- турагент сотилган турни бажарилиши учун ўз харидори олдида бевосита жавобгардир.

Туроператор ўз томонидан турагентга ҳар бир сотилган тур учун комиссиян тақдирлашни тулайди. Бундай тақдирлаш миқдори турни сотиш нархига фоиз ҳисобида белгиланади ёки қайд қилинган сумма кўринишида тўланади. Туроператор шунингдек турагент олдида сотилган турни бажариш чоғида вужудга келадиган туристга етказилган моддий ва маънавий зарар учун тўлиқ жавоб беради.

Битим объекти. У туроператорнинг турларни сотиш ва бронлаштириш тартиби ва сонининг руйхатини белгилайди, масалан:

- туроператор йиллик каталогига мувофиқ ёки чекланган турлар руйхатига асосан турларни сотиш;
- турагентдан тушган буюртма ва туроператорда мавжуд бўш ўринларга қараб турларни сотиш;
- турагент томонидан унга қатъий биркитилган ўринлар квотаси бўйича турларни сотиш. Бу ҳолда турагент ажратилган ўринлар квотасини туроператордан қўшимча тасдиқ олмасдан сотиш ҳуқуқига эга.

Турлар нархи. Томонлар рекламада эълон қилинган турларнинг ҳар бири бўйича ягона нарх ҳақида келишиб олишади. Ҳеч бир томон бу нархларни ошириш ёки камайтиришга ҳақли эмас. Турагент белгиланган нархга туристнинг илтимоси билан кўрсатилган қўшимча хизматлар учун нарх қўшиш ҳуқуқига эга. Масалан, туристнинг яшаш жойидан гуруҳ йиғиладиган жойгача ва қайтиш қийматига.

Комиссион тақдирлашлар. Улар турагент ва туроператор ҳамкорлиги шартларининг негизи ҳисобланади. Комиссион тақдирлаш икки функцияни бажаради: биринчидан, турагентнинг ягона даромад манбаи бўлиб хизмат қилади; иккинчидан, уни фаол ишлашга рағбатлантиради. Агар турагент ўзини комиссиян тақдирланиши ошишидан манфаатда бўлса, туроператор учун ҳар қандай комиссиян оширилиш унинг шахсий даромадининг камайтишини билдиради. Туроператор ва турагент ўртасидаги муносабатларда ҳамisha дифференциялашган, тамоил жиҳатидан прогрессив комиссия қўлланилади: турагент қанча кўп тур сотса, унга тўланадиган комиссиян тақдирлаш шунча юқори бўлади. Комиссион тақдирлашнинг қуйидаги турлари мавжуд:

- туроператор ва турагент ҳамкорлигининг дастлабки босқичида ўсиб боровчи ҳажм учун минимал даражада базавий комиссия;
- номавсумий турларни сотишни рағбатлантириш учун қўшимча номавсумий комиссия қўлланилади;
- қўшимча комиссия гуруҳ турларни (15-20 киши) сотиш учун ҳам тўланади;

- қўшимча комиссия турларни сотишнинг йиллик ҳажмига мувофиқ мўлжалдан зиёди учун ҳам кўзда тутилади (ретрафаол комиссия);
- қўшимча комиссия турагентнинг барқарор иши учун тўланади.

Комиссион тақдирлашдан ташқари, турагент ишини рағбатлантириш учун бошқа рақобатлантириш чораларидан ҳам фойдаланилади, масалан, бонуслар тўлаш, яъни турларни белгиланган ҳажм (норма)дан ортиқ сотиб, ошириб бажаргани учун қайд этиб қўйилган сумма тўлаш, бепул сафар йўлланмаси, қимматбаҳо сувенирлар билан тақдирлаш.

Ҳисоб – китоблар. Туроператорлар ва турагентлар ҳисоб-китоблари жойлашган манзилга қараб, нақд пул тўлаш ва бевосита банк ўтказмалари йўли билан амалга оширилди. Бунда шунингдек турагент томонидан комиссия тақдирлашни ушлаб қолиш тартиби ҳам аниқланади, аванс муддатлари ва якуний ҳисоб – китоблар, сотувлар ҳақида ойлик ҳисобот тартиби белгиланади.

Сафар ҳужжатларини расмийлаштириш. Бу шартлар туристнинг сафар учун зарур харажатларни бериши ва расмийлаштириш тартибини белгилаш лозим. Мисол учун, туроператор халқаро сафар билетларини расмийлаштиришга, чиқиш визасини расмийлаштириш учун хорижий консулликка сўров билан чиқишга мажбур. Турагент турист билан ваучер, турпутёвка, маршрут варақаси ва банкларга шартнома расмийлаштиради.

Сафарни ўзгартириш ва бекор қилиш. Агент битимида эълон қилинган ва сотилган турларни туроператор, шунингдек турагент (турист) ташаббуси билан ўзгартириш ва бекор қилиш имкониятлари ҳам кўзда тутилган. Бу ҳолат учун чораларни жавобгар томон белгилайди (бекор қилиш муддати, бекор қилинганда жарима, харажат ва қайтарилмайдиган сумма ҳажмлари ва бошқалар).

Томонлар жавобгарлиги. Хизмат кўрсатишга риоя этилиши, турист шикоятини кўриб чиқиш ва етказилган моддий ва маънавий зарар учун товон тўлаш, уларни вужудга келиши эҳтимоли барча ҳолатлари ва тузатиш учун зарур чораларни қамраб олади.

10.2.Туристтик агентликлар иш технологияси ва функциялари.

Юқорида айтиб ўтилди, чакана турагентлик ҳукуқий – ташкилий шаклларга тобе бўлмаган ҳолда туристик индустрия корхоналари томонидан ишлаб чиқиладиган, туроператор томонидан шаклланадиган алоҳида хизматларни ҳам, комплекс стандарт турлар (инклюзив - турлар) ни сотиш билан шуғулланади.

Кўпчилик хорижий мамлакатларда амалдаги қонунчиликка мувофиқ бундай турларни сотиш ҳукуқи фақат чакана турагентликларга берилган. Шунинг учун мазкур бизнес улар учун асосий фаолият тури ҳисобланади. Аммо турагентлар комплекс турларни чакана сотиш билан бир қаторда катта миқдорда турли хил туристик хизматларни сотишда ҳам иштирок этади. Уларнинг руйхатига қуйидагиларни киритиш мумкин:

- музейга экскурсия, картиналар галерияси, архитектура ёдгорликлари шаҳар ташқарисига сайр ва бошқ.;
- саноат ва қишлоқ хўжалиги корхоналари ва ижтимоий-маиший, маданий оқартув муассасаларига экскурсия;

- ички ва халқаро транспорт билетларини сотиб олиш;
- гид (экскурсоводлар) ва гид-таржимонлар хизмати;
- меҳмонхона хизматлари ва қўшимча жойлаштириш воситалари хизматлари;
- умумий овқатланиш корхоналари хизматлари;
- автотранспорт прокати;
- хорижга чиқиш визаларини олишга сўровларни расмийлаштириш;
- суғурта полисларини сотиш;
- спорт ва маданий тадбирларга кириш билетлари сотиш;
- сувенирлар, почта открыткалари, йўл кўрсаткичлар, маркалар ва бошқ. сотиш;
- валюта алмаштириш;
- туристик ва спорт анжомларини ижарага олиш.

Шундай қилиб, турагентликнинг асосий функцияси – бу:

- туроператорлар, меҳмонхона ва транспорт корхоналари, экскурс бюролари, сайр-томоша корхоналари ва бошқа туристик хизматларни етказиб берувчилар билан улар ишлаб чиқадиган хизматларни чакана харидорларга сотиш ҳуқуқини олиш мақсадида агентлик муносабатларини ўрнатиш;
- ўзининг туристик хизматлар микро бозорида ҳаракатланишни ташкил қилиш, шу мақсадда почта рекламалари, телефон орқали мурожаат, шахсий алоқа ва бошқалардан фойдаланиш;
- потенциал харидорларни сотиладиган хизматлар ва уларни сотиш тартибидан хабардор қилиш;
- харидорларни танланган турлар (хизматлар) га талабнома олиш ва бу талабномаларни туроператор ёки бошқа хизматлар етказиб берувчиларга уларни бронлаштириш ва тасдиқлаш учун узатиш;
- харидордан тур (хизмат) учун тўлов ҳақ қабул қилингани тасдиғи олинганча, зарур турхужжатлар расмийлаштириш ва ўз вақтида туроператорга ёки бошқа хизмат етказиб берувчига тегишли сумма ўтказишга тақдим этилади, хорижга тур сотишда визани расмийлаштириш, туроператорга бериш учун харидорнинг хорижга чиқиш паспорти қабул қилинади;
- туроператор ёки бошқа хизмат етказиб берувчи ташаббуси билан турнинг ўзгартирилгани ёки бекор қилингани ҳақидаги маълумот харидорга етказилади;
- харидордан қабул қилинган ва туроператорга ёки бошқа хизматларни етказиб берувчига узатилган харидор талабномалари ўзгартирилиши ёки сотиб олинган тур (хизмат) ни бекор қилиниши;
- туроператор ёки бошқа туристик хизматларни етказиб берувчи олдида барча амалга оширилган сотувлар ҳақида мунтазам ҳисобот бериш;
- харидордан сотиб олинган хизматларни бекаму – кўст бажарилиши бўйича шикоятларни бартараф этишда кўмаклашади;
- турагентлик бозордаги вазият ҳақида, туристлар билдирган танқидий фикрлар ва истаклар тўғрисида ахборотлар йиғади ва уларни туроператор ва бошқа хизмат етказиб берувчиларга узатади.

Юқорида кўрсатилган халқаро туристик саёҳатларни ташкил қилишнинг анаъанавий таркиби билан бир қаторда (туроператорлар ва турагентликлар) бу соҳага бошқа соҳа ташкилотлари тобора кўпроқ кириб фаол ҳаракат қилишаяпти. Бунда халқаро авиакомпаниялар, меҳмонхона занжирлари, банклар, суғурта жамиятлари, савдо уйлари, ўзларининг асосий вазифалари билан бирга туристик хизматлар сотиш билан шуғулланувчи савдо тармоқлари кўзда тутилмоқда. Масалан, авиакомпания авиа билет сотишда харидорга меҳмонхона, трансфер, берадиган манзилда экскурсия бронлаштиришни таклиф қилади. Бундай ташкилотлар учун умумий бўлган сабаб шуки ушбу соҳаларда ортиқча капитал ҳосил бўлган. Бу эса халқаро туризмни ривожлантириш учун кўп йиллар олдин истиқболларини ишлаб чиқишга қулай шароит яратади.

Туристик бизнесга ўз капиталларини сарфлар экан, бу ташкилотлар аввало бошдан туристик бозорда рақобат курашида устунликка эришиш имконига эгадирлар. Негаки ўз хусусий сотиш тармоқлари (чакана сотиш пункти), масалан, билет кассаси, банк бўлиш, суғурта агенти, шунингдек яхши йўлга қуйилган автомат бронлаштириш тизими, қайсиким туристик хизматларни сотиш учун қўлланиладиган кенг имкониятларга эгадир. Бундай ноанъанавий саёҳат ташкилотчилари ролини глобал тараққиёт жараёнида ошиши, туристик бозорда туроператорлар ва турагентлар учун мураккаб вазиятнинг пайдо бўлишига олиб келади.

10.3.Туристик сафарларни ташкил этишда туристик фирмаларнинг ўрни ва роли

Барча саёҳатлар хоҳ ички, хоҳ халқаро туризмда бўлсин, уюштирилган ва уюштирилмаган сифатида баҳоланади.

Туристик фирмалар воситачилиги ёки ёрдамида хорижга ёки ўз мамлакатига индивидуал ва гуруҳ бўлиб саёҳат қилиш **уюштирилган туризм** ҳисобланади.

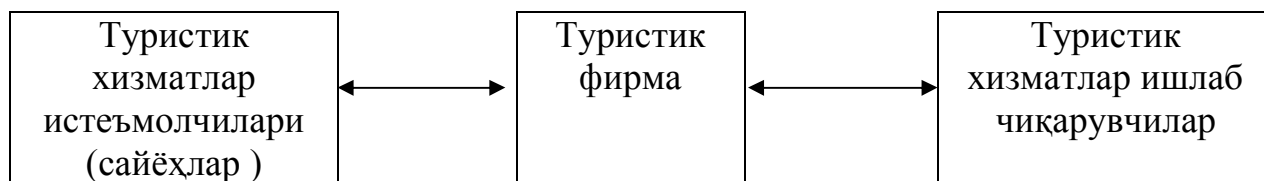
Индивидуал ёки гуруҳ бўлиб ўз мамлакати ёки хорижга иштирокчиларнинг ўзлари томонидан ташкил этилган саёҳат эса уюштирилмаган туризм ҳисобланади. Одатда туризмнинг бу категориясига нисбатан «хаваскор туризм» (оддий тилда «Ёввойилар») деган атама қўлланилади.

Уюштирилган ва уюштирилмаган туризм махсус статистикаси миллий ва халқаро масштабда юргизилмайди, аммо экспертлар баҳоси бўйича жаҳон туризми умумий ҳажмига уюштирилган туризмнинг 35 % га яқин, уюштирилмаган туризмнинг 65 % га яқин улушлари тўғри келади.

Уюштирилган саёҳат улуши ҳозирча уюштирилмаган сафарлардан анча орқада қолаётган бўлсада, мутлоқ рақамларда уюштирилган туризм кўпсонли оқимларни ташкил қилади ва йилдан йилга ортиб бораёпти.

Туристик фирма – йиғма тушунча. Унинг замирида тадбиркорлик таркиби, туристик хизматлар олди-сотдиси соҳасида тижорий асосларда воситачилик операциялари билан шуғулланувчилар тушунилади. Туристик фирманинг ўзи туристик хизматлар ишлаб чиқармайди. У бунинг учун зарур ишлаб чиқариш воситаларига эга эмас. Шунинг учун у соф воситачилик

вазифасини бажаради ва истъмолчи топшириғи билан ишлаб чиқарувчилардан ҳар хил туристик хизматларни сотиб олади (меҳмонхона, транспорт овқатланиш корхоналари ва сайр томошалар ва бошқ.). Туристик фирма истъмолчи ва туристик хизматлар ишлаб чиқарувчи ўртасида воситачи ўрнини эгаллайди, бу қуйидаги расмда кўрсатилган.



5-чизма.Туристик хизматлар олди-сотди жараёнида туристик фирма ўрни

Мамлакат катта қисмида туристик бизнес кўпсонли тадбиркорлик структураларига берилган. Улар миллий қонунчиликка мувофиқ тузилади ва фаолият юритади. Улар ўрнатилган стандартлар, талаблар, шартларига қатъий амал қилишга мажбурдирлар. Масалан, Россия Федерациясида ХХІ аср бошларида 10 туристик алмашинувда фаол иштирок этувчи хорижий мамлакат катта қисмидаги туристик бизнес ҳам худди шу рақамларга яқинроқ баҳоланади.

Таъкидлаш керакки, туристик фирмалар фаолиятида операциялар ҳажми ва характери, бозордаги ўрни, фаолият ихтисослашуви ва туристик бозорнинг бошқа шартлари билан боғлиқ сезиларли фарқлар кўзга ташланади. Энг аввало, туристик фирмалар туроператорлар (турташкилотчилар) ва турагентлик (турагентлар)га бўлинади.

Туроператорлар. Улар туристик маҳсулотларни улгуржи сотувчилар ҳисобланишади. Туроператорлар туристик хизматлар ишлаб чиқарувчилар ва уларни чакана сотувчилар ўртасида боғловчи ўринни эгаллайди. Оммавий туристик маҳсулотлар (инклюзив сафарлар) яратиш учун улар меҳмонхона, ресторанлар, транспорт корхоналари катта ҳажмдаги хизматларини сотиб оладилар, улардан белгиланган йўналишда гуруҳ ва индивидуал саёҳатлар учун сафар пакетларини шакллантирадилар.

Туроператорлар уюштирилган туризмнинг бош генераторлари ҳисобланади. Уларнинг асосий вазифаси бозор талабларини ўрганиш ва қондиришдан иборат. Улгуржи турфирмаларга ўз бизнесини ривожлантириш учун сезиларли молиявий воситаларни инвестиция қилишга тўғри келади. Бу ўз савдо маркази ва маҳсулотнинг ҳаракати, самарали сотиш тармоғи яратиш ва бошқалар учун зарурдир.

Туристик бозорнинг катта бўлаклиги ва сегментацияси ва талаб туоператорларнинг фаолиятини ўз маҳсулотини аниқ ихтисосланган йўналишга қаратишига зарурат туғдиради. Туоператорлик фаолиятини асосий ихтисослашга йўналишлар ҳисобланади:

1. Хорижий сайёҳларни қабул қилиш ва хизмат кўрсатишга ихтисослашиш. Бу фаолият билан шуғулланувчи турфирмалар қабул қилиш бўйича туроператорлар дейилади. Ўзларининг асосий вазифаларини бажариш учун улар:

- мамлакатда мавжуд туристик ресурсларни ва улардан фойдаланиш, эгаллаш, ўз мамлакати бўйлаб туристик сайёҳатлар хусусиятлари ҳақида ахборотларни яхши билиши;
- ўз мамлакатада туризмнинг моддий-техник базаси ҳақида ахборотга эга бўлиш, туристик хизмат кўрсатувчи корхоналар билан ишчан алоқада бўлиш ва хорижий туристларга хизмат кўрсатиш учун улардан фойдаланиш имкониятлари;
- хорижий туристларни визали қўллаб-қувватлаш, турфирма таклиф этадиган мамлакатга сафарларни сотиб олиш ҳукуки (референс)га эга бўлиш;
- хорижий туристик бозорда ўз маҳсулотини сотиш ва ҳаракатланиш каналларига эга бўлиш.

2. Ўз мамлакати фуқароларини хорижга туристик сафарга боришини ташкил қилишга ихтисослашиш. Бу операциялар билан шуғулланувчи турфирмалар йўналиш бўйича туроператорлар дейилади. Ўзларинининг асосий функцияларини бажариш учун улар:

- ўз мамлакатада чиқиш туризми бозорида яхши ўринга эга бўлиши, ўз юртдошларига хорижга туристик саёҳатларни таклиф этиш ва сотиш имконига эга бўлиши;
- ўз туристларини халқаро участкаларга боришини таъминлаш учун халқаро ташрифчилар (авиа ва автотранспорт, темирйўл ва сув транспорти) билан мустаҳкам ишчанлик алоқасида бўлиш;
- қабул қилинадиган хорижий туристларга сифатли хизмат кўрсатиш ва визавий қўллаб – қувватлашни таъминлаш учун қабул қилиш бўйича чет эл туроператорлари билан мустаҳкам шерикчилик муносабатларига эга бўлиш;
- турли мамлакатларга туристик саёҳатлар шартлари бўйича зарур ахборотга эга бўлиш.

Бозор сегментлари бўйича туристик фирмалар ихтисослашуви.

Ҳозирги замон эҳтиёж тараққиётида ва кўпсонли туристлар хоҳиш истакларида бирорта фирма, ҳатто у йирик туристик фирма бўлсин, мавжуд бозор сегментлари ва қашшоқлигини фаолиятига қамраб ололмайди. Амалда ҳар бир туристик фирма ўзи учун нисбатан кириш қулайроқ ва бозор талабининг фойдалироқ сегментини танлайди. Шу асосда у ўз туристик маҳсулотини шакллантиради, нархлар белгилайди, тегишли сотиш ва ҳаракатланиш каналларидан фойдаланади. Шундай қилиб ихтисослашган туристик фирма вужудга келади. Демографик, ижтимоий – иқтисодий ва талабнинг психологик хусусиятларига боғлиқ ҳолда биз туроператорларни қуйидаги йўналишлар бўйича ихтисослашувини кузатишимиз мумкин:

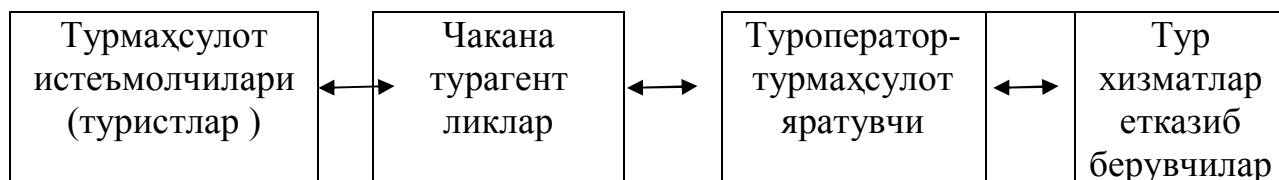
- ёшлар туризми (мактаб ўқувчилари, талабалар);
- кексалар туризми (пензионерлар, ветеранлар);
- оммавий туризм (ўртача даромадли кишилар учун);
- алоҳида эътиборли Элитар туризм (юқори даромадли шахслар учун);
- автобус ва кема туризми;
- экскурсия – томоша туризми;
- дам олиш, даволаниш, спорт билан шуғулланиш мақсадидаги туризм;

- конгресс туризми ва бошқалар.

Туристтик агентлик (агентлар). Улар ватандошлари ёки чет эллик саёҳатчиларга шахсий нотижорий истеъмол учун туристик хизматларни чакана сотувчилар сифатида чиқишади. Чакана турагентлик туроператорнинг туристик маҳсулотларини реализация қилишда муҳим роль ўйнайди. Бундан ташқари, улар жуда кўп бошқа хизматлар—масалан, меҳмонхонага жойлаштириш, ресторанда овқатлантириш, транспортда ташиш, театр – томоша тадбирлари билан шуғулланадилар. Уларнинг асосий даромад манбаи бўлиб сотилган хизматларга етказиб берувчилар тўлайдиган комисион тақдирлаш ҳисобланади.

Турагентликлар турли мамлакатларда амалда бўлган қонунчиликка мувофиқ юридик ёки жисмоний шахс сифатида расмийлаштирилади. Улар ҳудуди бўйича унча катта бўлмаган бозорда ишлашади. Катта бўлмаган абортга эга бўлишади туристик бозор конъюктураси ва туроператорлар ҳамда транспорт компаниялари сиёсатига кучли боғлиқ бўлади.

Туроператор ва турагентликнинг туристик бозордаги ўрни қуйидаги 6-чизмада намоиш этилган:



6-чизма.Туроператор ва турагентликнинг туристик бозордаги ўрни

Аммо бироқ улгуржи туроператор ва чакана турагентлик функцияларини ҳамма вақт ҳам аниқ чегаралаб бўлмайди, негаки униси ҳам, буниси ҳам улгуржи, ҳам чакана операцияларни бажариши мумкин. Туроператорлар кўпинча ўз турларини чакана сотиш учун хусусий агентликлар ташкил қиладилар. Турагентлик катта талаб мавжуд чоғида ўз навбатида унча катта бўлмаган улгуржи операцияларни зиммасига олиши мумкин.

Таянч сўз ва иборалар: тур, халқаро тур, қабул қилиш бўйича туроператор, йўналиш бўйича туроператор, агент битими, турлар нархи, туристик агентликлар иш технологияси, туристик фирма.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Халқаро турларни ташкил этишнинг хусусиятлари нимадан иборат.
- 2.Туристтик агентликлар иш технологияси ва функциялари нималардан иборат.
- 3.Туристтик сафарларни ташкил этишда туристик фирмаларнинг ўрни ва роли қандай.
- 4.Туроператор ва турагентликнинг туристик бозордаги ўрни қандай амалга ошади.

XI.Мавзу.Туроператорлик хизматларида туристлар хавфсизлигини таъминлаш

Режа:

- 11.1.Туристлар хавфсизлигини ва уларни ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш.
- 11.2.Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари
- 11.3.Хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштириш.
- 11.4.Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатлари.

11.1.Туристлар хавфсизлигини ва уларни ҳимоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш.

Ўз-ўзидан аёнки, туризм самарали фаолият кўрсатиши ва ривожланиши учун миллий ва халқаро саёҳатчилар ва дам олувчиларнинг ҳамда уларга тегишли мол-мулкнинг хавфсизлигини, шунингдек туристик фаолият объектларининг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш зарур. Хўш, бунга қандай эришиш мумкин? Жаҳон туристик ташкилоти экспертлари бунинг қуйидаги йўллариини таклиф этадилар:

- саёҳатчилар ва дам олувчиларнинг хавфсизлигини таъминлаш қоидаларини ишлаб чиқиш ва амалга жорий этиш;
- жамоатчиликка ахборот бериш;
- шу жумладан фавқулодда вазиятларда туристларнинг хавфсизлиги билан боғлиқ муаммоларни ҳал қилишнинг институциявий негизини вужудга келтириш;
- икки томонлама, минтақавий, субминтақавий, минтақалараро миқёсда ва жаҳон миқёсида халқаро ҳамкорлик.

Айни вақтда, туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш, шунингдек туристик аҳамиятга молик жойларда хизмат кўрсатиш сифатининг юқори даражада бўлишига эришишни бошқа ижтимоий ёки миллий манфаатлардан, хусусан, қабул қилувчи мамлакат ҳамда бутун атроф муҳит манфаатларидан ажратиш мумкин эмас. Ўз-ўзидан аёнки, туризм ҳамда туристларни ҳимоя қилиш соҳасида хавфсизлик қоидаларини ишлаб чиқиш ва амалга жорий этишда ташриф буюрувчилар билан қабул қилувчилар манфаатларининг муштараклигини таъминлаш зарур. Гап шундаки, туризм мамлакатга фоҳишабозлик, қулфурушлик, контрабанда, маданий конфронтация сингари салбий ҳодисаларни ҳам олиб кириши мумкин. қолаверса, ўзи ташриф буюрган мамлакатда жиноий унсурларга тўқнаш келган, тиббий ёрдам олиш, давлат органларининг ҳимоясига умид қилиш имкониятига эга бўлмаган турист оғир аҳволда қолиши мумкин.

Экспертлар қайд этишича, туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва туризм соҳасида ҳимоя туристик аҳамиятга молик мамлакатда ёки жойда кўплаб қоида ва қарорлар билан боғлиқ бўлиб, улар нафақат туристик фаолият

маъмурияти томонидан, балки турли иқтисодий ва ижтимоий тармоқларда, хусусан:

- соғлиқни сақлаш;
- жамоат тартиби (полиция, божхона, чегара хизмати);
- молия (солиқ хизмати, банклар);
- савдо ва маиший хизмат;
- транспорт;
- энергетика, коммуникациялар;
- атроф муҳитни муҳофаза қилиш;
- аҳолини иш билан таъминлаш ва ҳудудни ривожлантириш соҳаларида фаолият кўрсатувчи бошқа бир қанча маъмурий органлар томонидан ҳам бажарилиши лозим.

Мазкур жараёнда хусусий секторнинг иштирок этиши ҳам муҳим аҳамиятга эга. Зотан, дунё бўйича ташкил этиладиган барча сафарлар ва ташрифларнинг камида 7/10 қисми хусусий секторга тўғри келади. Табиийки, алоҳида эҳтиёт чоралари бу миқёсда ҳам кўрилиши лозим. Туристик фирмалар ўзлари ташкил этувчи турларда саёҳатчиларнинг хавфсизлигини таъминлаш талабларини бажаришдан бўйин товламасликлари керак. Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида»ги қонуни 10-моддасига биноан, «туристик хизматлар мажбурий сертификатлаштирилиши лозим. Туристик фаолият субъектининг туристик хизматларни мажбурий сертификатлаштиришдан бош тортиши, туристик хизматларни сертификатлаштиришнинг натижаси салбий бўлиши, шунингдек сертификатнинг амал қилишини бекор қилиш туристик фаолиятни амалга ошириш учун берилган лицензиянинг амал қилишини тўхтатиб қўйишга ёки лицензиядан маҳрум қилишга сабаб бўлади». Яъни ҳар қандай турнинг барча хавфсизлик параметрлари текшириб кўрилиши керак, акс ҳолда у туристик бозорда амалга оширилиш мумкин эмас. Баъзи бир маълумотларга қараганда, туристлар тўқнаш келадиган ҳар хил муаммолар кўпинча улар саёҳатнинг муайян шарт-шароитлари, хусусан, мамлакат, яшаш, овқатланиш хусусиятлари, чет элликларга маҳаллий аҳолининг муносабати ҳақида олдиндан огоҳлантирилмаганлиги билан боғлиқ. Ваҳоланки, турист саёҳатга тааллуқли тўлиқ ва ишончли ахборот олиш, шахсий хавфсизлик, ўз ҳуқуқларининг ҳимоя қилиниши, шунингдек ўз мол-мулкининг асралиши ҳуқуқига эга (14-модда). Боз устига, қонуннинг 17-моддасига мувофиқ, туристик фирма «туристларга турни ташкил қилиш, уларнинг ҳуқуқлари ва мажбуриятлари тўғрисида тўлиқ ахборот бериши шарт».

Шунга қарамай, мавжуд қонунлар ва қарорларга амал қилмаслик, шунингдек уларнинг номукамаллиги туристик фаолият соҳасида жиддий муаммоларни юзага келтирмоқдаки, уларни ҳал қилиш учун туризм масалалари билан шуғулланувчи шахслар туризмда хавфсизлик масаласига глобал миқёсда ва сурункали асосда катта масъулият билан, фаол ёндашишлари талаб этилади. Айрим тадқиқотларга қараганда, туристларнинг хавфсизлиги билан боғлиқ муаммолар ҳар 10 ҳолатдан 4 тасида хавфсизлик учун масъул органлар ўз вазифаларини бажармаслиги оқибатида келиб чиқади. Юқорида зикр этилган қонуннинг 15-моддасига биноан, турист божхона ва чегара назорати

қоидаларига, борилган мамлакатнинг қонун ҳужжатлари талабларига риоя этиши шарт. Агар у мазкур қоидаларни бузгудек бўлса, ўз шахсий хавфсизлигини хавф остида қолдиради. Бошқа томондан, қонуннинг 18-моддасига мувофиқ, «Ўзбекистон Республикаси ҳудудида туристларнинг хавфсизлиги давлат томонидан кафолатланади. Туризм соҳасидаги ваколатли давлат органи манфаатдор вазирликлар ва идоралар билан биргаликда туристларнинг ҳимоя қилинишини ҳамда хавфсизлигини таъминлаш дастурини ишлаб чиқади ва унинг бажарилишини ташкил этади. Маҳаллий давлат ҳокимияти органлари туризм соҳасида барча туристик йўналишлар бўйича туристларнинг ҳимоя қилинишини ва хавфсизлигини таъминлаш минтақавий дастурларини ишлаб чиқади ва уларнинг бажарилишини ташкил этадилар». Бу мазкур муаммога давлат алоҳида аҳамият беришини кўрсатади.

Туристларни террористик актлардан ва умуман жиноий қилмишлардан ҳимоя қилишга, шунингдек туристларнинг истеъмолчи сифатидаги ҳуқуқларини ҳимоя қилиш, уларнинг соғлиғини сақлаш ва атроф муҳитни муҳофаза қилишга алоҳида эътибор бериш лозим.

Ўз-ўзидан аёнки, туристларнинг ҳамда туристик объектларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш соҳасидаги қонун ҳужжатлари ҳамиша жиноятчилик ва зўрлик ишлатишни бартараф этишга, шунингдек атроф муҳитни муҳофаза қилиш ва сақлашга (айниқса, туристик фаолият ҳудудида) йўналтирилган бошқа барча қонун ҳужжатларига боғлаб ишлаб чиқиши ва қўлланилиши лозим. Масалан, Ўзбекистонда туризм билан боғлиқ фаолият нафақат туризм тўғрисидаги қонун билан, балки алоҳида қўриқланадиган табиий ҳудудлар, ўрмон, корхоналар, ташқи иқтисодий фаолият, реклама, оммавий ахборот воситалари, истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисидаги қонунлар, муайян хизматларга белгиланган давлат стандартлари, шунингдек Жиноят, Солиқ, Божхона кодекслари билан ҳам тартибга солинади. Айрим баҳолашларга қараганда, Ўзбекистонда туризм фаолияти соҳасида элликка яқин юридик ҳужжатлар, шу жумладан қонунлар ва ҳукумат қарорлари амал қилади.

Бундан ташқари, Жаҳон туристик ташкилоти ўз ҳужжатларида бошқа мамлакатларга туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш соҳасидаги миллий сиёсатнинг таркибий қисми сифатида, айнқса, туристик фаолият ҳудудида, масалан, эпидемиялар, террористик актларни амалга ошириш хавфи, шунингдек саёҳатчилар ва уларнинг мол-мулкига қарши жиддий ва кўп сонли жиноятларнинг олдини олишга қаратилган тегишли чоратадбирларни амалга ошириш масалалари билан шуғулланувчи махсус орган тузишни тавсия этади. Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Туризмни ривожлантириш идоралараро кенгаши Ўзбекистондаги мана шундай ташкилот ҳисобланади. Мазкур Кенгаш таркибига «Ўзбектуризм» Миллий компанияси (миллий туристик маъмурият ҳуқуқида), Ички ишлар вазирлиги, Ташқи ишлар вазирлиги, Молия вазирлиги, Давлат Божхона қўмитаси, Давлат Солиқ қўмитаси, Соғлиқни сақлаш вазирлиги ва бошқа идораларнинг вакиллари киради.

Бундан ташқари, туристлар тўқнаш келиши мумкин бўлган асосий хавфхатарлар (касаллик, ўғрилиқ, репатриация)дан уларни суғурталашни

таъминлаш, хусусан, бу соҳадаги келишувларни, айниқса, суғурта компаниялари, барча туристик корхоналар ва бошқа манфаатдор томонлар (аҳоли, ҳокимият органлари) ўртасидаги келишувларни рағбатлантириш учун зарур барча чора-тадбирларни кўриш лозим.

11.2.Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатлари.

Туризм хавфсизлиги чора-тадбирларини ишлаб чиқиш соҳасидаги халқаро тажриба Жаҳон туристик ташкилоти (ЖТТ) томонидан тадқиқ қилинади ва умумлаштириб борилади. Туризм Хартиясида ва Турист кодексида (ЖТТ Бош ассамблеясининг VI сессияси, 1985 йил), Туризм бўйича Гаага парламент конференциясида (1989 йил) саёҳатларнинг хавфсизлигини таъминлаш шартлиги қайд этиб ўтилган. 1994 йили ЖТТ Ижроия Кенгаши қошида саёҳатларнинг хавфсизлиги учун жавоб берувчи Туристик хизматлар кўрсатиш сифати бўйича кўмита ташкил этилди. Шу йили ЖТТ «Саёҳатчилар, туристлар ва туристик объектлар хавфсизлиги ҳамда уларни ҳимоя қилиш» мавзусида жаҳоннинг 73 мамлакатада тадқиқот ўтказди. 1995 йили ёзда ЖТТ ташаббуси билан Эстерунд (Швеция)да туризм хавфсизлиги ҳамда саёҳатлар чоғида хавф-хатарларни камайтириш бўйича I халқаро конференция ўтказилди. Тадқиқот натижалари шундан далолат берадики, жаҳон мамлакатларининг 71% да туристлар ташриф буюрадиган объектлар махсус туристик полиция ёки хавфсизлик хизмати томонидан кўриқланади. Мамлакатларнинг ярмидан кўпида бундай хизмат давлат полицияси ёки муниципал полициянинг таркибий қисми ҳисобланади.

Халқаро меҳнат ташкилоти (ХМТ), Жаҳон соғлиқни сақлаш ташкилоти (ЖССТ), Бирлашган Миллатлар Ташкилотининг таълим, фан ва маданият масалалари бўйича ташкилоти (ЮНЕСКО), Халқаро денгиз ташкилоти (ИМО), Фуқаро авиацияси халқаро ташкилоти (ИСКАО), Атроф муҳит бўйича БМТ дастури (ЮНЕП), Жиноят полицияси халқаро ташкилоти (Интерпол), БМТ Болалар фонди (ЮНИСЕФ), Иқтисодий ҳамкорлик ва ривожланиш ташкилоти (ОЭСР), Жаҳон савдо ташкилоти сингари халқаро ва ноҳукумат ташкилотлари туризм масалалари билан бевосита ёки билвосита шуғулланади. Кўпгина иқтисодий ва молиявий ташкилотлар, жумладан, Жаҳон банки, Европа тикланиш ва тараққиёт банки ва бошқалар ҳам туризм муаммолари билан шуғулланади.

Туризмни ривожлантиришнинг давлат норматив-ҳуқуқий ҳужжатлари билан бевосита ёки билвосита боғлиқ бўлган айрим функционал жиҳатлари 5-жадвалда келтирилган. Дарвоқе, туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш соҳасида ўз сиёсатини амалга оширишга кўмаклашиш учун ЖТТ давлатларга ўз сиёсий ва маъмурий тизимлари доирасида, бир томондан, барча миқёслардаги ваколатли департаментлар билан ҳамда, иккинчи томондан, меҳмонхона эгаларининг ташкилотлари, туристик агентликлар, авиакомпаниялар ва туризмда хавфсизлик билан боғлиқ масалаларни ҳал қилишдан манфаатдор бўлган барча ташкилотлар ва органлар билан самарали ҳамкорликни ривожлантиришни тавсия этади.

Туристлар хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилишнинг айрим функционал норматив-ҳуқуқий жиҳатлари

Туристларга қандай ҳуқуқлар берилиши лозим	қандай чора-тадбирлар кўрилиши керак	Давлат сектори ҳамда хусусий сектор нима қилиши керак
Туристнинг шахсига ёки мол-мулкига жиддий тажовуз қилиниши муносабати билан энг тез алоқа воситалари ёрдамида ўз оиласига хабар бериш	Турист келган мамлакатда унинг шахсига ёки мол-мулкига жиноий тажовуз қилиниши муносабати билан унинг ҳаётини ва мол-мулкини сақлаб қолиш мақсадида уни ўз мамлакатига тез репатриация қилиш	Туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш масалалари бўйича хабардорлик даражасини ошириш учун туризм ходимлари ва жамоатчилик орасида ахборот тарқатиш
Миллий ижтимоий суғурта тизими доирасида тез ва мувофиқ тиббий ёрдам олиш	Ўғирланган ва кейинчалик топилган мол-мулкни турист келган мамлакатга қайтариш	Туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш учун бевосита ёки билвосита жавобгар бўлган турли касб эгаларини тайёрлашни барча зарур воситалар билан рағбатлантириш
Чет элликдан гаров пули киритишни талаб қилмасдан, туристга тажовуз қилган шахсларга қарши миллий судда суд иши, шу жумладан жиноят иши очиш ҳамда юридик ёрдам олиш	Туристларга ёки маҳаллий аҳолига қарши бундай ҳаракатларга бошқа йўл қўймаслик учун ишни судда кўриш	Туристлар ҳаёти ва мол-мулкини кўриқлаш чора-тадбирлари ва механизмларини ишлаб чиқиш, салбий оқибатларга йўл қўймаслик мақсадида саёҳат пайтида содир бўлувчи барча жараёнларни тартибга солиш

Халқаро тажриба шуни кўрсатадики, юқорида зикр этилган ташкилотлар ва органлар ўртасида яхши алоқа йўлга қўйилган бўлмаса, туристлар саёҳат пайтида маълум муаммоларга, шу жумладан жиноий унсурлар томонидан туристлар ҳаёти ёки мол-мулкига тажовуз қилиш, айрим ташкилотлар (умумий овқатланиш тармоқлари, жойлаштириш воситалари ва ҳ.к.) томонидан малакасиз хизматлар кўрсатилиши билан боғлиқ муаммоларга тўқнаш келади. ЎЗР «Туризм тўғрисида»ги қонунининг 18-моддасига мувофиқ, «туристик фаолият субъектлари туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш, улар жароҳатланганда, касалланганда ва бошқа ҳолларда тиббий ва ўзга хил ёрдам кўрсатиш юзасидан аниқ чора-тадбирлар ишлаб чиқади». Хуллас, туристик фирмалар маршрутларнинг хавфсизлигини қонун тартибида текширишлари шарт.

Бундан ташқари, туристик аҳамиятга молик инфратузилма объектлари мавсум пайтида ўқтин-ўқтин юзага келадиган туристларнинг катта-катта

оқимларини атроф муҳитга ва умумий овқатланиш соҳасидаги санитария ҳолатига салбий таъсирларсиз қабул қилиш лаёқатига эга бўлишини таъминлашни қонун йўли билан тартибга солиш чора-тадбирлари ҳам кўрилиши лозим. Соғлиқни сақлаш чора-тадбирларини кўриш лозим деб топилган ҳолларда туристларга уларнинг салбий таъсирини мумкин қадар чеклаш ҳам муҳим аҳамиятга эга.

Баъзан туристлар эксплуатация, зўрлик ишлатиш объектларига айланадилар. Бу муносабат билан мазкур жинойий хатти-ҳаракатларнинг ташкилотчиларига нисбатан каттиқ чоралар кўриш зарур, акс ҳолда мамлакат туристик сафарга чиқиш тавсия этилмайдиган мамлакатлар рўйхатида киритилиши мумкин. Бошқа томондан, шундай салбий ҳодисалар ҳам учраб турадики, баъзан туристик фирмалар маълум шахсларни фоҳишахоналарда ишлаш, норасмий меҳнат фаолияти билан шуғулланиш учун чет элга турист сифатида махсус юборадилар. Ваҳоланки, мазкур соҳалар кўпинча уюшган жинойятчилик таъсири остида бўлади.

Туристлар билан жисмоний (ёки юридик) шахслар ўртасида юзага келувчи баҳсларни суддан ташқарида тез ҳал қилиш учун ЖТТ экспертлари тегишли орган, масалан, умумий ёки махсус ваколатларга эга бўлган Истеъмомчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш жамияти ёки шикоятлар бўйича воситачи орган тузишни тавсия этадилар. Туристлар уларга мурожаат этиб, юзага келган муаммоларни ҳал қилишлари мумкин, чунки бу уларнинг ҳуқуқий манфаатлари, шу жумладан хавфсизлик соҳасидаги манфаатлари билан боғлиқ.

Туристлар хавфсизлигини таъминлаш соҳасидаги давлатлараро ҳамкорлик ҳам, айниқса, табиий офатлар ва техноген ҳалокатлар, йирик авариялар ва эпидемиялар содир бўлган ҳолларда, шубҳасиз, муҳим аҳамиятга эга. Боз устига, туристлар ҳаёти ёки мол-мулкига жиддий тажовуз қилинган, айниқса, улар террористик актлар натижасида жабр кўрган ҳолларда қабул қилувчи мамлакат зудлик билан туристлар келган мамлакатга (агар имконият бўлса, дипломатик ёки консуллик ваколатхоналари орқали) жабр кўрган шахсларнинг соғлиғи ҳамда юқорида зикр этилган ҳодисанинг тафсилотлари тўғрисида барча зарур ахборотни тақдим этиши шарт.

Туризм бўйича 1989 йил Гаага Декларациясининг 8-тамойилида шундай дейилади: «Туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш, шунингдек уларнинг кадр-қимматини ҳурмат қилиш туризмни ривожлантиришнинг зарур шартидир»¹. Бу муносабат билан экспертлар қуйидагиларни таклиф қиладилар:

- туристик сафарлар, саёҳатлар ва ташрифларни соддалаштириш чора-тадбирларини туристларнинг ҳамда туристик объектларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш чора-тадбирлари билан бирга амалга ошириш;
- бу мақсадда туристларнинг ҳамда туристик объектларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилишга йўналтирилган самарали сиёсатни ишлаб чиқиш;

¹ Уваров В.Д., Борисов К.Г. Международное туристские организации. Справочник. Москва, Международное отношения, 1990, с. 228.

- туристлар фойдаланганлиги учун алоҳида эътибор беришни тақозо этувчи туристик товарлар, объектлар ва асбоб-ускуналарни аниқ белгилаш;
- тегишли ҳужжатлар ва ахборотни тайёрлаш ҳамда туристик объектларга хавф-хатар таҳдид солган ҳолларда мазкур ҳужжатлар ва ахборотдан фойдаланилишини таъминлаш;
- ҳар бир мамлакатнинг қонунчилик тизимига хос тартиб-таомилларга мувофиқ, туристларни ҳимоя қилиш соҳасидаги юридик қоидаларни бажариш;
- туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш ва уларни ҳимоя қилиш масалаларини тартибга солувчи чора-тадбирлар дастурларини тузишда давлатлар ЖТТ доирасида ҳамкорлик қилишларига эришиш.

11.3.Хавфсизлик соҳасидаги айрим туристик тушунчаларни стандартлаштириш.

Ҳозирда аксарият давлатларда туризмда хавфсизлик масалаларини тартибга солувчи қонун ҳужжатлари ва норматив ҳужжатлар амал қилади. Мазкур ҳужжатлар кўпинча давлат органи томонидан стандартлаштирилган бўлиб, бу туроператорларга янада самарали ишлаш ҳамда туристик маҳсулот истеъмолчисига таҳдид солувчи хавф-хатарлар даражасини баҳолаш имконини беради. Бу стандартлар туристик корхоналар, идоравий мансублиги ва ташкилий-ҳуқуқий шаклидан қатъи назар, туристик хизматлар сифатига қўйиладиган мажбурий ва тавсия этилувчи талабларни белгилайди. Туристлик хизматлар сифатига қўйиладиган мажбурий талаблар, шу жумладан туристлар хавфсизлиги, саломатлиги ва мол-мулкнинг бутлигини таъминлаш ҳамда атроф муҳитни муҳофаза қилишга қўйиладиган талаблар Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида» ва «Истеъмолчиларнинг ҳуқуқларини ҳимоя қилиш тўғрисида»ги қонунларида, «Меҳнат хавфсизлигини ўқитиб-ўргатишни ташкил этиш. Умумий қоидалар», «Туристлик-экскурсия хизматлари кўрсатиш соҳасида стандартлаштириш. Умумий қоидалар» сингари давлат стандартларида баён этилган.

Ўз-ўзидан аёнки, стандартларда туризм соҳасида ишлатиладиган атамалар қўлланилади. Уларни кўриб чиқамиз.

Туристлик хизмат – туристик корхонанинг туристларнинг тегишли эҳтиёжларини қондириш борасидаги фаолияти натижаси.

Экскурсия – туристларнинг маънавий, эстетик ва ахборот эҳтиёжлари қондирилишини таъминловчи туристик хизмат.

Сафар (поход) – маршрут бўйлаб ҳаракатланишнинг фаол усуллари ёрдамида туристларнинг соғломлаштириш ва маърифий эҳтиёжлари қондирилишини таъминловчи туристик хизмат.

Саёҳат – туристлар ҳаётини таъминлашнинг маълум шарт-шароитларида уларнинг соғломлаштириш ва маърифий эҳтиёжлари қондирилишини таъминловчи туристик хизмат.

Табиийки, бунда туристик хизматлар (экскурсиялар, сафарлар, саёҳатлар)га ҳамда хизмат кўрсатиш шарт-шароитларига маълум талаблар

қўйилади. Мазкур талаблар кўпинча *мажбурий талабларга* ва *тавсия этиладиган талабларга* бўлинади.

қуйидаги талаблар туристик хизматларнинг барча турлари учун мажбурий ҳисобланади:

- туристлар ва экскурсантларнинг ҳаёти ва соғлиғини таъминлаш;
- уларга тегишли мол-мулкнинг бутлигини таъминлаш;
- атроф муҳитни муҳофаза қилиш.

Туристик хизматларнинг барча турлари истеъмолчиларнинг ҳаёти, соғлиғи ва мол-мулки учун хавфсиз бўлиши шарт. Нормал хизмат кўрсатиш шароитларида ҳам, фавқуллодда хизмат кўрсатиш шароитлари (табiiй офатлар ва ҳ.к.)да ҳам туристик хизматларнинг хавфсизлиги таъминланиши лозим. Туристик трассалар қулай экологик шароитларга ва санитария-эпидемиология шароитларига эга бўлган ҳудудларда жойлашиши керак. Туристик хизматлар кўрсатилувчи бинолар, транспорт воситалари, туристларга ижарага берилувчи анжомлар амалдаги норматив ҳужжатларда (санитария нормалари ва қоидаларида, қурилиш нормалари ва қоидаларида, ёнғин хавфсизлиги қоидаларида) белгиланган талабларга мувофиқ бўлиши лозим. Туристик корхоналарнинг хизмат кўрсатувчи ходимлари давлат стандартлари бўйича туристлар хавфсизлигини таъминлашни билишлари керак.

Бундан ташқари, туристик хизматлар кўрсатиш атроф муҳитга салбий таъсир кўрсатилиши (ҳудуднинг ифлосланиши, ўсимлик тўшамасининг топталиши, дарахтлар ва бутазорларнинг ёндирилиши ва ҳ.к.)га олиб келмаслиги лозим.

Хавфсизлик билан боғлиқ яна бир шарт: туристик хизматлар истеъмолчиларнинг умидларини оқлаши ва уларнинг жисмоний имкониятларига мос бўлиши керак. Бундан ташқари, истеъмолчига кўрсатиладиган туристик хизматлар ҳажми, муддати ва шарт-шароитларига кўра йўлланма, чипта, қвитанция ва ш.к.да назарда тутилган талабларга жавоб бериши лозим.

Саёҳатнинг хавфсизлиги деганда туристларнинг шахсий хавфсизлигини, уларга тегишли мол-мулкнинг бутлигини таъминлаш ҳамда саёҳат қилиш пайтида атроф муҳитга зарар етказмаслик тушунилади. Туристнинг хавфсизлигини таъминлаш – туристик хизмат кўрсатишнинг муҳим таркибий қисмидир.

Туристнинг хавфсизлиги давлат сиёсатига, фирмалар – турагентлар ва туроператорлар томонидан кўрилатган чора-тадбирларга, шунингдек туристнинг хатти-ҳаракатларига бевосита боғлиқ. Жумладан, Ўзбекистон Республикаси қонунига мувофиқ, турист шахсий хавфсизлик, ўз ҳуқуқларининг ҳимоя қилиниши, шунингдек ўз мол-мулкнинг асралиши, шошилиш тиббий ёрдам олиш, саёҳатга тааллуқли тўлиқ ва ишончли ахборот олиш ҳуқуқига эга. Табиийки, саёҳат пайтида турист ўзи бўлиб турган мамлакатнинг қонун ҳужжатларига риоя этиб, унинг урф-одатлари, анъаналари ва диний расм-русумларини ҳурмат қилибгина қолмасдан, шахсий хавфсизлик қоидаларига ҳам амал қилиши шарт. Статистика маълумотларига қараганда, ислом давлатларида турист билан аҳоли ўртасида содир бўлувчи барча можароларнинг 31 фоизи мамлакатнинг миллий урф-одатларидан туристнинг

беҳабарлиги ҳамда хулқ-атвор қоидалари турист томонидан бузилиши натижасида келиб чиқади.

Туристлар бўлиб турган мамлакатда уларнинг хавфсизлигига таҳдид тўғрисида ахборот миллий туристик маъмурият, турагентлар ва туроператорлар томонидан берилиши лозим. Бундан ташқари, халқаро амалиёт шуни кўрсатадики, бир қанча ҳукуматлар жаҳоннинг муайян мамлакатлари ёки минтақаларига ташриф буюриш юзасидан, шу жумладан ўз давлатларига ташриф буюрувчи чет элликлар учун ҳам тегишли тавсиялар чиқаради.

Туристик фаолиятнинг хавфсизлигига қўйиладиган талаблар универсал бўлиб, дунёнинг барча мамлакатларида амал қилади. Бу талаблар бажарилмаган тақдирда, туристик фирма туристик маҳсулотни халқаро ва ички бозорларда тақлиф этиш ва муайян харидорларга сотишдан бош тортиши мумкин. Туристик хизматлар кўрсатиш пайтида одатдаги шароитларда ҳам, ғавқулодда вазиятлар (табiiй офатлар ва ш.к.) шароитида ҳам туристларнинг ҳаёти ва соғлиғи учун хавф-хатарларнинг оқилона даражаси таъминланиши лозим. Лекин бунда шуни ёдда тутиш керакки, туристик-экскурсия хизматлари кўрсатиш чоғида инсоннинг ҳаёти ва соғлиғига хавф-хатарлар:

- хавф-хатар манбалари мавжуд бўлган;
- мазкур манба инсон учун хавфли даражада намоён бўлган;
- инсон хавф-хатар манбаига таъсирчан бўлган ҳолларда юзага келади.

Туризмдаги **зарарли омиллар** (хавф-хатар омиллари)ни қуйидагича таснифлаш мумкин:

- жароҳатланиш хавфи;
- атроф муҳитнинг ножўя таъсири;
- ёнғин хавфи;
- ножўя биологик таъсирлар;
- психофизиологик юкланишлар;
- нурланиш хавфи;
- кимёвий таъсирлар;
- кучли чангланиш ва газланиш;
- бошқа омиллар;
- ўзига хос хавф-хатар омиллари.

Туризмда ўзига хос хавф-хатар омиллари:

- туристик корхона ёки маршрут жойлашган ҳудудда табiiй ва техноген офатлар рўй бериши, шунингдек ғавқулодда ҳолатлар (шу жумладан туристларга хизмат кўрсатилувчи ҳудудда жамоат тартибининг ҳолати билан боғлиқ бўлган ғавқулодда вазиятлар) юзага келиши мумкинлиги;
- фойдаланилаётган моддий-техник база объектлари (туристик меҳмонхоналар, базалар, кемпинглар, арқон йўллари ва кўтаргичлар, туристик трассалар, ҳар хил транспорт воситалари ва ҳ.к.)нинг техник ҳолати;
- жойнинг мураккаб рельефи (дарё оstonалари, тоғ ёнбағирлари, трассаларнинг қояли, музли участкалари ва ҳ.к.);
- хизмат кўрсатувчи ходимлар (инструкторлар, экскурсиячилар ва ҳ.к.)нинг касбий тайёргарлиги даражаси;

- маълум турга ва мураккаблик тоифасига мансуб маршрут бўйлаб ҳаракатланишга туристларни тайёрлаш (йўл-йўриқ кўрсатиш, жиҳозлаш ва ҳ.к.);
- ахборот билан таъминлаш (гидрометеорологик прогнозлар, туристик маршрутлар трассаларини тамғалаш) билан боғлиқ.

Туристтик корхона туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш бўйича норматив ҳужжатлар тўпламига эга бўлиши ва ўз фаолиятида уларга амал қилиши лозим. Бу унга туристларга хизмат кўрсатиш билан боғлиқ кўпгина жиддий муаммоларни ҳал қилиш имконини беради.

Туристтик меҳмонхоналар, базалар ва кемпингларда яшаш хавфсизлиги:

- туристларга хизмат кўрсатиш объектларини лойиҳалаш ва қуриш чоғида қурилиш нормалари ва қоидаларининг талабларига;
- бинолар, иншоотлар ва қурилмалардан техник фойдаланиш хавфсизлигининг норматив ҳужжатлар билан белгиланган талабларига риоя этиш;
- амалдаги нормативларга мувофиқ техник жиҳозлаш;
- туристларнинг шахсий хавфсизлигини ва уларнинг мол-мулки асралишини кафолатловчи чора-тадбирларни амалга ошириш йўли билан таъминланади.

Бундан ташқари, туристларнинг ҳаёти ва соғлиғини таъминлаш мақсадида, озиқ-овқат маҳсулотларини сақлаш, транспортда ташиш ва тайёрлаш бўйича норматив ҳужжатларда белгиланган талабларга риоя этилиши лозим. Айрим маълумотларга қараганда, дунё бўйича барча туристларнинг ўрта ҳисобда 3% га яқини озиқ-овқатдан заҳарланиш оқибатида саёҳатни давом эттиришдан воз кечишга мажбур бўлади.

Экскурсия, сафарлар ва саёҳатлар вақтида туристларни транспортда ташиш муайян транспорт турларида (автомобиль, темир йўл, ҳаво, сув ва бошқа транспорт воситаларида) йўловчиларга хизмат кўрсатиш қоидаларига мувофиқ амалга оширилади. Дунё миқёсида транспортда қайд этиладиган бахтсиз ҳодисаларнинг ўттиз мингтадан ортиғи чет эллик туристлар объектдан объектга кетаётган пайтда содир бўлади. Бундай ҳодисалар жумласига авиаҳалокатлар, темир йўл транспортининг ағдалириши, автоҳалокатлар (улар айниқса кўп учрайди) киради.

Туристларга хизмат кўрсатишда қўлланиладиган туристик анжомлар амалдаги норматив ҳужжатларнинг талабларига жавоб бериши керак. Эскирган анжомлардан фойдаланиш туристларнинг шикастланишига, баъзан ҳатто ўлимига ҳам сабаб бўлади.

Ҳар бир туристик корхонада фавқулодда вазиятлар (табiiй офатлар, ёнғинлар ва ҳ.к.) вақтида ходимларнинг ҳаракатлари режаси ишлаб чиқилган ва тасдиқланган бўлиши шарт. Мазкур режаларда қутқариш ишларида қатнашувчи маҳаллий бошқарув органлари билан ўзаро алоқа тартиби назарда тутилади. Туристтик корхона раҳбари фавқулодда вазиятлар чоғида ҳаракат қилишга ходимларнинг тайёрлиги учун жавобгар бўлади. Шу боис туристик фирма Фавқулодда вазиятлар бўйича вазирлик бўлимлари, қутқариш ва тиббиёт хизматлари, ҳуқуқий тарғибот органлари билан мунтазам алоқа қилиб туриши керак.

Бундан ташқари, туристик корхоналар ҳар бир муайян хизматнинг хавф-хатарли жиҳатлари ва уларнинг олдини олиш чоралари билан туристларни таништиришлари шарт. Туристларнинг ҳаёти ва соғлиғини сақлаш учун зарур ахборот уларга олдиндан, дам олиш бошлангунга қадар ҳамда хизмат кўрсатиш жараёнида берилиши лозим. Туристик трассадаги табиий қийинчиликларни, туристнинг зарур жисмоний тайёргарлиги даражасини, шахсий анжомларнинг хусусиятларини тавсифловчи маълумотлар реклама-ахборот материалларида ҳамда туристик йўлланмага илова қилинган ахборот варағининг матнида ифодаланган бўлиши керак.

Туристик хизматларга қўйилган талабларнинг бажарилиши устидан назорат давлат бошқарув органлари томонидан уларнинг ваколатлари доирасида амалдаги норматив ҳужжатларга мувофиқ, кўпинча турли усуллардан фойдаланиш, хусусан:

- визуал назорат усулидан фойдаланиш (объектни – унинг интерьерни, ускуналари, анжомлари ва шу кабиларни кўздан кечириш) орқали;
- аналитик назорат усулидан фойдаланиш (ҳужжатларни – бракераж дафтарлари, ходимларнинг санитария дафтарчалари ва бошқа ҳужжатларни таҳлилдан ўтказиш) орқали;
- тиббий назорат усулидан фойдаланиш (ходимларни тиббик кўрикдан ўтказиш, санитария-эпидемиология анализлари ўтказиш) орқали;
- инструментал назорат усулидан фойдаланиш (сувнинг, хавонинг сифатини аниқлаш, ускуналарнинг техник ҳолати ва иш режимини текшириш) орқали;
- социологик назорат усулидан фойдаланиш (туристлар ва хизмат кўрсатувчи ходимлар ўртасида сўров ўтказиш) орқали амалга оширилади.

Назорат мавсум бошида, туристик корхона ва трассанинг фойдаланишга тайёрлигини текшириш чоғида, шунингдек жорий текширувлар жараёнида амалга оширилади. Туристлар хавфсизлигини таъминлашнинг жорий текширувлари бинолар, иншоотлар, транспорт воситалари, ускуналар, асбоб-анжомларни техник кўрикдан (синовдан) ўтказиш, овқат тайёрлаш, озиқ-овқат маҳсулотларини сақлаш ва транспортда ташиш шарт-шароитлари ва муддатларини текшириш, сафарга чиқишга туристларнинг тайёрлигини текшириш режалари ва графикларига мувофиқ ўтказилади.

11.4.Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатлари.

«Туризм тўғрисида»ги Ўзбекистон Республикаси қонунининг 19-моддаси «Туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш чора-тадбирлари»да шундай дейилади: «Туристик фаолият субъектлари туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш мақсадида:

- туристларнинг сафарда хавф-хатардан холи бўлишлари учун шарт-шароитни, сафар, сайр, экскурсия йўллари, мусобақалар ўтказиладиган жойларнинг ободлигини таъминлашлари;

- туристларга жароҳатланиш ва бахтсиз ҳодисалардан сақланиш ҳамда уларнинг олдини олиш усулларини ўргатишлари, бирламчи тиббий ёрдам

кўрсатиш юзасидан йўл-йўриқ беришлари, шунингдек белгиланган йўналишнинг хусусияти ва туристларнинг хатти-ҳаракатига боғлиқ ҳолда юзага келиши мумкин бўлган хавф манбалари ҳақида уларнинг ўзини хабардор қилишлари;

- туристларнинг саёҳатлар, сафарлар, мусобақалар, бошқа туристик тадбирларга тайёргарлиги устидан назоратни амалга оширишлари;

- фалокатга учраган туристларга тезкор ёрдам кўрсатишлари;

- автомобиль, тоғ, чанғи, велосипед, сув, мотоцикл, пиёда сафар, ғор туризми ва туризмнинг бошқа махсус турларини ташкил этиш ва ўтказишда хавфсизликнинг алоҳида талабларини ишлаб чиқишлари ва амалга оширишлари шарт».

Худди шу моддада белгилаб қўйилганки, туристик саёҳатларни туристлар ҳаракатланишининг фаол шаклларида фойдаланган ҳолда ташкил этишга ихтисослашган туристик фаолият субъектлари туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш, экстремал вазиятларда уларга ёрдам кўрсатиш ва уларни химоя қилиш мақсадида хизмат кўрсатишни кўзлаб кидирув-қутқарув хизматлари билан шартномалар тузадилар.

Бундан ташқари, туристлар хавфсизлигини сақлашнинг шартнома бажарилмаган ёки лозим даражада бажарилмаган тақдирда моддий зарарнинг тўланиши, шунингдек маънавий зиённинг ўрни қопланиши ҳуқуқи (14-модда) сингари шакли ҳам мавжуд.

Ҳозирда Ўзбекистонда туристик маршрутлар эндигина сертификатлаштирилмоқда. Шу боис туристлар таклиф этилаётган маршрут хавфсизлик нуқтаи назаридан қай аҳволда эканлигидан хабардор бўлишлари лозим. Хорижий турфирмалар таклиф этаётган ва Ўзбекистонда амалга оширилаётган туристик маҳсулотларни текшириш ҳам муҳим аҳамиятга эга. Ўзбекистон туристик фирмаларининг вакиллари маршрутларнинг хавфсизлигини нафақат нариги тараф қонун ҳужжатлари, балки ўз миллий қонун ҳужжатлари нормалари нуқтаи назаридан ҳам текширишлари лозим. Чунончи, Гоби чўли бўйлаб саёҳат чоғида ичиш учун таклиф этилувчи сув Мўғулистон санитария талабларига жавоб бергани ҳолда, Ўзбекистон стандартларига жавоб бермаслиги, бунинг оқибатида ўзбек туристларининг соғлиғи хавф остида қолиши мумкин.

Таянч сўз ва иборалар: хавфсизлик, туризм хавфсизлиги, туристлар хавфсизлиги, экскурсия, туристик тушунчаларни стандартлаштириш, зарарли омиллар.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Туристлар хавфсизлигини таъминлаш деганда нимани тушунасиш?
2. Туристлар хавфсизлигини химоя қилишни қонун йўли билан таъминлаш борасида ЖТТ экспертлари қандай таклифлар берадилар?
3. Туризмда хавфсизликнинг халқаро-ҳуқуқий жиҳатларини изоҳланг.
4. Туризмда зарарли омиллар қандай тавсифланади?
5. Туризмда ўзига хос хавф – хатар омиллари қайсилар?
6. Ўзбекистон Республикасининг туризм хавфсизлиги соҳасидаги қонун ҳужжатларига мисол келтиринг.

ХII.Мавзу.Туроператорлик хизматларини ташкил этишда ахборот технологиялари

Режа:

- 12.1. Туризмда ахборот технологиялари турлари ва уларнинг моҳияти.
- 12.2. Компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш.
- 12.3. Туризмда Интернет технологиялар.

12.1.Туризмда ахборот технологиялари турлари ва ахборотлар моҳияти.

Ахборот тараққиётининг узок ўтмиш йўли аввалига нозик материя даражасида, кейинчалик эса жонли табиат шароитида сифат жиҳатидан янги кўринишдаги ижтимоий ахборотга олиб келди, белги системасида акс этди.

Ахборот соҳасида субъект кўп ролларда намоён бўлади: истеъмолчи, ташувчи, сақловчи ва ахборот тарқатувчи, шунингдек уни ишлаб чиқарувчи (генератор) сифатида кўринади. Шунинг учун ахборот соҳаси бир томондан, индивиднинг онгига боғлиқ бўлмаган ҳолда шаклланади, иккинчи томондан эса, унинг таъсирида ўзгаради.

Бугунги кунда тўпланиб бораётган барча ахборот оқимларини қайта ишлаш учун мўлжалланган махсус дастур – аппаратлар мажмуасини яратиш «ахборот портлашини» талаб қилишини исботлашга ҳожат бўлмаса керак. Бу мажмуа ўз ичига йиғиш, сақлаш, қайта ишлаш ва катта кўламли маълумотлар беришни қамраб олади. Маълумотлар ва ҳужжатларни бошқариш учун зарур автоматлаштириш ишларини бажаради. Бироқ ижтимоий фаолиятнинг турли соҳаларида жорий этилаётган амалий ахборотлар маслаҳат тизими ҳар хил вазифани ҳал этапти: бири ишлаб чиқаришда, бошқаси тиббиётда, унингчиси ижтимоий, маданий сервисда, туризм ва ҳ.к.ларда.

Ахборотлар тушунчасида энг муҳим нарса – тегишли манба ва истеъмолчига маълумот етказиш, мақсадга йўналтирилган тизимида алоқа ўрнатиш ҳисобланади. Ахборотлар – қатъий тақсимланган, шов-шувдан холи, ўз эгасигача етказилган маълумотлардир. Бу маълумотни олганлар уни таҳлил қилиши, ўз мақсадларига мувофиқ тегишли қарорлар қабул қилишда фойдаланишлари мумкин.

Ахборот назариясига келсак, у алоқа каналлари бўйича ахборот узатиш қонуниятларини ўрганади. Лекин яна ўша турли табиатдаги тизимларда ўрганади. Ахборот назариясида ахборотларнинг ўлчов бирлиги ва усули белгиланган, унинг миқдорий таҳлилига асос берилган. Информатикада буларнинг бири ижтимоий бошқарув ва илмий асосланган онг технологик тизимларда қурилиши учун фойдаланилади. Ахборотларнинг назарияси таркибий жиҳатдан ахборот жараёнларига бўлинади: қабул қилиш, узатиш, кодлаш, кодни очиш, хотирлаш, сақлаш, чиқариб олиш, етказиб бериш, ахборотларни акслантириш ва ҳ.к. Информатика бошқарувининг технологик юмушлари сифатида бу элементларни юзага чиқаради. Мисол учун, кодлаштиришнинг принципларидан бири – ахборотларни шовқиндан тозалаш ва ортиқча маълумотлардан холи қилиш. Бу тамоилни бошқарувда қўллаб, унинг янги рационал резервларини юзага чиқариш мумкин.

Масалан, меҳмонхонада турганда, қайси кунда, қайси географик манзилда мижоз ўзининг дунёга келганлигидан бахтиёр бўлганини ёзиш шартми? фамилияси ва исми, бобосининг номи ёзилгандан кейин жинсини кўрсатиш нимага керак? Буларга ўхшаш минглаб мисоллар келтириш мумкин, уларнинг ҳар бири арзимас нарсасдек туюлади. Аммо бу ерда кўп сонли қонуни амал қилади. Арзимасгина бўлиб туюлган битта маълумотнома ёки ҳужжатдаги ортиқча графа жамиятдан катта миқдорда вақтни олиши, бошқарув бўғинида тўхтаб қолишларни келтириб чиқариши мумкин.

Ахборот технологияларини ташкил этган усуллар ва шаклланиш воситалари моҳияти шундаки, у ҳар қандай объектларни бошқариш тизимида, жумладан, меҳмонновозлик индустрияси корхоналарида ахборотлар оқимини сақлайди.

Туризм индустриясига кейинги икки-уч ўн йилликларда илмий-техника тараққиёти улкан таъсир ўтказди. Бугунги кунда ҳатто «майда» турагентлар ёки туроператорларнинг асосий ва ёрдамчи функцияларни автоматлаштириш учун ҳисоблаш техникларидан фойдаланиш имкониятига эга эканликларини айтиш кифоя.

Туристик соҳа замонавий ахборот технологияларини жорий этиш учун идеал равишда мослашган. Унинг учун қисқа муддатда транспорт воситалари ва номер фонди имкониятлари ҳақида маълумот берувчи тизим талаб қилинади. Бу тез резервлар яратиш, тузатишлар киритиш, туристик хизматлар чоғида ёрдамчи вазифаларни ҳал этишини таъминлайди. Бундай автоматлаштириш воситалари вақтни, ортиқча харажатларни тежайди. Масалан, чипта, билетлар олиш, ҳисоб ва йўл кўрсаткичлар тайёрлаш, ахборот маълумотномаси ва ҳисоб-китобни таъминлаш шулар жумласидандир.

Ҳозирги вақтда компьютер тизимидаги у ёки бу маълумотларни олиш турагентлар учун ҳамиша очик. Улар бундан алоҳида иш режимида фойдаланишлари, ёки ахборотларни ишлашнинг телекоммуникация воситалари тармоқларини қўллаб контагентлар билан ҳамкорлик қилишлари мумкин.

Туроператорлик тизими турфирма фаолиятида турмахсулотларни шакллантириш, истеъмолчиларга сотишни автоматлаштириш учун мўлжалланган. Ҳозирги вақтда бир неча типда амалдаги дастур-техник тизим маълум, уларни технологик – тополик асосда шартли равишда уч классга бўлиш мумкин:

1. Бир-бирига уланган ҳисоблаш тармоқларида яратилган тизимлар, улар туристик фирма бўлинмалари фаолиятини таъминлайди. Бир бинода жойлашган, ахборот каналларидан фойдаланган ҳолда уларнинг автоматлаштиришсиз ташқи ўзаро ҳаракатини таъминлайди. Қурилманинг тармоқли варианты бир пайтнинг ўзида турли автоматлаштирилган ишчи жойидан бир нечта фойдаланувчиларни марказий базага мурожаат қилиш (ёки базаларга, жумладан, турмахсулотларни ёзиш билан) ига мўлжалланган.

Маълумотлар базаси марказий етарли даражада қувватли тармоқ машинаси–серверда жойлашган. Фойдаланувчиларнинг автоматлаштирилган иш ўринларидан уни билан бемалол улана олиши тармоқ стандарт таъминоти тўпламига кирган тармоқ ускуналари ва тармоқ математикаси ёрдамида таъминланади. Қобик сифатида универсал СУБД дан фойдаланилади;

2) 1-пунктда ёзилган, программа комплексларини ўз ичига олган тизимлар, аммо унда қўшимча равишда туроператорнинг пакет режимида коммутирлашган ёки алоҳида ажратилган каналлари ёки турагентлар томонидан туристик маҳсулотни реализация қилиш учун модем алоқаси амалга оширилган, алоҳида ҳолларда хизматларни етказиб берувчи бошқа районлар (регионлар) билан уланиш мумкин;

3) амалдаги фойдаланишда бўлган ёки янги ташкил қилинган глобал телекоммуникация тармоқларидаги туроператорлик тизимлари. Бу ҳолда у ёки бу фирма турмаҳсулоти ҳақидаги асосий файллар (маълумотлар базаси) глобал тармоқ (тугун) ахборот марказларида жойлаштирилади ва тармоқдан барча фойдаланувчилар учун онлайн режимида уларни олисга узатиш имконини беради.

Турфирмаларда компьютер тизимлари бажарадиган ишларига қараб, уч классга бўлинади:

1.Мижозлар буюртмалари бажарилишини амалга оширадиган асосий технологик тизимлар. Бу тизимда оператор резервлаштирилган бош компьютер тизимига кириш эвазига ҳаракат қилади;

2.Ёрдамчи тизимлар – турфирма функцияларининг автоматлашган хизмати:

3.Ҳужжатлар – ҳисоблар, ваучерлар, билетлар ва йўл кўрсаткичлар, шунингдек бош компьютер ва транспорт тизимлари билан ўзаро ҳисоб-китобларни шакллантиради.

12.2.Компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш.

Бронлаштиришнинг ҳозирги замон компьютер тизими – КСБ (Computer Reservation SyStem - CRS) га XX асрнинг 1950 йиллар охири ва 1960 йиллар бошларида асос солинганди. Худди ўша пайтда авиа ташишлар нуфузи ошиши авиакомпанияларга улкан резервлаштириш марказларини яратиш заруратини туғдирди. Уларнинг вазифаси туристик агентлар, мижозлардан почта, телефон, телеграф орқали жойни бронлашга тушаётган буюртмаларни қўлда ишлаш эди. Ғоят катталиги ва ишловчи ходимлар сонининг кўплигига қарамай, ўтган бироз вақт ичида резервлаштириш бўйича марказлар ортиб бораётган ахборот ҳажмини уddaлай олмай қолдилар. Бу эса КСБ ишланамаларининг бошланишига тўртки берди.

Ахборотлар ишлаб чиқиш ва тақсимлашда уни узатиш ва қўпайтириш, ишончлигини таъминлаш (шу жумладан, саёҳатлар учун маълумотномалар, прайс-варақлар, билетлар, резервлаштириш тўғрисида ахборотлар) анча қиммат туради. Негаки хато ҳам жуда қимматга тушади, АҚШда айрим компаниялар ҳали ўтган асрнинг 1960 йилларидаёқ ўз хусусий компьютер тизимларини ишлаб чиққандилар. Кейинчалик айрим фирмаларни улар бирлаштиришга ўринишлари муваффақитсизликка учради (1961 йил – «DEL TAmATIC» “Delta”, “PANA-MAC”, «Pan Am»фирмалари), икки Америка компаниялари «American Airlenes» ва “United Airlines” бир – биридан мустақил юқори унумли, рақобатбардош резервлаштириш тизимлари яратдилар.

Бу тизимларнинг пайдо бўлиши билан агентлар саноқли секундлар ичида резервлаштиришни тасдиқлашни амалга ошириш имконига эга бўлдилар. Қиймати ва усулларининг мустаҳкамлиги нуқтаи назаридан авиабилетларни резервлаштириш тизими асосида зарур барча харажатларни шакллантиришда инқилоб ясалганда, тизим мувоффақиятлари ҳам улкан эди.

Ходимлар сонини қисқартириш, таклиф этилаётган хизматлар ҳажмининг кўпайиши, таннархни ва хизмат кўрсатиш вақтининг камайиши оқилона самараси билан бир қаторда кўрсатилган тизимлар авиакомпаниялар маркетинг стратегиясини амалга оширишни таъминлаш имконини берди. Жумладан, нарх белгилаш қисмида, авиалайнерлар юкланиши ва даромад олишида, буюртмачини хабардор қилишда қулайликлар пайдо бўлди.

Авиалиниялар сони кўпайиши билан 1970-йиллар иккинчи яримида самолётлар авиаташишлар ҳажми ўсди. КСБ ҳақли авиабилетларни, резервлаштиришда операцияларни амалга оширувчи асосий восита бўлиб қолди. Фақат ички авиалиниларда 95 % буюртмалар бешта асосий тизим орқали ўтади, улардан «Sabre» ва «Apollo» га 75 % гача тўғри келади. «United Airlines» ва «American Airlines» компанияларининг ўзлари эса фақат 30 % авиаташишни таъминладилар.

Бронлаштиришнинг компьютер тизим тараққиёти йўлида биринчи қадам авиакомпанияларнинг ўзларини идораларида терминаллар ўрнатилиши бўлди. Бу авиакомпаниялар ходимлари иш самарадорлиги ва сифатини кескин ошириш имконини берди. Телефон кўнғироқлари ва телеграммалар орқали туристик агентлар ва жисмоний шахслар томонидан бронлашга берилаётган буюртмалар сонини камайтирмасдан тез ва аниқ ишлашга шароит яратди. Авиакомпаниялар томонидан навбатдаги қадам бир неча йил кейин қўйилади, яъни йирик туристик агентликларда бронлаштиришнинг терминларини ўрнатиш бошланди. Бронлаштиришнинг янги технологияси самарадорлигини тез анлаган туристик агентлар авиакомпаниялардан бронлаштириш тизимида тақдим этилган ахборотлар миқёсини сезиларли кўпайтиришни қатъий туриб талаб қила бошладилар.

Ўз тараққиёти бошланишида Европа бронлаштириш тизимида афзаллигини кўрсатган «Amadeus» кейинчалик ўзига хос тарзда америка бозорига ёриб кирди ва бронлаштиришнинг «Sustem One» компьютер тизими билан қуролланиш унга ана шундай имконият эшигини очди.

«Amadeus» тизими Европа ва Жанубий Америкада сўзсиз етакчи сифатида америка бозорида, шунингдек Африка ва Осиё мамлакатларида мустаҳкам ўринни эгаллайди. Туристик агентликларнинг кўпроқ терминаллар сони ва авиакомпанияларини авиабилетлар сотиш идоралари (225 549) «Amadeus» тизимига уланган. Россияда «Amadeus»га 1000 дан кўпроқ терминаллар уланган. Улар Москва, Санкт – Петербург ва яна 30 та Россия шаҳарларидан 600 дан ортиқ агентликлар идораларида жойлашган. Тизимни бошқарув таркиби штат-квартира (Мадрид Испания), барча ахборотларни қайта ишлаш бўйича технологик марказ (Эрдинг, Германия) ва тизим тараққиёти бўйича марказ (Франция) ларни ўз ичига олган. Мадриддаги бош идора коммуникация маркази ҳисобланади ва умумий маркетинг стратегияси, корпоратив ва молиявий йўналишлар (350 дан кўпроқ ходимлар)ни белгилайди.

Ниццедаги маҳсулотлар тараққиёти маркази фаолияти йўналиши маркетинг маҳсулотлари ва тараққиёти, мижозларни қўллаб – қувватлаш ва маълумотларсиз хизмат кўрсатиш базаси ҳисобланади. Марказда 1100 дан кўпроқ ходимлар ишлайди. Европада энг қудратли ҳисобланган бош компьютер Мюнхен яқинидаги Эрдингда жойлашган. Бу энг йирик хусусий маълумотлар базаси маркази. Бу ерда бир секунда 2500 дан зиёд трансакция амалга оширилди. Марказда 900 дан кўпроқ ходим ишлайди.

«Amadeus» - энг катта тизимлардан бири 36 млн. дан зиёд саёҳатчилар келмасдан туриб ҳар куни ундан фойдаланишади ва 11 мингга яқин турагентлар уларга сервис тақдим этади. «Amadeus» нуфузи шандаки, унинг маҳсулотлари ўтириш ўринларини резервлаштиришдан тортиб, автоматик амалга оширишгача бўлган ҳисоб-китобларини доимий равишда ахборот таблосида кенг акс эттиради. «Amadeus» орқали турагентлар сўров билан 100 туроператорлардан истаганига – деярли асосий иштирокчиларнинг барчасига мурожаат қила оладилар. «Amadeus» турган жойдаги турагентликка келган саёҳатчи хизматларнинг тўлиқ пакетини олиши мумкин. Унга авиаучишни бронлаштириш, меҳмонхона, автомобил прокати киритилган. «Amadeus» уларнинг типич бўйича тўлиқ ахборот тақдим этган ҳолда номерлар мавжудлигини, арзондан тортиб қиммат турадиган нархларгача кўрсатади. Бундан, ташқари тасдиқланган бронлаштиришни, бронланган номер нархи ўзгармаслигини кафолатлайди. Уларни агентлик махсус нархларида 51 мингдан кўпроқ меҳмонхоналарга сотилишини таъминлайди.

«Amadeus» фирмаси сўрови бўйича алоқанинг навбатдаги даражасига ўтилади. «Amadeus» «Thiso» ва “Wicom” фирмаларига уланган, улар меҳмонхона хизмати кўрсатишга ихтисослашган, бозорда тез ўзаро ҳаракатини таъминлайдилар.

«Amadeus» тизимининг бош вазифаси қуйидагилар ҳисобланади:

- Туристик хизматлар етказиб берувчиларга авиа темирйўл билетлари, отеллар, автомобил прокати ва бошқа сотишнинг ишончли, самарали хизматларини таклиф этиш; абонентга кучли бошқарув ва маркетинг, рақобатбардош ва даромадли усулни таклиф қилиш; маҳаллий ва халқаро етказиб берувчиларга киришга кўмаклашиш, фаолият бошқарувини таъминлаш ва фирма молиявий ишларини юритишда ёрдам бериш.
- Авиакомпаниялар ва турагентларга бир вақтнинг ўзида уларнинг идораларидаги тизимлардан фойдаланиш имкониятини тақдим этиш; техник алоқа воситалари билан глобал хизмат кўрсатишни таъминлаш ва бошқа тизимлар билан иттифоқини йўлга қўйиш.

«Amadeus» тизими авиакомпаниялар билан “Last Stat Av-ailability” режимида ишлайди. Барча трансакция реал вақт режимида амалга оширилади. «Amadeus Fare Quote» тизими дунё бўйича ҳар қандай тарифни топиш ва шу бўйича билет ёзиб беришни кафолатланади. Кўпинча бронлаштиришнинг бу тизими «Start Amadeus» деб ўтказилади. Туристик хизматларни бронлаштиришнинг «Start» системаси «Amadeus» нинг шериги ва «Amadeus»дан ҳар қандай фойдаланувчи «Start»дан фойдаланувчи ҳисобланади. «Amadeus» орқали авиаташишлар, меҳмонхоналар ва

автомобилларни ижарага олишни бронлаштириш амалга оширилади, «Start» орқали эса бошқа ҳамма хизматлар брон қилинади. Россия ва МДХ мамлакатларида «Amadeus» 1993 йилда пайдо бўлди. 1997 йилда майда фирма Аэрофлот билан шерикчилик ҳақида битим имзолади, 1998 «Полет - Сирена» ва ГАВС билан ҳамкорлик кўзда тутилаётган битим тузилди.

Бронлаштиришнинг халқаро компьютер тизими “Galileo International”, “TheGalileo Company Ltd” компанияси томонидан яратилган. Бу компанияга 1917 йил июлда “British Airways”, “Swissair”, “RLM” ва “Covia” авиакомпаниялари томонидан асос солинган. 1987 йил августда таъсисчиларга “Alitalia” ва “Austrian Airlines” қўшилдилар. 1987 йил октябрда таъсисчилар таркибига “Air Linqs” ва “Tap Air Portugal” кирдилар. 1988 йилда уларга “Sabena” ва “Olympic Airways” нинг қўшилиши билан компания таъсисчилари таркибини шакллантириш якунланади.

“Galileo” ва “Apollo” системалари базаларида дунёдаги барча бронлаштиришнинг учдан бир қисми амалга оширилаяпти.

«Galileo International» да 3 мингга яқин менежерлар, дастурчилар ва операторлар банд. Маълумотларни ишлаш маркази Денвердан унча узоқ бўлмаган Колорудо штатида жойлашган. У йилнинг 365 куни давомида суткасига 24 соат фаолият кўрсатади, ҳар куни 200 млн. дан зиёд хабарларни қайта ишлайди.

Агар “Amadus” глобаль ГДС бозорида терминаллар бўйича биринчи ўринни эгалласа, тизими уланган турагентлар сони бўйича етакчилик сўзсиз “Galileo”га тегишли. Бу тизими авиакомпаниялар, меҳмонхоналар занжири, компаниялари, автомобилларни прокатга бериш нуқталари, меҳмонхоналар, туроператорлар, кема гуруҳлари (кема саёхатини бронлаштириш), сафарларни бронлаштириш имкониятлари, театрларга билетлар сотиш, тарифлар ҳақида ахборотлар, обҳ-ҳаво маълумотлари, визалар, эмлашлар, кредит карталари ва бошқалар тақдим этилади.

“Galileo” хизматидан жаҳоннинг 107 тадан кўп мамлакатлараро турагентлари фойдаланадилар. “Galileo” турфирмалари ахборотларга киришни таъминлайди, йўл-йўлакай туристик хизматлар кенг турларини брон қилишга имкон беради. “Galileo International” дастури иштирокчилари ҳақида ахборот (жадваллар, мавжуд ўранлар, тарифлар ва бошқа)лар 100 дан ортиқ мамлакатлардаги обуначиларга жўнатилади.

“Galileo” ҳар қандай бошқа тақсимлаш тизими сингари, маълум вазифаларни бажариш учун мўлжалланган ва иловада деб аталган мажмуа тизимларидан иборат. Барча иловалар битта «Мукова»га бирлаштирилган ва “Focalpoint” (“Sita” тармоғи орқали уланишади) ёки “Fosalpoint Net” (Интернет орқали уланганда) деб аталади. Функционал ва бошқа вариантлар имкониятлари бир хил ўхшаш икки уланиш мавжудлиги “Galileo International” ни ҳам йирик, ҳам унча катта бўлмаган турфирмалар алоқаларига мўлжалланганлиги билан боғлиқдир.

Глобаль электрон тақсимлаш билан шуғулланган “Galileo” санокли йиллар ичида бутун жаҳон туристик бизнесини боғловчи мезон бўғинига айланади.

Яқин йилларда компания ўз ютуқларини ривожлантиришни мўлжаллаяпти. Жумладан, катта потенциалга эга янги туристик бозор эвазига бунга эришилади. Шунингдек у фойдаланувчилар учун жуда қулай, географик картада акс эттирилган, тўлиқ график интерфейсларни таклиф қилмоқда. Буларнинг барчаси биргаликда жамланиб, ўзлаштирилиши ва фойдаланиши осон, ноёб дастурни таъминлашга имкони беради.

Бундан ташқари “Galileo” таклиф қилади:

-Ҳар қандай мураккаб ҳаво маршрутлари қийматини (“Global Faree” маълумотлар базасига қўшилган нархларни) жаҳон нарх етакчи тизимида бир кунда уч марта янгиланиб турадиган миллиарддан кўп нарх позициясида танлаб автоматик тарзда қайта ҳисоблаб беради. «Энг яхши нархлар»ни танлайди, янада «яхшироғи» чиқса автоматик равишда бронлайди, маршрутлар учун нархни тез ҳисоблаб беради, бунда бронсиз, “Private Faree” агентлиги билан боғланиб, келишилган нархлар бўйича маълумотлар базасидан фойдаланади:

- маҳаллий «Билет маҳсулотлари» чиқариш учун кенг имкониятлар (BSP)\$
- маҳаллий солиқларни автоматик тарзда ўтказиш;
- АТВ – билетлар ва пропускаларни автоматик ёзиш;
- STP – йўл-йўлакай ҳужжатларни ёзиш;
- ET – электрон билетлар яратиш;
- Ҳужжатлар чиқариш имконияти, мижозларни шахсий талабларини тўлиқ қондириш (агентликларга кўникиш, алоҳида иш усулига одатланиш, ҳужжатлар шакллари очик тушиниб олиш, ҳар қандай тилдаги сўровга жавоб бериш);
- доимий мижозларга юксак даражада хизмат кўрсатиш (“Client File” ва “Travel Scoreen” дастури ёрдамида ахборотлар узатиш юқори тезлигини таъминлаш, шунингдек, мижозларнинг кўшимча истакларини автоматик эслаб қолиш ва узатиш);
- агентликларнинг барча типларига яроқли (базавий терминалга қўшилиш, агентликда мавжуд электрон тизимига уланишга эгилувчан ёндошиш, олис станциялар билан алоқани таъминлаш, лойиҳаларни «калители билан» қувватлаш) усулларни техник ҳал қилиш ва ишбилармонлик воситалари;
- доимий қўллаб-қувватлаш ва жойида ўқитиш (агентлар орқали, бориладиган мамлакат тилига ва тегишли тилга зарур ўқув қўлланмалари, шунингдек Интернет орқали);
- туриндустриянинг барча автоматлаштириш соҳалари бўйича бепул маслаҳатлар (ГДС “Galileo” га уланиш амалиётда пайдо бўладиган муаммолар ёки ҳамкорлик шартлари ўзгаришига таалуқли бўлганда).

12.3.Туризмда Интернет технологиялар.

Туристтик бизнесда Интернет қўлланилишини характерлаб, бир неча йўналишларни ажратиш мумкин. Биринчи – ўз хизматларини бозорда ўтказиш учун макондан моҳирона фойдаланиш. Интернетда реклама тобора оммавийлашиб бораёпти, йирик туроператорлар ва кичик турагентликлар Web-

саҳифалари ва шахсий серверлар билан фаол кириб боришарди. Олис мамлакатлар, экзотик саёҳатлар ва туристик хизматларга нархлар ҳақида ахборотларни исталган қидирув тизими орқали топиш мумкин. Мисол учун, ([http: WWW. rambler.ru](http://WWW.rambler.ru)) – жуда оммавий қидирув тизими. «Туризм» сўровига 4,5 мингдан зиёд ноёб маълумот бера олади.

Аммо бой кўриниш танлови алдамчи, кўпчилик саҳифалар фойдалануви учун унчалик қизиқарли бўлиб чиқмайди ва жуда нари борса таклиф қилинаётган мамлакатлар руҳини ва идоралар телефонларинигина беради, холос. Сайтни тўлақонли маълумотлар билан тўлдириш ва ахборотларни мунтазам янгиланишини таъминлаш ўз шахсий серверларни ва қимматбаҳо хизмат кўрсатиш имкониятига эга йирик фирмаларнинггина қўлидан келади. Ишончли алоқани таъминлашга қодир, маълумотларни юқори тезликда узатиш, одатдаги алоқа воситаларига нисбатан харажатларни камайтиришда янги телекоммуникацион тизим имконияти ниҳоятда катта, Интернет турфирмаларини нафақат реклама воситаси сифатида жалб этади, балки филиаллар ва агентликлар билан ўзаро ҳаракатини ташкил қилишда ҳам ноёб усулдир. Йирик туроператорларга ҳар куни юзлаб турагентликлар билан алоқада бўлиб туришга тўғри келади, баъзан улар турли мамлакатлардан бўлишади. Шу нуқтаи назардан ҳам Интернетнинг баҳоси йўқдир. Бутун Интернетда деярли барча етакчилик қилаётган туроператорларнинг маҳоратли вакиллари аниқлаш мумкин.

Интернетнинг ривожланиши дунёда туристик бизнесни шунчалик тез суръатда ўзгартирардики, кўпчилик турфирмалар янги технологиялар билан танишишга зўрға улгуришмоқда. Электрон тижоратдан олинган фойда ҳали охиригача таҳлил қилиб кўрилмаган бўлсада, айрим мутахассислар турфирмаларни электрон технологияга жалб этиш айниқса АҚШ ва Ғарбий Европада юқори суръатларда борётганига шубҳа билан қарашмоқда. Бир Интернет унинг бизнесини қандай қилиб самарали қилиши мумкинлигини уйлаб боши қотган, бошқаси эса плюс Бутунжаҳон туридан аллақачон фойдаланмоқда. Шубҳа йўқ, Интернетда ўз сайтини очган ва Интернет – тизимидан бронлаштиришда фойдаланаётган компаниялар ўз мижозлари ва турагентликлар билан олдингига нисбатан самаралироқ ўзаро ҳамкорлик қилишмоқда.

Амалда ҳар бир тўлақонли функционал сайт ўзини автоматлаштирилган ахборот технологиялари тизими (САИТ) сифатида намоён қилади, улар тармоққа ташриф буюрувчи фойдаланувчилар учун ҳам, мазкур сайтни ушлаб турган туристик корхоналар ходимлари учун ҳам мўлжалланган.

САИТ яратиш учун олиб борилаётган ишлар кўп вақт ва амалга ошириш мураккаблиги шундаки, бундай тизими тегишли туркорхоналар (турфирмалар) комплекс бошқарув автоматлаштирилган тизимига қўшилган бўлиши керак ва ўзининг маълумотлар базаси ёрдамида унинг кўпсонли соҳалари фаолиятини таъминлаши лозим.

САИТ асосий тизим ости бўлимлари қуйидагилар ҳисобланади:

- компьютер техник инфраструктураси ва тизимли, дастурли, таъминотли тармоқ ускуналари;
- маълумотлар базалари бошқарув тизими (СУБД);

- САИТ функционал хослигини қўллаб-қувватлаш учун дастур таъминоти.;
- ахборот-лингвистик таъминот. Саналган элементлар ўзаро мустаҳкам боғланган ва САИТ реализацияси жараёнида параллел равишда яратилиши шарт.

Бундай тизимлар лойиҳалаш, ишлаб чиқиш ва амалга оширишда биринчи навбатдаги вазифа сифатида қуйидаги 10 босқични таклиф қилиш мумкин:

1. Тизимларнинг стратегик вазифалари лойиҳаси ва концептуал моделини тайёрлаш – фаолият бош йўналишини белгиловчи (айниқса маркетинг стратегияси ва туристик йўналиш тараққиёти) ва фирма аниқ эҳтиёжи, шунингдек ресурс таъминоти состави, қисқача хужжатлар.

2. Асосий шериклар билан консультация ўтказиш (масалан, ташувчилар, туроператорлар, сайр-томоша ва тадбир уюштирувчилар вакиллари, телекомпаниялар, кредит карталари бўйича хизмат кўрсатувчи компаниялар билан), акциядорлар ва шахслар билан лойиҳани амалга ошириш юзасидан ишончли қўллаб-қувватлашга эришиш фирмалар бутун фаолиятига таъсир этувчи катта пул харажатлари ва вақт йўқотишларга барҳам бериш.

3. Фойдаланувчилар талабларини қондириш учун зарур хизматлар лойиҳасини тайёрлаш. Шу мақсадга келгуси фаолият режалари ва САИТ таъминлаши лозим бўлган вазифаларни ўйлаб топиши лозим. Системалар функционал даражасини ва ҳар бир функциянинг йўналишларини аниқлаш зарур.

4. Бозорда мавжуд тизимлар тадқиқотларини ўтказиш, сўровларни уларга фойдаланувчиларга зарур намунавий хизматлар хусусиятларини қўшиб ишлаб чиқарувчига жўнатиш.

5. Стратегик ишлар устидаги ишларни якунлаш, тадқиқотлар натижаларини умумлаштириш, агар зарур бўлса, мутахассислар маслаҳатлари, функциоанл специфик вариант узил-кесил ишланмалари ва техник-иқтисодий асосланган бизнес-режани, қўшилган молиявий ва моддий харажатларни, даромадларни, бошқа зарур кўрсаткичларни ҳисоб-китоб қилиш.

6. Конкурс ўтказиш ва таклифларни баҳолаш.

7. Ахборотларни ичига олган архитектура ва топалогия тармоғи техник специфик сўрови ва етказиб бериш келишуви.

8. Лойиҳани амалга ошириш ҳақида узил-кесил қарор қабул қилинишидан олдин харажатлар ва ишларни ҳисобга олган ҳолда техник-иқтисодий асосланган таҳлил.

9. Муҳим аҳамиятга эга позицияларни ичига олган, асосий етказиб берувчи билан биргаликда тайёрланган лойиҳани амалга ошириш графигини ишлаб чиқиш. У нафақат электрон ускуналарни монтаж қилинишини, балки туристик корхона (турфирма)лар фаолиятининг барча ҳажмини қамраб олиши керак.

10. Лойиҳани амалга оширишни назорат қилиш бўйича гуруҳлар тузиш ва лойиҳа менежерини тайинлаш. Шунинг унутмаслик керакки, электрон тижорат электрон сегментлардан кўпроқ кўзга ташланадиган қисмлардан бири, ҳақиқатдан кўп аспектларга эга. Бу агентликлар ва мижозларни янада кенг қамраб олади, менежмент тармоқларидан кенг фойдаланади. Сотиш

бўлимларини янги, унумдорроқ иш даражасига ўтказди. Олис бошқарув тизими ишларини йўлга қўяди. Турли даражадаги менежментларни боғлайди, ҳисоб-китоблар тизимига ўзгартиришлар киритади. Энг яхши таклифлар билан провайдерлар топади. Мижозлар сервис соҳаларини кенгайтиради. Мижозлар маълумотлари базаси билан фаол иш олиб боради. Агентлар тармоғини самарали бошқарувини таъминлайди ва бошқа кўплаб ишларни амалга оширади.

Туристтик индустрия корхоналари ўз маҳсулотларини Интернет орқали сотиш ва маркетингнинг потенциал имкониятларини тез баҳоладилар. Бу айниқса авиакомпаниялар ва меҳмонхоналарга таалукли. Улар глобал маҳсулотларни истеъмолчиларга кўпроқ ўз мамлакатларидан ташқарида кўплаб регионларга сотаётганликларини фахмладилар.

Интернет бу мақсадлар учун идеал воситалар тақдим этади, негаки унинг хизматлари баҳоси глобал ва маҳаллий бозорларда бир хил. Анъанавий маркетинг операциялари бюджетлари бевосита географик камровга пропорционал (босиш ва тарқатиш қиймати кўпайиши эвазига), Интернет учун эса географик омилларнинг аҳамияти йўқ: унинг хизматлари баҳоси Web – сайтларга қанча одам ташриф буюрганига боғлиқ эмас. Шунини таъкидлаш керакки, одам ташриф буюрганига боғлиқ эмас. Шунини таъкидлаш керакки, Интернетнинг мультимедия воситалари туризм ва саёҳатни олға ҳаракатланишига бекиёс имкониятлар эшигини очади.

Ҳар қандай компания Web – сайтга эга бўла туриб, унинг ресурсларига мурожаат қилувчи шахс турагент ёки потенциал сайёҳ бўлишини истайди. Аммо уларни Интернетда қизиқувчилардан фарқлаш осон эмас.

Индивидиал ва иш юзасидан сафарга жўнаётганлар учун муҳими нарх эмас, тез кўрсатиладиган сифатли хизматдир. Шунинг учун ҳам тегишли турагентлар Интернет-технологияларни эгаллаш учун рақобатни авж олдирадилар. Бундай агентликлар мижозлари ва менежерлари турсайтлар бўйича тинимсиз «Саёҳат» қиладилар. Кўпчилик россияликлар ҳали Интернетда ўз кредит карточкаларидан фойдаланишга қўрқадилар, ошириш учун турагентликларга мурожаат қиладилар.

Интернетда туристик индустриянинг минглаб компаниялари хусусий секторлари иштирок этади. Улар бу тежамли тақсимлаш канали дунёдаги барча истеъмолчиларга ишонч ҳосил қиладилар.

Энг машҳур кидирув директорияси – Vohoo! шунини назарда тутиш керакки, бу директория редакторлари унинг саҳифаларига тушадиган сайтларга нисбатан сайлов сиёсатини ўтказадилар. Тармоқда Vohoo! руйхатидагига қараганда туристик сайтлар анча кўп. Туристтик индустрияга таалукли бўлган Web – сайтлар умумий сонининг саноғига етиш қийин. Лекин, улар 250 мингга яқинлигини тусмоллаш мумкин.

Интернет – технология туризмни ривожлантиришда улкан қизиқиш уйғотади. У қуйидаги имкониятларга эга:

- ахборотлар ва маҳсулотлар таклифини дунё бўйича нисбатан арзон нархда кўпроқ одамларга етказди;
- анъанавий матбуот нашрларига нисбатан анча юқори сифатли ахборотларни тақдим этади;

- истеъмолчиларга маҳсулотларни енгилроқ ва оддий усулларга бронлаштиришни таъминлайди;
- ишлаб чиқариш ва ахборот тарқатишда катта тежамкорлик беради.

Туристик бозор иштирокчиси портал ҳисобланади (ихтисослашган САЙТ, тематикани белгилаш бўйича катта маълумотлар базасига эга). Уни Интернетда ишловчи ташкилот қўллаб-қувватлайди ва юз минглаб ёки ҳатто миллионлаб фойдаланувчилар учун онлайн технологияси дарвозаси бўлиб ҳисобланади. Портални қидирув дерикторияси, дастур маҳсулотлари ишлаб чиқарувчи ёки ТВ канали тақдим этиши мумкин. Компания нима билан шуғулланмасин муҳими истеъмолчи унинг хизматидан фойдалансин, унга ишонсин. Компаниянинг ишончли нуфузи унинг маҳсулотларига, жумладан, туристик маҳсулотларига ишонч туғдиради.

Интернет портали – бу биринчи сайт унга фойдаланувчи тармоққа киришда ташриф буюради. Браузер тармоғининг дастур таъминоти уй – саҳифаси деб аталган саҳифани яратиш имконини беради. Бу Web –сайт бўйича автоматик жимлик фойдаланувчи онлайн режимига чиқишда дисплей экранда пайдо бўлади. Ҳар бир порталнинг вазифаси ўз уй саҳифасини шакллантириш. Интернет хизмати провайдери билан шартнома имзолаб, истеъмолчи дастур таъминот олади, тугмача босилиши билан автоматик тарзда уй саҳифаси пайдо бўлади, моҳиятан бу провайдер Web –сайтидир. Айрим кўпроқ машҳур порталлар провайдерлар ҳисобланади, масалан, AOL ёки “Compu Serve”, лекин Excite Hotbot каби қидирув директориялари ёки янгиликлар сайти CNN ҳам портал бўлишлари мумкин. Фойдаланувчилар ишончини қозониш учун кўпчилик порталлар ўз хоҳишига кўра бўлимлар танлаб уй саҳифалари мазмунини алмаштириш имконини таклиф қиладилар.

Уй саҳифалари. Фойдаланувчи учун Web – сайтга кириш уй саҳифаларидан бошланади. Бу саҳифалар мазмуни қизиқарли ахборотларга бой, туристик марказларга жалб қилиш жозибаси бор. Бу эса ҳал қилувчи омиллар ҳисобланади, сайтга ташриф буюрувчилар сони шуларга боғлиқ, у истеъмолчини қизиқтириш, унинг дунё қарашини кенгайтириш имкониятига эга. Интернетда уй саҳифалари «намунали» сайтлар бўлишига қарамай, ташқи кўриниши билан ҳам, мазмуни билан ҳам фарқ қилади. Улар бир неча умумий қирраларга эга: одатдагидек ташриф буюрувчига катта ҳажмда ахборотлар таклиф қилади, улар оддий ва тушунарли тарзда баён этилган: сайт мазмуни ҳақида тасаввур беради; туристик марказнинг қисқача тафсилотини, фотосуратлар, карталар, жадваллар, логотип (фирма белгиси) тақдим этади.

Web – сайтда умумий ахборот. Ахборот маданий анъаналар ва урф-одатлар муҳим роль уйнайдиган ёки алоҳида хусусиятлар касб этган регионлар учун аҳамиятлидир. Негаки потенциал туристларни кўпинча ана шулар ўзларига жалб этади. Ким илгари туристик регион ҳақида базавий маълумотлар олмаган бўлса, қаерга бориш керак, иқлим ва регион географияси қандай, аҳолиси нима билан банд, замонавий воқеалари, тарихи, маданияти, одатлари, телекоммуникацион хизмат, жамоат транспорти, дўконлар ишлаш вақти каби маълумотларга зарурат бўлади.

Одатда ёрдамчи ахборотлар сайтга юкланган кенг ва батафсил матнлардан иборат. Бундан қочиш керак – Web сайт ташриф буюрувчига

матнни ўқиш ёки уни ўтказиб юбориш имконини бериши лозим. Муваффақиятли сайтлар кўп сонли саволлар бўйича батафсил ахборотларни таклиф қилади ва бунда самарали индекслар тизимига эга. Улар ташриф буюрувчига фақат уларни қизиқтирувчи маълумотларни танлашга кўмаклашади. Материал мазмуни оддий ва тушунарли тарзда берилади.

Web –сайт хусусиятлари. Интернет фойдаланувчидан юксак даражада маъсулият талаб этувчи восита ҳисобланади. Агар Web –сайтда аниқ структура етишмаса, хавф пайдо бўлди, ташриф буюрувчи эсанкираб қолади ва уни тарк этади. Шунинг учун Web –сайт биз айтиб ўтганимиздек, фойдаланишда қулай ва тушунарли бўлиши керак. Бунинг учун у маълум хусусиятларга эга бўлиши лозим. Барча муваффақиятли сайтлар у ёки бу даражада ана шундай хусусиятларга эга:

- ҳар бир саҳифада уй саҳифасига таянилиш ўтказилади. Бу ички алоқа ва кўп саҳифага эга катта сайтлар учун айниқса муҳим. Ҳар бир саҳифасига таяниш фойдаланувчига бошланғич нуктага қайтиш имконини беради, агар у истаса сайтнинг бошқа бўлимидан ахборот олиши мумкин;
- сайтнинг асосий бўлимлари руйхати ҳар бир саҳифада мавжуд. Бу уй саҳифасига таянилгандан кейин навбатдаги қадам, у фойдаланувчига кўп вақтни тежашга ёрдам беради. Фойдаланувчи бўлимлар руйхатидан фойдаланиб, ҳар сафар бошланғич нуктага қайтиб юрмасдан, дарҳол керакли бўлимга тушади. Бундай хизматни киритилиши сайтдан фойдаланишни жуда енгиллаштиради;
- қидирув воситасининг мавжудлиги ва вақтни тежайди, фойдаланувчига керакли сўзларни топиш имконини беради ва унда Web –сайтда керакли ахборот борлигига ишонч ҳосил қилдиради. Бу фойдаланувчи специфик ахборот излаганида яна ҳам мақсадга мувофиқ;
- бир неча тиллардан фойдаланиш. Web –сайтга улар учун инглиз тили она тили бўлмаган тобора кўпроқ одмлар мурожаат қилмоқда. Шунинг учун, сайт саҳифаларида уч-тўрт тилда ўқиш имкониятига эга бўлиши жуда муҳим.

Кўп сонли Web –сайтларни ўрганиш натижасида сайтлар мазмуннинг қуйидаги мезонларини таклиф этиш мумкин:

- уй саҳифалари кўпроқ ахборотлар билан тўлдирилган ва ташқи кўринишидан диққатни тортадиган бўлиши керак. У сайт мазмунида кўрсатилиши ва туристик марказларнинг ижобий томонларини шакллантириши зарур;
- сайт саҳифалари тартибли сақланиши лозим, ахборотлар эса мунтазам янгиланади;
- сайт саҳифалари структураси оддий ва тушунарли бўлишига эътибор бериш керак, ахборотлар эса қизиқарли ва олиш учун қулай бўлсин;
- фойдаланувчи сайтда ўзи учун керакли ахборотни топишга ишонч ҳосил қилиши ва уни осон топиши учун шарт-шароит яратилган бўлиши зарур; агар сайт барча зарур ахборотларга эга бўлмаса, у бошқа тегишли сайтларга таяниши керак;

- сайтлар имконият даражасида интерфаол бўлмоғи лозим.

Таянч сўз ва иборалар: ахборот, ахборот технологияси, информатика, маълумотлар базаси, компьютер тизимлари, бронлаштириш, «Amadeus» тизими, «Galileo» тизими, Интернет, туризмда интернет.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Ахборот технологиялари турлари ва уларнинг моҳиятини тушунтиринг.
2. Туризмда ахборот технологиялари аҳамияти.
3. Компьютер тизимида ўринларни бронлаштириш қандай амалга оширилади.
4. Интернет технологиялари ҳақида тушунча беринг.
5. Туризмда Интернет технологияларининг ўрни.

ХIII.Мавзу.Туристтик маҳсулотларни сотишнинг асосий шакллари

Режа:

- 13.1.Туристтик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш.
- 13.2.Туристтик маҳсулотни тақсимлаш самарадорлиги.
- 13.3.Турмаҳсулотни ҳисоблаш жараёни.
- 13.3. Сотиш бўйича ҳамкорларни танлаш.

13.1.Туристтик хизматларни сотиш каналларини шакллантириш.

Фирманинг муваффақиятли фаолият кўрсатиши, нафақатгина ишлаб чиқарилган маҳсулотга боғлиқ бўлади. Сифатли товар ишлаб чиқаришнинг ўзигина кифоя қилмайди, у ўз истеъмолчисини ҳам топиши зарур. Маҳсулотни потенциал истеъмолчи билан учрашуви уни жорий қилишнинг муҳим шarti бўлиб ҳисобланади. Шунинг учун кўпгина ишлаб чиқарувчилар сотишнинг шахсий каналларини шакллантириб ўз товарларини воситачилар орқали бозорга чиқаради.

Сотиш канали (ёки дистрибуция канали) – бу фирма ёки алоҳида шахсларнинг (воситачиларнинг) йиғиндиси бўлиб, конкрет товар ёки хизматларнинг мулкчилик ҳуқуқини ишлаб чиқарувчидан истеъмолчигача узатишда бошқа шахсга ёки ўз зиммасига олишга ёрдам беради, шу тарзда ишлаб чиқарувчига тижорат фаолиятининг нормал жараёнини таъминлайди.

Бошқача сўз билан айтганда, сотиш канали – бу товар ишлаб чиқарувчидан истеъмолчига томон ҳаракатланадиган йўл бўлиб ҳисобланади. Шу туфайли товар ва хизматлар уни ҳарид қилишни истовчилардан ажратиб турувчи вақт бирлигида, жой ва мулкчилик ҳуқуқини узоқ узилишларни бартараф этади.

Туристтик хизматларни ишлаб чиқарувчидан то сўнги истемолчигача бўлган ҳаракатланиш жараёни бевосита эмас, кўп ҳолларда унинг бевосита контактини кўзда тўтмайди. Замонавий туристик бозор воситачилик бўғинининг каттагина миқдори билан тавсифланади, уларсиз туристик товар ва хизматлар ишлаб чиқарувчилари оддийгина нормал фаолият кўрсата олмайди. Воситачилар ишлаб чиқарувчилар ва истеъмолчилар ўртасидаги оралик ҳолатни эгаллайди, ҳамда товар ҳаракати жараёни, бозор хўжалигини алмаштирилмайдиган муҳим элементи бўлиб ҳисобланади.

Туристтик бозорда ишлаб чиқарувчи ва истеъмолчи ўртасидаги ҳудудий ноумумийлик мавжуд. Шу сабабли потенциал истеъмолчилар билан алоқалар фақатгина ўзига хос воситачилик ташкилотлари туроператорлар ва турагент орқалигина мумкин бўлади. Туристтик бозорда ишлаб чиқарувчилар бўлиб, ишлаб чиқариш, сервис, маданий ташкилотлар шулардан меҳмонхоналар, ресторанлар, музейлар, кўргазма, транспорт компаниялари, спорт муассаслари ва ҳ.к. ҳисобланади.

Туризмда воситачилар бир неча ишлаб чиқарувчилар хизматини жорий қилади. Туристтик хизматларни силжитиш жараёнида туроператорнинг туристик маҳсулоти деб номланади ва сотиш каналлари орқали истеъмолчига етказилади. Туристтик бозорда туристик маҳсулот ва хизматларни жорий

қилиш бевосита истеъмолчига битта ёхуд бир нечта воситачиларни ўз ичига олувчи сотиш каналлари орқали амалга оширилади. Мазкур ҳолатга яққол мисол бўлиб жойлаштириш бўйича ўз хизматларини кўп сонли турфирмалар орқали амалга оширувчи, ҳамда уларга бевосита мурожаат қилган туристларга турагентлик воситачиларини четлаб ўтган хизмат кўрсатувчи меҳмонхоналарни олишимиз мумкин. Шунга қарамасдан кўпгина ишлаб чиқарувчилар ўзлари етказиб бериб, воситачилар роли ва функциясини ўзлари бажарадилар. Туризмда савдо воситачилардан фойдаланиш ва сотиш каналларини шакллантириш истисно тариқасида эмас, балки қоида бўлиб ҳисобланади.

Ўзининг тадбиркорлиги спецификаси бўйича малакали туроператор турмахсулотни яратади, ўз турларининг умумий бош каталогини чоп этади, турларнинг улгуржи савдосини олиб боради ва сотилган турларда туристларга хизмат кўрсатишни таъминлайди. Қоида бўйича турларни бевосита истеъмолчиларнинг ўзига сотиш туроператорнинг асосий вазифаси ҳисобланмайди. Бироқ, ҳар бир корхона ўз маҳсулотларининг пировард сотилишидан манфаатдордир. Шу сабабли, туроператорлик фирмаси фаолиятининг аҳамиятли йўналиши турмахсулотларининг сотилишини таъминлашдир. Бу вазифа эса турмахсулотни ишлаб чиқарувчидан потенциал истеъмолчига қадар етказиб берадиган сотиш тармоқлари зиммасига юклатилади.

Сотиш тармоқларини шакллантириш, сотиш бўйича истиқболли ҳамкорларни излаш, уларнинг иш сифатларини ўрганиш, битимлар тузиш ва ҳамкорликни такомиллаштириш бўйича вазифаларни ўз ичига олади.

Сотишларнинг ҳар қандай шакли ва кўринишида ҳамма вақт ҳар бири инглиз алфавитининг «Р» ҳарфи билан бошланадиган етти маркетинг тадбирлари кетма-кетлигига риоя қилиш зарур. Булар куйидагилардир: "маҳсулот" (product), "режалаштириш" (planning), "жой" (plase), "одамлар" (people), "нархлар" (prices), "силжитиш" (promotion), «жараён» (process). Яъни, бу фирма фаолиятининг стратегик режалаштирилиши асосида ишлаб чиқилган, керакли жойда таклиф қилинган, маълум истеъмолчилар сегментига адресли йўналтирилган, маъқул стандардаги, тўғри тақдим қилинган ва сифатли хизмат кўрсатиш билан сотилган маҳсулотдир.

<i>product</i>	-----▶	<i>Тур маҳсулот (тур)</i>
<i>planning</i>	-----▶	<i>Талаб асосида режалаштирилган</i>
<i>plase</i>	-----▶	<i>Керакли жойда таклиф этилган</i>
<i>people</i>	-----▶	<i>Маълум истеъмолчилар сегмендга таклиф этилган</i>
<i>prices</i>	-----▶	<i>Маъқул нархларда</i>
<i>promotion</i>	-----▶	<i>Тўғри тақдим қилинган ва реализация қилинган</i>
<i>process</i>	-----▶	<i>Сифатли бажарилган хизмат кўрсатиш билан</i>

Туристик ташкилотлар амалий ортида сотиш каналлаини шакллантиришнинг икки йўналиш ажратилади: *ташқи (хорижий)* ва *ички* каналлар.

Сотишнинг ички каналлари - бу, шу мамлакатнинг ичида турли туристик хизматлар сотадиган (шу мамлакат ҳудудида жойлашган мамлакат

фиқорасими ёки хорижликларми, яъни, кимга сотилишидан қатъий назар) филиаллар, бўлинмалар ва воситачилик ташкилотлари тизимларидир.

Сотишнинг ташқи каналлари - бу ўз мамлакатида берилган мамлакатга шартномага асосан туристик саёҳатлар сотиш мажбуриятини қабул қилган хорижий туристик фирма-воситачиларнинг маълум сонидир.

Маркетинг стратегияси ҳам ички ҳам ташқи сотиш каналларидан фойдаланишни кўзда тутди. Бироқ уларнинг аҳамияти ишлаб чиқариладиган хизматлар характериға мос равишда турлича баҳоланиши мумкин. Агар туристик ташкилот комплекс хизмат кўрсатишға махсуслашган бўлса, унинг сотиш механизми асосан хорижий воситачиларға йўналтирилган бўлиши лозим. Туризм бизнеси гигантлари «Американ Экспресс» ёки «ТомасКук» каби хорижий давлатларда ўз агентликлари ёки ваколатхоналарини очишлари мумкин. Аммо бошқа мамлакатларда ўз сотиш каналларини яратиш жуда катта валюта харажатлари билан боғлиқ ва бундай қарор қабул қилишға фақат йирик фирмаларға қодирдирлар. Ўз хизматларини хорижда сотиш учун ўрта даражадаги фирмалар учун маҳаллий бозорда яхши позицияға ва бунақа ишларда катта тажрибаға эға бўлган туристик ташкилотлардан фойдаланиш кўп жиҳатдан фойдалироқдир.

Ташқи савдо механизмини шакллантиришда хорижий туристик фирмалар билан шартнома ва битимлар асосида ҳамкорлик муносабатларини ўрнатишни англатади. Шунинг учун уларни ўрганиш бу механизмнинг самарали фаолият юритишининг аҳамиятли шарти ҳисобланади.

Агар турфирма катта ҳажмларда алоҳида туристик хизматлар ишлаб чиқарса, шунга мувофиқ ривожланган ички сотиш механизмиға ҳам эға бўлиши керак.

Бозорда туроператор вазиғасини улғуржи савдо ташкилоти фаолияти билан тенглаштирса бўлади: у меҳмонхона, транспорт ва туризм индустриясининг бошқа корхоналари хизматларини катта ҳажмларда сотиб олади ва воситачилар орқали ёки бевосита тўғридан-тўғри истеъмолчиларға сотадиган турлар дастурларини ишлаб чиқади.

Туроператорлик фирмаларининг кўп йиллик амалий фаолиятларида турмахсулотни сотишнинг турли йўлларида фойдаланилади.

Улар орасида қуйидагиларни ажратишимиз мумкин:

- хусусий сотишлар бюросини ташкил этиш (савдо нуқталари);
- воситачи турагентлик тармоқларини ташкил этиш;
- йирик ташкилот ва корхоналар билан алоқа ўрнатиш;
- махсуслаштирилган магазинлардан фойдаланиш;
- почта орқали турларни сотиш.

Умумий қилиб айтиладиган бўлса, турмахсулотни сотишни ташкил қилишнинг икки шакли мавжуд: хусусий сотишлар бюросини ташкил этиш ҳамда контрагентлик тармоқларидан фойдаланиш.

Кўп фирмаларда турмахсулот сотиш каналлари комбинациялашган, яъни, ҳам хусусий сотиш бўлинма ва тузилмалари, ҳам контрагентлик тармоқлари мавжуд.

Туристик махсулотни сотишнинг асосий шакллари тавсифномаси.
Хусусий сотишлар бюроси - бу, туроператорлик фирмасининг ўзига тегишли

бўлган, турларни сотиб олувчилар билан бевосита иш олиб борадиган савдо нуқталаридир. Буларда харидорларга сотувда мавжуд турлар ҳақида маълумот берилади, брон қилиш учун талабномалар қабул қилинади, сотиш шартномалари тузилади, тўловлар қабул қилинади, хорижий визаларни расмийлаштириш учун паспортлар қабул қилинади, туристик ҳужжатлар расмийлаштирилади ва берилади, шикоятлар кўриб чиқилади ва ҳоказо.

Туроператор ўз молиявий имкониятлари ва бозордаги операциялари ҳажмидан келиб чиқиб, турли жойларда жойлашган бир неча савдо нуқталарига эга бўлиши мумкин. Йирик туроператорлар филиаллари нафақат ўз мамлакати, балки хорижий давлатларда ҳам мавжуд.

Савдо нуқталари, одатда, шаҳарнинг гавжум жойларида, мижозлар учун қулай, одатда, биринчи қаватда жойлашган бўлади. Кўча томондан фирма номи туширилган чироқли, тез кўзга ташланадиган вивеска ўрнатилади. Йўловчилар диққатини ўзига жалб қиладиган, фирманинг турли реклама материаллари билан безатилган кўча витринаси реклама ролини ўйнайди.

Савдо нуқтасининг асосий жойи мижозлар билан иш олиб бориладиган савдо зали ҳисобланади. У ташриф буюрувчиларни кутиб олиш учун столлар, қулай стул ва креслолар билан жиҳозланган бўлади. Савдо зали ҳам мижозларга, ҳам фирма ходимлари учун қулай бўлиши лозим. Савдо бинолари (махсус дизайн асосида) яхши жиҳозланган бўлиши керак. Уни туристик плакатлар ва бошқа реклама анжомлари билан безатиш тавсия этилади. Шу мақсадларда ҳамкорлар томонидан ишлаб чиқилган реклама анжомлардан ҳам фойдаланиш мақсадга мувофиқ бўлади.

Шуни эсда тутиш керакки, мижозлар кўпинча фирманинг ишончилиги ва салмоқчилигига унинг сотиш бюрolari кўринишига қараб баҳо берадилар. Шунинг учун, уларнинг ташқи кўриниши ва жиҳозланиши фирма турмаҳсулотининг истеъмол бозоридаги мавқеи ва рекламасида асосий ҳал қилувчи ўринни эгаллайди.

Мижозларни қабул қилувчи бинодан ташқари туроператорларнинг сотиш бюрolari, ҳужжатлар билан тезкор ишлаш учун бухгалтерия, реклама ва ахборот материалларини сақлаш учун хизмат жойлари ҳам зарур.

Туроператорлар сотиш бюрolarининг асосий ишлаб чиқариш вазифалари:

- ахборот-маълумот стендлари, оғзаки хабарлар, ёзма маълумотлар ёрдамида ташриф буюрувчиларга маълумот етказиш;
- хорижга туристик саёҳатлар билан боғлиқ бошқа исталган маълумотларни бериш;
- ташриф буюрувчилардан турни брон қилиш талабномаларини фирма томонидан ўрнатилган шаклда қабул қилиш;
- брон қилиш учун талабнома берган ташриф буюрувчилардан хорижий визаларини расмийлаштириш учун паспортларни қабул қилиш, уларнинг амал қилиш муддатларини текшириш;
- мижозларни турни сотиб олиш ва сотиш шартлари, шунингдек, «Хорижга туристик сафарлар умумий шартлари» билан таништириш;
- белгиланган муддатларда мижоздан турнинг аванс ёки тўлиқ қиймати тўловини қабул қилиш;

- туристик сафар мобайнида унинг суғуртаси масаласини келишиб олиш;
- мижозга хориж визаси қўйилган паспорт ва зарур туристик хужжатларни бериш, унга сафар хусусиятлари ҳақидаги эслатма берилган ҳолда саёхат тафсилотлари ҳақида хабардор қилиш;
- сотилган турда бўлиши мумкин бўлган ўзгаришлар тўғрисида мижозга тезда етказилиши ва шу масалани у билан келишиб олиш лозим;
- мижоз томонидан бўладиган ўзгаришлар ҳақидаги аризасини қабул қилиш ва тегишли чора-тадбирларни қабул қилиш;
- туристлар учун, уларнинг талабномалари асосида, қўшимча ҳақ тўлаш эвазига автотранспорт буюртма бериш;
- бошқа шаҳарлик туристлар учун хориж чиқиш пунктида меҳмонхона брон қилишда ёрдам кўрсатиш;
- мижозлардан шикоятлар қабул қилиш.

Контрагентлик тармоғи. Туроператорларнинг хорижга туристик йўлланмаларни сотишда воситачилардан (субагентлардан) фойдаланиш мижозларни жалб қилишнинг энг тарқалган ва самарали усуллари ҳисобланади. Туроператор ва турагент ҳамкорлиги иккала томонга ҳам сезиларли фойда келтиради. Қуйидагилар туроператорга кенг ва тармоқли турагентлик тизимига эга бўлишни таъминлайди:

- туристик сафарлар сотиш ҳажмини кўпайтириш;
- янги бозорларга, шу жумладан, чиқиш туризмнинг маҳаллий бозорларига чиқиш;
- персонал таъминлаш учун, биноларни ижарага олиш ва уларни жиҳозлаш учун қилинадиган ҳаражатларни камайитириш.

Фаол ҳаракат қилаётган турагент - туроператор агентлигининг тармоқ моҳиятидир. Турагентнинг асосий сифатлари ишончлилик ва ҳаққонийлик, сотишнинг турли самарали шаклларида фойдалана олиш, киришимлилик, персоналларнинг коммуникабеллилиги ва ходимларнинг ёқимлилиги ҳисобланади. Туроператорлар ўз турагентликлари билан доимо иш олиб боришлари керак -туристик сафарлар шароитларини ўрганиш, молиявий ишларни олиб бориш, битимлар тузишнинг ҳуқуқий асосларини ўрганиш, суғурта қилиш бўйича ўқув семинарларини олиб боришлари лозим. Кўпгина туроператорлар мавсум бошида ёки охирида ўз агентлари учун реклама қилинаётган турлар йўналишлари бўйича РАМ-турлар деб аталадиган таништирув сафарларини ўз ҳисобидан ташкил қиладилар.

Туроператорнинг турагент билан ҳамкорлиги, албатта, агентлик битими шаклига эга бўлган шартнома билан расмийлаштирилади. Унда қуйидаги асосий шартлар келишиб олинади:

- агент ўз зиммасига оладиган сотиш ҳажми. Кўп ҳолларда агент мижозлардан талабномалар тушганда ва бўш жойлар мавжуд бўлганда туроператор каталоги бўйича турларни жорий брон қилиш ва сотиш ҳуқуқини олади. Баъзида келишилган шартлар асосида агент зиммасига оладиган сотиш жойларининг қатъий квотаси белгиланиши мумкин;
- турнинг туроператор реклама қилаётган нархидан юқори бўлмаслиги лозим бўлган нарх;

- туроператор ва турагент орасидаги ҳисоб-китоблар тартиби ва муддатлари;
- турагентнинг комиссиян мукофоти миқдори. Комиссионларни олиш тартиби. У ҳар бир сотилган тур учун келишилган фоиз ёки белгиланган сумма кўринишида белгиланиши мумкин. Одатда, турагент фаоллигини рағбатлантириш мақсадида режадагидан ошиқча сотилган турлар учун бонус ёки комиссиян ажратмалар фоизларининг ошиши кўринишига эга бўлган мукофот тўловларини жорий қилиши мумкин. Кўпинча, туроператорлар ўз турагентларини ўз турларидан бирига бепул туристик йўлланма билан ҳам рағбатлантирадилар;
- мижозлар талабномаларини расмийлаштириш шакли, тартиби ва сотиб олинган турлар бўйича тўловларни амалга ошириш;
- сотиладиган турлар рекламасида турагент ва туроператор катнашишининг хоссалари;
- олдиндан тўлов амалга оширилган турнинг мижоз томонидан рад этилишида бекор қилиш, йўналишни ўзгартириш тартиби, ўз вақтида қилинмаган аннуляция учун санкциялар характери;
- агентлик битимида туроператор ва турагентнинг бир-бири олдида ва мижоз олдидаги жавобгарликлари масалалари муҳим аҳамиятга эга. Масалан, туроператор йўналиш, дастурлар, хизмат кўрсатиш шартларига риоя қилиниши учун, Инициатив туроператор эса ташувлар ва хорижий визаларни расмийлаштириш учун жавоб берадилар. Турагент туристик сафарлар шароитлари тўғрисида мижозларга тўлиқ ва тўғри маълумот етказилиши, улар учун жойларнинг тўғри ва ўз вақтида брон қилиниши, тур бўйича тўловларнинг тўлиқ амалга оширилиши, шунингдек, тур аннуляцияси ёки уни ўзгартириш шартларига риоя қилиниши учун жавобгарликни ўз зиммасига олади.

Кўп ҳолларда жорий брон қилиш шартлари асосида турагент туроператор томонидан режалаштирилган турларнинг сотилиши учун ҳеч қандай тижорий мажбуриятларни ўз зиммасига олмайди. Бу ҳолда барча хавф туроператор зиммасида бўлади. Агар мажбурий сотишлар квотаси жорий этилмаган бўлса, турагент фаоллиги фақат унинг ўзининг моддий манфаатдорлиги билан тақиқланади (қанча кўп тур сотса, шунча кўп фойда олади). Турагентлар учун қўшимча рағбатлантириш бўлиб, кўп ҳолларда комиссияларнинг ўсиб бориш шартлари хизмат қилади. Масалан, турагент биринчи сотилган 10 та йўлланма учун 5% миқдорида комиссияга эга бўлса, кейинги сотилган 20 та йўлланма учун комиссия миқдори 7% га ошади. Агар 30 та йўлланма сотилган бўлса, кейинги ҳар бир сотилган тур учун комиссия миқдори тур қийматининг 10% ни ташкил этади.

Агентлик битимини имзолашдан олдин унинг қатнашчилари ўз ҳамкорларининг ишончлилигига ишонч ҳосил қилишлари учун, уларни ўрганишлари керак. Амалиёт шуни кўрсатадики, турагент, ўз субагентларидан ёки бевосита мижозларнинг ўзидан пулни йиғиб олиб, ғойиб бўлиши мумкин бўлган "сохта" туроператорга учраб қолиши мумкин. Ёки аксинча, турагент туроператорнинг юқори имиджидан фойдаланиб, ўз мижозларидан пулни йиғиб

оладилар ва ғойиб бўладилар ва шу билан бирга уларни туроператор билан ўзлари муҳокама қилиб олишларига мажбур қиладилар.

Шундай ҳолларни олдини олиш мақсадида агентлик битимининг ҳар бир қатнашчиси зарур чора-тадбирлар қабул қилиши лозим. Ҳамкор туристик корхонанинг мазкур фаолият билан шуғулланиш учун лицензиясининг мавжудлигини текшириш зарур. Шунингдек, тижорат хавфи суғуртаси масаласини ҳам кун тартибига қўйиш мумкин. Шартноманинг аниқ шартларини ва суғуртасининг ушбу кўриниши бўйича суғурта қопламаси суммаси индивидуал ҳолда келишилади, чунки бу фирма ишлайдиган мамлакат, сотишлар ҳажми каби омилларга боғлиқ бўлиши мумкин. Ҳар қандай ҳолда ҳам профессионал масъулиятларни суғурта қилиш нафақат фирманинг ўзига фойдали, балки турфирма ишончилигининг яна бир далили бўлиб хизмат қилади.

Халқаро ва мамлакатимиз қонунчилиги жиддий равишда туроператор ва турагентнинг истеъмолчилар олдидаги мажбуриятлари учун кафолат берадилар ва тартибга солиб турадилар. Туроператор ва турагентларни сертификациялашнинг янги шартлари номлари келтирилган ташкилотларнинг туристлар олдидаги мажбуриятлари ва жавобгарликларининг аниқ ажратилишини назарда тутди.

Турмахсулотнинг воситачи ташкилотлар орқали сотиш тизими сотиш каналлари деб аталади.

Баъзи бундай фирмалар нисбатан кичик туроператорлар томонидан яратилган ва сотиш учун таклиф этилган инклюзив ва пекидж турларни сотишга махсуслашган бўладилар. Одатда улгуржи-туроператорлар кичик дилерлардан ташкил топган ўз тармоқларини шакллантирадилар. Турларни сотиш бўйича кичик маҳаллий агентликлар қанча кўп бўлса, потенциал туристга тур ҳақида маълумот етказиш ва турмахсулотнинг самарали сотилишини ташкил қилиш имкониятлари шунчалик кўп бўлади. Халқаро статистика маълумотларига кўра, турмахсулотларнинг 80% дан ортиғини айнан кичик агентликлар сотадилар.

Характери бўйича туристик фирмалар *чакана* ва *улгуржи* фирмаларга бўлинадилар.

Чакана савдо билан шуғулланадиган агентлар - булар, қоида бўйича, унча сезиларли бўлмаган капитал ва чекланган бозорга эга бўлган воситачи ташкилотлардир. Воситачи бўла туриб, улар йирик туристик ва автотранспорт компаниялари сиёсатига боғлиқ фаолият юритадилар. Ва бозорда муҳим рол ўйнайдилар, чунки туристик сафарларнинг сезиларли қисми айнан улар орқали сотилади. Туризм ривожланган мамлакатлардаги турагентликлар тажрибалари шуни кўрсаладики турагентликларнинг оптимал сони фуқаролар сонига ҳисобланганда, ҳар 10000 кишига бир туристик агентлик тўғри келиши оптимал ҳисобланади.

Чакана туристик фирмалалар туристик хизмат кўрсатиш ва транспорт корхоналари хизматларини сотиб оладиган мижозлар билан тўғридан-тўғри алоқалар асосида ишлайдилар.

Улгуржи туристик фирмалар - стандарт (ёки серияли) инклюзив ёки пекидж турларни сотиш бўйича йирик масштабли операциялар ўтказадиган йирик туроператорлар ҳисобланадилар.

Туристик хизматларнинг улгуржи савдоси қайта сотиш мақсадида хизматлари сотиб олиш билан боғлиқ ҳар қандай фаолиятлар тушунилади.

Туристик хизматлар бозорини шакллантиришда улгуржи туроператорлар тутган ўрни алоҳида аҳамиятга эга. Моҳиятан улар ташкил қилинган туризмнинг, шу жумладан халқаро туризмнинг ҳам асосий ҳаракатлантирувчи кучи ҳисобланадилар.

Улгуржи фирмалар ўз ишларига реклама, ижара, савдо заллари, персоналларга тўловлар, айланма маблағларни шакллантириш каби харажатлар билан аниқланадиган сезиларли даражадаги катта капитал қўйишларига тўғри келади.

Амалиётда улгуржи фирма ва чакана фирмалр орасидаги фарқларини аниқлаш қийин бўлади, чунки ҳар иккаласи ҳам улгуржи, ҳам чакана операцияларни бажаришлари мумкин.

Алоҳида ҳолларда wholesaler фақат маълум хизматлар кўринишига махсулаштириши мумкин, масалан, меҳмонхона занжирлари ёки транспорт корхоналарига хизмат кўрсатиш. Нисбатан равшанроқ мисол қилиб, француз фирмаси «Феникс»нинг, Москвадаги туристик агентликларга Париж ва Лондонда кўрсатиладиган меҳмонхона хизматларини сотиш билан шуғулланишини олишимиз мумкин.

Агент турмахсулот реализацияси жараёнидаги қатнашчилари занжирида охирги ва муҳим звенодир. У кўпинча тўғридан-тўғри сотиш усули бўйича ишлайди ва мижозларни кўп ҳолларда тавсиялар бўйича, ишда, уйда жамаот идораларида ўз қариндошлари, танишлари орасидан топади.

Охирги йилларда турмахсулот сотиш тизими икки оммавий шаклга эга бўлди: **анъанавий ва ноанъанавий**.

Туристик хизматларнинг сотишнинг анъанавий шаклларига бу фаолият уларнинг ҳаётийлигини таъминлайдиган ва асосий ҳисобланадиган кўп сонли турфирмалар киради. Статистика кўрсатишича, бу хорижда туризм соҳасидаги нисбатан кенг тарқалган тадбиркорлик структураларидан бири ҳисобланади. АҚШда 30 мингдан ортиқ бундай фирмалар ҳисобланган. Туристик фирмаларнинг бундай кўп сонли миқдорида уларнинг функционал, таркибий, тижорий характеристикаларида катта фарқларни кузатиш мумкин.

Туристик хизматларни сотишнинг ноанъанавий шакллари туризм билан боғлиқ бўлмаган тармоқларда юзага келади ва актив фаолият кўрсатмоқда. Халқаро туризмнинг тез суръатларда ривожланиши йирик нотуристик компанияларнинг ўз капиталларини туризм индустриясига қўйишга ундамоқда. Бугунги кунда йирик авиакомпаниялар, банклар, суғурта жамғармалари, савдо уйлари ва универсал магазинлар бизнесларининг сезиларли қисмини ташкил этадиган туристик саёҳатлар сотиш бўйича ўз филиалларини очишлари одатий ҳол бўлиб қолган.

Бу каби компанияларнинг анъанавий туристик фирмалар билан рақобат кўрашидаги асосий устунлик томони уларда ўзларининг кўп сонли сотиш пунктлари ёки филиаллари, брон қилиш ва резервация тизимларининг мавжуд

бўлишидир. Авиакомпаниялар, қоида бўйича, чипталар сотиш бўйича кўп сонли кассаларда, ташқи тизимлар билан уланган ўз брон қилиш тизимларига эга бўладилар. Банклар ҳатто ўз миждозларига хизмат кўрсатадиган кўп сонли бўлим ва филиалларига эга бўладилар. Суғурта жамғармаларида эса суғурта агентларининг "армияси" фаолият юритадилар. Савдо уйлар ишбилармонлар ва бизнесменларга уларнинг ишлари билан боғлиқ туристик хизматларни таклиф қиладилар. Универсал магазинларда ташриф буюрувчилар ўзлари истаган туристик йўналишларни каталоглар бўйича танлашлари ва сотиб олишлари мумкин бўлган махсус секциялар (бўлимлар) ташкил этилади.

Сотишнинг ноанъанавий шаклларида бири корпоратив миждозларга тўғридан-тўғри сотиш ҳисобланади. Сотишнинг бундай шаклидан ташкилотлар, идоралар, жамоалар, мактаблар, коллежлар каби муассасаларнинг ходимларидан ташкил топган туристик гуруҳлар саёҳатини ташкил қилишда фойдаланилади. Корпоратив миждозларнинг тўғридан-тўғри буюртмаси асосида ташкил қилинадиган интенсив турлар турмахсулот реализациясининг истиқболли йўналиши ҳисобланади. Бундай турларни сотиш туроператорнинг тўғридан-тўғри буюртмачи - ташкилотнинг шартнома-топшириғи асосида амалга оширилади. Бундай сотиш бозорларини шакллантириш учун ташкилотлар ва идоралар, муассасалар тўғрисида энг тўғри ва тўлиқ маълумотлар зарур бўлади. Тезкор маркетинг ишларини олиб бориш учун тегишли маълумотлар базасига эга бўлиш лозим бўлади.

Бундан ташқари, турмахсулотларни сотишнинг ноанъанавий шаклларида турларни глобал компьютер тармоқлари, брон қилиш ва буюртма бериш тизимлари, Интернет орқали сотишни ҳам киритса бўлади. Турлар ва туристик хизматларни сотишнинг бу усули ҳозирда халқаро ҳамда мамлакатимиз туризм бозорларида кенг тадбиқ қилинмоқда. Мамлакатимиз фирмаларида «Турвин», "Ключ" ва бошқалар каби махсуслаштирилган компьютер дастурлари жорий қилинмоқда ва фойдаланилмоқда. Айнан ушбу усул ХХІ асрда туристик фирмаларнинг анъанавий иш усулларини сезиларли даражада камайитишга қодир ҳисобланади.

Туризм бозорида юқорида келтирилган сотиш шаклларининг комбинациялашган кўринишлари ҳам учраб туради. Мисол тариқасида туроператор-турагент ўзаро фаолияти технологияси бўйича таклифни олиш мумкин.

13.2. Туристтик маҳсулотни тақсимлаш самарадорлиғи.

Агар исталган бизнесни бошқариш учун бош функциялар муҳим бўлиб ҳисобланса, уларга олий менеждмент томонидан ажратилган эътибор ва вақт миқдorigа мос равишда тавсифланса, унда ишонч билан айтиш мумкинки, тақсимот бу руйхатни бошидаги ўринни эгаллаган бўлар эди.

Агар ўша функциялар фойдаланган уларга кетган ҳаражатлар нуқтаи назаридан гуруҳланса, унда тақсимот ҳам қаердадир руйхатни бошида жойлашган бўлар эди.

Туристтик хизматлар кўринмас товарни ўзига хос тури ҳисобланиб, уни жорий қилганда муносабатлар турли-туман ва ўзига хосдир. Турфирмалар

томонидан сотиладиган хизматлар қатор фарқ қилувчи ўзига хос хусусиятларга эга:

- сезилмаслик: сотилиши керак бўлган маҳсулотни кўриб бўлмайди, истеъмолчи уни харид қилишдан олдин татиб кўра олмайди ва ушлаб кўра олмайди;
- хизматларни жамғариб қўйиш мумкин эмас.
- ишлаб чиқариш ва истеъмол жараёнлари бир вақтнинг ўзида амалга оширилади
- истеъмолчи ишлаб чиқариш жараёнида иштирок этади.

Бўлардан шундай хулоса қилиш мумкинки, ҳам сотиш тизими ҳам тақсимот каналларини танлаш жисмоний товарларни моддий тақсимотидан тубдан фарқ қилади.

Сотишни икки хил усули мавжуд бевосита усул сотувчи ва харидор ўртасида бевосита алоқаларни ўринатишни кўзда тутса, билвосита усулда савдо воситачилик бўғинидан фойдаланишни кўзда тутди.

Шу сабабли, турларни жорий қилишдаги алоқаларнинг асосий схемасини кўриб чиқамиз.

Туроператор – Турист. Малакали туроператор турларни ишлаб чиқиш билан шуғулланади. Унинг хизматлар хусусияти асосий ва қўшимча турхизматларни комбинациялаш, танлашдан, ҳамда уларни дастлабки режалаштириш ва стандартлашдан ташкил топади. Турларни сотиш шахсан туристларга туроператор функцияси бўлиб ҳисобланмайди. Дастурлар пакети, ҳам алоҳида олинган туристик корхона хизматлари каби (меҳмонхона, авиакомпания ва ҳ.к.), чакана сотиш бўйича фақатгина воситачилик хизматларини амалга оширувчи турагентлик функцияси ҳисобланади.

Аммо кўп ҳолларда йирик туроператорлар уларга тегишли бўлган турагентликларни шахсий сотиш тармоғига эга бўлади. Масалан, Швейцариянинг “Kuni Travel ltd” ва “Hotelplan” икки йирик туроператори анчагина йирик турагентлик тармоғига эга.

Туроператорнинг шунга ўхшаш стратегияси 1980 йилда кенг ёйилди ва “тўғри маркетинг” стратегияси номини олди. Унинг моҳияти бевосита истеъмолчилар, потенцаил мижозлар билан тўғридан-тўғри алоқаларни ўрнатишдан иборат. Бу туроператор зиммасига қўшимча қатор функцияларни юклайди:

- сотиш бўйича йўналтирилиши керак бўлган потенцаил истеъмолчиларни аниқлаш;
- сотиш бўйича тадбирларни ишлаб чиқиш;
- фирма мижозлари бўйича ахборот тизимини ташкил этиш;
- истеъмолчилардан тушаётган маълумотларни қайта ишлашни ва унга тезда мослашишни самарали тизимларини ташкил этиш.

Мазкур стратегиядан келиб чиқиб шундай савол туғилиши мумкин: “Нима арзонроқ – шахсий агентлик тармоғига эга бўлишми ёки турагентликни воситачилик хизматларини комиссияларидан фойдаланишми?”.

Дастлаб биринчи ўринда хизматларни ишлаб чиқарувчилар учун тижорат манфаати туради, яъни: сотиш бўйича тадбирларга кам ҳаражатлар билан қандай қилиб кўпроқ товар сотиш мумкин. 1990 йилни бошида тижорат

манфаати бирламчи бўлмасдан, балки истеъмолчилар талаби, истеъмолчиларни аниқ гуруҳларига бевосита муносабат, доимий мижозларни харид қилиш кабилар майдонга чиқди. Айнан мана шу фирмани келажакда тижорат барқарорлигини кафолати бўлиб ҳисобланади. Шундан турагентликнинг хусусий тармоғини кенгайтириш ёки турагентлар билан фанчайзинг муносабатини кенгайтириш томон бормокда

Туроператор – турагентлик - турист. Юқорида қайд қилинганидек, турагентлик туроператор ва турист ўртасидаги воситачи бўлиб ҳисобланади. Бундан ташқари турагентлик алоҳида хизматларни туристларга сотиш билан шуғулланади (транспорт хизматлари, чиқиш хужжатларини расмийлаштириш, дисконт карточкаларини расмийлаштириш, туристик адабиётларни сотиш, фототасмаларни ишлов бериш ва ҳ.к.). Кўпгина туроператорлар бозорга ўз хизматларини агентликлар орқали тақдим этадилар. Улардан ҳар бири ўзининг шахсий тақсимот каналини шакллантиришга интиладилар.

Нима учун туроператор сотиш бўйича ўз ишини бир қисмини воситачиларга беришга тайёр? Бу шунинг асослари, у қандайдир даражада товар қандай сотилиши устидан назоратни йўқотади. Юқорида қайд қилинган туристик хизматларни ўзига хослиги (сезилмаслик, ишлаб чиқариш ва истеъмол жарарёнларни мос келиши ва ҳ.к.) жуда муҳим ҳисобланади. Шунга қарамайдан кўпгина туроператорлар воситачилардан фойдаланиш уларга маълум фойда келтиради деб ҳисоблайдилар.

Кўпгина туроператорларга бевосита маркетингни амалга ошириш учун молиявий ресурслар етишмайди. Мисол учун Испанияни “Soltour Este” туроператори ўз турларини бир неча юз Москва ва минтақавий турагентликлар ёрдамида сотади. Ҳатто шундай йирик турфирмага ҳам ҳеч бўлмаганда бу агентликларни бир қисмини сотиб олиш учун маблағ топиш жуда қийиндир.

Тўғри маркетинг ёрдамида оммавий тақсимот тизимини иқтисодийлигига эришиш учун кўпгина турхизматларни ишлаб чиқарувчиларга бошқа фирмалар хизматини сотишда воситачи бўлиши зарур. Масалан, шахсий маршрутлари сони 1-2 та дан ошмайдиган кўпгина туроператор фирмалар “Horus Viaggi” (Италия), “Pactour”, “Frektravel” (Туркия), Италия ва Туркияга турларни сотиш бўйича барча давлат ўз вакилликларини очиш тажрибасизлиги сабаблидир. Уларни бошқа туроператорларни турхизматлари билан бирга сотишга тўғри келарди, охир оқибатда турагентликлар тармоғини эгасига айланиб қолиши мумкин. Уларга дистрибютерларни кенг тармоғи орқали ишлаш янада осонроқдир.

Лекин ҳатто туроператор тақсимотни шахсий каналларини ташкил этиш имкониятига эга бўлган тақдирда ҳам, кўпгина ҳолларда агар ўзининг асосий бизнесига капитал қўйилмаларни оширсан у кўпроқ фойда олиб ишлайди.

Воситачилардан фойдаланиш асосан турхизматларни кенг очик йўлини таъминлашда ва уларни мақсадли бозоргача етказишдек каттагина самарадорлиги билан изоҳланади. Турагентликларда туроператорларга нисбатан кўпроқ тажрибга, алоқага, фаолият имкониятларга эгадир.

Аммо, турфирма сотишни қандай тизимидан фойдаланишдан қатъий назар у тақсимотга сарфланадиган харажатларни пасайтиришга интилади. Янги

технология ва янги қувватли компьютерлар ёрдамида баъзи турфирмалар тақсимот тизимига сарф-ҳаражатларни оптималлаштиришга эришдилар

Компьютерлардан ташқари, тақсимот айрим ҳолларда самарали тартибга солишга, ишлаб чиқариш ёки маркетингга тортилади. Тақсимотни самарадорлик даражасини назорат қилиш ва ўлчаш жуда мушкул. айниқса бунга баъзи маркетинг қарорлари таъсир кўрсатади: мижозларга хизмат кўрсатиш сиёсатида баъзи унча катта бўлмаган ўзгаришлар тақсимотдаги сарф-ҳаражатларни анчагина оширади; уларни рағбатлантириш натижаси ҳисобланган сотишни максималлаштириш тақсимот соҳасидаги хизматчиларни қўшимча штатига сарфланадиган моддий ҳаражатларга олиб келиши мумкин; сотиш пул айланмасини ошириш қарори яна тақсимотдаги ҳаражатларни оширувчи хизмат кўрсатиш бўйича ҳаражатлар ва айланма фондлар даражасини иқтисодий жиҳатдан фойда олмасликка олиб келиши мумкин.

Бундай ҳолатда шундай савол туғилади: тақсимот устидан ва унга сарфланадиган ҳаражатларни камайтириш устидан самарали назоратни амалга ошириш учун турфирмаларни аъло даражадаги бошқарув аппаратлари нима қилмоқдалар?

Тақсимот бошқарувининг асосий элементлари:

1. Олий бошқарув органи намойиш этадиган тақсимот иқтисодиёти;
2. Ахборотлар оқимини йиғиш, ундан фойдаланиш ва унинг устидан ўз вақтида назорат қилиш
3. Тақсимот бўйича персонални умумий малакаси ва жўшқин хулқ атвори шижоати.

Кўпгина турфирмалар раҳбарияти тақсимотнинг аъло тизими фирмани муваффақиятли рақобат қилишда ҳал қилувчи аҳамиятга эга деб ҳисоблайдилар.

1. *Тақсимот иқтисодиёти.* Тақсимот иқтисодиёти каттагина даражада бизнесни бошқа соҳаларидаги қарорлар сиёсати таъсири остида бўлганлиги сабабли бошқарувда эҳтиёткорлик тақсимот самарадорлиги ва унинг баҳосида ҳал қилувчи рол ўйнайди.

Агентликни танлашда қўйидаги саволларни ўрганиш зарур: туроператор томонидан агентликка тақдим этилган хизматлар ҳажми; агентлик ёрдамида сотишни ошириш имкониятлари; турагентликни қўллаб-қуватлаш учун зарур бўлган ҳаражатлар: истеъмолчига нисбатан агентнинг жойлашган жойи; агентлик амалиётини туроператор талабларига мослик даражаси; агентликни сотишни рағбатлантириш бўйича тадбирларда иштироки; агентликни молиявий ҳолати; агентлик фирмасини бошқариш шакли; агентликдан фойдаланиш билан боғлиқ бўлган ҳаражатлар миқдори; агентлик амалга ошираётган реклама фаолиятнинг ҳажми ва уни шаротлари; турагентликни рақиб фаолиятига муносабати; турагентликни счетларни тўлаш доимийлиги; турагентликни бозор тўғрисидаги тақдим этаётган маълумотлар ҳажми; турагентлик ишига сўнги истеъмолчилар томонидан шикоят ва эътирозларни мавжудлиги

2. *Ахборотлар оқими устидан назорат.* Турхизматлар сезилмаслиги сабабли улар тўғрисида ахборотларни олиш ва узатиш оперативлиги ҳамда самарадорлиги тақсимот самарадорлигида аҳамиятли рол ўйнайди.

Ахборотлар етарли даражадами? Бошқаришнинг бош элементларига тегишли бўлган асосий нарх кўрсаткичлари қанчалик тўғри ва ўз вақтида олинган? Бошқарув органлари тадқиқот натижалари устидан тазорат учун ҳақиқий маълумотлардан фойдаланадими ҳамда бу режалаштириш ишлаб чиқариш ва тақсимот каби соҳаларда ўз сиёсатини яхшилайдими? Бугунги кунда туристик фирмалар ишида персонал компьютерлар фойдаси тўғрисида гапиришга ҳожат йўқ. Улар бухгалтерия ҳисобини самарали юритишга, туристик пўтёвкalar ҳаракати, чартер рейсларини тўлдирилиши, меҳмонхоналардаги мавжуд ўринлар тўғрисида аниқ маълумотлар олишга, зарурий бланкалар билан таъминлашга имкон яратади. Турфирмалар томонидан персонал компьютер нафақатгина ўз ички вазифалари учун балки, турли телеконференцияларга (эълонларни электрон газетаси) ва бу тармоқларни кўп миллионли абонетлар армиясига глобал компьютер тармоқлари орқали ахборотларни узатиш учун ҳам фойдаланилади.

3. *Персонал малакаси.* Сотишни муваффақиятли амалга ошириш учун сотиладиган хизматни батафсил билиши, хизматчилар малакаси жуда муҳимдир. Бу мижозларга хизмат кўрсатишни яхшилашга сотиш ҳажминини оширишга ҳамда ҳаражатларни камайтиришга имконият яратади. Кўп ҳолларда турфирмаларда шундай ҳолат кузатиладики, яъни сотиш бўйича менежер таклиф қилинган туристик йўналиш тўғрисида, хизмат кўрсатиш дастури меҳмонхона, трансферт, минтақадаги об-ҳаво шароитлари тўғрисида мукамал маълумот бериш ҳолатида эмас. Натижада ҳафсаласи пир бўлган мижоз турни барча тавсилотларни яхшироқ тушунтира оладиган, барча саволларга тўлиқ жавоб берадиган менежер фаолият кўрсатадиган бошқа фирмага ўтиб кетади. Бошқа томонидан яхши менежмент тамойилларидан фойдаланадиган персонални рационал бошқариш туристларга сифатли хизмат кўрстаишга эришиш учун ташкилотни барча хизматларини мувофиқлаштиришни таъминлашга қодирдир. Бу – ишонч, қаниқарлилик, конструктив ёндашув, менежментни рационал таркиби, турфирма фаолиятининг энг муҳимларини аниқлаш.

Меҳнат мотивациясига фирма хизматчиларини иерарик эҳтиёжини ҳисоблаш ёрдамида эришлади.

Раҳбариятнинг вазифаси уларни қониқтирувчи шароитларни яратиш, шу билан ходимларни интенсив ва сифатли меҳнатини мотивлаш. Ўз навбатида жўшқин ва хушёр персонал раҳбариятга тақсимотни оптималлаштиришга ва назоратга ёрдам бериши ва ҳамкорлик қилиши мумкин.

Хулоса қилиб, қисқача самарали тақсимотнинг тўртта тамойилини қайд қилишимиз мумкин:

1. Ўз сарф-ҳаражатларини билиш ва назорат қилиш. Хатто кичик прогресс ҳам тақсимот тизимини ҳар бир сегменти бўйича ҳаражатларни билмасдан мумкин эмас. Мазкур маълумотларга эга бўлиб, раҳбарият келажак муаммоларини олдиндан кўриши, тўғри устунликларни белгилаш, потенциал жамғармаларни ҳисоблаб чиқиш, ишлаб чиқаришни модернизация қилиш бўйича мос равишдаги чора-тадбирларни амалга ошириш имкониятига эга бўлади.

2. Тақсимотни муҳимлигини тушуниш. Тақсимотнинг тушиб кетиши кўпгина компанияларни нотинчлигига олиб келувчи фойда олиш имконияти каби кўриб чиқилади. Кўп ҳолларда бу туристик бизнесга жалб қилинган аниқ ҳаражатлар тўғрисида бошқарувни оддийгина огоҳлантирилмаслиги оқибатида келиб чиқади. Тақсимотни фойдалигини ва муқобил тақсимот шакллари ҳамда стратегиясини турли таъсирларини нафақатгина олий раҳбарият балки функционал бўлинмалар раҳбарлари ҳам сезиши зарур. Раҳбарият битта соҳадаги қарорлар умумий ҳаражатлар ва ишлаб чиқаришга таъсир этишни тушуниб етмагунга қадар, умумий кам ҳаражатли рақобатбардошли тизимни олиш учун у бир ҳаражатларни бошқасига алмаштира олмайди.

3. Махсус усулларни ишлаб чиқиш. Кўпгина турфирмалар компьютер техникаси муаммоларидан тушкунликка тушмоқдалар, лекин уларга тақсимот вазифасини аниқ тушуниб етишга тўғри келмаяпти. Янги технологияларга ташаббусни батафсил билимлари билан бирга қўшиш ғайрати, шижоати, жонбозлиги, ташаббускорлиги зарур.

Агар техника турфирмани махсус ўзига хос талабларига жавоб берсангина у фойда келтириши мумкин.

4. Тақсимотдаги кўникмалар ва имкониятларни ошириш. Тақсимотни бошқаришда зарур бўлган билим ва қобилият ташкилий ва вазифавий алоқаларни алмаштириш йўли билан олиши мумкин эмас. Ҳам олий менежмент доирасида ҳам фирмани қолган ходимлари доирасида юқори даражадаги малака ва тажриба талаб этилади.

13.3. Турмаҳсулотни ҳисоблаш жараёни.

Ушбу ҳолатда соддалаштирилган, аммо барча жараёнларни тушунтиришга имкон берувчи технология таклиф этилади. Ўз таркибига Тошкент, Бухоро ва Самарқанд шаҳарларини олувчи **“Буюк ипак йўлидаги қадимги шаҳарлар”** номли турмаҳсулотни кўриб чиқамиз. Мазкур йўналишни Франция туристларига тавсия этилади. Саёҳат муддати – 7 кун ва 6 кеча. Ҳисоб-китобни бир нафар турист учун амалга оширамиз. Асосий турмаҳсулот (турпродукт) таркибига қўйидагиларни киритамиз.

Биринчи, **транспорт хизматлари (TSer)** – Париждан Тошкентгача учиб келиш ва орқага. Билетнинг нархи икки тамонга училишига 980 долларни ташкил этади.

Иккинчидан, **трансферт хизматлари (SerTr)** – бу туристни аэропортдан меҳмонхонагача элтиш ва орқага ҳамда туристни мамлакат бўйлаб транспортда олиб юриш ҳаражатларидир. Айтайлик, бир кунлик мазкур ҳаражатлар – 30 долларни ташкил қилсин.

Учинчидан, **меҳмонхоналарда яшаш (Acc)** – Тошкентда (2 сутка), Бухорода (2 сутка) ва Самарқандда (2 сутка), ўртача битта икки ўринли номер суткасига – 30 доллар. Мазкур ҳаражат таркибига эрталабки нонушта ҳаражатлари ҳам киритилган.

Тўртинчидан, юқорида қайд қилинган учта шаҳар **ресторанларида овқатланиш** (тушлик ва кечки овқат – 20 доллар).

Бешинчидан, учта шаҳарда **таржимон – экскурсия етакчиларнинг (SerG)** хизматлари – суткасига 5 доллар миқдорида.

Олтинчиси, **диққатга сазовор жойларга ташриф буюриш (TurS)** – музейлар, Кўкалдош мадрасаси, Улуғбек обсерваторияси, Регистон майдони, Шоҳи-Зинда ансамбли, Лаби-ховуз мажмуи ва бошқа тарихий, архитектура, маданият объектлари (жами – 50 доллар).

Еттинчиси, турни ташкил этган **турфирма харажатлари ва фойдаси (IaP)**, туретакчининг кутиб олиши-кузатиши – 100 доллар.

Саккизинчиси, бошқа давлатда туристни ташриф буюрган барча кунлари учун ихтисослашган **компанияга суғурта тўлови (бадали) (SK)** – суткасига 2 доллар миқдорида.

Шундай қилиб, турмахсулот суммаси:

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

Шуни ҳисобга олиш зарурки, бу дастлабки нархлардир, бироқ, турфирма доимо харажатларни қисқартириши ва авиакомпаниялардан, автотранспорт ташкилотларидан меҳмонхоналаридан, диққатга сазовор корхоналардан чегирмалар олиши мумкин.

Қўшимча хизматлар миқдорининг истак-хоҳиши бўйича киритилиши мумкин. Масалан, туристлар учун бўш вақт ажратилади (харид учун, мустақил саёҳат учун ва ҳ.к.). Бунда Хумсан тоғларида отда сайр қилиш (Бўстонлик райони), қимиздан татиб кўриш, Бухорода ҳаммомга ёки шахсий турар жойларга ташриф буюриш, Самарқандда – тўйда ёки тантанали маросимларда иштирок этиш. Фирма бундай маданий хизматларни тақдим этувчи ташкилот ва муассасалар билан олидиндан шартномага эга бўлиши керак. Табиийки бундай қўшимча хизматлар) турмахсулот нарҳини қиматлаштиради.

Турмахсулот ўз таркибига маршрутни батафсил ифодалашни киритади. У қуйидагича баён қилиниши мумкин:

Биринчи кун. Париждан Тошкентга учиб келиш (6.05 с.). Меҳмонхонага трансферт (8.00). Жойлашиш ва дам олиш (то 9.30 гача). Шаҳар бўйлаб саёҳат (10.00-13.30). Ресторанда тушлик (13.30-14.30). Экскурсия етакчиси ҳамкорлигида мадрасалар ва маданий марказларга ташриф (13.30-17.30). Театрлаштирилган намоишда иштирок этиш (18.00-19.30). Кечки овқат (20.00 да). Уйқу ётиш/бўш вақт.

Иккинчи кун. Нонушта (7.30-8.00). Тарихий жойларга саёҳат (8.00-13.30). Тушлик (13.30-14.30). Бўш вақт (14.30-20.00). Кечки овқат (20.00-21.00). Уйқуга ётиш/бўш вақт.

Учинчи кун. Нонушта (7.30-8.00). Самарқандга жўнаш (8.00-13.00). Жойлашиш ва дам олиш (13.00-14.00). Тушлик (14.00-15.00). Шаҳар бўйлаб сайр қилиш, Регистондаги театрлаштирилган шоуда иштирок этиш (15.00-20.00). Кечки овқат (20.00). Уйқуга ётиш/бўш вақт.

Тўртинчи кун. Нонушта (7.30-8.00). Тарихий обидаларга саёҳат (8.00-13.30). Тушлик (13.30-14.30). Бўш вақт (14.30-20.00). Кечки овқат (20.00-21.00). Уйқуга ётиш/бўш вақт.

Бешинчи кун. Нонушта (7.30-8.00). Бухорога жўнаш. (8.00-12.00) Жойлашиш ва дам олиш (12.00-13.00). Тушлик (13.00-14.00). Шаҳар бўйлаб

саёҳат, Лаби-ҳовуздаги театрлаштирилган шоуда иштирок этиш (15.00-20.00). Кечки овқат (20.00-21.00). Уйкуга ётиш/бўш вақт.

Олтинчи кун. Нонушта (7.30-8.00). Тарихий обидаларга сайр қилиш (8.00-13.30). Тушлик (13.30-14.30). Бўш вақт (14.30-20.00). Кечки овқат (20.00-21.00). Уйкуга ётиш/бўш вақт.

Еттинчи кун. Нонушта (7.30-8.00). Тошкентга жўнаш (8.00-18.00). Йўлда тушлик (13.00-14.00). Шаҳар бўйлаб сайр қилиш (18.00-21.00). Аэропортга трансферт (21.00). Парижга учиб кетиш (24.00).

Юқоридагилардан шу нарса маълум бўлмоқдаки, йўналиш батафсил ва мукамал бўлиши, шаҳарнинг ҳаракатланиш схема – карталари унинг таркибида мавжуд бўлиши талаб этилади. Унда барча диққатга сазовор жойлар, меҳмонхоналарни жойлашуви, ресторанлар, алоқа телефонлари ва бошқа зарур бўлган фойдали маълумотлар бўлиши зарур. Масалан, туристлар ўз саёҳатлари давомида астрономия фанининг ривожига буюк ҳиссасини қўшган аллома – Мирзо Улуғбекнинг обсерваториясига ташриф буюради. Шу сабабли, Улуғбекнинг тарихий ҳаёти ва илмий фаолиятига батафсил тўхталиш, маълумот бериш зарур. Бундан ташқари саёҳатчилар йўлидаги қадимги кишиларни тўхтаган жойларини ҳам қайд этиш мумкин. Буларнинг барчасини жарангли ва мазмунли номлар билан етказиш керак.

Юқорида қайд этилганидек, турмахсулот туристларга пакет (“пекидж”) ларда сотилади. Туроператор турагентларга комисион чегирмалар тақдим этади ёки турагент ўз хизматлари – реклама, миждозларни топиш, ҳужжатларни расмийлаштириш ва бошқалар учун устама ҳақ қўяди. Шу билан бирга, пакетдаги тақдим этилаётган турни нархини ҳисоблашни билиш лозим. Турмахсулотнинг нархини норматив калкуляция методи билан ҳисоблаш мумкин. Унга туристларга хизмат кўрсатиш билан ҳам, туристлар гуруҳини кузатиш билан боғлиқ бўлган барча сарф-ҳаражатлар киради. Турмахсулот нархининг формуласи қўйидагича ҳисобланади:

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

Бу ерда, P_{tur} – миллий валютада битта туристнинг турпакет нархи (ёки доллар эквивалентида);

SU – туроператорнинг турпакети ичига кирадиган хизматлар таннархи; $Stax$ – алоҳида хизмат турлари бўйича билвосита солиқлар суммаси (НДС);

PrT – туроператорни миллий валютадаги фойдаси (ёки доллар эквивалентидаги);

ZT – турпакет таркибига кирувчи алоҳида хизмат турлари учун туристга туроператор тақдим этаётган чегирма;

Kd – турпакетни сотувчи турагентни комисион мукофотлаш (кўп ҳолларда бу турпакет нархига қўшимча ёки туроператорни турагентнинг фойдасига нархдан чегирма);

N_{tour} – гуруҳдаги туристлар сони;

N_{gr} – гуруҳга йўлбошчи сифатида ҳамкорлик қилувчиларнинг сони.

13.4. Сотиш бўйича ҳамкорларни танлаш.

Янги шаклланаётган сотиш тармоғи ва йирик бўлмаган туристик фирмалар учун бозорда биринчи қадамлар чакана ва майда улгуржи фирмалар билан ҳамкорликни ўрнатишдан бошланиши лозим. Бунда туроператор томонидан таклиф этиладиган турмахсулотга мос келиши керак бўлган сотиш тармоғини ихтисослашувини ҳисобга олиш зарур.

Хорижий бозорларга чиқадиган фирмалар маркетинг стратегиясида сотишлар бўйича хорижий ҳамкорларнинг ҳудудий жойлашувини албатта ҳисобга олиш зарур, чунки бу сотиш тармоғи самарадорлигининг аҳамияти давлат (минтақа) ҳудудида сотиш тармоғининг кенг тарқалишига боғлиқдир ва бунда шаҳардаги пунктлар сони қишлоқдаги пунктлар сонига нисбатан анча юқори бўлиши лозим.

Ҳамкорларни танлашда уч омилни ҳисобга олиш лозим: **потенциал ҳамкорларнинг ҳуқуқ қобилияти, кредит қобилияти ва фаолият қобилияти.**

Ҳуқуқ қобилияти – фирмада туристик хизматларни сотиш билан шуғулланиш учун ҳуқуқий асосларнинг мавжудлигидир. Ҳуқуқий статус миллий қонунчилик билан аниқланади ва турли давлатларда турли ҳуқуқий шаклларда тасдиқланади (масалан, лицензия, патент, регистрация). Бундай статусга эга бўлмаган ҳуқуқий шахс туристик фирма сифатида кўриб чиқилиши мумкин эмас. Шу сабабли ҳам бундай фирмалар шартнома мажбуриятларини бузган ҳолларида суд органлари даъво аризасини кўриб чиқиш учун қабул қилмасликлари мумкин.

Шунинг учун ҳам туристик фирманинг ҳуқуқий статусини аниқлаш у билан иш муносабатларини йўлга қўйишнинг биринчи шарти бўлиши лозим.

Фирманинг ҳуқуқий ҳолати тўғрисида лицензия ёки патент нусхаси, савдо риестридан кўчирма, маълумотнома ёки расмий органлар гувоҳномаси далиллик бериши мумкин.

Фирма ҳуқуқ қобилияти унинг миллий ёки регионал туристик уюшма ёки ташкилотларга аъзолиги ҳам билвосита гувоҳлик бериши мумкин. Маълумки, бундай ташкилотлар аъзолигига фақат туристик статусга эга фирмалар кира оладилар. Бу миллий уюшмалар ўз низомларига мувофиқ маълум моддий ва маънавий жавобгарликка эга бўлганликлари боис улар ўз аъзоларининг қонунларга амал қилишларини кузатиб борадилар.

Туристик фирманинг ҳуқуқ қобилияти масаласи кўриб чиқилар экан, унинг транспорт компаниялари билан агентлик битими мавжудлигини эътиборга олиш керак. Туристик фирманинг транспорт (авиация, темир йўл, сув ва автотранспорт) компанияси агенти этиб тайинланиши, унинг ҳуқуқ қобилиятининг жуда аниқ критерияси бўлиб хизмат қилиши мумкин, чунки транспорт компанияси мазкур туристик агентликнинг ўз бланкаларига чипта ёзиб беришига ишонади. Чипталар жиддий молиявий ҳисобот ҳужжати ҳисоблангани боис, туристик фирмага бундай ишонч туристик агент иш сифатларининг чуқур текширувига асосланади.

Кредит қобилияти - бу тушунча орқали фирманинг тузилган битимлар бўйича ҳисоб-китобларни ўз вақтида таъминлаш учун етарли пул воситаларига эғалигини билдиради. Туристик фирманинг юридик статуси ўз кучини сақлаб

қоладиган даврда ўзгармайдиган ҳуқуқ қобилиятдан фарқли равишда кредит қобилияти ўз аҳамиятини доимо ўзгартириши мумкин. Бизнинг туристик фирмалар амалиётида шундай ҳолатлар ҳам учраб туради: хорижий туристик фирмаларнинг банкдаги ҳисоб рақамида қайсидир куни бир неча миллионлаб АҚШ доллари бўлиши мумкин, 1 -2 кун ўтгандан кейин эса бу ҳисоб рақамлари бўшаб қолади.

Кўпинча фирмалар ўз кредит қобилияти далили сифатида банк реферанси деб аталадиган, яъни фирманинг мавжуд ҳисоб рақами, унинг тахминий ҳажми ва ҳаракати тўғрисидаги банкдан олинadиган маълумотномани тақдим қилишга мойилдирлар. Бироқ бу каби маълумотномалар нафақат кредит қобилиятини аниқлаш учун асос бўла олади, балки тузилган битимлар бўйича тўлиқ ва ўз вақтида ҳисоб-китоблар қила олишига ҳам кафолат бўла олмайди.

Туристтик фирманинг кредит қобилиятини банк кафолати тасдиқлаши мумкин. Бироқ банклар мустақил равишда, фирманинг бунга алоҳида розилигисиз бундай кафолатни бериш ҳуқуқига эга эмас, чунки бундай ҳолларда банк фирма фаолиятининг барча моддий мажбуриятларини ўз зиммасига олган бўлади. Банк кафолат беришида фирманинг жорий ҳисоб рақамидан тегишли суммани олиб қолади ва кафолат депозити сифатида ушлаб туради. Бу эса фирма учун аҳамиятли пул маблағларининг муомаладан олиб қўйилишини билдиради ва фирма бу йўлни унча ҳам хушламай қабул қилиши мумкин. Шунинг учун фирма томонидан банк кафолатини тақдим қилиш юзасидан музокараларда бу шартни тегишли тарзда тушунтириш лозим.

Фирма билан ҳисоб-китоблар бўйича манфаатларни таъминлашнинг нисбатан реал йўли ундан аванс тўловларини олиш ҳисобланади. Эришилган битимга қараб аванс тўловлари депозит ёки нақ кўринишида бўлиши мумкин.

Депозит умумий битим нархининг келишилган қисми бўлиб, сотишлар бўйича ҳамкор шу қисм пулни бутунлай ҳисоб-китоб қилиш кафолати сифатида келишилган муддатга, мазкур битим бошлангунга қадар туристик фирма ҳисобига ўтказиб беради. Тўлиқ ҳисоб-китоб қилиб бўлинганда депозит битим нархининг умумий тўлови ҳисобига киритилади. Битим бузилган ҳолларда депозит амалдаги меъёрлар асосида қайтарилади.

Хорижий туристик фирмалар билан ҳамкорлик амалиётида депозитнинг икки хил шакли амал қилади. Биринчиси - туристик хизматлар тўлови ҳисобига киритилadиган, йил давомида туристларга бериладиган депозитдир. Бундай депозит йил бошида киритилади. Унинг ҳажми шартнома тузадиган томонлар келишувига қараб аниқланади. Йил охирида у охириги операциялар тўлови сифати ҳисобланиши ёки кейинги йил учун янги депозит сифатида ўтказилиши мумкин.

Иккинчи депозит шакли ҳар бир маълум туристик хизматлар сотуви бўйича ҳисоб-китобларда, кўпинча туристик гуруҳларни қабул қилишда қўлланилади; бу ҳолда депозит ҳар бир келадиган гуруҳ учун белгиланган муддатларда ва белгиланган ҳажмларда киритилади.

Ҳамкорлар билан депозит шаклида ҳисоб-китоб қилишда туроператор доимий равишда турагентнинг жорий қарзлари киритилган депозит суммасидан ошиб кетмаслигини кузатиб бориши зарур.

Фаолият қобилияти. Бу тушунча остида туристик фирманинг тузилган битимдан келиб чиқадиган мажбурият ва ҳуқуқларини бажара олиш қобилияти тушунилади. Туристик фирма фаолият қобилияти қандайдир доимий кўрсаткичлар билан чекланиб қолмайди. Фирманинг кўп қиррали фаолияти, унинг мулки, бозордаги ҳолати, иш алоқалари орқали таснифланади. Фирманинг бу сифатларини баҳолашда бизнинг диққат марказимизда яхши жойда жойлашган ва жиҳозланган савдо бинолари мавжудлиги, реклама ҳажми ва сифати, транспорт ва меҳмонхона компаниялари билан алоқалари, миллий, регионал туристик ташкилотларга аъзолиги, персонал малакаси ва сони, контрагент тармоғи ва фирмада компьютер тизимлари мавжудлиги бўлиши лозим. Бу ҳали фирма фаолият қобилиятини билдирадиган кўрсаткичлар рўйхатининг ҳаммаси эмас. Шунинг қайд этиш лозимки, буларнинг ҳаммаси комплекс тарзда ва тез суръатларда кўриб чиқиши лозим. Натижада эса ўрганилаётган фирманинг иш сифатлари ҳақида обектив тасавурга эга бўлишимиз мумкин.

Туроператор турагентни диққат билан танлаши керак, унинг ишончилигига ишонч ҳосил қилганидан кейингина у билан агентлик битимини тузиш мумкин. Агентларни турмаҳсулот хусусиятларидан ва олдига қўйилган реализация масалаларидан келиб чиқиб танлайдилар.

Турагентларни танлашда эътиборга олинадиган омиллар:

- турларнинг предмет йўналиши;
- ҳуқуқ ва мажбуриятлар ҳажми;
- корхоналар гуруҳининг маълум ҳудуди мавжудлиги;
- потенциал туристлар гуруҳларининг ижтимоий-иқтисодий ва бошқа критерийлари;
- сотиш усуллари ва технологиясининг турличалиги;
- ўзаро ҳисоб-китоблар кўриниши;
- иш тажрибаси ва туризм соҳасидаги мавқеи (имиджи);
- мазкур фаолият кўриниши учун лицензиянинг мавжудлиги.

Таянч сўз ва иборалар: сотиш канали, сотишнинг ички каналлари, сотишнинг ташқи каналлари, хусусий сотишлар бюроси, анъанавий турмаҳсулотни сотиш, ноанъанавий турмаҳсулотни сотиш, улгуржи туристик фирмалар, чакана туристик фирмалар.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Турмаҳсулотни сотишнинг асосий каналларини санаб беринг.
2. Сотиш канали нима дегани? Туроператор турмаҳсулотини сотишнинг бозор каналлари кўринишларини санаб беринг.
3. Туристик маҳсулотни сотишнинг анъанавий ва ноанъанавий шакллари тушунтириб беринг.
4. Сотиш бўйича ҳамкорларни танлашда қайси асосий жиҳатларини ҳисобга олиш зарур?
5. Потенциал ҳамкорнинг фаолият қобилияти нима дегани ва уни баҳолаш усуллари қандай?
6. Турагентларни танлашда туроператорлар томонидан қандай омиллар эътиборга олинади?

XIV.Мавзу.Туристтик маҳсулотларни реклама қилиш

Режа:

- 14.1.Туризмда рекламанинг аҳамияти.
- 14.2.Реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлаш.
- 14.3.Реклама эълонлари учун тўловлар ва ҳаражатларни назорат қилиш.

14.1.Туризмда рекламанинг аҳамияти.

Туроператорлик йўналишидаги деярли барча фирмалар, албатта, реклама орқали ўз маҳсулотлари ҳақида истеъмолчиларга хабар бериш билан шуғулланишади. Бу туристтик маҳсулот ҳаракатининг зарур элементларидан биридир.

Реклама - бу турмаҳсулот ва истеъмолчи орасидаги билвосита алоқа шаклидир. Рекламада оммавий алоқа воситаларидан, айниқса, каталог, брошура, афиша каби нашр материалларидан фойдаланилади. Реклама мақсади - диққатни жалб этиш, қизиқиш уйғотиш, истеъмолчиларга маълумот етказиш ва уни маълум тартибда ҳаракат қилишга мажбур қилиш (масалан, турагент билан боғланиш, қўшимча маълумотлар сўраб олиш ва ҳоказо). Турмаҳсулот ишлаб чиқиш - бу ҳали ҳаммаси етарли дегани эмас, у ўз миқдорини топишлиги асосийсидир. Бунда ранг-баранг бўлган реклама катта рол ўйнайди.

Туризм индустриясида рекламанинг ажралиб турадиган томони унинг маҳсулоти хусусияти билан аниқланади ва қуйидагича мазмун касб этади:

- туристтик реклама, унинг ёрдамида олға сурилаётган ахборотлар тўғрилиги ва аниқлиги учун катта масъулиятга эга;
- анъанавий маҳсулотлардан фарқли равишда доимий сифат, таъм, фойдалиликка эга бўлмаган хизматлар рекламаси, маълумот етказиш ва тарғибот каби вазифаларнинг ривожланишига муҳтождир;

туристтик хизматлар хусусиятлари туристлар қизиқадиган объектларни нисбатан тўлароқ акс эттирадиган кўрсатма воситаларидан фойдаланиш заруриятини кўзда тутаяди, шунинг учун бу ерда, кўпинча, фотоматериаллар, суратлар, чиройли изоҳ маҳсулотларидан фойдаланилади;

- реклама туризмнинг доимий йўлдоши ҳисобланади ва одамларга нафақат саёҳатгача, балки саёҳат даврида ва ундан кейин ҳам хизмат қилади. Бу унга алоҳида масъулият юклайди ва бошқа маҳсулот ва хизматларга хос бўлмаган хусусиятларни беради.

Туризмда рекламанинг типик мақсадлари қуйидагилардир:

Ахборотлилик:

- Маҳсулот ҳақида маълумот бериш;
- Маҳсулот имиджини шакллантириш;
- Фирма имиджини шакллантириш;
- Фирма фаолияти тўғрисидаги тасавурларни шакллантириш.

Ишонтирувчи:

- Маҳсулотни сотиб олишга ундаш;
- Сотиларни амалга ошириш;
- Маҳсулотга муносабатни ўзгартириш;

- Рақобатнинг тескари таъсири.

Эслатувчи:

- Хабардорлик ва талабни қўллаб-қуватлаш;
- Имиджни тасдиқлаш.

Шу билан бирга реклама фаолияти тўғри олиб борилиши ва унга қўйиладиган қонуний талабларга қатъий мос келиши лозим.

Туроператор реклама фаолиятининг меъёрий асосини туризмда рекламани тартибга солиб турувчи қуйидаги қонунчилик ҳужжатлари ташкил қилади:

1. Ўзбекистон Республикасининг "Реклама тўғрисида"ги Қонуни маҳсулотлар, ишлар ва хизматлар бозорларида рекламани ишлаб чиқиш, жойлаштириш ва тарқатиш жараёнларида юзага келадиган муносабатларни тартибга солиб туради. Шу қонуннинг 3-бандида, Ўзбекистон Республикасининг реклама тўғрисидаги қонунчилиги ушбу Қонун ва шунга мувофиқ қабул қилинган бошқа қонунлардан ташкил топиши назарда тутилган. Рекламани ишлаб чиқиш, жойлаштириш ва тарқатиш жараёнларида юзага келадиган муносабатлар, шунингдек, Ўзбекистон Республикаси Президенти фармонлари ва ижроия ҳокимияти органларининг "Реклама тўғрисида"ги қонунга мувофиқ ишлаб чиқиладиган меъёрий-ҳуқуқий актлар ёрдамида тартибга солиб борилади.

2. Ўзбекистон Республикасининг Жиноят кодекси, "Ёлғон реклама" - бандида айтиладики, рекламада маҳсулотлар, иш ва хизматлар, шунингдек, уларни ишлаб чиқарувчилар ҳақида ғаразли мақсадларда ёлғон маълумотлардан фойдаланиш ва истеъмолчиларга зарар етказиш иш ҳақининг минимал миқдори ёки тўлиқ иш ҳақи миқдори ёки судланувчининг икки ойдан беш ойгача бошқа даромадлари миқдорида жарима тўлаш; ёхуд 80 соатдан 240 соатгача мажбурий меҳнат ёхуд 3 ойдан 6 ойгача қамоққа олиш ёки 2 йилгача озодликдан маҳрум қилиш билан жазоланади.

3. Ўзбекистон Республикасининг "Оммавий ахборот воситалари тўғрисида"ги Қонунида шундай дейилади: "ОАВда, реклама ахборотлари ва материалларига махсуслаштирилган сифатида рўйхатга олинмаган реклама тарқатиш ҳажми даврий босма нашрнинг алоҳида номери ҳажмининг 40 фоизидан; радио ва теледастурлар учун - 25 фоиздан ошмаслиги лозим. Таҳририят маълумот, таҳририят ва муаллифлик материаллари кўринишда жойлаштирилган реклама учун ҳақ олиш ҳуқуқига эга эмас".

4. Ўзбекистон Республикасининг "Маҳсулотлар ва хизматлар сертификацияси тўғрисида"ги Қонунида мажбурий сертификациядан ўтиши лозим бўлган, аммо мувофиқлик сертификатига эга бўлмаган маҳсулотларни реклама қилиш таъқиқланади.

Туроператор турлар сотиш билан боғлиқ каталоглар, реклама варақалари ва эълонлардаги маълумотларнинг тўғрилиги учун жавобгар ҳисобланади.

Турмаҳсулот рекламасининг мураккаблиги шундаки, у бир вақтнинг ўзида қатор турли хил жиҳатларни акс эттириши лозим:

- талабнинг бозор сегментлари бўйича таклифларнинг турли-туманлиги (масалан, ёш болалардан бошлаб, ўрта синф вакилларига қадар ва ВВП-туристлар учун);

- саёҳат ва сафарлар жойларининг фарқлари (масалан, анъанавий йўналишлар - Туркия, Кипр, Италия, Испания, Марокко, Бали, Кения ва ҳоказо каби янги йўналишлар);
- туризмнинг турли кўринишлари (спорт, тарихий, соғломлаштириш ва бошқалар).

Кўпинча, бир реклама ахборотида маҳсулотни ҳаракатлантирувчи ҳар учала ташкил қилувчини ҳам ҳисобга олиш талаб қилинади (йўналиш, сафарлар кўринишлари ва истеъмолчилар категориялари бўйича ажратилган таклифлар).

Бунда рекламанинг қуйидаги асосий принципларини ҳисобга олиш зарур:

- реклама қисқа бўлиши лозим, акс ҳолда у охиригача қабул қилинмайди;
- реклама мижозларга тушунарли бўлиши керак, чунки онгли қабул қилинган нарсалар одатда хотирада кўпроқ сақланиб қолади;
- ахборотнинг бошидаги ва охиридаги хабарлар ахборотнинг ўртасида келтириладиган маълумотларга қараганда яхши эсда қолади. Реклама ахбороти макети ва матнини тузишда асосий маълумот билан бошлаб, у билан тугатиш учун уни олдиндан ажратиб олиш лозим;
- маълумотлар одатий тушунчаларга, ишончлар, фикрларга зид бўлмаса, енгил қабул қилинади ва яхши эслаб қолинади;
- жамият ҳаётининг асосий тенденциялари руҳиятини ҳам ҳисобга олиш зарур. Бунинг учун аҳоли ичида ижтимоий сўровлар, яъни маркетинг тадқиқотларини ўтказиш керак. Фақат шу орқали мижозларга нима ёқишини билиб олиш мумкин.

Туристик фирмадаги реклама бўйича тактик қарорлар ўз ичига 3 блок саволларни олади:

- реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлаш;
- реклама эълонларига тўловлар ва харажатларни назорат қилиш;
- реклама мурожаатномаларининг чиқиш графиги.

14.2.Реклама воситалари ёки реклама ташувчиларни танлаш.

Бу ҳолда асосий вазифа нисбатан самарали ва тежамли реклама воситасини танлаш ҳисобланади. Бунда маълумот манбаасини изчил ўрганиш зарур, яъни истеъмолчилар танлаши мумкин бўлган мамлакат, минтақа, туристик марка ёки курорт ҳақидаги маълумотларни қаердан олиш мумкинлигини аниқлаш керак.

Реклама воситалари жуда ҳам турли-туман бўлиши мумкин. Туризм рекламаси кўпинча қуйидаги воситалардан фойдаланади: матбуот, телевидение, радио, видеороликлар, почта жўнатмалари, транспорт, сотиш жойларидаги реклама доскаси, ташқи ва сувенир рекламалари ва ҳоказо.

Реклама воситаларини ўрганиш ва танлаш аудитория, тираж, камраб олиш доираси, такрорланиш даражаси каби тушунчалар билан боғлиқ.

Аудитория - мазкур реклама ташувчиси реклама ахборотини етказадиган шахслар гуруҳи. Аудиторияни баҳолаш критерийси, масалан газета учун - маълум вақт оралиғида уни кўриши мумкин бўлган одамлар сони ҳисобланади.

Тираж - реклама ташувчиларнинг (газета, журнал, справочниклар ва ҳоказо) мунтазам чиқариладиган нусхалари миқдори.

Қамраб олиш доираси - маълум вақт оралиғида ушбу реклама ташувчиси билан муносабатда бўлган алоҳида одамлар ёки оилалар сонидир. Қамраб олиш доираси маълум туристик бозорни ташкил қилувчи барча одамлар ёки оилалар сонига нисбатан фоизларда ифодаланади. Телевидениени оладиган бўлсак, "қамраб олиш доираси" тушунчаси ТВ билан 4 ҳафта мобайнида муносабатда бўлган оилалар сонини билдиради.

Такрорланиш даражаси - маълум вақт оралиғида рекламани жойлаштиришнинг маълум графиги доирасида турли одамлар ва оилаларни қамраб олиш миқдори. Такрорланиш даражаси қанчалик юқори бўлса, шунчалик ўзоқ вақт давомида реклама қилинаётган турмаҳсулот хотирада сақланиб қолади.

Реклама воситаларини танлаш. Ҳар бир алоҳида ҳолатларда реклама ташувчилар самарадорлиги ва зарурияти аниқланади ва юқорида келтирилган тушунча ҳамда таърифлар асосида потенциал туристларга у ёки бу оммавий ахборот воситалари орқали реклама мурожаатлари чиқариш мақсадга мувофиқлиги кўриб чиқилади.

14.3.Реклама эълонлари учун тўловлар ва харажатларни назорат қилиш.

Реклама компанияси учун тўловларни амалга ошириш учун туристик фирмада қуйидаги кўрсаткичларни бирлаштириб турадиган харажатлар сметаси тузилади:

- реклама ассигнованиялари суммаси;
- реклама тадбирлари ҳажми;
- реклама воситалари ёки реклама ташувчиларда нашр қилиш учун тариф ставкалари (ёки нархлар).

Реклама нашрларининг нархлари ёки тарифлари ҳаракатчан ҳисобланади ва буюртма шартлари таъсирида сезиларли даражада арзон бўлиши мумкин. Бундай шароитларда реклама ташувчиларда реклама нашрлари учун нархлар ва тариф ставкаларини билиш ва улардан мохирона фойдаланиш туризм рекламаси билан шуғулланадиган ходимлар учун аҳамиятли талаб ҳисобланади.

Газеталарда реклама қийматини ҳисоблаш бирлиги қатор (ёки агат) ҳисобланади. Матбуотдаги турли тижорат рекламалари нархларини солиштирганда, уларни умумий маҳражга, яъни, "бир нусхадаги бир қатор учун" нархига келтирилади.

Тўлалигича молиялаштирилганда бир реклама берувчи дастурни сотиб олади ва фойдаланади. Навбат билан молиялаштиришда эса дастурни, харажатларни навбат билан кўтарадиган икки реклама берувчи сотиб олади. Ҳиссавий молиялаштиришда икки ёки бир неча реклама берувчи дастурни сотиб олишади ва дастурнинг алоҳида қисмларидан фойдаланишади. Телевидения бўйича реклама тарифлари кўрсатув вақти ва дастур мазмунига кўра турлича бўлиши мумкин. ТВдан фарқли равишда радиостанциялар сутканинг қайси вақтида реклама берилишидан қатъий назар ягона тариф бўйича ҳақ оладилар.

Нашрлар графиги оммавий ахборот воситаларида реклама эълонларининг чиқарилиш саналарини ва муддатларини кўзда тутди. Туризмда бу муддатлар туристик саёҳатларнинг равшан тасвирланган мавсумийлиги билан, шунингдек, туристик фирмаларнинг кейинги йил учун туристик саёҳатларни брон қилишнинг оммавий талабномаларини қабул қилишда кузги-қишки анъана билан мувофиқлашади.

Реклама эълонларини жойлаштириш частотаси ва муддатлари у ёки бу реклама ташувчилар хусусиятларига боғлиқ. Газета, радио ва телевиденияда берилган рекламалар мижозлар билан ўтқинчи реклама учрашувини юзага келтиради. Шу сабабли бундай учрашувларни нисбатан барқарор қилиш учун такрорланиб турувчи реклама эълонлари серияларини тайёрлаш зарурдир. Бу ҳолатлар маркетингнинг умумий вазифаларига мувофиқ ишлаб чиқиладиган нашрлар графигида ҳисобга олиниши лозим.

Рекламани жойлаштириш самарадорлигини қаттиқ назорат қилиш зарур. Бунга турфирма офисига келувчи мижозлар ва ташриф буюрувчилар орасида, фирма ва унинг турмахсулотлари ҳақидаги маълумотларни қаердан олганликлари тўғрисидаги сўровлар ўтказиш йўли билан эришиш мумкин. Рекламага қилинган ҳаражатлар реклама ташувчилари билан, сотилган турлар бўйича тушумлар солиштирилади ва шу асосда нисбатан самарали реклама воситалари аниқланади.

Таянч сўз ва иборалар: реклама, туризмда реклама, турфирма рекламаси, реклама воситалари, реклама ташувчилари, реклама нашрлари, турмахсулот рекламаси.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Туроператор маҳсулотини сотиш (ҳаракатлантириш) тизимида нималар киради?
2. Реклама ўзи нима дегани ва унинг мақсадлари қандай?
3. Турмахсулот рекламасининг мураккаблиги нимада?
4. Рекламанинг асосий принциплари қандай?
5. Реклама фаолиятининг меъёрий асоси ҳақида нимани биласиз?
6. Туроператор турларни сотиш бўйича ўз каталоглари, рекламаси ва эълонларидаги маълумотлар тўғрилиги учун жавобгарлик чоралари қандай?

XV.Мавзу. Туристтик маҳсулотларни сотилишида қизиқтириш ва тарғиб қилиш ишлари

Режа:

15.1.Истеъмолчиларни (туристларни) рағбатлантириш.

15.2.Чакана турагентларни рағбатлантириш.

15.3.Туризмни ташвиқот қилиш.

15.1.Истеъмолчиларни (туристларни) рағбатлантириш.

Истеъмолчиларни рағбатлантириш вазифалари орасида асосийлари қуйидагилардир: таклиф этилаётган турлар ёки алоҳида хизматларнинг нисбатан интенсив истеъмол қилинишини рағбатлантириш, туристларни улар аввал фойдаланмаган хизматларни сотиб олишга ундаш, рақобатчилар хизматларидан фойдаланаётганлар эътиборини туристик таклифга жалб қилиш.

Рағбатлантириш воситалари:

- туристик хизматлар ва сафарларни белгиланган муддатлардан олдин брон қилиш ҳолларида эълон қилинган нархлардан чегирмалар бериш. Бу усул кўп сонли харидорларни туристик сафарларни аввалдан нисбатан паст нархларда сотиб олиш имконияти билан қизиқтириш мақсадига эгадир;
- агар турист сафарнинг максимал ўзоқ муддатли турини сотиб олса, қўшимча 1-3 кун мобайнида бепул хизмат кўрсатишнинг таклиф этилиши. Масалан, турист 20 кун муддатли тур сотиб олса, унга қўшимча равишда яна 1 -3 кун бепул хизмат кўрсата олиши мумкин;
- комплекс хизмат кўрсатишга баъзи бепул қўшимча хизматларни қўшиш (масалан, диско-клубга, плажга кириш, мини-гольф, теннис кортларидан фойдаланиш);
- фирма томонидан матбуот, радио ва ТВда туризм саволлари бўйича викториналар ўтказиш ва ғолиб бепул туристик сафар кўринишида мукофот билан тақдирланади. Шундай йўл билан фирма қўшимча потенциал мижозлар сони диққатини ўзига жалб қилади;
- фирма томонидан ташкил қилинадиган тур бўйича саёҳат қилаётган туристларга бепул фирма сувенирларини (йўл сумкалари, ручкалар ва ҳоказолар) кенг миқёсда бериб чиқиш. Урғу туристлар назарида фирма мавқеининг оширилишига ва уларни ўз доимий мижозлари қаторига бирлаштиришга берилади;
- фирманинг доимий мижозларини меҳмонхоналарда нисбатан ҳашаматли номерларда, ресторанларда, шинам жойларда жойлаштириш, гуллар, мевали вазалар, нисбатан қиммат сувенирлар тақдим этиш, шунингдек, байрам муносабатлари билан табрикномалар юбориш, хизмат кўрсатишда алоҳида эътибор кўрсатиш;
- юбилей (1-, 10-, 100-, 1000-) харидорларининг тантанали маросимларини ўтказиш. Шу муносабат билан матбуот, ТВ ва радиода

ахборотлар бериб бориш. Юбиларларга қимматбаҳо совғалар тақдим этиш ёки уларга имтиёзлар бериш.

15.2. Чакана турагентларни рағбатлантириш.

Чакана туристик фирмаларни рағбатлантириш вазифаларига қуйидагилар киради: ўз савдо фаолиятлари объектлари таркибига янги туристик хизматларни киритганликлари учун уларни рағбатлантириш, рақобатчилар томонидан амалга оширилаётган рағбатлантириш чораларининг олдини олиш, чакана фирмаларда ҳамкорликка тарафдорликни шакллантириш, ўз таклифлари билан янги савдо нуқталарига чиқиш.

Рағбатлантириш воситалари:

- белгиланган квоталардан ортиқча сотилган туристик саёҳатлар учун ошиб боровчи коммиссионлар белгилаш;
- гуруҳли саёҳатларга сотишлар ҳажми ошган ҳолларда, айниқса, номавсум пайтларда эълон қилинган нархлардан чегирмалар бериш;
- сафар давомида туристик гуруҳни кузатиб борадиган чакана фирмалар ходимларига бепул хизмат кўрсатишни таклиф қилиш;
- чакана турагентликлар вакилларига вакиллик сувенир-совғаларини тақдим этиш;
- турлар сотилишининг имтиёзли шартларда амалга ошириладиган туристик биржаларини ўтказиш (биринчи қўл ҳуқуқи, табиийки, эълон қилинган нархларга нисбатан арзон тарифлар ва чегирмалар);
- потенциал ҳамкорлар орасида каталогларни тарқатиш;
- чакана туристик фирмалар ходимлари учун бепул ёки эълон қилинган нархлардан юқори даражадаги чегирмалар (75%) асосида таништирув (реклама-маълумот) сафарларини ташкил қилиш. Бундай сафарлар давомида реклама турлари қатнашчилари учун туризм индустрияси, туристик объектлар билан таништиришни ўз ичига оладиган дастурлар ташкил қилинади, махсус реклама-маълумот семинарлари ўтказилади.

Таништирув саёҳатлари ҳозирги туризм бозорида меъёр бўлиб қолган. Турагентлар учун таништирув саёҳатларини ташкил қилишнинг бир неча принципларини санаб ўтаемиз:

- бундай сафарлар гуруҳлар директорлари орасида эмас, балки бевосита турларни сотадиган менежерлар орасида (турагентликлар ходимларидан) шакллантирилади;
- одатда, бундай турларга ўзларини кўрсата олган ҳамкорлар таклиф қилинадилар;
- бундай сафарлар номавсум маҳали (мавсум бошланиши олдидан) ташкил қилинади;
- тур дастурига қабул қилишнинг моддий базаси ҳамда бошқа барча асосий ва қўшимча хизматлар билан танишув киритилади;
- бундай сафарларда стандарт гуруҳ одатда 15-20 кишини ташкил қилади;
- сафарнинг стандарт давомийлиги - 1 ҳафта;

- сафар қатнашчилари фақат авиачипталаргагина пул тўлайдилар (бундай турларни барча хизматлар бепул кўрсатиладиган рағбатлантирувчи турлар билан чалкаштириш керак эмас);
- таништирув сафарида қатнашган аниқ фирмалардаги сотиш натижаларини кузатиб бориш амалга оширилади.

Рағбатлантириш чоралари умумий маркетинг стратегияси ва нисбатан самарали воситаларни танлаш асосида режалаштирилади. Реклама фаолияти каби сотишни рағбатлантириш тадбирлари ҳам тақвимий муддатларда амалга оширилади. Бу муддатлар ҳам миллий, ҳам халқаро туризмда кейинги йилда йирик туристик воқеалар муддатлари билан мос келадиган туристик сафарларнинг фаол сотилиш даври бўлиши мумкин. Рағбатлантириш тадбирлари маълум ҳаражатлар билан боғлиқ бўлганлиги туфайли уларни амалга ошириш учун тегишли сметаларни тузишни талаб қилади. Ажратиладиган маблағ миқдори, кўпинча, фирманинг умумий обороти ёки даромадларидан фоизлар ҳисобида аниқланади. Бунда аввалги йиллар ҳаражатларини аниқлаш критерийси бўлиши мумкин.

Сотиш тадбирларини йўлга қўйиш билан бир қаторда унинг самарадорлигини ҳам ҳисоблаб бориш лозим. Бунинг учун туристлардан сўровлар усули, сотилган туристик хизматлар ҳажмининг ўтган йилги кўрсаткичлари билан солиштира таҳлили кабилардан фойдаланилади.

15.3.Туризмни ташвиқот қилиш.

Туристлик сафарларнинг сотилишини фаоллаштириш учун сотишни рағбатлантириш тадбирлари билан бир қаторда туристик ташвиқот ҳам бўлиши мумкин ва лозим. Ҳозирда бу фаолиятни ПР – паблик рилейшнз (публик релатионс) ёки паблисити (публи-китй), яъни жамоат фикрини шакллантириш деб аташади.

Ташвиқот туристик фирманинг мавжуд ёки потенциал мижозлари эшитиши, кўриши ва ўқиши мумкин бўлган барча маълумот тарқатиш воситаларида жой ва вақтнинг пул тўланадиган эмас, балки тахририят орқали фойдаланишини ўз ичига олади. Бундан ташқари ташвиқот – бу яна хизмат кўрсатиш ва туристик корхонанинг ижобий образини яратадиган оммавий тадбирларни ташкил қилиш ва унда қатнашиш ҳам демакдир.

Туристлик ташвиқот манфаатдор мамлакатлар, регионлар, туристик марказларга туристик сафарларни оммалаштириш, туристик фирма, корхоналар мавқеини ошириш учун қўлланилади. Фаолиятнинг бу кўриниши жамиятда турфирма ва унинг фаолият йўналишлари ҳақида тушунча ҳосил қилишни, туристик имиджни шакллантиришни ўз олдига мақсад қилиб қўяди. Шу билан бирга фирманинг яхши номга эга бўлиши таъминлаш вазифаси ҳам қўйилади. Бу вазифани ҳал этиш учун бир неча воситалардан фойдаланилади:

Билиш – ҳодисавий характеридаги маълумотларни жойлаштириш ва туристик хизматлар ва туристик объектларга китобхонлар эътиборини жалб қилиш учун матбуот билан муносабатларни ўрнатиш ва қўллаб туриш. Матбуот билан муносабатлар туризм масалаларини ёритадиган журналистларни таклиф қилиш, танланган йўналиш бўйича фирма ҳисобидан сафарлар уюштириш,

турли қабуллар, семинарлар, матбуот конференцияларига таклиф қилиш орқали ўрнатилади.

Умумфирма коммуникацияси –жамоатчиликнинг фирма хусусиятлари билан нисбатан чуқурроқ тушунишини таъминлашга қаратилган фаолиятдир. Бундай коммуникацияга фирманинг хайрия тадбирларида, жамоат жамғармаларида қатнашиши, шунингдек, ҳомийлик қилиши мисол бўла олади.

Маҳсулот ташвиқоти – маълум туристик хизмат, дастур, йўналишларни оммалаштириш бўйича турли кўринишларни бирлаштиришга қаратилган фаолиятдир. Бундай ташвиқотга туризм, фирма кунларини; «Туризм ва спорт», «Туризм ва экология» каби ташвиқот компанияларини ўтказиш киради.

Лоббизм – жорий фаолиятнинг расмий органлар келишиши лозим бўлган масалаларини ҳал этиш, қандайдир қонуннинг қабул қилиниши ёки унинг бекор қилинишига эришиш мақсадида қонун чиқарувчи, ҳукумат ва расмий мансабдорлар билан ишлаш.

Маслаҳат бериш – расмий органларга туризмнинг жамиятдаги аҳамияти ва туристик фирма фаолияти масалалари бўйича тавсиялар бериш.

Ташвиқот (ПР) жамият хабардорлигини сезиларли даражада оширади ва рекламага нисбатан анча арзонга тушади, чунки маълумот тарқатиш воситаларида на жой, на вақт учун ҳақ тўланмайди.

Муваффақиятли танланган туризм мавзуси бевосита туризм бўйича мутахассис бўлмаган журналистларнинг кенг доирасини қизиқтириб қўйиши мумкин. Туризм мавзусидаги маълумотлар иқтисодиёт, ижтимоий муаммолар, саноат, спорт, атроф-муҳитни ёритадиган рубрикалар остида ҳам ўз ўрнини топиши мумкин.

Маълумотга қўйиладиган талаблар. Биринчи талаб – вақт омилини ҳисобга олиш. Маълумот ҳодисаларни огоҳлантириб туриши лозим. Ҳар ойда чиқадиган журналлар учун қандайдир ҳодиса ҳақидаги репортаж нашрдан камида уч ой олдин тайёрлаб қўйилган бўлиши лозим. Иккинчи талаб – материални бериш кўриниши шу нашр эгаллайдиган жойга мос келиши керак. Айнан бир хил материал кимга мўлжалланганлигига қараб турли кўринишларга эга бўлади.

Туристтик маҳсулот ташвиқоти учун маълумот беришнинг асосий кўринишлари интервью ва шарҳ ҳисобланади.

Туристтик тадбирлар ўз характериға кўра турли-туман бўлиши мумкин:

- у ёки бу спорт курорти ёки маълум мавзуга диққатни жалб қилиш учун стенд, витриналарни ўрнатиш имконини берадиган намоиш кунлари ва ҳафталари (пресс-конференциялар, кўргазмалар, конференциялар, турли намоишлар, тақдирот маросимлари ва бошқалар);
- бир ёки икки ҳафта ичида кутилиши мумкин бўлган, қандайдир ҳодиса ёки меҳмонхоналарга эътиборни жалб қилиш учун ўтказиладиган гастрономик тадбирлар;
- савдо кунлари ва ҳафталари. Улар туристик намоишлар муносабати билан ташкил қилинади;
- кўп сонли истеъмолчилар эътиборини жалб қилишга қаратилган йирик уюшмалар томонидан ёки йирик туроператорлар ташаббуси билан

ўтказиладиган конкурслар. Улар ҳам матбуот кўмагида ёки матбуот кўмагисиз ўтказилиши мумкин;

- спорт-томоша тадбирлари – чемпионатлар ўтказиш, кубокларни топшириш, мураккаб бўлмаган байрам мусобақаларини ташкил қилиш. Бундай туристик тадбирларда қатнашчиларни меҳмон қилиш амалиёти қўлланилади (фуршет, кўчма буфетлар ва ҳоказо).

Бундай тадбирларни ташкил қилишда унинг статик ва динамик намоиш воситалари (суратлар, афишалар, витриналар, филмлар, слайдларни кўрсатиш) билан безатилиши қата аҳамиятга эга. Бу ерда туристик корхона савдо белгисининг таниқлилиги муҳим рол ўйнайди.

Маълумот сафарлари. Журналистларнинг маълумот сафарлари амалиёти бутун дунёда қўлланилади. Сафардан мақсад – газета ва журналларда, психологик таъсири бевосита рекламага нисбатан анча кучли бўладиган мақолалар чоп этиш учун маълумот материалларини олишдан иборат. Бу таасурот нисбатан тўлиқ ва манфаатли, таннархи эса реклама харажатларига нисбатан кам бўлади.

Журналистлар сафарларини ташкил қилиш саёҳатлар бўйича агентнинг ташриф буюришидан ёки уни кутиб олишдан фарқ қилади. Агентлар ташрифи журналистлар сафарларидан муҳимроқ бўлиши мумкин, чунки уларнинг мақсадлари янги бозорни ўзлаштириш компаниясидан олдин турмахсулот сотилиши учун барча нарсаларни тайёрлаб қўйишдир. Маълумот сафарларига нафақат манфаатдор журналистлар, балки тадбир янада қизиқарлироқ бўлиши учун таниқли шахслар ҳам киритилиши мумкин.

Сафарларга журналистларнинг қата гуруҳини таклиф этиш (бир мақсадга эга бўлган ягона гуруҳ шаклланган ҳолларидан ташқари, яъни, масалан курорт очилиш маросими кутилаётганда) мақсадга мувофиқ эмас. Журналистлар одатдаги туристик гуруҳга қўшилиши ва йўналиш бўйича индивидуал сафарга чиқишлари мумкин. Сафарларни ташкил қилишда қуйидагилардан эҳтиёт бўлиш керак:

- ҳаддан ортиқ тўйинтирилган дастурларни таклиф қилишдан. Дам олиш, сайр қилиш ва сотиб олиш учун бўш вақт қолдириш зарур;
- нутқларнинг, айниқса, хорижий тиллардагиларининг баланд парвозлигидан;
- сафарга қизиқмаган, яхши билимга эга бўлмаган ёки чиқишимли бўлмаган журналистларни таклиф қилмаслик;
- вақтдан самарасиз фойдаланишдан;
- қабул қилувчи томонда таклиф қилинган журналистлар ҳақида маълумот йўқлиги.

Матбуотда ўз фаолияти ҳақида мақола босилишини кутадиган ҳар қандай ташкилот бу мақоланинг ўқувчиларда қизиқиш уйғотишини олдиндан кўра билиши ва брошуралар, буклет ва каталоглар мавжудлиги ҳақида аввалдан қайғуриши лозим.

Таянч сўз ва иборалар: рағбатлантириш, рағбатлантириш воситалари, чакана турагентларни рағбатлантириш, туристик ташвиқот, маҳсулот ташвиқоти, маълумот сафарлари.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Истеъмолчиларга турмахсулот сотишни рағбатлантиришнинг вазифалари ва чоралари қандай?
2. Чакана турагентликларга турмахсулот сотишни рағбатлантириш вазифалари ва чоралари ҳақида маълумот беринг.
3. Туризмда ташвиқот воситаларини санаб беринг.
4. Туризм фаолиятининг нашр орқали ёритилиши қандай ташкил қилинади?
5. Матбуот учун маълумотларга қўйиладиган талаблар қандай?
6. Туризм фаолиятини ташвиқот қилиш мақсадларида ташкил қилинадиган туристик тадбирлар кўринишларини санаб беринг.

XVI.Мавзу. Хизмат етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш

Режа:

- 16.1.Шартнома режаси. Хизматлар етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш.
- 16.2.Меҳмонхона хўжалиги ва овқатлантириш ташкилотлар билан шартнома тузиш.
- 16.3.Автотранспорт ташкилотлар ва авиакомпания билан шартнома.
- 16.4.Темир йўл ва экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома тузиш.

16.1.Шартнома режаси. Хизматлар етказиб берувчилар билан ҳамкорлик ва шартномалар тузиш.

Янги жойларга турлар ташкил қилиш қарорини қабул қилишдан олдин туристик фирмалар маркетинг изланишларини олиб боришлари лозим. Мижозлар эҳтиёжлари, қизиқишларини, талаб тенденциясини аниқлаш зарур. Бу истеъмолчи талабларини нисбатан тўлиқроқ қондирадиган турпакетни шакллантиришга ёрдам беради. Бу изланишлар яна турларни тўғри режалаштиришни тўғри олиб бориш ва хизматлар етказиб берувчилар билан шартнома компанияларини олиб боришга ёрдам беради.

Тайёргарлик ишлари янги йўналиш, янги дастур бўйича ёки янги мамлакатга биринчи туристлар жўнатилишидан икки йил олдин ва ундан кўпроқ ҳам олдин бошланади.

Хизматлар етказиб берувчи ҳамкорлар билан муносабатлар шартнома кўринишида расмийлаштирилади. Ҳар бир фаолият йилида шартнома компаниялари ўтказилиб, унда шартномалар имзоланади. Шартнома компанияси олдидан қуйидаги бўлимларни ўз ичига олувчи шартнома режаси тузилади:

- ҳамкор номи;
- шартноманинг асосий предмети;
- шартноманинг амал қилиш муддати;
- шартномаларни тузиш муддатлари;
- алоҳида маиумотлар.

Бу режа реал тасвирга - саёҳат жараёнида хизматлар билан таъминлаш бўйича туристик фирма ходимларининг фаолият схемасини тузишга имкон беради. Шартнома режаси таркиби саёҳат кўриниши ва кўрсатиладиган хизматларга боғлиқ. Бир неча тур кўринишлари бўлса, дастлаб ҳар бир тур бўйича кичик режалар тузилади, кейин шартномалар тузиш муддатлари ёки географик принциплар бўйича ҳамкорлар гуруҳланидиган умумий режа тузилади. Шартнома режасини тузишдан олдин тахминий ҳамкорларни аниқ тасаввур қила олишимиз, шунингдек музокаралар чоғида шартнома тузишга ҳам тайёр бўлишимиз лозим.

Туристтик фирмалар шартнома компаниясини истиқболини ишлаб чиқишда туристтик-меҳмонхона йўналишидаги маълумот справочникларидан кенг фойдаланадилар. Халқаро туристтик ташкилотлар томонидан чоп этиладиган туристтик агентликлар, меҳмонхона-ресторан бизнеси справочниклари туристларга кўрсатиладиган дам олиш ва саёҳатни ташкил қилиш, жойлаштириш ва меҳмонхона хизматлари тўғрисидаги маълумотларни ўз ичига олади. Шунингдек, мунтазам равишда чоп этиладиган миллий, маҳаллий ва корпоратив справочниклар ҳам худди шундай маълумотларни ўз ичига олади. Йўл кўрсаткичлар, йўналишлар, тарихий объектлар справочниклари, маҳаллий саналар календарлари, яъни хизмат кўрсатиш дастурлари ва турларни тузишда фойдаланадиган ҳамма нарсалар туроператорлар янги йўналишини ишлаб чиқишда ва шартнома режасини тузишда қўлланадиган адабиётлар ҳисобланади.

Хизмат етказиб берувчилар билан шартнома имзолашдан аввал музокаралар олиб борилади. Уларни шундай ўтказиш керакки, натижада, кутилган, зарур бўлган, яхши, сифатли, керакли миқдордаги ва кутилган нархлардаги турмаҳсулотга эга бўлайлик.

Ҳамкорлар билан музокараларга батафсил тайёргарлик кўриш керак. Қуйидагиларни таҳлил қилишимиз лозим:

1. *Музокара шароитлари* - ҳамкордан сизга айнан нима керак? Қандай ҳажмда? Қайси даврга? Ҳамкордан сиз қўшимча равишда нимани хоҳлайсиз? Ундаги, бозордаги маҳсулот ва хизматлар нархи даражаси қандай? Талаблар ажратиладими ёки йўқ?

Масалан, аввалдан буюртма қилинган ёки тасдиқланган мавжуд график бўйича йил давомида, ҳар ҳафта, мунтазам равишда 4 кунга келадиган туристлар гуруҳини (30 киши) жойлаштириш лозим. Жойлаштириш, транспорт, спорт ва кўнгил очиш хизматлари зарур бўлади. Нарх ўртача бозор нархидан улгуржи сотиб олишга бериладиган 10% чегирма олиб ташланганига тенг бўлиши керак. Туристтик класс учун хизмат кўрсатиш ва жойлаштириш даражаси ажратилмайди. Туристлар гуруҳи таркиби ўрта синф категорияси туристлари.

2. *Мумкин бўлган қарорларни амалга ошириш йўллари* - Ким нимани ва қайси муддатларда бажараётганини аниқ билиш зарур. Қандай қилиб қарор қилишнинг бир босқичи бошқасига ўтади? Шартнома тузиш воситалари қандай тайёргарлик босқичида турибди? Шартнома лойиҳаси ва туристларнинг келиш графикларини ким тайёрлайди? Қўшимча хизматлар бўйича масалалар қандай келишилади? Уларни шартномага дарҳол қўшиш керакми ёки йўқми? Шартлар шартнома матнига қўшилади, музокаралар давомида эса улар ё қолдирилади ёки олиб ташланади.

3. *Музокаралар бўйича сизнинг ҳамкорингиз «Портрети»* - ҳамкор мақсадлари сизнинг мақсадларингиздан қанчалик фарқ қилади? Ҳамкор стратегияси қандай параметрларга (муддатлар, хизмат кўрсатиш даражаси, хизматлар тўплами) асосланади?

Ушбу тавсияномаларни қўллаб туриб, музокаралар бошланишидан аввал уни олиб бориш режасини тузиб олиш лозим. Бу сизнинг заиф томонларингизни аниқлаш ва қўшимча ечимларни топишга ёрдам беради.

Музокараларни олиб бориш режаси сизга ҳамкорлар муносабатини олдиндан билиш имконини беради ва олдиндан алтернатив таклиф ва қарорлар тайёрлашга ёрдам беради.

Исталган музокараларда нафақат стратегик ёндашув, балки психологик тайёргарлик ҳам зарур бўлади. Сиз музокараларга тайёрланиш ва натижада, туристларга хизмат кўрсатишда хизмат етказиб берувчилар билан шартнома тузилди. Стратегик режа тайёр. Аммо сиз психологик томондан бунга тайёرمىсиз? Кўпинча, музокаралар нотўғри мурожаат оқибатида бузилади. Бунинг олдини олиш мақсадида мутахассислар музокараларни олиб бориш ва мулоқот уюштиришда психологик қоидаларини ишлаб чиқдилар.

Туроператорлар ўртасидаги шартномалар. Меҳмонхоналар, авиалиниялар ва бошқа хизматлар етказиб берувчилар билан музокаралар жараёнида бориладиган жой, гуруҳлардаги туристлар сони ва уларнинг келиш саналари белгиланганидан кейин шартнома ва битимларни имзолаш босқичи келади.

Шартнома томонларининг мажбурияти ва масъулиятларини тартибга солиш учун зарур. Хусусан меҳмонхоналарда сотилмаган жойлар, самолётда бўш жойлар қолганда ёки чартер авиарейслар бекор қилинганда ҳар бир ҳолат учун жарима, санкцияларни кўзда тутиш учун зарур бўлади.

Туроператорнинг тўғри ташкил қилинган шартнома иши унинг турли хизматлар етказиб берувчилар фаолиятига боғлиқ бўлмасликка ёрдам беради. Йирик туроператорлар, одатда, меҳмонхоналар билан, арзонлаштирилган нархларда маълум жойлар сонига ёки меҳмонхонанинг тўлиқ бандлигини таъминлаш учун узок муддатли шартнома тузадилар. Бунда туроператор учун хавф ҳам мавжуд - барча турлари сотилмаган ҳолларда бўш жойлар учун ўз ҳисобидан пул тўлашга мажбур.

Унча катта бўлмаган ёки махсуслашган туроператорлар аҳамиятли, мустақил, инклюзив турларни сота туриб, меҳмонхоналар билан эркин сотиш ҳақида битимга эга бўлиши мумкин ва бунда меҳмонхоналар туристларнинг максимал сони учун жойлаштиришни кафолатлашга рози бўладилар. Бундай битимлар унча катта бўлмаган туристик дастурлар учун фойдали бўлиши мумкин, аммо улар сезиларли камчиликка эга, чунки меҳмонхоналар эгалари баъзида маълум санада меҳмонхонани ёпиш ҳукуқини ўзларида сақлаб қоладилар.

Туризмда шартномавий ўзаро муносабатлар халқаро ва миллий фоқаролик ҳукуқ меъёрлари билан тартибга солинади.

Халқаро даражада бундай муносабатлар қуйидаги асосий ҳужжатлар билан тартибга солинади:

- туристик агентликлар уюшмаларининг Бутунжаҳон Федерацияси Бош ассамблеяси томонидан 1970 йил 22 октябрда саёҳатлар учун шартнома бўйича Халқаро конвенцияси;
- Европа хавфсизлик ва ҳамкорлик давлатларининг 1994 йил Венадаги учрашувида қабул қилинган Туристлар шартномалари ва уларни алмаштириш бўйича Низоми;
- 1929 йил 12 октябрда қабул қилинган, 1955 йил ва 1975 йилларда ўзгартириш ва қўшимчалар киритилган халқаро ҳаво ташувларининг

асосий қоидаларини унификация қилиш тўғрисидаги битим (Варшава конвенцияси);

- 1967йил Брюсселда қабул қилинган йўловчилар ва юкларнинг халқаро автомобил ташувлари бўйича Женева конвенцияси;
- 1996 йил 29 октябрда МДХ давлатлари - қатнашчилари Парламентлараро ассамблеяси томонидан қабул қилинган "МДХ давлатлари - қатнашчиларининг туризм соҳасидаги ҳамкорликларининг асосий принциплари ҳақида" ва бошқалар.

Туризм соҳасидаги шартнома муносабатлари миллий даражада қуйидаги меъёрий-ҳуқуқий актлар орқали тартибга солинади:

1. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 02.09.2002 й. 310-сонли "Ўзбекистон Республикасида халқаро туризм ва меҳмонхона бизнесини ривожлантиришнинг чора-тадбирлари тўғрисида"ги Қарори;

2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 27.06.2002 й ПФ-3099-сонли "Ўзбекистон Республикасида нақд хорижий валюталар муомаласини тартибга солиш тўғрисида"ги Фармони;

3. Марказий банк бошқарувининг 10.05.2002 й. 504-1-сонли "Йўл чекларини бериш ва ундан фойдаланиш тартиби тўғрисидаги Низомига ўзгартиришлар киритиш ҳақида"ги Қарори (АВ 21.05.2002 й. рўйхатга олинган 1115-1 -сон);

4.Марказий банк бошқарувининг 10.05.2002 й. 505-1-сонли " Айирбошлаш пункти ҳақидаги Низомга ўзгартиришлар киритиш тўғрисида"ги Қарори (АВ 21.05.2002 й. рўйхатга олинган 1114-1-сон);

5.Туристик хизматларни сертификациялаш тартиби (Ўзбекистон Республикаси сертификациялаш миллий стандартлари) (Ўздавстандарт томонидан тасдиқланган, АВда 18.03.2000й. рўйхатга олинган 911-сон);

6. Туристик гуруҳларни хорижга юборишнинг вақтинчалик тартиби (АВда 07.03.2000 й. 908-сон билан рўйхатга олинган, Ўзбектуризм томонидан 04.02.2000 й. 22Ғ217-П-сон билан. ТИВ, МХХ, ИИВ томонидан 10.02.2000 й., ДЧККтомонидан 09.02.2000 й тасдиқланган);

7. Ўзбекистон Республикасининг 20.08.1999й. 830-1-сонли «Туризм тўғрисида»ги Қонуни;

8. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 15.04.1999й. ПФ-2286-сонли "Ўзбекистонда 2005 йилгача даврда туризмни ривожлантириш давлат дастури тўғрисида"ги Қонуни;

9. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 08.08.1998 й. 346-сонли "Туристик ташкилотлар фаолиятини ташкил қилишни такомиллаштириш тўғрисида"ги Қарори;

10. Ўзбекистон Республикасида меҳмонхона хизматларини кўрсатиш қоидалари (АВда 12.01.1998 й. рўйхатга олинган 389-сон, Коммунал хизмат кўрсатиш Вазирлиги томонидан 22.12.1997й тасдиқланган);

11. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 20.10.1992 й. 484-сонли "Ўзбектуризм" Миллий компанияси фаолиятини ташкил қилиш масалалари тўғрисида"ги Қарори.

Рецептив туроператорга хизматлар еиказиб берувчилар билан шартнома. Хизматлар етказиб берувчилар билан шартномалар туристларга

хизмат кўрсатиш ва ҳамкорлар билан ўзаро муносабатлар масалалари киритилган услубий шартномалар асосида тузилади.

Тур йўналишида туристларга хизмат кўрсатиш бўйича хизматлар етказиб берувчи ҳамкорлар билан бўладиган барча ўзаро муносабатлар ёзма шартномалар тузиш орқали расмийлаштирилади. Улар олди-сотди шартномасининг услубий шаклига, ёки комиссия шартномасига, ёхуд айирбошлаш шартномаси (туристик гуруҳларнинг валютасиз айирбошланиши) шаклида бўлиши мумкин.

Хизматлар етказиб берувчилар билан шартномаларнинг асосий мазмуни услубий шартнома мазмунига ўхшашдир: шартнома предмети, асосий шартлар, хизматлар етказиб берувчиларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари, туроператорнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари, томонлар жавобгарликлари, форс-мажор ҳолатлари, ҳамкорларнинг ҳуқуқий манзиллари ва реквизитлари.

Шартнома томонлар орасида тегишли шаклда, барча мавжуд шартлар бўйича келишувга эришилган ҳолда тузилади. Мавжуд шартлар деганда қонунчилик томонидан тан олинган ёки шу фаолият учун зарур бўлган шартнома предмети тўғрисидаги шартлар, шунингдек, томонлардан бирининг аризаси бўйича келишувга эришиш лозим бўлган шартлар тушунилади.. Шундай қилиб, томонлар ўз хоҳишларига кўра шартнома шартларини ўрнатиш ҳуқуқига эгалар, чунки ҳар бир ҳолатнинг туристларга хизмат кўрсатиш хусусиятлари ва келишиладиган томонларнинг ўзаро муносабатларига боғлиқ бўлган ўзига хослиги мавжуддир. Бунга фақат тегишли шартлар мазмуни қонунчилик томонидан таъқиқланган ҳолларгина кирмаслиги мумкин.

16.2.Меҳмонхона хўжалиги ва овқатлантириш ташкилотлар билан шартнома тузиш.

Халқаро меҳмонхона хизматлари билан туроператорлар ва турагентлар ўзаро муносабатларини тартибга соладиган битим ва ҳужжатлар бизга маълум ва кенг қўлланилиб келинмоқда. Улардан биттаси - 1970 йилда Халқаро меҳмонхоналар уюшмаси ва Туристик агентликлар уюшмаларининг Бутунжаҳон Федерацияси раҳбарлигида ишлаб чиқилган меҳмонхона конвенциясидир. Конвенция шартнома тузадиган томонлар мажбуриятларини, унинг амал қилиш соҳаларини, меҳмонхона шартномалари турларини, уларни тузишнинг алоҳида ва умумий қоидаларини, комиссиялар даражаси ва тўловлар тартибини, шунингдек, шартномаларни бекор қилиш шартларини аниқлайди. 1979 йил Меҳмонхона конвенциясига қатор ўзгаришлар киритилди ва у "Халқаро меҳмонхона конвенцияси" номини олади, 1993 йилдан бошлаб меҳмонхоналар ва турагентликлар муносабатлари кодексига айланди ва меҳмонхона шартномаларини тузишда фойдаланилмоқда.

Кодекс меҳмонхона корхоналарига категорияси ва меҳмонхона жойлашуви, шунингдек, кўрсатиладиган хизматлар сифати бўйича аниқ маълумотлар бериш мажбуриятини юклайди. Унда турагент ўз мижозларига комиссия шартномалари бўйича белгиланган нархлардан баланд ҳамда белгилаш ҳуқуқига эга эмаслиги қайд этилади. Бу меҳмонхоналар билан худди шу шартлар асосида ишлайдиган туроператорларга ҳам тегишлидир. Бунда на

турагент, на туроператор ва на меҳмонхона шартномада келишилган нархларни ошкор қилишга ҳақли эмас.

Туристик бизнес ва меҳмонхона корхоналарининг ўзаро муносабатларини тартибга соладиган ҳужжатлар Халқаро меҳмонхоналар уюшмаси Кенгаши (02.11.81 й.) томонидан маъқулланган Халқаро меҳмонхона қоидалари ва 1989 й. БТТнинг регионал комиссиялари томонидан маъқулланган классификацион стандартлар асосидаги Меҳмонхона классификациялари критерийларининг ҳудудлараро уйғунлашуви ҳужжати ҳисобланади.

Бу ҳужжатлар тавсия характериға эға бўлсада ва мажбурий ҳисобланмасада, улар таркибида туризмда меҳмонхона бизнеси ва агентлик-операторлик бизнеси орасидаги ўзаро муносабатларининг халқаро амалиётиға мустаҳкам кириб олган кўплаб низомлар мавжудир.

Ўзбекистон ҳудудида турлар ташкил қилишда ва маҳаллий меҳмонхона корхоналари билан ўзаро муносабатларда Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 22.11.97 й. 389-сонли Қарори билан тасдиқланган Ўзбекистон Республикасида меҳмонхона хизматларини кўрсатиш Қоидаларидан ҳам фойдаланиш лозим.

Меҳмонхона хизматларини кўрсатувчи корхоналар билан ўзаро муносабатлар асосан қуйидаги битимлар билан аниқланади:

- **30-80% бандликни таъминлаш кафолати билан жойлар квотаси ҳақида шартнома.** Бундай шартнома бўйича туристик фирма меҳмонхонадан шартномада келишилган давр мобайнида туристлар билан тўлдириши лозим бўлган белгиланган миқдорда жойларни олади. Бунда у ажратилган жойлар квотасининг 30-80% миқдорида тўлов амалға оширишни кафолатлайди, ҳатто, бу жойлардан фойдаланилмаса ҳам. Фирма квотанинг қолган қисмини белгиланган муддатларда бекор қилиш ҳуқуқиға эға. Фирма бу шартнома бўйича меҳмонхона жойларига одатдаги тарифларға нисбатан паст нархлами олади.

- **Бандликни таъминлаш кафолатисиз жойлар квотаси ҳақида шартнома.** Бу шартнома бўйича фирма унга ажратилган жойлар квотасини тўлдиришға ҳеч қандай кафолат бермайди. Фирма меҳмонхона билан одатдаги тарифлар бўйича ҳисоб-китоб қилади.

- **Тўлиқ тўловларни амалға ошириш билан жойларни қатъий сотиб олиш ҳақида шартнома.** Бундай шартнома бўйича фирма меҳмонхонаға ажратилган жойлар квотаси бўйича, уларнинг тўлиш-тўлмаслигидан қатъий назар, тўловлар тўлиқ амалға оширилишини кафолатлайди. Бундай шароитларда фирма меҳмонхонаға жойлаштириш нархларини одатдаги нархларға нисбатан тушириш учун савдолашади.

- **Жорий брон қилиш ҳақида шартнома.** Бу туристик фирмалар учун нисбатан одатий шартнома ҳисобланади, айниқса, индивидуал туризм билан шуғулланадиганлар учун. Шартнома бўйича фирма меҳмонхонадан ҳеч қандай жойлар квотасини олмайди. Мижозлар мурожаат қилганларида у меҳмонхонаға брон қилиш учун талабнома юборади ва ундан тасдиқланганлиги тўғрисида маълумот олганидан кейингина меҳмонхона хизматларини сотишни амалға оширади. Бундай шартномаларда одатдаги меҳмонхона тарифлари амал қилади.

Исталган вариантда ҳам қуйидаги шартларни кўзда тутиш (келишиб олиш) керак:

- номерлар нархи ва брон қилиш;
- номерлар турлари ва уларнинг зарур миқдори;
- хизмат кўрсатиш (мавсум) давомийлиги;
- бўш даврлар;
- туристларнинг кетиш графиклари;
- бир марта хизмат кўрсатиш давомийлиги ва муддатлари;
- кўрсатиладиган хизматлар тўплами;
- овқатлантиришни ташкил қилиш шакли ва миқдорини меҳмонхона ресторанида овқатлантириш вариантлари;
- туристларга овқатлантириш хизматини кўрсатиш вақти;
- дам олишда махсус қулайликлар (масалан, ногиронлар, фахрийлар учун ваҳ.к.);
- персоналлар гапириши керак бўлган тиллар;
- туристлар келишини тасдиқлаш муддатлари (брон қилиш);
- жарима санкцияларини эълон қилмасдан келишларни бекор қилиш муддатлари;
- бекор қилиш ўлчами ва муддатлари бўйича жарима санкциялари;
- кўп миқдордаги келишлар ва доимий бандлик учун чегирмалар;
- миқдор жиҳатдан кам келиш, келишларнинг узилиши, меҳмонларни жойлаштиришдан бош тортиш учун моддий жавобгарликлар;
- бошқа специфик масалалар (масалан, меҳмонхонада сауна, билирддан фойдаланиш номер нархига кирадими ёки йўқ, бассейннинг иш вақти ва бошқалар).

Бундан ташқари, хизматлар етказиб берувчи ҳамкор бераётган кафолатларга ҳам эътибор бериш лозим. Хизматлар етказиб берувчилар билан муносабатларда (шартномада) нархларнинг тескари ошиши имконсизлиги ҳақидаги шартни (нархларни фақат сотилмаган хизматларгагина ошириш мумкин) кўриб чиқиш керак ва бу шартнинг бажарилиши механизми ишлаб чиқиш лозим.

Овқатлантириш корхонаси билан шартнома. Бундай шартномалар алоҳида овқатлантириш корхоналари билан тўзилади, агар овқатлантириш туристларни жойлаштириш воситаларидан ташқарида амалга оширилса ва меҳмонхона корхоналари билан шартномаларга киритилмаган бўлса. Бу йўналишли, тематик турларда бўлиши мумкин.

Бундай шартномаларда қуйидагилар акс эттирилиши лозим:

- бир вақтнинг ўзида хизмат кўрсатиладиган туристлар сони;
- буюртмаларнинг ўлчами ва мунтазамлиги;
- овқатлантириш кўриниши (швед столи, хизмат кўрсатиш ва);
- таомномаларнинг тахминий вариантлари;
- турли овқатлантириш рационларига тахминий нархлар;
- кўп сонли мижозлар ёки мижозлар билан доимий таъминланганлик учун чегирмалар;
- овқатлантириш учун буюртмалар бериш муддатлари;

- жарима санкцияларисиз буюртмаларни бекор қилишнинг охириги муддатлари;
- у ёки бу томон айби билан овқатлантиришдаги узилишлар учун муддатлари белгиланган моддий жавобгарлик.

16.3.Автотранспорт корхоналари ва авиакомпания билан шартномалар.

Туристларни автотранспорт ёрдамида ташишни ташкил қилишнинг ўзаро Халқаро муносабатлари 1982 йил 26 майда Дублинда қабул қилинган автобусларда йўловчиларни номунтазам Халқаро ташувлари тўғрисидаги Европа битими билан тартибга солинади. Ушбу Битимга мувофиқ номунтазам Халқаро йўловчилар ташишни ташкил қилишда Шарқий ва Ғарбий Европа мамлакатларида автобус бортида бўлиши лозим бўлган махсус назорат ҳужжатидан (йўл варақалари) фойдаланилади.

Автотранспорт корхоналари билан ўзаро шартнома муносабатлари Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик кодекси ("Ташувлар" боби); тегишли идоралар буйруқлари билан тасдиқланган автобусларда йўловчиларни ташиш хавфсизлигини таъминлаш ҳақидаги Низом ва автомобил транспорти низоми билан тартибга солинадиган транспорт воситаларини экипажи (хайдовчиси) билан ижарага олиш шартномаси асосида ўрнатилади.

Транспорт воситаларини экипажи билан ижарага олиш шартномаси бўйича ижарага берувчи ижарага олувчига (турфирмага) транспорт воситасини вақтинчалик фойдаланишга, ҳақ тўлаш асосида беради ва авторанспорт воситасини бошқариш ва ундан техник фойдаланиш бўйича хизмат кўрсатади.

Автобус хайдовчилари томонларнинг шартномада келтирилган тартиб ва қоидаларига ҳамда одатдаги амалиёт талабларига жавоб беришлари лозим. Чунки улар ижарага берувчи томон ходимлари ҳисобланадилар ва авторанспорт компаниясининг автотранспорт воситасини бошқариш ҳамда ундан техник фойдаланиш билан боғлиқ кўрсатмаларига, шунингдек, турфирманинг автобусдан тижорат мақсадида фойдаланишига тегишли кўрсатмаларига бўйсунадилар. Агар транспорт воситаларини экипажи билан ижарага олиш шартномасида бошқача назарда тутилмаган бўлса, суғурта қилиш қонун ёки шартнома кучга кириши учун зарур деб топилган ҳолларда транспорт воситасини суғурта қилиш мажбурияти ва уларга ёки учинчи шахсларга автобусдан фойдаланиш билан боғлиқ етказилган зарар масъулияти ижарага берувчи зиммасига юклатилади.

Агар автобуснинг экипажи билан ижарага олиш шартномасида бошқача назарда тутилмаган бўлса, турфирма автобусдан фойдаланиш билан боғлиқ, фойдаланиш жараёнида зарур бўладиган ёқилғи ва бошқа материаллар учун харажатларни, йиғимлар (тўхташ жойи, йўл учун) бўйича харажатларни ўз зиммасига олади. Бундан ташқари автотранспорт корхонаси билан шартномада куйидагиларни келишиб олиш зарур: туристларга хизмат кўрсатиш учун ажратиладиган автотранспорт воситаларининг маркасини; нархлар ва тарифларни; автотранспорт графиги ва ишлаш муддатларини; автотранспортдан фойдаланиладиган йўналишлари; автотранспорт ажратиш учун талабнома бериш муддатларини; жарима санкцияларисиз талабномаларни

бекор қилиш муддатлари; туристларга хизмат кўрсатиш учун автотранспорт берилишидаги узилишлар учун АТК жавобгарлиги; автотранспортдан фойдаланишдаги узилишлар учун туристик фирма жавобгарлиги; туристлар кеч қолганда автотранспортнинг максимал кутиш муддатлари; автотранспорт кеч қолганда (берилмаганда) туристларнинг максимал кутиш муддатлари; хизмат кўрсатишда автотранспорт воситасидан фойдаланишда экскурсоводлар, гидлар, туристларнинг ҳуқуқ ва мажбуриятлари; чегирмалар ва имтиёзлар (имкони мавжуд вариантлари).

Халқаро вамамлакатимиз туризмида автобус турларида туристлар хавфсизлигини ва хизмат кўрсатиш стандартларини таъминлаш бўйича чоратадбирлар кўрилкода. Кўп давлатларда туристлар ва экскурсантларни автобусларда ташишни лицензиялаш амалиётга киритилган.

Европа транспорт комиссияси қарори билан ҳайдовчи жойи билан биргаликда 9 ва ундан ортиқ жойга эга бўлган барча автобусларни махсус назорат прибори - тахограф билан таъминлаш талаби киритилган. Бу, самолётдаги "қорақути" аналог, қурилма йўналишда ҳайдовчи ва автобус ҳаракатини назорат қилади ва барча маълумотларни тахограммаларга ёзиб боради. Турист автобусда тахограф мавжудлиги билан ҳам автотранспорт корхонаси билан тузиладиган шартномага киритилади. Европа йўналишларини ташкил қилишда мазкур банд, шунингдек, йўл варақалари мавжудлиги ҳам шартномада келишилиб олинган лозим.

Авиакомпаниялар билан шартномалар. Барча авиаташувлар қоидалари мамлакатимизда халқаро битимлар билан тартибга солинади ва улардан бири "Халқаро ҳаво ташувларига тегишли баъзи қоидаларни унификациялаш тўғрисидаги" 1929 й. Варшава конвенцияси бўлиб, 1959 й. ўзгартиришлар киритилган ҳолда қабул қилинган (Гамбург қоидалари). Авиаташувчилар билан ўзаро шартнома муносабатлари Ўзбекистон Республикаси Фуқаролик Кодекси ("Ташувлар" боби) асосида амалга оширилади.

Авиакомпаниялар билан шартномалар уч кўринишда бўлиши мумкин: а) мунтазам авиарейслардаги жойлар квотаси бўйича шартномалар; б) агентлик битимлари; в) чартер (самолётни ижарага олиш).

Жойлар квотаси қаттиқ ёки юмшоқ бўлиши мумкин. Бу ҳам шартнома шартларига, ҳам махсус имтиёз ва чегирмаларга таъсир қилади. Жойларнинг қаттиқ квотасида жойлар сотилмаслиги учун барча жавобгарлик, жойлар сотилмаслигининг сабабларидан қатъий назар, туристик фирма зиммасига тушади. Молиявий йўқотишлар турфирма ҳисобига бўлади. Жойларнинг юмшоқ квотасида турфирма учун, туристик йўлланмалар сотилмаганлиги сабабли, жойлар квотасини ёки унинг бир қисмини бекор қилиш мумкин бўлган муддатлар белгиланади. Бу муддатлар қолган жойларни авиакомпаниянинг ўзи ёки унинг бошқа агентлари орқали сотишни кўзда тутди. Мунтазам авиарейслардаги жойлар квотаси бўйича авиакомпаниялар билан шартномалар қуйидагиларни ўз ичига олади:

- бориладиган жой белгиланган, турларнинг "бориш" ва "келиш" йўналишларида амал қилиш графиги;
- ҳар бир гуруҳдаги туристлар сони (жойлар квотаси);
- талабномалар бериш ва авиачипталар сотиб олиш муддатлари;

- чипталарга буюртмаларни жарима ушлаб қолинмайдиган ҳолда бекор қилиш (юмшоқ блок);
- сотиб олинадиган чипталарга тарифлар турлари, имтиёзли тарифлар бериш шартлари;
- жойлар квотасига чегирмалар ва имтиёзлар;
- сотиб олинган, аммо ишлатилмаган чипталарни қайтариш муддатлари ва тартиби, қайтариш муддатларидан келиб чиқадиган моддий жавобгарлик (юмшоқ блок).

16.4. Темир йўл ва экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома тузиш.

Махсулаштирилган туристик поездларни ижарага олиш шартномаси. Шундай қотиб қолган мулоҳаза мавжуд, ҳар бир темир йўл сафари, айниқса, узоқ давом этадигани, зерикарли ва нохушдир. Аммо кўпгина хорижий мамлакатлар амалиёти поездларда сафарлар бир пунктдан бошқасига мажбур қилинмаган ҳолда кўчиш ва қизикарли саёҳат бўлиши мумкинлигини кўрсатмоқда. Бу ҳақиқатни махсулаштирилган темир йўл турларини таклиф этадиган хорижий турфирма ва операторлар аллақачон тушуниб етишган. Уларни олиб бориш типологиясини ғарб мутахассислари мукаммаллаштирилган даражага олиб бордилар.

Стандарт темир йўл турларини шарт равишда уч мустақил категорияларга ажратиш мумкин: бир кунлик, унча узоқ давом этмайдиган (2-3 сутка), кўп кунлик (5 кун ва ундан ортиқ).

Махсус туристик-экскурсион поездни ижарага олиш шартномасига қуйидагилар киради:

- барча тўхташ пунктлари кўрсатилган сафар йўналиши;
- вагонлар ва вагон-ресторанларнинг ижара қиймати;
- йўналишдаги ҳар бир пунктдаги тўхташ давомийлиги ва саналари;
- кўрсатилган саёҳат муддатлари;
- вагонлар ва улардаги жойлар миқдори, вагонлар ижараси қиймати;
- вагон-ресторанлар сони;
- киши бошига чойшаблар алмаштирилиши миқдори;
- йўналиш масофаси (километраж) ва йўл ҳақи қиймати;
- саёҳатни бекор қилиш муддатлари (йўлга чиқилишидан камида 20 сутка авал);
- поездда кўрсатиладиган хизматлар (чай, чай маҳсулотлари, купега нонушта олиб келиш ва ҳоказо).

Экскурсион фирма билан шартнома. Агар ўзига тегишли экскурсион бўлим мавжуд бўлмаса, экскурсион фирма билан шартномалар қуйидаги пунктларни ўзичига олади:

- экскурсия номи ва давомийлиги, уларда ҳаракатланиш усуллари (автобус, пиёда, теплоход ва бошқалар);
- экскурсияларни ўтказиш учун талабномалар бериш муддатлари;
- талабномаларни бекор қилиш муддатлари;

- экскурсиялар нархлари;
- ҳар бир экскурсияда гуруҳлардаги экскурсантлар сони;
- экскурсия узилишлари учун моддий жавобгарлик (экскурсион фирма ёки туроператор айби билан).

Музей билан шартнома:

- экскурсиялар ва улар тематикаси;
- гуруҳдаги экскурсантлар сони;
- экскурсия нархлари (гуруҳли ва индивидуал-ажратилган, ёш бўйича ва хоказо);
- музейга гуруҳли ташриф буюриш учун чегирмалар;
- экскурсияларни ўтказиш учун талабномалар бериш муддатлари;
- талабномаларни бекор қилиш муддатлари;
- томонлардан бирининг айби билан музей экскурсиясидаги узилишлар учун моддий жавобгарлик кабиларни ўз ичига олади.

Турпакетга қўшилмаган қўшимча хизматларни ҳам унутмаслик лозим. Улар туристларга жойида алоҳида ҳақ тўлаш эвазига кўрсатилади. Булар, одатда, ўзига хос экскурсиялар, шоу, денгиз, тоғ ёки дарё сайрлари, аквапарк, миллий парклар ва қўриқхоналарга ташриф буюриш, тоғлар ва кумликлар бўйлаб сафар, ов, балиқ ови ва бошқалардир. Бу хизматлар билан туристларни таъминлаш ва гуруҳли ташриф буюришда чипталарни сотиб олиш ҳисобига имтиёзли нархларга эга бўлиш мақсадида бу хизматларни кўрсатувчи корхоналар билан алоҳида шартномалар тузилади.

Рецептив туроператорлар, кўп ҳолларда, ўз мамлакатада қабул қилиш билан шуғулланишади ва ўз мамлакатадаги хизматлар етказиб берувчилар билан шартномалар тузади. Инициатив туроператорлар бўлса, эслатиб ўтганимиздек, хорижий ва ҳудудий хизматлар етказиб берувчи корхоналар билан тўғридан-тўғри эмас, балки маҳаллий Рецепттив туроператорлар воситачилигида ишлайдилар. Аммо бу уларнинг воситачиларсиз хизматлар етказиб берувчиларга чиқа олишмайди дегани эмас. Бундай ҳодисалар туризм бозорида йирик, кўпинча, трансмиллий компаниялар орасида учраб туради. Инициатив ва Рецепттив туроператорларнинг хизматлар етказиб берувчилар билан шартнома фаолиятлари деярли бир-биридан фарқ қилмайди, лекин қатор хорижий мамлакатларда ўз хусусиятлари мавжуддир.

Кўпчилик туристик фирма ва корхоналар халқаро бозорга мустақил равишда чиқишади. Муҳими аввал бошдан бошлаб хорижий ҳамкорлар билан тузиладиган шартномаларнинг ўзаро манфаатлилиги ва қонунийлигига эътибор бериш лозимдир. Бундай шартномалар тузишда ташқи иқтисодий битимларни тартибга соладиган меъёрий ҳужжатларни ҳисобга олиш лозим, чунки бу зарур ҳолларда ўз ҳуқуқларини ҳимоя қила олиши лозим, бундан ташқари ҳозирда жаҳон амалиётининг амал қилиши иккала томонга ҳам қулай шартнома шартларига эришишга имкон берадиган умумий қабул қилинган шартнома муносабатларини ишлаб чиққан.

Шартномада, икки хил талқин қилинишларнинг олдини олиш мақсадида ёзишмалар олиб бориладиган, эътироз-даъво ҳужжатлари ва суд жараёнларини юритиш тилини ҳам келишиб олиш лозим. Мамлакатимиз ва хорижий туристик

фирмалар билан шартномалар икки нусхада тузилади ва имзоланади. Агар шартнома хорижий ҳамкорлар билан тузилса, икки тилда тузилади.

Томонларнинг ташқи савдо битими бўйича ҳуқуқ ва мажбуриятлари битим амалга ошириладиган жой қонунлари асосида аниқланади.

Амалий топшириқ:

1. Сизнинг туристик фирмангиз янги "Шарқ колорити" хобби-турини 6 кунга мослаб ишлаб чиқмоқда. Турнинг амал қилиш муддати - йил давомида.

Сизнинг вазифангиз - мазкур тур бўйича фирманинг шартнома режасини қуйидаги схема асосида тузиш:

т/р	Ҳамкор номи	Шартнома - нинг асосий претмети	Шартнома - нинг амал қилиш муддати	Шартнома тузиш муддатлари	Алоҳида маълумотлар

2. Аввалги амалий топшириқларни бажаришда сиз ишлаб чиққан хизматлар етказиб берувчилардан бирини олинг ва у билан музокаралар ўтказиш режасини тузинг. Музокаралар ҳолатини, эҳтимоли мавжуд ечимлар реализацияси, сизнинг иш ҳамкорингиз "портрети"ни шу бўлимда келтирилган тавсияларга асосланиб таҳлил қилинг.

Таянч сўз ва иборалар: шартнома режаси, ҳамкорлик, шартномалар тузиш, туроператорлар ўртасидаги шартномалар, меҳмонхона хўжалиги билан шартнома, овқатлантириш ташкилоти билан шартнома, автотранспорт ташкилоти билан шартнома, авиаккомпания билан шартнома, экскурсия хизмати кўрсатувчи фирмалар билан шартнома.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Хизматлар етказиб берувчилар билан шартномалар нима учун керак?
2. Туризмда шартнома муносабатлари қандай миллий даражадаги меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар билан тартибга солинади?
3. Туризмда ўзаро шартнома муносабатлари қандай халқаро даражадаги ҳуқуқий ҳужжатлар билан тартибга солинади?
4. Туроператорларнинг меҳмонхона корхоналари билан ўзаро муносабатлари қандай миллий ва халқаро даражадаги ҳужжатлар билан тартибга солинади?
5. Автотранспорт корхоналари билан автобус ижарага олиш бўйича ўзаро муносабатлар қайси ҳужжатлар билан тартибга солинади?
6. Авиаккомпаниялар билан ўзаро шартнома муносабатлари ватуристлар авиаташувлари қандай халқаро ва меъёрий ҳужжатлар билан тартибга солинади?
7. Туристларни темир йўл орқали ташиш Ўзбекистонда ва халқаро даражада нима билан тартибга солинади?

XVII.Мавзу.Туроператор катологи ва турли кўргазмаларга қатнашиш

Режа:

- 17.1. Каталог турлари ва вазифалари.
- 17.2. Расмли маълумотларни танлаш.
- 17.3. Турагентлар билан ҳамкорлик шартлари ва шакллари.
- 17.4. Туристтик ярмаркаларда қатнашиш ва тайёргарлик кўриш.

17.1.Каталог турлари ва вазифалари.

Туроператорлик бизнеси билан шуғулланадиган исталган туристик фирма варақалар, буклетлар, брошюралар, каталоглар каби реклама-маълумот нашрларини тайёрлаши зарур. Бу нашр турларининг барчаси реклама ҳисобланади ва турни сотиш (ҳаракатлантириш) имкониятлари ҳақида тасаввур ҳосил қилади.

Брошюралар ва буклетлар маълумот беришнинг нисбатан ишончли воситалари ҳисобланади. Буклетлар ва каталоглар ҳозирча агентлар ва мижозлар билан ишлаш учун қулай ҳисобланади. Буклетлар ва каталоглар туроператорлар билан ҳамкорлик қилаётган агентликларга юборилади. Бунда улар ўз вақтида ва етарли миқдорда етказилишини кузатиб бориш лозим. Нашр маҳсулотлари шунингдек, туризм бўйича ҳудудий ёки миллий бюролар орқали ҳам тарқатилади.

Йирик туроператорлар ҳар йили турлар ёки хизматларни танлашда ҳам турагентлар, ҳам мижозлар фойдаланадиган реклама-маълумот каталогларини ишлаб чиқадилар ва нашр қиладилар. Турларни танлашда улгуржи туроператорларга мурожаат қилганда улгуржи чегирмалар олиш мумкин деб ҳисоблайдиган туристларнинг адашмасликлари учун, агентликларга мўлжалланган каталоглар туристлар билан ишлашга мўлжалланган рангли асосий каталогларга қўшимча сифатида чиқарилади. Шунинг учун, мазмунига кўра каталоглар **умумий** (туристлар ва агентликлар учун) ва **махсус** (фақат турагентликларга) бўлади. Уларни бош ва хизмат каталоглари деб аташ қабул қилинган.

Бош каталоглар, асосан туристларга мўлжалланган бўлиб, одатда, катта миқдорда фото суратлари ва реклама маълумотлари билан таъминланган катта ҳажмли ва рангли нашр ҳисобланади.

Хизмат каталоглари асосан турагентликларнинг амалиётда фойдаланишлари учун мўлжалланган. Уларда, қоида бўйича, реклама маълумотлари, рангли суратлар ва бошқалар бўлмайди. Бу кўпроқ турлар графиклари, жадвали, прејскурантлар, улгуржи чегирмалар, турагентларга коммиссионлар ва соф хизмат маълумотлари бўлади. Каталог матнига жиддий эътибор бериш керак Аввало, у тўғри тузилган бўлиши лозим. Баъзи нашрларда учрайдиган хатолар уларнинг қадрини ва уларга ишончни сезиларли даражада туширади, муковадаги хатолар эса бутун тиражнинг муомаладан чиқарилишига ва жиддий зарарларга олиб келиши мумкин. Матн материалларни тайёрлашда уларни йирик блокларда бериш мақсадга мувофиқ эмас. Одам (агар унинг қўлида реклама нашри бўлса) ўз хотирасига катта ҳажмдаги

маълумотларни "жойлашган" онгли равишда қаршилиқ кўрсатади. Матнни қисмларга ажратиш ва уларни қизиқтирадиган номлар билан таъминлаш зарур, яъни, бу ерда курортлар тасвирланиши, мамлакатшунослиқ ва бошқа маълумотлар назарда тутилади. Агар гап маҳаллий валюта, чойчақалар микдори, электр тармоғи кучланиши кабилар ҳақида бўлса, бу ерда "интрига" ўринли эмас, асосийси маълумотни қабул қилиш учун ишончлилиқ ва оддийлиқдир.

17.2.Расмли маълумотларни танлаш.

Туристик каталогни дарров таниб олишлари керак, шунинг учун сарлавҳани шундай жойлаштириш керакки, у дарҳол кўзга ташлансин. Уни нафақат муқованинг биринчи томонида, балки тўртинчи томонида ҳам жойлаштириш даркор. У ҳам фирма номини, ҳам шу фирма жойлашган давлат номини ўз ичига олиши керак. Сарлавҳа, шунингдек, туроператор ўзининг асосий фаолиятини амалга оширадиган ҳудуд номини ҳам билдириши мумкин.

21x10,5 см қилиб букланган (кичик китобча) буклет кўринишида 21x21 см ўлчамли нашр чиқарилса, ном букилишларда жойлашиб қолмаслиги керак.

Миллий ва хорижий бозорлар учун алоҳида нашрлар чиқариш мақсадга мувофиқдир. Бунда суратлар ўзгартирилмасдан фақат матн турлича бўлиши мумкин. Таржима етук мутахассис томонидан амалга оширилиши лозим.

Нашрнинг турли давлатлардаги ўқувчиларга мослаштирилишда таржимага ижодий ёндашиш керак. Каталог тарқатилиши режалаштирилаётган мамлакат қанчалиқ яқин бўлса, каталогда шунча кўп батафсил ёритилган маълумот бўлиши керак. Агарда мамлакат истеъмолчилардан узоқда жойлашган бўлса, маълумотларда шаҳарлар ва ёдгорлиқлар хусусиятларининг батафсил ёритилиши талаб этилмайди, аммо иқлими, умумий туристик объекти, бу жойга қандай бориш мумкинлиги тўғрисидаги маълумотларга кўпроқ жой ажратиш мақсадга мувофиқ.

Турли давлатлар туристларига хос қизиқишларнинг миллий хусусиятларини ҳамма вақт ҳисобга олиш керак. Масалан, оилавий дам олишни ташкил қилиш бўйича мутахассис Э. Лоу шундай ёзади: британияликлар, албатта, бориладиган жойлардаги нархлар ва ҳаво ҳароратини билишни истайдилар, французлар - қаердан ва қандай овқатланиш мумкинлиги билан, италияликлар менюда нима борлиги билан, америкаликлар эса бино ёки иншоотнинг қурилиши неча пулга тушганлиги билан қизиқади.

Миллий маданиятимизга тегишли ва мамлакат ичида реклама сифатида фойдаланилаётган далилларимиз хорижда фойдаланиш учун ҳеч қандай қийматга эга бўлмаслиги мумкин. Таржимада кўп мазмунини йўқотадиган бадий иктибослар ҳақида ҳам худди шу фикрни билдирса бўлади. Баъзи ҳолларда мижозларни жалб қилиши лозим бўлган маълумотлар, аксинча, уларга тескари таъсир кўрсатиши мумкин.

Нашрнинг ўлчами ва бошқа жиҳатлари, биринчи навбатда, унинг тарқатилиши шартларига қараб аниқланади, чунки почта жўнатмалари усуллари шунга боғлиқ ҳисобланади. Кўргазмага қўйиш учун доимий мосламалардан фойдаланиш стандарт бўйича заруриятини туғдиради. Халқаро

стандарт ўлчами (букилган ҳолда 21x10,5 см) почта орқали жўнатиш учун тўғри келади. Махсус ўлчамли брошюралар учун конвертларни тайёрлаш қиммат ҳисобланади. Кўпинча, моҳирона тайёрланган буклетларнинг кўпчилиги агентлик папкаларида қолиб кетади. Нисбатан кўп қўлланиладиган ўлчамлар: 21x10,5 см, 21x21 см ва А4 (21x27,9 см).

Каталогларнинг асосий таркиби - бу нархлар келтирилган жадваллардир. Бу жадвалларни тайёрлаш учун ягона талаблар ва стандартлар мавжуд эмас. Бироқ икки нисбатан типик вариантларга ажратиш мумкин.

Биринчиси - анъанавий вариант турпакетнинг охириги нархи кўрсатилган жадвалларни ўз ичига олади (бир ёки бир неча кишига).

Бундай жадваллар билан ишлашда ўзига хос камчиликлар мавжуд. Масалан, миқдорлар билан ишлай бошлашдан олдин менежер ҳисоб-китоб усулини эгаллаши, ҳар доим кўли остида калкулятор бўлиши ва ким давомида кўпгина ҳисоб-китобларни қилишга тайёр бўлиши зарур. Ҳар сафар тур қийматини ҳисоблаш зарурияти кўп вақт талаб қилади. Нархни туширишнинг ҳар иккала усули тенг даражада амал қилиш ҳуқуқига эгадир, Асосийси, маълумот тўлиқ, тушунарли ва ишончли бўлиши лозим.

Каталогга қўйиладиган асосий талаблар:

- ахборот учун белгиланганлик даражаси;
- фойдаланиш қулайлиги;
- маълумотларнинг ишончилиги;
- туроператорнинг турагентлар билан ҳамкорлиги кўриниши бўйича аниқ шартлар.

Ахборот учун белгиланганлик даражаси. Ахборот учун белгиланганлик даражасининг юқорилиги деганда:

- кўрсатилган нарх таркибига киритилган барча хизматларни келтириб ўтиш;
- яшаш ва овқатланишнинг турли вариантларини тўлиқ тасавур этиш;
- болаларга чегирмалар миқдори ҳақида тўлиқ маълумотлар тушунилади.

Мамлакатлар бўйича каталогларнинг бошланғич бобларида қуйидагилар кўрсатилади:

- мамлакат номи ва унинг жойлашуви;
- давлат қурилиши, пойтахти, аҳолиси, мамлакатда қўлланиладиган тиллар;
- урф-одатлари ва анъаналар;
- географик маълумотлар ва диққатга сазовор жойлар;
- дини ва туризмни ташкил қилишнинг алоҳида талаблари;
- муомала одоблари (масалан, хизмат кўрсатувчи персонал учун чойчақалар);
- электр тармоғи кучланиши ва электроприборларни ишлатиш учун розеткалар типлари;
- халқаро алоқа коммуникациялари;
- транспорт;
- туристлар учун паспорт ва виза режими;

- пул тизими, солиққа тортиш ва Тах Грее режими;
- божхона режими;
- умум миллий байрамлари, дам олиш кунлари;
- банклар ва магазинларнинг умумий иш режими;
- туристлар соғлиқларига алоҳида талаблар (вакцинациялар зарурлиги);
- тавсия қилинадиган кийимлари ва бошқалар.

Турагентликнинг шу йўналиш бўйича сафарга чиқаётган турист билан ишлаши учун маълумотлар тўплами етарли даражада бўлиши лозим.

Фойдаланиш қулайлиги деганда:

- тур қийматинининг тезкор ва мураккаб бўлмаган ҳисоб-китоби;
- жадваллар билан бирга турпакет қийматини ҳисоблаш бўйича тўлиқ ва тушунарли инструкцияларнинг мавжудлиги;
- фойдали маълумот (авиаучишлар жадвали, трансфер қиймати, автомобил ижараси нархлари кабилар);
- курортлар бўйича меҳмонхоналар рўйхати, мавжуд меҳмонхоналар ҳақида қайдлар қилинган қирғоқ ва алоҳида курортлар карталари бетлари кўрсатилган мундарижанинг мавжудлиги тушунилади.

У ёки бу мамлакатга бағишланган бетларни алоҳида ранг, жадвалларни, нарх категориялари ёки хизматлар тўпламини алоҳида шрифт ва ранг билан ажратиш тавсия этилади. Барча йўналишлар бўйича прайс-листлар ягона тарзда безатилиши (тайёрланиши) лозим. Маълумот ишончилигига:

- нарх жадваллари амал қилиш даврини кўрсатиш (нарх жадвали структурасини ўйлаб олиш зарур: сўзбошилар мавжудлиги, устунларни вариантларнинг мураккаблашуви тартибида жойлаштириш, меҳмонхоналарни категорияси ва алфавит бўйича тартибга келтириш);
- асос турпакет қийматига нисбатан тўлиқ хизматлар тўпламини (суғурта, авиаучиш, трансфер, яшаш, овқатланиш, турагентликларга комиссиялар ва ҳоказо) қўшиш ва улар рўйхатини келтириш;
- турли вариантлар қийматларини кўрсатиш;
- турнинг пировард нархига таъсир қиладиган меҳмонхоналар ва номерлар хусусиятларини кўрсатиш (меҳмонхоналар суратлари ва уларнинг қисқача баёни);
- материалларнинг доимий янгиланиши ва каталогларнинг қайта нашр қилиниши билан эришилади.

17.3.Турагентлар билан ҳамкорлик шартлари ва шакллари.

Ҳамкорликнинг барча шартлари агент билан тузиладиган услубий шартнома шаклида пкс этирилиши керак. Агар турагетларга комиссиялар тўланса, унда бу комиссиялар миқдори, шунингдек, унинг мумкин бўлган ўсиб бориш характериға (ёки сотишлар ҳажми учун комиссиялар миқдорига) далиллар бўлиши лозим.

Каталогларнинг охириги бетларида шартнома хужжатлари умумий комплексининг муҳим элементи ҳисобланган «Туристлар ва туристик

агентларга турларни сотишнинг умумий шартлари» чоп этилади. Қоидалар аниқ бўлиши ва ушбу туроператор томонидан туристик бозорга таклиф этиладиган барча турар учун умумий шартларни ўзида мужассам қилиши, шунингдек, ҳамкор ижрочилар талабларини ҳам ҳисобга олиши лозим.

Агар умумий қоидалар асосида етарли тиражда нашр қилинган каталог мазкур туроператор маҳсулотлари сотилаётган туристик агентликларда бепул тарқатилса, бу қоидаларни бажариш мумкин деб ҳисобланади. Табиий, турагентлик мижозга ушбу қоидалар билан танишишни тақлиф қилиши шарт.

Тур шартларининг муҳим элементи умумий қоидалар бўлиб, уларга аҳамият бермаслик мумкин эмас. Халқаро тажрибада шундай ҳодисалар бўлганки, унда судлар асосий матн шрифтига нисбатан майда шрифтда ёзилган шартлар ва қоидаларни аҳамиятсиз санаб, уларни оралиқ шартлари деб баҳолашган. Қонунда каталогдаги қоида ва шартларнинг асосий матнга нисбатан кичик шрифтда ёзилиши истеъмољчининг унга эътиборсизлигига олиб келади, натижада, талаблар моҳияти яхши англабмайди. Агар шундай ҳолат юз берса, шартларни бузган истеъмољчи жавобгарлиги чоралари сезиларли даражада енгиллаштирилади ёки унинг фойдасига қарор қабул қилинади.

Баъзи нашрларнинг жиддий камчиликларидан бири турни ташкил этувчи хизматларнинг санаб ўтилмаслиги (масалан, пансион тури кўрсатилмайди, тур қийматига виза ва суғурта кириш-кирмаслигининг аниқ эмаслиги), шунингдек, тур қиймати таркибида у ёки бу хизматларнинг йўқлиги ҳисобланади. Кейинги масала - айнан нима тўр қийматига қўшилмаганлиги ҳақида эслатма бўлиши лозим. Масалан, баъзида авиабилетлар нархи ҳисобга олинмайди, бу эса турнинг охириги нархига аҳамиятли таъсир кўрсатади. Агар асос нархга имкони борича кўп қўшимча хизматлар қўшилган бўлса, бу кейинги ҳисоб-китобларни осонлаштиради, аммо ҳар бир кўрсатилган нархлар алоҳида белгиланган бўлиши лозим.

Бошқа типик хатолар жойлаштириш вариантларида ва болаларга бериладиган чегирмаларнинг батафсил бўлмаган баёни, тушуниш қийин бўлган кўп рақамли мураккаб жадваллар билан боғлиқдир.

Туризм индустрия ходимлари кўпинча: «Турфирма каталоги реклама ҳисобланадими?» - деган саволни беришади.

"Реклама тўғрисидаги" Қонунга мувофиқ каталог - реклама нашри бўлиб, турли мақсадлар ва маълумотлар билан ҳуқуқлар ва жисмоний шахсарга қилинган мурожаатдир. Каталогда «Истеъмолчилар ҳуқуқларини ҳимоя қилиш ҳақидаги» Қонунга зид келмайдиган тўлиқ ва ишончли маълумот бўлиши керак. Баъзи каталогларда туристлар тўлдирадиган "брон қилиш листи" бўлади ва бу ерда муҳим ҳуқуқий оқибатлар юзага келади. Агар турист турларни етказишнинг аниқ ва умумий қоидаларига таяниладиган тур талабномасига имзо чекса, бу ушбу қоидалар билан танишганини, уларни бажариш мажбуриятини олади ва Ўзбекистон Республикасининг амалдаги қонунчилигига мувофиқ бу қоидаларга сўзсиз қўшилишини билдиради. Туроператор турист олдида, хизматларни ким кўрсатишидан қатъий назар тўлиқ маъсулиятни ўз зиммасига олади.

Каталогларни тарқатиш ёки ҳамкорнинг сўрови бўйича ёки картотекага асосан, ёхуд ярмаркалар, кўргазмалар ва бошқа оммавий тадбирларда амалга оширилади.

Агар ҳужжат тўлиқ ҳажмда жўнатиlmаса олдиндан агентликка намуна сифатида позицияларни келишиб олиш ва кейинги партиялар буюртмаларини рағбатлантириш учун таклиф қилингани маъқулдир.

Каталогларни тарқатиш, кўп ҳолларда, бепул амалга оширилади, аммо талаб ва ҳаражатларнинг ошиши баъзи туроператорлар почта ҳаражатларининг бир қисмини турагент-олувчилар зиммасига юклашига олиб келади. Кўпгина мамлакатларда божхонадан ўтган туристик нашрлар кўпгина мамлакатларда ратификация қилинган икки халқаро конвенция асосида берилувчи имтиёзларга эга бўладилар. Улар туристик ҳужжатларни, маълум қоидаларга риоя қилган ҳолда, божлардан озод қилади. Бу транзит расмийчиликлар билан боғлиқ божхона ҳаражатларини камайтиради, аммо тўлалигича бартараф этмайди. Контейнерларда жўнатиш ҳам ҳаражатларни сезилари даражада қисқартириш имконини беради.

17.4. Туристтик ярмаркаларда қатнашиш ва тайёргарлик кўриш.

Сотиш бўйича ҳамкорларни излаш учун мўлжалланган туристик биржа кўргазма, ярмаркаларда қатнашиш туроператор турмахсулотини ҳаракатлантиришда аҳамиятли ҳисобланади.

Мутахассислар учун мўлжалланган кўргазмалар нисбатан самаралироқдир. Чунки бу нафақат ўз махсулотини реклама қилиш, балки битимлар тузиш, янги иш алоқаларини ўрнатиш имконини беради.

Ҳозирги пайтда дунёнинг турли мамлакатларида ўнлаб халқаро туристик ярмаркалар, кўргазмалар, биржалар ўтказилади ва улар доирасида ўз фирмаси ҳамда махсулотини таништириш, шартномалар тузиш, янги ҳамкорлар топиш, ташриф бюрувчилар ва журналистларнинг кенг доираси орқали маълумот тарқатиш, иш тажрибаси алмашишнинг кенг имкониятларини берадиган семинарлар, пресс-конференциялар, презентациялар ва бошқа тадбирлар ташкил қилинади.

Нисбатан йирик тадбирлар қуйидагилар ҳисобланади: Берлиндаги туризм бўйича халқаро биржа (ИТБ) - ҳар йили март ойи бошларида ўтказилади; Лондондаги Бутун жаҳон туристик ярмарка ҳар йили ноябр ойининг иккинчи декадасида ўтказилади; Мадриддаги халқаро туризм кўргазмаси - ҳар йили январ охирларида ўтказилади [ФИТУР].

Ўзбекистонда охириги йилларда янгидан-янги кўргазма ва ярмаркалар пайдо бўлмоқда. 1994 йилдан бошлаб Тошкентда ҳар йили октябр охирларида Тошкент Халқаро туристик Ярмаркаси (ТИТФ) ўтказилади. Бу тадбирларнинг фарқли жиҳати туризм индустриясининг профессионал ходимларга йўналтирилганлиги ва кенг матбуот доирасида амалга оширилишидир. Бу каби тадбирлар қатнашчилари миллий туристик ташкилотлар ва уюшмалар, туроператор ва турагентлар, меҳмонхоналар, транспорт, суғурта, автомобил ижараси компаниялари, махсуслашган нашриётлар, илмий ташкилотлар, туризм бўйича ўқув юртлари ҳисобланадилар.

Махсуслашган кўргазмаларда қатнашиш турмаҳсулотни ҳаракатлантириш кўринишларидан бири ҳисобланади. Кўргазма фаолиятининг асосий мақсади - бир томондан, истеъмолчи ва сотувчи фирмаларга улкан миқдордаги туристик таклифлар орасида йўналиш топа олишига ёрдам бериш, иккинчи томондан, туроператорга сотиш бўйича талабларини сифат ва миқдорий жиҳатдан қондира оладиган бошқа мамлакат ва регионларда ҳамкор топишга ёрдам беришдир.

Шунинг учун бу ердаги рекламалар кўриниши ва таркиби бўйича катта тижорат характериға эға - нарх, брон қилиш шартлари, мавсумийлик, хизмат кўрсатиш класси, кутиладиган хизмадар ҳақидахабар қилади, меҳмонхоналар тасвирини беради ва ҳоказо.

Кўргазмаларда қатнашиш ҳамкорлик алоқаларини кенгайтириш бўйича истиқболли фаолият сифатида кўриб чиқилади. Кўргазмаларда қатнашиш тўлов асосида амалға оширилади. Қатнашчилар ва ташриф буюрувчиларнинг кўпчилиги ҳар йили ўтказиладиган бундай тадбирлар туристик корхоналарнинг муваффақиятли ишлаши учун аҳамиятли эканлигини билдиради.

Кўргазма тадбирлари қуйидаги белгиларига кўра классификация қилинади:

- ўтказилиш мақсадлари бўйича (савдо ва маълумот, танишув);
- ўтказилиш частотаси бўйича (даврий, ҳар йили, мавсумий);
- экспонатлар таклифи характери бўйича (универсал, тармоқли, махсуслашган)
- қатнашчилар таркиби бўйича (худудий, худудлараро, миллий, халқаро).

Савдо кўргазмаси тадбирлари мавсумий ҳисобланиб, биржалар характериға эға (масалан, навбатдаги мавсум бошида ўтказиладиган "Туринфо" биржаси, туроператорлар турагентлар ва истеъмолчиларға турли йўналишлар бўйича ўз маҳсулотларини таклиф этадилар). Бу биржа даврий равишда "Аэростар" меҳмонхонада (Москвада) ўтказилади, унда келаётган мавсум учун шакллантирилган тайёр турпакетлар таклиф қилинади. Бундай кўргазмалар, одатда, худудий ҳисобланади.

Универсал ва кўп тармоқли кўргазмалар мунтазам характерға эға бўлиб, ҳар йили ўтказилади ва миллий ҳамда халқаро даражадаги тадбирлар ҳисобланади. Масалан, Москвада ўтказиладиган МИТТ халқаро кўргазмаси, ҳар йили март ойида ўтказилади. Унда тармоқ корхоналари (меҳмонхоналар, транспорт компаниялари), шунингдек, Россия туризм бозоридан манфаатдор мамлакатлар вакиллари қатнашадилар.

Кўргазмаларда қатнашишдан фойда ва унга қилинадиган ҳаражатлар кўргазма учун қўйилган капиталға фойда матрицасида намоиш қилинади:

Кириш (ҳаражатлар)

- Майдонлар/стендлар ижараси
- Стенд командасиға тўловлар
- Кўргазма намуналари
- Транспортировка
- Чипталар
- Хизмат сафари ҳаражатлари
- Меҳмонхона

- Жойлаштириш
- Вақт сарфи
- Офисда бўлмаслик
- Баҳолаш учун куч ва имкониятлар сарфи
- Кўргазма сотуви учун махсус нархлар
- Тайёрлов ишлари
- Мижозларга, агентларга маълумотлар
- Ташриф буюрувчиларни таҳлил қилиш
- Матбуот маълумоти

Чиқиш (фойда)

- Харидорлар билан тўғридан-тўғри алоқа
- Бозорда йўналтирилганлик
- Катта эътиборни жалб қилиш
- Маҳсулотни намойиш қилиш
- Янги ҳамкорлар/ алоқалар
- Янги агентлар/дистрибьюторлар
- Мавжуд алоқаларни қўллаб-қуватлаш
- Бир жой ва бир вақтнинг ўзида кўп имкониятлар
- Рақобатчиларни кузатиш
- Жамоат муносабатларининг ажойиб салоҳияти
- Маркетинг маълумотлари мавжудлиги
- Янги маҳсулотлар
- Мавжуд маҳсулотлар модификацияси
- Бозор сегментини таҳлил қилиш
- Матбуот билан алоқалар
- Стратегик ўзгариш (эгилиш)ларни тушуниб етиш

Матрицадан кўргазмаларнинг нима учун ўтказилиши ва фойдали чиқиш кўриниб турибди. Кўргазма фаолияти уч босқичли ишдан ташкил топади:

- А) олдиндан тайёргарлик;
- Б) кўргазма стендида ишлаш;
- В) кўргазмадан кейинги ишлар.

Ҳар бир босқич ўзига хос жиҳатларни характерлайди.

1.Олдиндан тайёргарлик - кўргазмани танлаш ва унда қатнашиш билан боғлиқ ташкилий тадбирларни ўз ичига олади.

Ярмаркани танлаш. Кўпгина компаниялар раҳбарлари эътиборларини энг йирик биржаларга (ФИТУР каби) қаратадилар. Агар фирма барча йўналишлар бўйича ҳамкорларга эга бўлса ва улар билан муваффақиятли ҳамкорлик қилаётган бўлса, бу ўзини оқлайди, албатта. Бу ҳолда Берлин, Лондон ёки Мадриддаги дунё форумлари улар билан алоқа қилишнинг энг яхши жойи ҳисобланади.

Аммо фирма ўз контрагентлари доирасини кенгайтиришга ёки ўзи учун янги йўналишларни ўзлаштиришга ҳаракат қилса, у учун ҳудудий кўргазмалар ва профессионал турсалонларда ишлаш мақсадга мувофиқдир.

Кўргазмага тайёргарлик кўриш. Кўргазмада қатнашиш қарорини бир йил аввалдан аниқлаб олиш лозим бўлади, ярим йил олдин эса стенд ва ускуна

(жиҳоз)лар учун ҳақ тўланади. Шунинг учун ҳисобга олиш керакки, кўпчилик йирик кўرғазмаларда қатнашиш талабномаларини қабул қилиш, улар бошланишидан 3-4 ой аввал, ИТБ каби жуда аҳамиятлилирида эса 6 ой олдин тугаб бўлади.

Таҷриба шунинг кўрсатадики, потенциал ҳамкорлар ва мижозларни максимал жалб қиладиган миллий коллектив стендларда ишлар самаралироқдир. Турфирма алоҳида қатнашиши билан музокараларга ва тайёрланиш ишларига, стенд кўрилишига, айниқса, индивидуал дизайнга ўзини оқламайдиган харажатлар қиладир. Шунинг учун ташкилотчилар билан музокараларни ва маълумот материаллари, каталогларини олишни, стендлар безашни, маълумотларни каталог ва маркетинг дастурига кўшишни ўз зиммасига оладиган ягона экспозициялар ташкил қилувчилар билан ишлаш фойдалироқдир. Ҳозирда бирлашган ўзбек стендлари баъзи халқаро кўрғазмаларда қатнашмоқдалар.

Шунинг назарда тутиш лозимки, кўпгина кўрғазмаларда стендларнинг минимал майдони 9-12 м² ни ташкил қиладир (Миландаги БИТда - 20 м²). Тўлақонли ишлаш учун эса фақат коллектив стендларда буюртма бериш мумкин бўлган 4-6 м² етарлидир. Бунда фирма - консолидатор хавф ва кўрғазма майдони учун олдиндан тўловларни ташкил қилиш харажатларни ўзига олади ва фирма - экспонентларни бу ташвишдан озод қиладир.

Кўрғазма фирмаси кўрғазма очилишидан олдин ўз экспонентларининг тайёргарлик ишларини ташкил қилиш билан шуғулланади (кўрғазмага экспонентларнинг материал ва ускуналарини олиб келиб беради, стендларни тайёрлаш ишларини охиригача олиб боради, каталогларни олади). Шунинг учун коллектив стенд қатнашчилари келишлари билан ишга тушиб кетадилар, тайёрланиш ишларига куч ва вақт сарфламайдилар.

Олдиндан каталог ёки стенд қатнашчилар рўйхатини олиш биланок ҳамкорлар ва мижозларни жалб қилишга киришиш лозим. Фирма алоқани ўрнатишдан манфаатдор компанияларга стендга ташриф буюриш таклифномалари билан факс ва хатлар жўнатади.

Стендларга ташриф буюрувчилар ва потенциал ҳамкорларни жалб қилишнинг бошқа усуллари ҳам бор. Масалан, хатлар, конвертлардаги штамп ва наклеякалар. Кўрғазма бошланишидан анча олдин стендларга ташриф буюришни таклиф қиладиган, адресатларга мўлжалланган ҳар бир почта жўнатмаси наклеяка билан белгиланади. Айниқса, ҳамкорлар ва манфаатдор харидорларга индивидуал таклифномалар ва номи кўрсатилган таклифномалар тарқатиш яхши натижалар беради. Таклиф қилиш учун бошқа қизиқтириш усуллари ҳам топса бўлади, масалан, стенда туширилган суратларни юбориш, доимий ҳамкорларга эса аввалги кўрғазмага келганида туширилган суратни юбориш мумкин. Таклифномалар кўрғазма очилишидан тахминан уч ҳафта олдин олинган бўлиши лозим. Ташриф буюрувчиларни жалб қилишнинг анъанавий усулларида ҳам фойдаланилади, яъни, махсуслаштирилган матбуот, каталоглар орқали реклама қилиш.

Шунингдек, кўрғазмага тайёрланишда қуйидагилар талаб қилинади:

- аввалги бўлиб ўтган кўрғазма каталогларини диққат билан ўрганиш;
- кўрғазма ташкилотчисидан қатнашувчиларнинг дастлабки рўйхатини олиш ва олдинги кўрғазмалар маълумотлари билан солиштириш;

- ҳар бир маҳсулот категорияси бўйича назорат рўйхатини тайёрлаш, каталогдаги ҳар бир қатнашчи билан танишиб чиқиш, рақобатчиларнинг маҳсулотлари билан танишиб чиқиш ва уларни маълумотларидан фойдаланиш;
- ташкилотчиларгаф ирмангизнинг тўлиқ номини ва бошқа маълумотларини билдириш керак;
- кўргазмада таклиф қилиш учун комплекс турпакетлар ва алоҳида хизматларнинг қатъий нархларни белгилаш;
- ўз маҳсулотларингиз, стенд лойиҳалари бўйича техник варақалар, прайс-листлар тайёрлаш;
- аввалдан маҳсулотларни стендда қандай жойлаштиришни аниқлаб олиш;
- стенд ходимлари учун ёзма маълумотлар, ёрдамчи иллюстрациялар тайёрлаш;
- тарқатиш учун икки турда реклама буклетларини тайёрлаш:
- биттаси - умумий (имкониятларингиз ҳақида), бошқаси - нисбатан батафсилроқ (таклифларингиз билан қизиқадиган мижозлар учун);
- ҳаммаси ёки камида икkitаси хорижий тилларни биладиган малакали стенд командасини тузиш;
- етарли миқдорда фирма ташрифномаларини тайёрлаб қўйиш;

Стендга ташриф буюрувчилар билан мулоқотни осонлаштириш учун қоғоз ва махсус бланкларни тайёрлаш. Бундай бланкларни «Музокаралар варағи», «Ташрифбуюрувчи варағи», «Контактлар журнали» деб аташ мумкин. Улар қуйидагиларни кўрсатиши лозим:

а) ташриф буюрувчи номи ва лавозими, фирма ҳақида маълумот, фирма қизиқишлари соҳаси, мавжуд муносабатлари ва имкониятлари;

б) манзил, катталиги, эгаси, обороти, махсус фаолият соҳалари каби фирма маълумотлари;

в) ўзаро манфаатли соҳалар;

е) ташриф буюрувчи билан музокаралар натижаси (ҳамкорлик имкониятлари,

Имкони бўлса, юқорида тайёрланган маълумотларнинг ҳаммасини компьютер базасига киритиш керак. Шунингдек, пресс-релиз, маълумотлар, файллар ёки стендда қўйиш учун видеороликлар тайёрлаб қўйиш лозим. Аввалдан матбуот билан муносабатларни, ўз тақдимотларини, пресс-конференцияларни, "айлана стол" ларни ўтказишни ҳам режалаштириш зарур.

Стендда ишлаш стенднинг ўзини безашдан бошланади. Дастлаб кўргазмадаги стенд жойи аниқланади. Жойни аниқлашда асосий омил мақсадлар ва фирманинг бюджет имкониятлари ҳисобланади. Кўргазма майдони маркази, бурилишлар ва кўргазмага кириш жойларига яхши эътибор бериш зарур. Бироқ бу жойлар қиммат бўлиши мумкин. Бурчак стендлари ва йўлаклардаги стендлар фойдаланиш учун қулайдир.

Қўйилган мақсадларга эришиш учун компанияни қандай таништириш маъқуллигини аниқлаб олиш лозим: уни ривожланган, замонавий кампания сифатида таништириш яхшими ёки, аксинча, ўзини тутишни биладиган

анъанавий фирма сифатида таништириш керакми. Шакл, ранг ва дизайн сиз истаган образни яратишга ёрдам беради.

Намойиш қилишда ўтиб кетаётган ташриф буюрувчиларнинг диққатини жалб қиладиган усуллардан фойдаланишга ҳаракат қилинг.

Бир неча кўргазмада ҳар йили қатнашиш истагингиз бўлса фойдаланиладиган экспозиция материаллари кўп маротаба транспортировка қилишга ярайдиган бўлиши керак. Турли кўргазмаларда фойдаланиш учун кўп марталик модулларни сотиб олиш мақсадга мувофиқдир. Бу ҳаражатларни сезиларли даражада қисқартиради.

Кўргазмада фирма қатнашишини ташкил қилишда қуйидагиларни амалга ошириш лозим:

1. Кўргазма маъмуриятидан стендлар демонтажи ва кўрилиши учун ким жавобгарлигини аниқлаб олиш керак. Бу стенд турини танлашда ва ҳаражатларни аниқлашда муҳим омил бўлиши мумкин.

2. Экспозицияда қайси маҳсулот қандай жойлаштирилишини аниқлаб олиш.

3. Таклиф этилаётган хизматларни қай ҳолатда яхшироқ намойиш этиш мумкинлигини билиш (видеокўрсатув, макетлар ва бошқалар).

4. Стендда қандай маиший хизматлар (электр, сувоқими, сақлаш, олиб келиш) бўлиши ва ташкил қилиниши кераклигини билиш.

5. Қандай транспорт тури зарурлигини аниқлаш. Экспонатларнинг шакли, ўлчами ва оғирлиги транспорт танлашни аниқлайди.

6. Кўргазма ички қоидаларини, тартибларини ва чеклашларни билиш. Ҳар бир кўргазманинг ўз қоидалари ва чеклашлари мавжуд. Кўргазма қатнашчилари учун барча зарур маълумотлар қўлланмада мавжуд бўлади. Бундай қўлланмалар таркиби кўргазма ўзгаришига қараб ўзгариши мумкин, аммо умумий ғоя экспонент учун ташкилий масалаларни ҳал қилишни максимал осонлаштиришга қаратилган.

Қатнашчи қўлланмасида қуйидаги маълумотлар бўлиши лозим: кўргазма иши жадвали ва қоидалари, умумий режа, турли маиший хизматлар учун талабномалар бланклари, рўйхатга олиш, шунингдек, транспортировка, олиб келиш ва реклама маълумотлари.

Экспозицияларни режалаштиришда ўз маҳсулотингизнинг бўладиган намойишини таҳлил қилиб олиш мақсадга мувофиқдир.

Биринчидан, сиз нимани намойиш қилмоқчи эканлигингизни аниқлаб олиш зарур: фирманими, технологияларними, маҳсулот ёки хизматларними.

Иккинчидан, экспонатлар танлаш бўйича қуйидаги саволларга жавоб топиш лозим:

- Фирма ишлаб чиққан барча маҳсулотларини намойиш қиладими ёки алоҳида танланган маҳсулотларними?
- Кўргазмада айнан нимани кўрсатиш керак ва қайси маҳсулотлар янги ҳамда рақобатчиларникига қараганда устунликка эга?
- Қайси жиҳатларга алоҳида урғу бериш лозим?
- Сиз экспонат қилмоқчи бўлган маҳсулот ҳаётийлик даврининг қайси босқичида турибди?

- Қайси маҳсулот потенциал мижозларингизнинг мақсадли гуруҳи талабларига мос келади?
- Стендда дизайн тўғри қилинганми? Экспозициялар ва реклама материалларининг ранг гаммалари кўргазмага ташриф буюрувчилари дидларига мос келадими?
- Жойлаштириш воситалари ва бошқаларнинг макетларини, намойиш видеоверсияларини тайёрлаш керакми? Видеоматериаллар ва график таблода нима кўрсатилиши лозим?
- Сизга қандай ўлчамдаги стенд зарур?

Учинчидан, стендда қандай ҳаракат ва тадбирлар ўтказишни режалаштириш:

- маҳсулот намойиш қилиш;
- тўғридан-тўғри сотиш;
- музокаралар;
- стендда ўтказиладиган тадбирлар (семинарлар, лотереялар, ўйинлар, намойишлар, артистлар чиқиши, конкурслар);
- фирма такдимоти;
- маҳсулот ва хизматларнинг ҳаракатли кўрсатилиши;
- сўровлар, анкеталар ўтказиш;
- маҳсулот изланишини ўтказиш;
- персонални тайёриаш учун олдиндан тайёргарлик кўриш зарур.

Буларнинг ҳаммаси стенд ўлчами, конфигурацияси ва жиҳозланишига сезиларли таъсир кўрсатади.

Тўртинчидан, аввалдан ёрдамчи зоналар - офис, музокара хонаси, ошхона, гардероб, персонал дам олиш хонаси, реклама материалларини сақлаш учун жой кабиларни тайёрлаб қўйиш керак.

Стендни безашга ижодий ёндашиш керак. Стенд қанчалик ўзгача ва қизиқарли бўлса, ўзига шунча кўп одамларни жалб қилади. Стенд безатилиши корхона услубига, фаолият турига ва ташриф буюрувчилар кутишларига мос келиши лозим. Бу ташриф буюрувчиларнинг фирма стендига ишончини таъминлайди.

Стендларни безаш воситалари ва экспозицияларни кўрсатиш усуллари жуда ҳам кўпдир. Уларни танлаш фирма йўналишига, мақсадларига, имкониятларига, маҳсулот турларига, шунингдек, фирма катнашадиган маълум кўргазма каби параметрларга боғлиқдир.

Композицияларни яратиш ва безатиш воситалари:

- байроқлар, ёрлиқлар, транспарантлар;
- фирма логотиплари;
- диаграммалар, мозаика, фотообойлар;
- гуллар, яшилликлар, дарахтлар;
- оригинал конструкциялар, фонтанлар;
- ҳаво шарлари ва зондлар;
- рангли панеллар;
- деворий тақинчоқлар, панно;
- хайкаллар, вазалар, керамика;

- манекен вабошқалар.

Бу воситалар ёрдамида турли предметлар ўз ғоясига эга бўлган ягона композицияга бирлашадилар.

Экспозицияларни кўрсатиш усуллари:

- статик демонстрация;
- ҳаракатдаги демонстрация;
- ташриф буюрувчиларга кўриш, татиб кўриш, эшитиш, ҳидлаш, тегиб кўриш, ҳаракат қилиш имконини бериш;
- ўйин намойиши;
- объектларни техник воситалар ёрдамида намойиш қилиш (компютер видеотехникаси, лазер қурилмаси ва бошқалар).

Бунда шуни унутмаслик керакки, кўргазма - бу юзлаб туристик фирма ва корхоналар қатнашадиган ажойиб оммавий тадбирдир. Унда қатнашчиларнинг ҳар бири ўз стендини тақдим этади. Ўз стендига ташриф буюрувчиларни жалб қилиш учун қуйидагилардан фойдаланадилар:

- ҳаракатланадиган объектлар;
- тирик объектлар (жониворлар);
- тарихий, эртак, театр ва чўмилиш кийимлари каби турли хилда кийинган одамлар;
- оригинал ёритиш ва оранжировка;
- стенд устида шарлар, транспарантлар, табло;
- музикаий ансамбл, товуш эффектлари;
- оптик ва лазер эффектлари;
- катта экранларда қизиқарли бўлган компютер видеороликлари;
- кутилмаган объектлар (стенд ўртасида катта палма);
- залдаги оригинал кўрсаткичлар.

Булар ичидан сизнинг маҳсулотингиз ва компаниянгиз учун нисбатан қулай, фойдалисини танлаш ва фойдаланиш зарур.

Стенддаги компания логотипига алоҳида эътибор қаратиш лозим. Логотип кўзга ташланадиган ҳажмда бўлиши керак. Компания номи кўринадиган жойда ва осон ўқиладиган бўлиши лозим.

Ташриф буюрувчи қуйидагиларга эътибор қаратиш лозим:

- стенднинг кўриниши. Стенд диққатни ўзига жалб қилиши учун ажралиб туриши керак;
- фирманинг логотип ёки номи кўзга ташланиб туриши лозим;
- Маҳсулот рекламаси. Бунинг учун кўриш, ўқиш ва тушуниш осон бўлган панеллар, плакатлар, сарлавҳа каби визуал воситалардан фойдаланинг.

Агар ташриф буюрувчи уч секунд ичида стендингизга разм солишга улгурмаса, у маълумотлар нисбатан қулай жойлаштирилган томонга ўтиб кетади.

Кўргазмада ишлаётган командага қараб умуман туристик фирмага баҳо берилади. Шунинг учун стенд пресоналини танлаш ҳам алоҳида эътиборга эга. Профессионал тайёргарлик ва хорижий тилни билиш билан бир қаторда биринчи даражада ташриф буюрувчилар билан мулоқотда бўла олиш

қобилияти аҳамиятлидир. Айниқса, кўргазма командаси олдиндан музокараларни олиб боришга ўргатилган бўлса айтиш мумкин.

Ҳар бир стендга ташриф буюрувчи потенциал мижоздир, унга эга бўлиш эса санъатдир. Бунинг учун эса бошидан мижозларга эътибор бериш лозим. Стендга ташриф буюрадиган ҳар бир мижозга алоҳида эътибор билан муомала қилиш керак: унинг ташрифномасини олиш, «контактлар журналы»да келиш мақсадини қайд қилиш лозим. Унда келиш санаси, суҳбат предмети, музокараларнинг қисқа натижаси киритилади ва ташриф нома бириктилиб қўйилади.

Экспертлар таъкидлашича, ўрта ҳисобда 70% суҳбатлар "Сизга қандай ёрдам бера олишим мумкин?" саволидан бошланади. Бундай сийқаси чиққан саволдан кейин суҳбат бир неча секундда тугайди. Шунинг учун олиш керакки мижоз, одатда, диққат марказида бўлишни хоҳлайди. Бунга мижоз нуқтаи назарини ҳисобга олиб эришишимиз мумкин: «Биз ташкил қиламиз» ўрнига «Сиз ...да бўласиз» ёки «Мен сизга ...ни кўрсатмоқдаман» ўрнига «Сиз бу ерда... ни кўрмоқдасиз» дейилса маъқул бўлади. Бундай муносабат мижозни стендга янада жалб этади.

Стендда камида икки ходим ишлаши лозим. Бироқ қиладиган иши режалаштирилмаган ва ташкил қилинмаган бўлса, бундай пайтда катта команда ҳам ишга фойда келтирмайди.

Кўргазма ишининг асосий қоидалари:

- ўз стендингиз командасига мунтазам инструктаж ўтказиб туринг;
- стендга қиладиган ҳар бир ташриф буюрувчи учун дўстона муносабатда бўлинг;
- стендингизда хизмат қиладиган ходим камида икки киши бўлиши лозим;
- қўл остингизда етарли маълумот материалларига эга бўлинг;
- ҳар бир ташриф буюрувчининг исми, касби, компанияси, келиш мақсади, қизиқишлари, саволлари бўйича рўйхатга олинг;
- унга фирмангиз ташрифномасини беринг ва ундан фирмани ёки компаниясининг ташрифномаси ёки буклетини сўранг. Бу сизнинг ташриф буюрувчига қизиқишингизни билдиради;
- кўргазма жойида ичманг, чекманг, аммо ташриф буюрувчиларга доимо кулдон таклиф қилинг (агар улар чекка ёки чекаётган бўлса);
- ҳар куни кўргазма очилишидан олдин экспонатларингизни текширинг ва тўғрилаб қўйинг;
- кўргазмада рақобатчиларингиз стендларини кўриб чиқиш учун вақт ажратинг. Сиз бу ерда учратишингиз мумкин бўлган барча компаниялар номларини текширинг ва ёзиб қўйинг.

Ярмаркадан кейинги ишлар. Кўргазмада қатнашиш - бу фақатгина ишнинг бошланиши ҳисобланади. Кейинги ишлар турли мақсадли гуруҳлар бўйича турлича ташкил этилади.

Кўргазма тугаганидан кейин олинган ташрифномалар ва «контактлар журналы» ҳисобга олиб, муҳим мижозларга миннатдорчилик хатлари ва факслар жўнатилади, маълумот материаллари, шартномалар лойиҳалари

юборилади, кейинги учрашувлар ҳақида улар билан музокаралар олиб борилади.

Кейин диққат билан кўргазма каталогини қайта кўриб чиқиш лозим ва кўргазма иши мобайнида учрашиш имкони бўлмаган фирмаларга сўровлар ва тижорат таклифларини жўнатиш лозим.

Матбуот тўғрисида ҳам унутмаслик керак. Журналистларга кўргазма, ўтказилган тақдирот тўғрисидаги ҳисобот, суратлар жўнатилади.

Кўргазмадан кейинги назорат саволлари:

- кўргазма стендига ташриф буюрганлардан сизни қизиқтирганлари билан алоқаларни ўрнатинг. Ёзма равишда стендга келгани учун миннатдорчилик хатини юборинг. Буни кечи билан кўргазма ёпилганидан кейин бир ҳафта ўтмасдан қилиш лозим. Хатингизда келажакда ҳамкорлик қилиш бўйича музокаралар ўтказиш учун сизнинг ва вакилингизнинг борадиган тахминий вақти тўғрисида билдиринг.
- Ташриф буюрувчи сизнинг кўргазма стендингиздан тўлиқ маълумотларни олганлигига ишончингиз комил бўлса ҳам уни қизиқтириши мумкин бўлган маълумотларни жўнатиш. Ташриф буюрувчиларга тарқатиш учун ахборот кўринишида фирмангиз, маҳсулотларингиз имкониятлари ҳақида маълумот варақаларини тузинг.
- Шундай маълумот варақалари нусхалари билан ўз ағет ва вакилларингизни таъминланг.
- ўз ходимларингиз учун ташриф буюрувчилар ёки тегишли компаниялар билан муносабатларни йўлга қўйиши учун охириги муддатларни белгилаб қўйинг.
- кўргазма ёпилганидан кейин унинг натижаларини баҳоланг ва муҳокама қилинг.

Таянч сўз ва иборалар: каталог, брошюра, буклет, умумий каталог, махсус каталог, бош каталог, хизмат каталоги, расмий маълумотлар, туристик ярмарка, ярмаркани танлаш, стенд, стенда ишлаш.

Мустақил назорат қилиш учун топшириқ ва саволлар:

1. Туроператор каталоги деганда нимани тушунасиз ва у қандай мақсадларда чиқарилади?
2. Каталог сарлавҳаси бўйича қандай тавсиялар мавжуд?
3. Каталогларнинг қандай турлари бор?
4. Каталогдан фойдаланиш қулайлигини нима аниқлайди?
5. Каталогда материалларни бериш шаклига қўйиладиган асосий талабларни санаб беринг.
6. Каталогни нашр қилиш учун нашриётга буюртма қандай тузилади?
7. Ярмарка тадбирлари классификацияси ҳақида сўзлаб беринг.
8. Ярмарка ишлари босқичларини санаб беринг.
9. Ярмарка командасининг назорат саволларини санаб беринг.
10. Туристлик фирмаларнинг кўргазмадан кейинги фаолияти назорат саволларини санаб беринг.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР:

1. Ўзбекистон Республикасининг “Туризм тўғрисида”ги қонуни. // «Халқ сўзи» газетаси, 1999 йил 14 сентябрь.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1992 йил 27 июлдаги “Ўзбектуризм Миллий компаниясини ташкил этиш тўғрисида”ги Фармони. // «Халқ сўзи» газетаси, 1992 й. 28 июль.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Буюк ипак йўлини қайта тиклашда Ўзбекистон Республикасининг иштирокини авж олдириш ва республикада халқаро туризмни ривожлантириш борасидаги чора-тадбирлар тўғрисида”ги Фармони. // «Халқ сўзи» газетаси, 1995 й. 3 июнь.
4. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмнинг замонавий инфраструктурасини барпо қилиш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори. // «Халқ сўзи» газетаси, 1995 й. 4 июнь.
5. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Сайёҳлик ташкилотлари фаолиятини ташкил этишни такомиллаштириш тўғрисида”ги Қарори. // «Халқ сўзи» газетаси, 1998 й. 9 август.
6. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «2005 йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришга оид давлат дастури тўғрисида»ги Фармони. // «Халқ сўзи» газетаси, 1992 й. 16 апрель
7. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг “Ўзбекистон Республикасида меҳмонхона бизнеси ва халқаро туризмни янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги Қарори. // «Халқ сўзи» газетаси, 2002 й. 3 сентябрь.
8. Каримов И.А. Биздан озод ва ватан қолсин. 2-том. Т.: Ўзбекистон 1996, - 380 б.
9. Каримов И.А. Ватан саждагоҳ каби муқаддасдир. 3-том. Т.: Ўзбекистон 1996, - 366 б.
10. Каримов И.А. Бунёдкорлик йўлида 4-том. Т.: Ўзбекистон 1996, - 349 б.
11. Axmedov X.I., Allabergenov A.A. Turizm faoliyatini tashkil etish. Т.: 2004.- 238 б.
12. Балабанов И.Т. Балабанов А.И. Экономика туризма. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 176 с. Боголюбов В.С., Орловская В.П. Экономика туризма. М.:2005. – 151 б.
13. Биржаков М.Б. Введение в туризм. С.Пб.: Издательский Торговый Дом «Герда», 2006 г.
14. Биржаков М.Б. Введение в ТУРИЗМ.- издание 9-е, переработанное и дополненное. – СПб.: 2007. – 576 с.
15. Гольшева Е. Мировые тенденции и развитие туристского потенциала Узбекистана. // Экономическое обозрение. 2004. №10. -54 с.
16. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. Минск: ООО “Новое знание”, 2001. – 489 с.
17. Ибодуллаев Н.Э. Ўзбекистоннинг туристик ресурслари. Маърузалар матни – Самарқанд, СамИСИ, 2008- 119 б.

- 18.Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 256 с.
- 19.Ильина Е.Н. Туроперейтинг: стратегия и финансы. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 192 с.
- 20.Ефремова М.В. «Основы технологии туристского бизнеса», Учебное пособие. – М.: Издательство «Ось-89», 2001.
- 21.Квартальнов В.А. Туризм. – М: Финансы и статистика, 2003.-316 с.
- 22.Квартальнов В.А., Теория и практика туризма. М., «Финансы и статистика».2003.
- 23.Комилова Ф.Қ., Халқаро туризм бозори. Ўқув қўлланма. Т.: ТДИУ, 2006 й. -191 б.
- 24.Mamatqulov X.M., Bektemirov A.B., Tuxliyev I.S., Norchayev A.N. Xalqaro turizm. Darslik. – Т.: O‘zbekiston faylasuflari milliy jamiyati, 2009. - 192 b.
- 25.Норчаев А.Н. Қутлимуротов Ф.С. Халқаро бозорда миллий туризм. // Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси. 2001. №2.-52-53 б.
- 26.Организация туризма. Под.ред. А.П. Дуровича. Учеб. пособ. Минск. «Новое знание», 2006.
- 27.Пардаев М.Қ., Атабаев Р. Туристик ресурсларни таҳлил қилиш ва баҳолаш. Маърузалар курси. Сам ИСИ — 2006.
- 28.Пардаев М.Қ., Атабаев Р. Туризм асослари. Маърузалар курси. Сам ИСИ — 2006. -78 б.
- 29.Ташмуродов Т. Халқаро туризм. Т.: «Турон – Иқбол», 2007 й.- 320 б.
- 30.Тураев Б.Х. Теоретико – методологические основы развития туризма. Т.: изд. «Фан», 2008. – 166 с.
- 31.Тухлиев И.С. ва бошқалар. Туризм асослари. Ўқув қўлланма – Самарқанд, СамИСИ, 2010- 226 б.
- 32.Тухлиев Н.Т., Абдуллаева Т. Национальные модели развития туризма. Т: ГНИ «Ўзбекистон миллий энциклопедияси», 2006.
- 33.Тухлиев Н.Т., Абдуллаева Т. Менежмент и организация бизнеса в Республике Узбекистана. Т: ГНИ «Ўзбекистон миллий энциклопедияси», 2006. – 368 с.
- 34.Қудратов Ғ.Х., Тухлиев И.С. «Туризм иқтисодиёти». СамИСИ., С.: 2007.
- 35.Ҳайитбоев Р., Амриддинова Р. Туризмнинг махсус турлари. Услубий қўлланма. – Самарқанд. СамИСИ, 2008. – 47 б.
- 36.Ҳайитбоев Р., Саттаров А. Туризм маршрутларини ишлаб чиқиш технологияси. Маърузалар матни. – Самарқанд. СамИСИ, 2009. – 87 б.
- 37.Интернет сайтлари:
www.interunion.ru – туристские ассоциации
www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация
www.wttc.org – Всемирный Совет по путешествиям и туризму
<http://www.tourism.uz/>

Туристтик саёҳатининг йўлланмаси ва технологик харитасини тузиш

Маршрутга хизмат кўрсатувчи туристик корхонасининг номи

2009 йил учун

Маршрут номи

Маршрут бўйича туристик саёҳатининг

ТЕХНОЛОГИК ХАРИТАСИ

1. Маршрутнинг асосий кўрсаткичлари

Маршрут тури _____

Мураккаблик категорияси _____

Маршрут узунлиги (км), жумладан яёв, қайиқда _____

Саёҳат муддати (сутка) _____

Туристтик гуруҳлари сони _____

Гуруҳлардаги туристлар сони _____

Маршрутдаги жами туристлар сони _____

Жами одам-кун хизмат кўрсатилиши _____

Маршрутда биринчи гуруҳга хизмат кўрсатишнинг бошланиши _____

Маршрутда сўнгги гуруҳга хизмат -//- бошланиши _____

Сўнгги гуруҳга хизмат кўрсатишнинг охири _____

Ой	Бир ойдаги туристлар сони	Ойлар бўйича туристик гуруҳлар келиш графиги	Бир ойдаги гуруҳлар сони
01			
02			
...			
12			

Саёҳат бошланадиган туристлик корхонаси манзили

Йўлланма нархи _____

2. _____ маршрут бўйича туристлар ва саёҳатларга хизмат кўрсатиш дастури

Аҳоли пунклари, улар орасидаги масофа, воситалар	Туристлик корхоналар номи	Режалаштирилган туристик хизматлар. Экскурсия номи (- дан)	Маршрут ичидаги ташувлар	1 кишига экскурсион харажатлар

Жами, _____

жумладан, 1 _____ корхона _____

жумладан, 2 _____ корхона _____

жумладан, ва ҳ. _____ корхона _____

**Маршрут ичидаги ташувларни
қуйидаги корхоналар амалга
оширади:**

МУҲР ўрни

**Маршрутга хизмат
кўрсатувчи корхона
раҳбарлари имзоси**

Гуруҳлар топшириладиган пунктлар:

Шартли белгилар

Х – Туристлик корхонасида хизмат кўрсатилади

СП – сухой паёк

Тоҳ – тунаш очик ҳавода (сафар палаткалари)

Молия хизматлари раҳбарлари (бош ҳисобчилар) имзоси

«_____» 2009 йил

3. Саёҳатнинг қисқача баёни (Туристлик йўлланмаси иловасида такрорланади)

Маршрутда хизмат кўрсатувчи туристлик корхонаси Раҳбари

Имзо

Туристтик корхонанинг юклама графиги ва маршрутини тузиш

САФАР ТРАССА ПАСПОРТИ

1. Туристтик корхонасининг номи _____
 Туризм тури _____ сафар трассаси _____

асосий географик пунктлар номи

Узунлиги _____ км, давомийлиги _____ сутка

Бир гуруҳдаги туристлар сони _____ нафар

Иш даври _____ дан _____ гача

Паспорт тузилган пайт 200 _____ йил, _____ нусхада

Ўзгаришлар киритилган: 200 _____ йил, _____ саҳифа

200 _____ йил _____ саҳифа

Паспорт нусхалари жўнатилган:

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

2. Сафар трассасини босиб ўтиш режаси

Йўл кунлари	Трасса участкаси	Км	Ҳаракат воситаси

Жами фаол ҳаракат воситалари билан _____ км.

3. Сафар трассаси схемаси (сафар трассаси кўрсатилган, масштаби 1: 200000 дан кам бўлмаган босма ҳарита ва схемалар елимланиши мумкин).

Шартли белгилар:

Сафар трассаси

пана жойлар

трассанинг заҳира варианты

тиббий ёрдам пункти

тунаш жойи

алоқа пункти (тури кўрсатилади)

дам олиш нуқтаси

Сафар трассасининг қисқача тавсифи, йўлнинг мураккаб участкаларининг баёни

3. Сафар трассаси ҳудудидаги иқлим тўғрисида маълумот (мазкур маршрут иши даврига тўлдирилади)

Маълумотлар	Ойлар	06	07	08	09
Ҳарорат $^{\circ}\text{C}$	Ўртача Минимал Максимал				
Шамол тезлиги м/с	Ўртача Максимал				
Ёғингарчиликнинг ўртача миқдори мм	Ўртача Максимал				

5. Содир бўлиши мумкин бўлган фавқулотда ҳодисалар ва гуруҳнинг бу пайтдаги ҳаракати.

6. Туристларнинг сафар олди тайёргарлигига талаб. Назарий ва амалий машғулотлар турбазада

№	Мавзу	Машғулотлар соат ҳажми	Ўтказиш шакли

7. Йўлланма илова варақаси матни учун тавсиялар. Йўлланма матнига туристлик жиҳозлар, кийим-кечак, пойафзал бўйича тавсиялар киритади.

8. Трассани босиб ўтиш учун туристлик жиҳозлари:

- а) йўлланма бўйича туристлик корхонаси томонидан бериладиган, шу жумладан бутун гуруҳ учун (_____ нафар сайёҳ ва бир инструкторга);
- б) қўшимча тўлов эъвазига бериладиган

9. Сафар трассанинг ободончилиги

Маркировка (рамзий белгилар) _____

Дам олиш жойи, тунаш жойи, пана жойлар, йўл ободончилиги _____

Корхона директори _____

Катта инструктор _____

«Келишилган»

(келишувчи ташкилотлар имзоси)

Паспорт тузиш бўйича кўрсатмалар:

1. Паспорт давомийлиги 1 суткадан кам бўлмаган ҳар бир асосий ёки синов сафари трассаси учун алоҳида тузилади.
2. Паспорт сафар бошланадиган туристлик корхонаси томонидан тузилади.
3. Саёҳат ҳудудидаги иқлим ва эҳтимоли бўлган фавқулотда ҳодисалар тўғрисидаги маълумотлар гидрометео хизмат маълумотлари асосида киритилади.
4. Паспорт сафар трассада хизмат кўрсатувчи ҳар бир туристлик корхонасига жўнатилади.
5. Сафар трассаси эксплуатацияси жараёнида юзага келган ўзгаришлар, бир ой ичида паспортнинг барча нусхаларига киритилиши керак. Зарур ҳолларда баъзи саҳифалар алмаштирилади ёки янги паспорт тузилади.

3-илова

Туристлик корхонаси томонидан 2009 йил _____ ойда туристлар гуруҳларининг

ЮКЛАНИШ ГРАФИГИ

Гуруҳ №	Туристлик маршрути рақами	Хизмат кўрсатиш санаси		
		1	2...30	31

4-илова

Туристлик йўлланмасига

АХБОРОТ ВАРАҚАСИ

Саёҳат номи

Зарурий маълумотнома

1. Туристлик сафарнинг тури ва хили, саёҳат давомида ва унинг сафар қисмида кўрсатиладиган хизматларнинг асосий мазмуни кўрсатилади.

2. Саёҳат йўлининг баёни – тўхташ жойлари, муддати ва жойлашиш шарт-шароитлари ва хизматлар тури (бино хили, номердаги ўринлар миқдори, унинг санитар-гигиеник жихозлар) кўрсатилади.
3. Саёҳат ҳудудининг қисқача баёни (ёдгорликлар, рельефининг ўзига хосликлари), сафарнинг ҳар бир пунктдаги хизматлар дастури (Туристлик сафарининг технологик ҳаритасига мос равишда) берилади.
4. Қўшимча тўловлар эвазига кўрсатиладиган хизматлар рўйхати.
5. Спорт иншоотлари, майдончалари, автомобил турар жойи, йўловчилар учун осма кўприклар, болалар ўйин майдончаси (хоналари) кутубхона, кинозал ва бошқалар мавжудлиги ва қисқача тавсифи.
6. Туристлик сафари бошланадиган туристлик корхонаси манзили ва унга бориш йўли.

Қўшимча маълумотлар тахминий рўйхати

1. Ёш чеклови, болали сайёҳлар, оилалилар қабули тўғрисида маълумот.
2. Походли туристлик сафар учун махсус маълумот.
3. Бошқа маълумот ва тавсиялар

ИЗОҲ: Доимий тиббий назоратда бўлиши лозим бўлган шахсларга сайёҳатнинг маршрутлари тавсия этилмаслигини таъкидлаш мақсадга мувофиқдир.

5 - илова

Банд қилиш варақаси

Рақам: _____ Категорияси: _____ Тўлдириш намунаси: Ҳа
(тезкор/оддий)

1. Туристлар ҳақида маълумот.

MRIMRS	Исм шарифи	Паспорт рақами	Туғилган вақти	Қабул қилинган хўжжат

2. Дастур (давлатлар)

Шаҳар/Ку порт	Меҳмонхо- на	Келиш вақти	Кетиш вақти	Кунлик тунлар сони	Хона тури, хоналар сони	Овқат- ланиш

3. Авиакўчиш (авиакомпания, класс): _____

4. Чакирув ёрдами:

ха	йўқ

5. Ижтимоий химоя:

ха	йўқ

6. Трансфер:

ха	йўқ

7. Машина ижараси:

ха	йўқ

8. Қўшимча хизматлар: _____

9. Буюртма нархи: _____

Тур учун қўшимча тўлаш шартлари: _____

10. Қўшимча инкор шартлари: _____

Буюртмани қабул қилди: _____

(турагентлик ишчиси имзоси)

6-илова

**Туристлик сафари маршрутининг экспедицион
текширув ўтказилганлиги тўғрисидаги ҳисоботнинг тузилиши ва
мавзуси**

1. Маршрутнинг экспедицион текширув ўтказилганлиги тўғрисидаги ҳисобот сафарларнинг назарда тутган янги туристик саёҳатини лойиҳалаштириш учун асосий маълумотнома ҳисобланади.

2. Ҳисобот матни қуйидагилардан иборат бўлиши мумкин:

Сафар ҳудуди тўғрисида маълумотлар: сафарга тайёргарлик ва уни ўтказиш пайтида ҳудуднинг тактик ва техник масалаларга таъсири.

Сафар тўғрисида маълумот: сафар маршрут тўғрисида батафсил маълумотлар, унинг узунлиги ва давомийлиги, турли воситалар ёрдамида печадиган босқичлари.

Сафарни ташкил этиш, жумладан айнан шу маршрут танланишининг асосланиши.

Сафар ҳаракатининг графиги ва техник тавсифи.

Ҳавфсизлик, экстремал вазиятлар, кўриш чекланган шароитларда мўлжалларга алоҳида эътибор берилади.

2.5 Сафар хулосаси, натижа ва тавсиялар.

Ҳудуднинг энг ўзига хос жиҳатлари, ўтишни енгиллаштириш йўллари, ҳавфсизлик ва қизиқарли ўтказиш таклифлари.

2.6. Сафарга тайёргарлик ва ҳисобот тайёрлашда фойдаланилган адабиётлар рўйхати, Туристлик ҳисоботлари ва бошқа манбалар.

2.7. Илова:

- шахсий ва гуруҳ жиҳозлари, жиҳоз ва инвентар комплектацияси бўйича тавсиялар;
- сафарда овқатланиш рациона, йўлда маҳсулотлар олиш имконияти мавжудлиги;
- гуруҳ ва ҳар бир кишига тегишли маҳсулот ва ускуналар ҳажми; сафар ҳаражатлари сметаси;

- транспорт, алоқа, тиббиёт пунктларининг иш тартиби;
- ҳисоботга илова қилинадиган суратлар (чизмалар)
- сафар йўлининг мураккаб нуқталарини, ёдгорликларни, табиатини акс эттириши лозим. Фотосуратлар ва чизмалар рақамланиши, номланиши ва имзоланиши керак.
- сафар ҳудудининг маршрут кўрсатилган, захира йўл қайд этилган, йўналишлар белгиланган, тунаш жойлари таъкидланган, тўсиқ ва мўлжаллар акс этган, асосий нуқталар фотосуратлар воситасида тасвирланган ҳаритаси. Ҳарита сафарнинг оғир участкалари ва уларни ўтиш йўллари акс эттиради.

3. Ҳисоботни тайёрлаш.

Ҳисобот машинка ёки компьютерда (1,5 интервалда) териблиши, иловалари билан рақамланиши ва муқоваланиши шарт. Ҳисоботнинг умумий ҳажми одатда 100 саҳифагача бўлади, жумладан матн – 50 саҳифагача. Ҳисобот сарлавҳали титул варағига, бўлимлар, фотосуратлар, ҳарита (схема)лар кўрсатилган мундарижасига эга бўлиши шарт. Муқованинг ички томонига ҳарита ва ҳужжатлар учун конверт елимланади.

14.«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича хорижий манбалар:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. Учебное пособие для ВУЗов.- М: Аспект Пресс, 2001г.
2. Агзамов.С, Т.Тошмуродов. Менежмент международного туризма. –Т.: ТГЭУ, 1996, 198 с.
3. Балабанов И.Т., Балабанов.А.И. «Экономика туризма»- М.: Финансы и статистика, 2004 – 176 ст.
4. Богданов Е.И. Планирование на предприятии туризма /Учебное пособие СПб.: Изд.д. «Бизнес- пресс» 2005
5. Ефремова М.В. «Основы технологии туристского бизнеса», Учебное пособие. – М.: Издательство «Ось-89», 2001.
6. Кабушкин.Н.Н. Менежмент туризма. -М.: Новое знание 2005 год.
7. Квартальнов В.А Менежмент туризма: Экономика туризма. М.: Финансы и статистика 2004 г.
8. Квартальнов В.А. Туризм. – М., Финансы и статиститка 2004.
9. Чудновский А.Д. Туризм и гостиничное хозяйство М.: ЮРКИНГА. 2005
- 10.Яковлев.Г.А Экономика и статистика туризма. Учебное пособие. М.: Изд. 2005 - 368 ст.

11.Интернет сайтлари:

www.interunion.ru – туристские ассоциации

www.world-tourism.org – Всемирная туристская организация

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

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

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

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

15.«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фанидан курс ишининг тахминий мавзулари:

1. Туристтик бозор, унинг таркиби ва вазифалари.
2. Ўзбекистонда туристик бозорни шакллантириш ва ривожлантириш.
3. Ўзбекистонда туристик маҳсулотларни ишлаб чиқаришни такомиллаштириш.
4. Туризмда хизмат турлари ва хусусиятлари.
5. Туристлар хавфсизлигини таъминлаш.
6. Туризмда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматларини ташкил этиш.
7. Ўзбекистонда халқаро туризмни ривожлантириш.
8. Ўзбекистонда экологик туризмни ташкил этиш.
9. Ўзбекистон диний туризмни ташкил этиш.
10. Ўзбекистоннинг туристик ресурслари ва улардан самарали фойдаланиш.
11. Туризмда операторлик фирмаларнинг функциялари.
12. Туристларни овқатлантириш ва майший хизмат кўрсатишни ташкил қилиш.
13. Халқаро туризмни мамлакат иқтисодиётига таъсири.
14. Туризмда транспорт хизматини ташкил этиш.
15. Туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш.
16. Туристтик хизмат кўрсатиш стандартлари ва сертификацияси.
17. Туристтик ташкилот турлари ва уларни туризмни ривожланишидаги ўрни.
18. Туризмда экскурсия хизматини ташкил этиш.
19. Ўзбекистонда туризмни ривожлантиришнинг истиқболлари.
20. Туризмда ҳамкорлик алоқалари.
21. Туризмда расмийликлар тизими.
22. Туризмда ижтимоий-маданий сервисни ташкиллаштириш.
23. Туризмни ривожланишида ахборот технологияларини ўрни.
24. Туризмни ривожланишига таъсир этувчи омиллар.
25. Ўзбекистонда туристик ташкилотлар ва уларни фаолияти.
26. Ўзбекистонда туристик маршрутларни ишлаб чиқиш.

16. «Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича аннотациялар

Ўзбекистон мустақилликка эришгач, бозор иқтисодиётига асосланган жамият куришни ўзининг асосий мақсади қилиб белгилаб олди. Бу ишда туризм соҳаси ҳам етакчи тармоқлардан бири ҳисобланади. Туризм нафақат ўтмишни ўрганиш, ўзга халқлар ва элатлар билан танишиш, уларнинг маданий ёдгорликларидан баҳраманд бўлиш, шунингдек, у катта бизнес ҳамдир. Мазкур фаолиятни йулга қўйиш эса мутахассисларга боғлиқ.

Бунинг учун малакали кадрларни тайёрлаш ҳозирги муҳим вазифалардан бири ҳисобланади. Самарканд иқтисодиёт ва сервис институтида айнан «5810600-Туризм операторлик хизматини ташкиллаштириш» таълим йўналишининг очилиши муҳим аҳамиятга эга бўлди.

Шундай фанлар ичида «Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани ҳам ўз ўрнига эга бўлиб, талабаларга Ўзбекистонда узлуксиз таълимнинг Давлат таълим стандартлари асосий қоидаларига мувофиқ ўқув жараёнини олиб боришнинг илмий асослари ва туризмга таълуқли фанларнинг умумий мазмуни тўғрисида маълумот беради.

Мазкур фан «Туризм асослари», «Туризмни режалаштириш», «Халқаро туризм», «Туристлик маршрутларни ишдаб чиқиш технологияси», «Ўзбекистоннинг туристик ресурслари», каби фанлар билан узвий алоқада ҳисобланади.

«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» ўқув курси бўйича таълим технологияси маъруза ва семинар машғулотларни ўқитишнинг хорижий мамлакатларда кенг тарқалган илғор педогогик технология қоидалари асосида ишлаб чиқилган. Ушбу ўқув курси тузилиши жиҳатдан кириш, «Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фанини ўқитиш технологиясининг концептуал асослари ҳамда маъруза ва амалий машғулотларни ўқитиш технологияларидан ташкил топган.

Ўзбекистонда замонавий туризм индустриясини ривожлантириш ушбу курсни ўқитишнинг долзарблигига асосланган, ўқув соатларининг мавзулар бўйича тақсимланиши ва курснинг асосий мазмуни очиқ берилган. Шунингдек, таълим технологиясини ишлаб чиқишда қўлланилган асосий қоидалари: таълим усули ва техникаси; ташкил қилиш шакли, воситаси; коммуникация усуллари; берилган маълумотларни назорат қилиш усуллари ва воситалари; баҳолаш ва назорат қилиш тартиблари ёритилган.

Ушбу таълим технологияси барча олий ўқув муассасаларида, малака ошириш курсларида тегишли техник воситалари билан жиҳозланган аудиторияларда ўқитишга мўлжалланган бўлиб, ушбу курсни ўқитадиган ўқитувчилар учун мўлжаллаб тузилган.

17. МУАЛЛИФЛАР ҲАҚИДА МАЪЛУМОТ

Тухлиев Искандар Суёнович - «Халқаро туризм ва туризм сервиси» кафедраси мудир, иқтисод фанлари доктори, профессор. 3 та дарслик, 20га яқин ўқув қўлланмалар, 2 та рисола, монографиялар ва 165 та илмий ишлар муаллифи.

Ҳозирги кунда I-II курс магистратура босқичида “Туроператорлик хизматларини ташкил этиш” ва “Хизматлар соҳаси (туризм ва меҳмонхона хўжалиги)” йўналишларига “Илмий тадқиқот методологияси», «Туризм хизматлар бозори», «Туризмда инновацион фаолият», «Туризмда стратегик режалаштириш» фанларидан дарс бериб келмоқда.

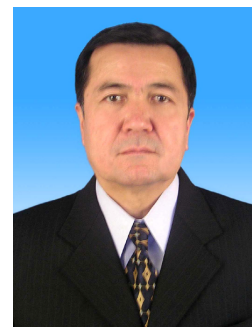
Унинг раҳбарлигида кафедра 2007 йилда туризм соҳасида олиб борилган илмий тадқиқот ишлари бўйича Республика даражасида ўтказилган танловнинг ғолиби бўлиб, 2007-2011 йиллар мобайнида ДИТД ОТ-7Ф-130 «Туризм хизматлар бозорининг ижтимоий-иқтисодий механизмини модернизациялаш» мавзусида ва унинг давоми сифатида 2012-2016 йилларга мулжалланган “Ўзбекистонда туризм хизматлар бозорини ривожлантиришнинг илмий асослари” мавзусидаги янги фундаментал Давлат гранти соҳиби бўлди. Ҳозирга қадар унинг раҳбарлигида 4 та фан номзоди тайёрланди ва 10 нафар аспирант, тадқиқотчиларга ҳамда 1 нафар фан докторига раҳбарлик қилиб келмоқда. Бундан ташқари 2011 йил 2-4 ноябр ойда Тошкентда бўлиб ўтган «Буюк Ипак Йўлида туризм» номли XVII Халқаро туризм ярмаркасида “Туризм соҳаси бўйича энг яхши мураббий ўқитувчи” номига сазовор деб топилди ва диплом билан тақдирланди.

Ибадуллаев Нурали Эшниязович - «Халқаро туризм ва туризм сервиси» кафедраси катта ўқитувчиси, иқтисод фанлари номзоди. 50 га яқин илмий ишлар муаллифи.

Ҳозирги кунда талабаларга магистратурада таҳсил олаётганларга «Хорижий туристларга туристик хизматларни ташкил этиш» фанларидан дарс бериб келмоқда.

Турсунова Гулмира Раббоновна - «Халқаро туризм ва туризм сервиси» кафедраси ассистенти, 10 дан ортиқ илмий мақолалар муаллифи. Туризм соҳаси бўйича илмий тадқиқот ишларини олиб бормоқда.

Ҳозирда талабаларга «Мутахассисликка кириш», «Туризм асослари», «Халқаро туризм» ва «Туризмни режалаштириш» фанларидан дарс бериб келмоқда.



18. «Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг сослари» фани бўйича фойдали маслаҳатлар

“Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари” ўқув фанини ўзлаштириш жараёнида амалга ошириладиган масалалар доирасида бакалавир:

- туристик хизматларнинг моҳияти; туристларга хизмат кўрсатишда туроператорнинг функцияларини; туристик бозор тушунчаси; туристик бозорнинг вазифаларини; туристик маҳсулот тушунчаси; туристик маҳсулотлар хусусиятларини; туризмда хизматлар ва уларнинг хусусиятлари ҳақида **билиши керак.**

- туристларга туристик маршрутларини ишлаб чиқишни; турларни шакллантириш ва ташкил этиш; туризмда жойлаштириш ва овқатлантириш хизматлари; туристик фирмалар, меҳмонхоналар, ресторанлардаги бошқарув ва режалаштириш фаолияти билан бевосита танишиш **кўникмаларига эга бўлиши керак.**

- туристларга туристик маҳсулотларни сотишни асосий шакллари; туроператорлар билан шартномалар тузиш; туристик ҳужжатлар билан ишлаш; экскурсия хизматини ташкил этиш; хорижий туристларга хизмат кўрсатишни ташкил этиш бўйича **малакаларига эга бўлиши керак.**

19. «Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича норматив ҳужжатлар

1. Ўзбекистон Республикасининг «Туризм ҳақидаги» Қонуни 1999 й. 20 август.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбектуризм МКни ташкил этиш тўғрисида»ги Фармони. 1992 й. 27 июн
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистонда туризм соҳаси учун малакали кадирлар тайёрлаш тўғрисида» ги Фармони. 1999 й. 30 июн
4. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Ўзбектуризм МК фаолиятини ташкил этиш масалалари ҳақида»ги Қарори. 1992 й. 20 октябр
5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Ўзбекистон Республикасининг «Буюк Ипак Йўлининг қайта тикланишидаги иштирокини кучайтиришга ва Ўзбекистон халқаро туризмни ривожлантиришга бағишланган Фармони ҳамда Вазирлар Маҳкамасининг Ўзбекистон Республикасида замонавий халқаро туризм инфратузилмасини яратиш чора тадбирларига бағишланган № 210-сонли Қарори 1995 й.
6. Ўзбекистон Республикаси ташқи ишлар вазирлигида маданият, фан ва туризм соҳасида халқаро ҳамкорлик бошқармасини ташкил этиш тўғрисидаги Қарори. 1996 й. 25 сентябр
7. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг туристлик корхоналар фаолиятини ташкил этишни такомиллаштиришга бағишланган 346-сонли Қарори 1998 й.
8. Республикамиз Президенти томонидан «2005 йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш Давлат дастури» 1999 й. 15 апрел
9. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Ўзбекистон Республикасида меҳмонхона бизнеси ва халқаро туризмни янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида» Қарори. 2002 й. 2 сентябр
10. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг «Ўзбекистон Республикасида Меҳмонхона бизнеси ва халқаро туризмни янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида» 2002 йил 2 сентябрдаги 310-сон Қарорини қисман ўзгартириш ҳақидаги Қарори. 2003 й. 17 январ
11. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамаси томонидан «Туризм фаолиятини лицензиялаш тўғрисида»ги Низом. 2003 й. 11 октябр
12. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг №144 сонли «Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтини ташкил этиш тўғрисида» ги Қарори 2004 й.
25 март
13. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Ўзбекистон Республикасида 2006-2010 йилларда сервис ва хизматлар соҳаларини ривожлантиришни жадаллаштириш бўйича тадбирлар» тўғрисидаги Қарори. 2006 й. 17 апрел

20.«Туризм операторлик хизматини ташкиллаштиришнинг асослари» фани бўйича рейтинг (баҳолаш) мезони

Институтда талабалар билимини баҳолаш Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг “Олий таълим муассасаларида талабалар билимини назорат қилиш ва баҳолашнинг рейтинг тизими тўғрисидаги низомга ўзгартириш ва қўшимчалари киритиш тўғрисида”ги 2010 йил 25 августдаги 333-сонли буйруғи асосида тасдиқланди.

Талабалар билимини назорат қилиш ва рейтинг тизими орқали баҳолашдан мақсад таълим сифатини бошқариш орқали рақобатбардош кадрлар тайёрлашга эришиш, талабаларнинг фанларни ўзлаштиришида бўшлиқлар ҳосил бўлишини олдини олиш, уларни аниқлаш ва бартараф этишдан иборат.

Рейтинг тизимининг асосий вазифалари қуйидагилардан иборат:

- талабаларда Давлат таълим стандартларига мувофиқ тегишли билим, кўникма ва малакалар шаклланганлиги даражасини назорат қилиш ва таҳлил қилиб бориш;
- талабалар билими, кўникма ва малакаларини баҳолашнинг асосий тамойиллари: Давлат таълим стандартларига асосланганлик, аниқлик, ҳаққонийлик, ишончлилиқ ва қулай шаклда баҳолашни таъминлаш;
- фанларнинг талабалар томонидан тизимли тарзда ва белгиланган муддатларда ўзлаштирилишини ташкил этиш ва таҳлил қилиш;
- талабаларда мустақил ишлаш кўникмаларини ривожлантириш, ахборот ресурслари манбаларидан самарали фойдаланишни ташкил этиш;
- талабалар билимини холис ва адолатли баҳолаш ҳамда унинг натижаларини вақтида маълум қилиш;
- талабаларнинг фанлар бўйича комплекс ҳамда узлуксиз тайёргарлигини таъминлаш;
- ўқув жараёнининг ташкилий ишларини компьютерлаштиришга шароит яратиш.

Фанлар бўйича талабалар билимини семестрда баҳолаб бориш рейтинг назорати жадваллари ва баҳолаш мезонлари асосида амалга оширилади.

Талабаларнинг билим савияси ва ўзлаштириш даражасининг Давлат таълим стандартларига мувофиқлигини таъминлаш учун қуйидаги назорат турларини ўтказиш назарда тутилади:

• **жорий назорат (ЖН)** – талабанинг фан мавзулари бўйича билим ва амалий кўникма даражасини аниқлаш ва баҳолаш усули. Жорий назорат фаннинг хусусиятидан келиб чиққан ҳолда амалий машғулотларда оғзаки сўров, тест ўтказиш, суҳбат, назорат иши, коллеквиум, уй вазифаларини текшириш ва шу каби бошқа шаклларда ўтказилиши мумкин;

• **оралиқ назорат (ОН)** – семестр давомида ўқув дастурининг тегишли (фанларнинг бир неча мавзуларини ўз ичига олган) бўлими тугаллангандан кейин талабанинг назарий билим ва амалий кўникма даражасини аниқлаш ва баҳолаш усули. Оралиқ назорат бир семестрда икки марта ўтказилади ва шакли (ёзма, оғзаки, тест ва ҳоказо) ўқув фанига ажратилган умумий соатлар ҳажмидан келиб чиққан ҳолда белгиланади;

• **якуний назорат (ЯН)** – семестр якунида муайян фан бўйича назарий билим ва амалий кўникмаларни талабалар томонидан ўзлаштириш даражасини баҳолаш усули. Якуний назорат асосан таянч тушунча ва ибораларга асосланган “Ёзма иш” шаклида ўтказилади.

ОН ўтказиш жараёни кафедра мудири томонидан тузилган комиссия иштирокида мунтазам равишда ўрганиб борилади ва уни ўтказиш тартиблари бузилган ҳолларда, **ОН** натижалари бекор қилиниши мумкин. Бундай ҳолларда **ОН** қайта ўтказилади.

Талабанинг билим савияси, кўникма ва малакаларини назорат қилишнинг рейтинг тизими асосида талабанинг фан бўйича ўзлаштириш даражаси баллар орқали ифодаланади.

“Мутахассисликка кириш” фани бўйича талабаларнинг семестр давомидаги ўзлаштириш кўрсаткичи 100 баллик тизимда баҳоланади.

Ушбу 100 балл баҳолаш турлари бўйича қуйидагича тақсимланади:

ЯН-30 балл, қолган 70 балл эса ЖН-35 балл ва ОН-35 балл қилиб тақсимланади.

- Фан бўйича саралаш бали 55 баллни ташкил этади. Талабанинг саралаш балидан паст бўлган ўзлаштириши рейтинг дафтарчасида қайд этилмайди.
- Талабаларнинг ўқув фани бўйича мустақил иши жорий, оралиқ ва якуний назоратлар жараёнида тегишли топшириқларни бажариши ва унга ажратилган баллардан келиб чиққан ҳолда баҳоланади.

- Талабанинг фан бўйича рейтинги қуйидагича аниқланади:
$$R = \frac{V \cdot O}{100}$$
бу ерда: V- семестрда фанга ажратилган умумий ўқув юкламаси (соатларда); O` -фан бўйича ўзлаштириш даражаси (балларда).
- Фан бўйича жорий ва оралиқ назоратларга ажратилган умумий баллнинг 55 фоизи саралаш балл ҳисобланиб, ушбу фоиздан кам балл тўплаган талаба якуний назоратга киритилмайди.
- Жорий **ЖН** ва оралиқ **ОН** турлари бўйича 55 балл ва ундан юқори бални тўплаган талаба фанни ўзлаштирган деб ҳисобланади ва ушбу фан бўйича якуний назоратга кирмаслигига йўл қўйилади.
- Талабанинг семестр давомида фан бўйича тўплаган умумий бали ҳар бир назорат туридан белгиланган қоидаларга мувофиқ тўплаган баллари йиғиндисига тенг.
- **ОН** ва **ЯН** турлари календар тематик режага мувофиқ деканат томонидан тузилган рейтинг назорат жадваллари асосида ўтказилади. **ЯН** семестрнинг охириги 2 ҳафтаси мобайнида ўтказилади.
- **ЖН** ва **ОН** назоратларда саралаш балидан кам балл тўплаган ва узрли сабабларга кўра назоратларда қатнаша олмаган талабага қайта топшириш учун, навбатдаги шу назорат туригача, сўнгги жорий ва оралиқ назоратлар учун эса якуний назоратгача бўлган муддат берилади.
- Талабанинг семестрда **ЖН** ва **ОН** турлари бўйича тўплаган баллари ушбу назорат турлари умумий балининг 55 фоизидан кам бўлса ёки семестр якуний жорий, оралиқ ва якуний назорат турлари бўйича тўплаган баллари йиғиндиси 55 баллдан кам бўлса, у академик қарздор деб ҳисобланади.

- Талаба назорат натижаларидан норози бўлса, фан бўйича назорат тури натижалари эълон қилинган вақтдан бошлаб бир кун мобайнида факультет деканига ариза билан мурожаат этиши мумкин. Бундай ҳолда факультет деканининг тақдимномасига кўра ректор буйруғи билан 3 (уч) аъзодан кам бўлмаган таркибда апелляция комиссияси ташкил этилади.
- Апелляция комиссияси талабаларнинг аризаларини кўриб чиқиб, шу куннинг ўзида ҳулосасини билдиради.
- Баҳолашнинг ўрнатилган талаблар асосида белгиланган муддатларда ўтказилиши ҳамда расмийлаштирилиши факультет декани, кафедра мудури, ўқув-услубий бошқарма ҳамда ички назорат ва мониторинг бўлими томонидан назорат қилинади.

Агар талаба якуний назоратда шу назорат тури бўйича саралаш балидан юқори балл тўпласа, бу балл жорий ва оралиқ назоратларда тўпланган балларга қўшилади. Акс ҳолда талабанинг фан бўйича ўзлаштириш кўрсаткичи фақат жорий ва оралиқ назоратларнинг баллари йиғиндисидан иборат бўлади (мазкур тартиб тиббиёт олий таълим муассасаларида ректорлар Раёсати қарори асосида белгиланади).

Битирувчи талабалар билими фақат «баллар»да баҳоланади уларга бериладиган Диплом иловасига ёки академик маълумотномада “фан ўқитувчиси” котибалари фанлар бўйича талаба рейтингини ҳисоблаб қайд этиши зарур.

Курс иши, малакавий амалиёт, Якуний давлат аттестацияси, битирув малакавий иши ва магистрларнинг илмий фаолияти фақат балларда ифодаланади (рейтинг чиқарилмайди). Магистрлик диссертацияси ҳимояси «Ҳимоядан ўтди», «Ҳимоядан ўтмади» тизимида баҳоланади.

Фан бўйича саралаш баллини тўплай олмаган талаба фанни ўзлаштирмаган ҳисобланади ва у “фан ўқитувчиси” рўхсати билан қайта синовдан ўтади.

Қайта ўзлаштириш кўрсаткичлари шу рейтинг қайдномасининг охиридаги «Қўшимча ўтказилган ЯБ тўғрисидаги маълумот» қисмида қайд этилади.

Факультет котибаси декан кўрсатмасига асосан тўлдирилган рейтинг қайдномасини тааллуқли ўқитувчиларга тарқатади.

“Фан ўқитувчиси” ўрнатган қайта топшириш муддати ўтгандан сўнг қайднома “фан ўқитувчиси” га ўқитувчи томонидан қайта тақдим этилади.

Рейтинг қайдномаси ҳаракати “фан ўқитувчиси”даги махсус журналда қайд этилади.

Бундан ташқари “фан ўқитувчиси” котибаси «Талаба ўқув варақаси» ни тўлдириб боради, унда талабанинг семестрда фанлардан олган балли ва рейтинг қайд этилади.

Синов дафтарча “фан ўқитувчиси” да сақланади. Якуний назорат бошланишдан олдин гуруҳ сардори деканатдан имзо остида гуруҳнинг рейтинг дафтарчасини олади ва якуний назорат тугаши билан рўйхат бўйича яна деканатга топширади.

Гуруҳ журнаlinesи тўғри тўлдириб боришини назорати факультет декани ва уни муовини зиммасига юклатилган.

Профессор-ўқитувчилар журнаlinesи тўғри тўлдириб бориш назорати кафедра мудирлари зиммасига юклатилган.

**Талабалар билимини ўзлаштириш кўрсаткичини 100 баллик тизимида
баҳолаш мезонлари**

№	Назорат тури	Максимал балл	Баҳолаш мезонлари			
			0-54	55-70	71-85	86-100
1	Жорий баҳолаш	35	0-19	20-25	25-30	30-35
2	Оралиқ баҳолаш	35	0-19	19-24	25-30	30-35
3	Якуний баҳолаш	30	0-16	16-21	21-25	26-30
	Жами	100	0-54	55-70	71-85	86-100

№	Назорат тури		Максимум балл	Баҳолаш мезонлари			
				0-54	55-70	71-85	86-100
1	Жорий баҳолаш	Оралиқ баҳолаш	70	0-38	39- 49	50-60	60-70
2	Якуний баҳолаш		30	0-16	16-21	21-25	26-30
3	Жами		100	0-54	55-70	71-85	86-100

Талабанинг фан бўйича ўзлаштириш кўрсаткичини назорат қилиш мезони

Балл	Баҳо	Талабанинг билим даражаси
86-100	Аъло	Хулоса ва қарор қабул қилиш Ижодий фикрлай олиш Мустақил мушоҳада юритиш Олинган билимларни амалда қўллай олиш Моҳиятини тушуниш Билиш, айтиб бериш Тасаввурга эга бўлиш
71-85	Яхши	Мустақил мушоҳада юритиш Олинган билимларни амалда қўллай олиш Моҳиятини тушуниш Билиш, айтиб бериш Тасаввурга эга бўлиш
55-70	Қониқарли	Моҳиятини тушуниш Билиш, айтиб бериш Тасаввурга эга бўлиш
0-54	Қониқарсиз	Аниқ тасаввурга эга бўлмаслик Билмаслик

Фанлар бўйича ОН, ЖН ва ЯН баҳолашдаги мезонлар

Талабалар ОН дан тўплайдиган балларнинг намунавий мезонлари

№	Кўрсаткичлар	ОН баллари		
		макс	1-ОН	2-ОН
1	Дарсларга қатнашганлик даражаси. Маъруза дарсларидаги фаоллиги, конспект дафтарларининг юритилиши ва тўлиқлиги.	15	0-7	0-8
2	Талабаларнинг мустақил таълим топшириқларини ўз вақтида ва сифатли бажариши ва ўзлаштириш.	10	0-5	0-5
3	Оғзаки савол-жавоблар, коллоквиум ва бошқа назорат турлари натижалари бўйича	10	0-5	0-5
	Жами ОН баллари	35	0-17	0-18

Талабалар ЖН дан тўплайдиган алларнинг намунавий мезонлари

№	Кўрсаткичлар	ЖН баллари		
		макс	1-ЖН	2-ЖН
1	Дарсларга қатнашганлик ва ўзлаштириши даражаси. Амалий машғулотлардаги фаоллиги, амалий машғулот дафтарларининг юритилиши ва ҳолати	15	0-7	0-8
2	Мустақил таълим топшириқларининг ўз вақтида ва сифатли бажарилиши. Мавзулар бўйича уй вазифаларини бажарилиш ва ўзлаштириши даражаси.	10	0-5	0-5
3	Ёзма назорат иши ёки тест саволларига берилган жавоблар	10	0-5	0-5
	Жами ЖН баллари	35	0-18	0-17

Якуний назорат “Ёзма иш” шаклида белгиланган бўлса, у ҳолда якуний назорат 30 баллик “Ёзма иш” вариантлари асосида ўтказилади.

Агар якуний назорат марказлашган тест асосида ташкил этилган бўлиб фан бўйича якуний назорат “Ёзма иш” шаклида белгиланган бўлса, у ҳолда якуний назорат қуйидаги жадвал асосида амалга оширилади.

Балл	Баҳо	Кўрсаткичлар
26-30	Аъло	ЯН турлари бўйича берилган барча саволларга ижодий ёндошиб, ўз хулоса ва қарорлари, мустақил мушоҳадада кўрсатиб бера олса.
21-25	Яхши	ЯН турлари бўйича берилган барча саволларга мустақил хулоса ва фикрларда ҳамда амалдаги қўлланишларига мисоллар келтириб моҳиятини тушунтира олиш.